

**PERANCANGAN MEDIA KOMUNIKASI VISUAL D'KERINGS TEMPE  
DIKOMBOS TIMUR LINGKUNGAN V**

**TUGAS AKHIR**

*Tugas Akhir ini Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat lulus*

*Gelar Ahli Madya Diploma III*

*Pada Program Studi Manajemen Pemasaran*

Oleh

VELIA ANGRANI GERTJI PILAT

NIM : 19052018



**POLITEKNIK NEGERI MANADO  
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN PEMASARAN  
2022**

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b> .....	ii
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>LEMBAR PERNYATAAN</b> .....	iv
<b>MOTTO</b> .....	v
<b>BIODATA</b> .....	vi
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	viii
<b>ABSTRAK</b> .....	x
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	3
1.3 Pembatasan Masalah .....	4
1.4 Perumusan Masalah .....	4
1.5 Tujuan dan Manfaat .....	4
1.5.1 Tujuan .....	4
1.5.2 Manfaat .....	4
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	6
2.1 Perancangan .....	6
2.2 Promosi .....	7
2.2.1 Bauran Promosi .....	8
2.2.2 Tujuan Promosi .....	9
2.3 Media Promosi .....	10
2.4 Desain Komunikasi Visual .....	11
2.4.1 Aspek-aspek Desain Komunikasi Visual .....	12
2.4.2 Media promosi Desain Komunikasi Visual .....	13
2.4.3 Peranan Desain Komunikassi Visual .....	15
2.5 Prinsip Desain Komunikasi Visual .....	16

2.6 Kering Tempe .....	17
2.7 Hasil Penelitian Terdahulu .....	19
<b>BAB III PEMBAHASAN</b> .....	20
<b>BAB IV VISUALISASI KARYA</b> .....	35
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	45
5.1 Kesimpulan .....	45
5.2 Saran/Pesan .....	46
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	47
<b>LAMPIRAN</b> .....	49

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Pemasaran adalah salah satu dari kegiatan-kegiatan pokok yang dilakukan oleh semua pelaku usaha dalam usahanya untuk mempertahankan usaha yang sedang berjalan, menetapkan laba, serta memiliki peran dalam suatu perusahaan karena pemasaran merupakan ujung tombak atau garda terdepan dari suatu perusahaan.

Promosi adalah kegiatan yang ditujukan untuk memperkenalkan suatu produk barang dan jasa yang ditawarkan kepada konsumen. Kegiatan promosi ini sangat penting dilakukan. Oleh karena itu, kegiatan promosi pun tidak luput dari peranan desain grafis sebagai medianya.

Desain grafis adalah seni dalam berkomunikasi menggunakan tulisan, ruang, dan gambar. Bidang ini merupakan bagian dari komunikasi visual. Ilmu desain grafis mencakup seni visual, tipografi, tata letak, dan desain interaksi. Wujud-wujud desain grafis dapat dengan mudah ditemui, seperti logo, katalog, pamflet, dan lain-lain.

Perancang grafis atau desain grafis adalah profesi yang menciptakan karya media cetak dan elektronik untuk mengiklankan suatu produk. Mereka bertanggung jawab membuat sebuah desain tampilan yang menarik, yang bisa diaplikasikan dalam berbagai bentuk media promosi yang berkaitan dengan produk

Peranan desain grafis media sebagai media promosi dalam segala bidang usaha sangat dibutuhkan. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan banyaknya bidang usaha yang membuat berbagai media promosi seperti, logo, katalog, pamflet dan lain-lain. Desain grafis yang mendukung promosi suatu usaha akan memberikan pengaruh yang sangat baik bagi perusahaan, selain itu karena dengan adanya media promosi yang baik dan menarik pasti informasi dari produk akan tersampaikan dengan baik kepada konsumen.

Makanan merupakan kebutuhan primer dalam kehidupan setiap hari. Semakin bertambah penduduk di Indonesia, dan berkembangnya aneka bentuk dan aneka rasa makanan yang ada saat ini. Melihat ketertarikan masyarakat terhadap makanan, maka industri makanan tidak akan sepi dari pasar. Seiring berkembangnya zaman saat ini aneka makanan juga bermacam-macam dan bervariasi. Dengan munculnya makanan saat ini maka makanan zaman dahulu akan mudah tergeser. Akan tetapi makan yang satu ini tidak akan mudah tergeser, yaitu tempe karena masih banyak yang mengkonsumsi dan daya minat yang banyak dari kalangan bawah sampai kalangan atas.

Tempe merupakan makanan yang terbuat dari bahan hasil fermentasi biji kedelai dan memberikan manfaat bagi kesehatan tubuh manusia bahan baku tempe yang kaya akan kandungan protein. Seiring perkembangan pengetahuan dan kemajuan teknologi maka kini tempe tidak hanya terbuat dari bahan dasar kedelai, tetapi juga dari bahan-bahan lain. Dengan demikian diperkirakan posisi tempe berbahan dasar kedelai adalah tempe tertua di antara tempe yang terbuat dari bahan

dasar lainnya. Salah satu makanan yang terbuat dari tempe adalah kering tempe. Kering tempe bisa dijadikan menu lauk pauk pada masyarakat bawah hingga kalangan atas.

Sayangnya keberadaan produk kering tempe belum banyak diketahui oleh masyarakat luas, promosi yang dilakukan pun hanya sebatas dari pembeli memberikan informasi kepada keluarga, teman. Agar dapat meningkatkan penjualan kering tempe ini diperlukan media promosi yang menginformasikan keberadaan produk kering tempe dipasaran. Dengan desain komunikasi visual ilmu yang mempelajari konsep komunikasi dan ungkapan daya kreatif, yang diaplikasikan dalam berbagai media komunikasi visual dengan mengolah elemen desain grafis yang terdiri atas gambar (ilustrasi), huruf dan tipografi, warna, komposisi, dan layout. Semua itu dilakukan guna menyampaikan pesan secara visual, audio, dan audio visual kepada target sasaran (Tinarbuk, 2009)

Dengan uraian diatas dalam latar belakang masalah dijabarkan alasan secara objektif dan subjektif. Sebagai acuan dalam pemilihan judul karya tugas akhir, yakni Perancangan Media Promosi Pada Produk D'Kerings Tempe.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang ada, maka dapat diidentifikasi yang terjadi pada produk kering tempe

1. Kurangnya media promosi yang menarik
2. Penjualan belum mengalami peningkatan

### **1.3 Pembatasan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah diuraikan di atas maka batasan masalah dalam penelitian ini berkaitan dengan Perancangan Media Promosi Pada Produk D'Kerings Tempe.

### **1.4 Perumusan Masalah**

Dengan menguraikan latar diatas. Permasalahan di rumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana merancang media promosi yang menarik untuk mempromosikan produk kering tempe ?

### **1.5 Tujuan dan manfaat**

#### **1.5.1 Tujuan**

1. Untuk merancang media promosi D,Kerings Tempe
2. Untuk menciptakan media promosi sebagai sarana informasi yang menarik (Logo,Brosur, Pamflet, Packaging)

#### **1.5.2 Manfaat**

1. Mahasiswa
  - a.) Mengembangkan ide dan kreativitas menciptakan desain media promosi atau media komunikasi visual yang mudah dipahami, komunikasi dan tepat sasaran
  - b.) Menerapkan ilmu pengetahuan yang telah di dapatkan dibangku perkuliahan
2. Politeknik Negeri Manado
  - a.) Memberikan bahan referensi penulisan kepada Politeknik Negeri Manado terutama mengenai perancangan media promosi sehingga

dapat dijadikan sebagai bahan acuan yang mampu menambah ilmu pengetahuan khususnya di bidang perancangan desain media promosi

### 3. Usaha D'Kerings Tempe

- a.) Memberikan tambahan wawasan untuk Usaha D'Kerings tempe tentang bagaimana perancangan media promosi atau desain media komunikasi visual dan memberikan informasi yang efektif dan efisien melalui konsep perancangan media promosi untuk mengenalkan produk kering tempe.