

TUGAS AKHIR

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI PRODUK SUSU “MILKAYA” CV. MILKINESIA NUSANTARA PONOROGO MENGGUNAKAN TEKNIK FOTOGRAFI

Untuk memenuhi persyaratan dalam menyelesaikan Tugas Akhir (Strata-1)



Disusun Oleh :

Maries Morse Angestri Widyadhari

18052010026

Pembimbing 1 :

Aphief Tri Artanto, S.T., M.Sn

Pembimbing 2 :

Masnuna, S.T., M.Sn

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS ARSITEKTUR DAN DESAIN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”
JAWA TIMUR**

2022

TUGAS AKHIR

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI PRODUK SUSU “MILKAYA” CV. MILKINESIA NUSANTARA PONOROGO MENGGUNAKAN TEKNIK FOTOGRAFI

Untuk memenuhi persyaratan dalam menyelesaikan Tugas Akhir (Strata-1)



Disusun Oleh :

Maries Morse Angestri Widyadhari

18052010026

Pembimbing 1 :

Aphief Tri Artanto, S.T., M.Sn

Pembimbing 2 :

Masnuna, S.T., M.Sn

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS ARSITEKTUR DAN DESAIN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”
JAWA TIMUR**

2022

HALAMAN PENGESAHAN

**PERANCANGAN MEDIA PROMOSI PRODUK SUSU "MILKAYA"
CV. MILKINESIA NUSANTARA PONOROGO MENGGUNAKAN
TEKNIK FOTOGRAFI**

**Maries Morse Angestri Widyadhari
18052010026**

**Telah dipertahankan di depan Tim Penguji
Pada tanggal : 24 Mei 2022**

Pembimbing 1



Aphief Tri Artanto, S.T., M.Sn

NPT. 17119840609033

Pembimbing 2



Masnuna, S.T., M.Sn

NIP3K. 198405122021212004

Penguji 1



Diana Aqidatun Nisa, S.T., M.Ds

NIP. 199006112018032001

Penguji 2



Widwasari, S.T., M.T.

NPT. 182 198909 2007 5

**Tugas Akhir ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar sarjana Desain (S-1)**

Dekan Fakultas Arsitektur dan Desain



Dr. Ir. Wanti Mindari, M.P

NIP. 91631208 199003 2001

HALAMAN PERSETUJUAN

**PERANCANGAN MEDIA PROMOSI PRODUK SUSU "MILKAYA"
CV. MILKONESIA NUSANTARA PONOROGO MENGGUNAKAN
TEKNIK FOTOGRAFI**

Disusun Oleh :

Maries Morse Angestri Widyadhari

18052010026

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji

Pada tanggal : 24 Mei 2022

Pembimbing 1



Aphief Tri Artanto, S.T., M.Sn

NPT. 17119840609033

Pembimbing 2



Masnuna, S.T., M.Sn

NIP3K. 198405122021212004

**Tugas Akhir ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar sarjana Desain (S-1)**

Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual



Dyan Agustin, S.T., M.T

NIP3K. 19770817 202121 2064

ABSTRAK

Usaha Menengah Kecil hingga Usaha Menengah Besar mengalami penurunan pendapatan karena dampak pandemic covid-19. Era digital yang serba cepat seperti saat ini menjadi kesempatan pelaku usaha untuk membangun kedekatan emosi dan kepercayaan konsumen. Promosi menjadi salah satu penentu keberhasilan sebuah perusahaan. Marketing memiliki beberapa strategi yaitu Above The Line (ATL), Through The Line (TTL) dan Below The Line (BTL). Fotografi bertujuan untuk promosi sebuah produk disebut fotografi komersial. 75% pembeli eCommerce mengatakan gambar produk sangat berpengaruh pada ketertarikan konsumen terhadap produk atau jasa tersebut. Sehingga foto produk dapat meningkatkan kepercayaan calon pembeli. Badan Pusat Statistik 2021 menyatakan tingkat konsumsi susu di Indonesia masih terbilang rendah.

Pada perancangan ini menggunakan beberapa metode yaitu kualitatif dan kuantitatif. Metode kualitatif melalui tahap wawancara mendalam dengan *chief executive producer* CV. Milknesia Nusantara, sedangkan metode kuantitatif meliputi kuesioner terhadap target konsumen sesuai segmen. Selain itu, dilakukan pula studi literature dan studi competitor serta komparator yang mendukung data perancangan.

