

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI UNTUK MAY'S SPACE CREATIVE COMPOUND

TUGAS AKHIR



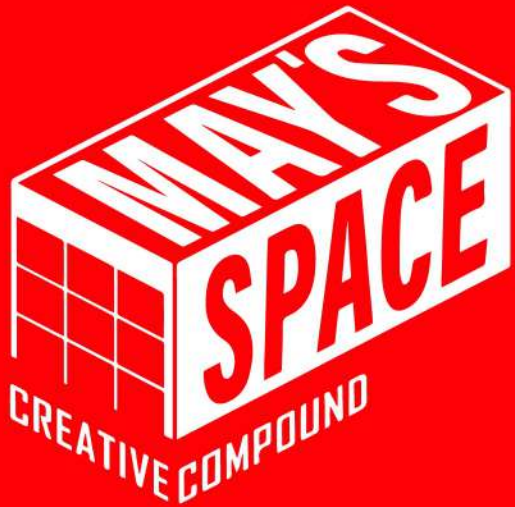
Muhammad Ghufransyah (00000060111)

Latar Belakang Perancangan

Industri creative hub di Indonesia hadir dengan momentum yang tepat, dengan perkembangan ekosistem kreatif di Indonesia yang berkembang secara pesat karena informasi dan teknologi yang terus berkembang. Hal ini ditunjukkan dengan peningkatan eksponensial dalam jumlah creative hub.

(Parekraf, 2020, hlm. 6)

Sebagai bagian dari ekosistem ini, ruang kreatif berperan penting dalam menyediakan wadah untuk ekspresi, kolaborasi, serta pengembangan bisnis lokal.



May's Space Creative Compound merupakan ruang multifungsi.

Menghadirkan kolam kolaborasi, ekspresi, dan inspirasi,
menciptakan rasa kebersamaan bagi setiap
individu yang ingin bermain, berkreasi,
dan berkembang bersama.

MASALAH LAPANGAN

May's Space Creative Compound mengalami penurunan penjualan yang statis sejak Agustus 2024 hingga pada Februari 2025 jumlah penurunan semakin meningkat hingga 60%.

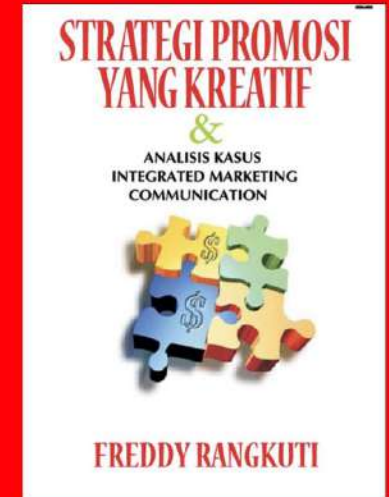
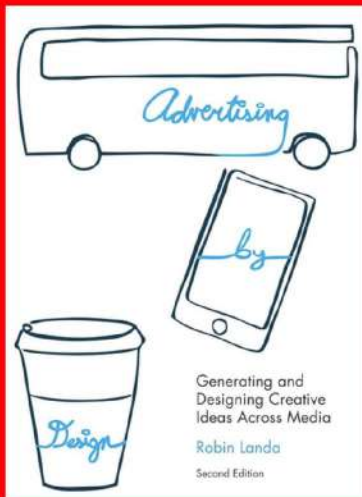
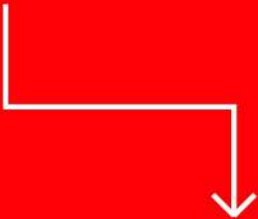
MASALAH DESAIN

Aktivitas promosi May's Space Creative Compound yang minim serta terbatas pada satu media. Desain visual yang tidak menarik, tidak mampu merepresentasikan identitas sebuah ruang kreatif. Strategi promosi yang tidak ideal membuat pesan yang disampaikan kurang relevan dengan target audiens.

SOLUSI

Merancang media promosi dengan komunikasi visual yang lebih jelas, terarah, dan relevan dengan target audiens, sekaligus menampilkan presentasi tempat yang menarik agar mampu meningkatkan daya tarik dan minat pengunjung.

