

**PERANCANGAN KAMPANYE EDUKASI MANFAAT
PROMOSI DIGITAL BERBASIS *ARTIFICIAL INTELLIGENCE*
BAGI UMKM DI TANGERANG SELATAN**



LAPORAN TUGAS AKHIR

Alfonsus Given
00000071140

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

**PERANCANGAN KAMPANYE EDUKASI MANFAAT
PROMOSI DIGITAL BERBASIS *ARTIFICIAL INTELLIGENCE*
BAGI UMKM DI TANGERANG SELATAN**



LAPORAN TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Desain Komunikasi Visual

Alfonsus Given

00000071140

**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 : Alfonsus Given

Nomor Induk Mahasiswa : 00000071140

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

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

**PERANCANGAN KAMPANYE EDUKASI MANFAAT PROMOSI
DIGITAL BERBASIS *ARTIFICIAL INTELLIGENCE*
BAGI UMKM DI TANGERANG SELATAN**

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, 9 Januari 2026



(Alfonsus Given)

HALAMAN PERNYATAAN PENGGUNAAN BANTUAN KECERDASAN ARTIFISIAL (AI)

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Alfonsus Given
NIM : 00000071140
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Judul Laporan : Perancangan Kampanye Edukasi Manfaat Promosi Digital
Berbasis *Artificial Intelligence* Bagi UMKM di Tangerang
Selatan

Dengan ini saya menyatakan secara jujur menggunakan bantuan Kecerdasan
Artifisial (AI) dalam pengerjaan Tugas/Project/~~Tugas Akhir~~ sebagai berikut:

- ☐ 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 menyantumkan dalam sitasi serta referensi
- (3) Terlepas dari pernyataan di atas, tugas ini sepenuhnya merupakan karya saya sendiri

Tangerang, 9 Januari 2026



(Alfonsus Given)

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul

**PERANCANGAN KAMPANYE EDUKASI MANFAAT PROMOSI
DIGITAL BERBASIS ARTIFICIAL INTELLIGENCE
BAGI UMKM DI TANGERANG SELATAN**

Oleh

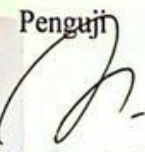
Nama Lengkap : Alfonsus Given
Nomor Induk Mahasiswa : 00000071140
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain

Telah diujikan pada hari Jumat, 9 Januari 2026
Pukul 14.30 s.d. 15.15 WIB dan dinyatakan
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.


Ketua Sidang

Frindhinia Medyasepti, S.Sn., M.Sc.
0319098202/ 068502


Penguji

Gisela Anindita Putri, S.Sn., M.Sn.
0327059301/ 10031

Pembimbing



Martinus Eko Prasetyo, S.Sn., M.Ds.
0311118807/ 100049

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 : Alfonsus Given
Nomor Induk Mahasiswa : 00000071140
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Jenjang : ~~D3~~/ S1/-S2
Judul Karya Ilmiah : Perancangan Kampanye Edukasi Manfaat
Promosi Digital Berbasis *Artificial
Intelligence* Bagi Umkm Di Tangerang
Selatan

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia:

- ☒ 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, 9 Januari 2026



(Alfonsus Given)

* 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 ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena Perancangan Kampanye Edukasi Manfaat Promosi Digital Berbasis *Artificial Intelligence* Bagi UMKM di Tangerang Selatan." Proposal ini disusun sebagai bagian dari penyelesaian studi di Program Studi Desain Komunikasi Visual, Universitas Multimedia Nusantara. Saya ingin mengucapkan terima kasih juga kepada semua pihak yang telah mendukung penyusunan proposal ini, terutama 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. Martinus Eko Prasetyo, S.Sn., M.Ds., selaku Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga terselesainya tugas akhir ini.
5. Kepada seluruh Narasumber yang sudah membantu memberikan informasi dan data untuk membantu keberhasilan tugas akhir ini.
6. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

Saya menyadari bahwa proposal ini masih memiliki kekurangan. Saya terbuka terhadap kritik dan saran demi penyempurnaan penelitian ini. Semoga proposal ini dapat bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan dan menjadi referensi yang berguna bagi pembaca.

Tangerang, 9 Januari 2026



(Alfonsus Given)

**PERANCANGAN KAMPANYE EDUKASI MANFAAT
PROMOSI DIGITAL BERBASIS *ARTIFICIAL INTELLIGENCE*
BAGI UMKM DI TANGERANG SELATAN**

Alfonsus Given

ABSTRAK

UMKM yang spesifik kepada Mikro adalah sektor penting dalam perekonomian Indonesia yang memiliki kontribusi besar terhadap penyerapan tenaga kerja serta pertumbuhan nasional. Perkembangan teknologi digital membuka peluang baru bagi UMKM, khususnya dalam pemasaran dan promosi usaha mereka. Salah satu teknologi yang berkembang pesat adalah Artificial Intelligence (AI), yang dapat dimanfaatkan UMKM dalam membuat konten promosi yang lebih menarik dan efektif. Permasalahannya, masih banyak UMKM yang belum mampu memanfaatkan teknologi digital dengan baik, sehingga berisiko tertinggal dari pelaku usaha lain yang lebih cepat beradaptasi. Kondisi ini juga berlaku di Kota Tangerang Selatan, di mana sebagian besar UMKM belum melakukan transformasi digital. Kampanye sosial ini menjadi metode dalam perancangan yang bersifat persuasif dan berfokus pada penyampaian pesan mengenai pentingnya promosi digital dengan pemanfaatan AI bagi keberlangsungan UMKM. Konsep kampanye sosial yang menyajikan informasi tentang manfaat promosi digital dan penggunaan AI untuk membantu UMKM dalam menciptakan strategi promosi yang lebih efektif. Kampanye ini dirancang agar dapat mendorong kesadaran serta minat UMKM di Tangerang Selatan untuk memulai transformasi digital. Diharapkan perancangan ini mampu memberikan dampak nyata dengan membantu UMKM agar tidak tertinggal dan tetap mampu bersaing di era digital.

Kata kunci: kampanye edukasi, promosi digital, UMKM, kecerdasan buatan

DESIGNING A EDUCATION CAMPAIGN TO BENEFIT FROM ARTIFICIAL INTELLIGENCE BASED DIGITAL PROMOTION FOR MSMEs IN SOUTH TANGERANG

Alfonsus Given

ABSTRACT (English)

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs), especially Micro businesses, are an important sector in Indonesia's economy, contributing significantly to job creation and national growth. The development of digital technology creates new opportunities for MSMEs, especially in marketing and promoting their businesses, with Artificial Intelligence (AI) being one of the rapidly growing technologies that can help them create more attractive and effective promotional content. However, many MSMEs are still unable to use digital technology properly, putting them at risk of falling behind other businesses that adapt more quickly, including in South Tangerang where most MSMEs have not yet begun digital transformation. This social campaign is designed as a persuasive communication method that focuses on delivering messages about the importance of digital promotion using AI for MSME sustainability. The campaign provides information about the benefits of digital promotion and the use of AI to help MSMEs create more effective promotional strategies, aiming to increase awareness and interest among MSMEs in South Tangerang to start their digital transformation. This project is expected to create a real impact by helping MSMEs stay competitive in the digital era.

Keywords: *education campaigns, digital promotion, MSMEs, artificial intelligence*

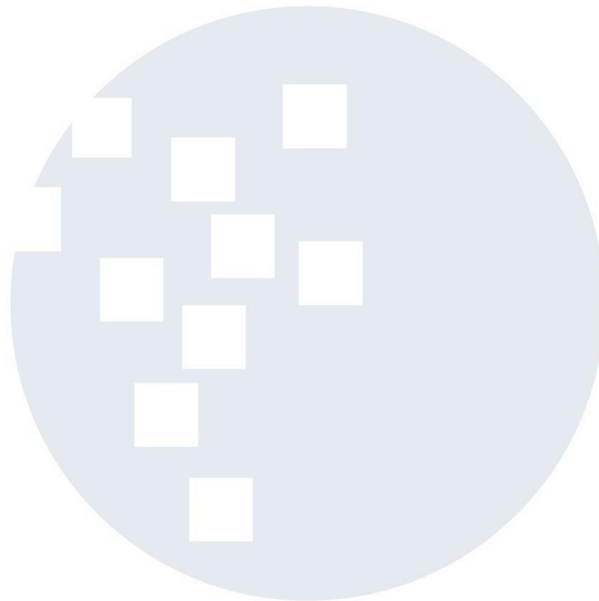
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PERNYATAAN PENGGUNAAN BANTUAN KECERDASAN ARTIFISIAL (AI)	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	v
KATA PENGANTAR.....	vi
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.....	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 Kampanye	4
2.1.1 Jenis Kampanye.....	4
2.1.2 Tujuan Kampanye.....	6
2.1.3 Strategi Kampanye.....	7
2.1.4 Media Kampanye	10
2.2 Desain Kampanye.....	13
2.2.1 <i>Grid</i>	14
2.2.2 <i>Typography</i>	16
2.2.3 Warna.....	23
2.2.4 Identitas Visual.....	27
2.2.5 <i>Photography</i>	29
2.2.6 <i>Digital Imaging</i>	36

2.3 Promosi Digital	37
2.3.1 Manfaat Promosi Digital	37
2.3.2 Jenis Promosi Digital	38
2.3.3 Sosial Media	39
2.4 <i>Artificial Intelligence</i>	39
2.4.1 Jenis <i>Artificial Intelligence</i>	40
2.4.2 Manfaat <i>Artificial Intelligence</i>	40
2.5 Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).....	40
2.5.1 Jenis UMKM.....	41
2.5.2 Klasifikasi UMKM.....	42
2.5.3 Peran UMKM.....	43
2.6 Penelitian yang Relevan.....	43
BAB III METODOLOGI PERANCANGAN.....	48
3.1 Subjek Perancangan	48
3.2 Metode dan Prosedur Perancangan	49
3.3 Teknik dan Prosedur Perancangan.....	51
3.3.1 Wawancara	51
3.3.2 Kuesioner	55
3.3.3 Studi Eksisting.....	59
3.3.4 Studi Referensi.....	60
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PERANCANGAN	61
4.1 Hasil Perancangan.....	61
4.1.1 <i>Inspiration</i>	61
4.1.2 <i>Ideation</i>	81
4.2 <i>Implementation</i>	136
4.2.1 Analisis Media <i>Attention dan Interest</i>	136
4.2.2 Analisis Media <i>Search</i>	141
4.2.3 Analisis Media <i>Action</i>	144
4.2.4 Analisis Media <i>Share</i>	146
4.2.5 Analisis <i>Market Validation</i>	148
4.2.6 Anggaran.....	153
4.3 Kesimpulan Perancangan.....	154

BAB V PENUTUP	156
5.1 Simpulan	156
5.2 Saran	157
DAFTAR PUSTAKA	xvii
LAMPIRAN	xx



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian yang Relevan	43
Tabel 3.1 Pertanyaan Wawancara dengan Desainer Grafis berpengalaman	52
Tabel 3.2 Pertanyaan Wawancara dengan UMKM yang belum digitalisasi	53
Tabel 3.3 Pertanyaan Wawancara dengan UMKM yang sudah digitalisasi	54
Tabel 3.4 Pertanyaan Kuesioner	55
Tabel 4.1 Informasi Responden	68
Tabel 4.2 Analisa SWOT	76
Tabel 4.3 Segmentasi Target Audiens	82
Tabel 4.4 Creative Brief	84
Tabel 4.5 Analisa Kompetitor	88
Tabel 4.6 Analisa SWOT	91
Tabel 4.7 Tabel Strategi Pesan	94
Tabel 4.8 Tabel Media AISAS	96
Tabel 4.9 Journey Map	98
Tabel 4.10 Anggaran	153



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kampanye Digital.....	5
Gambar 2.2 Kampanye Offline	6
Gambar 2.3 Strategi Kampanye AISAS.....	7
Gambar 2.4 Media Above The Line.....	10
Gambar 2.5 Media Below The Line	11
Gambar 2.6 Media Through The Line	12
Gambar 2.7 Single Column Grid.....	14
Gambar 2.8 Multicolumn Grid.....	15
Gambar 2.9 Modular Grid	16
Gambar 2. 10 Type Classification.....	17
Gambar 2.11 Contoh TypeFamily.....	21
Gambar 2.12 Typeface Pairings	22
Gambar 2.13 Spacing	23
Gambar 2.14 Pigment Color Wheel	24
Gambar 2.15 Fundamental Color Wheel.....	25
Gambar 2.16 Color Temperaute.....	26
Gambar 2.17 Color Schemes.....	27
Gambar 2.18 Visual Identity	28
Gambar 2.19 Logo Unilever	29
Gambar 2.20 Symmetry	30
Gambar 2.21 Radial.....	31
Gambar 2.22 Diagonal	32
Gambar 2.23 Framing	33
Gambar 2.24 Color Composition	34
Gambar 2.25 Fotografi	35
Gambar 2.26 Camera Phone Photography	35
Gambar 2.27 Digital Imaging.....	36
Gambar 4.1 Wawancara dengan Cindy.....	62
Gambar 4.2 Wawancara dengan Saiful.....	64
Gambar 4.3 Wawancara dengan Abel.....	66
Gambar 4.4 Skala Likert Kemudahan Promosi Digital.....	68
Gambar 4.5 Skala Likert UMKM digitalisasi lebih profesional	69
Gambar 4.6 Skala Likert Ketertarikan pada UMKM dengan visual menarik.....	70
Gambar 4.7 Skala Likert Pentingnya Literasi Digital UMKM	70
Gambar 4.8 Skala Likert Manfaat Kampanye Sosial untuk UMKM.....	71
Gambar 4.9 Skala Likert Pentingnya Media Sosial	71
Gambar 4.10 Skala Likert Kepercayaan terhadap UMKM digitalisasi	72
Gambar 4.11 Skala Likert Kemudahan membeli produk UMKM digitalisasi	73
Gambar 4.12 Skala Likert Pemanfaatan AI bagi UMKM.....	73
Gambar 4.13 Skala Likert Desain Promosi mempengaruhi Keputusan	74

Gambar 4.14 Sosialisasi Keamanan Pangan	75
Gambar 4.15 Sosialisasi Literasi Digital.....	75
Gambar 4.16 Kampanye #MulaiAjaDulu	78
Gambar 4.17 Kampanye #MulaiAjaDulu	79
Gambar 4.18 Kampanye #TerusUsaha.....	80
Gambar 4.19 Poster Pendukung Kampanye.....	81
Gambar 4.20 Target Persona	84
Gambar 4.21 Logo Grab.....	87
Gambar 4.22 Timeline Media AISAS.....	97
Gambar 4.23 Mindmap	99
Gambar 4.24 Referensi Visual	102
Gambar 4.25 Typeface Acumin Variable Concept	103
Gambar 4.26 Typeface Alte Haas Grotesk	103
Gambar 4.27 Typeface Source Sans Variable.....	104
Gambar 4.28 Referensi Fotografi.....	104
Gambar 4.29 Referensi Digital Imaging	105
Gambar 4.30 Color Palette.....	106
Gambar 4.31 Sketsa Logo Kampanye.....	108
Gambar 4.32 Alternatif Logo.....	109
Gambar 4.33 Logo Arah Digital	110
Gambar 4.34 Tagline	111
Gambar 4.35 Sketsa Key Visual	112
Gambar 4.36 Proses Digitalisasi Sketsa Key Visual.....	113
Gambar 4.37 Finalisasi Key Visual.....	114
Gambar 4.38 Foto Aplikasi AI.....	115
Gambar 4.39 Foto Makanan Sebelum di Prompt.....	116
Gambar 4.40 Aset Foto Makanan	117
Gambar 4.41 Grid Facebook Post	118
Gambar 4.42 Desain Facebook Post	119
Gambar 4.43 Grid Instagram Feed.....	120
Gambar 4.44 Desain Instagram Feed	120
Gambar 4.45 Grid Poster Awareness.....	121
Gambar 4.46 Desain Poster Awareness	122
Gambar 4.47 Grid Carousel Post.....	123
Gambar 4.48 Desain Carousel Post.....	124
Gambar 4.49 Grid Story Tips	125
Gambar 4.50 Desain Story Tips	125
Gambar 4.51 Grid Booklet.....	126
Gambar 4.52 Desain Booklet	127
Gambar 4.53 Grid E-Poster.....	128
Gambar 4.54 Desain E-Poster	128
Gambar 4.55 Grid Infografis.....	129
Gambar 4.56 Desain Infografis	130

Gambar 4.57 Logo Instagram Highlight	131
Gambar 4.58 Grid Template Tahap Action.....	132
Gambar 4.59 Desain Template Tahap Action	132
Gambar 4.60 Testimoni Story	134
Gambar 4.61 Testimoni Feeds	134
Gambar 4.62 Analisa Facebook Post	137
Gambar 4.63 Analisa Instagram Feed	138
Gambar 4.64 Analisa Poster Awareness	139
Gambar 4.65 Analisa Carousel.....	139
Gambar 4.66 Analisa Story Tips	140
Gambar 4.67 Analisa Booklet	141
Gambar 4.68 Analisa E-Poster	142
Gambar 4.69 Analisa Poster Infografis.....	143
Gambar 4.70 Analisa Logo Highlight	143
Gambar 4.71 Analisa Template Desain Feed	144
Gambar 4.72 Analisa Template Story	145
Gambar 4.73 Analisa Template Of The Month.....	146
Gambar 4.74 Analisa Media Share	146
Gambar 4.75 Merchandise Pin	147
Gambar 4.76 Testimoni Story	148
Gambar 4.77 Wawancara Market Validation 1.....	150
Gambar 4.78 Wawancara Market Validation 2.....	152



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Hasil Persentase Turnitin	xx
Lampiran B Form Bimbingan	xxvii
Lampiran C Bukti Bimbingan Spesialis	xxx
Lampiran D Hasil Kuesioner	xxxii
Lampiran E Transkrip Wawancara 1	xliii
Lampiran F Transkrip Wawancara 2	xlix
Lampiran G Transkrip Wawancara 3	lv
Lampiran H Transkrip Wawancara Market Validation 1	lx
Lampiran I Transkrip Wawancara Market Validation 2	lxiii
Lampiran J Pra Observasi	lxvi