Selama perancangan dilakukan proses analisis data menggunakan metode analisis data deskriptif untuk mencari solusi perancangan dari data yang sudah terkumpul. Setelah melalui tahapan tersebut didapat sebuah keyword "*Happy Healthy with Milkaya*" yang berarti senang sehat bersama Milkaya.

Setelah ditemukan keyword, dapat dijadikan acuan dalam pembuatan perancangan media promosi produk susu Milkaya menggunakan teknik fotografi. Konten media promosi yang menarik dengan perpaduan teknik fotografi dan teknik ilustrasi sebagai pendukung visual untuk menarik target konsumen dalam perancangan ini.

CV. Milknesia Nusantara masih memiliki potensi untuk menjadi brand yang lebih besar dan target market yang lebih luas. Dengan memperhatikan perilaku konsumen didukung dengan konten-konten yang menarik, konsisten, fotografi yang dan media promosi yang tepat, CV. Milknesia Nusantara memiliki potensi untuk menjual produk susu Milkaya ke pemasaran yang lebih luas sehingga dapat bersaing dengan brand lain.

Kata Kunci : *pemasaran, fotografi, ilustrasi, media promosi, susu*

ABSTRACT

Small Medium Enterprises to Large Medium Enterprises experienced a decline in income due to the impact of the COVID-19 pandemic. The fast-paced digital era as it is today is an opportunity for business actors to build emotional closeness and consumer trust. Promotion is one of the determinants of the success of a company. Marketing has several strategies, namely Above The Line (ATL), Through The Line (TTL) and Below The Line (BTL). Photography that aims to promote a product is called commercial photography. 75% of eCommerce buyers say product images have a huge impact on consumer interest in the product or service. So that product photos can increase the confidence of potential buyers. The Central Statistics Agency in 2021 stated that the level of milk consumption in Indonesia is still relatively low.

In this design using several methods, namely qualitative and quantitative. The qualitative method is through in-depth interviews with the chief executive producer CV. Milknesia Nusantara, while the qualitative method includes questionnaires to target consumers according to segments. In addition, literature studies and studies of competitors and comparators that support the design data are also carried out.

During the design, the data analysis process was carried out using descriptive data analysis methods to find design solutions from the data that had been collected. After going through these stages, the keyword "Happy Healthy with Milkaya" means happy to be healthy with Milkaya.

After finding the keywords, it can be used as a reference in designing the promotional media for Milkaya milk products using photography techniques. Attractive promotional media content with a combination of photographic techniques and illustration techniques as visual support to attract target consumers in this design.

CV. Milknesia Nusantara still has the potential to become a bigger brand and a wider target market. By paying attention to consumer behavior supported by interesting, consistent content, proper photography and promotional media, CV. Milknesia Nusantara has the potential to sell Milkaya milk products to a wider market so that they can compete with other brands.

Keywords: *marketing, photography, illustration, promotional media, milk*

PERNYATAAN ORISINALITAS TUGAS AKHIR

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya didalam naskah Tugas Akhir ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akadeik di suatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dari daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah Tugas Akhir ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia Tugas Akhir ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh (Sarjana) dibatalkan, serta proses sesuai dengan peraturan undang-undang yang berlaku (UU No. 22 Tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70).

Sidoarjo,

Yang membuat pernyataan,



Maries Morse Angestri W.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa atau limpahan rahmat, hidayah, dan karunianya sehingga laporan Perancangan Media Promosi Produk Susu CV. Milknesia Nusantara Ponorogo melalui Fotografi dapat terselesaikan dengan baik. Perancangan ini merupakan media promosi

Terima kasih kepada pihak-pihak yang telah bersedia untuk membantu dan memberi banyak dukungan kepada saya dalam proses pembuatan laporan ini sehingga dapat terselesaikan dengan baik. Dalam kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Kepada Allah SWT dan Nabi Muhammad SAW.
2. Kepada Orang tua dan keluarga yang tidak berhenti mendoakan serta selalu memberi dukungan lebih secara lahir dan batin, maupun dalam urusan finansial.
3. Kepada Bapak Aphief Tri Artanto, S.T., M.Sn sebagai dosen pembimbing pertama yang telah memberikan saran dan masukan pada perancangan ini.
4. Kepada Ibu Masnuna, S.T., M.Sn sebagai dosen pembimbing kedua yang telah membantu memberikan saran dan masukan dalam hal penulisan laporan.
5. Kepada seluruh Dosen DKV UPN “Veteran” Jawa Timur yang telah banyak membantu dan mendidik penulis sehingga mampu menyelesaikan perkuliahan.
6. Kepada Satriyo Pandunusawan, S.T., CT., NNLP. Selaku *Chief Executive Officer* CV. Milknesia Nusantara yang mengizinkan produk susu Milkaya sebagai objek perancangan ini.
7. Kepada Ibu Widyasari, S.T., M.T. telah membantu saya memperkenalkan dengan CV. Milknesia Nusantara sehingga menjadi objek perancangan ini.
8. Kepada teman-teman Gasngengbrem dan DIKIVI angkatan 2018 DKV UPN yang selalu mengingatkan progress, saling memberi semangat, dan memotivasi satu sama lain.
9. Kepada Fandi Achmad, Adhi Joshua, dan Riska Kurnia selaku rekan satu bimbingan sehingga dapat saling memberi support, dan motivasi, serta rekan Revanza Alif dan Faiz Ramadhani telah membantu proses pengambilan gambar saat pembuatan perancangan ini.

Akhir kata penulis menyadari bahwa pelaksanaan pengerjaan laporan hingga terciptanya perancangan yang telah dibuat ini masih jauh dari kata sempurna, namun dengan perancangan ini diharapkan dapat membantu meningkatkan penjualan dari produk susu Milkaya.

Sidoarjo, 22 Mei 2022

Maries Morse Angestri W.

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT	v
PERNYATAAN ORISINALITAS TUGAS AKHIR.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xvii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	3
1.3 Rumusan Masalah	4
1.4 Batasan Masalah.....	4
1.5 Tujuan Perancangan	4
1.6 Manfaat Perancangan	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN STUDI EKSISTING	6
2.1 Tinjauan Tentang Susu.....	6
2.2 Profil Perusahaan CV. Milknesia Nusantara	6
2.3 Produk Milkaya	7
2.3.1 Susu Pasteurisasi.....	8
2.3.2 Yoghurt.....	9
2.3.3 Susu Kefir	9
2.3.4 Es Krim.....	9
2.4 Kabupaten Ponorogo	9
2.5 Tinjauan Fotografi	10
2.5.1 Genre fotografi	16
2.5.2 Komposisi Fotografi	17
2.6 Pemasaran.....	20
2.7 Promosi.....	21
2.8 Bauran Promosi (<i>Promotion Mix</i>).....	21

2.9	Strategi Marketing ATL, TTL, dan BTL	23
2.10	Digital Marketing	25
2.11	Dampak E-Marketing	25
2.12	Media Sosial	26
2.13	<i>Intergrated Marketing Communication (IMC)</i>	27
2.14	AISAS	28
2.15	Tinjauan Desain Komunikasi Visual.....	28
2.15.1	Prinsip Desain.....	29
2.15.2	Ilustrasi	30
2.15.3	Teori Layout	31
2.15.4	Teori Warna.....	31
2.15.5	Teori Tipografi	35
2.16	Studi Existing	36
2.17	Studi Komparator	38
BAB III METODOLOGI DESAIN.....		44
3.1	Definisi Operasional Judul	44
3.1.1	Produk Milkaya	44
3.1.2	Fotografi Komersial.....	44
3.1.3	Definisi Sosial Media	44
3.2	Target Perancangan	45
3.3	Teknik Pengumpulan Data	45
3.3.1	Data Primer.....	45
3.3.2	Data Sekunder.....	46
3.4	Teknik Sampling	46
3.4.1	Populasi (Target Segmen)	46
3.4.2	Sampel	47
3.5	Tahapan Perancangan.....	47
3.6	Teknik Analisis Data	49
3.7	Alur berfikir.....	50
BAB IV ANALISIS DATA		51
4.1	Analisa Deskriptif Kualitatif	51
4.1.1	Analisis Data Wawancara.....	51
4.2	Analisa Deskriptif Kuantitatif	52

4.2.1	Analisis Data Kuesioner	52
4.3	Analisis Consumer Insight	54
4.4	Sintesa data.....	54
4.5	Unique Selling Proposition (USP)	55
BAB V	KONSEP DESAIN.....	56
5.1	Perumusan Konsep	56
5.2	Definisi Keyword	56
5.3.1	Makna Denotatif	57
5.3.2	Makna Konotatif.....	57
5.3	Konsep Verbal.....	57
5.3.1	Gaya Bahasa	58
5.3.2	Deskripsi Konten	58
5.3.3	Kalender Konten.....	61
5.4	Konsep Visual	69
5.4.1	Fotografi	71
5.4.2	Ilustrasi	73
5.4.3	Model.....	74
5.4.4	Tempat.....	77
5.4.5	Tata Cahaya	78
5.4.6	Warna.....	79
5.4.7	Tipografi	80
5.5	Konsep Media.....	81
5.5.1	Media Utama	81
5.5.2	Media Pendukung.....	86
BAB VI	IMPLEMENTASI DESAIN.....	89
6.1	Alternatif Desain	89
6.2.1	<i>Rough</i> Desain (Sketsa Kasar)	89
6.2.2	Komprehensif Desain	91
6.2.3	Desain Final.....	93
6.2	Implementasi pada Media	93
6.2.1	Konsep Media.....	93
6.2.2	Media Promosi Online.....	97
6.2.3	Media Promosi Offline	106

6.2.4 Media Pendukung	109
6.3 Rancangan Anggaran Project	115
BAB VII KESIMPULAN DAN SARAN	117
DAFTAR PUSTAKA	118
LAMPIRAN	121

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Data Kebutuhan Susu Indonesia	6
Gambar 2. 2 Logo CV. Milknesia Nusantara	7
Gambar 2. 3 Mesin Filling and Sealing Cup	7
Gambar 2. 4 Mesin Pasteurisasi CV. Milknesia Nusantara.....	8
Gambar 2. 5 Peta Lokasi Kedai dan Sentra Produk Susu Milkaya	10
Gambar 2. 6 Peta Lokasi Produksi Susu Milkaya	10
Gambar 2. 7 Kamera Obscura	11
Gambar 2. 8 Kamera DSLR	12
Gambar 2. 9 Lensa.....	12
Gambar 2. 10 Baterai Kamera	13
Gambar 2. 11 Memory Card.....	13
Gambar 2. 12 Lampu Studio.....	13
Gambar 2. 13 Flash.....	14
Gambar 2. 14 Tripod	14
Gambar 2. 15 Exposure	15
Gambar 2. 16 Contoh Komposisi Rabatment of Rectangle.....	18
Gambar 2. 17 Contoh Rule of Third.....	18
Gambar 2. 18 Contoh Golden Ratio Rectangle	19
Gambar 2. 19 Contoh Golden Triangle	19
Gambar 2. 20 Contoh Golden Spiral	20
Gambar 2. 21 Contoh Metode Diagonal.....	20
Gambar 2. 22 Bagan Promotion Mix.....	22
Gambar 2. 23 Contoh Iklan Instagram	26
Gambar 2. 24 Contoh Iklan Facebook.....	27
Gambar 2. 25 Pola pikir AISAS	28
Gambar 2. 26 Contoh penerapan Ilustrasi outline pada Fotografi.....	31
Gambar 2. 27 Additive Color	32
Gambar 2. 28 Subtractive Color	32
Gambar 2. 29 Contoh penerapan dingin netral pada fotografi	33
Gambar 2. 30 Contoh penerapan warna hangat pada fotografi	34
Gambar 2. 31 Contoh penerapan warna netral pada fotografi.....	34

Gambar 2. 32 Implementasi warna cerah dan dingin pada fotografi komersial susu Greenfield	35
Gambar 2. 33 Implementasi font sans serif sebagai headline pada media promosi susu Ultra Mimi	36
Gambar 2. 34 Logo Milkaya.....	36
Gambar 2. 35 Sosial Media Instagram Milkaya	37
Gambar 2. 36 Foto Produk Greenfields.....	39
Gambar 3. 1 Alur Berfikir	50
Gambar 5. 1 Perumusan Konsep Keyword	56
Gambar 5. 2 Referensi Konten Edukasi	59
Gambar 5. 3 Referensi Konten Promosi	60
Gambar 5. 4 Referensi Konten Interaksi	60
Gambar 5. 5 Referensi Konten Informasi.....	61
Gambar 5. 6 Susunan Konten Feed Instagram	62
Gambar 5. 7 Referensi Foto Harmonis	70
Gambar 5. 8 Referensi Foto Energik	70
Gambar 5. 9 Referensi Foto Sehat.....	71
Gambar 5. 10 Style foto Greenfields sebagai acuan	72
Gambar 5. 11 Style foto Greenfields sebagai acuan	72
Gambar 5. 12 Referensi foto produk	73
Gambar 5. 13 Implementasi Teknik Ilustrasi Outline dengan Fotografi	74
Gambar 5. 14 Model 1	75
Gambar 5. 15 Model 2	75
Gambar 5. 16 Model 3	76
Gambar 5. 17 Model 4	76
Gambar 5. 18 Studio Foto berlatar Putih	77
Gambar 5. 19 Latar Rumah	77
Gambar 5. 20 Lapangan Olahraga	78
Gambar 5. 21 Tata Cahaya	78
Gambar 5. 22 Referensi tata cahaya	79
Gambar 5. 23 Warna Putih	79
Gambar 5. 24 Warna Biru Milkaya	80
Gambar 5. 25 Font Candy Beans	80

Gambar 5. 26 Font Blogger Sans.....	81
Gambar 5. 27 Instagram feed	82
Gambar 5. 28 Instagram story	82
Gambar 5. 29 Facebook.....	83
Gambar 5. 30 Referensi Poster	84
Gambar 5. 31 Referensi Brosur	85
Gambar 5. 32 Referensi Pengaplikasian Banner	85
Gambar 5. 33 Billboard	86
Gambar 5. 34 Referensi Kartu Member	86
Gambar 6. 1 Hasil Kuesioner Konsep Visual.....	89
Gambar 6. 2 Acuan Konsep Visual Gambar Terpilih	90
Gambar 6. 3 Alternatif Sketsa Konsep Visual.....	90
Gambar 6. 4 Alternatif Konsep Visual 1	91
Gambar 6. 5 Alternatif Konsep Visual 2	92
Gambar 6. 6 Alternatif Konsep Visual 2	92
Gambar 6. 7 Desain Final	93
Gambar 6. 8 Hasil Foto Seri Harmonis	94
Gambar 6. 9 Hasil Foto Seri Energik	95
Gambar 6. 10 Hasil Foto Seri Sehat	96
Gambar 6. 11 Hasil Foto Produk	97
Gambar 6. 12 Desain Instagram Seri A.....	99
Gambar 6. 13 Desain Instagram Seri B	101
Gambar 6. 14 Desain Instagram Seri C	102
Gambar 6. 15 Interaksi This or That Story Instagram.....	103
Gambar 6. 16 Interaksi Story Instagram Question	104
Gambar 6. 17 Interaksi Story Instagram Slide Emoji.....	104
Gambar 6. 18 Desain Sampul Facebook	105
Gambar 6. 19 Implementasi Desain Sampul Facebook.....	105
Gambar 6. 20 Desain Final Poster	106
Gambar 6. 21 Desain Depan Brosur	107
Gambar 6. 22 Desain Belakang Brosur	107
Gambar 6. 23 Desain Banner.....	108
Gambar 6. 24 Mockup Desain Banner	108

Gambar 6. 25 Desain Cover Depan	110
Gambar 6. 26 Desain Bagian Dalam	110
Gambar 6. 27 Desain Kartu Member.....	111
Gambar 6. 28 Desain Stiker untuk Kartu Member	111
Gambar 6. 29 Desain Stiker Untuk Dibagikan Kepada <i>Customer</i>	112
Gambar 6. 30 Kaos	112
Gambar 6. 31 Topi.....	113
Gambar 6. 32 Tepak Makan	113
Gambar 6. 33 Tempat minum.....	114
Gambar 6. 34 Tas Serut	114

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Analisis Visual Instagram Milkaya	37
Tabel 2. 2 Analisis Desain Greenfields	39
Tabel 2. 3 Analisis Desain Ultra Mimi.....	41
Tabel 5. 1 Kalender Konten atau <i>Timeline</i> Seri A.....	63
Tabel 5. 2 Kalender Konten atau <i>Timeline</i> Seri B.....	65
Tabel 5. 3 Kalender Konten atau <i>Timeline</i> Seri A.....	67
Table 6. 1 Anggaran Biaya	115