

**VIDIO PROMOSI AYAM GEPREK DAMEN**

**KARYA AKHIR**

*Diajukan Kepada Universitas Negeri Padang untuk  
Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam Menyelesaikan  
Program Sarjana Desain Komunikasi Visual*



Oleh

**APRI YANDA ELIJA  
15027001/15**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL  
JURUSAN SENIRUPA  
FAKULTAS BAHASA DAN SENI  
UNIVERSITAS NEGERI PADANG  
2022**

## SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Karya tulis saya yang berjudul "Vidio Promosi Ayam Geprek Damen" adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapat gelar akademik, baik di Universitas Negeri Padang maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, pemikiran, dan rumusan dari saya sendiri, tanpa bantuan dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing.
3. Di dalam karya tulis ini tidak terdapat hasil karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali dikutip secara tertulis dengan jelas dan dicantumkan sebagai acuan di dalam naskah saya dengan disebutkan nama pengarangnya dan dicantumkan pada daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang saya telah saya peroleh karena karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padang, 15 Agustus 2022

Saya yang menyatakan,



Ariyanda Elija  
NIM.15027001

**HALAMAN PERSETUJUAN**

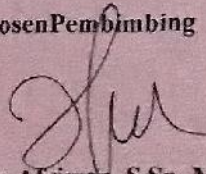
Karya Akhir

**VIDIO PROMOSI AYAM GEPREK DAMEN**

Padang, 16 September 2022

Disetujui

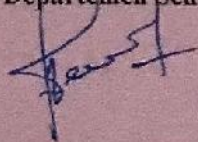
**Dosen Pembimbing**



**Hendra Afriway, S.Sn, M.Sn**  
**NIP. 19770401 .200812.1.002**

**Mengetahui:**

**an Kepala Departemen Seni Rupa**



**Drs. Mediagus, M.Pd**  
**NIP.19620815.199001.1.001**

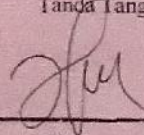
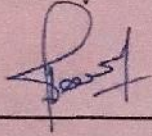
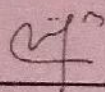
### HALAMAN PENGESANKAN

Dinyatakan Lulus Setelah Dipertahankan di depan Tim Penguji Karya Akhir  
Departemen Seni Rupa Fakultas Bahasa dan Seni  
Universitas Negeri Padang

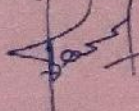
**Judul** : Video Promosi Ayam Geprek Damen  
**Nama** : Apri yanda elija  
**NIM/BP** : 15027001/2015  
**Program Studi** : Desain Komunikasi Visual  
**Departemen** : Seni Rupa  
**Fakultas** : Bahasa Dan Seni

Padang, 18 September 2022

Tim Penguji:

	Nama/NIP	Tanda Tangan
1. Pembimbing	Hendra Afriwan, S.Sn, M.Sn NIP,19770401.200812.1.002	1. 
2. Penguji I	Eliya Pebriyeni, S.Pd, M.Sn NIP,19830201.200912.2.001	2. 
3. Penguji II	Dwi Mutia Sari, S.Ds, M.Ds NIP,19861023.201903.2.006	3. 

Mengetahui:  
Kepala Departemen Seni Rupa



Drs. Mediagus, M.Pd  
NIP.19620815.199001.1.001

## VIDIO PROMOSI AYAM GEPREK DAMEN

**Apri Yanda Elija<sup>1</sup>, Hendra Afriwan<sup>2</sup>**  
Program Studi Desain Komunikasi Visual  
FBS Universitas Negeri Padang  
Email: [yandaferoza@gmail.com](mailto:yandaferoza@gmail.com)

### ABSTRAK

Ayam geprek Damen merupakan salah satu tempat kuliner yang berada di Jl. S. Parman Ulak Karang Sel, Kec Padang Utara, Kota Padang, Sumatera Barat. Didirikan pada tahun 2018 oleh dua orang pemuda, Armen dan Dayu, Promosi yang pernah dilakukan hanya melalui media social dan media cetak. Promosi yang dilakukan dalam media social dan cetak tersebut belum memberikan pengaruh yang signifikan terhadap Ayam geprek Damen. Oleh karena itu dibuatlah perancangan video promosi Ayam geprek Damen dengan tujuan mempromosikan dan memperkenalkan menu-menu baru yang ada di Damen itu sendiri, yang menghadirkan menu andalan ayam geprek rica-rica dan geprek lado hijau, dengan Vidio promosi dan media social dapat menjangkau semua khalayak dan di era digital ini lebih mudah memberikan informasi sehingga pemanfaatannya berpengaruh dalam usaha mencapai sebuah tujuan. Perancangan video promosi sebagai media promosi utama Ayam geprek Damen, berdasarkan data yang diperoleh melalui wawancara kepada Owner Ayam geprek Damen. Data dianalisis dengan model 5W1H, yaitu what(apa), who(siapa), where(dimana), why(mengapa), when(kapan), dan how(bagaimana). Metode ini bertujuan untuk mendapatkan gambaran analisis yang digunakan sebagai dasar penyusunan objektif dan strategi dalam merancang.

