PERANCANGAN STRATEGI VISUAL *BRAND ACTIVATION* AUDY DENTAL BERTEMA BERANI SENYUM TANPA RAGU

TUGAS AKHIR APLIKATIF

NISA FADILLAH ZAHRA
NIM 42321110027

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS DESAIN DAN SENI KREATIF
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2026

https://lib.mercubuana.ac.id

PERANCANGAN STRATEGI VISUAL *BRAND ACTIVATION* AUDY DENTAL BERTEMA BERANI SENYUM TANPA RAGU

TUGAS AKHIR APLIKATIF

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana

NISA FADILLAH ZAHRA
NIM 42321110027

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS DESAIN DAN SENI KREATIF
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2026

https://lib.mercubuana.ac.id

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	: Nisa Fadillah Zahra
NIM	: 42321110027
Fakultas/Program Studi	: FDSK/Desain Komunikasi Visual

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa Tugas Akhir berjudul:

"PERANCANGAN STRATEGI VISUAL *BRAND ACTIVATION* AUDY DENTAL BERTEMA BERANI SENYUM TANPA RAGU"

adalah hasil karya saya sendiri, tidak mengandung unsur plagiarisme, pelanggaran hak cipta, atau konten ilegal dalam bentuk apapun dan tidak melanggar hukum atau hak pihak manapun.

Apabila di kemudian hari ditemukan pelanggaran terhadap pernyataan ini, saya bersedia menanggung seluruh konsekuensi hukum dan membebaskan Universitas Mercu Buana dari segala bentuk tuntutan hukum dan saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

UNIVERSITAS MERCU BUANA

Jakarta, 25 Juli 2026

Nisa Fadillah Zahra

https://lib.mercubuana.ac.id

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
AKREDITASI UNGGUL

PERNYATAAN SIMILARITY CHECK

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh:

Nama	: Nisa Fadillah Zahra
NIM	: 42321110027
Program Studi	: Desain Komunikasi Visual
Fakultas	: Fakultas Desain dan Seni Kreatif

Dengan judul **"Perancangan Strategi Visual Brand Activation Audy Dental Bertema Berani Senyum Tanpa Ragu"** telah dilakukan pengecekan *similarity* dengan sistem Turnitin pada tanggal 22 Juli 2026 didapatkan nilai persentase sebesar 16**%.**

Jakarta, 22 Juli 2026
Administrator Turnitin

YAYASAN MENARA BHAKTI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

Anwar Maulana, ST

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

KAMPUS MENARA BHAKTI
Jl. Raya Meruya Selatan No. 01, Kembangan, Jakarta Barat 11650
Telp. 021-5840815 / 021-5840816 (Hunting), Fax. 021-584 0813
http://www.mercubuana.ac.id, e-mail: umb@mercubuana.ac.id

https://lib.mercubuana.ac.id

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama	:	Nisa Fadillah Zahra
NIM	:	42321110027
Fakultas/Program Studi	:	Fakultas Desain dan Seni Kreatif / Desain Komunikasi Visual
Judul Tugas Akhir	:	Perancangan Strategi Visual Brand Activation Audy Dental Bertema Berani Senyum Tanpa Ragu

Telah berhasil dipertahankan pada sidang tanggal 21 Juli 2026 dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Desain Komunikasi Visual Fakultas Desain dan Seni Kreatif Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing

(Fatimah Yasmin Hasni, S.Sos, M.Ds)
NIDN: 317078006

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 10 Agustus 2026
Mengetahui,

Dekan Fakultas Desain dan Seni Kreatif	Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual
(Dr. Agus Budi Setyawan, S.Ds., M.Sn)	(Irfandi Musnur, S.Pd, M.Sn)
NIDN: 0306088302	NIDN: 0304039101

https://lib.mercubuana.ac.id

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat-Nya saya dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan Tugas Akhir ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Andi Adriansyah, M.Eng., selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Bapak Dr. Agus Budi Setayawan, S.ds, M.Sn., selaku Dekan Fakultas Desain dan Seni Kreatif.
3. Bapak Irfandi Musnur, S.Pd, M.Sn., selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual.
4. Ibu Fatimah Yasmin Hasni, S.Sos, M.Ds., selaku Dosen Pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan Tugas Akhir ini.
5. Tim Marketing Audy Dental yang telah membantu memberikan banyak informasi dan dukungan
6. Rekan Mahasiswa yang telah memberikan masukan dan dukungan selama proses tugas akhir.
7. Dendi Heriawan, yang telah memberikan dukungan penuh kepada penulis.
8. Nisa Fadillah Zahra, diri saya sendiri, yang telah berjuang dan berusaha semaksimal mungkin. Terima kasih sudah bertahan sejauh ini melewati segala tantangan. Terima kasih sudah berani melawan rasa takut serta banyak keraguan diri. Terima kasih juga karena tidak menyerah dan tetap memilih untuk melangkah.

Akhir kata, saya berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu.

Jakarta, 25 Juli 2026

Penulis

https://lib.mercubuana.ac.id

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	: Nisa Fadillah Zahra
NIM	: 42321110027
Fakultas/Program Studi	: FDSK/Desain Komunikasi Visual
Judul Tugas Akhir	: PERANCANGAN STRATEGI VISUAL *BRAND ACTIVATION* AUDY DENTAL BERTEMA BERANI SENYUM TANPA RAGU

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, 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.

UNIVERSITAS MERCU BUANA

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 25 Juli 2026

Yang menyatakan,

Nisa Fadillah Zahra

https://lib.mercubuana.ac.id

PERANCANGAN STRATEGI VISUAL *BRAND ACTIVATION* AUDY DENTAL BERTEMA BERANI SENYUM TANPA RAGU

NISA FADILLAH ZAHRA

ABSTRAK

Kampanye komersial "Berani Senyum Tanpa Ragu" merupakan salah satu bentuk *brand activation* yang dikembangkan oleh Audy Dental untuk membangun kedekatan dengan target melalui pengalaman interaktif serta meningkatkan citra klinik gigi yang ramah dan menyenangkan. Berdasarkan hasil analisis strategi visual kampanye "Berani Senyum Tanpa Ragu" tahun 2024, strategi visual yang diterapkan telah mampu membangun perhatian dan keterlibatan audiens melalui pendekatan visual yang partisipatif, ekspresif, dan relevan dengan aktivitas publik. Namun, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa identitas visual kampanye masih berpotensi untuk dikembangkan agar memiliki karakter visual yang lebih kuat, mudah dikenali, serta tetap mampu menjaga kredibilitas Audy Dental sebagai layanan kesehatan gigi. Oleh karena itu, tugas akhir ini merancang strategi visual pada *brand activation* "Berani Senyum Tanpa Ragu" melalui pengembangan *Campaign Visual System* sebagai identitas visual kampanye Audy Dental. Proses perancangan difokuskan pada pengembangan strategi visual yang mencakup logo, warna, tipografi, ilustrasi, supergrafis, photo system, serta penerapannya secara konsisten pada berbagai media kampanye. Strategi visual pada *brand activation* ini dirancang dengan mengusung konsep "Smile Hero" sebagai pendekatan komunikasi visual untuk membangun karakter kampanye yang lebih ekspresif, komunikatif, dan interaktif melalui penerapan pada berbagai media.

Kata kunci: Strategi Visual, *Brand Activation, Campaign Visual System,* Identitas Visual.

https://lib.mercubuana.ac.id

DESIGNING A VISUAL BRAND ACTIVATION STRATEGY FOR AUDY DENTAL: 'BERANI SENYUM TANPA RAGU'

NISA FADILLAH ZAHRA

ABSTRACT

The commercial campaign "Berani Senyum Tanpa Ragu" is a form of brand activation developed by Audy Dental to engage its target audience through interactive experiences while strengthening the image of a friendly and welcoming dental clinic. Based on the analysis of the visual strategy of the "Berani Senyum Tanpa Ragu" campaign conducted in 2024, the campaign's visual strategy successfully attracted audience attention and encouraged engagement through a participatory, expressive, and contextually relevant visual approach. However, the research also revealed that the campaign's visual identity still has the potential to be further developed in order to establish a stronger and more recognizable visual character while maintaining Audy Dental's credibility as a dental healthcare provider. Therefore, this final project proposes a visual strategy for the "Berani Senyum Tanpa Ragu" brand activation through the development of a Campaign Visual System as the campaign's visual identity. The design process focuses on developing a visual strategy encompassing the logo, color palette, typography, illustrations, supergraphics, photo system, and their consistent application across various campaign media. The visual strategy is designed around the "Smile Hero" concept as a visual communication approach to create a campaign identity that is more expressive, communicative, and interactive through its implementation across multiple campaign media.

***Keywords**: Visual Strategy, Brand Activation, Campaign Visual System, Visual Identity.*

https://lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL 0
HALAMAN JUDUL i
HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI ii
HALAMAN SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN iii
HALAMAN PENGESAHAN iv
KATA PENGANTAR v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB vi
ABSTRAK vii
ABSTRACT viii
DAFTAR ISI ix
DAFTAR TABEL xi
DAFTAR GAMBAR xii
DAFTAR LAMPIRAN xiv
BAB I PENDAHULUAN 1
1.1 Latar Belakang Perancangan 1
1.2 Perumusan Masalah Perancangan 2
1.3 Tujuan Perancangan 2
1.4 Manfaat Perancangan 3
BAB II METODE PERANCANGAN 4
2.1 Orisinilitas 4
2.2 Target Perancangan 19
2.3 Relevansi dan Konsekuensi Studi 20
2.3.1 Relevansi Ide Perancangan Permasalahan Yang Diangkat 20
2.3.2 Konsekuensi Studi Dalam Perancangan 20
2.4 Skema Proses Desain 27
BAB III ANALISIS DATA DAN PERANCANGAN 32
3.1 Positioning & Konsep Desain 32
3.1.1 Positioning Statement 32
3.1.2 Konsep Desain 32
3.2 Strategi Pesan 35
3.3 Strategi Visual 36
3.4 Strategi Distribusi Karya 38

