

**PERANCANGAN PROMOSI CEMOROJATI
CAFÉ AND RESORT**



LAPORAN TUGAS AKHIR

Dhaffa Alif Raditya
00000031793

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

PERANCANGAN PROMOSI CEMOROJATI

CAFÉ AND RESORT



LAPORAN TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Desain Komunikasi Visual

Dhaffa Alif Raditya

00000031793

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 : Dhaffa Alif Raditya
Nomor Induk Mahasiswa : 00000031793
Program Studi : Desain Komunikasi Visual

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

PERANCANGAN PROMOSI CEMOROJATI CAFÉ AND RESORT

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 Juni 2025



(Dhaffa Alif Raditya)

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul

PERANCANGAN PROMOSI CEMOROJATI CAFÉ AND RESORT

Oleh

Nama Lengkap : Dhaffa Alif Raditya
Nomor Induk Mahasiswa : 00000031793
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain

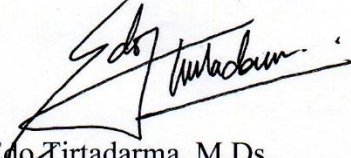
Telah diujikan pada hari Jumat, 20 Juni 2025
Pukul 16.00 s.d. 16.45 WIB dan dinyatakan
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

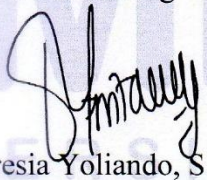
Ketua Sidang


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

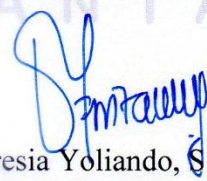
Penguji


Edo Tirtadarma, M.Ds.
0324128506/071279

Pembimbing


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

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 : Dhaffa Alif Raditya
Nomor Induk Mahasiswa : 00000031793
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Jenjang : D3/ S1/ S2
Judul Karya Ilmiah : PERANCANGAN PROMOSI
CEMOROJATI CAFÉ AND RESORT

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 Juni 2025



(Dhaffa Alif Raditya)

* 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 segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul "Perancangan Strategi Promosi CemoroJati Cafe & Resort" dengan baik. Penulisan tugas akhir ini dilakukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi di Program Studi Desain Komunikasi Visual, Universitas Multimedia Nusantara.

Penulis menyadari bahwa keberhasilan dalam penyusunan Tugas Akhir ini tidak lepas dari dukungan dan bantuan berbagai pihak.

Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya 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. Fonita Theresia Yoliando, S.Ds., M.A., selaku Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga terselesainya tugas akhir ini.
5. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

Tangerang, 20 Juni 2025



(Dhaffa Alif Raditya)

PERANCANGAN PROMOSI CEMOROJATI CAFÉ AND RESORT

(Dhaffa Alif Raditya)

ABSTRAK

CemoroJati Café & Resort merupakan destinasi wisata berbasis alam yang terletak di Sukabumi, Jawa Barat, dengan konsep *glamping*, fasilitas kolam renang privat, dan panorama alam yang asri. Namun demikian, rendahnya tingkat kunjungan jika dibandingkan dengan kapasitas maksimal resort menunjukkan perlunya strategi promosi yang lebih efektif untuk menjangkau calon wisatawan. Penelitian ini dilakukan untuk merancang strategi promosi yang bertujuan meningkatkan visibilitas dan keterlibatan audiens terhadap CemoroJati Café & Resort. Metode perancangan yang digunakan mengacu pada kerangka kerja Double Diamond, yang terdiri dari empat tahap: *Discover*, *Define*, *Develop*, dan *Deliver*. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara dengan pengelola resort, serta penyebaran kuesioner kepada calon wisatawan. Hasil dari proses perancangan mencakup optimalisasi strategi pemasaran digital melalui media sosial, penguatan identitas visual pada materi promosi, serta pengembangan strategi komunikasi visual berbasis model POEM (*Paid, Owned, and Earn media*). Kesimpulannya, strategi promosi yang dirancang melalui pendekatan desain strategis ini terbukti relevan dan aplikatif dalam menjawab masalah komunikasi yang dihadapi. Diharapkan implementasi strategi ini dapat meningkatkan efektivitas promosi dan mendukung pertumbuhan jumlah kunjungan wisatawan ke CemoroJati Café & Resort.

Kata kunci: Strategi promosi, pemasaran digital, media social, brand awareness, resort glamping.

CEMOROJATI CAFÉ AND RESORT PROMOTION DESIGN

(Dhaffa Alif Raditya)

ABSTRACT (English)

CemoroJati Café & Resort is a nature-based tourism destination located in Sukabumi, West Java, offering a glamping concept, private pool facilities, and scenic natural surroundings. However, the relatively low number of visitors compared to the resort's maximum capacity indicates the need for a more effective promotional strategy to reach potential tourists. This study was conducted to design a promotional strategy aimed at increasing the visibility and audience engagement of CemoroJati Café & Resort. The design method employed refers to the Double Diamond framework, which consists of four stages: Discover, Define, Develop, and Deliver. Data were collected through observation, interviews with resort managers, and the distribution of questionnaires to potential tourists. The design outcomes include the optimization of digital marketing strategies through social media, the enhancement of visual identity in promotional materials, and the development of a visual communication strategy based on the PESO model (Paid, Earned, Shared, and Owned media). In conclusion, the promotional strategy developed through this strategic design approach proves to be relevant and applicable in addressing the resort's communication challenges. It is expected that the implementation of this strategy will enhance promotional effectiveness and support the growth of tourist visits to CemoroJati Café & Resort.

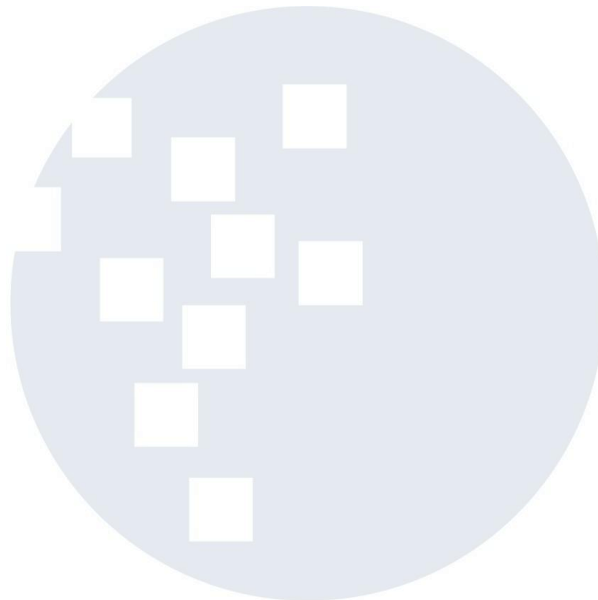
Keywords: *Promotion strategy, digital marketing, social media, brand awareness, glamping resort.*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT (English)</i>	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
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	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Promosi	5
2.1.1 Tujuan Promosi	5
2.1.2 Jenis-Jenis Promosi	6
2.1.3 Strategi Promosi	7
2.1.4 Media Promosi	8
2.1.5 Desain Promosi dalam Media Promosi	10
2.1.6 Copywriting dalam Promosi Digital	20
2.2 Industri Pariwisata dan Perhotelan	21
2.2.1 Sejarah Pariwisata	21
2.2.2 Perkembangan Tren Wisata	22
2.2.3 Industri Perhotelan dan Resort	23
2.2.4 Peran Digital Marketing dalam Pariwisata	24
2.3 Strategi Promosi Digital untuk Industri Pariwisata	24
2.3.1 Tujuan Promosi Digital	25
2.3.2 Jenis Promosi Digital	26

2.3.3 Tren Promosi Digital.....	27
2.4.1 Pola Konsumsi Promosi Digital	29
2.5 Penelitian yang Relevan.....	29
BAB III METODOLOGI PERANCANGAN.....	33
3.1 Subjek Perancangan	33
3.2 Metode dan Prosedur Perancangan	34
3.2.1 <i>Discover</i>	35
3.2.2 <i>Define</i>	35
3.3.3 <i>Develop</i>	36
3.3.4 <i>Deliver</i>	36
3.3 Teknik dan Prosedur Perancangan.....	37
3.3.1 Observasi.....	38
3.3.2 Wawancara	39
3.3.3 Kuesioner	43
3.3.4 Studi Eksisting.....	46
3.3.5 Studi Referensi	46
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PERANCANGAN	47
4.1 Hasil Perancangan	47
4.1.1 Tahapan Discover.....	47
4.1.2 Tahapan Define	71
4.1.3 Tahapan Develop.....	79
4.1.4 Tahapan Deliver	119
4.2 Pembahasan Perancangan.....	126
4.2.1 <i>Beta Test</i>	126
4.2.1 Analisis Elemen Ilustrasi	129
4.2.2 Analisis Desain Instagram Feed.....	130
4.2.3 Analisis Desain Billboard	133
4.2.4 Analisis Desain Baliho.....	135
4.2.5 Analisis Desain Sticker	138
4.2.6 Analisis Desain Voucher	139
4.2.6 Anggaran.....	140
4.3 Kesimpulan Perancangan.....	142

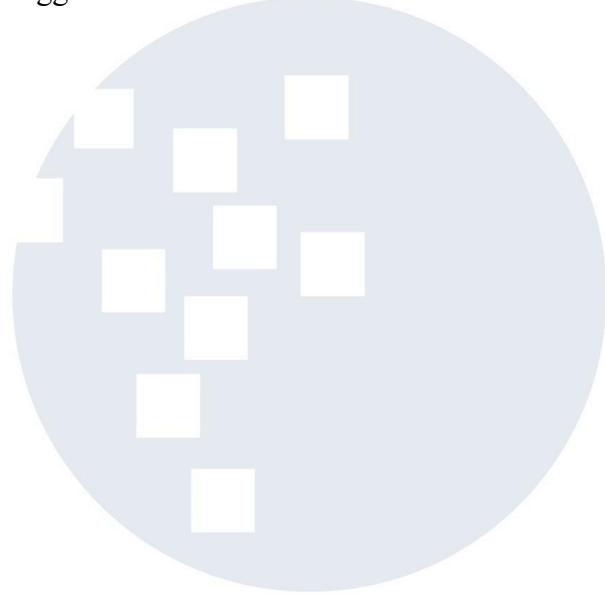
BAB V PENUTUP	144
5.1 Simpulan	144
5.1 Saran	144
DAFTAR PUSTAKA	xv
LAMPIRAN	xix



UMN
 UNIVERSITAS
 MULTIMEDIA
 NUSANTARA

DAFTAR TABEL

Tabel 2.2 Penelitian yang Relevan.....	25
Tabel 3.1 Tabel Kuesioner	38
Tabel 4.1 Analisis SWOT The Village Resort Bogor.....	59
Tabel 4.2 Analisis SWOT Radjendra Resort	62
Tabel 4.3 Tabel Copywriting	72
Tabel 4.4 Tabel Anggaran	126

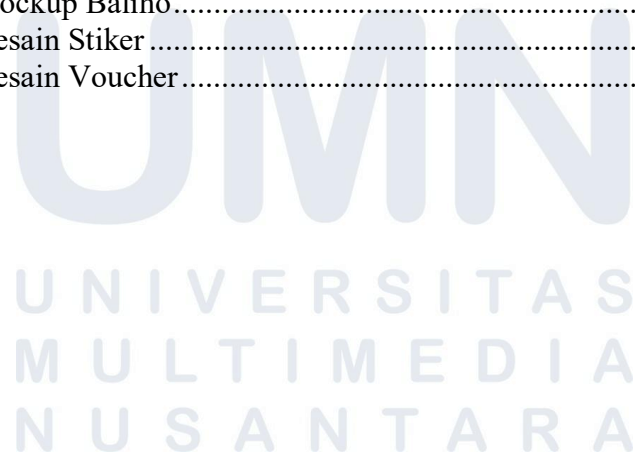


UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

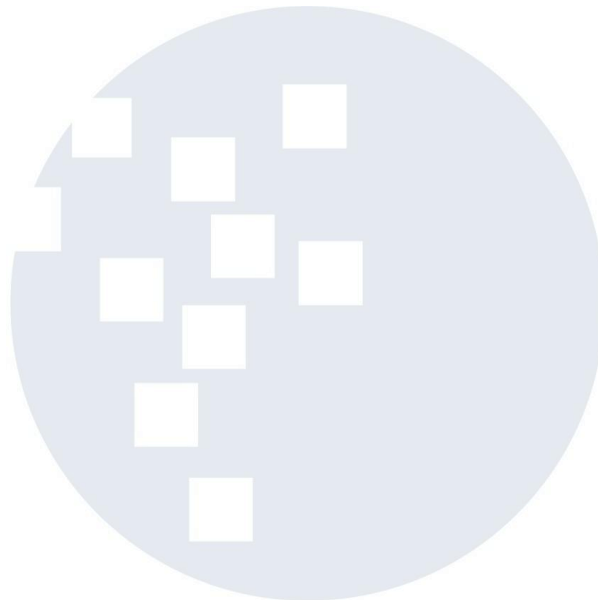
Gambar 2.1 Media Cetak	8
Gambar 2.2 Media Digital.....	9
Gambar 2.3 Tipografi.....	10
Gambar 2.4 Warna	11
Gambar 2.5 Teori Fotografi	12
Gambar 2.6 Elemen Ilustrasi.....	13
Gambar 2.7 Komposisi.....	14
Gambar 2.8 Whitespace	15
Gambar 4.1 Observasi Resort	43
Gambar 4.2 Sosial Media CemoroJati Café & Resort	45
Gambar 4.3 Foto Dengan Narasumber CemoroJati	47
Gambar 4.4 Grafik Usia Responden.....	49
Gambar 4.5 Grafik Domisili Responden.....	50
Gambar 4.6 Grafik Pekerjaan Responden.....	51
Gambar 4.7 Grafik Pengeluaran Responden.....	51
Gambar 4.8 Grafik Pola Menginap Responden	52
Gambar 4.9 Grafik Jenis Penginapan yang Pernah Dikunjungi Responden.....	52
Gambar 4.10 Grafik Alasan Responden Memilih Penginapan	53
Gambar 4.11 Grafik Responden Menemukan Informasi Penginapan	54
Gambar 4.12 Grafik Responden Mengetahui Resort	54
Gambar 4.13 Grafik Responden Mendapatkan Informasi Resort.....	55
Gambar 4.14 Grafik Ketertarikan Responden Terhadap Resort	56
Gambar 4.15 Grafik Jenis Media Cetak yang Responden Gunakan.....	56
Gambar 4.16 Grafik Jenis Media Digital yang Responden Gunakan	57
Gambar 4.17 Media Promosi The Village Resort Bogor	59
Gambar 4.18 Media Promosi Radjendra Resort	61
Gambar 4.19 Instagram Padma Resort Ubud.....	64
Gambar 4.20 Poster Digital Padma Resort Ubud.....	65
Gambar 4.21 Youtube Padma Resort Ubud.....	66
Gambar 4.22 Mind Map.....	69
Gambar 4.23 Moodboard	70
Gambar 4.24 Color palette	71
Gambar 4.25 Tipografi.....	77
Gambar 4.26 Foto Latar CemoroJati.....	78
Gambar 4.27 Proses Editing Foto	79
Gambar 4.28 Proses Editing Foto	79
Gambar 4.29 Hasil Akhir Editing Foto.....	80
Gambar 4.30 Proses Ilustrasi.....	81
Gambar 4.31 Elemen Ilustrasi.....	82
Gambar 4.32 Content Plan Instagram Carousel	83
Gambar 4.33 Outline Instagram Carousel.....	83
Gambar 4.34 Grid Instagram Carousel	84
Gambar 4.35 Instagram Carousel.....	85
Gambar 4.46 Proses Sketsa Billboard.....	95

Gambar 4.47 Layout Grid Billboard	96
Gambar 4.48 Desain Final billboard.....	97
Gambar 4.49 Sketsa Baliho.....	98
Gambar 4.50 Layout Grid Billboard	99
Gambar 4.51 Desain Final Baliho.....	100
Gambar 4.52 Sketsa Stiker	101
Gambar 4.53 Desain Final Stiker	102
Gambar 4.54 Sketsa Voucher.....	103
Gambar 4.55 Desain Final Voucher.....	104
Gambar 4.56 Storyboard	104
Gambar 4.57 Proses Editing Video.....	105
Gambar 4.58 Scene Video.....	106
Gambar 4.59 Mockup Instagram.....	107
Gambar 4.60 Mockup Billboard	108
Gambar 4.61 Mockup Baliho.....	109
Gambar 4.62 Mockup Stiker.....	110
Gambar 4.63 Mockup Voucher.....	111
Gambar 4.64 Beta Test.....	113
Gambar 4.65 Beta Test.....	114
Gambar 4.66 Beta Test.....	114
Gambar 4.67 Elemen Ilustrasi.....	116
Gambar 4.68 Preview Instagram Post.....	117
Gambar 4.69 Instagram Carousel.....	118
Gambar 4.70 Design Billboard	120
Gambar 4.71 Mockup Billboard	120
Gambar 4.72 Desain Baliho	122
Gambar 4.73 Mockup Baliho.....	123
Gambar 4.74 Desain Stiker	124
Gambar 4.75 Desain Voucher.....	126



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Hasil Persentase Turnitin.....	66
Lampiran Form Bimbingan & Spesialis	68
Lampiran Hasil Kuesioner	69
Lampiran Transkrip.....	75
Lampiran Dokumentasi.....	81



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA