

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI TOKUSEI



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN TUGAS AKHIR

Rhenaldy

00000042757

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS SENI DAN DESAIN

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2024

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI TOKUSEI



LAPORAN TUGAS AKHIR

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

Rhenaldy
00000042757

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS SENI DAN DESAIN
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2024

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rhenaldy
NIM : 00000042757
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain
Universitas Multimedia Nusantara
Judul Tugas Akhir :

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI TOKUSEI

dengan ini menyatakan bahwa, laporan dan karya tugas akhir ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar sarjana, baik di Universitas Multimedia Nusantara maupun di perguruan tinggi lainnya.

Karya tulis ini bukan saduran/terjemahan, murni gagasan, rumusan dan pelaksanaan penelitian/implementasi saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan pembimbing akademik dan narasumber.

Demikian surat Pernyataan Originalitas ini saya buat dengan sebenarnya, apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan serta ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar (S.Ds.) yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 17 Mei 2024

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Rhenaldy

HALAMAN PERSETUJUAN

Tugas Akhir dengan judul

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI TOKUSEI


Oleh

Nama : Rhenaldy
NIM : 00000042757
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain


Telah disetujui untuk diajukan pada
Sidang Ujian Tugas Akhir Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 20 Mei 2024

Pembimbing


Joni Nur Budi Kawulur, S.Ds., M.A.
0312096805/023959

Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual


Fonita Theresia Yoliando, S.Ds., M.A.
0311099302/043487

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI TOKUSEI

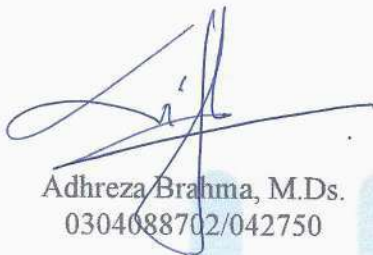
Oleh

Nama : Rhenaldy
NIM : 00000042757
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain

Telah diujikan pada hari Senin, 27 Mei 2024
Pukul 13.45 s.d 14.30 dan dinyatakan
LULUS


Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



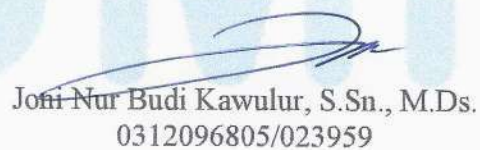
Adhreza Brahma, M.Ds.
0304088702/042750

Penguji



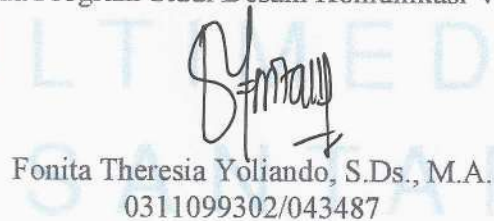
Nadia Mahatni, M.Ds.
0416038705/039375

Pembimbing



Joni Nur Budi Kawulur, S.Sn., M.Ds.
0312096805/023959

Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual



Fonita Theresia Yoliando, S.Ds., M.A.
0311099302/043487

**HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH MAHASISWA**

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Rhenaldy
NIM : 000042757
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Jenjang : S1
Judul Karya Ilmiah :

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI TOKUSEI

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia:

Membeikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya di repositori Knowledge Center, sehingga dapat diakses oleh Civitas Akademika/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial dan saya juga tidak akan mencabut kembali izin yang telah saya berikan dengan alasan apapun.

Saya tidak bersedia, dikarenakan:

Dalam proses pengajuan untuk diterbitkan ke jurnal/konferensi nasional/internasional (dibuktikan dengan *letter of acceptance*)**.

Tangerang, 20 Mei 2024



Rhenaldy

** Jika tidak bisa membuktikan LoA jurnal/HKI selama 6 bulan kedepan, saya bersedia mengizinkan penuh karya ilmiah saya untuk diunggah ke KC UMN dan menjadi hak institusi UMN.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan perancangan tugas akhir yang berjudul, “Perancangan Media Promosi Tokusei” dengan baik dan tepat waktu. Perihal tujuan dari perancangan tugas akhir ini adalah untuk merancang media promosi yang komunikatif untuk *brand* Tokusei.

