



### **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 UNTUK MENINGKATKAN MINAT  
BELI MEMBERSHIP CARD THE BUNKER CAFÉ**

**NASKAH AKADEMIK  
SKRIPSI BERBASIS KARYA**



Diajukan guna Memenuhi Persyaratan Memperoleh

Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.)

**Dian Putri**

14140110034

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
KONSENTRASI MULTIMEDIA PUBLIC RELATIONS  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA  
TANGERANG  
2018**

## **PERNYATAAN**

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi berbasis karya ini adalah karya ilmiah saya sendiri, bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain atau lembaga lain, dan semua karya ilmiah orang lain atau lembaga lain yang dirujuk dalam skripsi ini telah disebutkan sumber kutipannya serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan skripsi, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk mata kuliah Skripsi Berbasis Karya yang telah saya tempuh.

Tangerang, 13 Agustus 2018



(Dian Putri)

## **HALAMAN PENGESAHAN**

Naskah Akademik  
Skripsi Berbasis Karya  
dengan judul

### **“PERANCANGAN MEDIA PROMOSI UNTUK MENINGKATKAN MINAT BELI *MEMBERSHIP CARD THE BUNKER CAFÉ*”**

oleh  
**Dian Putri**

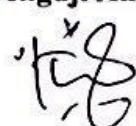
telah diujikan pada hari Selasa, 7 Agustus 2018,  
pukul 14.30 s.d. 16.00 dan dinyatakan lulus  
dengan susunan penguji sebagai berikut.

**Ketua Sidang**



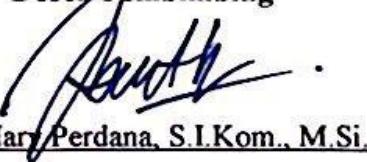
Dr. Mochammad Kresna Noer, S.Sos, M.Si

**Penguji Ahli**



Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si.

**Dosen Pembimbing**



Inco Harry Perdana, S.I.Kom., M.Si.

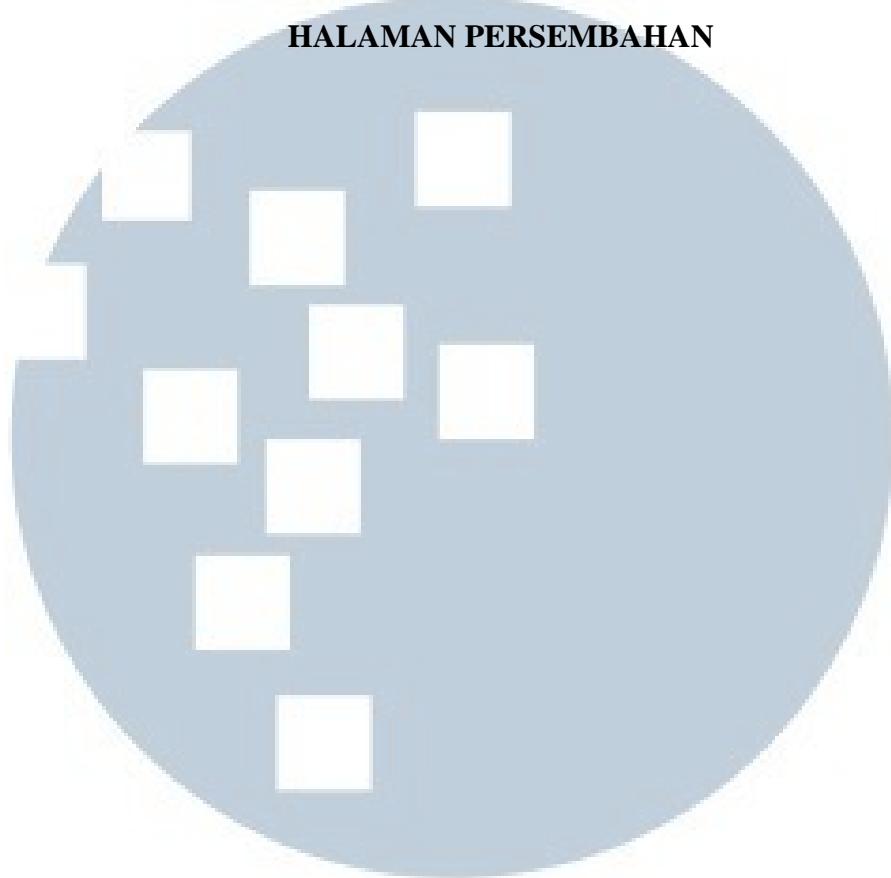
**Disahkan oleh**

**Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi**



Inco Harry Perdana, S.I.Kom., M.Si.

## HALAMAN PERSEMBAHAN



*Laut biru nan indah*  
**UMN** *Padang rumput nan hijau*  
*Sinar matahari nan cerah*  
*Senyum mu nan manis*  
*Semua karya ini kupersembahkan untukmu,*  
**UNIVERSITAS** *Papa Mama*  
**MULTIMEDIA**  
**NUSANTARA**

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat kebaikan dan kasih karunianya, penulis dapat menyelesaikan laporan skripsi berbasis karya yang berjudul “Perancangan Media Promosi Untuk Meningkatkan Minat Beli *Membership Card* The Bunker Café”.

Selama penulis menyusun skripsi berbasis karya ini, penulis mendapatkan berbagai bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Inco Hary Perdana, S.I.kom., M.Si., selaku Dosen Pembimbing sekaligus Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi yang sudah membantu dan membimbing penulis selama penyusunan skripsi berbasis karya.
2. Stephen Setiawan, selaku pemilik The Bunker Café yang sudah mengijinkan penulis untuk menjadikan bisnis usahanya sebagai objek skripsi berbasis karya, serta bersedia untuk diwawancarai guna kepentingan data skripsi.
3. Papa, Mama, Ci Sabrina, Ko Steven, dan seluruh keluarga yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu yang telah membantu dan mendukung penulis, baik secara materi, maupun doa yang telah dipanjangkan untuk memberikan dukungan kepada penulis.
4. Albert Limpah, Giselle, Renata, Shelly, Youra, Vivi, Elisa, Vonny, dan teman-teman yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, yang juga telah memberikan waktu dan dukungan kepada penulis selama penyusunan skripsi berbasis karya.

5. Laurencia Cindy, desainer yang telah membantu penulis dalam pembuatan aspek desain media promosi yang diperlukan dalam penyusunan skripsi berbasis karya.
6. Riko Saniar, Michael Isaac, Vividha, Richie Gustin, Aquinaldo, dan Petrus, yang telah bersedia menjadi *talent* selama proses produksi karya berupa video dan iklan radio.
7. James, yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk mengajari penulis untuk mengoperasikan aplikasi Adobe Premiere untuk mengedit radio dan video.

Penulis menyadari bahwa skripsi berbasis karya ini tidak sempurna dan masih terdapat kekurangan. Namun, penulis berharap skripsi berbasis karya ini bisa memberikan manfaat dan inspirasi bagi para pembaca di kemudian hari.

Tangerang, 13 Agustus 2018



Dian Putri

# **“PERANCANGAN MEDIA PROMOSI UNTUK MENINGKATKAN MINAT BELI MEMBERSHIP CARD THE BUNKER CAFÉ”**

## **ABSTRAK**

**Oleh:**

**Dian Putri**

Loyalitas pelanggan menjadi aspek penting dalam persaingan bisnis yang semakin ketat. Kartu anggota menjadi salah satu program *loyalty* yang ditawarkan oleh pemilik The Bunker Café. Namun, penjualan kartu anggota belum memenuhi target. Tujuan dari karya ini adalah untuk meningkatkan minat beli kartu anggota The Bunker Café, dengan menggunakan konsep *integrated marketing communication* secara keseluruhan dan berfokus pada aspek promosi. Selama tiga bulan proses perancangan karya, data diperoleh secara kualitatif melalui wawancara dengan pemilik The Bunker Café dan beberapa *staff*, serta melalui observasi lokasi. Media promosi yang dihasilkan dalam karya ini berupa *in-store* radio, brosur, *flyer*, stiker tangga, serta pembuatan konten media sosial *Instagram* berupa *short video*.

