



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

**PERANCANGAN MEDIA PROMOSI JUS BUAH
PREMIUM MAMAROZ**

Laporan Tugas Akhir

Ditulis sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Desain (S.Ds.)



Nama : Yasa Segara
NIM : 12120210193
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni & Desain

**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG**

2017

LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Yasa Segara

NIM : 12120210193

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Seni & Desain

Universitas Multimedia Nusantara

Judul Tugas Akhir:

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI

JUS BUAH PREMIUM MAMA ROZ

dengan ini menyatakan bahwa, laporan dan karya tugas akhir ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar sarjana, baik di Universitas Multimedia Nusantara maupun di perguruan tinggi lainnya.

Karya tulis ini bukan saduran/terjemahan, murni gagasan, rumusan dan pelaksanaan penelitian/implementasi saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan pembimbing akademik dan nara sumber.

Demikian surat Pernyataan Originalitas ini saya buat dengan sebenarnya, apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan serta ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan

gelar (S.Ds.) yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 06 Juni 2017



Yasa Segara

HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI JUS BUAH PREMIUM MAMA ROZ

Oleh

Nama : Yasa Segara

NIM : 12120210193

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Seni & Desain

Tangerang, 06 Juli 2017

Pembimbing



Ardyansyah, S.Sn., M.M., M.Ds.

Pengaji

Ketua Sidang

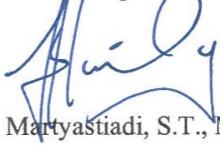


Drs. Daru Paramayuga, M.Ds.



Joni Nur Budi Kawulur, S.Sn., M.Ds.

Ketua Program Studi



Yusup S. Martyastiadi, S.T., M.Inf.Tech.

iv

KATA PENGANTAR

Generasi modern khususnya di perkotaan memiliki gaya hidup yang sangat sibuk, tak hanya bekerja rutin dengan berbagai jenis pekerjaan, tetapi semakin disibukkan juga dengan aktivitas-aktivitas sosial yang secara signifikan menghabiskan waktu baik seperti melakukan aktivitas di media sosial atau internet, seringkali juga melalui telepon seluler. Hal ini membuat masyarakat yang hidup di perkotaan kian hari kurang memiliki kesadaran tinggi terhadap pola hidup sehat. Sehingga tidak sempat menjaga pola hidup baik, nutrisi makanan, jarang berolahraga, dan keseringan bermain *gadget*.

Hal itu kemudian semakin diperparah dengan kualitas udara di perkotaan yang penuh dengan polusi dari asap kendaraan bermotor yang mau tidak mau terhirup tanpa disadari. Penyakit-penyakit pun rentan menghinggapi mereka yang beraktivitas tinggi, antara lain: diabetes, serangan jantung, *stroke*, sakit pernafasan dan kelebihan berat badan.

Salah satu hal yang mendasar dalam menjaga kesehatan tubuh adalah menjalankan pola hidup yang sehat, baik itu dengan berolah raga, menjaga kebersihan, maupun dengan pola makan yang sehat dan teratur. Mengkonsumsi buah dan sayur-sayuran juga sudah terbukti memiliki gizi yang sangat baik untuk tubuh dan juga tidak didapatkan dari makanan lainnya.

Tetapi kesibukan dan aktivitas tinggi membuat banyak masyarakat perkotaan malas mengkonsumsi buah-buahan dan sayur-sayuran, beberapa alasan dikemukakan, seperti tidak mempunyai waktu untuk menyiapkannya sendiri, atau tidak suka dengan rasa buah dan sayur saat dimakan langsung, atau bahkan tidak

mengetahui manfaat buah dan sayur untuk tubuhnya, padahal ada cara enak dan praktis untuk menikmatinya, yaitu dengan jus buah dan sayur yang segar.

Melalui perancangan media promosi yang diciptakan, penulis melalui Mama Roz, mengajak masyarakat Indonesia khususnya masyarakat perkotaan atau urban, untuk lebih mengerti pentingnya kandungan gizi yang ada pada sayur dan juga buah, dan lebih sering mengkonsumsinya. Media promosi ini juga bertujuan untuk lebih memperkenalkan Mama Roz pada masyarakat sekaligus meningkatkan penjualannya, baik *offline* dan *online*, secara efektif.

Banyak pihak yang turut berperan serta memberikan dukungan kepada penulis sampai karya ini dapat terwujud. Maka dalam kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih dan memberikan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada:

1. Yusup Sigit Martyastiadi, S.T., M.Inf.Tech. selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual yang telah membantu selama proses perkuliahan dan meluangkan waktu dalam proses pengesahan perancangan ini sehingga dapat selesai dengan lancar dan tepat waktu.
2. Ardyansyah, S.Sn., M.M., M.Ds. sebagai dosen pembimbing Tugas Akhir yang sangat membantu mulai dari penetapan judul, *brainstorming*, konsep, perancangan, dan meluangkan waktunya untuk memberikan kritik dan pendapat serta dukungan selama proses perancangan tugas akhir ini.
3. Hendrik Setiawan, selaku pemilik merek Mama Roz sekaligus narasumber yang telah bersedia di wawancara dan memberikan data yang dibutuhkan penulis dalam menyelesaikan perancangan ini.

4. Teman-teman yang sudah membantu, meliputi Theresia Elizabeth, Harryanto, Prima Annisya, Elia Hinarno, Fincentius Santoso, Nathasya Valentina, serta teman-teman angkatan 2012 dan juga teman-teman bimbingan yang telah memberikan dukungan, doa, dan pendapat selama penulis mengerjakan perancangan tugas akhir ini, dari awal perancangan sampai selesai.
5. Keluarga penulis yang meliputi Ayah, Ibu, Kakak, dan Adik, yang sudah memberikan dukungan doa, materi, dan kepercayaan hingga penulis berhasil menyelesaikan perancangan tugas akhir ini.

Tangerang, 06 Juni 2017



Yasa Segara

ABSTRAKSI

Jus atau sari buah adalah cairan yang terdapat secara alami dalam buah-buahan dan dikenal sebagai salah satu pemenuh gizi yang baik untuk kesehatan. Keberadaan jus kini kian beragam dan semakin dianggap sebagai salah satu *lifestyle*. Di Indonesia sendiri, pasar jus sudah dibanjiri oleh banyak ragam merek dengan varian dan segmen yang berbeda, salah satunya Mama Roz, yang diperkenalkan sebagai *Freshly Squeezed Juice*, yaitu jus yang tidak menggunakan bahan pengawet, sehingga produknya selalu segar dan sangat baik untuk kesehatan. Hendrik Setiawan, selaku pemilik, mempunyai keinginan agar masyarakat urban dapat lebih memenuhi kebutuhan gizinya dengan lebih praktis di kehidupannya yang super sibuk yaitu dengan meminum jus peras segar. Mama Roz juga mempunyai tantangan dalam menghadapi persaingan di era *digital*, sehingga merek ini membutuhkan sebuah komunikasi yang dapat digunakan sebagai media promosi untuk memperkenalkan dan memuat berbagai informasi mengenai produk jus buah terutama kepada gaya masyarakat urban yang sibuk dan membutuhkan asupan gizi yang cukup, serta secara efektif dalam meningkatkan penjualan.

Kata kunci: promosi, jus buah, *lifestyle*



ABSTRACT

Juice found naturally in fruits and is known as one of the fulfillment of good nutrition for health. The existence of juice now increasingly diverse and regarded as one of the lifestyle. In Indonesia, the juice market has been flooded by a wide variety of brand variants and different segments, one of the juice brand is Mama Roz, who was introduced as Freshly Squeezed Juice, the juice that does not use preservatives, so products are always fresh and very good for health. Hendrik Setiawan, as the owner, have a desire for urban communities to be better at fulfilling the nutritional needs, in easiest way at their super busy life, that is by drinking freshly squeezed juice. Mama Roz also have a challenge to face a competition in the digital era, so the brand is in need of a promotion that can be used as a media campaign to introduce and contain a variety of information about the products of fruit juices, especially for urban society which can be useful effectively in increasing sales.

Keywords: promotion, fruit juice, lifestyle



DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT.....	II
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	IV
KATA PENGANTAR.....	IV
ABSTRAKSI	VIII
DAFTAR ISI	X
DAFTAR GAMBAR.....	XIII
DAFTAR TABEL	XIV
DAFTAR LAMPIRAN.....	XV
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. Promosi	5
2.1.1. Identifikasi Pasar.....	5
2.1.2. <i>Marketing Mix</i>	6
2.1.3. Analisis SWOT	9

2.1.4.	Media Promosi	10
2.2.	Desain Komunikasi Visual	12
2.2.1.	Elemen-Elemen Desain.....	12
2.3.	<i>Branding</i>	21
2.4.	Keseimbangan Gizi	22
2.4.1.	Sayur dan Buah	24
2.4.2.	Pengolahan Makanan	27
2.5.	<i>Internet</i>	27
	BAB III METODOLOGI.....	29
3.1.	Metodologi Pengumpulan Data	29
3.1.1.	Wawancara.....	30
3.1.2.	Kuisisioner.....	33
3.2.	Metodologi Perancangan	43
	BAB IV PERANCANGAN DAN ANALISIS	45
4.1.	Perancangan	45
4.1.1.	Perancangan <i>Positioning</i>	45
4.1.2.	Perancangan <i>Tagline</i>	47
4.1.3.	Perancangan <i>Design</i>	48
4.1.4.	Perancangan <i>Typography</i>	49
4.1.5.	Perancangan <i>Photography</i>	52
4.1.6.	Perancangan <i>POP</i>	57
4.1.7.	Perancangan <i>Merchandise</i>	58

4.1.8. Perancangan <i>Media Promosi</i>	60
4.2. Analisis	66
BAB V PENUTUP	69
5.1. Kesimpulan	69
5.2. Saran	70
DAFTAR PUSTAKA.....	XIV

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Gambar.....	19
Gambar 2.2. Lingkaran Warna.....	20
Gambar 2.3. Warna Aditif	21
Gambar 2.4. Warna Subtraktif	22
Gambar 3.1. Hendrik Setiawan	23
Gambar 3.2. Logo Mama Roz.....	24
Gambar 3.3. Website Innocent.....	25
Gambar 3.4. Website Naked Juice	27
Gambar 4.1. Website Suja	28
Gambar 4.2. <i>Mind mapping</i> Mama Roz.....	34
Gambar 4.3. Pencarian <i>Positioning</i> dan <i>Insight</i> Mama Roz.....	35



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Jenis Kelamin Responden	49
Tabel 3.2. Umur Responden	49
Tabel 3.3. Tingkat pendapatan / uang saku per bulan.....	50
Tabel 3.4. Kesukaan responden mengkonsumsi buah	50
Tabel 3.5. Preferensi responden.....	51
Tabel 3.6. Kesukaan responden mengkonsumsi sayur	51
Tabel 3.7. Preferensi responden mengkonsumsi sayur.....	52
Tabel 3.8. Seberapa sering responden mengkonsumsi buah dan sayur	52
Tabel 3.9. Jumlah responden yang mengetahui manfaat buah dan sayur.....	52
Tabel 3.10. Preferensi responden terhadap tipe jus buah.....	53
Tabel 3.11. Tingkat awareness responden terhadap merek jus buah.....	66
Tabel 3.12. Konten website yang diharapkan responden	66
Tabel 3.13. Gaya desain favorit responden.....	66
Tabel 4.1. Hasil Penelitian.....	66

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A: PABRIK MAMA ROZ..... XVI

LAMPIRAN B: LEMBAR ASISTENSI DOSEN PEMBIMBING XIX

LAMPIRAN C: LEMBAR ASISTENSI DOSEN SPESIALIS..... XIX

