

**PERANCANGAN APLIKASI UNTUK PENGEMBANGAN PEMASARAN DIGITAL  
USAHA KECIL MENENGAH (UKM) MAKANAN RINGAN KHAS SOLO BERBASIS  
MOBILE APPLICATION**



**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL  
FAKULTAS ARSITEKTUR DAN DESAIN  
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA  
SEMARANG  
2022**

**LAPORAN TUGAS AKHIR**  
**PERANCANGAN APLIKASI UNTUK PENGEMBANGAN PEMASARAN DIGITAL**  
**USAHA KECIL MENENGAH (UKM) MAKANAN RINGAN KHAS SOLO BERBASIS**  
**MOBILE APPLICATION**

**Diajukan dalam Rangka Memenuhi**  
**Salah Satu Syarat Memperoleh**  
**Gelar S.Ds**



**Kevin Aditya Susanto**  
**18.L1.0014**

**Pembimbing:**

**Maya Putri Utami H. Angelia, S.Sn**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL**  
**FAKULTAS ARSITEKTUR DAN DESAIN**  
**UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA**  
**SEMARANG**  
**2022**

## HALAMAN PENGESAHAN



Judul Tugas Akhir : PERANCANGAN APLIKASI UNTUK PENGEMBANGAN PEMASARAN  
DIGITAL USAHA KECIL MENENGAH (UKM) MAKANAN RINGAN  
KHAS SOLO BERBASIS MOBILE APPLICATION

Diajukan oleh : Kevin Aditya Susanto

NIM : 18.L1.0014

Tanggal disetujui : 29 Juni 2022

Telah disetujui oleh

Pembimbing : Maya Putri Utami S.Sn., M.Sn.

Penguji 1 : Peter Ardhiyanto S.Sn., M.Sn., Ph.D.

Penguji 2 : Arwin Purnama Jati S.Sn., MA

Ketua Program Studi : Bayu Widiatoro S.T., M.Sn

Dekan : Dra. B. Tyas Susanti M.A., Ph.D

Halaman ini merupakan halaman yang sah dan dapat diverifikasi melalui alamat di bawah ini.

[sintak.unika.ac.id/skripsi/verifikasi/?id=18.L1.0014](http://sintak.unika.ac.id/skripsi/verifikasi/?id=18.L1.0014)

## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Kevin Aditya Susanto

NIM : 18.L1.0014

Progdi / Konsentrasi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Fakultas Arsitektur dan Desain

Dengan ini menyatakan bahwa Laporan Tugas Akhir dengan judul “Perancangan Aplikasi untuk Pengembangan Pemasaran Digital Usaha Kecil Menengah (UKM) Makanan Ringan Khas Solo Berbasis *Mobile Application*” tersebut bebas plagiasi. Akan tetapi bila terbukti melakukan plagiasi maka bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Semarang, 29 Juni 2022

Yang menyatakan,



Kevin Aditya Susanto

**HALAMAN PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH  
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Kevin Aditya Susanto

NIM : 18.L1.0014

Progdi / Konsentrasi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Fakultas Arsitektur dan Desain

Menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Katolik Soegijapranata Semarang Hak Bebas Royalti Non Eksklusif atas karya ilmiah yang berjudul “Perancangan Aplikasi untuk Pengembangan Pemasaran Digital Usaha Kecil Menengah (UKM) Makanan Ringan Khas Solo Berbasis *Mobile Application*” beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif ini Universitas Katolik Soegijapranata berhak menyimpan, mengalihkan media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir ini selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis / pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Semarang, 29 Juni 2022

Yang menyatakan,



Kevin Aditya Susanto

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan kasih-Nya yang tak hentinya penulis rasakan setiap harinya. Penulis juga boleh diberikan kesempatan untuk menyelesaikan proyek tugas akhir desain komunikasi visual dengan judul “Perancangan Aplikasi untuk Pengembangan Pemasaran Digital Usaha Kecil Menengah (UKM) Makanan Ringan Khas Solo Berbasis *Mobile Application*” dengan baik.

Dalam proses pembuatan proyek akhir ini penulis mendapat pengajaran, bimbingan, dukungan serta bantuan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak. Untuk itu penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Bayu Widiantoro S.T., M.Sn, selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Soegijapranata Semarang.
2. Dra. B. Tyas Susanti M.A., Ph.D, selaku Dekan Fakultas Arsitektur dan Desain Universitas Soegijapranata Semarang.
3. Ibu Maya Putri Utami S.Sn., M.Sn., selaku Dosen Pembimbing yang meluangkan waktunya untuk membimbing, memberi masukan serta bantuan selama penulis menempuh perancangan proyek tugas akhir ini di Universitas Soegijapranata.
4. Kedua orang tua penulis, Rudi Susanto dan Linda Anggraini Susanto, untuk merekalah perancangan tugas akhir ini penulis persembahkan. Terima kasih atas tiap kasih sayang serta perhatian yang diberikan kepada penulis walau kerap kali terpisah oleh jarak namun doa mereka selalu menyertai langkah penulis dalam menjalani kehidupan dari kecil hingga bisa mencapai ke titik yang sekarang ini.
5. Tak lupa juga teruntuk saudara kandung bro Krispeb yang meskipun berjauhan tetap selalu berbagi cerita melalui media sosial.
6. Terima kasih juga teruntuk keluarga besar penulis yang tetap menemani perjalanan kehidupan penulis dan mendukung selalu.
7. Sahabat penulis sejak SMA maupun dari awal kuliah yang sudah menemani sampai sejauh ini, berbagi cerita bersama, walau terkadang terdapat masalah tapi penulis harap kita tetap solid hingga waktu yang memisahkan.
8. Teman-teman satu kepengurusan dalam persekutuan pemuda GKI Coyudan dimana dalam kesibukan masing-masing masih bisa untuk semangat dalam melakukan kewajiban masing-masing dalam tiap pelayanannya.

9. Para pelaku usaha makanan ringan di Pasar Gede Solo yang telah bersedia membantu memberikan informasi dalam pengumpulan data dari perancangan tugas akhir milik penulis ini.
10. Kucing kost-an “Gembul” yang tiba-tiba muncul didepan pintu kost ketika penulis keluar untuk mencari makan siang. Selalu menanti di depan pintu dan bisa menghibur hati penulis saat penat dengan kegiatan yang ada.

Sebagai seorang manusia penulis juga menyadari masih terdapat kekurangan pada hasil proyek tugas akhir ini dikarenakan terbatasnya pengetahuan dari penulis. Maka untuk segala kesalahan dan kekurangan yang ada, penulis memohon maaf sebelumnya dan bersedia menerima kritik dan saran yang membangun untuk kedepannya.

Terakhir, harapan penulis adalah agar rancangan ini dapat bermanfaat bagi UKM makanan ringan diharapkan dapat lebih mengenalkan cara agar UKM makanan ringan dapat mengembangkan pemasaran produk mereka di pasar digital dan mempermudah mereka untuk mengakses informasi seputar pemasaran digital. Serta bermanfaat untuk semua pihak yang tertarik terjun ke dunia pasar digital.

Semarang, 29 Juni 2022



Kevin Aditya Susanto

## ABSTRAK

Masa pandemi covid-19 di Indonesia kini sudah mengalami penurunan kasus dan sudah dapat ditangani, masyarakat memasuki fase new normal dimana mereka harus beradaptasi dengan hal baru, demikian pula para pelaku Usaha Kecil Menengah (UKM). Pelaku UKM kini disarankan untuk masuk ke pasar digital agar dapat mengembangkan pemasaran dan bertahan di tengah perkembangan era globalisasi. Fiki Satari memaparkan data bahwa pada tahun 2021 pelaku UMKM yang sudah terjun ke pasar digital mencapai angka 12 juta UMKM, namun ada tantangan lain yang muncul selain mendorong tiap pelaku UMKM untuk masuk ke pasar digital melainkan juga pelaku usaha harus menyadari beberapa tantangan yang ada serta mencari solusinya, memiliki keinginan yang berkembang agar usaha mereka tetap bertahan seiring perkembangan zaman.

Oleh karena itu perancangan aplikasi ini bertujuan untuk memudahkan pelaku UKM terkhusus yang bergerak di bidang usaha makanan ringan khas Solo dalam mengakses informasi guna menjawab pemecahan solusi dari masalah yang mereka hadapi ketika melakukan penjualan secara digital, serta memberikan sarana edukasi agar pelaku UKM makanan ringan khas Solo dapat memaksimalkan penggunaan teknologi dalam mendukung perkembangan pemasaran produk mereka.

**Kata kunci : Digitalisasi, UMKM, Pemasaran, Makanan Ringan, Aplikasi**

## **ABSTRACT**

The Covid-19 pandemic in Indonesia has now experienced a decline in cases and can be handled, people are entering a new normal phase where they have to adapt to new things, as well as Small and Medium Enterprises (SMEs). SMEs are now advised to enter the digital market in order to develop marketing and survive in the midst of the development of the globalization era. Fiki Satari presented data that in 2021 (Micro, Small and Medium Enterprises (MSME) players who have entered the digital market will reach 12 million MSMEs, but there are other challenges that arise besides encouraging each MSME actor to enter the digital market but also business actors must be aware of the challenges that exist and seek The solution is to have a growing desire for their business to survive with the times.

Therefore, the design of this application aims to make it easier for SMEs, especially those engaged in the Solo specialty snack business, to access information in order to answer solutions to the problems they face when selling digitally, as well as provide educational facilities so that SMEs for typical Solo snacks can maximize the use of technology in supporting the development of their product marketing.

**Keywords: Digitization, MSMEs, Marketing, Snacks, Application**



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PENGESAHAN</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH</b>	<b>ii</b>
<b>UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBA</b>	<b>x</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	<b>1</b>
1.1 LATAR BELAKANG	1
1.2 IDENTIFIKASI MASALAH	2
1.3 PEMBATAHAN MASALAH	2
1.3.1 Ruang Lingkup Pembahasan	2
1.3.2 Pembatasan Wilayah	2
1.3.3 Target Sasaran	3
1.4 RUMUSAN MASALAH	3
1.5 TUJUAN PERANCANGAN	3
1.6 MANFAAT PERANCANGAN	3
1.7 METODE PERANCANGAN	3
1.7.1 Model Perancangan	3
1.7.2 Prosedur Riset Perancangan	4
1.7.3 Analisis Data	5
<b>BAB II TINJAUAN UMUM</b>	<b>6</b>
A. TINJAUAN PUSTAKA	6
B. KOMPARASI DESAIN	6
C. LANDASAN TEORI	8
2.1 User Interface Design (UID)	8
2.2 Teori Desain Komunikasi Visual	8
2.3 Elemen Komunikasi Visual	9
2.3.1 Ilustrasi	9
2.3.2 Tata Letak (Layout)	10
2.3.3 Tipografi	11
2.3.4 Pengertian Warna	13
<b>BAB III STRATEGI KOMUNIKASI</b>	<b>15</b>
3.1 Analisis data	15

3.1.1 Analisis berita dan artikel	15
3.1.2 Analisis SWOT	16
3.1.3 Analisis Observasi	17
3.1.4 Analisis wawancara	18
3.2 Sasaran khalayak	20
3.2.1 Geografis	20
3.2.2 Demografis	20
3.2.3 Psikografis	20
3.3 Strategi komunikasi	20
3.4 Strategi media	21
3.4.1 Media utama	21
3.4.2 Media Promosi	21
3.5 Konsep Perancangan	21
3.5.1 Judul Aplikasi	21
3.5.2 Bahasa Aplikasi	21
3.5.3 Bentuk Aplikasi	21
3.5.4 Tone and Manner	21
<b>BAB IV STRATEGI KREATIF</b>	<b>22</b>
4.1 Konsep Verbal	22
4.1.1 Konsep Nama Aplikasi	22
4.1.2 Gaya Bahasa	22
4.2 Konsep Visual	22
4.2.1 Warna	22
4.2.2 Tipografi	22
4.2.3 Logo	24
4.3 Visualisasi Desain	24
4.3.1 Sketsa UI	24
4.3.2 Digitalisasi UI	25
4.3.3 Media Pendukung	29
<b>BAB V PENUTUP</b>	<b>30</b>
5.1 Kesimpulan	30
5.2 Saran	30
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	<b>31</b>
<b>LAMPIRAN</b>	<b>34</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Karya Milik Reynaldi, A	7
Gambar 2. 2 Karya Milik Agus Muhyidin, M, Afif Sulhan, M dan Sevtiana, A	7
Gambar 3. 1 Foto suasana usaha makanan ringan di Pasar Gede Solo	17
Gambar 3. 2 Foto suasana usaha makanan ringan di pinggir jalan Jend. Urip Sumoharjo	18
Gambar 3. 3 Gambaran Desain	20
Gambar 4. 1 Palet Warna yang Digunakan dalam Perancangan	22
Gambar 4. 2 Typeface Mont Heavy DEMO	23
Gambar 4. 3 Typeface Rubik Regular	23
Gambar 4. 4 Typeface Nunito Regular	23
Gambar 4. 5 Bentuk Logo	24
Gambar 4. 6 Sketsa UI Main Page	24
Gambar 4. 7 Prototype Workflow “UNLOCK”	25
Gambar 4. 8 Tampilan Pendaftaran Pengguna	25
Gambar 4. 9 Tampilan Depan Main Page “UNLOCK”	26
Gambar 4. 10 Tampilan UI Beranda “UNLOCK”	26
Gambar 4. 11 Tampilan UI Edukasi “UNLOCK”	27
Gambar 4. 12 Tampilan UI Artikel “UNLOCK”	28
Gambar 4. 13 Tampilan UI Profill “UNLOCK”	28
Gambar 4. 14 X Banner “UNLOCK”	29
Gambar 4. 15 Merchandise “UNLOCK”	29