

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHR.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT.....	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR DIAGRAM	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
Bab I Pendahuluan	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.1.1. Peluang Bisnis	1
1.1.2. Target Konsumen.....	2
1.1.3. Permasalahan Perusahaan	3
1.1.4. Kompetitor Bisnis	3
1.1.5. Strategi Visual Kompetitor	7
1.1.6. Strategi Visual Kompetitor sebagai Solusi Permasalahan Bisnis	8
1.2. Rumusan Masalah.....	8
1.3. Tujuan Perancangan	9
1.4. Spesifikasi Perancangan	9
1.5. Manfaat Perancangan	9
1.6. Batasan Perancangan	9
1.7. Definisi Istilah	10
1.8. Metode Perancangan	11
Bab II Tinjauan Pustaka	12
2.1. Sumber Pustaka	12
2.2. Hasil Tinjauan Pustaka	14
2.2.1. <i>Brand Campaign</i>	14
2.2.2. Media Promosi	15
2.2.3. Media Sosial.....	17
2.2.4. <i>Brand Awareness</i>	19
Bab III Perancangan	21
3.1. Strategi Komunikasi Visual	21
3.2. Konsep Perancangan	22
3.2.1. <i>Brand Verbal</i>	22
3.2.2. <i>Brand Attributes</i>	22

3.2.3. <i>Brand Line</i>	22
3.3. Konsep Gaya Desain	22
3.3.1. <i>Color Palette</i>	24
3.3.2. <i>Layout</i>	24
3.3.3. Tipografi	25
3.3.4. Gaya Ilustrasi	26
3.3.5. Gaya Fotografi	26
3.4. Strategi Media	27
3.4.1 <i>Media Above the Line</i>	28
3.4.2. <i>Media Below the Line</i>	28
3.4.3. <i>Media E-Marketing</i>	30
3.5. Target <i>Audience</i> dan <i>Touchpoint</i> Media.....	30
3.6. Biaya Media	33
3.7. Uji Coba <i>Prototype</i> Desain.....	34
3.7.1. <i>Layout</i> Komprehensif.....	35
3.7.2. Strategi Uji Coba	40
3.7.3. Instrumen Pengumpulan Data	41
Bab IV Hasil Pengembangan	42
4.1. Penyajian Data Uji Coba	42
4.1.1. Hasil Penggalan Data Kuantitatif	42
4.1.2. Hasil Penggalan Data Kualitatif	49
4.1.2.1. Wawancara Expert User.....	49
4.1.2.2. Wawancara Extreme User.....	56
4.2. Analisis Data	61
4.3. Revisi Produk	62
Bab V Penutup	68
5.1. Kajian Produk yang Telah Direvisi.....	68
5.1.1. Logo dan <i>Second Element</i>	68
5.1.1.1. Logo	69
5.1.1.2. <i>Second Element</i>	69
5.1.2. <i>Media Above the Line</i>	70
5.1.2.1. Instagram	70
5.1.3. <i>Media Below the Line</i>	71
5.1.3.1. <i>Packaging</i>	71
5.1.3.2. <i>Greeting Card</i>	72
5.1.3.3. <i>Merchandise</i>	73
5.1.3.4. <i>Pop-up Booth</i>	74
5.1.4. <i>Media E-Marketing</i>	74
5.1.4.1. <i>Giveaway</i>	74

5.1.4.2. Instagram Ads	75
5.2. Saran Pemanfaatan, Diseminasi, dan Pengembangan Produk Lebih Lanjut.....	76
5.2.1. Kesimpulan	76
5.2.2. Saran untuk Keperluan Pemanfaatan Produk	76
5.2.3. Saran untuk Diseminasi Produk ke Sasaran yang Lebih Luas ..	77
5.2.4. Saran untuk Keperluan Pengembangan Lebih Lanjut.....	77
DAFTAR PUSTAKA	78
LAMPIRAN	81



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Metode perancangan	11
Tabel 3.1. Target <i>audience</i> dan <i>touchpoint</i> media	32
Tabel 3.2. Biaya media	33
Tabel 3.3. Daftar item desain	34
Tabel 4.1. Visualisasi desain kampanye	50
Tabel 4.2. Strategi kampanye	51
Tabel 4.3. Teknis pelaksanaan <i>giveaway</i>	52
Tabel 4.4. Kesesuaian strategi kampanye dengan target konsumen	53
Tabel 4.5. Penyampaian pesan kampanye melalui media promosi	53
Tabel 4.6. Saran untuk keseluruhan <i>giveaway</i>	54
Tabel 4.7. Kesan terhadap keseluruhan kampanye	57
Tabel 4.8. Ketertarikan untuk berpartisipasi dalam <i>giveaway</i> dan preferensi <i>placement giveaway</i>	58
Tabel 4.9. Ketertarikan untuk memberitahukan kampanye ke orang lain	59
Tabel 4.10. Preferensi Instagram sebagai media sosial pelaksanaan kampanye	59
Tabel 4.11. Pemahaman pesan kampanye	60

DAFTAR GAMBAR

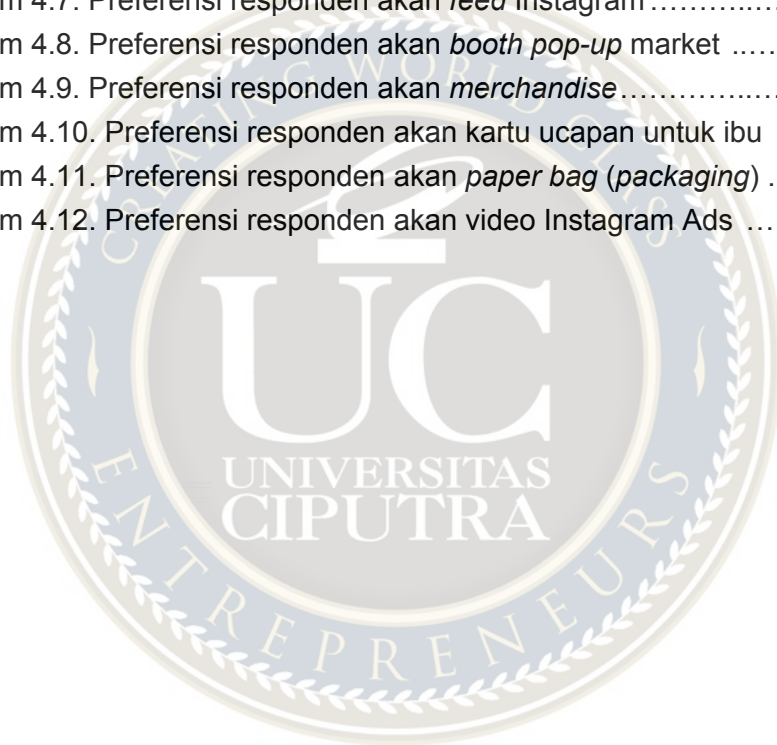
Gambar 1.1. Logo dan produk Madre Tiramisù	2
Gambar 1.2. Produk dan kemasan Kake	4
Gambar 1.3. Produk dan kemasan Misu	5
Gambar 1.4. Produk dan kemasan Brown Butter Bakes	6
Gambar 3.1. <i>Moodboard</i> gaya desain Madre Tiramisù	23
Gambar 3.2. Palet warna gaya desain Madre Tiramisù	24
Gambar 3.3. Referensi <i>layout</i> gaya desain Madre Tiramisù	25
Gambar 3.4. Pemilihan <i>typeface</i> Madre Tiramisù	25
Gambar 3.5. <i>Moodboard</i> gaya ilustrasi Madre Tiramisù	26
Gambar 3.6. <i>Moodboard</i> gaya fotografi Madre Tiramisù	27
Gambar 3.7. Konten Instagram <i>feeds</i> kampanye “Mia Madre”	35
Gambar 3.8. Label <i>box</i> produk Madre Tiramisù	36
Gambar 3.9. <i>Sticker paper bag</i> Madre Tiramisù	36
Gambar 3.10. Amplop dan <i>greeting card</i> Madre Tiramisù	37
Gambar 3.11. <i>Merchandise</i> Madre Tiramisù	38
Gambar 3.12. <i>Pop-up booth</i> Madre Tiramisù	39
Gambar 3.13. Poster <i>giveaway</i> Madre Tiramisù	40
Gambar 3.14. <i>Storyboard</i> video Instagram Ads Madre Tiramisù	40
Gambar 4.1. Ilustrasi wajah ibu sebelum revisi	63
Gambar 4.2. Ilustrasi wajah ibu setelah revisi	63
Gambar 4.3. Kontras warna desain sebelum revisi	64
Gambar 4.4. Kontras warna desain setelah revisi	64
Gambar 4.5. Tambahan konten Instagram <i>story</i>	65
Gambar 4.6. <i>Storyboard</i> Instagram Ads	66
Gambar 4.7. Desain <i>booth</i> sebelum revisi	67
Gambar 4.8. Desain <i>booth</i> setelah revisi	67
Gambar 5.1. Desain akhir logo dan <i>second element</i> “Mia Madre”	68
Gambar 5.2. Desain akhir logo “Mia Madre”	69
Gambar 5.3. Desain akhir <i>second element</i> “Mia Madre”	69
Gambar 5.4. Desain akhir Instagram <i>feeds</i> kampanye “Mia Madre”	70
Gambar 5.5. Desain akhir Instagram <i>story</i> kampanye “Mia Madre”	71
Gambar 5.6. Desain akhir label box produk Madre Tiramisù	71
Gambar 5.7. Desain akhir <i>sticker paper bag</i> Madre Tiramisù	72
Gambar 5.8. Desain akhir amplop dan <i>greeting card</i> “Mia Madre”	72
Gambar 5.9. Desain akhir <i>merchandise tote bag</i> “Mia Madre”	73
Gambar 5.10. Desain akhir <i>merchandise wooden spoon</i> dan <i>pouch</i> “Mia Madre”	73

Gambar 5.11. Desain akhir <i>pop-up booth</i> Madre Tiramisù	74
Gambar 5.12. Desain akhir poster <i>giveaway</i> “Mia Madre”	74
Gambar 5.13. Desain akhir video Instagram Ads Madre Tiramisù	75
Gambar 5.14. Desain akhir video Instagram Ads kampanye “Mia Madre”	75



DAFTAR DIAGRAM

Diagram 4.1. Ketertarikan responden akan tema kampanye	42
Diagram 4.2. Ketertarikan responden akan hadiah <i>giveaway</i>	43
Diagram 4.3. Ketertarikan responden akan syarat <i>giveaway</i>	43
Diagram 4.4. Preferensi responden terhadap cara mengunggah foto untuk <i>giveaway</i>	44
Diagram 4.5. Ketertarikan responden untuk membagikan informasi mengenai kampanye kepada orang lain	44
Diagram 4.6. Preferensi responden akan logo dan <i>supergraphic</i>	45
Diagram 4.7. Preferensi responden akan <i>feed</i> Instagram	46
Diagram 4.8. Preferensi responden akan <i>booth pop-up</i> market	46
Diagram 4.9. Preferensi responden akan <i>merchandise</i>	47
Diagram 4.10. Preferensi responden akan kartu ucapan untuk ibu	47
Diagram 4.11. Preferensi responden akan <i>paper bag (packaging)</i>	48
Diagram 4.12. Preferensi responden akan video Instagram Ads	48



DAFTAR LAMPIRAN

Pertanyaan kuesioner <i>online</i>	80
Hasil kuesioner <i>online</i>	89
Dokumentasi wawancara dengan <i>expert user</i>	97
Dokumentasi wawancara dengan <i>extreme user</i>	118

