



**IMPLEMENTASI MEDIA PROMOSI SEBAGAI UPAYA
DALAM MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS*
MAFIA CAKE & BAKERY DI KOTA SEMARANG**

TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai Salah satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Terapan Program Studi STr. Informasi dan Humas Sekolah Vokasi
Universitas Diponegoro Semarang

Oleh :
Shamara Radhiyya Irsyad
40020621650206

**PROGRAM STUDI STr. INFORMASI DAN HUMAS
SEKOLAH VOKASI
UNIVERSITAS DIPONEGORO
2025**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan sebenarnya, penulis menyatakan bahwa skripsi ini disusun tanpa menggunakan hasil penelitian baik untuk gelar sarjana atau diploma yang sudah ada di universitas lain maupun penelitian lainnya. Penulis juga menegaskan bahwa skripsi ini tidak menggunakan materi dari publikasi atau tulisan orang lain, kecuali yang telah disebutkan dalam rujukan dan Daftar Pustaka. Penulis bersedia menerima sanksi jika terbukti melakukan plagiarisme atau penjiplakan.

Nama : Shamara Radhiyya Irsyad

NIM : 40020621650206

Tanda Tangan :



Tanggal : 14 Agustus 2025

HALAMAN PERSETUJUAN

TUGAS AKHIR

IMPLEMENTASI MEDIA PROMOSI SEBAGAI UPAYA DALAM MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* MAFIA CAKE & BAKERY DI KOTA SEMARANG

Oleh

Shamara Radhiyya Irsyad

40020621650206

Semarang, 14 Agustus 2025

Disetujui oleh,

Dosen Pembimbing



Arifa Rachma Febriyani, S.I.Kom, M.I.Kom

NIP 199202122020122022

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh

Nama : Shamara Radhiyya Irsyad
NIM : 40020621650206
Program Studi : D4 – Informasi dan Humas
Judul Tugas Akhir : **IMPLEMENTASI MEDIA PROMOSI SEBAGAI
UPAYA DALAM MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* MAFIA
CAKE & BAKERY DI KOTA SEMARANG**

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan (STr.) pada Program Studi Sarjana Terapan Informasi dan Humas Sekolah Vokasi, Universitas Diponegoro.

TIM PENGUJI

Pembimbing : Arifa Rachma Febriyani, S.I.Kom, M.I.Kom (.....)

Penguji I : Nur Laili Mardhiyani, S.I.Kom, M.I.Kom (.....)

Penguji II : Yofiendi Indah Indainanto, S.I.Kom, M.I.Kom (.....)

Semarang, 14 Agustus 2025

Ketua Prodi Informasi dan Humas,


Arifa Rachma Febriyani S.I.Kom., M.I.Kom.
NIP. 199202122020122022

KATA PENGANTAR

Puji dan rasa syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberi rahmat dan karunia-Nya, sehigga Tugas Akhir yang berjudul “IMPLEMENTASI MEDIA PROMOSI SEBAGAI UPAYA DALAM MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* MAFIA CAKE & BAKERY DI KOTA SEMARANG” dapat diselesaikan dengan lancar. Tugas Akhir ini disusun sebagai syarat kelulusan program Sarjana Terapan pada Program Studi Informasi dan Humas, Sekolah Vokasi, Universitas Diponegoro.

Tugas ini membahas mengenai perencanaan dan implementasi media promosi yang ditujukan untuk meningkatkan *brand awareness* terhadap salah satu UMKM di Kota Semarang, yaitu Mafia Cake & Bakery. Penulis berharap karya ini dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan strategi komunikasi pemasaran, khususnya dalam konteks usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Adapun pembahasan dari proyek Tugas Akhir ini terdapat 5 (lima) BAB, dengan penyusunan sebagai berikut:

BAB I dalam tugas akhir ini menjelaskan latar belakang permasalahan, rumusan masalah, tujuan, manfaat, dan rencana karya bidang,

BAB II membahas tinjauan pustaka dan landasan teori yang relevan dengan tema media promosi dan *brand awareness*,

BAB III menjelaskan metodologi pelaksanaan dalam perancangan media promosi,

BAB IV menguraikan proses perancangan dan hasil implementasi media promosi, serta analisis efektivitasnya berdasarkan survei, dan

BAB V berisi kesimpulan dan saran berdasarkan hasil karya dan pengamatan selama proses implementasi.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih memiliki keterbatasan. Oleh karena itu, saran dan kritik yang membangun sangat diharapkan. Semoga tugas akhir ini dapat menjadi inspirasi dan referensi bagi para pembaca serta memberikan kontribusi positif bagi perkembangan UMKM Mafia Cake & Bakery.

