

PERANCANGAN PROMOSI WANG'S AQUARIUM DALAM MENINGKATKAN DAYA TARIK KONSUMEN

Diajukan Guna Melengkapi Sebagian Syarat
dalam Mengambil Mata Kuliah Tugas Akhir



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

LAPORAN TUGAS AKHIR

HIKMAL FADGHAM

42321010050

Dosen Pembimbing :

Nurlela, S.Sn, M. Ds

**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 : Hikmal Fadgham
 Nomor Induk Mahasiswa : 42321010050
 Jurusan/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 gelar sarjana saya.

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

Jakarta, 25 Agustus 2025

Yang memberikan pernyataan,



Hikmal Fadgham

HALAMAN PENGESAHAN

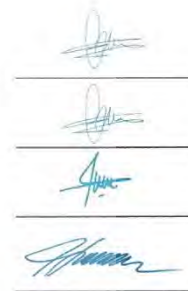
Laporan Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Hikmal Fadgham
NIM : 42321010050
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Judul Tugas Akhir : Perancangan Promosi Wang's Aquarium
Dalam Meningkatkan Daya Tarik Konsumen

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 : Nurlela, S.Sn, M.Ds
NIDN : 0329038202
Ketua Penguji : Nurlela, S.Sn, M.Ds
NIDN : 0329038202
Penguji 1 : Novena Ulita, S.Pd, M.Sn
NIDN : 0321128506
Penguji 2 : Irfandi Musnur, S.Pd, M.Sn
NIDN : 0304039101



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 8 Agustus 2025

Mengetahui,

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.)

Abstrak

Perancangan ini bertujuan untuk merancang strategi promosi yang efektif dan inovatif bagi Wang's Aquarium, sebuah entitas bisnis yang mengkhususkan diri dalam pembuatan dan penjualan akuarium lengkap berkonsep alami dan harmonis. Latar belakang permasalahan yang mendorong penelitian ini meliputi kurangnya pemahaman tentang target pasar, intensitas persaingan yang tinggi, dan keterbatasan anggaran promosi, yang secara kumulatif berpotensi menurunkan volume penjualan dan mengancam keberlanjutan bisnis. Tujuan utama perancangan ini adalah untuk memperkuat posisi Wang's Aquarium di pasar, meningkatkan penjualan produk, serta memastikan kelangsungan usaha dengan memahami preferensi konsumen dan mengatasi kendala-kendala yang ada. Perancangan ini melibatkan segmentasi audiens target melalui wawancara mendalam dengan pemilik usaha, yang bertujuan untuk memperoleh pemahaman komprehensif mengenai psikografis dan perilaku konsumen, sehingga strategi promosi yang dihasilkan relevan dan efektif. Proses desain mengikuti skema yang sistematis, mencakup tahap pengumpulan data, perumusan konsep, kreasi desain visual, hingga evaluasi produk akhir. Pendekatan promosi mengadopsi model AISAS (*Attention, Interest, Search, Action, Share*) untuk memastikan distribusi yang optimal melalui berbagai platform media sosial, termasuk Instagram, TikTok, dan Facebook. Prinsip-prinsip desain universal seperti kesatuan, keseimbangan, proporsi, irama, penekanan, keterbacaan, dan harmoni juga diaplikasikan untuk menciptakan desain yang tidak hanya estetis, tetapi juga komunikatif dan fungsional.

Kata Kunci : Promosi, Media Sosial, Wang's Aquarium, Produk, AISAS

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Abstract

This design aims to design an effective and innovative promotional strategy for Wang's Aquarium, a business entity specializing in the manufacture and sale of complete aquariums with a natural and harmonious concept. The background issues that prompted this research include a lack of understanding of the target market, high competitive intensity, and limited promotional budget, which cumulatively have the potential to decrease sales volume and threaten business sustainability. The main objective of this design is to strengthen Wang's Aquarium's position in the market, increase product sales, and ensure business continuity by understanding consumer preferences and overcoming existing constraints. The design involves segmenting the target audience through in-depth interviews with the business owner, aiming to gain a comprehensive understanding of consumer psychographics and behavior, so that the resulting promotional strategies are relevant and effective. The design process follows a systematic scheme, including the stages of data collection, concept formulation, visual design creation, and final product evaluation. The promotional approach adopted the AISAS model (Attention, Interest, Search, Action, Share) to ensure optimal distribution through various social media platforms, including Instagram, TikTok, and Facebook. Universal design principles such as unity, balance, proportion, rhythm, emphasis, legibility, and harmony were also applied in order to achieve the best results.

Keywords : Promotion, Social Media, Wang's Aquarium, Product, AISAS

U N I V E R S I T A S
M E R C U B U A N A

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan yang Maha Esa atas Rahmat, kesehatan, dan kesempatan untuk menyelesaikan laporan tugas akhir yang berjudul “PERANCANG PROMOSI WANG’S AQUARIUM DALAM MENINGKATKAN DAYA TARIK KONSUMEN” Laporan ini merupakan syarat kelulusan untuk Program Studi Desain Komunikasi *Visual* di Fakultas Desain dan Industri Kreatif. Penulis menyadari bahwa laporan ini tidak akan lengkap tanpa bantuan dan bantuan dari berbagai pihak. Penulis dengan tulus mengucapkan terima kasih kepada :

1. Tuhan Yang Maha Esa, yang selalu melimpahkan rahmat dan karunia-Nya dengan memberikan kemampuan dan kesehatan.
2. Keluarga yang selama ini selalu mendukung penulis dengan doa dan semangat.
3. Kepada Erik dan Arlyn selaku pemilik Wang’s Aquarium.
4. Bapak Irfandi Musnur, S.Pd, M.Sn selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi *Visual*.
5. Nurlela, S.Sn, M. Ds., sebagai dosen pembimbing, telah memberikan bimbingan dan saran selama proses penyusunan laporan ini.
6. Bapak Rizal Bay Khaqi, S.Ds selaku dosen koodinator Tugas Akhir yang telah memberikan arahan selama Menyusun laporan Tugas Akhir.
7. Keluarga Murtadho selaku sahabat-sahabat seperkuliahan, seperjuangan yang menemani saya selama kuliah, saat susah maupun senang.
8. Kepada Tim News Graphic Metro TV yang secara tidak langsung mendukung dan membantu saya.

Penulis menyadari bahwa laporan ini masih memiliki berbagai kekurangan. Oleh karena itu, penulis sangat menghargai kritik dan saran yang membangun untuk memperbaiki diri di masa mendatang. Penulis berharap laporan ini akan membantu kemajuan bidang desain komunikasi *Visual*, khususnya dalam hal *Promosi* UMKM di Indonesia.

Jakarta, 25 Mei 2025

DAFTAR ISI

COVER DALAM	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
ABSTRACT	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
I. PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Perancangan	1
B. Tujuan Perancangan	3
C. Manfaat Perancangan	4
D. Rumusan Masalah Perancangan.....	5
II. METODE PERANCANGAN.....	6
A. Orisinalitas.....	6
B. Target Perancangan	19
C. Relevansi dan Konsekuensi Studi.....	19
D. Skema Proses Desain	27
III. ANALISA DAN DATA PERANCANGAN	31
A. <i>Positioning</i> dan Konsep Desain	31
B. Strategi Pesan	31
C. Strategi Visual	32
D. Strategi Distribusi Karya	34
IV. HASIL KARYA DKV	37
A. Deskripsi Karya.....	37
B. Pameran Karya.....	65
C. Hasil Uji Desain	66
D. Evaluasi Perancangan Karya.....	68
V. KESIMPULAN & SARAN	71
A. Kesimpulan.....	71

B. Saran.....	72
DAFTAR PUSTAKA	74
LAMPIRAN.....	76



DAFTAR TABEL

Tabel 1	5
Tabel 2	52



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	10
Gambar 2.2	11
Gambar 2.3	11
Gambar 2.4	12
Gambar 2.5	13
Gambar 2.6	14
Gambar 2.7	15
Gambar 2.8	16
Gambar 2.9	16
Gambar 2.10	17
Gambar 2.11	17
Gambar 2.12	18
Gambar 2.13	18
Gambar 2.14	19
Gambar 2.15	19
Gambar 2.16	19
Gambar 2.17	20
Gambar 2.18	21
Gambar 2.19	22
Gambar 2.20	25
Gambar 2.21	26
Gambar 2.22	27
Gambar 2.23	28
Gambar 2.24	29
Gambar 2.25	30
Gambar 2.26	35
Gambar 2.27	39

Gambar 2.28	41
Gambar 2.29	42
Gambar 2.30	43
Gambar 2.31	44
Gambar 2.32	44
Gambar 2.33	45
Gambar 4.1	57
Gambar 4.2	57
Gambar 4.3	58
Gambar 4.4	60
Gambar 4.5	60
Gambar 4.6	63
Gambar 4.7	64
Gambar 4.8	65
Gambar 4.9	65
Gambar 4.10	66
Gambar 4.11	66
Gambar 4.12	67
Gambar 4.13	67
Gambar 4.14	82
Gambar 4.15	90
Gambar 4.16	90
Gambar 4.17	90
Gambar 4.18	91

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kartu Asistensi.....	76
Lampiran 2. Dokumentasi Pameran.....	77
Lampiran 3. Dokumentasi <i>Wawancara</i>	80
Lampiran 4. Hasil Kuesioner Umpan Balik	81
Lampiran 5. Surat Keterangan Hasil Sidang Tugas Akhir	85
Lampiran 6. Similarity Check.....	86
Lampiran 7. Bukti Turnitin.....	87

