

ABSTRAK

Yonex merupakan nama produk alat-alat olahraga, khususnya dalam bidang badminton dan tennis. Nama Yonex tidak asing lagi di telinga para atlet dan atlet berkelas dunia. Selain kerap menjadi sponsor, Yonex sering turut membantu mereka memenangkan pertandingan berskala internasional. Pamornya mencorong di lapangan badminton dan tennis di seluruh dunia.. Selain melalui iklan di televisi dan melalui situs di internet, Yonex belum pernah melakukan promosi lainnya terhadap produknya sendiri.. Untuk media-media yang lainnya seperti poster, brosur, merchandise, dan lainnya belum pernah ada. Sehingga tidak sedikit pula orang - orang Indonesia yang mengenal produk Yonex dengan baik.

Masalah lainnya adalah ternyata masyarakat Indonesia kurang memperhatikan gaya hidup sehat. Padahal Hidup sehat sejak dini sangat penting sekali. Dalam 2 tahunh ke depan, kita akan menyambut Indonesia Sehat 2010. Dalam rangka menyambut datangnya program tersebut, maka inilah saat yang tepat untuk mempromosikan Yonex yang isnya menghimbau masyarakat untuk hidup sehat dengan menyertakan produk Yonex di dalamnya.

Diharapkan dengan adanya promosi ini, masyarakat dapat menyadari bahwa gaya hidup sehat itu baik dan sangat penting sekali bagi mereka untuk masa depan, dan produk Yonex pun dapat diingat dan dikenal *brand image*-nya di mata masyarakat sebagai ikon dari cabang olahraga badminton.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN HASIL KARYA PRIBADI.....	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
UCAPAN TERIMA KASIH.....	vi
ABSTRAK.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	7
1.3. Rumusan Masalah.....	7
1.4. Tujuan Perancangan.....	8
1.5. Manfaat Perancangan.....	8
1.6. Metode Perancangan.....	9
1.6.1. Sumber Data.....	9
1.6.2. Tehnik Pengumpulan Data.....	9
BAB II LANDASAN PERANCANGAN.....	10
2.1. Pengertian Pemasaran.....	10

2.2. Pengertian Promosi dan Tujuannya.....	11
2.3. Bentuk-Bentuk Promosi.....	14
2.4. Indonesia Sehat 2010.....	27
2.5. Badminton.....	28
 BAB III TINJAUAN FAKTUAL.....	 30
2.1. Fakta Kuotioner.....	30
2.2. Hasil Wawancara.....	32
 BAB IV KONSEP PERANCANGAN.....	 44
4.1 Objek Perancangan.....	44
4.2 Target Audience.....	45
4.3 Konsep Perancangan.....	45
4.3.1. Perencanaan media (strategi media).....	45
4.31.a Pengertian Media.....	45
4.31.b Tujuan Media.....	48
4.31.c Strategi Pemilihan Media.....	50
4.31.d Rencana Pemakaian Media.....	54
4.31.e Alasan Pemilihan Media.....	54
4.3.2. Perancangan Kreatif.....	55
4.3.3. Konsep Verbal.....	56
4.3.4. Konsep Visual.....	57
4.3.5. Biaya Media.....	57

BAB V VISUALISASI KARYA.....	59
5.1. Media Promosi.....	59
5.1.1. Poster.....	59
5.1.2. Billboard.....	63
5.1.3. Reklame.....	64
5.1.4. Print Ad majalah dan Koran.....	65
5.2. Media Event.....	66
5.2.1. Logo Event.....	67
5.2.2. Elemen pendukung.....	69
5.2.3. Poster event.....	70
5.2.4. Billboard dan reklame event.....	71
5.2.5. Liflet, Print ad, baligho, dan banner.....	72
5.2.6 Brosur.....	75
5.2.7. Website.....	76
5.2.8. Spanduk.....	77
5.2.9. Gimmick.....	78
 BAB VI KESIMPULAN.....	 79
DAFTAR PUSTAKA.....	81