

PERANCANGAN IKLAN UNTUK NDORO DONKER

TEA HOUSE



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN TUGAS AKHIR

Natalie Clarissa Surya

0000037195

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS SENI DAN DESAIN

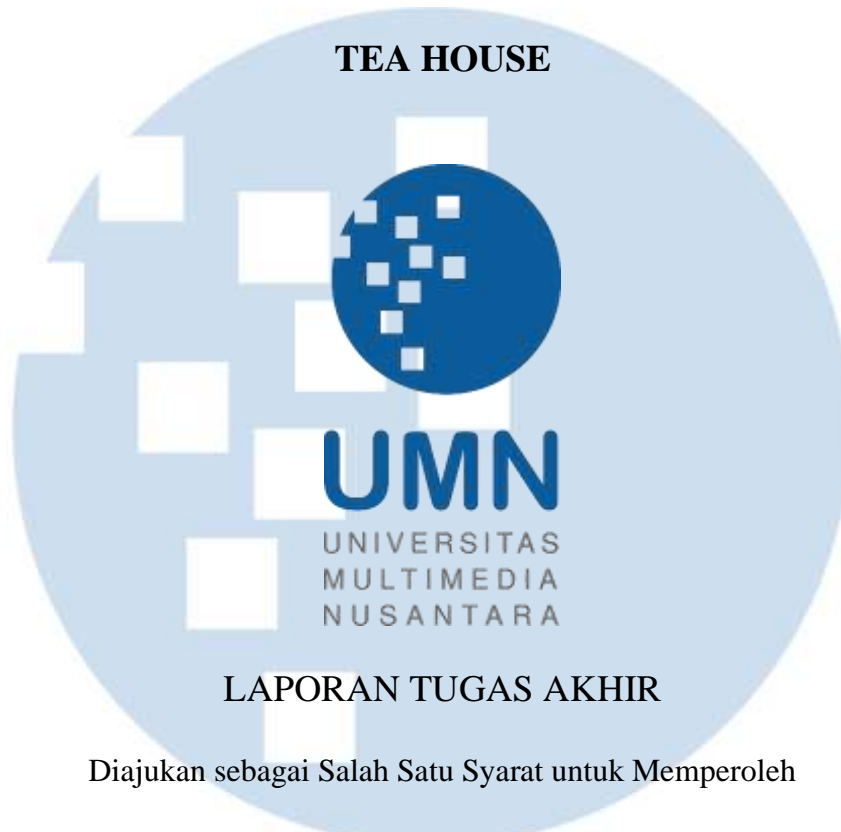
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2023

PERANCANGAN IKLAN UNTUK NDORO DONKER

TEA HOUSE



LAPORAN TUGAS AKHIR

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

Natalie Clarissa Surya

00000037195

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS SENI DAN DESAIN

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2023

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Natalie Clarissa Surya

Nomor Induk Mahasiswa : 000000037195

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Tugas Akhir dengan judul:

PERANCANGAN IKLAN UNTUK NDORO DONKER TEA HOUSE

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, 8 Juni 2023



(Natalie Clarissa Surya)

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul

PERANCANGAN IKLAN UNTUK NDORO DONKER TEA HOUSE

Oleh

Nama : Natalie Clarissa Surya
NIM : 000000037195
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain

Telah diujikan pada hari Rabu, 21 Juni 2023

Pukul 11.15 s.d 12.00 dan dinyatakan

LULUS

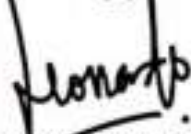
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



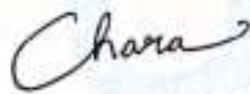
Gideon K.F.H. Hutapea, S.T., M.Ds.
0414078202/E025361

Penguji



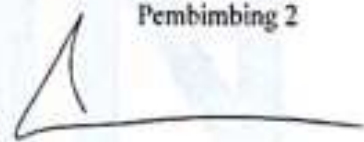
Leonardo Adi Dharma Widya, S.Sn., M.Ds., A.C.P.
0305117401/L00146

Pembimbing 1




Chara Susanti, M.Ds.
0313048703/L00266

Pembimbing 2



Zamzami Almakki, S.Pd., M.Ds.
0314068103/E025246

Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual



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

HALAMAN KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Natalie Clarissa Surya
NIM : 00000037195
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 Non-eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul.

PERANCANGAN IKLAN UNTUK NDORO DONKER

TEA HOUSE

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif 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, 8 Juni 2023

Yang menyatakan,



(Natalie Clarissa Surya)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat dan rahmat-Nya penulis dapat diberikan kesehatan dan kelancaran dalam penulisan tugas akhir tepat waktu. Laporan tugas akhir yang berjudul “PERANCANGAN IKLAN UNTUK NDORO DONKER TEA HOUSE” dibuat oleh penulis guna memperoleh gelar Sarjana Desain (S.Ds.) di Universitas Multimedia Nusantara.

Penulis memilih topik tersebut berdasarkan permasalahan yang disampaikan oleh pemilik Ndoro Donker yaitu Bambang Wijaya Suprpto yang menyatakan bahwa ditengah berkembangnya bisnis *food and beverage* media promosi yang mereka miliki kurang dapat untuk bersaing dengan kompetitor sehingga dari segi omset mengalami penurunan atau bahkan cenderung stabil. Oleh karena itu, pentingnya dilakukan perancangan iklan untuk Ndoro Donker Tea House.

Penulis tak lupa mengucapkan banyak terima kasih atas dukungan serta bantuan dari pihak-pihak yang telah membantu penulis untuk dapat menyelesaikan perancangan tugas akhir ini:

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. Chara Susanti, M.Ds., sebagai Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Zamzami Almakki, S.Pd., M.Ds., sebagai Pembimbing kedua yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
6. Gideon K.F.H. Hutapea, S.T., M. Ds., selaku ketua sidang.

7. Leonardo Adi Dharma Widya, S.Sn., M. Ds. A.C.P., selaku dosen penguji.
8. Seluruh Dosen Prodi Desain Komunikasi Visual dan keluarga besar Universitas Multimedia Nusantara.
9. Bambang Wijaya Suprpto, sebagai owner yang telah bersedia menjadi narasumber dalam proses perancangan desain.
10. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
11. Kepada sahabat dan teman-teman yang memberikan dukungan dan doa sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini,

Semoga karya ilmiah ini dapat bermanfaat bagi pembaca yang sedang menjalankan Tugas Akhir/Skripsi dalam proses pengerjaan laporannya.

Tangerang, 8 Juni 2023



(Natalie Clarissa Surya)

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

PERANCANGAN IKLAN UNTUK NDORO DONKER

TEA HOUSE

(Natalie Clarissa Surya)

ABSTRAK

Di Indonesia perkembangan *food and beverage* (FNB) berkembang dengan cukup pesat. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) menyatakan bahwa industri makanan dan minuman di Indonesia mengalami peningkatan sebesar 2,54% sejak tahun 2020 hingga 2021. Salah satunya perkembangan FNB yang terjadi di desa Kemuning. Banyaknya perkebunan di desa Kemuning membuat sebuah peluang bisnis FNB salah satunya yaitu Ndoro Donker Tea House. Ndoro Donker Tea House merupakan tempat makan yang menjual makanan dan minuman yang terletak di dekat kebun teh di desa Kemuning. Namun Ndoro Donker Tea House memiliki permasalahan terkait media promosi yang dimiliki belum berkembang dengan maksimal serta omset yang dimiliki belum mengalami kenaikan. Oleh karena itu, berdasarkan permasalahan yang dimiliki oleh Ndoro Donker Tea House, penuli melakukan perancangan iklan guna menyelesaikan permasalahan tersebut. Penulis melakukan pengumpulan data melalui wawancara, FGD, observasi, dan dokumentasi. Melalui metode tersebut penulis dapat memperoleh data terkait sejarah, permasalahan yang dimiliki, media promosi yang diinginkan dan pesan yang ingin disampaikan kepada konsumen. Melalui perancangan tersebut penulis berharap dapat memberikan informasi tempat wisata *Tea House* untuk dapat menikmati teh di Ndoro Donker Tea House.

Kata kunci: *Tea House, Family, Relax*



ADVERTISING DESIGN FOR NDORO DONKER

TEA HOUSE

(Natalie Clarissa Surya)

ABSTRACT (English)

In Indonesia, the development of food and beverage (FNB) is growing quite rapidly. Based on data from the Central Statistics Agency (BPS) it is stated that the food and beverage industry in Indonesia has increased by 2.54% from 2020 to 2021. One of them is the development of FNB which has occurred in Kemuning village. The number of plantations in the village of Kemuning creates an FNB business opportunity, one of which is the Ndoro Donker Tea House. Ndoro Donker Tea House is a place that sells food and drinks and is located near a tea garden in Kemuning village. However, Ndoro Donker Tea House has problems related to its media promotion that has not developed optimally and its turnover has not been increasing. Therefore, based on the problems owned by Ndoro Donker Tea House, the authors design advertisements to solve these problems. The author collects data through interviews, FGD, observation, and documentation. Through this method, the author can obtain data related to history, the problems they have, the desired promotional media, and the message they want to convey to consumers. Through this design, the authors hope to be able to provide information on Tea House tourist attractions to be able to enjoy tea at the Ndoro Donker Tea House.

Keywords: *Tea House, Family, Relax*

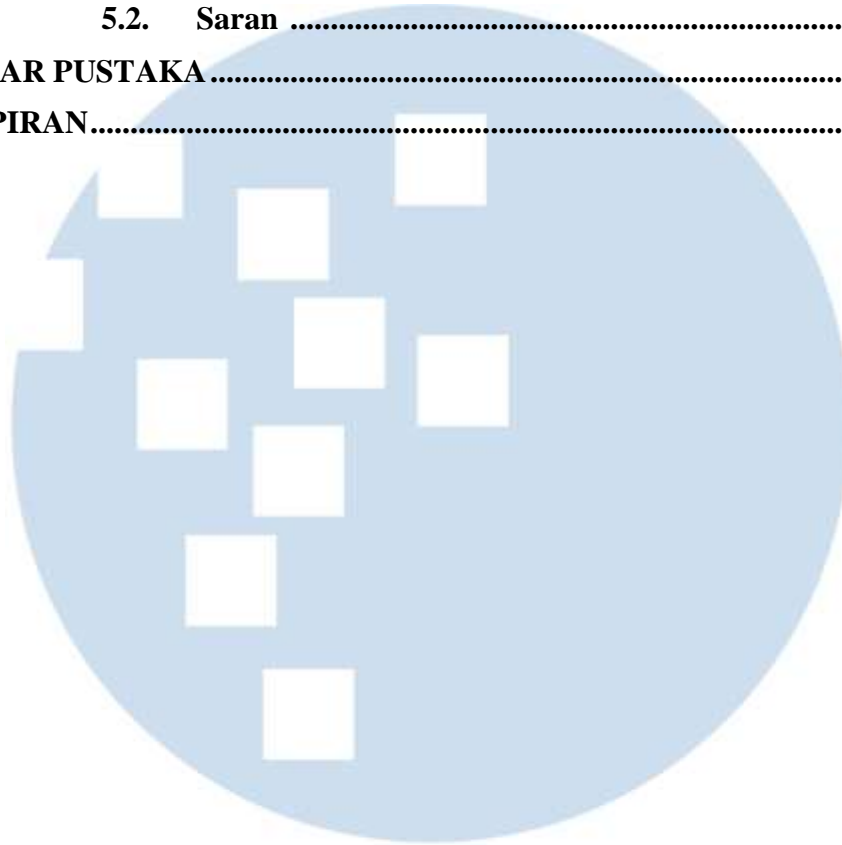


DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN	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.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
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 Teori Desain Komunikasi Visual untuk perancangan Iklan.....	5
2.1.1 Prinsip Desain	5
2.1.2 Gambar Untuk Perancangan Iklan	6
2.1.3 <i>Typography</i> Untuk Perancangan Iklan.....	9
2.1.4 Warna Untuk Perancangan Iklan.....	11
2.1.5 <i>Layout</i> Untuk Perancangan Iklan	14
2.2 Tinjauan Teori Tentang Iklan.....	17
2.2.1 Pengertian Tentang Iklan	17
2.2.2 Tujuan Perancangan Iklan	17
2.2.3 Manfaat Perancangan Iklan	18
2.2.4 Jenis Iklan	18
2.2.5 Copywriting	18
2.2.6 Proses Produksi Iklan	20

2.2.7	Media Iklan	20
2.2.8	Teknik Kamera	21
2.2.9	<i>Storyboard</i>	26
2.2.10	Cahaya	39
2.2.11	<i>Sound Effect</i>	40
2.2.12	<i>Story</i>	43
2.2.13	<i>Script</i>	43
2.3	<i>Food And Beverage</i>	43
BAB III METODOLOGI PENELITIAN DAN PERANCANGAN		45
3.1	Metodologi Penelitian.....	45
3.1.1	Metode Kualitatif.....	45
3.1.2	Studi Eksisting	59
3.2	Metodologi Perancangan	62
BAB IV STRATEGI DAN ANALISIS PERANCANGAN		64
4.1	Strategi Perancangan	64
4.1.1	<i>Overview</i>	64
4.1.2	Penentuan Analisis	65
4.1.3	<i>Ideas</i>	66
4.1.4	<i>Design</i>	68
4.1.5	<i>Production</i>	76
4.1.6	<i>Implementation</i>	90
4.2	Analisis Perancangan	94
4.2.1	Analisis Instagram <i>Reels Ads</i>	94
4.2.2	Analisis Youtube <i>Ads</i>	98
4.2.3	Analisis Comparasi Video untuk Instagram <i>Reels Ads</i> dan Youtube <i>Ads</i>	99
4.2.4	Analisis Instagram <i>Ads</i>	106
4.2.5	Analisis <i>Facebook Ads</i>	108
4.2.6	Analisis <i>Tiktok Ads</i>	108
4.2.7	Analisis <i>Google Ads</i>	109
4.2.8	Analisis <i>Billboard</i>	110
4.3	<i>Budgeting</i>	111
BAB V PENUTUP		113

5.1	Simpulan.....	113
5.2.	Saran	114
DAFTAR PUSTAKA		xiii
LAMPIRAN.....		xvi



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Tabel Analisis SWOT Iklan Ngoro Donker Tea House	61
Tabel 4.1 Tabel Berisikan Aset <i>Video</i>	73
Tabel 4.2 Tabel Analisis Comparasi <i>Video</i> Instagram <i>Reels Ads</i> dan Youtube <i>Ads</i>	99
Tabel 4.3 Tabel <i>Budgeting Ads</i>	111
Tabel 4.4 Tabel <i>Budgeting</i> Biaya Desain dan Produksi.....	112



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Foto Dengan Elemen Tidak <i>Balance</i> (Kiri) & Foto Dengan Elemen Yang <i>Balance</i> (Kanan).....	8
Gambar 2.2 Pengaplikasian <i>Rule Of Thirds</i> Pada Foto	8
Gambar 2.3 Pengaplikasian Repetisi Pada Foto	8
Gambar 2.4 Pengaplikasian Geometri Pada Foto	9
Gambar 2.5 Anatomi Huruf	10
Gambar 2.6 Huruf <i>Black Letter</i>	10
Gambar 2.7 Warna	11
Gambar 2.8 Contoh <i>Color Harmony</i>	12
Gambar 2.9 <i>Column</i> dan <i>Gutters</i>	14
Gambar 2.10 <i>Alignment</i>	15
Gambar 2.11 <i>Hyphenation</i> dan <i>Justification</i>	15
Gambar 2.12 Anatomi <i>Grid</i>	16
Gambar 2.13 <i>Symmetrical Column Grid</i> (Kiri), <i>Asymmetrical Column Grid</i> (Kanan).....	16
Gambar 2.14 <i>Multicolumn Grid</i>	17
Gambar 2.15 <i>Modular Grid</i>	17
Gambar 2.16 Contoh <i>Pan</i>	24
Gambar 2.17 Contoh <i>Tilt</i>	24
Gambar 2.18 Contoh <i>Track</i>	25
Gambar 2.19 Contoh <i>Dolly</i>	25
Gambar 2.20 Contoh <i>Storyboard</i>	27
Gambar 2.21 Contoh <i>Template Storyboard</i>	27
Gambar 2.22 Bagian-bagian <i>Storyboard</i>	28
Gambar 2.23 Contoh <i>180 Degree Rules</i>	29
Gambar 2.24 Contoh <i>Extreme Long Shot/Establishing Shot</i>	29
Gambar 2.25 Contoh <i>Long Wide Shot</i>	30
Gambar 2.26 Contoh <i>Long Shot</i>	30
Gambar 2.27 Contoh <i>Medium Shot</i>	30
Gambar 2.28 Contoh <i>Close-Up</i>	30
Gambar 2.29 Contoh <i>Exrem Close-Up</i>	31
Gambar 2.30 Beberapa Jenis <i>Shot</i> Berdasarkan Pengambilan Suduh Kamera.....	31
Gambar 2.31 Contoh <i>Straight On/Eye Level Angle</i>	32
Gambar 2.32 Contoh <i>Up Shot/Low Angle</i>	32
Gambar 2.33Contoh <i>Down Shot/High Angle</i>	32
Gambar 2.34 Contoh <i>Bird's Eye View</i>	33
Gambar 2.35 Contoh <i>Over Camera</i>	33
Gambar 2.36 Contoh <i>View Through</i>	33

Gambar 2.37 <i>Cut</i> Standar.....	34
Gambar 2.38 <i>Cross Dissolve</i>	34
Gambar 2.39 <i>Fade to Black and White</i>	34
Gambar 2.40 <i>Match Cut</i>	35
Gambar 2.41 <i>Entrance/exit</i>	35
Gambar 2.42 <i>Jump Cut</i>	35
Gambar 2.43 Contoh <i>Rule of Thirds</i>	36
Gambar 2.44 Contoh <i>Foreground, Middleground, and Background</i>	36
Gambar 2.45 Contoh <i>Beat Sheet & Shot List</i>	37
Gambar 2.46 Contoh <i>Thumbnail Sketch</i>	38
Gambar 2.47 Contoh <i>Presentation Board “Up”</i>	38
Gambar 2.48 Contoh <i>Shot dari Animatic Storyboard</i> dalam <i>Film “Frozen”</i>	39
Gambar 3.1 Wawancara Dengan Bambang Pemilik Ngoro Donker Tea House ..	46
Gambar 3.2 Wawancara Dengan Amilia Pengunjung Ngoro Donker Tea House	48
Gambar 3.3 Wawancara Dengan Mira Pengunjung Ngoro Donker Tea House ...	49
Gambar 3.4 Wawancara Dengan Ima Pengunjung Ngoro Donker Tea House.....	51
Gambar 3.5 Wawancara Dengan Shiela Calon Pengunjung Ngoro Donker Tea House.....	53
Gambar 3.6 FGD Dengan Narasumber Ngoro Donker Tea House	54
Gambar 3.7 Lokasi Ngoro Donker Tea House Tampak Luar	55
Gambar 3.8 Lokasi Ngoro Donker Tea House Tampak Samping	56
Gambar 3.9 Kasir & <i>Souvenir</i> Ngoro Donker Tea House	56
Gambar 3.10 Nomor Meja & Minuman Teh	57
Gambar 3.11 Bagian Dalam Ngoro Donker Tea House	57
Gambar 3.12 Proses Perbaikan Ngoro Donker Tea House	58
Gambar 3.13 Hasil Perbaikan Ngoro Donker Tea House	58
Gambar 3.14 Pemasangan Baliho Ngoro Donker Tea House Di Jalan Raya Palur-Karanganyar	59
Gambar 3.15 Iklan Baliho Di Jalan Raya Palur-Karanganyar	60
Gambar 3.16 Iklan Baliho Pada Persimpangan Arah Tawangmangu & Ngargoyoso	61
Gambar 3.17 Instagram Ngoro Donker Tea House	61
Gambar 4.1 <i>Mindmapping</i>	66
Gambar 4.2 <i>Moodboard</i> Visual.....	68
Gambar 4.3 <i>Stylescape</i> Visual	68
Gambar 4.4 <i>Color Palette</i>	69
Gambar 4.5 <i>Font</i> Larken Demo dan Made Tommy.....	70
Gambar 4.6 <i>Storyboard</i> Ngoro Donker Tea House	71
Gambar 4.7 <i>Storyboard</i> Ngoro Donker Tea House	72
Gambar 4.8 <i>Storyboard</i> Ngoro Donker Tea House	73
Gambar 4.9 <i>Key Visual</i>	76

