

**PERANCANGAN PROMOSI TZU CHING YAYASAN
BUDDHA TZU CHI INDONESIA UNTUK REMAJA
USIA 17-25 TAHUN**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN TUGAS AKHIR

Angelia Pratiwi Cahyadi

00000042853

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

PERANCANGAN PROMOSI TZU CHING YAYASAN

BUDDHA TZU CHI INDONESIA UNTUK REMAJA

USIA 17-25 TAHUN



LAPORAN TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Desain (S.Ds.)

Angelia Pratiwi Cahyadi

00000042853

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS SENI DAN DESAIN

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2024

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Angelia Pratiwi Cahyadi

Nomor Induk Mahasiswa : 00000042853

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Tugas Akhir dengan judul:

PERANCANGAN PROMOSI TZU CHING YAYASAN BUDDHA TZU CHI INDONESIA UNTUK REMAJA USIA 17-25 TAHUN

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, 4 Januari 2024

UMM



(Angelia Pratiwi Cahyadi)

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul
**PERANCAGAN PROMOSI TZU CHING YAYASAN
BUDDHA TZU CHI INDONESIA UNTUK REMAJA
USIA 17-25 TAHUN**

Oleh
Nama : Angelia Pratiwi Cahyadi
NIM : 00000042853
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain

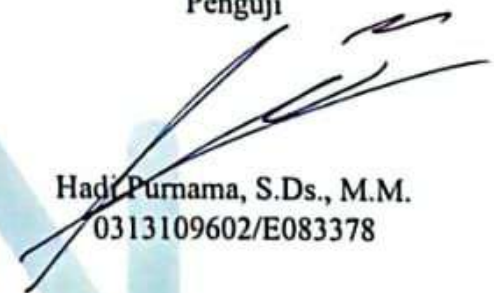
Telah diujikan pada hari Kamis, 4 Januari 2024
Pukul 13.45 s.d 14.30 dan dinyatakan
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang


Adhreza Brahma, M.Ds.
0304088702/E042750

Penguji


Hadi Purnama, S.Ds., M.M.
0313109602/E083378

Pembimbing


Jenti Nur Budi Kawulur, S.Sn., M.Ds.
0312096805/E023959

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 : Angelia Pratiwi Cahyadi
NIM : 00000042853
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 TZU CHING YAYASAN BUDDHA TZU CHI INDONESIA UNTUK REMAJA USIA 17-25 TAHUN

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, 15 Januari 2024

Yang menyatakan,



(Angelia Pratiwi Cahyadi)

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmatNya selama penulis mengerjakan tugas akhir sehingga tugas akhir yang penulis buat bisa selesai dengan baik dan tepat waktu. Pembuatan laporan tugas akhir ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh nilai akademis dan gelar Sarjana Desain pada Program Studi Desain Komunikasi Visual Fakultas Seni dan Desain di Universitas Multimedia Nusantara.

Dalam perancangan karya tugas akhir, penulis dibantu oleh berbagai pihak sehingga karya tugas akhir yang penulis rancang dapat selesai dengan baik. Dengan ini penulis 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. Joni Nur Budi Kawulur, S.Sn., M.Ds., sebagai Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Suti Agnes Karoline, sebagai narasumber dari yayasan Buddha Tzu Chi Indonesia yang telah mendukung pengerjaan tugas akhir ini.
6. Dharmawati Djajaputra, sebagai narasumber dari yayasan Buddha Tzu Chi Indonesia yang telah mendukung pengerjaan tugas akhir ini.
7. Michelle Aprillia, sebagai narasumber dari Tzu Ching Indonesia yang telah mendukung pengerjaan tugas akhir ini.
8. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

9. Teman-teman seperjuangan yang senantiasa membantu dan memberikan dukungan selama proses perancangan tugas akhir.

Semoga karya ilmiah ini dapat memberikan manfaat baik untuk penulis, pihak universitas, serta pembaca.

Tangerang, 15 Januari 2024



(Angelia Pratiwi Cahyadi)



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

PERANCANGAN PROMOSI TZU CHING YAYASAN

BUDDHA TZU CHI INDONESIA UNTUK REMAJA USIA 17-25

TAHUN

(Angelia Pratiwi Cahyadi)

