



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, 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 PROMOSI SUSU KANDANG SAPI

Laporan Tugas Akhir

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



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Nama : Venny Pebrianti
NIM : 12120210028
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni & Desain

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2016

LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Venny Pebrianti

NIM : 12120210028

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Seni & Desain

Universitas Multimedia Nusantara

Judul Tugas Akhir :

PERANCANGAN PROMOSI SUSU KANDANG SAPI

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 narasumber.

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, 10 Juni 2016

Venny Pebrianti

UMMN

HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR

PERANCANGAN PROMOSI SUSU KANDANG SAPI

Oleh

Nama : Venny Pebrianti

NIM : 12120210028

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Seni & Desain

Tangerang, 24 Juni 2016

Pembimbing

Zamzami Almakki, S.Pd., M.Ds.

Penguji

Ketua Sidang

Drs. Daru Paramayuga, M.Ds.

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

Ketua Program Studi

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

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul *Perancangan Promosi Susu Kandang Sapi*, sesuai waktu yang telah ditentukan. Tugas akhir ini penulis kerjakan sebagai salah satu syarat kelulusan untuk mendapatkan gelar Sarjana Desain (S.Ds.).

Penulis Menyadari bahwa tanpa bantuan dari bimbingan dari berbagai pihak, mulai dari awal penyusunan skripsi ini hingga selesai, penulis tidak akan menyelesaikannya dengan baik. Banyak sekali dukungan sekaligus tekanan dari orang-orang sekitar, namun hal tersebut dilakukan agar penulis dapat lebih maju kedepannya. Oleh karena itu, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Yusup Sigit Martyastiadi, S.T., M.Inf.Tech., selaku ketua Program Studi yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menyelesaikan studi di Universitas Multimedia Nusantara;
2. Zamzami Almakki, S.Pd., M.Ds., selaku dosen pembimbing pertama yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan dan membimbing penulis dalam penyusunan skripsi;
3. Erwin Alfian, S.Sn., M.Ds., Ardyansyah, S.Sn., M.M., M.Ds., dan Gideon K. F., S.T., M.Ds., selaku dosen yang telah membimbing dan memberikan arahan kepada penulis dalam penyusunan tugas akhir;
4. Seluruh dosen, staf pengajar, serta pegawai Prodi Desain Komunikasi Visual Fakultas Seni & Desain Universitas Multimedia Nusantara;

5. Jesse Gunawan, selaku pemilik PT. Triputra Maju Bersama yang memproduksi *brand* Susu Kandang Sapi karena telah menyediakan waktu untuk menjadi narasumber dalam tugas akhir;
6. Ayah dan Ibu selaku orang tua penukis yang telah memberikan bantuan dan dukungan material dan moral dalam menyelesaikan tugas akhir
7. Alfons Tanudjaja, Myrnia Cynthia, Benedictus Ivan dan Alvin Rinaldi, serta teman-teman sekelompok tugas akhir yang bersedia membantu penulis demi terselesaikannya tugas akhir ini.
8. Semua orang yang telah membantu penulis, namun tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Akhir kata, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu dan mendukung penulis dalam perancangan Tugas Akhir ini. Semoga laporan ini dapat menjadi referensi bagi pembacanya.

Tangerang, 10 Juni 2016

Venny Pebrianti

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk merancang promosi yang menginformasikan produk Susu Kandang Sapi kepada masyarakat usia 21-35 tahun. Penelitian ini dilakukan karena produk SUKAPI masih belum dikenal banyak orang, hal ini dikarenakan rendahnya komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan. Hal ini terbukti dari kuisisioner yang penulis lakukan mengenai keberadaan produk. Susu Kandang Sapi memiliki banyak manfaat serta berbagai varian rasa yang enak dan segar untuk dikonsumsi. Penelitian ini meliputi wawancara, FGD, observasi lapangan, dan studi eksisting. Hasil data kemudian menjadi perancangan promosi Susu Kandang Sapi.

Kata kunci: Promosi, komunikasi, merek, susu sapi, segar, sehat.



UMN

ABSTRACT

This study aimed to design a promotion to inform products of Susu Kandang Sapi. The design of this promotion is to inform audiens in age of 21-35 years. This is due to the lack of public knowledge about SUKAPI. because the company doesn't communicate or promote their products to the public appropriately. Susu Kandang Sapi has many benefits for our body, as well as a variety of delicious flavors and fresh for consumption. This research includes the interviews, focus group discussions, field observation, and existing studies. This results of data then becomes the designing of promotional Susu Kandang Sapi.

KeyWords: Promotion, communication, brand, milk, fresh, healthy.



