

**PERANCANGAN PROMOSI SENI TEATER  
DI GEDUNG KESENIAN JAKARTA**



**LAPORAN TUGAS AKHIR**

**Abigail Felicia Purnama**  
**00000058524**

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

**PERANCANGAN PROMOSI SENI TEATER  
DI GEDUNG KESENIAN JAKARTA**



**LAPORAN TUGAS AKHIR**

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh**

**Gelar Sarjana Desain Komunikasi Visual**

**Abigail Felicia Purnama**

**00000058524**

**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 : Abigail Felicia Purnama  
Nomor Induk Mahasiswa : 00000058524  
Program Studi : Desain Komunikasi Visual

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

### **PERANCANGAN PROMOSI SENI TEATER DI GEDUNG KESENIAN JAKARTA**

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, 2 Juli 2025



(Abigail Felicia Purnama)

## HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul  
**PERANCANGAN PROMOSI SENI TEATER  
DI GEDUNG KESENIAN JAKARTA**

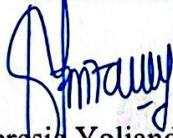
Oleh

Nama Lengkap : Abigail Felicia Purnama  
Nomor Induk Mahasiswa : 00000058524  
Program Studi : Desain Komunikasi Visual  
Fakultas : Seni dan Desain

Telah diujikan pada hari Rabu, 18 Juni 2025  
Pukul 15.15 s.d. 16.00 WIB dan dinyatakan  
**LULUS**

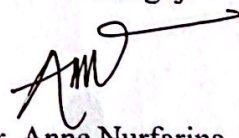
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



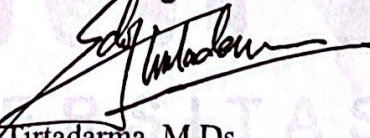
Fonita Theresia Yoliando, S.Ds., M.A.  
0311099302/ 043487

Penguji



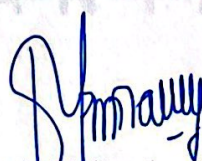
Dr. Anne Nurfarina, M.Sn.  
0416066807/ 069425

Pembimbing



Edo Tirtadarma, M.Ds.  
0924128506/ 071279

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 : Abigail Felicia Purnama  
Nomor Induk Mahasiswa : 00000058524  
Program Studi : Desain Komunikasi Visual  
Jenjang : ~~D3~~/ S1/ S2 (\*coret yang tidak dipilih)  
Judul Karya Ilmiah : **PERANCANGAN PROMOSI SENI  
TEATER DI GEDUNG KESENIAN  
JAKARTA**

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, 2 Juli 2025



(Abigail Felicia Purnama)

\* 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 ucapkan kepada Tuhan YME atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan baik dan tepat waktu. Adapun tujuan Tugas Akhir ini dibuat untuk memenuhi syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Desain (S.Ds.). Penulis menyadari bahwa perancangan Laporan Tugas Akhir ini jauh dari kata sempurna. Maka dari itu, penulis berterima kasih kepada Bapak/Ibu yang mendukung dan membantu dalam proses perancangan laporan Tugas Akhir ini

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. Edo Tirtadarma, M.Ds., selaku Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga terselesainya tugas akhir ini.
5. Cecep Saepudin, S.Sos., selaku Kepala Satuan Koleksi Sarana dan Prasarana pada Unit Pengelola Gedung Pertunjukan Seni dan Budaya yang telah bersedia menjadi narasumber untuk memberikan informasi terkait Gedung Kesenian Jakarta
6. Ilham Khoiri, S.Ag., M.Sn., selaku narasumber untuk Pakar Seni dan Budaya yang telah bersedia memberikan informasi terkait Seni dan Budaya di Indonesia.
7. Taufik (Okky), selaku narasumber yang telah bersedia memberikan informasi terkait perancangan kampanye promosi.
8. Regine Gabriel, Amarsha Noer, dan Joshua Nuari, selaku narasumber yang telah bersedia membagikan pengalamannya sebagai pengunjung Gedung Kesenian Jakarta.

9. Seluruh responden yang telah bersedia mengisi kuesioner mulai dari pra-riset, riset hingga *market validation*.
10. Teater KataK yang telah bersedia memberikan dokumentasi *photoshoot* Pentas Besar *The Maestro: Chocolate Dreams*.
11. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
12. Stefanie Virginia, Priscilia Adine dan Sherene Chavia sebagai teman seperjuangan mulai dari awal perkuliahan.

Semoga Laporan Tugas Akhir ini dapat memberikan wawasan manfaat bagi para pembaca dan dapat memberikan kontribusi positif khususnya dalam bidang yang saya teliti.

