

**PERANCANGAN PROMOSI MIE AYAM BANGKA DI
COFFEDA KOPITIAM**



LAPORAN TUGAS AKHIR

**Jenessa Josephine Sutedja
00000055704**

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

**PERANCANGAN PROMOSI MIE AYAM BANGKA DI
COFFEDA KOPITIAM**



LAPORAN TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Desain Komunikasi Visual

Jenessa Josephine Sutedja

00000055704

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 : Jenessa Josephine Sutedja

Nomor Induk Mahasiswa : 00000055704

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

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

PERANCANGAN PROMOSI MIE AYAM BANGKA DI COFFEDA KOPITIAM

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, 16 Juni 2025



(Jenessa Josephine Sutedja)

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul
PERANCANGAN PROMOSI MIE AYAM BANGKA
DI COFFEDA KOPITIAM

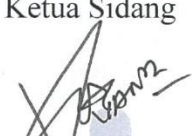
Oleh

Nama Lengkap : Jenessa Josephine Sutedja
Nomor Induk Mahasiswa : 00000055704
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain

Telah diujikan pada Senin, 16 Juni 2025
Pukul 13.00 s.d. 13.45 WIB dan dinyatakan
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang


Vania Hefiya, S.Ds., M.M.
0317099801/ 100021

Penguji


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

Pembimbing


Chara Susanti, M.Ds.
0313048703/ L00266

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 : Jenessa Josephine Sutedja
Nomor Induk Mahasiswa : 00000055704
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Jenjang : ~~D3~~/ S1/ S2* (*coret yang tidak dipilih)
Judul Karya Ilmiah : **PERANCANGAN PROMOSI MIE
AYAM BANGKA DI COFFEDA
KOPITIAM**

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, 16 Juni 2025


(Jenessa Josephine Sutedja)

* 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 kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan Tugas Akhir berjudul “Perancangan Promosi Mie Ayam Bangka di Coffeda Kopitiam” dengan baik. Tugas akhir ini dirancang berdasarkan atensi penulis terhadap masalah promosi yang sedang dialami Coffeda Kopitiam. Merespon masalah ini, penulis tergerak untuk merancang promosi yang sesuai dengan nilai-nilai yang dianut Coffeda Kopitiam, sehingga brand tersebut dapat menjalankan promosi produk unggulannya dengan efektif.

Tugas akhir ini dirancang sebagai salah satu syarat yudisium dalam memperoleh gelar Sarjana Desain di Universitas Multimedia Nusantara. Dalam pengerjaannya, tugas akhir ini mendapat banyak bimbingan, bantuan, dan dukungan dari berbagai pihak. Maka dari itu, penulis ingin 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. Chara Susanti M. Ds., 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.
6. Narasumber beserta responden yang bersedia memberi waktu dan pendapat.

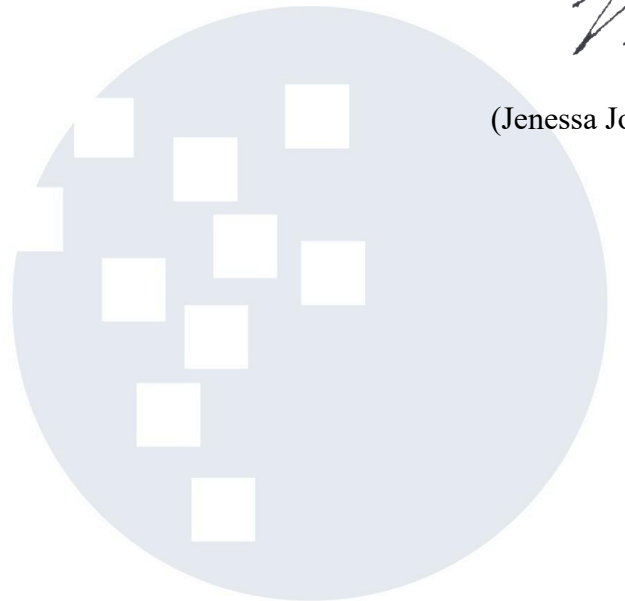
Penulis menyadari bahwa penulisan tugas akhir ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun diharapkan untuk menyempurnakan penulisan tugas akhir. Akhir kata, penulis berharap perancangan tugas akhir ini dapat bermanfaat dan memberi dampak baik brand Coffeda Kopitiam dan juga

berkontribusi dalam perkembangan pengetahuan di bidang desain komunikasi visual.

Tangerang, 16 Juni 2025



(Jenessa Josephine Sutedja)



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

PERANCANGAN PROMOSI MIE AYAM BANGKA

DI COFFEDA KOPITIAM

(Jenessa Josephine Sutedja)

ABSTRAK

Coffeda Kopitiam adalah kopitiam ala malaysia yang berlokasi di Banjar Wijaya, Kota Tangerang, yang menyajikan berbagai hidangan lokal dan oriental, dengan mie ayam bangka sebagai menu unggulannya. Mie ayam bangka Coffeda Kopitiam memiliki keistimewaan sebagai otentik khas bangka, dibuat dengan cita rasa otentik resep turun-menurun dan penggunaan bahan berkualitas. Namun berdasarkan pengumpulan data campuran (*mixed methods*) yakni kuesioner dan wawancara, diidentifikasi masalah terkait *brand knowledge*, dimana target audiens tidak mengetahui menu andalan brand, yakni mie ayam bangka otentik. Masalah ini diakibatkan media promosi Instagram Coffeda Kopitiam yang tidak mengangkat mie ayam bangka sebagai menu unggulan brand. Padahal, mie ayam bangka adalah keunikan Coffeda Kopitiam yang membedakannya dengan kopitiam sejenis. Hal ini juga berlawanan dengan visi dan misi Coffeda Kopitiam, sebagai kopitiam yang ingin dikenal dengan menu mie ayam bangka yang lezat dan autentik. Jika terus berlangsung, Coffeda Kopitiam dapat kehilangan daya tarik dan keunikan yang membedakannya dengan kopitiam lainnya. Berdasarkan urgensi tersebut, diperlukannya perancangan promosi mie ayam bangka di Coffeda Kopitiam, agar masyarakat mengenali menu unggulan Coffeda Kopitiam, yakni mie ayam bangka. Perancangan ini mengikuti proses desain *Five Phase Model of Design Graphic Process* oleh Robin Landa yang menyangkut *research, analysis, concepts, design, dan implementation*. Harapannya, perancangan promosi ini dapat mencerminkan menu unggulan Coffeda Kopitiam dengan jelas pada target audiens dan menarik minat audiens.

Kata kunci: Coffeda Kopitiam, Promosi, Desain

PROMOTIONAL DESIGN FOR MIE AYAM BANGKA

AT COFFEDA KOPITIAM

(Jenessa Josephine Sutedja)

ABSTRACT (English)

Coffeda Kopitiam is a Malaysian-style kopitiam located in Banjar Wijaya, Kota Tangerang, that serves various local and oriental cuisine, with mie ayam bangka as its signature dish. Coffeda Kopitiam's mie ayam bangka has a specialty as an authentic Bangka's mie ayam dish, made with authentic recipe and quality ingredients. However, based on the compiled data (mixed methods) including questionnaire and interviews, a problem regarding brand knowledge comes to light, as targeted audience is not aware of the brand's signature dish. This problems stems from Coffeda Kopitiam's promotional media, Instagram, that is unable to highlight mie ayam bangka as the brand's signature dish. Whereas, mie ayam bangka is considered as Coffeda Kopitiam's uniqueness, something that differentiate the brand from other kopitiams. This also go against Coffeda Kopitiam's vision and mission to be a kopitiam that's recognized with its delicious and authentic mie ayam bangka. If this goes on, Coffeda Kopitiam might lose its main attraction and uniqueness, the one that sets the brand apart from other kopitiam businesses. Based on that urgency, rises a need for promotional design of Coffeda Kopitiam's mie ayam bangka, with the purpose of spreading awareness and knowledge regarding Coffeda Kopitiam's signature dish to the targeted audiences. The promotional design follows designing process of Five Phase Model of Design Graphic Process by Robin Landa that includes five steps: research, analysis, concepts, design, dan implementation. Hopefully, this promotional design reflects Coffeda Kopitiam's signature dish clearly to the audience and attract the interest of the audiences.

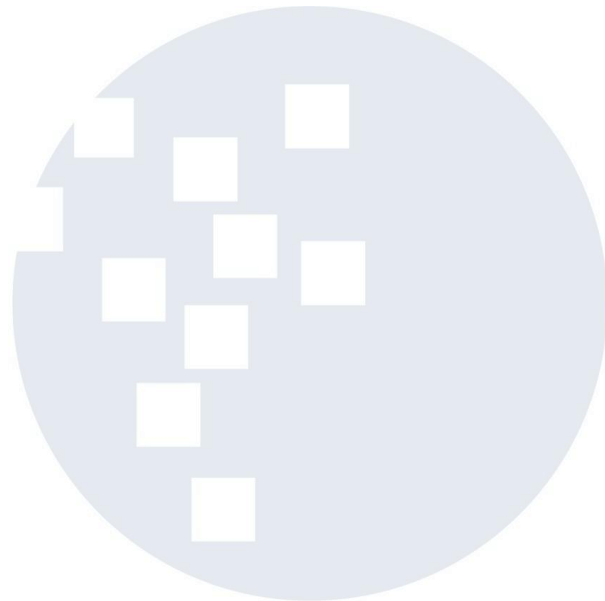
Keywords: *Coffeda Kopitiam, Promotion, Design*

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	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 Fungsi Promosi.....	5
2.1.2 Bauran Promosi.....	7
2.1.3 Media Promosi.....	8
2.1.4 Strategi Promosi (Model AISAS).....	10
2.1.5 Penyampaian Promosi	12
2.1.6 Pendekatan Promosi	13
2.1.7 <i>Brand Equity</i>	17
2.1.8 <i>Brand Positioning</i>	18
2.1.9 Desain Persuasi.....	18
2.2 Kopitiam	28
2.2.1 Mie Ayam Bangka.....	27
2.2.2 Promosi dalam Bidang F&B	28

2.3 Penelitian yang Relevan.....	29
BAB III METODOLOGI PERANCANGAN.....	35
3.1 Subjek Perancangan.....	35
3.1.1 Demografis	35
3.1.2 Geografis	35
3.1.3 Psikografis.....	36
3.2 Metode dan Prosedur Perancangan.....	36
3.3 Teknik dan Prosedur Perancangan	38
3.3.1 Observasi.....	39
3.3.2 Wawancara	39
3.3.3 Kuesioner	41
3.3.4 Studi Eksisting.....	38
3.3.5 Studi Referensi	38
3.3.6 <i>Market Validation Test</i>	39
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PERANCANGAN	44
4.1 Hasil Perancangan.....	44
4.1.1 Wawancara.....	44
4.1.2 Kuesioner.....	47
4.1.3 Observasi	52
4.1.4 SWOT Analysis.....	53
4.1.5 Observasi Kompetitor	53
4.1.6 Studi Eksisting	54
4.1.7 Studi Referensi.....	55
4.1.8 Design Process.....	55
4.2 Pembahasan Perancangan	81
4.2.1 <i>Market Validation Test</i>	81
4.2.2 Pembahasan Media.....	84
4.2.8 Anggaran	95
BAB V PENUTUP.....	96
5.1 Kesimpulan.....	96
5.2 Saran	97
DAFTAR PUSTAKA	xvii

LAMPIRAN.....	xix
---------------	-----

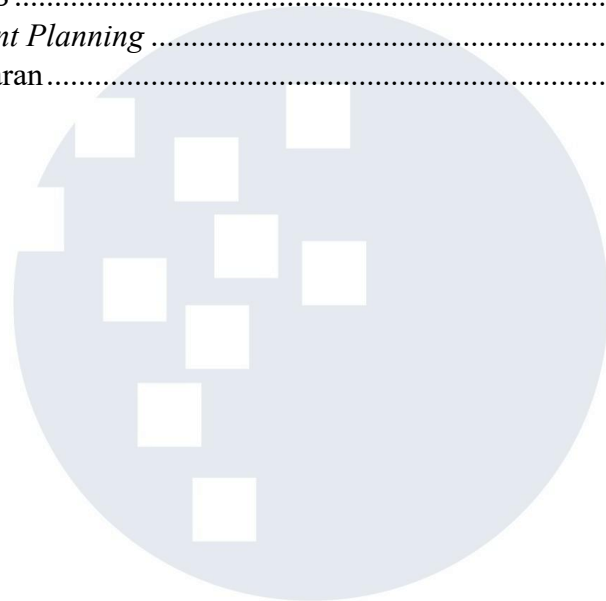


UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Relevan.....	22
Tabel 4.1 SWOT	42
Tabel 4.2 Kesimpulan Masalah.....	45
Tabel 4.3 <i>Creative Brief</i>	46
Tabel 4.4 AISAS	49
Tabel 4.5 <i>Content Planning</i>	56
Tabel 4.6 Anggaran.....	74



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Contoh Media ATL: <i>Billboard</i>	8
Gambar 2.2 Contoh Media BTL: <i>Direct Mail</i>	8
Gambar 2.3 Contoh Media TTL: <i>Social Media Marketing</i>	9
Gambar 2.4 Contoh Demonstrasi: Iklan Mama Lemon.....	13
Gambar 2.5 Contoh Perbandingan: Iklan Lifebuoy.....	13
Gambar 2.6 Contoh <i>Spokeperson: Brand Ambassador Skintific</i>	13
Gambar 2.7 Contoh <i>Endorsement: Endorsement brand Ponds</i>	14
Gambar 2.8 Contoh Testimoni: <i>Honest Review WOW Spaghetti</i>	14
Gambar 2.9 Contoh <i>Problem/Solution: Iklan Snickers</i>	15
Gambar 2.10 Contoh <i>Slice of Life: Iklan Gojek Sibuk Kantor</i>	15
Gambar 2.11 Contoh <i>Storytelling: Iklan Asuransi “Unsung Hero”</i>	16
Gambar 2.12 <i>Type Measurements</i>	20
Gambar 2.13 <i>Type Anatomy</i>	20
Gambar 2.14 Tipografi <i>Old Style</i>	21
Gambar 2.15 Tipografi <i>Transitional</i>	21
Gambar 2.16 Tipografi <i>Modern</i>	21
Gambar 2.17 Contoh Sudut <i>Bird’s Eye View</i>	25
Gambar 2.18 Contoh Sudut <i>High Angle</i>	25
Gambar 2.19 Contoh Sudut <i>Low Angle</i>	26
Gambar 2.20 Contoh Sudut <i>Eye Level</i>	27
Gambar 2.21 Contoh Sudut <i>Frog Eye Level</i>	27
Gambar 2.22 Contoh Karikatur Presiden AS.....	28
Gambar 2.23 Contoh Ilustrasi Iklan Produk Minuman.....	28
Gambar 2.24 Contoh Ilustrasi Kartun.....	28
Gambar 2.25 Jenis makanan pada kopitiam ala Malaysia.....	28
Gambar 2.26 Mie Ayam Bangka.....	28
Gambar 2.27 Lanskap Pulau Bangka.....	28
Gambar 4.1 Wawancara dengan Owner.....	33
Gambar 4.2 Wawancara dengan Target Audiens.....	35
Gambar 4.4 Data Demografi Audiens.....	37
Gambar 4.5 Data Demografi Usia Audiens.....	37
Gambar 4.6 Data Domisili Audiens.....	37
Gambar 4.7 Data <i>Awareness</i> Audiens Terhadap Brand.....	38
Gambar 4.8 Data Sumber <i>Awareness</i> Audiens.....	38
Gambar 4.9 Data <i>Awareness</i> Audiens Terhadap Menu Andalan.....	39
Gambar 4.10 Data Minat Mie Bangka.....	39
Gambar 4.11 Data Minat Konten Audiens.....	40
Gambar 4.12 Data Pilihan Media Audiens.....	40
Gambar 4.13 Data Pengaruh Instagram <i>Feeds</i> pada Keputusan Pembelian.....	41
Gambar 4.14 Observasi Lokasi Coffeda Kopitiam.....	42

Gambar 4.15 Kong Djie Coffee, Kompetitor Coffeda Kopitiam.....	43
Gambar 4.16 Studi Eksisting KOPITIAM.....	43
Gambar 4.17 Studi Referensi Early Kopitiam	44
Gambar 4.18 <i>User Persona</i>	46
Gambar 4.19 <i>Mindmap</i>	52
Gambar 4.20 <i>Moodboard</i>	53
Gambar 4.21 Referensi Perancangan	54
Gambar 4.22 <i>Color Palette</i>	54
Gambar 4.23 <i>LHF Colonial Roman</i> , Tipografi Pilihan	54
Gambar 4.24 Sketsa Eksplorasi Konten.....	55
Gambar 4.25 Sketsa Alternatif <i>Key Visual</i>	57
Gambar 4.26 Fotografi Mie Ayam Bangka (<i>Ambient Light</i>).....	57
Gambar 4.27 Fotografi Mie Ayam Bangka (<i>Artificial Light</i>).....	58
Gambar 4.28 Aset Fotografi Setelah <i>Editing</i>	58
Gambar 4.29 Ilustrasi Bawang Putih	59
Gambar 4.30 Ilustrasi Caisim.....	59
Gambar 4.31 Ilustrasi Ikan.....	59
Gambar 4.32 Pola Ilustrasi.....	59
Gambar 4.33 Referensi Pelengkap Mie Ayam Bangka	59
Gambar 4.34 Ilustrasi Pelengkap Mie Ayam Bangka.....	59
Gambar 4.35 Referensi Desain Jadul	59
Gambar 4.36 Ilustrasi Karakter Manusia	61
Gambar 4.37 Alternatif <i>Key Visual</i>	62
Gambar 4.38 Desain Instagram <i>Feeds</i>	62
Gambar 4.39 Proses Pengerjaan Desain <i>Feeds</i>	62
Gambar 4.40 Grid Instagram <i>Feeds</i>	63
Gambar 4.41 Desain Alternatif <i>Key Visual</i> dalam Instagram <i>Feeds</i>	63
Gambar 4.42 Sketsa, Grid, dan Desain <i>Post</i> Pengenalan Mie Bangka.....	63
Gambar 4.43 Sketsa dan Grid <i>Post</i> Kenangan Lama.....	63
Gambar 4.44 Desain Instagram <i>Feeds</i> Fase <i>Attention</i>	64
Gambar 4.45 Desain Instagram <i>Feeds</i> Fase <i>Interest</i>	64
Gambar 4.46 Sketsa Instagram <i>Story</i>	66
Gambar 4.47 Grid Instagram <i>Story</i>	66
Gambar 4.48 Desain Instagram <i>Story</i>	67
Gambar 4.49 Desain Seluruh Media Sekunder.....	67
Gambar 4.50 Desain Tas Kanvas	68
Gambar 4.51 Desain Banner Iklan Aplikasi	68
Gambar 4.52 Desain Filter Instagram	69
Gambar 4.53 Desain Poster Cetak	69
Gambar 4.54 Instagram <i>Feeds Mockup</i>	70
Gambar 4.55 Instagram <i>Story Mockup</i>	70
Gambar 4.56 Instagram Poster <i>Mockup</i>	71
Gambar 4.57 Tas Kanvas <i>Mockup</i>	71

Gambar 4.58 <i>Mockup</i> Instagram Filter & Banner.....	71
Gambar 4.59 <i>Market Validation Test</i> Jane Jelena.....	73
Gambar 4.60 <i>Market Validation Test</i> Jessica Janet	74
Gambar 4.61 <i>Market Validation Test</i> Samuel Sathio	75
Gambar 4.62 Analisis Keseluruhan Desain Instagram <i>Feeds</i>	75
Gambar 4.63 Analisis Instagram <i>Feeds Attention</i>	77
Gambar 4.64 Analisis Instagram <i>Feeds Interest</i>	78
Gambar 4.65 Analisis Instagram <i>Feeds Search</i>	79
Gambar 4.66 Analisis Instagram <i>Feeds Action</i>	80
Gambar 4.67 Analisis Instagram <i>Feeds Share</i>	80
Gambar 4.68 Analisis Keseluruhan Desain Instagram <i>Story</i>	83
Gambar 4.69 Analisis Desain Tas Kanvas	83
Gambar 4.70 Analisis Desain Banner Iklan Aplikasi	84
Gambar 4.71 Analisis Desain Instagram <i>Filter</i>	84
Gambar 4.72 Analisis Desain Poster Cetak	85



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Hasil Persentase Turnitin.....	xix
Lampiran Form Bimbingan & Spesialis	xx
Lampiran <i>Non-Disclosure Agreement</i>	xxiii
Lampiran <i>Non-Disclosure Statement</i>	xxvi
Lampiran Pre-Kuesioner	xxvii
Lampiran Kuesioner.....	xxxiii
Lampiran Transkrip Wawancara.....	xxxvii
Lampiran Dokumentasi.....	xlvi

