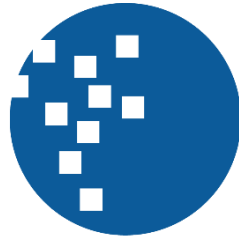


PERANCANGAN PROMOSI DODOL NYONYA LAUW 55

KHAS TANGERANG



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN TUGAS AKHIR

Dwiko Prastiyo Anjariko

00000026129

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS SENI DAN DESAIN

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2023

PERANCANGAN PROMOSI DODOL NYONYA LAUW 55

KHAS TANGERANG



LAPORAN TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Desain (S.Ds.)

Dwiko Prastiyo Anjariko

0000026129

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS SENI DAN DESAIN

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2023

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Dwiko Prastiyo Anjariko

Nomor Induk Mahasiswa : 00000026129

Program Studi : Fakultas Seni dan Desain

Tugas Akhir dengan judul:

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI DODOL NYONYA LAUW 55 KHAS TANGERANG

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, 7 Juni 2023



(Dwiko Prastiyo Anjariko)

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul
PERANCANGAN MEDIA PROMOSI DODOL NYONYA LAUW 55

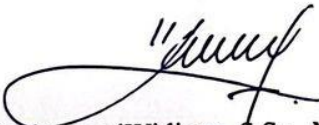
KHAS TANGERANG

Oleh

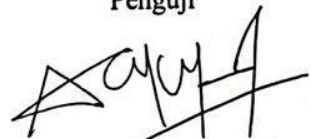
Nama : Dwiko Prastiyo Anjariko
NIM : 00000026129
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain

Telah diujikan pada hari Selasa, 27 Juni 2023
Pukul 16.45 s.d 17.30 dan dinyatakan
LULUS
Dengan susunan penguji sebagai berikut.


Ketua Sidang


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


Penguji


Ardiles Akyuwen, S.Sn., M.Sn.
0323067804/E067811

Pembimbing


Clemens Felix Setiawan, S.Sn., M.Hum
0305117504/E051860

Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual


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

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Dwiko Prastiyo Anjariko
NIM : 00000026129
Program Studi : Desain komunikasi visual
Fakultas : Seni dan Desain
Jenis Karya : ~~*Testi/Skripsi/~~ Tugas Akhir

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

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI DODOL NYONYA LAUW 55 KHAS TANGERANG

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif 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, 20, Maret, 2023

Yang menyatakan,



Dwiko Prastiyo Anjariko

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

KATA PENGANTAR

Puji sukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat merancang tugas akhir ini yang berjudul “Perancangan Media Promosi Dodol Nyonya Lauw 55 Khas Tangerang” untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Desain Komunikasi Visual pada Fakultas Seni dan Desain Universitas Multimedia Nusantara. Tujuan dari pembuatan tugas akhir ini adalah membantu Dodol Nyonya Lauw 55 Khas Tangerang meningkatkan penjualannya sehingga akan menjadi dikenal oleh banyak masyarakat. Penulis menyadari tanpa adanya bantuan dari banyak pihak, dari masa perkuliahan sampai dengan perancangan tugas akhir ini, akan membuat penulis sulit menyelesaikan tugas akhir ini. Oleh dengan ini penulis 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 Seni dan Desain Universitas Multimedia Nusantara.
3. Fonita Theresia Yoliando, S.Ds., M.A., selaku Ketua Program Studi desain Komunikasi Visual Universitas Multimedia Nusantara.
4. Clemens Felix setiawan, sebagai Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Reni, selaku pemilik Dodol Nyonya Lauw 55 Khas Tangerang.
6. Riyan, sebagai narasumber yang telah meluangkan waktu
7. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
8. Teman-teman semasa perkuliahan yang telah membantu penulis dukungan secara

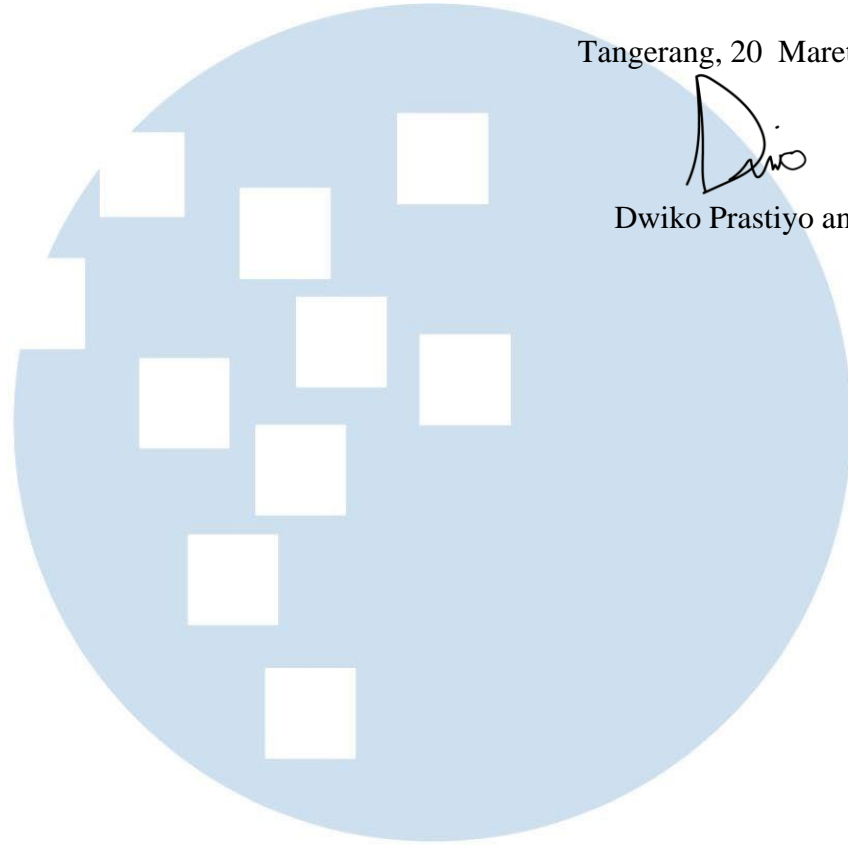
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

Semoga Karya ilmiah yang penulis buat bisa bermanfaat bagi pihak manapun menjadi sebagai referensi bagi pembaca

Tangerang, 20 Maret 2023



Dwiko Prastiyo anjariko



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI DODOL NYONYA

LAUW 55 KHAS TANGERANG

Dwiko Prastiyo Anjariko

ABSTRAK

Melakukan media promosi dodol ini bukan tanpa tujuan, guna agar masyarakat Tangerang tahu bahwa tangerang memiliki makanan dodol khas dari Tangerang yang didirikan oleh Lauw kim Liong sejak tahun 1962 dan saat ini di wariskan kepada Reni berdasarkan pemilik, Dodol Nyonya Lauw 55 merupakan dodol murni dari bahan bahan pilihan yang diolah dengan cara tradisional agar menciptakan rasa yang sama dengan generasi sebelumnya Dodol Nyonya Lauw 55 ini berlokasi di jalan Boraq, Gg SPG no.55, Karang Sari, Kec.Neglasari, Kota Tangerang, Banten. dengan ini penulis mengambil topik perancangan promosi. Agar dodol nyonya lauw ini bisa terkenal di masyarakat dan mempunyai banyak konsumen sehingga dapat meningkatkan penjualan melalui promosi. Metode perancangan yang digunakan model perancangan desain promosi atau iklan yang dimulai dari tahapan pengumpulan informasi dan data agar bisa ketahanan implementasi sebuah desain. Penulis menggunakan metode penelitian kualitatif dan kuantitatif dari proses pengambilan data dari wawancara dan menyebarkan kuesioner masih banyak yang tidak mengetahui apa itu Dodol Nyonya Lauw 55 (88%), hal ini membuktikan bahwa banyak yang belum mengetahui dan Dodol Nyonya Lauw55 masih membutuhkan sebuah promosi agar memperluas pemasarannya.

Kata kunci: Dodol, bersih, tradisional, cemilan, pecinta makanan

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI DODOL NYONYA

LAUW 55 KHAS TANGERANG

Dwiko Prastiyo anjariko

ABSTRACT (English)

Dodol media promotion is not without purpose, in order for the people of Tangerang to know that Tangerang has special dodol food from Tangerang which was founded by Lauw kim Liong since 1962 and is currently being passed down to Reni based on the owner, Dodol Nyonya Lauw55 is pure dodol made of ingredients. choices that are processed in the traditional way to create the same taste as the previous generation Dodol Nyonya Lauw 55 is located at Jalan Boraq, Gg SPG no. 55, Karangsari, Kec. Neglasari, Kota Tangerang, Banten. with this the author takes the topic of promotion design. So that Mrs. Lauw's dodol can be well-known in the community and have many consumers so that it can increase sales through promotions. The design method used is the promotional or advertising design design model which starts from the stages of gathering information and data so that it can be at the stage of implementing a design. The author uses qualitative and quantitative research methods from the process of collecting data from interviews and distributing questionnaires, there are still many who do not know what Dodol Nyonya Lauw is 55 (88%). This proves that many do not know and Dodol Nyonya Lauw 55 still needs promotion to expand its marketing.

Keywords: *Dodol, clean, traditional, snacks, food lovers*

U I V I N
U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

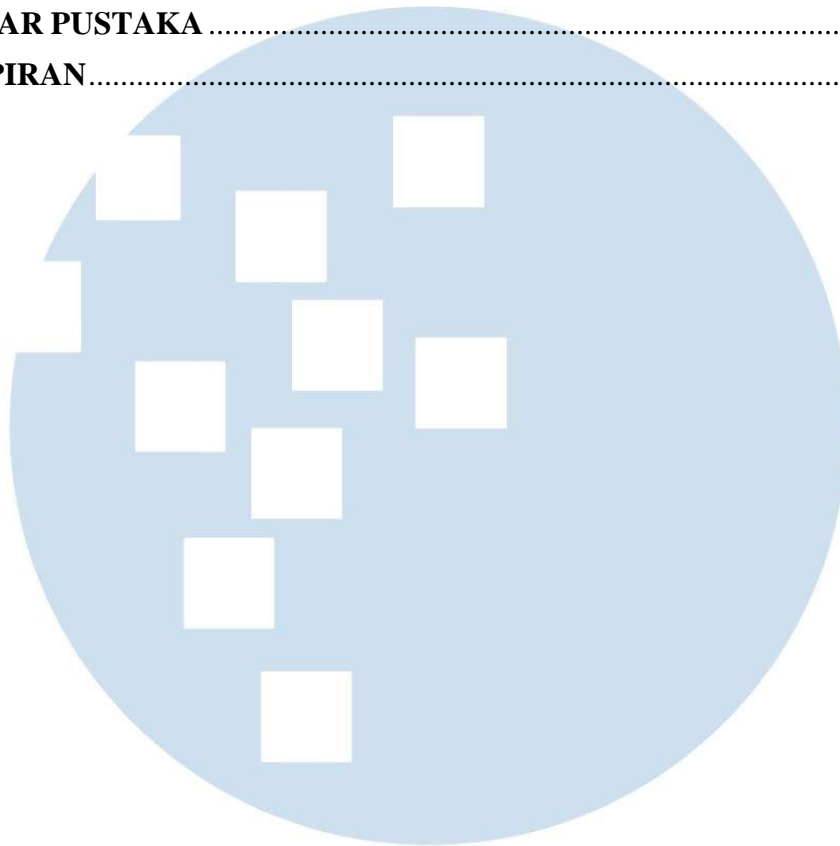
DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIATE.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT (English).....	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.....	4
2.1 DESAIN GRAFIS.....	4
2.1.1 Prinsip Desain.....	4
2.1.2 Element Desain.....	8
2.1.3 Warna.....	11
2.1.4 Tipography.....	12
2.1.5 Layout.....	16
2.1.6 Grid.....	17
2.1.7 Fotografi.....	19
2.2 Promosi.....	22
2.2.1 jenis jenis promosi.....	22
2.2.2 Tujuan Promosi.....	23

2.2.3 Strategi promosi.....	23
2.2.1 Media promosi.....	24
2.2.4.1 Iklan.....	24
2.2.4.2 Poster.....	24
2.3 Dodol Tradisional Indonesia.....	25
2.3.1 Sejarah Dodol.....	25
2.3.2 Proses Pembuatan Dodol.....	25
2.4 Video Grafi.....	26
2.4.1 Pengambilan gambar	26
BAB III METODOLOGI PENELITIAN DAN PERANCANGAN.....	28
3.1 Metodologi Penelitian.....	28
3.1.1 Metode Kualitatif.....	28
3.1.2 Wawancara.....	29
3.1.3 StudiEksisting.....	29
3.1.4 Wawancara Konsumen.....	32
3.1.5 Wawancara Konsumen.....	33
3.2 Kesimpulan.....	34
3.2.1 Kuesioner.....	34
3.2.2 Metodologi perancangan.....	40
BABIV STRATEGI DAN ANALISIS PERANCANGAN.....	39
4.1 Strategi Perancangan.....	41
4.1.1 Overview.....	41
4.1.2 Strategy.....	42
4.1.1.1 Strategy komunikasi.....	42
4.1.1.2 <i>Creative Brife</i>	43
4.1.1.3 Strategy Teknik & berdasarkan AISAS.....	47
4.1.1.4 <i>Idea</i>	48
4.1.1.5 <i>Mind Map</i>	49
4.1.1.6 Ide dan Konsep.....	50

4.1.1.7	<i>Moodboard</i>	54
4.1.1.8	Warna.....	55
4.1.1.9	Tipografi	56
4.1.2.0	Desain.....	57
4.1.2.1	Perancangan Tahapan Attention.....	58
4.1.2.2	Perancangan Tahapan Interest.....	65
4.1.2.3	Perancangan Tahapan Search	79
4.1.2.4	Perancangan Tahapan Action.....	83
4.1.2.5	Perancangan Tahapan Share	85
4.2	Analisis Perancangan	91
4.2.1	Analisis Instagram Ads	91
4.2.2	Analisis Facebook Ads	92
4.2.3	Analisis x-Banner	93
4.2.4	Analisis Youtube Ads	94
4.2.5	Analisis poster	95
4.2.6	<i>Marchandise</i>	96
4.2.7	Totebag	97
4.2.8	Mug Gelas	98
4.2.9	<i>Keychain</i>	98
4.3.0	Topi	99
4.3.1	Stiker	99
4.3	<i>Bugeting</i>	101

DAFTAR PUSTAKA xiii
LAMPIRAN..... xv

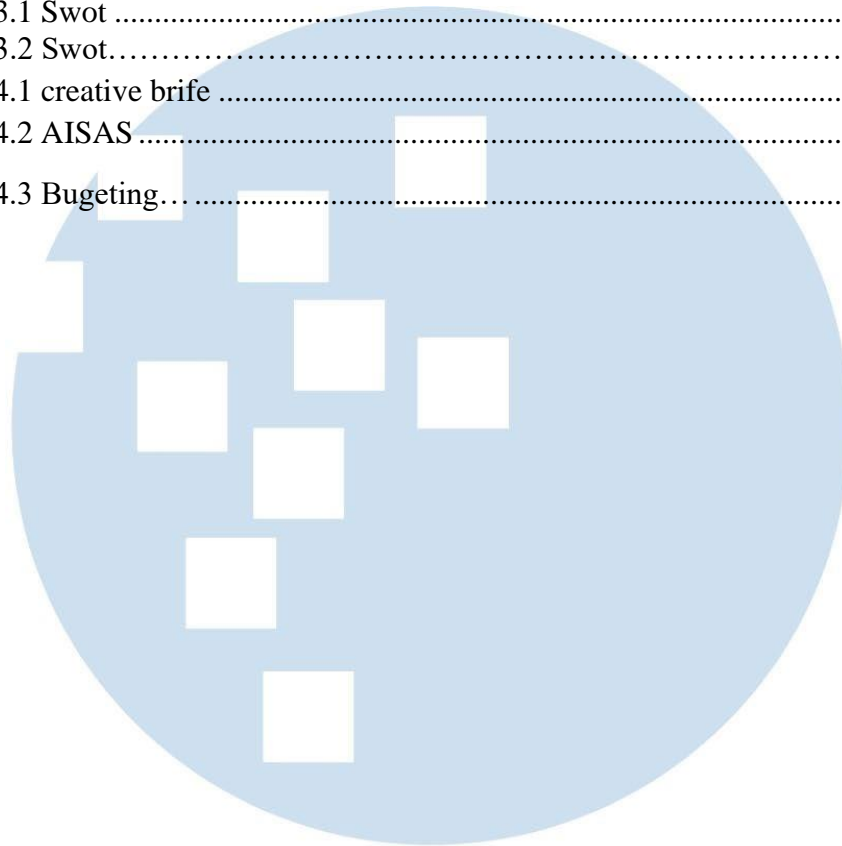


UMMN

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Swot	30
Tabel 3.2 Swot.....	31
Tabel 4.1 creative brife	44
Tabel 4.2 AISAS	48
Tabel 4.3 Bugeting.....	100



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

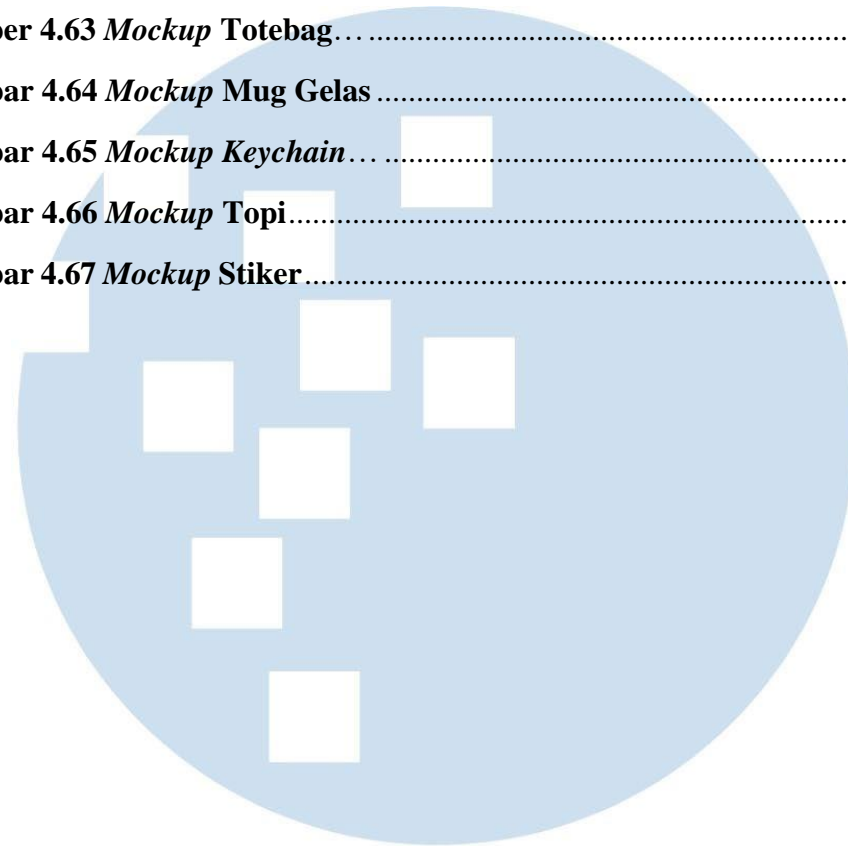
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Format Dalam Perancangan Desain	6
Gambar 2.2 Balance Komposisi desain	6
Gambar 2.3 Laws of perceptual orgaganizantion	9
Gambar 2.4 Line.....	10
Gambar 2.5 Basic Shape	11
Gambar 2.6 Shape	11
Gambar 2.7 Temprature warna.....	12
Gambar 2.8 Case	14
Gambar 2.9 Weight dalam Tipografi.....	14
Gambar 2.10 Contrast dalam Tipografi	15
Gambar 2.11 Posture	15
Gambar 3.1 Wawancara owner	29
Gambar 3.2 Wawancara via whatshapp.....	31
Gambar 3.3 kuesioner	32
Gambar 3.4 kuesioner	33
Gambar 3.5 kuesioner	33
Gambar 3.6 kuesioner	34
Gambar 3.7 kuesioner	34
Gambar 3.8 kuesioner	35
Gambar 3.9 kuesioner	36
Gambar 3.10 kuesioner	37
Gambar 3.11 kuesioner	37
Gambar 4.1 Mind map.....	47
Gambar 4.2 Sketsa visual	49
Gambar 4.3 Grid keyvisual.....	50
Gambar 4.4 Penempatan modular grid dan key visual	50
Gambar 4.5 hasil akhir key visual.....	51

Gambar 4.6 Moodboard	52
Gambar 4.7 Pemilihan warna	53
Gambar 4.8 Typefont	54
Gambar 4.9 Typefont	55
Gambar 4.10 Hasil Foto Desain	56
Gambar 4.11 Sketsa Instagram Feeds	57
Gambar 4.12.Grid	58
Gambar 4.13 Penerapan Modular Grid	58
Gambar 4.14 Hasil Akhir Desain Instagram Feeds	59
Gambar 4.15 Sketsa Poster <i>Attention</i>	60
Gambar 4.16 <i>Grid</i>	61
Gambar 4.17 Penempatan Desain Dan Grid	61
Gambar 4.18 Hasil Akhir Poster	62
Gambar 4.19 Sketsa <i>Instagram Interest</i>	63
Gambar 4.20 <i>Grid</i>	64
Gambar 4.21 Penempatan <i>Grid Modular</i>	64
Gambar 4.22 Hasil Akhir <i>Instagram Feeds Interest</i>	65
Gambar 4.23 Sketsa <i>Instagram Reels</i>	66
Gambar 4.24 <i>Grid Instagram Reels</i>	66
Gambar 4.25 Penempatan <i>Grid Instagram Reels</i>	67
Gambar 4.26 Hasil <i>Instagram Reels</i>	68
Gambar 4.27 Sketsa <i>Facebook Ads</i>	69
Gambar 4.28 <i>Grid Facebook Ads</i>	69
Gambar 4.29 Penempatan <i>Grid Dan Hasil Facebook Ads</i>	70
Gambar 4.30 Hasil Akhir <i>Instagram Reels</i>	70
Gambar 4.31 Sketsa x Banner	71
Gambar 4.32 Grid x Banner	72
Gambar 4.33 Penempatan <i>Grid Modular</i>	72

Gambar 4.34 Hasil Akhir <i>x Banner</i>	73
Gambar 4.35 Sketsa Poster <i>Interest</i>	74
Gambar 4.36 <i>Grid Poster Interest</i>	75
Gambar 4.37 Penempatan Grid Dan Hasil	75
Gambar 4.38 Hasil Akhir Poster <i>Interest</i>	76
Gambar 4.39 <i>Story Board</i>	77
Gambar 4.40 Sketsa <i>Instagram Search</i>	78
Gambar 4.41 <i>Grid Tahapan Search</i>	79
Gambar 4.42 Penempatan <i>Modular Grid</i>	79
Gambar 4.43 Hasil Akhir <i>Search</i>	80
Gambar 4.44 Sketsa Tahapan <i>Action</i>	81
Gambar 4.45 <i>Grid tahapan Action</i>	81
Gambar 4.46 Penempatan <i>Grid Modular</i>	82
Gambar 4.47 Hasil Akhir <i>Action</i>	82
Gambar 4.48 Tahapan <i>Share</i>	83
Gambar 4.49 <i>Modular Grid Share</i>	84
Gambar 4.50 Hasil Akhir	84
gambar 4.51 Baju	85
Gambar 4.52 Totebag	86
Gambar 4.53 <i>Keychain</i>	87
Gambar 4.54 Mug Gelas	87
Gambar 4.55 Topi	88
Gambar 4.56 Stiker	88
Gambar 4.57 <i>Mockup Instagram & Templet</i>	89
Gambar 4.58 <i>Mockup Facebook</i>	90
Gambar 4.59 <i>Mockup x Banner</i>	92
Gambar 4.60 <i>Mockup Youtube Ads</i>	93
Gambar 4.61 <i>Mockup Poster</i>	94

Gambar 4.62 Mockup Baju	95
Gambar 4.63 Mockup Totebag	95
Gambar 4.64 Mockup Mug Gelas	96
Gambar 4.65 Mockup Keychain	97
Gambar 4.66 Mockup Topi	97
Gambar 4.67 Mockup Stiker	98



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Forum Bimbingan.....	xv
Lampiran B Kuesioner Dan Wawancara	xvi
Lampiran C Hasil Turnitin	xviii



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA