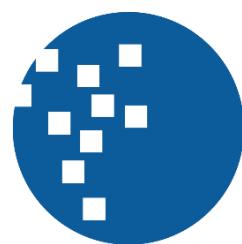


**PERANCANGAN MEDIA PROMOSI WING HENG
HONGKONG DIMSUM**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN TUGAS AKHIR

Silvia

00000027677

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS SENI DAN DESAIN
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2022**

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI WING HENG

HONGKONG DIMSUM



LAPORAN TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Desain (S.Ds.)



HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Silvia

Nomor Induk Mahasiswa : 00000027677

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Tugas Akhir dengan judul:

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI WING HENG HONGKONG DIMSUM

merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan skripsi, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk Tugas Akhir yang telah saya tempuh.

Tangerang, 14 Juni 2022

(Silvia)

**UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA**

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul
**PERANCANGAN MEDIA PROMOSI WING HENG HONGKONG
DIMSUM**

Oleh

Nama

: Silvia

NIM

: 00000027677

Program Studi

: Desain Komunikasi Visual

Fakultas

: Seni dan Desain

Telah diujikan pada hari Selasa, 14 Juni 2022

Pukul 11.15 s/d 12.00 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Lalitya Talitha Pinasthika, M.Ds.
0308078801/E034812

Penguji

Rani Aryani Widjono, S.Sn., M.Ds.
0310019201/E023987

Pembimbing

Ken Natasha Violeta, S.Sn., M.Ds.
0309089201/E066120

Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual

Fonita Theresia Yoliando, S.Ds., M.A.
0311099302/E043487

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas academica Universitas Multimedia Nusantara, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Silvia

NIM 00000027677

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Seni dan Desain

Jenis Karya : *Tesis/Skripsi/Tugas Akhir(*coret yang tidak perlu)

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Multimedia Nusantara Hak Bebas Royalti Nonekslusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul.

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI WING HENG HONGKONG

DIMSUM

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Nonekslusif ini, Universitas Multimedia Nusantara berhak menyimpan, mengalihmediakan/mengalihformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 17 Juni 2022

Yang menyatakan,



(Silvia)

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

KATA PENGANTAR

Segala Puji dan Syukur panjatkan hadirat kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan judul “Perancangan Media Promosi Wing Heng Hongkong Dimsum” dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar S1 Jurusan Desain Komunikasi Visual pada Fakultas Seni dan Desain Universitas Multimedia Nusantara. Oleh karena itu, penulis melakukan perancangan ini bertujuan untuk mempertahankan konsumen lama dan menarik konsumen baru agar menyajikan berbagai produk inovasi terbaru. Penulis juga menyadari bahwa tanpa adanya bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan tugas akhir ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan tugas akhir ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Ninok Leksono, M.A., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Muhammad Cahya Mulya Daulay, S.Sn., M.Ds., selaku Dekan Fakultas Universitas Multimedia Nusantara.
3. Fonita Theresia Yoliando, S.Ds., M.A., selaku Ketua Program Studi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Ken Natasha Violeta, S.Sn., M.Ds, sebagai Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainyatugas akhir ini.
5. Zamzami Almakki, S.Pd., M.Ds. sebagai Pembimbing spesialis yangtelah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas selesaiinya tugas akhir ini.
6. Ibu Marliyah, selaku HRD Wing Heng Hongkong Dimsum.
7. Kelvin Kosasih, selaku agensi promosi dari *Kaia Project*.
8. Dosen prodi Desain Komunikasi Visual di Universitas Multimedia Nusantara yang telah mengajarkan saya dari awal perkuliahan sampai sekarang.

9. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
10. Evangelina Marbun, Vio, Tista sebagai teman-teman terdekat yang telah membantu dan mendukung perancangan tugas akhir penulis.

Semoga karya ilmiah ini dapat memberikan manfaat, baik dari sumber informasi maupun sumber inspirasi, bagi para pembaca.

Tangerang, 17 Juni 2022



(Silvia)



PERANCANGAN MEDIA PROMOSI WING HENG

HONGKONG DIMSUM

(Silvia)

ABSTRAK

Wing Heng Hongkong Dimsum pertama kali dibuka pada tahun 2014. Tempat makan dimsum non-halal yang menjadi favorit warga Jakarta dan Tangerang adalah Wing Heng. Visi dan misi dari Restoran Wing Heng Hongkong Dimsum adalah menjadi tempat bersantai untuk para pencinta dimsum agar bisa menikmati suasana Chinese di Restoran Wing Heng Hongkong Dimsum dengan citarasa makanan tradisional dimsum yang autentik. Yang pertama berinovasi dan kreatif selalu untuk memberikan produk, service, harga dan suasana yang terbaik, yang kedua bersama-sama membangun perusahaan dengan expansi ke seluruh Indonesia, dan yang ketiga menyediakan lapangan kerja bagi seluruh karyawan dan terus bertumbuh. Oleh karena itu, penulis melakukan perancangan dengan tujuan untuk mempertahankan konsumen lama dan menjaring konsumen baru agar menyajikan berbagai produk inovasi terbaru. Metode perancangan yang akan digunakan adalah model perancangan media promosi atau iklan yang dimulai dari tahap pengumpulan data sampai ke tahap implementasi sebuah desain. Pengumpulan data, penulis menggunakan metode penelitian kuantitatif dan kualitatif, yang terdiri dari penyebarluasan kuisioner, wawancara, studi eksisting, studi referensi, analisa SWOT, dan analisa STP. Berdasarkan hasil responden yang didapatkan masih banyak yang belum mengetahui Restoran Wing Heng Hongkong Dimsum (51,7%). Hal ini membuktikan bahwa Wing Heng Hongkong Dimsum masih harus membutuhkan sebuah promosi untuk memperkuat pemasarannya.

Kata kunci: Wing Heng Hongkong Dimsum, Promosi, Dimsum

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

PROMOTIONAL MEDIA DESIGN WING HENG HONGKONG

DIMSUM

(Silvia)

ABSTRACT (English)

Wing Heng Hongkong Dimsum was first opened in 2014. The non-halal dimsum place that is a favorite for Jakarta and Tangerang residents is Wing Heng. The vision and mission of Wing Heng Hongkong Dimsum Restaurant is to become a relaxing place for dimsum lovers so that they can enjoy the Chinese atmosphere at Wing Heng Hongkong Dimsum Restaurant with the authentic taste of traditional dimsum food. The first is to innovate and be creative always to provide the best products, services, prices and atmosphere, the second to build a company with expansion throughout Indonesia, and the third to provide employment opportunities for all employees and continue to grow. Therefore, the authors design with the aim of retaining old consumers and attracting new consumers to present the latest innovative products. The design method that will be used is a promotional or advertising media design model starting from the data collection stage to the implementation stage of a design. Collecting data, the authors used quantitative and qualitative research methods, which consisted of distributing questionnaires, interviews, existing studies, reference studies, SWOT analysis, and STP analysis. Based on the results of the respondents, there are still many who do not know Wing Heng Hongkong Dimsum Restaurant (51.7%). This proves that Wing Heng Hongkong Dimsum still needs a promotion to strengthen its marketing.

Keywords: Wing Heng Hongkong Dimsum, Promotion, Dimsum

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

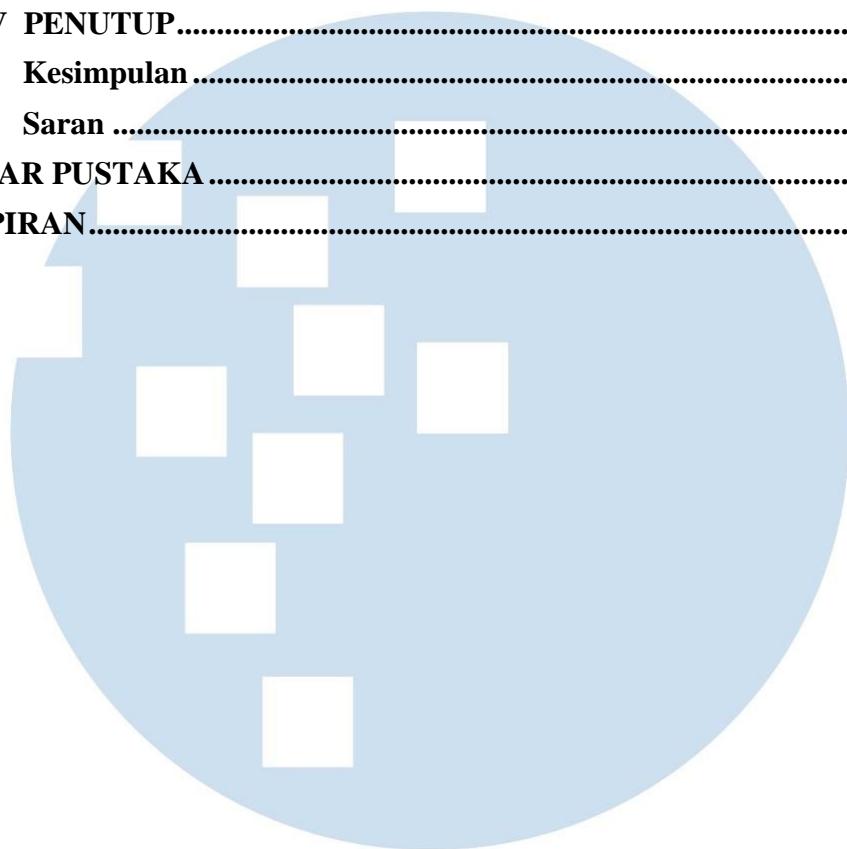
DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT.....	ii
HALAMAN PENGESEAHAN.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT (English)</i>	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	2
1.3 Batasan Masalah	2
1.4 Tujuan Tugas Akhir	3
1.5 Manfaat Tugas Akhir	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	5
2.1 Desain Komunikasi Visual	5
2.1.1 Prinsip Desain.....	5
2.1.2 Elemen Desain	7
2.1.3 Tipografi	10
2.1.4 <i>Layout</i>	13
2.1.5 Warna.....	14
2.2 <i>Grid</i>	15
2.2.1 <i>Single-column Grid</i>	16
2.2.2 <i>Multicolumn Grids</i>	17
2.2.3 <i>Modular Grids</i>	18
2.3 <i>Copywriting</i>	18
2.3.1 <i>Headline</i>	18
2.3.2 <i>Subheadline</i>	20
2.3.3 <i>Call to action</i>	21

2.4	Promosi.....	21
2.4.1	Manfaat Promosi.....	21
2.4.2	Fungsi Promosi	22
2.4.3	Tujuan Promosi	22
2.4.4	Strategi Promosi	26
2.4.4.1	<i>Psychographics</i>.....	26
2.4.4.2	<i>Behavior</i>.....	30
2.4.4.3	<i>Customer Decision Making</i>.....	32
2.4.4.4	<i>The Paths to a Brand Decision</i>	34
2.4.4.5	<i>Profiling the Target Audience</i>.....	35
2.4.4.6	<i>Microtargeting</i>	35
2.4.5	Jenis-Jenis Promosi.....	36
2.4.6	Media Promosi.....	38
2.4.6.1	<i>Above the Line</i>	38
2.4.6.2	<i>Below the Line</i>	40
2.5	Fotografi.....	43
2.5.1	Fotografi Makanan	44
2.5.2	Komposisi Fotografi Makanan	44
2.5.2.1	<i>Format Landscape atau Portrait</i>.....	45
2.5.2.2	<i>Shooting Angle</i>	45
2.6	Iklan.....	47
2.6.1	Definisi Iklan.....	47
2.6.2	Fungsi Iklan	48
2.6.3	Tujuan Iklan	48
2.6.4	Pendekatan Pesan Iklan	49
2.7	AISAS (<i>Attention, Interest, Search, Action, Share</i>)	52
2.8	Restoran	53
2.8.1	Sejarah Restoran <i>Chinese Food</i>.....	54
2.8.2	Karakteristik Restoran <i>Chinese Food</i>.....	54
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		59
3.1	Metodologi Pengumpulan Data	59
3.1.1	Wawancara	59
3.1.1.1	Wawancara dengan HRD	59
3.1.1.2	Kesimpulan Wawancara HRD	62

