

PERANCANGAN PROMOSI KLINIK KULIT INSTITUTE

Laporan Tugas Akhir



LAPORAN TUGAS AKHIR

Nicolas

00000042820

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS SENI DAN DESAIN

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

PERANCANGAN PROMOSI KLINIK KULIT INSTITUTE

Laporan Tugas Akhir



LAPORAN TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Seni dan Desain (S. Ds.)

Nicolas

00000042820

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 : Nicolas

Nomor Induk Mahasiswa : 0000004282

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

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

PERANCANGAN PROMOSI KLINIK KULIT INSTITUTE

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, 20 Maret 2025



Nicolas

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul

PERANCANGAN PROMOSI KLINIK KULIT INSTITUTE

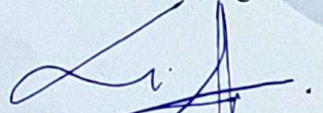
Oleh

Nama Lengkap : Nicolas
Nomor Induk Mahasiswa : 00000042820
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain

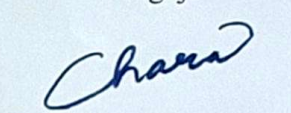
Telah diujikan pada hari Selasa, 17 Juni 2025
Pukul 14.30 s.d. 15.15 WIB dan dinyatakan
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

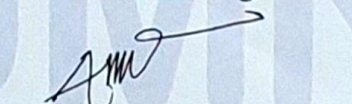
Ketua Sidang


Adhreza Brahma, M.Ds.
0304088702/ 042750

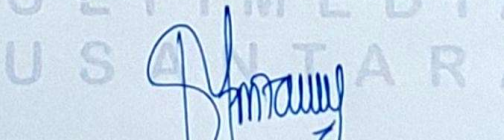
Penguji


Chara Susanti, M.Ds.
0313048703/ L00266

Pembimbing


Dr. Anne Nurfarina, M.Sn.
0416066807/ 069425

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 : Nicolas
Nomor Induk Mahasiswa : 00000042820
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Jenjang : D3/ S1/ S2
Judul Karya Ilmiah : PERANCANGAN PROMOSI KLINIK
KULIT INSTITUTE

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, 20 Maret 2025

(Nicolas)



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan rahmat dan berkat-Nya, sehingga penulis diberikan kesempatan untuk menyusun proposal tugas akhir yang berjudul “*Perancangan Promosi Klinik Kulit Institute*” sebagai syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Desain (S.Ds). Penulis melihat bahwa terdapat kecenderungan kurangnya peningkatan kesadaran terhadap Klinik Kulit Institute, sehingga diperlukan analisis strategi promosi yang lebih efektif. Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, penyusunan perancangan ini tidak akan mudah diselesaikan. Oleh karena itu, penulis ingi mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Ir. Andrey Andoko, M.Sc. 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. Anne Nurfarina, M.Sn. Selaku Dosen Pembimbingan Akademik Koor Tugas Akhir yang turut memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi terkait pengerjaan laporan tugas akhir ini.
5. Keluarga saya yang telah memberikan waktu dan dukungan secara emosional dan materi.
6. Dr. Liza Widjaya, M. Biomed (AAM), M.Pharm. Selaku narasumber, Dokter dan pemilik Klinik Kulit Institute yang menerima wawancara, arahan, dukungan, dan materi.

Peneliti juga telah menyadari bahwa proposal ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu peneliti bersedia untuk menerima kritik dan saran dari para pembaca agar proposal yang dibuat dimasa mendatang akan lebih baik.

Tangerang, 20 Maret 2025



(Nicolas)

PERANCANGAN PROMOSI KLINIK KULIT INSTITUTE

(Nicolas)

ABSTRAK

Klinik Kulit Institute merupakan klinik perawatan kulit yang juga berfungsi sebagai pusat pendidikan kecantikan. Klinik ini menyediakan layanan perawatan kecantikan dan jasa wellness untuk mendukung kesehatan serta mencegah penuaan. Namun, klinik menghadapi permasalahan karena belum memiliki tim pemasaran, yang menyebabkan jangkauan terhadap calon pelanggan menjadi terbatas. Hal ini berdampak pada rendahnya jumlah kunjungan ke klinik dan menurunnya citra kualitas layanan yang diberikan. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, dirancang strategi promosi dengan pendekatan gabungan metode kualitatif dan kuantitatif. Strategi ini bertujuan untuk meningkatkan visibilitas Klinik Kulit Institute dan menarik lebih banyak pelanggan melalui promosi yang lebih terarah dan efektif.

Kata kunci: Perancangan, Promosi, Klinik Kecantikan, Klinik Kulit Institute



DESIGNING THE PROMOTION OF KULIT INSTITUTE CLINIC

(Nicolas)

ABSTRACT

The Institute Skin Clinic is a skincare clinic that also functions as a beauty education center. The clinic offers beauty treatments and wellness services to support health and prevent aging. However, the clinic faces challenges due to the absence of a marketing team, which limits its reach to potential customers. This has resulted in a low number of clinic visits and a declining perception of service quality. To address this issue, a promotional strategy was designed using a mixed-method approach combining qualitative and quantitative methods. This strategy aims to increase the visibility of Klinik Kulit Institute and attract more customers through more targeted and effective promotional efforts.

Keywords: Design, Promotion, Beauty Clinic, Institute Skin Clinic



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Batasan Masalah	3
1.4 Tujuan Tugas Akhir	4
1.5 Manfaat Tugas Akhir	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	5
2.1 Promosi.....	5
2.1.1. Tujuan Promosi	5
2.1.1.1. Prinsip desain dalam promosi	6
2.1.2. Jenis-jenis Promosi	6
2.1.3. Strategi Media Promosi.....	7
2.1.4. Media Promosi	9
2.1.4.1. Media Cetak	9
2.1.4.2. Media Elektronik.....	9
2.1.4.3. Media Luar Ruangan	9
2.1.4.4. PESO Model	10-11
2.2 Bauran Promosi.....	11
2.2.1. Penjualan Personal	11
2.2.2. Promosi Interaktif	12

2.2.3. Word of Mouth	12
2.3 Tipografi	12
2.3.1. Klasifikasi Typeface	13
2.4 Copywriting	14
2.5 Grid	15
2.5.1. Single-Column Grid	15
2.5.2. Multicolumn Grid.....	16
2.5.3. Modular Grid.....	16
2.6 Media Sosial.....	15
2.6.1. Instagram	17
2.7 Metode Penyampaian Promosi	15
2.8 Strategi Marketing.....	19
2.8.1. Segmentasi Pasar	19
2.8.2. Targeting	19
2.8.3. Positioning	20
2.8.4. Bauran Pemasaran	20
2.9 Klinik.....	20
2.9.1. Klinik Kecantikan.....	21
2.9.2. Jenis Perawatan Wajah.....	21
2.10 Penelitian yang Relevan.....	22
BAB III METODOLOGI PERANCANGAN.....	27
3.1 Subject Perancangan	27
3.2 Metode dan prosedur Perancangan	28
3.2.1. Metode Kualitatif.....	28
3.2.2. Metode Kuantitatif	28
3.3 Teknik dan Prosedur Perancangan.....	29
3.3.1. Wawancara.....	29
3.3.2. Kuisioner.....	31
3.3.2. Studi Eksisting	32
3.3.2. Studi Referensi.....	32

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PERANCANGAN	33
4.1 Hasil Perancangan	33
4.1.1. Empathize	33
4.1.1.1. Observasi	33
4.1.1.2. Wawancara dengan Pemilik Klinik Kulit Institute	33
4.1.1.3. Hasil Kuisisioner.....	37
4.1.2. Define	41
4.1.3. Ideate.....	41
4.1.4. Hasil Analisis Klinik Kulit Institute.....	42
4.1.5. Hasil Analisis SWOT Klinik Kulit Institute.....	44
4.1.6. Proses Perancangan.....	45
4.1.6.1. Mindmap	46
4.1.6.2. Keyword	47
4.1.6.3. Big Idea.....	47
4.1.6.4. Strategi Promosi	48
4.1.6.5. CopyWriting	50
4.1.6.6. Moodboard.....	55
4.1.7. Design	53
4.1.7.1. Konsep Design.....	53
4.1.7.2. Pemilihan Warna.....	55
4.1.7.3. Tipografi.....	57
4.1.7.4. Key Visual	61
4.1.7.5. Grid.....	62
4.1.7.6. Sketsa	63
4.1.7.7. Aset Visual.....	66
4.1.8. Production.....	67
4.1.8.1. Bimbingan Spesialis	67
4.1.9. Implementasi.....	68
4.1.10. Media Utama.....	69
4.1.10.1. Instagram Reels	69
4.1.11. Media Sekunder.....	71
4.1.11.1. X-Banner	71

4.1.11.2. Banner	73
4.1.11.3. Instagram Feeds	73
4.1.11.4. Instagram ADS	74
4.1.11.5. Merchantdise	75
4.2. Analisis Perancangan	76
4.2.1. Analisis Beta Test	77
4.2.1.1. Persiapan Beta Test.....	78
4.2.2. Analisis Desain Instagram Reels.....	79
4.2.3. Analisis Desain Instagram Feeds	80
4.2.4. Analisis Desain Instagram ADS.....	83
4.2.5. Analisis Desain Design Banner	85
4.2.6. Analisis Desain X-Banner.....	87
4.2.7. Analisis Desain Stiker	90
4.2.8. Analisis Desain Mug.....	91
4.3. Budgeting	93
BAB V PENUTUP.....	95
5.1 Simpulan	95
5.2 Saran	95
DAFTAR PUSTAKA.....	97
LAMPIRAN.....	98



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Penelitian yang Relevan.....	23-25
Tabel 4.1. Tabel Informasi Responder	37
Tabel 4.2. Tabel alasan mengunjungi Klinik Kulit Institute.....	38
Tabel 4.3. Tabel Menurut dari responder dengan Klinik Kulit Institute.....	40
Tabel 4.4. Tabel SWOT Klinik Kulit Institute.....	44
Tabel 4.5. Tabel Keywords	47
Tabel 4.6. Tabel Big Idea	47
Tabel 4.7. Tabel Untuk pendekatan & taktik	50
Tabel 4.8. Tabel Jadwal	52
Tabel 4.9. Budgeting.....	94



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Strategi AISAS	7
Gambar 2.2. PESO Model.....	10
Gambar 2.3. Contoh Klasifikasi Typeface	14
Gambar 2.4. Single-Column Grid	15
Gambar 2.5. Multicolumn Grid.....	16
Gambar 2.6. Modular Grid.....	16
Gambar 2.7. Anti-aging.....	21
Gambar 2.8. Face Peeling	22
Gambar 2.9. Facial	23
Gambar 4.1. Dokumentasi wawancara bersama Dr. Liza Widjaja, M.Biomed (AAM), M.Pharm.....	33
Gambar 4.2. Define	41
Gambar 4.3. Mindmap	55
Gambar 4.4. Moodboard	58
Gambar 4.5. Warna Soft peach	58
Gambar 4.6. Warna Cream.....	59
Gambar 4.7. Warna Pestel Green.....	59
Gambar 4.8. Warna Gold	59
Gambar 4.9. Tipografi Time new Romans	61
Gambar 4.10. Single Grid X-Banner.....	63
Gambar 4.11. Sketsa X-banner	64
Gambar 4.12. Sketsa Instagram Feeds	65
Gambar 4.13. Sketsa Instagram Reels.....	66
Gambar 4.14. Aset Visual	67
Gambar 4.15. Instagram Reels design and plan.....	70
Gambar 4.16. Implementasi Instagram Reels	71
Gambar 4.17. Implementasi X-Banner	72
Gambar 4.18. Implementasi Banner.....	73
Gambar 4.19. Implementasi Instagram Feeds.....	73
Gambar 4.20. Implementasi Instagram ADS	75
Gambar 4.21. Implementasi Merchandise	76
Gambar 4.22. Proses Perancangan Instagram Reels	79
Gambar 4.23. Hasil Perancangan Instagram Reels	80
Gambar 4.24. Proses Perancangan Instagram Feeds.....	81
Gambar 4.25. Hasil perancangan Instagram Feeds.....	82
Gambar 4.26. Proses Perancangan Instagram ADS	83
Gambar 4.27. Hasil perancangan Instagram ADS	84
Gambar 4.28. Proses Perancangan Banner	85
Gambar 4.29. Hasil perancangan Banner.....	86
Gambar 4.30. Proses Perancangan X-Banner	87

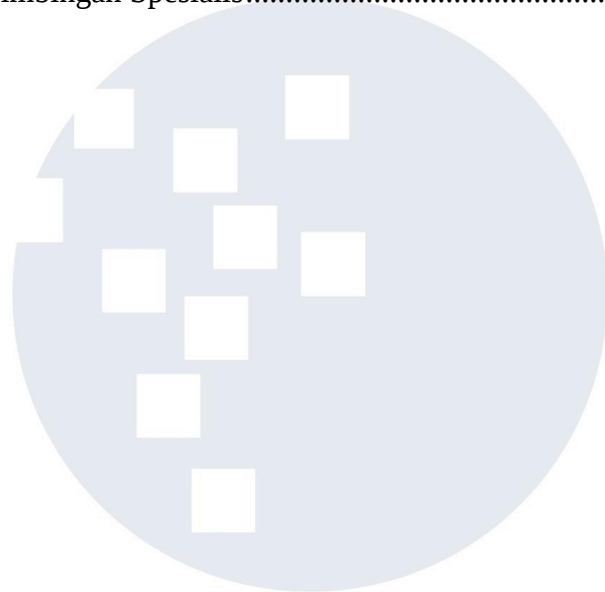
Gambar 4.31. Hasil perancangan X-Banner	88
Gambar 4.32. Proses Perancangan Sticker.....	89
Gambar 4.33. Hasil Perancangan Sticker.....	91
Gambar 4.34. Progress design Mug label 6x6 cm	92
Gambar 4.35. Hasil perancangan Mug.....	93



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Hasil Persentase Turnitin.....	xiv
Lampiran Form Bimbingan & Spesialis	xvi
Lampiran <i>Non-Disclosure Agreement</i>	xxii
Lampiran Hasil Kuisisioner	xxii
Lampiran Ikut Bimbingan Spesialis.....	xxv



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA