

TUGAS AKHIR
PERANCANGAN SERIAL *VIDEO* DAN MATERI PENDUKUNG
UNTUK KAMPANYE *BRAND AWARENESS CAFÉ UMASEI*
MELALUI *INSTAGRAM*

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



Oleh:

Dimas Pramudita Tri Septian Anugrah
NIM 42321010106

Dosen Pembimbing:

Anggi Almira Rahma, S.Ds, M.Ds

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS DESAIN DAN SENI KREATIF UNIVERSITAS

MERCU BUANA

JAKARTA

2025

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

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dimas Pramudita Tri Septian Anugrah

Nomor Induk Mahasiswa : 42321010106

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, 23 Juli 2025

Yang memberikan pernyataan,



(Dimas Pramudita Tri Septian Anugrah)

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Dimas Pramudita Tri Septian Anugrah
NIM : 42321010106
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Judul Tugas Akhir : Perancangan Serial Video Dan Materi Pendukung Untuk Kampanye Brand Awareness Café Umasei Melalui Instagram

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 : Anggi Almira Rahma S.Ds. ,M.Ds
NIDN : 0307079304
Ketua Penguji : Anggi Almira Rahma S.Ds. ,M.Ds
NIDN : 0307079304
Penguji 1 : Rizal Bay Khaqi, S.Ds, M.Sn
NIDN : 0321098302
Penguji 2 : Wilsa Pratiwi, S.Sn, M.Sn
NIDN : -



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

Penelitian ini bertujuan untuk merancang dan mengevaluasi kampanye *brand awareness* *Café* Umasei melalui *Media* digital berupa serial *video* promosi dan penyelenggaraan acara gathering bertajuk Sudut Temu. *Café* Umasei sebagai bisnis rintisan menghadapi tantangan rendahnya popularitas dan keterlibatan audiens di *Media* sosial. Penelitian menggunakan metode *Design Thinking* dengan pendekatan kualitatif melalui observasi, wawancara, dan penyebaran kuesioner. Hasilnya menunjukkan bahwa kampanye berhasil membangun citra *Café* Umasei sebagai kafe dengan suasana hangat seperti rumah nenek. Berdasarkan data insight *Instagram* periode 21 Juni–20 Juli, terjadi peningkatan tayangan hingga 71.000, interaksi sebanyak 530, dan penambahan 198 pengikut baru. Umpan balik responden menegaskan kekuatan kampanye terletak pada keunikan tema, suasana nyaman, dan *Storytelling* pendirian kafe. Namun, masih terdapat ruang perbaikan pada penyampaian informasi produk, desain visual, dan manajemen acara. Dengan demikian, diharapkan hasil karya ini dapat menjadi acuan pengembangan strategi promosi digital bagi *Café* Umasei agar lebih dikenal dan diminati *Target* pasar.

Kata Kunci: Kampanye, *Brand Awareness*, *Café* Umasei, *Video* Promosi, *Media* Sosial

ABSTRACT

This final project aims to design and evaluate a brand awareness campaign for Café Umasei through digital Media, consisting of a promotional video series and a gathering event entitled Sudut Temu. As an emerging café, Umasei faces challenges in terms of low popularity and limited audience engagement on social Media. This research adopts the Design Thinking method with a qualitative approach using observation, interviews, and questionnaire distribution. The results show that the campaign successfully builds Café Umasei's image as a Café with a warm, nostalgic atmosphere like a grandmother's house. Based on Instagram insights from June 21 to July 20, the account reached 71,000 impressions, 530 interactions, and gained 198 new followers. Respondents' feedback highlights the campaign's strengths in its unique theme, cozy ambiance, and Storytelling about the café's origins. However, there is still room for improvement in presenting product information, refining visual design, and managing event execution. It is expected that this project can serve as a reference for developing more effective digital promotional strategies to increase Café Umasei's recognition and appeal among its Target audience.

Keywords: Campaign, Brand Awareness, Café Umasei, Promotional Video, Social Media

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan rahmat, kasih, dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul “Perancangan Serial *Video* dan Materi Pendukung untuk Kampanye *Brand awareness Café Umasei* melalui *Instagram*” Tugas akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S-1) pada Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Desain dan Seni Kreatif, Universitas Mercu Buana Jakarta.

Tugas akhir ini di latar belakang oleh permasalahan rendahnya *brand awareness* dan engagement *Media* sosial *Café Umasei* sebagai bisnis rintisan. Melalui pendekatan metode *Design Thinking* serta penerapan strategi kampanye digital berbasis *Media* sosial, penulis merancang serial *video* sinematik dan *Media* pendukung lainnya yang diharapkan mampu meningkatkan visibilitas, daya tarik, serta keterlibatan audiens terhadap *brand Umasei*.

Dalam proses penyusunan tugas akhir ini, penulis mendapat banyak bantuan, arahan, dan dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan tulus penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa, atas limpahan kesehatan, semangat, dan kelancaran dalam menyelesaikan seluruh rangkaian proses perancangan ini.
2. Ibu Anggi Almira Rahma, S.Ds, M.Ds, selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, bimbingan, serta masukan yang sangat berarti dalam penyusunan tugas akhir ini.
3. Maudy Bunga Rizky yang telah menjadi inspirasi dan pemicu semangat dalam pengerjaan tugas akhir ini.
4. Seluruh tim dan pemilik *Café Umasei*, atas kerja sama dan kepercayaan yang telah diberikan selama proses kampanye dan perancangan.

5. Keluarga saya, yang selalu memberikan dukungan tanpa henti, doa, dan kasih sayang yang menjadi kekuatan utama dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Rekan-rekan seangkatan dan teman-teman seperjuangan, atas semangat, dukungan moral, serta kerja sama yang luar biasa.

Penulis menyadari bahwa karya ini masih memiliki kekurangan dan keterbatasan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi pengembangan di masa yang akan datang. Semoga tugas akhir ini dapat memberikan manfaat dan menjadi referensi yang berguna, baik bagi dunia akademik maupun praktisi desain komunikasi visual.



Tangerang, 25 Juli 2025

Dimas Pramudita Tri Septian Anugrah

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

DAFTAR ISI

COVER DALAM	i
HALAMAN PERYATAAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Tujuan Perancangan	2
1.4 Manfaat Perancangan	3
BAB II METODE PERANCANGAN	4
2.1 Orisinalitas	4
2.2 Target Perancangan	8
2.3 Relevansi dan Konsekuensi Studi	9
2.4 Skema Proses Desain	38
BAB III ANALISIS DATA & PERANCANGAN	50
3.1 Positioning dan Konsep	50
3.2 Strategi Visual	53
3.3 Strategi Distribusi Karya	78
BAB IV ANALISIS DATA DAN PERANCANGAN	80
4.1 Positioning dan Konsep	80
4.2 Pameran Karya	95
4.3 Hasil Uji Desain	100
4.4 Evaluasi Perancangan Karya	110
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	113
5.1 Kesimpulan	113
5.2 Saran	114
DAFTAR PUSTAKA	116
LAMPIRAN	118

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Color Wheel	11
Gambar 2. 2 Saturation	13
Gambar 2. 3 Value	14
Gambar 2. 4 Hue	14
Gambar 2. 5 Framing	15
Gambar 2. 6 Rule Of Third	16
Gambar 2. 7 Symmetry	17
Gambar 2. 8 Leading Lines	18
Gambar 2. 9 Lighting	18
Gambar 2. 10 Editing	20
Gambar 2. 11 Transition	22
Gambar 2. 12 Fade In/Out	23
Gambar 2. 13 Zoom In/Out	23
Gambar 2. 14 Cut Transition	24
Gambar 2. 15 Dissolve Transition	25
Gambar 2. 16 Wipe Transition	26
Gambar 2. 17 Match Cut Transition	26
Gambar 2. 18 Storytelling	27
Gambar 2. 19 Campaign	28
Gambar 2. 20 Aplikasi Tiktok	29
Gambar 2. 21 Video Promosi	30
Gambar 2. 22 Coco-Cola Testimony	31
Gambar 2. 23 Cinematic Video	31
Gambar 2. 24 BTS Video	32
Gambar 2. 25 Video Produk	32
Gambar 2. 26 Video Dokumenter	33
Gambar 2. 27 Video Teaser	33
Gambar 2. 28 Audio	34
Gambar 2. 29 Music Notes	35
Gambar 2. 30 Sound Effects	35
Gambar 2. 31 Kampanye Kopi Kenangan	36

Gambar 2. 32 Alur Design Thinking.....	38
Gambar 2. 33 Skema Perancangan Karya.....	38
Gambar 2. 34 Emphathy Map.....	39
Gambar 2. 35 User Persona Hanif.....	42
Gambar 2. 36 Mind Maps	46
Gambar 3. 1 Timeline Upload Konten	51
Gambar 3. 2 Budget Produksi.....	51
Gambar 3. 3 Budget Pameran.....	52
Gambar 3. 4 Moodboard.....	54
Gambar 3. 5 Poster Umasei.....	55
Gambar 3. 6 Palet Warna.....	56
Gambar 3. 7 Poppins Typeface.....	57
Gambar 3. 8 Storyboard 1.....	58
Gambar 3. 9 Storyboard 2.....	59
Gambar 3. 10 Storyboard 3	60
Gambar 3. 11 Storyboard 4.....	61
Gambar 3. 12 Storyboard 5	62
Gambar 3. 13 Script 1.....	64
Gambar 3. 14 Script 2.....	68
Gambar 3. 15 Script 3.....	72
Gambar 3. 16 Script 4.....	75
Gambar 3. 17 Script 5.....	77
Gambar 4. 1 Video Serial 1.....	81
Gambar 4. 2 Video Serial 2.....	82
Gambar 4. 3 Video Serial 3.....	83
Gambar 4. 4 Video Serial 4.....	84
Gambar 4. 5 Video Serial 5.....	85
Gambar 4. 6 QR Video 1.....	89
Gambar 4. 7 Poster Umasei.....	90
Gambar 4. 8 X-Banner Umasei	92

Gambar 4. 9 Kupon Snack & Drink.....	93
Gambar 4. 10 Post Instagram Umasei.....	94
Gambar 4. 11 Pameran Sudut Temu	95
Gambar 4. 12 Pameran Sudut Temu	96
Gambar 4. 13 Pameran Sudut Temu	97
Gambar 4. 14 Pameran Sudut Temu	98
Gambar 4. 15 Pameran Sudut Temu	99
Gambar 4. 16 Insight Video 1.....	103
Gambar 4. 17 Insight Video 2.....	104
Gambar 4. 18 Insight Video 3.....	105
Gambar 4. 19 Insight Video 4.....	106
Gambar 4. 20 Insight Video 5.....	107
Gambar 4. 21 Insight Akun Umasei.....	108



DAFTAR TABEL

Table 1. Refrensi Karya	5
Table 2. Target Audience.....	8
Table 3 Emphatize	40
Table 4 Tahap Define.....	43
Table 5 Analisis SWOT	46
Table 6 Uraian Umpan Balik Uji Coba.....	49
Table 7 Strategi Pesan.....	52
Table 8 Table AISAS	78
Table 9 Target Audience.....	100



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kartu Asistensi.....	119
Lampiran 2 Surat Keterangan Hasil Sidang	120
Lampiran 3 Catatan Dosen.....	123
Lampiran 4 Turnitin	124
Lampiran 5 Similarity	125
Lampiran 6 Similarity Check.....	125
Lampiran 7 Pameran Sudut Temu	126
Lampiran 8 Table Wawancara	127
Lampiran 9 Kuisisioner	142
Lampiran 10 Revisi Karya.....	143