TINJAUAN PUSTAKA



SUBJEK PERANCANGAN

**DEWASA AWAL
JABODETABEK**

**PRIA & WANITA
22-27 TAHUN**

**SES A-B
SMA-SARJANA**

PSIKOGRAFIS

- BUTUH TEMPAT HIBURAN BERUPA LIVE MUSIK, PAMERAN SENI, HINGGA EVENT KOMUNITAS
-

- HOBI NONGKRONG SEPULANG KERJA ATAU AKHIR PEKAN
-

- AKTIF MENGGUNAKAN MEDIA SOSIAL

TEKNIK PROSEDUR PERANCANGAN

- OBSERVASI
-

- WAWANCARA
-

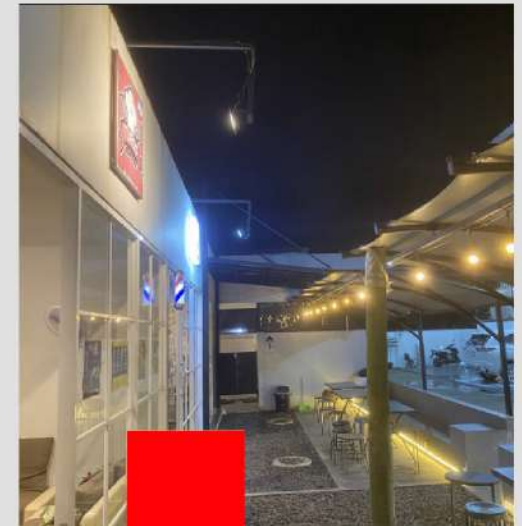
HASIL OBSERVASI MEDIA SOSIAL



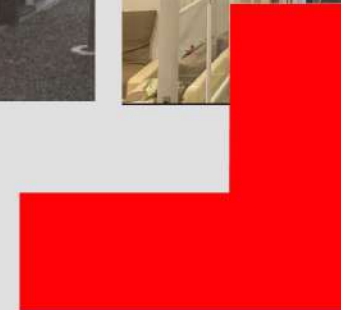
Observasi media yang digunakan oleh May's Space Creative Compound yakni media Instagram

HASIL OBSERVASI

May's Space Creative Compound
Cibubur, 2025



Observasi langsung ke tempat May's
Space Creative Compound



HASIL WAWANCARA



MUHAMMAD FARREL
Marketing Officer - May's
Space Creative Compound



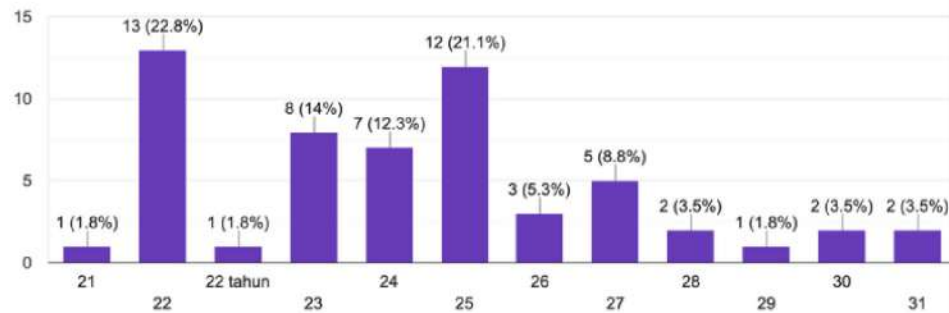
MUHAMMAD FAKHRI
Calon Pelanggan

Wawancara dilakukan dengan calon pelanggan & Marketing Officer dari May's Space Creative Compound

HASIL KUESIONER

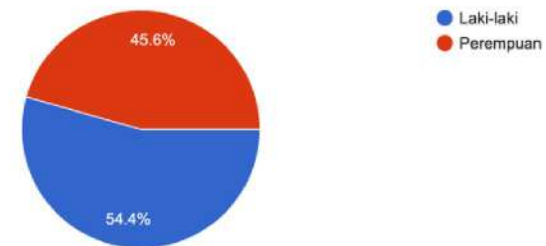
Usia

57 responses



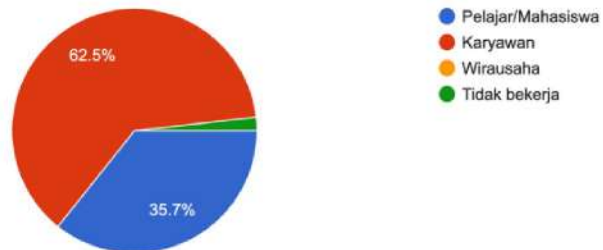
Jenis Kelamin

57 responses



Status pekerjaan saat ini

56 responses



Domisili (Kota/Kabupaten)

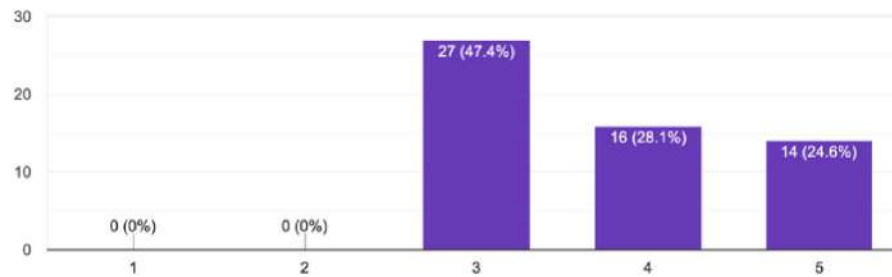
57 responses



HASIL KUESIONER

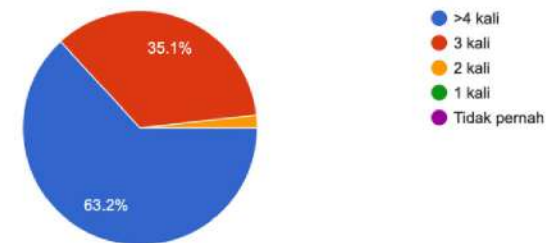
Seberapa penting desain interior yang estetis dalam memengaruhi keputusan Anda untuk berkunjung?

57 responses



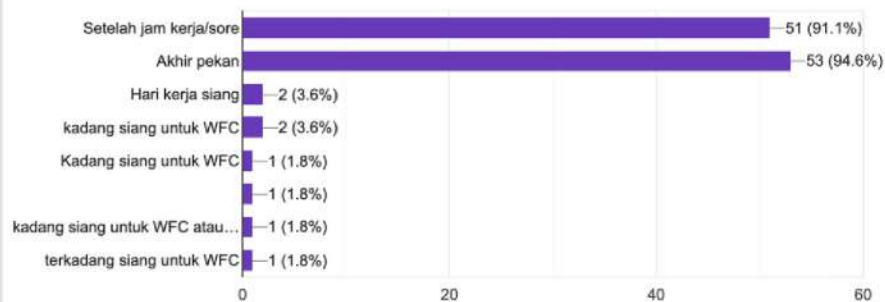
Seberapa sering Anda mengunjungi kafe atau ruang kreatif dalam sebulan?

57 responses



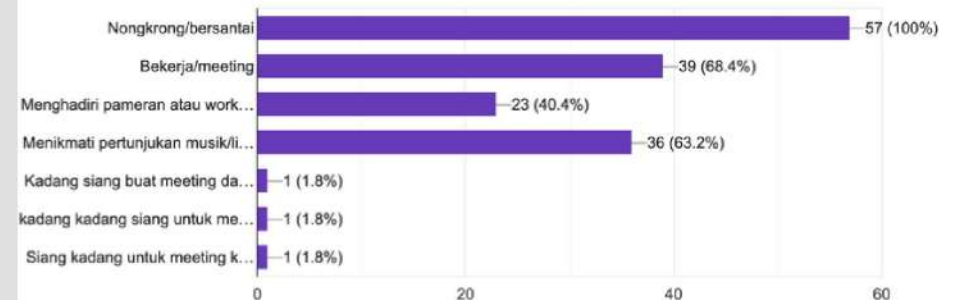
Waktu favorit Anda untuk berkunjung?

56 responses



Kegiatan apa yang paling sering Anda lakukan ketika mengunjungi kafe/ruang kreatif?

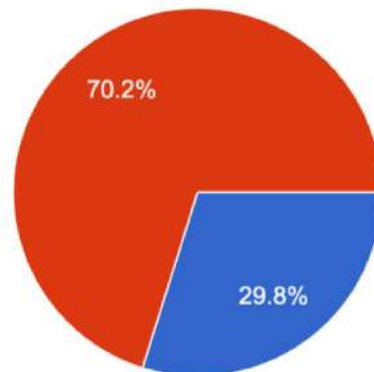
57 responses



HASIL KUESIONER

Apakah Anda pernah mendengar tentang May's Space Creative Compound?

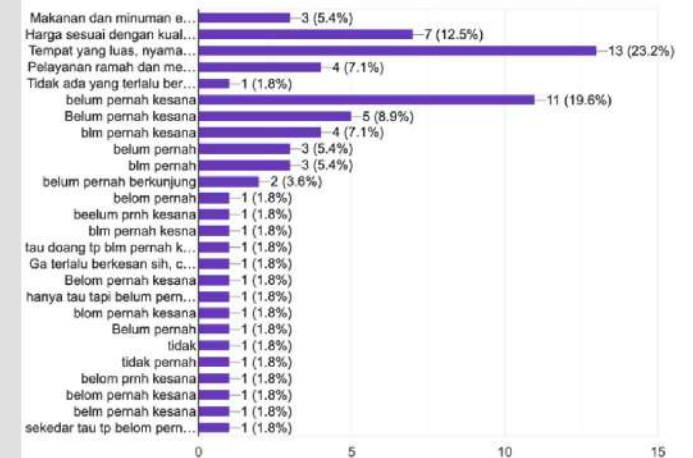
57 responses



● Ya
● Tidak

Jika Anda pernah berkunjung, bagaimana pengalaman Anda saat datang ke May's Space Creative Compound?

56 responses



HASIL KUESIONER

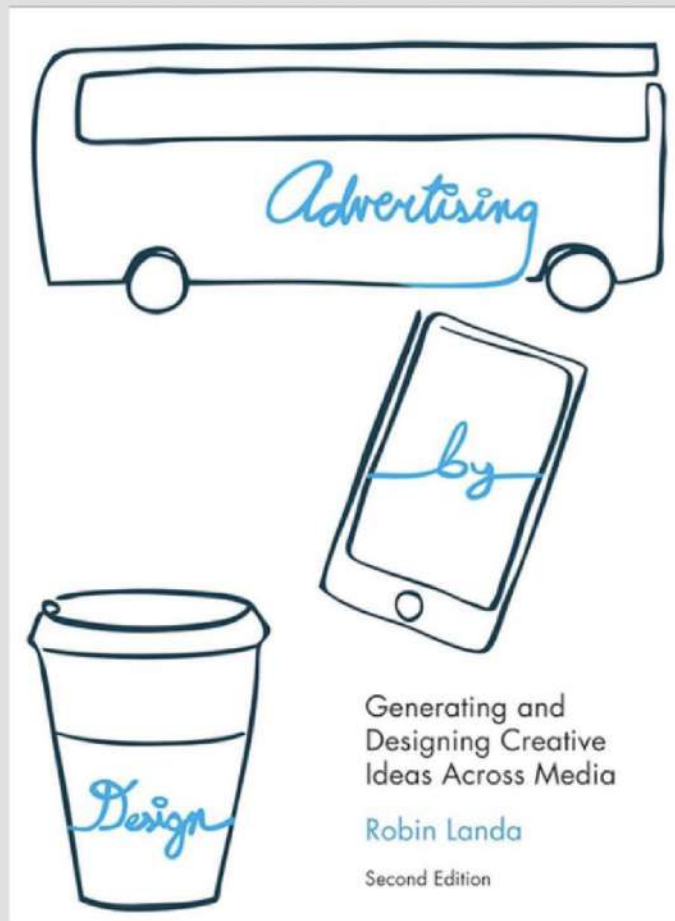


METODE PERANCANGAN

Advertising by Design

"Six Phases of Creative Thinking"

By Robin Landa



- OVERVIEW

- STRATEGY

- IDEATION

- DESIGN

- PRODUCTION

- IMPLEMENTATION



STUDI EKSISTING

PARADIA.COMPOUND



STUDI REFERENSI

ROW9 JAKARTA

CUSTOMER PERSONA

Raka Pradira



"Gue butuh tempat yang bisa bikin gue produktif tapi juga *fun*. Bukan cuma nongkrong doang, tapi bisa kenal orang baru dan mungkin bikin *project* bareng."