**Kata kunci:** media promosi, *integrated marketing communication*, minat beli, The Bunker Café.



**PROMOTIONAL TOOLS DESIGN TO INCREASE BUYING INTENTION  
OF MEMBERSHIP CARD THE BUNKER CAFÉ**

**ABSTRACT**

**By:**

**Dian Putri**

*Customer loyalty is an important aspect in the increasingly fierce business competition. Membership card is one of the loyalty programs offered by the owner of The Bunker Café. However, membership card sales have not reached the target. The purpose of this project is to increase the buying intention of membership cards The Bunker Café, overall using the concept of integrated marketing communication and focusing on aspects of promotion. During the three-month process of designing the project, data was obtained qualitatively through interviews with the owners of The Bunker Café and several staff, as well as through location observations. Promotional tools produced in this project are in-store radio, brochures, flyers, stair stickers, and the content of Instagram social media in the form of short videos.*

**Keywords:** promotional tools, integrated marketing communication, buying intention, The Bunker Cafe.

**UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA**

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERNYATAAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
ABSTRAK .....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR TABEL .....	xiv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	8
1.3 Batasan Masalah .....	8
1.4 Tujuan Karya .....	9
1.5 Manfaat Karya .....	9
BAB II KERANGKA KONSEP .....	10
2.1 Tinjauan Karya Sejenis Terdahulu .....	10
2.1.1 Perancangan Media Promosi Coffee Corner Sebagai Upaya Meningkatkan Brand Loyalty .....	10
2.1.2 Perancangan Media Promosi “Roseveelt Florist” Surabaya .....	10
2.2 Teori/Konsep yang Digunakan .....	12
2.2.1 <i>Integrated Marketing Communications (IMC)</i> .....	12

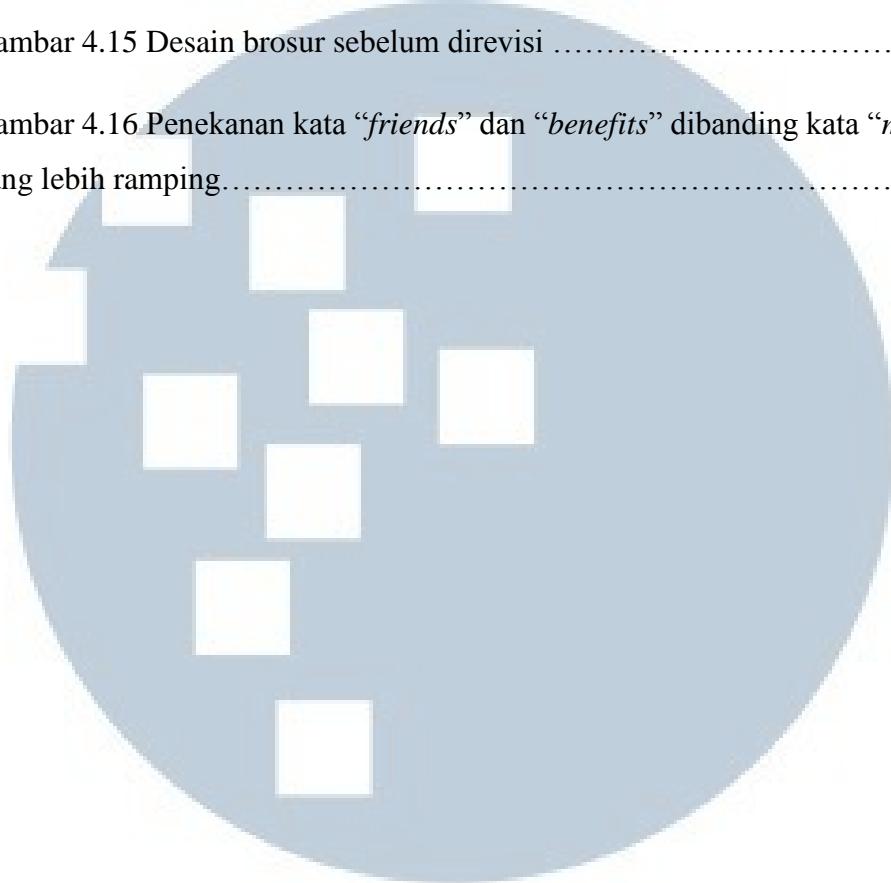
2.2.2.2 <i>Campaigns and IMC</i> .....	13
2.2.3 Promosi .....	14
2.2.3.1 Advertising.....	16
2.2.3.2 Interactive/Internet Marketing.....	16
2.2.3.3 Sales Promotion.....	18
2.2.3.4 Personal Selling.....	18
2.2.4 Strategi Kreatif Penyampaian Pesan .....	20
2.2.5 Memilih Media Promosi .....	22
2.2.5.1 Media Komunikasi Tradisional.....	23
2.2.5.1.1 Radio.....	24
2.2.5.1.2 Flyer.....	24
2.2.5.1.3 Brosur.....	25
2.2.5.2 Media Komunikasi Baru dan Non Tradisional.....	26
2.2.5.2.1 Interactive Media (Instagram).....	27
2.2.5.2.2 Guerilla Marketing.....	28
2.2.6 Desain Komunikasi Visual .....	29
2.2.6.1 Layout dan Desain.....	29
2.2.6.2 Grid.....	30
2.2.6.3 Tipografi.....	31
2.2.6.4 Warna.....	32
BAB III METODE PERANCANGAN KARYA .....	33
3.1 Metode Pengumpulan Data .....	33

3.2 Metode Perancangan .....	34
3.2.1 Tahapan Perancangan .....	34
3.2.2 Anggaran Rancangan Karya .....	38
3.2.3 Target Luaran/Publikasi.....	39
BAB IV HASIL .....	40
4.1 Pelaksanaan .....	40
4.1.1 Profil The Bunker Café.....	40
4.1.2 Hasil Wawancara .....	41
4.1.3 Hasil Karya .....	43
4.1.3.1 Membership Card The Bunker Café.....	45
4.1.3.2 In-store Radio.....	47
4.1.3.3 Brosur.....	49
4.1.3.4 Flyer Stand.....	52
4.1.3.5 Ambient Media.....	53
4.1.3.6 Instagram.....	55
4.2 Evaluasi .....	61
4.2.1 Evaluasi Konten.....	61
4.2.2 Evaluasi Desain.....	62
BAB V SIMPULAN .....	64
5.1 Simpulan.....	64
5.2 Saran .....	65
DAFTAR PUSTAKA .....	66
LAMPIRAN .....	

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Foto <i>Instagramable</i> di The Bunker Café.....	3
Gambar 1.2 The Bunker Café.....	4
Gambar 2.1 Jenis Lipatan Brosur dan Urutan Membaca.....	26
Gambar 2.2 Tiga komposisi penyusunan <i>grid</i> .....	31
Gambar 3.1 Konsep Ide <i>Flyer Stand</i> .....	37
Gambar 4.1 <i>Membership Card</i> Periode “ <i>Fantastic Journey</i> ”.....	45
Gambar 4.2 <i>Membership Card</i> Periode “ <i>More friends, more...</i> ” .....	46
Gambar 4.3 Hasil Desain Brosur.....	50
Gambar 4.4 Tampilan brosur setelah dicetak.....	51
Gambar 4.5 Brosur diletakkan di Kasir .....	51
Gambar 4.6 Hasil Desain <i>Flyer</i> .....	52
Gambar 4.7 Tampilan <i>flyer-stand</i> .....	53
Gambar 4.8 Hasil Desain Stiker Tangga .....	54
Gambar 4.9 Tampilan stiker tangga yang sudah ditempel .....	55
Gambar 4.10 Cuplikan Video “ <i>more friends, more idea</i> ” .....	56
Gambar 4.11 Cuplikan Video “ <i>more friends, more care</i> ” versi skripsi.....	57
Gambar 4.12 Cuplikan Video “ <i>more friends, more care</i> ” versi <i>board games</i> .....	58
Gambar 4.13 Cuplikan Video “ <i>more friends, more support</i> ” .....	59
Gambar 4.14 Tampilan <i>Feeds Instagram</i> .....	60

Gambar 4.15 Desain brosur sebelum direvisi .....	62
Gambar 4.16 Penekanan kata “ <i>friends</i> ” dan “ <i>benefits</i> ” dibanding kata “ <i>more</i> ” yang lebih ramping.....	63



## **DAFTAR TABEL**

Tabel 1.1 Kompetitor The Bunker Café di daerah Gading Serpong.....	5
Tabel 2.1 Review Penelitian Terdahulu.....	11
Tabel 3.1 <i>Timeline</i> Perancangan Karya .....	34
Tabel 3.2 Anggaran Rancangan Karya .....	38

