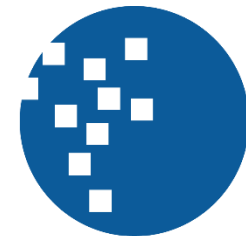


**PERANCANGAN PROMOSI PATTAYA THAI *DESSERT* DI
JAKARTA BARAT**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN TUGAS AKHIR

Agatha Sharon Toscani

00000068898

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

**PERANCANGAN PROMOSI PATTAYA THAI *DESSERT* DI
JAKARTA BARAT**



LAPORAN TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Desain Komunikasi Visual

Agatha Sharon Toscani

00000068898

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 : Agatha Sharon Toscani
Nomor Induk Mahasiswa : 00000068898
Program Studi : Desain Komunikasi Visual

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

PERANCANGAN PROMOSI PATTAYA THAI *DESSERT* DI JAKARTA BARAT

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



(Agatha Sharon Toscani)

HALAMAN PERNYATAAN PENGGUNAAN BANTUAN KECERDASAN ARTIFISIAL (AI)

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Agatha Sharon Toscani

NIM : 00000068898

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Judul Laporan : Perancangan Promosi Pattaya Thai *Dessert* di Jakarta Barat

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, 12 Januari 2026

Yang Menyatakan,



(Agatha Sharon Toscani)

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul

PERANCANGAN PROMOSI PATTAYA THAI *DESSERT* DI JAKARTA BARAT

Oleh

Nama Lengkap : Agatha Sharon Toscani
Nomor Induk Mahasiswa : 00000068898
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain

Telah diujikan pada Senin, 12 Januari 2026
Pukul 13.45 s.d.14.30 WIB dan dinyatakan
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Penguji

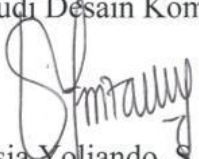

Adhreza Brahma, M.Ds.
0304088702/ 042750


Chara Susanti, M.Ds.
0313048703/ L00266

Pembimbing


Ardyansyah, S.Sn., M.M., M.Ds.
0318127603/ L00011

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 : Agatha Sharon Toscani
Nomor Induk Mahasiswa : 00000068898
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Jenjang : ~~D3~~/ S1/ S2*
Judul Karya Ilmiah : PERANCANGAN PROMOSI PATTAYA
THAI DESSERT DI JAKARTA BARAT

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

UNIVERSITA
MULTIMEDI
NUSANTARA



(Agatha Sharon Toscani)

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Tuhan yang Maha Esa atas Rahmat dan penunjuknya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul “Perancangan Promosi Pattaya Thai *Dessert* di Jakarta Barat”. Tugas akhir ini disusun sebagai salah satu persyaratan akademik dalam menyelesaikan program studi Desain Komunikasi Visual, Universitas Multimedia Nusantara. Dalam proses penyusunan ini, saya mendapatkan banyak dukungan, arahan, dan bantuan dari berbagai pihak maka dari itu, saya ingin mengucapkan terima kasih 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. Ardyansyah, S.Sn., M.M., M.Ds., 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. Teman-teman penulis yang selalu memberikan dukungan dan motivasi, sehingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
7. Jofanlis, selaku pemilik Pattaya Thai *Dessert* , yang dengan penuh kebaikan memberikan izin kepada penulis untuk menjadikan Pattaya Thai *Dessert* sebagai topik tugas akhir.
8. Thalia Tanudjaja, sebagai teman penulis dan karyawan Pattaya Thai *Dessert* yang membantu saya mengumpulkan data yang relevan serta meluangkan waktu dan tenaga untuk wawancara.
9. Muhammad Adrian Syah sebagai *design officer* yang bersedia untuk diwawancarai sebagai ahli desain komunikasi visual
10. Semua yang telah bersedia untuk di wawancarai untuk keperluan penelitian ini

11. Dosen dan keluarga besar Universitas Multimedia Nusantara yang telah memberikan bantuan, baik secara langsung maupun tidak langsung, dalam proses perancangan tugas akhir ini.

