

TUGAS AKHIR

**PERANCANGAN MEDIA PROMOSI MELALUI MEDIA
SOSIAL “DETIK SEDUH” COFFEE SHOP**

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



Oleh:

Muhammad Paris Zidane

NIM. 42320010095

Dosen Pembimbing:
Fachmi Khadam Haeril, S.Pd, M.Pd

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

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

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Paris Zidane
 Nomor Induk Mahasiswa : 42320010095
 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, 8 Agustus 2025

Yang memberikan pernyataan,

MATERAI



Muhammad Paris Zidane

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Muhammad Paris Zidane
NIM : 42320010095
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Judul Tugas Akhir : Perancangan Media Promosi Melalui Media Sosial "Detik Seduh" Coffee Shop

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 : Fachmi Khadam Haeril, S.Pd, M.Pd
NIDN : 0301098803
Ketua Penguji : Fachmi Khadam Haeril, S.Pd, M.Pd
NIDN : 0301098803
Penguji 1 : Diean Arjuna D, S.Ds, M.Sn
NIDN : 0306128601
Penguji 2 : Irfandi Musnur, S.Pd, M.Sn
NIDN : 0304039101



Jakarta, 8 Agustus 2025

Mengetahui,
MERCU BUANA

Dekan
Fakultas Desain dan Seni Kreatif



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

Ketua Program Studi
Desain Komunikasi Visual



(Irfandi Musnur, S.Pd., M.Sn.)

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI MELALUI MEDIA SOSIAL “DETIK SEDUH” COFFEE SHOP

Muhammad Paris Zidane

42320010095

ABSTRAK

Perkembangan media sosial sebagai sarana komunikasi visual telah membuka peluang besar dalam strategi promosi bisnis, termasuk di industri kuliner seperti coffee shop. Tugas akhir ini bertujuan untuk merancang media promosi melalui platform media sosial bagi Detik Seduh Coffee Shop, sebuah usaha kedai kopi yang sedang berkembang. Fokus perancangan terletak pada penguatan identitas visual merek serta peningkatan keterlibatan audiens melalui konten digital yang menarik dan sesuai tren.

Metode yang digunakan dalam proses perancangan meliputi observasi lapangan, analisis kompetitor, wawancara dengan pemilik usaha, serta studi literatur terkait branding dan strategi media sosial. Hasil perancangan mencakup konsep visual untuk konten Instagram, Reels, dan materi promosi lainnya yang menggambarkan karakter Detik Seduh sebagai coffee shop yang estetik, ramah komunitas, dan kekinian. Strategi konten juga dirancang untuk menjangkau audiens muda melalui pendekatan storytelling visual dan interaksi aktif di media sosial. Diharapkan hasil perancangan ini dapat meningkatkan daya tarik serta brand awareness Detik Seduh Coffee Shop di kalangan konsumen digital. Selain itu, proyek ini menunjukkan pentingnya pendekatan visual dan strategi konten yang relevan dengan audiens target dalam membangun citra merek di era digital.

Kata kunci: perancangan media promosi, media sosial, branding, coffee shop, Detik Seduh

DESIGNING PROMOTIONAL MEDIA THROUGH SOCIAL MEDIA FOR DETIK SEDUH COFFEE SHOP

Muhammad Paris Zidane

42320010095

ABSTRACT

The development of social media as a platform for visual communication has created significant opportunities in business promotion strategies, including in the culinary industry such as coffee shops. This final project aims to design promotional media through social media platforms for Detik Seduh Coffee Shop, a growing coffee business. The focus of the design lies in strengthening brand visual identity and increasing audience engagement through attractive and trend-appropriate digital content.

The methods used in the design process include field observation, competitor analysis, interviews with the business owner, and literature studies related to branding and social media strategy. The final output includes a visual concept for Instagram content, Reels, and other promotional materials that reflect Detik Seduh's character as an aesthetic, community-friendly, and modern coffee shop. The content strategy is also designed to reach a younger audience through visual storytelling and active social media engagement. This design is expected to enhance the appeal and brand awareness of Detik Seduh Coffee Shop among digital consumers. Furthermore, this project highlights the importance of visual approaches and content strategies aligned with target audiences in building brand image in the digital era.

Keywords: *promotional media design, social media, branding, coffee shop, Detik Seduh*

KATA PENGANTAR

Penulis mengungkapkan puji syukur yang mendalam kepada Allah SWT atas segala rahmat, hidayah, dan karunia-Nya, yang telah memungkinkan penulis untuk menyelesaikan Laporan Tugas Akhir berjudul “PERANCANGAN MEDIA PROMOSI MELALUI MEDIA SOSIAL “DETIK SEDUH” COFFEE SHOP” ini dengan baik dan tepat waktu.

Tujuan penulisan laporan ini adalah untuk memenuhi persyaratan penyelesaian mata kuliah Tugas Akhir Desain Komunikasi Visual dan meraih gelar sarjana Desain Komunikasi Visual di Universitas Mercu Buana. Penulis menyadari bahwa penyusunan laporan ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dan dukungan yang diberikan oleh berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT, atas karunia-Nya berupa kecerdasan dan kesehatan, yang memungkinkan penulis untuk melaksanakan seluruh aktivitas dan menyelesaikan penulisan laporan serta perancangan desain ini.
2. Kedua orang tua, Bapak dan Ibu, yang senantiasa memberikan motivasi, semangat, doa, serta dukungan material dan moril, yang sangat berperan dalam menyelesaikan perancangan ini.
3. Bapak Irfandi Musnur, S.Pd, M.Sn, selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual.
4. Bapak Fachmi Khadam Hairil, selaku Dosen Pembimbing Riset Desain, yang telah memberikan arahan, inspirasi, dan semangat dalam setiap tahapan bimbingan Tugas Akhir ini.
5. Bapak Rizal Bay Khaqi, selaku koordinator, yang telah memberikan materi dan arahan yang sangat bermanfaat selama penyusunan laporan ini.
6. Bapak dan Ibu Dosen FDSK yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan yang berguna bagi penulis dalam menempuh pendidikan di Universitas Mercu Buana.
7. Kepada Amalia Azzahra yang telah banyak berkontribusi pada tiap progres tugas akhir ini, baik tenaga, waktu maupun materi kepada saya. Senantiasa menemani, mendukung maupun menghibur dalam kesedihan, mendengar tiap keluh kesah serta memberikan semangat penuh untuk menyelesaikan tugas akhir ini.
8. Teman-teman angkatan 2019-2020 Program Studi Desain Komunikasi Visual yang saling membantu dan memotivasi satu sama lain.

Penulis menyadari bahwa laporan perancangan ini masih jauh dari kesempurnaan, terdapat beberapa kekurangan dalam penjelasan dan penulisan. Oleh karena itu, kritik dan saran dari pembaca sangat dihargai dan diharapkan. Semoga laporan ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca serta menambah wawasan bagi penulis.

Jakarta, 26 Juli 2025

Penulis,

Muhammad Paris Zidane

DAFTAR ISI

COVER DALAM.....	i
LEMBAR PERNYATAAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 LATAR BELAKANG.....	1
1.2 RUMUSAN MASALAH.....	3
1.3 TUJUAN PERANCANGAN.....	3
1.4 MANFAAT PERANCANGAN.....	3
1.5 BATASAN MASALAH.....	4
BAB II METODE PERANCANGAN.....	5
2.1 ORISINALITAS.....	5
2.2 TARGET PERANCANGAN.....	9
2.3 RELEVANSI DAN KONSEKUENSI STUDI.....	10
2.3.1 Relevansi.....	10
2.3.2 Studi Estetika.....	13
2.4 SKEMA PROSES DESIGN.....	17
2.5 KONSEKUENSI STUDI.....	21
BAB III ANALISIS DATA DAN PERANCANGAN.....	22
3.1 POSIRIONING & KONSEP DESAIN.....	22
3.1.1 Postioning.....	22
3.1.2 Konsep Desain.....	22
3.2 STRATEGI PESAN.....	24
3.3 Strategi Visual.....	25
3.4 Strategi Distribusi Karya.....	27
BAB IV HASIL KARYA DKV.....	30
4.1 DESKRIPSI KARYA.....	30

4.1.1 Visual Karya.....	30
4.2 HASIL RELEVANSI KARYA DENGAN MASALAH PERANCANGAN.....	40
4.2.1 Relevansi strategi visual dengan target perancangan.....	40
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	56
5.1 KESIMPULAN.....	56
5.2 SARAN.....	57
DAFTAR PUSATAKA.....	58
LAMPIRAN.....	59



DAFTAR TABEL

Tabel 1 Inspirasi Karya Sejenis.....	8
Tabel 2 Biaya Pra Produksi.....	12
Tabel 3 Biaya Pra Produksi.....	13
Tabel 4 Biaya Produksi.....	13
Tabel 5 Biaya Keseluruhan.....	14
Tabel 6 SWOT.....	19
Tabel 7 Metode AISAS.....	30
Tabel 8 Umpan Balik.....	49



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Karya Sejenis.....	6
Gambar 1.2 Karya Sejenis.....	7
Gambar 1.3 Karya Sejenis.....	7
Gambar 1.4 Feeds Dahulu (Sumber Penulis).....	9
Gambar 2.1 Proses Desain (Sumber Google).....	18
Gambar 2.2 Mindmapping (sumber penulis).....	19
Gambar 2.3 MoodBoard (sumber penulis).....	20
Gambar 2.4 Visual Konten (sumber penulis).....	20
Gambar 2.5 Produksi Konten (sumber penulis).....	21
Gambar 2.6 Tampilan Instagram (sumber penulis).....	21
Gambar 3.1 Warna (sumber penulis).....	27
Gambar 3.2 Tipografi (sumber penulis).....	28
Gambar 3.3 Aset Visual (sumber penulis).....	28
Gambar 4.1 Feeds (sumber penulis).....	32
Gambar 4.2 Cover Reels (sumber penulis).....	33
Gambar 4.3 Stories Instagram (sumber penulis).....	33
Gambar 4.4 Warna (sumber penulis).....	34
Gambar 4.5 Implementasi Warna (sumber penulis).....	35
Gambar 4.6 Tipografi (sumber penulis).....	36
Gambar 4.7 Implementasi Tipografi (sumber penulis).....	37
Gambar 4.8 Tampilan Visual Konten (sumber penulis).....	38
Gambar 4.9 Caption (sumber penulis).....	39
Gambar 4.10 Implementasi Logo (sumber penulis).....	40
Gambar 4.11 Media Visual Penunjang (sumber penulis).....	41
Gambar 4.12 Pameran Karya (sumber penulis).....	44
Gambar 4.13 Jenis Kelamin (sumber penulis).....	49
Gambar 4.14 Pekerjaan (sumber penulis).....	50
Gambar 4.15 Umpan Balik Media Sosial (sumber penulis).....	50
Gambar 4.16 Umpan Balik Tema Karya (sumber penulis).....	51
Gambar 4.17 Umpan Balik Judul Tugas Akhir (sumber penulis).....	51
Gambar 4.18 Umpan Balik Relevan Karya (sumber penulis).....	52
Gambar 4.19 Umpan Balik Visual (sumber penulis).....	52
Gambar 4.20 Umpan Balik Pesan (sumber penulis).....	53
Gambar 4.21 Umpan Balik Komposisi Visual (sumber penulis).....	53

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kartu Asistenti.....	61
Lampiran 2. Pameran.....	62
Lampiran 3. Bukti Turnitin.....	63
Lampiran 4. Lembar Penilaian.....	64
Lampiran 5. Lembar Perbaikan.....	65
Lampiran 6. Hasil Karya.....	66
Lampiran 7. Pernyataan Similarity Check.....	67

