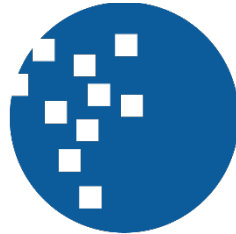


PERANCANGAN PROMOSI BEAN SPOT



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN TUGAS AKHIR

Sherilyn Annisa

00000043078

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS SENI DAN DESAIN

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2024

PERANCANGAN PROMOSI BEAN SPOT



LAPORAN TUGAS AKHIR

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

Sherilyn Annisa

00000043078

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS SENI DAN DESAIN**

**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG**

2024

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Sherilyn Annisa

Nomor Induk Mahasiswa : 00000043078

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Tugas akhir dengan judul:

PERANCANGAN PROMOSI BEAN SPOT

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, 16 Mei 2024



(Sherilyn Annisa)

UMM
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PERSETUJUAN

Tugas Akhir dengan judul

PERANCANGAN PROMOSI BEAN SPOT

Oleh

Nama : Sherilyn Annisa

NIM : 00000043078

Program Studi : Desain Komunikasi Visual


Fakultas : Seni dan Desain

Telah disetujui untuk diajukan pada

Sidang Ujian Tugas Akhir Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 19 Mei 2024

Pembimbing


Adhreza Brahma, M.Ds.
0304088702/042750

Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual


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

iii

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul


PERANCANGAN PROMOSI BEAN SPOT

Oleh

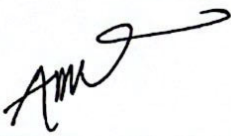
Nama : Sherilyn Annisa
NIM : 00000043078
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain

Telah diujikan pada hari Rabu, 19 Mei 2024
Pukul 13.00 s.d 13.45 dan dinyatakan
LULUS
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

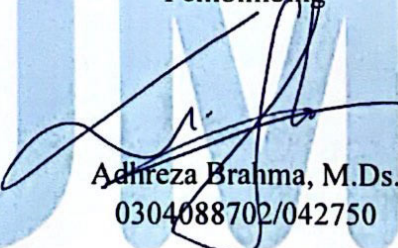
Ketua Sidang


Dedy Arpan, S.Des., M.Ds.
0324018607/076482


Penguji


Dr. Anne Nurfarina, M.Sn.
0416066807/069425

Pembimbing


Adhreza Brahma, M.Ds.
0304088702/042750

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 : Sherilyn Annisa
NIM : 00000043078
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Jenjang : D3/S1/S2
Judul Karya Ilmiah :

PERANCANGAN PROMOSI BEAN SPOT

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia:

- Memberikan 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


(Sherilyn Annisa)

** 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 syukur kita panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena telah memberikan karunia dan rahmat-Nya sehingga Laporan Tugas Akhir dengan judul “Perancangan Promosi Bean Spot” dapat diselesaikan tepat pada waktunya dengan hasil yang sesuai dengan ekspektasi penulis.

Terlebih dahulu, penulis 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. Adhreza Brahma, M.Ds., sebagai Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Nurchayo Rahutomo, sebagai narasumber yang telah memberikan informasi mengenai latar belakang Bean Spot.
6. Grace Vella Glaudia, sebagai narasumber yang telah memberikan informasi mengenai strategi promosi Bean Spot.
7. Odha Adhitama, sebagai narasumber yang telah memberikan informasi mengenai strategi visual promosi Bean Spot.
8. Anggit Riyan Darisna, sebagai narasumber yang telah memberikan informasi mengenai produk Bean Spot.
9. Safira Luthfiyana, sebagai narasumber yang telah memberikan informasi mengenai promosi Bean Spot dari pandangan pelanggan.
10. Gilbert Ng, sebagai narasumber yang telah memberikan informasi mengenai pandangan target audiens terhadap promosi Bean Spot.
11. Given Liuwandy dan Devara Ivan yang telah memberikan bantuan dalam proses *shooting*.

12. Keluarga penulis dan keluarga Given Liuwandy yang telah memberikan bantuan material, dan moral.
13. Seluruh teman-teman penulis yang telah memberikan dukungan dan motivasi, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

Semoga karya ilmiah ini dapat menjadi inspirasi bagi orang lain yang ingin membuat perancangan promosi untuk suatu *brand* dan membantu Bean Spot dalam meningkatkan *brand awareness*, menjangkau target market yang lebih luas dan dapat bersaing dengan kompetitornya.

Tangerang, 12 Juni 2024



(Sherilyn Annisa)

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

PERANCANGAN PROMOSI BEAN SPOT

(Sherilyn Annisa)

ABSTRAK

Bean Spot merupakan *brand coffee corner* dari PT Sumber Alfaria Trijaya, Tbk yang berdiri sejak tahun 2019 dengan konsep *grab and go*. Bean Spot memiliki potensi yang besar dalam industri F&B dikarenakan Bean Spot dapat ditemukan pada gerai Alfamart dan juga Alfa Express. Bean Spot memiliki banyak keunggulan yang dapat membantunya dalam bersaing dengan kompetitornya, namun berdasarkan wawancara dan survei yang dilakukan penulis, ditemukan bahwa masih banyak yang tidak mengetahui *brand* Bean Spot serta promo yang ditawarkan terutama pada kalangan anak muda mulai dari umur 16-25 tahun. Permasalahan ini kemudian menginspirasi penulis untuk memberikan solusi berupa perancangan promosi Bean Spot dengan berbagai macam media promosi dengan tujuan untuk meningkatkan *brand awareness* Bean Spot. Penulis menggunakan *big idea* berupa “*The Perfect Blend of Bitter and Sweet*” yang memiliki makna bahwa walaupun setiap generasi memiliki perbedaan yang kontras namun dapat disatukan di Bean Spot serta strategi kreatif berupa *storytelling* dan mengangkat tema besar berupa “Hari Ayah Nasional” untuk mempengaruhi serta menggapai target audiens secara emosional.

Kata kunci: Promosi, Bean Spot, *Brand Awareness*

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

PROMOTIONAL DESIGN OF BEAN SPOT

(Sherilyn Annisa)

ABSTRACT (English)

Bean Spot is a coffee corner brand from PT Sumber Alfaria Trijaya, Tbk launched in 2019 with a grab and go concept. Bean Spot has great potential in the F&B industry because Bean Spot can be found at Alfamart and Alfa Express outlets. Bean Spot has many advantages that can help it to compete with their competitors, however, based on interviews and surveys conducted by author, it turns out that there are still many who do not know about Bean Spot and the promotions they offers, especially among young people aged 16-25 years. This problem then inspired the author to provide a solution in the form of designing Bean Spot promotions using various promotional media with the aim of increasing Bean Spot brand awareness. Author uses a big idea in the form of "The Perfect Combination of Bitter and Sweet" which means that even though each generation has significant differences, they can be united at Bean Spot as well as a creative strategy in the form of storytelling and choosing the big theme of "National Father's Day" to influence and reach the target audience emotionally.

Keywords: *Promotion, Bean Spot, Brand Awareness*

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH MAHASISWA.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT (English)</i>	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
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 Warna	6
2.1.1.1 Klasifikasi Warna	7
2.1.1.2 Jenis Warna.....	9
2.1.2 Tipografi	12
2.1.2.1 Anatomi Huruf.....	12
2.1.2.2 Klasifikasi Huruf	14
2.1.2.3 <i>Spacing</i>	17
2.1.3 <i>Layout</i>	19
2.1.4 <i>Grid</i>	20
2.1.4.1 Anatomi <i>Grid</i>	20
2.1.4.2 Jenis <i>Grids</i>	22

2.1.5	Fotografi	24
2.1.5.1	Jenis Fotografi.....	24
2.1.5.2	Komposisi Fotografi	30
2.1.6	Video	33
2.1.6.1	Jenis Video.....	33
2.1.6.2	Teknik Pengambilan Video.....	34
2.1.6.3	Tahapan Pengambilan Video.....	38
2.2	Promosi.....	39
2.2.1	Fungsi Promosi.....	39
2.2.2	Jenis Promosi	40
2.2.3	Media Promosi	41
2.3	Cafe	42
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN DAN PERANCANGAN	43
3.1	Metodologi Penelitian.....	43
3.1.1	Metode Kualitatif.....	43
3.1.2	Metode Kuantitatif	67
3.2	Metodologi Perancangan	75
BAB IV	STRATEGI DAN ANALISIS PERANCANGAN.....	77
4.1	Strategi Perancangan	77
4.1.1	<i>Overview</i>	77
4.1.2	<i>Strategy</i>	78
4.1.3	<i>Ideas</i>	85
4.1.4	<i>Design</i>	90
4.1.5	<i>Production</i>	103
4.1.6	<i>Implementation</i>	116
4.2	Analisis Perancangan	116
4.2.1	Analisis Konten Instagram (<i>Feeds dan Reels</i>).....	116
4.2.2	Analisis Produk <i>Bundle</i>	119
4.2.3	Analisis Merchandise.....	121
4.2.4	Analisis <i>X Banner</i>	122
4.2.5	Analisis <i>Tent Card</i>	123
4.2.6	Analisis <i>Web Banner</i>	124

4.2.7 Analisis <i>Banner</i> Alfacit	125
4.2.8 Analisis <i>Banner</i> dan <i>Product List Online Food</i>	126
4.2.9 <i>Beta Test</i>	127
4.3 <i>Budgeting</i>	132
BAB V PENUTUP	135
5.1 Simpulan	135
5.2 Saran	136
DAFTAR PUSTAKA	xiii
LAMPIRAN	xv

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Hasil Observasi Gerai Bean Spot dan Kompetitor.....	54
Tabel 3.2 Analisis SWOT Point Coffee.....	63
Tabel 3.3 Analisis SWOT Lawson.....	65
Tabel 3.4 Tabel Data Demografis Responden	67
Tabel 3.5 Tabel Data Kebiasaan Responden Terhadap FNB Minimarket.....	68
Tabel 3.6 Tabel Tingkat <i>Brand Awareness</i> Bean Spot	71
Tabel 3.7 Tabel Preferensi Media Promosi Responden	73
Tabel 4.1 Tabel <i>Creative Brief</i>	79
Tabel 4.2 Tabel AISAS.....	82
Tabel 4.3 <i>Timeline</i> AISAS	83
Tabel 4.4 Batasan <i>Beta Test</i>	127
Tabel 4.5 Penilaian Visual <i>Beta Test</i>	128
Tabel 4.6 Penilaian Konten <i>Beta Test</i>	129
Tabel 4.7 Penilaian Strategi <i>Beta Test</i>	131
Tabel 4.8 <i>Budgeting</i>	132



DAFTAR GAMBAR

<i>Gambar 2.1 Hue, Saturation, Value</i>	7
Gambar 2.2 Warna Primer	7
Gambar 2.3 Warna Sekunder	8
Gambar 2.4 Warna <i>Intermediate</i>	8
Gambar 2.5 Warna Tersier.....	9
Gambar 2.6 Warna <i>Complimenter</i>	10
Gambar 2.7 Warna <i>Analogous</i>	10
Gambar 2.8 Warna <i>Triadic</i>	10
Gambar 2.9 Warna <i>Split Complimenter</i>	11
Gambar 2.10 Warna <i>Tetradic</i>	11
Gambar 2.11 Anatomi Huruf	13
Gambar 2.12 <i>Old Style Typeface</i>	14
Gambar 2.13 <i>Transitional Typeface</i>	14
Gambar 2.14 <i>Modern Typeface</i>	15
Gambar 2.15 <i>Slab Serif Typeface</i>	15
Gambar 2.16 <i>Sans Serif Typeface</i>	16
Gambar 2.17 <i>Blackletter Typeface</i>	16
Gambar 2.18 <i>Script Typeface</i>	17
Gambar 2.19 <i>Display Typeface</i>	17
Gambar 2.20 <i>Letterspacing</i>	18
Gambar 2.21 <i>Word Spacing</i>	18
Gambar 2.22 <i>Line Spacing</i>	18
Gambar 2.23 Anatomi <i>Grid</i>	20
Gambar 2.24 <i>Single-column Grid</i>	22
Gambar 2.25 <i>Two-column Grid</i>	22
Gambar 2.26 <i>Multicolumn Grids</i>	23
Gambar 2.27 <i>Modular Grids</i>	23
Gambar 2.28 <i>Hierarchical Grids</i>	24
Gambar 2.29 Fotografi Manusia	25
Gambar 2.30 Fotografi <i>Nature</i>	25
Gambar 2.31 Fotografi Arsitektur.....	26
Gambar 2.32 Fotografi <i>still life</i>	26
Gambar 2.33 Fotografi Jurnalistik	27
Gambar 2.34 Fotografi <i>Aerial</i>	27
Gambar 2.35 Fotografi Bawah Air.....	28
Gambar 2.36 Fotografi Seni Rupa	28
Gambar 2.37 Fotografi Makro	29
Gambar 2.38 Fotografi Mikro	29
Gambar 2.39 <i>Point of Interest</i>	30

