

ABSTRAK

Seiring dengan perkembangan teknologi dan sosial budaya, telah berkembang media-media dalam komunikasi, Salah satunya adalah terbentuknya Desain Komunikasi Visual. Dalam makalah ini, penulis menjelaskan tentang *Branding Teh Hitam Premium Walini sebagai Minuman Kesehatan yang Meningkatkan Kesehatan dengan Menangkal Radikal Bebas*. Bertujuan agar pembaca mengetahui lebih banyak apa dan bagaimana desain memasuki dan berperan dalam *membranding* atau memproduksi dan mempromosikan sebuah produk.

Penulis menggunakan metode pengumpulan data deskriptif analitis, karena penelitian ini bertujuan mendeskripsikan data yang diperoleh baik dari berbagai rujukan maupun dari lapangan yang kemudian dianalisis.

Penulis mendapat kesimpulan bahwa desain komunikasi visual sangat berperan dan erat kaitannya dalam media promosi produk, termasuk dalam perkembangan komunikasi sekarang ini.

DAFTAR ISI

Lembar Pengesahan	ii
Abstrak	iii
Kata Pengantar	iv
Pernyataan Orisinalitas Karya dan Laporan	vi
Pernyataan Publikasi	vii
Daftar Isi	viii
Daftar Diagram	xi
Daftar Tabel	xii
Daftar Gambar	xiii
Daftar Lampiran	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah dan Ruang Lingkup	
1.2.1 Rumusan Masalah	2
1.2.2 Ruang Lingkup	2
1.3 Tujuan Perancangan	2
1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	3
1.5 Skema Perancangan	4
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 <i>Branding</i>	
2.1.1 Pengertian <i>Branding</i>	5
2.1.2 Strategi <i>Branding</i>	5
2.1.3 Jenis <i>Branding</i>	7
2.2 Pemasaran	
2.2.1 Pengertian Pemasaran	8
2.2.2 Strategi dan Teknik dalam Pemasaran	8

	2.2.3 Rantai Pemasaran	11
2.3	Promosi	
	2.3.1 Pengertian Promosi	11
	2.3.2 Tujuan Promosi	11
	2.3.3 Promosi Kesehatan	12
	2.3.4 Strategi dan Teknik dalam Promosi	12
	2.3.5 Jenis Promosi	13
2.4	<i>Packaging</i>	
	2.4.1 Pengertian <i>Packaging</i>	14
	2.4.2 Jenis <i>Packaging</i>	15
	2.4.3 Fungsi <i>Packaging</i>	15

BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH

3.1	Data dan Fakta	
	3.1.1 Profil Perusahaan Walini	17
	3.1.1.1 Sejarah Perusahaan	17
	3.1.1.2 Visi dan Misi	17
	3.1.1.3 Produk	18
	3.1.2 Hasil Wawancara, Kuesioner, dan Survey	
	3.1.2.1 Wawancara	26
	3.1.2.2 Kuesioner	27
	3.1.2.3 Survey	28
	3.1.3 Tinjauan Terhadap Proyek/Persoalan Sejenis	29
	3.1.4 Gambaran Umum Teh	
	3.1.4.1 Sejarah Teh	39
	3.1.4.2 Budaya Minum Teh di Berbagai Negara Khususnya di Indonesia	41
	3.1.4.3 Jenis-jenis Teh Berdasarkan Cara Pengolahannya	43
	3.1.4.4 Jenis Kemasan Teh	49
	3.1.4.5 Manfaat Teh Hitam	50
	3.1.4.6 Kandungan Zat dalam Teh Hitam	52

3.2	Analisis Terhadap Permasalahan berdasarkan Data dan Fakta	53
3.2.1	SWOT (<i>Strength, Weakness, Opportunitys, Threat</i>)	54
3.2.2	STP (<i>Segmentation, Target Market, Positioning</i>)	55
 BAB IV PEMECAHAN MASALAH		
4.1	Konsep Komunikasi	57
4.2	Konsep Kreatif	58
4.2.1	Gaya Gambar	59
4.2.2	Gaya Layout	59
4.2.3	Typografi	59
4.2.4	Warna	60
4.2.5	Verbal	60
4.3	Konsep Media	61
4.3.1	Biaya	67
4.3.2	Timeline	67
4.4	Hasil Karya	68
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		
5.1	Kesimpulan	86
5.2	Kata Penutup	86
5.3	Saran	87

Daftar Pustaka

Daftar Istilah

Lampiran

Data Penulis

DAFTAR DIAGRAM

Diagram	1. Skema Perancangan	4
---------	----------------------	---

DAFTAR TABEL

Tabel	1. Keterangan Produk Teh Walini	20
	2. Produk Teh Walini Kotak 50 g	22
	3. Produk Teh Walini Kotak 100 g	24
	4. Produk Teh Walini Botol	25
	5. Produk Ken Tea	31
	6. Produk Sariwangi Teh Hitam Gold Selection	33
	7. Produk Dilmah Tea	36
	8. Produk Twinings Tea	38
	9. Tinjauan Produk Sejenis	38
	10. Sejarah dikenalnya Teh	40
	11. Budaya Minum Teh di Berbagai Negara	42
	12. Perbandingan Jenis-Jenis Teh	47
	13. Substansi Katekin	51
	14. Biaya	67
	15. <i>Time Line</i>	67
	16. Kemasan Gelas	74
	17. Kemasan Kotak 50 gr	76
	17. Kemasan Kotak 50 gr	76
	18. Kemasan Kotak 200 gr	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar	1. Rantai Pemasaran	11
	2. Teh Walini	19
	3. Ken Tea	29
	4. Sariwangi Teh Premium	31
	5. Dilmah Tea	34
	6. Twinings Tea	36
	7. Daun teh	43
	8. Logo	68
	9. Transformasi Logo	69
	10. Kemasan Gelas	72
	11. Kemasan Kotak 50 gr	74
	12. Kemasan Kotak 200 gr	76
	13. Iklan Jakarta Post	78
	14. Iklan Majalah SWA	79
	15. Iklan Majalah Dewi	80
	16. Iklan Majalah Femina	81
	17. Iklan Majalah Femina (sponsor)	82
	18. <i>Press Kit</i>	82
	19. <i>Stand</i> Supermarket	83
	20. Iklan Website	84
	21. Katalog Kartu Kredit	84
	22. <i>Lounge</i>	85

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	A. Wawancara dengan pakar teh	98
	B. Wawancara dengan direktur salah satu perusahaan teh	101
	C. Hasil kuisioner	103
	D. Proses Visual dan Sketsa	107