https://lib.mercubuana.ac.id

3.5 Timeline Kampanye 41
BAB IV HASIL KARYA DESAIN 43
4.1 Deskripsi Karya 43
4.1.1 Visual Karya 43
4.1.2 Hasil Relevansi Karya Dengan Masalah Perancangan 71
4.2 Pameran 73
4.3 Hasil Uji Desain 74
4.3.1 Profil Pengguna 74
4.3.2 Umpan Balik 75
4.4 Evaluasi Perancangan Karya 81
4.4.1 Menentukan Kekuatan Karya 81
4.4.2 Menentukan Kelemahan Karya 81
4.4.3 Rumusan Perbaikan Karya 82
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 83
5.1 Kesimpulan 83
5.2 Saran 84
Daftar Pustaka 86
LAMPIRAN 88

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

https://lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Inspirasi Karya Sejenis 4
Tabel 2. Strategi Pesan..... 35
Tabel 3. Timeline Kampanye..... 41
Tabel 4. Flow Brand Activation..... 44
Tabel 5. Breakdown Logo Tagline..... 47
Tabel 6. Fungsi Stamp Mission..... 66

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

https://lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Design Thinking 27
Gambar 2. Dokumentasi Wawancara (Sumber:Dokumen Pribadi) 27
Gambar 3. Mindmap (Sumber:Dokumen Pribadi) 29
Gambar 4. Moodboard (Sumber:Dokumen Pribadi) 30
Gambar 5. Ekplorasi Logo (Sumber: Dokumen Pribadi) 33
Gambar 6. Eksplorasi Tipografi (Sumber: Dokumen Pribadi) 33
Gambar 7. Supergrafis (Sumber: Dokumen Pribadi) 33
Gambar 8. Eksplorasi Photo System (Sumber: Dokumen Pribadi) 34
Gambar 9. Logo Tagline (Sumber: Dokumen Pribadi) 46
Gambar 10. Warna (Sumber: Dokumen Pribadi) 49
Gambar 11. Tipografi (Sumber: Dokumen Pribadi) 51
Gambar 12. Supergrafis (Sumber: Dokumen Pribadi) 52
Gambar 13. Moodboard (Sumber: Dokumen Pribadi) 55
Gambar 14. Proses Generasi AI (Sumber: Dokumen Pribadi) 55
Gambar 15. Proses Editing (Sumber: Dokumen Pribadi) 56
Gambar 16. Hasil Akhir Asset Foto (Sumber: Dokumen Pribadi) 57
Gambar 17. Visual Guidline Kampanye (Sumber: Dokumen Pribadi) 57
Gambar 18. Key Visual Utama (Sumber: Dokumen Pribadi) 59
Gambar 19. Booth Activation (Sumber: Dokumen Pribadi) 61
Gambar 20. Flyer (Sumber: Dokumen Pribadi) 62
Gambar 21. Media Sosial (Sumber: Dokumen Pribadi) 63
Gambar 22. Mission Stamp (Sumber: Dokumen Pribadi) 65
Gambar 23. Pin (Sumber: Dokumen Pribadi) 68
Gambar 24. Gantungan Kunci (Sumber: Dokumen Pribadi) 68
Gambar 25. Foto Cetak (Sumber: Dokumen Pribadi) 68
Gambar 26. Botol Minum (Sumber: Dokumen Pribadi) 68
Gambar 27. Tote Bag (Sumber: Dokumen Pribadi) 69
Gambar 28. Media Seragam (Sumber: Dokumen Pribadi) 69
Gambar 29. Media Promosi Cetak (Sumber: Dokumen Pribadi) 70
Gambar 30. Key Visual Pameran IDEASPORA (Sumber: Dokumen Pribadi) 73

https://lib.mercubuana.ac.id

Gambar 31. Kegiatan Pameran (Sumber: Dokumen Pribadi)..... 74
Gambar 32. Karakteristik Responden (Sumber: Dokumen Pribadi)..... 75
Gambar 33. Respon terhadap Visual (Sumber: Dokumen Pribadi)..... 76
Gambar 34. Respon terhadap Konsep (Sumber: Dokumen Pribadi) 77
Gambar 35. Respon Efektivitas Kampanye (Sumber: Dokumen Pribadi)..... 78
Gambar 36. Saran dan Masukan (Sumber: Dokumen Pribadi)..... 80

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

https://lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Asistensi ULT 88
Lampiran 2. Catatan Komentar Dosen Penguji Sidang dan Perbaikan 89
Lampiran 3. *Similarity Check* 90
Lampiran 4. Dokumentasi Pameran 91
Lampiran 5. Pertanyaan/Kuisioner 92
Lampiran 6. Surat Kesediaan Kerja Sama Mitra 93
Lampiran 7. Hasil Karya 94
Lampiran 8. *Curriculum Vitae* 95

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

https://lib.mercubuana.ac.id