

PERANCANGAN PROMOSI INTERMEDIA BOOK STORE



LAPORAN TUGAS AKHIR

Peony Phylcia

00000061279

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS SENI DAN DESAIN

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

PERANCANGAN PROMOSI INTERMEDIA BOOK STORE



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN TUGAS AKHIR

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Desain Komunikasi Visual**

**Peony Phylicia
00000061279**

**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 : Peony Phylcia

Nomor Induk Mahasiswa : 00000061279

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir saya yang berjudul:

PERANCANGAN PROMOSI INTERMEDIA BOOK STORE

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, 17 Desember 2024



(Peony Phylcia)

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul

PERANCANGAN PROMOSI INTERMEDIA BOOK STORE

Oleh

Nama Lengkap : Peony Phylcia
Nomor Induk Mahasiswa : 00000061279
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain

Telah diujikan pada hari Rabu, 8 Januari 2025
Pukul 14.30 s.d. 15.15 WIB dan dinyatakan
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Dr. Suwito Casande, S.Sn., M.Ds.
0330117501/081436

Penguji

Rani Aryani Widjono, S.Sn., M.Ds.
0310019201/023987

Pembimbing

Ardyansyah, S.Sn., M.M., M.Ds.
0318127603/L00011

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 : Peony Phylcia
Nomor Induk Mahasiswa : 00000061279
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Jenjang : S1
Judul Karya Ilmiah : Perancangan Promosi Intermedia Book Store

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, 17 Desember 2024



(Peony Phylcia)

* 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 rahmatNya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul “Perancangan Promosi Intermedia Book Store”. Ketertarikan penulis dalam topik tugas akhir adalah membuat media promosi sebagai tujuan utama dalam menyebarkan informasi produk Intermedia Book Store kepada target audiens yang terarah. Perancangan promosi ini diharapkan mampu meningkatkan *brand awareness* Intermedia Book Store, tujuan yang tercapai sesuai dengan visi misi, dan memperluas pangsa pasar. Harapan penulis dalam pengerjaan tugas akhir ini dapat menjadi referensi dan merancang promosi Intermedia Book Store melalui *brainstorming* dan pemilihan strategi promosi.

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. Ardyansyah, S.Sn., M.M., 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. Seluruh teman-teman penulis yang memberikan dukungan selama masa pengerjaan tugas akhir.

Tangerang, 17 Desember 2024



(Peony Phylcia)

PERANCANGAN PROMOSI INTERMEDIA BOOK STORE

Peony Phylcia

ABSTRAK

Intermedia Book Store merupakan toko buku dan stasionery milik PT Starmedia Intisarana Sejati yang berdiri sejak tahun 2001 dengan 25 cabang yang tersebar di Jakarta, Depok, Tangerang, Serang, Cilegon, Bekasi, dan Bandung. Toko ini menyediakan produk yang berkualitas serta menawarkan berbagai merek dari stasionery ternama. Meskipun memiliki banyak cabang di wilayah Jabodetabek, masyarakat masih belum mengenali promosi menarik yang disediakan oleh Intermedia Book Store. Permasalahan ini disebabkan oleh kesulitan yang dialami Intermedia Book Store dalam mempertahankan proses transformasi ritel modern dan memanfaatkan media-media yang dapat menjangkau pelanggan lama dan pelanggan baru. Selain itu, Intermedia Book Store belum merancang promosi yang sesuai dengan target dan belum dilakukan secara maksimal. Penulis menggunakan metode kualitatif dalam pengambilan data dan menggunakan teori Robin Landa yang terdiri dari 5 tahapan selama proses pembuatan promosi. Melalui pengumpulan data ini, penulis merancang promosi dalam upaya meningkatkan minat beli pelanggan Intermedia Book Store. Pembuatan promosi ini tidak hanya berfokus pada pencapaian target audiens yang tepat, namun juga menyalurkan identitas Intermedia Book Store sebagai toko buku dan stasionery yang terpercaya serta nyaman bagi pelanggan untuk berbelanja.

Kata kunci: Intermedia Book Store, Bisnis Ritel, Promosi

PERANCANGAN PROMOSI INTERMEDIA BOOK STORE

Peony Phylcia

ABSTRACT (English)

Intermedia Book Store is a book store and stationery shop owned by PT Starmedia Intisarana Sejati, established in 2001 with 25 branches located in Jakarta, Depok, Tangerang, Serang, Cilegon, Bekasi, and Bandung. The store offers high-quality products and offers various well-known stationery brands. Despite of having many branches in the Jabodetabek area, many people are still unaware of the interesting promotions offered by Intermedia Book Store. This is due to Intermedia Book Store's challenges in adapting to modern retail transformations and utilizing media to reach both existing and new customers. Additionally, Intermedia Book Store has not effectively designed or maximized promotions aimed to its target audience. The author uses a qualitative method for data collection and refers to Robin Landa's theory which consists of 5 stages during the promotional creation process. Through this data collection, the author designs a promotion to increase customer interest towards Intermedia Book Store. The promotion development focuses not only on reaching the right audience, but also conveying the identity of Intermedia Book Store as a trustworthy and comfortable store for customers to shop at.

Keywords: *Intermedia Book Store, Retail Business, Promotion*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
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	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	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	4
2.1 Promosi.....	4
2.1.1 Tujuan Promosi	4
2.1.2 Jenis Promosi	5
2.1.3 Strategi Promosi	6
2.1.4 <i>Social Media Marketing</i>	7
2.2 Media Promosi.....	8
2.2.1 <i>Photography</i>	14
2.2.2 Warna.....	18
2.2.3. Skema Warna	19
2.2.4 Grid	22
2.2.5 Layout	25
2.2.6 <i>Copywriting</i>	27
2.2.7 Tipografi	29

2.3 Ritel.....	30
2.3.1 Jenis Ritel.....	30
2.3.2 Konsep Ritel.....	32
2.4 Penelitian yang Relevan.....	34
BAB III METODOLOGI PERANCANGAN.....	36
3.1 Subjek Perancangan	36
3.2 Metode dan Prosedur Perancangan	37
3.3 Teknik dan Prosedur Perancangan.....	39
3.3.1 Observasi	39
3.3.2 Wawancara.....	39
3.3.3 Kuesioner.....	42
3.3.4 Studi Referensi.....	44
3.3.5 Studi Kompetitor	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>	77
4.1.3 <i>Visual Concepts</i>	94
4.1.4 <i>Design</i>	99
4.1.5 <i>Implementation</i>	144
4.1.6 Bimbingan Spesialis	144
4.2 Analisis Perancangan.....	145
4.2.1 Analisis Market Validation / Beta Test.....	145
4.2.2 Analisis Desain Instagram Feed dan Story.....	149
4.2.3 Analisis Desain Instagram dan Facebook Ads.....	150
4.2.4 Analisis Desain Instagram Filter	151
4.2.5 Analisis Desain Poster.....	152
4.2.6 Analisis Desain Banner <i>E-commerce</i>	153
4.2.7 Analisis Desain Katalog <i>E-commerce</i>	154
4.2.8 Analisis Desain Facebook Post.....	154
4.2.9 Analisis Desain Website.....	155
4.2.10 Analisis Desain X-Banner.....	156

4.2.11 Analisis Desain Flyer	157
4.2.12 Analisis Desain <i>Banner Flag</i>	158
4.2.13 Analisis Desain Merchandise	159
4.2.14 <i>Budgeting</i>	159
BAB V PENUTUP	161
5.1 Simpulan	161
5.2 Saran	162
DAFTAR PUSTAKA	163
LAMPIRAN	166

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian yang Relevan.....	34
Tabel 4.1 Analisa SWOT	73
Tabel 4.2 Analisa STP.....	78
Tabel 4.3 User Persona Primer	80
Tabel 4.4 User Persona Sekunder	81
Tabel 4.5 Analisa SWOT Intermedia Book Store.....	82
Tabel 4.6 Customer Journey Primer	87
Tabel 4.7 Customer Journey Sekunder	88
Tabel 4.8 Media Strategic & Planning.....	92
Tabel 4.9 Media Timeline	93
Tabel 4.10 Big Idea	95
Tabel 4.11 Budgeting	160

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Billboard.....	9
Gambar 2.2 Brosur	10
Gambar 2.3 Poster.....	11
Gambar 2.4 Flyer	12
Gambar 2.5 Banner	12
Gambar 2.6 Merchandise	13
Gambar 2.7 Website.....	14
Gambar 2.8 F-stop.....	15
Gambar 2.9 Rule of Thirds.....	16
Gambar 2.10 Eye Level.....	16
Gambar 2.11 High Angle	17
Gambar 2.12 Low Angle.....	17
Gambar 2.13 Monochromatic	20
Gambar 2.14 Analogous.....	20
Gambar 2.15 Complementary	21
Gambar 2.16 Split Complementary	21
Gambar 2.17 Triads.....	22
Gambar 2.18 Tetrads.....	22
Gambar 2.19 Golden Section Grid.....	23
Gambar 2.20 Single Column Grid	24
Gambar 2.21 Multi Column Grid.....	24
Gambar 2.22 Modular Grid.....	25
Gambar 2.23 Columns and Gutters.....	26
Gambar 2.24 The Retail Life Cycle	32
Gambar 2.25 The Wheel of Retailing	33
Gambar 2.26 Retail Accordion	33
Gambar 4.1 Wawancara dengan Co-Owner Intermedia Book Store	47
Gambar 4.2 Wawancara dengan Supervisor Intermedia Book Store.....	49
Gambar 4.3 FGD dengan Siswi SMA Tarakanita Gading Serpong	51
Gambar 4.4 Data Pengunjung Toko Buku/Stasionery	53
Gambar 4.5 Data Pengetahuan Pengunjung.....	54
Gambar 4.6 Data Frekuensi Pengunjung	54
Gambar 4.7 Data Faktor Pertimbangan Pembelian Produk	55
Gambar 4.8 Data Pembelian Produk Secara Online	55
Gambar 4.9 Data Media Online yang Digunakan	56
Gambar 4.10 Data Pandangan Terhadap Media Konten.....	56
Gambar 4.11 Data Pandangan Terhadap Media E-commerce	57
Gambar 4.12 Data Pandangan Terhadap Media Website	57
Gambar 4.13 Data Pandangan Terhadap Media Promosi	58
Gambar 4.14 Data Pengetahuan Terhadap Intermedia Book Store	58

Gambar 4.15 Data Media Penemuan Intermedia Book Store	59
Gambar 4.16 Data Pembelian Intermedia Book Store	59
Gambar 4.17 Data Dorongan Dalam Membeli Produk Intermedia Book Store ...	60
Gambar 4.18 Data Pandangan Instagram Intermedia Book Store	60
Gambar 4.19 Data Pandangan Media Sosial Intermedia Book Store	61
Gambar 4.20 Toko Intermedia Book Store	62
Gambar 4.21 Media Promosi Intermedia Book Store	62
Gambar 4.22 Instagram Intermedia Book Store	63
Gambar 4.23 Website Intermedia Book Store	64
Gambar 4.24 Tokopedia Intermedia Book Store	65
Gambar 4.25 Toko Artemedia.....	66
Gambar 4.26 Instagram Artemedia	67
Gambar 4.27 Tiktok Artemedia	67
Gambar 4.28 Website Artemedia	68
Gambar 4.29 Tokopedia Artemedia	69
Gambar 4.30 Toko Artland	69
Gambar 4.31 Instagram Artland.....	70
Gambar 4.32 Facebook Artland	71
Gambar 4.33 Tiktok Artland	72
Gambar 4.34 Tokopedia Artland.....	72
Gambar 4.35 Website Artland.....	73
Gambar 4.36 Instagram Gramedia	76
Gambar 4.37 Tokopedia Gramedia	76
Gambar 4.38 Website Gramedia	77
Gambar 4.39 Mind Mapping.....	94
Gambar 4.40 Moodboard Referensi	97
Gambar 4.41 Moodboard Tone	97
Gambar 4.42 Typeface	98
Gambar 4.43 Warna	98
Gambar 4.44 Perancangan Aset Ilustrasi	100
Gambar 4.45 Aset Ilustrasi.....	100
Gambar 4.46 Aset Ilustrasi Dengan Efek.....	101
Gambar 4.47 Aset Fotografi.....	102
Gambar 4.48 Penggunaan Rule of Thirds	103
Gambar 4.49 Exif Aset Fotografi.....	103
Gambar 4.50 Hasil Edit Aset Fotografi	104
Gambar 4.51 Proses Perancangan Aset Tekstur	105
Gambar 4.52 Aset Tekstur	105
Gambar 4.53 Sketsa Key Visual	106
Gambar 4.54 Grid Key Visual	107
Gambar 4.55 Aset Ilustrasi Key Visual	108
Gambar 4.56 Aset Fotografi Key Visual.....	108
Gambar 4.57 Proses Perancangan Key Visual	109

Gambar 4.58 Finalisasi Key Visual	110
Gambar 4.59 Mockup Poster.....	110
Gambar 4.60 Sketsa Instagram dan Facebook Ads.....	111
Gambar 4.61 Proses Perancangan Instagram dan Facebook Ads	112
Gambar 4.62 Finalisasi Instagram dan Facebook Ads.....	112
Gambar 4.63 Sketsa Instagram Feeds	113
Gambar 4.64 Aset Ilustrasi Instagram Feeds	114
Gambar 4.65 Aset Fotografi Instagram Feeds	114
Gambar 4.66 Proses Perancangan Instagram Feed	115
Gambar 4.67 Finalisasi Instagram Feed.....	115
Gambar 4.68 Finalisasi 12 Instagram Feeds	116
Gambar 4.69 Sketsa Instagram Story.....	117
Gambar 4.70 Proses Perancangan Instagram Story	117
Gambar 4.71 Finalisasi Instagram Story.....	118
Gambar 4.72 Finalisasi 3 Instagram Story	118
Gambar 4.73 Sketsa Instagram Filter.....	119
Gambar 4.74 Proses Perancangan Instagram Filter	120
Gambar 4.75 Finalisasi Instagram Filter.....	120
Gambar 4.76 Sketsa Banner E-commerce	121
Gambar 4.77 Aset Fotografi Banner E-commerce.....	121
Gambar 4.78 Penambahan Efek Aset Fotografi Banner E-commerce.....	122
Gambar 4.79 Proses Perancangan Banner E-commerce	122
Gambar 4.80 Finalisasi Banner E-commerce.....	123
Gambar 4.81 Finalisasi 3 Banner E-commerce.....	123
Gambar 4.82 Mockup Banner E-commerce	123
Gambar 4.83 Sketsa Katalog E-commerce	124
Gambar 4.84 Proses Perancangan Katalog E-commerce.....	124
Gambar 4.85 Finalisasi Katalog E-commerce	125
Gambar 4.86 Sketsa Facebook Post.....	125
Gambar 4.87 Proses Perancangan Facebook Post.....	126
Gambar 4.88 Finalisasi Facebook Post	126
Gambar 4.89 Web Sitemap	127
Gambar 4.90 Grid Website	127
Gambar 4.91 Low Fidelity	128
Gambar 4.92 Proses Perancangan Banner Website	128
Gambar 4.93 Proses Perancangan Website.....	128
Gambar 4.94 Finalisasi Website	129
Gambar 4.95 Mockup Website	129
Gambar 4.96 Sketsa X-Banner.....	130
Gambar 4.97 Proses Perancangan X-Banner	130
Gambar 4.98 Finalisasi X-Banner.....	131
Gambar 4.99 Mockup X-Banner.....	132
Gambar 4.100 Sketsa Flyer	133

Gambar 4.101 Aset Ilustrasi Flyer	133
Gambar 4.102 Aset Fotografi Flyer	134
Gambar 4.103 Proses Perancangan Flyer	134
Gambar 4.104 Finalisasi Flyer	135
Gambar 4.105 Sketsa Banner Flag	135
Gambar 4.106 Proses Perancangan Banner Flag	136
Gambar 4.107 Finalisasi Banner Flag	137
Gambar 4.108 Mockup Banner Flag	137
Gambar 4.109 Sketsa Tote Bag	138
Gambar 4.110 Proses Perancangan Tote Bag	139
Gambar 4.111 Mockup Tote Bag	139
Gambar 4.112 Sketsa Notebook	140
Gambar 4.113 Proses Perancangan Notebook	140
Gambar 4.114 Mockup Notebook	141
Gambar 4.115 Sketsa Bookmark	141
Gambar 4.116 Proses Perancangan Bookmark	142
Gambar 4.117 Mockup Bookmark	142
Gambar 4.118 Sketsa Keychain	143
Gambar 4.119 Proses Perancangan Keychain	143
Gambar 4.120 Mockup Keychain	144
Gambar 4.121 Hasil Bimbingan Spesialis	145
Gambar 4.122 Beta Test	146
Gambar 4.123 Hasil Feedback Beta Test	149
Gambar 4.124 Implementasi Instagram Feed dan Story	150
Gambar 4.125 Implementasi Instagram Ads	151
Gambar 4.126 Implementasi Facebook Ads	151
Gambar 4.127 Implementasi Instagram Filter	152
Gambar 4.128 Implementasi Poster	153
Gambar 4.129 Implementasi Banner E-commerce	154
Gambar 4.130 Implementasi Katalog E-commerce	154
Gambar 4.131 Implementasi Facebook Post	155
Gambar 4.132 Implementasi Banner Website	156
Gambar 4.133 Implementasi Website	156
Gambar 4.134 Implementasi X-Banner	157
Gambar 4.135 Implementasi Flyer	158
Gambar 4.136 Implementasi Banner Flag	158
Gambar 4.137 Implementasi Merchandise	159

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Hasil Persentase Turnitin	166
Lampiran B Form Bimbingan & Spesialis	170
Lampiran C Consent Form dengan Co-Owner Intermedia Book Store	172
Lampiran D Consent Form dengan Supervisor Intermedia Book Store	173
Lampiran E Hasil Kuesioner	174
Lampiran F Transkrip Wawancara dengan Co-Owner Intermedia Book Store..	181
Lampiran G Transkrip Wawancara dengan Supervisor Intermedia Book Store.	186
Lampiran H Transkrip Focus Group Discussion	189
Lampiran I Bimbingan Spesialis	194
Lampiran J Transkrip Wawancara Beta Test 1	195
Lampiran K Transkrip Wawancara Beta Test 2.....	198
Lampiran L Transkrip Wawancara Beta Test 3	201