

**PERANCANGAN PROMOSI DIGITAL MAMMI'LIU UNTUK
MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS***



LAPORAN TUGAS AKHIR

Jimmy Tan

00000052124

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

**PERANCANGAN PROMOSI DIGITAL MAMMI'LIU UNTUK
MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS***



LAPORAN TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Desain Komunikasi Visual

Jimmy Tan

00000052124

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 : Jimmy Tan

Nomor Induk Mahasiswa : 00000052124

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

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

PERANCANGAN PROMOSI DIGITAL MAMMI'LIU UNTUK MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS*

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, Jumat 3 Januari 2025



(Jimmy Tan)

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul

PERANCANGAN PROMOSI DIGITAL MAMMI'LIU UNTUK

MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS*

Oleh

Nama Lengkap : Jimmy Tan
Nomor Induk Mahasiswa : 00000052124
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain

Telah diujikan pada hari Jumat, 3 Januari 2025
Pukul 16.00 s.d. 16.45 WIB dan dinyatakan

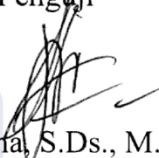
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

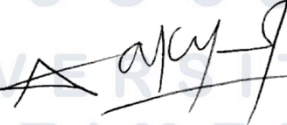
Ketua Sidang


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

Penguji


Lia Herna, S.Ds., M.M.
0315048108/081472

Pembimbing


Ardiles Akyuwen, M.Sn.
0323067804/067811

Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual


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

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

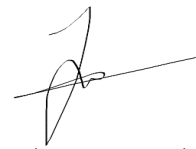
Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Jimmy Tan
Nomor Induk Mahasiswa : 00000052124
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Jenjang : ~~D3~~/ S1/S2
Judul Karya Ilmiah : PERANCANGAN
PROMOSI DIGITAL MAMMI'LIU
UNTUK MENINGKATKAN BRAND
AWARENESS

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, Jumat 3 Januari 2025



(Jimmy Tan)

* 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

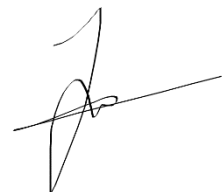
KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur Penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat-Nya, sehingga tugas akhir berjudul "Perancangan Promosi Digital Mammi'liu Untuk Meningkatkan *Brand Awareness*" dapat diselesaikan. Tugas akhir ini disusun sebagai bagian dari syarat kelulusan dan memperoleh gelar sarjana. Topik ini menarik bagi Penulis karena Mammi'liu menghadapi kendala dalam meningkatkan brand awareness dan juga perlu mengoptimalkan pemasaran digital mereka. Berkat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, tugas akhir ini dapat selesai dengan lancar. Sehingga Penulis mengucapkan terima kasih kepada:

- A. Dr. Andrey Andoko, selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
- B. Muhammad Cahya Mulya Daulay, S.Sn., M.Ds., selaku Dekan Fakultas Seni dan Desain, Universitas Multimedia Nusantara.
- C. Fonita Theresia Yoliando, S.Ds., M.A., selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Multimedia Nusantara.
- D. Ardiles Akyuwen, M.Sn., selaku Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga terselesainya tugas akhir ini.
- E. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
- F. Teman-teman seperkuliahan yang telah memberikan dukungan kepada Penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

Semoga penelitian ini juga dapat menjadi referensi bermanfaat bagi mahasiswa lain yang tertarik dengan topik serupa.

Tangerang, Jumat 3 Januari 2025



(Jimmy Tan)

PERANCANGAN PROMOSI DIGITAL MAMMI'LIU UNTUK MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS*

(Jimmy Tan)

ABSTRAK

Mammi'liu adalah usaha kuliner rumahan yang didirikan oleh Ibu Tirta Sofiani pada tahun 2020, yang menawarkan beragam kue dan masakan khas Manado. Namun, usaha ini menghadapi tantangan dalam meningkatkan brand awareness karena kurangnya strategi promosi digital yang menarik sehingga mereka tidak dapat menjangkau pelanggan baru. Keterbatasan dalam penggunaan media sosial, kurangnya promosi visual menarik, serta tidak adanya elemen identitas fisik seperti spanduk dan brosur turut membatasi jangkauan pelanggan. Pemasaran yang masih bergantung pada metode mulut ke mulut juga memperlambat pertumbuhan bisnis. Penelitian ini bertujuan untuk merancang strategi promosi digital yang terintegrasi untuk meningkatkan kesadaran merek Mammi'liu. Pendekatan yang digunakan dalam perancangan adalah metode Design Thinking dari Interaction Design Foundation yang meliputi tahapan *Empathize*, *Define*, *Ideate*, *Prototype*, dan *Test*. Media utama strategi promosi digital ini adalah pada pembuatan *website* yang di barengin dengan konten lainnya seperti poster untuk *Instagram Ads*, serta desain spanduk dan brosur untuk pemasaran fisik Mammi'liu, serta *merchandise* lainnya seperti *totebag*, dan *toples*.

