

PERANCANGAN PROMOSI RUMAH MAKAN RARAMPA



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN TUGAS AKHIR

Julian Filbert Paseru

00000037541

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS SENI DAN DESAIN

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2023

PERANCANGAN PROMOSI RUMAH MAKAN RARAMPA



LAPORAN TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Desain (S.Ds.)

Julian Filbert Paseru

00000037541

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS SENI DAN DESAIN

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2023

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Julian Filbert Paseru

Nomor Induk Mahasiswa : 00000037541

Program Studi : Fakultas Seni dan Desain

Tugas akhir dengan judul:

PERANCANGAN PROMOSI RUMAH MAKAN RARAMPA

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, 05 Juni 2023



Julian Filbert Paseru

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul

PERANCANGAN PROMOSI RUMAH MAKAN RARAMPA

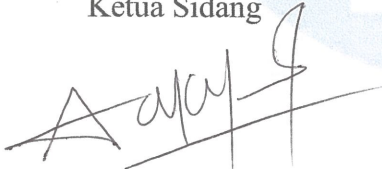
Oleh

Nama : Julian Filbert Paseru
NIM : 00000037541
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain

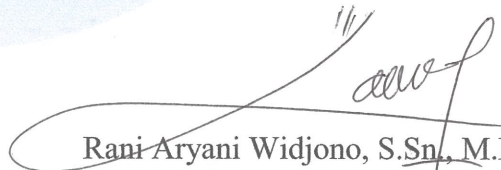
Telah diujikan pada hari Selasa, 27 Juni 2023
Pukul 13.00 s.d 13.45 dan dinyatakan
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

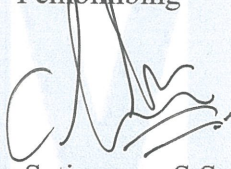
Ketua Sidang


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

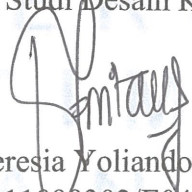
Penguji


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

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 : Julian Filbert Paseru
NIM : 00000037541
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 PROMOSI RUMAH MAKAN RARAMPA

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,



Julian Filbert Paseru

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas berkat dan rahmat kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas selesainya penulisan proposal tugas akhir ini dengan judul: Perancangan promosi rumah makan Rarampa dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Desain Jurusan Desain Komunikasi Visual Pada Fakultas Seni dan Desain Universitas Multimedia Nusantara. Selain itu, perancangan ini berguna untuk memahami lebih dalam mengenai proses *perancangan promosi* sebuah brand atau perusahaan.

Dalam perancangan Tugas Akhir ini, penulis merancang media promosi rumah makan Rarampa yang dinilai kurang melakukan tindakan promosi. Diharapkan perancangan ini bermanfaat bagi rumah makan Rarampa agar meningkatkan awareness terhadap perusahaan.

Mengucapkan terima kasih

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 Setiyawan, S.Sn., M.Hum., sebagai Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Nova, sebagai narasumber yang telah bersedia mewakilkan rumah makan Rarampa.

6. Pengunjung rumah makan Rarampa yang telah bersedia untuk dijadikan narasumber.
7. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

Semoga Perancangan Promosi ini, rumah makan Rarampa akan berkembang.

Selain itu semoga Perancangan Promosi ini dapat bermanfaat bagi pembaca untuk penelitian selanjutnya.

Tangerang, 20 maret 2023



Julian Filbert Paseru

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

PERANCANGAN PROMOSI RUMAH MAKAN RARAMPA

Julian Filbert Paseru

ABSTRAK

Rumah makan Rarampa merupakan rumah makan khas Manado yang terletak di daerah Blok M , Jakarta Selatan lebih tepatnya depan taman Ayodya, Jl. Mahakam 2 No.1 dan menjual makanan khas daerah Manado sejak tahun 2012 yang memiliki rasa masakan yang orisinal dan juga dengan konsep tidak menggunakan msg membuat masakan rumah makan Rarampa unik karena menggunakan berbagai macam rempah - rempah alami untuk menghasilkan rasa yang enak dan orisinal. Media promosi yang digunakan Rarampa sendiri ada dua yaitu Instagram dan Facebook, akan tetapi rumah makan Rarampa kurang konsisten dalam melakukan promosi dan mengandalkan promosi *mouth to mouth*, sehingga terjadinya penurunan jumlah pengunjung. Karena masalah tersebut desain media promosi yang baru dan konsisten diperlukan untuk menarik perhatian pengunjung. Metode yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam perancangan media promosi ini merupakan metode kuantitatif dan kualitatif yang berupa wawancara dan kuesioner serta metode perancangan dari buku *Graphic Design Solutions* milik Robin Landa. Penulis berharap dengan adanya perancangan media promosi ini membantu rumah makan Rarampa meningkatkan jumlah pengunjung dan *awareness* terhadap rumah makan Rarampa.

Kata kunci: Rarampa, Promosi, *Brand awareness*, sosial media, media promosi.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

PERANCANGAN PROMOSI RUMAH MAKAN RARAMPA

Julian Filbert Paseru

ABSTRACT (English)

Rarampa restaurant is a traditional Manado restaurant located in the Blok M area, South Jakarta, more precisely in front of the Ayodya park, Jl. Mahakam 2 No.1 and selling Manado regional specialties since 2012 which has an original taste and also with the concept of not using msg makes the Rarampa restaurant's dishes unique, because they use a variety of natural spices to produce delicious and original flavors. There are two promotional media used by Rarampa, Instagram and Facebook, but Rarampa restaurants are less consistent in carrying out promotions and relying on mouth to mouth promotions, resulting in a decrease in the number of visitors. Because of this problem, a new and consistent promotional media design is needed to attract the attention of visitors. The method used to collect data in the process of designing this promotional media is a quantitative and qualitative method in the form of interviews and questionnaires and the design method used is the design method from Robin Landa's Graphic Design Solutions book. The author hopes that the design of this promotional media will help the Rarampa restaurant increase the number of visitors and awareness of the Rarampa restaurant.

Keywords: *Rarampa, promotion, Brand awareness, social media, media promotion.*

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 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	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
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 Elemen Desain	4
2.1.2 Prinsip Desain	6
2.1.3 Tipografi	9
2.1.4 Grid	9
2.1.5 Digital Imaging	10
2.2 Promosi	11
2.2.1 Tujuan Promosi	11
2.2.2 Promosi Online	11
2.2.3 Media Promosi	11
2.2.4 Social Media Marketing	12
2.3 Fotografi	12
2.3.1 Prinsip dasar fotografi	12

2.3.2	Komposisi fotografi	13
2.3.3	Food Photography	13
2.3.4	Fotografi Still Life	13
2.4	Ilustrasi	13
2.4.1	Fungsi ilustrasi	13
2.4.1.1	Persuasion	14
2.5	Videography	14
2.5.1	Angle	14
2.5.2	Eye level angle	14
BAB III METODOLOGI PENELITIAN DAN PERANCANGAN		15
3.1	Metodologi Penelitian	15
3.1.1	Metode Kualitatif	15
3.1.1.1	Wawancara	15
3.1.1.2	Kesimpulan	19
3.1.1.3	Observasi	20
3.1.2	Metode Kuantitatif	21
3.1.2.1	Kuesioner	21
3.1.2.2	Kesimpulan	28
3.1.3	Studi Eksisting	28
3.1.3.1	Tabel Analisa SWOT kompetitor	32
3.1.4	Studi Referensi	33
3.2	Metodologi Perancangan	35
BAB IV STRATEGI DAN ANALISIS PERANCANGAN		37
4.1	Strategi Perancangan	37
4.1.1	Orientation	37
4.1.2	Analysis	38
4.1.3	Concept	38
4.1.3.1	Creative brief	38
4.1.3.2	Mindmap	41
4.1.3.3	Penentuan Big Idea	41
4.1.4	Design	42
4.1.4.1	Moodboard	42

4.1.4.2	<i>Colour palette</i>	43
4.1.4.3	Tipografi	44
4.1.4.4	<i>Grid</i>	44
4.1.4.5	Perancangan foto	45
4.1.4.6	<i>Key Visual</i>	47
4.1.5	<i>Implementation</i>	50
4.1.5.1	Konten desain <i>feeds</i>	51
4.1.5.2	Konten desain <i>story</i>	54
4.1.5.3	<i>Web banner</i>	57
4.1.5.4	<i>Video ads</i>	58
4.1.5.5	Brosur	61
4.1.5.6	Spanduk	63
4.1.5.7	<i>Street sign</i>	64
4.1.5.8	<i>Business card</i>	65
4.1.5.9	<i>Voucher</i>	66
4.1.5.10	<i>Tote Bag</i>	67
4.2	Analisis Perancangan	68
4.2.1	Analisis konten desain <i>feeds</i>	68
4.2.2	Analisis konten desain <i>story</i>	70
4.2.3	Analisis <i>Web Banner</i>	71
4.2.4	Analisis <i>Video ads</i>	73
4.2.5	Analisis Brosur	73
4.2.6	Analisis Spanduk	74
4.2.7	Analisis <i>Street sign</i>	75
4.2.8	Analisis <i>Business card</i>	77
4.2.9	Analisis <i>Voucher</i>	78
4.2.10	Analisis <i>Tote bag</i>	79
4.3	Budgeting	80
BAB V	PENUTUP	82
5.1	Simpulan	82
5.2	Saran	82
DAFTAR PUSTAKA	xiii



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Data jumlah penduduk Jabodetabek 2022	21
Tabel 3.2 Analisa SWOT kompetitor	32
Tabel 4.1 Implementasi Media Utama	50
Tabel 4.2 Implementasi Media Pendukung	50
Tabel 4.3 Tabel Biaya Produksi	80



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Garis	4
Gambar 2.2 Bentuk	5
Gambar 2.3 Warna	6
Gambar 2.4 Tekstur	6
Gambar 2.5 Contoh Typecafe	9
Gambar 2.6 Grid	10
Gambar 3.1 Foto bersama narasumber Nova selaku pemilik rumah makan	17
Gambar 3.2 Observasi rumah makan	20
Gambar 3.3 Observasi menu	20
Gambar 3.4 Rumus dan hasil slovin	23
Gambar 3.5 Pie chart domisili responden	23
Gambar 3.6 Seberapa tertarik dengan makanan khas daerah di Indonesia	24
Gambar 3.7 Pie chart mengetahui kota Manado dan mencoba makanannya	25
Gambar 3.8 Seberapa tertarik dengan makanan khas Manado	25
Gambar 3.9 Seberapa sering ke rumah makan	26
Gambar 3.10 riset mengenai rumah makan Rarampa	27
Gambar 3.11 Riset media promosi	28
Gambar 3.12 desain konten sosial media Rarampa	30
Gambar 3.13 desain konten rasaroa	31
Gambar 3.14 desain konten Beautika	32
Gambar 3.15 Post feeds dan reels Taperasa	34
Gambar 3.16 feeds dan reels Kejawaresto	35
Gambar 4.1 <i>Mind map</i>	41
Gambar 4.2 <i>Moodboard</i>	42
Gambar 4.3 <i>Colour palette</i>	43
Gambar 4.4 Tipografi	44
Gambar 4.5 <i>single column grid</i>	45
Gambar 4.6 Pengambilan foto	46
Gambar 4.7 <i>before and after editing</i>	46
Gambar 4.8 sketsa <i>key visual</i>	47
Gambar 4.9 Foto pada <i>key visual</i>	47
Gambar 4.10 <i>before dan after cropping</i>	48
Gambar 4.11 <i>before dan after color correction</i>	48
Gambar 4.12 <i>template desain</i>	49
Gambar 4.13 hasil dari desain <i>template key visual</i>	49
Gambar 4.14 sketsa konten <i>feeds</i>	51
Gambar 4.15 grid konten desain <i>feeds</i>	52
Gambar 4.16 logo dan footer konten desain <i>feeds</i>	52

Gambar 4.17 <i>visual</i> konten desain <i>feeds</i>	53
Gambar 4.18 hasil konten desain <i>feeds</i>	53
Gambar 4.19 sketsa konten desain <i>story</i>	54
Gambar 4.20 <i>template</i> konten desain <i>story</i>	54
Gambar 4.21 <i>grid</i> , logo, dan <i>footer</i> konten desain <i>story</i>	55
Gambar 4.22 visual konten desain <i>story</i>	56
Gambar 4.23 hasil konten desain <i>story</i>	56
Gambar 4.24 sketsa <i>web banner</i>	57
Gambar 4.25 <i>grid</i> , logo, dan <i>footer web banner</i>	57
Gambar 4.26 Hasil <i>web banner</i>	58
Gambar 4.27 sketsa <i>video ads</i>	59
Gambar 4.28 editing <i>video ads</i>	60
Gambar 4.29 hasil <i>video ads</i>	60
Gambar 4.30 sketsa brosur	61
Gambar 4.31 hasil brosur	62
Gambar 4.32 sketsa spanduk	62
Gambar 4.33 hasil spanduk	63
Gambar 4.34 sketsa <i>street sign</i>	64
Gambar 4.35 hasil <i>street sign</i>	64
Gambar 4.36 sketsa <i>business card</i>	65
Gambar 4.37 hasil <i>business card</i>	65
Gambar 4.38 sketsa <i>voucher</i>	66
Gambar 4.39 hasil <i>voucher</i>	67
Gambar 4.40 sketsa <i>tote bag</i>	67
Gambar 4.41 hasil <i>tote bag</i>	68
Gambar 4.42 <i>mockup</i> instagram konten desain <i>feeds</i>	69
Gambar 4.43 <i>mockup</i> facebook konten desain <i>feeds</i>	70
Gambar 4.44 <i>mockup</i> konten desain <i>story</i>	70
Gambar 4.45 <i>web banner</i>	71
Gambar 4.46 <i>mockup web banner</i>	72
Gambar 4.47 <i>mockup video ads</i>	73
Gambar 4.48 <i>mockup</i> brosur	74
Gambar 4.49 <i>mockup</i> spanduk	76
Gambar 4.50 <i>mockup street sign</i>	77
Gambar 4.51 <i>mockup business card</i>	78
Gambar 4.52 <i>mockup voucher</i>	79
Gambar 4.53 <i>mockup tote bag</i>	80

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A : Transkrip Wawancara Ibu Nova	xvi
Lampiran B : Transkrip Wawancara Pengunjung	xvii
Lampiran C : Foto Wawancara	xix
Lampiran D : Hasil Kuesioner	xx
Lampiran E : Progres Bimbingan	xxix
Lampiran F : Foto Bimbingan	xxxii
Lampiran G : Hasil Turnitin	xxxiii

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA