



**PENDAMPINGAN PERANCANGAN KREATIF UNTUK  
PROMOSI PADA MITRA BUND'S FLORIST  
DALAM MEMPERKUAT *BRAND IMAGE***

**TUGAS AKHIR PEDULI NEGERI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Strata 1  
(S-1) Komunikasi Bidang Studi *Digital Advertising & Marketing Communication*

UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**  
Disusun oleh:  
Kinanti Aprini

**44316010018**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA  
2020**

### LEMBAR PERNYATAAN HASIL KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Kinanti Aprini

NIM : 44316010018

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : *Digital Advertising & Marketing Communication*

Judul Skripsi : **PENDAMPINGAN PERANCANGAN KREATIF UNTUK  
PROMOSI PADA MITRA BUND'S FLORIST DALAM  
MEMPERKUAT BRAND IMAGE**

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan skripsi yang telah saya buat merupakan hasil karya sendiri yang benar akan keasliannya dan merupakan hasil dari studi pustaka yang didampingi oleh dosen pembimbing yang telah ditetapkan keputusannya dari pihak Universitas Mercu Buana. Penulisan skripsi ini bukan merupakan hasil dari plagiarisme atau penjiplakan terhadap karya orang lain, semua informasi, dokumentasi, data dan hasil yang digunakan didapatkan dan dinyatakan dengan jelas sumbernya. Semua informasi dan data yang disajikan dapat diperiksa akan kebenarannya.

Demikianlah pernyataan yang saya buat ini dalam keadaan sadar dan tidak dipaksakan.

Jakarta, 03 Juli 2020

Yang membuat pernyataan,



Kinanti Aprini

Mengetahui,

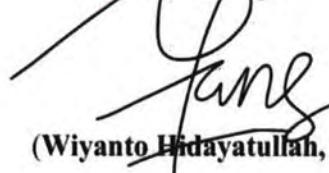
UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

Pembimbing I



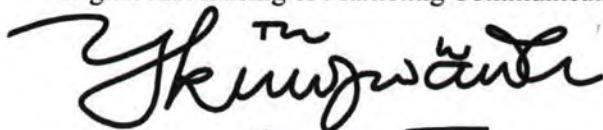
(Andri Budiwidodo, M.Ikom)

Pembimbing II



(Wiyanto Hidayatullah, M.Ikom)

Ketua Bidang Studi  
Digital Advertising & Marketing Communication



(Yuni Tresnawati, M.Ikom)



Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Mercu Buana

### LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul Skripsi : PENDAMPINGAN PERANCANGAN KREATIF UNTUK PRMOSI PADA MITRA BUND'S FLORIST DALAM MENINGKATKAN BRAND IMAGE

Nama : Kinanti Aprini

NIM : 44316010018

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Advertising & Marketing Communication

UNIVERSITAS  
Jakarta, 04 Juli 2020  
Disetujui dan diterima oleh,  
**MERCU BUANA**

Dosen Pembimbing I

(Andri Budiwidodo, M.Ikom)

Dosen Pembimbing II

(Wiyanto Hidayatullah, M.Ikom)



Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Mercu Buana

### LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul Skripsi : **PENDAMPINGAN PERANCANGAN KREATIF UNTUK PRMOSI PADA MITRA BUND'S FLORIST DALAM MENINGKATKAN BRAND IMAGE**  
Nama : Kinanti Aprini  
NIM : 44316010018  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi : Advertising & Marketing Communication

Jakarta, 04 Agustus 2020  
Disetujui dan diterima oleh,

Dosen Pembimbing I

(Andri Budiwidodo, M.Ikom)

Dosen Pembimbing II

(Wiyanto Hidayatullah, M.Ikom)

**MERCU BUANA**

Kabid. Studi. Advert & Marcomm  
  
(Yuni Tresnawati, M.Ikom.)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

(Ponco Budi Sulistyo, M.Comm, Ph.D)

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

(Dr. Farid Hanif, M.Si.)



Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Mercu Buana

### LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul Skripsi : **PENDAMPINGAN PERANCANGAN KREATIF UNTUK PRMOSI PADA MITRA BUND'S FLORIST DALAM MENINGKATKAN BRAND IMAGE**

Nama : Kinanti Aprini

NIM : 44316010018

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Advertising & Marketing Communication

Jakarta, 04 Agustus 2020

Ketua Sidang  
**Dr. Farid Hamid, M.Si**

Pengaji Ahli  
**Dudi Hartono, M.Ikom**

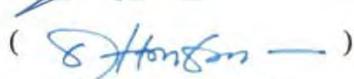
Dosen Pembimbing I  
**Andri Budiwidodo, M.Ikom**

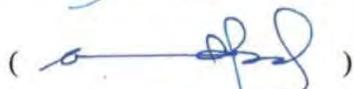
Dosen Pembimbing II  
**Wiyanto Hidayatullah, M.Ikom**

UNIVERSITAS

MERCU BUANA

(  )

(  )

(  )

(  )



Universitas Mercu Buana  
Fakultas Ilmu Komunikasi  
Digital Advertising & Marketing Communication  
Kinanti Aprini  
44316010018

Pendampingan Perancangan Kreatif Untuk Promosi Pada Mitra *Bund's Florist*  
Dalam Memperkuat *Brand Image*

Jumlah Halaman : 192 Halaman  
Bibliografi : 24 Acuan, Tahun 2002 – 2019

## ABSTRAK

Salah satu bagian penting dari perekonomian di Indonesia adalah usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM). Peran penting tersebut telah mendorong para pelaku UMKM untuk terus berupaya mengembangkan usahanya. Tidak mengherankan bahwa banyak pelaku UMKM yang berkecimpung di industri kreatif karena memiliki banyak tantangan dalam mengembangkan usahanya yaitu pembentukan dan pengembangan identitas dan citra merek (*brand image*).

*Image* yang baik tentang produk akan menguntungkan UMKM, karena konsumen secara tidak sadar akan merekomendasikan produk kepada orang lain. Sebaliknya *image* yang buruk tentang produk akan membuat konsumen menyebarkan informasi buruk tersebut kepada orang lain.

Salah satu alat pemasaran yang dapat digunakan untuk menciptakan *brand image* adalah titik promosi pembelian dan semua jenis promosi lainnya. Promosi dilakukan untuk menawarkan insentif dalam periode tertentu untuk mendorong keinginan calon konsumen, para penjual atau perantara.

Untuk menghadapi persaingan yang ketat, UMKM harus menawarkan alternatif yang berbeda dengan pesaingnya. Oleh karena itu, Perancangan kreatif promosi harus berbeda dengan perancangan promosi UMKM lain. Dengan demikian pembuatan media promosi ini diharapkan mampu mewujudkan tujuan awal yaitu untuk meningkatkan *brand image* dari UMKM.

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillahi rabbil'alamin. Puji syukur saya panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan nikmat dan rahmat-Nya, sehingga saya mampu menyelesaikan tugas akhir yang berjudul:

**Pendampingan Perancangan Kreatif Untuk Promosi Pada Mitra *Bund's Florist* Dalam Memperkuat *Brand Image*.**

Penulisan laporan tugas akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat kelulusan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.Ikom) bidang studi *Digital Advertising & Marketing Communication* pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Tugas akhir ini mungkin tidak dapat diselesaikan oleh penulis tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak selama penyusunan laporan tugas akhir ini. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak **Andri Budiwidodo, M.Ikom** selaku dosen pembimbing I yang selalu membantu dan memberikan pengarahan kepada penulis untuk dapat menyelesaikan laporan tugas akhir penulis dengan baik.
2. Bapak **Wiyanto Hidayatullah, M.Ikom** selaku dosen pembimbing II yang selalu membantu dan memberikan pengarahan kepada penulis untuk dapat menyelesaikan laporan tugas akhir penulis dengan baik.
3. **Siska Putri Andini** sebagai pemilik usaha *Bund's Florist* yang telah bersedia untuk bekerjasama dan memberikan banyak bantuan yang baik kepada penulis dalam memenuhi data-data yang dibutuhkan untuk laporan tugas akhir.

4. Bapak **Ponco Budi Sulistyo, M.Comm, Ph.D** Selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana, yang melaksanakan kepemimpinan dalam proses pembelajaran.
5. Bapak **Dr. Farid Hamid, M.Si** Selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana, yang telah memberikan dukungan dan motivasi selama penulis menyelesaikan tugas akhir.
6. Ibu **Yuni Tresnawati, M.Ikom** Selaku Ketua Bidang Studi *Digital Advertising and Marketing Communication*, Universitas Mercu Buana, yang telah memberikan dukungan dan motivasi selama penulis menyelesaikan tugas akhir.
7. Seluruh *Staff* Dosen Program Studi *Digital Advertising and Marketing Communication* Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana kiranya telah banyak memberikan Ilmu pada penulis, selama kuliah di Universitas Mercu Buana khususnya FIKOM UMB.
8. Kedua Orang Tua saya yang selalu memanjatkan doa untuk saya agar bisa cepat menyelesaikan studi di Universitas Mercubuana.
9. Mandalivia alessandra yang telah menjadi tim yang bekerjasama dengan baik.
10. Muhammad Ikbal dan Mellya Sari, yang telah memberikan semangat dalam menyelesaikan tugas akhir dan mendengarkan keluh kesah yang penulis rasakan selama menyelesaikan laporan tugas akhir.

11. Nilam, Dwi, dan Sari, terima kasih selama ini telah menjadi sahabat dan saudari bagi penulis, terima kasih atas kesabarannya selama ini. Semoga kita semua sukses dan segala impian kita tercapai.
12. Anindhita, Qolbi, Nandha, Nindya, terima kasih atas pengalaman dan ilmu yang selama ini kita pelajari bersama.
13. Aldo Zulham Ertanto, terima kasih banyak atas waktu, dukungan, pengertian dan bantuan yang diberikan kepada penulis selama penggerjaan laporan tugas akhir ini.

Serta semua pihak yang tidak dapat pengabdi sebut satu persatu telah membantu dalam penyelesaian penulisan laporan tugas akhir ini. Rasa hormat dan terimakasih bagi semua pihak yang terlibat untuk membantu, mendukung dan, mendoakan. Semoga Allah SWT, membalas segala kebaikan yang telah mereka berikan kepada penulis. Akhir kata penulis ucapkan terima kasih banyak kepada semua pihak yang telah membantu dan semoga Allah SWT melimpahkan karunianya dalam setiap amal kebaikan kita dan diberikan balasan. Amin

Jakarta, 06 Juni 2020

Penulis

**Kinanti Aprini**

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERNYATAAN HASIL KARYA SENDIRI .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR PEDULI NEGERI .....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Permasalahan .....	7
1.3. Tujuan Perancangan.....	7
1.4. Manfaat Perancangan.....	7
1.4.1. Manfaat Akademis .....	8
1.4.2. Manfaat Praktis .....	8
<b>BAB II GAMBARAN UMUM MASYARAKAT SASARAN.....</b>	<b>9</b>
2.1. Sasaran Kegiatan UMKM.....	9
2.2. Profil Mitra .....	16
<b>BAB III TINJAUAN PUSTAKA DAN KONSEP .....</b>	<b>18</b>
3.1. Tinjauan Pustaka.....	18
3.1.1. Komunikasi Pemasaran.....	18
3.1.2. Analisis SWOT .....	21
3.1.3. Bauran Pemasaran.....	22
3.1.4. Promosi .....	25
3.1.5. Merek .....	26
3.1.6. <i>Brand Image</i> .....	27

3.1.7.	Media Luar Ruang .....	29
3.1.8.	Media Sosial.....	31
3.1.8.1	Pengertian media sosial .....	31
3.1.8.2.	Sejarah Media Sosial .....	32
3.1.8.3.	Karakteristik Media Sosial.....	33
3.1.8.4.	Jenis-jenis Media Sosial.....	35
3.1.8.5.	Tujuan <i>Social Media Marketing</i> .....	37
3.1.9.	Promosi Melalui Instagram.....	38
3.1.10.	Mengatur Profil .....	40
3.1.11.	Konten kreatif di Instagram .....	41
3.1.12.	Tema Visual di Instagram .....	42
3.1.12.1.	Bermain dengan warna .....	42
3.1.12.2.	Tema Kotak-Kotak .....	44
3.1.12.3.	Percobaan Dengan Batas .....	44
3.1.13.	Desain Grafis .....	46
3.1.14.	Teori Desain Grafis.....	47
3.1.15.	<i>Copywriting</i> .....	49
3.2	Konsep Perencanaan Pendampingan .....	50
3.3	Creative Brief.....	51
<b>BAB IV</b>	<b>METODE PELAKSANAAN.....</b>	<b>53</b>
4.1.	Teknik Pengukuran Identifikasi Masalah .....	53
4.1.1.	SWOT .....	53
4.1.1.1.	<i>Strength</i> .....	53
4.1.1.2.	<i>Weakness</i> .....	54
4.1.1.3.	<i>Opportunity</i> .....	54
4.1.1.4.	<i>Threat</i> .....	54
4.1.2.	<i>Segmentation, Targeting, Positioning</i> (STP).....	54
4.1.2.1.	<i>Segmentation</i> .....	54
4.1.2.2.	<i>Targeting</i> .....	55
4.1.2.3.	<i>Positioning</i> .....	55
4.2.	Teknik atau Tata Cara Pelaksanaan.....	56

4.2.1.	Teknik Perancangan Kreatif .....	56
4.2.2.	Sosialisasi.....	58
4.2.3.	Pelatihan.....	59
4.2.4.	Pendampingan.....	59
4.3.	Tahapan Kegiatan .....	60
4.3.1.	Perencanaan .....	60
4.3.2.	Persiapan.....	62
4.3.3.	Pelaksanaan.....	62
4.4.	Teknik Komunikasi.....	63
4.4.1.	Persuasif Sebagai Teknik Komunikasi .....	63
4.5.	Bentuk – Bentuk Kegiatan Dalam Mencapai Tujuan Kegiatan	64
4.6.	Anggaran.....	65
4.7.	Jadwal Kegiatan.....	65
<b>BAB V</b>	<b>HASIL YANG DICAPAI DAN POTENSI KEBERLANJUTAN</b>	<b>67</b>
5.1.	Teknik Komunikasi.....	67
5.1.1.	Promosi <i>Offline</i> .....	67
5.1.2.	Promosi <i>Online</i> .....	69
5.2.	Gambaran Tahap-tahap Pelaksanaan .....	76
5.2.1.	<i>Banner</i> .....	77
5.2.2.	Mengadakan Give Away Melalui Instagram Bund's Florist .....	78
5.2.3.	Logo Baru .....	79
5.2.4.	Promosi Potongan Harga .....	80
5.2.5.	Kartu Nama.....	81
5.3.	Hasil Kegiatan dan Partisipasi Peserta.....	82
5.3.1.	Logo <i>Bund's Florist</i> .....	82
5.3.2.	<i>Banner Bund's Florist</i> .....	84
5.3.3.	Kartu Nama.....	86
5.3.4.	Invoice.....	88
5.3.5.	Media Sosial <i>Bund's Florist</i> .....	89
5.3.6.	Media Publikasi .....	141

5.3.6.1. Instagram <i>Ads</i> .....	141
5.3.6.2. <i>Influencer Endorsement</i> .....	148
5.3.7. Promosi dan Partisipasi Peserta .....	151
5.4. Analisis Kegiatan, Kendala dan Potensi Berkelanjutan.....	155
5.4.1. Analisis Kegiatan.....	155
5.4.1.1. Kegiatan <i>Online</i> .....	156
5.4.2. Kendala .....	158
5.4.3. Potensi Berkelanjutan .....	159
<b>BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>161</b>
6.1. Kesimpulan .....	161
6.2. Saran .....	162
6.2.1. UMKM <i>Bund's Florist</i> .....	162
6.2.2. Universitas Mercu Buana.....	162
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>164</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>167</b>



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Profil Instagram <i>Bund's Florist</i> .....	9
Gambar 2. 2 <i>Snack Bouquet</i> .....	10
Gambar 2. 3 <i>Mix Bouquet</i> .....	11
Gambar 2. 4 Produk <i>Bund's Florist</i> .....	11
Gambar 2. 5 Logo <i>Bund's Florist</i> .....	12
Gambar 2. 6 Instagram <i>Story</i> dari <i>endorser @theconnelltwin</i> .....	14
Gambar 2. 7 Pembeli untuk acara <i>graduation</i> .....	15
Gambar 2. 8 Pembeli untuk acara tunangan.....	16
Gambar 2. 9 Pemilik Usaha (Siska) .....	17
Gambar 3. 1 Instagram <i>feed</i> .....	43
Gambar 3. 2 Instagram feed <i>@fursty</i> .....	43
Gambar 3. 3 Instagram <i>feed</i> <i>@celebralmist</i> .....	44
Gambar 3. 4 Instagram <i>feed</i> .....	45
Gambar 3. 5 Instagram feed .....	45
Gambar 5. 1 Contoh <i>Banner</i> .....	67
Gambar 5. 2 Kartu Nama <i>Bund's Florist</i> .....	68
Gambar 5. 3 <i>Invoice</i> <i>Bund's Florist</i> .....	68
Gambar 5. 4 Contoh kuis di Instagram <i>@bundsflorist</i> .....	69
Gambar 5. 5 Contoh Poster Potongan Harga .....	70
Gambar 5. 6 Contoh Poster Potongan Harga .....	70
Gambar 5. 7 Contoh Instagram <i>Ads</i> di Instagram <i>@bundsflorist</i> .....	71
Gambar 5. 8 Contoh <i>Endorsement</i> .....	72
Gambar 5. 9 Contoh <i>Endorsement</i> .....	73
Gambar 5. 10 Contoh Konten <i>Feed</i> di Instagram <i>@bundsflorist</i> .....	74
Gambar 5. 11 Contoh Konten <i>Instastory</i> di Instagram <i>@bundsflorist</i> .....	74
Gambar 5. 12 Contoh Konten <i>Pre Order</i> di Instagram <i>@bundsflorist</i> .....	75
Gambar 5. 13 Contoh <i>Caption</i> di Instagram <i>@bundsflorist</i> .....	76
Gambar 5. 14 Contoh Desain <i>Banner</i> .....	77
Gambar 5. 15 Contoh <i>Give Away</i> di Instagram <i>@bundsflorist</i> .....	78

