

VIDEO PROMOSI CLOTHING LINE MORNINGGLOW

KARYA AKHIR

Diajukan Kepada Universitas Negeri Padang

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Dalam Menyelesaikan

Program Sarjana Desain Komunikasi Visual



DISUSUN OLEH

MUHAMMAD IKHWAL

15027105

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
DEPARTEMEN SENI RUPA
FAKULTAS BAHASA DAN SENI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2022**

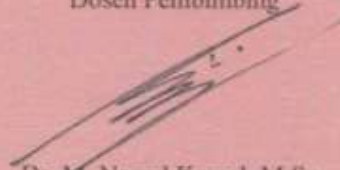
PERSETUJUAN KARYA AKHIR

VIDEO PROMOSI *CLOTHING LINE* MORNINGGLOW

Nama : Muhammad Ikhwal
NIM : 15027105
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Departemen : Seni Rupa
Fakultas : Bahasa dan Seni

Padang, 02 Juni 2022

Disetujui dan disahkan oleh,
Dosen Pembimbing



Dr. M. Nasrul Kamal, M.Sn.

NIP. 19630202.199303.1.002

Mengetahui :
Kepala Departemen Seni Rupa



Drs. Medingus, M.Pd

NIP. 19620815.199001.1.001

HALAMAN PENGESAHAN

Dinyatakan lulus setelah dipertahankan didepan Tim Penguji Tugas Akhir
Departemen Seni Rupa, Fakultas Bahasa Sastra dan Seni
Universitas Negeri Padang

Judul : Video Promosi *Clothing Line* Morningglow
Nama : Muhammad Ikhwal
NIM : 15027105/ 2015
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Departemen : Seni Rupa
Fakultas : Bahasa Sastra dan Seni

Padang, 02 Juni 2022

Tim Penguji :
Nama/NIP

Tanda Tangan

1. Pembimbing : Dr. M. Nasrul Kamal, M.Sn.
NIP. 19630202.199303.1.002
2. Penguji I : Dr. Budiwirman, M.Pd
NIP. 19590417.198903.1.001
3. Penguji II : Dini Faisal, S. Ds., M.Ds
NIP. 19840909.201404.2.003

: 1.

: 2.

: 3.

Mengetahui
Kepala Departemen Seni Rupa



Dr. Mediagus, M.Pd
NIP. 19620815.199001.1.001

SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Karya tulis saya, Skripsi/Karya Akhir* dengan judul

Videa Promosi (teknik line Morninglow

adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Universitas Negeri Padang maupun di Perguruan Tinggi lainnya.

2. Karya tulis ini murni gagasan, pemikiran, dan rumusan saya sendiri, tanpa bantuan tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan Tim Pembimbing.
3. Di dalam karya tulis ini tidak terdapat hasil karya atau pendapat yang telah ditulis atau di publikasikan 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 telah saya peroleh karena karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padang, 2011

Saya yang menyatakan,



Muhammad Hafid
NIM. 15027105

VIDEO PROMOSI CLOTHING LINE MORNINGGLOW

Muhammad Ikhwal¹, M. Nasrul Kamal²

Program Studi Desain Komunikasi Visual, Departemen
Seni Rupa, Fakultas Bahasa dan Seni,
Universitas Negeri Padang
Email : ikhwalmanday640@gmail.com

Abstrak

Morningglow adalah brand yang memproduksi clothing di kota Padang pada tahun 2019. Owner menggunakan media sosial untuk mempromosikan produk nya, namun karena kurangnya informasi media promosi produk dan menyebabkan monoton penurunan minat beli konsumen dan popularitasnya. Mempertimbangkan dari fakta-fakta ini akan membutuhkan media promosi baru untuk mempromosikan produknya. Sebuah video promosi yang dapat dijadikan sebagai media promosi yang dapat meningkatkan minat beli konsumen dan popularitasnya di masyarakat luas. Metode perancangan yang dipakai untuk merancang Video Promosi Clothing Line Morningglow ini adalah metode *Glass Box* berdasarkan data data yang diperoleh melalui wawancara kepada Owner Morningglow.

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, stiker, tote bag, tumbler, t-shirt.

Kata Kunci : Video, Produk, Promo

¹Mahasiswa Penulis Karya akhir Prodi Desain Komunikasi Visual

²Pembimbing, dosen Fakultas Bahasa dan Seni, Univesitas Negeri Padang

KATA PENGANTAR

Assalamualikum Wr.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 Khir yang penulis buat dengan judul “Video Promosi Clothing Line Morningglow”, 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-tulusnya kepada:

1. Bapak Drs. Mediagus, M. Pd selaku ketua Departemen Seni Rupa Universitas Negeri Padang.
2. Ibuk Dini Faisal, S. Ds., M. Ds selaku ketua Prodi dan dosen penguji. Desain Komunikasi Visual Universitas Negeri Padang.
3. Ibuk Eliya Pebriyeni. S Pd., M.Sn selaku sekretaris

Departemen Seni Rupa Universitas Negeri Padang.

4. Bapak Drs. Syafwan, M.Si. sebagai pembimbing akademik yang telah membimbing dan membina penulis hingga saat ini.
5. Bapak Dr. M. Nasrul Kamal, 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. Bapak Dr. Budiwarman, M.Pd 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, 02 juni 2022

Penulis

Daftar Isi

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
BAB I	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	3
C. Batasan Masalah.....	4
D. Rumusan masalah.....	4
E. Tujuan Berkarya.....	4
F. Orisinalitas.....	4
BAB II.....	5
KAJIAN PUSTAKA	5
A. Kajian Praksis.....	5
B. Kajian Teoristis.....	7
C. Karya Relevan.....	15
D. Kerangka Konseptual.....	16
BAB III	18
METODE PERANCANGAN.....	18
A. Metode Perancangan.....	18
B. Metode Pengumpulan Data.....	20
C. Metode Analisis data.....	21
D. Pendekatan Kreatif.....	23
BAB IV.....	30
PERANCANGAN VISUAL	30
A. Konsep Perancangan.....	29
B. Program Kreatif.....	40
C. Layout.....	48
BAB V.....	63
PENUTUP.....	63
A. Kesimpulan.....	63

B. Saran.....	64
DAFTAR PUSTAKA.....	65

DAFTAR GAMBAR

1. Gambar 1 Sablon Baju Morningglow	2
2. Gambar 2 Packing dari Morningglow	2
3. Gambar 3 Vidio Promosi Hail Monday	8
4. Gambar 4 Proses Editing.....	33
5. Gambar 5 Alternatif 1 Layout Kasar Poster	36
6. Gambar 6 Alternatif 2 Layout Kasar Poster	36
7. Gambar 7 Alternatif 3 Layout Kasar Poster	36
8. Gambar 8 Alternatif 1 Layout Kasar X Benner.....	37
9. Gambar 9 Alternatif 2 Layout Kasar X Benner.....	37
10. Gambar 10 Alternatif 3 Layout Kasar X Benner.....	37
11. Gambar 11 Alternatif 1 Layout Kasar Baju Kaos	38
12. Gambar 12 Alternatif 2 Layout Kasar Baju Kaos	38
13. Gambar 13 Alternatif 3 Layout Kasar Baju Kaos	38
14. Gambar 14 Alternatif 1 Layout Kasar Tote Bag	39
15. Gambar 15 Alternatif 2 Layout Kasar Tote Bag	39
16. Gambar 16 Alternatif 3 Layout Kasar Tote Bag	39
17. Gambar 17 Alternatif 1 Layout Kasar Thumblr.....	40
18. Gambar 18 Alternatif 2 Layout Kasar Thumblr.....	40
19. Gambar 19 Alternatif 3 Layout Kasar Thumblr.....	40
20. Gambar 20 Alternatif 1 Layout Kasar Stiker	41
21. Gambar 21 Alternatif 2 Layout Kasar Stiker	41
22. Gambar 22 Alternatif 3 Layout Kasar Stiker	41
23. Gambar 23 Alternatif 1 Layout Komperhensif Poster	42
24. Gambar 24 Alternatif 2 Layout Komperhensif Poster	42
25. Gambar 25 Alternatif 3 Layout Komperhensif Poster	42
26. Gambar 26 Alternatif 1 Layout Komperhensif X Benner.....	43
27. Gambar 27 Alternatif 2 Layout Komperhensif X Benner.....	43
28. Gambar 28 Alternatif 3 Layout Komperhensif X Benner.....	43
29. Gambar 29 Alternatif 1 Layout Komperhensif Baju Kaos	44

30. Gambar 30 Alternatif 2 Layout Komperhensif Baju Kaos	44
31. Gambar 31 Alternatif 3 Layout Komperhensif Baju Kaos	44
32. Gambar 32 Alternatif 1 Layout Komperhensif Tote Bag	45
33. Gambar 33 Alternatif 2 Layout Komperhensif Tote Bag	45
34. Gambar 34 Alternatif 3 Layout Komperhensif Tote Bag	45
35. Gambar 35 Alternatif 1 Layout Komperhensif Thumblr.....	46
36. Gambar 36 Alternatif 2 Layout Komperhensif Thumblr.....	46
37. Gambar 37 Alternatif 3 Layout Komperhensif Thumblr.....	46
38. Gambar 38 Alternatif 1 Layout Komperhensif Stiker	47
39. Gambar 39 Alternatif 2 Layout Komperhensif Stiker	47
40. Gambar 40 Alternatif 3 Layout Komperhensif Stiker	47
41. Gambar 41 Final Desain vidio.....	48
42. Gambar 42 Final Desain vidio.....	48
43. Gambar 43 Final Desain vidio.....	48
44. Gambar 44 Final Desain vidio.....	49
45. Gambar 45 Final Desain vidio.....	49
46. Gambar 46 Final Desain vidio.....	49
47. Gambar 47 Final Desain vidio.....	50
48. Gambar 48 Final Desain vidio.....	50
49. Gambar 49 Final Desain vidio.....	50
50. Gambar 50 Final Desain vidio.....	51
51. Gambar 51 Final Desain vidio.....	51
52. Gambar 52 Final Desain vidio.....	51
53. Gambar 53 Final Desain Poster	52
54. Gambar 54 Final Desain X Banner	52
55. Gambar 55 Final Desain Baju Kaos	53
56. Gambar 56 Final Desain Tote Bag.....	53
57. Gambar 57 Final Desain Thumblr.....	54
58. Gambar 58 Final Desain Stiker.....	54

Daftar Tabel

1. Tabel 1 Kerangka Konseptual	13
2. Tabel 2 Skenario/ Shooting Scip	24
3. Tabel 3 Story Line	28
4. Tabel 4 Story Board	28
5. Tabel 5 Breakdown sheet.....	30
6. Tabel 6 Narasi.....	32
7. Tabel 7 Shoting Schedule	42

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Morningglow adalah nama *brand* produk lokal yang merupakan asli Indonesia berproduksi di Kota Padang, awal mula nama Morningglow tercipta dari beberapa anak muda yang hanya melakukan candaan akan tetapi anak muda tersebut melihat adanya peluang, singkat cerita nama Morningglow tercipta karena anak muda tersebut melihat temanya yang selalu bangun pagi dan melakukan bermacam aktifitas, maka dari itu mereka mulai bertukar cerita dan ide masing – masing, dimana secara pelan dan pasti ingin membuat *brand* baju dengan ide dan fikiran yang telah mereka diskusikan, maka berdasarkan observasi awal penulis telah melakukan peninjauan dapatlah hasil dari diskusi tersebut bertemakan “pagi cerah”.

Morningglow yang bertemakan pagi cerah, idientik dengan awal akifitas yang dilakukan pada pagi hari sehingga dari namanya, konsumen bisa mengetahui *brand* Morningglow adalah nama yang tercipta pada pagi hari, itulah yang dapat membedakan mereka dari *brand* yang ada pada saat ini. Peninjauan pada Morningglow tersebut memiliki lokasi di Jl. Perintis Kemerdekaan, Jati Baru, Kec. Padang Timur., Kota Padang, Sumatera Barat. Morningglow di kelola oleh Naufal Lidia Putra sebagai *owner*, Morningglow menjual barang yang berkualitas seperti baju yang

diutamakan. Sedangkan Morningglow berdiri pada tahun 2019 sudah mulai merintis usaha berjualan baju dengan media promosi yang diawali dari mulut ke mulut untuk mengembangkan usaha tersebut.

Usaha dari baju tersebut pada tahun 2020, Morningglow mulai berangsur dibenahi. Morningglow memiliki beberapa kompetitor yang menjual produk serupa, sehingga terjadi persaingan dalam penjualan dari produk Morningglow, *owner* mengatakan angka penjualan dari produk baju sampai saat ini cukup tapi tidak terlalu tinggi. Promosi yang digunakan Morningglow adalah promosi dari mulut ke mulut dan beberapa foto produk yang ada di media sosial.

Akan tetapi menggunakan promosi tersebut masih kurang optimal karena penyampaian pesan dari baju tersebut belum tersampaikan. Dengan begitu mereka membutuhkan sebuah promosi yang efektif untuk menyampaikan pesan dan arti dari sebuah nama Morningglow supaya menarik perhatian *audience* dan meningkatkan nama *brand awareness*, sehingga menaikkan angka penjualan dan keuntungan untuk *brand* Morningglow. Dengan mengikuti perkembangan jaman pada era globalisasi serta meningkatkan daya tarik dari produk tersebut. Maka dari itu timbul sebuah ide untuk membuat video yang menarik menjadi sarana promosi dan informasi, karena media promosi membutuhkan daya tarik yang akan mudah diingat oleh konsumen.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan penulis pada tanggal 12 Oktober 2021 pukul 17:00 WIB, dengan *Owner* dari *brand*

Morningglow Naofal Lidia Putra, yang bersedia untuk dibuatkan video promosi yang efektif. Dimana target audience dari Morningglow adalah kalangan anak muda yang ber usia 17-24 tahun, dari dalam daerah dan luar daerah maupun yang berada di Sumatera Barat khususnya kota Padang. Menyikapi permasalahan tersebut penulis akan membantu *owner* Morningglow untuk membuatkan sebuah media promosi yang menarik perhatian konsumen.

Melihat target *audience* dari *brand* Morningglow, maka penulis bersepakat dengan *owner brand* morningglow untuk melakukan suatu projek dimana projek tersebut, penulis bersedia membuatkan promosi melalui media audio visual dan melibatkan *brand* Morningglow. Dengan video promosi yang dapat dengan mudah di tampilkan di berbagai media terutama media digital, seperti youtube, dan sosial media lainnya. Selain menyampaikan informasi mengenai produk, video promosi tersebut bisa dijadikan untuk media promosi dan meningkatkan penjualan *brand* Morningglow.

B. Identifikasi Masalah.

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

1. Belum adanya video promosi untuk menguatkan *brand* Morningglow tersebut.
2. *Brand* Morningglow masih terlihat biasa dan penyampaian pesan dan arti nama Morningglow belum tersampaikan.

C. Batasan Masalah

Sesuai dengan identifikasi masalah yang telah dikemukakan, bahwa promosi Morningglow belum begitu komunikatif pada media promosi dari Morningglow.

D. Rumusan masalah

Berdasarkan batasan masalah di atas, maka rumusan masalah adalah bagaimana merancang sebuah video promosi Clothing Line Morningglow yang komunikatif dan informatif agar melekat di benak para konsumen.

E. Tujuan Berkarya

Adapun tujuan perancangan Video Promosi *Clothing Line* Morningglow adalah :

1. Merancang video promosi untuk *brand* Morningglow yang komunikatif dan informatif.
2. Supaya nama Morningglow melekat di benak para konsmen.

F. Orisinalitas

Perancangan Video Promosi Clothing Line Morningglow sebagai media promosi adalah karya penulis sendiri, mulai dari menentukan konsep video hingga proses penyelesaian sehingga karya ini bukanlah hasil plagiat atau penjiplakan melainkan murni dari penulis sendiri