Gambar 2.40 <i>Depth of Field</i>	31
Gambar 2.41 <i>Colour</i> pada Fotografi	31
Gambar 2.42 <i>Pattern</i> pada Fotografi	32
Gambar 2.43 <i>Framing</i> pada Fotografi	32
Gambar 2.44 <i>Extreme Wide Shot</i>	34
Gambar 2.45 <i>Very Wide Shot</i>	35
Gambar 2.46 <i>Wide Shot</i>	35
Gambar 2.47 <i>Mid Shot</i>	36
Gambar 2.48 <i>Medium Close Up</i>	36
Gambar 2.49 <i>Extreme Close Up</i>	37
Gambar 2.50 <i>Noddy Shot</i>	37
Gambar 2.51 <i>Group Shot</i>	38
Gambar 3.1 Wawancara dengan <i>Operation Project Manager Bean Spot</i>	45
Gambar 3.2 Wawancara dengan <i>Promotion Plan Specialist Bean Spot</i>	47
Gambar 3.3 Wawancara dengan <i>Marketing Communication Specialist Bean Spot</i>	48
Gambar 3.4 Wawancara dengan Pelanggan Bean Spot	50
Gambar 3.5 Wawancara dengan <i>Target Audiens Bean Spot</i>	51
Gambar 3.6 Wawancara dengan <i>Merchandising Food Bean Spot</i>	52
Gambar 3.7 Observasi Gerai Bean Spot UBM Tower.....	53
Gambar 3.8 Media Promosi Bean Spot.....	54
Gambar 3.9 Dokumentasi Gerai Bean Spot dan Kompetitor.....	56
Gambar 3.10 Observasi Instagram Bean Spot	56
Gambar 3.11 Observasi Instagram Lawson	57
Gambar 3.12 Observasi Instagram Alfa X.....	58
Gambar 3.13 Observasi Instagram Maxx Coffee.....	58
Gambar 3.14 Observasi Gerai Bean Spot dan Point Coffee	59
Gambar 3.15 Observasi Gerai Bean Spot	60
Gambar 3.16 Observasi Gerai Point Coffee.....	61
Gambar 3.17 Contoh Media Sosial dan <i>Website Point Coffee</i>	62
Gambar 3.18 Akun Instagram Lawson	64
Gambar 3.19 Akun Instagram Auntie Anne's Indonesia.....	66
Gambar 4.1 <i>Mind Map</i>	86
Gambar 4.2 <i>Stylescape</i>	87
Gambar 4.3 <i>Color Palette</i>	88
Gambar 4.4 <i>Font Bungee</i>	88
Gambar 4.5 <i>Font Open Sans</i>	88
Gambar 4.6 <i>Modular Grid</i>	90
Gambar 4.7 Desain <i>Cup Asli Bean Spot</i>	91
Gambar 4.8 Desain <i>Cup Edisi Hari Ayah</i>	91
Gambar 4.9 Tahap Pembuatan Aset <i>Sticker Pack</i>	92
Gambar 4.10 Aset <i>Sticker Pack</i>	92

Gambar 4.11 Elemen Dekoratif <i>Sticker Pack</i>	92
Gambar 4.12 <i>Sticker Pack</i>	93
Gambar 4.13 <i>Sticker Pack</i> Final.....	94
Gambar 4.14 <i>Cup Holder</i>	94
Gambar 4.15 Proses Perancangan <i>Paper Bag</i>	95
Gambar 4.16 <i>Content Planning</i> Instagram <i>Feeds</i>	96
Gambar 4.17 <i>Key Visual</i>	97
Gambar 4.18 <i>Key Visual</i> Final	98
Gambar 4.19 Proses <i>Digital Imaging Talent</i>	98
Gambar 4.20 Proses Pembuatan Aset Foto <i>Talent</i>	99
Gambar 4.21 Aset Foto <i>Talent</i> Final.....	99
Gambar 4.22 Aset Foto Produk Final	100
Gambar 4.23 <i>Storyboard Episode 1</i>	101
Gambar 4.24 <i>Storyboard Episode 2</i>	101
Gambar 4.25 <i>Storyboard Episode 3</i>	102
Gambar 4.26 <i>Clip Utama Video Reels</i>	103
Gambar 4.27 Sketsa Konten Instagram <i>Feeds</i>	104
Gambar 4.28 Proses Desain Instagram <i>Feeds</i>	104
Gambar 4.29 Hasil Desain Instagram <i>Feeds</i>	105
Gambar 4.30 Desain Final Konten Instagram <i>Feeds</i>	105
Gambar 4.31 Proses <i>Cropping Video</i>	106
Gambar 4.32 Proses Penambahan Efek Pada Video.....	106
Gambar 4.33 <i>Finishing</i> Proses <i>Editing Video Reels</i>	107
Gambar 4.34 Proses Perancangan <i>X Banner</i>	108
Gambar 4.35 Desain <i>X Banner</i> Final	108
Gambar 4.36 Proses Perancangan <i>Tent Card</i>	109
Gambar 4.37 Desain <i>Tent Card</i> Final	109
Gambar 4.38 Desain <i>Merchandise</i> Final.....	110
Gambar 4.39 Proses Perancangan <i>Web Banner Pop Under</i>	111
Gambar 4.40 Desain Final <i>Web Banner Pop Under</i>	111
Gambar 4.41 Proses Perancangan <i>Web Banner Half Page Ad</i>	112
Gambar 4.42 Desain Final <i>Web Banner Half Page Ad</i>	112
Gambar 4.43 Proses Perancangan <i>Banner Alfagift</i>	113
Gambar 4.44 Desain Final <i>Banner Alfagift</i>	114
Gambar 4.45 Proses Perancangan <i>Banner Online Food</i>	114
Gambar 4.46 Proses Perancangan <i>Product List Online Food</i>	115
Gambar 4.47 Desain Final <i>Banner dan Product List Online Food</i>	115
Gambar 4.48 <i>Mockup</i> Instagram <i>Feeds</i>	116
Gambar 4.49 Instagram <i>Feeds Carousel</i>	118
Gambar 4.50 <i>Cover</i> Instagram <i>Reels</i>	119
Gambar 4.51 <i>Display</i> Produk <i>Bundle</i>	120
Gambar 4.52 <i>Merchandise</i>	121

Gambar 4.53 <i>Mockup X Banner</i>	122
Gambar 4.54 <i>Mockup Tent Card</i>	123
Gambar 4.55 <i>Web Banner</i>	124
Gambar 4.56 <i>Mockup Banner Alfacita</i>	125
Gambar 4.57 <i>Mockup Banner dan Product List Online Food</i>	126



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Lembar BAP Bimbingan	xv
Lampiran B Transkrip Wawancara	xvii
Lampiran C Hasil Kuesioner.....	xxxvi
Lampiran D Kuesioner <i>Beta Test</i>	li
Lampiran E Hasil Turnitin	lix



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA