

**PERANCANGAN PROMOSI
PADA JAKGILI TOUR & TRAVEL**



LAPORAN TUGAS AKHIR

**Muhammad Imansyah Hashbullah
00000029125**

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

**PERANCANGAN PROMOSI
PADA JAKGILI TOUR & TRAVEL**



LAPORAN TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Desain Komunikasi Visual

Muhammad Imansyah Hashbullah

00000029125

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 : Muhammad Imansyah Hashbullah

Nomor Induk Mahasiswa : 00000029125

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

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

PERANCANGAN PROMOSI PADA JAKGILI TOUR & TRAVEL

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, 9 Juni 2025

(Muhammad Imansyah Hashbullah)

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul

PERANCANGAN PROMOSI PADA JAKGILI TOUR & TRAVEL

Oleh

Nama Lengkap : Muhammad Imansyah Hashbullah

Nomor Induk Mahasiswa : 00000029125

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Seni dan Desain

Telah diujikan pada hari Jumat, 20 Juni 2025

Pukul 16.00 s.d. 16.45 WIB dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

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

Penguji

Mohammad Ady Nugeraha, M.Sn.
0313039003/083672

Pembimbing

Adhreza Brahma, M.Ds.
0304088702/042750

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 : Muhammad Imansyah Hashbullah
Nomor Induk Mahasiswa : 00000029125
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Jenjang : ~~D3~~/ S1/ S2* (*coret yang tidak dipilih)
Judul Karya Ilmiah : PERANCANGAN PROMOSI
PADA JAKGILI TOUR & TRAVEL

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, 9 Juni 2025



(Muhammad Imansyah Hashbullah)

* 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 dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan rahmat, kasih, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul “Perancangan Promosi Website Jakgili Tour & Travel” dengan baik dan tepat waktu sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Desain (S.Ds.) pada program studi Desain Komunikasi Visual. Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini tidak akan terselesaikan dengan baik tanpa dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada:

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. Adhreza Brahma, M.Ds., selaku Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga terselesainya tugas akhir ini.
5. Keluarga penulis yang telah memberikan bantuan secara material dan emosional, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini. .
6. Seluruh teman-teman dan pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, atas segala dukungan, motivasi, bantuan, serta masukan yang mendorong penulis dalam menyelesaikan penyusunan tugas akhir ini.

Penulis berharap semoga perancangan Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi pembaca atau peneliti yang tertarik dalam merancang rebrand pada bidang tour & travel.

Tangerang, 9 Juni 2025



(Muhammad Imansyah Hashbullah)

PERANCANGAN PROMOSI PADA JAKGILI TOUR & TRAVEL

(Muhammad Imansyah Hashbullah)

ABSTRAK

Industri tour & travel memiliki peran penting dalam sektor pariwisata, namun persaingan yang ketat dan perubahan tren mengharuskan setiap perusahaan untuk memiliki strategi promosi yang kuat. Jakgili Tour & Travel merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang jasa pariwisata. Dalam persaingan industri pariwisata yang semakin ketat, penting bagi Jakgili untuk memiliki strategi promosi yang efektif guna menarik dan mempertahankan pelanggan. Observasi awal menunjukkan bahwa Jakgili Tour & Travel menghadapi tantangan dalam hal promosi, termasuk belum adanya identitas visual dan verbal yang kuat, serta keterbatasan dalam penggunaan media promosi di luar media sosial. Perusahaan juga belum memiliki brand collateral yang mendukung dan tim kreatif internal. Penelitian ini bertujuan untuk merancang strategi promosi yang komprehensif bagi Jakgili Tour & Travel, dengan fokus pada pengembangan identitas visual dan verbal yang konsisten serta media promosi yang relevan untuk mencapai tujuan pemasaran mereka. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif, dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam dengan pihak Jakgili Tour & Travel. Hasil wawancara menunjukkan bahwa Jakgili memiliki preferensi desain yang simpel dan mewah, namun belum dapat terealisasi secara maksimal dalam aktivitas promosinya. Perancangan promosi ini akan menghasilkan rekomendasi strategi dan desain media promosi yang dapat membantu Jakgili Tour & Travel membangun citra yang kuat, meningkatkan kesadaran merek, dan menjangkau target pasar secara lebih efektif.

Kata kunci: *Promosi, Tour & Travel, Media Promosi, Desain Komunikasi Visual*

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

PROMOTION DESIGN FOR JAKGILI TOUR & TRAVEL

(Muhammad Imansyah Hashbullah)

ABSTRACT (English)

Jakgili Tour & Travel is a company operating in the tourism services sector. In an increasingly competitive tourism industry, it is crucial for Jakgili to implement effective promotional strategies to attract and retain customers. Initial observations indicate that Jakgili Tour & Travel faces promotional challenges, including a lack of strong visual and verbal identity, as well as limited use of promotional media beyond social media. The company also lacks supportive brand collateral and an in-house creative team. This research aims to design a comprehensive promotional strategy for Jakgili Tour & Travel, focusing on developing a consistent visual and verbal identity and relevant promotional media to achieve their marketing objectives. The research method employed is descriptive qualitative, with data collection techniques primarily through in-depth interviews with representatives from Jakgili Tour & Travel. Interview results reveal that Jakgili prefers a simple and luxurious design aesthetic, which has not yet been fully realized in their promotional activities. This promotional design project will yield recommendations for strategies and promotional media designs that can help Jakgili Tour & Travel build a strong brand image, enhance brand awareness, and reach their target market more effectively.

Keywords: *Promotion, Promotional Media, Tour & Travel, Visual Communication Design*



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	iii
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT (English)</i>	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xv
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 Promosi	5
2.1.2 Tujuan Promosi.....	5
2.1.2 <i>Promotion Mix</i>	6
2.2 <i>Brand</i>	10
2.2.1 <i>Branding</i>	7
2.2.2 <i>Rebranding</i>	9
2.2.3 <i>Brand Touchpoints</i>	9
2.2.4 <i>Brand Strategy</i>	11
2.2.5 <i>Brand Positioning</i>	11
2.2.6 <i>Brand Personality</i>	11
2.2.7 <i>Brand Equity</i>	12
2.2.8 <i>Brand Awareness</i>	12
2.2.9 <i>Brand Image</i>	12

2.3 <i>Brand Identity</i>	13
2.3.1 <i>Logo</i>	29
2.3.2 <i>Tagline</i>	29
2.4 <i>Website</i>	15
2.4.1 <i>User Interface</i>	15
2.4.2 <i>User Experience</i>	16
2.4.3 <i>Prinsip Dasar UI/UX</i>	16
2.4.4 <i>Fungsi Website</i>	17
2.4.5 <i>Jenis – jenis Website</i>	29
2.5 <i>Desain Komunikasi Visual</i>	29
2.5.1 <i>Elemen Visual</i>	29
2.6 <i>Tour & Travel</i>	63
2.6.1 <i>Tourism Management</i>	64
2.6.2 <i>Travel Behaviour</i>	64
2.6.3 <i>Sustainable Tourism</i>	64
2.6.4 <i>Digital Tourism</i>	65
2.7 <i>Penelitian yang Relevan</i>	65
BAB III METODOLOGI PERANCANGAN	69
3.1 <i>Subjek Perancangan</i>	69
3.2 <i>Metode dan Prosedur Perancangan</i>	70
3.3 <i>Teknik dan Prosedur Perancangan</i>	72
3.3.1 <i>Observasi</i>	72
3.3.2 <i>Wawancara</i>	73
3.3.3 <i>Focus Group Discussion</i>	74
3.3.4 <i>Kuesioner</i>	76
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PERANCANGAN	81
4.1 <i>Hasil Perancangan</i>	81
4.1.1 <i>Emphatize</i>	81
4.1.2 <i>Kesimpulan Tahap Emphatize</i>	103
4.1.3 <i>Ideate</i>	104
4.1.4 <i>Define</i>	109
4.1.5 <i>Prototype</i>	113

4.1.6 <i>Test</i>	129
4.1.7 Kesimpulan Perancangan.....	95
4.2 Pembahasan Perancangan.....	135
4.2.1 Analisis Beta Test	97
4.2.2 Analisis Elemen Visual	99
4.2.3 Analisis Landing Page Website.....	151
4.2.4 Analisis Desain Poster.....	154
4.2.5 Analisis Desain Brosur.....	156
4.2.6 Analisis Desain Media Collateral.....	159
4.2.7 Analisis Instagram Feeds.....	159
4.2.8 Analisis Instagram Ads.....	159
4.2.6 Anggaran.....	159
BAB V PENUTUP	161
5.1 Simpulan	161
5.2 Saran	161
DAFTAR PUSTAKA	164
LAMPIRAN	167



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian yang Relevan.....	30
Tabel 3.1 Kuesioner	40
Tabel 3.2 Kuesioner 2	42
Tabel 4.1 SWOT	91
Tabel 4.2 Creative Brief.....	107
Tabel 4.3 Asset Fotografi.....	116
Tabel 4.4 Keterangan Icon	120
Tabel 4.5 Alpha Test.....	128
Tabel 4.5 Beta Test	134
Tabel 4.6 Anggaran.....	157



DAFTAR GAMBAR

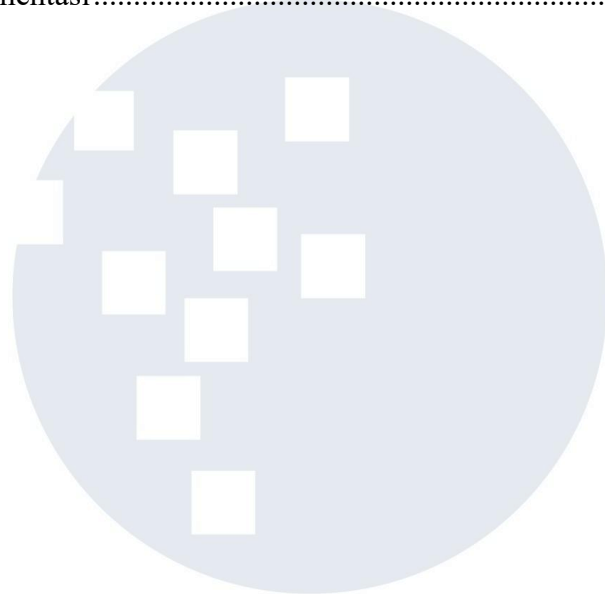
Gambar 2.1 <i>Advertising</i>	6
Gambar 2.2 <i>Sales Promotion</i>	7
Gambar 2.3 Hubungan Masyarakat (<i>Public Relations</i>)	8
Gambar 2.4 <i>Personal Selling</i>	8
Gambar 2.5 <i>Direct Marketing</i>	9
Gambar 2.6 <i>Co-branding</i>	11
Gambar 2.7 <i>Personal Branding</i>	13
Gambar 2.8 <i>Cause Branding</i>	14
Gambar 2.9 <i>Country Branding</i>	15
Gambar 2.10 <i>Website</i>	22
Gambar 2.11 <i>User Interface Gojek</i>	23
Gambar 2.12 <i>User Experience Gojek</i>	24
Gambar 2.13 <i>Website Statis</i>	26
Gambar 2.14 <i>Website Dinamis</i>	27
Gambar 2.15 <i>Website Portal</i>	27
Gambar 2.16 <i>Website E-Commerce</i>	28
Gambar 2.17 <i>Geometri</i>	30
Gambar 2.18 <i>Organik</i>	30
Gambar 2.19 <i>Warna (Colours)</i>	31
Gambar 2.20 <i>Hue</i>	32
Gambar 2.21 <i>Saturation</i>	32
Gambar 2.22 <i>Value</i>	33
Gambar 2.23 <i>Monochromatic</i>	34
Gambar 2.24 <i>Analog</i>	35
Gambar 2.25 <i>Komplementer</i>	35
Gambar 2.26 <i>Triadik</i>	36
Gambar 2.27 <i>Tetradik</i>	37
Gambar 2.28 <i>Layout</i>	38
Gambar 2.29 <i>Grid System</i>	39
Gambar 2.30 <i>Columns</i>	39
Gambar 2.31 <i>Rows</i>	40
Gambar 2.32 <i>Margin (Margins)</i>	40
Gambar 2.33 <i>Gutter</i>	41
Gambar 2.34 <i>Modules</i>	42
Gambar 2.35 <i>Manuscript Grid</i>	43
Gambar 2.36 <i>Column Grid</i>	44
Gambar 2.37 <i>Baseline Grid</i>	45
Gambar 2.38 <i>Modular Grid</i>	46
Gambar 2.39 <i>Hierachichal Grid</i>	47
Gambar 2.40 <i>Leg</i>	48

Gambar 2.41 <i>Arm</i>	48
Gambar 2.42 <i>Ear</i>	49
Gambar 2.43 <i>Shoulder</i>	49
Gambar 2.44 <i>Tail</i>	50
Gambar 2.45 <i>Spine</i>	50
Gambar 2.46 <i>X-height</i>	51
Gambar 2.47 <i>Cap height</i>	51
Gambar 2.48 <i>Stroke</i>	52
Gambar 2.49 <i>Ascender</i>	52
Gambar 2.50 <i>Descender</i>	53
Gambar 2.51 <i>Swash</i>	53
Gambar 2.52 <i>Bar</i>	53
Gambar 2.53 <i>Serif</i>	54
Gambar 2.54 <i>Terminal</i>	54
Gambar 2.55 <i>Bowl</i>	55
Gambar 2.56 <i>Counter</i>	55
Gambar 2.57 <i>Spur</i>	56
Gambar 2.58 <i>Stem</i>	56
Gambar 2.59 <i>Serif Typography</i>	57
Gambar 2.60 <i>Sans Serif</i>	58
Gambar 2.61 <i>Monospace</i>	58
Gambar 2.62 <i>Script</i>	59
Gambar 2.63 <i>Display</i>	59
Gambar 4.1 Dokumentasi Chat Jakgili	82
Gambar 4.2 Kantor Jakgili	83
Gambar 4.3 Wawancara	84
Gambar 4.4 <i>Focus Group Discussion</i>	86
Gambar 4.5 Kuesioner jenis kelamin responden.....	89
Gambar 4.6 Kuesioner usia responden.....	89
Gambar 4.7 Kuesioner domisili responden.....	90
Gambar 4.8 Kuesioner pekerjaan responden	91
Gambar 4.9 Kuesioner pendapatan responden.....	92
Gambar 4.10 Kuesioner tingkat kesadaran responden	93
Gambar 4.11 Kuesioner pengetahuan responden.....	94
Gambar 4.12 Kuesioner faktor pertimbangan responden	95
Gambar 4.13 Kuesioner perasaan responden kepada merek.....	96
Gambar 4.14 Kuesioner alokasi dana untuk berwisata responden.....	96
Gambar 4.15 Website tiket.com.....	97
Gambar 4.16 Website tiket.com.....	98
Gambar 4.17 Media sosial Golden Rama Tours	102
Gambar 4.18 Mindmapping	105
Gambar 4.19 Big Idea	106
Gambar 4.20 Moodboard	107

Gambar 4.21 Tipografi.....	108
Gambar 4.22 Wireframing	113
Gambar 4.23 Multi Column Grid dan Landing Page.....	115
Gambar 4.24 Packages Page	116
Gambar 4.25 Detail Packages Page	116
Gambar 4.26 Tahap Perancangan Icon	121
Gambar 4.27 Sketsa Poster,Grid dan Hasil Final Poster.....	124
Gambar 4.28 Sketsa Brosur dan Hasil Final Brosur	125
Gambar 4.29 Layout Feed dan Hasil Final IG Feed	126
Gambar 4.30 Sketsa Ig Ads dan Hasil Final Ig Ads	127
Gambar 4.31 Merchandise	129
Gambar 4.32 Analisis Tipografi.....	139
Gambar 4.33 Analisis Fotografi.....	140
Gambar 4.34 Analisis Elemen Grafis.....	141
Gambar 4.35 Analisis Penerapan Icon	142
Gambar 4.36 Analisis Landing Page.....	143
Gambar 4.37 Analisis Destinations Page	145
Gambar 4.38 Analisis Landing Page 2.....	147
Gambar 4.39 Analisis Poster.....	149
Gambar 4.40 Analisis Cover Brosur Halaman 2.....	151
Gambar 4.41 Analisis Halaman Brosur	152
Gambar 4.42 Analisis Brosur Halaman 3	153
Gambar 4.43 Analisis Pillow Travel.....	154
Gambar 4.44 Analisis Merchandise Tote Bag	155
Gambar 4.45 Analisis Merchandise <i>Bucket Hat</i>	155
Gambar 4.46 Analisis Instagram Feeds	156
Gambar 4.47 Analisis Instagram Ads	158

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Form Bimbingan & Spesialis	167
Lampiran Turnitin	168
Lampiran Kuesioner.....	169
Lampiran Transkrip Wawancara.....	171
Lampiran Dokumentasi.....	173



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA