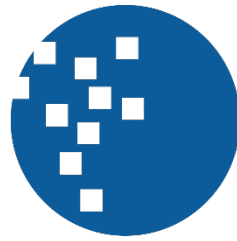


**PERANCANGAN KAMPANYE PROMOSI  
MONNIE'S LEMONMADE**



**UMN**  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

**LAPORAN TUGAS AKHIR**

**Bianda Abigail**

**00000032472**

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

**PERANCANGAN KAMPANYE PROMOSI  
MONNIE'S LEMONMADE**



**LAPORAN TUGAS AKHIR**

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

**Bianda Abigail**

**00000032472**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL**

**FAKULTAS SENI DAN DESAIN**

**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**

**TANGERANG**

**2023**

## HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Bianda Abigail  
Nomor Induk Mahasiswa : 00000032472  
Program Studi : Fakultas Seni dan Desain

Tugas Akhir dengan judul:

### **PERANCANGAN KAMPANYE PROMOSI MONNIE'S LEMONMADE**

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, 13 Oktober 2023



Bianda Abigail

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

## HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul

### PERANCANGAN KAMPANYE PROMOSI MONNIE'S LEMONMADE

Oleh

Nama : Bianda Abigail  
NIM : 00000032472  
Program Studi : Desain Komunikasi Visual  
Fakultas : Seni dan Desain

Telah diujikan pada hari Jumat, 13 Oktober 2023

Pukul 14.30 s.d 15.15 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



Ester Anggun K., S.Sn., M.Ds.  
0325039401/E077724

Penguji




Adhreza Brahma, M.Ds.  
0304088702/E042750

Pembimbing



Tolentino, S.Sn., M.Ds.  
0320078407/L00430

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 : Bianda Abigail  
NIM : 00000032472  
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 KAMPANYE PROMOSI MONNIE'S LEMONMADE**

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, 27 Oktober 2023

Yang menyatakan,



Bianda Abigail

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

Penulis merancang Kampanye Promosi Monnie's Lemomade atas dasar ketertarikan penulis pada brand tersebut. Penulis juga ingin mengucapkan rasa syukur kepada seluruh pihak yang terlibat dalam pelaksanaan Tugas Akhir; yang memberikan saran, kritikan membangun, serta motivasi kepada penulis dalam penyelesaian karya tulis ini. Saya ingin 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. Tolentino, S.Sn., M.Ds., sebagai Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Regina Wiriadinata, sebagai narasumber utama dan pemilik dari Monnie's Lemonmade yang telah memberikan wawasan brand kepada penulis sehingga memungkinkan terselesainya tugas akhir ini.
6. Orang tua saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
7. Teman-teman saya yang telah menemani selama penulisan tugas akhir.

Harapan penulis perancangan ini dapat memberikan inspirasi, motivasi dan wawasan baru kepada pembaca. Penulis sadar laporan ini jauh dari kata sempurna, sehingga penulis terbuka akan segala kritik dan saran dari berbagai pihak demi memperbaiki karya tulis Tugas Akhir ini.

Tangerang, 27 Oktober 2023



Bianda Abigail

# PERANCANGAN KAMPANYE PROMOSI

## MONNIE'S LEMONMADE

Bianda Abigail

### ABSTRAK

Tulisan ini membahas penurunan minat masyarakat terhadap minuman buah lemon, khususnya merek Monnie's Lemonade, yang dipicu oleh dampak pandemi. Penurunan minat publik seiring berjalannya waktu memberikan dampak negatif pada bisnis kecil seperti Monnie's Lemonade, termanifestasi dalam penurunan omset hingga 50% setiap tahunnya. Penelitian ini mengidentifikasi rendahnya pengetahuan masyarakat mengenai merek dan ketidakefektifan desain promosi sebagai tantangan utama yang dihadapi oleh merek ini. Untuk mengatasi tantangan ini, penulis merancang sebuah kampanye promosi berdasarkan metodologi desain oleh Robin Landa (Overview, Strategy, Ideas, Design, Production, Implementation) serta menerapkan strategi media dan pesan kampanye berdasarkan teori AISAS (Awareness, Interest, Search, Action, Share). Kampanye ini bertujuan untuk mempengaruhi konsumen dalam membeli produk Monnie's Lemonade melalui pesan-pesan yang mengedepankan nilai kebersamaan dan momen special yang dituangkan pada sebuah big idea "Berbagi Kesegaran di Momen Spesial". Implementasi kampanye dilakukan melalui berbagai platform media sosial yaitu seperti TikTok, YouTube, dan Instagram. Harapannya, kampanye ini akan meningkatkan kesadaran dan minat konsumen terhadap brand Monnie's Lemonade.

**Kata kunci:** promosi, pemasaran, desain grafis

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

# MONNIE'S LEMONMADE

## PROMOTIONAL CAMPAIGN DESIGN

Bianda Abigail

### *ABSTRACT (English)*

This writing discusses the decline in public interest in lemon beverages, specifically the Monnie's Lemonade brand, triggered by the impact of the pandemic. The waning public interest over time has had a detrimental effect on small businesses like Monnie's Lemonade, evidenced by a significant drop in sales by up to 50% annually. This research identifies the public's limited knowledge about the brand and the ineffectiveness of promotional designs as the main challenges faced by this brand. To tackle these challenges, the author devised a promotional campaign based on Robin Landa's design methodology (Overview, Strategy, Ideas, Design, Production, Implementation) and implemented media strategies and campaign messages based on the AISAS theory (Awareness, Interest, Search, Action, Share). The campaign aims to influence consumers to purchase Monnie's Lemonade products through messages emphasizing the values of togetherness and special moments encapsulated in the overarching theme of "Sharing Freshness in Special Moments". The campaign is implemented across various social media platforms such as TikTok, YouTube, and Instagram. The hope is that this campaign will enhance consumer awareness and interest in the Monnie's Lemonade brand.

*Keywords: promotion, marketing, graphic design*

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



<b>DAFTAR ISI</b>	
<b>HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT</b>	ii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b>	iii
<b>HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS</b>	iv
<b>KATA PENGANTAR</b>	v
<b>ABSTRAK</b>	vi
<b>ABSTRACT (English)</b>	vii
<b>DAFTAR ISI</b>	viii
<b>DAFTAR TABEL</b>	x
<b>DAFTAR GAMBAR</b>	xi
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b>	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	1
<b>1.1 Latar Belakang</b>	2
<b>1.2 Rumusan Masalah</b>	2
<b>1.3 Batasan Masalah</b>	2
<b>1.4 Tujuan Tugas Akhir</b>	4
<b>1.5 Manfaat Tugas Akhir</b>	4
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	5
<b>2.1 Desain Grafis</b>	5
<b>2.1.1 Elemen Desain</b>	5
<b>2.1.2 Prinsip Desain</b>	10
<b>2.1.3 Tipografi</b>	12
<b>2.1.4 Gambar</b>	14
<b>2.2 Pemasaran</b>	16
<b>2.2.1 Konsep Pemasaran</b>	17
<b>2.2.2 Komunikasi Pemasaran</b>	18
<b>2.2.3 Segmentasi Pasar</b>	21
<b>2.2.4 Perilaku Konsumen</b>	21
<b>2.2.5 Proses Keputusan Pembelian</b>	21
<b>2.2.6 Perilaku Konsumen</b>	21

2.3	Promosi .....	22
2.3.1	Strategi Promosi.....	23
2.3.2	Bauran Promosi .....	23
2.4	Kampanye.....	24
2.4.1	Jenis Kampanye.....	25
2.5	AISAS.....	26
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN DAN PERANCANGAN .....</b>		<b>28</b>
3.1	Metodologi Penelitian .....	28
3.1.1	Metode Kualitatif.....	28
3.1.2	Metode Kuantitatif .....	37
3.2	Metodologi Perancangan.....	41
<b>BAB IV STRATEGI DAN ANALISIS PERANCANGAN.....</b>		<b>43</b>
4.1	Strategi Perancangan.....	43
4.1.1	Overview.....	44
4.1.2	Strategy.....	48
4.1.3	Ideas .....	50
4.1.4	Design.....	54
4.1.5	Production & Implementation.....	67
4.2	Analisis Perancangan.....	68
4.2.1	Analisis Media <i>Attention</i> .....	68
4.2.2	Analisis Media <i>Interest</i> .....	70
4.2.3	Analisis Media <i>Search</i> .....	72
4.2.4	Analisis Media <i>Action</i> .....	74
4.2.5	Analisis Media <i>Share</i> .....	75
4.3	Budgeting.....	76
<b>BAB V PENUTUP.....</b>		<b>77</b>
5.1	Simpulan.....	77
5.2	Saran .....	78
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>xiii</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>xvi</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Rangkuman AISAS.....	26
Tabel 3.1 Analisis SWOT Monnie’s Lemonmade.....	32
Tabel 3.2 Analisis SWOT Sunkist.....	34
Tabel 3.3 Demografis Responden.....	36
Tabel 3.4 Jawaban Kuesioner A.....	37
Tabel 3.5 Jawaban Kuesioner B.....	38
Tabel 3.6 Jawaban Kuesioner C.....	38
Tabel 3.7 Jawaban Kuesioner D.....	39
Tabel 3.8 Jawaban Kuesioner E.....	39
Tabel 3.9 Jawaban Kuesioner F.....	40
Tabel 3.10 Jawaban Kuesioner G.....	40
Tabel 4.1 Analisis Target Audiens.....	44
Tabel 4.2 Creative Brief.....	47
Tabel 4.3 Strategi Pesan AISAS.....	49
Tabel 4.4 Strategi Media AISAS.....	50
Tabel 4.5 Timeline Media AISAS.....	51

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Line.....	5
Gambar 2.2 Shape.....	5
Gambar 2.3 Color.....	6
Gambar 2.4 Hue, Value, Saturation.....	6
Gambar 2.5 Tactile Texture & Visual Texture.....	10
Gambar 2.6 Laws of Perceptual Organization.....	11
Gambar 2.7 Times New Roman.....	12
Gambar 2.8 Arial.....	13
Gambar 2.9 Huruf Blok.....	13
Gambar 2.10 English Vivace.....	13
Gambar 2.11 Black Letter.....	14
Gambar 2.12 Huruf Graphics.....	14
Gambar 2.13 Flowchart AISAS.....	25
Gambar 3.1 Wawancara dengan Regina.....	28
Gambar 3.2 Logo Monnie’s Lemonmade.....	35
Gambar 4.1 User Persona A.....	45
Gambar 4.2 User Persona B.....	46
Gambar 4.3 Mindmap.....	52
Gambar 4.4 Ilustrasi.....	53
Gambar 4.5 Typography.....	54
Gambar 4.6 Photography.....	55
Gambar 4.7 Color Palatte.....	56
Gambar 4.8 Font.....	56
Gambar 4.9 Aset Foto Produk.....	57
Gambar 4.10 Aset Visual.....	57
Gambar 4.11 Feed berdasarkan Visual.....	58
Gambar 4.12 Feed berdasarkan AISAS.....	58
Gambar 4.13 Penggunaan Grid 1:1.....	59
Gambar 4.14 Proses Perancangan Instagram Post.....	60

Gambar 4.15 Instagram Post Carousel.....	61
Gambar 4.16 Instagram Feed.....	61
Gambar 4.17 Penggunaan Grid 9:16.....	62
Gambar 4.18 Instagram Story & Tiktok.....	62
Gambar 4.19 Proses Perancangan Filter.....	63
Gambar 4.20 Filter.....	63
Gambar 4.21 Proses Perancangan Repost Template.....	64
Gambar 4.22 Repost Template.....	64
Gambar 4.23 Proses Perancangan Digital Ads 9:16.....	65
Gambar 4.24 Proses Perancangan Digital Ads 16:9.....	66
Gambar 4.25 Proses Perancangan Catalog.....	66
Gambar 4.26 Catalog.....	67
Gambar 4.27 Proses Perancangan Banner.....	67
Gambar 4.28 E-Commerce Banner.....	68
Gambar 4.29 Packaging.....	68
Gambar 4.30 Attention: Youtube.....	69
Gambar 4.31 Attention: Instagram.....	70
Gambar 4.32 Interest: Instagram.....	71
Gambar 4.33 Interest: Instagram & Tiktok.....	72
Gambar 4.34 Search: Instagram.....	72
Gambar 4.35 Konten Search Instagram.....	73
Gambar 4.36 Search: Catalog.....	74
Gambar 4.37 Action: Banner E-Commerce.....	74
Gambar 4.38 Share: Filter & Repost Template.....	75

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 LAMPIRAN

Lampiran A Form Bimbingan.....	xvi
Lampiran B Turnitin.....	xviii
Lampiran C Kuesioner.....	xix
Lampiran D Transkrip Wawancara.....	xxiii

