

**PERANCANGAN PROMOSI UNTUK
KUNTUM FARMFIELD BOGOR**



LAPORAN TUGAS AKHIR

Tiffany Herwindo
00000055217

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

**PERANCANGAN PROMOSI UNTUK
KUNTUM FARMFIELD BOGOR**



LAPORAN TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Desain

Tiffany Herwindo

00000055217

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 : Tiffany Herwindo
Nomor Induk Mahasiswa : 00000055217
Program Studi : Desain Komunikasi Visual

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

PERANCANGAN PROMOSI UNTUK KUNTUM FARMFIELD BOGOR

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, 19 Juni 2025



(Tiffany Herwindo)

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul
**PERANCANGAN PROMOSI UNTUK
KUNTUM FARMFIELD BOGOR**

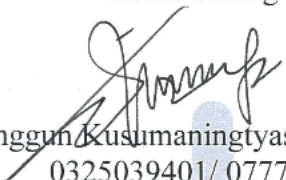
Oleh

Nama Lengkap : Tiffany Herwindo
Nomor Induk Mahasiswa : 00000055217
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain

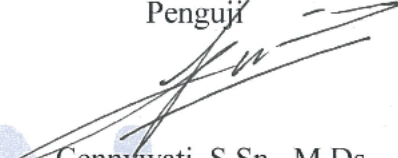
Telah diujikan pada hari Kamis, 19 Juni 2025
Pukul 11.15 s.d. 12.00 WIB dan dinyatakan
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang


Ester Anggun Kusumaningtyas, S.Sn., M.Ds.
0325039401/ 077724

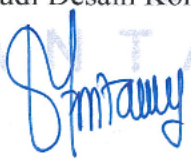
Penguji


Cennywati, S.Sn., M.Ds.
1024128201/ 071277

Pembimbing


Rani Aryani Widjono, S.Sn., M.Ds.
03210019201/ 023987

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 : Tiffany Herwindo
Nomor Induk Mahasiswa : 00000055217
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Jenjang : ~~D3~~/ S1/ S2
Judul Karya Ilmiah : Perancangan promosi untuk Kuntum Farmfield.

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, 19 Juni 2025



(Tiffany Herwindo)

* 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 Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul “Perancangan promosi untuk Kuntum Farmfield Bogor”. Tugas Akhir ini bertujuan untuk merancang strategi promosi untuk meratakan segmen pengunjung Kuntum Farmfield, sehingga tidak hanya didominasi oleh rombongan anak-anak dan sekolah. Perancangan promosi ini diharapkan untuk membantu Kuntum Farmfield untuk menarik pengunjung yang lebih dewasa. Melalui proyek ini Penulis berharap mendapatkan kontribusi untuk merancang strategi promosi untuk meratakan segmen pengunjung Kuntum Farmfield.

Penulis meyakini bahwa tugas ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak yang telah memberikan dukungan, bimbingan, motivasi selama merancang Tugas Akhir. 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. Rani Aryani Widjono, S.Sn., M.Ds. selaku Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga terselesainya tugas akhir ini.
5. Keluarga saya terutama Felix yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Pihak Kuntum Farmfield yang sudah bersedia memberi data dan insights untuk perancangan Tugas Akhir saya.

Penulis berharap dengan perancangan Tugas Akhir ini dapat memberikan kontribusi yang bermanfaat dalam pengembangan strategi promosi Kuntum

Farmfield, serta menjadi referensi bagi pihak terkait dalam meningkatkan daya tarik dan kredibilitas destinasi Agrowisata.

Tangerang, 19 Juni 2025



(Tiffany Herwindo)



PERANCANGAN PROMOSI UNTUK KUNTUM FARMFIELD BOGOR

Tiffany Herwindo

ABSTRAK

Kuntum Farmfield merupakan tempat agrowisata yang awalnya berfokus pada kegiatan pembibitan dan edukasi pertanian, dengan pengunjung yang masih didominasi oleh segmen anak-anak. Seiring berkembangnya fasilitas dan aktivitas, Kuntum Farmfield kini berupaya menarik minat pengunjung dewasa. Beragam fasilitas seperti edukasi tanaman organik, pelatihan berkebun, lokakarya kreatif, hingga kuliner berbasis hasil pertanian belum dimanfaatkan secara optimal oleh segmen ini. Di sisi lain, media promosi yang tersedia belum konsisten secara visual dan naratif serta lebih banyak menampilkan aktivitas anak-anak. Penelitian ini bertujuan untuk merancang strategi promosi yang lebih efektif menggunakan metode *Graphic Design Solutions* edisi kelima oleh Robin Landa. Metode penelitian yang digunakan meliputi observasi langsung, wawancara, serta penyebaran kuesioner untuk mengetahui preferensi pengunjung dan menganalisis segmentasi. Media promosi yang dirancang diharapkan dapat meningkatkan kesadaran masyarakat serta mendorong peningkatan kunjungan dari segmen yang lebih beragam dan merata.

Kata kunci: Agrowisata, Promosi, Edukasi pertanian



DESIGNING THE PROMOTION FOR KUNTUM FARMFIELD BOGOR

(Tiffany Herwindo)

ABSTRACT (English)

Kuntum Farmfield is an agrotourism destination that initially focused on plant nursery activities and agricultural education, with visitors still largely dominated by the children's segment. As its facilities and activities have developed, Kuntum Farmfield is now making efforts to attract adult visitors. Various facilities such as organic plant education, gardening workshops, creative classes, and farm-based culinary experiences have not yet been optimally utilized by this segment. On the other hand, the available promotional media still lack consistency in both visuals and narrative, and mostly highlight children's activities. This study aims to design a more effective promotional strategy using the *Graphic Design Solutions* method from the fifth edition by Robin Landa. The research methods used include direct observation, interviews, and the distribution of questionnaires to identify visitor preferences and analyze audience segmentation. The designed promotional media is expected to raise public awareness and encourage increased visits from a more diverse and balanced segment.

Keywords: Agrotourism, promotional, Agricultural Education



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
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	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	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.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	5
2.1 Promosi.....	5
2.1.1 Bauran Promosi.....	5
2.1.2 Media Promosi.....	8
2.1.3 Strategi Marketing	9
2.1.4 <i>Key Opinion Leader</i> (KOL).....	11
2.1.5 <i>Copywriting</i>	12
2.1.6 Tujuan Promosi.....	13
2.1.7 Jenis-Jenis Promosi.....	13
2.1.8 Elemen Desain Promosi	15
2.1.9 Prinsip Desain.....	21
2.2 Media Sosial	24
2.2.1 Instagram	25
2.3 Videografi.....	27

2.3.1 Jenis video promosi	27
2.4 Fotografi	28
2.4.1 Dasar-dasar fotografi.....	29
2.4.2 Sudut Pengambilan Gambar.....	30
2.4.3 Jenis-jenis fotografi.....	32
2.5 Agrowisata	33
2.6 Kuntum Farmfield Bogor	34
2.7 <i>Destination Branding</i> Kuntum Farmfield Bogor	35
2.8 Penelitian yang relevan	37
BAB III METODOLOGI PERANCANGAN	39
3.1 Subjek Perancangan.....	39
3.2 Metode dan Prosedur Perancangan.....	39
3.2.1 Orientation.....	39
3.2.2 <i>Analysis</i>	40
3.2.3 <i>Concept</i>	40
3.2.4 <i>Design</i>	40
3.2.5 <i>Implementation</i>	40
3.3 Teknik dan Prosedur Perancangan	41
3.3.1 Observasi.....	41
3.3.2 Wawancara	42
3.3.3 Kuesioner	43
3.3.4 Studi Eksisting.....	45
3.3.5 Studi Referensi	45
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PERANCANGAN	46
4.1 Hasil Perancangan.....	46
4.1.1 <i>Orientation</i>	46
4.1.2 <i>Analysis</i>	65
4.1.3 Konsep.....	68
4.1.4 <i>Design</i>	75
4.1.5 <i>Implementation</i>	82
4.1.6 Kesimpulan Perancangan.....	120
4.2 Pembahasan Perancangan	121