ABSTRAK

Tzu Ching Indonesia adalah kelompok anak-anak muda dengan rentang usia 17—25 tahun yang didirikan pada 7 September 2003 di bawah naungan Yayasan Buddha Tzu Chi Indonesia yang sudah cukup ternama di Indonesia. Namun, masyarakat umum belum banyak mengetahui Tzu Ching Indonesia. Selain itu, berdasarkan penelitian yang penulis lakukan, Tzu Ching Indonesia belum melakukan promosi secara maksimal untuk mengajak target audiens bergabung ke dalam Tzu Ching Indonesia. Informasi mengenai Tzu Ching Indonesia dibagikan hanya dari mulut ke mulut. Maka dari itu, untuk mengajak lebih banyak orang bergabung dengan Tzu Ching Indonesia, penulis mengajukan solusi berupa perancangan promosi Tzu Ching Indonesia. Dalam perancangan promosi ini, metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif yang dilakukan dengan wawancara, studi eksisting, dan studi referensi serta metode kuantitatif yang dilakukan dengan cara kuesioner. Perancangan promosi Tzu Ching Indonesia dilakukan dengan berdasarkan pada metodologi perancangan yang dicetuskan oleh Robin Landa pada bukunya yang berjudul *Advertising by Design 2nd Edition*. Perancangan promosi Tzu Ching Indonesia diharapkan dapat menjangkau target audiens sehingga lebih banyak orang mengetahui dan tertarik untuk bergabung ke dalam Tzu Ching Indonesia.

Kata kunci: Promosi, Tzu Ching Indonesia, Komunitas, Remaja

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

PROMOTION DESIGN OF TZU CHING THE BUDDHIST TZU

CHI FOUNDATION FOR TEENAGERS AGED 17-25 YEARS

(Angelia Pratiwi Cahyadi)

ABSTRACT (English)

Tzu Ching Indonesia is a group of young people aged 17-25 years established on September 7, 2003, under the Buddhist Tzu Chi Indonesia Foundation which is already well-known in Indonesia. However, the general public does not know much about Tzu Ching Indonesia itself. Based on the research conducted by the author, Tzu Ching Indonesia has not maximized promotion to invite target audiences to join Tzu Ching Indonesia. Information about Tzu Ching Indonesia is shared mostly by word of mouth. Therefore, to invite more people to join Tzu Ching Indonesia, the author proposes a solution in the form of designing Tzu Ching Indonesia promotions. In designing this promotion, the research methods used are qualitative research methods conducted by doing interviews, existing studies, and reference studies, and quantitative methods conducted using questionnaires. Tzu Ching Indonesia's promotional design was based on the design methodology proposed by Robin Landa in her book Advertising by Design 2nd Edition. The promotional design of Tzu Ching Indonesia is expected to reach the target audience so that more people know and become interested in joining Tzu Ching Indonesia.

Keywords: *Promotion, Tzu Ching Indonesia, Community, Teenagers*

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

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	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Batasan Masalah	3
1.4 Tujuan Tugas Akhir	4
1.5 Manfaat Tugas Akhir	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Desain Komunikasi Visual	6
2.1.1 Elemen Desain	6
2.1.2 Prinsip Desain	10
2.1.3 Warna	12
2.1.4 Tipografi	18
2.1.5 Grid	21
2.1.6 Ilustrasi	23
2.2 Promosi	30
2.2.1 Tujuan Promosi	30
2.2.2 Jenis Promosi	31
2.2.3 Media Promosi	32
2.2.4 Strategi Promosi	33
2.2.5 Promosi Media Sosial	35

2.3	Yayasan Nirlaba	36
2.3.1	Promosi Yayasan Nirlaba	36
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN DAN PERANCANGAN	37
3.1	Metodologi Penelitian	37
3.1.1	Metode Kualitatif	37
3.1.2	Metode Kuantitatif	57
3.2	Metodologi Perancangan	61
BAB IV	STRATEGI DAN ANALISIS PERANCANGAN	64
4.1	Strategi Perancangan	64
4.1.1	<i>Overview</i>	64
4.1.2	<i>Strategy</i>	66
4.1.3	<i>Ideas</i>	73
4.1.4	<i>Design</i>	75
4.1.5	<i>Production</i>	85
4.1.6	<i>Implementation</i>	105
4.2	Analisis Perancangan	106
4.2.1	<i>Analisis Beta Test</i>	106
4.2.2	<i>Analisis Media Aware</i>	112
4.2.3	<i>Analisis Media Appeal</i>	116
4.2.4	<i>Analisis Desain Ask</i>	123
4.2.5	<i>Analisis Media Act</i>	125
4.2.6	<i>Analisis Media Advocate</i>	137
4.3	<i>Budgeting</i>	141
BAB V	PENUTUP	144
5.1	Simpulan	144
5.2	Saran	145
DAFTAR PUSTAKA		xvi
LAMPIRAN		xix

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Analisis SWOT Promosi Happy Hearts Indonesia	55
Tabel 3.2 Analisis SWOT Iklan Oreo: <i>Play with Oreo</i>	57
Tabel 3.3 Tabel Jumlah Penduduk Usia 17-25 Tahun di Jabodetabek	58
Tabel 4.1 Analisis SWOT Tzu Ching Indonesia.....	65
Tabel 4.2 Strategi Pesan Promosi.....	69
Tabel 4.3 Strategi Media Promosi.....	71
Tabel 4.4 <i>Timeline</i> Media Promosi	72
Tabel 4.5 Anggaran Media Promosi	141



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Garis	7
Gambar 2.2 Bentuk	7
Gambar 2.3 <i>Figure/Ground</i>	8
Gambar 2.4 Tekstur.....	9
Gambar 2.5 Pola.....	9
Gambar 2.6 <i>Hierarchy</i>	10
Gambar 2.7 <i>Alignment</i>	11
Gambar 2.8 <i>Unity</i>	12
Gambar 2.9 <i>Space</i>	12
Gambar 2.10 Warna	13
Gambar 2.11 <i>Monochromatic</i>	14
Gambar 2.12 <i>Analogous</i>	15
Gambar 2.13 <i>Complementary</i>	15
Gambar 2.14 <i>Split Complementary</i>	16
Gambar 2.15 <i>Triadic</i>	17
Gambar 2.16 <i>Tetradic</i>	17
Gambar 2.17 <i>Cool</i>	18
Gambar 2.18 <i>Warm</i>	18
Gambar 2.19 Tipografi.....	19
Gambar 2.20 <i>Single-Column Grid</i>	22
Gambar 2.21 <i>Multicolumn Grid</i>	22
Gambar 2.22 <i>Modular Grid</i>	23
Gambar 2.23 Dokumentasi, Referensi, dan Instruksi	24
Gambar 2.24 <i>Commentary</i>	24
Gambar 2.25 <i>Storytelling</i>	25
Gambar 2.26 Persuasi.....	25
Gambar 2.27 Identitas	26
Gambar 2.28 Surealisme	27
Gambar 2.29 Diagram.....	27
Gambar 2.30 Abstrak	28
Gambar 2.31 <i>Hyperrealism</i>	29
Gambar 2.32 <i>Stylized Realism</i>	29
Gambar 2.33 <i>Sequential Imagery</i>	30
Gambar 3.1 Wawancara dengan Suti Agnes Karoline.....	38
Gambar 3.2 Wawancara dengan Dharmawati Djajaputra.....	40
Gambar 3.3 Wawancara dengan Michelle Aprillia.....	44
Gambar 3.4 Instagram Tzu Ching Indonesia	51
Gambar 3.5 Tiktok Tzu Ching Indonesia.....	52
Gambar 3.6 YouTube Tzu Ching Indonesia	52

Gambar 3.7 Facebook Tzu Ching Indonesia.....	53
Gambar 3.8 Instagram Happy Hearts Indonesia	54
Gambar 3.9 Website Happy Hearts Indonesia.....	55
Gambar 3.10 Iklan Oreo: <i>Play with Oreo</i>	56
Gambar 3.11 Persentase Bergabung ke dalam Komunitas/Lembaga Sosial.....	59
Gambar 3.12 Persentase Responden yang Mengetahui Tzu Ching Indonesia.....	60
Gambar 3.13 Persentase Responden yang Mengetahui Media Sosial Tzu Ching Indonesia	60
Gambar 4.1 Mind Map Perancangan	73
Gambar 4.2 Moodboard Perancangan.....	74
Gambar 4.3 Color Palette.....	75
Gambar 4.4 Tipografi.....	76
Gambar 4.5 Single-Column Grid	76
Gambar 4.6 Two-Column Grid.....	77
Gambar 4.7 Template Visual Cream.....	77
Gambar 4.8 Template Visual Biru	78
Gambar 4.9 <i>Icon</i>	78
Gambar 4.10 Perancangan Ulang Karakter.....	79
Gambar 4.11 Desain <i>Full Body</i> Karakter	80
Gambar 4.12 Desain <i>Gesture A</i> Tzu	80
Gambar 4.13 Desain <i>Gesture A</i> Ching	81
Gambar 4.14 Ilustrasi A Tzu dan A Ching	81
Gambar 4.15 Sketsa <i>Key Visual</i>	82
Gambar 4.16 Digitalisasi Ilustrasi.....	83
Gambar 4.17 <i>Key Visual</i> dengan <i>Grid</i>	83
Gambar 4.18 <i>Key Visual</i>	84
Gambar 4.19 Sketsa <i>Media Aware</i>	86
Gambar 4.20 <i>Media Aware</i> dengan <i>Grid</i>	86
Gambar 4.21 Sketsa Instagram <i>Feeds Media Appeal</i>	87
Gambar 4.22 Instagram <i>Feeds Media Appeal</i> dengan <i>Grid</i>	88
Gambar 4.23 Sketsa Brosur <i>Media Appeal</i>	89
Gambar 4.24 Brosur <i>Media Appeal</i> dengan <i>Grid</i>	90
Gambar 4.25 <i>Wireframe Microsite Media Ask</i>	91
Gambar 4.26 <i>Microsite Media Ask</i> dengan <i>Grid</i>	92
Gambar 4.27 Sketsa Instagram <i>Feeds Media Act</i>	93
Gambar 4.28 Instagram <i>Feeds Media Act</i> dengan <i>Grid</i>	94
Gambar 4.29 Sketsa Instagram <i>Story Media Act</i>	95
Gambar 4.30 Instagram <i>Story Media Act</i> dengan <i>Grid</i>	96
Gambar 4.31 Sketsa <i>flyer Media Act</i>	97
Gambar 4.32 <i>Flyer Media Act</i> dengan <i>Grid</i>	97
Gambar 4.33 Sketsa <i>X-banner Media Act</i>	98
Gambar 4.34 <i>X-banner Media Act</i> dengan <i>Grid</i>	99

Gambar 4.35 Sketsa Poster <i>Media Act</i>	100
Gambar 4.36 Poster <i>Media Act</i> dengan <i>Grid</i>	100
Gambar 4.37 Sketsa <i>Packaging Makanan Media Act</i>	101
Gambar 4.38 <i>Packaging Makanan Media Act</i> dengan Ukuran Dimensi	101
Gambar 4.39 Sketsa <i>Template Instagram Story Media Advocate</i>	102
Gambar 4.40 <i>Template Instagram Story Media Advocate</i> dengan <i>grid</i>	103
Gambar 4.41 Sketsa <i>Gimmick Media Advocate</i>	104
Gambar 4.42 <i>Gimmick Media Advocate</i> dengan <i>Grid</i>	104
Gambar 4.43 Bimbingan Dosen Spesialis.....	105
Gambar 4.44 <i>Beta Test</i> dengan Gracia.....	107
Gambar 4.45 <i>Beta Test</i> dengan Evelyn Deviana.....	108
Gambar 4.46 <i>Beta Test</i> dengan Celyne Frances Gunawan	110
Gambar 4.47 Perubahan pada <i>Microsite</i>	111
Gambar 4.48 Perubahan pada <i>X-banner</i>	112
Gambar 4.49 Desain Instagram <i>Posts Media Aware</i>	113
Gambar 4.50 Instagram <i>Posts Tahapan Aware</i>	114
Gambar 4.51 Instagram <i>Carousel Tahapan Aware</i>	115
Gambar 4.52 Desain Instagram <i>Posts Media Appeal</i>	117
Gambar 4.53 Instagram <i>Posts Tahapan Appeal</i>	118
Gambar 4.54 Instagram <i>Carousel Tahapan Appeal</i>	120
Gambar 4.55 Desain Brosur <i>Media Appeal</i>	121
Gambar 4.56 Brosur <i>Tahapan Appeal</i>	122
Gambar 4.57 Desain <i>Microsite Tahapan Ask</i>	124
Gambar 4.58 <i>Microsite Tahapan Ask</i>	125
Gambar 4.59 Desain Instagram <i>Posts Media Act</i>	127
Gambar 4.60 Instagram <i>Posts Tahapan Act</i>	128
Gambar 4.61 Desain Instagram <i>Story Media Act</i>	129
Gambar 4.62 Instagram <i>Stories Tahapan Act</i>	130
Gambar 4.63 Desain <i>Flyer Media Act</i>	131
Gambar 4.64 <i>Flyer Tahapan Act</i>	132
Gambar 4.65 Desain <i>X-banner Media Act</i>	133
Gambar 4.66 <i>X-banner Media Act</i>	133
Gambar 4.67 Desain Poster <i>Media Act</i>	134
Gambar 4.68 Poster <i>Media Act</i>	135
Gambar 4.69 Desain <i>Packaging Makanan Media Act</i>	136
Gambar 4.70 <i>Packaging Makanan Tahapan Act</i>	136
Gambar 4.71 Desain <i>Template Instagram Story Media Advocate</i>	138
Gambar 4.72 <i>Template Instagram Story Media Advocate</i>	139
Gambar 4.73 Desain <i>Gimmick Media Advocate</i>	140
Gambar 4.74 <i>Gimmick Media Advocate</i>	140

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Data Administratif	xix
Lampiran B Data Perancangan.....	xxv
Lampiran C Perancangan	xxx
Lampiran D Hasil Turnitin.....	xxxviii
Lampiran E Transkrip Wawancara	xliv

