PERANCANGAN VISUAL KONTEN MEDIA SOSIAL PARARA UNTUK PROMOSI PANGAN LOKAL MAKANAN BERAT

TUGAS AKHIR

APLIKATIF

DARWIN LUWIS

42322010096

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS DESAIN DAN SENI KREATIF

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

(2026)

PERANCANGAN VISUAL KONTEN MEDIA SOSIAL PARARA UNTUK PROMOSI PANGAN LOKAL MAKANAN BERAT

TUGAS AKHIR

APLIKATIF

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana

DARWIN LUWIS

42322010096

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS DESAIN DAN SENI KREATIF

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2026

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	: Darwin Luwis
NIM	: 42322010096
Fakultas/Program Studi	: FDSK / Desain komunikasi Visual

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa Tugas Akhir berjudul:

"Perancangan Visual Konten Media Sosial Parara Untuk Promosi Pangan Lokal Makanan Berat" 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.

Jakarta, 27 Agustus 2026



(Darwin Luwis)

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
AKREDITASI UNGGUL

PERNYATAAN SIMILARITY CHECK

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

Nama	: Darwin Luwis
NIM	: 42322010096
Program Studi	: Desain Komunikasi Visual
Fakultas	: Fakultas Desain dan Seni Kreatif

Dengan judul **"Perancangan Visual Konten Media Sosial Parara Untuk Promosi Pangan Lokal Makanan Berat"** telah dilakukan pengecekan *similarity* dengan sistem Turnitin pada tanggal 22 Juli 2026 didapatkan nilai persentase sebesar 26**%.**

Jakarta, 22 Juli 2026
Administrator Turnitin

YAYASAN MENARA BHAKTI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

Anwar Maulana, ST

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama	:	Darwin Luwis
NIM	:	42322010096
Fakultas/Program Studi	:	Fakultas Desain dan Seni Kreatif / Desain Komunikasi Visual
Judul Tugas Akhir	:	Perancangan Visual Konten Media Sosial Parara Untuk Promosi Pangan Lokal Makanan Berat

Telah berhasil dipertahankan pada sidang tanggal 20 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

(Rinkapati Swatriani, S.Ds, M.Ikom)
NIDN: 320038903

Jakarta, 10 Agustus 2026
Mengetahui,

Dekan Fakultas Desain dan Seni Kreatif

(Dr. Agus Budi Setyawan, S.Ds., M.Sn)
NIDN: 0306088302

Ketua Program Studi
Desain Komunikasi Visual

(Irfandi Musnur, S.Pd, M.Sn)
NIDN: 0304039101

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Penulisan Tugas Akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Desain Komunikasi Visual pada Fakultas Desain dan Seni Kreatif Universitas Mercu Buana. 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. Bapak Prof. Dr. Ir. Andi Adriansyah, M.Eng. selaku Rektor Universitas Mercu Buana
2. Bapak Dr. Agus Budi Setyawan, S.Ds., M.Sn. selaku Dekan Fakultas Desain dan Seni Kreatif
3. Bapak Irfandi Musnur, S.Pd., M.Sn. selaku Ketua Program Studi Studi Desain Komunikasi Visual
4. Ibu Rinkapati Swatriani, S.Ds., M.Ikom. selaku Dosen Pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan Tugas Akhir ini.
5. Semua dosen Desain Komunikasi Visual di Universitas Mercu Buana yang telah membimbing dan membagikan ilmu serta wawasan berharga sepanjang masa studi.
6. Rekan-rekan mahasiswa angkatan 2022 Universitas Mercu Buana Kampus Warung Buncit, Fakultas Desain dan Seni Kreatif yang selalu memberikan semangat dan kebersamaan satu sama lain.
7. Mitra PARARA yang telah banyak membantu melalui kerja sama produk serta berbagi wawasan terkait Pangan Lokal.
8. Kepada kedua orang tua penulis, terima kasih atas bantuan finansial untuk pameran. Terutama karena telah membiayai pendidikan penulis hingga dapat menyelesaikan tugas akhir ini

UNIVERSITAS MERCU BUANA

Akhir kata, saya berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga Tugas Akhir ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Jakarta, 27 Agustus 2026



Darwin Luwis

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB

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

Nama	: Darwin Luwis
NIM	: 42322010096
Fakultas/Program Studi	: FDSK / Desain Komunikasi Visual
Judul Tugas Akhir	: Perancangan Visual Konten Media Sosial Parara Untuk Promosi Pangan Lokal Makanan Berat

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.

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.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 27 Agustus 2026

Yang menyatakan,



(Darwin Luwis)

PERANCANGAN VISUAL KONTEN MEDIA SOSIAL PARARA UNTUK PROMOSI PANGAN LOKAL MAKANAN BERAT
DARWIN LUWIS

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk merancang visual konten media sosial PARARA sebagai media promosi pangan lokal makanan berat dengan pendekatan desain komunikasi visual yang mampu meningkatkan daya tarik produk kepada target audiens. Variabel yang diteliti dalam penelitian ini meliputi perancangan visual konten media sosial yang mencakup elemen desain seperti fotografi produk, komposisi visual, tipografi, warna, dan penyusunan informasi, serta aspek promosi pangan lokal yang berkaitan dengan penyampaian nilai dan keunggulan produk PARARA. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik pengambilan sampel purposive sampling terhadap sebanyak 22 responden yang sesuai dengan karakteristik target audiens. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif kualitatif melalui tahapan observasi, studi literatur, pengumpulan data, identifikasi permasalahan visual, analisis kebutuhan media, serta evaluasi hasil perancangan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perancangan visual konten media sosial dapat membantu meningkatkan penyampaian informasi mengenai produk pangan lokal PARARA melalui tampilan visual yang lebih menarik, informatif, dan sesuai dengan karakteristik media digital. Hasil akhir perancangan berupa konten visual media sosial untuk produk makanan berat PARARA seperti Ayam Goreng Tangkap, Nasi Goreng Kecombrang, dan Mie Goreng Kecombrang dengan pendekatan visual yang menonjolkan kualitas bahan, keunikan produk, serta nilai pangan lokal. Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa strategi visual yang tepat dalam konten media sosial dapat menjadi media promosi yang efektif untuk memperkenalkan produk pangan lokal PARARA kepada masyarakat digital.

MERCU BUANA

Kata kunci: Perancangan Visual, Media Sosial, Promosi, Pangan Lokal, PARARA

VISUAL DESIGN OF PARARA SOCIAL MEDIA CONTENT FOR LOCAL HEAVY MEAL PROMOTION

DARWIN LUWIS

ABSTRACT

This study aims to design visual content for PARARA's social media as a promotional medium for local heavy meal products, utilizing a visual communication design approach to enhance product appeal to the target audience. The variables examined in this study include the design of social media content, which encompasses design elements such as product photography, visual composition, typography, color, and information layout, as well as aspects of local food promotion related to conveying the values and advantages of PARARA products. This study employs a qualitative method with purposive sampling, involving 22 respondents who match the characteristics of the target audience. The data analysis method used is qualitative descriptive analysis through stages of observation, literature study, data collection, identification of visual problems, media needs analysis, and evaluation of the design results. The results indicate that visual design for social media content helps improve the delivery of information regarding PARARA's local food products through a visual presentation that is more engaging, informative, and aligned with the characteristics of digital media. The final design output consists of social media visual content for PARARA's heavy meal products, such as Ayam Goreng Tangkap, Nasi Goreng Kecombrang, *and* Mie Goreng Kecombrang, *featuring a visual approach that highlights ingredient quality, product uniqueness, and the value of local food. Based on the findings, it can be concluded that the right visual strategy in social media content can serve as an effective promotional tool for introducing PARARA's local food products to the digital community.*

