

PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL MEDIA PROMOSI SALON ILOA

ABSTRAK

OLIVIA

625110068

Perancangan ini akan membahas tentang salon Iloa, sebuah salon kecantikan eksklusif yang terletak di Jakarta. Iloa masih tergolong salon baru yang berkembang dan belum memiliki cabang serta jumlah pengunjungnya terbilang lebih rendah dari kompetitornya dan masih belum dikenal masyarakat secara luas. Oleh karena itu, perancangan ini bertujuan mempertahankan *loyal customer* Iloa dan meningkatkan minat dari target pasar untuk melakukan perawatan di Iloa. Penyelesaian untuk masalah yang dihadapi oleh Iloa dengan menggunakan pendekatan secara emosional dikarenakan banyaknya kompetitor sejenis yang tidak terdiferensiasikan sehingga pendekatan emosional lebih sesuai karena dibutuhkan perbedaan yang dirasakan dan tidak berwujud. Berdasarkan hasil analisis pada permasalahan yang dihadapi Iloa adalah pemilihan media dan desain yang tidak komunikatif dan efektif dengan target pasarnya. Metode yang digunakan dalam pengumpulan data adalah observasi, wawancara serta studi pustaka. Metode ini dianggap sesuai karena dapat memperoleh data yang akurat. Keseluruhan hasil perancangan ini disusun dengan strategi kreatif yaitu *right brain strategy*. Karena umumnya, kecilnya alasan rasional yang membuat wanita melakukan perawatan di salon kecantikan.