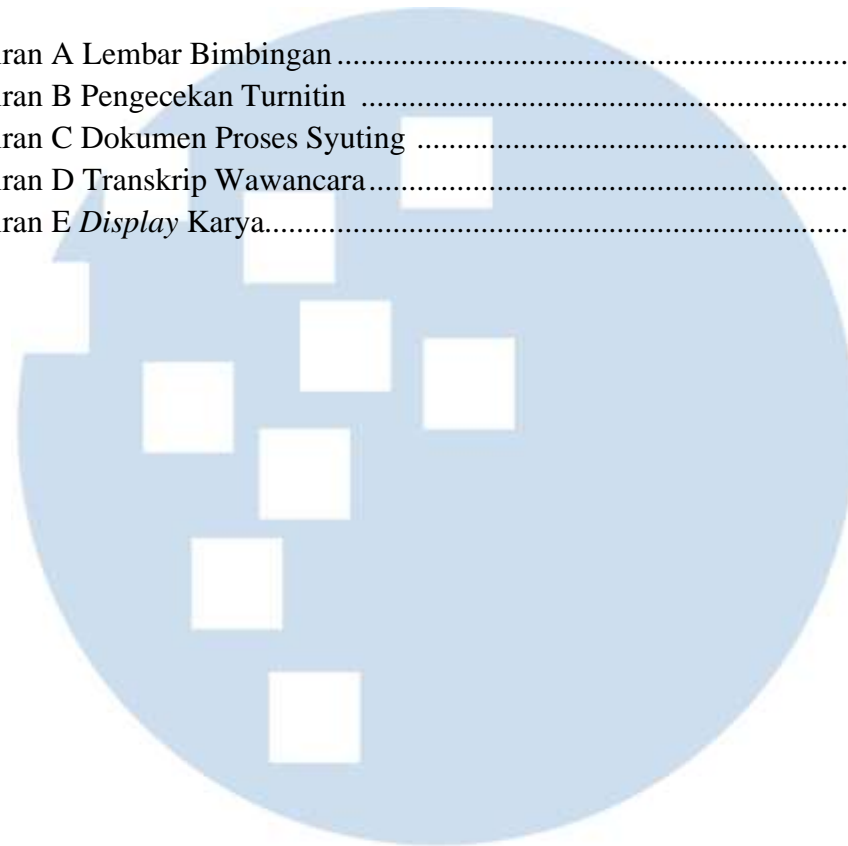
Gambar 4.10 Proses <i>Editing Video Reels</i> Instagram di Adobe Premier Pro.....	76
Gambar 4.11 Proses <i>Editing Video Reels</i> Instagram di Adobe Premier Pro.....	77
Gambar 4.12 Proses <i>Editing Warna</i> Pada <i>Video Instagram Reels</i>	77
Gambar 4.13 Proses Memasukkan Audio.....	78
Gambar 4.14 <i>Screenshot Hasil Video</i> untuk <i>Instagram Reels</i>	79
Gambar 4.15 <i>Layouting</i> untuk <i>Cover Instagram Reels</i>	80
Gambar 4.16 <i>Screenshot Memasukkan Aset Video</i>	80
Gambar 4.17 <i>Screenshot Hasil Video</i> untuk Youtube.....	81
Gambar 4.18 <i>Layouting</i> dan hasil <i>cover</i> untuk Youtube.....	82
Gambar 4.19 Sketsa <i>Layout Instagram Ads</i>	82
Gambar 4.20 Pengaplikasian <i>Grid</i> Pada Perancangan <i>Instagram Ads</i>	83
Gambar 4.21 Pengaplikasian <i>Grid</i> Pada Perancangan <i>Instagram Ads</i>	83
Gambar 4.22 Hasil Desain <i>Instagram Story</i> dan <i>Feeds Ads</i>	84
Gambar 4.23 Sketsa Alternatif <i>Instagram Konten</i>	84
Gambar 4.24 <i>Layouting</i> dan Hasil	85
Gambar 4.25 Hasil Desain	85
Gambar 4.26 Sketsa Alternatif Desain <i>Facebook Ads</i>	86
Gambar 4.27 Pengaplikasian <i>Grid</i> Pada Perancangan <i>Facebook Feeds Ads</i>	86
Gambar 4.28 <i>Layouting Aset Visual</i> dan Hasil <i>Vinal</i> Pada Perancangan <i>Facebook Feeds Ads</i>	87
Gambar 4.29 Sketsa Alternatif <i>Layout TikTok</i>	87
Gambar 4.30 Pengaplikasian <i>Grid</i> Pada Perancangan <i>Tiktok Ads</i>	88
Gambar 4.31 Pengaplikasian <i>Grid</i> Pada Perancangan dan Hasil Akhir <i>Tiktok Ads</i>	88
Gambar 4.32 Sketsa Alternatif Desain <i>Google Ads</i>	89
Gambar 4.33 Pengaplikasian <i>Grid</i> Pada Perancangan dan Hasil Akhir Desain <i>Google Ads</i>	89
Gambar 4.34 Alternatif Sketsa.....	90
Gambar 4.35 Pengaplikasian <i>Grid</i> Pada Perancangan dan Hasil Akhir Desain <i>Billboard</i>	90
Gambar 4.36 Implementasi <i>Instagram Reels Ads</i>	91
Gambar 4.37 Implementasi <i>Youtube Ads</i>	91
Gambar 4.38 Implementasi <i>Instagram</i>	92
Gambar 4.39 Implementasi <i>Facebook Ads</i>	92
Gambar 4.40 Implementasi <i>Tiktok Ads</i>	93
Gambar 4.41 Implementasi <i>Google Ads</i>	94
Gambar 4.42 Implementasi <i>Billboard</i>	94
Gambar 4.43 <i>Screenshot Hasil Video</i> untuk <i>Instagram Reels</i>	97
Gambar 4.44 Mockup <i>Instagram Reels Ads</i>	98

Gambar 4.45 <i>Screenshot Hasil Video</i> untuk Youtube	99
Gambar 4.46 <i>Mockup Instagram Story dan Feeds Ads</i>	107
Gambar 4.47 <i>Mockup Instagram Feeds Konten</i>	108
Gambar 4.48 <i>Mockup Facebook Ads</i>	108
Gambar 4.49 <i>Mockup Tiktok Ads</i>	109
Gambar 4.50 <i>Mockup Google Ads</i>	110
Gambar 4.51 <i>Mockup Billboard</i>	111



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Lembar Bimbingan	xvi
Lampiran B Pengecekan Turnitin	xvi
Lampiran C Dokumen Proses Syuting	xvi
Lampiran D Transkrip Wawancara.....	xvi
Lampiran E <i>Display</i> Karya.....	xvi



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA