

PENGKARYAAN
PERANCANGAN AKTIVITAS BRANDING SNEAKERS LOKAL
DENGAN STUDI KASUS MEREK SNEAKERS LOKAL COMPASS

Diajukan Untuk Memenuhi Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Desain



Disusun Oleh:

RIZKY ADRIANSYAH

126010033

FAKULTAS ILMU SENI DAN SAstra
PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
UNIVERSITAS PASUNDAN
JULI 2019



Program Studi Desain Komunikasi Visual
Fakultas Ilmu Seni Dan Sastra
Universitas Pasundan

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan (dan menjamin) bahwa karya/penulisan skripsi/TA ini dilakukan secara mandiri dan disusun tanpa menggunakan bantuan yang tidak dibenarkan, sebagaimana lazimnya pada penyusunan sebuah skripsi/TA.

Semua elemen karya, kutipan tulisan dan/atau pemikiran orang lain yang digunakan di dalam penyusunan skripsi/TA, baik dari sumber yang dipublikasikan ataupun tidak (termasuk dari buku, artikel jurnal, catatan kuliah, tugas mahasiswa lain, dan lainnya), telah direferensikan dengan baik dan benar menurut kaidah akademik yang baku dan berlaku.

Skripsi/TA ini belum pernah diajukan pada pendidikan program sarjana di perguruan tinggi lain, dan tindak plagiarisme akan dikenakan sanksi seperti yang tercantum dalam Peraturan Akademik dan Kemahasiswaan Universitas Pasundan.

Bandung, 09 / JULI /2019

Penulis



RIZKY ADRIANSYAH

NIM 126060033


HALAMAN PENGESAHAN

Pengkaryaannya ini diajukan oleh:

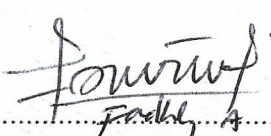
Nama : Rizky Adriansyah
NPM : 126010033
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Judul Pengkaryaan : Perancangan Aktivitas Branding Sneakers Lokal Dengan
Studi Kasus Merek Sneakers Lokal Compass

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Desain pada Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Ilmu Seni dan Sastra, Universitas Pasundan.

Pembimbing I : DR. H. Waska Warta, M.M

()

Pembimbing II : Fadhly Abdillah, M.Ds

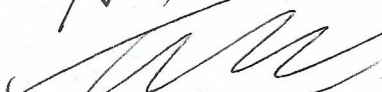
()

DEWAN PENGUJI

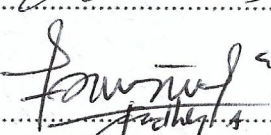
1. Adi Surahman, M.Ds

()

2. Tata Kartasudjana, M.Ds

()

3. Fadhly Abdillah, M.Ds

()

4. Gelar Anugerah Munggaran, S.Sn

()

Ditetapkan di : Bandung

Tanggal : 23 Juli 2019

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas berkat, rahmat, taufik dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul “*Perancangan Aktivitas Branding Sneakers Lokal dengan Studi Kasus Merek Sneakers Lokal Compass*” ini tepat pada waktunya.

Dalam penyusunan penulisan ini penulis menyadari bahwa banyak mengalami kendala, namun berkat bantuan, bimbingan, serta kerjasama dari berbagai pihak sehingga kendala-kendala yang dihadapi dapat teratasi. Untuk itu penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Drs. H. Agus Setiawan,. M.Sn selaku ketua program studi Desain Komunikasi Visual, Universitas Pasundan.
2. Bapak DR. H. Waska Warta,. M.M selaku dosen pembimbing I, dan Bapak Fadhly Abdillah,. M.Sn selaku dosen pembimbing II, yang telah membimbing serta memberikan masukan dalam proses penyelesaian tugas akhir ini.
3. Bapak Tata Kartasudjana,. M.Ds selaku dosen yang telah membantu dan ikut membimbing serta memberikan masukan sebagai referensi dalam proses penyelesaian tugas akhir ini.
4. Ibu Purmaningrum,. M.Ds selaku koordinator tugas akhir, juga sebagai *reader* yang telah memberikan masukan dalam penyelesaian laporan tugas akhir ini.
5. Seluruh jajaran pengajar program studi Desain Komunikasi Visual Universitas Pasundan, yang telah membimbing dari masa perkuliahan hingga saat laporan tugas akhir ini selesai, dan seterusnya.
6. Rinaldy Muharam, selaku *Person in Charge* (PIC) komunitas Indonesia Sneaker Team regional Bandung, yang telah bersedia menjadi narasumber untuk tugas akhir ini.
7. Riva Andinka, selaku *Visual Merchandiser and Product Development* dari HRCN Official, yang telah bersedia menjadi narasumber untuk pembahasan tugas akhir ini.

8. Seluruh *member* dari komunitas Indonesia Sneaker Team regional Bandung: Firman Yousaf, Handiva Putra, dan yang lainnya, atas bantuan dan kerjasamanya.

Penulis menyadari bahwa laporan ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu dengan kerendahan hati penulis terbuka untuk menerima kritik dan saran yang dapat membangun untuk proses selanjutnya agar menjadi lebih baik lagi. Akhir kata, penulis berharap semoga Allah SWT membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu.

Bandung, Juli 2019

Rizky Adriansyah

UCAPAN TERIMA KASIH DAN LEMBAR PERSEMBAHAN

Tugas akhir ini didedikasikan untuk semua orang yang menginspirasi, mendukung, dan mencintai penulis tanpa syarat.

1. Kedua orang tua, terutama Mama, Rahayu Mujiharti, yang sabar dan terus mendukung penulis untuk menyelesaikan studi ini.
2. Kakak, Reza Irwansyah, yang terus mendukung penulis secara moril dan memberikan bantuan logistik.
3. Teman-teman program studi Desain Komunikasi Visual angkatan 2012: Ginanjar Angga, Hendi Rusmanudin, Indhira Gusyandini, dan lain-lain, yang telah mendukung penulis dengan caranya masing-masing.
4. Teman-teman program studi angkatan lainnya: Dextrinida Koesumadewa, Erdi Pratama, Nadira Rizka, Reza Fahlevy, dan semuanya yang tidak bisa disebutkan satu persatu, yang telah menjadi teman seperjuangan selama perkuliahan hingga penyelesaian tugas akhir ini, bahkan seterusnya.
5. Teman-teman yang terlibat langsung membantu dalam penyelesaian tugas akhir ini secara sukarela: Irhas Fii Ramadhan, Nayinda R. Sastra, dan Haidi Hatfan.
6. Kerabat-kerabat terdekat: Yoga Suparman, Izhar Isra, Guruh Fauzan Adzima, dan lainnya, yang telah memberikan bantuan dan selalu menjadi penghibur selama penyelesaian tugas akhir ini.
7. Stephanie Poetri, yang selalu menghibur sebanyak 3000 kali, bahkan lebih.
8. Isnur Nur Khairunnissa, yang selalu menegur dan mengingatkan penulis agar tugas akhir ini selesai tepat pada waktunya.

Karya ini mungkin hanya akan menjadi setumpuk buku berdebu di perpustakaan atau hanya dikutip beberapa penulis lainnya. Mungkin ini bukan pekerjaan terbaik yang bisa penulis buat, tetapi ini adalah salah satu bukti bahwa penulis dapat menyelesaikan apa yang sudah penulis mulai di perguruan tinggi ini. Terima kasih untuk semuanya, sekali lagi penulis ucapkan terima kasih.

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA
ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai Sivitas Akademika Universitas Pasundan,
saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rizky Adriansyah
NPM : 126010033
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Fakultas Ilmu Seni dan Sastra
Jenis Karya : Pengkaryaan

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pasundan **Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**Perancangan Aktivitas Branding Sneakers Lokal Dengan Studi Kasus Merek
Sneakers Lokal Compass**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif ini Universitas Pasundan berhak menyimpan, mengalih media/format, mengelola dalam bentuk basis data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Dibuat di Bandung,

Pada tanggal, 23 Juli 2019

Yang menyatakan,


(...RIZKY ADRIANSYAH...)
ENAM RIBU RUPIAH

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR	v
UCAPAN TERIMA KASIH DAN LEMBAR PERSEMBAHAN	vii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang	1
I.2 Identifikasi Masalah	4
I.3 Rumusan Masalah	5
I.4 Batasan Masalah.....	5
I.5 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	5
I.6 Metode Penelitian.....	6
I.7 Kerangka Berpikir Penelitian.....	7
I.8 Sistematika Penulisan	8
BAB II LANDASAN TEORI	10
II.1 Emotional Branding.....	10
II.1.1 Perintah Emotional Branding	11
II.1.2 Aspek Emotional Branding	14
II.2 Brand (Merek).....	18
II.2.1 Brand Image (Citra Merek).....	19
II.3 Perilaku Konsumen	20
II.3.1 Struktur Keputusan Membeli	21
II.3.2 Proses Pembelian.....	23
II.4 Komunikasi	24
II.5 Produk Lokal.....	26

II.6 Sneakers	26
BAB III DATA DAN ANALISIS	28
III.1 Data Permasalahan	28
III.1.1 Fenomena	28
III.1.2 Isu	28
III.1.3 Opini	29
III.2 Product Knowledge	29
III.2.1 Product History.....	29
III.2.2 Design History.....	30
III.2.3 Marketing History.....	30
III.2.4 Selling History.....	31
III.2.5 Positioning History	31
III.3 Analisis SWOT	31
III.4 Hasil Penelitian	32
III.4.1 Observasi.....	32
III.4.2 Wawancara.....	33
III.4.3 Kuesioner	33
III.4.4 Consumer Experience	35
III.5 Data Target.....	36
III.5.1 Analisis Target	36
III.5.2 Referensi Visual	37
III.5.3 Referensi Desain.....	38
III.5.4 Preferensi Visual	39
III.5.5 Target Insight	40
III.5.6 Analisis 5W + 2H	40
III.6 What to Say.....	42
BAB IV KONSEP PERANCANGAN.....	43
IV.1 Strategi Komunikasi	43
IV.2 Strategi Pesan.....	43
IV.3 Strategi Kreatif	43
IV.4 Strategi Media Komunikasi	48
IV.5 Strategi Perencanaan Media.....	50
IV.6 Jadwal Media	52
IV.7 Estimasi Biaya Media.....	53
IV.8 Aplikasi Media	54

IV.8.1 Poster	54
IV.8.2 Flyer	54
IV.8.3 Poster Acara	55
IV.8.4 Audio Visual Ads	56
IV.8.5 Instagram Post Ads	57
IV.8.6 Instagram Stories Ads	58
IV.8.7 New Media (Arcade Game)	59
IV.8.8 Lookbook	59
IV.8.9 Booth Event	60
IV.8.10 Invitation Card	61
IV.8.11 Merchandise	62
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	63
V.1 Kesimpulan	63
V.2 Saran	63
DAFTAR PUSTAKA	64
LAMPIRAN	66

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Kerangka Berpikir Penelitian.....	7
Tabel 4.1 Tahapan Media.....	52
Tabel 4.2 Jadwal Media	53
Tabel 4.3 Estimasi Biaya.....	53

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Tahap-tahap Proses Pembelian.....	24
Gambar 3.1 Logo Compass Lama	30
Gambar 3.2 Logo Compass Baru	30
Gambar 3.3 Infografis Data Kuesioner (Bagian 1).....	34
Gambar 3.4 Infografis Data Kuesioner (Bagian 2).....	35
Gambar 3.5 Referensi Visual	37
Gambar 3.6 Referensi Desain.....	38
Gambar 3.7 Preferensi Visual atau Moodboard	39
Gambar 4.1 Visual Fotografi.....	44
Gambar 4.2 Jenis Huruf	45
Gambar 4.3 Palet Warna	45
Gambar 4.4 Studi Visual Fotografi.....	46
Gambar 4.5 Studi Visual Desain Grafis	46
Gambar 4.6 Identifikasi Master Desain	47
Gambar 4.7 Poster.....	54
Gambar 4.8 Flyer	54
Gambar 4.9 Poster Acara	55
Gambar 4.10 Audio Visual Ads	56
Gambar 4.11 Instagram Post Ads	57
Gambar 4.12 Instagram Stories Ads	58
Gambar 4.13 New Media (Arcade Game)	59
Gambar 4.14 Lookbook	59
Gambar 4.15 Booth Sneakers Exhibition.....	60
Gambar 4.16 Invitation Card.....	61
Gambar 4.17 Merchandise T-shirt.....	62
Gambar 4.18 Merchandise Totebag.....	62

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.1 Mind Mapping Penelitian	67
Lampiran 1.2 Infografis Penelitian	68
Lampiran 2.1 Dokumentasi Data Tambahan.....	69
Lampiran 2.2 Dokumentasi Data Tambahan.....	69
Lampiran 3.1 Dokumentasi Pribadi Narasumber IST Bandung.....	70
Lampiran 3.2 Dokumentasi Narasumber IST Bandung.....	70
Lampiran 4.1 Alternatif dan Varian Perancangan Media Visual	71
Lampiran 4.2 Alternatif dan Varian Perancangan Media Visual	71
Lampiran 4.3 Alternatif dan Varian Perancangan Media Visual	72
Lampiran 5.1 Storyboard Audio Visual.....	72
Lampiran 5.2 Storyboard Audio Visual.....	73
Lampiran 5.3 Storyboard Audio Visual.....	73