

**PERANCANGAN PROMOSI NY. HANDOYO BAKERY DI
KOTA SOLO**



PROPOSAL TUGAS AKHIR

**Graciell Syallom Zefanya Tjandra
00000068407**

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

**PERANCANGAN PROMOSI NY. HANDOYO BAKERY DI
KOTA SOLO**



PROPOSAL TUGAS AKHIR

**Diajukan sebagai Prasyarat untuk Mengikuti
Tugas Akhir Desain Komunikasi Visual**

**Graciell Syallom Zefanya Tjandra
00000068407**

**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 : Graciell Syallom Zefanya Tjandra

Nomor Induk Mahasiswa : 00000068407

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Proposal Tugas Akhir yang berjudul:

PERANCANGAN PROMOSI NY. HANDOYO BAKERY DI KOTA SOLO

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.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Tangerang, 9 Januari 2026



Graciell Syallom Zefanya Tjandra

HALAMAN PERNYATAAN PENGGUNAAN BANTUAN KECERDASAN ARTIFISIAL (AI)

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Graciell Syallom Zefanya Tjandra

Nomor Induk Mahasiswa : 00000068407

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

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



Graciell Syallom Zefanya Tjandra

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul

PERANCANGAN PROMOSI NY. HANDOYO BAKERY DI KOTA SOLO

Oleh

Nama Lengkap : Graciell Syallom Zefanya Tjandra

Nomor Induk Mahasiswa : 00000068407

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Seni dan Desain

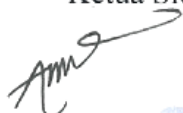
Telah diujikan pada hari Jumat, 9 Januari 2026

Pukul 16.00 s.d. 16.45 WIB dan dinyatakan

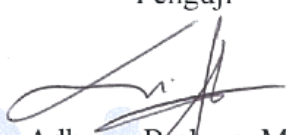
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

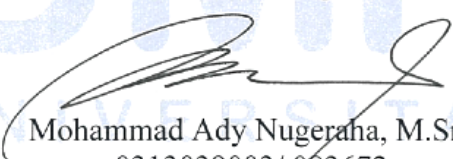
Ketua Sidang


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

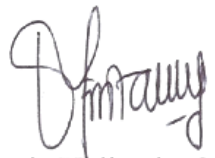
Penguji


Adhreza Brahma, M.Ds.
0304088702/ 042750

Pembimbing


Mohammad Ady Nugeraha, M.Sn.
0313039003/ 083672

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 : Graciell Syallom Zefanya Tjandra
Nomor Induk Mahasiswa : 00000068407
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Jenjang : ~~D3~~/ S1/ S2
Judul Karya Ilmiah : Perancangan Promosi Ny. Handoyo Bakery
Di Kota Solo

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



Graciell Syallom Zefanya Tjandra

* 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 kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan hidayah-Nya sehingga tugas akhir yang berjudul, "Perancangan Promosi Ny. Handoyo Bakery di Kota Solo" ini dapat diselesaikan. Tugas akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi di program Desain Komunikasi Visual. Penelitian dan perancangan ini bertujuan untuk meningkatkan *brand awareness* Ny. Handoyo Bakery di mata publik.

Oleh karena itu, dengan tulus penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Ninok Leksono, M.A., 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. Mohammad Ady Nugeraha, M.Ds., selaku Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga terselesainya tugas akhir ini.
5. Dr. Handojo Tjandrakusuma, selaku pemilik *brand* Ny. Handoyo Bakery yang telah membantu saya dengan memberikan wawasan, informasi, serta kesempatan untuk melakukan observasi dan wawancara dalam proses perancangan tugas akhir ini.
6. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

Semoga karya ini bermanfaat dan menjadi referensi bagi pembaca. Kesempurnaan masih jauh dari jangkauan, sehingga saran dan kritik yang membangun sangat diharapkan.

Tangerang, 9 Januari 2026



Graciell Syallom Zefanya Tjandra

PERANCANGAN PROMOSI NY. HANDOYO BAKERY DI KOTA SOLO

(Graciell Syallom Zefanya Tjandra)

ABSTRAK

Ny. Handoyo Bakery merupakan usaha keluarga yang telah berdiri sejak tahun 1970 di Kota Solo dan dikenal melalui produk kue dan roti yang lekat dengan kesan nostalgia. Meski memiliki basis pelanggan loyal lintas generasi, dalam lima tahun terakhir usaha ini mengalami penurunan jumlah pembeli, khususnya pada produk kue basah dan es krim kuno, serta cenderung bergantung pada pelanggan lama. Permasalahan ini diperparah oleh kurangnya inovasi dalam strategi komunikasi visual dan promosi yang belum mampu menjangkau generasi muda. Maka dari itu, diperlukan perancangan promosi untuk membantu memperluas jangkauan pasar Ny. Handoyo Bakery, khususnya kepada generasi muda usia 20–30 tahun. Metodologi yang digunakan adalah *Six Phases of the Project* oleh Robin Landa dan strategi promosi yang disusun berdasarkan model AISAS (*Attention, Interest, Search, Action, Share*) untuk memastikan pesan efektif di media digital.

Kata kunci: promosi, Ny. Handoyo Bakery, Kota Solo



PROMOTIONAL DESIGN FOR NY. HANDOYO BAKERY IN SOLO

(Graciell Syallom Zefanya Tjandra)

ABSTRACT (English)

Ny. Handoyo Bakery is a family business established in 1970 in Solo, renowned for its nostalgic cakes and bread. Despite having a multi-generational loyal customer base, the business has faced a decline in buyers over the last five years, particularly for traditional snacks and vintage ice cream, while remaining overly dependent on older patrons. This issue is exacerbated by a lack of innovation in visual communication and promotional strategies capable of reaching younger generations. Consequently, a promotional design is required to expand Ny. Handoyo Bakery's market reach, specifically targeting young adults aged 20–30. The methodology employed is Robin Landa's Six Phases of the Project, with a promotional strategy developed based on the AISAS (Attention, Interest, Search, Action, Share) model to ensure effective messaging across digital media. This approach aims to revitalize the brand's image, making it relevant for modern audiences without losing its legendary nostalgic essence.

Keywords: *promotion, Ny. Handoyo Bakery, Solo City*

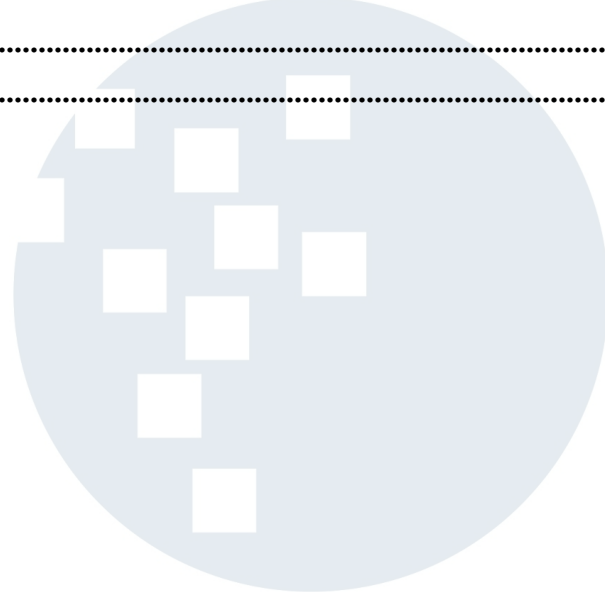


DAFTAR ISI

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	5
2.1 Desain Komunikasi Visual	5
2.1.1 Elemen Desain	5
2.1.2 Tipografi	9
2.1.3 <i>Copywriting</i>	11
2.1.4 Ilustrasi	14
2.1.5 Perancangan Karakter	16
2.1.6 <i>Grid</i>	19
2.2 Promosi	21
2.2.1 <i>Promotion Mix</i>	22
2.2.2 Media Promosi	27
2.2.3 Strategi AISAS	29

2.2.4 Strategi Pemasaran Industri Kuliner	32
2.2.5 Tantangan Pemasaran Digital	33
2.3 Penelitian yang Relevan	35
BAB III METODOLOGI PERANCANGAN	37
3.1 Subjek Perancangan	37
3.1 Metode dan Prosedur Perancangan	38
3.1.1 Tahap <i>Overview</i>	39
3.1.2 Tahap <i>Strategy</i>	39
3.1.3 Tahap <i>Ideas</i>	39
3.1.4 Tahap <i>Design</i>	40
3.1.5 Tahap <i>Production</i>	40
3.1.6 Tahap <i>Implementation</i>	40
3.2 Teknik dan Prosedur Perancangan	41
3.2.1 Observasi	41
3.2.2 Wawancara	42
3.2.3 Kuesioner	46
3.2.4 Studi Eksisting	48
3.2.5 Studi Referensi	48
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PERANCANGAN	50
4.1 Hasil Perancangan	50
4.1.1 <i>Overview</i>	50
4.1.2 <i>Strategy</i>	81
4.1.3 <i>Ideas</i>	90
4.1.4 <i>Design</i>	93
4.1.5 <i>Production</i>	106
4.1.6 <i>Implementation</i>	116
4.1.7 Hasil Bimbingan Spesialis	125
4.1.8 Kesimpulan Perancangan	127
4.2 Analisa Perancangan	127
4.2.1 Analisis <i>Market Validation</i>	127
4.2.2 Analisis <i>Media Attention & Interest</i>	131
4.2.3 Analisis <i>Media Search</i>	135

4.2.4 Analisis <i>Media Action</i>	137
4.2.5 Analisis <i>Media Share</i>	139
4.2.6 Anggaran.....	142
BAB V PENUTUP	144
5.1 Simpulan	144
5.2 Saran.....	145
Daftar Pustaka	146
LAMPIRAN	149



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian yang Relevan.....	31
Tabel 4.1 Data Pribadi Responden	63
Tabel 4.2 Pola Konsumsi Responden	64
Tabel 4.3 Brand Awareness Ny Handoyo Bakery	65
Tabel 4.4 Brand Experience Ny Handoyo Bakery	66
Tabel 4.5 Promosi Ny Handoyo Bakery	67
Tabel 4.6 Tabel Creative Brief	84
Tabel 4.7 Tabel AISAS	87
Tabel 4.8 Tabel Distribusi Media AISAS	89
Tabel 4.9 Tabel Anggaran	143



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Garis Dibuat dari Berbagai Media	6
Gambar 2.2 Poster Alfredo Pasta & Garlic Bread	7
Gambar 2.3 Suhu dalam Warna	8
Gambar 2.4 Skema Warna	8
Gambar 2.5 Jenis-jenis Tekstur.....	9
Gambar 2.6 Klasifikasi Huruf.....	10
Gambar 2.7 Poster Christmas in July	11
Gambar 2.8 Poster Chill N' Hot Coffee Brand.....	12
Gambar 2.9 Poster Burnt Cheesecake.....	13
Gambar 2.8 Poster Promosi Mong Bread oleh Celia	15
Gambar 2.9 Poster New Year's Dinner Party	16
Gambar 2.11 Contoh Bentuk Karakter Bulat.....	18
Gambar 2.14 Single-Column Grid	20
Gambar 2.15 Multi-Column Grid	21
Gambar 2.16 Promotion Mix	22
Gambar 2.17 Gambar AIDMA dan AISAS	30
Gambar 4.1 Outdoor Toko Utama Ny. Handoyo Bakery.....	51
Gambar 4.2 Indoor Toko Utama Ny. Handoyo Bakery	51
Gambar 4.3 Produk dalam Estalase Kaca Ny. Handoyo Bakery	52
Gambar 4.4 Toples Sus Kering Ny. Handoyo Bakery	53
Gambar 4.5 Freezer Es Krim Jadul Ny. Handoyo Bakery	53
Gambar 4.6 Tempat Duduk Ny. Handoyo Bakery	54
Gambar 4.7 Pigura Foto Produk Ny. Handoyo Bakery	55
Gambar 4.8 Outlet Cabang Ny. Handoyo Bakery di The Park Mall Solo	55
Gambar 4.9 Outlet Cabang Ny. Handoyo Bakery di The Park Mall Solo	56
Gambar 4.10 Logo Ny. Handoyo Bakery	68
Gambar 4. 11 Papan Nama Toko Utama Ny. Handoyo Bakery	69
Gambar 4. 12 Foto-foto Tua Kue Hias pada Dinding Toko Utama.....	70
Gambar 4.13 Menu Produk pada Toko Utama Ny. Handoyo Bakery	70
Gambar 4.14 Banner pada Outlet Ny. Handoyo Bakery.....	71
Gambar 4.15 Akun Instagram Ny. Handoyo Bakery	72
Gambar 4.16 Ny. Handoyo Bakery pada Platform Gofood	73
Gambar 4. 17 Logo Holland Bakery pada Platform Gofood	73
Gambar 4.18 Akun Instagram Holland Bakery.....	74
Gambar 4.19 Website Holland Bakery	75
Gambar 4.20 Logo Tiga Djaya Kopi.....	77
Gambar 4.21 Akun Instagram Tiga Djaya Kopi	78
Gambar 4.22 Akun Instagram Café Batavia	79
Gambar 4. 23 Desain Menu Café Batavia.....	79
Gambar 4. 24 Instagram Hidden Kinou	80

