

TUGAS AKHIR
PERANCANGAN KONTEN VIDEO PROMOSI
QUICKVITE UNTUK MEDIA SOSIAL



Diajukan Guna Melengkapi Sebagian Syarat
dalam Mengambil Mata Kuliah Tugas Akhir

Disusun Oleh :

Raihan Kusuma

NIM 42321110023

Dosen Pembimbing :

Rika Hindraruminggar, S.Sn, M.Sn

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS DESAIN DAN SENI KREATIF
UNIVERSITAS MERCUBUANA

APRIL 2025

HALAMAN PENGESAHAN

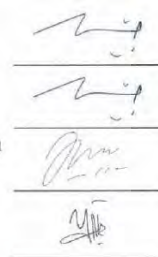
Laporan Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Raihan Kusuma
NIM : 42321110023
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Judul Tugas Akhir : Perancangan Konten Video Promosi Quickvite Untuk Media Sosial

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 : Rika Hindraruminggar, S.Sn, M.Sn
NIDN : 0318017604
Ketua Penguji : Rika Hindraruminggar, S.Sn, M.Sn
NIDN : 0318017604
Penguji 1 : Nandang Wahyu Setia Abdi Buana, S.Sn, M.Ikom
NIDN : -
Penguji 2 : Fatimah Yasmin Hasni, S.Sos, M.Ds
NIDN : 0317078006



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.)

LEMBAR PERNYATAAN

 MERCU BUANA	LEMBAR PERNYATAAN LAPORAN TUGAS AKHIR PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL FAKULTAS DESAIN DAN SENI KREATIF UNIVERSITAS MERCUBUANA	Q
--	--	---

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Raihan Kusuma
Nomor Induk Mahasiswa : 42321110023
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : 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 kelulusan Mata Kuliah/Skors/DO.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya untuk dapat dipertanggungjawabkan sepenuhnya.

Jakarta, 20 Agustus 2023

Yang memberikan pernyataan,

MATERAI 10000


(Raihan Kusuma)

PERANCANGAN KONTEN VIDEO PROMOSI QUICKVITE UNTUK MEDIA SOSIAL

Raihan Kusuma

42321110023

ABSTRAK

UMKM memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia, terutama dalam penciptaan lapangan kerja, distribusi pendapatan, dan inovasi. Salah satu sektor UMKM yang berkembang adalah jasa undangan digital, didorong oleh tingginya penggunaan internet dan perangkat digital. Quickvite hadir sebagai UMKM yang menawarkan layanan undangan digital cepat, praktis, dan fleksibel dengan tagline #cepatgapakeribet. Namun, Quickvite menghadapi tantangan dalam membangun brand awareness, terutama di tengah persaingan ketat di media sosial seperti Instagram.

Penelitian ini bertujuan merancang strategi visual brand identity yang efektif untuk meningkatkan daya saing Quickvite di pasar digital. Fokusnya pada desain logo, graphic standard manual, serta pemanfaatan video pendek kreatif di Instagram. Strategi ini bertujuan membangun identitas merek yang kuat, menjalin hubungan emosional dengan audiens usia 18–40 tahun, dan memperkuat persepsi terhadap nilai utama Quickvite: kecepatan dan kemudahan. Dengan branding visual yang tepat, diharapkan Quickvite mampu meningkatkan brand awareness, loyalitas pelanggan, dan posisi kompetitif di industri undangan digital.

Kata Kunci: *UMKM, branding, identitas visual, media sosial, Instagram, undangan digital, Quickvite*

PROMOTIONAL VIDEO CONTENT DESIGN FOR SOCIAL MEDIA

Raihan Kusuma

42321110023

ABSTRACT

Small, Medium Enterprises (SME) play a vital role in Indonesia's economy, particularly in job creation, income distribution, and innovation. One rapidly growing MSME sector is digital invitation services, driven by the increasing use of the internet and digital devices. Quickvite is one such MSME offering fast, practical, and customizable digital invitations, with the tagline #cepatgapakeribet (fast without hassle). However, Quickvite faces challenges in building brand awareness, especially amid fierce competition and aggressive promotional content on platforms like Instagram.

This study aims to design an effective visual brand identity strategy to enhance Quickvite's competitiveness in the digital market. The focus includes logo design, a consistent graphic standard manual, and creative short-form videos on Instagram. The strategy seeks to establish a strong brand identity, build emotional connections with the target audience aged 18–40, and reinforce Quickvite's core values of speed and convenience. With targeted visual branding, Quickvite is expected to boost brand awareness, customer loyalty, and achieve a stronger position in the digital invitation industry.

Keywords: *SME, branding, visual identity, social media, Instagram, digital invitation, Quickvite*

KATA PENGANTAR

Puji syukur dan terima kasih penulis haturkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas karunia dan rahmat-Nya, sehingga penyusunan dapat menyelesaikan Laporan Tugas Akhir dengan judul **“PERANCANGAN KONTEN VIDEO PROMOSI QUICKVITE UNTUK MEDIA SOSIAL”** dapat diselesaikan dengan baik dan tepat waktu. Laporan ini disusun sebagai salah satu syarat akademik untuk meraih gelar Sarjana Desain Strata Satu (S1) pada Program Studi Desain Komunikasi Visual, dengan konsentrasi desain grafis, Fakultas Desain dan Seni Kreatif, Universitas Mercu Buana, Meruya, Jakarta Barat. Penulis menyadari bahwa penyelesaian Laporan Riset ini tidak mungkin tercapai tanpa bimbingan, masukan, saran, serta doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, melalui kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan selama proses penyusunan proyek ini, yaitu kepada :

1. Allah SWT.
2. Ibu Rika Hindraruminggar, S.Sn. M.Sn selaku dosen pembimbing yang telah memberibimbing peneliti dalam penyusunan Riset ini.
3. Bapak Nandang Wahyu Setia Abdi Buana S.Sn, M.Ikom dan Ibu Fatimah Yasmin Hasni, S.Sos, M.Ds selaku dosen penguji sidang.
4. Bapak Rizal Bay Khaqi, S.Ds, M.Sn selaku Kordinator Tugas Akhir.
5. Bapak Irfandi Musnur, S.Pd, M.Sn selaku Ketua Program Studi Fakultas Desain dan Seni Kreatif, Universitas Mercu Buana.
6. Bapak Novantara Setya. S.E selaku CEO Quickvite yang mengizinkan penulis untuk mewawancarai.
7. Seluruh Dosen jurusan Desain Komunikasi Visual yang telah memberikan ilmu sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini.

8. Kedua Orang Tua tercinta yang telah memberikan segala doa, dukungan, dan kasih sayang yang tiada henti.
9. Teman-teman Desain Komunikasi Visual angkatan 2021 Universitas Mercu Buana yang selalu memberikan semangat serta berbagi ilmu dan pengalaman
10. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, yang telah membantu, baik secara langsung maupun tidak langsung, dalam menyelesaikan laporan ini.

Selain itu, perancang juga berterima kasih atas lingkungan kondusif yang disediakan oleh Universitas Mercu Buana yang telah menjadi tempat penelitian dan pengumpulan data, sehingga memberikan kontribusi yang berarti selama penyelesaian Tugas Akhir ini. Dukungan dari pihak kampus, baik dalam bentuk fasilitas maupun motivasi akademis, sangat membantu dalam mewujudkan karya ini.

Perancang berharap Laporan Tugas Akhir ini dapat menjadi sumber yang bermanfaat, terutama dalam memberikan wawasan mengenai strategi promosi melalui media Sosial. Dengan karya **PERANCANGAN KONTEN VIDEO PROMOSI QUICKVITE UNTUK MEDIA SOSIAL** perancang berupaya menyampaikan nilai penting dari menciptakan pengalaman emosional bagi audiens yang dapat meningkatkan kesadaran merek (brand awareness) dan membangun hubungan emosional dengan konsumen. Harapannya, Konten ini tidak hanya dapat mempromosikan Quickvite sebagai jasa pembuatan undangan digital, tetapi juga menginspirasi bisnis lokal lainnya untuk memanfaatkan media kreatif sebagai sarana komunikasi yang efektif.

Melalui distribusi konten ini di platform digital, diharapkan pesan dan kesan dapat menjangkau audiens yang lebih luas, khususnya generasi muda, dan menciptakan interaksi yang positif serta meningkatkan dukungan terhadap produk digital.

Jakarta, 20 Januari 2025

Raihan Kusuma



DAFTAR ISI

COVER DALAM	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
 BAB I PENDAHULUAN	 1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Batasan Masalah	4
1.4 Tujuan Peneliti	4
1.5 Manfaat Peneliti	4
 BAB II METODE PERANCANG	 5
2.1 Orisinalitas.	5
2.2 Target Audiens.....	21
2.3 Relevansi & Konsekuensi Studi	22
2.4 Skema Proses Desain	25
 BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN	 44
3.1 Positioning & Konsep Desain.....	44
3.2 Strategi Pesan	46
3.3 Strategi Visual.....	47
3.4 Strategi Distribusi Karya.....	48
 BAB IV HASIL KARYA DKV	 53
4.1 Deskripsi Karya	53
4.2 Pameran Karya	123
4.3 Hasil Uji Desain.....	131
4.4 Evaluasi Perancangan Karya.....	137

BAB V PENUTUP	138
5.1 Kesimpulan	138
5.2 Saran	140
DAFTAR PUSTAKA	135
LAMPIRAN	142



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 – Inspirasi Karya 1	7
Tabel 2.2 – Inspirasi Karya 2	9
Tabel 2.3 – Inspirasi karya 3	11
Tabel 2.4 – Inspirasi karya 4.....	14
Tabel 2.5 – Inspirasi Karya 5.....	17
Tabel 2.6 – Target Audiens	20
Tabel 2.7 – Biaya Produksi	33
Tabel 4.1 – Jenis HOOK, INTI PESAN, CTA.....	53
Tabel 4.2 – Transisi Yang Digunakan Pada Video Konten.....	100
Tabel 4.3 – Motion Yang Digunakan Pada Video Konten.....	108
Tabel 4.4 – Distribusi Karya Media Utama Instagram	115
Tabel 4.5 – Distribusi Karya Media Pendamping.....	117
Tabel 4.6 – Distribusi karya Media Pendamping	118
Tabel 4.7 – Distribusi Karya Media Pendampin.....	119
Tabel 4.8 – Distribusi karya Media Pendamping	120
Tabel 4.9 – Profil Audiens Quickvite.....	126
Tabel 4.10 – Evaluasi Perancangan Konten Quickvite.....	130

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 – Skema Proses Desain	23
Gambar 2.2 – Color Palatte.....	25
Gambar 2.3 – <i>Font Typography</i>	25
Gambar 2.4 – Logo Quickvite	26
Gambar 2.5 – Script Konten Quickvite	27
Gambar 2.6 – Script Konten Quickvite	28
Gambar 2.7 – Script Konten Quickvite	28
Gambar 2.8 – Script Konten Quickvite	29
Gambar 2.9 – Script Konten Quickvite	29
Gambar 2.10 – Script Konten Quickvite	30
Gambar 2.11 – Script Konten Quickvite	30
Gambar 2.12 – Script Konten Quickvite	31
Gambar 2.13 – Script Konten Quickvite	31
Gambar 2.14 – Script Konten Quickvite	32
Gambar 2.15 – Moodboard	34
Gambar 2.16 – Storyboard –Konten Quickvite”	35
Gambar 2.17 – Storyboard —Konten Quickvite”	36
Gambar 2.18 – Storyboard —Konten Quickvite”	36
Gambar 2.19 – Storyboard —Konten Quickvite”	37
Gambar 2.20 – Tim produksi —Konten Quickvite	37
Gambar 2.21 – Talent —Konten Quickvite”	38
Gambar 2.22 – Lokasi —Konten Quickvite”	38
Gambar 2.23 – Produksi Konten	39
Gambar 2.24 – Produksi Konten	39
Gambar 3.1 – Media Utama Instagram	46
Gambar 3.2 – Media Pendukung Tiktok	49
Gambar 4.1 – Palet Warna.....	95
Gambar 4.2 – Warna Yang Digunakan	95
Gambar 4.3 – <i>Font Typograph</i>	98
Gambar 4.4 – Sembilan Konten Promosi	114

Gambar 4.5	– Dokumentasi Pameran Pertama.....	123
Gambar 4.6	– Dokumentasi Pameran Kedua.....	125
Gambar 4.7	– Pertanyaan Dan Respon Audiens	127



DAFTAR LAMPIRAN

Gambar 1 – kartu Asistensi	142
Gambar 2 – Surat Keterangan Hasil Sidang.....	143
Gambar 3 – Catatan Revisi	144
Gambar 4 – Lembar Similarity Check	147
Gambar 5 – Turnitin.....	148
Gambar 6 – Quisioner	150
Gambar 7 – Hasil Quisioner	152
Gambar 8 – Dokumentasi Pameran	155

