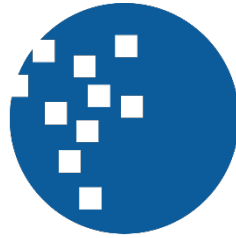


PERANCANGAN MEDIA PROMOSI PRODUK GHEE

DI SINCERE FOODS



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN TUGAS AKHIR

Bella Nabilla Hakim

00000047485

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS SENI DAN DESAIN

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI PRODUK GHEE

DI SINCERE FOODS



LAPORAN TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Desain Komunikasi Visual

Bella Nabilla Hakim

0000047485

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS SENI DAN DESAIN

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Bella Nabilla Hakim
Nomor Induk Mahasiswa : 00000047485
Program Studi : Desain Komunikasi Visual

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa ~~Tesis/ Skripsi/ Laporan~~
~~Magang/ MBKM~~ saya yang berjudul:

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI PRODUK GHEE DI SINCERE FOODS

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, 16 Desember 2024



Bella Nabilla Hakim

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI PRODUK GHEE

DI SINCERE FOODS

Oleh

Nama Lengkap : Bella Nabilla Hakim
Nomor Induk Mahasiswa : 00000047485
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain

Telah diujikan pada hari Senin, 6 Januari 2025

Pukul 13.45 s.d. 14.30 WIB dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang


Joni Nur Budi Kawulur, S.Sn., M.Ds.
0312096805/023959

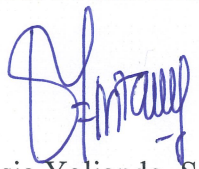
Penguji


Dr. Ratna Cahaya, S.Sos., M.Ds.
0324087506/023899

Pembimbing


Dr. Suwito Casande, S.Sn., M.Ds.
0330117501/081436

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 : Bella Nabilla Hakim
Nomor Induk Mahasiswa : 00000047485
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Jenjang : ~~D3~~/ S1/ S2
Judul Karya Ilmiah : PERANCANGAN MEDIA PROMOSI
PRODUK GHEE DI SINCERE FOODS

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia:

- 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, 16 Desember 2024



Bella Nabilla Hakim

* 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

Alhamdulillah, puji syukur kehadiran Allah SWT karena nya saya bisa sampai di titik saat ini yaitu, merancang laporan tugas akhir dengan judul “Perancangan Media Promosi Produk Ghee di Sincere Foods” sebagai salah satu syarat kelulusan saya di Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain. Tugas ini dibuat dalam tujuan untuk mendapatkan gelar sarjana desain.

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. Dr. Suwito Casande, S.Sn., M.Ds., selaku Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga terselesainya tugas akhir ini.
5. Almarhum ayah saya yang telah memberikan dukungan material serta moral, selalu mengusahakan yang terbaik untuk saya, sehingga sampai di titik ini.
6. Ibu saya yang menjadi bahu saya untuk bersandar, yang senantiasa memberikan saya dukungan, dan selalu menyertai hari - hari saya dengan doa baiknya sehingga perjalanan saya ini tentu tidaklah sampai disini jika tanpa adanya doa ibu saya yang tulus mengasihi anaknya serta ridho Allah SWT.

Laporan ini tidak sempurna sebagaimana diakui oleh penulis, maka dari itu tentu penulis membutuhkan kritik dan saran agar laporan ini menjadi lebih baik. Karya ilmiah ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada mahasiswa yang akan melakukan tugas akhir, terutama pada persuasi, atau topik media promosi.

Tangerang, 16 Desember 2024



Bella Nabilla Hakim

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI PRODUK GHEE DI

SINCERE FOODS

(Bella Nabilla Hakim)

ABSTRAK

Sincere Foods merupakan usaha makanan snack sehat, ia memiliki toko yang berada di Ruko Element B11, Jalur Sutera kav 25BC, Alam Sutera, *South Tangerang*. Sincere Foods didirikan sejak 2014 oleh Rika dan suaminya, dengan dilatar belakangi untuk mengajak masyarakat memulai pola hidup sehat dari pilihan asupan makanannya. Produk dari Sincere Foods memiliki keunggulan salah satunya, Sincere Foods di *handle* oleh tim *professional*, ibu Rika berprofesi sebagai dokter nutrisi, Michael suaminya berprofesi sebagai *chef*, dan ia memiliki *baker professional*, sehingga Sincere ditangani oleh tim *expert*, yang tentu sangat mementingkan kandungan pada produknya dan berkonsistensi pada kandungannya yang dapat mendukung pola hidup sehat. Penelitian ini bertujuan untuk membangun *brand engagement* dari Sincere Foods dengan berfokus pada pengenalan produk ghee nya, karena ghee merupakan bahan makanan yang sehat dilihat dari kandungannya, serta dapat menjadi pengganti margarin. Perancangan yang digunakan ialah berdasarkan dari teori *five-phase model of the design process* atau lima fase model dari proses desain terdiri dari *Research, Analysis, Concepts, Design, and Implementation*. Dalam pengumpulan datanya menggunakan teknik wawancara, *focus group discussion*, analisis SWOT, studi eksisting, dan kuesioner. Perancangan yang dibuat berupa media promosi, dengan menggunakan media utama yaitu, sosial media instagram. Perancangan ini diharapkan dapat memberikan dampak yang baik bagi penulis, Sincere Foods, dan lainnya.

Kata kunci: ghee, promosi, sehat, *sincere*

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DESIGN OF PROMOTIONAL MEDIA FOR GHEE

PRODUCTS AT SINCERE FOODS

(Bella Nabilla Hakim)

ABSTRACT (English)

Sincere Foods is a healthy snack food business, it has a shop located at Ruko Element B11, Jalur Sutera kav 25BC, Alam Sutera, South Tangerang. Sincere Foods was founded in 2014 by Rika and her husband, with a background to invite people to start a healthy lifestyle from their choice of food intake. Products from Sincere Foods have one of the advantages, Sincere Foods is handled by a professional team, Mrs. Rika works as a nutritional doctor, Michael her husband works as a chef, and she has a professional baker, so Sincere is handled by a team of experts, who are certainly very concerned about the content of their products and are consistent in their content which can support a healthy lifestyle. This research aims to build brand engagement of Sincere Foods by focusing on the introduction of its ghee product, because ghee is a healthy food ingredient in terms of its content, and can be a substitute for margarine. The design used is based on the theory of the five-phase model of the design process consisting of Research, Analysis, Concepts, Design, and Implementation. The data collection used interview techniques, focus group discussions, SWOT analysis, existing studies, and questionnaires. The design is made in the form of promotional media, using the main media, namely, social media Instagram. This design is expected to have a good impact on the author, Sincere Foods, and others.

Keywords: *ghee, promotion, healthy, sincere*

U 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

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT (<i>English</i>)	vii
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.....	5
2.1 Prinsip Desain	5
2.1.1 Kesatuan.....	5
2.1.2 Keseimbangan.....	5
2.1.3 Ritme	5
2.1.4 Penekanan	6
2.1.5 Proporsi.....	6
2.2 <i>Typography</i> (Tipografi)	6
2.2.1 Anatomi Tipografi.....	6
2.2.2 Klasifikasi Tipografi	8
2.2.3 Prinsip Tipografi	9
2.3 <i>Layout dan Grid</i>	10
2.3.1 Jenis Grid.....	10

2.3.2 Prinsip Layout	11
2.4 Ilustrasi.....	12
2.5 Fotografi.....	12
2.5.1 Sudut Pengambilan Gambar.....	12
2.5.2 Pencahayaan	14
2.5.3 Teknik Pencahayaan	14
2.6 Videografi.....	15
2.6.1 Sudut Pengambilan Gambar.....	15
2.7 <i>Copywriting</i>	16
2.8 <i>Content Writing</i>	16
2.9 Promosi.....	17
2.10 Bauran Promosi.....	17
2.11 Media Promosi.....	18
2.12 Strategi Promosi	18
2.13 Pendekatan Promosi.....	19
2.14 Toko Makanan Sehat	24
2.15 <i>Event</i>	21
2.16 Penelitian yang relevan.....	23
BAB III METODOLOGI PERANCANGAN.....	27
3.1 Subjek Perancangan	27
3.2 Metode dan Prosedur Perancangan	28
3.2.1 <i>Research</i> (Riset).....	28
3.2.2 <i>Analysis</i> (Analisis).....	28
3.2.3 <i>Concepts</i> (Konsep)	29
3.2.4 <i>Design</i> (Desain).....	29
3.2.5 <i>Implementation</i> (Penerapan).....	29
3.3 Teknik dan Prosedur Perancangan.....	29
3.3.1 Wawancara	30
3.3.2 <i>Focus Group Discussion</i>	31

3.3.3 Analisis SWOT (<i>Strength, Weakness, Oppurtunity, Threat</i>).....	32
3.3.4 Studi Eksisting	32
3.3.5 Studi Referensi.....	32
3.3.6 Kuesioner	32
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PERANCANGAN	34
4.1 Hasil Perancangan	34
4.1.1 Wawancara dengan Rika.....	34
4.1.2 FGD (<i>Focus Group Discussion</i>).....	39
4.1.3 Analisis SWOT (<i>Strength, Weaknesses, Opurtunity, Threat</i>)	41
4.1.4 Studi Eksisting	43
4.1.5 Studi Referensi.....	46
4.1.6 Kuesioner	48
4.2 Strategi Perancangan.....	52
4.1.7 <i>Research</i>	52
4.1.8 <i>Analysis</i>	55
4.1.9 Konsep	72
4.1.10 <i>Design</i>	80
4.1.11 <i>Implementation</i>	97
4.1.12 Bimbingan Spesialis	104
4.2 Pembahasan Perancangan.....	105
4.2.1 Analisis <i>Market Validation</i>	105
4.2.2 Analisis tahapan <i>attention</i>	111
4.2.3 Analisis tahapan <i>interest</i>	112
4.2.4 Analisis tahapan <i>search</i>	114
4.2.5 Analisis tahapan <i>action</i>	116
4.2.6 Analisis tahapan <i>share</i>	118
4.2.4 Anggaran	120
BAB V PENUTUP.....	122
5.1 Simpulan	122
5.2 Saran.....	122

DAFTAR PUSTAKA	124
LAMPIRAN	126



UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian yang Relevan.....	26
Tabel 4.1 SWOT Sincere Foods.....	42
Tabel 4.2 SWOT Beorganik.....	44
Tabel 4.3 SWOT Essential.....	45
Tabel 4.4 Tabel Masalah.....	53
Tabel 4.5 Tabel Perancangan.....	56
Tabel 4.6 <i>User Persona</i>	60
Tabel 4.7 <i>Target Audience</i>	62
Tabel 4.8 Tabel AISAS.....	68



DAFTAR GAMBAR

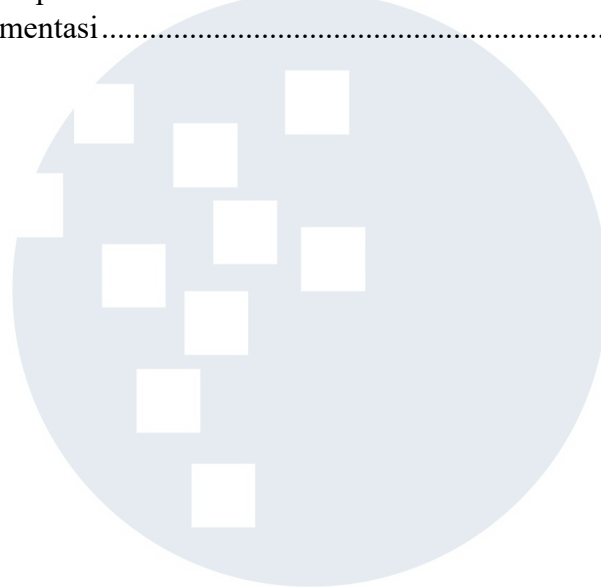
Gambar 4.1 Wawancara dengan Rika.....	34
Gambar 4.2 Hasil Kuesioner Sincere Foods	48
Gambar 4.3 Hasil Kuesioner Sincere Foods 2	49
Gambar 4.4 Hasil Kuesioner Sincere Foods 3	50
Gambar 4.5 Hasil Kuesioner Sincere Foods 4	51
Gambar 4.6 <i>Mindmap</i>	73
Gambar 4.7 <i>Moodboard</i>	75
Gambar 4.8 <i>Color Palette</i>	78
Gambar 4.9 Tipografi.....	79
Gambar 4.10 <i>Layout Feeds</i>	80
Gambar 4.11 Produk Ghee Sincere Foods	82
Gambar 4.12 Foto Model Piknik.....	82
Gambar 4.13 Pengeditan Foto Model Piknik.....	83
Gambar 4.14 Aset Visual untuk <i>Font</i>	84
Gambar 4.15 Ilustrasi	85
Gambar 4.16 <i>Key Visual</i>	86
Gambar 4.17 Postingan <i>Feeds</i>	87
Gambar 4.18 Penempatan Postingan Feeds	87
Gambar 4.19 Sketsa Media Skunder.....	89
Gambar 4.20 Pembuatan Flyer.....	90
Gambar 4.21 Pembuatan Brosur	90
Gambar 4.22 Pembuatan Menu A4.....	91
Gambar 4.23 Pembuatan Poster	92
Gambar 4.24 <i>Merchandise Apron</i>	93
Gambar 4.25 <i>Merchandise</i> Kotak Makan	94
Gambar 4.26 <i>Merchandise</i> Botol Minum	95
Gambar 4.27 Desain <i>Stationary</i>	96
Gambar 4.28 Shopee <i>ADS</i>	97
Gambar 4.29 Media Cetak <i>X-Banner</i>	98
Gambar 4.30 Media Cetak <i>Flyer</i>	99
Gambar 4.31 Media Cetak Brosur	99
Gambar 4.32 Media Cetak Menu	100
Gambar 4.33 Media Cetak Poster	101
Gambar 4.34 Media Sosial Instagram.....	102
Gambar 4.35 Kompilasi <i>Merchandise</i>	103
Gambar 4.36 Kompilasi <i>Stationary</i>	103
Gambar 4.37 Hasil Beta Test	105
Gambar 4.38 Hasil Beta Test 2	106
Gambar 4.39 Hasil Beta Test 3	106
Gambar 4.40 Hasil Beta Test 4	107

Gambar 4.41 Hasil Beta Test 5	107
Gambar 4.42 Hasil Beta Test 6	108
Gambar 4.43 Hasil Beta Test 7	109
Gambar 4.44 Hasil Beta Test 8	109
Gambar 4.45 Hasil Beta Test 9	110
Gambar 4.46 Analisis <i>X-Banner</i>	111
Gambar 4.47 Analisis Instagram <i>Feeds</i>	112
Gambar 4.48 Analisis <i>Flyer</i>	113
Gambar 4.49 Analisis Instagram <i>Feeds</i>	113
Gambar 4.50 Analisis Brosur	114
Gambar 4.51 Analisis Instagram <i>Feeds 2</i>	115
Gambar 4.52 Analisis Menu	116
Gambar 4.53 Analisis Strationary	116
Gambar 4.54 Analisis Shopee <i>ADS</i>	117
Gambar 4.55 Analisis Poster.....	118
Gambar 4.56 Analisis Instagram <i>Filter</i>	119
Gambar 4.57 Analisis Instagram <i>Feeds 3</i>	119



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Hasil Persentase Turnitin.....	126
Lampiran Form Bimbingan & Spesialis	127
Lampiran <i>Non-Disclosure Agreement</i> (kualitatif - wawancara & FGD).....	128
Lampiran Hasil Kuesioner	129
Lampiran Transkrip Wawancara.....	132
Lampiran Dokumentasi.....	140



UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA