



Program Studi Desain Komunikasi Visual  
Fakultas Ilmu Seni Dan Sastra  
Universitas Pasundan

## PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan (dan menjamin) bahwa karya/penulisan skripsi/TA ini dilakukan secara mandiri dan disusun tanpa menggunakan bantuan yang tidak dibenarkan, sebagaimana lazimnya pada penyusunan sebuah skripsi/TA.

Semua **elemen karya, kutipan tulisan dan/atau pemikiran orang lain** yang digunakan di dalam penyusunan skripsi/TA, baik dari sumber yang dipublikasikan ataupun tidak (termasuk dari buku, artikel jurnal, catatan kuliah, tugas mahasiswa lain, dan lainnya), telah direferensikan dengan baik dan benar menurut kaidah akademik yang baku dan berlaku.

Skripsi/TA ini **belum pernah** diajukan pada pendidikan program sarjana di perguruan tinggi lain, dan **tindak plagiarisme** akan dikenakan sanksi seperti yang tercantum dalam Peraturan Akademik dan Kemahasiswaan Universitas Pasundan.

Bandung, 9 / Juli /2019

Penulis N



NIM 146010042  
NABILLA ADZANI BASTAMAN

## **HALAMAN PENGESAHAN**

Pengkaryaan ini diajukan oleh :

Nama : Nabilla Adzani Bastaman  
NPM : 146010042  
Program Studi : Desain Komunikasi Visual  
Judul Pengaryaan : Perancangan Promosi Jamu Tradisional “Hekeukun” di Kota Bandung

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Desain pada Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Ilmu Seni dan Sastra, Universitas Pasundan

Pembimbing I : Dr. H. Waska Warta, M.M (.....)

Pembimbing II : Yudi Rudiansyah, S.Sn (.....)

## **DEWAN PENGUJI**

1. Henry H. Loupias, Drs. M.Sn (.....)
2. DR. H. Waska Warta, M.M (.....)
3. Hedi Hadiansyah, S.Sn (.....)
4. Boy Irwan, S.Sn (.....)

Ditetapkan di : Bandung  
Tanggal : 23 Juli 2019

## **HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Pasundan, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : .....

NPM : .....

Program Studi : .....

Departemen : .....

Fakultas : .....

Jenis karya : Pengaryaan

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pasundan **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

### **Perancangan Promosi Jamu Tradisional “Hekeukun” di Kota Bandung**

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Pasundan berhak menyimpan, mengalih media/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di .....

Pada tanggal.....

Yang menyatakan

(.....)

**ABSTRAK**  
**PERANCANGAN PROMOSI**  
**JAMU TRADISIONAL HEKEUKUN**

Oleh

**Nabilla Adzani Bastaman**  
**Tugas Akhir Jurusan Desain Komunikasi Visual**  
**Fakultas Ilmu Seni dan Sastra**  
**Universitas Pasundan Bandung**

Jamu merupakan minuman tradisional yang telah ada sejak dulu. Terbuat dari rempah-rempah alami Indonesia yang memiliki banyak khasiat bagi kesehatan. Namun, seiring perkembangan zaman, keberadaan jamu tradisional mulai sulit ditemukan. Untuk mengatasi hal tersebut sekaligus melestarikan jamu tradisional Indonesia, Hekeukun mencoba menawarkan produk jamu tradisional rumahan yang dikemas dalam botol sehingga lebih mudah dikonsumsi dan dibawa kemana saja tanpa menghilangkan cita rasa khas dari jamu yang biasa dijual oleh penjual jamu keliling ketika zaman dulu. Ditengah inovasinya dalam melestarikan serta menawarkan produk jamu ini, Hekeukun mengalami kendala dalam segi promosi. Produk Hekeukun belum banyak diketahui masyarakat luas, khususnya di kota Bandung karena promosi selama ini hanya berupa promosi dari mulut ke mulut atau *word of mouth*. Konsumen selama ini pun hanya kerabat dekat dari produsen. Untuk mempermudah mendapatkan data pada perancangan promosi jamu Hekeukun ini, digunakan metode penelitian kuantitatif dengan instrument berupa kuesioner, wawancara, serta studi literasi. Perancangan promosi ini dibuat dengan tujuan memperkenalkan produk Hekeukun pada masyarakat kota Bandung sekaligus memberi tahu apa saja manfaat dari jamu tradisional kepada mahasiswa dan pegawai muda masa kini sehingga secara tidak langsung mereka pun ikut melestarikan jamu tradisional Indonesia. Untuk itu diperlukan serangkaian promosi menggunakan pendekatan dan visualisasi yang dekat dengan target serta dilengkapi informasi seputar manfaat jamu yang belum banyak diketahui oleh target.

**Kata Kunci :** Perancangan Promosi, Jamu Tradisional, Khasiat

***ABSTRACT***  
***PROMOTION DESIGN***  
***HEKEUKUN TRADITIONAL HERB***

***By***

**Nabilla Adzani Bastaman**  
*Visual Communication Design*  
*Faculty of Arts and Literature*  
*Pasundan University Bandung*

*Jamu is a traditional drink that has been around for a long time. It made from natural Indonesian spices that have many benefits for health. However, as time went on, the existence of traditional herbs began to be difficult to find. To overcome this as well as preserve traditional Indonesian herbal drink, Hekeukun tried to offer a home-cooked traditional herbs are packaged in bottles that are easier to consume and taken anywhere without losing the distinctive flavor of the herbs. In the middle of the innovation in preserving and offering these herbal products, Hekeukun experiencing difficulties in terms of promotion. Hekeukun's products have not been widely known to the wider community, especially in Bandung because the promotion so far has only been in the form of word of mouth marketing. To make it easier to get data on the design of this Hekeukun Jamu's promotion, quantitative research methods are used with instruments in the form of questionnaires, interviews, and literacy studies. The design of this promotion was made with the aim of introducing Hekeukun products in Bandung as well as telling them the benefits of traditional herbal drink to students and young employees today so that they indirectly they also help preserve the traditional Indonesian herb. For this reason, a series of promotions is needed with using visualization that close with target and full of information about the benefits of herbal drink.*

***Keyword :*** *Promotion Plan, Traditional Herb, Goodness*

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang dengan rahmat dan izin-Nya penulis dapat menyelesaikan pengkaryaan Tugas Akhir ini. Penulisan tugas akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Desain Program Studi Desain Komunikasi Visual pada Fakultas Seni dan Sastra Universitas Pasundan.

Penulis sangat menyadari tanpa adanya bantuan serta bimbingan dari berbagai pihak penulis tidak akan mampu menyelesaikan pengaryaan serta penulisan laporan tugas akhir ini. Maka dari itu penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr.H. Waska Warta, M.M selaku dosen pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk membantu, membimbing serta memberi masukan kritik dan saran dalam penggerjaan pengaryaan tugas akhir ini.
2. Bapak Yudi Rudiansyah, S.Sn selaku dosen pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk membantu, membimbing serta memberi masukan kritik dan saran dalam penggerjaan pengaryaan tugas akhir ini.
3. Seluruh jajaran pengajar/dosen DKV UNPAS khususnya yang telah membantu dan ikut membimbing serta memberikan masukan sebagai referensi dan rujukan dalam penggerjaan pengaryaan tugas akhir ini.
4. Bapak Fadhly Abdillah, M.Ds selaku Koordinator Tugas Akhir Prodi Desain Komunikasi Visual Universitas Pasundan.
5. Ibu Nichi Hana Karlina selaku *reader* yang telah membimbing dan memberikan masukan dalam perbaikan penulisan laporan Tugas akhir

Bandung, 23 Juli 2019

Penulis

## **UCAPAN TERIMAKASIH DAN LEMBAR PERSEMBAHAN**

Penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sebanyak-banyaknya kepada semua pihak yang telah membantu serta mendukung penulis agar dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Ucapan terimakasih ini dikhususkan kepada :

1. Kedua orang tua tercinta, Hendar Bastaman (Alm) dan Ike Rizka A. yang senantiasa memberikan dukungan baik moril maupun materil serta irungan doa yang tak pernah henti kepada penulis sehingga penulis diberi kelancaran oleh Allah SWT.
2. Kedua adik kembar penulis, Fayza Zafira dan Raysha Zahira yang turut memberikan semangat agar penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
3. Sahabat tercinta Darsih Family, Radita Swastiwi D., Ashri Bunga D., Fika Sarah A., Putri Nur F., Stevani Sharbina, dan Selvi Apriani yang selalu ada memberikan motivasi, menghibur, memberikan dukungan moril maupun materil sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
4. Karlina Dian A., Nadira Rizka D., Pretty Putri S., Nadia Nur S., Ibnu Syahid, Reza Fahlevy, Eka Putra Y., teman seperjuangan sekaligus tempat bertukar pikiran selama penggerjaan tugas akhir ini.
5. Rekan-rekan mahasiswa DKV UNPAS angkatan 2014, rekan-rekan yang tidak bisa disebutkan namanya satu-persatu. Juga kepada seluruh peserta Tugas Akhir periode 38 yang senantiasa saling memberikan dukungan, kritik dan sarannya dalam pengkaryaan tugas akhir ini.
6. Grup Super Junior dan Day6 yang senantiasa menemani selama proses penggerjaan tugas akhir melalui karya musiknya yang indah dan secara tidak langsung memberikan semangat kepada penulis.
7. Rekan-rekan Everlasting Friend (ELF), Nadhifa Khalissa, Noor Aida Sari, Dani Eka, Syifa, Tarina Zuhrotun, Fikri Muhammad D, yang selalu mendukung dan memberikan semangat kepada penulis selama penggerjaan tugas akhir ini.
8. Rekan-rekan Day6 Fanart Indonesia (DFI) yang telah mendukung, memberikan motivasi serta masukan kepada penulis selama penggerjaan tugas akhir ini.

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>UCAPAN TERIMAKASIH DAN LEMBAR PERSEMAHAN .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>

### **BAB I PENDAHULUAN**

1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Identifikasi Masalah .....	2
1.3. Rumusan Masalah .....	3
1.4. Batasan Masalah .....	3
1.5. Maksud dan Tujuan .....	4
1.6. Kerangka Perancangan .....	5
1.7. Metodologi .....	6
1.7.1. Metoda Penelitian .....	6
1.7.2. Metoda Perancangan .....	6
1.8. Sistematika Penulisan .....	7

### **BAB II LANDASAN TEORI**

2.1. Promosi .....	9
2.1.1. Pengertian Promosi .....	9
2.1.2. Bauran Promosi .....	9

2.1.3. Media Promosi .....	11
2.1.4. <i>Sales Promotion</i> .....	15
2.2. Periklanan .....	18
2.2.1. Pengertian Periklanan.....	18
2.2.2. Strategi Periklanan .....	18
2.2.3. Tujuan Periklanan .....	19
2.3. Jamu .....	20
2.3.1. Sejarah Jamu .....	20
2.4. Desain Komunikasi Visual .....	21
2.5. Tipografi .....	24
2.6. Fotografi .....	25
2.7. Ilustrasi .....	27

### **BAB III ANALISI DATA**

3.1. Data Permasalahan .....	29
3.1.1. Analisis Permasalahan .....	29
3.1.2. Data Wawancara .....	31
3.1.3. Data Kuesioner .....	32
3.1.4. Data Studi Literasi .....	35
3.1.5. Analisa Pemetaan Masalah dengan 5W+2H.....	36
3.1.6. Analisis SWOT.....	38
3.2. Data Target .....	39
3.2.1. Analisis Target .....	42
3.2.2. Studi Indikator .....	50
3.2.3. Referensi Visual.....	51
3.2.4. Referensi Desain .....	52
3.2.5. Bagan Preferensi Visual .....	53
3.2.6. <i>Consumer Insight</i> .....	54
3.2.7. <i>Keyword</i> (Kata Kunci) .....	54
3.3. <i>What to Say</i> .....	55

## **BAB IV PERANCANGAN**

4.1. Konsep Komunikasi .....	56
4.2. Konsep Kreatif .....	56
4.2.1. Strategi Visual .....	56
4.2.2. Strategi Verbal .....	58
4.3. Konsep Media .....	58
4.3.1. Media Utama.....	58
4.3.2. Media Pendukung .....	59
4.3.3. Strategi Perencanaan Media.....	59
4.3.4. Jadwal Media dan <i>Budgetting</i> .....	61
4.4. Visualisasi .....	64

## **BAB V PENUTUP**

5.1. SIMPULAN .....	73
5.2. SARAN .....	73

<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>74</b>
-----------------------------	-----------

<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>76</b>
-----------------------	-----------

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1.1. Kerangka Perancangan .....	5
Gambar 2.1. Bagan Elemen dan Prinsip Desain .....	22
Gambar 2.2. Line Art .....	28
Gambar 3.1. Perubahan Desain Kemasan Hekeukun .....	31
Gambar 3.2. Infografis Hasil Kuesioner 2 .....	33
Gambar 3.3. <i>Consumer Journey</i> .....	49
Gambar 3.4. Studi Indikator.....	50
Gambar 3.5. Referensi Visual .....	51
Gambar 3.6. Referensi Desain .....	52
Gambar 3.7. Bagan Preferensi Visual.....	53
Gambar 4.1. Palet Warna .....	57
Gambar 4.2. Tipografi.....	57
Gambar 4.3. Sosial Media Instagram.....	64
Gambar 4.4. Poster.....	65
Gambar 4.5. Pamflet .....	66
Gambar 4.6. Ambient.....	67
Gambar 4.7. Poster Sales Promo .....	68
Gambar 4.8. <i>Wobbler</i> .....	69
Gambar 4.9. <i>Booth</i> .....	70
Gambar 4.10. TVC / Youtube Ads.....	71
Gambar 4.11. <i>Merchandise</i> .....	72

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 3.1. Analisa 5W2H.....	36
Tabel 3.2. <i>Consumer Journey</i> 1 .....	41
Tabel 3.3. <i>Consumer Journey</i> 2 .....	42
Tabel 3.4. <i>Consumer Journey</i> 3 .....	43
Tabel 3.5. <i>Consumer Journey</i> 4 .....	45
Tabel 3.6. <i>Consumer Journey</i> 5 .....	46
Tabel 3.7. Tabel Penggunaan Media Utama .....	47
Tabel 3.8. Tabel Penggunaan Media Pendukung.....	47
Tabel 4.1. Tabel Tahapan Media.....	59
Tabel 4.2. Jadwal Media .....	62
Tabel 4.3. <i>Budgeting Media</i> .....	62

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1. Tabel KWHL

Lampiran 2. Dokumentasi Wawancara

Lampiran 3. Alternatif Desain

Lampiran 4. Dokumentasi Sidang Tugas Akhir