



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

PERANCANGAN PROMOSI MONARCHY BISTRO

DI BOGOR

Laporan Tugas Akhir

Ditulis sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Desain (S.Ds)



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Nama : Anna Lingga Puspita
NIM : 11120210102
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni & Desain

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2015

LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Anna Lingga Puspita

NIM : 11120210102

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Seni & Desain

Universitas Multimedia Nusantara

Judul Tugas Akhir :

PERANCANGAN PROMOSI MONARCHY BISTRO DI BOGOR

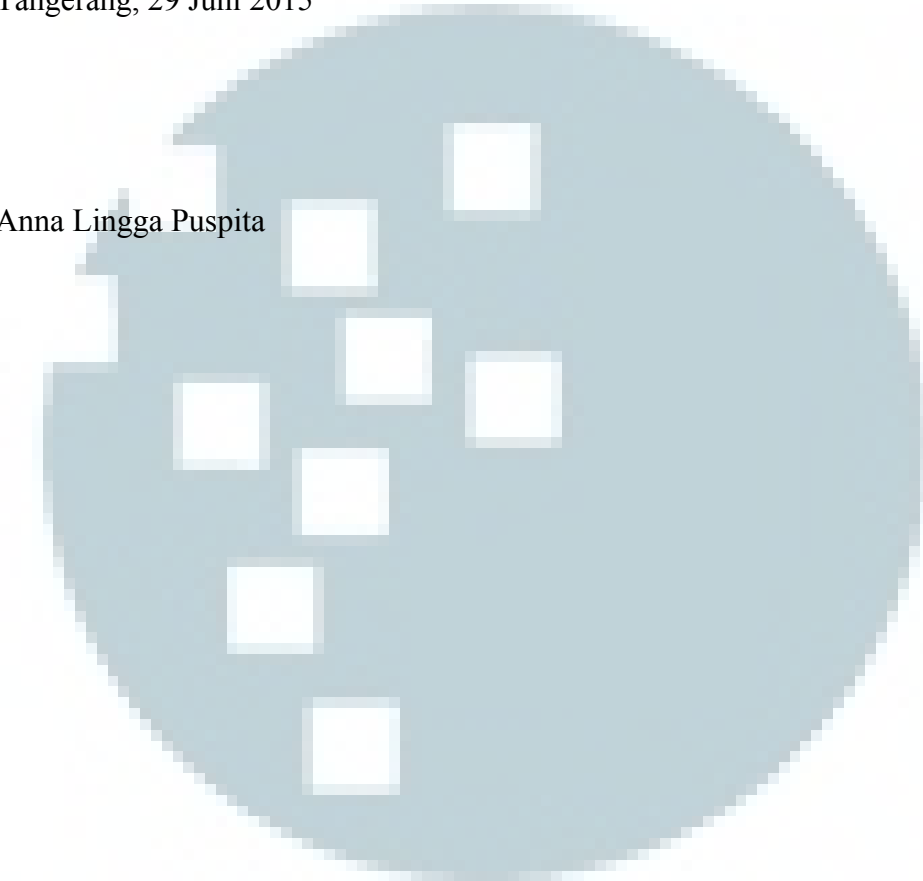
dengan ini menyatakan bahwa, laporan dan karya tugas akhir ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar sarjana, baik di Universitas Multimedia Nusantara maupun di perguruan tinggi lainnya.

Karya tulis ini bukan saduran/terjemahan, murni gagasan, rumusan dan pelaksanaan penelitian/implementasi saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan pembimbing akademik dan nara sumber.

Demikian surat Pernyataan Originalitas ini saya buat dengan sebenarnya, apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan serta ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar (S.Ds.) yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 29 Juni 2015

Anna Lingga Puspita



UMMN

HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR

PERANCANGAN PROMOSI MONARCHY BISTRO DI

BOGOR

Oleh

Nama : Anna Lingga Puspita

NIM : 11120210102

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Seni & Desain

Tangerang, 22 Juni 2015

Pembimbing I

Zamzami Alamakki, S.Pd., M.Ds.

Penguji

Ketua Sidang

Erwin Alfian, S.Sn., M.Ds.

Mohammad Rizaldi, S.T., M.Ds.

Ketua Program Studi

Desi Dwi Kristanto, M.Ds.

iv

KATA PENGANTAR

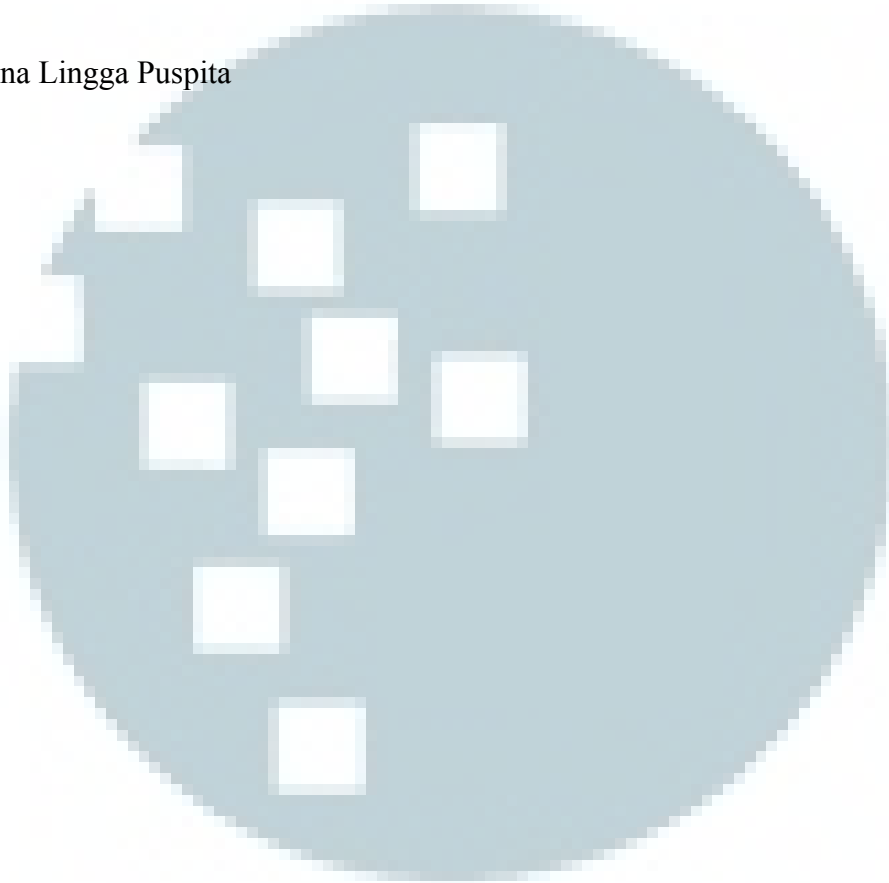
Puji Syukur Tuhan saya panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus yang telah membantu penulis dalam menyusun penulisan yang berjudul “Perancangan Promosi Monarchy Bistro”. Tak lepas dari kekurangan, hambatan dan suka maupun duka yang telah penulis lalui dalam penyusunan tugas akhir. Penulis juga berterima kasih kepada pihak yang membantu, yang memberikan bantuan serta dukungan yaitu kepada :

1. Desi Dwi Kristanto, M.Ds., selaku Ketua Program Studi Seni dan Desain Universitas Multimedia Nusantara, Tangerang.
2. Zamzami Alamakki, S.Pd., M.Ds., selaku pembimbing tugas akhir yang telah sabar membantu penulis dalam penyusunan tugas akhir.
3. Orang tua yang telah mendukung dan membantu dalam urusan finansial penulis serta doa yang di sertakan.
4. Pihak Monarchy Bistro yang telah membantu dalam proses penulis menyusun tugas akhir.
5. Sahabat-sahabat saya yang telah membantu penulis dalam penulisan tugas akhir serta pameran karya tugas akhir.
6. Kepada kelompok Pegasus yang telah membantu dalam membimbing laporan penulis.

Penulis menyadari penyusunan tugas akhir ini masih jauh dari sempurna, oleh sebab itu penulis menerima kritik dan saran yang membangun untuk dapat berguna kelak.

Tangerang, 29 Juni 2015

Anna Lingga Puspita



UMMN

ABSTRAKSI

Monarchy Bistro merupakan salah satu bistro yang berlokasi di Jalan Pajajaran Indah, Bogor. Bistro ini menjual berbagai macam makanan berat dan makanan ringan. Dengan mengambil tema industrial minimalis. Monarchy Bistro memerlukan media promosi untuk meningkatkan penjualan mereka dengan memperluas calon konsumen ke kalangan pekerja khususnya di jam *teatime*, dikarenakan penjualan mereka belum mendapatkan hasil yang mereka inginkan. Dari hasil observasi Monarchy Bistro itu sendiri sudah memiliki media promosi berupa sosial media yang belum tepat kepada target penjualannya. Dikarenakan sosial media hanya menarik kaum muda. Promosi efektif yang digunakan pihak Monarchy ialah personal selling. Namun mereka belum mempunyai media yang tepat. serta bagaimana calon konsumen dapat mengetahui apa yang di tawarkan Monarchy. Yaitu dengan adanya perancangan promosi untuk Monarchy Bistro.

Kata kunci : (*Teatime*, Monarchy Bistro, Promosi)

ABSTRACT

Monarchy Bistro is one of the bistro is located at Padjadjaran Indah Street, Bogor. This bistro sells a wide range of meals and snacks. With the theme of industrial minimalism. Monarchy Bistro require a media campaign to increase their sales by expanding potential consumers to the workers, especially at teatime hours, because their sales have not been getting the results they want. From the observation Monarchy Bistro itself already has a social media campaign in the form of media that is not appropriate to the target penjualanya. Due to social media only attract the young. Effective promotion that used the Monarchy is personal selling. But they don't have any media and how to prospective customers can find out what is on offer Monarchy. That is, with the design of the promotion for the Monarchy Bistro.

Keywords: (Teatime, Monarchy Bistro, Promotion)

U M N

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT	II
HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	IV
KATA PENGANTAR.....	V
ABSTRAKSI.....	VII
<i>ABSTRACT</i>	VIII
DAFTAR ISI.....	IX
DAFTAR GAMBAR.....	XIII
DAFTAR TABEL.....	XV
DAFTAR LAMPIRAN	XVI
BAB I PENDAHULUAN.....	2
1.1. Latar Belakang	2
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Batasan Masalah.....	4
1.4. Tujuan Tugas Akhir	6
1.5. Manfaat Tugas Akhir	6
1.6. Metode Pengumpulan Data	7
1.7. Metode Perancangan	8
1.8. Skematika Perancangan	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10

2.1.	Tinjauan Teori Tentang Promosi	10
2.1.1.	Definisi Promosi.....	10
2.1.2.	Tujuan Promosi	11
2.1.3.	Manfaat Promosi	13
2.1.4.	Strategi Promosi.....	13
2.1.5.	Media Promosi	14
2.2.	Tinjauan Teori Tentang <i>Teatime</i>	17
2.2.1.	Definisi <i>Teatime</i>	17
2.3.	Tinjauan Teori Tentang Sasaran Khalayak Usia Dewasa	18
2.3.1.	Definisi Dewasa	18
2.3.2.	Psikologi Dewasa	19
2.3.3.	Tinjauan Gaya Hidup Dewasa	21
2.4.	Tinjauan Teori Desain Komunikasi Visual.....	22
2.4.1.	Tinjauan Warna Untuk Dewasa	23
2.4.2.	Tinjauan Fotografi Produk Makanan	25
2.4.3.	Tinjauan Layout dalam Media Cetak.....	26
BAB III ANALISIS DATA PENELITIAN.....		29
3.1.	Gambaran Umum Penelitian	29
3.1.1.	Sejarah Monarchy Bistro.....	29
3.1.2.	Logo Monarchy Bistro	30
3.1.3.	Media Promosi Monarchy Bistro	31
3.1.4.	Menu Monarchy Bistro	36
3.2.	Data Pasar dan Pesaing	37

3.3.	Observasi.....	38
3.3.1	Pengamatan Target Khalayak	38
3.4.	Wawancara.....	39
3.5.	Kuisisioner.....	40
3.6.	SWOT.....	45
3.7.	<i>Segmenting, Targetting, Positioning</i>	46
3.7.1.	Segmentasi.....	46
3.7.2.	Target.....	46
3.7.3.	Positioning.....	47
BAB IV KONSEP DAN PERANCANGAN.....		48
4.1.	Konsep Perancangan.....	48
4.2.	Tujuan Perancangan.....	48
4.3.	Strategi Perancangan.....	49
4.4.	Mind Mapping.....	49
4.5.	Brainstorming.....	51
4.6.	Perancangan.....	53
4.7.	Aplikasi Kreatif.....	58
4.7.1.	Billboard.....	58
4.7.2.	Leaflet.....	59
4.7.3.	Iklan Majalah.....	61
4.7.4.	<i>Tent Card</i>	62
4.7.5.	Banner Media Sosial.....	63
4.8.	<i>Media Plan</i>	64

4.9. <i>Budgetting</i>	64
BAB V PENUTUP	66
5.1. Kesimpulan	66
5.2. Saran.....	66
5.2.1. Saran untuk Monarchy Bistro	67
5.2.2. Saran untuk Universitas Multimedia Nusantara	67
5.2.3. Saran untuk Perancang Selanjutnya	67
DAFTAR PUSTAKA	XIV

UMMN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1. Logo Monarchy Bistro.....	45
Gambar 3.2. Instagram Monarchy Bistro.....	46
Gambar 3.3. Zomato Monarchy Bistro.....	47
Gambar 3.4. <i>Facebook</i> Monarchy Bistro.....	48
Gambar 3.5. <i>Twitter</i> Monarchy Bistro.....	49
Gambar 3.6. <i>Menu</i> Monarchy Bistro.....	50
Gambar 4.1. <i>Mind Map</i>	56
Gambar 4.2. Kebersamaan.....	65
Gambar 4.3. Suasana Meeting.....	66
Gambar 4.4. Aktivitas <i>Teatime</i>	66
Gambar 4.5. Sketsa Perancangan.....	67
Gambar 4.6. Eksplorasi <i>Layout</i>	67
Gambar 4.7. Alternatif Desain 1.....	69
Gambar 4.8. Varian Desain 1.....	69
Gambar 4.9. Alternatif Desain 2.....	70
Gambar 4.10. Varian Desain 2.....	70
Gambar 4.11. Warna.....	72



DAFTAR TABEL

Tabel 1.8. Tabel Skematika Perancangan.....	23
Tabel 3.1. Tabel Data Pasar dan Pesaing.....	51
Tabel 3.2. Tabel Jenis Kelamin Responden.....	54
Tabel 3.3. Tabel Kelompok Usia Responden.....	55
Tabel 3.4. Tabel Jenis Pekerjaan Responden.....	55
Tabel 3.5. Tabel Jumlah Pengeluaran Responden.....	56
Tabel 3.6. Tabel Kedatangan Responden ke Bistro.....	56
Tabel 3.7. Tabel Aktivitas Responden di Bistro.....	57
Tabel 3.8. Tabel Skala Kunjungan Responden ke Sebuah Bistro.....	57
Tabel 3.9. Tabel Mengetahui Monarchy Bistro.....	58
Tabel 3.10. Tabel Kunjungan Responden ke Monarchy Bistro.....	58
Tabel 3.11. Analisis SWOT.....	59

UMMN

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A: KUISIONER.....	XVI
LAMPIRAN B: WAWANCARA NARASUMBER.....	XVIII
LAMPIRAN C: DAFTAR BIMBINGAN.....	XIX



UMN