

**PERANCANGAN MEDIA PROMOSI UNTUK
MAY'S SPACE CREATIVE COMPOUND**



LAPORAN TUGAS AKHIR

Muhammad Ghufransyah

00000060111

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS SENI DAN DESAIN
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2026**

**PERANCANGAN MEDIA PROMOSI UNTUK
MAY'S SPACE CREATIVE COMPOUND**



LAPORAN TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Desain Komunikasi Visual

Muhammad Ghufransyah

00000060111

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS SENI DAN DESAIN

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2026

i

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Muhammad Ghufransyah
Nomor Induk Mahasiswa : 00000060111
Program Studi : Desain Komunikasi Visual

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

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI UNTUK MAY'S SPACE CREATIVE COMPOUND

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 Desember 2025



Muhammad Ghufransyah

HALAMAN PERNYATAAN PENGGUNAAN BANTUAN KECERDASAN ARTIFISIAL (AI)

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Muhammad Ghufransyah
NIM : 00000060111
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Judul Laporan : PERANCANGAN MEDIA PROMOSI UNTUK MAY'S
SPACE CREATIVE COMPOUND

Dengan ini saya menyatakan secara jujur menggunakan bantuan Kecerdasan Artifisial (AI) dalam pengerjaan Tugas/Project/Tugas Akhir sebagai berikut (beri tanda centang yang sesuai):

- ☐ Menggunakan AI sebagaimana diizinkan untuk membantu dalam menghasilkan ide-ide utama saja
- ☐ Menggunakan AI sebagaimana diizinkan untuk membantu menghasilkan teks pertama saja
- ☐ Menggunakan AI untuk menyempurnakan sintaksis dan tata bahasa untuk pengumpulan tugas
- ☒ Karena tidak diizinkan: Tidak menggunakan bantuan AI dengan cara apa pun dalam pembuatan tugas

Saya juga menyatakan bahwa:

- (1) Menyerahkan secara lengkap dan jujur penggunaan perangkat AI yang diperlukan dalam tugas melalui Formulir Penggunaan Perangkat Kecerdasan Artifisial (AI)
- (2) Saya mengakui bahwa saya telah menggunakan bantuan AI dalam tugas saya baik dalam bentuk kata, paraphrase, penyertaan ide atau fakta penting yang disarankan oleh AI dan saya telah menyantumkannya dalam sitasi serta referensi
- (3) Terlepas dari pernyataan di atas, tugas ini sepenuhnya merupakan karya saya sendiri

Tangerang, 12 Desember 2025

Yang Menyatakan,



Muhammad Ghufransyah

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul
**PERANCANGAN MEDIA PROMOSI UNTUK
MAY'S SPACE CREATIVE COMPOUND**

Oleh

Nama Lengkap : Muhammad Ghufransyah
Nomor Induk Mahasiswa : 00000060111
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain

Telah diujikan pada hari Jumat, 9 Januari 2026
Pukul 11.15 s.d. 12.00 WIB dan dinyatakan
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

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

Penguji

Adhreza Brahma, M.Ds.
0304088702/ 047250

Pembimbing

Edo Tirtadarma, M.Ds.
0324128506/ 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 : Muhammad Ghufransyah
Nomor Induk Mahasiswa : 00000060111
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Jenjang : ~~D3~~/ S1/ ~~S2~~* (*coret yang tidak dipilih)
Judul Karya Ilmiah : PERANCANGAN PROMOSI UNTUK
MAY'S SPACE CREATIVE COMPOUND

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 Oktober 2025


Muhammad Ghufransyah

* 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 kehadirat Allah SWT Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul *"Perancangan Media Promosi Untuk May's Space Creative Compound"*. Tugas Akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi di Program Studi Desain Komunikasi Visual. Penyusunan Tugas Akhir ini bertujuan untuk mengkaji serta merancang media promosi untuk tempat May's Space Creative Compound dalam upaya meningkatkan penjualan serta keberedaan tempat pada kalangan anak muda sebagai *meltingpot* kreatif. Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat memberikan kontribusi yang bermanfaat bagi komunitas kreatif serta menjadi referensi bagi pihak-pihak yang berkepentingan dalam bidang kreatif. Penulis menyadari bahwa penyelesaian Tugas Akhir ini tidak terlepas dari bantuan dan dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa 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. Edo Tirtadarma, M.Ds., selaku Dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga terselesainya tugas akhir ini.
5. Keluarga, yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Seluruh Narasumber yang bersedia menyalurkan ilmu serta pengalaman mereka sehingga dapat terselesaikan tugas akhir ini.
7. Teman teman, Tiffany, Nabila, Novent, Syahrian, Shofwan, Jiddan, Adriel, Jona, Livia, Derryl, Vanessa, Nabilla, Luthfi, Iko, Javier, Andi, dan Laras yang

telah memberikan dukungan emosional dan motivasi, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dengan lancar bahagia.

8. Suling dan Oco yang telah memberikan wawasan serta perspektif baru yang berharga dalam proses perancangan yang dilakukan.

Semoga karya ilmiah ini dapat memberikan kontribusi yang bermanfaat bagi perkembangan strategi promosi serta menjadi referensi bagi pihak yang membutuhkan.

Tangerang, 2 Oktober 2025



Muhammad Ghufransyah



PERANCANGAN MEDIA PROMOSI UNTUK

MAY'S SPACE CREATIVE COMPOUND

(Muhammad Ghufransyah)

ABSTRAK

May's Space Creative Compound merupakan *creative hub* yang berdiri sejak 2021 di Cibubur, Kabupaten Bogor. Tempat ini menyediakan ruang kolaborasi bagi komunitas kreatif dan pelaku UMKM. Namun, aktivitas promosi yang minim dan identitas visual yang belum konsisten menyebabkan penurunan jumlah pengunjung. Tugas akhir ini bertujuan merancang strategi dan media promosi digital yang mampu meningkatkan daya tarik audiens usia 22–27 tahun di wilayah JABODETABEK. Penelitian menggunakan metode kualitatif melalui observasi, wawancara dengan pengelola, dan penyebaran kuesioner kepada 57 responden. Proses perancangan mengacu pada teori *Six Phases of Creative Thinking* Robin Landa, pada buku nya yakni *Advertising by Design*, yang meliputi orientasi, strategi, ide, desain, produksi, dan implementasi. Strategi promosi disusun dengan pendekatan *PESO* (*Paid, Earned, Shared, Owned*) untuk mengelompokkan dan mengoptimalkan media komunikasi. Hasil perancangan meliputi identitas visual baru dan konten promosi digital yang konsisten pada Instagram dan TikTok, dilengkapi konten dan *key visual* yang relevan dengan gaya hidup target audiens. Implementasi ini diharapkan meningkatkan kesadaran merek, memperkuat citra May's Space Creative Compound sebagai ruang kreatif, serta mendorong loyalitas dan kunjungan pengunjung baru.

Kata kunci: Desain Promosi, *Compound*, *May's Space Creative Compound*

PROMOTIONAL MEDIA DESIGN

FOR MAY'S SPACE CREATIVE COMPOUND

(Muhammad Ghufransyah)

ABSTRACT (English)

May's Space Creative Compound is a creative hub established in 2021 in Cibubur, Bogor Regency. It provides collaborative spaces for creative communities and local micro, small, and medium enterprises (MSMEs). However, limited promotional activities and an inconsistent visual identity have led to a decline in visitor numbers. This final project aims to design a promotional strategy and digital media that can enhance the appeal of audiences aged 22–27 in the Greater Jakarta area (JABODETABEK). The study employs a qualitative method through direct observation, interviews with management, and questionnaires distributed to 57 respondents. The design process refers to the Six Phases of Creative Thinking theory by Robin Landa, as presented in Advertising by Design, which includes overview, strategy, idea generation, design, production, and implementation. The promotional strategy is structured using the PESO approach (Paid, Earned, Shared, Owned) to categorize and optimize communication media. The results include a refreshed visual identity and consistent digital promotional content on Instagram and TikTok, featuring key visuals and materials aligned with the lifestyle of the target audience. This implementation is expected to increase brand awareness, strengthen May's Space Creative Compound's image as a creative hub, and encourage customer loyalty as well as attract new visitors.

Keywords: Promotional Design, Compound, May's Space Creative Compound

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PERNYATAAN PENGGUNAAN BANTUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT (English)</i>	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Batasan Masalah	3
1.4 Tujuan Tugas Akhir	4
1.5 Manfaat Tugas Akhir	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	5
2.1 Promosi.....	5
2.1.1 Fungsi & Tujuan Promosi.....	5
2.1.2 Strategi Dalam Promosi.....	6
2.1.3 Media Promosi.....	8
2.1.4 Jenis-Jenis Promosi.....	9
2.1.5 Strategi Komunikasi Promosi	11
2.1.6 Elemen Desain	19
2.2 <i>Creative Hub</i>	25
2.2.1. Manfaat <i>Creative Hub</i>	26
2.3 Penelitian yang Relevan.....	27

BAB III METODOLOGI PERANCANGAN	30
3.1 Subjek Perancangan	30
3.2 Metode dan Prosedur Perancangan	31
3.3 Teknik dan Prosedur Perancangan	33
3.3.1 Observasi	34
3.3.2 Wawancara	35
3.3.3 Kuesioner	37
3.3.4 Studi Eksisting	40
3.3.5 Studi Referensi	40
3.3.6 <i>Market Validation</i>	40
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PERANCANGAN	42
4.1 Hasil Perancangan	42
4.1.1 <i>Overview</i>	42
4.1.2 <i>Strategy</i>	67
4.1.3 <i>Ideas</i>	81
4.1.4 <i>Design</i>	85
4.1.5 <i>Production</i>	106
4.1.6 <i>Implementation</i>	138
4.1.7 Kesimpulan Hasil Perancangan	142
4.2 Pembahasan Perancangan	143
4.2.1 Analisis <i>Market Validation</i>	143
4.2.2 Analisis Hasil Perancangan Media <i>Attention & Interest</i>	148
4.2.3 Analisis Hasil Perancangan Media <i>Search</i>	158
4.2.4 Analisis Hasil Perancangan Media <i>Action</i>	160
4.2.5 Analisis Hasil Perancangan Media <i>Share</i>	167
4.2.6 Anggaran	176
BAB V PENUTUP	179
5.1 Simpulan	179
5.2 Saran	180
DAFTAR PUSTAKA	xvi
LAMPIRAN	xix



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian yang Relevan.....	27
Tabel 3.1 Daftar Pertanyaan Kuesioner	37
Tabel 3.2 Daftar Pertanyaan Kuesioner 2	38
Tabel 3.3 Daftar Pertanyaan Kuesioner 3	39
Tabel 4.1 Perencanaan Pesan dan Media berdasarkan AISAS	77
Tabel 4.2 Perencanaan Pesan dan Media berdasarkan AISAS	81
Tabel 4.3 Hasil Kuesioner Mark,et Validation	143
Tabel 4.4 Hasil Kuesioner Market Validation	145
Tabel 4.5 Hasil Kuesioner Market Validation	147
Tabel 4.6 Hasil Anggaran Perancangan	176



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Promosi.....	5
Gambar 2.2 Integrated Marketing Communications (IMC)	7
Gambar 2.3 Advertising	9
Gambar 2.4 Sales Promotion.....	10
Gambar 2.5 Public Relations.....	10
Gambar 2.6 Personal Selling.....	11
Gambar 2.7 Direct Marketing	11
Gambar 2.8 Art Directing	12
Gambar 2.9 Copywriting.....	12
Gambar 2.10 Storytelling	13
Gambar 2.11 PESO Model.....	14
Gambar 2.12 Paid Media.....	15
<i>Gambar 2.13 Earned Media</i>	15
<i>Gambar 2.14 Shared Media</i>	16
Gambar 2.15 Owned Media	16
Gambar 2.16 AISAS Model.....	18
Gambar 2.17 Warna	20
Gambar 2.18 Tipografi.....	21
Gambar 2.19 Layout.....	22
Gambar 2.20 Single Column Grid	23
Gambar 2.21 Multi Column Grid.....	24
Gambar 2.22 Modular Grid.....	24
Gambar 2.23 Fotografi	25
Gambar 2.24 Creative Hub Illustration.....	26
Gambar 4.1 Wawancara Marketing Officer.....	43
Gambar 4.2 Wawancara Calon Pelanggan.....	45
Gambar 4.3 Observasi Langsung	46
Gambar 4.4 Logo May's Space Creative Compound.....	47
Gambar 4.5 Instagram May's Space Creative Compound	48
Gambar 4.6 Konten May's Space Creative Compound.....	49
Gambar 4.7 Paradia Compound	57
Gambar 4.8 Gambar Lokasi Paradia Compound	58
Gambar 4.9 Logo M Bloc Space.....	60
Gambar 4.10 Instagram M Bloc Space	61
Gambar 4.11 M Bloc Space	62
Gambar 4.12 Aktivasi M Bloc Space.....	63
Gambar 4.13 Logo ROW9 Jakarta.....	64
Gambar 4.14 Instagram ROW9 Jakarta	65
Gambar 4.15 Aktivasi ROW 9 Jakarta.....	66

Gambar 4.16 Aktivasi ROW 9 Jakarta.....	67
Gambar 4.17 User Persona.....	70
Gambar 4.18 Costumer Journey.....	71
Gambar 4.19 <i>Moodboard</i>	86
Gambar 4.20 <i>Moodboard Color Palette</i>	86
Gambar 4.21 Tipografi <i>Headline</i>	87
Gambar 4.22 Tipografi <i>Sub-Headline</i>	88
Gambar 4.23 Tipografi <i>Body Text</i>	89
Gambar 4.24 <i>Single Column Grid</i>	90
Gambar 4.25 <i>Multicolumn Grid</i>	91
Gambar 4.26 Supergrafis	94
Gambar 4.27 Alternatif Logo May's Creating 1	95
Gambar 4.28 Alt Logo May's Creating 2	96
Gambar 4.29 Hasil Desain May's Creating	97
Gambar 4.30 Alt The Good Event 1	97
Gambar 4.31 Proses Desain The Good Event 1	98
Gambar 4.32 Hasil Desain The Good Event 2	99
Gambar 4.33 Proses Desain Header 1	100
Gambar 4.34 Proses Desain Header 2	100
Gambar 4.35 Hasil Desain <i>Header 1</i>	101
Gambar 4.36 Proses <i>Keyvisual</i> 1	102
Gambar 4.37 Excercise KV 1	102
Gambar 4.38 Proses Excercise KV 2	103
Gambar 4.39 Proses Desain KV 1.....	104
Gambar 4.40 Proses Desain KV 2.....	105
Gambar 4.41 Hasil Desain KV.....	106
Gambar 4.42 Desain Aktivasi	108
Gambar 4.43 Desain Aktivasi Dan FnB.....	108
Gambar 4.44 Desain Penjelasan Apa Itu Mayspace Proses 1	109
Gambar 4.45 Desain <i>Calling Tenant</i>	110
Gambar 4.46 Desain Calling Tenant.....	111
Gambar 4.47 Proses Editing Video 1	112
Gambar 4.48 Proses Editing 2.....	112
Gambar 4.49 Hasil Editing Video	113
Gambar 4.50 Proses Motion 1.....	114
Gambar 4.51 Proses Motion.....	115
Gambar 4.52 Proses Motion 2.....	115
Gambar 4.53 Proses Desain Facebook Ads 1	116
Gambar 4.54 Proses Desain Facebook Ads 2	117
Gambar 4.55 Kategori Desain Tahap Search.....	118
Gambar 4.56 Proses Desain 1	119

Gambar 4.57 Hasil Desain	120
Gambar 4.58 Proses Desain 1	121
Gambar 4.59 Proses Desain 2	122
Gambar 4.60 Proses Desain 1	123
Gambar 4.61 Hasil Desain	124
Gambar 4.62 Proses Desain 1	125
Gambar 4.63 Proses Desain 2	125
Gambar 4.64 Hasil Desain	126
Gambar 4.65 Referensi Papan Bercerita	128
Gambar 4.66 Proses Desain 1	129
Gambar 4.67 Proses Desain 2	129
Gambar 4.68 Proses Desain 1	130
Gambar 4.69 Proses Desain 2	131
Gambar 4.70 Proses Desain 3	131
Gambar 4.71 Hasil Desain	132
Gambar 4.72 Proses Desain Stiker 1	133
Gambar 4.73 Proses Desain Stiker 2	134
Gambar 4.74 Hasil Desain	135
Gambar 4.75 Proses 1	136
Gambar 4.76 Proses 2	136
Gambar 4.77 Proses Desain 1	137
Gambar 4.78 Proses 2	138
Gambar 4.79 Color Pallete Identitas Dan Alternatif	139
Gambar 4.80 color palette yang digunakan	139
Gambar 4.81 KV Setelah Spesialis	140
Gambar 4.82 KV Turunan Setelah Spesialis	141
Gambar 4.83 Hasil Mockup Video	152
Gambar 4.84 Hasil Mockup Video 2	153
Gambar 4.85 Hasil Mockup Video 3	153
Gambar 4.86 Hasil Implementasi Desain Facebook Ads	156
Gambar 4.87 Hasil Implementasi Desain Tahap <i>Search</i>	158
Gambar 4.88 Hasil Implementasi Design Poster (Tenant Driven CTA)	161
Gambar 4.89 Hasil Implementasi Design Exit Banner	164
Gambar 4.90 Hasil Implementasi Design Loyalty Card	166
Gambar 4.91 Hasil Implementasi Design Papan Bercerita	168
Gambar 4.92 Hasil Implementasi Desain Selfie Board	171
Gambar 4.93 Hasil Implementasi Design Merchandise	173
Gambar 4.94 Hasil Implementasi Design Totebag	174
Gambar 4.95 Hasil Implementasi Design Stiker	174
Gambar 4.96 Hasil Implementasi Design T-Shirt	175

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Hasil Persentase Turnitin.....	xix
Lampiran 2 Form Bimbingan.....	xx
Lampiran 3 Non-Disclosure Agreement (kualitatif - wawancara & FGD).....	xxiii
Lampiran 4 Hasil Kuesioner (tidak boleh ada nama) (pilihan).....	xxv
Lampiran 5 Transkrip Wawancara (pilihan)	xxxi

