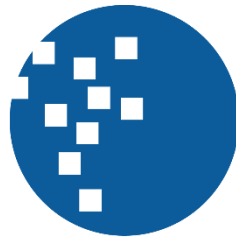


**PERANCANGAN MEDIA PROMOSI RAWON ANDAYANI**



**UMN**

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

**LAPORAN TUGAS AKHIR**

**Shaheen Fatiha Hati**

**0000052783**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL**

**FAKULTAS SENI DAN DESAIN**

**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**

**TANGERANG**

**2024**

# PERANCANGAN MEDIA PROMOSI RAWON ANDAYANI



## LAPORAN TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Desain (S.Ds.)

**Shaheen Fatiha Hati**

**0000052783**

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

**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA  
TANGERANG**

**2024**

## HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Shaheen Fatiha Hati

Nomor Induk Mahasiswa : 00000052783

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Tugas Akhir dengan judul :

### **PERANCANGAN MEDIA PROMOSI RAWON ANDAYANI**

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, 30 Mei 2024



(Shaheen Fatiha Hati)

# UMIN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## HALAMAN PERSETUJUAN

Tugas Akhir dengan judul

**PERANCANGAN MEDIA PROMOSI RAWON ANDAYANI**

Oleh

Nama : Shaheen Fatiha Hati

NIM : 00000052783

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



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

Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual



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

## HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul

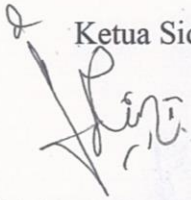
### PERANCANGAN MEDIA PROMOSI RAWON ANDAYANI

Oleh

Nama : Shaheen Fatiha Hati  
NIM : 00000052783  
Program Studi : Desain Komunikasi Visual  
Fakultas : Seni dan Desain

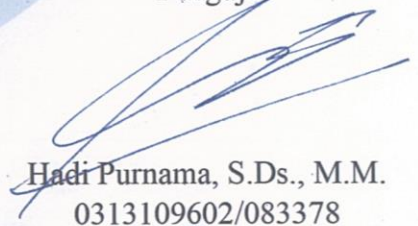
Telah diujikan pada hari Kamis, 30 Mei 2024  
Pukul 15.15 s.d 16.00 dan dinyatakan  
LULUS  
Dengan susunan pengujian sebagai berikut.

Ketua Sidang



Frindhinia Medyasepti, S.Sn., M.Sc.  
0319098202/068502

Penguji



Hadi Purnama, S.Ds., M.M.  
0313109602/083378

Pembimbing



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

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 : Shaheen Fatiha Hati  
NIM : 00000052783  
Program Studi : Desain Komunikasi Visual  
Jenjang : S1  
Judul Karya Ilmiah :

### PERANCANGAN MEDIA PROMOSI RAWON ANDAYANI

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



(Shaheen Fatiha Hati)

\*\* 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.

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

## KATA PENGANTAR

Puji syukur dipanjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena berkah dan rahmatNya penulis dapat menyelesaikan laporan Tugas Akhir yang berjudul “Perancangan Media Promosi Rawon Andayani”. Dalam menyelesaikan laporan ini penulis tidak lepas dari bantuan dan bimbingan banyak pihak. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang terlibat. Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penulisan proposal ini. Oleh karena itu, mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan proposal dan penyusunannya. Akhir kata penulis ucapkan banyak terimakasih kepada semua pihak yang terlibat dan atas kerjasamanya dalam penyelesaian pembuatan proposal ini.

Mengucapkan terima kasih

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. Dedy Arpan, S.Des.,M.Ds., sebagai Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Jenny Welen, sebagai pemilik dari Rawon Andayani.
6. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
7. Muhammad Aldin, sebagai pasangan saya yang memberikan dukungan secara mental dan waktu.
8. Sahabat – sahabat saya yang telah mendukung secara mental dan membantu menghibur saya.

Semoga karya ilmiah ini, pembaca dapat memperoleh tambahan wawasan dan pengetahuan tentang perancangan media promosi yang baik dan benar untuk Rawon Andayani.

