

**PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL UNTUK  
BRAND ACTIVATION “CATS AND COFFEE”  
SELOKAN MATARAM, GEJAYAN, YOGYAKARTA**



**KARYA DESAIN**

Restu Yudha Pamungkas

0911897024

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL  
JURUSAN DESAIN FAKULTAS SENI RUPA  
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA  
2016**

Proposal Tugas Akhir berjudul :

**Perancangan Komunikasi Visual Untuk Brand Activation “CATS AND COFFEE” Selokan Mataram, Gejayan, Yogyakarta**

Diajukan oleh Restu Yudha Pamungkas, NIM 0911897024

Program Studi Desain Komunikasi Visual, Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa  
Institusi Seni Indonesia Yogyakarta, telah disetujui Tim Pembina Tugas Akhir  
pada tanggal 24 Juni 2016 dan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Pembimbing I/ Anggota

**Drs. Wibowo, M.Sn.**

NIP 19570318 198703 1 002

Pembimbing II/ Anggota

**P. Gogor Bangsa, M.Sn.**

NIP 19700106 200801 1 017

Cognate/ Anggota

**Aditya Utama S.Sos., M.Sn.**

NIP 19840909 201404 1 001

Kaprodi/ Anggota

**Drs. Hartono Karnadi, M.Sn.**

NIP 19650209 199512 1 001

Ketua Jurusan Desain/ Ketua

**Drs. Baskoro SB, M. Sn.**

NIP 19650522 199203 1 003

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Seni Rupa  
Institut Seni Indonesia Yogyakarta

**Dr. Suastiwi M. Des.**

NIP 19590802 198803 2 002

## PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama : Restu Yudha Pamungkas

NIM : 0911897024

Fakultas : Seni Rupa

Jurusan : Desain

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Judul : PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL UNTUK  
BRAND ACTIVATION “CATS AND COFFEE”  
SELOKAN MATARAM, GEJAYAN, YOGYAKARTA.

Dengan ini menyatakan bahwa proses penelitian yang ada dalam laporan tugas akhir ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan oleh pihak lain. Pernyataan ini dibuat dengan penuh tanggung jawab dan kesadaran tanpa paksaan dari pihak manapun.

Yogyakarta, 22 Juli 2016

Restu Yudha Pamungkas

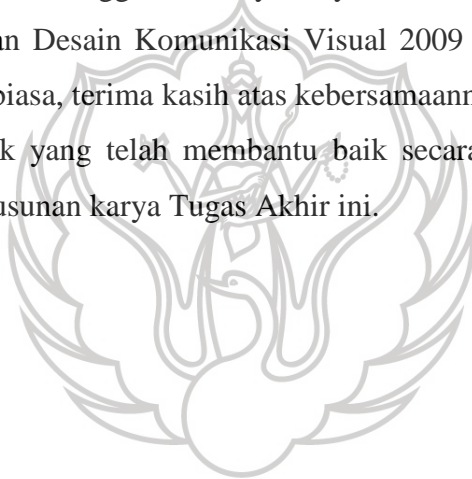
## PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kehadirat Allah SWT, atas berkah dan limpahanNya yang pada akhirnya penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Tugas Akhir ini dibuat sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar kesarjanaan Desain Komunikasi Visual, Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta.

Penulis menyadari bahwa dalam penyelesaian dan penyusunan Tugas Akhir ini tidak lepas dari dorongan, bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak. Dengan rasa hormat, pada kesempatan ini disampaikan juga ucapan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. M. Agus Burhan, M. Hum selaku Rektor Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta
2. Dr. Suastiwi, M.Des selaku Dekan Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta
3. Bapak Drs. Baskoro SB, M. Sn., selaku Kepala Jurusan Studi Desain Komunikasi Visual Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
4. Bpk. Drs. Hartono Karnadi, M.Sn., selaku Kaprodi Studi Desain Komunikasi Visual Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
5. Bpk. Drs. Wibowo, M.Sn., selaku pembimbing I yang sudah banyak meluangkan waktu dalam perkembangan saya dalam pengerjaan Tugas Akhir ini.
6. Bpk. P. Gogor Bangsa, S.sn., M.Sn., selaku dosen pembimbing II yang sangat memperhatikan dan memberi saran yang bermanfaat dalam penulisan karya ini.
7. Seluruh Dosen dan Staf program Studi Desain Komunikasi Visual, Jurusan Desain, dan seluruh staf Akmawa Seni Rupa, dan Perpustakaan Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
8. Mama dan Papa yang dengan sabar menunggu saya lulus, atas doa-doanya saya selalu mendapat perlindunganNya.
9. Kakakku mbak Yayas dan adiku Hega, terima kasih dukungannya.

10. Keluarga kecilku, Pantera Nina Listyaningsih dan jagoan kecilku Elvio Xavier Waratmaja yang selalu menemani dan memberi dukungan di setiap waktu.
11. Bapak dan Ibu mertua saya yang selalu memberi semangat lahir batin.
12. Pak Piyik, Mas Gunawan, dan Mas Jefri yang sangat membantu saya dalam proses Tugas Akhir ini
13. Semua teman-teman kafe Cats and Coffee, terima kasih.
14. Angga Winasputra, teman sekampus juga satu angkatan yang sudah berbagi info maupun dukungannya, matur nuwun nggaaa!
15. Teman-teman Desain Komunikasi Visual non reguler yang selalu memberi semangat penuh hingga selesainya karya ini.
16. Teman-teman Desain Komunikasi Visual 2009 “Nakula Sadewa”, kalian semua luar biasa, terima kasih atas kebersamaannya selama ini.
17. Semua pihak yang telah membantu baik secara moral maupun spiritual dalam penyusunan karya Tugas Akhir ini.

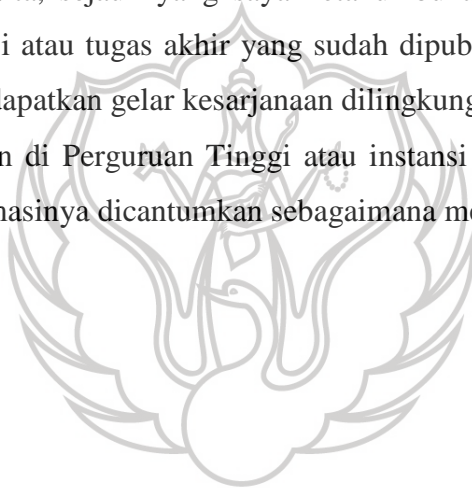


## **PERNYATAAN KEASLIAN**

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir dengan judul :

**“PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL UNTUK BRAND ACTIVATION “CATS AND COFFEE” SELOKAN MATARAM, GEJAYAN, YOGYAKARTA”**

Yang dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Seni pada Program Studi Desain Komunikasi Visual Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta, sejauh yang saya ketahui bukan merupakan tiruan atau duplikat dari skripsi atau tugas akhir yang sudah dipublikasikan dan atau pernah dipakai untuk mendapatkan gelar kesarjanaan dilingkungan Institut Seni Indonesia Yogyakarta maupun di Perguruan Tinggi atau instansi manapun, kecuali bagian yang sumber informasinya dicantumkan sebagaimana mestinya.



Yogyakarta, 22 Juli 2016

Restu Yudha Pamungkas

NIM. 0911897024

## ABSTRAK

### **Perencanaan Tugas Akhir Brand Activation kafe “ Cats and Coffee “ Selokan Mataram, Gejayan, Yogyakarta**

Di Yogyakarta sendiri, dimana para pendatang maupun warga lokal telah dimanjakan dengan berbagai tempat wisata maupun kuliner. Dari wisata tempat bersejarah, sampai ke pasar tradisional sudah tidak asing lagi bagi para pelancong dari berbagai kota maupun manca negara. Tapi ada yang menarik di salah satu kafe di Yogyakarta, kafe Cats and Coffee ini menjadi salah satu tujuan saat berkunjung ke Yogyakarta. Mengapa demikian, di Cats and Coffee kita dimanjakan dengan kucing kucing pilihan untuk bermain bersama sembari menikmati menu yang disediakan di kafe tersebut.

Kafe Cats and Coffee mempunyai daya tarik tersendiri untuk konsumennya. Ketatnya persaingan harus menerapkan strategi pemasaran sehingga target penjualan terpenuhi dan untuk memasarkan produk diperlukan perancangan promosi. Namun, kafe Cats and Coffee terkendala pada strategi maupun *budget* promosi yang terbatas. Oleh karena itu penting adanya perencanaan media promosi kafe Cats and Coffee. Dimana perencanaan tersebut menggunakan media-media promosi dengan biaya terjangkau namun dapat mengkombinasikan pesan, *image*, atau karakter produk yang ingin disampaikan kepada target *audience* secara *insight full*.

Perencanaan ini bertujuan untuk menghasilkan brand activation kafe Cats and Coffee dengan menggunakan perancangan dan strategi promosi dengan dana seminim mungkin akan tetapi dapat mengkomunikasikan pesan secara *insight full* kepada anak muda sebagai target *audience*.

Kata kunci : **Kucing, coffee, kafe, brand activation, Cats and Coffee**

## **ABSTRACT**

***Final Project Planning Brand Activation "Cats and Coffee" cafe Selokan Mataram, Gejayan, Yogyakarta.***

*In Yogyakarta itself, where the migrants and local residents have been spoiled by the many sights and culinary. Travel of a historic place, to the traditional market is not foreign for travelers from various cities and foreign countries. But there are interesting in one of the cafes in Yogyakarta, Cats and Coffee cafe have become one of the goals during a visit to Yogyakarta. Why is that, in Cats and Coffee we are spoiled with a selection of kitty cats to play together while enjoying the menu offered at the cafe.*

*Cats and Coffee cafe has a special attraction for consumers. Intense competition must implement marketing strategies so that sales targets are met and to market the product is necessary to design promotion. However, cafe Cats and Coffee constrained in the strategy and the promotion of a limited budget. It is therefore important to have a media planning promotion Cats and Coffee cafe. Where is the plan to use the media campaign at affordable cost but can combine messages, images, or the character of the product to be conveyed to the target audience in a full insight.*

*This plan aims to generate brand activation Cats and Coffee cafe to use the design and promotion strategy with a minimum of funds but can communicate the message of full insight to young people as a target audience.*

***Keywords: cat, coffee, cafe, brand activation, Cats and Coffee***



## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR .....	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN .....	ii
HALAMAN PENGANTAR .....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN .....	iv
ABSTRAK .....	v
<i>ABSTRACT</i> .....	viii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	xiv

### **BAB I : PENDAHULUAN**

A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	2
C. Tujuan Masalah .....	2
D. Batasan Perancangan .....	2
E. Manfaat Perancangan .....	3
F. Metode Pengumpulan Data .....	3
1. Metode Literatur .....	3
2. Metode Analisis Data .....	3
3. Metode Pemecahan Masalah Yang Dipilih .....	4
G. Sistematika Perancangan .....	6
H. Skematika Perancangan .....	9

### **BAB II : IDENTIFIKASI DAN ANALISIS DATA**

A. LANDASAN TEORI .....	10
-------------------------	----

1. Brand (merk) .....	10
a. Logo .....	12
b. Warna .....	13
c. Tipografi .....	14
2. Manfaat Brand .....	14
3. Brand Activation .....	15
4. Pemasaran .....	16
a. Orientasi pada konsumen .....	17
b. Penyusunan kegiatan pemasaran secara integral ( <i>integralmarketing</i> ) .....	18
c. Kepuasan konsumen ( <i>consumer satisfaction</i> ) .....	18
a) <i>Product</i> .....	19
b) <i>Price</i> .....	19
c) <i>Promotion</i> .....	19
d) <i>Place</i> .....	19
5. Promosi .....	19
a. Iklan Informatif .....	20
b. Iklan Persuasif .....	20
c. Iklan Pengingat .....	20
d. Iklan Penguatan .....	20
1. <i>Advertising</i> .....	20
2. <i>Sales Promotion</i> .....	20
3. <i>Direct Marketing</i> .....	21
4. <i>Personal Selling</i> .....	21
5. <i>Public Relation</i> .....	21
6. Positioning .....	21
a. <i>Positioning</i> adalah strategi komunikasi .....	21
b. <i>Positioning</i> bersifat dinamis .....	22
c. <i>Positioning</i> berhubungan dengan acara Marketing .....	22
7. Media .....	23
a. Media Cetak .....	23

1) Majalah .....	23
2) Poster .....	23
3) Flyer .....	23
b. Media Luar Ruang .....	23
1) Billboard .....	23
2) Stiker .....	24
8. Identifikasi 5W + 1H .....	24
1) <i>What</i> .....	24
2) <i>When</i> .....	25
3) <i>Where</i> .....	25
4) <i>Who</i> .....	25
5) <i>Why</i> .....	25
6) <i>How</i> .....	25
9. Kafe Cats and Coffee .....	26
10. Perbandingan kafe Cats and Coffee dengan kafe sejenisnya .....	28
B. ANALISIS DATA .....	28
1. Analisis SWOT .....	29
a. <i>Strenght</i> (Kekuatan) .....	29
b. <i>Weakness</i> (Kelemahan) .....	29
c. <i>Opportunities</i> (Peluang) .....	30
d. <i>Threat</i> (Ancaman) .....	30
2. Kesimpulan Analisis Data .....	30
C. TARGET AUDIENCE .....	31
1. Data Target Audience .....	31
a. Demografis .....	31
b. Geografis .....	31
c. Psikografis .....	32
d. <i>Behaviour</i> .....	32
2. <i>Consumer Journey</i> .....	32

### BAB III : KONSEP PERANCANGAN

A. Konsep Kafe .....	34
B. Konsep Kreatif .....	35
1. Tujuan Kreatif .....	35
2. Strategi Kreatif .....	35
a. Isi Pesan .....	36
b. Bentuk Pesan .....	36
3. Program Kreatif .....	36
a. Tema Pesan .....	36
b. Strategi Penyajian Pesan .....	37
c. Pengarahan Pesan Visual .....	37
1) Desain Grafis .....	37
a) Sequence .....	37
b) Emphasis .....	37
c) Balance .....	37
d) Unity .....	38
2) Moment Visual .....	38
3) Citra Visual .....	38
4) Logo .....	38
5) Tipografi .....	40
6) Warna .....	40
7) Layout .....	41
8) Gaya Desain .....	42
C. Konsep Media .....	43
a. Tujuan Media .....	43
b. Strategi Media .....	44
a. Target Audience .....	44
b. Panduan Media .....	44
c. Pemilihan Media Cetak .....	44

a. Poster .....	44
b. Iklan Majalah .....	45
c. Flyer .....	46
d. Pemilihan Media Luar Ruang .....	46
a. Billboard .....	46
b. Stiker .....	47
e. Pemilihan Media Online .....	47
a. Media Sosial .....	47
f. Program Media .....	48
a. Poster .....	48
b. Billboard .....	49
c. Iklan Majalah .....	49
d. Media Sosial .....	50
e. Media Pendukung .....	51
 <b>BAB IV : VISUALISASI</b>	
A. Data Visual .....	53
B. Studi Visual .....	55
1. Proses Sketsa Gambar Ilustrasi .....	55
2. Final Desain .....	58
C. Media Sosial .....	61
D. Merchandise .....	64
 <b>BAB V : PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan .....	67
B. Saran .....	67
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>69</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>71</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 : Interior Miw Shake Cat Coffee .....	1.11
Gambar 2 : Minuman dan interior Miw Shake Cat Coffee .....	1.12
Gambar 3 : Logo Cats and Coffee .....	3.40
Gambar 4 : Studi Warna .....	3.41
Gambar 5 : Poster iklan Twenty One Creative .....	3.42
Gambar 6 : Poster iklan Coca Cola .....	3.42
Gambar 7 : Kafe Kopi .....	4.53
Gambar 8 : Biji Kopi .....	4.54
Gambar 9 : Segelas Kopi .....	4.54
Gambar 10 : Kucing Anggora .....	4.54
Gambar 11 : Sketsa ilustrasi desain poster Cats and Coffee .....	4.55
Gambar 12 : Sketsa ilustrasi desain iklan Cats and Coffee .....	4.56
Gambar 13 : Sketsa ilustrasi flyer Cats and Coffee .....	4.56
Gambar 14 : Sketsa ilustrasi desain billboard Cats and Coffee .....	4.57
Gambar 15 : Desain Poster .....	4.58
Gambar 16 : Desain Iklan Majalah .....	4.58
Gambar 17 : Desain Flyer .....	4.59
Gambar 18 : Desain Billboard .....	4.59
Gambar 19 : Desain X-Banner .....	4.60
Gambar 20 : Cover Facebook .....	4.61

Gambar 21 : Header Twitter .....	4.62
Gambar 22 : Foto Instagram .....	4.63
Gambar 23 : T-shirt .....	4.64
Gambar 24 : Tote bag .....	4.65
Gambar 25 : Mug .....	4.65
Gambar 26 : Pin dan Stiker .....	4.66



## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Bagi sebagian orang mungkin kucing adalah salah satu hewan yang harus dihindari, karena dapat menimbulkan alergi, rabies, bahkan ada yang mengatakan bisa menyebabkan kemandulan/keguguran. Untuk masalah ini, penyakit itu sepertinya bukan hanya untuk kucing, hewan lain juga bisa. Kalau kita bisa menjaga kebersihan diri dan hewan peliharaan, maka kemungkinan tertular penyakit itu tidak akan terjadi. Terlepas dari kontroversi itu, untuk sebagian orang yang lain, kucing adalah hewan yang sangat lucu dan menggemaskan, bayangkan saja matanya yang indah, apalagi jika ia sedang bermanja-manja karena ingin diajak bermain atau diberi makanan. Kucing adalah hewan kesayangan, tapi sayang mayoritas orang tidak terlalu senang jika harus memelihara kucing betina, karena kucing betina pasti nantinya akan hamil dan melahirkan banyak anak kucing yang nanti akibatnya kucing di rumah jadi semakin banyak, dan kalau sudah begitu pasti kerepotan untuk membersihkan kotoran dan memberinya makan juga semakin banyak.

Di Indonesia, sudah banyak komunitas komunitas pecinta kucing, yang tidak jarang juga mengadakan kontes ataupun pameran kucing. Dan juga mensosialisasikan dampak memelihara kucing bagi kelangsungan hidup manusia yang tidak hanya mendapat tanggapan negatif, justru ada nilai positifnya. Di Yogyakarta sendiri, dimana para pendatang maupun warga lokal telah dimanjakan dengan berbagai tempat wisata maupun kuliner. Dari wisata tempat bersejarah, sampai ke pasar tradisional sudah tidak asing lagi bagi para pelancong dari berbagai kota maupun manca negara. Saat malam hari pun di kota Yogyakarta tidak kehabisan tempat untuk berkumpul atau bercengkrama bersama keluarga maupun teman, baik di lesehan sepanjang Malioboro, Titik Nol kilometer, dan kafe kafe yang sudah menjamur di kota gudeg ini.



Tapi ada yang menarik di salah satu kafe di Yogyakarta, tepatnya di Jl. Bougenville, Selokan Mataram, Gejayan, Yogyakarta, kafe yang bernama Cats and Coffee ini menjadi salah satu tujuan saat berkunjung ke Yogyakarta. Mengapa demikian, di Cats and Coffee kita dimanjakan dengan kucing kucing pilihan untuk bermain bersama sembari menikmati menu yang disediakan di kafe tersebut. Di Cats and Coffee juga ada peraturan yang harus kita pahami dan dimengerti sebelum bermain dengan kucing. Kita juga bisa *sharing* tentang hewan yang manja ini, bagaimana cara merawatnya atau sekedar ingin *berselfie* dengan kucing kucing di kafe tersebut.

Dibalik pemilihan nama, pembuatan logo, sign system dan interior Cats and Coffee sangatlah dipikirkan dengan matang, teliti, dan tidak semudah yang dibayangkan. Perancangan branding nama kafe, logo kafe, sign system pada kafe, serta interior kafe dibuat secara detail, jelas dan menarik agar dapat diterima dengan baik oleh masyarakat. Dengan adanya perancangan ini semoga dapat menjadi acuan bagi semua masyarakat untuk lebih kreatif lagi dalam membranding suatu kafe maupun perusahaan.

## **B. Rumusan Masalah**

Bagaimana merancang *brand activation* kafe Cats and Coffee yang identik dengan kucing tetapi tetap mengandung unsur kopi agar ke depannya dapat mencakup semua kalangan masyarakat ?

## **C. Tujuan Masalah**

Merancang *brand activation* kafe Cats and Coffee yang identik dengan kucing tetapi tetap mengandung unsur kopi agar ke depannya dapat mencakup semua kalangan masyarakat.

## **D. Batasan Perancangan**

Perancangan terbatas pada memberikan informasi kepada masyarakat mengenai *brand activation* pada kafe, bagaimana proses dan cara pembuatannya.

## **E. Manfaat Perancangan**

### 1. Bagi Target *Audience*

Memberikan wawasan kepada target *audience* bagaimana proses dan cara membuat nama, logo, *sign system*, serta interior pada kafe. Serta dapat menjadi acuan target *audience* untuk lebih kreatif.

### 2. Bagi Masyarakat

Dapat dinikmati secara gamblang, jelas dan tidak mengganggu kenyamanan saat berada di kafe.

### 3. Bagi Mahasiswa Desain Komunikasi Visual

Menjadi salah satu referensi bagi mahasiswa dalam segala keputusannya dalam bidang perancangan *brand activation* kafe.

## **F. Metode Pengumpulan data**

### 1. Metode Literatur

Metode mencakup pencarian data dari kepustakaan dari berbagai sumber pustaka dan studi literatur dari berbagai media baik media konvensional cetak maupun media internet yang mendukung perancangan ini

### 2. Metode Analisis Data

Metode yang digunakan dalam analisis menggunakan metode 5W+1H sebagai dasar media dan objek perancangan, sebagai berikut :

#### a. *What*

Perancangan media *brand activation* kafe Cats and Coffee. Perancangan ini adalah untuk mendukung suksesnya kafe tersebut.

#### b. *Why*

Kafe Cats and Coffee merupakan kafe yang unik, lebih mengenalkan kucing dan kopi tentunya untuk dapat berdampingan, sehingga amat

sangat perlu lebih diperkenalkan kepada masyarakat akan nilai positif dari kucing dan kopi.

c. *Who*

Pemuda – pemuda yang suka menikmati kopi dan lebih bisa mengenal maupun bercengkrama dengan kucing.

d. *Where*

Kafe Cats and Coffee sendiri berada di jalan Bougenvile, Selokan Mataram, Gejayan, Yogyakarta.

e. *When*

Sejak mulai dibukanya kafe Cats and Coffee, guna meningkatkan antusias masyarakat untuk mencoba hal yang baru yaitu menikmati kopi dan bermain dengan kucing.

f. *How*

- 1) Melakukan pengumpulan data visual dan data verbal untuk menemukan konsep yang tepat dalam perancangan media kafe ini.
- 2) Membuat rancangan konsep desain untuk menentukan gaya desain yang akan dipublikasikan dalam perancangan media kafe ini.
- 3) Membuat perancangan desain media kafe yang menarik, kreatif, unik, komunikatif, dan estetis sesuai dengan klasifikasi target *audience* yang sudah ditentukan.
- 4) Menentukan efektivitas media – media yang akan digunakan dalam aplikasi desain visual.

3. Metode pemecahan masalah yang dipilih

Perancangan media kafe Cats and Coffee ini memakai metode analisis SWOT (*strengths, weakness, opportunitities, and threats*), yaitu :

a. *Strengths* (Kekuatan)

Kelebihan yang dimiliki oleh suatu kafe yang akan dijadikan sebagai objek permasalahan dalam hal ini adalah kafe Cats and Coffee berani menggabungkan kucing dengan kopi di Yogyakarta.

b. *Weakness* ( Kelemahan)

Hal – hal yang menyangkut segala kekurangan dan kelemahan yang dimiliki oleh kafe Cats and Coffee.

c. *Opportunities* ( Peluang)

Beberapa nilai-nilai keluar yang dapat ditempuh dan dijadikan sebagai kesempatan untuk maju dan menjadi lebih baik bagi kafe Cats and Coffee itu sendiri.

d. *Threats* (Ancaman)

Segala hal yang dapat menjadi ancaman dan penghambat *brand activation* pada kafe Cats and Coffee.



## **G. Sistematika Perancangan**

### **BAB I PENDAHULUAN**

- A. Latar Belakang Masalah
- B. Rumusan Masalah
- C. Tujuan Masalah
- D. Batasan Masalah
- E. Manfaat Perancangan
- F. Metode Perancangan
- G. Skematika Perancangan

### **BAB II IDENTIFIKASI DAN ANALISIS DATA**

- A. Identifikasi Data
  - 1. Kafe Cats and Coffee
  - 2. Perbandingan kafe Cats and Coffee dengan kafe sejenisnya.
  - 3. Brand
  - 4. Pemasaran
  - 5. Promosi
  - 6. Positioning
  - 7. Media
  - 8. Brand
  - 9. Tipografi
  - 10. Identifikasi 5W+1H
- B. Analisis Data
  - 1. Analisis SWOT
  - 2. Kesimpulan analisis data
- C. Target Audience
  - 1. Data Target Audience
  - 2. Consumer Journey

### BAB III KONSEP PERANCANGAN

- A. Konsep Kafe
- B. Konsep Kreatif
  - 1. Tujuan Kreatif
  - 2. Strategi Kreatif
  - 3. Program Kreatif
- C. Konsep Media
  - 1. Tujuan Media
  - 2. Strategi Media
  - 3. Program Media

### BAB IV VISUALISASI

- A. Data Visual
- B. Studi Visual
  - 1. Desain Poster
  - 2. Desain Iklan Majalah
  - 3. Desain Flyer
  - 4. Desain X-Banner
- C. Media Sosial
  - 1. Facebook
  - 2. Twitter
  - 3. Instagram
- D. Media Luar Ruang
  - 1. Billboard
- E. Merchandise
  - 1. T-shirt
  - 2. Tote Bag
  - 3. Mug
  - 4. Pin dan Stiker



## BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

B. Saran

## DAFTAR PUSTAKA



## H. Skematika Perancangan