Gambar 4.25 Desain Menu Hidden Kinou.....	81
Gambar 4.26 Mind Map.....	91
Gambar 4.27 Moodboard	92
Gambar 4.28 Stylescape.....	92
Gambar 4.29 Logo Eksisting Ny. Handoyo Bakery	93
Gambar 4.30 Logo Varian Ny. Handoyo Bakery	94
Gambar 4. 31 Key Visual.....	94
Gambar 4.32 Single-Column Grid	95
Gambar 4. 33 Brush Moodboard.....	96
Gambar 4.34 Color Palette	97
Gambar 4.35 Aset Foto Ny. Handoyo Bakery	103
Gambar 4.36 Referensi Ilustrasi.....	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4.37 Aset Ilustrasi Ny. Handoyo Bakery..	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4.38 Proses IGF Ads.....	107
Gambar 4 39 Proses IGF Ads.....	108
Gambar 4.40 Proses IGF	109
Gambar 4. 41 Proses IGF	110
Gambar 4.42 Proses IGF	111
Gambar 4.43 GoFood Catalog	111
Gambar 4.44 Proses IGF Action	112
Gambar 4.45 Proses IGF Action	113
Gambar 4. 46 Proses Loyalty Card	114
Gambar 4.47 Proses Merchandise.....	115
Gambar 4.48 Proses IGF Share.....	116
Gambar 4 49 Implementasi IG Ads	117
Gambar 4. 50 Implementasi Instagram Story Ads.....	117
Gambar 4.51 Implementasi IG Feeds.....	118
Gambar 4.52 Implementasi Instagram Reels	119
Gambar 4.53 Implementasi Filter Instagram	120
Gambar 4.54 Implementasi Tiktok	121
Gambar 4.55 Implementasi GoFood.....	122
Gambar 4.56 Implementasi WA Community Broadcast	123
Gambar 4.57 Implementasi Poster T-Banner.....	124
Gambar 4.58 Implementasi Merchandise	125
Gambar 4.59 Key Visual Before.....	126
Gambar 4.60 Key Visual After	126
Gambar 4.61 IGF Ads Attention.....	132
Gambar 4.62 IGF Interest	133
Gambar 4. 63 IG Reels Attention.....	134
Gambar 4.64 IGF Carousel Search	135
Gambar 4.65 Menu.....	136
Gambar 4.66 Katalog GoFood	137
Gambar 4.67 IGF Action.....	138

Gambar 4.68 Promo GoFood	139
Gambar 4.69 IGF Share	140
Gambar 4.70 Implementasi Filter Instagram	141
Gambar 4.71 Implementasi Merchandise	141



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Hasil Persentase Turnitin.....	149
Lampiran 2 Form Bimbingan & Spesialis	152
Lampiran 3 Non-Disclosure Agreement	153
Lampiran 4 Hasil Kuesioner	159
Lampiran 5 Transkrip Wawancara	167
Lampiran 6 Dokumentasi	176