Proses perancangan video promosi menghasilkan sebuah media utama berupa video. Adapun media pendukung yang dihasilkan yaitu: Poster, X-Banner, kaos, stiker, apron, tumbler, gantungan kunci, dan topi.

**Kata Kunci: Video, Produk, Promosi**

---

<sup>1</sup>Mahasiswa, Perancang Karya Akhir Prodi Desain Komunikasi

<sup>2</sup>Pembimbing, Dosen FBS Universitas Negeri Padang

## DAMEN GEPREK CHICKEN PROMOTION VIDEO

**Apri Yanda Elija<sup>1</sup>, Hendra Afriwan<sup>2</sup>**  
Visual Communication Design Program  
FBS Padang State University  
Email: [yandaferoza@gmail.com](mailto:yandaferoza@gmail.com)

### ABSTRACT

*"Damen" is wrong one the place the culinary on Jl. S. Parman Ulak coral Sel, North Padang District, Padang City, West Sumatra. Established on year 2018 by two person youth, Armen and Dayu, promotion ever in do only through social media and print media. Promotions done in social media and print the not yet give significant influence against "Damen" by because that make it the role of the promotion video "Damen" with destination promote and introducing new menus in Damen that itself, which presents the mainstay menu chicken geprek rica-rica and geprek lado green, with Video promotion and social media can reach all audience and in this digital age more easy give information so that utilization take effect in effort reach a purpose. Promotional video design as a promotional medium the main "Damen", based on the data obtained through Interview to the Owner "Damen" The data were analyzed using the 5W + 1H model, namely what (what), who (who), Where (where), why (why), when (when), and how (how). This method aims to get description analysis used as base composing objective and strategy in designing. Process promotional video design produce a major medium in the form of videos. The supporting media produced namely: Poster, X-Banner, t-shirt, sticker, apron, tumbler, hanger keys, hats.*

**Keywords: Video, Product, Promotion**

---

<sup>1</sup>Student, Final Designer Visual Communication Design

<sup>2</sup>Supervisor FBS Lecturer, University of Padang

## KATAPENGANTAR

AssalamualikumWr.Wb

Puji syukur penulis ucapkan kehadirat Allah SWT atas berkat rahmat dan hidayah-nya, tidak lupa pula shalawat beserta salam kepada Nabi besar Muhammad SAW, sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Karya akhir yang penulis buat dengan judul “Vidio Promosi Ayam Geprek Damen” dapat diselesaikan dengan baik. Penulis menyadari dalam penulisan laporan karya akhir ini masih jauh dari kata sempurna dan masih banyak kekurangan yang perlu diperbaiki, maka dari itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari semua pihak.

Dalam perancangan karya akhir ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, maka pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terimakasih yang setulus-tulusnyakepada:

1. Bapak Drs.Mediagus, M.Pd selaku ketua Jurusan SeniRupa Universitas Negeri Padang.
2. Ibuk DiniFaisal, S.Ds.,M.Ds selaku ketua Prodi Desain Komunikasi Visual Universitas Negeri Padang.
3. Ibuk Eliya Pebriyeni, S.Pd, M.Sn selaku sekretaris Jurusan SeniRupa Universitas Negeri ipadang.
4. Bapak Drs. Syafwandi, M.Sn sebagai pembimbing akademik yang telah membimbing dan membina penulis hingga saat ini.
5. Bapak Hendra Afriwan, S.Sn, M.Sn selaku pembimbing yang telah bersedia untuk meluangkan waktu untuk membimbing, memeriksa, serta memberikan petunjuk-petunjuk, saran dan arahan dalam perancangan karya akhir.

6. Ibuk Eliya Febriyeni, S.Pd, M.Sn. dan ibuk Dwi Mutia Sari, S.Ds, M.Ds. Selaku penguji yang telah memberikan kritik, saran, arahan berupa perbaikan-perbaikan dalam karya akhir ini serta memberikan motivasi dalam penyelesaian perancangan karya akhir ini.
7. Seluruh civitas akademika Prodi Desain Komunikasi Visual yang telah memberikan kontribusi terhadap kelancaran karya akhir kepada penulis.

Penulis mengharapkan saran dan masukan yang bersifat membangun dari pembaca laporan karya akhir ini. Atas saran dan masukan yang diberikan penulis mengucapkan terimakasih. Akhir kata, penulis berharap agar laporan ini dapat bermanfaat bagi seluruh pembaca.

Padang, 9 Agustus 2022

Penulis



## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	i
<b>ABSTRAK</b> .....	ii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	ix
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	x
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	3
C. Batasan Masalah.....	4
D. Rumusan Masalah .....	4
E. Tujuan Berkarya.....	4
F. Orisinilitas .....	5
G. Manfaat Berkarya .....	5
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b> .....	7
A. Kajian Praksis .....	7
1. UMKM Damen .....	7
2. Data Visual.....	8
B. Kajian Teoritis.....	10
1. Video .....	10
2. Teknik Pengambilan Gambar.....	10
3. Promosi .....	11
4. Tipografi.....	17
C. Karya Relevan.....	18
D. Kerangka Konseptual .....	19
<b>BAB III METODE PERANCANGAN</b> .....	20
A. Metode Perancangan .....	20
B. Metode Analisis Data .....	23

C. Pendekatan Kreatif.....	25
D. Media Utama dan Media Pendukung.....	29
<b>BAB VI HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>31</b>
A. Konsep Perancangan .....	31
1. Konsep Visual .....	31
2. Skenario/shootingscrip.....	32
3. Media Pendukung .....	44
4. Layout .....	47
5. Layout Komprehensif.....	51
6. Final desain .....	56
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>61</b>
A. Kesimpulan .....	61
B. Saran .....	62
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>63</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1	Skenario/ <i>ShootingScrip</i> .....	33
Tabel 2	<i>Storyboard</i> .....	36
Tabel 3	Breakdown sheet #4 .....	39
Tabel 4	<i>Script</i> Narasi .....	40

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
Gambar 1 Merupakan galeri instagram dari Damen.....	8
Gambar 2 Lokasi stand damen .....	9
Gambar 3 Produk ayam geprek rica-rica .....	9
Gambar 4 Salah satu antusias pengunjung ayam geprek Damen .....	9
Gambar 5 Screen Shoot tvc geprek bensu Indonesia' .....	18
Gambar 6 Kerangka konseptual.....	19
Gambar 7 Alternatif Poster 1 .....	47
Gambar 8 Alternatif Poster 2 .....	47
Gambar 9 Alternatif Poster 3 .....	47
Gambar 10 Alternatif Xbanner 1 .....	48
Gambar 11 Alternatif Xbanner 2 .....	48
Gambar 12 Alternatif Xbanner 3 .....	48
Gambar 13 Alternatif Baju Kaos 1 .....	49
Gambar 14 Alternatif Baju Kaos 2 .....	49
Gambar 15 Alternatif Baju Kaos3 .....	49
Gambar 16 Alternatif Sticker 1.....	49
Gambar 17 Alternatif Sticker.....	49
Gambar 18 Alternatif Sticker 3.....	50
Gambar 19 AlternatifApron 1 .....	50
Gambar 20 Alternatif Apron 2.....	50
Gambar 21 Alternatif Apron 3.....	50
Gambar 22 Alternatif Topi 1 .....	50
Gambar 23 Alternatif Topi 2 .....	50
Gambar 24 Alternatif Topi 3 .....	50
Gambar 25 Gantungan kunci 1 .....	51
Gambar 26 Gantungan kunci 2 .....	51
Gambar 27 Gantungan kunci 3 .....	51
Gambar 28 Altrnatif Poster1 .....	51

Gambar 29	AltrnatifPoster2.....	51
Gambar 30	Altrnatif Poster 3.....	52
Gambar 31	Altrnatif X banner 1.....	52
Gambar 32	Altrnatif X banner 2.....	52
Gambar 33	Altrnatif X banner3.....	52
Gambar 34	Altrnatif Baju kaos1.....	53
Gambar 35	Altrnatif Baju kaos 2.....	53
Gambar 36	AltrnatifBaju kaos 3.....	53
Gambar 37	Altrnatif Apron1 .....	53
Gambar 38	Altrnatif Apron2 .....	53
Gambar 39	AltrnatifApron 3 .....	54
Gambar 40	Altrnatif Topi3 .....	54
Gambar 41	Altrnatif Topi3 .....	54
Gambar 42	Altrnatif Topi3 .....	54
Gambar 43	Gantungan kunci 1 .....	55
Gambar 44	Altrnatif Gantungan kunci 2 .....	55
Gambar 45	Gantungan kunci 3 .....	55
Gambar 46	Altrnatif Stiker 1 .....	55
Gambar 47	Altrnatif Stiker 2 .....	55
Gambar 48	Altrnatif Stiker 3 .....	56
Gambar 49	.....	57
Gambar 50	.....	57
Gambar 51	.....	57
Gambar 52	.....	57
Gambar 53	.....	57
Gambar 54	.....	58
Gambar 55	.....	58
Gambar 56	Final Desain poster .....	58
Gambar 57	Final Desain X baner .....	59
Gambar 58	Final Desain Baju.....	59
Gambar 59	Final Desain Apron.....	59

Gambar 60	Final Desain Topi.....	60
Gambar 61	Final Desain Topi.....	60

## **BAB I PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

UMKM adalah singkatan dari Usaha Mikro Kecil dan menengah. Pengertian UMKM ini bahkan telah ditetapkan oleh pemerintah dalam UU Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Secara umum, UMKM adalah sebuah bisnis yang dijalankan individu, rumah tangga, atau badan usaha ukuran kecil. Penggolongan UMKM dilakukan berdasarkan nominal omset per tahun, jumlah kekayaan atau aset, serta jumlah karyawan.

Ayam Geprek Damen adalah salah satu UMKM yang bergerak di bidang kuliner "Olahan Ayam" yang berlokasi di Jl. Khairil Anwar, Belakang Tangsi, Kec. Padang Barat Kota Padang, Sumatera Barat. Awal mula Damen itu sendiri berawal dari beberapa anak muda yang hobi meracik bumbu masakan yang menciptakan cita rasa yang enak, saling bertukar cerita dan ide masing masing yang pastinya ingin membuat ayam geprek Damen lebih terkenal dengan citarasa yang baru dan yang pastinya enak dilidah konsumen. dengan ide yang telah di diskusikan dan hasil dari diskusi tersebut terciptalah nama DAMEN yang berarti nama singkatan dari kedua owner tersebut (Dayu, Armen).

Ayam Geprek Damen telah berdiri semenjak tahun 2019 awal sudah mulai merintis usaha yang dulunya berjualan di dekat kampus UNP Jl Cendrawasih gang pari No.1 dengan media promosi, yang diawali dari

sosmed dan dari mulut ke mulut untuk mengembangkan Usaha ayam geprek Damen tersebut, pada awal tahun 2020 produk ayam geprek Damen mulai mengalami permasalahan karena pada awal 2020 terjadi bencana dunia yaitu covid-19 dimana semua mahasiswa harus libur dalam perkuliahan, semua akses ditutup pertokoan, UMKM juga ditutup yang membuat Damen mengalami penurunan omset yang begitu drastis, dan ditutup sementara (PPKM).

Pada akhir tahun 2020 ayam geprek Damen mulai berangsur dibenahi dengan lokasi yang baru di Jl. Khairil Anwar, Belakang Tangsi, Kec. Padang Barat Kota Padang, Sumatera Barat tepatnya di dekat monument tugu gempa, dengan mengeluarkan menu-menu terbaru yang pastinya memanjakan lidah konsumen, dengan lokasi baru dan menu baru tentunya pengunjung akan lebih santai menikmati masakan yang ada di Damen itu sendiri.

Menggunakan media Sosial Damen membutuhkan sebuah sentuhan promosi yang unik dan efektif untuk menarik perhatian *audience* dan meningkatkan ayam geprek Damen, sehingga menaikkan angka keuntungan mereka. dengan mengikuti perkembangan arus jaman pada era globalisasi serta meningkatkan penjualan. maka dari itu video yang menarik menjadi sarana promosi dan informasi karena media promosi yang unik dan menarik dapat diingat oleh konsumen.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan penulis pada tgl 12 April 2021, Pukul 20:00 WIB, dengan *owner* dari ayam geprek Damen yaitu belum adanya video promosi mengenai ayam geprek Damen. selama ini



mempromosikan lewat mulut ke mulut dan lewat media sosial saja dengan media cetak dan tidak menampilkan bentuk fisik ayam geprek dalam video, Hal ini merupakan wadah dalam menampung informasi yang dibutuhkan oleh ayam geprek Damen. Selain itu ayam geprek Damen hanya sedikit masyarakat umum yang mengenalinya, itupun promosi dari mulut ke mulut.

Pemilik dari ayam geprek Damen mengatakan untuk saat ini promosi yang telah dilakukan belum terlalu efektif untuk meningkatkan angka penjualan. Karena promosi ayam geprek Damen hanya berupa media cetak yang di *publish* di media sosial instagram dan tidak menampilkan bentuk fisik berupa sajian ayam yang begitu lezat sehingga belum bisa diterima oleh audience. Pemilik menginginkan sebuah promosi yang dapat menampilkan visual dan info-info agar dapat dengan mudah di terima oleh audience.

Melihat target audience dari ayam geprek Damen dan keinginan dari owner Damen untuk menampilkan visual yang cukup menarik dengan info-info di dalamnya, maka penulis dan owner Damen sepakat untuk membuat promosi melalui media audio visual yang disesuaikan dengan gaya desain yang cocok untuk target audience.

Video tersebut merangkum semua informasi yang mudah dipahami, efektif dan efisien. video promosi yang menarik tersebut dapat dengan mudah di implementasikan di beberapa media terutama media digital, seperti tiktok, instagram, dan media sosial lainnya, selain menyampaikan informasi mengenai produk atau jasa, video promosi tersebut bisa dijadikan

untuk media promosi meningkatkan penjualan ayam geprek Damen itu sendiri.

Berdasarkan masalah diatas, penulis tertarik untuk mengangkatnya kedalam karya akhir dengan judul VIDIO PROMOSI AYAM GEPREK DAMEN.

### **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka timbul masalah yang dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Kurangnya media promosi ayam geprek Damen dalam bentuk vidio.
2. Kurangnya media promosi bentuk fisik ayam geprek Damendalam media vidio.
3. Terbatasnya ruang lingkup promosi ayam geprek Damenyang hanya menggunakan media promosi cetak.

### **C. Batasan Masalah**

Sesuai dengan identifikasi masalah yang telah dikemukakan, bahwa promosi ayam geprek Damenselama ini belum begitu efektif dalam meningkatkan penjualan. Perancang ini lebih terfokus pada pembuatan video promosi agar meningkatkan penjualan di ayam geprek Damen.

### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan batasan masalah yang diuraikan diatas dengan strategi desain dalam bentuk video promosi, maka dapat dirumuskan masalah perancangan sebagai berikut, Bagaimana perncangan vidio promosi ayam

geprek Damendalam bentuk video promosi yang menarik minat pengguna sosial media instagram dan tiktok.

#### **E. Tujuan Berkarya**

Adapun tujuan perancangan video promosi ayam geprek Damenadalah menciptakan rancangan video promosi ayam geprek Damensebagai media utama, serta didukung berbagai media pendukung agar promosi lebih efektif untuk sampai kepada konsumen.

#### **F. Orisinilitas**

Latar belakang yang sudah dijelaskan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa perancangan video promosi ayam geprek Damen, dalam bentuk video promosi sebagai media promosi yang memberikan informasi tentang produkayam geprek Damen, perancangan video promosi dilakukan dengan eksplorasi langsung ke ayam geprek Damen, sehingga setelah melakukan tahap eksplorasi diharapkan media promosi yang dibuat mampu meningkatkan minat beli konsumen terhadap menu yang ada di ayam geprek Damen. perancangan promosi tersebut dalam bentuk video ayam geprek Damen dalam bentuk promosi. ayam geprek Damendirancang sepenuhnya oleh penulis tanpa penjiplakan atau duplikasi dari pihak lain.

## **G. Manfaat Berkarya**

Manfaat yang ingin dicapai dari video promosi untuk meningkatkan minat dan jual beli ayam geprek Damen terhadap konsumen dikota Padang dengan media Video promosi yaitu:

1. Diharapkan dengan adanya video promosi ini dapat meningkatkan penjualan.
2. Untuk menambahkan pengetahuan dan meningkatkan kreatifitas SS,kemampuan agar menghasilkan karya yang lebih baik.
3. Perancang dapat berfikir sistematis dalam rangka pengaplikasian disiplin ilmu yang telah didapatkan di bangku perkuliahan, untuk diterapkan sesuai situasi lapangan.
4. Diharapkan bermanfaat meningkatkan bagi akademik terutama mahasiswa-mahasiswi desain komunikasi visual dan dapat digunakan sebagai referensi untuk karya akhir selanjutnya.