

E – KATALOG OFFICIAL HONNE PAYAKUMBUH

KARYA AKHIR

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Guna Memperoleh gelar Sarjana
Desain Komunikasi Visual Fakultas Bahasa dan Seni
Universitas Negeri Padang*



Oleh:

**MONICA KIRANA UTOMO
2019/19027136**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS BAHASA DAN SENI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2023**

HALAMAN PERSETUJUAN

KARYA AKHIR

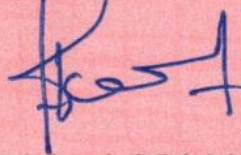
E – KATALOG OFFICIAL HONNE PAYAKUMBUH

Nama : Monica Kirana Utomo
NIM : 19027136/2019
Pogram Studi : Desain Komunikasi Visual
Departemen : Seni Rupa
Fakultas : Bahasa dan Seni

Padang, 3 Agustus 2023

Disetujui untuk ujian:

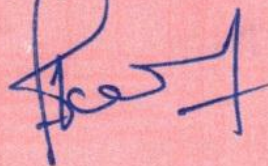
Pembimbing



Eliya Pebriyeni, S.Pd, M.Sn.
NIP. 19830201 200912 2 001

Menyetujui

Kepala Departemen Seni Rupa



Eliya Pebriyeni, S.Pd, M.Sn.
NIP. 19830201 200912 2 001

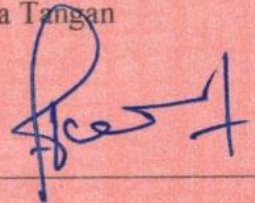
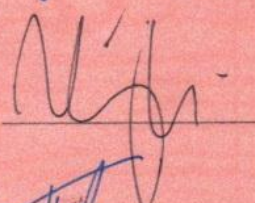
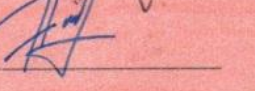
HALAMAN PENGESAHAN

Dinyatakan Lulus setelah dipertahankan di depan Tim Penguji Karya Akhir
Departemen Seni Rupa, Fakultas Bahasa dan Seni
Universitas Negeri Padang

Judul : E – Katalog Official Honne Payakumbuh
Nama : Monica Kirana Utomo
NIM : 19027136/2019
Pogram Studi : Desain Komunikasi Visual
Departemen : Seni Rupa
Fakultas : Bahasa dan Seni

Padang, 9 Agustus 2023

Tim penguji:

	Nama/NIP	Tanda Tangan
Ketua	: Eliya Pebriyeni, S.Pd, M.Sn. NIP. 19830201 200912 2 001	1. 
Anggota	: 1. Drs. Ariusmedi, M.Sn. NIP. 19620602 198903 1 003	2. 
Anggota	: 2. Fauzan Aulia, S.Ds., M.Sn. NIP. 19891111 202012 1 017	3. 

Menyetujui
Kepala Departemen Seni Rupa



Eliya Pebriyeni, S.Pd, M.Sn.
NIP. 19830201 200912 2 001

**SURAT PERNYATAAN
KEASLIAN NASKAH KARYA AKHIR**

Dengan ini saya menyatakan :

Nama : Monica Kirana Utomo
NIM : 19027136/2019
Prodi : Desain Komunikasi Visual

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya tulis saya, skripsi dengan judul “E – Katalog Official Honne Payakumbuh” adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik Universitas Negeri Padang maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, pemikiran, dan rumusan saya sendiri, tanpa bantuan sah dari pihak lain, kecuali arahan 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 kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah saya peroleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padang, Agustus 2023

Saya yang menyatakan,



Monica Kirana Utomo
NIM. 19027136/2019

E-KATALOG PROMOSI OFFICIAL HONNE

Monica Kirana Utomo¹ Eliya Pebriyeni²

Program Studi Desain Komunikasi Visual

Departemen Seni Rupa ,Fakultas Bahasa dan Seni , Universitas Negeri Padang

Email: monicakirana3@gmail.com

ABSTRAK

Official Honne merupakan *brand fashion* yang menjual produk busana muslimah seperti pakaian baju dan hijab yang dirintis oleh Azzahra Sukma Rusita. *Brand* busana muslim ini berdiri pada tahun 2019 yang berlokasi di Payakumbuh .Produk busana muslim yang diproduksi Honne merupakan produk *limited edition* yang tidak banyak beredar di pasaran dengan desain *elegant* dan mewah yang diciptakan owner membuat produk ini banyak diminati oleh konsumen muslimah.