Penulis berharap tugas akhir ini dapat menjadi acuan positif dalam bidang desain komunikasi visual, khususnya dalam penerapan kampanye promosi. Semoga hasil perancangan promosi Pattaya Thai *Dessert* dapat membantu dalam menarik minat di kalangan target pasar yang lebih luas, khususnya kepada dewasa muda. Penulis juga berharap tugas akhir ini dapat menambah wawasan dalam bidang Desain Komunikasi Visual serta menjadi referensi bagi mahasiswa yang ingin mengembangkan perancangan promosi lainnya.

Tangerang, 12 Januari 2026



(Agatha Sharon Toscani)

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

PERANCANGAN PROMOSI PATTAYA THAI *DESSERT* DI JAKARTA BARAT

(Agatha Sharon Toscani)

ABSTRAK

Di era digital yang semakin berkembang, industri F&B mengalami pergeseran perilaku konsumen yang signifikan terutama dalam hal keputusan pembelian dan ketergantungan terhadap media sosial. Perubahan ini mendorong merek untuk menyesuaikan strategi pemasarannya agar tetap relevan dengan generasi yang berkelanjutan. Penelitian ini bertujuan menciptakan media persuasif untuk membantu Pattaya Thai *Dessert* dalam meningkatkan *brand awareness* dan memasarkan kafe yang baru didirikan pada 2023, sebuah kafe makanan penutup khas Thailand yang bertempat di Jakarta Barat kepada target dewasa muda (26-32 tahun). Metode penelitian yang digunakan adalah *mixed methods*, dengan teknik seperti wawancara, kuesioner, observasi, studi eksisting, dan studi referensi. Selain itu, teori “*essential graphic design solutions 6th edition*” oleh Robin Landa (2019) digunakan untuk merancang media persuasif secara efisien. Inti masalah dari Pattaya Thai *Dessert* terletak pada tingkat interaksi, ketidakaktifan media sosial dari merek dan keterlibatan *audience* dengan konten yang dibagikan atau dipublikasikan di sosial media dan kesusahan menarik konsumen baru ke dalam kedai kafe baru tersebut. Media persuasif atau promosi yang dirancang diharapkan dapat bermanfaat sebagai referensi untuk mahasiswa lain yang tertarik dalam mengembangkan promosi di dalam bidang *food and beverage*.

Kata kunci: Promosi, AISAS, Kafe, *Food & Beverage*

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

PROMOTIONAL DESIGN OF PATTAYA THAI DESSERT IN WEST JAKARTA

(Agatha Sharon Toscani)

ABSTRACT (English)

In the rapidly evolving digital era, the F&B industry has experienced significant shifts in consumer behavior, particularly in purchasing decisions and reliance on social media. These changes compel brands to adapt their marketing strategies in order to remain relevant to emerging and sustainable generations. This research aims to develop persuasive media to support Pattaya Thai Dessert in increasing brand awareness and promoting its newly established café in 2023. A Thai dessert café located in West Jakarta targeting young adults aged 26 – 32. The Research employs a mixed-methods approach, incorporating techniques such as interviews, questionnaires, observations, existing studies, and reference studies. Additionally, the theory from Essential Graphic Design Solutions, 6th Edition by Robin Landa (2019) is applied to design persuasive media effectively. The core issue faced by Pattaya Thai Dessert lies in its low interaction levels, inactive social media presence, insufficient audience engagement with published content, and difficulties in attracting new customers to the newly opened café. The persuasive or promotional media developed in this study is expected to serve as a useful reference for other students Interested in creating promotional strategies within the food and beverage field..

