

LAPORAN TUGAS AKHIR

**PERANCANGAN MEDIA PROMOSI UNTUK
MENINGKATKAN NILAI JUAL CASA COFFEE SHOP**



Disusun oleh:

MUHAMMAD SATRIA WIBAWA

20100109

DG6C

JURUSAN DESAIN

PROGRAM STUDI DESAIN GRAFIS

POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF

JAKARTA

2023

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Perancangan Media Promosi Untuk Meningkatkan Nilai
Jual CASA Coffee Shop
Penulis : Muhammad Satria Wibawa
NIM : 20100109
Program Studi : Desain Grafis
Jurusan : Desain
Tugas Akhir ini telah dipertanggungjawabkan di hadapan Tim Penguji Tugas
Akhir di kampus Politeknik Negeri Media Kreatif pada hari Jumat tanggal
21-07-2023

Disahkan oleh:
Ketua Penguji,



R. Sulistyo Wibowo, S.Sn., M.Sn.
NIP. 197906242006041001

Anggota 1



Rina Watye, S.Ds, M.Ds
NIP. 198801172010032015

Anggota 2



Budi Utomo M. Ikom
NIDN. 0024017504

Mengetahui,
Koordinator Program Studi Desain Grafis



Trifajar Yurmana S., S.Kom., MT.
NIP. 198011122010122003

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Perancangan Media Promosi Untuk Meningkatkan Nilai Jual CASA Coffee Shop
Penulis : Muhammad Satria Wibawa
NIM : 20100109
Program Studi : Desain Grafis
Jurusan : Desain

Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan.
Ditandatangani di Jakarta, 26 JUN 2023

Pembimbing I



Dr. Mulyanuddin, S.Pd, MM.
NIP 195912041981031001

Pembimbing II



Budi Utomo M. Ikom
NIDN. 0024017504

Mengetahui,
Koordinator Program Studi Desain Grafis



Yayah Nurasiah, M.Pd.
NIP. 199308012020122013

**PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN
BEBAS PLAGIARISME**

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Satria Wibawa
NIM : 20100109
Program Studi : Desain Grafis
Jurusan : Desain
Tahun Akademik : 2020 - 2023

dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul:
"Perancangan Media Promosi Untuk Meningkatkan Nilai Jual CASA Coffee Shop"
adalah **original, belum pernah dibuat oleh pihak lain, dan bebas dari plagiarisme.**

Bilamana pada kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan dengan sebenar-benarnya.

Jakarta, 04-Juli-2023

Yang menyetujui



Muhammad Satria Wibawa

NIM: 20100109

PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Sebagai civitas academica Politeknik Negeri Media Kreatif, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Satria Wibawa

NIM : 20100109

Program Studi : Desain Grafis

Jurusan : Desain

Tahun Akademik : 2020 – 2023

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Politeknik Negeri Media Kreatif Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“Perancangan Media Promosi Untuk Meningkatkan Nilai Jual CASA Coffee Shop ” beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Politeknik Negeri Media Kreatif berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Jakarta, 04 Juli - 2023

Yang menyatakan,



Muhammad Satria Wibawa

NIM: 20100109

ABSTRACT

CASA Coffee Shop is a cafe located in the Tangerang area. Until now, CASA Coffee Shop has carried out promotional media only through social media, namely Instagram, and CASA Coffee Shop itself does not have a packaging design that identifies the cafe. Media such as posters or product packaging are media choices that have been agreed with the owner of the CASA Coffee Shop. This media is expected to increase the attractiveness of CASA Coffee Shop visitors. The data collection method used by the author in this final project is to conduct interviews with the owner of the CASA Coffee Shop. The design of the poster work and product packaging starts with making a Moodboard to choose the identity color of the CASA Coffee Shop and also sketches the Poster design and product packaging. With added supporting media such as T-Shirts, Stickers, and also x-banners. After getting approval from the owner of the CASA Coffee Shop, then do a design from the sketch that has been made to be printed so that it becomes a work of posters and product packaging. In this case, the CASA Coffee Shop will have poster promotional media as well as product packaging

Keywords: *Media Promotion, Selling Value, CASA Coffee Shop*

ABSTRAK

CASA Coffee Shop merupakan salah satu kafe yang berada di wilayah Tangerang. CASA Coffee Shop sampai saat ini melakukan media promosi hanya melalui media sosial yaitu instagram, dan CASA Coffee Shop sendiri belum mempunyai desain kemasan yang mengidentitaskan kafe tersebut. Media seperti poster ataupun kemasan produk adalah pilihan media yang telah disetujui dengan pemilik dari CASA Coffee Shop. Media ini diharapkan akan menambah daya tarik dari pengunjung CASA Coffee Shop. Metode pengumpulan data yang dilakukan penulis pada tugas akhir ini adalah dengan melakukan wawancara kepada owner CASA Coffee Shop. Perancangan karya poster dan kemasan produk dimulai dengan membuat Moodboard untuk memilih warna identitas dari CASA Coffee Shop dan juga membuat sketsa desain Poster dan kemasan produk. Setelah mendapatkan persetujuan dari owner CASA Coffee Shop, selanjutnya melakukan desain dari sketsa yang telah dibuat agar dicetak sehingga menjadi sebuah karya poster dan kemasan produk. Dengan ditambah media pendukung seperti T-Shirt, Stiker, dan juga x-banner Dalam hal ini maka CASA Coffee Shop akan mempunyai media promosi poster dan juga kemasan produk

Kata Kunci: **Media Promosi, Nilai Jual, CASA Coffee Shop**

PRAKATA

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberi kekuatan, kemampuan, dan kesabaran kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan Perancangan Karya Tugas Akhir ini dengan baik. Tujuan Perancangan Karya Tugas Akhir adalah salah satu persyaratan bagi mahasiswa untuk dapat merancang karya Tugas Akhir dan menyelesaikan pendidikan Diploma III Program Studi Desain Grafis, Politeknik Negeri Media Kreatif. Judul Tugas Akhir ini adalah Perancangan Media Media Promosi Untuk Meningkatkan Nilai Jual CASA Coffee Shop

Perancangan Karya Tugas Akhir ini tidak akan selesai dengan baik tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari orang-orang yang berada di sekitar penulis. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih banyak kepada pihak-pihak yang telah membantu banyak dalam penulisan Tugas Akhir ini.

1. Dr. Tipri Rose Kartika, MM., selaku Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif.
2. Nova Darmanto, S. Sos., selaku Wakil Direktur I Bidang Akademik.
3. Trifajar Yurmama, S. Kom., selaku Ketua Jurusan Desain Grafis.
4. Lani Siti Noor Aisyah, S.Ds., M.Ds. selaku Sekretaris Jurusan Desain
5. Yayah Nurasih, M.Pd., selaku Koordinator Program Studi Desain Grafis.
6. Dr. Mulyanuddin, S.Pd, MM. selaku Dosen Pembimbing 1
7. Budi Utomo M. Ikom selaku Dosen Pembimbing 2.
8. Kepada Orang Tua penulis yang selalu mendukung dan mendoakan.
9. Teman teman Desain Grafis angkatan 2020 terutama kelas C yang selalu mensupport satu sama lain.

. Penulis menyadari akan masih banyaknya kekurangan pada penulisan Tugas Akhir ini maka penulis mengharapkan adanya saran dan kritik agar Laporan Tugas Akhir ini berjalan dengan baik.

DAFTAR ISI

PRAKATA.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR.....	ix
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	2
C. Batasan Masalah	2
D. Rumusan Masalah	2
E. Tujuan Penulisan	3
F. Manfaat Penulisan.....	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	4
A. Teori Umum	4
1. Pengertian Desain Grafis.....	4
2. Prinsip Prinsip Desain.....	5
3. Elemen Elemen Desain.....	8
4. Tipografi	10
B. Teori Khusus.....	12
1. Pengertian Perancangan	12
2. Proses Perancangan.....	13
3. Pengertian Promosi.....	14
4. Tujuan Promosi.....	14
5. Jenis-Jenis Promosi.....	15
6. Pengertian Poster.....	18

7. Kemasan Produk.....	19
8. Tinjauan Tentang Sajian Kopi	21
9. Jenis Jenis Kopi.....	21
BAB III METODE PELAKSANAAN	23
A. Data/Objek Penulisan.....	24
1. Demografi	24
2. Geografis.....	25
3. Psikografis	25
B. Teknik Pengumpulan Data.....	25
1. Studi Pustaka.....	25
2. Wawancara.....	25
3. Observasi	26
C. Ruang Lingkup.....	27
1. Peran Penulis.....	27
2. Kategori Karya.....	27
3. Ide Kreatif.....	27
D. Langkah kerja	28
1. Praproduksi/Persiapan	28
2. Produksi/Pelaksanaan	29
3. PascaProduksi/Evaluasi	29
BAB IV PEMBAHASAN.....	30
A. Pra Produksi.....	30
1. Mind Mapping	30
2. Moodboard.....	31
3. Sketsa	31

B. Produksi	32
1. Poster	32
2. Kemasan.....	33
3. Stiker.....	34
4. T-Shirt (Kaos).....	35
5. X-Banner.....	36
C. Pasca Produksi	36
BAB V PENUTUP.....	38
A. Simpulan	38
B. Saran.....	38
DAFTAR PUSTAKA.....	39
LAMPIRAN.....	41

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 <i>Kesatuan (Unity)</i>	6
Gambar 2.2 Keseimbangan.....	7
Gambar 2.3 <i>Ritme</i>	7
Gambar 2.4 Penekanan.....	8
Gambar 2.5 Typografi.....	12
Gambar 3.1 Logo CASA Coffee Shop.....	24
Gambar 4.1 <i>Mind Mapping</i>	30
Gambar 4.2 <i>Moodboard</i>	31
Gambar 4.3 Sketsa.....	32
Gambar 4.4 Poster.....	33
Gambar 4.5 Kemasan makanan.....	34
Gambar 4.6 Kemasan Minuman.....	34
Gambar 4.7 Stiker.....	35
Gambar 4.8 T-Shirt atau Kaos.....	35
Gambar 4.9 <i>X-Banner</i>	36