

ABSTRAK

Bellen Larissa :

Promosi
Perancangan Promosi Produk Kosmetik Salsa

Salsa merupakan salah satu perusahaan Indonesia yang bertempat di Jawa Timur, Surabaya dan bergerak di bidang kecantikan dengan memproduksi berbagai macam kosmetik untuk memenuhi kebutuhan wanita akan produk kecantikan. Namun, meskipun telah lama berdiri, hingga kini Salsa masih belum terlalu dikenal dikalangan masyarakat sehingga mengakibatkan adanya kesulitan dalam hal penjualan. Promosi yang kurang gencar juga merupakan salah satu faktor yang memperngaruhi terjadinya masalah di atas. Oleh karena itu, untuk membantu Salsa menghadapi permasalahannya maka dibutuhkan sebuah perancangan promosi yang tepat guna meningkatkan *brand awareness* masyarakat akan keberadaan Salsa.

Kata kunci :

Promosi, Salsa *Cosmetics*, Media Promosi

ABSTRACT

Bellen Larissa :

Promotion Media
Promotion Design of Salsa Cosmetics Product

Salsa is one of the Indonesia's companies that located in East Java, Surabaya and focus on producing various of cosmetics product to fulfill woman's need of beauty desire. However, Salsa is still not very well known among the public even though they're already been in this industry since a long time ago. This brings an impact in Salsa's sales and revenue. One of the factors of the reduction also caused by the lack of strategy in the promotion. Therefore, in order to overcome this problem, Salsa needs to analyze and manage new promotion strategy to increase brand awareness within customers.

Keywords :

Promotion, Salsa *Cosmetics*, Promotion Media

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	iii
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
UCAPAN TERIMA KASIH.....	vi
ABSTRAK.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
1. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan Rancangan.....	3
1.4 Batasan Lingkungan Perancangan.....	3
1.5 Manfaat Perancangan.....	3
1.5.1 Bagi Mahasiswa.....	3
1.5.2 Bagi Institusi.....	3
1.5.3 Bagi Perusahaan.....	4
1.6 Definisi Operasional.....	4
1.7 Metode Perancangan.....	4
1.7.1 Data yang Dibutuhkan.....	4
1.7.1.1 Data Primer.....	4
1.7.1.2 Data Sekunder.....	5
1.7.2 Metode Pengumpulan Data.....	5
1.7.3 Instrumen/Alat Pengumpulan Data.....	6
1.8 Metode Analisa Data.....	6
1.9 Skematika Perancangan.....	8
2. IDENTIFIKASI DAN ANALISIS DATA	
2.1 Landasan Teori.....	9

2.1.1	<i>Pemasaran</i>	9
2.1.2	Bauran Pemasaran.....	9
2.1.3	Promosi.....	10
2.1.4	Periklanan (Advertising).....	10
2.1.5	Media Periklanan.....	10
2.1.6	Promosi Penjualan (Sales Promotion).....	11
2.1.7	Analisis SWOT.....	12
2.2	Data Perusahaan.....	13
2.2.1	Nama Perusahaan.....	13
2.2.2	Logo Perusahaan.....	13
2.2.3	Sejarah Perusahaan.....	13
2.2.4	Produk yang Dipasarkan.....	14
2.2.5	Potensi Perusahaan.....	15
2.2.6	Lokasi Perusahaan.....	16
2.2.7	Data Visual.....	16
2.3	Data Produk.....	17
2.3.1	Nama <i>Brand</i>	17
2.3.2	Spesifikasi Produk.....	17
2.3.3	Harga Produk.....	17
2.3.4	<i>Positioning</i> Produk.....	20
2.3.5	Konsumen (<i>Target Audience</i>).....	20
2.3.6	Data Visual Produk.....	21
2.3.7	Kegiatan dan Media Promosi.....	23
2.4	Analisis Pemasaran.....	23
2.4.1	<i>Market Positioning</i>	23
2.4.1.1	Market Share.....	23
2.4.1.2	Distribusi.....	23
2.4.1.3	Konsumen.....	23
2.4.1.4	Citra Perusahaan.....	24
2.4.1.5	Konsentrasi Pasar.....	24
2.5	Analisa Kompetitor.....	24
2.5.1	Implora.....	24
2.5.1.1	Nama dan Alamat Perusahaan.....	24
2.5.1.2	Jenis dan Spesifikasi Produk.....	24
2.5.1.3	Analisa Kualitas Produk.....	24
2.5.1.4	Target Market.....	25
2.5.1.5	Konsentrasi Pasar.....	25
2.5.1.6	Kegiatan dan Promosi.....	25
2.5.2	<i>Just Miss</i>	26
2.5.2.1	Nama dan Alamat Perusahaan.....	26
2.5.2.2	Jenis dan Spesifikasi Produk.....	26
2.5.2.3	Analisa Kualitas Produk.....	27
2.5.2.4	Target Market.....	27
2.5.2.5	Konsentrasi Pasar.....	27
2.5.2.6	Kegiatan dan Promosi.....	27
2.6	Analisa data.....	28
2.7	Kesimpulan Analisa Data.....	29
2.8	Analisa Hasil Wawancara.....	30

2.8.1 Analisa Hasil Wawancara Terhadap Pemilik.....	30
2.8.2 Analisa Hasil Wawancara Terhadap Target Market.....	31
3. KONSEP PERANCANGAN	
3.1 Konsep Pemasaran.....	33
3.1.1 Tujuan dan Strategi Pemasaran.....	33
3.1.1.1 Tujuan Pemasaran Jangka Pendek.....	33
3.1.1.2 Tujuan Pemasaran Jangka Panjang.....	33
3.1.2 Tujuan dan Strategi Promosi.....	34
3.2 Konsep Media.....	35
3.2.1 Tujuan Media.....	35
3.2.2 Strategi Media.....	35
3.2.2.1 Khalayak Sasaran.....	35
3.2.2.2 Paduan Media.....	37
3.2.3 Program Media.....	41
3.2.4 Biaya Media.....	42
3.3 Konsep Kreatif.....	43
3.3.1 Tujuan Kreatif.....	44
3.3.2 Strategi Kreatif.....	45
3.3.2.1 Isi Pesan (What to Say)	45
3.3.2.2 Bentuk Pesan (How to Say)	45
3.3.3 Program Kreatif.....	46
3.3.3.1 Pendukung Tema Perancangan.....	46
4. PROSES DESAIN ATAU VISUALISASI	
4.1 Penjaringan Ide Desain.....	52
4.1.1 Konsep Desain.....	52
4.1.2 Tujuan Desain.....	52
4.1.3 Strategi Desain.....	52
4.2 Pengembangan Bentuk Visual.....	53
4.2.1 <i>Thumbnail</i>	53
4.2.2 <i>Tightissue</i>	59
4.2.3 <i>Final</i>	64
4.3 Katalog Pameran Tugas Akhir.....	71
4.4 <i>Feedback</i> Pelaksanaan Promosi	74
5. PENUTUP	
5.1 Kesimpulan.....	76
5.2 Saran.....	76
DAFTAR REFERENSI.....	77
LAMPIRAN	79
DAFTAR MATERI PENYERTA	

DAFTAR GAMBAR

1.1 Perusahaan Salsa.....	1
1.2 Skematika Perancangan.....	4
2.1 Logo Salsa <i>Cosmetics</i>	13
2.2 Peta Lokasi Perusahaan.....	16
2.3 Tampak Depan Perusahaan Salsa.....	16
2.4 Pabrik Kosmetik Salsa.....	17
2.5 Produk Kosmetik Salsa.....	21
2.6 Produk Perawatan Salsa.....	21
2.7 Brosur Kosmetik Salsa.....	22
2.8 Brosur Kosmetik Salsa.....	22
2.9 Logo Kosmetik Implora.....	24
2.10 Tampilan <i>Website</i> Implora.....	25
2.11 Tampilan Instagram Implora.....	26
2.12 Logo <i>Just Miss</i>	26
2.13 Tampilan Instagram <i>Just Miss</i>	28
2.14 Tampilan <i>Website Just Miss</i>	28
4.1 <i>Thumbnail</i> Brosur Salsa <i>Cosmetics</i>	53
4.2 <i>Thumbnail</i> Katalog Salsa <i>Cosmetics</i>	54
4.3 <i>Thumbnail X-banner</i> Salsa <i>Cosmetics</i>	55
4.4 <i>Thumbnail Packaging</i> Salsa <i>Cosmetics</i>	55
4.5 <i>Thumbnail P.O.P</i> Salsa <i>Cosmetics</i>	56
4.6 <i>Thumbnail Pouch</i> Salsa <i>Cosmetics</i>	56

4.7	<i>Thumbnail E-voucher Salsa Cosmetics</i>	56
4.8	<i>Thumbnail Thank You Card Salsa Cosmetics</i>	57
4.9	<i>Thumbnail Shipping Label Salsa Cosmetic</i>	57
4.10	<i>Thumbnail Website Salsa Cosmetics</i>	58
4.11	<i>Thumbnail Instagram & Facebook Salsa Cosmetic</i>	58
5.0	<i>Tightissue Brosur Salsa Cosmetics</i>	59
5.1	<i>Tightissue Katalog Salsa Cosmetics</i>	59
5.2	<i>Tightissue X-banner Salsa Cosmetics</i>	60
5.3	<i>Tightissue Packaging Salsa Cosmetics</i>	60
5.4	<i>Tightissue P.O.P Salsa Cosmetics</i>	61
5.5	<i>Tightissue Pouch Salsa Cosmetics</i>	61
5.6	<i>Tightissue E-voucher Salsa Cosmetics</i>	62
5.7	<i>Tightissue Thank You Card Salsa Cosmetics</i>	62
5.8	<i>Tightissue Shipping Label Salsa Cosmetic</i>	62
5.9	<i>Tightissue Website Salsa Cosmetics</i>	63
5.10	<i>Tightissue Instagram & Facebook Salsa Cosmetic</i>	64
6.0	<i>Final Brosur Salsa Cosmetics</i>	64
6.1	<i>Final Katalog Salsa Cosmetics</i>	65
6.2	<i>Final X-banner Salsa Cosmetics</i>	66
6.3	<i>Final Packaging Salsa Cosmetics</i>	66
6.4	<i>Final P.O.P Salsa Cosmetics</i>	67
6.5	<i>Final Pouch Salsa Cosmetics</i>	67
6.6	<i>Final E-voucher Salsa Cosmetics</i>	68
6.7	<i>Final Thank You Card Salsa Cosmetics</i>	68

6.8	<i>Final Shipping Label Salsa Cosmetic</i>	69
6.9	<i>Final Website Salsa Cosmetics</i>	69
6.10	<i>Final Instagram & Facebook Salsa Cosmetic</i>	70
7.0	Buku Konsep A3.....	71
7.1	Poster Konsep A2	73
7.2	Katalog Konsep.....	73
8.0	Akun Instagram @nicolesmakeup_.....	75
8.1	Video <i>Instastory</i> @nicolesmakeup_.....	75

DAFTAR LAMPIRAN

1. Form Kelengkapan Karya Tugas Akhir.....	79
2. Form Berita Acara Bimbingan Tugas Akhir.....	80
3. Form Berita Acara Bimbingan Tugas Akhir (sambungan).....	81
4. Form Berita Acara Bimbingan Tugas Akhir.....	82
5. Form Berita Acara Bimbingan Tugas Akhir (sambungan).....	83
6. Form Berita Acara Bimbingan Tugas Akhir (sambungan)	84
7. Form Berita Acara Bimbingan Tugas Akhir (sambungan).....	85
8. Form Berita Acara Bimbingan Tugas Akhir	86
9. Form Berita Acara Bimbingan Tugas Akhir (sambungan).....	87
10. Form Berita Acara Bimbingan Tugas Akhir (sambungan).....	88
11. Form Berita Acara Bimbingan Tugas Akhir (sambungan).....	89
12. Form Kelayakan Mengikuti Sidang Akhir.....	90