Keywords: Promotions, AISAS, Cafe, Food & Beverage

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	viii
<i>ABSTRACT (English)</i>	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
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	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Promosi	5
2.1.1 Tujuan Promosi	5
2.1.2 Alat Promosi	6
2.1.3 Bauran Promosi	7
2.1.4 Strategi Promosi AISAS	9
2.1.5 Indikator Promosi	11
2.1.6 Model PESO	12
2.2 Desain Komunikasi Visual	13
2.2.1 Elemen Desain	14
2.2.2 Fotografi	33
2.2.3 <i>Grid & Layout</i>	37
2.2.4 Prinsip Desain	38

2.3 Industri <i>Food & Beverage</i> (F&B).....	42
2.3.1 Teknologi Operasional F&B	42
2.3.2 <i>Key Performance Indikator</i> (KPI).....	43
2.4 Media Sosial.....	44
2.4.1 Instagram.....	44
2.4.2 TikTok.....	44
2.4.3 Facebook	45
2.5 Penelitian yang Relevan.....	45
BAB III METODOLOGI PERANCANGAN	48
3.1 Subjek Perancangan	48
3.2 Metode dan Prosedur Perancangan	48
3.3 Teknik dan Prosedur Perancangan	52
3.3.1 Observasi.....	53
3.3.2 Wawancara	53
3.3.3 Kuesioner	57
3.3.4 Studi Eksisting.....	61
3.3.5 Studi Referensi	61
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PERANCANGAN	62
4.1 Hasil Perancangan	62
4.1.1 <i>Research</i>	62
4.1.2 <i>Analysis</i>	102
4.1.3 <i>Concepts</i>	135
4.1.4 <i>Design</i>	146
4.1.5 <i>Implementation</i>	187
4.1.6 Kesimpulan Perancangan.....	201
4.2 Pembahasan Perancangan.....	202
4.2.1 Analisis <i>Market Validation/ Beta Test</i>	202
4.2.2 Analisis Desain Media Utama Instagram	206
4.2.3 Analisis Desain Instagram <i>Story</i>	209
4.2.4 Analisis Desain Instagram <i>Reels</i> / TikTok Video	211
4.2.5 Analisis Desain <i>Signage / LED Sign Box</i>	211
4.2.6 Analisis Desain <i>E-menu & Menu Board</i>	212

4.2.7 Analisis Desain <i>Acrylic Stand</i>	214
4.2.8 Analisis Desain Poster	215
4.2.9 Analisis Desain <i>Banner</i>	216
4.2.10 Analisis Desain Kartu Bisnis	217
4.2.11 Analisis Desain <i>Loyalty Stamp Card</i>	218
4.2.12 Analisis Desain <i>Packaging / Kemasan</i>	219
4.2.13 Anggaran	220
BAB V PENUTUP	223
5.1 Simpulan	223
5.2 Saran	224
DAFTAR PUSTAKA	xix
LAMPIRAN	xxii



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Alat Promosi Konsumen Utama	6
Tabel 2.2 Penelitian yang Relevan.....	46
Tabel 4.1 Kuesioner Profil Responden	84
Tabel 4.2 Kuesioner Preferensi & Kebiasaan Responden	85
Tabel 4.3 Kuesioner Promosi & Media	87
Tabel 4.4 Kuesioner Kepuasan Pelanggan.....	90
Tabel 4.5 Tabel SWOT	93
Tabel 4.6 <i>Creative Brief</i>	107
Tabel 4.7 Strategi Promosi AISAS	110
Tabel 4.8 Penjabaran Strategi Media	115
Tabel 4.9 <i>Flow Feeds</i>	118
Tabel 4.10 Alternatif <i>Big Idea</i>	136
Tabel 4.11 Tabel <i>Budgeting</i> Promosi.....	220



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Metode AISAS	10
Gambar 2.2 Fotografi	15
Gambar 2.3 Video	16
Gambar 2.4 Ilustrasi	17
Gambar 2.5 <i>Logo</i>	18
Gambar 2.6 <i>Icon</i>	19
Gambar 2.7 RGB di Media	20
Gambar 2.8 CMYK di Media	21
Gambar 2.9 <i>Hue</i>	22
Gambar 2.10 <i>Saturation</i>	22
Gambar 2.11 <i>Brightness</i>	22
Gambar 2.12 <i>La La Land</i>	24
Gambar 2.13 <i>Avatar: The Way of Water</i>	24
Gambar 2.14 Huruf <i>Serif</i>	30
Gambar 2.15 <i>Serif Old style</i>	30
Gambar 2.16 <i>Serif Transitional</i>	31
Gambar 2.17 <i>Serif Modern</i>	31
Gambar 2.18 <i>Sans Serif</i>	32
Gambar 2.19 <i>Hard Light vs Soft Light</i>	34
Gambar 2.20 Efek Gerak	35
Gambar 2.21 Ruang Tajam	35
Gambar 2.22 <i>Rule of thirds</i>	36
Gambar 2.23 <i>Modular Grid</i>	37
Gambar 2.24 <i>Hierarchical Grid</i>	38
Gambar 2.25 <i>Joker: Folie a Deux</i>	41
Gambar 4.1 Tampak Depan Pattaya Thai <i>Dessert</i>	63
Gambar 4.2 <i>Indoor</i> Pattaya Thai <i>Dessert</i>	64
Gambar 4.3 Display Makanan	65
Gambar 4.4 Kasir Pattaya Thai <i>Dessert</i>	66
Gambar 4.5 Meja Kasir Pattaya Thai <i>Dessert</i>	66
Gambar 4.6 Menu Pattaya Thai <i>Dessert</i>	67
Gambar 4.7 Jumlah Kunjungan Berdasarkan Waktu	69
Gambar 4.8 Kategori <i>Customer</i>	69
Gambar 4.9 Usia	70
Gambar 4.10 Aktivitas Utama	71
Gambar 4.11 <i>Feeds</i> Pattaya Thai <i>Dessert</i>	71
Gambar 4.12 <i>Copywriting</i> Pattaya Thai <i>Dessert</i>	72
Gambar 4.13 Wawancara dengan Pemilik Pattaya Thai <i>Dessert</i>	74
Gambar 4.14 Foto Wawancara dengan Karyawan Pattaya Thai <i>Dessert</i>	76
Gambar 4.15 Wawancara dengan Pengunjung 1	77

Gambar 4.16 Wawancara dengan Pengunjung 2	78
Gambar 4.17 Wawancara dengan Pengunjung 3	79
Gambar 4.18 Wawancara dengan Pengunjung 4	80
Gambar 4.19 Foto Wawancara dengan <i>Design Officer</i>	82
Gambar 4.20 <i>Brand Positioning Matrix</i>	95
Gambar 4.21 Profil Kapitan Lim	96
Gambar 4.22 Konten Kapitan Lim.....	97
Gambar 4.23 <i>Copywriting</i> Kapitan Lim	97
Gambar 4.24 Instagram Thai Street	98
Gambar 4.25 Konten Thai Street	99
Gambar 4.26 <i>Copywriting</i> Thai Street	99
Gambar 4.27 Instagram Thai Sajja.....	100
Gambar 4.28 Konten Thai Sajja.....	101
Gambar 4.29 <i>Copywriting</i> Thai Sajja.....	102
Gambar 4.30 <i>User Persona</i>	103
Gambar 4.31 <i>Customer Journey Map</i> 1	105
Gambar 4.32 <i>Customer Journey Map</i> 2	106
Gambar 4.33 <i>Content Pillar & Planning</i>	117
Gambar 4.34 <i>Mindmapping</i>	135
Gambar 4.35 <i>Tone of Voice</i>	138
Gambar 4.36 <i>Moodboard</i>	139
Gambar 4.37 <i>Primary Colors</i>	140
Gambar 4.38 <i>Secondary Colors</i>	141
Gambar 4.39 <i>Primary Typeface</i>	142
Gambar 4.40 <i>Secondary Typeface</i>	143
Gambar 4.41 Instagram <i>Layout</i>	144
Gambar 4.42 <i>Stylescape</i>	145
Gambar 4.44 <i>Key Visual</i>	147
Gambar 4.45 <i>Key Visual</i> Terpilih.....	148
Gambar 4.46 Proses Pemotretan Aset.....	149
Gambar 4.47 Aset Foto - Sebelum di Edit	150
Gambar 4.48 <i>Camera Raw Filter Photoshop</i>	150
Gambar 4.49 <i>Post Production</i> Tom Yum	151
Gambar 4.50 <i>Before & After</i> Aset Foto 1	152
Gambar 4.51 <i>Post Production</i> Aset Foto 2	153
Gambar 4.52 <i>Before & After</i> Aset Foto 2	153
Gambar 4.53 Aset Ilustrasi <i>Vector</i>	154
Gambar 4.54 Proses Pengerjaan Supergrafis	155
Gambar 4.55 <i>Supergraphic</i>	155
Gambar 4.56 Perancangan Instagram <i>Feeds</i>	156
Gambar 4.57 Finalisasi Desain Instagram <i>Feeds</i>	157
Gambar 4.58 Instagram <i>Feeds</i> Tahap <i>Attention</i>	158
Gambar 4.59 Instagram <i>Feeds</i> Tahap <i>Interest</i> 1	159