Tangerang, 30 Mei 2024



(Shaheen Fatiha Hati)



UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



# PERANCANGAN MEDIA PROMOSI RAWON ANDAYANI

Shaheen Fatiha Hati

## ABSTRAK

Perancangan media promosi memiliki peran penting dalam memperkenalkan dan meningkatkan penjualan produk kuliner. Rawon Andayani, sebuah tempat makan di Tangerang, menghadirkan hidangan khas Jawa Timur yang terkenal dengan cita rasa gurih dan pedas. Studi ini bertujuan untuk merancang media promosi yang efektif bagi Rawon Andayani guna bersaing dalam pasar kuliner di Tangerang dan sekitarnya. Metode penelitian yang digunakan adalah kombinasi kualitatif dan kuantitatif melalui wawancara langsung dengan pemilik warung dan observasi terhadap kondisi kuliner di sekitar Tangerang. Media promosi yang direkomendasikan meliputi pemanfaatan media sosial, pembuatan flyer, poster, serta banner. Media sosial seperti Instagram akan menjadi platform utama untuk berbagi informasi tentang menu, promo, dan testimoni pelanggan. Sementara itu, flyer, poster, dan banner dapat disebar di lokasi-lokasi strategis di Tangerang dan sekitarnya, seperti di jalan raya dan pusat perbelanjaan. Selain itu, kerjasama dengan aplikasi pengiriman makanan seperti GoFood dan GrabFood akan memperluas jangkauan konsumen yang ingin menikmati hidangan Rawon Andayani di rumah atau kantor.

**Kata kunci:** Media Promosi, Rawon Andayani, Makanan Jawa Timur

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## **RAWON ANDAYANI PROMOTIONAL MEDIA DESIGN**

(Shaheen Fatiha Hati)

### **ABSTRACT (English)**

*The design of promotional media plays a crucial role in introducing and increasing the sales of culinary products. Rawon Andayani, a dining establishment in Tangerang, offers traditional East Javanese cuisine known for its savory and spicy flavors. This study aims to design effective promotional media for Rawon Andayani to compete in the culinary market in and around Tangerang. The research methods used are a combination of qualitative and quantitative approaches, including direct interviews with the owner of the eatery and observations of the culinary conditions around Tangerang. The recommended promotional media include the use of social media, flyers, posters, and banners. Social media platforms like Instagram will serve as the primary platform for sharing information about the menu, promotions, and customer testimonials. Meanwhile, flyers, posters, and banners can be distributed in strategic locations around Tangerang, such as on main streets and in shopping centers. Additionally, partnerships with food delivery applications like GoFood and GrabFood will extend the reach to consumers who want to enjoy Rawon Andayani's dishes at home or in the office.*

**Keywords:** *Promotion Media, Rawon Andayani, East Javanese food*

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 .....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	2
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 Grafis.....	6
2.1.1 Elemen Desain.....	6
2.1.2 Prinsip Desain .....	11
2.1.3 Tipografi .....	15
2.2 <i>Grid</i> .....	18
2.3 <i>Layout</i> .....	21
2.4 <i>Copywriting</i> .....	26
2.5 Fotografi.....	27
2.6 Promosi.....	30
2.6.1 Manfaat Promosi .....	31
2.6.2 Tujuan Promosi .....	32
2.7 Media Promosi.....	33
2.8 Iklan.....	35

2.8.1	Jenis Iklan .....	35
<b>BAB III</b>	<b>METODOLOGI PENELITIAN DAN PERANCANGAN .....</b>	<b>38</b>
3.1	Metodologi Pengumpulan Data .....	38
3.1.1	Metode Kualitatif .....	38
3.1.2	Metode Kuantitatif .....	49
3.1.3	Studi Eksisting .....	59
3.1.4	Studi Referensi .....	65
3.2	Metodologi Perancangan .....	66
<b>BAB IV</b>	<b>STRATEGI DAN ANALISIS PERANCANGAN .....</b>	<b>70</b>
4.1	Strategi Perancangan .....	70
4.1.1	<i>Overview</i> .....	70
4.1.2	<i>Strategy</i> .....	71
4.1.3	<i>Idea</i> .....	81
4.1.4	<i>Design</i> .....	84
4.1.5	<i>Production</i> .....	92
4.1.6	<i>Implementation</i> .....	93
4.2	Analisis Perancangan .....	105
4.2.1	Analisis Desain <i>Instagram Story dan Ads</i> .....	106
4.2.2	Analisis <i>Instagram Feeds</i> .....	107
4.2.3	Analisis <i>Street Banner</i> .....	109
4.2.4	Analisis <i>Textile Banner</i> .....	109
4.2.5	Analisis Poster dan <i>Flyer</i> .....	110
4.2.6	Analisis <i>Stationery</i> .....	111
4.2.7	Analisis <i>Beta Test</i> .....	111
4.3	<i>Budgeting</i> .....	116
<b>BAB V</b>	<b>PENUTUP .....</b>	<b>118</b>
5.1	Simpulan .....	118
5.2	Saran .....	119
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	.....	120
<b>LAMPIRAN</b>	.....	122

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Usia Responden.....	50
Tabel 3.2 Jenis Kelamin Responden .....	50
Tabel 3.3 Tempat Tinggal Responden .....	50
Tabel 3.4 Pengeluaran Responden .....	51
Tabel 3.5 Apakah responden mengetahui apa itu Rawon .....	51
Tabel 3.6 Seberapa sering responden mengkonsumsi Rawon .....	52
Tabel 3.7 Apakah responden mengetahui <i>brand</i> .....	52
Tabel 3.8 Dari mana responden mengetahui Rawon Andayani .....	53
Tabel 3.9 Apakah responden pernah mengunjungi .....	53
Tabel 3.10 Seberapa sering mengunjungi Rawon Andayani .....	54
Tabel 3.11 Apakah responden tertarik mengunjungi .....	54
Tabel 3.12 Alasan tertarik untuk mengunjungi Rawon Andayani .....	55
Tabel 3.13 Apa yang membuat responden ragu .....	56
Tabel 3.14 Dengan siapa responden pergi mengunjungi Rawon Andayani .....	56
Tabel 3.15 Media yang sering digunakan .....	57
Tabel 3.16 Seberapa penting media promosi .....	58
Tabel 3.17 Media promosi yang menarik .....	58
Tabel 3.18 Informasi apa saja yang ingin diketahui .....	59
Tabel 3. 19 Tabel Perbandingan.....	62
Tabel 4. 1 Tabel AISAS .....	75
Tabel 4. 2 Strategi Pesan .....	76
Tabel 4. 3 <i>Creative Brief</i> .....	78
Tabel 4. 4 Kuesioner <i>Beta Test</i> Informasi.....	112
Tabel 4. 5 Kuesioner <i>Beta Test</i> Tampilan Visual .....	112
Tabel 4. 6 Kuesioner <i>Beta Test</i> Test Warna.....	113
Tabel 4. 7 Kuesioner <i>Beta Test</i> Font.....	114
Tabel 4. 8 Kuesioner <i>Beta Test</i> Copywriting .....	115
Tabel 4. 9 Kuesioner <i>Beta Test</i> Layout .....	115
Tabel 4. 10 Kuesioner <i>Beta Test</i> Aset Visual dan Tipografi.....	116
Tabel 4. 11 Tabel <i>Budgeting</i> .....	117

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 GAMBAR

Gambar 2.1 Garis .....	7
Gambar 2.2 Bentuk .....	8
Gambar 2.3 <i>Figure/Ground</i> .....	8
Gambar 2.4 <i>Color Wheel</i> .....	9
Gambar 2.5 Warna .....	10
Gambar 2. 6 Tekstur.....	11
Gambar 2. 7 <i>Old Style</i> .....	16
Gambar 2. 8 <i>Transitional</i> .....	16
Gambar 2. 9 <i>Modern</i> .....	16
Gambar 2. 10 <i>Old Style</i> .....	17
Gambar 2.11 <i>San Serif</i> .....	17
Gambar 2.12 <i>Blackletter</i> .....	18
Gambar 2.13 <i>Script</i> .....	18
Gambar 2.14 <i>Above The Line (ATL)</i> .....	34
Gambar 2.15 <i>Through The Line (TTL)</i> .....	34
Gambar 2.13 <i>Below The Line (BTL)</i> .....	35
Gambar 2.17 <i>Grid</i> .....	21
Gambar 2.18 <i>Golden Section &amp; Fibonacci Numbers</i> .....	22
Gambar 2.19 <i>Baseline Grid</i> .....	23
Gambar 2.20 <i>Axial Layout</i> .....	24
Gambar 2.21 <i>Picture Window Layout</i> .....	24
Gambar 2.22 <i>Big Type Layout</i> .....	25
Gambar 2.23 <i>Multi Panel Layout</i> .....	26
Gambar 2.24 Sudut Pandang Normal .....	28
Gambar 2.25 <i>Low Angle</i> .....	29
Gambar 2.26 <i>High Angle</i> .....	29
Gambar 3.1 Dokumentasi penulis dengan .....	41
Gambar 3. 2 Wawancara <i>Customer</i> .....	42
Gambar 3. 3 Wawancara <i>Customer</i> .....	43
Gambar 3.4 Lokasi Rawon Andayani .....	44
Gambar 3.5 Pintu masuk Rawon Andayani .....	45
Gambar 3.6 Promosi Rawon Andayani.....	46
Gambar 3.7 Kertas <i>order</i> makanan .....	46
Gambar 3.8 Daftar menu makanan Rawon Andayani .....	47
Gambar 3.9 Kasir Rawon Andayani .....	47
Gambar 3.10 <i>Orderan</i> yang penulis.....	48
Gambar 3.11 Rawon Andayani.....	49
Gambar 3.12 <i>Feeds instagram</i> Rawon Andayani .....	61
Gambar 3.13 <i>Feeds instagram</i> Harmony Salad Bar .....	66
Gambar 4. 1 <i>Mind map</i> .....	82
Gambar 4. 2 <i>Moodboard</i> .....	85

Gambar 4. 3 <i>Color Palette</i> .....	85
Gambar 4. 4 <i>Alder Font</i> .....	86
Gambar 4. 5 <i>Happy Food Font</i> .....	86
Gambar 4. 6 <i>Asset Photography</i> .....	87
Gambar 4. 7 <i>Proses Editing</i> .....	88
Gambar 4. 8 <i>Asset Photography</i> .....	89
Gambar 4. 9 <i>Supergraphic</i> .....	90
Gambar 4. 10 <i>Column Grid Instagram Story Ads</i> .....	94
Gambar 4. 11 <i>Layout Instagram Story Ads</i> .....	94
Gambar 4. 12 <i>Peletakan Elemen Visual Instagram Story Ads</i> .....	95
Gambar 4. 13 <i>Column Grid Feeds Instagram</i> .....	96
Gambar 4. 14 <i>Layout Feeds Instagram</i> .....	97
Gambar 4. 15 <i>Layout dan Penempatan Elemen Visual Feeds Instagram</i> .....	97
Gambar 4. 16 <i>Feeds Instagram</i> .....	98
Gambar 4. 17 <i>Grid Street Banner</i> .....	99
Gambar 4. 18 <i>Layout Street Banner</i> .....	99
Gambar 4. 19 <i>Penempatan Visual Street Banner</i> .....	99
Gambar 4. 20 <i>Mockup Street Banner</i> .....	100
Gambar 4. 21 <i>grid Textile Banner</i> .....	101
Gambar 4. 22 <i>Layout Textile Banner</i> .....	101
Gambar 4. 23 <i>Penempatan Visual Textile Banner</i> .....	101
Gambar 4. 24 <i>Mockup Textile Banner</i> .....	102
Gambar 4. 25 <i>Grid Poster</i> .....	102
Gambar 4. 26 <i>Layout Poster</i> .....	103
Gambar 4. 27 <i>Penempatan Visual Poster</i> .....	103
Gambar 4. 28 <i>Mockup Poster</i> .....	104
Gambar 4. 29 <i>Mockup Sticker Packaging</i> .....	105
Gambar 4. 30 <i>Penempatan Visual dan Mockup Kartu Nama</i> .....	105
Gambar 4. 31 <i>Mockup Instagram Story</i> .....	106
Gambar 4. 32 <i>Instagram Ads</i> .....	107
Gambar 4. 33 <i>Feeds Instagram</i> .....	108
Gambar 4. 34 <i>Profile Feeds Instagram</i> .....	108
Gambar 4. 29 <i>Mockup Street Banner dan Pol Banner</i> .....	109
Gambar 4. 30 <i>Mockup Textile Banner</i> .....	110
Gambar 4. 31 <i>Mockup Poster dan Flyer</i> .....	110
Gambar 4. 32 <i>Mockup Stationery</i> .....	111

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Lembar Formulir Bimbingan.....	122
Lampiran B Hasil Kuesioner.....	123
Lampiran C Hasil Turnitin.....	133
Lampiran D Transkrip Wawancara pemilik <i>brand</i> dan <i>customer</i> .....	137
Lampiran E Dokumentasi.....	142



UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA