

PENERAPAN AIDA DALAM PERANCANGAN DESAIN VISUAL BANNER APLIKASI AKSESMU SEBAGAI MEDIA PROMOSI PT SUMBER TRIJAYA LESTARI

BAGAS DWI SAPUTRA



**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DIGITAL DAN MEDIA
SEKOLAH VOKASI
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025**

PERNYATAAN MENGENAI LAPORAN AKHIR DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa laporan akhir dengan judul “Penerapan AIDA dalam Perancangan Desain Visual *Banner* Aplikasi Aksesmu sebagai Media Promosi PT Sumber Trijaya Lestari” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir laporan akhir ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Juli 2025

Bagas Dwi Saputra
J0301211357

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



RINGKASAN

BAGAS DWI SAPUTRA. Penerapan AIDA dalam Perancangan Desain Visual *Banner* Aplikasi Aksesmu sebagai Media Promosi PT. Sumber Trijaya Lestari. Dibimbing oleh AMIRUDDIN SALEH.

Perkembangan media digital mendorong perusahaan untuk mengoptimalkan strategi komunikasi visual dalam promosi produk, salah satunya melalui desain *banner* aplikasi. PT Sumber Trijaya Lestari sebagai perusahaan retail digital memanfaatkan aplikasi Aksesmu untuk menjangkau konsumen, khususnya pemilik warung sebagai target utama. Untuk memperkuat efektivitas promosi pada platform tersebut, diperlukan desain *banner* yang tidak hanya menarik secara estetika tetapi juga mampu menyampaikan pesan secara persuasif dan terarah.

Proyek akhir ini bertujuan untuk meningkatkan efektivitas promosi dan penjualan produk melalui penerapan teori AIDA (Attention, Interest, Desire, Action) dalam perancangan desain visual *banner* promosi. Proses perancangan dilakukan secara mandiri melalui tahapan: pemahaman karakteristik platform digital, penyusunan konsep desain berbasis AIDA, pencarian referensi visual, dan pembuatan moodboard.

Tahap produksi melibatkan penggunaan Adobe Photoshop untuk menyusun layout, warna, elemen visual, dan tipografi, serta penerapan teknik seperti *layering*, *masking*, dan *blending*. Hasil desain kemudian dievaluasi bersama mitra perusahaan untuk memastikan kesesuaian pesan, daya tarik visual, dan efektivitas promosi.

Hasil akhir proyek berupa empat desain *banner*: tiga *banner* produk dari PT Frisian Flag Indonesia, PT Agel Langgeng, dan PT Glico Indonesia, serta satu *banner pop-up* promosi PT Sumber Trijaya Lestari. Seluruh *banner* dianalisis menggunakan pendekatan AIDA untuk memastikan setiap elemen visual mampu memenuhi fungsinya dalam menarik perhatian dan mendorong aksi pembelian.

Saran dari proyek ini adalah pentingnya menyiapkan elemen-elemen pendukung seperti gambar produk dengan kualitas tinggi dan resolusi yang baik, agar hasil desain terlihat profesional dan efektif dalam menarik minat pemilik warung sebagai audiens utama. Proyek ini diharapkan dapat menjadi acuan dalam penerapan strategi komunikasi visual berbasis teori AIDA untuk promosi digital yang lebih efektif.

Dengan adanya penerapan teori AIDA dalam proyek ini, dapat disimpulkan bahwa desain visual yang disusun secara terstruktur dan strategis mampu menjadi alat komunikasi yang kuat dalam mempengaruhi perilaku konsumen. Pendekatan ini tidak hanya relevan untuk promosi melalui aplikasi digital, tetapi juga dapat diterapkan pada berbagai media visual lainnya guna memperkuat pesan merek dan meningkatkan daya saing perusahaan di era digital yang terus berkembang.

Kata Kunci: aksesmu, aplikasi, desain, iklan



SUMMARY

BAGAS DWI SAPUTRA. Implementation of AIDA in the Design of Visual Banners on the Aksesmu Application as a Promotional Media for PT. Sumber Trijaya Lestari. Supervised by AMIRUDDIN SALEH.

The development of digital media has driven companies to optimize their visual communication strategies in product promotion, one of which is through the design of application banners. PT Sumber Trijaya Lestari, a digital retail company, utilizes the AKSESMU application to reach consumers, particularly small shop (warung) owners as its main target audience. To enhance the effectiveness of promotions on this platform, banner designs are required not only to be aesthetically appealing but also to deliver persuasive and targeted messages.

This final project aims to improve the effectiveness of product promotion and sales through the application of the AIDA theory (Attention, Interest, Desire, Action) in the design of promotional visual banners. The design process was carried out independently through several stages: understanding the characteristics of the digital platform, developing design concepts based on AIDA, sourcing visual references, and creating a moodboard.

The production stage involved using Adobe Photoshop to compose layouts, color schemes, visual elements, and typography, as well as applying techniques such as layering, masking, and blending. The final designs were then evaluated in collaboration with the company partner to ensure the clarity of the message, visual appeal, and promotional effectiveness.

The final output of this project consists of four banner designs: three product banners for PT Frisian Flag Indonesia, PT Agel Langgeng, and PT Glico Indonesia, and one promotional pop-up banner for PT Sumber Trijaya Lestari. All banners were analyzed using the AIDA approach to ensure that each visual element fulfills its function in capturing attention and encouraging purchasing actions.

One recommendation from this project is the importance of preparing supporting elements, such as high-quality and high-resolution product images, to ensure that the final designs appear professional and effectively attract the interest of small shop owners as the main audience. This project is expected to serve as a reference for implementing AIDA-based visual communication strategies for more effective digital promotion.

Through the application of AIDA theory in this project, it can be concluded that well-structured and strategically designed visual content can serve as a powerful communication tool to influence consumer behavior. This approach is not only relevant for digital application-based promotions but can also be applied across various other visual media to strengthen brand messaging and enhance a company's competitiveness in the evolving digital era.

Keywords: advertisement, aksesmu, application, design



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2025
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.

PENERAPAN AIDA DALAM PERANCANGAN DESAIN VISUAL BANNER APLIKASI AKSESMU SEBAGAI MEDIA PROMOSI PT SUMBER TRIJAYA LESTARI

BAGAS DWI SAPUTRA

Laporan Akhir
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Terapan pada
Program Studi Komunikasi Digital dan Media

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DIGITAL DAN MEDIA
SEKOLAH VOKASI
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025**



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



Judul Proyek Akhir : Penerapan AIDA dalam Perancangan Desain Visual
Banner Aplikasi Aksesmu sebagai Media Promosi
PT. Sumber Trijaya Lestari
Nama : Bagas Dwi Saputra
NIM : J0301211357

@Hak cipta milik IPB University

Disetujui oleh

Pembimbing 1:
Prof. Dr. Ir. Amiruddin Saleh, MS

Diketahui oleh

Ketua Program Studi:
Dr. Hudi Santoso, S.Sos., M.P.
NPI 201807198005241001

Dekan Sekolah Vokasi:
Dr. Ir. Aceng Hidayat, M.T.
NIP. 196607171992031003

Tanggal Ujian: 3 Juli 2025

Tanggal Lulus:

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah subhanaahu wa ta'ala atas segala karunia-Nya sehingga laporan akhir ini berhasil diselesaikan. Judul yang dipilih dalam proyek yang dilaksanakan sejak bulan Februari 2025 sampai bulan Mei 2025 ini dengan judul “Penerapan AIDA dalam Perancangan Desain Visual *Banner* pada Aplikasi Aksesmu sebagai Media Promosi PT Sumber Trijaya Lestari”. Terima kasih penulis ucapkan kepada:

1. Orang tua terkasih, Ayahanda Suhanto (Alm) dan Ibunda Etik Swastika, terima kasih atas segala bentuk pengorbanan, kasih sayang, doa yang tak pernah putus, serta tanggung jawab yang tulus dalam memberikan kehidupan yang layak. Semoga pencapaian ini menjadi amal jariyah bagi Ayah dan Ibu, serta menjadi sedikit wujud cinta dan bakti dari penulis..
2. Prof. Dr. Ir. Amiruddin Saleh, MS, selaku dosen pembimbing yang telah membimbing dan memberi saran masukan serta tak sedikit motivasi kepada penulis dalam menyelesaikan penelitian terapan ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Ir. Sutisna Riyanto, MS, selaku dosen moderator kolokium, Erna Ernawati Msi. selaku dosen verifikator seminar hasil yang telah memberikan masukan selama tahapan tersebut dan Dr. Ika Yuliasari, Msi. selaku dosen penguji yang telah memberi kritik dan masukan pada sidang proyek akhir ini.
3. Hans Harischandra selaku President Director PT. Sumber Trijaya Lestari, Mujianto Nabel selaku Commercial General Manager, dan Sarim Nizam selaku mentor yang telah memberikan izin dan juga kesempatan bagi penulis untuk melakukan proyek akhir. Terima kasih juga disampaikan kepada rekan-rekan Aksesmu, beserta para informan, yaitu Mas Edi, Ibu Liryh, Mas Yudhi, Mas Farhan, Mas Rizky, Mas Ikhsan, dan rekan rekan lain yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.
4. Rekan penulis, Aurel, Aca, Erwan, Ester, Fahmi, Renaldi, Rere, Mutiara, Tiara, Vanessa, Icha, Cia, Nabel, Aulia, Anjani, Jose, Mbak Shafa, Mbak Tiara, Mbak Cindy, Mas Afrin, Mas Budi yang selalu memberikan motivasi pada pengerjaan proyek ini.
5. Anggota grup Touring, Pak Nano, Pak Dany, Bu Sarah, Bu Tyaz, dan Bu Dwi yang selalu memberikan masukan serta saran dalam memahami jalan kehidupan.
6. Untuk seseorang yang takkan pernah tahu bahwa dirinya adalah alasan di balik semangat yang tak pernah padam. Sosok yang hadir tanpa nama, namun jejaknya menetap dalam setiap perjalanan, setiap jeda, setiap doa yang tak bersuara. Pernah singgah, pernah dekat, lalu menjadi jauh. Tapi justru dari kejauhan itulah, ia menjelma menjadi tujuan yang tak terucap, tempat hati ini diam-diam pulang.

Harapannya, laporan proyek akhir ini dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak yang memerlukan, serta menjadi kontribusi positif dalam pengembangan ilmu pengetahuan khususnya di bidang pengelolaan konten digital.

Bogor, Juli 2025

Bagas Dwi Saputra

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan	3
1.4 Manfaat	3
1.5 Ruang Lingkup	4
II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Komunikasi Digital	5
2.2 Komunikasi Visual	6
2.3 Desain Grafis	6
2.4 Teori AIDA dalam Desain Grafis	8
2.5 <i>Content</i> (Konten)	9
2.6 <i>Ads</i> (Iklan)	10
2.7 PT Sumber Trijaya Lestari	10
III METODE	13
3.1 Lokasi dan Waktu	13
3.2 Subyek Proyek	13
3.3 Alat dan Bahan Proyek	13
3.4 Prosedur Kerja Kegiatan	13
3.5 <i>Output</i> Proyek	15
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	17
4.1 Gambaran Proyek	17
4.2 Proses Perancangan dan Produksi Desain Visual <i>Banner</i> Aplikasi sebagai Media Promosi PT Sumber Trijaya Lestari	17
4.3 Hasil <i>Output</i> Penerapan AIDA dalam Perancangan Desain Visual <i>Banner</i> Aplikasi sebagai Media Promosi PT Sumber Trijaya Lestari	46
V SIMPULAN DAN SARAN	55
5.1 Simpulan	55
5.2 Saran	55
DAFTAR PUSTAKA	57
LAMPIRAN	59
RIWAYAT HIDUP	70



DAFTAR TABEL

1.	<i>Moodboard</i> desain visual <i>banner</i> aplikasi produk PT Agel Langgeng	33
2.	<i>Moodboard</i> desain visual <i>banner</i> aplikasi produk PT Glico Indonesia	34
3.	<i>Moodboard</i> desain visual <i>banner</i> aplikasi produk	35
4.	<i>Moodboard</i> desain visual <i>banner pop up</i> program	35
5.	Penerapan AIDA dalam desain <i>banner</i> PT Agel Langgeng (2025)	46
6.	Penerapan AIDA dalam desain <i>banner</i> PT Glico Indonesia (2025)	47
7.	Penerapan AIDA dalam desain <i>banner</i> PT Frisian Flag Indonesia (2025)	48
8.	Penerapan AIDA dalam desain <i>banner pop-up</i>	49
9.	Uji kelayakan mitra	50

DAFTAR GAMBAR

1.	Tahapan perancangan desain visual <i>banner</i> (2025)	11
2.	Prosedur kerja kegiatan (2025)	14
3.	PT Sumber Trijaya Lestari (Aksesmu)	17
4.	Ukuran canvas <i>banner</i> aplikasi (2025)	18
5.	Ukuran canvas <i>banner</i> aplikasi <i>pop-up</i> (2025)	18
6.	Platform Aksesmu (2025)	19
7.	Pencarian referensi Pinterest (2025)	20
8.	Pencarian referensi Behance (2025)	21
9.	Teori AIDA (Attention, Interest, Desire, Action)	23
10.	Warna primer RGB (2025)	24
11.	Warna sekunder CMYK (2025)	24
12.	Palet warna desain visual <i>banner</i> PT Agel langgeng (2025)	26
13.	Palet Warna desain visual <i>banner</i> PT Glico Indonesia (2025)	27
14.	Palet warna desain visual <i>banner</i> PT Frisian Flag Indonesia (2025)	28
15.	Palet warna desain visual <i>banner pop-up</i>	29
16.	Situs Freepik (2025)	29
17.	Situs Canva (2025)	30
18.	Aset produk perusahaan (2025)	30
19.	Situs Google Fonts (2025)	31
20.	Font axiforma (2025)	32
21.	Font berkshire swash (2025)	32
22.	Gambar tools Photoshop (2025)	38
23.	Mengatur ukuran canvas <i>banner aplikasi</i> pada Photoshop (2025)	39
24.	Mengatur ukuran canvas <i>banner pop-up</i> pada Photoshop (2025)	39
25.	Pembuatan <i>layout</i> (2025)	40
26.	Penginputan tipografi dan objek (2025)	41
27.	Teknik <i>layering</i> (2025)	42
28.	Teknik <i>masking</i> (2025)	42
29.	Teknik <i>clipping mask</i> (2025)	43
30.	Teknik <i>adjustment layer</i> (2025)	43

31. Teknik <i>blending modes</i> (2025)	44
32. Teknik <i>gradient tool</i> (2025)	44
33. Teknik <i>blurring and sharpening</i> (2025)	45
34. Tahap finalisasi (2025)	45
35. Hasil desain <i>banner</i> produk PT Agel Langgeng (2025)	46
36. Hasil desain <i>banner</i> produk PT Glico Indonesia (2025)	47
37. Hasil desain <i>banner</i> produk PT Frisian Flag Indonesia (2025)	48
38. Hasil desain <i>banner</i> produk PT Sumber Trijaya Lestari (2025)	49
39. Hasil publikasi desain <i>banner</i> 1 (2025)	51
40. Hasil publikasi desain <i>banner</i> 3 (2025)	52
41. Hasil publikasi desain <i>banner</i> 2 (2025)	52
42. Hasil publikasi desain <i>banner pop-up</i> 4 (2025)	53

DAFTAR LAMPIRAN

1. Hak Kekayaan Intelektual	60
2. Surat Izin Penelitian	61
3. <i>Memorandum of Understanding</i> (MOU)	62
4. Surat Pernyataan Penggunaan Karya	64
5. Surat Keterangan Proyek Akhir pada PT Sumber Trijaya Lestari	65
6. <i>Output</i> desain visual <i>banner</i> PT Agel Langgeng	66
7. <i>Output</i> desain visual <i>banner</i> PT Glico Indonesia	67
8. <i>Output</i> desain visual <i>banner</i> PT Frisian Flag Indonesia	68
9. <i>Output</i> desain visual <i>banner pop-up</i> PT Sumber Trijaya Lestari	69