3.1.1.3	Wawancara dengan Agensi Promosi	62
3.1.1.4	Wawancara dengan <i>Customer</i>	64
3.1.1.5	Kuesioner	69
3.1.1.6	Kesimpulan Kuesioner	83
3.1.1.7	Observasi.....	83
3.1.2	Studi Eksisting.....	90
3.1.2.1	<i>Feed Instagram</i>	91
3.1.2.2	Video Konten TikTok	92
3.1.2.3	Tabel Perbandingan.....	93
3.1.2.4	Kesimpulan Perbandingan dengan Kompetitor....	101
3.1.3	Studi Referensi	103
3.1.4	Analisa SWOT Wing Heng Hongkong Dimsum	108
3.1.5	Analisa STP Wing Heng Hongkong Dimsum.....	109
3.1.5.1	<i>Segmentation</i>	109
3.1.5.2	<i>Targeting</i>	110
3.1.5.3	<i>Positioning</i>	110
3.2	Metode Perancangan	111
BAB IV STRATEGI DAN ANALISIS PERANCANGAN.....		113
4.1	Strategi Perancangan.....	113
4.1.1	<i>Overview</i>	113
4.1.2	<i>Strategy</i>	114
4.1.3	<i>Ideas</i>	123
4.1.4	<i>Design</i>	126
4.1.5	<i>Production and Implementation</i>	143
4.2	Analisis Perancangan.....	184
4.2.1	Analisis Desain <i>Instagram Story Ads</i>	184
4.2.2	Analisis Desain <i>Goscreen</i>	184
4.2.3	Analisis Desain <i>Street Banner</i>	185
4.2.4	Analisis Design <i>Instagram Feed</i>	186
4.2.5	Analisis Design <i>Trifold Brochure</i>	186
4.2.6	Analisis Design <i>Stationery</i>	186
4.2.7	Analisis Design <i>Merchandise</i>	186
4.2.8	Analisis Design <i>Voucher Food (Gimmick)</i>	186
4.2.9	Analisis Design <i>Instagram Story</i>	186

4.3 Budgeting	192
BAB V PENUTUP	195
5.1 Kesimpulan	195
5.2 Saran	196
DAFTAR PUSTAKA	xiii
LAMPIRAN	xvi



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Jenis Kelamin Responden	70
Tabel 3.2 Usia Responden.....	70
Tabel 3.3 Tempat Tinggal Responden	71
Tabel 3.4 Pekerjaan Responden	71
Tabel 3.5 Frekuensi Responden Makan Diluar	72
Tabel 3.6 Sosial Media yang Dipakai Saat Ini	73
Tabel 3.7 Responden Belum Mengetahui Wing Heng.....	74
Tabel 3.8 Responden Tertarik Mencoba Wing Heng.....	74
Tabel 3.9 Frekuensi Tertarik Mencoba Wing Heng.....	75
Tabel 3.10 Media yang Sering Dipakai Membeli Makanan	76
Tabel 3.11 Responden Mengetahui <i>Brand</i> Wing Heng	77
Tabel 3.12 Frekuensi Ketertarikan Untuk Membeli Wing Heng	78
Tabel 3.13 Persepsi Tampilan <i>Instagram</i> Wing Heng	79
Tabel 3.14 Sisi Visual Tampilan <i>Instagram</i> Kurang Menarik	80
Tabel 3.15 <i>Brand</i> Restoran yang Sering Kunjungi	81
Tabel 3.16 Belum Mencoba Wing Heng Sampai Sekarang.....	82
Tabel 3.17 Tabel Perbandingan Kompetitor	93
Tabel 4.1 Strategi Pesan	115
Tabel 4.2 <i>Creative Brief</i>	117
Tabel 4.3 Tabel <i>Timeline</i> Perancangan Promosi.....	123
Tabel 4.4 Perkiraan <i>Budgeting</i> dalam 1 bulan	194



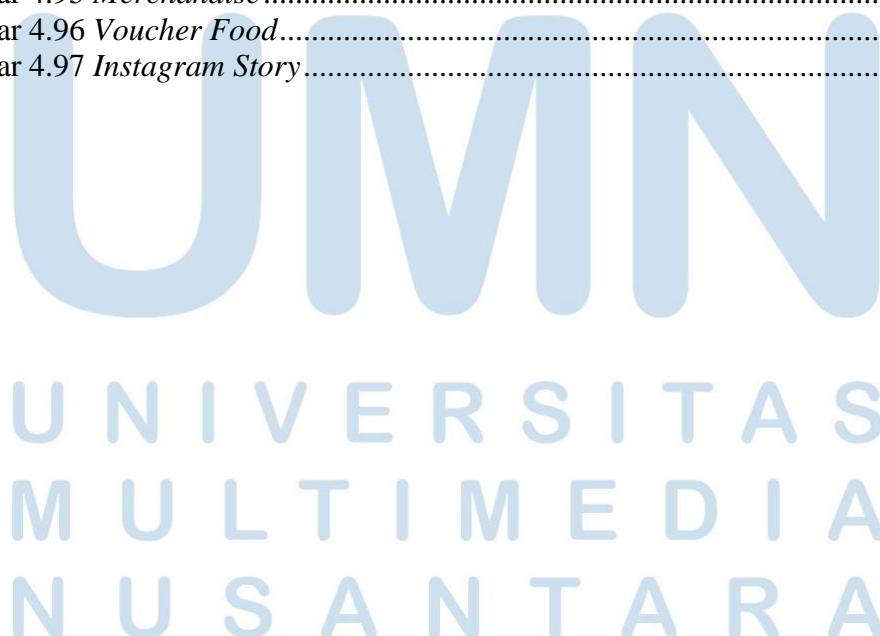
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Garis	7
Gambar 2.2 Bentuk	8
Gambar 2.3 Warna Primer	9
Gambar 2.4 Tekstur	9
Gambar 2.5 <i>Kerning & Ligatures</i>	10
Gambar 2.6 <i>Leading</i>	11
Gambar 2.7 <i>Anatomy of a Typeface</i>	12
Gambar 2.8 <i>Type Personality</i>	12
Gambar 2.9 <i>Frutiger's Grid</i>	13
Gambar 2.10 Diagram Lingkaran Warna <i>Herbert Ives</i>	15
Gambar 2.11 <i>Single-column Grid</i>	16
Gambar 2.12 <i>Multicolumn Grids</i>	17
Gambar 2.13 <i>Modular Grids</i>	18
Gambar 2.14 Contoh Iklan dari Tujuan <i>Informing</i>	23
Gambar 2.15 Contoh Iklan dari Tujuan <i>Persuading</i>	23
Gambar 2.16 Contoh Iklan dari Tujuan <i>Reminding and Increasing Salience</i>	24
Gambar 2.17 Contoh Iklan dari Tujuan <i>Adding Value</i>	25
Gambar 2.18 Contoh Iklan dari Tujuan <i>Assisting Other Company Efforts</i>	25
Gambar 2.19 Contoh Tabel <i>Consumer Categories</i>	30
Gambar 2.20 Contoh Tabel <i>Different Paths</i>	34
Gambar 2.21 Contoh <i>Profiling the Target Audience</i>	35
Gambar 2.22 Contoh Media Sosial	39
Gambar 2.23 Contoh Media Cetak	39
Gambar 2.24 Contoh Brosur	40
Gambar 2.25 Contoh <i>X-banner</i>	41
Gambar 2.26 Contoh <i>Flyer</i>	41
Gambar 2.27 Contoh Kartu Nama	42
Gambar 2.28 Contoh <i>Merchandise</i>	43
Gambar 2.29 Contoh “ <i>The Set Table</i> ” oleh Joseph Nicéphore Niéce	44
Gambar 2.30 Format <i>Portrait</i> dan <i>Landscape</i>	45
Gambar 2.31 <i>Eye-Level Angle</i>	46
Gambar 2.32 <i>Bird's Eye View</i>	46
Gambar 2.33 <i>Shoot at an Angle</i>	47
Gambar 2.34 <i>Hard Selling Ads</i>	48
Gambar 2.35 <i>Soft Selling Ads</i>	49
Gambar 2.36 <i>Chinese Table Set Up</i>	56
Gambar 3.1 Dokumentasi Penulis dengan HRD	61
Gambar 3.2 Dokumentasi Penulis dengan Agensi Promosi	64
Gambar 3.3 Wawancara dengan Evangelina Marbun	66
Gambar 3.4 Wawancara dengan Tista	67
Gambar 3.5 Wawancara dengan Vio	69
Gambar 3.6 Lokasi Wing Heng Hongkong Dimsum	84
Gambar 3.7 Pintu Masuk Wing Heng Hongkong Dimsum	85
Gambar 3.8 Logo Wing Heng Hongkong Dimsum	85

Gambar 3.9 Tempat Pembuatan Wing Heng Hongkong Dimsum.....	86
Gambar 3.10 Suasana Wing Heng Hongkong Dimsum.....	86
Gambar 3.11 Kertas <i>Order</i> Makanan Wing Heng Hongkong Dimsum.....	87
Gambar 3.12 Menu Makanan Wing Heng Hongkong Dimsum.....	88
Gambar 3.13 Tempat Pembayaran Wing Heng Hongkong Dimsum.....	88
Gambar 3.14 Hidangan Makanan Wing Heng Hongkong Dimsum	89
Gambar 3.15 Tempat <i>Delivery Food</i> Wing Heng Hongkong Dimsum	90
Gambar 3.16 Tampilan <i>Feed Instagram</i> Wing Heng Hongkong Dimsum	91
Gambar 3.17 Video Konten Tiktok Wing Heng Hongkong Dimsum.....	92
Gambar 3.18 Referensi Tampilan <i>Instagram One Dimsum</i>	104
Gambar 3.19 Referensi Tampilan Video 1 TikTok Haka Dimsum	105
Gambar 3.20 Referensi Tampilan Video 2 TikTok Haka Dimsum	105
Gambar 3.21 Referensi Daftar Menu <i>Tim Ho Wan</i>	106
Gambar 3.22 Referensi Menu Promosi dari <i>Tim Ho Wan</i>	107
Gambar 4.1 <i>Mindmapping</i>	124
Gambar 4.2 <i>Moodboard</i> Perancangan Promosi	127
Gambar 4.3 <i>Color Palette</i>	128
Gambar 4.4 <i>Font Good Butter</i>	130
Gambar 4.5 <i>Font Heavitas</i>	130
Gambar 4.6 <i>Font Cocogoose</i>	131
Gambar 4.7 Properti untuk Foto Dimsum.....	133
Gambar 4.8 <i>Behind the Scenes</i> dari Proses Foto Dimsum	133
Gambar 4.9 Proses <i>Editing</i> memakai <i>Exposure, Contrast, Highlights, dan Texture</i>	134
Gambar 4.10 Hasil <i>Editing Asset</i> Foto Dimsum Menggunakan <i>Lightroom</i>	135
Gambar 4.11 Proses <i>Cropping</i> Mulai dari <i>Removing Background, Refining, dan Cofirm</i>	135
Gambar 4.12 Hasil <i>Cropping Asset</i> Foto Dimsum Menggunakan <i>Phototoroom</i> ..	136
Gambar 4.13 Sketsa Foto Dimsum 3 Alternatif	136
Gambar 4.14 Perancangan Asset Foto Dimsum Alternatif 1	137
Gambar 4.15 Hasil Asset Foto Dimsum Alternatif 1	137
Gambar 4.16 Perancangan Asset Foto Dimsum Alternatif 2	138
Gambar 4.17 Hasil Asset Foto Dimsum Alternatif 2	138
Gambar 4.18 Perancangan Asset Foto Dimsum Alternatif 3	139
Gambar 4.19 Hasil Asset Foto Dimsum Alternatif 3	139
Gambar 4.20 Foto Asset Tambahan untuk <i>Instagram</i> 1	140
Gambar 4.21 Foto Asset Tambahan untuk <i>Instagram</i> 2	140
Gambar 4.22 Foto Asset Tambahan untuk <i>Instagram</i> 3	140
Gambar 4.23 Referensi Gambar <i>Steamer Klakat Bambu Dimsum</i>	141
Gambar 4.24 Proses Pembuatan Badan <i>Steamer Klakat Bambu Dimsum</i> Dari Simbol Supergrafis	141
Gambar 4.25 Proses Pembuatan Tutup <i>Steamer Klakat Bambu Dimsum</i> Dari Simbol Supergrafis	142
Gambar 4.26 Hasil Akhir dari Supergrafis.....	142
Gambar 4.27 Hasil Akhir Supergrafis Ke-2.....	143
Gambar 4.28 Sketsa Kasar Perancangan Visual dari <i>Instagram Story Ads</i>	144

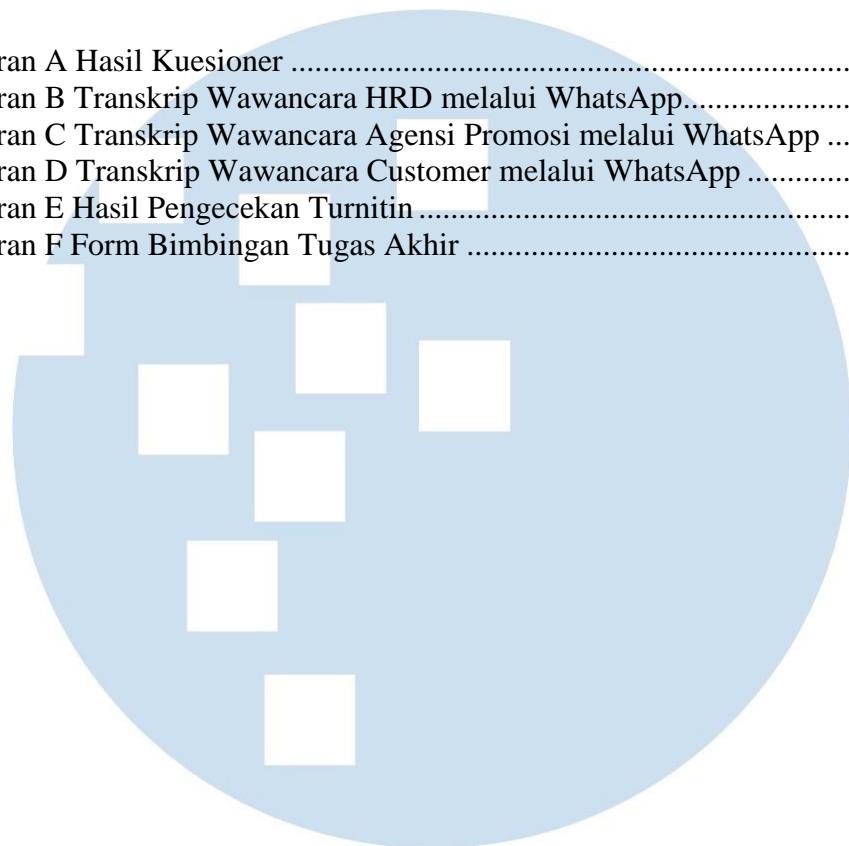
Gambar 4.29 <i>Single Column Grid Instagram Story Ads</i>	144
Gambar 4.30 Perancangan <i>Layout Instagram Story Ads</i>	145
Gambar 4.31 Peletakkan Elemen Visual <i>Layout Instagram Story Ads</i>	146
Gambar 4.32 Hasil Desain <i>Layout Instagram Story Ads</i>	147
Gambar 4.33 <i>Mockup Tampilan Instagram Story Ads</i>	147
Gambar 4.34 <i>Single Column Grid Goscreen</i>	148
Gambar 4.35 Perancangan <i>Layout Goscreen</i>	149
Gambar 4.36 Perancangan Elemen Visual <i>Layout Goscreen</i>	149
Gambar 4.37 Hasil Desain <i>Layout Goscreen</i>	150
Gambar 4.38 <i>Mockup Tampilan Goscreen</i>	150
Gambar 4.39 <i>Single Column Grid Street Banner</i>	151
Gambar 4.40 Perancangan <i>Layout Street Banner</i>	152
Gambar 4.41 Peletakkan Elemen Visual <i>Layout Street Banner</i>	152
Gambar 4.42 Hasil Desain <i>Layout Street Banner</i>	153
Gambar 4.43 <i>Mockup Tampilan Street Banner</i>	154
Gambar 4.44 <i>Modular Grid Instagram Feed</i>	155
Gambar 4.45 <i>Modular Grid Instagram Feed</i>	156
Gambar 4.46 Implementasi Elemen Visual dari <i>Layout Instagram Feed</i>	156
Gambar 4.47 Hasil Desain <i>Layout Instagram Feed</i>	157
Gambar 4.48 <i>Mockup Tampilan Instagram Feed</i>	158
Gambar 4.49 <i>Multicolumn Grid Trifold Brochure</i>	158
Gambar 4.50 Perancangan <i>Layout Brochure</i> Sisi Bagian Depan.....	159
Gambar 4.51 Implementasi Elemen Visual <i>Layout Trifold Brochure</i> Sisi Bagian Depan	160
Gambar 4.52 Implementasi Elemen Visual <i>Layout Trifold Brochure</i> Sisi Bagian Belakang.....	161
Gambar 4.53 Hasil Desain <i>Layout Trifold Brochure</i> Sisi Bagian Depan	161
Gambar 4.54 Hasil Desain <i>Layout Trifold Brochure</i> Sisi Bagian Belakang.....	162
Gambar 4.55 <i>Mockup Tampilan Trifold Brochure</i>	162
Gambar 4.56 <i>Single Column Grid Table Tent</i>	163
Gambar 4.57 Perancangan <i>Layout Table Tent</i> Sisi Bagian Depan	164
Gambar 4.58 Perancangan <i>Layout Table Tent</i> Sisi Bagian Belakang.....	164
Gambar 4.59 Implementasi <i>Layout Table Tent</i> Sisi Bagian Depan dan Belakang	165
Gambar 4.60 Hasil Desain <i>Layout Table Tent</i>	165
Gambar 4.61 <i>Mockup Tampilan Table Tent</i>	161
Gambar 4.62 <i>Single Column Grid Stiker Packaging</i>	167
Gambar 4.63 Perancangan <i>Layout Stiker Packaging</i>	168
Gambar 4.64 Implementasi <i>Layout Stiker Packaging</i>	168
Gambar 4.65 Hasil Desain <i>Layout Stiker Packaging</i>	169
Gambar 4.66 <i>Mockup Tampilan Stiker Packaging</i>	169
Gambar 4.67 <i>Single Column Grid Kartu Nama</i>	170
Gambar 4.68 Perancangan dan Implementasi <i>Layout Kartu Nama</i> Sisi Bagian Depan	170
Gambar 4.69 Perancangan dan Implementasi <i>Layout Kartu Nama</i> Sisi Bagian Belakang.....	170

Gambar 4.70 Hasil Desain <i>Layout Kartu Nama</i>	171
Gambar 4.71 <i>Mockup Tampilan Kartu Nama</i>	171
Gambar 4.72 <i>Single Column Grid Takeaway Paperbag</i>	172
Gambar 4.73 Perancangan dan Implementasi <i>Layout Paperbag Sisi Bagian Depan</i>	173
Gambar 4.74 Perancangan dan Implementasi <i>Layout Paperbag Sisi Bagian Belakang</i>	173
Gambar 4.75 Hasil Desain <i>Layout Takeaway Paperbag</i>	174
Gambar 4.76 <i>Mockup Takeaway Paperbag</i>	174
Gambar 4.77 Implementasi Desain Kaos Polo dan Apron.....	175
Gambar 4.78 Implementasi Desain <i>Totebag</i>	176
Gambar 4.79 Implementasi Desain <i>Tumbler</i>	177
Gambar 4.80 Implementasi Desain <i>Half Paper Cover</i>	178
Gambar 4.81 Implementasi Desain Buku Resep.....	179
Gambar 4.82 <i>Single Column Grid Voucher Food</i>	180
Gambar 4.83 Perancangan <i>Layout Voucher Food</i>	180
Gambar 4.84 Implementasi <i>Layout Voucher Food</i>	181
Gambar 4.85 Hasil Desain <i>Layout Voucher Food</i>	181
Gambar 4.86 <i>Mockup Tampilan Voucher Food</i>	182
Gambar 4.87 Hasil Perancangan Desain <i>Instagram Story Comment</i>	183
Gambar 4.88 <i>Mockup Tampilan Instagram Story</i>	183
Gambar 4.89 <i>Instagram Story Ads</i>	185
Gambar 4.90 <i>Goscreen</i>	186
Gambar 4.91 <i>Street Banner</i>	186
Gambar 4.92 <i>Instagram Feed</i>	187
Gambar 4.93 <i>Trifold Brochure</i>	189
Gambar 4.94 <i>Stationery</i>	189
Gambar 4.95 <i>Merchandise</i>	190
Gambar 4.96 <i>Voucher Food</i>	191
Gambar 4.97 <i>Instagram Story</i>	192



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Hasil Kuesioner	xvi
Lampiran B Transkrip Wawancara HRD melalui WhatsApp.....	xxii
Lampiran C Transkrip Wawancara Agensi Promosi melalui WhatsApp	xxiv
Lampiran D Transkrip Wawancara Customer melalui WhatsApp	xxvi
Lampiran E Hasil Pengecekan Turnitin	xxix
Lampiran F Form Bimbingan Tugas Akhir	xxxiv



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA