

PERANCANGAN PROMOSI CAFE BATAVIA

Laporan Tugas Akhir

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



Nama : Reyner Riady

NIM : 14120210183

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Seni & Desain

**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG**

2019

LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Reyner Riady

NIM : 14120210183

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Seni & Desain

Universitas Multimedia Nusantara

Judul Tugas Akhir:

PERANCANGAN PROMOSI CAFE BATAVIA

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 pelaksanan 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, 15 Desember 2018



Reyner Riady

HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR

PERANCANGAN PROMOSI CAFE BATAVIA

Oleh

Nama : Reyner Riady

NIM : 14120210183

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Seni & Desain

Tangerang, 17 Januari 2019

Pembimbing

Gideon K.F.H. Hutapea, S.T., M.Ds.

Pengaji

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

Ketua Sidang

Nadia Mahatmi, M.Ds.

Ketua Program Studi

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

KATA PENGANTAR

Penulis tertarik untuk memilih Cafe Batavia sebagai obyek Tugas Akhir karena penulis merasa terinspirasi ketika pertama kali penulis mengunjungi Cafe Batavia. Cafe Batavia sudah berdiri sejak kolonial Belanda yang merupakan salah satu cafe tertua di Jakarta. Interior bangunan yang tetap mempertahankan arsitektur klasik khas Batavia ini sangat kaya akan nilai sejarah. Cafe Batavia menyajikan berbagai kuliner Indonesia dengan rasa autentik serta pemandangan interior klasik Batavia yang membuat pengalaman makan tidak ada duanya. Namun sangat disayangkan, Cafe Batavia masih dipandang sebelah mata. Oleh karena itu, penulis mengangkat judul Perancangan Promosi Cafe Batavia sebagai judul dari Tugas Akhir penulis

Proses perancangan Tugas Akhir ini tidak akan terlaksana dengan baik tanpa adanya pihak-pihak yang telah membantu penulis. Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Mohammad Rizaldi, S.T., M.Ds. selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual
2. Gideon K.F.H. Hutapea, S.T., M.Ds. selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir yang telah memberikan bimbingan serta arahan kepada penulis untuk menyelesaikan Tugas Akhir
3. Nurmawati selaku *Operational Manager* Cafe Batavia yang telah memberikan kesempatan penulis untuk mendapatkan data yang dibutuhkan dalam perancangan Tugas Akhir.

4. Valdy Chandra, Michael Chandra, Joshua Christian, Wilson Cheung, Ryandi Wiryanto, Regina Revian, Vivian Aristya, dan Kevin Jonathan yang merupakan teman penulis yang telah membantu dan mendukung selama proses perancangan Tugas Akhir.
5. Pihak-pihak lainnya yang telah membantu penulis selama proses Tugas Akhir yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Tangerang, 19 Desember 2018



Reyner Riady

ABSTRAKSI

Telah berdiri sejak tahun 1830, Cafe Batavia merupakan salah satu bangunan bersejarah yang berlokasi di Kota Tua, Jakarta Barat. Sebelumnya, Cafe Batavia digunakan sebagai pameran galeri. Bangunan ini dibeli dan dibangun kembali menjadi restoran pada tahun 1993 dengan konsep gaya Batavia tahun 1930. Mempunyai nilai sejarah yang kuat membuat Cafe Batavia berbeda dengan cafe lainnya, namun masih banyak masyarakat DKI Jakarta yang belum mengetahui tentang keberadaan Cafe Batavia. Perancangan promosi ini ditujukan kepada masyarakat DKI Jakarta yang berusia 28-40 tahun dengan menggunakan metode penelitian gabungan kualitatif dan kuantitatif. Teknik pengumpulan data kualitatif berupa wawancara, observasi, studi eksisting, dan studi kompetitor sedangkan metode kuantitatif berupa kuesioner. Metode perancangan yang digunakan dalam perancangan promosi ini berdasarkan pada teori dari Landa. Pesan yang akan disampaikan adalah menjadikan Cafe Batavia sebagai salah satu warisan sejarah Batavia yang menghubungkan antara masa kolonial dengan masa sekarang. Visual yang digunakan terdiri dari fotografi dan teks dengan penerapan pada media utama majalah dan koran serta media pendukung *banner*, iklan sosial media, dan *merchandise*.

Kata kunci : Desain, Promosi, Sejarah, Batavia, Cafe Batavia

ABSTRACT

Established since 1830, Cafe Batavia is one of the historical buildings located in Old City, West Jakarta. Previously, Cafe Batavia was used as a gallery exhibition. This building was bought and rebuilt as a restaurant in 1993 with the Batavia style concept in 1930. Having a strong historical value makes Cafe Batavia different from other cafes, but there are still many people in Jakarta who do not know about the existence of Cafe Batavia. The design of this promotion is aimed at the DKI Jakarta community aged 28-40 years using a combined qualitative and quantitative research method. Qualitative data collection techniques in the form of interviews, observation, existing studies, and competitor studies while the quantitative method in the form of a questionnaire. The design method used in designing this promotion is based on the theory of Landa. The message to be conveyed is to make Cafe Batavia one of the historical legacies of Batavia that connects the colonial period with the present. The visuals used consist of photography and text with the application of the main media magazines and newspapers as well as banner supporting media, social media advertisements, and merchandise.

Keywords: Design, Promotion, History, Batavia, Cafe Batavia

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR/SKRIPSI*	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAKSI.....	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	3
1.3. Batasan Masalah.....	3
1.4. Tujuan Tugas Akhir	3
1.5. Manfaat Tugas Akhir	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	5
2.1. Desain Komunikasi Visual.....	5
2.1.1. Elemen Desain	5
2.1.2. Prinsip Desain	8
2.1.3. Tipografi.....	9

2.1.4. Fotografi.....	16
2.1.5. <i>Layout</i>	18
2.2. Promosi	23
2.2.1. Media Promosi	26
2.2.2. Fungsi Promosi	29
2.2.3. Tujuan Promosi	30
2.2.4. Jenis Promosi	30
2.3. SWOT	33
2.4. <i>QR Code</i>	33
2.5. Gaya Desain	33
BAB III METODOLOGI	38
3.1. Metodologi Pengumpulan Data	38
3.1.1. Wawancara.....	38
3.1.2. Observasi.....	40
3.1.3. Survei	42
3.1.4. Studi Eksisting	47
3.2. Metodologi Perancangan.....	51
3.2.1. Orientasi	51
3.2.2. Analisis.....	51
3.2.3. Konsep Kreatif	51
3.2.4. Desain.....	52
BAB IV PERANCANGAN DAN ANALISIS	54

4.1. Perancangan	54
4.1.1. Perancangan Orientasi.....	54
4.1.2. Perancangan Analisis	56
4.1.3. Perancangan Konsep Kreatif.....	57
4.1.4. Perancangan Desain	66
4.1.5. Strategi Promosi	87
4.2. Analisis.....	88
4.2.1. Analisis <i>Layout</i>	88
4.2.2. Analisis Fotografi.....	88
4.2.3. Analisis Warna	88
4.2.4. Analisis Tipografi.....	89
BAB V PENUTUP.....	90
5.1. Kesimpulan	90
5.2. Saran.....	90
DAFTAR PUSTAKA	xvii

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Garis	5
Gambar 2.2. Bentuk	6
Gambar 2.3. Warna	6
Gambar 2.4. <i>Black Letter</i>	10
Gambar 2.5. <i>Humanist</i>	10
Gambar 2.6. <i>Old Style</i>	11
Gambar 2.7. <i>Transitional</i>	11
Gambar 2.8. <i>Modern</i>	12
Gambar 2.9. <i>Slab Serif</i>	12
Gambar 2.10. <i>Sans Serif</i>	13
Gambar 2.11. Contoh <i>headline</i> koran	13
Gambar 2.12. Contoh <i>subhead</i> koran.....	14
Gambar 2.13. Contoh <i>body copy</i> majalah	15
Gambar 2.14. Contoh <i>caption</i> majalah	15
Gambar 2.15. Contoh <i>soft sell</i>	17
Gambar 2.16. Contoh <i>hard sell</i>	18
Gambar 2.17. Contoh poster <i>single format</i>	19
Gambar 2.18. Contoh majalah <i>multiple page format</i>	20
Gambar 2.19. Contoh majalah <i>single column grid</i>	21
Gambar 2.20. Contoh majalah <i>multiple column grid</i>	21
Gambar 2.21. Contoh poster <i>modular grid</i>	22
Gambar 2.22. Contoh kupon promosi penjualan	23

Gambar 2.23. Contoh publisitas.....	24
Gambar 2.24. Contoh penjualan personal	25
Gambar 2.25. Contoh iklan	25
Gambar 2.26. Contoh majalah	26
Gambar 2.27. Contoh <i>flyer</i>	27
Gambar 2.28. Contoh brosur.....	28
Gambar 2.29. Contoh kartu nama	28
Gambar 2.30. Contoh <i>consumers promotion</i>	31
Gambar 2.31. Contoh <i>trade promotion</i>	32
Gambar 2.32. Contoh <i>multiplatform promotion</i>	32
Gambar 2.33. Contoh poster <i>Swiss International Design</i>	34
Gambar 2.34. Contoh majalah <i>Art Nouveau</i>	35
Gambar 2.35. Contoh poster <i>Art Deco</i>	35
Gambar 2.36. Contoh poster <i>Futurism</i>	36
Gambar 2.37. Contoh poster <i>Modern</i>	37
Gambar 3.1. Wawancara	39
Gambar 3.2. Observasi	40
Gambar 3.3. Kuesioner 1	42
Gambar 3.4. Kuesioner 2	43
Gambar 3.5. Kuesioner 3	43
Gambar 3.6. Kuesioner 4	44
Gambar 3.7. Kuesioner 5	44
Gambar 3.8. Kuesioner 6	45

Gambar 3.9. Kuesioner 7	45
Gambar 3.10. Kuesioner 8	46
Gambar 3.11. Historia Food and Bar	47
Gambar 3.12. SWOT Historia Food and Bar	48
Gambar 3.13. Kedai Seni Djakarte	48
Gambar 3.14. SWOT Kedai Seni Djakarte	49
Gambar 4.1. Orientasi Cafe Batavia	54
Gambar 4.2. Sketsa alternatif logo	58
Gambar 4.3. Logo Historia Food and Bar	58
Gambar 4.4. Logo Kedai Seni Djakarte	60
Gambar 4.5. Contoh fotografi interior	61
Gambar 4.6. Contoh <i>hard sell</i>	61
Gambar 4.7. <i>Typeface sans serif</i>	62
Gambar 4.8. <i>Helvetica modified</i>	62
Gambar 4.9. <i>Typeface serif</i>	63
Gambar 4.10. <i>Garamond</i>	64
Gambar 4.11. Contoh <i>modular grid</i>	64
Gambar 4.12. <i>Tone</i> warna Cafe Batavia	65
Gambar 4.13. <i>Color scheme</i>	66
Gambar 4.14. Foto aset 1	67
Gambar 4.15. Foto aset 2	67
Gambar 4.16. Sketsa <i>super graphic</i>	68
Gambar 4.17. Perancangan <i>super graphic</i>	69

Gambar 4.18. Merancang <i>margin majalah</i>	70
Gambar 4.19. Merancang <i>modular grid</i> majalah.....	72
Gambar 4.20. Komposisi layout majalah.....	72
Gambar 4.21. Komposisi layout majalah 2	73
Gambar 4.22. <i>Layout</i> majalah	74
Gambar 4.23. Merancang <i>margin banner</i>	75
Gambar 4.24. Merancang <i>modular grid banner</i>	76
Gambar 4.25. Komposisi <i>banner</i>	77
Gambar 4.26. Komposisi <i>banner</i> 2	78
Gambar 4.27. <i>Layout banner</i>	79
Gambar 4.28. <i>Workspace Instagram</i>	80
Gambar 4.29. Merancang <i>modular grid Instagram</i>	81
Gambar 4.30. Komposisi <i>Instagram</i>	81
Gambar 4.31. Komposisi <i>Instagram</i> 2	82
Gambar 4.32. <i>Layout Instagram</i>	82
Gambar 4.33. Merancang <i>margin Facebook</i>	83
Gambar 4.34. Merancang <i>modular grid Facebook</i>	84
Gambar 4.35. Komposisi <i>layout Facebook</i>	84
Gambar 4.36. Komposisi <i>layout Facebook</i> 2	85
Gambar 4.37. <i>Layout Facebook</i>	85
Gambar 4.38. <i>Collateral kit</i>	86
Gambar 4.39. <i>Merchandise</i>	86

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A : FORMULIR BIMBINGAN	xviii
--	--------------