Official Honne belum memiliki promosi yang memuat informasi produk secara lengkap .Setelah melakukan wawancara dengan *owner* Official honne ,Pemilik usaha Official Honne merasa sangat terbantu jika ada promosi yang menarik untuk produk yang ditawarkan oleh Honne. Melihat kondisi usaha Official Honne yang sudah berdiri sejak tahun 2019 , maka perlu dirancang media promosi dan informasi yang menarik dan tepat untk mempromosikan produk busana muslim Official Honne.

Kata Kunci : Honne,Layout,Katalog .

HONNE OFFICIAL PROMOTION E-CATALOG

Monica Kirana Utomo¹ Eliya Pebriyeni²

Visual Communication Design Study Program Department of Fine Arts, Faculty
of Languages and Arts, Padang State University

Email: monicakirana3@gmail.com

ABSTRACT

Official Honne is a fashion brand that sells Muslim fashion products such as dresses and hijabs which was pioneered by Azzahra Sukma Rusita. This Muslim fashion brand was founded in 2019 which is located in Payakumbuh. The Muslim fashion products produced by Honne are limited edition products that are not widely available on the market with elegant and luxurious designs created by the owner making these products in great demand by Muslim consumers.

Official Honne does not yet have a promotion that contains complete product information. After conducting an interview with the owner of the Official Honne, the owner of the Official Honne business finds it very helpful if there is an attractive promotion for the products offered by Honne. Seeing the business conditions of Official Honne which have been established since 2019, it is necessary to design attractive and appropriate promotional media and information to promote Official Honne Muslim fashion products.

Keywords: Honne, Layout, Catalog

KATA PENGANTAR

Puji serta syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT karena atas berkat rahmat dan karunia-Nya yang telah diberikan sehingga dapat terselesaikannya tugas akhir yang berjudul “E-Katalog Official Honne Payakumbuh”. Laporan Karya Akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana dalam Program Studi Desain Komunikasi Visual Departemen Seni Rupa, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Padang. Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Eliya Febriyeni, S. Pd., M. Sn selaku Kepala Departemen Seni Rupa Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Padang
2. Ibu Dini Faisal, S. Ds., M. Ds selaku Ketua Prodi Desain Komunikasi Visual
3. Bapak Maltha Kharisma S. Pd., M. Pd selaku Sekretaris Departemen Seni Rupa Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Padang
4. Ibu Eliya Febriyeni, S. Pd., M. Sn selaku Dosen Penasehat Akademis yang telah memberikan bimbingan dan arahnya selama masa perkuliahan ini dan juga sebagai Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan waktu serta saran kepada penulis sehingga dapat terselesaikannya Karya Akhir ini dengan baik
5. Bapak Drs. Ariusmedi, M.Sn selaku Dosen Penguji I yang telah memberikan arahan dan bimbingan dalam karya akhir ini.
6. Bapak Fauzan Aulia, S. Ds., M. Sn selaku Dosen Penguji II yang telah memberikan arahan dan bimbingan dalam karya akhir ini

7. Kedua orang tua penulis yang telah memberikan semangat ,kasih sayang dan juga pengorbanan selama menempuh perkuliahan sehingga penulis bisa menyelesaikan perkuliahan ini dan semoga bisa menjadi kebanggaan dan bisa membahagiakan kedua orang tua penulis. Kesuksesan dan segala hal baik yang akan penulis peroleh kedepannya adalah karena dan untuk kalian berdua.
8. Kepada kakak perempuan satu-satunya Vanny Yolanda Utomo terimakasih telah memberikan semangat dan bantuan dalam perancangan tugas akhir ini , ucapan terimakasih ini tidak seberapa dengan perjuangan yang sudah mbak berikan kepada keluarga .
9. Tengku Muhammad Reyhan yang telah memberikan semangat dan motivasi , setia mendengarkan keluh kesah penulis dan juga selalu memberikan waktu luang walaupun sangat sibuk oleh perkerjaan. Terimakasih sudah menemani sedari bangku SMA sampai sekarang yang sudah menyelesaikan masa perkuliahan.
10. Fharazs,Putri,Nisa, Anggota amerta dan teman-teman lainnya yang tidak bisa disebutkan satu persatu ,terimakasih sudah kebersamai selama masa perkuliahan dan sangat banyak membantu penulis selama perkuliahan dan sudah banyak direpotkan .Semasa kuliah penulis menjadi banyak crita dan kenangan karena adanya mereka.
11. Disty Adila yang selalu menjadi 911 untuk penulis walaupun beda pulau namun tetap jadi orang yang pertama setelah orang tua dan pasangan yang menjaga dan selalu penulis hubungi.

Penulis menyadari mungkin masih banyak kekurangan dalam penulisan karya akhir ini baik berasal dari isi, material dan hasil karya akhir ini. Maka dari itu penulis berharap adanya kritikan dan saran untuk menyempurnakan segala kekurangan. Akhir kata penulis berharap semoga Karya Akhir ini menjadi suatu yang dapat memberi manfaat kepada pembaca pada umumnya dan penulis khususnya. Amin.

Padang, 5 Mei 2023

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah.....	5
C. Batasan Masalah.....	5
D. Rumusan Masalah.....	5
E. Orisinalitas	6
F. Tujuan Perancangan.....	6
G. Manfaat Perancangan.....	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
A. Kajian Praksis.....	8
1. Data Verbal.....	8
2. Data Visual	9
B. Kajian Teori.....	12
1. Promosi	12
2. Katalog	17
3. Layout	21
4. Fotografi	23
5. Tipografi.....	24
6. Warna	25
C. Karya Relevan	27
1. E-katalog Wearing Klamby	27
2. Mucevher.co	29
D. Kerangka Konseptual.....	30

BAB III METODE PERANCANGAN

A. Metode Perancangan.....	31
B. Teknik Pengumpulan Data.....	33
C. Metode Analisis Data.....	34
D. Jadwal Kerja.....	36

BAB IV PERANCANGAN VISUAL

A. Perancangan E-Katalog.....	37
1. Strategi Kreatif	37
2. Program Kreatif	39
3. Strategi Media	42
4. Rencana Anggaran Biaya	45
B. Layout Media Utama	46
1. Layout Kasar Cover E-Katalog	46
2. Layout Komperensi E-Katalog.....	47
3. Layout Halaman E-Katalog.....	49
C. Layout Media Pendukung	52
1. Kartu Nama	52
2. Poster.....	53
3. Banner	54
4. Kalender	55
5. Stiker	56
6. Totebag / Shoping bag	57
D. Layout Konperensif	57
1. Kartu Nama	57
2. Poster.....	58
3. Banner	59
4. Kalender	60
5. Stiker	60
6. Totebag / Shoping Bag.....	61
E. Final Desain.....	62
1. Final Media Utama	62
2. Kover E- Katalog.....	65

3. Final Desain Media Pendukung.....	70
F. Uji Kelayakan.....	72
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	76
B. Saran.....	76
DAFTAR PUSTAKA.....	78

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. Psikologi Warna Goethe.....	27
Tabel 2. Jadwal Kerja	36
Tabel 3. Alternatif Tipografi dalam Perancangan E-Katalog Official Honne di Payakumbuh	40
Tabel 4. Alternatif Warna Perancangan E-Katalog Official Honne di Payakumbuh	41
Tabel 5. Rencana Anggaran Biaya Perancangan E-Katalog Official Honne di Payakumbuh	45

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. Azzahra Sukma Rusita.....	9
Gambar 2. Produk Official Honne.....	10
Gambar 3. Produk Official Honne.....	10
Gambar 4. Produk Official Honne.....	11
Gambar 5. Produk Official Honne.....	11
Gambar 6. E- Katalog Wearing Klamby.....	27
Gambar 7. E-Katalog Mucevher.co.....	29
Gambar 8. Layout Kasar Cover E-Katalog.....	47
Gambar 9. Layout Komperensi E-Katalog.....	48
Gambar 10. Layout Halaman E-Katalog.....	52
Gambar 11. Kartu Nama.....	53
Gambar 12. Poster.....	54
Gambar 13. Banner.....	55
Gambar 14. Kalender.....	56
Gambar 15. Sticker.....	57
Gambar 16. Kartu Nama.....	58
Gambar 17. Poster.....	58
Gambar 18. Banner.....	59
Gambar 19. Kelender.....	60
Gambar 20. Sticker.....	60
Gambar 21. Totebag / Shoping Bag.....	61
Gambar 22. Kover E- Katalog.....	65
Gambar 23. Bentuk Tampilan Halaman.....	65
Gambar 24. Halaman Pertama E-Katalog Official Honne.....	65
Gambar 25. Halaman ke Dua dan ke Tiga.....	66
Gambar 26Halaman ke Empat dan ke Lima.....	66
Gambar 27. Halaman ke Enam dan ke Tujuh.....	66
Gambar 28. Halaman ke Delapan dan Sembilan.....	67

Gambar 29. Halaman ke Sepuluh dan ke Sebelas	67
Gambar 30. Halaman ke Dua Belas dan ke Tiga Belas	67
Gambar 31. Halaman ke Empat Belas dan Lima Belas	68
Gambar 32. Halaman ke Enam Belas dan Tujuh Belas	68
Gambar 33. Halaman ke Delapan Belas dan Sembilan Belas	68
Gambar 34. Halaman ke Dua Puluh dan Dua Puluh Satu	69
Gambar 35. Halaman ke Dua Puluh Dua dan Dua Puluh Tiga	69
Gambar 36. Halaman ke Dua Puluh Empat dan Dua Puluh	69
Gambar 37. Kartu Nama	70
Gambar 38. Poster	70
Gambar 39. Banner	71
Gambar 40. Kalender	71
Gambar 41. Sticker	72
Gambar 42. Totebag/ shopping bag	72

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Fashion yang ada di Indonesia pada saat ini terus berkembang mengikuti arus modrenisasi. Produk *fashion* merupakan salah satu produk yang paling banyak dibeli oleh masyarakat secara *online*. Menurut Nielsen pada website sirclo.com (2022). *Fashion* merupakan kategori produk yang paling laku. Sebanyak 61% membelinya secara online. Perkembangan *trend fashion* tersebut bukan lagi hanya sebagai penutup tubuh namun sudah beralih sebagai identitas diri dan gaya hidup .

Perkembangan ini juga memberi pengaruh pada *fashion muslimah*. Hal ini bisa dilihat dari banyaknya variasi *style* hijab yang memungkinkan para penggunanya tetap *fashionable*. Tidak terkecuali pengaruh perkembangan *fashion* juga berkembang di Payakumbuh salah satu kota yang berada di Padang Sumatera Barat.

Perkembangan *fashion* di Payakumbuh sangat mengikuti *trend* yang berkembang di dunia *fashion*. Dunia *fashion* di Payakumbuh sudah berkembang dari zaman dahulu seperti kain tenun khas Payakumbuh yang menjadi ciri khas *fashion* Payakumbuh.

Perkembangan ini juga merambah di *fashion muslimah*, terlihat dari mayoritas penduduk Payakumbuh merupakan umat muslim sehingga memberi peluang berkembang pesatnya *fashion muslimah* di Payakumbuh.

Di Payakumbuh sendiri sering mengadakan event-event *fashion muslimah* seperti halnya pada tahun lalu Dekranasda Payakumbuh menggelar *fashion show* dan pameran produk UKM sebagai bentuk pengembangan *fashion* di Payakumbuh. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya brand-brand dan toko baju muslimah yang ada di Payakumbuh. Salah satunya adalah Official Honne. Official honne merupakan sebuah brand yang bergerak di fashion muslimah

Official honne sendiri sudah berdiri semenjak tahun 2019 yang beroperasi secara online atau yang biasa disebut dengan online shop melalui situs media social Instagram dan *market place* Shopee. Official honne didirikan oleh seorang mahasiswi yang sedang berkuliah di salah satu universitas di kota Bukittinggi yang bernama Azzahra Sukma Rusita .

Berawal dari Sukma yang tidak lulus ujian masuk perguruan tinggi membuat Sukma harus menganggur selama setahun perkuliahan, dari pengalaman kerja di dunia model fashion muslimah semasa SMA memberikan ide untuk mendirikan usaha di bidang fashion muslimah yang bermula dari pakaian muslimah.

Bermodalkan uang tabungan dan pengalaman di dunia model memberikan banyak pengetahuan tentang fashion yang diminati di kota Payakumbuh. Setelah melalui banyak proses akhirnya Sukma berhasil mendirikan sebuah brand yang dinamakan Official Honne.

Produksi pertama yang diterbitkan oleh Official Honne yang masih di produksi kecil kecilan memiliki peminat yang cukup besar melihat Sukma

merupakan model dan selebgram yang cukup terkenal di Payakumbuh. Hal ini memberi keuntungan kepada penjualan yang lumayan tinggi dengan produksi pertama yang laku keras sebanyak 100 pcs dalam satu bulan penjualan.

Kelebihan dari produk yang di produksi Official Honne ini adalah produk yang diproduksi tidak akan direstock kembali sehingga setiap koleksi tidak akan banyak beredar di pasaran, dan desain yang simple, elegant membuat pakaian ini bisa digunakan dalam berbagai acara. Tak hanya itu Official Honne juga memproduksi secara rumahan sehingga membantu para penjahit rumahan untuk mendapatkan pekerjaan yang lumayan menjanjikan.

Produk Official Honne ini menggunakan bahan textile yang premium yaitu bahan silk yang tidak gampang kusut ,ringan,dan mengkilat sehingga memudahkan para *hijabers* untuk tetap terlihat rapi dan waktu yang lebih singkat untuk bersiap.

Official Honne ini merupakan brand yang menjual barang premium seperti desain hijab yang didesainnya dicetak terbatas dan merupakan desain sendiri yang tidak ada dipasaran, pada saat ini Honne sudah memiliki 5 pekerja atau karyawan tetap .

Hingga kini sudah banyak peminat dari Official Honne sehingga brand ini sudah sangat dikenal di Payakumbuh dan sudah memiliki beberapa konsinyasi dan reseler yang tersebar di Payakumbuh. Namun untuk saat ini Official Honne belum memiliki offline store.

Penjualan produk Official Honne media sosial dan *market place* dirasa belum efektif terbukti dengan lebih tingginya penjualan konsinyasi dibandingkan dengan penjualan di *official store* dan *competitor* yang dimiliki oleh official honne cukup memberikan *effect* yang cukup besar dikarenakan *competitor* merupakan senior didunia model dan selebgram di Payakumbuh dan juga *competitor* yang lebih berpengalaman di dunia *fashion* Payakumbuh.

Pada saat ini media yang digunakan Official Honne masih berbentuk foto produk yang ditampilkan di akun media social Official Honne. Media ini dirasa belum cukup efektif karena masih kurangnya penyampaian informasi dan keterangan detail terhadap produk yang ditawarkan. Seperti pengambilan foto produk yang terlalu jauh sehingga kurang terlihat jelasnya bahan dan jenis kain yang digunakan.

Dari penjabaran diatas penulis menyimpulkan bahwa dibutuhkan media informasi yang lebih jelas, detail, lengkap dan menarik sehingga dapat memudahkan *customer* dalam pemilihan dan menyerap informasi produk yang akan mereka beli. E-katalog dirasa merupakan media yang sesuai dengan kebutuhan masalah yang sedang dihadapi oleh Official Honne.

E-katalog adalah sebuah media yang berisikan daftar produk, jenis jenis, foto produk, harga dan cara pemesanan. Selain itu E-katalog memiliki kelebihan yaitu bisa diakses dimana saja dan kapan saja secara online, oleh sebab itu penulis tertarik untuk mengangkat produk ini dengan judul karya akhir “E-Katalog Official Honne Payakumbuh”

B. Identifikasi Masalah

1. Kurang aktif dalam promosi dan penyampaian informasi secara detail tentang produk sehingga menurunkan ketertarikan konsumen terhadap produk yang ditawarkan oleh Official Honne.
2. Konsinyasi lebih jalan ketimbang dengan penjualan toko sendiri dikarenakan kebanyakan konsinyasi dari Official Honne merupakan offline store.
3. Belum adanya katalog yang menjadi wadah informasi produk bagi customer sehingga dibutuhkan E-Katalog sebagai wadah pengganti katalog dikarenakan masih belum ada *offline store*

C. Batasan Masalah

Identifikasi masalah yang telah dikemukakan diatas, maka penulis membatasi permasalahan pada “E – katalog Official Honne“ yang belum disediakan sehingga konsumen belum bisa melihat hal hal terkait produk dan belum bisa menyerap informasi yang lebih detail terhadap produk sehingga memberi pengaruh terhadap daya jual ditoko sendiri yang lebih sedikit dibandingkan dengan konsinyasi.

D. Rumusan Masalah

Bagaimana mendesain media promosi sehingga dapat memudahkan konsumen untuk mencari informasi tentang produk dan menimbulkan ketertarikan akan produk honne

E. Orisinalitas

Proses mendesain E- katalog yang di desain berdasarkan data dan informasi dari pemilik brand Official Honne itu sendiri.Serta topic permasalahan E-Katalog Official Honne belum pernah dibahas sebelumnya.Oleh sebab itu penulis akan mendesain E-katalog agar bisa mempermudah dalam pembelian produk serta dapat meningkatkan promosi, dan juga sebagai media informasi pada TA yang berkaitan dengan penulisan.

F. Tujuan Perancangan

Perancangan ini bertujuan untuk menghasilkan E-Katalog yang dapat memudahkan para *customer* untuk mendapatkan informasi dari produk yang ditawarkan oleh Official Honne, tak hanya informasi yang detail namun juga memudahkan para kostumer untuk memilih produk yang akan dibeli.

G. Manfaat Perancangan

Adapun manfaat perancangan yang dilakukan penulis yaitu:

1. Bagi masyarakat,

Diharapkan bisa menjadi media promosi dan informasi yang dapat mempermudah konsumen untuk menyerap informasi dari katalog produk yang ditawarkan oleh Official Honne mulai dari data produk seperti warna,bahan,ukuran dan data-data produk lainnya.

2. Bagi brand

Menjadi media promosi yang dapat meningkatkan ketertarikan konsumen terhadap produk yang diproduksi Official Honne sehingga

angka penjualan dan promosi produk meningkat dan juga memberi kemudahan untuk mengenalkan produk official honne ke pasar *industry* maupun masyarakat.

3. Bagi perancang

Dalam proses perancangan E-Katalog dapat meningkatkan kemampuan untuk merancang sebuah media promosi yang bisa membantu brand untuk meningkatkan kualitas dan promosi. Melalui pengembangan dan pembelajaran prinsip- prinsip maupun ilmu- ilmu desain yang sudah dipelajari selama perkuliahan berlangsung yang menjadi modal dan bekal untuk terjun di dunia perkejaan desain .