

PENGANTAR KARYA

TUGAS AKHIR

**PERANCANGAN PROMOSI LIMA *KOFFIE AND TEA*
DI SALATIGA MELALUI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL**



Diajukan Sebagai Persyaratan Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Seni Rupa Jurusan Desain Komunikasi Visual

Disusun oleh :

Arini Ulfa Mawaddah

C0714004

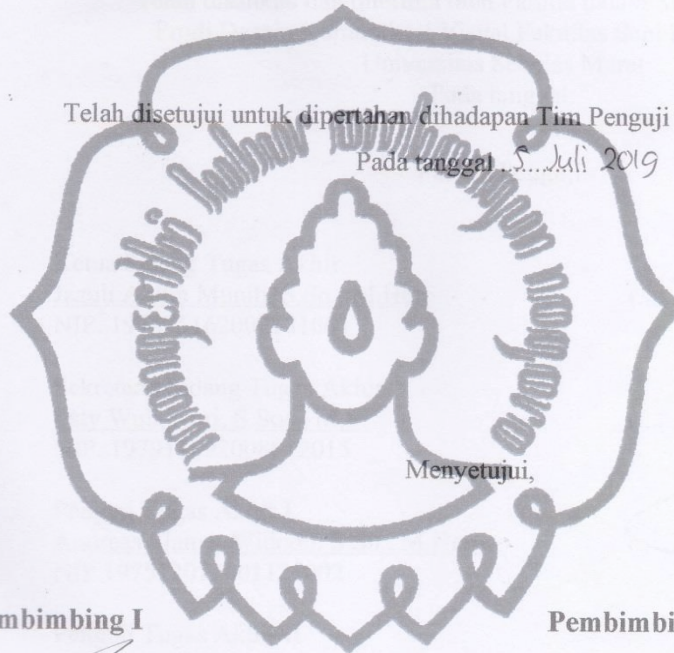
**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS SENI RUPA DAN DESAIN
UNIVERSITAS SEBELAS MARET
SURAKARTA**

2019

LEMBAR PERSETUJUAN


Pengantar Karya Tugas Akhir dengan Judul:
**PERANCANGAN PROMOSI LIMA *KOFFIE AND TEA*
DI SALATIGA MELALUI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL**

Telah disetujui untuk dipertahankan dihadapan Tim Penguji Tugas Akhir (TA).
Pada tanggal 5 Juli 2019

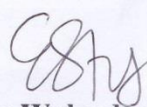


Menyetujui,

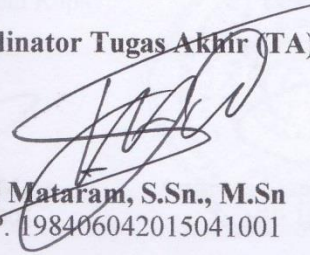
Pembimbing I


Jazuli Abidin Munib, S.Sn., M.Hum
NIP. 197505162002121001

Pembimbing II


Esty Wulandari, S.Sos., M.Si
NIP. 197911092008012015

Koordinator Tugas Akhir (TA)


Sayid Mataram, S.Sn., M.Sn
NIP. 198406042015041001

PENGESAHAN

Pengantar Karya Tugas Akhir dengan Judul
**PERANCANGAN PROMOSI LIMA KOFFIE AND TEA
 DI SALATIGA MELALUI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL**

Telah disahkan dan diterima oleh Panitia dalam Sidang Tugas Akhir
 Prodi Desain Komunikasi Visual Fakultas Seni Rupa dan Desain
 Universitas Sebelas Maret
 Pada tanggal:

Panitia Penguji:

Ketua Sidang Tugas Akhir
Jazuli Abidin Mumbi, S.Sn., M.Hum
 NIP. 197505162002121001

(.....)

Sekretaris Sidang Tugas Akhir
Esty Wulandari, S.Sos., M.Si
 NIP. 197911092008012015

(.....)

Penguji Tugas Akhir I
Andreas Slamet Widodo, S.Sn., M.Hum
 NIP 197512012001121002

(.....)

Penguji Tugas Akhir II
Drs. Mohamad Suharto, M.Sn
 NIP 195612201986031003

(.....)

Mengetahui

Dekan Fakultas Sastra dan Seni Rupa


Dr. Rahmanu Widayat, M.Sn
 NIP 196212211992011001

Kepala Prodi

Desain Komunikasi Visual


Andreas Slamet Widodo, S.Sn., M.Hum
 NIP 197512012001121002

PERNYATAAN

Dengan ini penulis menyatakan bahwa Pengantar Karya Tugas Akhir yang berjudul “Perancangan Promosi Lima *Koffie And Tea* di Salatiga Melalui Desain Komunikasi Visual”, beserta isinya dan seluruh karya desain yang penulis buat adalah benar-benar karya sendiri, dan penulis tidak melakukan penjiplakan baik seluruhnya maupun sebagian, dengan cara-cara yang tidak sesuai etika keilmuan yang berlaku dalam masyarakat akademik.

Atas pernyataan ini, penulis siap menanggung resiko/sanksi yang dijatuhkan kepada penulis, apabila kemudian ditemukan adanya pelanggaran terhadap keaslian karya ini.

Surakarta, 1 Juli 2019

Penulis,



Arm Ulfah M
NIM. C0714004

PERSEMBAHAN



Karya ini saya persembahkan untuk keluarga tercinta, sahabat tersayang, dan semua teman-teman yang telah memberikan do'a serta dukungan.

MOTTO



“Lebih Baik Terlambat Dari Pada Tidak Sama Sekali”

-Arini Ulfa-

KATA PENGANTAR

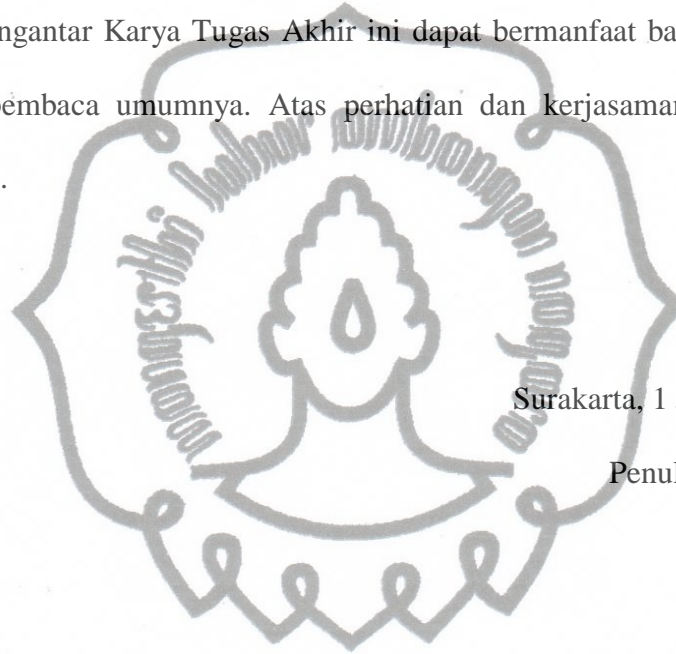
Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala limpahan rahmat dan hidayat sehingga Tugas Akhir ini dapat terselesaikan dengan judul Perancangan Promosi Lima *Koffie And Tea* di Salatiga Melalui Desain Komunikasi Visual.

Dalam penyusunan Tugas Akhir ini, penulis telah banyak sekali menerima bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak. Dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Rahmanu Widayat, M.Sn., selaku Dekan Fakultas Seni Rupa dan Desain serta seluruh jajaran,
2. Andreas S. Widodo S.Sn., M.Hum., selaku Ketua Prodi Desain Komunikasi Visual Fakultas Seni Rupa dan Desain.
3. Andreas S. Widodo S.Sn., M.Hum., selaku Pembimbing Akademik,
4. Sayid Mataram, S.Sn., M.Sn., selaku Koordinator Tugas Akhir,
5. Jazuli Abdin Munib, S.Sn., M.Hum. selaku Dosen Pembimbing I Tugas Akhir yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan,
6. Esty Wulandari, S.Sos., M.Si., selaku Dosen Pembimbing II Tugas Akhir yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan,
7. Seluruh Staff Pengajar yang telah memberikan bekal ilmu dan bimbingan kuliah serta Staff Administrasi yang telah memberikan bantuan administrasi,
8. Kedua Orang Tua Tercinta yang selalu memberikan dukungan dan do'a yang tiada henti,

9. Seluruh sahabat dan teman-teman yang selalu memberi motivasi, dukungan, bantuan dan selalu ada baik di saat senang maupun susah,
10. Seluruh pengelola Lima *Koffie and Tea* di Salatiga.

Penulis menyadari bahwa penyusunan Pengantar Karya Tugas Akhir ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu penulis mengharapkan masukan dan saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan Pengantar Karya Tugas Akhir ini. Semoga Pengantar Karya Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi pembaca umumnya. Atas perhatian dan kerjasamanya penulis ucapkan terimakasih.



Surakarta, 1 Juli 2019

Penulis

DAFTAR ISI

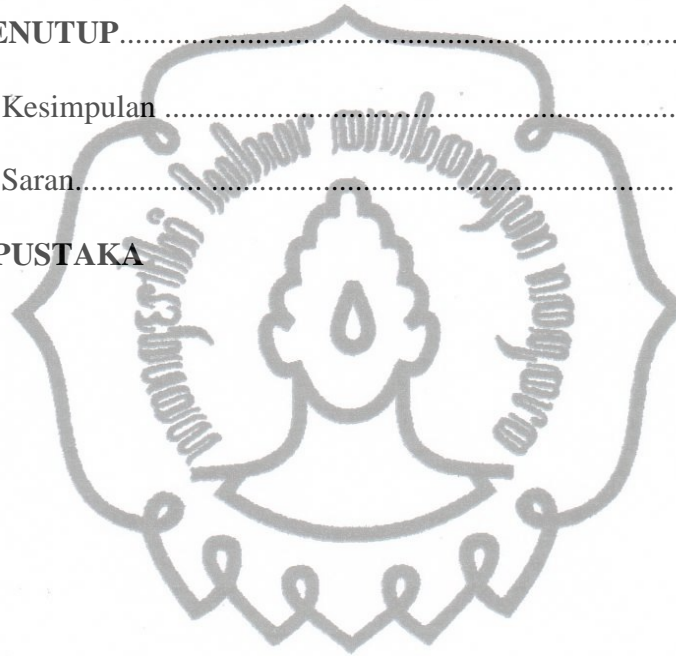
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN ORISINALITAS TUGAS AKHIR	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
HALAMAN MOTTO	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR BAGAN.....	xvii
DAFTAR TABEL	xviii
ABSTRAK.....	xix
ABSTRACT	xx
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	3
C. Tujuan Perancangan	3
D. Manfaat Perancangan	3
E. Metode Penelitian	4
1. Kerangka Berpikir	4
2. Metode Pengumpulan Data	5

3. Jenis Penelitian	6
BAB II KAJIAN TEORI	8
A. Perancangan	8
1. Pengertian perancangan	8
2. Proses perancangan	9
B. Definisi Promosi	10
1. Pengertian promosi	10
2. Tipe Promosi	13
C. AISAS	15
D. Desain Komunikasi Visual Sebagai Media Promosi	17
1. Pengertian Desain	17
2. Pengertian Komunikasi	21
3. Pengertian Visual	24
4. Pengertian Komunikasi Visual sebagai Media Promosi	27
BAB III IDENTIFIKASI DATA	28
A. Data Perusahaan	28
1. Profil Lima	28
2. Data Produk	29
3. Promosi yang Pernah Dilakukan	32
4. Data Pemasaran	38
5. Data Konsumen	38
B. Kompetitor	38
1. <i>Street Side Coffee</i>	38

2. <i>Five-O</i>	40
C. Target Market	41
1. Segmentasi Geografis	41
2. Segmentasi Demografis	41
3. Segmentasi Psikografis	42
D. <i>Unique Selling Propositioning</i> (USP)	42
E. Analisis SWOT	43
F. <i>Positioning</i>	47
BAB IV KONSEP PEMIKIRAN DESAIN	48
A. Metode Perancangan	48
B. Konsep Kreatif	49
1. Tujuan Kreatif	50
2. Strategi Kreatif	51
3. Standar Kreatif	53
C. Konsep Media	61
1. Tujuan Media	61
2. Strategi Media	61
D. Prediksi Biaya	68
BAB 5 VISUALISASI KARYA	69
A. Media Utama	69
1. <i>Video Teaser</i>	69
2. Poster Digital	70
3. <i>Web Banner</i>	71

4. <i>Media Placement</i>	72
B. <i>Media Pendukung</i>	75
1. <i>Iklan Majalah</i>	75
2. <i>Iklan Koran</i>	76
3. <i>Baliho</i>	77
4. <i>Flyer</i>	78
5. <i>Brosur</i>	79
6. <i>X-Banner</i>	80
7. <i>Iklan Kendaraan</i>	81
8. <i>Iklan Go-Jek</i>	82
9. <i>Kalender</i>	83
10. <i>Menu</i>	84
11. <i>Kartu Nama</i>	85
12. <i>Name Tag</i>	86
13. <i>Sticker</i>	87
14. <i>Kaos</i>	88
15. <i>Majalah Lima</i>	89
16. <i>Welcome Sign</i>	92
17. <i>Packaging botol</i>	93
18. <i>Packaging Paperbag</i>	94
19. <i>Apron</i>	95
20. <i>Totebag</i>	96
21. <i>Mug</i>	97

22. <i>Tumbler</i>	98
23. Buku Filter Kopi	99
24. <i>Neon Box</i>	100
25. Meja Kursi	101
26. Iklan di Pot Bunga	102
27. Gantungan Kunci	103
BAB VI PENUTUP	104
A. Kesimpulan	104
B. Saran	105
DAFTAR PUSTAKA	



DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Foto Menu <i>Lima Koffie and Tea</i>	29
Gambar 3.2 Foto <i>Lima Koffie and Tea</i>	29
Gambar 3.3 Foto Ruang <i>Lima Koffie and Tea</i>	30
Gambar 3.4 Foto Produk <i>Lima Koffie and Tea</i>	31
Gambar 3.5 Foto Instagram <i>Lima Koffie and Tea</i>	32
Gambar 3.6 Konfigurasi Logo <i>Lima Koffie and Tea</i>	36
Gambar 3.7 Foto Aplikasi <i>Background Lima Koffie and Tea</i>	37
Gambar 3.8 Foto Menu <i>Streetside</i>	39
Gambar 3.9 Foto Instagram <i>Streetside</i>	39
Gambar 3.10 Foto Menu <i>Five-O</i>	40
Gambar 3.11 Foto Instagram <i>Five-O</i>	41
Gambar 4.2 Digital Poster	59
Gambar 4.3 Digital Poster	53
Gambar 4.4 Digital Poster	53
Gambar 4.5 Digital Poster	55
Gambar 4.6 Video Teaser	60
Gambar 5.1 Video Teaser <i>Lima Koffie and Tea</i>	71
Gambar 5.2 Poster Digital <i>Lima Koffie and Tea</i>	72
Gambar 5.3 Web Banner <i>Lima Koffie and Tea</i>	73
Gambar 5.4 Facebook <i>Lima Koffie and Tea</i>	73
Gambar 5.5 Instagram <i>Lima Koffie and Tea</i>	74

Gambar 5.6 Youtube <i>Lima Koffie and Tea</i>	75
Gambar 5.7 Iklan Majalah <i>Lima Koffie and Tea</i>	76
Gambar 5.8 Iklan Koran <i>Lima Koffie and Tea</i>	77
Gambar 5.9 Baliho <i>Lima Koffie and Tea</i>	78
Gambar 5.10 Flyer <i>Lima Koffie and Tea</i>	79
Gambar 5.11 Brosur <i>Lima Koffie and Tea</i>	80
Gambar 5.12 X-Banner <i>Lima Koffie and Tea</i>	81
Gambar 5.13 Iklan Kendaraan <i>Lima Koffie and Tea</i>	82
Gambar 5.14 Iklan Go-Jek <i>Lima Koffie and Tea</i>	83
Gambar 5.15 Kalender <i>Lima Koffie and Tea</i>	84
Gambar 5.16 Menu <i>Lima Koffie and Tea</i>	85
Gambar 5.17 Kartu Nama <i>Lima Koffie and Tea</i>	86
Gambar 5.18 Name Tag <i>Lima Koffie and Tea</i>	86
Gambar 5.19 Sticker <i>Lima Koffie and Tea</i>	87
Gambar 5.20 Kaos <i>Lima Koffie and Tea</i>	88
Gambar 5.21 Majalah Lima <i>Lima Koffie and Tea</i>	89
Gambar 5.22 Welcome Sign <i>Lima Koffie and Tea</i>	92
Gambar 5.23 Packaging botol <i>Lima Koffie and Tea</i>	93
Gambar 5.24 Packaging Paperbag <i>Lima Koffie and Tea</i>	93
Gambar 5.25 Apron <i>Lima Koffie and Tea</i>	94
Gambar 5.26 Totebag <i>Lima Koffie and Tea</i>	95
Gambar 5.27 Mug <i>Lima Koffie and Tea</i>	96
Gambar 5.28 Tumbler <i>Lima Koffie and Tea</i>	97

Gambar 5.29 Buku Filter Kopi <i>Lima Koffie and Tea</i>	98
Gambar 5.30 Neon Box <i>Lima Koffie and Tea</i>	99
Gambar 5.31 Meja Kursi <i>Lima Koffie and Tea</i>	100
Gambar 5.32 Iklan di Pot Bunga <i>Lima Koffie and Tea</i>	101
Gambar 5.33 Gantungan Kunci <i>Lima Koffie and Tea</i>	102



DAFTAR BAGAN

Bagan 1.1 Kerangka Pemikiran Konsep	4
Bagan 4.1 Konsep Perancangan Promosi <i>Lima Koffie and Tea</i>	47



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Analisis SWOT	44
Tabel 4.1 Prediksi Biaya	67



Perancangan Promosi Lima Koffie And Tea Di Salatiga Melalui Desain Komunikasi Visual

Arini Ulfa Mawaddah¹

Jazuli Abdin Munib, S.Sn., M.Hum.²

Esty Wulandari S.Sos.,M.Si.³

ABSTRAK

2019, Arini Ulfa Mawaddah. Pengantar karya Tugas Akhir ini berjudul “Perancangan Promosi Lima Koffie And Tea di Salatiga Melalui Desain Komunikasi Visual”. Adapun permasalahan yang dikaji adalah: (1) Bagaimana strategi promosi apa yang tepat untuk Lima koffie and tea yang menarik secara konsep dan visual. (2) Bagaimana memilih media promosi yang tepat untuk mempromosikan Lima koffie and tea melalui media desain komunikasi visual. Metode Penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif deskriptif yang memungkinkan tervisualisasikannya rekomendasi desain sebagai hasilnya. Konsep perancangan menggunakan *Unique Selling Proposition*. Yaitu dengan menampilkan keunggulan yang dimiliki oleh Lima Koffie and Tea yang tidak dimiliki *coffee shop* lain. Standar visual dari perancangan ini menggunakan *headline* “KOFFIE AND TEA”, dan *Sub Headline* “PERK UP YOUR DAY”. Warna yang digunakan adalah hitam dan coklat yang diambil dari warna kopi dan ilustrasi yang berkonsep *drawing manual* menggunakan alat-alat kopi manual yang ada di Lima Koffie and Tea. Media yang digunakan adalah poster, iklan koran, iklan di media transportasi, video *teaser*, baliho, *fleyer*, spanduk, brosur, *Xbanner*, *Stationary*, *Merchandise*, *Packaging* dan *Social Media*. Semua media tersebut menggunakan *Key visual* yang telah ditentukan pada konsep perancangan dibuat semenarik mungkin oleh penulis. Dengan merancang media komunikasi visual yang menarik dan sesuai dengan *Target Audience*, diharapkan dapat meningkatkan eksistensi Lima Koffie and Tea, sehingga banyak pengunjung yang datang ke Lima.

¹ Mahasiswa Desain Komunikasi Visual Fakultas Seni Rupa dan Desain Universitas
Sebelas Maret Surakarta NIM C0714004

² Dosen Pembimbing 1

³ Dosen Pembimbing 2

Designing Promotion Lima Koffie And Tea At Salatiga Through Visual Communication Design

Arini Ulfa Mawaddah¹

Jazuli Abdin Munib, S.Sn., M.Hum.² Esty Wulandari, S.Sos.,M.Si.³

ABSTRACT

2019, Arini Ulfa Mawaddah. The introduction this final project is entitled “Designing Promotion Lima Koffie And Tea At Salatiga Through Visual Communication Design”. The problems examined are: (1) How to the right promotion strategy for Lima Koffie and Tea that is conceptually and visually interesting. (2) How to choose the right media campaign to promote Lima Koffie and Tea through visual communication design media. Research methode that use in this research is descriptive qualitative methode is more that allows visualizing design recommendations as a result. Visual standard from this design using *headline* “KOFFIE AND TEA”, and *Sub Headline* “PERK UP YOUR DAY”. Black and brown colour is inspired from the colour of the coffee bean and illustration with the concept of manual drawing using manual coffee tools in Lima Koffie and Tea. Using poster, newspaper ad, horizontal banner, advertising on transportation, video teasers, billboards, fleyers, banners, brochures, xbanner, stationary, merchandise, and social media as media from this design. All of media using *Key visual* that has been choosen in designing concept, made as interesting as possible by the writer. With design an exciting visual communication media and suitable with target audience, hopefully can increase the existence of Lima Koffie and Tea. So, there are so many tourist come to that Lima.

¹ Students of Visual of Communication Design Faculty of Fine Art and Design Sebelas
Maret University Surakarta, Student number C0714004

²Guide Lecture 1

³Guide Lecture 2