

LAPORAN TUGAS AKHIR
PEMBUATAN DESAIN VISUAL KAMPANYE RAMADAN
DOUGHZEN TAHUN 2024

Diajukan sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
Ahli Madya



Disusun Oleh:

AMMAR AGIL PANGESTU PUTRA

NIM: 21330011

PROGRAM STUDI PERIKLANAN
JURUSAN KOMUNIKASI
POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF

JAKARTA

2024

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Pembuatan Desain Visual Kampanye Ramadan Doughzen
Tahun 2024
Penulis : Ammar Agil Pangestu Putra
NIM : 21330011
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi

Tugas Akhir ini telah dipertanggungjawabkan di hadapan Tim Penguji Tugas Akhir di kampus Politeknik Negeri Media Kreatif pada hari *Jumat*., tanggal *2 Agustus 2024*

Disahkan oleh:
Ketua Penguji,



Rizky Kertanegara, S.S., M.Si., CIAL.
NIP. 198301152014041001

Anggota 1



Putri Surya Cempaka, S.Hum., M.Si.
NIP. 199312202019032026

Anggota 2



Muhammad Nur, M.Kom.
NIDN. 0320076604

Mengetahui,
Ketua Jurusan Komunikasi



Di: Erlan Saefuddin, S.S., M.Hum.
NIP. 197508072009121001

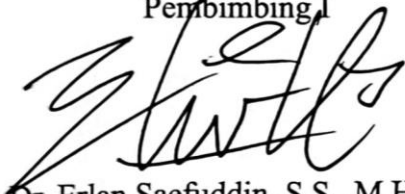
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Pembuatan Desain Visual Kampanye Ramadan Doughzen
Tahun 2024
Penulis : Ammar Agil Pangestu Putra
NIM : 21330011
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi

Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan.

Ditandatangani di *Jakarta*, *12 Juli 2024*

Pembimbing I



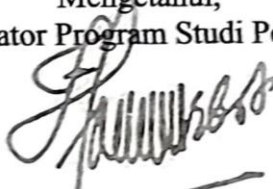
Dr. Erlan Saefuddin, S.S., M.Hum.
NIP. 197508072009121001

Pembimbing II



Muhammad Nur, M.Kom.
NIDN. 0320076604

Mengetahui,
Koordinator Program Studi Periklanan



Zaenab, S.S., M.Si
NIP. 199211132019032025

PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ammar Agil Pangestu Putra

NIM : 21330011

Program Studi : Periklanan

Jurusan : Komunikasi

Tahun Akademik : 2023/2024

dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul: Pembuatan Desain Visual Kampanye Ramadan Doughzen Tahun 2024 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, 12 Juli 2024

Yang menyatakan,



Ammar Agil Pangestu Putra

NIM: 21330011

PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Nama : Ammar Agil Pangestu Putra
NIM : 21330011
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi
Tahun Akademik : 2023/2024

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Politeknik Negeri Media Kreatif **Hak Bebas Royalti Noneklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul: Pembuatan Desain Visual Kampanye Ramadan Doughzen Tahun 2024 beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif 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, 12 Juli 2024

Yang menyatakan,



Ammar Agil Pangestu Putra

NIM: 21330011

ABSTRAK

Judul Tugas Akhir : Pembuatan Desain Visual Kampanye Ramadan Doughzen
Tahun 2024
Penulis : Ammar Agil Pangestu Putra
NIM : 21330011
Program Studi : Periklanan
Pembimbing I : Dr. Erlan Saefuddin, S.S., M.Hum
Pembimbing II : Muhammad Nur, M.Kom

Doughzen is a brand known for selling donuts and drinks, but has low brand awareness compared to its competitors. In Ramadan 2024, Doughzen conducted a campaign to increase brand awareness and sales. The campaign faced obstacles such as no visual design for digital and offline media, and no visual design workflow. The information in the campaign deck has an important role in making the visual design of this campaign. This writing aims to explain the importance of campaign decks, describe and explain the workflow of making visual designs, and describe the making of visual designs for digital and offline media, including the design results. Data collection methods include observation, document study, and literature study. The results obtained are visual designs that are in accordance with the campaign theme, with the application of design principles that improve visual readability and consistency in the use of visual elements.

Keyword: Graphic Design, Campaign, Doughzen, Ramadan

Doughzen adalah merek yang dikenal menjual donat dan minuman, namun memiliki *brand awareness* yang rendah dibanding kompetitornya. Pada Ramadan tahun 2024, Doughzen melakukan kampanye untuk meningkatkan *brand awareness* dan *sales*. Kampanye ini menghadapi hambatan seperti belum adanya desain visual untuk media digital dan *offline*, serta belum adanya alur kerja pembuatan desain visual. Informasi yang ada di dalam *campaign deck* memiliki peran penting dalam pembuatan desain visual kampanye ini. Penulisan ini bertujuan untuk menjelaskan pentingnya *campaign deck*, menguraikan dan menjelaskan alur kerja pembuatan desain visual, serta mendeskripsikan pembuatan desain visual untuk media digital dan *offline*, termasuk hasil desainnya. Metode pengumpulan data meliputi observasi, studi dokumen, dan studi pustaka. Hasil yang diperoleh adalah desain visual yang sesuai dengan tema kampanye, dengan penerapan prinsip desain yang meningkatkan keterbacaan visual dan konsistensi penggunaan elemen visual.

