

PERANCANGAN STRATEGI PROMOSI KEDAI KOPI

BIJIE KOPIE



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

TUGAS AKHIR

Alvin Andrian Setiawan

00000036239

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS SENI DAN DESAIN

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2023

PERANCANGAN STRATEGI PROMOSI KEDAI KOPI

BIJIE KOPIE



TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Desain (S.Ds.)

Alvin Andrian Setiawan

00000036239

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
UNIVERSITAS
FAKULTAS SENI DAN DESAIN
MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2023

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Alvin Andrian Setiawan

Nomor Induk Mahasiswa : 00000036239

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Tugas Akhir dengan judul:

PERANCANGAN STRATEGI PROMOSI KEDAI KOPI BIJIE KOPIE

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



Alvin Andrian Setiawan

UMMA
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA


HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul
PERANCANGAN STRATEGI PROMOSI KEDAI KOPI BIJIE KOPIE

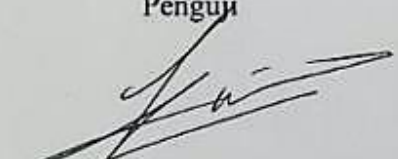
Oleh
Nama : Alvin Andrean Setiawan
NIM : 00000036239
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain

Telah diujikan pada hari Selasa, 27 Juni 2023
Pukul 09.00 s.d 09.45 dan dinyatakan
LULUS
Dengan susunan penguji sebagai berikut.


Ketua Sidang


Nadia Mahatni, M.Ds.
0416038705 / E039375


Penguji


Cennywati, S.Sn., M.Ds.
1024128201 / E071277

Pembimbing


Clemens Felix Setiyawan, 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 : Alvin Andrian Setiawan
NIM : 00000036239
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain
Jenis Karya : 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 STRATEGI PROMOSI KEDAI KOPI BIJIE KOPIE

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, 7 Juni 2023

Yang menyatakan,



Alvin Andrian Setiawan

U M M 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

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan laporan Tugas Akhir yang berjudul “Perancangan Strategi Promosi Kedai Kopi Bijie Kopie”.

Penulis memilih Kedai Kopi Bijie Kopie sebagai subjek perancangan karena penulis memiliki ketertarikan terhadap dunia *F&B* terutama berbagai macam olahan kopi dan Bijie Kopie merupakan salah satu kedai kopi pilihan penulis untuk meluangkan waktu bersama orang-orang terdekat. Bijie Kopie juga menawarkan konsep kuno dan tua dengan mesin permainan arkade yang fungsional dan dapat dimainkan serta berbagai dekorasi ruangan berupa miniatur robot beserta motor vespa antik dan dekorasi lainnya yang memberikan kesan seperti berada di rumah dan seakan membawa pengunjung kembali ke masa lalu.

Selain untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Desain, tujuan dari pelaksanaan Tugas Akhir yang dijalani penulis adalah untuk merancang sebuah rangkaian desain yang dapat memasarkan dan mempromosikan sebuah merek kedai kopi yang bernama Bijie Kopie. Penulis juga ingin mengaplikasikan ilmu beserta pengalaman yang diperoleh selama menjalani perkuliahan di Universitas Multimedia Nusantara.

Target pembaca yang diharapkan oleh penulis adalah mahasiswa yang nantinya akan menjalani Tugas Akhir sehingga kiranya laporan ini dapat menjadi referensi bagi mahasiswa yang menjalani Tugas Akhir di masa yang akan datang.

Besar harapan penulis bagi laporan ini untuk dapat menjadi referensi bagi mahasiswa lain yang akan menjalani Tugas Akhir di masa yang akan datang terutama bagi mahasiswa Desain Komunikasi Visual yang nantinya akan mengangkat topik serupa.

Atas dukungan yang diberikan kepada penulis dalam penyusunan laporan Tugas Akhir ini, penulis mengucapkan banyak 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, S.Sn., M.Hum., sebagai Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Nadia Mahatmi, M.Ds., selaku Ketua Sidang.
6. Cennywati, S.Sn., M.Ds., selaku Dosen Penguji.
7. Sujiwo Santoso sebagai *Marketing Communication Section Head* Idemu by VIVERE selaku *expert* dalam promosi dan pemasaran.
8. Hilda selaku *Owner* dari kedai kopi Bijie Kopie.
9. Iyon, Rey, Irine, Rahel, Marcel selaku peserta *Focus Group Discussion*.
10. Helen selaku partner penulis yang telah memberikan dukungan dan motivasi selama menjalani Tugas Akhir ini.
11. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.

Semoga laporan Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi pembaca, namun penulis sadar bahwa laporan ini masih jauh dari kata sempurna maka penulis mengharapkan kritik dan saran dari pembaca untuk laporan ini sehingga dapat menjadi laporan yang lebih baik untuk kedepannya.

Tangerang, 7 Juni 2023



Alvin Andrian Setiawan

PERANCANGAN STRATEGI PROMOSI KEDAI KOPI

BIJIE KOPIE

Alvin Andrean Setiawan

ABSTRAK

Bijie Kope merupakan sebuah kedai kopi yang telah berdiri sejak tahun 2015 dan berlokasi di Ruko Financial Gading Serpong. Bijie Kope menawarkan olahan kopi dengan biji kopi yang diolah dan dipanggang sendiri serta menawarkan konsep kuno dan tua dengan mesin permainan arkade yang fungsional pada lantai satu dan berbagai dekorasi ruangan berupa miniatur robot beserta motor vespa antik dan dekorasi dinding dengan poster lawas yang memberikan kesan seperti berada di rumah dan seakan membawa pengunjung kembali ke masa lalu, serta rooftop yang luas dengan konsep simpel dan minimalis. Sayangnya tidak banyak orang yang memilih untuk mengunjungi kedai kopi Bijie Kope dan mengakibatkan penurunan pengunjung setiap tahunnya. Diharapkan perancangan strategi promosi untuk Bijie Kope dapat kembali meningkatkan jumlah pengunjung yang datang ke kedai kopi Bijie Kope. Digunakan metode kualitatif melalui wawancara, focus group discussion, dan observasi, serta metode kuantitatif berupa kuesioner untuk mengumpulkan data yang diperlukan. Perancangan strategi promosi akan merujuk pada metode perancangan menurut Landa (2014) pada bukunya yang berjudul *Graphic Design Solutions, Fifth Edition*. Diharapkan perancangan ini dapat meningkatkan minat masyarakat untuk mengunjungi kedai kopi Bijie Kope.

Kata kunci: Kopi, Kedai Kopi, Promosi

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

BIJIE KOPIE COFFEE SHOP PROMOTION

STRATEGY DESIGN

Alvin Andrean Setiawan

ABSTRACT (English)

*Bijie Kopie is a coffee shop that has been established since 2015 and located in Ruko Financial Gading Serpong. Bijie Kopie offers coffee products with in-house processed and roasted coffee beans and also offers an ancient and old-fashioned concept with a functional arcade game machine on the first floor and various room decorations such as robot miniatures along with antique vespa motorbikes as well as wall decorations with old posters that give the impression of being at home and seem to bring visitors back to the past, as well as a spacious rooftop with a simple and minimalist concept. Unfortunately, not many people choose to visit the Bijie Kopie coffee shop and results in a decrease in visitors every year. It is hoped that design of promotional strategy for Bijie Kopie can increase the number of visitors coming to the Bijie Kopie coffee shop again. Qualitative methods were used through interviews, focus group discussions, and observations, as well as quantitative methods in the form of questionnaires to collect the necessary data. The design of promotional strategy will refer to the design method according to Landa (2014) in his book entitled *Graphic Design Solutions, Fifth Edition*. It is hoped that this design can increase public interest in visiting the Bijie Kopie coffee shop.*

Keywords: *Coffee, Coffee Shop, Promotion*

UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
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	2
1.5 Manfaat Tugas Akhir	2
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	4
2.1 Desain Grafis.....	4
2.1.1 Elemen Utama Desain	4
2.1.2 Ilmu Desain Grafis.....	10
2.1.3 Prinsip Desain	10
2.2 Tipografi.....	17
2.2.1 Elemen Tipografi	17
2.2.2 Pengukuran	17
2.2.3 Anatomi	18
2.2.4 Klasifikasi	19
2.2.5 Jarak	22
2.3 Grid.....	23
2.3.1 Jenis Grid	23
2.3.2 Unsur Dalam Grid	25
2.4 Layout.....	25

