

**PERANCANGAN MEDIA PROMOSI**

**TAIYAKI KUN**



**UMN**  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

**LAPORAN TUGAS AKHIR**

**Giunydia Ananya**

**00000046601**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL**

**FAKULTAS SENI DAN DESAIN**

**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**

**TANGERANG**

**2024**

# **PERANCANGAN MEDIA PROMOSI**

**TAIYAKI KUN**



**LAPORAN TUGAS AKHIR**

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

**Giunydia Ananya**

**00000046601**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL**

**FAKULTAS SENI DAN DESAIN**

**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**

**TANGERANG**

**2024**

## HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Giunydia Ananya  
NIM : 00000046601  
Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir saya yang berjudul:

### **PERANCANGAN MEDIA PROMOSI TAIYAKI KUN**

merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan hasil plagiat, dan tidak pula dituliskan oleh orang lain; Semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya cantumkan dan nyatakan dengan benar pada bagian Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan karya ilmiah, saya bersedia menerima konsekuensi untuk dinyatakan TIDAK LULUS. Saya juga bersedia menanggung segala konsekuensi hukum yang berkaitan dengan tindak plagiarisme ini sebagai kesalahan saya pribadi dan bukan tanggung jawab Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 13 Juni 2024



Giunydia Ananya

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 PERSETUJUAN

Tugas Akhir dengan judul

### PERANCANGAN MEDIA PROMOSI TAIYAKI KUN

Oleh

Nama : Giunydia Ananya  
NIM : 00000046601  
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



Chara Susanti, M.Ds.  
0313048703/L00266

Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual



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

## HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul

### PERANCANGAN MEDIA PROMOSI TAIYAKI KUN

Oleh

Nama : Giunydia Ananya

NIM : 00000046601

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Seni dan Desain


Telah diujikan pada hari Kamis, 30 Mei 2024

Pukul 11.15 s.d 12.00 dan dinyatakan


LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

  
Cennywati, S.Sn., M.Ds.  
1024128201/071277


Penguji

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

Pembimbing

  
Chara Susanti, M.Ds.  
0313048703/L00266

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 : Giunydia Ananya  
NIM : 00000046601  
Program Studi : Desain Komunikasi Visual  
Jenjang : S1  
Judul Karya Ilmiah : Perancangan Media Promosi Taiyaki Kun

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, 13 Juni 2024



Giunydia Annaya

\*\* 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

Menjalani Tugas Akhir merupakan pengalaman belajar yang berharga dan penuh tantangan bagi penulis, yang memungkinkan untuk menerapkan pengetahuan yang diperoleh selama kuliah di Universitas Multimedia Nusantara. Penulis memilih perancangan ini dengan harapan dapat mengembangkan bisnis Taiyaki Kun. Dalam laporan ini, 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. Chara Susanti, M.Ds., sebagai pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Rein Abram, sebagai narasumber dan pemilik dari Taiyaki yang telah memberikan wawasan *brand* kepada penulis sehingga memungkinkan terselesainya tugas akhir ini.
6. Keluarga 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 ini.

Penulis berharap perancangan ini dapat menginspirasi, memotivasi, dan memberikan wawasan baru kepada pembaca. Penulis menyadari bahwa laporan ini tidak sempurna, oleh karena itu penulis terbuka terhadap segala kritik dan saran dari berbagai pihak untuk memperbaiki karya tulis Tugas Akhir ini.

Tangerang, 13 Juni 2024

  
Giundydia Ananya

# PERANCANGAN MEDIA PROMOSI

## TAIYAKI KUN

Giunydia Ananya

### ABSTRAK

Kuliner Jepang telah menjadi bagian tak terpisahkan dari budaya kuliner Indonesia, terutama di kota-kota besar. Restoran-restoran Jepang menjamur dan menawarkan berbagai hidangan populer seperti sushi, tempura, sashimi, ramen, udon, dan onigiri. Survei dari GlobalData menunjukkan bahwa masakan Jepang merupakan salah satu jenis masakan paling populer di Indonesia, mencakup 5% dari seluruh jenis restoran. Taiyaki Kun adalah usaha taiyaki yang menawarkan taiyaki dengan rasa khas dan menggunakan bahan baku berkualitas tinggi. Penelitian kualitatif dan kuantitatif mengidentifikasi bahwa pengetahuan masyarakat tentang *brand* ini rendah dan belum adanya upaya promosi merupakan tantangan utama bagi Taiyaki Kun. Untuk mengatasi tantangan ini, penulis merancang media promosi dengan menggunakan metodologi desain oleh Robin Landa. Media promosi ini bertujuan untuk meningkatkan *brand awareness* Taiyaki Kun. Meskipun belum melakukan upaya promosi, Taiyaki Kun akan segera membuka toko *offline* baru di Pasar Santa. Namun, kesadaran masyarakat akan merek ini masih rendah. Media promosi ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran dan minat konsumen terhadap *brand* Taiyaki Kun.

**Kata kunci:** Taiyaki Kun, Promosi, Desain

U M M N  
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



# TAIYAKI KUN

## PROMOTIONAL MEDIA DESIGN

Giunydia Ananya

### ***ABSTRACT (English)***

*Japanese cuisine has become an integral part of Indonesia's culinary culture, especially in big cities. Japanese restaurants have mushroomed and offer a variety of popular dishes such as sushi, tempura, sashimi, ramen, udon and onigiri. A survey by GlobalData shows that Japanese cuisine is one of the most popular types of cuisine in Indonesia, accounting for 5% of all restaurant types. Taiyaki Kun is a taiyaki business that offers taiyaki with distinctive flavors and uses high-quality raw materials. Qualitative and quantitative research identified that the public's knowledge of the brand was low and the absence of promotional efforts was a major challenge for Taiyaki Kun. To overcome these challenges, the author designed promotional media using Robin Landa's design methodology. This promotional media aims to increase Taiyaki Kun's brand awareness. Despite the lack of promotional efforts, Taiyaki Kun will soon open a new offline store in Pasar Santa. However, public awareness of the brand is still low. This promotional media is expected to increase brand awareness and interest in the Taiyaki Kun brand.*

***Keywords:*** *Taiyaki Kun, Promotion, Design*



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT</b> .....	ii
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	iii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iv
<b>HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH MAHASISWA</b> .....	v
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vi
<b>ABSTRAK</b> .....	vii
<b>ABSTRACT (English)</b> .....	viii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ix
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
<b>1.1 Latar Belakang</b> .....	1
<b>1.2 Rumusan Masalah</b> .....	2
<b>1.3 Batasan Masalah</b> .....	3
<b>1.4 Tujuan Tugas Akhir</b> .....	3
<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> .....	8
<b>2.1.3 Tipografi</b> .....	10
<b>2.1.4 Gambar</b> .....	11
<b>2.1.5 Copywriting</b> .....	16
<b>2.1.6 Grid</b> .....	16
<b>2.2 Promosi</b> .....	20
<b>2.2.1 Strategi Promosi</b> .....	20
<b>2.2.2 Promotion Mix</b> .....	21
<b>2.3 Iklan</b> .....	22
<b>2.3.1 Tujuan Iklan</b> .....	22

2.3.2	Jenis Iklan .....	22
2.3.3	Pendekatan Iklan.....	22
2.3.4	Media .....	24
2.3.5	Media Iklan .....	24
2.4	Industri <i>Food &amp; Beverage</i> .....	25
2.4.1	Iklan dalam Industri <i>Food &amp; Beverage</i> .....	26
<b>BAB III</b>	<b>METODOLOGI PENELITIAN DAN PERANCANGAN</b> .....	27
3.1	Metodologi Penelitian.....	27
3.1.1	Metode Kualitatif.....	27
3.1.2	Metode Kuantitatif .....	38
3.2	Metodologi Perancangan .....	45
<b>BAB IV</b>	<b>STRATEGI DAN ANALISIS PERANCANGAN</b> .....	47
4.1	Strategi Perancangan .....	47
4.1.1	<i>Overview</i> .....	47
4.1.2	<i>Strategy</i> .....	51
4.1.3	<i>Ideas</i> .....	54
4.1.4	<i>Design</i> .....	56
4.1.5	<i>Production &amp; Implementation</i> .....	71
4.1.6	Bimbingan Spesialis.....	71
4.2	Analisis Perancangan .....	72
4.2.1	Analisis <i>Beta Test</i> .....	72
4.2.2	Analisis <i>Media Attention</i> .....	77
4.2.3	Analisis <i>Media Interest</i> .....	79
4.2.4	Analisis <i>Media Search</i> .....	80
4.2.5	Analisis <i>Media Action</i> .....	81
4.2.6	Analisis <i>Media Share</i> .....	82
4.3	<i>Budgeting</i> .....	83
<b>BAB V</b>	<b>PENUTUP</b> .....	85
5.1	Simpulan.....	85
5.2	Saran.....	86
	<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	xvi
	<b>LAMPIRAN</b> .....	xx

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 SWOT Taiyaki Kun .....	30
Tabel 3.2 SWOT Ladybee Taiyaki .....	32
Tabel 3.3 SWOT Taiyaki Patisserie.....	35
Tabel 3.4 Demografis Responden.....	39
Tabel 4.1 Target Audiens .....	47
Tabel 4.2 <i>Creative Brief</i> .....	49
Tabel 4.3 Strategi Pesan AISAS .....	51
Tabel 4.4 Strategi Media AISAS .....	52
Tabel 4.5 <i>Timeline</i> Media AISAS.....	53
Tabel 4.6 <i>Budget</i> Perancangan.....	83

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 <i>Hue, Saturation, Value</i> .....	6
Gambar 2.2 <i>Primary Colors</i> .....	7
Gambar 2.3 <i>Secondary Colors</i> .....	7
Gambar 2.4 <i>Serif Typeface</i> .....	10
Gambar 2.5 <i>Sans Serif Typeface</i> .....	10
Gambar 2.6 <i>Script Typeface</i> .....	10
Gambar 2.7 <i>Blackletter Typeface</i> .....	11
Gambar 2.8 <i>Decorative and Display Typeface</i> .....	11
Gambar 2.9 Fotografi Manusia .....	12
Gambar 2.10 Fotografi Alam .....	12
Gambar 2.11 Fotografi Arsitektur .....	13
Gambar 2.12 Fotografi <i>Still Life</i> .....	13
Gambar 2.13 Ilustrasi Karikatur .....	14
Gambar 2.14 Ilustrasi Buku Anak .....	14
Gambar 2.15 Ilustrasi Iklan .....	15
Gambar 2.16 Ilustrasi Editorial .....	15
Gambar 2.17 Komponen <i>Grid</i> .....	17
Gambar 2.18 <i>Single-Column</i> atau <i>Manuscript Grids</i> .....	17
Gambar 2.19 <i>Multiple Column Grids</i> .....	18
Gambar 2.20 <i>Modular Grids</i> .....	18
Gambar 2.21 <i>Hierarchical Grids</i> .....	19
Gambar 2.22 <i>Baseline Grids</i> .....	19
Gambar 2.23 <i>Compound Grids</i> .....	20
Gambar 3.1 Wawancara Bersama Rein .....	28
Gambar 3.2 Logo Taiyaki Kun .....	29
Gambar 3.3 Promosi Torori Chiizu .....	37
Gambar 3.6 Hasil Kuesioner Bagian Pilihan Media Sosial .....	40
Gambar 3.7 Hasil Kuesioner Bagian Faktor Membeli Makanan .....	40
Gambar 3.8 Hasil Kuesioner Bagian Informasi yang Dibutuhkan .....	41
Gambar 3.9 Hasil Kuesioner Bagian Jenis Camilan .....	42
Gambar 3.10 Hasil Kuesioner Bagian Pengetahuan Taiyaki .....	43
Gambar 3.11 Hasil Kuesioner Bagian Pengetahuan Taiyaki .....	43
Gambar 3.12 Hasil Kuesioner Bagian Preferensi Merek Taiyaki .....	43
Gambar 3.13 Hasil Kuesioner Bagian Pengetahuan Taiyaki Kun .....	44
Gambar 3.14 Hasil Kuesioner Bagian Riwayat Pembelian Taiyaki Kun .....	44
Gambar 3.15 Hasil Kuesioner Bagian Pengetahuan Media Sosial Taiyaki Kun .....	45
Gambar 4.1 <i>User Persona</i> .....	48
Gambar 4.2 <i>Mindmap</i> .....	54
Gambar 4.3 <i>Moodboard</i> .....	56

Gambar 4.4 <i>Color Palette</i> .....	57
Gambar 4.5 <i>Font</i> .....	57
Gambar 4.6 Aset Foto Produk .....	58
Gambar 4.7 Aset Visual .....	58
Gambar 4.8 <i>Seigaiha, Tatewaku, dan Asanoha</i> .....	58
Gambar 4.9 Sketsa Awal <i>Key Visual</i> .....	59
Gambar 4.10 Sketsa Final <i>Key Visual</i> .....	59
Gambar 4.11 Proses Perancangan <i>Digital Ads 9:16</i> .....	60
Gambar 4.12 Frame Video <i>Digital Ads 9:16</i> .....	61
Gambar 4.13 Proses Perancangan <i>Digital Ads 16:9</i> .....	61
Gambar 4.14 Frame Video <i>Digital Ads 16:9</i> .....	62
Gambar 4.15 <i>Feed</i> berdasarkan AISAS .....	62
Gambar 4.16 Penggunaan <i>Single-Column Grid</i> .....	63
Gambar 4.17 Proses Perancangan Instagram <i>Feed</i> .....	63
Gambar 4.18 Instagram <i>Feed Attention</i> .....	64
Gambar 4.19 Proses Perancangan <i>Poster</i> .....	64
Gambar 4.20 Hasil Desain Akhir <i>Poster</i> .....	65
Gambar 4.21 Proses Perancangan Instagram <i>Feed Interest</i> .....	65
Gambar 4.22 Instagram <i>Feed Interest</i> .....	66
Gambar 4.23 Penggunaan <i>Single-Column Grid</i> .....	66
Gambar 4.24 Instagram Story & TikTok .....	67
Gambar 4.25 Proses Perancangan Instagram <i>Feed Search</i> .....	67
Gambar 4.26 Instagram <i>Feed Search</i> .....	67
Gambar 4.27 Instagram <i>Feed</i> .....	68
Gambar 4.28 Proses Perancangan <i>Banner</i> .....	69
Gambar 4.29 Hasil Desain Akhir <i>Banner</i> .....	69
Gambar 4.30 <i>Filter</i> .....	70
Gambar 4.31 <i>Merchandise Totebag</i> .....	71
Gambar 4.32 Kuesioner <i>Beta Test</i> Media Promosi Taiyaki Kun.....	72
Gambar 4.33 Jumlah Responden Beta Test Media Promosi Taiyaki Kun.....	72
Gambar 4.34 <i>Feedback</i> Digital Ads Taiyaki Kun .....	73
Gambar 4.35 <i>Feedback</i> Instagram Feeds Taiyaki Kun.....	73
Gambar 4.36 <i>Feedback</i> Instagram Story Taiyaki Kun .....	74
Gambar 4.37 <i>Feedback</i> <i>Banner</i> Taiyaki Kun .....	74
Gambar 4.38 <i>Feedback</i> Instagram Filter Taiyaki Kun .....	75
Gambar 4.39 <i>Feedback</i> <i>Poster</i> Taiyaki Kun.....	75
Gambar 4.40 <i>Feedback</i> <i>Merchandise (Totebag)</i> Taiyaki Kun .....	76
Gambar 4.41 <i>Feedback</i> Ketertarikan Terhadap <i>Brand</i> Taiyaki Kun.....	76
Gambar 4.42 <i>Attention: YouTube</i> .....	77
Gambar 4.43 <i>Attention: Instagram &amp; TikTok</i> .....	78



Gambar 4.44 <i>Attention: Poster</i> .....	78
Gambar 4.45 <i>Interest: Instagram</i> .....	79
Gambar 4.46 <i>Interest: Menu</i> .....	80
Gambar 4.47 <i>Search: Instagram</i> .....	80
Gambar 4.48 <i>Konten: Search Instagram (Single Page)</i> .....	81
Gambar 4.49 <i>Action: Banner</i> .....	82
Gambar 4.50 <i>Share: Filter</i> .....	82
Gambar 4.51 <i>Share: Merchandise</i> .....	83



UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A – Screenshot Form BAP Bimbingan .....	xx
Lampiran B – Hasil Kuesioner.....	xxi
Lampiran C – Hasil Kuesioner <i>Beta Test</i> Media Promosi.....	xxvii
Lampiran D – Hasil Turnitin.....	xlvi
Lampiran E – Transkrip Wawancara .....	xlix
Lampiran F – Hasil Desain Akhir Perancangan.....	lii



UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA