

ABSTRAK

Baby SPA DF Clinic merupakan satu-satunya untuk saat ini di Bandung yang memberikan fasilitas *treatment Baby SPA* yang paling lengkap. Tetapi masih banyak masyarakat yang belum mengetahui tentang *Baby SPA* dan manfaatnya, juga keberadaan *Baby SPA DF Clinic* yang berlokasi di Bandung. Hal ini dikarenakan kurangnya promosi dari pihak *Baby SPA DF Clinic*, padahal manfaat dari *Baby SPA* sangatlah penting yaitu untuk menentukan pertumbuhan dan perkembangan anak pada tahap selanjutnya.

Tujuan dari perancangan promosi ini, penulis berharap agar para orang tua membawa bayi mereka untuk melakukan *treatment Baby SPA* yang ada di *Baby SPA DF Clinic* Bandung, karena pada periode bayi merupakan tahap penting untuk menentukan pertumbuhan dan perkembangan selanjutnya. Selain menjadi tempat *treatment* kesehatan, *Baby SPA* ini bisa menjadi sarana rekreasi keluarga yang menyenangkan.

ABSTRACT

DF *SPA Baby Clinic* is the only one currently in Bandung, which provides treatment facilities Baby SPA is the most complete. But still many people who do not know about baby SPA and its benefits, as well as the presence of Baby SPA DF Clinic, located in Bandung. This is due to lack of promotion of the Baby SPA DF Clinic, where as the benefits of Baby SPA is very important is to determine the growth and development of children at a later stage.

The purpose of this promotion scheme, the authors hope that the parents bring their infants for treatment Baby Baby SPA SPA in Bandung Clinic DF, because the baby period represents an important step to determine the growth and development. In addition to being a medical treatment, SPA Baby this could be a fun family recreation.

DAFTAR ISI

Cover.....	
Lembar Pengesahan.....	i
Pernyataan Orisinalitas Laporan.....	ii
Pernyataan Publikasi Laporan.....	iii
Prakata.....	iv
Abstrak.....	vi
<i>Abstract</i>	vii
Daftar Isi.....	viii
Daftar Gambar.....	xi
Daftar Tabel.....	xiii
Daftar Diagram.....	xiv
Daftar Lampiran.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup.....	2
1.2.1 Batasan dan Ruang Lingkup Permasalahan.....	2
1.3 Tujuan Perancangan.....	3
1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan DataKerja Praktik.....	3
1.5 Skema Perancangan.....	3
BAB II LANDASAN TEORI.....	5
2.1 SPA.....	5
2.1.1 Sejarah SPA.....	5
2.1.2 <i>Baby SPA</i>	5
2.2 Proses <i>Baby SPA</i>	6
2.2.1 <i>Baby Massage</i>	6
2.2.2 <i>Baby Yoga</i>	6

2.2.3 <i>Baby Swim</i>	7
2.3 Desain Komunikasi Visual.....	8
2.4 Logo.....	9
2.5 Warna.....	10
2.6 Promosi.....	10
2.6.1 Pengertian promosi.....	11
2.6.2 Tujuan Promosi.....	12
2.6.3 <i>Promotion Mix</i> / Bauran Promosi.....	12
BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH	14
3.1 Data dan Fakta.....	14
3.1.1 Perusahaan Terkait dan Fenomena <i>Baby SPA</i>	14
3.1.1.1 Profil Perusahaan DF <i>Clinic</i>	14
3.1.1.2 Kesimpulan Hasil Wawancara dengan Bpk. Ferdinand.....	18
3.1.1.3 Kesimpulan Hasil Kuesioner dari DF <i>Clinic</i>	19
3.1.1.4 Kesimpulan Hasil Wawancara dengan Dr. Andry.....	21
3.1.1.5 Kesimpulan Hasil Wawancara dengan Bidan Ranni.....	23
3.1.2 Tinjauan Terhadap Proyek atau Persoalan Sejenis.....	24
3.1.2.1 <i>SPA Baby</i>	24
3.2 Analisis Terhadap Permasalahan	
Berdasarkan Data dan Fakta.....	29
3.2.1 Strategi <i>Marketing</i>	29
3.2.1.1 Segmentasi.....	29
3.2.1.2 <i>Targeting</i>	30
3.2.1.3 <i>Positioning</i>	30
3.2.2 Analisa SWOT.....	30
3.2.2.1 <i>Strength</i>	30
3.2.2.2 <i>Weakness</i>	30
3.2.2.3 <i>Oppurtunity</i>	31
3.2.2.4 <i>Threat</i>	31

BAB IV PEMECAHAN MASALAH.....	32
4.1 Konsep Komunikasi.....	32
4.2 Konsep Kreatif.....	33
4.3 Konsep Media.....	35
4.3.1 Pengertian Media.....	35
4.3.2 Tujuan Media.....	36
4.3.3 Alasan Pemilihan Media.....	36
4.3.4 Strategi Pemilihan Media.....	38
4.3.5 Rencana Pemakaian Media.....	40
4.3.6 Jadwal Strategi Promosi.....	40
4.3.7 <i>Budgeting</i>	41
4.4 Hasil Karya.....	42
4.4.1 Logo.....	42
4.4.2 Poster Seri.....	43
4.4.3 <i>Booklet</i>	44
4.4.4 Iklan Majalah.....	48
4.4.5 <i>Flyer</i>	49
4.4.6 Neon Box.....	49
4.4.7 <i>Sign System</i>	50
4.4.8 <i>X-Banner</i>	51
4.4.9 Jejaring Sosial.....	52
4.4.10 Video.....	52
4.4.11 <i>Gymic</i>	56
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	 57
5.1 Kesimpulan.....	57
5.2 Saran.....	57
 DAFTAR PUSTAKA.....	 60
DAFTAR ISTILAH.....	61
LAMPIRAN.....	62
DATA PENULIS.....	107

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Skema Perancangan.....	4
Gambar 3.1	Gedung DF Tampak Depan.....	15
Gambar 3.2	Ruang Tunggu <i>Baby SPA DF Clinic</i>	16
Gambar 3.3	Ruang <i>Baby Massage</i>	17
Gambar 3.4	Ruang <i>Baby Yoga</i> dan <i>Baby Swim</i>	17
Gambar 3.5	Perlengkapan <i>Baby SPA</i> , Handuk.....	18
Gambar 3.6	Denah lokasi lt.1 <i>SPA BABY</i> , di Dharmawangsa.....	25
Gambar 3.7	Denah lokasi lt.2 <i>SPA BABY</i> , di Dharmawangsa.....	25
Gambar 3.8	Bagian Depan <i>SPA BABY</i> , di Dharmawangsa.....	26
Gambar 3.9	Ruang Tunggu <i>SPA BABY</i> , di Dharmawangsa.....	26
Gambar 3.10	Ruang <i>Baby Swim</i> dan <i>Baby Massage</i>	27
Gambar 3.11	Denah Lokasi <i>SPA BABY</i> , di Plaza Indonesia.....	27
Gambar 3.12	Bagian Depan <i>SPA BABY</i> , di Plaza Indonesia	28
Gambar 3.13	Ruang Tunggu <i>SPA BABY</i> , di Plaza Indonesia	28
Gambar 3.14	Ruang <i>Baby Swim</i> dan <i>Baby Massage</i>	29
Gambar 4.1	Desain Logo <i>Baby SPA DF Clinic</i>	42
Gambar 4.2	Desain Poster Seri.....	43
Gambar 4.3	Desain Cover <i>Booklet</i>	45
Gambar 4.4	Desain <i>Booklet</i> Halaman 1 dan 2.....	45
Gambar 4.5	Desain <i>Booklet</i> Halaman 3 dan 4.....	46
Gambar 4.6	Desain <i>Booklet</i> Halaman 5 dan 6.....	47
Gambar 4.7	Desain <i>Booklet</i> Halaman 7 dan 8.....	47
Gambar 4.8	Desain Iklan Majalah.....	48
Gambar 4.9	Iklan Majalah Ayah Bunda.....	48
Gambar 4.10	Desain <i>Flyer</i>	49
Gambar 4.11	Desain Neon Box.....	49
Gambar 4.12	Neon Box <i>DF Clinic</i>	50
Gambar 4.13	Ukuran <i>Detail Sign System</i>	50

Gambar 4.14	<i>Sign System</i>	51
Gambar 4.15	Desain <i>X-Banner</i>	51
Gambar 4.16	Facebook <i>Profile</i>	52
Gambar 4.17	<i>Screenshot</i> Video 00.00.00.....	53
Gambar 4.18	<i>Screenshot</i> Video 00.00.07.....	53
Gambar 4.19	<i>Screenshot</i> Video 00.00.14.....	53
Gambar 4.20	<i>Screenshot</i> Video 00.00.18.....	54
Gambar 4.21	<i>Screenshot</i> Video 00.00.20.....	54
Gambar 4.22	<i>Screenshot</i> Video 00.00.26.....	54
Gambar 4.23	<i>Screenshot</i> Video 00.00.45.....	55
Gambar 4.24	<i>Screenshot</i> Video 00.01.13.....	55
Gambar 4.25	<i>Screenshot</i> Video 00.01.17.....	55
Gambar 4.26	<i>Screenshot</i> Video 00.01.22.....	56
Gambar 4.27	Desain Sarung Tangan Bayi.....	56
Gambar 4.28	Desain Kaos Kaki.....	57
Gambar 4.29	Desain Celemek Bayi.....	57
Gambar 4.30	Desain Botol Dot.....	57
Gambar 4.31	Desain <i>Sticker</i>	58
Gambar 4.32	Desain <i>Papper Bag</i>	58

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Rencana Pemakaian Media.....	40
Tabel 4.2	Jadwal Strategi Promosi.....	40

DAFTAR DIAGRAM

Diagram 3.1	Pengetahuan Tentang <i>Baby SPA</i>	20
-------------	---	----

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A	Sketsa Logo.....	63
	Sketsa Media.....	70

DAFTAR ISTILAH

- *Bonding* : Meningkatkan hubungan batin atau emosi antara orang tua dan anak.
- *Layout* : Tata letak elemen-elemen desain terhadap suatu bidang dalam media tertentu untuk mendukung konsep/pesan yang akan disampaikan.
- *Media* : Proses pembelajaran komunikasi yang berupa penyampaian pesan. Kemudian menyalurkan pesan yang dapat merangsang pikiran, perasaan, kemauan, ketertarikan terhadap pesan yang disampaikan.
- *Promotion* : untuk memberi tahu, membujuk atau mengingatkan lebih khusus lagi.
- *SPA* : *Solus Per Aqua*
- *Tagline* : Slogan dalam iklan.