Gambar 5. 16 Contoh Logo.....	79
Gambar 5. 17 Contoh Konten Potongan Harga di Instagram @bundsflorist .....	80
Gambar 5. 18 Contoh Desain Kartu Nama .....	81
Gambar 5. 19 Logo Bund's Florist Sebelum dan Sesudah Perancangan Kreatif..	82
Gambar 5. 20 Contoh <i>Moodboard</i> Logo Baru <i>Bund's Florist</i> .....	83
Gambar 5. 21 Contoh Proses Membuat Logo .....	84
Gambar 5. 22 Contoh Proses Membuat <i>Banner</i> .....	85
Gambar 5. 23 Ruko <i>Bund's Florist</i> Setelah dipasang <i>Banner</i> .....	85
Gambar 5. 24 Desain <i>Banner</i> .....	86
Gambar 5. 25 Contoh Proses Pembuatan Kartu Nama <i>Bund's Florist</i> .....	87
Gambar 5. 26 Kartu Nama <i>Bund's Florist</i> .....	87
Gambar 5. 27 Proses Pembuatan <i>Invoice</i> <i>Bund's Florist</i> .....	88
Gambar 5. 28 <i>Invoice</i> <i>Bund's Florist</i> .....	89
Gambar 5. 29 Profil Instagram <i>Bund's Florist</i> Sebelum Pendampingan.....	90
Gambar 5. 30 Profil Instagram <i>Bund's Florist</i> Setelah Pendampingan .....	91
Gambar 5. 31 Konten Instagram @bundsflorist .....	92
Gambar 5. 32 Contoh Instagram <i>Ads</i> di Instagram @bundsflorist .....	142
Gambar 5. 33 <i>Insight</i> Instagram <i>Ads</i> di Instagram @bundsflorist.....	143
Gambar 5. 34 Contoh Instagram <i>Ads</i> di Instagram @bundsflorist .....	144
Gambar 5. 35 <i>Insight</i> Instagram <i>Ads</i> di Instagram @bundsflorist.....	145
Gambar 5. 36 Contoh Instagram <i>Ads</i> di Instagram @bundsflorist .....	146
Gambar 5. 37 <i>Insight</i> Instagram <i>Ads</i> di Instagram @bundsflorist.....	147
Gambar 5. 38 Profil Instagram @lulalahfah .....	148
Gambar 5. 39 Contoh Endorsement.....	149
Gambar 5. 40 Profil Instagram @sarahgibson21 .....	150
Gambar 5. 41 Contoh Endorsement.....	150
Gambar 5. 42 Profil Instagram <i>Bund's Florist</i> .....	157

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 4. 1 Perancangan Kreatif.....	56
Tabel 5. 1 Konten <i>Feeds</i> Instagram @bundsflorist .....	111
Tabel 5. 2 Konten <i>Story</i> Instagram @bundsflorist.....	129



## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Anggaran Kegiatan .....	167
Lampiran 2 Susunan Organisasi Tim Kegiatan dan Pembagian Tugas .....	168
Lampiran 3 Surat Persetujuan Kerjasama Mitra .....	169
Lampiran 4 Denah Detail Lokasi Kegiatan ( <i>Indoor</i> atau <i>Outdoor</i> ).....	170
Lampiran 5 Transkrip Wawancara Dengan Mitra Bund's Florist .....	171
Lampiran 6 Dokumentasi.....	173
Lampiran 7 Curriculum Vitae .....	188

