

TUGAS AKHIR

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI UNTUK MENINGKATKAN DAYA TARIK KONSUMEN DEPOT MAK AY

Untuk memenuhi sebagian persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana (S-1)



Oleh:

KHANSA
21052010018

Dosen Pembimbing:

Masnuna, S.T., M.Sn.

Pembimbing Penguji:

Alfian Candra Ayuswantana, S.T., M.Ds.

Mahimma Romadhonna. ST., M.Ds.

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS ARSITEKTUR DAN DESAIN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
2024/202

HALAMAN PENGESAHAN
PERANCANGAN MEDIA PROMOSI UNTUK MENINGKATKAN DAYA
TARIK KONSUMEN DEPOT MAK AY

Disusun oleh:

Khansa

21052010018

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji
Pada tanggal: 20 Mei 2025

Pembimbing I

Pembimbing II


Masnuna, S.T., M.Sn.


Restu Ismoyo Aji, S.Sn., M.A.

NIPPPK. 19840512 2021 212004

NPT. 201 19850106 174

Penguji I

Penguji II


Alfian Candra Avuswantana, S.T., M.Ds.


Mahimma Romadhona, S.T., M.Ds.

NIP. 19880505 201903 1018

NIP. 19880428 201803 2001

Tugas akhir telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Sarjana Desain (S-1)

Dekan Fakultas Arsitektur dan Desain




Ibnu Sholichin, S.T., M.T.
NIPPPK. 19710916 202121 1004

HALAMAN PERSETUJUAN
PERANCANGAN MEDIA PROMOSI UNTUK MENINGKATKAN DAYA
TARIK KONSUMEN DEPOT MAK AY

Disusun Oleh :

Khansa

2105201001

Telah dipertahankan di depan tim penguji

Pada tanggal : 20 Mei 2025

Pembimbing I



Masnuna, ST., M.Sn

NIPPPK. 19840512 2021 212004

Pembimbing II



Restu Ismoyo Aji, S.Sn., M.A.

NPT. 201 19850106 174

Tugas Akhir telah diterima sebagai salah satu persyaratan

Untuk memperoleh gelar Sarjana Desain (S-1)

Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual



Masnuna, ST., M.Sn

NIPPPK. 19840512 2021 212004

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Khansa
NPM : 21052010018
Program : Sarjana(S1)
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Arsitektur dan Desain

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Tugas Akhir ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam dokumen ini dan disebutkan secara lengkap dalam daftar pustaka.

Dan saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur plagiasi. Apabila dikemudian hari ditemukan indikasi plagiat pada Skripsi/Tesis/Desertasi ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun juga dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 11 Juni 2025

Yang Membuat pernyataan



Khansa
21052010018

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI.....	ii
DAFTAR GAMBAR.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vi
ABSTRAK.....	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	6
1.3 Rumusan Masalah.....	6
1.4 Batasan Masalah.....	7
1.5 Tujuan Perancangan.....	7
1.6 Manfaat Perancangan.....	7
1.7 Kerangka Perancangan.....	8
BAB II LANDASAN TEORI DAN STUDI EKSISTING.....	9
2.1 Definisi Oprasional Judul.....	9
2.2 Landasan Teori.....	13
2.3 Studi Eksisting.....	21
2.4 Studi Komperator.....	22
2.5 Studi Kompetitor.....	25
BAB III METODOLOGI DESAIN.....	29
3.1 Metode Perancangan.....	29
3.2. Objek Perancangan.....	29
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	29
3.4 Teknik Analisis Data.....	34
3.5 Sintesis Data.....	51
BAB IV KONSEP DAN IMPLEMENTASI DESAIN.....	53
4.1 Perumusan Konsep.....	53
4.2. Proses Perancangan Desain.....	68
4.3. Media Pendukung.....	74
BAB V PENUTUP.....	79
5.1. Kesimpulan.....	79

5.2. Saran.....	79
DAFTAR PUSTAKA.....	80
LAMPIRAN.....	83

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Restoran.....	2
Gambar 1. 2 Miniatur Dummy Food.....	3
Gambar 1. 3 Depot Mak Ay.....	4
Gambar 1. 4 Story Telling Depot Mak Ay.....	4
Gambar 1. 5 Dokumentasi Wawancara.....	5
Gambar 1. 6 Kerangka Perancangan.....	8
Gambar 2. 1 Poster Promosi.....	9
Gambar 2. 2 Daya Tarik Konsumen.....	10
Gambar 2. 3 Konsumen Depot Mak Ay.....	11
Gambar 2. 4 Konsumen Depot Mak Ay.....	12
Gambar 2. 5 Definisi Depot.....	12
Gambar 2. 6 Ilustrasi.....	13
Gambar 2. 7 Poster Promosi.....	14
Gambar 2. 8 Clay.....	15
Gambar 2. 9 Tanah Liat.....	16
Gambar 2. 10 Polymer Clay.....	16
Gambar 2. 11 Air Dry Clay.....	17
Gambar 2. 12 Strategi Promosi.....	17
Gambar 2. 13 Keputusan di Balik Keputusan Membeli.....	18
Gambar 2. 14 Dummy food.....	19
Gambar 2. 15 Buku Katalog.....	20
Gambar 2. 16 Penerapan Katalog Menu depot MakAy.....	21
Gambar 2. 17 Katalog Menu Jo Dough.....	22
Gambar 2. 18 Cerita Natijen.....	23
Gambar 2. 19 Miniatur Donat.....	24
Gambar 2. 20 Miniatur Donat.....	24
Gambar 2. 21 Depot Bu Rudy.....	25
Gambar 2. 22 Konsep Depot Tradisional.....	26
Gambar 2. 23 Marchendise Depot Bu Rudy.....	27
Gambar 2. 24 Etalase Depan Depot Bu Rudy.....	27
Gambar 2. 25 Etalase Belakang Depot Bu Rudy.....	27
Gambar 2. 26 Katalog Depot Bu Rudy.....	28
Gambar 3. 1 Wawancara.....	30
Gambar 3. 2 Narasumber.....	34
Gambar 3. 3 Consumen Depot Mak Ay.....	38
Gambar 3. 4 Consumen Depot Mak Ay.....	46
Gambar 4. 1 Keyword.....	53
Gambar 4. 2 Soto Banjar.....	56
Gambar 4. 3 Menu makanan Depot Mak Ay.....	56
Gambar 4. 4 Menu minuman Depot Mak Ay.....	58
Gambar 4. 5 Diskusi Konsep Preancangan.....	58
Gambar 4. 6 Referensi style ilustrasi.....	59
Gambar 4. 7 Konsep Desain.....	59

Gambar 4. 8 Soto Banjar.....	60
Gambar 4. 9 Sate Banjar.....	60
Gambar 4. 10 Nasi Kuning.....	61
Gambar 4. 11 Nasi Campur.....	61
Gambar 4. 12 Penyetan Komplit.....	62
Gambar 4. 13 Ciri Khas Visual Depot Mak Ay.....	63
Gambar 4. 14 Alternatif Desain.....	68
Gambar 4. 15 Analisis Visual Poster.....	69
Gambar 4. 16 Sketsa Poster.....	71
Gambar 4. 17 Hasil Bimbingan.....	72
Gambar 4. 18 Hasil Final.....	73
Gambar 4. 19 Hasil Final.....	74
Gambar 4. 20 Dummy Food.....	74
Gambar 4. 21 Tas Belanja & Kotak Nasi.....	74
Gambar 4. 22 Apron.....	75
Gambar 4. 23 Banner.....	75
Gambar 4. 24 Feed instagram.....	76
Gambar 4. 25 Hiasan Kulkas.....	76
Gambar 4. 26 Gantungan kunci.....	77
Gambar 4. 27 Stiker.....	77

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Tabel Media Sosial.....	31
Tabel 3. 2 Tabel Jurnal.....	32
Tabel 3. 3 Tabel Buku.....	32
Tabel 3. 4 Tabel Wawancara.....	34
Tabel 3. 5 Tabel Hari Pertama.....	38
Tabel 3. 6 Tabel Hari Kedua.....	40
Tabel 3. 7 Tabel Hari Ketiga.....	41
Tabel 3. 8 Tabel Hari Keempat.....	42
Tabel 3. 9 Tabel Hari Kelima.....	43
Tabel 3. 10 Tabel Hari Keenam.....	44
Tabel 3. 11 Tabel Hari Ketujuh.....	45
Tabel 3. 12 Tabel Hari Pertama.....	46
Tabel 3. 13 Tabel Hari Kedua.....	47
Tabel 3. 14 Tabel Hari Ketiga.....	47
Tabel 3. 15 Tabel Hari Keempat.....	48
Tabel 3. 16 Tabel Hari Kelima.....	49
Tabel 3. 17 Tabel Hari Keenam.....	50
Tabel 3. 18 Tabel Hari Ketujuh.....	51
Tabel 4. 1 Biaya Produksi.....	77

ABSTRAK

Media promosi memegang peran penting dalam industri kuliner sebagai sarana untuk menarik konsumen, membangun identitas brand, dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Depot Mak Ay, yang mengusung konsep tradisional dan kekeluargaan, penggunaan media promosi konvensional seperti katalog masih mendominasi, meskipun pemilik menyadari pentingnya inovasi visual untuk menciptakan pengalaman yang lebih imersif. Oleh karena itu, perancangan media promosi yang lebih kreatif seperti poster 3D berbasis clay dan dummy food menjadi alternatif efektif yang mampu menyampaikan informasi menu secara lebih menarik dan interaktif. Media ini tidak hanya memperkuat citra brand yang hangat dan autentik, tetapi juga meningkatkan daya tarik visual yang mampu membedakan dari kompetitor serta membantu konsumen dalam membayangkan menu yang ditawarkan.

Perancangan media promosi Depot Mak Ay menggunakan metode kualitatif melalui wawancara dengan pemilik dan observasi langsung, didukung data sekunder dari literatur, jurnal, dan media sosial. Objek perancangannya berupa media visual seperti dummy food, poster, katalog, dan merchandise berbasis clay yang dirancang untuk memperkuat identitas visual, meningkatkan daya tarik, serta memberikan pengalaman imersif bagi konsumen.

Perancangan media promosi Depot Mak Ay berawal dari observasi selama enam bulan, termasuk kunjungan ke Jo Dough Malang yang memicu kesadaran pentingnya strategi promosi. Penulis lalu menganalisis kelemahan media promosi yang ada dan menggali data dari wawancara, observasi, dan studi literatur untuk merancang media seperti dummy food, katalog ilustrasi, merchandise, dan media pendukung lainnya. Analisis consumer insight menunjukkan pentingnya media visual yang autentik dan menarik untuk menciptakan pengalaman berkesan bagi konsumen, sementara strategi consumer journey dan brand activation memanfaatkan titik interaksi konsumen melalui insentif digital dan cetak, guna meningkatkan keterlibatan, memperkuat identitas depot, dan memperluas jangkauan promosi.

Perancangan media promosi ini menunjukkan bahwa elemen visual yang tepat dapat memperkuat citra dan daya tarik Depot Mak Ay di tengah persaingan kuliner. Dengan pendekatan kreatif dan strategi yang terarah, media promosi diharapkan mampu meningkatkan pengalaman konsumen dan memperluas jangkauan pasar secara efektif.

ABSTRACT

Promotional media plays a crucial role in the culinary industry as a means to attract consumers, build brand identity, and enhance customer loyalty. At Depot Mak Ay, which embraces a traditional and family-oriented concept, conventional promotional media such as catalogs still dominate, even though the owner recognizes the importance of visual innovation to create a more immersive experience. Therefore, the design of more creative promotional media, such as 3D posters based on clay and dummy food, becomes an effective alternative capable of conveying menu information in a more engaging and interactive way. These media not only reinforce a warm and authentic brand image but also increase visual appeal, differentiating the establishment from competitors and helping consumers visualize the offered menu items.

The design of Depot Mak Ay's promotional media employs a qualitative method through interviews with the owner and direct observation, supported by secondary data from literature, journals, and social media. The design objects include visual media such as dummy food, posters, catalogs, and clay-based merchandise, all crafted to strengthen visual identity, enhance appeal, and provide an immersive experience for consumers.

The design process for Depot Mak Ay's promotional media began with six months of observation, including a visit to Jo Dough Malang, which sparked awareness of the importance of promotional strategies. The author then analyzed the weaknesses of existing promotional media and gathered data from interviews, observations, and literature studies to design media such as dummy food, illustrated catalogs, merchandise, and other supporting media. Consumer insight analysis highlights the importance of authentic and appealing visual media in creating memorable experiences for consumers, while consumer journey and brand activation strategies leverage consumer interaction points through digital and print incentives to increase engagement, strengthen the depot's identity, and broaden promotional reach.

This promotional media design demonstrates that appropriate visual elements can strengthen Depot Mak Ay's image and appeal amidst culinary competition. With a creative approach and a targeted strategy, the promotional media is expected to effectively enhance the consumer experience and expand market reach.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa karena berkat rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan perancangan media promosi untuk Depot Mak Ay dengan baik. Media promosi memegang peranan penting dalam membangun citra dan meningkatkan daya tarik sebuah usaha, terutama di industri kuliner yang sangat kompetitif seperti saat ini.

Dalam perancangan ini, penulis berfokus pada pengembangan konsep visual yang konsisten dan strategis, mulai dari poster, dummy food, hingga media sosial, untuk memperkuat identitas Depot Mak Ay serta menciptakan pengalaman yang berkesan bagi konsumen. Penulis juga menyadari bahwa proses ini masih memiliki ruang untuk pengembangan, sehingga evaluasi dan inovasi terus menjadi hal penting untuk menjawab dinamika pasar dan kebutuhan konsumen.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dan masukan selama proses perancangan ini berlangsung. Semoga hasil karya ini dapat memberikan manfaat dan menjadi langkah positif dalam pengembangan usaha Depot Mak Ay.

Surabaya, 2024

Penulis