Kata kunci: Desain Grafis, Kampanye, Doughzen, Ramadan

PRAKATA

Puji Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan penulis kekuatan, kemampuan, dan kesabaran sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan tepat waktu dan sebaik-baiknya. Tujuan penulisan tugas akhir ini adalah untuk memenuhi salah satu persyaratan bagi mahasiswa untuk dapat menyelesaikan pendidikan jenjang Diploma-3 (D3) Program Studi Periklanan di Politeknik Negeri Media Kreatif.

Dalam Tugas Akhir ini, penulis berperan sebagai *graphic designer* yang memiliki tanggung jawab terhadap semua kebutuhan desain visual untuk kampanye Ramadan Doughzen.

Laporan 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:

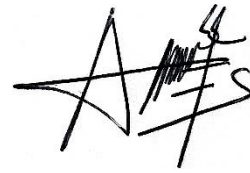
1. Dr. Tipri Rose Kartika, S.E., M.M., Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif.
2. Dr. Handika Dany Rahmayanti, M.Si., Wakil Direktur Bidang Akademik.
3. Dr. Erlan Saefuddin, S.S., M.Hum., Ketua Jurusan Komunikasi, Dosen Pembimbing I.
4. Sulistyowibowo, S.Sn., M.Sn., Sekretaris Jurusan Komunikasi.
5. Zaenab, S.S., M.Si., Koordinator Program Studi Periklanan.
6. Muhammad Nur M.Kom., Dosen Pembimbing II.
7. Seluruh dosen dan tenaga pendidikan, beserta civitas Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta yang telah membantu, melayani dan memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis selama menempuh perkuliahan di Politeknik Negeri Media Kreatif.
8. Kedua orang tua serta keluarga yang selalu memberikan dukungan dan doa kepada penulis sehingga penulis bisa berkuliah di Politeknik Negeri Media Kreatif dan bisa menyelesaikan Tugas Akhir ini.
9. Joshua Sudihman, selaku *Managing Director & Creative Director* Kane Studio.

10. Crishella, selaku *Senior Graphic Designer* Kane Studio.
11. Teman-teman seangkatan yang tidak bisa disebutkan namanya satu-persatu yang telah membantu dalam penulisan ini.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam tugas akhir ini. Oleh sebab itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun untuk tugas akhir ini.

Bogor, 24 Juni 2024

Penulis,

A handwritten signature in black ink, consisting of several overlapping, stylized lines and loops, positioned above the printed name.

Ammar Agil Pangestu Putra

NIM 21330011

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR.....	ii
PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	iv
ABSTRAK	v
PRAKATA.....	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah	6
C. Batasan Masalah	7
D. Rumusan Masalah.....	7
E. Tujuan Penulisan.....	7
F. Manfaat Penulisan	7
1. Manfaat bagi Penulis	7
2. Manfaat bagi Politeknik Negeri Media Kreatif.....	8
3. Manfaat bagi Masyarakat	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
A. Komunikasi.....	9
1. Pengertian Komunikasi	9
2. Jenis-Jenis Komunikasi	9
B. Desain Komunikasi Visual	10
C. Periklanan	10
D. STP (<i>Segmenting, Targeting, Positioning</i>)	11
1. Segmenting.....	11
2. Targeting.....	11

3. Positioning.....	12
E. Desain Grafis	12
1. Definisi Desain Grafis	12
2. Prinsip Desain Grafis	12
3. Unsur Desain Grafis	15
F. Desainer Grafis	20
G. <i>Brand</i>	21
H. <i>Digital Campaign</i>	21
1. Definisi <i>Digital Campaign</i>	21
2. <i>Social Media Marketing</i>	22
I. <i>Brand Activation</i>	22
1. Definisi <i>Brand Activation</i>	22
2. <i>In-Store Brand Activation</i>	23
BAB III METODE PELAKSANAAN	24
A. Data/Objek Penulisan	24
1. Informasi Umum	24
2. Alamat Perusahaan	25
3. Visi Misi Perusahaan	25
4. Struktur Perusahaan	26
5. Objek Penulisan	28
B. Teknik Pengumpulan Data	29
1. Observasi	29
2. Studi Dokumen	30
3. Studi Pustaka	30
C. Ruang Lingkup	30
D. Langkah Kerja	31
4. Pra Produksi/Persiapan	32
5. Produksi/Pelaksanaan	32
6. Pasca Produksi/Evaluasi	33
BAB IV PEMBAHASAN	34
A. <i>Campaign Deck</i>	34
1. <i>Background</i>	34

2. STP (<i>Segmenting, Targeting, Positioning</i>)	35
3. <i>Objective</i>	36
4. <i>Key Insight</i>	37
5. <i>Creative Idea</i>	37
6. Media.....	38
7. <i>Campaign Flow</i>	39
B. Alur Pekerjaan Pembuatan Desain Visual	41
1. Pra Produksi/Persiapan.....	41
2. Produksi/Pelaksanaan.....	43
3. Pasca Produksi/Evaluasi.....	50
C. Pembuatan Desain Visual Kampanye Ramadan Doughzen	52
1. Media Digital (Media Sosial).....	52
2. Media Offline (In-Store Brand Activation).....	59
D. Hasil Desain Kampanye	67
1. Konten Promo	67
2. Konten Grafis	68
3. <i>Banner Photobooth</i>	69
4. <i>Banner Promo</i>	70
5. <i>Frame Etalase Display</i>	70
BAB V PENUTUP.....	72
A. Simpulan.....	72
B. Saran	74
1. Bagi Penulis.....	74
2. Bagi Politeknik Negeri Media Kreatif	74
3. Bagi Masyarakat.....	74
DAFTAR PUSTAKA	75
LAMPIRAN.....	77

DAFTAR TABEL

Tabel 1. List Kompetitor Doughzen.....	4
Tabel 2. Analisis Prinsip Desain Instagram <i>Story</i> Konten Promo.....	53
Tabel 3. Analisis Prinsip Desain Instagram <i>Feeds</i> Konten Promo.....	55
Tabel 4. Analisis Prinsip Desain Instagram <i>Feeds</i> Konten Grafis	57
Tabel 5. Analisis Prinsip Desain <i>Banner Photobooth</i>	60
Tabel 6. Analisis Prinsip Desain <i>Banner Promo</i>	62
Tabel 7. Analisis Prinsip Desain <i>Frame Etalase Display</i>	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Data Pertumbuhan dan Kontribusi Sektor Industri Makanan dan Minuman (2022)	1
Gambar 2. Keseimbangan Simetris.....	14
Gambar 3. Keseimbangan Asimetris.....	14
Gambar 4. Ilustrasi Bentuk-Bentuk Geometris.....	17
Gambar 5. Ilustrasi Bentuk Organik Kurva Tertutup dan Terbuka.....	18
Gambar 6. Logo Kanekin Creative	24
Gambar 7. Struktur Organisasi Kanekin Creative.....	26
Gambar 8. Logo Doughzen.....	28
Gambar 9. Alur Kerja Kanekin Creative.....	31
Gambar 10. Campaign Deck Ramadan Doughzen	34
Gambar 11. Target Audiens.....	36
Gambar 12. Creative Idea	38
Gambar 13. Alur Kampanye Ramadan Doughzen.....	39
Gambar 14. Freepik.....	42
Gambar 15. Pinterest.....	42
Gambar 16. Key Visual.....	43
Gambar 17. Brief Desain Marketing Tools Kampanye Ramadan Doughzen	44
Gambar 18. Proses Approval Key Visual Utama oleh Senior Graphic Designer .	45
Gambar 19. Proses Approval Key Visual Sekunder oleh Senior Graphic Designer	46
Gambar 20. Proses Approval Konten Grafis oleh Senior Graphic Designer	46
Gambar 21. Proses Revisi Internal oleh Senior Graphic Designer	47
Gambar 22. Proses Approval oleh Klien.....	48
Gambar 23. Revisi Final oleh Klien.....	49
Gambar 24. Komunikasi Final Artwork Update	49
Gambar 25. Preview Hasil Desain	50
Gambar 26. Upload dan Re-check File di Google Drive.....	51
Gambar 27. Desain yang Diunggah ke Instagram dan Desain yang Dicitak	51
Gambar 28. Konten Promo Feeds	67
Gambar 29. Konten Promo Story.....	68
Gambar 30. Konten Grafis Feeds.....	69
Gambar 31. <i>Banner Photobooth (Sumber: Data Penulis)</i>	69
Gambar 32. Banner Promo.....	70
Gambar 33. Frame Etalase Display.....	71

DAFTAR LAMPIRAN

BIODATA PENULIS	77
SALINAN LEMBAR BIMBINGAN DENGAN DOSEN PEMBIMBING I	80
SALINAN LEMBAR BIMBINGAN DENGAN DOSEN PEMBIMBING II	81
SURAT KETERANGAN/IZIN PENGGUNAAN DATA PERUSAHAAN	82
BUKTI PEKERJAAN.....	83
SURAT KETERANGAN PRAKTIK INDUSTRI.....	84
SERTIFIKAT PRAKTIK INDUSTRI.....	85
DOKUMENTASI.....	86
LEMBAR HASIL CEK PLAGIARISME.....	87