

**PENGANTAR KARYA
TUGAS AKHIR**

**PERANCANGAN *BRANDING* “MONDAY LAUNDRY”
MELALUI MEDIA KOMUNIKASI VISUAL**



Disusun Guna Melengkapi dan Memenuhi Persyaratan
Mencapai Gelar Sarjana Seni Rupa Program Studi
Desain Komunikasi Visual

Disusun Oleh:

ARDHANA YATHESTA
C0709015

**FAKULTAS SENI RUPA DAN DESAIN
UNIVERSITAS SEBELAS MARET
SURAKARTA
2016**

LEMBAR PERSETUJUAN

Tugas Akhir dengan Judul:

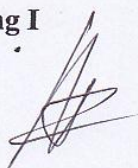
PERANCANGAN *BRANDING* DAN PROMOSI "MONDAY LAUNDRY" MELALUI MEDIA KOMUNIKASI VISUAL

Telah disetujui untuk dipertahan dihadapan Tim Penguji Tugas Akhir (TA).

Pada tanggal ..30...Juni 2016

Menyetujui,

Pembimbing I



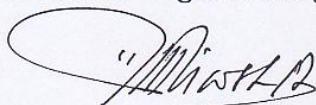
(Drs Mohamad Suharto, M.Sn)
NIP. 195612201986031003

Pembimbing II



(Esty Wulandari, S.Sos, M.Si)
NIP. 197911092008012015

Koordinator Tugas Akhir (TA)



(Ercilia Rini Octavia, S.Sn., M.Sn.)
NIP. 198010112008122001

PENGESAHAN

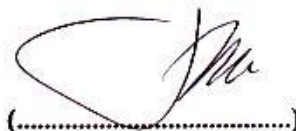
Tugas Akhir dengan Judul
PERANCANGAN *BRANDING* "MONDAY LAUNDRY"
MELALUI MEDIA KOMUNIKASI VISUAL

Telah disahkan dan diterima oleh Panitia dalam Sidang Tugas Akhir
Prodi Desain Komunikasi Visual Fakultas Seni Rupa dan Desain
Universitas Sebelas Maret
Pada tanggal: 30 Juli 2015

Tim Penguji:

Ketua Sidang Tugas Akhir

Andreas S Widodo, S.Sn, M.Hum.
NIP. 197512012001121002



(.....)

Sekretaris Sidang Tugas Akhir

Ercilia Rini Octavia, S.Sn., M.Sn.
NIP. 198010112008122001



(.....)

Penguji I

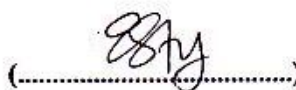
Drs. Mohamad Suharto, M.Sn.
NIP. 195612201986031003



(.....)

Penguji II

Esty Wulandari, S.Sos., M.Si.
NIP. 197911092008012015



(.....)

Disahkan:

Dekan
Fakultas Sastra dan Seni Rupa



Dr. Ahmad Adib, M.Hum., Ph.D
NIP. 196207081992031001

Ketua Prodi
Desain Komunikasi Visual



Dr. Denny Tri Ardianto, S.Sn., Dpl.Art.
NIP. 197905212002121002

PERNYATAAN

Dengan ini penulis menyatakan bahwa Pengantar Karya Tugas Akhir yang berjudul “**PERANCANGAN *BRANDING* “MONDAY LAUNDRY” MELALUI MEDIA**”, beserta isinya dan seluruh karya desain yang penulis buat adalah benar-benar karya sendiri, dan penulis tidak melakukan penjiplakan baik seluruhnya maupun sebagian, dengan cara-cara yang tidak sesuai etika keilmuan yang berlaku dalam masyarakat akademik.

Atas pernyataan ini, penulis siap menanggung resiko/sanksi yang dijatuhkan kepada penulis, apabila kemudian ditemukan adanya pelanggaran terhadap keaslian karya ini.

Surakarta, 24 Juni 2016

Penulis,



Ardhana Yathesta

NIM C0709015

PERANCANGAN *BRANDING* “MONDAY LAUNDRY” MELALUI MEDIA KOMUNIKASI VISUAL

Ardhana Yathesta¹

Drs. Mohamad Suharto., M.Sn.² Esty Wulandari, S.Sos, M.Si.³

ABSTRAK

Ardhana Yathesta. 2016. Pengantar karya Tugas Akhir ini berjudul “Perancangan *Branding* “Monday Laundry” Melalui Media Komunikasi Visual”. adapun permasalahan yang dikaji adalah : (1) Bagaimana perancangan *branding* dan promosi Monday laundry melalui media komunikasi visual? (2) Bagaimana merancang, media pendukung untuk *branding* dan promosi Monday Laundry melalui media komunikasi visual?

Bisnis laundry adalah jasa yang sangat dibutuhkan manusia pada saat ini. Gaya hidup *mobile* dan padatnya aktivitas menjadikannya suatu kebutuhan pokok. Dengan banyaknya penyedia jasa laundry maka suatu perusahaan membutuhkan *branding* dan media promosi yang dapat mencakup keseluruhan informasi mengenai jasa tersebut, untuk menjadi pembeda dengan bisnis serupa. *Branding* dan promosi adalah salah satu cara untuk memberikan identitas supaya merek tersebut semakin dikenal masyarakat luas, karena dengan pemilihan, perancangan, dan penempatan media promosi yang tepat dapat menjadi solusi bagi sebuah usaha dalam memenangkan persaingan. Dengan asumsi di atas, penulis terdorong untuk merancang *branding* dan promosi Monday Laundry supaya lebih dikenal masyarakat luas.

Kata Kunci : *Branding*, promosi, laundry, desain komunikasi visual

¹ Mahasiswa Jurusan Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa dan Desain, Universitas Sebelas Maret Surakarta dengan NIM C0709015

² Dosen Pembimbing Tugas Akhir I

³ Dosen Pembimbing Tugas Akhir II

DESIGN BRANDING “MONDAY LAUNDRY” THROUGH VISUAL COMMUNICATION MEDIA

Ardhana Yathesta¹

Drs. Mohamad Suharto., M.Sn.² Esty Wulandari, S.Sos, M.Si.³

ABSTRACT

Ardhana Yathesta. 2016. Introduction This final project entitled "Design Branding "Monday Laundry" Through Visual Communication Media". The problem examined are: (1) How to design branding and promotion Monday Laundry through visual communication media? (2) How to design, supporting media for branding and promotion Monday Laundry through visual communication media?

Laundry business is a much-needed human services at this time. Mobile lifestyles and density of activity become a staple. With so many service providers laundry of a company in need of branding and promotional media that can cover the entire information about these services, to be the difference with similar businesses. Branding and promotion is solution to provide the identity of the brand is increasingly recognized that the mass public, for the selection, design, and proper placement of promotional media can be a solution like an attempt to win the competition. By the assumption above, the writer is leaded to design the branding and promotion Monday Laundry to make it more widely known.

Keywords: *Branding, promotion, laundry, Visual Communication Media*

¹ *Student of Visual Communication Design Department, Faculty of Art and Design
Sebelas Maret University of Surakarta with Student ID Number C0709015*

² *First Final Project's Guide Lecturer*

³ *Second Final Project's Guide Lecturer*

HALAMAN MOTTO

*Keberuntungan dan Keberhasilan adalah
Saat dimana Tuhan menjawab doa Ibu kita*

HALAMAN PERSEMBAHAN

*Tugas Akhir ini penulis persembahkan untuk
Ibu, Almarhum Bapak, dan Istri serta keluarga.
Terima kasih untuk semua dukungan dan doa.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan limpahan rahmat, bimbingan, serta ridho sehingga penulis dapat menyelesaikan Karya Tugas Akhir ini dengan lancar, yang merupakan salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Seni Rupa Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Dengan bantuan, bimbingan, serta arahan dari berbagai pihak, maka penulisan Konsep Karya Tugas Akhir dengan judul **PERANCANGAN *BRANDING* “MONDAY LAUNDRY” MELALUI MEDIA KOMUNIKASI VISUAL** ini dapat terselesaikan dengan baik. Untuk itu penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih kepada:

1. Drs. Ahmad Adib, M.Hum, Ph.D selaku Dekan Fakultas Seni Rupa dan Desain Universitas Sebelas Maret Surakarta.
2. Dr. Deny Tri Ardianto, S.Sn, Dipl.Art., selaku Ketua Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual.
3. Drs. Mohamad Suharto, M.Sn., selaku pembimbing I yang telah memberikan pengarahan serta kritik yang membangun.
4. Esty Wulandari S.Sos, M.Si., selaku pembimbing II yang telah banyak memberikan arahan, masukan, dan saran dalam Karya Tugas Akhir ini.
5. Seluruh dosen dan karyawan Fakultas Seni Rupa dan Desain Universitas Sebelas Maret Surakarta, khususnya S1 Desain Komunikasi Visual.
6. Keluarga dan para sahabat yang senantiasa mendukung penulis untuk tetap bersemangat dalam menyelesaikan kuliah dengan baik dan lancar.

7. Teman-teman serta seluruh pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan Konsep Karya Tugas Akhir.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan Konsep Karya Tugas Akhir ini masih jauh dari sempurna, karena keterbatasan penulis dalam berbagai hal. Oleh karena itu saran dan kritik yang sifatnya membangun sangat penulis harapkan dari para pembaca. Akhir kata penulis ucapkan terimakasih dan penulis berharap semoga apa yang telah penulis susun ini dapat bermanfaat serta menambah wawasan bagi pembaca.

Surakarta, 24 Juni 2016

Penulis,

Ardhana Yathesta

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
PERNYATAAN	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	2
C. Tujuan Penulisan.....	2
D. Metode Penelitian.....	2
BAB II KAJIAN TEORI	6
A. Perancangan	6
B. Brand/Merek	6
1. Pengertian Brand/Merek	6
2. Cara Membangun Merek.....	7
3. <i>Brand Equity</i>	8
4. <i>Brand Associations (Asosiasi Merek)</i>	11

5. <i>Brand Loyalty (Loyalitas Merek)</i>	12
C. Branding	14
1. <i>Trustworthiness (Sifat dapat dipercaya)</i>	14
2. <i>Respect (Menghormati)</i>	14
3. <i>Responsibility (Tanggung Jawab)</i>	14
4. <i>Fairness (Keadilan)</i>	15
5. <i>Caring (Kepedulian)</i>	15
6. <i>Cityzenship (Kewarganegaraan)</i>	15
D. Promosi	16
1. Pengertian Promosi	16
2. Tujuan Promosi	16
3. Bauran Promosi.....	17
E. Laundry	18
1. Monday Kaundry	18
2. Sejarah Laundry	19
3. Jenis Usaha Laundry	19
F. Desain Komunikasi Visual	21
1. Desain.....	21
2. Komunikasi	21
3. Kmunikasi Visual.....	25
BAB III IDENTIFIKASI DATA	28
A. Data Perusahaan	28
1. Sejarah Monday Laundry	28
2. Dasar-Dasar Ilmu Monday Laundry	29

3. Visi dan Misi Monday Laundry	30
4. Logo Monday Laundry	30
5. Jenis-Jenis Pelayanan Monday Laundry	31
6. Tarif Jasa Monday Laundry	36
B. Struktur Organisasi Monday Laundry.....	37
1. Posisi/Jabatan Organisasi dan SDM	37
C. Data Konsumen.....	39
1. Karakteristik Masyarakat di Pabelan dan Sekitarnya	39
2. Segmentasi Pasar Monday Laundry	39
D. Data Promosi.....	40
E. Data Kompetitor	40
1. Simply Fresh	40
2. Cupid Laundry	41
F. Analisis SWOT	42
G. <i>Positioning</i>	43
H. USP (<i>Unique Selling Preposition</i>)	44
BAB IV KONSEP PERANCANGAN	45
A. Konsep Karya.....	45
B. Strategi Visual.....	45
1. Pesan Verbal.....	45
2. Pesan Non Verbal	46
C. Teknik Pelaksanaan.....	49
1. <i>Branding Outlet</i>	49

2. <i>Stationary</i>	49
3. <i>Media Promosi dan Gift</i>	52
D. <i>Perkiraan Biaya</i>	57
BAB V VISUALISASI KARYA	59
A. <i>Branding Outlet</i>	59
1. <i>Outlet</i>	59
B. <i>Stationary</i>	61
1. <i>Business Card</i>	61
2. <i>Letterhead</i>	62
3. <i>ID card</i>	63
4. <i>Seragam</i>	64
5. <i>Nota</i>	65
6. <i>Member Card</i>	66
C. <i>Media Promosi dan Gift</i>	67
1. <i>X-Banner</i>	67
2. <i>Name Board</i>	68
3. <i>Flyer</i>	69
4. <i>Poster</i>	70
5. <i>Banner</i>	71
6. <i>Fans Page (Facebook)</i>	72
7. <i>Voucher Discount</i>	73
8. <i>Stiker</i>	74
9. <i>Mug</i>	75
10. <i>Laundry Bag</i>	76

BAB VI PENUTUP	77
A. Kesimpulan	77
B. Saran	77

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1: Tabel Analisis SWOT	42
Tabel 2: Perkiraan Biaya <i>Branding</i> dan Promosi.....	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1: Kerangka Pemikiran.....	3
Gambar 2: Bagan Piramida Brand Awareness.....	9
Gambar 3: Diagram nilai dari kesan kualitas.....	10
Gambar 4: Diagram nilai dari Asosiasi Merek	11
Gambar 5: Bagan piramida loyalitas.....	13
Gambar 6: Foto Outlet Monday Laundry.....	28
Gambar 7: Logo Monday Laundry	30
Gambar 8: Proses Pengerjaan Karpet.....	31
Gambar 9: Proses pengerjaan cuci Sepatu	32
Gambar 10: Proses <i>Packing Bedcover</i>	33
Gambar 11: Proses <i>Packing Boneka</i>	33
Gambar 12: Proses pencucian bantal	34
Gambar 13: Proses Pengeringan Tas.....	35
Gambar 14: Bagan Struktur Organisasi Monday Laundry	37
Gambar 15: Logo Simply Fresh.....	41
Gambar 17: <i>Outlet Cupid Laundry</i>	41
Gambar 18: <i>Font Century Gothic</i>	47
Gambar 19: <i>Font Blanch Cap</i>	47
Gambar 20: Desain <i>Outlet</i> Tampak Depan	58
Gambar 21: Desain <i>Outlet</i> Tampak Samping (Kiri)	58
Gambar 22: Desain <i>outlet</i> Tampak Atas	59
Gambar 23: Desain <i>outlet</i> Perspektif	59
Gambar 24: Desain <i>Business Card</i>	61
Gambar 25: Desain <i>Letterhead</i>	62

Gambar 26: Desain <i>Id Card</i>	63
Gambar 27: Desain Seragam.....	64
Gambar 28: Desain Nota.....	65
Gambar 29: Desain <i>Member Card</i>	66
Gambar 30: Desain <i>X Banner</i>	67
Gambar 31: Desain <i>Name Board</i>	68
Gambar 32: Desain <i>flyer</i>	69
Gambar 33: Desain Poster.....	70
Gambar 34: Desain <i>Banner</i>	71
Gambar 35: Desain <i>Sticker</i>	72
Gambar 36: Desain Voucher Diskon	73
Gambar 37: Desain Stiker	74
Gambar 38: Desain Desain <i>Mug</i>	75
Gambar 39: Desain Tas Laundry	76