

DAFTAR ISI

COVER DALAM	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup	
1.2.1 Identifikasi Masalah	3
1.2.2 Rumusan Masalah	4
1.2.3 Ruang Lingkup	5
1.3 Tujuan Perancangan	6
1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	6
1.4.1 Sumber data primer	6
1.4.2 Sumber data sekunder	6
1.5 Skema Perancangan	7
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Fashion	8
2.1.1 <i>Clothing company</i> dan <i>distro</i>	9

2.2 Brand	10
2.3 Gaya Hidup <i>Brand Minded</i>	11
2.4 Kampanye	14
2.4.1 Jenis-jenis Kampanye	15
2.5 Promosi	16
2.6 Kebiasaan Konsumen Berbelanja	16
2.7 Faktor yang Mempengaruhi Kebiasaan Konsumen Berbelanja	17
2.8 Target Audiens	19
BAB III	DATA DAN ANALISIS MASALAH
3.1 Data dan Fakta	21
3.1.1 Perusahaan / Dinas Terkait	21
3.1.1.1 Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Jawa Barat	21
3.1.1.2 DEKRANASDA JABAR	27
3.1.1.3 Data <i>Brand Clothing</i> Lokal	27
3.1.14 Hasil Data Lapangan	29
3.1.2 Proyek Sejenis Sebagai Perbandingan	36
3.2 Analisis Permasalahan	38
3.2.1 Analisis Karakteristik Target Audiens Berdasarkan Hasil Kuesioner	39
3.2.2 Analisis Berdasarkan SWOT	40
3.3 Segmentasi, Targeting, dan Positioning	41
BAB IV	PEMECAHAN MASALAH
4.1 Konsep Komunikasi	43
4.2 Konsep Kreatif	44
4.3 Konsep Media	45
4.4 Hasil Karya	46

4.4.1	Judul dan Logo Kampanye	46
4.4.2	<i>Tagline</i> Kampanye	50
4.4.3	Pengaplikasian Konsep Kampanye Serta Media Kampanye	50
4.5	<i>Timeline</i> Kampanye	83
4.6	<i>Budgetting</i>	84
BAB V	KESIMPULAN dan SARAN	
5.1	Kesimpulan	85
5.2	Saran Penulis	86
DAFTAR PUSTAKA		xiv
DAFTAR LAMPIRAN		xvi
DATA DIRI		xvii

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Data kunjungan wisatawan kota Bandung tahun 2008	24
Tabel 2.2	Data kunjungan wisatawan kota Bandung tahun 2009	25
Tabel 2.3	Data kunjungan wisatawan kota Bandung tahun 2010	25
Tabel 2.4	Data kunjungan wisatawan kota Bandung tahun 2011	26
Tabel 4.1	<i>Timeline</i> Kampanye	83

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	<i>Brand clothing</i> lokal	09
Gambar 3.1	Dinas Pariwisata	21
Gambar 3.2	Dekranasda Jabar	27
Gambar 3.3	Brand Dagadu & Joger	37
Gambar 3.4	18th Park	38
Gambar 4.1	Logo final Bandung Dresscode Invashion	47
Gambar 4.2	Atap gedung sate	48
Gambar 4.3	Icon <i>T-shirt</i> pada logo	48
Gambar 4.4	Warna merah pada logo	49
Gambar 4.5	<i>Tagline</i> kampanye	50
Gambar 4.6	Poster <i>awareness</i>	51
Gambar 4.7	Poster <i>awareness</i> seri bahasa Indonesia ke dua	52
Gambar 4.8	Poster <i>awareness</i> seri bahasa sunda	53
Gambar 4.9	Poster ajakan 2 seri	54
Gambar 4.10	Halaman <i>home webstite</i>	55
Gambar 4.11	<i>Home page website 2</i>	56
Gambar 4.12	Tampilan halaman <i>shop</i> pada <i>website</i>	57
Gambar 4.13	Tampilan halaman <i>Brand</i> pada <i>website</i>	58
Gambar 4.14	Tampilan halaman <i>Brand – Product</i> pada <i>website</i>	59
Gambar 4.15	Tampilan halaman <i>Brand – location</i> pada <i>website</i>	60
Gambar 4.16	Tampilan halaman <i>Brand – info</i> pada <i>website</i>	61

Gambar 4.17	Tampilan halaman <i>Shop</i> pada <i>website</i>	62
Gambar 4.18	Tampilan halaman <i>Campaign</i> pada <i>website</i>	63
Gambar 4.19	Tampilan halaman <i>Campaign – Introduction</i> pada <i>website</i>	64
Gambar 4.20	Tampilan halaman <i>Campaign – Gallery</i> pada <i>website</i>	65
Gambar 4.21	Tampilan halaman <i>Campaign – event</i> pada <i>website</i>	66
Gambar 4.22	Tampilan akun facebook kampanye	67
Gambar 4.23	Tampilan akun twitter kampanye	67
Gambar 4.24	Poster publikasi acara	68
Gambar 4.25	Baliho publikasi acara	69
Gambar 4.26	Umbul-umbul publikasi acara	70
Gambar 4.27	Aplikasi iklan majalah	71
Gambar 4.28	Aplikasi iklan koran	72
Gambar 4.29	Tiket masuk acara	73
Gambar 4.30	<i>Hangtag</i> produk acara	73
Gambar 4.31	Cover booklet acara	74
Gambar 4.32	Halaman 1 booklet	74
Gambar 4.33	Halaman 2 booklet	75
Gambar 4.34	Halaman 3 booklet	75
Gambar 4.35	Halaman 4 booklet	76
Gambar 4.36	Halaman 5 booklet	76
Gambar 4.37	Halaman 6 booklet	77
Gambar 4.38	Halaman 7 booklet	77
Gambar 4.39	Halaman 8 booklet	78
Gambar 4.40	Halaman 9 booklet	78

Gambar 4.41	Halaman 10 booklet	79
Gambar 4.42	Halaman 11 booklet	79
Gambar 4.43	<i>Gimmick Pin</i>	80
Gambar 4.44	<i>Pin Package</i>	80
Gambar 4.45	<i>Gimmick sticker</i>	81
Gambar 4.46	<i>Sticker Set</i>	81
Gambar 4.47	<i>T-shirt kampanye & event</i>	82

DAFTAR ISTILAH

- Tagline : Slogan dalam promosi.
- Timeline : Perencanaan waktu suatu kegiatan atau urutan kejadian berdasarkan waktu
- Logo : Huruf atau lambang yang mengandung makna.
- Font : Huruf atau tulisan.
- Segmentasi : Pembagian struktur sosial ke dalam unit-unit tertentu yang sama.
- Fashion : Suatu gaya yang sedang populer, khususnya pada hal seperti pakaian, sepatu, aksesoris, dan segala sesuatu yang digunakan tubuh.
- Brand : Nama, istilah, tanda, simbol, atau rancangan atau kombinasi dari hal-hal tersebut.
- Brand Minded : orientasi yang tertuju pada brand-brand eksklusif yang terkenal.
- Kampanye : Kegiatan untuk mempengaruhi masyarakat dengan merencanakan serangkaian kegiatan/usaha tertentu untuk menjangkau tujuan tertentu dalam waktu tertentu.