2.5	Ilustrasi.....	26
2.5.1	Supergrafis	27
2.6	Promosi.....	27
2.6.1	Tujuan Promosi	28
2.6.2	Jenis Promosi	29
2.6.3	Media Promosi	31
2.6.4	Bauran Promosi	35
2.6.5	Strategi Promosi.....	36
2.6.6	<i>Marketing Mix</i>	37
2.7	Persuasi.....	38
2.7.1	Komunikasi Persuasi	39
2.7.2	Strategi Komunikasi Persuasi	39
2.8	Fotografi	40
2.8.1	Unsur Utama Fotografi	40
2.8.2	Teknik Fotografi	42
2.9	Media Sosial	44
2.9.1	Efektivitas Komunikasi Media Sosial	45
2.9.2	Manfaat Media Sosial dalam Komunikasi Pemasaran	46
2.10	<i>Copywriting</i>	47
2.11	<i>Segmentation, Targeting, Differentiation, Positioning</i>	48
2.12	Kopi.....	49
2.12.1	Kedai Kopi.....	49
2.12.2	Aktivitas di Kedai Kopi.....	50
BAB III METODOLOGI PENELITIAN DAN PERANCANGAN		51
3.1	Metodologi Penelitian.....	51
3.1.1	Metode Kualitatif.....	51
3.1.2	Metode Kuantitatif	66
3.2	Metodologi Perancangan	68
BAB IV STRATEGI DAN ANALISIS PERANCANGAN		70
4.1	Strategi Perancangan	70
4.1.1	<i>Orientation</i>	70
4.1.2	<i>Analysis</i>	71

4.1.3	<i>Conception</i>	74
4.1.3.1	<i>Mindmap</i>	75
4.1.3.2	<i>Keywords</i>	76
4.1.3.3	<i>Big Idea</i>	85
4.1.3.4	<i>Visual Moodboard</i>	85
4.1.3.5	<i>Typography Moodboard</i>	86
4.1.3.6	<i>Grid</i>	88
4.1.3.7	<i>Color Palette</i>	89
4.1.3.8	<i>Copywriting</i>	90
4.1.3.9	Strategi Promosi dan Komunikasi	90
4.1.4	<i>Design</i>	94
4.1.4.1	Sketsa Fotografi Ruangan	94
4.1.4.2	Aset Fotografi	95
4.1.4.3	<i>Key Visual</i>	96
4.1.4.4	Aset Desain	98
4.1.4.5	Proses Perancangan Desain	99
4.1.5	<i>Implementation</i>	125
4.1.5.1	Instagram <i>Feed Ads</i>	125
4.1.5.2	Instagram <i>Story</i>	126
4.1.5.3	Instagram <i>Filter</i>	127
4.1.5.4	TikTok <i>Ads</i>	127
4.1.5.5	<i>X-Banner</i>	128
4.1.5.6	<i>Tripod Banner</i>	128
4.1.5.7	<i>Tri-Fold Brochure Menu</i>	129
4.1.5.8	<i>Table Tent</i>	130
4.1.5.9	<i>Loyalty & Thank You Card</i>	130
4.1.5.10	<i>Discount Voucher</i>	131
4.1.5.11	<i>Tote Bag</i>	131
4.1.5.12	<i>Tumbler</i>	132
4.1.5.13	<i>Sticker</i>	132
4.1.5.14	<i>Key Chain</i>	133
4.2	Analisis Perancangan	133

4.2.1 Analisis Desain Instagram <i>Feed Ads</i>	133
4.2.2 Analisis Desain Instagram <i>Story</i>	134
4.2.3 Analisis Desain Instagram <i>Filter</i>	135
4.2.4 Analisis Desain <i>TikTok Ads</i>	136
4.2.5 Analisis Desain <i>X-Banner</i>	137
4.2.6 Analisis Desain <i>Tripod Banner</i>	137
4.2.7 Analisis Desain <i>Tri-Fold Brochure Menu</i>	138
4.2.8 Analisis Desain <i>Table Tent</i>	139
4.2.9 Analisis Desain <i>Loyalty & Thank You Card</i>	139
4.2.10 Analisis Desain <i>Discount Voucher</i>	140
4.2.11 Analisis Desain <i>Tote Bag</i>	141
4.2.12 Analisis Desain <i>Tumbler</i>	141
4.2.13 Analisis Desain <i>Sticker</i>	142
4.2.14 Analisis Desain <i>Key Chain</i>	142
4.3 <i>Budgeting</i>	143
BAB V PENUTUP	144
5.1 Simpulan	144
5.2 Saran	144
DAFTAR PUSTAKA	xv
LAMPIRAN	xviii

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Analisis Penelitian Perancangan Strategi Promosi Kedai Kopi Bijie Kopie.....	71
Tabel 4. 2 Budgeting.....	143



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Elemen Garis	5
Gambar 2. 2 Elemen Bentuk	6
Gambar 2. 3 Elemen Warna Additive	8
Gambar 2. 4 Elemen Warna Subtractive.....	8
Gambar 2. 5 Elemen Tekstur Nyata.....	9
Gambar 2. 6 Elemen Tekstur Visual.....	9
Gambar 2. 7 Format	11
Gambar 2. 8 Balance	12
Gambar 2. 9 Visual Hierarchy	13
Gambar 2. 10 Emphasis	13
Gambar 2. 11 Laws of Perceptual Organization	15
Gambar 2. 12 Scale	16
Gambar 2. 13 Pengukuran Tipografi.....	18
Gambar 2. 14 Anatomi Tipografi.....	18
Gambar 2. 15 Klasifikasi Tipografi	19
Gambar 2. 16 Klasifikasi Tipografi	21
Gambar 2. 17 Contoh Keluarga Tipografi	22
Gambar 2. 18 Jarak	22
Gambar 2. 19 Grid.....	25
Gambar 2. 20 Layout.....	26
Gambar 2. 21 Promosi Secara Fisik.....	29
Gambar 2. 22 Promosi Melalui Media Tradisional.....	30
Gambar 2. 23 Promosi Melalui Media Digital.....	30
Gambar 2. 24 Media Sosial.....	31
Gambar 2. 25 Media Cetak	32
Gambar 2. 26 Roll Banner	33
Gambar 2. 27 X-Banner	33
Gambar 2. 28 Pamflet	34
Gambar 2. 29 Merchandise	34
Gambar 2. 30 Strategi AISAS.....	37
Gambar 2. 31 Rule of Thirds.....	43
Gambar 2. 32 Negative Space.....	43
Gambar 2. 33 Golden Ratio	44
Gambar 2. 34 Golden Triangle	44
Gambar 3. 1 Foto Bersama Owner Bijie Kopie	52
Gambar 3. 2 Foto Bersama Marketing & Promotion Expert	54
Gambar 3. 3 Foto Bersama Peserta FGD.....	57
Gambar 3. 4 Tempat Masuk Bijie Kopie	58
Gambar 3. 5 Lantai 1 Bijie Kopie	58
Gambar 3. 6 Mesin Permainan Arkade Bijie Kopie	59
Gambar 3. 7 Dekorasi Bijie Kopie	59
Gambar 3. 8 Lantai 2 Bijie Kopie	60

Gambar 3. 9 Meja Panjang Lantai 2 Bijie Kopie	60
Gambar 3. 10 Dekorasi Lantai 2 Bijie Kopie	61
Gambar 3. 11 Rooftop Bijie Kopie	61
Gambar 3. 12 Halaman Instagram Bijie Kopie	63
Gambar 3. 13 Halaman Facebook Bijie Kopie	64
Gambar 3. 14 Neon Box Bijie Kopie	64
Gambar 3. 15 Halaman Instagram Kopi Kulo	65
Gambar 3. 16 Halaman Facebook Kopi Tuku	66
Gambar 3. 17 Kuesioner Melalui Google Form.....	68
Gambar 4. 1 Mindmap Perancangan Strategi Promosi Kedai Kopi Bijie Kopie..	75
Gambar 4. 2 Moodboard Teknik Pengambilan Gambar	85
Gambar 4. 3 Moodboard Tone Warna	86
Gambar 4. 4 Moodboard Tipografi	87
Gambar 4. 5 Penentuan Tipografi Monthoers Untuk Headline	87
Gambar 4. 6 Penentuan Tipografi Ossem Rust Untuk Sub-Heading.....	88
Gambar 4. 7 Multi-column Grid	88
Gambar 4. 8 Color Palette.....	89
Gambar 4. 9 Tabel Strategi AISAS.....	91
Gambar 4. 10 Sketsa Fotografi Ruangan	94
Gambar 4. 11 Fotografi Kedai Kopi Bijie Kopie.....	95
Gambar 4. 12 Aset Fotografi Setelah Editing	96
Gambar 4. 13 Referensi Gambar Biji Kopi.....	97
Gambar 4. 14 Referensi Ilustrasi Biji Kopi.....	97
Gambar 4. 15 Key Visual.....	97
Gambar 4. 16 Gradasi Warna Cokelat	98
Gambar 4. 17 Layer Cokelat Transparan	98
Gambar 4. 18 Supergrafis	99
Gambar 4. 19 Sketsa Instagram Feed Ads	100
Gambar 4. 20 Layout Instagram Feed Ads	100
Gambar 4. 21 Final Artwork Instagram Feed Ads.....	101
Gambar 4. 22 All Final Artwork Instagram Feed Ads.....	101
Gambar 4. 23 Sketsa Instagram Story.....	102
Gambar 4. 24 Layout Instagram Story.....	103
Gambar 4. 25 Final Artwork Instagram Story	103
Gambar 4. 26 All Final Artwork Instagram Story	104
Gambar 4. 27 Sketsa Instagram Filter.....	105
Gambar 4. 28 Layout Instagram Filter.....	105
Gambar 4. 29 Final Artwork Instagram Filter	106
Gambar 4. 30 Sketsa TikTok Ads	107
Gambar 4. 31 Layout TikTok Ads	107
Gambar 4. 32 Final Scene TikTok Ads.....	108
Gambar 4. 33 Sketsa X-Banner.....	109
Gambar 4. 34 Layout X-Banner.....	109

Gambar 4. 35 Final Artwork X-Banner	110
Gambar 4. 36 Sketsa Tripod Banner	111
Gambar 4. 37 Layout Tripod Banner	111
Gambar 4. 38 Final Artwork Tripod Banner.....	112
Gambar 4. 39 Sketsa Tri-Fold Brochure Menu.....	113
Gambar 4. 40 Layout Tri-Fold Brochure Menu.....	113
Gambar 4. 41 Final Artwork Tri-Fold Brochure Menu	114
Gambar 4. 42 Sketsa Table Tent.....	115
Gambar 4. 43 Layout Table Tent	115
Gambar 4. 44 Final Artwork Table Tent.....	116
Gambar 4. 45 Sketsa Loyalty & Thank You Card	117
Gambar 4. 46 Layout Loyalty & Thank You Card	117
Gambar 4. 47 Final Artwork Loyalty & Thank You Card.....	118
Gambar 4. 48 Sketsa Discount Voucher	119
Gambar 4. 49 Layout Discount Voucher	119
Gambar 4. 50 Final Artwork Discount Voucher	120
Gambar 4. 51 Sketsa Tote Bag.....	121
Gambar 4. 52 Layout Tote Bag.....	121
Gambar 4. 53 Final Artwork Tote Bag	122
Gambar 4. 54 Sketsa Tumbler.....	122
Gambar 4. 55 Layout Tumbler.....	123
Gambar 4. 56 Final Artwork Tumbler	123
Gambar 4. 57 Final Artwork Sticker.....	124
Gambar 4. 58 Final Artwork Key Chain.....	125
Gambar 4. 59 Implementasi Instagram Feed Ads.....	126
Gambar 4. 60 Implementasi Instagram Story	126
Gambar 4. 61 Implementasi Instagram Filter	127
Gambar 4. 62 Implementasi TikTok Ads.....	127
Gambar 4. 63 Implementasi X-Banner	128
Gambar 4. 64 Implementasi Tripod Banner.....	129
Gambar 4. 65 Implementasi Tri-Fold Brochure Menu	129
Gambar 4. 66 Implementasi Table Tent.....	130
Gambar 4. 67 Implementasi Loyalty & Thank You Card.....	130
Gambar 4. 68 Implementasi Discount Voucher.....	131
Gambar 4. 69 Implementasi Tote Bag	131
Gambar 4. 70 Implementasi Tumbler	132
Gambar 4. 71 Implementasi Sticker.....	132
Gambar 4. 72 Implementasi Key Chain.....	133
Gambar 4. 73 Analisis Desain Instagram Feed Ads	134
Gambar 4. 74 Analisis Desain Instagram Story	135
Gambar 4. 75 Analisis Desain Instagram Filter	136
Gambar 4. 76 Analisis Desain TikTok Ads	136
Gambar 4. 77 Analisis Desain X-Banner.....	137

Gambar 4. 78 Analisis Desain Tripod Banner	138
Gambar 4. 79 Analisis Desain Tri-Fold Brochure Menu	138
Gambar 4. 80 Analisis Desain Table Tent	139
Gambar 4. 81 Analisis Desain Loyalty & Thank You Card	140
Gambar 4. 82 Analisis Desain Discount Voucher	140
Gambar 4. 83 Analisis Desain Tote Bag	141
Gambar 4. 84 Analisis Desain Tumbler	142
Gambar 4. 85 Analisis Desain Sticker	142
Gambar 4. 86 Analisis Desain Key Chain	142



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Turnitin	xviii
Lampiran B Lembar Bimbingan	xxvii
Lampiran C Transkrip Wawancara	xxix
Lampiran D Dokumentasi	xlvi
Lampiran E Aset Fotografi Bijie Kopie	xlvii
Lampiran F Kuesioner Google Form	1
Lampiran G Bimbingan.....	lvii

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA