



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 YOUR TEA

Laporan Tugas Akhir

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



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Nama : Aileen Novera
NIM : 14120210122
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni & Desain

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2018

LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Aileen Novera

NIM : 14120210122

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Seni & Desain

Universitas Multimedia Nusantara

Judul Tugas Akhir :

PERANCANGAN PROMOSI YOUR TEA

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, 30 Juni 2018



Aileen Novera

HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR

PERANCANGAN PROMOSI YOUR TEA

Oleh

Nama : Aileen Novera

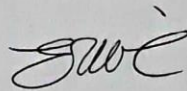
NIM : 14120210122

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Seni & Desain

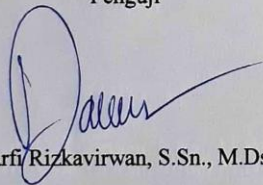
Tangerang, 12 Juli 2018

Pembimbing



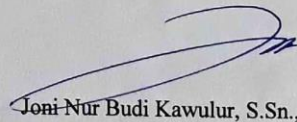
Erwin Alfian, S.Sn., M.Ds.

Penguji



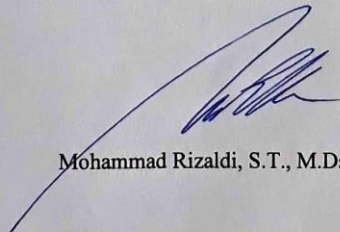
Darfi Rizkavirwan, S.Sn., M.Ds.

Ketua Sidang



Joni Nur Budi Kawulur, S.Sn., M.Ds.

Ketua Program Studi



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

iv

NUSANTARA

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena senantiasa telah menyertai dan memberikan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan usaha yang maksimal. Dalam perkembangan zaman sekarang, tingginya tingkat persaingan dalam dunia bisnis khususnya pada bidang minuman teh siap saji membuat penulis tertarik untuk menelusuri lebih lanjut terkait promosi yang dilakukan suatu perusahaan agar dapat senantiasa bertahan. Salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang minuman teh siap saji adalah Your Tea, penulis memilih Your Tea dan memutuskan untuk mengangkat topik tugas akhir dengan judul Perancangan Promosi Your Tea.

Dalam suatu usaha atau bisnis, banyak faktor-faktor yang dapat membuat usaha tersebut menjadi sukses dan berhasil, salah satunya yang tidak kalah penting adalah dengan melakukan promosi agar dapat memberikan informasi yang positif kepada masyarakat terkait produk yang ditawarkan oleh suatu perusahaan. Tanpa adanya promosi, penjualan suatu produk tidak akan maksimal. Tujuan dari tugas akhir yang dilakukan oleh penulis adalah untuk melakukan perancangan promosi Your Tea melalui ilmu-ilmu desain komunikasi visual yang telah dipelajari agar dapat meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai keberadaan produk minuman Your Tea.

Penerapan media promosi yang tepat diharapkan dapat mempermudah Your Tea dalam memperkenalkan produk dan mempertahankan eksistensinya dalam persaingan bisnis yang semakin kompetitif, tidak hanya sekarang saja namun hingga bertahun-tahun yang akan datang.

Dalam segala proses penyelesaian tugas akhir yang dijalani oleh penulis tentu mengalami banyak kesulitan dan kendala, maka penulis juga ingin mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah bersedia membantu penulis, yaitu:

1. Mohammad Rizaldi, S.T., M.Ds., selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual yang telah membimbing dan mengesahkan laporan tugas akhir penulis.
2. Erwin Alfian, S.Sn., M.Ds., selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir yang telah bersedia membimbing, menyemangati dan memberi masukan-masukan kepada penulis selama pengerjaan tugas akhir.
3. Indra Thamrin, selaku pemilik Your Tea yang telah mengizinkan penulis untuk mendapatkan segala informasi terkait Your Tea dalam perancangan tugas akhir penulis.
4. Keluarga penulis terutama kedua orang tua serta saudara-saudara penulis yang senantiasa memberikan semangat, doa dan dukungan bagi penulis agar dapat menyelesaikan tugas akhir.
5. Rian Suhito Purnama, yang senantiasa menyemangati dan memberi masukan kepada penulis agar dapat menyelesaikan tugas akhir serta sahabat-sahabat penulis yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Tangerang, 30 Juni 2018



Aileen Novera

ABSTRAKSI

Your Tea merupakan salah satu perusahaan dalam bidang minuman teh siap saji yang telah berdiri sejak tahun 2008 di kota Bogor. Your Tea telah memiliki sekitar 200 cabang *outlet* di berbagai kota di Indonesia, dan saat ini tengah berfokus pada wilayah Banten, khususnya Rangkasbitung. Meskipun memiliki banyak cabang, rendahnya *awareness* masyarakat mengenai keberadaan Your Tea serta minimnya usaha promosi yang dilakukan menyebabkan Your Tea mengalami kesulitan dalam mempertahankan eksistensinya, sehingga mempengaruhi penjualan yang tidak stabil dan cenderung menurun. Tingginya tingkat persaingan dalam dunia bisnis yang semakin kompetitif pada zaman sekarang memerlukan adanya suatu promosi yang dikemas sedemikian rupa secara tepat sehingga tampak kreatif dan menarik. Promosi adalah salah satu cara yang dapat dilakukan oleh suatu perusahaan guna menyampaikan informasi terkait citra, kualitas, serta keunggulan suatu produk yang ditawarkan melalui beragam cara untuk menarik perhatian masyarakat. Perancangan yang dilakukan menggunakan metode penelitian campuran yakni kualitatif dan kuantitatif agar mendapatkan data dan analisa secara akurat. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, penyebaran kuesioner, studi pustaka dan dokumentasi. Hasil perancangan ini diharapkan dapat menjawab kebutuhan dan permasalahan Your Tea dari segi promosi, sehingga produk Your Tea dapat dikenal oleh masyarakat dan mampu bertahan menghadapi para kompetitornya.

Kata kunci : *awareness*, promosi, Your Tea



ABSTRACT

Your Tea is a part of company that focused in ready-to-drink tea field that has been established since 2008 in Bogor City. Your Tea have around 200 branch outlets in various cities of Indonesia, and currently focusing on the region of Banten, especially Rangkasbitung. Despite of having many branches, the low awareness of the community regarding the existence of Your Tea and the lack of promotional efforts causing Your Tea to experience difficulty in maintaining its existence, also affecting the unstable sales. The high level of increased competitive business world nowadays, requires a promotion that is packaged in a way to make it looked more creative and interesting. Promotion is one of the way that can be done by a company to convey information related to the image, quality, and superiority of a product offered through various ways to attract the public's attention. The design is done using a combination of qualitative and quantitative research methods to obtain data and analysis accurately. Data collection collected through interview, observation, questionnaires distribution, literature study and documentation. The design results are expected to answer the needs and problems of Your Tea in terms of promotion, so that Your Tea's products can be recognized by the community and able to survive against its competitors.

Keywords: awareness, promotion, Your Tea

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIRError! Bookmark not defined.	
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAKSI.....	vi
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL	xx
DAFTAR LAMPIRAN.....Error! Bookmark not defined.	
BAB I PENDAHULUAN.....	2
1.1. Latar Belakang	2
1.2. Rumusan Masalah	3
1.3. Batasan Masalah.....	3
1.4. Tujuan Tugas Akhir.....	5
1.5. Manfaat Tugas Akhir.....	5
BAB II LANDASAN TEORI.....	7
2.1 Promosi.....	7
2.1.1 Pengertian Promosi	7
2.1.2 Tujuan Promosi	7

2.1.3	Jenis Promosi	9
2.1.3.1	Iklan (<i>Advertising</i>)	9
2.1.3.2	<i>Direct Marketing</i>	9
2.1.3.3	Pemasaran Interaktif (<i>Interactive Marketing</i>).....	9
2.1.3.4	Promosi Penjualan (<i>Sales Promotion</i>)	10
2.1.3.5	Hubungan Masyarakat (<i>Public Relations</i>).....	10
2.1.3.6	Penjualan Personal (<i>Personal Selling</i>).....	10
2.1.4	Strategi Promosi	11
2.1.5	Media Promosi	11
2.1.5.1	Jenis Media Promosi.....	11
2.1.5.2	Strategi Media Promosi	15
2.2	Desain	17
2.2.1	Elemen Desain	17
2.2.2	Prinsip Desain	18
2.2.3	Warna.....	22
2.2.4	Tipografi.....	23
2.2.5	Tinjauan Ilustrasi.....	32
2.2.6	Tinjauan Fotografi.....	34
2.2.7	<i>Layout</i>	35
BAB III	METODOLOGI	38

3.1	Metodologi Pengumpulan Data.....	38
3.1.1	Wawancara.....	38
3.1.1.1	Wawancara dengan Bapak Indra Thamrin.....	39
3.1.1.2	Wawancara dengan Ibu Wiwin.....	46
3.1.1.3	Wawancara dengan Ibu Desi	48
3.1.1.4	Wawancara dengan Bapak Randi	50
3.1.1.5	Kesimpulan Wawancara	51
3.1.2	<i>Focus Group Discussion (FGD)</i>	52
3.1.2.1	Kesimpulan <i>Focus Group Discussion (FGD)</i>	54
3.1.3	Observasi.....	55
3.1.3.1	Kesimpulan Observasi	58
3.1.4	Kuesioner	58
3.1.4.1	Kesimpulan Kuesioner.....	66
3.1.5	SWOT	67
3.1.6	Analisis Kompetitor	69
3.2	Metodologi Perancangan.....	71
BAB IV PERANCANGAN DAN ANALISIS		74
4.1	Perancangan.....	74
4.1.1	Jenis dan Strategi Promosi	74
4.1.2	<i>Copywriting</i>	75

4.1.3	<i>Mind Map</i> Perancangan.....	76
4.1.4	Strategi Komunikasi dan Pesan.....	78
4.1.4.1	<i>Big Idea</i>	78
4.1.4.2	Pesan.....	79
4.1.5	Perancangan Visual.....	79
4.1.5.1	<i>Moodboard</i>	79
4.1.5.2	Warna.....	80
4.1.5.3	Tipografi.....	82
4.1.5.4	<i>Layout</i>	83
4.1.5.5	Gaya Visual Ilustrasi.....	85
4.1.5.6	Elemen Visual Ilustrasi.....	89
4.1.6	Aplikasi Media.....	93
4.1.6.1	Iklan Koran.....	93
4.1.6.2	Spanduk.....	97
4.1.6.3	Instagram.....	99
4.1.6.4	Facebook.....	101
4.1.6.5	Iklan <i>Website</i>	103
4.1.6.6	<i>Flyer</i>	106
4.1.6.7	<i>Hanging Triangle Flag</i>	109
4.1.6.8	Poster.....	111

4.1.6.9	<i>Banner</i>	114
4.1.6.10	<i>X-Banner</i>	117
4.1.6.11	<i>Menu</i>	119
4.1.6.12	<i>Voucher</i>	121
4.1.6.13	<i>Buku Stamp Card</i>	124
4.1.6.14	<i>Merchandise</i>	127
4.2	<i>Analisis</i>	131
4.2.1	<i>Analisis Copywriting</i>	131
4.2.2	<i>Analisis Gaya Visual Ilustrasi</i>	132
4.2.3	<i>Analisis Typeface</i>	133
4.2.4	<i>Analisis Warna</i>	134
4.2.5	<i>Analisis Layout</i>	136
4.2.6	<i>Analisis Budget</i>	137
4.2.7	<i>Analisis Media Plan</i>	138
BAB V PENUTUP		140
5.1	<i>Kesimpulan</i>	140
5.2	<i>Saran</i>	141
DAFTAR PUSTAKA		xx

DAFTAR GAMBAR


Gambar 2.1. Tiga Jenis Keseimbangan.....	18
Gambar 2.2. <i>Contrast</i>	19
Gambar 2.3. <i>Emphasis</i>	20
Gambar 2.4. <i>Rhythm</i>	21
Gambar 2.5. <i>Unity</i>	21
Gambar 2.6. Contoh <i>Headline</i> pada Poster Burger King.....	24
Gambar 2.7. Contoh <i>Subheadline</i>	25
Gambar 2.8. Contoh <i>Body copy</i> dalam Poster Pameran Anggrek.....	25
Gambar 2.9. Contoh <i>Signature</i> dalam Poster Mars.....	26
Gambar 2.10. Contoh <i>Caption</i>	27
Gambar 2.11. Contoh <i>Callout</i>	27
Gambar 2.12. Contoh <i>Closing Word</i>	28
Gambar 2.13. Ukuran Huruf	29
Gambar 2.14. Contoh Bobot dan Variasi Huruf	29
Gambar 2.15. Contoh Pengaturan Panjang Baris.....	30
Gambar 2.16. Contoh Pengaturan <i>Leading</i>	31
Gambar 2.17. Contoh Spasi, <i>Kerning</i> dan <i>Tracking</i>	31
Gambar 2.18. Contoh bentuk susunan dalam sebuah teks.....	32
Gambar 2.19. Contoh <i>Vector Art</i>	33
Gambar 2.20. Contoh Penerapan <i>Rule of Third</i> pada Fotografi.....	34
Gambar 2.21. Contoh <i>Sequence</i> dalam <i>Layout</i>	35
Gambar 2.22. Contoh <i>Emphasis</i> dalam komposisi <i>Layout</i>	36

Gambar 2.23. Contoh keseimbangan dalam komposisi <i>Layout</i>	37
Gambar 2.24. Contoh <i>Unity</i> dalam komposisi <i>Layout</i>	37
Gambar 3.1. Penulis bersama Bapak Indra Thamrin	39
Gambar 3.2. Logo Your Tea	41
Gambar 3.3. Produk Your Tea varian Original.....	42
Gambar 3.4. Lokasi Kantor Pusat Your Tea.....	43
Gambar 3.5. Salah satu <i>Outlet</i> Your Tea terbaru di Bogor.....	44
Gambar 3.6. Penulis Bersama dengan Ibu Wiwin	46
Gambar 3.7. Produk Your Tea Varian rasa Green Tea dan Banana	47
Gambar 3.8. Penulis bersama dengan Ibu Desi.....	48
Gambar 3.9. Penulis bersama Bapak Randi	50
Gambar 3.10. Penulis bersama sebagian peserta FGD	52
Gambar 3.11. Suasana sekitar <i>Outlet</i> Your Tea di Rangkasbitung.....	55
Gambar 3.12. Salah satu kompetitor Your Tea yakni Teh Poci.....	56
Gambar 3.13. Observasi pedagang Teh Poci	57
Gambar 3.14. Grafik Jenis Kelamin Responden.....	60
Gambar 3.15. Grafik Usia Responden	60
Gambar 3.16. Grafik Profesi Responden	61
Gambar 3.17. Grafik Jumlah Pendapatan Responden.....	62
Gambar 3.18. Grafik Jenis Teh Yang Sering Diminum Responden.....	63
Gambar 3.19. Grafik Tingkat Kesukaan Responden Terhadap Teh Siap Diminum	64
Gambar 3.20. Grafik Tingkat Pertimbangan Responden.....	64

Gambar 3.21. Grafik Tingkat <i>Awareness</i> Responden.....	65
Gambar 3.22. Grafik Tingkat Ketertarikan Responden Terhadap Your Tea.....	66
Gambar 3.23. Logo Teh Poci	69
Gambar 3.24. Kedai Teh Poci di Rest Area Sentul.....	70
Gambar 4.1. <i>Mind Map</i>	77
Gambar 4.2. <i>Mood Board</i>	80
Gambar 4.3. Warna Primer	81
Gambar 4.4. Warna Sekunder	81
Gambar 4.5. <i>Typeface Kitten</i>	82
Gambar 4.6. <i>Typeface Cocogoose</i>	83
Gambar 4.7. <i>Column Grid</i>	84
Gambar 4.8. Sketsa <i>Layouting</i>	84
Gambar 4.9. Proses <i>Layouting</i>	85
Gambar 4.10. Persiapan Foto Produk	86
Gambar 4.11. Contoh Hasil Foto Produk.....	86
Gambar 4.12. Contoh Foto Produk yang belum diedit	87
Gambar 4.13. Proses <i>Editing</i> Foto Produk.....	87
Gambar 4.14. Studi Visual Ilustrasi	88
Gambar 4.15. Elemen visual pola spiral	89
Gambar 4.16. Elemen Visual Berbentuk Air	90
Gambar 4.17. Elemen Visual Berbentuk Bingkai.....	91
Gambar 4.18. Elemen Visual <i>Emoticon</i>	92
Gambar 4.19. Elemen Visual Orang	92

Gambar 4.20. Sketsa Iklan Koran	95
Gambar 4.21. Iklan Koran.....	96
Gambar 4.22. Aplikasi Iklan pada koran Radar Banten.....	96
Gambar 4.23. <i>Column Grid</i> pada Iklan Koran.....	97
Gambar 4.24. Sketsa Manual Spanduk	98
Gambar 4.25. <i>Column Grid</i> pada Spanduk	98
Gambar 4.26. Spanduk.....	99
Gambar 4.27. <i>Column Grid</i> pada iklan Instagram	100
Gambar 4.28. Iklan Instagram.....	101
Gambar 4.29. <i>Column Grid</i> pada iklan Facebook.....	102
Gambar 4.30. Iklan pada Facebook.....	103
Gambar 4.31. Sketsa Manual Iklan <i>Website</i>	104
Gambar 4.32. <i>Leaderboard ads</i>	104
Gambar 4.33. <i>Skyscraper ads</i>	105
Gambar 4.34. <i>Leaderboard ads</i> pada Youtube	106
Gambar 4.35. <i>Skyscraper ads</i> pada Tempo.....	106
Gambar 4.36. Sketsa Manual <i>Flyer</i>	107
Gambar 4.37. <i>Column Grid</i> pada <i>Flyer</i>	108
Gambar 4.38. <i>Flyer</i> tampak depan.....	108
Gambar 4.39. <i>Flyer</i> tampak belakang.....	109
Gambar 4.40. Sketsa Manual <i>Hanging Triangle Flag</i>	110
Gambar 4.41. <i>Column Grid</i> pada <i>Hanging Triangle Flag</i>	111
Gambar 4.42. <i>Hanging Triangle Flag</i>	111

Gambar 4.43. Alternatif <i>Layouting</i> Poster	112
Gambar 4.44. Sketsa Manual Poster	113
Gambar 4.45. <i>Column Grid</i> pada Poster	114
Gambar 4.46. Poster	114
Gambar 4.47. Sketsa Manual <i>Banner</i>	115
Gambar 4.48. <i>Column Grid</i> pada <i>Banner</i>	116
Gambar 4.49. <i>Banner</i>	116
Gambar 4.50. Sketsa Manual <i>X-Banner</i>	117
Gambar 4.51. <i>Column Grid</i> pada <i>X-Banner</i>	118
Gambar 4.52. <i>X-Banner</i>	119
Gambar 4.53. Sketsa Manual Menu	120
Gambar 4.54. <i>Column Grid</i> pada Menu	121
Gambar 4.55. Menu	121
Gambar 4.56. Sketsa Manual <i>Voucher</i>	122
Gambar 4.57. <i>Column Grid</i> pada <i>Voucher</i> 1	123
Gambar 4.58. <i>Column Grid</i> pada <i>Voucher</i> 2	123
Gambar 4.59. <i>Voucher</i> 1	124
Gambar 4.60. <i>Voucher</i> 2	124
Gambar 4.61. Sketsa Manual Buku <i>Stamp Card</i>	125
Gambar 4.62. <i>Column Grid</i> pada Buku <i>Stamp Card</i>	126
Gambar 4.63. Buku <i>Stamp Card</i>	127
Gambar 4.64. <i>Merchandise</i> Baju	129
Gambar 4.65. <i>Merchandise</i> Pin	129



Gambar 4.66. Gantungan Kunci.....	130
Gambar 4.67. <i>Tote Bag</i>	130
Gambar 4.68. Poster.....	131
Gambar 4.69. <i>Flyer</i>	132
Gambar 4.70. Cover Buku <i>Stamp Card</i>	135
Gambar 4.71. Urutan membaca Iklan Koran	137

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Tabel SWOT Your Tea.....	67
Tabel 4.1. Perincian <i>Budget</i>	137
Tabel 4.2. <i>Media Plan</i>	139

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A: LEMBAR BIMBINGAN.....xxii

LAMPIRAN B: TRANSKRIP WAWANCARA.....xxvi



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA