

**PERANCANGAN PROMOSI PROGRAM “*TRAVEL WITH  
STRANGERS*” OLEH TRAVOLKS**



**LAPORAN TUGAS AKHIR**

**Grace Budiaman**

**0000034254**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL  
FAKULTAS SENI DAN DESAIN  
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA  
TANGERANG  
2025**

**PERANCANGAN PROMOSI PROGRAM “TRAVEL WITH  
STRANGERS” OLEH TRAVOLKS**



**LAPORAN TUGAS AKHIR**

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana Desain Komunikasi Visual**

**Grace Budiaman**

**0000034254**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL**

**FAKULTAS SENI DAN DESAIN**

**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**

**TANGERANG**

**2025**

**i**

## HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Grace Budiaman

Nomor Induk Mahasiswa : 00000034254

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa ~~Tesis/ Skripsi/ Tugas Akhir/ Laporan~~  
~~Magang/ MBKM\*~~ (coret yang tidak dipilih) saya yang berjudul:

### PERANCANGAN PROMOSI PROGRAM “*TRAVEL WITH STRANGERS*” OLEH TRAVOLKS

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 penyimpangan dan penyalahgunaan dalam proses penulisan dan penelitian ini, 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, 10 Oktober 2024



(Grace Budiaman)

## HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul

### PERANCANGAN PROMOSI PROGRAM “TRAVEL WITH STRANGERS” OLEH TRAVOLKS

Oleh  
Nama Lengkap : Grace Budiaman  
Nomor Induk Mahasiswa : 00000034254  
Program Studi : Desain Komunikasi Visual  
Fakultas : Seni dan Desain

Telah diujikan pada hari Senin, 6 Januari 2025  
Pukul 13.00 s.d. 13.45 WIB dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Mariska Legia, S.Ds., M.B.A.  
0330118701/083675

Penguji

Chara Susanti, M.Ds.  
0313048703/L00266

Pembimbing

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

Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual

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

## HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

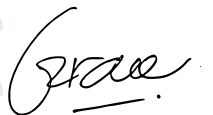
Nama Lengkap : Grace Budiaman  
Nomor Induk Mahasiswa : 00000034254  
Program Studi : Desain Komunikasi Visual  
Jenjang : ~~D3~~/ S1/ ~~S2~~\* (\*coret yang tidak dipilih)  
Judul Karya Ilmiah :

### PERANCANGAN PROMOSI PROGRAM “TRAVEL WITH STRANGERS” OLEH TRAVOLKS

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia\* (pilih salah satu):

- Saya bersedia memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya ke dalam repositori Knowledge Center sehingga dapat diakses oleh Sivitas Akademika UMN/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial.
- Saya tidak bersedia mempublikasikan hasil karya ilmiah ini ke dalam repositori Knowledge Center, dikarenakan: dalam proses pengajuan publikasi ke jurnal/konferensi nasional/internasional (dibuktikan dengan *letter of acceptance*) \*\*.
- Lainnya, pilih salah satu:
  - Hanya dapat diakses secara internal Universitas Multimedia Nusantara
  - Embargo publikasi karya ilmiah dalam kurun waktu 3 tahun.

Tangerang, 6 Januari 2025

  
(Grace Budiaman)

\* Pilih salah satu

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

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul *“Perancangan Promosi Program “Travel with Strangers” oleh Travolks.”* Tugas Akhir ini bertujuan untuk merancang strategi promosi program "Travel with Strangers" oleh Travolks agar mampu menarik perhatian dan meningkatkan partisipasi masyarakat. Kampanye yang diusulkan diharapkan dapat menciptakan pengalaman yang menyenangkan, aman, dan mendalam bagi peserta, serta mendukung pengembangan industri pariwisata Indonesia. Melalui proyek ini, penulis berharap dapat memberikan kontribusi positif terhadap inovasi dalam industri pariwisata dan memperkenalkan konsep perjalanan yang lebih inklusif kepada masyarakat.

Penulis menyadari bahwa tugas ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak yang telah memberikan dukungan, bimbingan, dan motivasi selama proses penyusunan. Oleh karena itu, dengan segala hormat, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Andrey Andoko, 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. Frindhinia Medyasepti, S.Sn., M.Sc., selaku Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga terselesaikannya tugas akhir ini.
5. Harry Mores, S.Ds., M.M., selaku dosen spesialis yang membantu memberikan arahan dan saran lebih mendalam mengenai perancangan kampanye promosi ini.

6. Keluarga saya yang telah memberikan dukungan material dan moral, serta selalu memberikan semangat kepada penulis selama proses pengerjaan Tugas Akhir ini.
7. Teman-teman terdekat saya, yang selalu memberikan dukungan, motivasi, serta membuat proses pengerjaan ini menjadi lebih ringan dan menyenangkan.

Penulis berharap karya ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca, khususnya bagi praktisi desain komunikasi visual dan pelaku industri pariwisata yang tertarik pada inovasi dalam promosi pariwisata. Semoga Tugas Akhir ini juga dapat menjadi referensi yang berharga bagi pengembangan konsep perjalanan yang lebih inklusif dan menarik di masa depan.

Tangerang, 6 Januari 2024



(Grace Budiaman)

UMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

# PERANCANGAN PROMOSI PROGRAM “*TRAVEL WITH STRANGERS*” OLEH TRAVOLKS

Grace Budiaman

## ABSTRAK

Indonesia, sebagai negara kepulauan yang kaya akan keindahan alam dan budaya, berupaya meningkatkan kontribusi sektor pariwisatanya terhadap perekonomian. Pada tahun 2019, pariwisata menyumbang sekitar 4% dari pendapatan nasional, dengan target meningkat menjadi 8% melalui inisiatif pemerintah. UMKM pariwisata, seperti Travolks yang didirikan pada 2021, memainkan peran penting dalam mempromosikan destinasi wisata. Travolks menawarkan konsep inovatif “*Travel with Strangers*” untuk menjawab kejenuhan dalam industri pariwisata Bali. Namun, tantangan utama adalah resistensi masyarakat terhadap bepergian dengan orang asing, yang dipengaruhi oleh norma sosial kolektif. Data menunjukkan bahwa 95% responden belum pernah mencoba *open trip* dan banyak yang merasa cemas saat harus berlibur dengan orang baru. Promosi yang ada saat ini kurang menarik bagi masyarakat lokal, terutama di Jabodetabek, yang lebih akrab dengan perjalanan pribadi. Oleh karena itu, diperlukan promosi yang lebih edukatif dan persuasif untuk mengatasi kekhawatiran masyarakat dan menarik minat terhadap konsep “*Travel with Strangers*,” demi memperluas pangsa pasar dan meningkatkan pertumbuhan bisnis Travolks.

**Kata kunci:** Promosi, *Travel with Strangers*, Travolks.





# **DESIGNING THE PROMOTION OF THE “TRAVEL WITH STRANGERS” PROGRAM BY TRAVOLKS**

Grace Budiaman

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

*Indonesia, as an archipelagic country rich in natural beauty and culture, is striving to increase the contribution of its tourism sector to the economy. In 2019, tourism contributed approximately 4% of national revenue, with a target to increase this to 8% through government initiatives. Tourism SMEs, such as Travolks, established in 2021, play a crucial role in promoting tourist destinations. Travolks offers the innovative concept of "travel with strangers" to address the saturation in Bali's tourism industry. However, the main challenge is the community's resistance to traveling with strangers, influenced by collectivist social norms. Data shows that 95% of respondents have never tried an open trip, and many feel anxious about vacationing with new people. Current promotions are less appealing to the local community, especially in Jabodetabek, which is more accustomed to private travel. Therefore, more educational and persuasive promotional strategies are needed to address community concerns and attract interest in the "Travel with Strangers" concept, in order to expand market share and enhance the growth of Travolks' business.*

**Keywords:** *Promotion, Travel with Strangers, Travolks.*



## DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH .....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK .....	vii
<i>ABSTRACT (English)</i> .....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	2
1.3 Batasan Masalah .....	3
1.4 Tujuan Tugas Akhir .....	3
1.5 Manfaat Tugas Akhir .....	3
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	5
2.1 Kampanye Promosi.....	5
2.1.1 Tujuan Kampanye Promosi .....	5
2.1.2 Manfaat Kampanye Promosi .....	6
2.1.3 Media Kampanye .....	7
2.2 Teori Strategi Promosi.....	10
2.2.1 Pengertian Strategi Promosi .....	10
2.2.2 Bentuk Promosi .....	11
2.3 Elemen Desain Kampanye.....	13
2.3.1 Bentuk ( <i>Shape</i> ) .....	13
2.3.2 Warna ( <i>Color</i> ).....	14
2.4 Prinsip Desain.....	18
2.4.1 Tipografi ( <i>Typography</i> ) .....	18

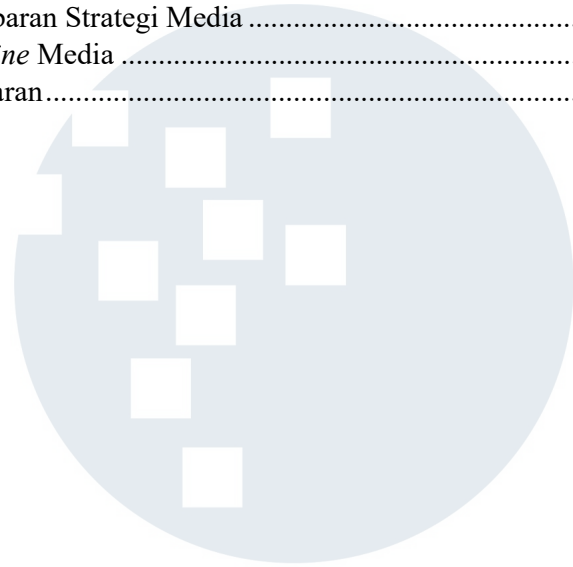
2.4.2 <i>Layout</i> .....	21
2.4.3 <i>Grid</i> .....	23
2.5 Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).....	27
2.6 <i>Traveling</i> .....	28
2.6.1 <i>Solo Traveling</i> .....	28
2.6.2 <i>Open Trip</i> .....	31
2.5 Penelitian yang Relevan.....	35
<b>BAB III METODOLOGI PERANCANGAN</b> .....	38
3.1 Subjek Perancangan .....	38
3.2 Metode dan Prosedur Perancangan .....	40
3.2.1 Fase 1: <i>Overview</i> .....	40
3.2.2 Fase 2: <i>Strategi</i> .....	40
3.2.3 Fase 3: <i>Ideas</i> .....	40
3.2.4 Fase 4: <i>Design</i> .....	40
3.2.5 Fase 5: <i>Production</i> .....	41
3.2.6 Fase 6: <i>Implementation</i> .....	41
3.3 Teknik dan Prosedur Perancangan.....	41
3.3.1 <i>In-depth Interview</i> .....	42
3.3.2 <i>Focus Group Discussion (FGD)</i> .....	45
3.3.3 Kuesioner .....	47
3.3.4 Studi Eksisting.....	50
3.3.5 Studi Referensi .....	50
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PERANCANGAN</b> .....	52
4.1 Hasil Perancangan .....	52
4.1.1 <i>Overview</i> .....	52
4.1.2 <i>Strategi</i> .....	68
4.1.3 <i>Ideas</i> .....	88
4.1.4 <i>Desain</i> .....	101
4.1.5 <i>Production</i> .....	107
4.1.6 <i>Implementation</i> .....	120
4.2 Kesimpulan Perancangan.....	120
4.3 Pembahasan Perancangan.....	121

4.3.1 Analisis <i>Market Validation/Beta Test</i> .....	121
4.3.2 Analisis Desain Instagram .....	125
4.3.3 Analisis Desain Poster <i>Website</i> .....	133
4.3.4 Analisis Desain <i>Video Reels</i> .....	139
4.3.5 Analisis Desain <i>Video</i> Tiktok dan Youtube .....	142
4.3.6 Analisis Desain <i>Video Story</i> Instagram.....	145
4.3.7 Analisis Desain <i>Merchandise</i> .....	147
4.3.8 Analisis Desain Media Luar ( <i>Billboard</i> ).....	150
4.3.9 Analisis Desain <i>Booklet</i> .....	152
4.3.10 Analisis Desain <i>Voucher</i> .....	154
4.3.11 Anggaran .....	156
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	159
5.1 Simpulan .....	159
5.2 Saran .....	160
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	162
<b>LAMPIRAN</b> .....	167



## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Profil Responden.....	52
Tabel 4.2 Analisis SWOT .....	65
Tabel 4.4 <i>Creative Brief</i> .....	74
Tabel 4.5 Taktik Pesan.....	79
Tabel 4.6 Strategi Media.....	83
Tabel 4.7 Penjabaran Strategi Media .....	86
Tabel 4.8 <i>Timeline</i> Media .....	88
Tabel 4.9 Anggaran.....	156

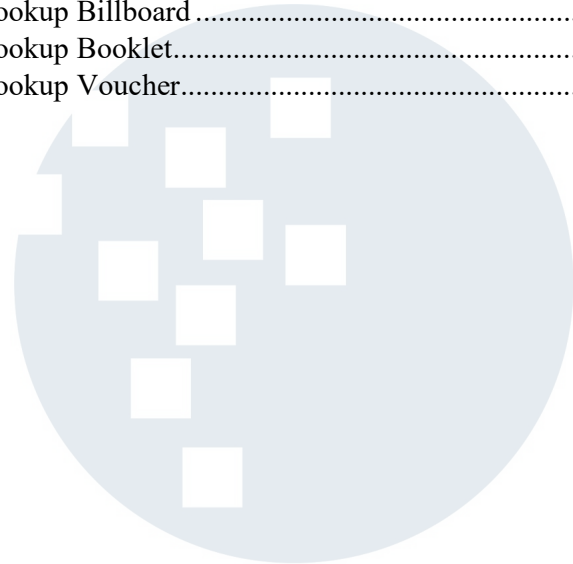


UMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Elemen Tipografi.....	20
Gambar 2.2 Jenis-jenis Layout.....	23
Gambar 4.1 Hasil Ketertarikan Responden Terhadap Program.....	54
Gambar 4.2 Hasil Alasan Responden Memilih Program.....	54
Gambar 4.3 Hasil Ketertarikan Responden Terhadap Program di Masa Depan...	55
Gambar 4.4 Hasil Pendapat Responden Terhadap Peningkatan Program .....	56
Gambar 4.5 Visual Program “Travel with Strangers” .....	57
Gambar 4.6 Hasil Media yang Paling Disukai Responden.....	57
Gambar 4.7 Hasil Ketertarikan Responden Terhadap Program Melalui Iklan .....	58
Gambar 4.8 Hasil Ketertarikan Responden Jika Program Lebih Jelas .....	59
Gambar 4.9 Hasil Analisis Persona 1 .....	68
Gambar 4.10 Hasil Analisis Persona 2.....	69
Gambar 4.11 Customer Journey Persona 1 .....	70
Gambar 4.12 Customer Journey Persona 2 .....	72
Gambar 4.13 Mindmap .....	89
Gambar 4.14 Keywords Alternatif.....	90
Gambar 4.15 Big Ideas Alternatif.....	91
Gambar 4.16 Tone of Voice.....	92
Gambar 4.17 Moodboard .....	93
Gambar 4.18 Layout Photo Center.....	95
Gambar 4.19 Layout Photo Align Left .....	96
Gambar 4.20 Layout Video.....	97
Gambar 4.21 Font .....	99
Gambar 4.22 Pemilihan Warna.....	99
Gambar 4.23 Aset Foto .....	100
Gambar 4.24 Sketsa Key Visual .....	101
Gambar 4.25 Sketsa Key Visual Final .....	102
Gambar 4.26 Grid Key Visual .....	104
Gambar 4.27 Key Visual .....	105
Gambar 4.28 Sketsa Instragram .....	107
Gambar 4.29 Flat Design Billboard .....	109
Gambar 4.30 Flat Design Merchandise.....	111
Gambar 4.31 Flat Design Voucher.....	112
Gambar 4.32 Flat Design Booklet.....	114
Gambar 4.33 Storyboard Story Instagram .....	115
Gambar 4.34 Storyboard Tiktok dan Youtube.....	117
Gambar 4.35 Storyboard Reels Instagram .....	118
Gambar 4.36 Feeds Instagram.....	125
Gambar 4.37 Mockup Instagram .....	128

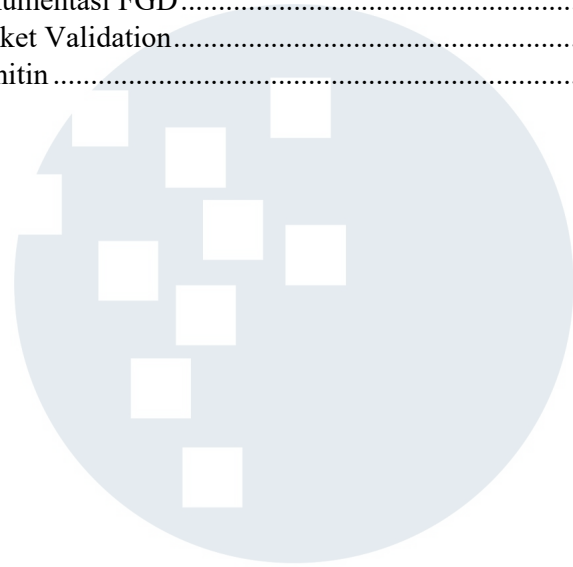
Gambar 4.38 Story Ads Instagram.....	130
Gambar 4.39 Website.....	133
Gambar 4.40 Mookup Website .....	135
Gambar 4.41 Video Reels .....	139
Gambar 4.42 Video Tiktok dan Youtube.....	142
Gambar 4.43 Video Story Instagram .....	145
Gambar 4.44 Mookup Merchandise.....	147
Gambar 4.45 Mookup Billboard .....	150
Gambar 4.46 Mookup Booklet.....	153
Gambar 4.47 Mookup Voucher.....	155



UMN  
 UNIVERSITAS  
 MULTIMEDIA  
 NUSANTARA

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Wawancara .....	167
Lampiran 2 Dokumentasi Wawancara .....	171
Lampiran 3 Hasil Kuesioner Mini.....	173
Lampiran 4 Hasil Kuesioner .....	176
Lampiran 5 Dokumentasi FGD.....	187
Lampiran 6 Market Validation.....	188
Lampiran 7 Turnitin .....	191



UMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA