

ABSTRAK

Tirta Agung

Perancangan Komunikasi Visual

Grand Opening Gerai STARBUCKS *Coffee*

Panglima Sudirman, Surabaya.

STARBUCKS *Coffee* merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang perkopian. Nama besar STARBUCKS telah menjadi jaminan terhadap produk-produk yang dihasilkan. Tujuan utamanya adalah menjadikan STARBUCKS sebagai tempat ketiga bagi pengunjungnya. Tempat ketiga selain rumah dan tempat beraktifitas. Keberadaan STARBUCKS *Coffee* tidak diragukan lagi, karena STARBUCKS *Coffee* telah memiliki citra yang mantap dan mendunia. Target yang ingin dicapai di Surabaya adalah ingin mendekati diri kepada masyarakat sesuai dengan citra dan tujuan STARBUCKS *Coffee*. Akan tetapi STARBUCKS *Coffee* masih tergolong baru di Surabaya sehingga perlu pendekatan diri dengan cara *launching* semacam *Grand Opening* untuk mencapai target tersebut. Oleh karena itu konsep perancangan komunikasi visual *Grand Opening* ini menitikberatkan pada pengenalan citra STARBUCKS *Coffee* yang hangat, nyaman, dan terbuka melalui media-media dan desain yang sesuai dengan citra perusahaan tersebut.

Kata kunci:

Grand Opening , citra perusahaan, konsep perancangan.

ABSTRACT

Tirta Agung

Visual Communication Design

*Grand Opening of*STARBUCKS *Coffee*

at Panglima Sudirman, Surabaya.

STARBUCKS *is a well known coffee company. The company brings great products and services to the customer. The company's objective is to establish STARBUCKS as the third place after home and office to its customer. STARBUCKS Coffee has been trusted by its customer and also has been recognized as the most respected brand in the world. The company plans to expand its retail to Surabaya. To achieve this goal, the company brings it self to be closer to the people of Surabaya. To introduce its products in Surabaya, the company plans to launch its Grand Opening. Because of that reason, the visual communication design concept of STARBUCKS' Grand Opening is pointing to its warmth, comfortable and welcoming by creating the perfect design.*

Key words:

Grand Opening, company profile, design concept.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PENGALIHAN HAK ATAS KEKAYAAN INTELEKTUAL	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
1. PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	2
1.3. Tujuan dan Manfaat Perancangan.....	2
1.4. Metode Perancangan.....	3
1.5. Skematika Perancangan.....	4
2. IDENTIFIKASI DATA DAN INVENTARISASI.....	5
2.1. Identifikasi Data dan Inventarisasi.....	5
2.1.1. Data Produk.....	5
2.1.2. Sekilas Tentang STARBUCKS <i>Coffee</i>	5
2.1.3. Logo Perusahaan.....	8
2.1.4. Data Pemasaran.....	8
2.2. Analisis Data	14
2.2.1. Tinjauan Teoritis Analisis.....	14
2.2.2. Kesimpulan Analisis Data.....	16
3. KONSEP PERANCANGAN DESAIN.....	18
3.1. Sintesis.....	18
3.1.1. Tujuan dan Strategi Pemasaran.....	18
3.1.2. Tujuan dan Strategi Komunikasi Periklanan.....	19
3.2. Perencanaan Media.....	21
3.2.1. Tujuan Media	21
3.2.2. Strategi Media.....	24
3.2.3. Program Media.....	29
3.2.4. Biaya.....	32
3.3. Perencanaan Kreatif.....	34
3.3.1. Tujuan Kreatif.....	34
3.3.2. Strategi Kreatif.....	35

3.3.3. Program Kreatif.....	37
3.3.4. Biaya.....	47
4. <i>LAYOUT</i> PENGEMBANGAN IDE.....	54
4.1. Alternatif Desain.....	54
4.2. Evaluasi/ Seleksi.....	65
4.3. <i>Final Art Work</i>	73
5. PENUTUP.....	81
DAFTAR PUSTAKA.....	82
LAMPIRAN.....	83
DAFTAR MATERI PENYERTA	

DAFTAR GAMBAR

2.1. Logo Perusahaan	8
----------------------------	---

DAFTAR TABEL

2.1. Prosentase Pengunjung Berdasar Tingkat Usia Per Bulan.....	9
2.2. Prosentase Produk Minuman Terjual Per Bulan.....	9
2.3. Prosentase Waktu Kunjungan Konsumen Per Bulan.....	10
3.1. Program Media <i>Grand Opening</i> Gerai STARBUCKS <i>Coffee</i> Panglima Sudirman	31

DAFTAR LAMPIRAN

1. Sarana Komunikasi Visual yang Telah Ada.....	83
2. Form Berita Acara Bimbingan Tugas Akhir.....	85
3. Form Kelayakan Mengikuti Sidang Evaluasi Akhir Tugas Akhir.....	88