UNIVERSITAS MERCU BUANA

Keywords: *Visual Design, Social Media, Promotion, Local Food, PARARA*

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL **0**
HALAMAN JUDUL ..... **i**
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI ..... **ii**
PERNYATAAN SIMILARITY ..... **iii**
HALAMAN PENGESAHAN ..... **iv**
KATA PENGANTAR ..... **v**
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR ..... **vii**
ABSTRAK ..... **viii**
ABSTRACT ..... **ix**
DAFTAR ISI ..... **x**
DAFTAR GAMBAR ..... **xii**
DAFTAR TABEL ..... **xiii**
BAB I PENDAHULUAN **1**
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Rumusan Masalah 3
1.3 Tujuan Perancangan 4
1.4 Manfaat Perancangan 4
BAB II METODE PERANCANGAN **5**
2.1 Orisinalitas 5
2.2 Target Perancangan 13
2.2.1 Segmentasi 14
2.2.2 Targeting 15
2.3 Relevansi dan Konsekuensi Studi 15
2.3.1 Relevansi Perancangan 15
2.3.2 Konsekuensi Studi 16
2.4 Skema Proses Desain 18
2.4.1 Empathize 19
2.4.2 Define 22
2.4.3 Ideate 24

UNIVERSITAS MERCU BUANA

2.4.4 *Prototype* 31
2.4.5 *Testing* 32
BAB III ANALISIS DATA DAN PERANCANGAN 34
3.1 Positioning dan Konsep Desain 34
3.1.1 Positioning Statement 34
3.1.2 Konsep Desain 35
3.2 Strategi Pesan 36
3.3 Strategi Visual 38
3.3.1 Eksplorasi dan Pengembangan Konsep Visual 38
3.3.2 Gaya Editing 39
3.4 Strategi Distribusi Karya 40
BAB IV HASIL KARYA DKV 41
4.1 Deskripsi Karya 41
4.1.1 Visual Karya 41
4.1.2 Relevansi Karya dengan Masalah Perancangan 43
4.2 Implementasi Karya 45
4.2.1 Perancangan Akun Instagram 46
4.2.2 Perancangan Feed Instagram 47
4.2.3 Perancangan Video Promosi 49
4.2.4 Perancangan Poster 54
4.2.5 Perancangan Merchandise 57
4.3 Pameran Karya 61
4.4 Hasil Uji Desain 63
4.4.1 Profil Responden 64
4.4.2 Hasil Penilaian Mitra PARARA 64
4.4.3 Hasil Penilaian Pengunjung 65
4.5 Evaluasi Perancangan Karya 68
4.5.1 Kekuatan Karya 68
4.5.2 Kelemahan Karya 69
BAB V PENUTUP 70
5.1 Kesimpulan 70
5.2 Saran 70

UNIVERSITAS MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Emphaty Map 20
Gambar 2.2 Moodboard 26
Gambar 2.3 Wardrobe 27
Gambar 2.4 Thumbnail 28
Gambar 2.6 Storyboard 30
Gambar 2.7 editing PremierePro 32
Gambar 4.1 Penyajian Visual Konten Media Sosial PARARA 43
Gambar 4.2 Relevansi Penyajian Pesan terhadap Target Audiens 44
Gambar 4.3 Distribusi Karya pada Media Sosial Instagram 45
Gambar 4.4 Tampilan Akun Instagram PARARA 46
Gambar 4.5 Tampilan Feed Instagram PARARA 48
Gambar 4.6 Hasil Akhir Video Promosi Nasi Goreng Kecombrang 50
Gambar 4.7 Hasil Akhir Video Promosi Ayam Goreng Tangkap 52
Gambar 4.8 Hasil Akhir Video Promosi Mie Sagu Goreng 54
Gambar 4.9 Poster Ayam Goreng Tangkap 55
Gambar 4.10 Poster Nasi Goreng Kecombrang 56
Gambar 4.11 Poster Mie Goreng Sagu 57
Gambar 4.12 Desain Acrylic Keychain 58
Gambar 4.13 Desain Pin 59
Gambar 4.14 Desain Sticker 59
Gambar 4.15 Desain Tote Bag 60
Gambar 4.16 Desain Kaos PARARA 61
Gambar 4.17 Display Karya pada Pameran 62
Gambar 4.18 Pengunjung Mengamati Karya 63

UNIVERSITAS MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Refrensi Karya..... 12
Tabel 2.2 Segmentasi..... 14
Tabel 2.3 JOBS..... 22
Tabel 2.4 5W + 1H..... 23
Tabel 3.1 Konsep..... 36
Tabel 3.2 Strategi..... 37
Tabel 3.3 AISAS..... 40
Tabel 4.1 Profil Responden..... 64
Tabel 4.2 Gform..... 67

UNIVERSITAS
MERCU BUANA