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“My doctor said we can’t choose where we come from but we can choose where we go from there. I know it’s not all the answers but it was enough to start putting these pieces together.” (Charlie – The Perks of Being a Wallflower)

PERSEMBAHAN

Tugas Akhir ini saya persembahkan untuk:

- 1. Keluarga besar Informasi dan Humas, segenap civitas akademika, beserta para dosen yang sudah dengan tulus hati membimbing saya selama di bangku perkuliahan sehingga saya dapat menuntaskan masa studi dengan baik.*
- 2. Keluarga tercinta, Bunda, Ayah, dan Adik yang senantiasa memberi dukungan dan doa hingga saya dapat berada di titik ini.*
- 3. Kepada diri saya sendiri, yang sudah berhasil menempuh perjalanan panjang penuh rintangan dan cobaan dengan kekuatan dan asa yang tidak pernah putus.*

UCAPAN TERIMA KASIH

Segala puji dan rasa syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penyusunan Tugas Akhir ini dapat diselesaikan dengan baik. Dalam proses penyusunannya, penulis memperoleh banyak arahan, doa, serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan penghargaan dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT, atas berkah, rahmat dan kekuatan yang telah diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan lancar.
2. Ayah, Bunda, Adik penulis, serta keluarga besar penulis yang selalu memberikan doa, dukungan, serta menjadi sumber motivasi dalam perjalanan akademik penulis.
3. Mbak Arifa Rachma Febriyani, S.I.Kom, M.I.Kom, selaku dosen pembimbing, yang telah memberikan arahan, bimbingan, dan masukan yang sangat berarti selama proses penyusunan Tugas Akhir ini.
4. Mbak Nur Laili Mardhiyani S.I.Kom, M.I.Kom, dan Mas Yofiendi Indah Indainanto S.I.Kom, M.I.Kom, selaku dosen penguji 1 dan 2, yang telah memberikan kritik dan saran yang membangun guna menyempurnakan hasil dari Tugas Akhir ini.
5. Kak Aristania Indah, selaku pemilik Mafia Cake & Bakery, yang telah memberikan kesempatan penulis untuk bekerjasama sebagai klien dalam Tugas Akhir ini.
6. Syafira dan Irma, kedua teman grup “trio pejuang masa depan”, yang senantiasa bersama penulis dalam menempuh rintangan akademik ini hingga akhir.
7. Novella dan Rafa, kedua teman virtual yang tidak hentinya memberi dukungan, kekuatan, dan motivasi bagi penulis selama proses penyusunan Tugas Akhir ini.
8. Jenyke, teman seperbimbingan yang selalu bahu-membahu dengan penulis selama pengerjaan Tugas Akhir ini.

9. Teman-teman tercinta yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, terima kasih telah menjadi penyemangat serta pelukis senyum dalam perjalanan ini.
10. Diri saya sendiri, Shamara Radhiyya Irsyad, terima kasih telah terus bangkit pada tiap cobaan serta mempertahankan keyakinan dan harapan yang tidak pernah putus.

ABSTRAK

Pertumbuhan UMKM di Kota Semarang semakin meningkat, menuntut pelaku usaha untuk memiliki strategi promosi yang efektif guna membangun *brand awareness*. Mafia Cake & Bakery, salah satu UMKM di bidang bakery, menghadapi tantangan dalam membangun kesadaran merek akibat strategi promosi yang terbatas, identitas visual yang lemah, dan kemasan produk yang sederhana. Berdasarkan pra-survei, tingkat *brand awareness* berada pada angka 75,5% dan *brand recognition* sebesar 50%. Tugas Akhir ini bertujuan merancang media promosi strategis yang selaras dengan identitas merek untuk meningkatkan daya saing di tengah persaingan pasar bakery. Metode yang digunakan meliputi analisis permasalahan, perancangan media, serta evaluasi melalui pra-survei dan pasca-survei terhadap responden, dengan uji coba dilakukan pada kegiatan Car Free Day di Tembalang. Hasil menunjukkan peningkatan *brand awareness* menjadi 87% dan *brand recognition* menjadi 69,8% setelah media promosi diperkenalkan. Penelitian ini membuktikan bahwa media promosi yang dirancang secara konsisten dan terarah efektif meningkatkan *brand awareness* UMKM.

Kata Kunci: UMKM Semarang, Media Promosi Cetak, Brand Awareness, Brand Recognition, Mafia Cake & Bakery

ABSTRACT

The growth of MSMEs in Semarang City continues to rise, compelling business owners to adopt effective promotional strategies to build brand awareness. Mafia Cake & Bakery, one of the MSMEs in the bakery sector, faces challenges in establishing brand awareness due to limited promotional strategies, weak visual identity, and simple product packaging. Based on the pre-survey, the brand awareness level was recorded at 75.5%, while brand recognition stood at 50%. This final project aims to design strategic promotional media aligned with the brand's identity to enhance competitiveness in the highly competitive bakery market. The methods employed include problem analysis, media design, and evaluation through pre- and post-surveys of respondents, with trials conducted during the Car Free Day event in Tembalang. The results show an increase in brand awareness to 87% and brand recognition to 69.8% after the promotional media was introduced. This study proves that a consistent and well-directed promotional media is effective in improving the brand awareness of MSMEs.

Keywords: Semarang MSME, Print Promotional Media, Brand Awareness, Brand Recognition, Mafia Cake & Bakery

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vi
UCAPAN TERIMA KASIH.....	vii
ABSTRAK.....	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	13
1.3 Tujuan	13
1.4 Manfaat Penelitian	13
1.5 Luaran	14
BAB II KAJIAN TEORI	16
2.1 Kajian karya terdahulu.....	16
2.2 Landasan Teori	17
2.2.1 <i>Public Relations</i>	17
2.2.2 <i>Media Public Relations</i>	18
2.2.3 <i>Media Promosi</i>	18
2.2.4 <i>Brand Awareness</i>	19
2.2.5 <i>Desain Grafis</i>	21
BAB III METODE PENELITIAN	25
3.1 Profil Klien	25
3.2 Segmentasi Pasar	25
3.3 Metode Pelaksanaan.....	25