Usia 23 Tahun

Status Belum menikah

Pekerjaan Desainer Grafis

Domisili Depok

SES B

Bio

Raka adalah seorang desainer grafis muda yang bekerja secara independen. Ia sering mencari tempat baru yang bisa mendukung produktivitasnya sekaligus memberi suasana santai untuk bertemu teman atau klien. Bagi Raka, tempat nongkrong bukan sekadar tempat minum kopi, tapi juga ruang untuk membangun ide, berjejaring, dan menemukan inspirasi kreatif.

Pekerja keras

Ekspresif

Creative

Humble

Goals

Mencari ruang yang bisa digunakan untuk bekerja, bersantai, dan berkolaborasi.

Bertemu komunitas kreatif lain untuk memperluas *networking*.

Menghadiri acara atau pameran yang bisa menambah *insight* kreatif.

Frustrations

Banyak ruang publik yang terasa "*template*" tidak punya *vibe* kreatif yang bisa memberi inspirasi.

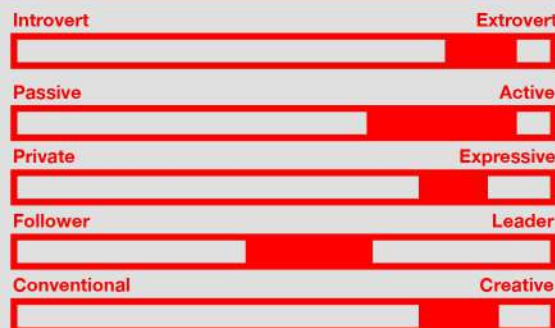
Raka ingin datang ke tempat yang bukan cuma menyediakan makanan dan minuman, tapi juga pengalaman seperti pameran seni, *creative workshop*, atau *live collaboration event*. Namun bukan tempat kreatif yang "kaku" seperti galeri

Motivations

Ingin menjadi bagian dari lingkungan yang mendukung pertumbuhan karier dan kreativitasnya.

Ingin mengekspresikan kegemaran pada lingkup kreatif lewat ruang yang mampu mengembangkan pemikiran lewat diskusi dan kolaborasi, serta bisa memberi keseimbangan antara kerja dan hiburan.

Personality








Brands



Media preferences



CUSTOMER JOURNEY

	Awareness	Consideration	Visit	Engagement	Loyalty
Customer Action	Melihat postingan Instagram dari teman atau akun lokal kreatif yang menandai May's Space Creative Compound.	Mengunjungi akun Instagram dan TikTok May's Space Creative Compound, melihat foto tempat, event, dan testimoni pengunjung.	Datang ke tempat, mencoba makanan/minuman sambil eksplor area dan berbincang dengan tenant.	Berinteraksi dengan komunitas kreatif dan membagikan momen lewat Instagram Story.	Mengunggah konten, menandai May's Space, bahkan mempertimbangkan buat ngadain project di sana.
Touch Points	<ul style="list-style-type: none"> - IG ADS - POSTER FEEDS - VIDEO REELS 	<ul style="list-style-type: none"> - GOOGLE REVIEW - SOSIAL MEDIA - FEEDBACK INSTAGRAM - INSTAGRAM FEEDS 	<ul style="list-style-type: none"> - MAY'S SPACE CREATIVE COMPOUND - SOSIAL MEDIA 	<ul style="list-style-type: none"> - GOOGLE REVIEW - FEEDBACK SOSIAL MEDIA 	<ul style="list-style-type: none"> - SOSIAL MEDIA - AKTIVASI
Customer Experience					
Pain Points	Promosi di Instagram kurang menarik, visualnya tidak menggambarkan suasana kreatif.	Tidak banyak informasi tentang acara atau fasilitas yang tersedia.	Kurangnya informasi di lokasi (penunjuk event, signage kreatif).	Promosi event kurang luas, hanya diketahui oleh orang tertentu.	Tidak ada program loyalitas atau bentuk apresiasi bagi pengunjung tetap.
Solution	Melihat postingan Instagram dari teman atau akun lokal kreatif yang menandai May's Space Creative Compound.	Mengunjungi akun Instagram dan TikTok May's Space Creative Compound, melihat foto tempat, event, dan testimoni pengunjung.	Datang ke tempat, mencoba makanan/minuman sambil eksplor area dan berbincang dengan tenant.	Berinteraksi dengan komunitas kreatif dan membagikan momen lewat Instagram Story.	Mengunggah konten, menandai May's Space, bahkan mempertimbangkan buat ngadain project di sana.

