

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI UNTUK MEREK

BAKMI KO AHAN



LAPORAN TUGAS AKHIR

Meliyani

00000057950

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS SENI DAN DESAIN

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2026

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI UNTUK MEREK

BAKMI KO AHAN



LAPORAN TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Desain Komunikasi Visual

Meliyani

00000057950

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS SENI DAN DESAIN

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2026

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Meliyani

Nomor Induk Mahasiswa : 00000057950

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

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

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI UNTUK MEREK BAKMI KO AHAN

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, 12 Januari 2026



(Meliyani)

HALAMAN PERNYATAAN PENGGUNAAN BANTUAN KECERDASAN ARTIFISIAL (AI)

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Meliyani

NIM : 00000057950

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Judul Laporan : Perancangan Media Promosi Untuk Brand Bakmi Ko Ahan

Dengan ini saya menyatakan secara jujur menggunakan bantuan Kecerdasan Artifisial (AI) dalam pengerjaan Tugas/Project/Tugas Akhir*(coret salah satu) 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 menyantumkan dalam sitasi serta referensi
3. Terlepas dari pernyataan di atas, tugas ini sepenuhnya merupakan karya saya sendiri

Tangerang, 12 Januari 2026

Yang Menyatakan,



(Meliyani)

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI UNTUK MEREK BAKMI KO AHAN

Oleh

Nama Lengkap : Meliyani
Nomor Induk Mahasiswa : 00000057950
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain

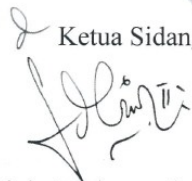
Telah diujikan pada hari Senin, 12 Januari 2026

Pukul 15.15 s.d. 16.00 WIB dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

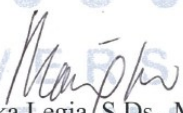
Ketua Sidang


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

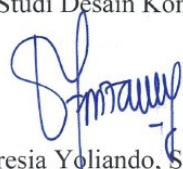
Penguji


Aditya Satyagraha, S.Sn., M.Ds.
0326128001/ 038953

Pembimbing


Mariska Legia, S.Ds., M.B.A.
0330118701/ 083675

Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual


Fonita Theresia Yoliando, S.Ds., M.A.
0311099302/ 043487

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

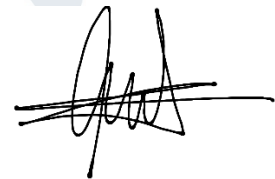
Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Meliyani
Nomor Induk Mahasiswa : 00000057950
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Jenjang : ~~D3~~/ S1/ S2*
Judul Karya Ilmiah : PERANCANGAN MEDIA PROMOSI
UNTUK BRAND BAKMI KO AHAN.

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, 12 Januari 2026



(Meliyani)

* 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 kepada Tuhan Yang Maha Esa karena kasih setia-Nya yang begitu besar sehingga penulis dapat merancang sebuah laporan tugas akhir Desain Komunikasi Visual yang berjudul Perancangan Media Promosi Untuk Merek Bakmi Ko Ahan. Judul tugas akhir ini penulis buat sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Desain Komunikasi Visual dan menjadi salah satu bentuk tanggung jawab penulis dalam menyelesaikan studi di Universitas Multimedia Nusantara selain itu tugas akhir ini juga menjadi salah satu bentuk cara penulis untuk mengimplementasikan ilmu pengetahuan serta apa yang telah penulis pelajari selama berada di perkuliahan. Perancangan ini memiliki tujuan untuk membantu brand Bakmi Ko Ahan dalam mempromosikan toko *offline* yang baru dibuka dan bertujuan untuk memperkuat *brand awareness* konsumen terhadap merek. Dalam penulisan laporan tugas akhir ini, penulis memperoleh banyak sekali dukungan saat memilih dan menjalankan segala keperluan tugas akhir ini, penulis sangat bersyukur untuk segala dukungan dan kasih sayang banyak orang. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

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. Mariska Legia, S.Ds., M.B.A., 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. Angelique Mutiara selaku narasumber yang telah bersedia untuk diwawancarai mengenai seputar Bakmi Ko Ahan sehingga penulis mendapatkan berbagai informasi dan data mengenai Bakmi Ko Ahan.

7. Hans Claudius selaku owner dari Bakmi Ko Ahan yang telah mengizinkan saya untuk melakukan perancangan dan pengambilan data untuk keperluan topik Tugas Akhir yang saya jalankan.
8. Rasya, Nixon, Abraham, Kayla, Shella, Hansen, Florencia, Jose, Hansen, Shavina, Chara, Tasya, Immanuel Bintang, Felicia, dan teman sepembimbingan lainnya yang telah menemani, mendukung, dan saling bertukar informasi serta memberikan saya arahan ataupun pengetahuan mengenai keperluan tugas akhir Desain Komunikasi Visual yang saya jalankan saat ini
9. Serta anak-anak rumah MH 10 yaitu Florencia, Mei, Shella, Grace, Michelle, Elvareta yang telah memberikan support serta menemani saya selama menjalani tugas akhir ini hingga selesainya tugas akhir ini.

Harapan penulis dari perancangan dan penulisan laporan ini adalah penulis dapat menyelesaikan studi di Desain Komunikasi Visual Universitas Multimedia Nusantara, selain itu penulis berharap perancangan ini dapat menjadi contoh atau pembelajaran bagi mahasiswa/i lain yang akan melakukan tugas akhir di semester selanjutnya. Dan teruntuk Bakmi Ko Ahan yang telah bekerja sama dan mendukung keberhasilan penulisan ini, semoga perancangan ini dapat memberikan *impact* dan dapat membantu Bakmi Ko Ahan dalam meningkatkan *brand awareness* dengan cara perancangan media promosi yang kreatif dan menarik.

Tangerang, 12 Januari 2026



(Meliyani)

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI UNTUK MEREK

BAKMI KO AHAN

(Meliyani)

ABSTRAK

Bakmi Ko Ahan adalah salah satu bakmi rumahan yang berlokasi di Gading Serpong. Merek bakmi ini menjual bakmi, siomay, dan pangsit dalam bentuk *frozen* ataupun siap saji di aplikasi Gofood ataupun Grabfood. Selain memproduksi bakmi secara *online*, aktivitas bisnis yang ingin dilakukan oleh Bakmi Ko Ahan adalah dengan menghadirkan toko fisik atau resto fisik yang dapat dikunjungi oleh konsumen sehingga dapat menyantap Bakmi Ko Ahan secara hangat dan langsung di toko tersebut. Namun pada saat ini, Bakmi Ko Ahan belum memiliki media promosi mengenai hal tersebut. Mereka ingin mempersuasi konsumen agar konsumen baru ataupun pelanggan setia hadir dan pergi ke toko baru yang mereka miliki. Oleh karena itu, diperlukannya perancangan media promosi untuk merek Bakmi Ko Ahan dalam meningkatkan *brand awareness*. Tujuan dirancang media promosi ini supaya promosi dan informasi mengenai toko fisik *offline* tersebut dapat tersampaikan kepada konsumen dan secara efektif mempersuasi konsumen. Perancangan ini menggunakan metode perancangan dari Robin Landa dan menggunakan teknik pengumpulan data berupa kuantitatif dan kualitatif. Hasil perancangan ini adalah media promosi di sosial media dan juga didukung oleh beberapa media tambahan seperti maskot, x-banner, poster dan media lainnya. Perancangan ini diharapkan dapat memberi dampak pada promosi Bakmi Ko Ahan.

Kata kunci: Media, Promosi, Awareness, Bakmi Ko Ahan

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

PROMOTIONAL MEDIA DESIGN FOR BAKMI KO AHAN BRAND

(Meliyani)

ABSTRACT (English)

Bakmi Ko Ahan is a home-based noodle brand located in Gading Serpong. The brand offers noodles, siomay, and wontons in both frozen and ready-to-eat formats through the GoFood and GrabFood applications. In addition to operating online, Bakmi Ko Ahan wants to expand its business activities by starting a physical store or restaurant that customers can visit to enjoy freshly served dishes directly on-site. However, at the moment, Bakmi Ko Ahan does not yet have promotional media to communicate this development. They intend to persuade both new customers and loyal consumers to visit their upcoming physical store. Therefore, the development of promotional media is needed to enhance the brand awareness of Bakmi Ko Ahan. The purpose of designing this promotional media is to ensure that information regarding the new offline store can be effectively delivered and communicated to consumers, while also persuading them to visit. This design project adopts Robin Landa's design methodology and uses both quantitative and qualitative data collection techniques. The final outcome of this project includes promotional content for social media, supported by additional media such as a mascot, x- banner, posters, and other promotional materials. This design is expected to have a positive impact on the promotional efforts of Bakmi Ko Ahan.

Keywords: Media, Promotional, Awareness, Bakmi Ko Ahan



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
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	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Batasan Masalah	3
1.4 Tujuan Tugas Akhir	3
1.5 Manfaat Tugas Akhir	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	5
2.1 Periklanan.....	5
2.1.1 Promosi.....	6
2.1.2 Tujuan Pemasaran	7
2.1.3 Manfaat Pemasaran	7
2.1.4 Media Promosi.....	8
2.1.5 Promosi AISAS.....	9
2.1.6 Creative Brief	11
2.1.7 Copywriting	12
2.2 Brand.....	14
2.2.1 Brand Awareness	15
2.2.2 Brand Strategy	16

2.2.3 Brand Feelings.....	17
2.2.4 Tone Of Voice	18
2.2.5 Brand Positioning.....	19
2.3 Prinsip Desain.....	20
2.3.1 Balance	20
2.3.2 Hierarki.....	21
2.3.3 Emphasis	22
2.3.4 Scale & Proportion.....	22
2.4 Elemen Visual.....	22
2.4.1 Warna.....	22
2.4.2 Tipografi	24
2.4.3 Signage	25
2.4.4 Fotografi.....	26
2.4.5 Mascot / Brand Characters	26
2.4.6 Grid	27
2.5 Bakmi	28
2.6 Penelitian yang Relevan.....	28
BAB III METODOLOGI PERANCANGAN.....	33
3.1 Subjek Perancangan	33
3.1.1 Geografis	33
3.1.2 Demografis.....	33
3.1.3 Psikografis.....	34
3.2 Metode dan Prosedur Perancangan	34
3.2.1 Overview	35
3.2.2 Strategy	35
3.2.3 Ideas.....	36
3.2.4 Design	36
3.2.5 Production.....	36
3.2.6 Implementation	37
3.3 Teknik dan Prosedur Perancangan.....	37
3.3.1 Wawancara	38
3.3.2 Kuesioner	44

3.3.3 Studi Eksisting.....	46
3.3.4 Studi Referensi	46
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PERANCANGAN	47
4.1 Hasil Perancangan	47
4.1.1 Overview	47
4.1.2 Strategy	77
4.1.3 Ideas.....	83
4.1.4 Design	103
4.1.5 Production	135
4.1.6 Implementaton	144
4.1.6 Kesimpulan Perancangan.....	157
4.2 Pembahasan Perancangan	158
4.2.1 Analisa Market Validation	158
4.2.2 Analisa Asset.....	170
4.2.3 Analisa Media Utama Promosi	172
4.2.4 Analisa Mascot Bakmi Ko Ahan.....	206
4.2.5 Analisa Signage Bakmi Ko Ahan.....	209
4.2.6 Analisa Banner	210
4.2.7 Analisa Poster.....	212
4.2.8 Analisa Menu.....	215
4.2.9 Analisa Packaging.....	216
4.2.10 Analisa Kemasan Hampers.....	217
4.2.11 Analisa Template stories	218
4.2.12 Analisa Voucher.....	220
4.2.13 Anggaran	220
BAB V PENUTUP.....	223
5.1 Simpulan	223
5.2 Saran	224
DAFTAR PUSTAKA	xx
LAMPIRAN.....	xxiii

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian yang Relevan.....	29
Tabel 4. 1 Hasil Kuesioner.....	61
Tabel 4. 2 Hasil Kuesioner.....	63
Tabel 4. 3 Analisis SWOT Bakmi Ko Ahan	71
Tabel 4. 4 Tabel Identifikasi Target Audiens.....	77
Tabel 4. 5 Tabel Creative Brief.....	79
Tabel 4. 6 Tabel Media Pendekatan AISAS	86
Tabel 4. 7 Strategi Pesan Promosi AISAS	87
Tabel 4. 8 Proses Perancangan Foto Produk Bakmi Ko Ahan.....	98
Tabel 4. 9 Tabel Timeline Perancangan Promosi	102
Tabel 4. 10 Pertanyaan Pembuka Market Validation	151
Tabel 4. 11 Tabel Pertanyaan Media Attention.....	151
Tabel 4. 12 Tabel Pertanyaan Perancangan Interest	152
Tabel 4. 13 Pertanyaan Perancangan Promosi Search	154
Tabel 4. 14 Pertanyaan Evaluasi Perancangan Promosi – Action	155
Tabel 4. 15 Pertanyaan Perancangan Media Promosi – Share.....	156
Tabel 4. 16 Hasil Evaluasi Responden.....	159
Tabel 4. 17 Hasil Evaluasi Market Validation Attention.....	160
Tabel 4. 18 Hasil Evaluasi Market Validation Interest	161
Tabel 4. 19 Hasil Evaluasi Market Validation Search	163
Tabel 4. 20 Hasil Evaluasi Market Validation Action	165
Tabel 4. 21 Hasil Evaluasi Market Validation Share.....	166



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2 1 Contoh Tampilan Iklan.....	5
Gambar 2 2 Contoh Pemasaran/ Promosi	6
Gambar 2 3 Contoh Promosi Digital.....	8
Gambar 2 4 Contoh Media Above The Line.....	9
Gambar 2 5 Bentuk Model AISAS	10
Gambar 2 6 Contoh Creative Brief UMN	11
Gambar 2 7 Contoh Gambar Copywriting	13
Gambar 2 8 Contoh Nama-Nama Brand.....	14
Gambar 2 9 Contoh Target Aware Dengan Brand.....	15
Gambar 2 10 Contoh Proses Brand Strategy	17
Gambar 2 11 Contoh Tone Of Voice	18
Gambar 2 12 Contoh Brand Positioning pada Merek	20
Gambar 2 13 Contoh Peletakan Hierarki Pada Desain	21
Gambar 2 14 Contoh Psikologi Warna	23
Gambar 2 15 Contoh Desain Tipografi.....	25
Gambar 2 16 Contoh Maskot Makanan	26
Gambar 2 17 Contoh Nama-nama Grid	27
Gambar 4 1 Wawancara Sosial Media Spesialist Bakmi Ko Ahan.....	48
Gambar 4 2 Bukti Wawancara bersama Owner Bakmi Ko Ahan.....	51
Gambar 4 3 Tampilan Depan Bakmi Along	54
Gambar 4 4 Suasana Bakmi Along	54
Gambar 4 5 Suasana Bakmi Along	55
Gambar 4 6 Wawancara Beberapa Konsumen Bakmi Along.....	55
Gambar 4 7 Foto Wawancara Pelanggan Random di Bakmi Ko Ahan	56
Gambar 4 8 Observasi Bakmi Aling	57
Gambar 4 9 Foto Dinding Bakmi Aling.....	57
Gambar 4 10 Foto Suasana Pasar Modern	58
Gambar 4 11 Foto Menu Bakmi Aling	58
Gambar 4 12 Wawancara Pelanggan Bakmi Aling.....	59
Gambar 4 13 Wawancara Pelanggan Bakmi Aling.....	60
Gambar 4 14 Kuesioner Mengenai Hal Penting dalam branding	66
Gambar 4 15 Kuesioner Mengenai Warna yang Cocok.....	67
Gambar 4.16 Skala Likert Mengenai Pembukaan Dine-In Store.....	67
Gambar 4.17 Tampilan Kemasan Bakmi Ko Ahan	69
Gambar 4.18 Tampilan Instagram Milik Bakmi Ko Ahan	70
Gambar 4 19 Screenshot Instagram Bakmi GM	74
Gambar 4 20 Foto Produk Bakmi Mingyen	75
Gambar 4 21 Foto Produk Bakmi Mingyen.....	75
Gambar 4 22 Screenshot Instagram Cerita Bakmi	76
Gambar 4 23 Gambaran User Persona	78

Gambar 4 24 Proses Mindmapping.....	84
Gambar 4 25 Customer Journey.....	90
Gambar 4 26 Referensi Foto Suasana	91
Gambar 4 27 Pemilihan Warna Primer dan Sekunder	91
Gambar 4 28 Gambar Typeface yang digunakan.....	92
Gambar 4 29 Referensi Maskot Bakmi Ko Ahan	93
Gambar 4 30 Sketsa Awal Perancangan Maskot	94
Gambar 4 31 Proses Sketsa Maskot Bakmi Ko Ahan.....	94
Gambar 4 32 Tampak Depan Belakang Maskot	95
Gambar 4 33 Moodboard Foto Suasana Rumah	96
Gambar 4 34Moodboard Pemotretan Produk Bakmi Ko Ahan	96
Gambar 4 35 Proses Foto Produk Bakmi Ko Ahan	97
Gambar 4 36 Konten Pillar Attention	104
Gambar 4 37 Layout Konten Attention.....	105
Gambar 4 38 Desain Konten Attention.....	105
Gambar 4 39 Layouting Banner Bakmi Ko Ahan.....	106
Gambar 4 40 Desain Banner untuk Attention	107
Gambar 4 41 Sketsa Storyline Konten Video Reels	108
Gambar 4 42 Cuplikan Video berdasarkan sketsa	108
Gambar 4 43 Konten Pillar Interest	109
Gambar 4 44 Layouting Konten Interest.....	110
Gambar 4 45 Desain Konten Instagram Interest.....	111
Gambar 4 46 Sketsa Video reels games.....	112
Gambar 4 47 Proses Editing Video.....	112
Gambar 4 48 Desain Video Reels	113
Gambar 4 49 Sketsa Storyline Video Tutorial Masak	113
Gambar 4 50 Tampilan Aset video berdasarkan storyline	115
Gambar 4 51 Layout Poster Bakmi Ko Ahan	115
Gambar 4 52 Desain Poster Bakmi Ko Ahan.....	115
Gambar 4 53 Desain Tampak Depan Belakang Maskot.....	116
Gambar 4 54 Ekspresi Maskot Bakmi Ko Ahan.....	117
Gambar 4 55 Gesture Maskot Bakmi Ko Ahan	117
Gambar 4 56 Stiker Whatsapp Bakmi Ko Ahan	118
Gambar 4 57 Sketsa Perancangan Anak Maskot	118
Gambar 4 58 Tampak Depan Belakang Anak Maskot.....	119
Gambar 4 59 Gesture Anak Maskot.....	119
Gambar 4 60 Layout Instagram Feeds Search	120
Gambar 4 61 Desain Instagram Feeds Search.....	121
Gambar 4 62 Desain Signage Bakmi Ko Ahan.....	122
Gambar 4 63 Konten Pillar Action.....	123
Gambar 4 64 Desain Instagram Feeds Action.....	123
Gambar 4 65 Desain Instagram Feeds Action.....	124
Gambar 4 66 Desain Instagram Action.....	124