Segala bentuk bantuan dan dukungan sangat membantu penulis dalam terselesaikannya perancangan tugas akhir ini. Oleh karena itu, penulis ucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Dr. Ninok Leksono, 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 (DKV) Universitas Multimedia Nusantara.
4. Joni Nur Budi Kawulur, S.Sn., M.Ds. sebagai Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas perancangan tugas akhir ini.
5. Roy Anthonius Susanto S.Sn., M.Ds. sebagai Pembimbing Spesialis yang telah memberikan masukan atas perancangan tugas akhir ini.
6. Angela Stefani Lukas, selaku *owner* Tokusei dan sebagai narasumber yang telah bersedia untuk di wawancara dan memberikan informasi mengenai *brand* Tokusei
7. Keluarga penulis yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
8. Kerabat penulis yang telah memberi dukungan dan motivasi untuk sama-sama berjuang dalam menyelesaikan Tugas Akhir

Penulis berharap laporan perancangan tugas akhir ini akan bermanfaat bagi para pembaca dan berbagai pihak. Akhir kata, penulis memohon maaf apabila selama proses perancangan tugas akhir ini banyak melakukan kesalahan, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Tangerang, 10 Juni 2024



Rhenaldy



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI TOKUSEI

(Rhenaldy)

ABSTRAK

Tokusei adalah sebuah *coffeeshop* yang mengambil konsep dari Kyoto Izakaya yang berada di Jepang, dimana Tokusei menyediakan pelatihan untuk para pengunjung yang ingin belajar menjadi baristas. Tokusei mengalami kesulitan dalam memperlihatkan *unique selling point* yang mereka miliki, sehingga tingkat audiens yang berkunjung kepada Tokusei masih sangat rendah dan keberadaan Tokusei juga masih sangat minim di ketahui oleh audiens. Selain itu, *owner* dari Tokusei juga mengaku memiliki keterbatasan dalam ilmu desain dan strategi promosi yang baik untuk mencapai target yang tepat. Hal ini berdampak pada pengunjung yang terus mengalami penurunan dari 2022 hingga sekarang. keterbatasan wawasan desain dan kurangnya *engagement* pada media sosial Instagram membuat audiens merasa ragu untuk mengunjungi Tokusei. Hal ini tentunya berdampak pada jumlah pengunjung kafe dan penjualan. Oleh karena itu, diperlukan sebuah promosi yang komunikatif sehingga *value* dan *unique selling point brand* dapat nampak pada media promosi sehingga akan berdampak pula pada jumlah minat pengunjung dan penjualan dari Tokusei. Adanya promosi yang komunikatif juga akan mempengaruhi peningkatan *brand awareness*, *customer loyalty*, dan *potential customer*. Metode yang akan menunjang penelitian dan perancangan ini yaitu kualitatif dan kuantitatif dan metode Robin Landa. Harapannya dengan adanya hasil dari perancangan media promosi ini, jumlah minat pengunjung serta penjualan Tokusei dapat meningkat.

Kata kunci: Perancangan, Promosi, Kafe, Tokusei

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

PROMOTIONAL MEDIA DESIGN FOR TOKUSEI

(Rhenaldy)

ABSTRACT (English)

Tokusei is a coffee shop that takes the concept from Kyoto Izakaya in Japan, where Tokusei provides training for visitors who want to learn to become baristas. Tokusei is having difficulty showing their unique selling point, so the level of audience visiting Tokusei is still very low and the existence of Tokusei is still very little known to the audience. Apart from that, the owner of Tokusei also admitted that he had limitations in design knowledge and good promotional strategies to achieve the right targets. This has an impact on visitors who continue to experience a decline from 2022 until now. Limited design insight and lack of engagement on Instagram social media make audiences hesitate to visit Tokusei. This of course has an impact on the number of cafe visitors and sales. Therefore, a communicative promotion is needed so that the value and unique selling point of the brand can be seen in the promotional media so that it will also have an impact on the number of visitor interests and sales from Tokusei. The existence of communicative promotions will also influence increasing brand awareness, customer loyalty and potential customers. The methods that will support this research and design are qualitative and quantitative and the Robin Landa method. The hope is that with the results of designing this promotional media, the number of visitors' interest and sales of Tokusei can increase.

Keyword: *Promotional, Design, Cafe, Tokusei*

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT	II
HALAMAN PERSETUJUAN.....	III
HALAMAN PENGESAHAN	IV
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	
MAHASISWA	V
KATA PENGANTAR.....	VI
ABSTRAK	VIII
<i>ABTRACT (ENGLISH)</i>	IX
DAFTAR ISI.....	X
DAFTAR GAMBAR.....	XII
DAFTAR TABEL.....	XVI
DAFTAR LAMPIRAN	XVII
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Batasan Masalah	3
1.4 Tujuan Tugas Akhir	3
1.5 Manfaat Tugas Akhir	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	5
2.1 Desain Grafis	5
2.1.1 Unsur Visual	5
2.1.2 Komposisi / <i>Composition</i>	13
2.1.3 Motion Graphic	20
2.1.4 Fotografi & Vidiografi.....	22
2.1.5 <i>Grid</i>	25
2.1.6 Copywritting.....	28
2.2 Promosi.....	29
2.2.1 Definisi Promosi	29
2.2.2 Segmentasi Pemasaran	29
2.2.3 Tujuan Promosi.....	30
2.2.4 Jenis-jenis Promosi.....	31
2.2.5 Media Promosi Komunikatif.....	32
2.2.6 <i>Promotional Mix</i>	34
2.2.7 Alur Promosi.....	35
2.2.8 <i>Social Media</i>	36
2.3 Coffee Shop	38
2.3.1 Jenis-jenis <i>Coffee Shop</i>	39
BAB III METODOLOGI PENELITIAN DAN PERANCANGAN	40
3.1 Metodologi Penelitian	40
3.1.1 Metode Kualitatif.....	40
3.1.2 Metode Kuantitatif.....	56

3.2	Metode Perancangan	69
BAB IV	STRATEGIS DAN ANALISIS PERANCANGANS	71
4.1	Strategi Perancangan.....	71
4.1.1	Overview	71
4.1.2	Strategy	74
4.1.3	Ideation	79
4.1.4	Design	86
4.1.5	Production	119
4.1.6	Implementation.....	120
4.2	Analisis Perancangan.....	129
4.2.1	Analisa Beta Test.....	129
4.2.2	Analisa Tiktok Ads	130
4.2.3	Analisa Instagram Ads	131
4.2.4	Analisa Digital Display Ads	133
4.2.5	Analisa Goscreen	134
4.2.6	Analisa Street Banner	135
4.2.7	Analisa Instagram Post dan Feeds.....	136
4.2.8	Analisa Instagram Template Story dan Story	137
4.2.9	Analisa X Banner.....	137
4.2.10	Analisa Stationery	138
4.2.11	Analisa Merchandise	139
4.3	Budgeting	140
BAB V	PENUTUP.....	142
5.1	Simpulan	142
5.2	Saran.....	143
	DAFTAR PUSTAKA	145
	LAMPIRAN.....	XX



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Contoh Gambar Elemen Titik	5
Gambar 2.2 Garis	6
Gambar 2.3 Bidang	7
Gambar 2.4 Ruang	7
Gambar 2.5 Color Wheel	8
Gambar 2.6 <i>Negative Space</i>	10
Gambar 2.7 Tekstur	10
Gambar 2.8 <i>Typography</i>	11
Gambar 2.9 Contoh Gambar <i>Font Serif</i>	11
Gambar 2.10 Contoh Gambar <i>Font Sans Serif</i>	12
Gambar 2.11 Contoh Gambar <i>font script</i>	12
Gambar 2.12 Contoh Gambar <i>font Display</i>	13
Gambar 2.13 <i>Contrast</i>	13
Gambar 2.14 <i>Alignment</i>	14
Gambar 2.15 <i>Typography Alignment</i>	14
Gambar 2.16 <i>Emphasis</i>	15
Gambar 2.17 <i>Repetition</i>	16
Gambar 2.18 <i>Similarity</i>	16
Gambar 2.19 <i>Continuation</i>	17
Gambar 2.20 <i>Closure</i>	17
Gambar 2.21 <i>Proximity</i>	18
Gambar 2.22 <i>Figure / Ground</i>	18
Gambar 2.23 <i>Symmetry and order</i>	19
Gambar 2.24 Contoh <i>Balance</i>	19
Gambar 2.25 <i>Hierarchy</i>	20
Gambar 2.26 <i>Grid</i>	26
Gambar 2.27 <i>Basic Grid Diagrams</i>	27
Gambar 3.1 Wawancara Bersama Angela Stefani Lukas	41
Gambar 3.2 Gambar <i>Interior</i> Lantai Satu Tokusei	45
Gambar 3.3 Gambar <i>Interior</i> Lantai Dua Tokusei	45
Gambar 3.4 Gambar <i>Interior</i> Lantai Dua <i>Smoking Room</i> Tokusei	46
Gambar 3.5 Gambar <i>Interior</i> Tempat Pemesanan Lantai Satu Tokusei	46
Gambar 3.6 Gambar Instagram Tokusei	48
Gambar 3.7 Gambar <i>Story</i> Instagram Tokusei	48
Gambar 3.8 Gambar Tiktok Milik Tokusei	49
Gambar 3.9 Gambar Suasana Toko Bagian Luar Tokusei	49
Gambar 3.10 Gambar SWOT Tokusei	50
Gambar 3.11 Gambar Instagram Finch	51
Gambar 3.12 Gambar Instagram Demore	52
Gambar 3.13 Aplikasi Tomoro Coffee	53
Gambar 3.14 Aplikasi Fore Coffee	54

Gambar 3.15 Aplikasi Starbucks Coffee.....	55
Gambar 3.16 Analisa Kompetitor Tokusei	56
Gambar 3.17 Kuesioner Media Promosi Tokusei	57
Gambar 3.18 Hasil kuesioner Usia Responden.....	58
Gambar 3.19 Hasil Kuesioner <i>Gender</i> dari Para Responden.....	58
Gambar 3.20 Hasil Kuesioner dari Pendidikan Terakhir Para Responden	59
Gambar 3.21 Hasil Kuesioner dari Domisili Para Responden.....	59
Gambar 3.22 Hasil Kuesioner Pekerjaan Para Responden	59
Gambar 3.23 Hasil Kuesioner Dari Pengeluaran Sebulan untuk Kopi Para Responden.....	60
Gambar 3.24 Hasil Kuesioner Seberapa Sering Para Responden Mengunjungi Tempat Kopi.....	60
Gambar 3.25 Hasil Kuesioner Pembelian Kopi dalam Seminggu	61
Gambar 3.26 Hasil Kuesioner Pembelian Kopi Dalam Seminggu	61
Gambar 3.27 Hasil Kuesioner Alasan Responden Meminum Kopi	62
Gambar 3.28 Hasil Kuesioner Tentang Jenis Kopi yang Sering Dibeli Oleh Responden	62
Gambar 3.29 Hasil Kuesioner Cara Responden Membeli Kopi	63
Gambar 3.30 Hasil Kuesioner Tentang Tahu atau Tidaknya Tentang Tokusei....	63
Gambar 3.31 Hasil Kuesioner Tentang Pernah Datang Ke Tokusei.....	63
Gambar 3.32 Hasil Kuesioner Tentang Berapa Kali dalam Seminggu Mendatangi Tokusei.....	64
Gambar 3.33 Hasil Kuesioner Tentang Apa yang Membuat Responden Ingin Datang ke Tokusei.....	64
Gambar 3.34 Hasil Kuesioner Tentang Kesan Responden Kepada Tokusei	65
Gambar 3.35 Hasil Kuesioner Pendapat Responden Tentang Variasi Makanan di Tokusei.....	65
Gambar 3.36 Hasil Kuesioner Tentang Media yang Ditemuka oleh Responden .	66
Gambar 3.37 Hasil Kuesioner Tentang Media apa yang Sering Digunakan oleh Responden pada Waktu Luang.....	66
Gambar 3.38 Hasil Kuesioner Tentang Media yang Sering Digunakan untuk Mencari Informasi.....	67
Gambar 3.39 Hasil Kuesioner Tentang Seberapa Sering Media Tersebut Digunakan Oleh Responden.....	67
Gambar 3.40 Hasil Kuesioner Tentang Faktor Apa Saja Yang Membuat Responden Menggunakan Media yang Sudah Dipilih.....	68
Gambar 4.1 <i>Mind map</i>	80
Gambar 4.2 <i>Color Pallete</i>	82
Gambar 4.3 <i>Moodboard Visual</i>	84
Gambar 4.4 <i>Modular Grid</i>	85
Gambar 4.5 <i>Font Garogier</i>	85
Gambar 4.6 <i>Font Daruma Drop One</i>	86
Gambar 4.7 Opsi Sketsa Untuk <i>Key Visual</i>	87

Gambar 4.8 Sketsa yang terpilih untuk <i>key visual</i>	87
Gambar 4.9 Visual Foto untuk <i>Key Visual</i>	88
Gambar 4.10 Proses <i>Editing</i> foto RAW	88
Gambar 4.11 Hasil <i>Editing Before and After</i>	89
Gambar 4.12 Hasil Desain <i>key visual</i>	89
Gambar 4.13 Pengambilan Visual Dengan Elemen Fotografi.....	91
Gambar 4.14 Hasil Foto yang Belum di <i>Edit</i>	92
Gambar 4.15 <i>Storyboard</i> Instagram <i>ads</i>	93
Gambar 4.16 Proses <i>Editing</i> Visual untuk Instagram <i>ads</i>	94
Gambar 4.17 Perancangan Desain untuk Instagram <i>Ads</i>	94
Gambar 4.18 Proses <i>Editing</i> Instagram <i>Ads</i> pada Aplikasi Adobe After Effect ..	95
Gambar 4.19 <i>Scene</i> untuk Instagram <i>Ads</i>	96
Gambar 4.20 <i>Storyboard</i> Tiktok <i>Ads</i>	96
Gambar 4.21 Proses <i>Editing</i> Visual untuk Tiktok <i>Ads</i>	97
Gambar 4.22 Perancangan Desain untuk Tiktok <i>Ads</i>	98
Gambar 4.23 Proses <i>Editing</i> Tiktok <i>Ads</i> pada Aplikasi Adobe After Effect.....	98
Gambar 4.24 <i>Scene</i> untuk Tiktok <i>Ads</i>	99
Gambar 4.25 Sketsa Desain untuk <i>Digital Display Ads</i>	99
Gambar 4.26 Proses <i>Editing</i> Visual untuk <i>Digital Display Ads</i>	101
Gambar 4.27 Hasil Desain untuk <i>Digital Display Ads</i>	102
Gambar 4.28 Sketsa Desain Untuk <i>Goscreen</i>	102
Gambar 4.29 Hasil Desain untuk <i>Goscreen</i>	103
Gambar 4.30 Sketsa Desain untuk <i>Street Banner</i>	103
Gambar 4.31 Hasil Desain untuk <i>Street Banner</i>	104
Gambar 4.32 <i>Social Media Conten Plan</i> untuk Instagram <i>feeds</i> Tokusei	105
Gambar 4.33 Sketsa Desain untuk Instagram <i>Feeds</i>	106
Gambar 4.34 <i>Before After Editing</i>	106
Gambar 4.35 Hasil Desain untuk Instagram <i>Feeds</i>	107
Gambar 4.36 Sketsa Desain untuk Aplikasi Tokusei.....	108
Gambar 4.37 Hasil Desain untuk Aplikasi Tokusei.....	108
Gambar 4.38 Sketsa Desain untuk Instagram <i>Story</i>	109
Gambar 4.39 <i>Before After Editing</i>	110
Gambar 4.40 Hasil Desain untuk Instagram <i>Story</i> Pertama.....	110
Gambar 4.41 Hasil Desain untuk Instagram <i>Story</i> Kedua dan Ketiga.....	111
Gambar 4.42 Hasil Desain untuk <i>Coaster</i>	112
Gambar 4.43 Desain Sketsa untuk Media <i>Takeaway Paper Bag</i>	113
Gambar 4.44 Hasi Desain untuk Media <i>Takeaway Paper Bag</i>	113
Gambar 4.45 Desain Sketsa untuk Media <i>Voucher Discount</i>	114
Gambar 4.46 Hasil Desain untuk Media <i>Voucher Discount</i>	114
Gambar 4.47 Desain Sketsa untuk Media <i>Membership Card</i>	115
Gambar 4.48 Hasil Desain untuk Media <i>Membership Card</i>	115
Gambar 4.49 Hasil Desain untuk Media <i>Stamps</i>	115
Gambar 4.50 Desain Sketsa untuk Media <i>Key Chains</i>	116

Gambar 4.51 Hasil Desain untuk Media <i>Key Chains</i>	116
Gambar 4.52 Desain Sketsa untuk Media <i>X Banner</i>	117
Gambar 4.53 Hasil Desain untuk media <i>X Banner</i>	117
Gambar 4.54 Desain Sketsa untuk Media <i>Template Repost Story</i>	118
Gambar 4.55 Hasil Desain untuk Media <i>Template Repost Story</i>	119
Gambar 4.56 <i>Mockup Instagram Ads</i>	121
Gambar 4.57 <i>Mockup Tiktok ads</i>	121
Gambar 4.58 <i>Mockup Digital Display Ads</i>	122
Gambar 4.59 <i>Mokcup Street Banner</i>	122
Gambar 4.60 <i>Mockup Goscreen</i>	123
Gambar 4.61 <i>Mockup Instagram Feeds</i>	123
Gambar 4.62 <i>Mockup Aplikasi</i>	124
Gambar 4.63 <i>Mockup Instagram Story</i>	125
Gambar 4.64 <i>Mockup X Banner</i>	125
Gambar 4.65 <i>Mockup Coaster</i>	126
Gambar 4.66 <i>Mockup Voucher</i>	126
Gambar 4.67 <i>Mockup Keychain</i>	127
Gambar 4.68 <i>Mockup Loyalty Card & Stamps</i>	127
Gambar 4.69 <i>Mockup Paper Bag</i>	128
Gambar 4.70 <i>Mockup Template Repost Story</i>	128
Gambar 4.71 Foto Beta Test	129
Gambar 4.72 <i>Titok Ads</i>	130
Gambar 4.73 <i>Instagram Ads</i>	131
Gambar 4.74 <i>Digital Display Ads</i>	133
Gambar 4.75 <i>Goscreen</i>	134
Gambar 4.76 <i>Street Banner</i>	135
Gambar 4.77 <i>Instagram feeds dan post</i>	136
Gambar 4.78 <i>Template Story dan Post</i>	137
Gambar 4.79 <i>X Banner</i>	137
Gambar 4.80 <i>Stationery</i>	138
Gambar 4.81 <i>Merchandise</i>	139

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Tabel Orientasi Masalah	72
Tabel 4.2 Tabel Target Sasaran Desain.....	73
Tabel 4.3 Tabel Strategi Takik Pesan	74
Tabel 4.4 Tabel AISAS dan Media Promosi.....	77
Tabel 4.5 Tabel <i>Timeline</i> Promosi	78
Tabel 4.6 Tabel Produksi Media Promosi.....	119
Tabel 4.7 Tabel Biaya Produksi Media Digital.....	140
Tabel 4.8 Tabel Biaya Produksi Media Cetak	140
Tabel 4.9 Total Biaya Keseluruhan Produksi Media Promosi.....	141



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A : LEMBAR <i>FORM</i> BIMBINGAN	XX
LAMPIRAN B : TRANSKRIP WAWANCARA DENGAN ANGELA STEFANI LUKAS, OWNER TOKUSEI.....	XX
LAMPIRAN C : TABEL	XXVIII
LAMPIRAN D : LEMBAR TURNITIN	XXXI