3.3.1 Pra-Produksi.....	25
3.3.2 Produksi.....	26
3.3.2 Pasca-Produksi	26
3.4 Konsep Penciptaan Karya	27
3.4.1 Elemen Visual	27
3.4.2 Rancangan Karya.....	30
3.5 Tata Cara Pembuatan.....	38
3.6 Proses Pengujian	45
3.7 Timeline Pelaksanaan	45
3.9 KPI (Key Performance Indicator)	47
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	49
4.1 Gambaran Umum Permasalahan	49
4.2 Analisis Masalah.....	50
4.3 Proses Pembuatan Karya Bidang.....	51
4.3.1 Pra-Produksi.....	51
4.3.2 Produksi.....	52
4.3.3 Pasca-Produksi	58
4.4 Hasil Review dan Evaluasi Karya	60
4.5 Kendala Pengkaryaan.....	68
4.6 Keberlanjutan Karya	68
BAB V PENUTUP	70
5.1 Kesimpulan.....	70
5.2 Saran.....	71
DAFTAR PUSTAKA.....	72
LAMPIRAN	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data UMKM binaan se-Jawa Tengah (Kab.Kota) TW IV 2024.....	2
Gambar 1. 2 Data Pertumbuhan UMKM Kota Semarang Tahun 2020-2023.....	3
Gambar 1. 3 Logo Mafia Cake & Bakery	7
Gambar 1. 4 Bungkus Kemasan Mafia Cake & Bakery	8
Gambar 1. 5 Diagram Hasil Responden Mendengar UMKM Mafia Cake & Bakery	8
Gambar 1. 6 Diagram Hasil Responden Asal Informasi Mengetahui UMKM Mafia Cake & Bakery	9
Gambar 1. 7 Diagram Faktor yang Memengaruhi Keputusan Responden Membeli Produk Bakery	10
Gambar 1. 8 Diagram Minat Responden terhadap Produk Bakery dengan Brand Identity yang Kuat	11
Gambar 1. 9 Diagram Rancangan Media Promosi Menurut Responden	12
Gambar 3. 1 Colour Palette	28
Gambar 3. 2 Font Magnolia Script	28
Gambar 3. 3 Font Cherry Bomb One	28
Gambar 3. 4 Font Futura	29
Gambar 3. 5 Logo Lama UMKM	29
Gambar 3. 6 Logo Baru UMKM	29
Gambar 3. 7 Desain Logo Mafia Cake & Bakery	30
Gambar 3. 8 Sisi Depan Desain Layout Brosur	31
Gambar 3. 9 Sisi Belakang Desain Layout Brosur	32
Gambar 3. 10 Desain Kemasan Box	33
Gambar 3. 11 Desain Paper Bag	34
Gambar 3. 12 Desain Totebag	35
Gambar 3. 13 Tampak Depan Desain Tumbler	36
Gambar 3. 14 Tampak Belakang Desain Tumbler	36
Gambar 3. 15 Desain Banner	37
Gambar 3. 16 Desain Y-Banner	38
Gambar 4. 1 Penentuan Ukuran Kanvas untuk Desain Logo	53
Gambar 4. 2 Penentuan Warna Dasar Logo	53
Gambar 4. 3 Tipografi Utama UMKM	54
Gambar 4. 4 Hasil Akhir Desain Logo	55
Gambar 4. 5 Hasil Cetak Desain Kemasan Box	56
Gambar 4. 6 Desain Awal Kemasan Box	57
Gambar 4. 7 Desain Akhir Kemasan Box	57
Gambar 4. 8 Dokumentasi Hasil Produksi 1	58

Gambar 4. 9 Dokumentasi Hasil Produksi 2	58
Gambar 4. 10 Serah Terima Hasil Produksi dengan Klien	59
Gambar 4. 11 Pembagian Brosur Kepada Pengunjung CFD	59
Gambar 4. 12 Hasil Jawaban Post-Test Mengenai Awareness UMKM	60
Gambar 4. 13 Pilihan Gambar Logo 1 pada Pertanyaan Terkait Brand Recognition	62
Gambar 4. 14 Pilihan Gambar Logo 2 pada Pertanyaan Terkait Brand Recognition	62
Gambar 4. 15 Pilihan Gambar Logo 3 pada Pertanyaan Terkait Brand Recognition	62
Gambar 4. 16 Pilihan Gambar Logo 4 pada Pertanyaan Terkait Brand Recognition	62
Gambar 4. 17 Hasil Jawaban Post-Test mengenai Brand Recognition sebelum Dikenali Media Promosi	63
Gambar 4. 18 Hasil Jawaban Post-Test mengenai Brand Recognition setelah Dikenali Media Promosi	63
Gambar 4. 19 Jawaban mengenai Kejelasan Informasi pada Brosur	64
Gambar 4. 20 Jawaban Kesan Responden Terhadap Desain Brosur	65
Gambar 4. 21 Jawaban Kesan Responden Terhadap Desain Kemasan	66
Gambar 4. 22 Jawaban Kesan Responden Terhadap Desain Merchandise	66
Gambar 4. 23 Jawaban Kesan Responden Terhadap Desain Banner	67

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Analisis Riset Kompetitor.....	6
Tabel 2. 1 Kategori Luaran Tugas Akhir sebagai Alat Promosi	19
Tabel 2. 2 Perbedaan Elemen Grafis dan Elemen Dekoratif.....	23
Tabel 3. 1 Timeline Pelaksanaan.....	46
Tabel 3. 2 Rancangan Anggaran Dana.....	47
Tabel 4. 1 Perbandingan Desain Awal dan Desain Akhir Kemasan Box	57
Tabel 4. 2 Gambar Pilihan Logo yang Benar untuk Pertanyaan Post-Test Terkait Brand Recognition	62