Gambar 4.60 Instagram <i>Feeds</i> Tahap <i>Interest</i> 2	160
Gambar 4.61 Instagram <i>Feeds</i> Tahap <i>Search</i> 1	161
Gambar 4.62 Instagram <i>Feeds</i> Tahap <i>Search</i> 2	162
Gambar 4.63 Instagram <i>Feeds</i> Tahap <i>Action</i>	163
Gambar 4.64 Instagram <i>Feeds</i> Tahap <i>Share</i>	164
Gambar 4.65 Proses Pengerjaan Instagram Post.....	164
Gambar 4.66 <i>Logo</i> Halal	165
Gambar 4.67 Proses Pengerjaan Instagram <i>Story</i>	165
Gambar 4.68 Finalisasi IG <i>Story</i> : FAQ.....	166
Gambar 4.69 Finalisasi IG <i>Story</i> : Promo	167
Gambar 4.70 Finalisasi IG <i>Story</i> : Lokasi & Halal	167
Gambar 4.71 Finalisasi IG <i>Story</i> : <i>Ambience</i>	168
Gambar 4.72 Finalisasi IG <i>Story</i> : <i>Customer service & delivery</i>	169
Gambar 4.73 Finalisasi IG <i>Story</i> : <i>Review & Menu</i>	169
Gambar 4.74 <i>Storyboard</i> Perancangan <i>Reels</i> / Tiktok Video	170
Gambar 4.75 Proses Pengerjaan <i>Reels</i> 1	171
Gambar 4.76 Proses Pengerjaan <i>Reels</i> 2	172
Gambar 4.77 Proses Pengerjaan <i>Signage</i>	172
Gambar 4.78 Finalisasi <i>Signage</i> Merek	173
Gambar 4.79 Sketsa dan Perancangan E-menu.....	174
Gambar 4.80 Proses Pengerjaan E-menu	175
Gambar 4.81 Finalisasi E-menu	175
Gambar 4.82 Proses Pengerjaan Menu <i>Board</i>	176
Gambar 4.83 Finalisasi Menu <i>Board</i> 1	176
Gambar 4.84 Finalisasi Menu <i>Board</i> 2	177
Gambar 4.85 Proses Pengerjaan <i>Acrylic Stand</i> A5	177
Gambar 4.86 Finalisasi <i>Acrylic Stand</i>	178
Gambar 4.87 Proses Pengerjaan Poster.....	179
Gambar 4.88 Finalisasi Poster.....	179
Gambar 4.89 Proses Pengerjaan <i>Front Store Banner</i>	180
Gambar 4.90 Finalisasi <i>Front Store Banner</i>	181
Gambar 4.91 Proses Pengerjaan <i>X-Banner</i>	181
Gambar 4.92 Finalisasi <i>X-Banner</i>	182
Gambar 4.93 Proses Pengerjaan Kartu Bisnis.....	182
Gambar 4.94 Finalisasi Kartu Bisnis	183
Gambar 4.95 Proses Pengerjaan <i>Loyalty Stamp Card</i>	183
Gambar 4.96 Finalisasi Desain <i>Loyalty Stamp Card</i>	184
Gambar 4.97 Proses Pengerjaan Kemasan	184
Gambar 4.98 Finalisasi Kemasan.....	185
Gambar 4.99 Proses Pengerjaan <i>Shopping Bag</i>	186
Gambar 4.100 Finalisasi <i>Shopping Bag</i>	186
Gambar 4.101 Implementasi AISAS	187
Gambar 4.102 Implementasi Perancangan Instagram <i>Feeds</i>	188

Gambar 4.103 Implementasi Instagram <i>Story</i>	189
Gambar 4.104 Implementasi Instagram <i>Reels</i> / Tiktok Video	190
Gambar 4.105 Implementasi <i>Signage</i> / LED <i>Sign Box</i>	191
Gambar 4.106 Implementasi E-menu	192
Gambar 4.107 Implementasi Menu <i>Board</i>	192
Gambar 4.108 Implementasi <i>Acrylic Stand</i>	193
Gambar 4.109 Implementasi Poster	194
Gambar 4.110 Implementasi <i>X-Banner</i>	195
Gambar 4.111 Implementasi <i>Banner</i> Depan Toko	196
Gambar 4.112 Implementasi Kartu Bisnis	197
Gambar 4.113 Implementasi <i>Loyalty Stamp Card</i>	197
Gambar 4.114 Implementasi <i>Packaging</i> / Kemasan	198
Gambar 4.115 Perbaikan 1	200
Gambar 4.116 Perbaikan 2	201
Gambar 4.117 Dokumentasi <i>Market Validation</i>	204
Gambar 4.118 Media Utama Instagram 1	207
Gambar 4.119 Media Utama Instagram 2	208
Gambar 4.120 <i>Z-Shaped Reading Pattern</i>	209
Gambar 4.121 Instagram <i>Story</i> 1	210
Gambar 4.122 Instagram <i>Story</i> 2	210
Gambar 4.123 Instagram <i>Reels</i> / Tiktok Video.....	211
Gambar 4.124 <i>Signage</i> / LED <i>Sign Box</i>	212
Gambar 4.125 Menu <i>Board</i>	213
Gambar 4.126 E-menu	213
Gambar 4.127 <i>Acrylic Stand</i>	215
Gambar 4.128 Poster	216
Gambar 4.129 <i>Front Store Banner</i>	217
Gambar 4.130 <i>X-Banner</i>	217
Gambar 4.131 Kartu Bisnis.....	218
Gambar 4.132 <i>Loyalty Stamp Card</i>	219
Gambar 4.133 Kemasan / <i>Packaging</i>	220

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Hasil Persentase Turnitin.....	xxii
Lampiran 2 Form Bimbingan & Spesialis	xxx
Lampiran 3 <i>Non-Disclosure Agreement</i>	xxxvii
Lampiran 4 <i>Consent Form</i>	xxxviii
Lampiran 5 Hasil Kuesioner	xlvi
Lampiran 6 Transkrip Wawancara 1	lii
Lampiran 7 Transkrip Wawancara 2	liv
Lampiran 8 Transkrip Wawancara 3	lvi
Lampiran 9 Transkrip Wawancara 4.....	lix
Lampiran 10 Transkrip Wawancara 5.....	lxiii
Lampiran 11 Transkrip Wawancara 6.....	lxv
Lampiran 12 Transkrip Wawancara 7.....	lxviii
Lampiran 13 Transkrip <i>Market Validation</i> 1	lxxi
Lampiran 14 Transkrip <i>Market Validation</i> 2	lxxiii
Lampiran 15 Transkrip <i>Market Validation</i> 3	lxxv
Lampiran 16 Hasil Observasi.....	lxxviii
Lampiran 17 Bukti Foto Bimbingan Spesialis.....	lxxxi
Lampiran 18 Dokumentasi.....	lxxxii