UMN

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT	II
HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR	IV
PERANCANGAN PROMOSI SUSU KANDANG SAPI	IV
KATA PENGANTAR	V
ABSTRAKSI	VII
ABSTRACT	VIII
DAFTAR ISI	IX
DAFTAR GAMBAR	XIII
DAFTAR TABEL	XIV
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	3
1.3. Batasan Masalah	3
1.4. Tujuan Tugas Akhir	5
1.5. Manfaat Perancangan.....	5
1.6. Metodologi Pengumpulan Data	5
1.7. Metodologi Perancangan	6
1.8. Skematika Perancangan	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9

2.1.	Susu Sapi	9
2.1.1.	Kandungan Sapi.....	9
2.1.2.	Susu di Indonesia.....	10
2.1.3.	Hasil Olahan Susu.....	10
2.1.4.	Manfaat Susu Sapi	12
2.2.	Desain Komunikasi Visual	13
2.2.1.	Definisi	13
2.2.2.	Prinsip Desain	13
2.3.	Tinjauan tentang Gambar.....	14
2.3.1.	Tinjauan tentang Huruf	15
2.4.	Tinjauan tentang <i>Layout</i>	15
2.4.1.	Elemen <i>Layout</i>	15
2.5.	Tinjauan tentang Warna.....	16
2.6.	Promosi	17
2.6.1.	Definisi Promosi.....	17
2.6.2.	Tujuan Promosi.....	17
2.6.3.	Strategi Promosi.....	18
2.6.4.	Media Promosi.....	20
2.6.5.	Persuasi	23
2.7.	STP (Segmentasi, Targeting, Positioning).....	23
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		25
3.1.	Gambaran Umum Data	25
3.2.	Wawancara Pemilik Susu Kandang Sapi.....	25

3.2.1.	Proses Wawancara Pemilik Susu Kandang Sapi	26
3.2.2.	Hasil Wawancara Pemilik Susu Kandang Sapi	26
3.3.	Pengamatan Khalayak Target	27
3.4.	<i>Focus Group Discussion</i>	28
3.4.1.	Proses <i>Focus Group Discussion</i>	29
3.4.2.	Analisa <i>Focus Group Discussion</i>	30
3.5.	Studi Eksisting	31
3.6.	Analisis SWOT	34
3.7.	Observasi	35
3.7.1.	Hasil Observasi Lapangan	36
BAB IV	KONSEP DAN PERANCANGAN	38
4.1.	Konsep Perancangan	38
4.1.1.	Tujuan Perancangan	38
4.1.2.	Strategi Perancangan	39
4.2.	<i>Mindmapping</i>	40
4.3.	<i>Moodboard</i> Perancangan	41
4.4.	Perancangan	42
4.5.	Strategi Media	45
4.5.1.	Iklan Majalah	45
4.5.2.	Billboard	47
4.5.3.	Brosur	48
4.5.4.	<i>Flyer</i>	49
4.5.5.	<i>X-Banner</i>	50

4.5.6. Media Pendukung Lainnya	51
4.6. Media Plan	52
4.7. Budgetting.....	53
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	54
4.1. Kesimpulan	54
4.2. Saran	54
DAFTAR PUSTAKA.....	55

UMMN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1. Wawancara Pemilik Susu Kandang Sapi.....	26
Gambar 3.2. Diskusi Kelompok Kecil.....	30
Gambar 3.3. Studi Eksisting Merek Ultra Milk.....	32
Gambar 3.4. Studi Eksisting Merek susu Cimory	33
Gambar 3.5. SWOT Susu Kandang Sapi.....	35
Gambar 3.6. Sapi-sapi SUKAPI.....	36
Gambar 3.7. Kandang Sapi SUKAPI	37
Gambar 3.8. Lokasi SUKAPI.....	37
Gambar 4.1. <i>Mindmapping</i>	41
Gambar 4.2. <i>Moodboard</i> Perancangan	42
Gambar 4.3. Sketsa Perancangan.....	43
Gambar 4.4. <i>Gryd System</i>	44
Gambar 4.5. Tipografi	45
Gambar 4.6. Iklan Majalah	46
Gambar 4.7. Billboard	47
Gambar 4.8. Brosur.....	48
Gambar 4.9. Brosur.....	49
Gambar 4.10. <i>Flyer</i>	50
Gambar 4.11. <i>X-Banner</i>	51
Gambar 4.12. <i>Merchandise</i>	52

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Studi Eksisting.....	33
Tabel 4.1. <i>Media plan</i> Promosi.....	52
Tabel 4.2. <i>Existensi</i> Biaya yang Diperlukan Media Promosi	53
Tabel 4.3. Biaya Produksi dan Desain.....	53



UMMN