Gambar 4 67 Desain Instagram Feeds Action.....	125
Gambar 4 68 Sketsa Bentuk Box Hampers.....	125
Gambar 4 69 Desain Hampers	126
Gambar 4 70 Desain Sketsa dan Layout Menu.....	126
Gambar 4 71 Desain Menu Bakmi Ko Ahan	127
Gambar 4 72 Sketsa Desain Packaging.....	128
Gambar 4 73 Desain Packaging Original.....	128
Gambar 4 74 Desain Packaging Signature.....	129
Gambar 4 75 Sketsa Template Stories	130
Gambar 4 76 Desain Template Stories.....	130
Gambar 4 77 Sketsa Instagram Feeds Share	131
Gambar 4 78 Desain Instagram Feeds Share	132
Gambar 4 79 Desain Sticker Bakmi Ko Ahan	132
Gambar 4 80 Desain Konten Bimbingan Spesialis.....	134
Gambar 4 81 Ukuran Instagram Feeds.....	136
Gambar 4 82 Ukuran Instagram Reels	137
Gambar 4 83 Cover Instagram Reels	137
Gambar 4 84 Ukuran Template Instagram Stories.....	138
Gambar 4 85 Ukuran Cetak Sticker	138
Gambar 4 86 Ukuran Cetak Packaging Bakmi Ko Ahan.....	139
Gambar 4 87 Ukuran Lembar Menu	140
Gambar 4 88 Ukuran Signage Bakmi Ko Ahan.....	140
Gambar 4 89 Ukuran Voucher Bakmi Ko Ahan.....	141
Gambar 4 90 Ukuran Box Hampers Bakmi Ko Ahan.....	142
Gambar 4 91 Ukuran Poster	142
Gambar 4 92 Ukuran Maskot Meja Display	143
Gambar 4 93 Ukuran Banner Bakmi Ko Ahan	144
Gambar 4 .94 Implementasi Instagram Feeds.....	145
Gambar 4 95 Implementasi Instagram Stories	146
Gambar 4 96 Implementasi Poster	146
Gambar 4 97 Implementasi Banner.....	147
Gambar 4 98 Implementasi Menu.....	148
Gambar 4 99 Implementasi Voucher	148
Gambar 4 100 Implementasi Hampers.....	149
Gambar 4 101 Implementasi Sticker.....	149
Gambar 4 102 Implementasi Instagram Stories	150
Gambar 4 103 Revisi setelah market validation	170
Gambar 4 104 Analisa Warna Background	171
Gambar 4 105 Penggunaan Tipografi	172
Gambar 4 106 Hasil Karya Keseluruhan Perancangan	173
Gambar 4 107 Instagram Feeds 1.....	174
Gambar 4 108 Instagram Feeds 2.....	175
Gambar 4 109 Instagram Feeds 3.....	176

Gambar 4 110 Instagram Feeds 4.....	177
Gambar 4 111 Instagram Feeds 5.....	178
Gambar 4 112 Instagram Feeds 6.....	179
Gambar 4 113 Instagram Feeds 7.....	180
Gambar 4 114 Instagram Feeds 8.....	181
Gambar 4 115 Analisa Video Reels 1	182
Gambar 4 116 Instagram Feeds 9.....	183
Gambar 4 117 Instagram Feeds 10.....	184
Gambar 4 118 Instagram Feeds 11.....	185
Gambar 4 119 Instagram Feeds 12.....	186
Gambar 4 120 Instagram Feeds 13.....	187
Gambar 4 121 Instagram Feeds 14.....	188
Gambar 4 122 Instagram Feeds 15.....	189
Gambar 4 123 Analisa Feeds 16,17,18	189
Gambar 4 124 Instagram Feeds 16.....	190
Gambar 4 125 Analisa Instagram Reels 2.....	190
Gambar 4 126 Analisa Instagram Reels 2.....	191
Gambar 4 127 Analisa Instagram Reels 2.....	191
Gambar 4 128 Analisa Instagram Reels 2.....	192
Gambar 4 129 Instagram Feeds 17-18	193
Gambar 4 130 Analisa Feeds 19,20,21	193
Gambar 4 131 Analisa Instagram Feeds 3	194
Gambar 4 132 Instagram Feeds 22.....	195
Gambar 4 133 Instagram Feeds 23.....	196
Gambar 4 134 Instagram Feeds 24.....	197
Gambar 4 135 Analisa Feeds 25,26,27	198
Gambar 4 136 Analisa Feeds 28,29,30	199
Gambar 4 137 Instagram Feeds 28.....	200
Gambar 4 138 Instagram Feeds 29.....	201
Gambar 4 139 Instagram Feeds 30.....	202
Gambar 4 140 Analisa Feeds 31,32,33	203
Gambar 4 141 Analisa Feeds 34,35,36	205
Gambar 4 142 Analisa Bentuk Maskot Bakmi Ko Ahan.....	206
Gambar 4 143 Analisa Ekspresi Maskot.....	207
Gambar 4 144 Analisa Gesture Karakter	208
Gambar 4 145 Analisa Gesture dan Ekspresi Maskot Secondary.....	208
Gambar 4 146 Analisa Jumlah Ekspresi dan Gesture	209
Gambar 4 147 Analisa Desain Signage.....	210
Gambar 4 148 Analisa Banner	211
Gambar 4 149 Analisa Mockup Poster	213
Gambar 4 150 Analisa Poster Promo Bundling	213
Gambar 4 151 Analisa Poster Emosional.....	214
Gambar 4 152 Analisa Poster Paket Duo.....	214

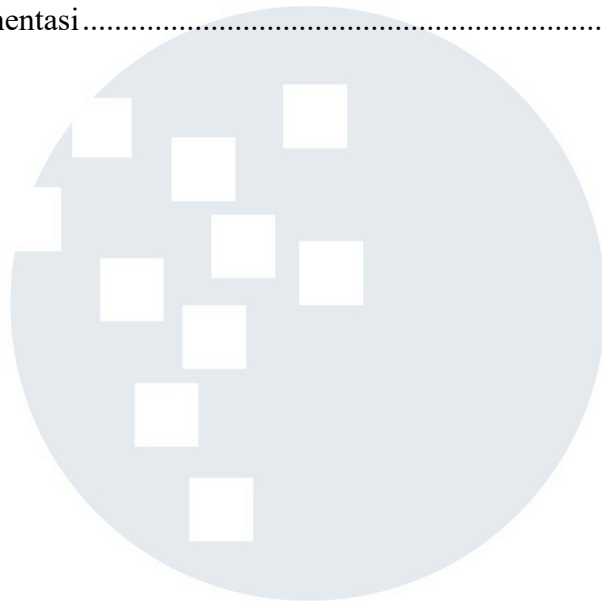
Gambar 4 153 Analisa Desain Menu	215
Gambar 4 154 Analisa Desain Packaging Signature.....	216
Gambar 4 155 Analisa Packaging Frozen Original.....	217
Gambar 4 156 Analisa Desain Hampers	218
Gambar 4 157 Analisa Template Stories	219
Gambar 4 158 Analisa Desain Voucher.....	220



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Hasil Persentase Turnitin.....	20
Lampiran Form Bimbingan & Spesialis	20
Lampiran <i>Non-Disclosure Agreement</i>	20
Lampiran <i>Consent Form</i>	20
Lampiran Kuesioner.....	20
Lampiran Transkrip Wawancara.....	20
Lampiran Dokumentasi.....	20



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA