

TUGAS AKHIR

Perancangan Media Promosi Digital UMKM Let Us Talk Sebagai Upaya Pengenalan Produk

Diajukan Guna Melengkapi Sebagian Syarat dalam Mencapai Gelar
Sarjana (S1)



Disusun Oleh:

Yessi Natalia Anggraeni

NIM 42321010040

Program Studi Desain Komunikas Visual

Dosen Pembimbing:

Dr. Ariani Kusumo Wardhani, M.Ds.Cs

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS DESAIN DAN SENI KREATIF
UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA
2025**

HALAMAN PERNYATAAN

 MERCU BUANA	LEMBAR PERNYATAAN SIDANG SARJANA KOMPREHENSIF LOKAL FAKULTAS DESAIN DAN SENI KREATIF UNIVERSITAS MERCU BUANA	
--	---	---

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Yessi Natalia Anggraeni
Nomor Induk Mahasiswa : 42321010040
Jurusan/Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Desain dan Seni Kreatif

Menyatakan bahwa Tugas Akhir ini merupakan karya asli, bukan jiplakan (duplikat) dari karya orang lain. Apabila ternyata pernyataan saya ini tidak benar maka saya bersedia menerima sanksi berupa pembatalan gelar sarjana saya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya untuk dapat dipertanggung jawabkan sepenuhnya.

Jakarta, 15 Agustus 2025

Yang memberikan pernyataan,



Yessi Natalia Anggraeni

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

HALAMAN PENGESAHAN

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Yessi Natalia Anggraeni
NIM : 42321010040
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Judul Tugas Akhir : Perancangan Media Promosi Digital UMKM
Let Us Talk Sebagai Upaya Pengenalan
Produk

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 (S1) pada Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Desain dan Seni Kreatif Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing : Dr. Ariani Kusumo Wardhani, M.Ds,CS
NIDN : 0324078004
Ketua Penguji : Dr. Ariani Kusumo Wardhani, M.Ds,CS
NIDN : 0324078004
Penguji 1 : Dr. Agus Budi Setyawan, S.Ds, M.Sn
NIDN : 0306088302
Penguji 2 : Anggi Almira Rahma, S.Ds, M.Ds
NIDN : 0307079304



Jakarta, 8 Agustus 2025

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.)

ABSTRAK

Di era digital, pemanfaatan media sosial menjadi kunci dalam meningkatkan daya saing UMKM. Penelitian ini membahas perancangan media promosi digital berbasis Instagram, TikTok, dan YouTube Shorts untuk UMKM Let Us Talk, sebuah usaha kuliner yang menjual cwie mie khas Malang dan beroperasi secara online di Bintaro, Tangerang Selatan, dengan permasalahan utama adalah belum optimalnya penggunaan media sosial dalam menjangkau pasar dan membangun kekuatan brand. Perancangan dilakukan melalui strategi visual, penyesuaian pesan dengan audiens target, serta penyusunan jadwal konten yang terstruktur. Hasil desain diharapkan mampu meningkatkan visibilitas merek, memperkuat identitas bisnis, memperluas pasar, dan membangun interaksi yang lebih efektif dengan konsumen.

Kata Kunci: UMKM, media sosial, promosi digital, Let Us Talk



ABSTRACT

In the digital era, utilizing social media is key to increasing the competitiveness of MSMEs. This study discusses the design of digital promotional media based on Instagram, TikTok, and YouTube Shorts for the MSME Let Us Talk, a culinary business selling Malang-style *cwie mie* (noodles) and operating online in Bintaro, South Tangerang. The main challenge is the suboptimal use of social media to reach the market and build brand strength. The design was carried out through visual strategies, tailoring messages to the target audience, and developing a structured content schedule. The design results are expected to increase brand visibility, strengthen business identity, expand the market, and build more effective interactions with consumers.

Keywords: MSMEs, social media, digital promotion, Let Us Talk



KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas segala rahmat dan karunia-Nya, saya dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang berjudul **“Perancangan Media Promosi Digital UMKM Let Us Talk Sebagai Upaya Pengenalan Produk”** dengan baik dan tepat waktu. Laporan ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan Tugas Akhir pada Jurusan Desain Komunikasi Visual, Fakultas Desain dan Seni Kreatif, Universitas Mercu Buana Jakarta.

Saya menyadari bahwa penyusunan laporan ini tidak lepas dari dukungan, bimbingan, serta bantuan dari berbagai pihak yang telah memberikan kontribusi baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah mendukung, membimbing, dan mendoakan selama proses penyusunan laporan ini.

Ucapan terima kasih ini penulis sampaikan kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa, atas segala rahmat, kesehatan, dan kekuatan yang diberikan selama proses menyelesaikan tugas akhir.
2. Ibu Dr. Ariani Kusumo Wardhani, M.Ds.Cs sebagai Dosen Pembimbing yang telah memberikan waktu, arahan dan bimbingan yang berharga selama proses perancangan.
3. Orang tua dan keluarga, atas doa, dukungan moral dan material, serta semangat yang selalu menguatkan penulis dalam menyelesaikan proses tugas akhir.
4. Teman-teman, terutama teman seperbimbingan, yang telah memberikan dukungan, motivasi, serta kesempatan untuk bertukar pikiran dan berbagi ilmu sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
5. Let Us Talk yang bekerjasama sebagai mitra dalam tugas akhir ini.
6. Dan diri saya sendiri, yang telah berusaha untuk tetap sabar, konsisten, dan tidak menyerah dalam proses penyusunan karya ini, meskipun penuh tantangan. Terima kasih telah terus berjuang hingga akhirnya bisa sampai di titik ini.

Jakarta, 29 Juli 2025

Yessi Natalia Anggraeni

DAFTAR ISI

COVER DALAM	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Perancangan	1
1.2 Rumusan Masalah Perancangan	3
1.3 Tujuan Perancangan	3
1.4 Manfaat Perancangan	4
BAB II	5
METODE PERANCANGAN	5
2.1 ORISINALITAS	5
2.2 Target Perancangan.....	13
2.3 Relevansi dan Konsekuensi Studi	13
2.3.1 <i>Unique Selling Proposition</i> (USP)	13
2.3.2 Promosi	15
2.3.3 Media Sosial Instagram	16
2.3.4 Efektivitas Instagram Sebagai Media Promosi	17
2.3.5 Foto Produk	18
2.3.6 Prinsip Desain.....	19
2.3.7 Warna.....	22

2.3.8 Typografi.....	22
2.3.9 Layout.....	24
2.3.10 Media Journey	24
2.4 Skema Proses Desain.....	26
2.4.1 <i>Emphasize</i> (Empati)	26
2.4.2 <i>Define</i> (Definisi)	27
2.4.3 <i>Ideate</i> (Ide)	27
2.4.4 <i>Prototype</i>	27
2.4.5 <i>Test</i>	28
BAB III	29
ANALISIS DATA DAN PERANCANGAN	29
3.1 <i>Positioning</i> & Konsep Desain	29
3.1.1 Riset dan Analisa.....	29
3.1.2 <i>Positioning</i>	33
3.1.3 Konsep Desain	34
3.2 Strategi Pesan	37
3.3 Strategi Visual.....	38
3.4 Strategi Distribusi Karya	43
BAB IV	46
HASIL KARYA DKV.....	46
4.1 Deskripsi Karya.....	46
4.1.1 Visual Karya.....	46
a. Penyajian Pesan.....	46
b. Penyajian Visual	47
4.2 Pameran Karya	74
4.3 Hasil Uji Desain.....	75
4.3.1 Profil Pengguna	75
4.3.2 Feedback Pengguna.....	76
4.3.3 Feedback Mitra	83
4.3.3 Feedback Dosen.....	84
4.4 Evaluasi Perancangan Karya	86
4.4.1 Kekuatan Karya	86
4.4.2 Kelemahan Karya	86

4.4.3 Rumusan Perbaikan Karya	86
BAB V.....	89
KESIMPULAN & SARAN	89
5.1 Kesimpulan	89
5.2 Saran	90
DAFTAR PUSTAKA.....	91
LAMPIRAN.....	92



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kesatuan.....	19
Gambar 2. Keseimbangan	20
Gambar 3. Kontras.....	20
Gambar 4. Penekanan	21
Gambar 5. Proposi.....	21
Gambar 6. Irama.....	22
Gambar 7. Warna	22
Gambar 8. Serif Font	23
Gambar 9. Sans Serif Font	23
Gambar 10. Script Font.....	24
Gambar 11. Design Thinking	26
Gambar 12. Pertanyaan Pertama	30
Gambar 13. Pertanyaan Kedua	31
Gambar 14. Pertanyaan Ketiga.....	31
Gambar 15. Mind Mapping	35
Gambar 16. Moodboard.....	36
Gambar 17. Warna	38
Gambar 18. Font Poppins.....	39
Gambar 19. Gaya Desain	39
Gambar 20. Prototype.....	40
Gambar 21. Storyboard	41
Gambar 22. Dokumentasi	42
Gambar 23. Editing Video	43
Gambar 24. Warna	67
Gambar 25. Story Instagram.....	68
Gambar 26. Highlight Instagram	68
Gambar 27. Hasil Video.....	70
Gambar 28. Media Cetak Poster.....	71
Gambar 29. Baju Let Us Talk.....	72
Gambar 30. Apron	72
Gambar 31. Papper Bag	72
Gambar 32. Label Packaging	73
Gambar 33. Keychain	73
Gambar 34. Dokumentasi Pengunjung	74
Gambar 35. Kuesioner Jenis Kelamin.....	75
Gambar 36. Kuesioner Usia.....	75
Gambar 37. Kuesioner Pengunjung	76
Gambar 38. Hasil Engagment.....	85
Gambar 39. Feeds Sebelum Diperbaiki	87
Gambar 40. Feeds Sesudah Diperbaiki	88

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Orisinalitas Perancangan	12
Tabel 2. Media Journey	25
Tabel 3. Content Plan	37
Tabel 4. AISAS	44
Tabel 5. Deskripsi Karya.....	66
Tabel 6. Umpan Balik Kuesioner.....	82
Tabel 7. Umpan Balik Mitra.....	83
Tabel 8. Umpan Balik Dosen	84