Kata kunci: kesadaran merek, media promosi, katering, perancangan *website*



DESIGN OF DIGITAL PROMOTION STRATEGY OF MAMMI'LIU TO IMPROVE BRAND AWARENESS

(Jimmy Tan)

ABSTRACT (English)

Mammi'liu is a home-based culinary business founded by Mrs. Tirta Sofiani in 2020, which offers a variety of Manadonese cakes and cuisine. However, this business faces challenges in increasing brand awareness due to the lack of an attractive digital promotion strategy so that they cannot reach new customers. Limitations in the use of social media, the lack of attractive visual promotions, and the absence of physical identity elements such as banners and brochures also limit customer reach. Marketing that still relies on word of mouth also slows down business growth. This study aims to design an integrated digital promotion strategy to increase brand awareness of Mammi'liu. The approach used in the design is the Design Thinking method from the Interaction Design Foundation which includes the stages of Empathize, Define, Ideate, Prototype, and Test. The main media for this digital promotion strategy is the creation of a website that is accompanied by other content such as posters for Instagram Ads, as well as banner and brochure designs for Mammi'liu's physical marketing, as well as other merchandise such as tote bags, and jars.

Keywords: brand awareness, promotional media, catering, website design



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT (English).....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Batasan Masalah.....	3
1.4 Tujuan Tugas Akhir	3
1.5 Manfaat Tugas Akhir	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	5
2.1 Website	5
2.1.1 Figma.....	5
2.1.2 Typography	10
2.1.3 Colors.....	17
2.1.4 Design Systems	24
2.1.5 Feedback & Testing	26
2.2 Kesadaran Merek atau <i>Brand Awareness</i>	27
2.2.1 Pengertian <i>Brand Image</i>	27
2.2.2 Faktor-Faktor <i>Brand Image</i>	29
2.2.3 Pengertian <i>Brand Awareness</i>	30
2.2.4 Faktor-Faktor <i>Brand Awareness</i>	32
2.2.5 Pengukuran <i>Brand Awareness</i>	34

2.3 Identitas Merek atau <i>Brand Identity</i>	35
2.3.1 <i>Illustrative Logos</i>	36
2.3.2 <i>Visual Style</i>	37
2.3.3 <i>Color Choices</i>	38
2.3.4 <i>Logotype</i>	39
2.3.5 <i>Symbol Systems</i>	40
2.3.6 <i>Brand Voice</i>	41
2.4 Strategi Pemasaran	42
2.4.1 Pengertian Strategi Pemasaran	43
2.4.2 Fungsi dan Tujuan Strategi Pemasaran	44
2.4.3 Konsep Strategi Pemasaran	45
2.4.4 Contoh Strategi Pemasaran	47
2.4.5 Strategi Pengeluaran Promosi	48
2.4.6 Strategi Bauran Promosi	50
2.4.7 Strategi Pemilihan Media	51
2.4.8 Deskripsi Konseptual <i>Online Marketing</i>	52
2.4.9 Melakukan Pemasaran <i>Online</i>	54
2.4.10 Keuntungan Menggunakan <i>Online Marketing</i>	56
2.4.11 Pengertian <i>Branding</i>	57
2.4.12 Fungsi dan Jenis <i>Branding</i>	58
2.4.13 Unsur dan Manfaat dalam <i>Branding</i>	60
2.4.14 Strategi <i>Branding</i>	62
2.4.15 Strategi Promosi	64
2.4.16 Tujuan Promosi	67
2.4.17 Strategi <i>Advertising</i> (Periklanan)	71
2.4.18 Strategi Promosi Penjualan	73
2.4.19 Strategi <i>Internet</i>	75
2.5 UI/UX	77
2.5.1 <i>User Interface</i>	78
2.5.2 <i>User Experience</i>	82
2.6 Layout Design	86
2.6.1 <i>Making and Breaking the Grid</i>	87

2.7 Katering.....	89
2.4.1 <i>What is Catering</i>	90
2.4.2 <i>On Premise Catering</i>	90
2.4.3 <i>Off Premise Catering</i>	91
2.8 Mammi'liu.....	91
2.9 Penelitian yang Relevan	92
BAB III METODOLOGI PERANCANGAN	94
3.1 Subjek Perancangan.....	94
3.1.1 Demografis.....	94
3.1.2 Geografis	94
3.1.3 Psikografis.....	94
3.2 Metode dan Prosedur Perancangan <i>Website</i>	95
3.2.1 <i>Empathize</i>	95
3.2.2 <i>Define</i>	96
3.2.3 <i>Ideate</i>	96
3.2.4 <i>Prototype</i>	96
3.2.5 <i>Test</i>	96
3.3 Teknik dan Prosedur Perancangan	97
3.3.1 Observasi.....	97
3.3.2 Wawancara	97
3.3.3 Kuesioner	100
3.3.4 Studi Refrensi	102
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PERANCANGAN	103
4.1 Hasil Perancangan.....	103
4.1.1 <i>Emphatize</i>	103
4.1.2 <i>Define</i>	118
4.1.3 <i>Ideate</i>	121
4.1.4 <i>Prototype</i>	126
4.1.5 <i>Test</i>	139
4.1.6 Kesimpulan	145
4.2 Pembahasan Perancangan	145
4.2.1 Analisis <i>Beta Test</i>	145

4.2.2 Analisis Desain Website.....	149
4.2.3 Analisis Warna Website	152
4.2.4 Analisis Tipografi Website	153
4.2.5 Analisis Desain Instagram Story Ads.....	155
4.2.6 Analisis Desain X-Banner	156
4.2.7 Analisis Desain Brosur.....	157
4.2.8 Analisis Desain Jar	159
4.2.9 Analisis Desain Totebag	160
4.2.10 Anggaran.....	160
BAB V PENUTUP.....	164
5.1 Simpulan.....	164
5.2 Saran	165
DAFTAR PUSTAKA.....	xvii
LAMPIRAN.....	xix



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Figma <i>Layout</i>	6
Gambar 2.2 <i>Wireframing</i>	8
Gambar 2.3 <i>Components</i>	9
Gambar 2.4 <i>Components Breakdown</i>	10
Gambar 2.5 Dennis Wu <i>Dental Normal</i>	11
Gambar 2.6 Dennis Wu <i>Dental Demented</i>	11
Gambar 2.7 <i>Typography Impression</i>	12
Gambar 2.8 <i>Typeface vs Font</i>	13
Gambar 2.9 <i>Typeface</i>	13
Gambar 2.10 <i>Weights</i>	14
Gambar 2.11 <i>Letter Spacing</i>	15
Gambar 2.12 <i>Baseline</i>	15
Gambar 2.13 <i>Line Height</i>	16
Gambar 2.14 <i>Paragraph Spacing</i>	16
Gambar 2.15 <i>Colors</i>	17
Gambar 2.16 <i>Color Theory</i>	18
Gambar 2.17 <i>Color Wheel</i>	18
Gambar 2.18 <i>Hue</i>	19
Gambar 2.19 <i>Saturation</i>	19
Gambar 2.20 <i>Value</i>	20
Gambar 2.21 <i>Shade</i>	20
Gambar 2.22 <i>Tint</i>	21
Gambar 2.23 <i>Color Temperature</i>	21
Gambar 2.24 <i>Bad Contrast</i>	22
Gambar 2.25 <i>Good Contrast</i>	23
Gambar 2.26 <i>Color Schemes</i>	23
Gambar 2.27 <i>Design System</i>	24
Gambar 2.28 Faktor-Faktor Pembentuk Citra Merek	30
Gambar 2.29 Piramida Kesadaran Merek	33
Gambar 2.30 <i>Illustrative Logos</i>	37
Gambar 2.31 Hong Kong <i>Ballet</i>	38
Gambar 2.32 <i>Color Choices</i>	39
Gambar 2.33 <i>Logotypes</i>	40
Gambar 2.34 <i>Symbol Systems</i>	41
Gambar 2.35 <i>Brand Voice</i>	42
Gambar 2.36 <i>Komponen Online Marketing</i>	54
Gambar 2.38 <i>UI/UX</i>	78
Gambar 2.39 <i>Elemen User Experience (1)</i>	81
Gambar 2.40 <i>Elemen User Experience (2)</i>	82
Gambar 2.41 <i>Strategy</i>	83
Gambar 2.42 <i>Scope</i>	84
Gambar 2.43 <i>Structure</i>	85
Gambar 2.44 <i>Skeleton</i>	85

Gambar 2.45 <i>Surface</i>	86
Gambar 2.46 <i>The Column Grid</i>	89
Gambar 2.47 Mammi'liu.....	92
Gambar 4.1 Observasi Dapur Mammi'liu (1)	108
Gambar 4.2 Observasi Dapur Mammi'liu (2)	108
Gambar 4.3 Observasi Depan Usaha Mammi'liu	109
Gambar 4.4 Instagram Mammi'liu.....	110
Gambar 4.5 Promosi Merek Lain Di Instagram Mammi'liu.....	110
Gambar 4.6 Tidak Ada Harga Pada Makanan	111
Gambar 4.7 Wawancara Mammi'liu	112
Gambar 4.8 Wawancara Pelanggan Mammi'liu	113
Gambar 4.9 <i>Homepage Yellow Fit Kitchen</i>	115
Gambar 4.10 <i>Homepage Sarasa.id</i>	115
Gambar 4.11 <i>Mindmap</i>	122
Gambar 4.12 <i>Big Ideas</i>	122
Gambar 4.13 <i>Moodboard</i>	123
Gambar 4.14 <i>Layout Website</i>	123
Gambar 4.15 Pemilihan Warna <i>Website</i>	124
Gambar 4.16 Pemilihan Font <i>Website</i>	124
Gambar 4.17 Refrensi <i>Website</i>	125
Gambar 4.18 <i>Information Architecture</i>	126
Gambar 4.19 <i>User Flow</i>	126
Gambar 4.20 <i>Low Fidelity</i>	128
Gambar 4.21 <i>High Fidelity Website</i>	129
Gambar 4.22 <i>Column Grid Desktop</i>	130
Gambar 4.23 <i>Desktop Prototype</i>	130
Gambar 4.24 <i>Column Grid Mobile</i>	131
Gambar 4.25 <i>Mobile Prototype</i>	132
Gambar 4.26 <i>Asset Image Mammi'liu</i>	132
Gambar 4.27 <i>Figma Components</i>	133
Gambar 4.28 <i>Pop Up Menu</i>	133
Gambar 4.29 <i>Wireframing</i>	134
Gambar 4.30 Proses Perancangan <i>X-Banner</i>	135
Gambar 4.31 Proses Perancangan <i>Instagram Ads</i>	136
Gambar 4.32 Proses Perancangan <i>Brochure</i>	137
Gambar 4.33 Proses Perancangan <i>Toples</i>	138
Gambar 4.34 Proses Perancangan <i>Totebag</i>	139
Gambar 4.35 Revisi Menu <i>Header</i>	149
Gambar 4.36 Revisi Tombol <i>Tab</i>	149
Gambar 4.37 Revisi <i>Contact Us</i>	150
Gambar 4.38 Revisi <i>Footer</i>	150
Gambar 4.39 Revisi Menu Makanan	151
Gambar 4.40 Revisi <i>Testimonials</i>	151
Gambar 4.41 <i>Mockup Dekstop & Mobile Website</i>	152
Gambar 4.42 Pemilihan Warna Pada <i>Website</i>	153
Gambar 4.43 Implementasi <i>Font Inter</i> Pada <i>Website</i>	154

Gambar 4.44 Implementasi <i>Font Indie Flower</i> Pada <i>Website</i>	154
Gambar 4.45 <i>Mockup Instagram Story Ads</i>	155
Gambar 4.46 <i>Mockup X-Banner</i>	156
Gambar 4.47 <i>Mockup Brosur</i> (1)	157
Gambar 4.48 <i>Mockup Brosur</i> (2)	158
Gambar 4.49 <i>Mockup Toples</i>	159
Gambar 4.50 <i>Mockup Totebag</i>	160



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Perbandingan Pemasaran Tradisional dan <i>Online</i>	53
Tabel 2.2 Penelitian yang Relevan	92
Tabel 4.1 Tabel Kuesioner.....	104
Tabel 4.2 Analisis SWOT <i>Website Yellow Fit Kitchen</i>	116
Tabel 4.3 Analisis SWOT <i>Website Sarasa.id</i>	117
Tabel 4.4 Strategi <i>Website AISAS</i>	119
Tabel 4.5 Hasil <i>Alpha Test</i>	140
Tabel 4.6 Hasil <i>Beta Test</i>	146
Tabel 4.7 Biaya Pengembangan <i>Website</i>	161
Tabel 4.8 Biaya Media Promosi	161
Tabel 4.9 Biaya Produksi <i>Merchandise</i>	162
Tabel 4.10 Biaya Iklan <i>Story Instagram</i>	162



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Hasil Persentase Turnitin	xix
Lampiran B <i>Form</i> Bimbingan.....	xxviii
Lampiran C Hasil Kuesioner <i>Awareness</i> Terhadap Mammi'liu.....	xxx
Lampiran D Hasil Kuesioner <i>Alpha Test</i>	xxxvi
Lampiran E Hasil Kuesioner <i>Beta Test</i>	xlii
Lampiran F Transkrip Wawancara Ibu Tirta Sofiani.....	xlvi
Lampiran G Transkrip Wawancara Gregorius Bimo.....	xlix

