

ABSTRAK

Rometheme Studio merupakan studio kreatif sebagai produsen template dan produk desain yang berdiri di Pekanbaru, Riau. Walaupun dengan banyaknya jumlah penjualan dan penghargaan, Rometheme Studio belum pernah mengkomunikasikan citra, karakteristik dan *value* perusahaan ataupun produk kepada konsumen. Berdasarkan hal tersebut, dapat disimpulkan rumusan masalah yaitu bagaimana mengaktifasi brand Rometheme Studio dengan mengkomunikasikan nilai perusahaan, nilai produk dan menonjol di keramaian sebagai pembeda dengan kompetitor. Metode yang digunakan dalam *Brand Activation* Rometheme Studio ini adalah SWOT dan AIDAS. Selanjutnya perancangan dilakukan dengan proses *brainstorming* dan riset tentang *trend* yang terjadi di ekosistem penjualan template dan produk desain berguna untuk menentukan konsep yang tepat untuk perancangan ini. Konsep dalam *Brand Activation* Rometheme Studio adalah promosi khusus dan *sampling campaign* yang bertujuan agar meningkatkan *awareness* dan konsumen dapat merasakan langsung pengalaman saat menggunakan produk dari Rometheme Studio berdasarkan kata kunci yaitu *easy to use*, *trendy*, *variative* dan solutif. *Brand Activation* Rometheme Studio ini diharapkan nantinya bisa berkomunikasi kepada konsumen dengan nilai dan karakteristik perusahaan atau produknya. Perancangan ini diharapkan bisa membuat Rometheme Studio berdiri ditengah keramaian sebagai pembeda dengan kompetitor.

Kata Kunci: Brand Activation, Rometheme Studio, Creative Studio, Promosi Khusus, Sampling Campaign

ABSTRACT

Rometheme Studio is a creative studio and producer of templates and design products that has been established in Pekanbaru, Riau. Despite the large number of sales and awards, Rometheme Studio has never communicated the image, characteristics, or values of the company or product to consumers. Based on this, it can be concluded that the formulation of the problem is how to activate the Rometheme Studio brand by communicating company values, product values, and standing out in the crowd as a differentiator from competitors. The analysis methods used in Brand Activation Rometheme Studio are SWOT and AIDAS. Furthermore, the design is carried out with a brainstorming process and research on trends that occur in the sales ecosystem of templates and design products is useful for determining the right concept for this design. The concept of Brand Activation Rometheme Studio is a special promotion and sampling campaign that aims to increase awareness and which consumers can immediately feel the experience when using products from Rometheme Studio based on keyword easy to use, trendy, varied, and solutive. With this brand activation, it is hoped that Rometheme Studio will be able to communicate with consumers about the values and characteristics of the company or its products. This design is expected to make Rometheme Studio stand out in the crowd as a differentiator from competitors.

Keyword: Brand Activation, Rometheme Studio, Creative Studio, Special Promotion, Sampling Campai

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSYARATAN GELAR.....	iii
HALAMAN PERSTUJUAN PEMBIMBING	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
SURAT PERNYATAAN	vii
HALAMAN UCAPAN TERIMAKASIH	viii
KATA PENGANTAR.....	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
GLOSARIUM.....	xvii
INTISARI	xx
ABSTRACT	xxi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Penciptaan.....	5
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	5
Tujuan Penelitian	5
Manfaat Penelitian	5

D. Tinjauan Karya.....	7
E. Landasan Teori.....	14
F. Metode Penciptaan	37
1. Persiapan	37
2. Perancangan	67
3. Perwujudan.....	69
4. Penyajian Karya	71
BAB II	73
KONSEP DAN PROSES PERANCANGAN.....	73
A. Konsep Perancangan.....	73
1. Konsep Verbal.....	73
2. Konsep Visual.....	74
3. Moodboard.....	75
4. Studi Tipografi.....	76
5. Studi Warna.....	77
B. Proses Perancangan.....	79
1. Produksi Product 8K-GXR.....	79
2. Bauran Media.....	84
3. Merchandise	92
BAB III.....	95
HASIL DAN ANALISIS KARYA	95
A. Hasil Karya dan Analisa Karya	95
BAB IV	105

PENUTUP.....	105
A. Kesimpulan.....	105
B. Saran.....	105
DAFTAR PUSTAKA.....	107

