

ABSTRAK

Celine Sugiharto

Re-Branding Andrawina Pet Center

Melihat perkembangan dunia hewan peliharaan yang semakin pesat ditandai dengan lahirnya pet center di tempat-tempat yang strategis, kian menjadikan bisnis tersebut semakin ketat dalam persaingan.

Andrawina Pet Center yang telah berdiri sejak tahun 2002 mengalami kemunduran dalam pendapatan tetap karena persaingan yang ditimbulkan oleh pet center-pet center yang baru dengan tampilan yang lebih *fresh* dan tawaran yang lebih beragam.

Dengan adanya permasalahan diatas dapat ditanggulangi dengan re-branding yaitu perancangan Desain Komunikasi Visual dan strategi marketing yang tepat. Melalui perancangan re-branding ini, penulis mengharapkan keseluruhan perancangan ini dapat bermanfaat baik secara langsung dan tidak langsung terhadap Andrawina Pet Center dan menjadikan pet center ini berbeda dari para pesaingnya sehingga juga dapat mempengaruhi arah perkembangan ekonomi Andrawina Pet Center menjadi lebih baik.

Celine Sugiharto

KATA PENGANTAR

Tugas Akhir ini merupakan tugas yang harus diselesaikan dalam rangka memenuhi persyaratan akademik untuk mencapai gelar Sarjana Strata Satu pada Jurusan Desain Komunikasi Visual Fakultas Seni Rupa dan Desain Universitas Kristen Maranatha.

Pengantar Karya Tugas Akhir ini terdiri atas empat bab, yaitu:

- Bab I Pendahuluan
- Bab II Tinjauan Masalah
- Bab III Pemecahan Masalah
- Bab IV Kesimpulan dan Saran

Penulis memanjatkan puji syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa karena berkat rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.

Penulis juga mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Gai Suhardja, Ph.D, selaku Dekan Fakultas Seni Rupa dan Desain Universitas Kristen Maranatha.
2. Ibu Dra. Christine Lukman., M.Ds, selaku Ketua Jurusan Desain Komunikasi Visual Fakultas Seni Rupa dan Desain Universitas Kristen Maranatha.
3. Ibu Dra. Wieke Tasman, selaku Sekretaris Jurusan Desain Komunikasi Visual Fakultas Seni Rupa dan Desain Universitas Kristen Maranatha.
4. Ibu Dra. Irawati, selaku Koordinator Tugas Akhir Angkatan 2007 Jurusan Desain Komunikasi Visual Fakultas Seni Rupa dan Desain Universitas Kristen Maranatha.
5. Ibu Monica Hartanti, S.Sn., selaku Dosen Pembimbing I yang telah membimbing penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.
6. Bapak Dian Nurhadiyanto, S.Sn., selaku Dosen Pembimbing II yang telah membimbing penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.
7. Ibu Dra. Irawati, selaku Dosen Penguji yang telah meluangkan waktu, memberikan kritik dan masukan kepada penulis.

8. Ibu Dra. Naniwati S, selaku Dosen Penguji yang telah meluangkan waktu, memberikan kritik dan masukan kepada penulis.
9. Ibu Dra. Nina Nurviana, selaku Dosen Penguji yang telah meluangkan waktu, memberikan kritik dan masukan kepada penulis.
10. Ibu Drh. Endang Soeryo, MBA., selaku pemilik Andrawina Pet Center yang telah membantu menyediakan data yang diperlukan.
11. Keluarga yang telah memberikan dorongan semangat kepada penulis.
12. Andy Winata yang telah meluangkan waktunya untuk membantu penulis dan banyak memberikan saran serta dorongan kepada penulis dalam proses penyusunan Tugas Akhir.
13. Teman-teman jurusan Desain Komunikasi Visual yang mengikuti Tugas Akhir yang telah memberi dukungan dan membantu proses penyelesaian Tugas Akhir kepada penulis.
14. Semua Pihak yang telah membantu dalam proses penyusunan Tugas Akhir ini, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Semoga karya Tugas Akhir ini dapat berguna bagi semua pihak. Kritik dan saran akan diterima dengan senang hati.

Bandung, Januari 2008

Celine Sugiharto

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN HASIL KARYA PRIBADI	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR DAN UCAPAN TERIMA KASIH	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	4
1.3 Rumusan Masalah	5
1.4 Tujuan Perancangan	5
1.5 Ruang Lingkup Perancangan	5
1.6 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	6
1.6.1 Sumber Data	6
1.6.2 Teknik Pengumpulan Data	6

BAB II TINJAUAN MASALAH

2.1 Kajian Pustaka	9
2.1.1 Desain Komunikasi Visual	9
2.1.2 Re-Branding	10
2.1.3 Pengertian Pemasaran dan Iklan	10
2.1.3.1 Tujuan Periklanan	13
2.1.3.2 Jenis - Jenis Iklan	14
2.1.4 Pet Center dan Hewan Peliharaan	15
2.1.5 Zoonosis	16
2.1.6 Perkembangan Dunia Hewan Peliharaan	20
2.2 Tinjauan Faktual	21

2.3 Gagasan awal _____	23
------------------------	----

BAB III PEMECAHAN MASALAH

3.1 Objek Perancangan _____	24
3.2 Target Audience _____	25
3.3 Konsep Perancangan _____	26
3.3.1 Perencanaan Media _____	26
3.3.2 Perencanaan Kreatif _____	35
3.3.2.1 Konsep Verbal _____	35
3.3.2.2 Konsep Visual _____	35
3.3.3 Biaya Media / Budgeting _____	40
3.3.4 Visualisasi Karya _____	41
• Proses _____	
○ Sketsa _____	41
○ Thumbnails _____	42
• Corporate Identity _____	43
○ Stationery _____	
I. Kop Surat, Amplop, Kartu Nama _____	43
II. Stempel _____	43
III. Nota Penjualan _____	44
IV. Hang Tag _____	44
V. Stiker Harga _____	45
○ Seragam _____	45
○ Tanda Pengenal Staff _____	46
○ Kartu Anggota _____	46
○ Shopping Bag _____	46
• Brosur _____	47
• Flyer _____	47
• Poster _____	48
• Web Banner _____	48
• Iklan Majalah _____	49
• Neonbox _____	49
• Spanduk _____	49

• Tanda Keterangan Area _____	50
• Keterangan Kandang _____	50
• Tanda Keterangan Pasien _____	51
• Gimmick _____	51
○ Jam Dinding _____	51
○ Pin _____	51
○ Stiker _____	52
• Merchandise _____	52
○ Dog Leather Collar _____	52
○ Dog Tag _____	53
• Tempat Kartu Anggota _____	53
• Website _____	54
• Interior _____	54
○ Tampilan Luar Bangunan _____	54
○ Tampilan Dalam Toko _____	55
○ Kasir & Rak _____	55

BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan _____	56
4.2 Saran _____	57
4.2.1 Diri sendiri _____	57
4.2.2 Civitas Akademika _____	57
4.2.3 Masyarakat Umum _____	58

DAFTAR PUSTAKA _____	56
LAMPIRAN _____	60
DATA PENULIS _____	62

DAFTAR TABEL

Tabel kerangka berpikir 1	7
Tabel kerangka berpikir II	8
Tabel Biaya Media	40