BIG IDEA

Creating an Inspiring Hub Where Collaboration
Fuels Vibrant Connection And Creative Expression

IDE & KONSEP

Membuat approach komunikasi visual dengan pendekatan gaya hidup urban dewasa awal meliputi desain grafis dengan sentuhan fotografi dan videografi

Konsep pengembangan visual dipilih dengan keyword dengan mengadaptasi kesan semangat dan keluwesan dalam berkreasi yakni vibrant dan playground, serta menampilkan penyampaian lewat suasana yang didukung oleh excitement dan connection

HASHTAG

#MadeAtMay

melting pot excitement inspiration
creative community
multifunction playground connection
vibrant

STRATEGI PROMOSI

Mengacu pada metode perancangan Six Phases of Creative Thinking dari buku “Advertising by Design” oleh Robin Landa (2010).

- **OVERVIEW**
- **STRATEGY**
- **IDEAS**
- **DESAIN**
- **PRODUCTION**
- **IMPLEMENTATION**

MOODBOARD layout





#ffffff

#ff0006

#000000

MAYSPACE
COLOR

TYPEFACE

Helvetica Neue

Lorem ipsum Lorem ipsum Lorem ipsum
Lorem ipsum Lorem ipsum Lorem ipsum

Treatment:

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh
Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp
Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx
Yy Zz 1234567890
!@#\$%^&*()_+=
{ } [] \ / " ' ; : ? > <

TYPEFACE

Brush Script MT Italic

Lorem ipsum

*Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh
Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp
Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx
Yy Zz 1234567890 ! \$ % & * ()
[] " ' : ; ?*

TYPEFACE

(alternative - promotion FnB)

REMINDER NOTES REGULAR

LOREM IPSUM

AA BB CC DD EE FF GG HH

II JJ KK LL MM NN OO PP

QQ RR SS TT UU VV WW XX

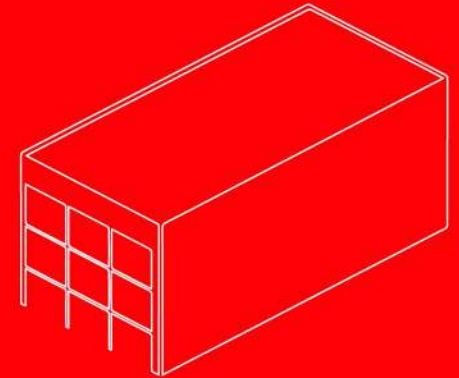
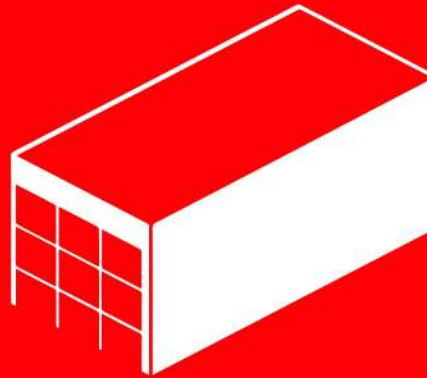
YY ZZ 1234567890 ! \$ % & * ()

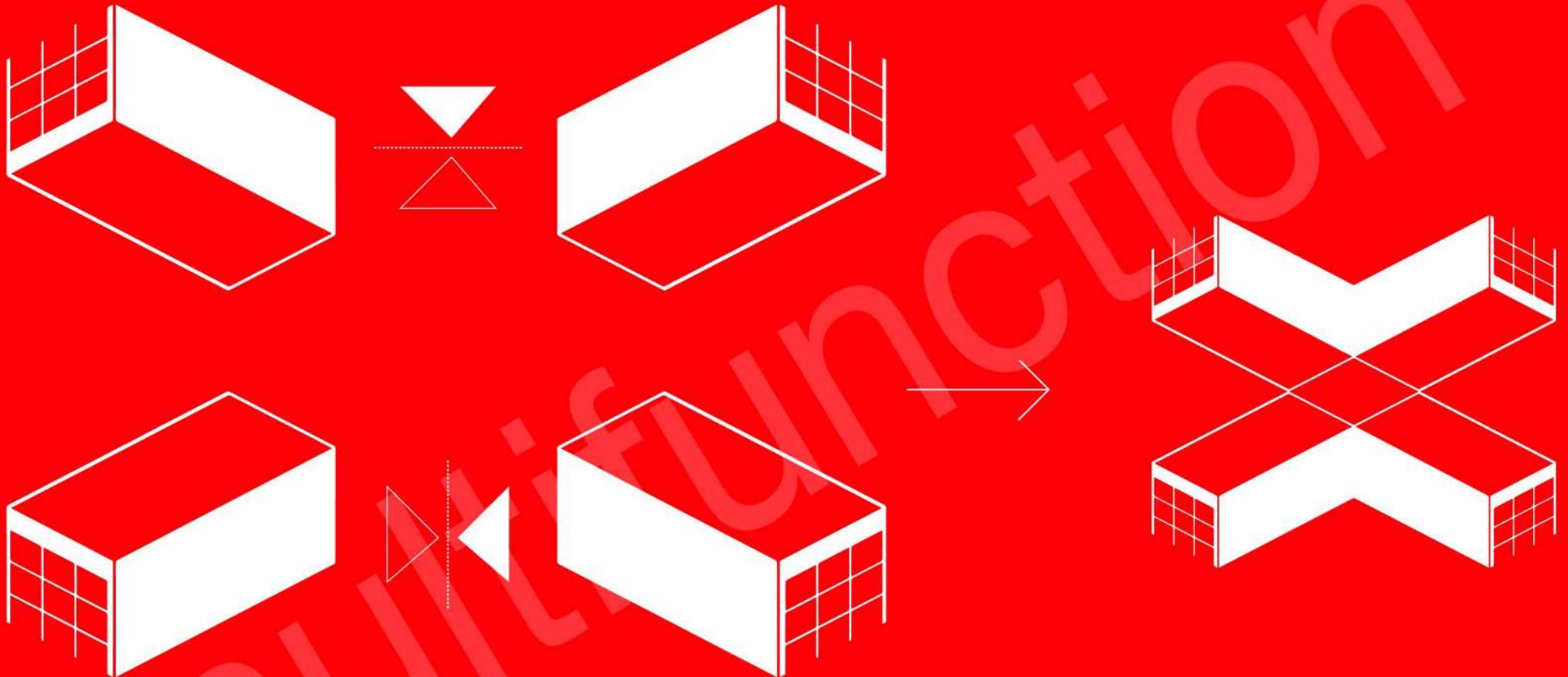
[] " ; : ?



VISUAL

SUPERS





Media Primer

1080x1350 px



Attention & Interest

Media Primer



INSTA FEEDS &
CAROUSEL
1080x1350 px



FACEBOOK
ADS
1800x1440 px

Attention & Interest

Media Sekunder

1080x1920 px



Search

Media Sekunder



INSTASTORY
1080x1920 px

Search

Media Sekunder



BANNER
200 x 100 cm



**INSTAFEEDS
PROMO**
1080 x 1350 px



X-BANNER
60 x 160 cm



LOYALTY CARD
8 x 5 cm



Action

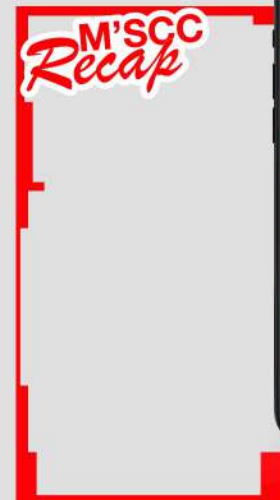


PAPAN BERCERITA
200 x 100 cm

SELFIE BOARD
90 x 200 cm



MERCHANDISE



**INSTASTORY
FRAME**
1080 x 1920 PX

Share

Thankyou