

**PERANCANGAN MEDIA PROMOSI DALAM
MENINGKATKAN *VISUAL IDENTITY* & DAYA
TARIK “TUJU TUJU *COFFEE & ROASTERY*”**



Disusun oleh:

Arminditya Fatah Widiaputra

42320010109

Dosen Pembimbing:

Guntur Angkat, S.Sn, M.Ikom

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS DESAIN DAN SENI KREATIF

UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA

2025

	LEMBAR PERNYATAAN SIDANG SARJANA PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL FAKULTAS DESAIN DAN SENI KREATIF UNIVERSITAS MERCUBUANA	Q
---	--	--------------------------------

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Arminditya Fatah Widiaputra
 Nomor Induk Mahasiswa : 42320010109
 Program Studi : Desain Komunikasi Visual
 Fakultas : Fakultas Desain dan Seni Kreatif

Menyatakan bahwa penulisan 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 dipertanggung jawabkan sepenuhnya.

Tangerang, 21 – 08 – 20245

Yang memberikan pernyataan,



Arminditya Fatah Widiaputra
 (42320010109)

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Arminditya Fatah Widiaputra
NIM : 42320010109
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Judul Tugas Akhir : Perancangan Media Promosi Dalam
Meningkatkan Daya Tarik & Visual Identity
"Tuju Tuju Coffee & Roastery"

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 : Guntur Angkat, S.Sn, M.Ikom
NIDN : 0315056502
Ketua Penguji : Guntur Angkat, S.Sn, M.Ikom
NIDN : 0315056502
Penguji 1 : Dwi Ramayanti, S.Sn, M.Sn
NIDN : 0305128006
Penguji 2 : Octavianus Bramantha, S.Ds, M.Ds
NIDN : 0304108803



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.)

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI DALAM MENINGKATKAN DAYA TARIK & VISUAL IDENTITY “TUJU TUJU COFFEE & ROASTERY”

Arminditya Fatah Widiaputra

42320010109

Abstrak

Perkembangan industri *Coffee* shop yang pesat mendorong setiap brand untuk membangun identitas visual yang kuat agar dapat bersaing dan menarik perhatian konsumen. Tuju Tuju *Coffee* & Roastery merupakan salah satu *Coffee* shop lokal yang memiliki potensi besar, namun belum memiliki media promosi yang maksimal dalam memperkuat citra visualnya. Perancangan ini bertujuan untuk menghasilkan media promosi yang dapat meningkatkan daya tarik dan identitas visual Tuju Tuju *Coffee* & Roastery agar lebih dikenal luas oleh masyarakat. Metode yang digunakan meliputi observasi, wawancara, analisis kompetitor, serta penyebaran kuisioner untuk mengetahui persepsi audiens terhadap brand. Media utama yang dirancang meliputi paper cup, plastik cup, dan kemeja custom, yang keseluruhannya dirancang dengan pendekatan visual yang konsisten, estetik, dan komunikatif. Hasil perancangan menunjukkan bahwa media promosi ini mampu memperkuat karakter brand serta menarik perhatian target audiens secara visual.

Kata Kunci: media promosi, identitas visual, *Coffee* shop, desain grafis, Tuju Tuju *Coffee* & Roastery



PERANCANGAN MEDIA PROMOSI DALAM MENINGKATKAN DAYA TARIK & VISUAL IDENTITY “TUJU TUJU COFFEE & ROASTERY”

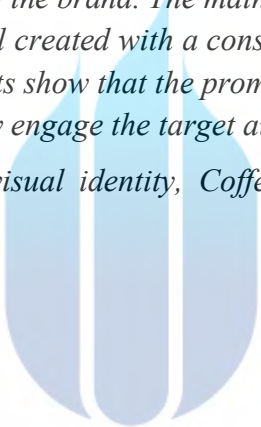
Arminditya Fatah Widiaputra

42320010109

Abstract

The rapid growth of the Coffee shop industry encourages each brand to build a strong visual identity to compete and attract consumer attention. Tuju Tuju Coffee & Roastery is a local Coffee shop with great potential, yet it lacks optimal promotional media to strengthen its brand image. This design project aims to produce promotional media that enhance the visual appeal and identity of Tuju Tuju Coffee & Roastery to increase public recognition. The methods used include observation, interviews, competitor analysis, and questionnaires to understand audience perception of the brand. The main media designed include paper cups, plastic cups, and custom shirts, all created with a consistent, aesthetic, and communicative visual approach. The design results show that the promotional media successfully reinforce the brand's character and visually engage the target audience.

Keywords: *promotional media, visual identity, Coffee shop, graphic design, Tuju Tuju Coffee & Roastery*



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Kata Pengantar

Puji syukur Penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga Penulis dapat menyelesaikan laporan Tugas Akhir ini dengan judul **"Perancangan Pengaruh Media Promosi Untuk Meningkatkan Daya Tarik Visual Identity & Tuju Tuju Coffee & Roastery"** Penulisan Tugas Akhir ini merupakan bagian dari syarat Tugas Akhir untuk memperoleh gelar sarjana pendidikan di Universitas Mercu Buana. Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, bimbingan, dan motivasi selama proses penyusunan Tugas Akhir ini. Oleh karena itu penulis juga berterima kasih kepada:

1. Allah SWT, atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulisan tugas akhir dan perancangan tugas akhir ini dapat diselesaikan dengan baik.
2. Kedua orang tua, Bapak dan Ibu, yang senantiasa memberikan motivasi, semangat, doa, serta dukungan material dan moril yang sangat berperan dalam menyelesaikan perancangan serta penulisan tugas akhir ini.
3. Bapak Irfandi Musnur, S.Pd, M.Sn, selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual.
4. Bapak Guntur Angkat, S.Sn, M.Ikom, selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir, 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 tugas akhir 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. Tak lupa, penulis mengucapkan terima kasih yang tulus kepada Dini Puspitasari yang selalu memberikan semangat, motivasi, dan menjadi sumber inspirasi selama proses tugas akhir ini ini.
8. Teman-teman angkatan 2019, 2020 dan 2021 Program Studi Desain Komunikasi Visual yang tidak bisa disebutkan satu persatu, terimakasih sudah saling membantu dan memotivasi penulis dalam menjalani rangkaian tugas akhir ini.

9. Teman-teman Karang Taruna yang selalu memberikan semangat dan dukungan, baik secara moral maupun material. Tanpa bantuan dan dukungan kalian, Penulis tidak akan mampu menyelesaikan penelitian ini.

Akhir kata, Penulis menyadari bahwa dalam penulisan ini masih terdapat kekurangan. Oleh karena itu, Penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari pembaca. Semoga laporan ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca serta menambah wawasan bagi penulis.

Tangerang, 25 Juli 2025



Arminditya Fatah Widiaputra

Fakultas Desain dan Seni Kreatif

Desain Komunikasi Visual



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

COVER DALAM.....	i
LEMBAR PERNYATAAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar belakang	1
1.2 Rumusan masalah.....	4
1.3 Tujuan perancangan	5
1.4 Manfaat Perancangan	5
BAB II METODE PERANCANGAN.....	6
2.1 Orisinalitas	6
2.2 Target Perancangan	10
2.3 Relevansi dan Konsekuensi.....	10
BAB III Analisis Data dan Perancangan.....	17
3.1 Positioning & Konsep Desain.....	17
3.2 Strategi Pesan	18
3.3 Strategi Visual	19
3.4 Strategi Distribusi Karya	20
BAB IV Hasil Karya.....	22
4.1 Deskripsi Karya.....	22
4.2 Hasil Relevansi Karya Dengan Masalah Perancangan	28
4.5 Evaluasi Perancangan Karya	38

4.6	Rumusan Perbaikan Karya	39
BAB V Kesimpulan & Saran.....		39
5.1	Kesimpulan.....	39
5.2	Saran.....	40
DAFTAR PUSTAKA.....		41
LAMPIRAN.....		42



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Karya Sejenis	7
Gambar 2.2 Karya Sejenis	8
Gambar 2.3 Karya Sejenis	8
Gambar 2.4 Karya Sejenis	9
Gambar 2.5 Karya Sejenis	10
Gambar 2.6 Skema proses desain.....	13
Gambar 2.7 Moodboard (sumber Tuju Tuju)	16
Gambar 2.8 Font terbaru (sumber Tuju Tuju).....	16
Gambar 2.9 Perancangan Media (sumber Penulis).....	17
Gambar 3.1 Color Palatte (sumber Tuju Tuju).....	19
Gambar 4.1 Media promosi (sumber pemulis)	24
Gambar 4.2 Konsep Perancangan (sumber pemulis).....	24
Gambar 4.3 Konsep Perancangan (sumber pemulis).....	24
Gambar 4.3 Konsep Perancangan (sumber pemulis).....	25
Gambar 4.4 Desain <i>BOOKLET</i> (sumber pemulis)	27
Gambar 4.5 Media pendukung Tumblr dan pin (sumber pemulis).....	27
Gambar 4.6 Pameran oleh pameris (sumber pemulis).....	30
Gambar 4.7 umpan balik jenis kelamin (sumber pemulis).....	35
Gambar 4.8 umpan balik usia (sumber pemulis).....	35
Gambar 4.9 umpan balik familiar lokasi (sumber pemulis).....	36
Gambar 4.10 umpan balik mencerminkan identitas (sumber pemulis)	36
Gambar 4.11 umpan balik memperkuat visual identity (sumber pemulis) ...	36
Gambar 4.12 umpan balik desain cup (sumber pemulis)	36
Gambar 4.13 umpan balik social media (sumber pemulis).....	37
Gambar 4.14 umpan balik cup dengan kompetitor (sumber pemulis).....	37
Gambar 4.15 umpan balik keselarasan visual (sumber pemulis).....	37

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Karya Sejenis.....	10
Tabel 2 Biaya Perancangan.....	13
Tabel 3 Feedback Konsumen.....	35



DAFTAR LAMPIRAN

Kartu asistensi.....	42
Surat Keterangan Hasil Sidang.....	43
Catatan Revisi.....	44
Turnitin.....	48
Similarity.....	50
Dokumenter Pameran.....	50
Kuisisioner.....	51

