

ABSTRAK

Latar belakang dari dibuatnya Tugas Akhir ini adalah Setrasari Foto Studio yang terletak di Bancung merupakan sebuah studio foto biasa yang memiliki banyak pesaing, sehingga konsumen yang datang berkurang, sehingga omset penjualan pun menurun. Oleh karena itu pemilik ingin menerapkan citra dan identitas baru pada studio foto tersebut. Untuk mewujudkannya diperlukan citra yang bisa bersaing dengan studio lain yang ada di Bandung. Untuk itu, harus dilakukan analisis terhadap kajian teoritik dan empirik mengenai dunia fotografi, bisnis studio foto dan konsumen yang menjanjikan bagi bisnis studio foto. Setelah meninjau dan menganalisa, citra yang baru pun mulai bisa dibentuk, citra studio diarahkan pada target remaja yang ditinjau dari karakternya yang beranekaragam. Maka studio foto dibuat dengan identitas pelayanan tema yang beraneka ragam, sesuai dengan karakter remaja. Desain grafis dimanfaatkan untuk membantu pengenalan citra tersebut. Diharapkan dengan promosi dan pengenalan terhadap citra studio, masalah pun dapat teratasi.

DAFTAR ISI

Lembar Pengesahan	i
Pernyataan Hasil Karya Pribadi	ii
Abstrak..	iii
Kata Pengantar dan Ucapan Terima Kasih	iv
Daftar Isi	vi
Daftar Tabel	ix
Daftar Gambar.....	x
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	2
1.3 Rumusan Masalah	2
1.4 Pembatasan Masalah	3
1.5. Tujuan penciptaan	4
1.6 Manfaat Penciptaan	4
1.7 Metode Penciptaan	5
BAB 2 LANDASAN PENCIPTAAN.....	7
2.1 Kajian Pustaka (Teoritik)	7
2.1.1 Pemilihan Pasar di Indonesia.....	7

2.1.2 Karakter Manusia.....	9
2.1.3 Analisis Dunia Fotografi.....	10
2.1.4 Prinsip Desain Komunikasi Visual.....	11
2.1.5 Strategi Promosi : Figur Manusia Dalam Promosi (iklan) ..	11
 2.2 Tinjauan Faktual (Empirik).....	 14
2.2.1 Tinjauan dunia bisnis fotografi dan layanan terhadap keinginan konsumen.....	 14
2.3 Gagasan Awal	16
2.3.1 Tinjauan target audience.....	16
2.3.1 Penetapan Target Audience	17
2.3.2 Penetapan Konsep Studio Foto.....	19
2.3.3 Media Periklanan sebagai proses komunikasi.....	21
2.3.4 Kategori Media Periklanan.....	22
2.3.5 Proses Komunikasi.....	23
2.3.6 Membuat Media Promosi yang Menarik.....	23
2.3.7 Tahapan kerja	24
 BAB 3 KONSEP PENCIPTAAN.....	 24
 3.1 Tema Penciptaan.....	 25
3.1.1 Tema Penciptaan dikaitkan dengan DKV.....	28
3.2. Fasilitas & Penawaran Studio Foto	28

3.3 Kerangka Kerja untuk DKV pada proses pengenalan studio foto	
.....	31
3.4 Strategi Promosi	31
3.4.1 Strategi Komunikasi	31
3.4.2 Strategi Media	32
3.4.3 Strategi Kreatif	35
3.4.4 Strategi Visual	36
3.4.5 Studi Target Audience	37
3.4.6 Studi Visual	41
 BAB IV VISUALISASI KARYA	 47
 4.1 Konsep Visual	 47
4.2 Karya	49
 DAFTAR PUSTAKA	 53
LAMPIRAN	54
KOMENTAR DOSEN PENGUJI	59
DATA PENULIS	60

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tabel Proses Komunikasi.....	23
Tabel 3.1 Tabel Strategi Media	33
Tabel 3.2 Tabel Distribusi Media	34
Tabel 3.3 Tabel Analisis Konsumen Berdasarkan Kegiatan.....	39

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Tampilan Setrasari Foto Studio.....	17
--	----