Tangerang, 2 Juli 2025



(Abigail Felicia Purnama)



# PERANCANGAN PROMOSI SENI TEATER

## DI GEDUNG KESENIAN JAKARTA

(Abigail Felicia Purnama)

### ABSTRAK

Gedung Kesenian Jakarta (GKJ) merupakan salah satu gedung pertunjukan bersejarah yang masih aktif beroperasi untuk menampilkan berbagai pertunjukan seni. Salah satu seni pertunjukan yang populer di Gedung Kesenian Jakarta yaitu seni teater. Akan tetapi, Gedung Kesenian Jakarta tidak memiliki aktivitas promosi yang aktif baik secara digital maupun konvensional. Ketidakefektifan ini berdampak pada rendahnya jangkauan terhadap audiens dan menurunkan tingkat *engagement* terhadap audiens. Hal ini dibuktikan pada salah satu unggahan terakhir Gedung Kesenian Jakarta yang memiliki komentar yang berisikan pertanyaan mengenai keaktifan Gedung Kesenian Jakarta. Maka dari itu, pada perancangan ini, penulis bertujuan untuk merancang sebuah desain promosi untuk mempromosikan kegiatan seni teater yang diadakan di Gedung Kesenian Jakarta. Perancangan ini menargetkan generasi Z yang berusia 16 - 28 tahun yang aktif bersosialisasi dan menyukai kegiatan interaktif. Penulis menggunakan metode pengumpulan data campuran yaitu observasi, wawancara dan kuesioner, dan dalam proses perancangan, penulis menggunakan teori Robin Landa yang diambil dari bukunya berjudul *Advertising by Design* dalam merancang karya desain promosi. Melalui metode tersebut, penulis merancang desain dengan strategi komunikasi untuk mengubah pandangan, perilaku, dan tindakan pengunjung terhadap seni teater yang diselenggarakan di Gedung Kesenian Jakarta.

**Kata kunci:** Gedung Kesenian Jakarta, seni teater, promosi



# ***DESIGNING THEATRE ARTS PROMOTION***

## ***IN JAKARTA ART BUILDING***

(Abigail Felicia Purnama)

### ***ABSTRACT (English)***

*Jakarta Art Building (Gedung Kesenian Jakarta) is one of the historic performing arts venues in Indonesia that remains actively used for showcasing various art performances. One of the most popular art forms performed at Jakarta Art Building is theater arts. However, Jakarta Art Building currently has less active promotional activities, both digitally and conventionally. This inactivity has resulted in limited audience reach and decreased engagement rates, as evidenced by one of Jakarta Art Building's last social media posts, which contains comments questioning the venue's current activity. Therefore, this design project aims to create a promotional design to promote theater performances held at Jakarta Art Building. This project targets generation z, aged 16 to 28, who are socially active and enjoy interactive activities. The writer employed a mixed-methods approach for data collection, including observation, interviews, and questionnaires. In the design process, the writer applies Robin Landa's theory from her book Advertising by Design to develop a promotion design. Through these methods, the writer aims to craft a communication strategy that transforms public perception, behavior, and actions toward theater performances held at Jakarta Art Building.*

**Keywords:** *Jakarta Art Building, theatre arts, promotion*



## 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 .....                               | xiii |
| DAFTAR GAMBAR.....                               | xv   |
| DAFTAR LAMPIRAN .....                            | xx   |
| 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 Desain Grafis .....                          | 5    |
| 2.1.1 Warna.....                                 | 5    |
| 2.1.1.1 Psikologi Warna .....                    | 5    |
| 2.1.2 Tipografi.....                             | 12   |
| 2.1.2.1 Prinsip Tipografi .....                  | 12   |
| 2.1.2.2 Klasifikasi Tipografi .....              | 13   |
| 2.1.2.3 Pemilihan Tipografi .....                | 14   |
| 2.1.3 Ilustrasi.....                             | 15   |
| 2.1.3.1 Jenis Ilustrasi.....                     | 15   |
| 2.1.4 Fotografi.....                             | 19   |
| 2.1.4.1 Prinsip Fotografi .....                  | 19   |
| 2.1.4.2 Komposisi Fotografi.....                 | 21   |
| 2.1.4.3 Jenis Fotografi .....                    | 23   |

|                                                        |    |
|--------------------------------------------------------|----|
| 2.1.5 Komposisi.....                                   | 29 |
| 2.1.5.1 <i>Grid</i> .....                              | 29 |
| 2.1.6 Prinsip Desain.....                              | 31 |
| 2.1.6.1 <i>Hierarchy</i> .....                         | 31 |
| 2.1.6.2 <i>Alignment</i> .....                         | 32 |
| 2.1.6.3 <i>Unity</i> .....                             | 32 |
| 2.1.6.4 <i>Space</i> .....                             | 33 |
| 2.2 Kampanye .....                                     | 34 |
| 2.2.1 Jenis Kampanye .....                             | 34 |
| 2.2.2 Iklan.....                                       | 36 |
| 2.2.2.1 <i>Brand Activation</i> .....                  | 36 |
| 2.2.3 <i>Customer Journey &amp; Touchpoints</i> .....  | 37 |
| 2.2.4 <i>Consumer Insight</i> .....                    | 38 |
| 2.2.5 <i>AISAS Consumer Behaviour Model</i> .....      | 38 |
| 2.2.6 <i>Cross Communication &amp; Media Mix</i> ..... | 39 |
| 2.2.7 <i>The PESO Model</i> .....                      | 40 |
| 2.2.8 <i>Art direction</i> .....                       | 43 |
| 2.2.9 <i>Copywriting</i> .....                         | 43 |
| 2.2.10 <i>Key Visual</i> .....                         | 44 |
| 2.3 Seni Pertunjukan.....                              | 44 |
| 2.3.1 Tujuan .....                                     | 45 |
| 2.3.2 Jenis .....                                      | 45 |
| 2.3.3 Gedung Pertunjukan .....                         | 47 |
| 2.3.3.1 Jenis Gedung Pertunjukan.....                  | 47 |
| 2.4 Penelitian yang Relevan.....                       | 49 |
| <b>BAB III METODOLOGI PERANCANGAN</b> .....            | 52 |
| 3.1 Subjek Perancangan .....                           | 52 |
| 3.2 Metode dan Prosedur Perancangan .....              | 53 |
| 3.2.1 <i>Overview</i> .....                            | 54 |
| 3.2.2 <i>Strategy</i> .....                            | 54 |
| 3.2.3 <i>Ideas</i> .....                               | 55 |
| 3.2.4 <i>Design</i> .....                              | 55 |

|                                                      |     |
|------------------------------------------------------|-----|
| 3.2.5 <i>Production</i> .....                        | 56  |
| 3.2.6 <i>Implementation</i> .....                    | 56  |
| 3.2.7 <i>Market Validation</i> .....                 | 56  |
| <b>3.3 Teknik dan Prosedur Perancangan</b> .....     | 56  |
| 3.3.1 Observasi.....                                 | 57  |
| 3.3.2 Wawancara .....                                | 58  |
| 3.3.3 Kuesioner .....                                | 66  |
| 3.3.4 Kuesioner Tambahan .....                       | 77  |
| 3.3.5 Studi Eksisting.....                           | 84  |
| 3.3.6 Studi Referensi .....                          | 85  |
| <b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PERANCANGAN</b> ..... | 86  |
| <b>4.1 Hasil Perancangan</b> .....                   | 86  |
| 4.1.1 <i>Overview</i> .....                          | 86  |
| 4.1.1.1 Hasil Observasi.....                         | 87  |
| 4.1.1.2 Hasil Wawancara .....                        | 93  |
| 4.1.1.3 Hasil Kuesioner .....                        | 105 |
| 4.1.1.4 Hasil Kuesioner Tambahan.....                | 112 |
| 4.1.1.5 Studi Eksisting.....                         | 116 |
| 4.1.1.6 Studi Referensi .....                        | 124 |
| 4.1.2 <i>Strategy</i> .....                          | 127 |
| 4.1.3 <i>Ideas</i> .....                             | 136 |
| 4.1.4 <i>Design</i> .....                            | 140 |
| 4.1.5 <i>Production</i> .....                        | 148 |
| 4.1.5.1 <i>Attention – Interest</i> .....            | 148 |
| 4.1.5.2 <i>Search</i> .....                          | 167 |
| 4.1.5.3 <i>Action</i> .....                          | 173 |
| 4.1.5.4 <i>Share</i> .....                           | 176 |
| 4.1.6 <i>Implementation</i> .....                    | 182 |
| 4.1.7 Kesimpulan Hasil Perancangan.....              | 182 |
| <b>4.2 Pembahasan Perancangan</b> .....              | 183 |
| 4.2.1 Analisa <i>Market Validation</i> .....         | 183 |
| 4.2.2 Analisa <i>Key Visual</i> .....                | 188 |

|                                                        |      |
|--------------------------------------------------------|------|
| 4.2.3 Analisis Tahap <i>Attention – Interest</i> ..... | 189  |
| 4.2.4 Analisis Tahap <i>Search</i> .....               | 201  |
| 4.2.5 Analisis Tahap <i>Action</i> .....               | 203  |
| 4.2.6 Analisis Tahap <i>Share</i> .....                | 205  |
| 4.3 Anggaran .....                                     | 208  |
| <b>BAB V PENUTUP</b> .....                             | 211  |
| 5.1 Simpulan .....                                     | 211  |
| 5.2 Saran .....                                        | 212  |
| <b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....                            | xxi  |
| <b>LAMPIRAN</b> .....                                  | xxvi |

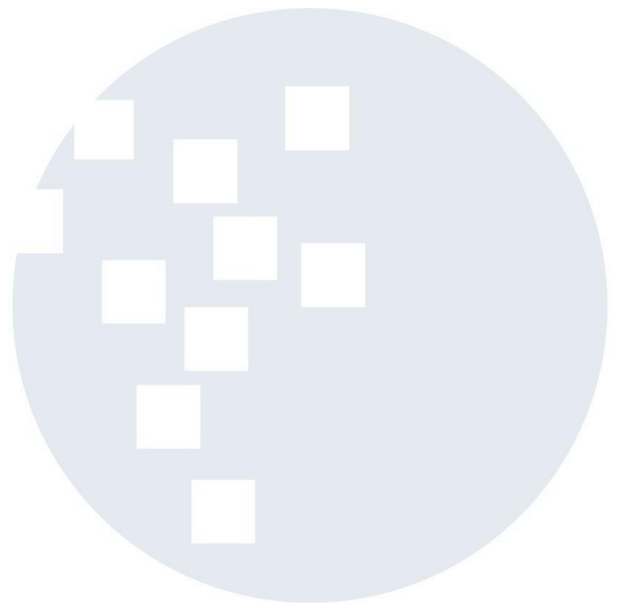


## DAFTAR TABEL

|                                                                               |     |
|-------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Tabel 2.1 Penelitian Relevan.....                                             | 49  |
| Tabel 3.1 Daftar Pertanyaan Untuk Pihak Gedung Kesenian Jakarta.....          | 59  |
| Tabel 3.2 Daftar Pertanyaan Untuk Pakar Seni dan Budaya .....                 | 61  |
| Tabel 3.3 Daftar Pertanyaan Untuk Pakar Kampanye Promosi .....                | 63  |
| Tabel 3.4 Daftar Pertanyaan Untuk Pengunjung Gedung Kesenian Jakarta.....     | 65  |
| Tabel 3.5 Daftar Pertanyaan Kuesioner <i>Section 1</i> .....                  | 67  |
| Tabel 3.6 Daftar Pertanyaan Kuesioner <i>Section 2</i> .....                  | 68  |
| Tabel 3.7 Daftar Pertanyaan Kuesioner <i>Section 3</i> .....                  | 71  |
| Tabel 3.8 Daftar Pertanyaan Kuesioner <i>Section 4</i> .....                  | 73  |
| Tabel 4.1 Tabel Data Usia Responden .....                                     | 106 |
| Tabel 4.2 Tabel Data Domisili Responden .....                                 | 106 |
| Tabel 4.3 Tabel Data Ketertarikan Responden Pada Seni Pertunjukan .....       | 106 |
| Tabel 4.4 Tabel Data Preferensi Tempat Menonton Seni Pertunjukan.....         | 107 |
| Tabel 4.5 Tabel Data Preferensi Teman Menonton .....                          | 107 |
| Tabel 4.6 Tabel Data Budget untuk Menonton.....                               | 108 |
| Tabel 4.7 Tabel Data <i>Awareness</i> Responden.....                          | 108 |
| Tabel 4.8 Tabel Data Informasi yang Didapatkan .....                          | 109 |
| Tabel 4.9 Tabel Data Kunjungan Gedung Kesenian Jakarta .....                  | 110 |
| Tabel 4.10 Tabel Data Pilihan Responden Pada Perbandingan Konten Promosi      | 110 |
| Tabel 4.11 Tabel Data Elemen yang Menarik Pada Konten Promosi.....            | 110 |
| Tabel 4.12 Tabel Data Persetujuan Responden Pada Keputusan Berkunjung....     | 111 |
| Tabel 4.13 Tabel Data Preferensi <i>Style Visual</i> .....                    | 111 |
| Tabel 4.14 Tabel Data Tambahan Ketertarikan dengan Seni Teater .....          | 112 |
| Tabel 4.15 Tabel Media Informasi Seni Teater .....                            | 112 |
| Tabel 4.16 Tabel Pertimbangan Menonton Seni Teater.....                       | 113 |
| Tabel 4.17 Tabel Teater yang Pernah Ditonton .....                            | 113 |
| Tabel 4.18 Tabel Preferensi Instagram <i>Story</i> .....                      | 115 |
| Tabel 4.19 Tabel Preferensi Instagram <i>Feed</i> .....                       | 116 |
| Tabel 4.20 Tabel Preferensi Spotify.....                                      | 116 |
| Tabel 4.21 Tabel Analisa SWOT Studi Eksisting.....                            | 122 |
| Tabel 4.22 Tabel <i>Creative Brief</i> .....                                  | 127 |
| Tabel 4.23 <i>Timeline</i> Media berdasarkan AISAS.....                       | 134 |
| Tabel 4.24 Hasil <i>Market Validation Key Visual</i> Kebersamaan .....        | 183 |
| Tabel 4.25 Hasil <i>Market Validation Key Visual Fun</i> .....                | 184 |
| Tabel 4.26 Hasil <i>Market Validation Gaya dan Bahasa Key Visual</i> .....    | 184 |
| Tabel 4.27 Hasil <i>Market Validation</i> Penyampaian Pesan Pada Media.....   | 185 |
| Tabel 4.28 Hasil <i>Market Validation</i> Pemilihan Media Sesuai Target ..... | 185 |
| Tabel 4.29 Hasil <i>Market Validation</i> Konsistensi Visual Pada Media.....  | 186 |
| Tabel 4.30 Hasil <i>Market Validation</i> Kelebihan Perancangan.....          | 186 |
| Tabel 4.31 Hasil <i>Market Validation</i> Kekurangan Perancangan.....         | 187 |



|                                |     |
|--------------------------------|-----|
| Tabel 4.32 Tabel Anggaran..... | 208 |
|--------------------------------|-----|



UMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR GAMBAR

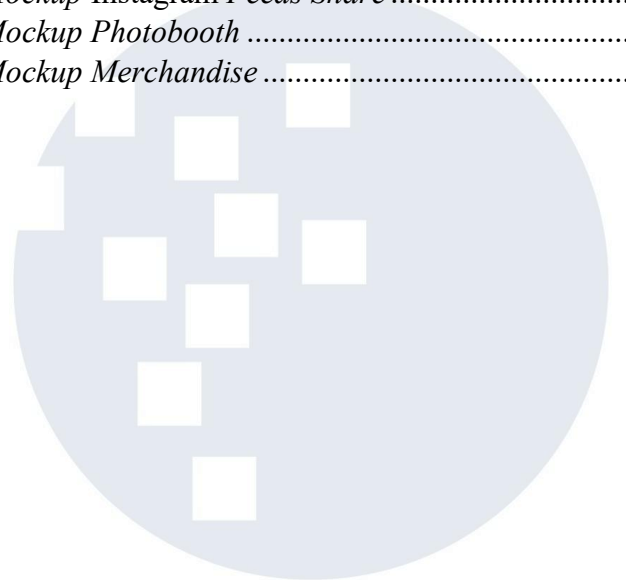
|                                                            |    |
|------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 2.1 Poster Warna Merah.....                         | 6  |
| Gambar 2.2 Poster Warna Merah Muda .....                   | 7  |
| Gambar 2.3 Poster Warna Jingga.....                        | 7  |
| Gambar 2.4 Poster Warna Kuning .....                       | 8  |
| Gambar 2.5 Poster Warna Hijau .....                        | 8  |
| Gambar 2.6 Poster Warna Biru .....                         | 9  |
| Gambar 2.7 Poster Warna Ungu .....                         | 10 |
| Gambar 2.8 Poster Warna Hitam .....                        | 10 |
| Gambar 2.9 Poster Warna Putih.....                         | 11 |
| Gambar 2.10 Poster Warna Cokelat.....                      | 11 |
| Gambar 2.11 Klasifikasi Tipografi .....                    | 13 |
| Gambar 2.12 Contoh Ilustrasi Naturalis .....               | 15 |
| Gambar 2.13 Contoh Ilustrasi Dekoratif.....                | 16 |
| Gambar 2.14 Contoh Ilustrasi Kartun .....                  | 17 |
| Gambar 2.15 Contoh Ilustrasi Karikatur .....               | 17 |
| Gambar 2.16 Contoh Ilustrasi Cerita Gambar .....           | 18 |
| Gambar 2.17 Contoh Ilustrasi Khayalan.....                 | 18 |
| Gambar 2.18 Contoh <i>Shutter Speed</i> .....              | 19 |
| Gambar 2.19 Contoh <i>Aperture</i> .....                   | 20 |
| Gambar 2.20 Contoh ISO.....                                | 20 |
| Gambar 2.21 Contoh Penggunaan <i>Rule of Third</i> .....   | 21 |
| Gambar 2.22 Contoh Penggunaan <i>Rule of Space</i> .....   | 22 |
| Gambar 2.23 Contoh Penggunaan <i>Rule of Odd</i> .....     | 22 |
| Gambar 2.24 Contoh Penggunaan <i>Gestalt Theory</i> .....  | 23 |
| Gambar 2.25 Contoh Fotografi Komersial.....                | 24 |
| Gambar 2.26 Contoh Fotografi Editorial .....               | 25 |
| Gambar 2.27 Contoh Fotografi Olahraga.....                 | 25 |
| Gambar 2.28 Contoh Fotografi Arsitektur .....              | 26 |
| Gambar 2.29 Contoh Fotografi Sosial .....                  | 27 |
| Gambar 2.30 Contoh Fotografi Satwa Liar dan Alam .....     | 27 |
| Gambar 2.31 Contoh Jurnalisme Foto .....                   | 28 |
| Gambar 2.32 Contoh Foto Busana .....                       | 29 |
| Gambar 2.33 Anatomi Grid.....                              | 30 |
| Gambar 2.34 Contoh Hirarki Visual .....                    | 31 |
| Gambar 2.35 Contoh Penggunaan <i>Alignment</i> .....       | 32 |
| Gambar 2.36 Contoh Penggunaan Prinsip <i>Unity</i> .....   | 33 |
| Gambar 2.37 Contoh Penggunaan <i>Space</i> .....           | 33 |
| Gambar 2.38 Poster <i>Public Service Advertising</i> ..... | 34 |
| Gambar 2.39 Poster <i>Cause Advertising</i> .....          | 35 |
| Gambar 2.40 Poster <i>Commercial Advertising</i> .....     | 36 |

