

**PERANCANGAN KAMPANYE PROMOSI INTERAKTIF
HUTAN MANGROVE DESA MUARA TELUKNAGA**



LAPORAN TUGAS AKHIR

Marcel Nicholastine

00000055913

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

**PERANCANGAN KAMPANYE PROMOSI INTERAKTIF
HUTAN MANGROVE DESA MUARA TELUKNAGA**



LAPORAN TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Desain Komunikasi Visual

Marcel Nicholastine

00000055913

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

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Marcel Nicholastine

Nomor Induk Mahasiswa : 00000055913

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa ~~Tesis/ Skripsi/ Tugas Akhir/ Laporan~~
~~Magang/ MBKM*~~ (coret yang tidak dipilih) saya yang berjudul:

PERANCANGAN KAMPANYE PROMOSI INTERAKTIF HUTAN MANGROVE DESA MUARA TELUKNAGA

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, 10 Oktober 2024



(Marcel Nicholastine)

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul

PERANCANGAN KAMPANYE PROMOSI INTERAKTIF HUTAN MANGROVE DESA MUARA TELUKNAGA.

Oleh

Nama Lengkap : Marcel Nicholastine
Nomor Induk Mahasiswa : 00000055913
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain

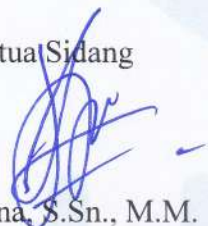
Telah diujikan pada hari Rabu, 8 Januari 2025

Pukul 13.45 s.d. 14.30 WIB dan dinyatakan

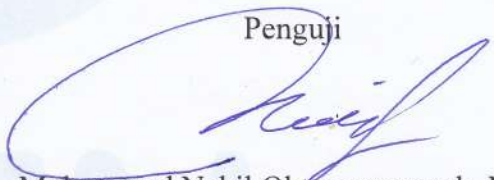
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

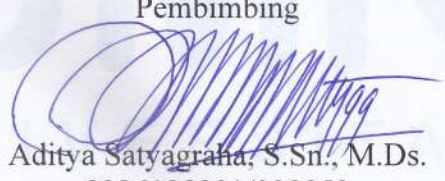
Ketua Sidang


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

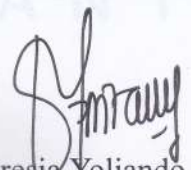
Penguji


Muhammad Nabil Oktanuryansyah, M.Ds.
0319109601/081434

Pembimbing


Aditya Satyagraha, S.Sn., M.Ds.
0326128001/038953

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 : Marcel Nicholastine
Nomor Induk Mahasiswa : 00000055913
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Jenjang : ~~D3~~/ S1/ ~~S2~~* (*coret yang tidak dipilih)
Judul Karya Ilmiah : PERANCANGAN KAMPANYE
PROMOSI INTERAKTIF HUTAN
MANGROVE DESA MUARA
TELUKNAGA

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, 10 Oktober 2024



(Marcel Nicholastine)

* 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 berkat dan rahmat-Nyalah, penulis dapat menyelesaikan proposal penelitian yang berjudul “Perancangan Kampanye Promosi Interaktif Hutan Mangrove Desa Muara Teluknaga” tepat pada waktunya. Adapun tujuan dari penulisan proposal penelitian ini adalah untuk mempelajari cara pembuatan skripsi pada Universitas Multimedia Nusantara dan untuk memperoleh gelar Sarjana Desain jurusan Desain Komunikasi Visual. 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. Aditya Satyagraha, S.Ds., M.Ds., selaku Pembimbing yang menjadi pembimbing yang terus memberi nasehat, dan kritik sehingga terselesainya skripsi ini.
5. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Hanna Teodor, S.Ds., yang telah memberikan bantuan dan mendukung dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

Dengan perancangan Tugas Akhir ini, penulis berharap dapat memberikan dampak positif bagi masyarakat, terutama pengelola Hutan Mangrove Desa Muara Teluknaga, dalam meningkatkan pengunjung. Karya ini diharapkan dapat memenuhi kebutuhan akan kampanye promosi interaktif dan perancangan ini dapat menjadi acuan bagi mahasiswa lain dalam menyusun karya serupa.

Tangerang, 10 Oktober 2024



(Marcel Nicholastine)

PERANCANGAN KAMPANYE PROMOSI INTERAKTIF

HUTAN MANGROVE DESA MUARA TELUKNAGA

Marcel Nicholastine

ABSTRAK

Hutan Mangrove Desa Muara Teluknaga merupakan hutan mangrove yang berada di kabupaten tangerang. Hutan Mangrove sebagai tempat wisata memiliki berbagai wisata alam yang dapat dilakukan. Tingginya potensi wisata tidak diikuti dengan tidak memiliki media promosi untuk mengajak wisatawan berkunjung. Melalui teknik pengumpulan data kualitatif berupa wawancara, kuesioner, studi eksisting, studi referensi dan observasi, mendapati penurunan jumlah pengunjung dari tahun ke tahun dan pengelola tidak mengetahui mengenai promosi untuk meningkatkan wisatawan. Pada hasil pencarian data, pengunjung mengetahui karena pencarian lokasi terdekat dari tempat tinggalnya serta mengetahui hanya melalui mulut ke mulut. Oleh karena itu, Hutan Mangrove Desa Muara Teluknaga memerlukan perancangan promosi untuk menyelesaikan permasalahan, sehingga terbentuk suatu kampanye promosi interaktif untuk menarik calon pengunjung untuk meningkatkan jumlah pengunjung. Dengan menggunakan situs web sebagai media utama kampanye promosi interaktif, penulis telah merancang untuk memberikan informasi dan sebagai media dalam strategi promosi yang dilakukan. Hasil akhir dari perancangan mendapatkan respon positif mengenai manfaat dari media sampai dengan bagaimana keefektifannya dalam membantu kampanye promosi interaktif Hutan Mangrove Desa Muara Teluknaga.

Kata kunci: Hutan Mangrove, media promosi, wisatawan, kampanye

DESIGN OF PROMOTIONAL INTERACTIVE MANGROVE FOREST OF MUARA TELUKNAGA VILLAGE

Marcel Nicholastine

ABSTRACT (English)

The Mangrove Forest in Muara Teluknaga Village is a mangrove forest in Tangerang Regency. Mangrove forests as tourist attractions have various natural attractions that can be done. The high tourism potential is not followed and there is no promotional media to invite tourists to visit. Through qualitative data collection techniques in the form of interviews, questionnaires, existing studies, reference studies and observations, it was found that the number of visitors was decreasing from year to year and managers did not know about promotions to increase tourists. In the data search results, visitors find out about the closest location to where they live and find out only through word of mouth. Therefore, the Muara Teluknaga Village Mangrove Forest requires promotional design to solve problems, so that a promotional campaign is formed to interactively attract potential visitors to increase the number of visitors. By using a website as the main media for an interactive promotional campaign, the author has planned to provide information and as a medium in the promotional strategy being carried out. The final results of the design received a positive response regarding the benefits of the media and how effective it was in helping the interactive promotional campaign for the Muara Teluknaga Village Mangrove Forest..

Keywords: *Mangrove Forest, promotional media, tourist*

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 JUDUL	
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	2
HALAMAN PENGESAHAN	3
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	4
KATA PENGANTAR	5
ABSTRAK	6
ABSTRACT (English)	7
DAFTAR ISI	8
DAFTAR TABEL	10
DAFTAR GAMBAR	11
DAFTAR LAMPIRAN	15
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
2.1.1 Tujuan Promosi	5
2.1.2 Kampanye	6
2.1.3 <i>Promotional Mix</i> (Bauran Promosi)	7
2.1.4 Media Promosi	8
2.1.5 Strategi Promosi AISAS	10
2.1.6 Warna dalam Media Promosi	11
2.2 <i>Mobile Website</i>	12
2.2.1 Elemen Kunci <i>Mobile Website</i>	12
2.3 UI/UX	17
2.3.1 <i>User Interface</i> (UI)	18
2.3.2 Persepsi Desain	19
2.3.3 Desain Dasar UI	25
2.3.4 <i>User Experience</i> (UX)	39
2.4 Pariwisata	46

2.4.1 Jenis dan Macam Pariwisata.....	46
2.4.2 Jenis Wisatawan.....	47
2.4.3 Perilaku Wisatawan.....	48
2.5 Hutan Mangrove.....	49
2.5.1 Hutan Mangrove Desa Muara Teluknaga.....	50
2.6 Penelitian yang Relevan.....	51
BAB III METODOLOGI PERANCANGAN.....	54
3.1 Subjek Perancangan.....	54
3.2 Metode dan Prosedur Perancangan.....	55
3.2.1 <i>Overview</i>	55
3.2.2 <i>Strategy</i>	55
3.2.3 <i>Ideas</i>	56
3.2.4 <i>Design</i>	56
3.2.5 <i>Production</i>	56
3.2.6 <i>Implementation</i>	56
3.3 Teknik dan Prosedur Perancangan.....	56
3.3.1 Observasi.....	57
3.3.2 Wawancara.....	57
3.3.3 Studi Eksisting.....	61
3.3.4 Studi Referensi.....	61
3.3.5 Kuesioner.....	61
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PERANCANGAN.....	67
4.1 Hasil Perancangan.....	67
4.1.1 <i>Overview</i>	67
4.1.2 <i>Strategy</i>	86
4.1.3 <i>Ideas</i>	94
4.1.4 <i>Design</i>	103
4.1.5 <i>Production</i>	137
4.1.6 <i>Implementation</i>	142
4.2 Analisa Perancangan.....	147
4.2.1 <i>Alpha Testing</i>	147
4.2.2 <i>Beta Testing</i>	151
BAB V PENUTUP.....	163
5.1 Simpulan.....	163
5.2 Saran.....	163
DAFTAR PUSTAKA.....	165
LAMPIRAN.....	168

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian yang Relevan.....	49
Tabel 4.1 Kesimpulan dari Hasil Wawancara.....	71
Tabel 4.2 Kesimpulan dari Hasil Observasi.....	75
Tabel 4.3 Kuesioner.....	76
Tabel 4.4 <i>Creative Brief</i>	85
Tabel 4.5 Segmentasi Target Audiens.....	86
Tabel 4.6 AISAS.....	90
Tabel 4.7 <i>Alpha Testing</i>	144
Tabel 4.8 Perhitungan Estimasi Anggaran.....	158



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Contoh Media Cetak.....	9
Gambar 2.2 Contoh Warna Dalam Media Promosi.....	11
Gambar 2.3 Contoh <i>Container</i>	13
Gambar 2.4 Contoh <i>Header</i>	13
Gambar 2.5 Contoh Navigasi.....	14
Gambar 2.6 Contoh Konten.....	15
Gambar 2.7 Contoh <i>Footer</i>	15
Gambar 2.8 Contoh <i>Whitespace</i>	16
Gambar 2.9 Contoh <i>Proximity</i>	20
Gambar 2.10 Contoh Penerapan <i>Proximity</i> untuk Mengatur Konten.....	21
Gambar 2.11 Contoh <i>Similarity</i>	22
Gambar 2.12 Contoh <i>Continuity</i>	23
Gambar 2.13 Contoh Beberapa Pilihan Informasi.....	23
Gambar 2.14 Contoh Penerapan <i>Figure and Background</i>	24
Gambar 2.15 Contoh <i>Aesthetic Usability Effect</i>	24
Gambar 2.16 Ukuran Setiap Platform.....	25
Gambar 2.17 <i>F-Pattern</i>	27
Gambar 2.18 <i>Z-Pattern</i>	28
Gambar 2.19 Warna Kontras.....	29
Gambar 2.20 Warna Monokromatik.....	29
Gambar 2.21 Warna Analogus.....	30
Gambar 2.22 Warna Komplementer.....	30
Gambar 2.23 Warna <i>Triadic</i> (Triadik).....	31
Gambar 2.24 <i>Font Sans-Serif</i>	32
Gambar 2.25 <i>Font Serif</i>	32
Gambar 2.26 Contoh Penerapan <i>Level of Detail</i>	34
Gambar 2.27 Contoh <i>Fill & Outline</i>	34
Gambar 2.28 Contoh Ikon dengan <i>Roundness</i>	35
Gambar 2.29 Contoh Perbedaan <i>Weight</i>	35
Gambar 2.30 Komponen Pada <i>Button</i>	36
Gambar 2.31 Contoh Animasi.....	38
Gambar 2.32 Contoh <i>Microinteractions</i>	39
Gambar 2.33 Instrumen UEQ.....	45
Gambar 2.34 Hutan Mangrove Utama di Rio Sierpe, Costa Rica.....	50
Gambar 2.35 Hutan Mangrove Desa Muara Teluknaga.....	51

Gambar 4.1 Wawancara dengan Penanggung Jawab Hutan Mangrove Desa Muara Teluknaga.....	69
Gambar 4.2 Wawancara dengan Ketua Pengelola Hutan Mangrove Desa Muara Teluknaga.....	70
Gambar 4.3 Wawancara dengan Karyawan Hutan Mangrove Desa Muara.....	72
Gambar 4.4 Wawancara dengan Pengunjung Hutan Mangrove Desa Muara Teluknaga.....	73
Gambar 4.5 Peta Desa Muara.....	75
Gambar 4.6 Gapura Tulisan “Wisata Hutan Mangrove Desa Muara”.....	76
Gambar 4.7 Tiket Masuk.....	76
Gambar 4.8 Jembatan Bambu Menelusuri Kawasan Mangrove.....	77
Gambar 4.9 Fasilitas Wisata Bebek Air.....	77
Gambar 4.10 Tepian Pantai Pulau Cinta.....	78
Gambar 4.11 Taman Wisata Alam Angke Kapuk Jakarta Utara.....	83
Gambar 4.12 <i>User Persona</i> Arby Anto.....	90
Gambar 4.13 <i>Brainstorming Ideas</i>	95
Gambar 4.14 Kata Kunci.....	96
Gambar 4.15 Eksplorasi <i>Big Idea</i>	97
Gambar 4.16 Referensi Jenis Huruf.....	98
Gambar 4.17 <i>Moodboard</i> Warna.....	99
Gambar 4.18 <i>Moodboard</i> Warna Setelah Revisi.....	100
Gambar 4.19 <i>Moodboard</i> Visual.....	100
Gambar 4.20 <i>Moodboard</i> Visual Setelah Revisi.....	101
Gambar 4.21 <i>Moodboard</i> Fotografi.....	101
Gambar 4.22 <i>Moodboard Layout</i>	102
Gambar 4.23 <i>Moodboard Layout</i> Setelah Revisi.....	103
Gambar 4.24 Garis Melengkung.....	104
Gambar 4.25 <i>Moodboard</i> Tipografi.....	105
Gambar 4.26 Alternatif Tipografi.....	105
Gambar 4.27 Final Tipografi.....	106
Gambar 4.28 <i>Font</i> Pilihan.....	107
Gambar 4.29 Referensi Warna.....	107
Gambar 4.30 <i>Moodboard</i> Warna.....	108
Gambar 4.31 <i>Moodboard</i> Warna Setelah Revisi.....	109
Gambar 4.32 Referensi <i>Logotype</i>	110
Gambar 4.33 Alternatif <i>Logotype</i>	110
Gambar 4.34 Desain Final <i>Logotype</i>	111
Gambar 4.35 Eksplorasi Desain Pertama.....	113

Gambar 4.36 Revisi Eksplorasi Desain.....	114
Gambar 4.37 Revisi Eksplorasi Desain.....	115
Gambar 4.38 Versi Awal <i>Information Architecture</i>	116
Gambar 4.39 Hasil <i>Final</i> dari <i>Information Architecture</i>	117
Gambar 4.40 Sistem <i>Grid Website</i>	119
Gambar 4.41 Sistem <i>Grid</i> yang Digunakan.....	120
Gambar 4.42 <i>Wireframe</i>	121
Gambar 4.43 <i>Alternative Layout</i> Traveloka dan Tiket.com <i>Ads</i>	123
Gambar 4.44 <i>Final Design</i> Traveloka dan Tiket.com <i>Ads</i>	123
Gambar 4.45 <i>Alternative Layout Motorcycle Ads</i>	124
Gambar 4.46 <i>Final Motorcycle Ads</i>	125
Gambar 4.47 <i>Alternative Layout Ticket</i>	126
Gambar 4.48 <i>Final Ticket</i>	127
Gambar 4.49 <i>Alternative Layout Tote Bag</i>	127
Gambar 4.50 <i>Final Tote Bag</i>	128
Gambar 4.51 Daun Mangrove.....	129
Gambar 4.52 Daun final Mangrove.....	130
Gambar 4.53 Pulau Cinta.....	131
Gambar 4.54 Menjelajah Dengan Perahu.....	132
Gambar 4.55 Hutan Mangrove Desa Muara Teluknaga.....	132
Gambar 4.56 Foto-foto Terpilih.....	133
Gambar 4.57 Ikon Rekreasi.....	134
Gambar 4.58 Spesifikasi Ikon Rekreasi.....	134
Gambar 4.59 Garis Putus-putus.....	135
Gambar 4.60 Visualisasi Peta Hutan Mangrove Desa Muara Teluknaga.....	136
Gambar 4.61 Visualisasi Peta Hutan Mangrove Desa Muara Teluknaga.....	136
Gambar 4.62 Elemen Visual: Papan Kayu.....	137
Gambar 4.63 <i>Production</i>	139
Gambar 4.64 Hasil Revisi.....	140
Gambar 4.65 Tampilan <i>Hi-Fidelity</i>	141
Gambar 4.66 Tampilan <i>Hi-Fidelity</i> dan <i>Virtual Tour</i>	142
Gambar 4.67 <i>Button: Default and Hover State</i>	142
Gambar 4.68 <i>Microinteraction: Default and Hover State</i>	143
Gambar 4.69 <i>Mockup Website</i>	144
Gambar 4.70 <i>Mockup</i> Traveloka dan Tiket.com <i>Ads</i>	145
Gambar 4.71 <i>Mockup Motorcycle Ads</i>	145
Gambar 4.72 <i>Mockup Ticket</i>	146
Gambar 4.73 <i>Mockup Badge</i>	147

Gambar 4.74 <i>Mockup Tote Bag</i>	147
Gambar 4.75 <i>Alpha Testing Website</i>	148
Gambar 4.76 <i>Beta Testing</i>	152
Gambar 4.77 Beranda.....	154
Gambar 4.78 Tentang.....	155
Gambar 4.79 Referensi dan Promo.....	156
Gambar 4.80 <i>Virtual Tour</i>	157
Gambar 4.81 Menu Website.....	158
Gambar 4.82 <i>Mockup Traveloka dan Tiket.com Ads</i>	160
Gambar 4.83 <i>Mockup Motorcycle Ads</i>	160
Gambar 4.84 <i>Mockup Ticket</i>	161
Gambar 4.85 <i>Mockup Badge</i>	161
Gambar 4.86 <i>Mockup Tote Bag</i>	162



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Hasil Persentase Turnitin.....	154
Lampiran <i>Form</i> Bimbingan & Spesialis.....	160
Lampiran <i>Non-Disclosure Agreement</i>	162
Lampiran <i>Consent Form</i>	163
Lampiran Transkrip Wawancara.....	166
Lampiran Kuesioner.....	203