4.2.1 Bimbingan Spesialis	121
4.2.2 Analisis <i>Market Validation/ Beta Test</i>	123
4.2.3 Analisis Desain Feeds Instagram	125
4.2.4 Analisis Desain Instagram Story.....	129
4.2.5 Analisis Desain Instagram Reels.....	131
4.2.6 Analisis Desain Billboard	133
4.2.7 Analisis Desain Vehicle Ads	134
4.2.8 Analisis Desain Web Banner	136
4.2.9 Analisis Desain <i>Customer Loyalty Card</i>	137
4.2.10 Analisis Desain Tiket.....	138
4.2.11 Analisis Desain Wristband	139
4.2.12 Analisis Desain T-shirt.....	140
4.2.13 Anggaran.....	142
BAB V PENUTUP	144
5.1 Simpulan.....	144
5.2 Saran	145
DAFTAR PUSTAKA	xvii
LAMPIRAN	xx



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian yang Relevan.....	37
Tabel 4.1 Kuesioner	53
Tabel 4.2 Kuesioner Kunjungan Responden.....	54
Tabel 4. 3 Kuesioner Preferensi Responden	55
Tabel 4.4 Kuesioner Preferensi Responden	56
Tabel 4.5 Kuesioner Preferensi Responden	57
Tabel 4.6 Tabel Kuesioner	57
Tabel 4.7 SWOT	63
Tabel 4.8 Strategi media AISAS.....	66
Tabel 4.9 Caption Copywritting.....	111
Tabel 4.10 Market Validation	123
Tabel 4.11 Anggaran.....	142



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Direct Marketing	7
Gambar 2.2 Media promosi outdoor	9
Gambar 2.3 Promosi secara fisik	13
Gambar 2.4 Promosi media tradisional	14
Gambar 2. 5 Promosi media digital.....	15
Gambar 2.6 Warna	16
Gambar 2. 7 Tekstur.....	17
Gambar 2.8 <i>Single Grid</i>	18
Gambar 2. 9 Modular Grid.....	18
Gambar 2.10 Ilustrasi	19
Gambar 2.11 Typeface	19
Gambar 2.12 Format	22
Gambar 2. 13 Balance	23
Gambar 2.14 Visual Hierarchy	23
Gambar 2.15 Unity.....	24
Gambar 2.16 Instagram feeds	25
Gambar 2.17 Instragram story.....	26
Gambar 2.18 Instagram reels	27
Gambar 2. 19 Aperture.....	29
Gambar 2. 20 Shutter speed	30
Gambar 2. 21 ISO	30
Gambar 2.22 Eye level angle	31
Gambar 2.23 Low angle	31
Gambar 2.24 High angle	32
Gambar 2.25 Frog eye.....	32
Gambar 2.26 Logo Kuntum Farmfield.....	34
Gambar 4.1 Instagram Kuntum Farmfield	47
Gambar 4.2 Entrance Banner	47
Gambar 4.3 Observasi banner	48
Gambar 4. 4 Youtube Kuntum Farmfield	49
Gambar 4.5 Wawancara wakil direktur	50
Gambar 4.6 Logo studi referensi.....	58
Gambar 4.7 Konten 1	59
Gambar 4.8 Konten 2	60
Gambar 4.9 Konten 3	61
Gambar 4.10 Logo Cibalung happy land	61
Gambar 4. 11 Media sosial cibalong happy land	62
Gambar 4. 12 Instagram Inagro	63
Gambar 4.13 Mindmap	69
Gambar 4. 14 Explorasi Big idea	70

Gambar 4. 15 Moodboard	71
Gambar 4.16 Color Pallete.....	72
Gambar 4.17 Inter Font.....	73
Gambar 4.18 Grotta trial Font.....	73
Gambar 4.19 feeds and story layout.....	74
Gambar 4.20 Instagram story	74
Gambar 4.21 Asset foto 1.....	76
Gambar 4.22 Asset foto 2.....	77
Gambar 4.23 Photography edit	78
Gambar 4.24 Photography edit 2	78
Gambar 4.25 Video edit	79
Gambar 4.26 Color grading.....	80
Gambar 4. 27 Proses video edit.....	80
Gambar 4.28 Perancangan supergrafis.....	82
Gambar 4.29 Billboard editing.....	82
Gambar 4.30 Billboard editing 2.....	83
Gambar 4.31 Billboard editing 3.....	84
Gambar 4.32 Billboard design	84
Gambar 4.33 Layout Story	85
Gambar 4.34 Story final.....	85
Gambar 4.35 Layout story.....	86
Gambar 4.36 Story final.....	86
Gambar 4. 37 Instagram story	87
Gambar 4.38 Layout vehicle ads.....	88
Gambar 4.39 Layout vehicle ads 2.....	88
Gambar 4.40 Desain vehicle ads.....	89
Gambar 4.41 Supergrafis	89
Gambar 4.42 Copywritting.....	89
Gambar 4.43 Attention feeds	90
Gambar 4.44 Layout story.....	91
Gambar 4.45 Story Copy.....	91
Gambar 4.46 Hasil desain story	92
Gambar 4.47 Story line	93
Gambar 4.48 Proses edit reels	93
Gambar 4.49 Proses edit feeds.....	94
Gambar 4.50 Proses copy edit.....	94
Gambar 4.51 Keseluruhan feeds	95
Gambar 4.52 Layout feeds search.....	95
Gambar 4.53 Proses edit feeds	96
Gambar 4.54 Keseluruhan feeds	96
Gambar 4.55 Storyline	97
Gambar 4.56 Proses edit reels	98
Gambar 4.57 Video Reels	98

Gambar 4.58 Layout feeds Action	99
Gambar 4.59 Keseluruhan feeds action	100
Gambar 4.60 Layout Web banner	100
Gambar 4.61 Web banner	101
Gambar 4.62 Storyline	102
Gambar 4.63 Instagram reels	102
Gambar 4.64 Instagram reels	103
Gambar 4.65 Entrance tiket layout.....	104
Gambar 4.66 Entrance tiket.....	104
Gambar 4.67 Entrance tiket.....	105
Gambar 4.68 Wristband	106
Gambar 4.69 Wristband layout	106
Gambar 4.70 Desain T shirt	107
Gambar 4.71 Staff T shirt.....	108
Gambar 4.72 Customer Loyalty Card	109
Gambar 4.73 Layout belakang	109
Gambar 4.74 Customer Loyalty card	110
Gambar 4. 75 Reels	122
Gambar 4.76 Layout feeds	126
Gambar 4.77 Layout feeds 3	126
Gambar 4.78 Layout feeds	127
Gambar 4.79 Mockup feeds	128
Gambar 4.80 Mockup feeds	128
Gambar 4.81 Layout story.....	129
Gambar 4.82 Story instagram	130
Gambar 4.83 Mockup Story	131
Gambar 4.84 Mockup reels.....	132
Gambar 4.85 Billboard.....	133
Gambar 4.86 Mockup Billboard	134
Gambar 4.87 Vehicle ads	134
Gambar 4.88 Mockup vehicle ads.....	135
Gambar 4.89 Mockup web banner	136
Gambar 4.90 Customer loyalty card	137
Gambar 4.91 Mockup entrance ticket	139
Gambar 4.92 Mockup Wristband.....	140
Gambar 4.93 Mockup T shirt.....	141
Gambar 4.94 Mockup T shirt Staff	141

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Hasil Persentase Turnitin.....	xx
Lampiran 2. Form Bimbingan & Spesialis	xxi
Lampiran 3. Non-Disclosure Agreement (kualitatif - wawancara & FGD).....	xxiii
Lampiran 4. Hasil Kuesioner	xxiv
Lampiran 5. Dokumentasi.....	xxxi
Lampiran 6. Transkrip Wawancara.....	xxxvii