|                                                                             |     |
|-----------------------------------------------------------------------------|-----|
| Gambar 2.41 Peta <i>Customer Journey</i> dan <i>Touchpoints</i> .....       | 37  |
| Gambar 2.42 Model AISAS .....                                               | 38  |
| Gambar 2.43 Perbedaan <i>Cross Communication</i> dan <i>Media Mix</i> ..... | 40  |
| Gambar 2.44 Contoh <i>Paid Media</i> .....                                  | 41  |
| Gambar 2.45 Contoh <i>Earned Media</i> .....                                | 41  |
| Gambar 2.46 Contoh <i>Shared Media</i> .....                                | 42  |
| Gambar 2.47 Contoh <i>Owned Media</i> .....                                 | 43  |
| Gambar 2.48 Contoh <i>Key Visual</i> .....                                  | 44  |
| Gambar 2.49 Seni Teater .....                                               | 45  |
| Gambar 2.50 Seni Tari .....                                                 | 46  |
| Gambar 2.51 Seni Musik .....                                                | 46  |
| Gambar 2.52 Opera .....                                                     | 47  |
| Gambar 2.53 Gedung Teater Florida .....                                     | 48  |
| Gambar 2.54 <i>Opera House</i> Sydney .....                                 | 48  |
| Gambar 2.55 Gedung Bioskop .....                                            | 49  |
| Gambar 4.1 Gedung Kesenian Jakarta .....                                    | 87  |
| Gambar 4.2 Auditorium Gedung Kesenian Jakarta .....                         | 88  |
| Gambar 4.3 Area Panggung Gedung Kesenian Jakarta .....                      | 89  |
| Gambar 4.4 <i>Point of View</i> Lantai 2 Ruang Auditorium .....             | 90  |
| Gambar 4.5 Ruang Tunggu Gedung Kesenian Jakarta .....                       | 90  |
| Gambar 4.6 Pintu Masuk Auditorium Gedung Kesenian Jakarta .....             | 91  |
| Gambar 4.7 Area Luar Gedung Kesenian Jakarta .....                          | 92  |
| Gambar 4.8 Dokumentasi Wawancara dengan Pihak GKJ .....                     | 93  |
| Gambar 4.9 Dokumentasi Wawancara dengan Pakar Seni dan Budaya .....         | 97  |
| Gambar 4.10 Dokumentasi Wawancara dengan Pakar Kampanye Promosi .....       | 100 |
| Gambar 4.11 Dokumentasi Wawancara dengan Pengunjung .....                   | 102 |
| Gambar 4.12 Dokumentasi Wawancara dengan Pengunjung .....                   | 103 |
| Gambar 4.13 Dokumentasi Wawancara dengan Pengunjung .....                   | 104 |
| Gambar 4.14 Kata Kunci Responden pada Gedung Kesenian Jakarta .....         | 109 |
| Gambar 4.15 Teater Besar TIM .....                                          | 117 |
| Gambar 4.16 Instagram TIM .....                                             | 117 |
| Gambar 4.17 <i>Copywriting</i> TIM .....                                    | 118 |
| Gambar 4.18 TikTok TIM .....                                                | 119 |
| Gambar 4.19 Ciputra Artpreneur .....                                        | 120 |
| Gambar 4.20 Instagram Ciputra Artpreneur .....                              | 120 |
| Gambar 4.21 <i>Copywriting</i> Ciputra Artpreneur .....                     | 121 |
| Gambar 4.22 TikTok Ciputra Artpreneur .....                                 | 121 |
| Gambar 4.23 <i>Website</i> Ciputra Artpreneur .....                         | 122 |
| Gambar 4.24 Fotografi <i>Museum of Archaeology and Ethnography</i> .....    | 124 |
| Gambar 4.25 <i>Chromatique Theatre</i> .....                                | 125 |
| Gambar 4.26 <i>Website The Metropolitan Museum</i> .....                    | 126 |
| Gambar 4.27 Skema Perencanaan Media berdasarkan AISAS .....                 | 133 |
| Gambar 4.28 Poster Pertunjukan KataK <i>The Maestro</i> .....               | 136 |

|                                                                               |     |
|-------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Gambar 4.29 <i>Mindmapping</i> Seni Teater di Gedung Kesenian Jakarta .....   | 137 |
| Gambar 4.30 Referensi <i>Moodboard</i> Visual .....                           | 138 |
| Gambar 4.31 <i>Moodboard Color Pallete</i> .....                              | 138 |
| Gambar 4.32 <i>Moodboard Font</i> .....                                       | 139 |
| Gambar 4.33 Proses Perancangan <i>Key Visual</i> Bimbingan Spesialis .....    | 141 |
| Gambar 4.34 Sketsa <i>Key Visual</i> .....                                    | 141 |
| Gambar 4.35 Hasil Pengambilan Foto GKJ .....                                  | 143 |
| Gambar 4.36 Hasil Pengambilan Foto Aktor Willy Wonka .....                    | 144 |
| Gambar 4.37 <i>Layout</i> Foto <i>Key Visual</i> .....                        | 144 |
| Gambar 4.38 Proses <i>Editing Key Visual</i> 1 .....                          | 145 |
| Gambar 4.39 Proses <i>Editing Key Visual</i> 2 dan 3 .....                    | 145 |
| Gambar 4.40 Proses Pembuatan Tipografi <i>Key Visual</i> .....                | 146 |
| Gambar 4.41 Proses Pembuatan Aset Visual Ilustrasi 2D dan 3D .....            | 147 |
| Gambar 4.42 Hasil Final <i>Key Visual</i> .....                               | 147 |
| Gambar 4.43 Sketsa Instagram <i>Story Ads Attention-Interest</i> .....        | 149 |
| Gambar 4.44 Proses Desain Instagram <i>Story Ads Attention-Interest</i> ..... | 149 |
| Gambar 4.45 Hasil Final Instagram <i>Story Ads Attention-Interest</i> .....   | 150 |
| Gambar 4.46 Sketsa Instagram <i>Feeds Attention Interest</i> .....            | 151 |
| Gambar 4.47 Proses Desain Instagram <i>Feeds Attention Interest</i> .....     | 151 |
| Gambar 4.48 Hasil Final Instagram <i>Feeds Attention Interest</i> .....       | 152 |
| Gambar 4.49 Sketsa Poster <i>Lift</i> .....                                   | 152 |
| Gambar 4.50 Proses Desain Poster <i>Lift</i> .....                            | 153 |
| Gambar 4.51 Hasil Final Poster <i>Lift</i> .....                              | 153 |
| Gambar 4.52 Sketsa <i>Billboard</i> .....                                     | 154 |
| Gambar 4.53 Proses Desain <i>Billboard</i> .....                              | 155 |
| Gambar 4.54 Hasil Final <i>Billboard</i> .....                                | 155 |
| Gambar 4.55 Sketsa Umbul-Umbul .....                                          | 156 |
| Gambar 4.56 Proses Desain Umbul-Umbul .....                                   | 157 |
| Gambar 4.57 Hasil Final Umbul-Umbul .....                                     | 157 |
| Gambar 4.58 Sketsa <i>Hanging Alley</i> .....                                 | 158 |
| Gambar 4.59 Proses Desain <i>Hanging Alley</i> .....                          | 158 |
| Gambar 4.60 Hasil Final <i>Hanging Alley</i> .....                            | 159 |
| Gambar 4.61 Sketsa <i>Ceiling Panel</i> .....                                 | 159 |
| Gambar 4.62 Proses Desain <i>Ceiling Panel</i> .....                          | 160 |
| Gambar 4.63 Hasil Final <i>Ceiling Panel</i> .....                            | 160 |
| Gambar 4.64 Sketsa <i>Wall Branding</i> .....                                 | 160 |
| Gambar 4.65 Proses Desain <i>Wall Branding</i> .....                          | 161 |
| Gambar 4.66 Hasil Final <i>Wall Branding</i> .....                            | 161 |
| Gambar 4.67 Sketsa <i>Wall Panel</i> .....                                    | 162 |
| Gambar 4.68 Proses Desain <i>Wall Panel</i> .....                             | 162 |
| Gambar 4.69 Hasil Final <i>Wall Panel</i> .....                               | 163 |
| Gambar 4.70 Sketsa <i>VIU Ads</i> .....                                       | 163 |
| Gambar 4.71 Proses Desain <i>VIU Ads</i> .....                                | 164 |

|                                                                     |     |
|---------------------------------------------------------------------|-----|
| Gambar 4.72 Hasil Final VIU Ads.....                                | 164 |
| Gambar 4.73 Proses Desain <i>Visual Audio Company</i> Spotify ..... | 165 |
| Gambar 4.74 Hasil Final <i>Visual Audio Company</i> Spotify .....   | 166 |
| Gambar 4.75 Sketsa <i>Display Overlay</i> Spotify .....             | 166 |
| Gambar 4.76 Proses Desain <i>Display Overlay</i> Spotify .....      | 167 |
| Gambar 4.77 Hasil Final <i>Display Overlay</i> Spotify .....        | 167 |
| Gambar 4.78 Sketsa <i>Instagram Feeds Search</i> .....              | 168 |
| Gambar 4.79 Proses Desain <i>Instagram Feeds Search</i> .....       | 169 |
| Gambar 4.80 Hasil Final <i>Instagram Feeds Search</i> .....         | 170 |
| Gambar 4.81 Proses Desain <i>Story QnA</i> .....                    | 170 |
| Gambar 4.82 Hasil Final <i>Story QnA</i> .....                      | 171 |
| Gambar 4.83 Sketsa <i>Microsite</i> .....                           | 171 |
| Gambar 4.84 Proses Desain <i>Microsite</i> .....                    | 172 |
| Gambar 4.85 Hasil Final <i>Microsite</i> .....                      | 173 |
| Gambar 4.86 Sketsa <i>Instagram Feeds Action</i> .....              | 174 |
| Gambar 4.87 Proses Desain <i>Instagram Feeds Action</i> .....       | 174 |
| Gambar 4.88 Hasil Final <i>Instagram Feeds Action</i> .....         | 175 |
| Gambar 4.89 Sketsa <i>Instagram Story Action</i> .....              | 175 |
| Gambar 4.90 Proses Desain <i>Instagram Story Action</i> .....       | 176 |
| Gambar 4.91 Hasil Final <i>Instagram Story Action</i> .....         | 176 |
| Gambar 4.92 Sketsa <i>Twibbon dan Frame Repost</i> .....            | 177 |
| Gambar 4.93 Proses Desain <i>Twibbon dan Frame Repost</i> .....     | 177 |
| Gambar 4.94 Hasil Final <i>Twibbon dan Frame Repost</i> .....       | 178 |
| Gambar 4.95 Proses Desain <i>Instagram Feeds Share</i> .....        | 178 |
| Gambar 4.96 Hasil Final <i>Instagram Feeds Share</i> .....          | 179 |
| Gambar 4.97 Sketsa <i>Photobooth</i> .....                          | 179 |
| Gambar 4.98 Proses Desain <i>Photobooth</i> .....                   | 180 |
| Gambar 4.99 Hasil Final <i>Photobooth</i> .....                     | 180 |
| Gambar 4.100 Sketsa <i>Mechandise</i> .....                         | 181 |
| Gambar 4.101 Proses Desain <i>Merchandise</i> .....                 | 181 |
| Gambar 4.102 Hasil Final <i>Merchandise</i> .....                   | 182 |
| Gambar 4.103 <i>Key Visual The Maestro</i> .....                    | 188 |
| Gambar 4.104 <i>Mockup Instagram Story Ads</i> .....                | 190 |
| Gambar 4.105 <i>Mockup Instagram Feeds Attention-Interest</i> ..... | 191 |
| Gambar 4.106 <i>Mockup Poster Lift</i> .....                        | 192 |
| Gambar 4.107 <i>Mockup Billboard</i> .....                          | 193 |
| Gambar 4.108 <i>Mockup Umbul-Umbul</i> .....                        | 194 |
| Gambar 4.109 <i>Mockup Hanging Alley</i> .....                      | 195 |
| Gambar 4.110 <i>Mockup Ceiling Panel</i> .....                      | 196 |
| Gambar 4.111 <i>Mockup Wall Branding</i> .....                      | 197 |
| Gambar 4.112 <i>Mockup Wall Panel</i> .....                         | 198 |
| Gambar 4.113 <i>Mockup VIU Ads</i> .....                            | 199 |
| Gambar 4.114 <i>Mockup Spotify Ads Audio Company</i> .....          | 200 |

|                                                              |     |
|--------------------------------------------------------------|-----|
| Gambar 4.115 <i>Mockup Spotify Ads Display Overlay</i> ..... | 200 |
| Gambar 4.116 <i>Mockup Instagram Feeds Seacrh</i> .....      | 201 |
| Gambar 4.117 <i>Mockup Instagram Story Search</i> .....      | 202 |
| Gambar 4.118 <i>Mockup Microsite</i> .....                   | 203 |
| Gambar 4.119 <i>Mockup Instagram Feeds Action</i> .....      | 204 |
| Gambar 4.120 <i>Mockup Instagram Story Action</i> .....      | 205 |
| Gambar 4.121 <i>Mockup Twibbon &amp; Frame Repost</i> .....  | 205 |
| Gambar 4.122 <i>Mockup Instagram Feeds Share</i> .....       | 206 |
| Gambar 4.123 <i>Mockup Photobooth</i> .....                  | 207 |
| Gambar 4.124 <i>Mockup Merchandise</i> .....                 | 207 |



UMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR LAMPIRAN

|                                           |      |
|-------------------------------------------|------|
| Lampiran Hasil Persentase Turnitin.....   | xxvi |
| Lampiran Form Bimbingan & Spesialis ..... | xxix |
| Lampiran NDS & NDA .....                  | xxxv |
| Lampiran Kuesioner.....                   | xli  |
| Lampiran Transkrip Wawancara.....         | lxii |
| Lampiran Dokumentasi.....                 | cix  |

