

PERANCANGAN VIDEO PROMOSI

VIEL BEAUTY AND GLOW

KARYA AKHIR

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar
Sarjana Desain Komunikasi Visual Strata Satu*



Oleh :

Wahyu Azda Putra 16027089/2016

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

DEPARTEMEN SENI RUPA

FAKULTAS BAHASA DAN SENI

UNIVERSITAS NEGERI PADANG

2023

HALAMAN PERSETUJUAN KARYA AKHIR

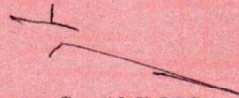
PERANCANGAN VIDEO PROMOSI VIEL *BEAUTY AND GLOW*

Nama : Wahyu Azda Putra
NIM : 16027089/2016
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Departemen : Seni Rupa
Fakultas : Bahasa dan Seni

Padang, 8 Juni 2023

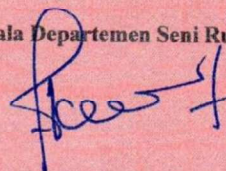
Disetujui dan disahkan oleh:

Dosen Pembimbing



San Ahdi, M.Sn
NIP. 19791216.200812.1.004

Kepala Departemen Seni Rupa



Eliya Pebriveni, S.Pd., M.Sn
NIP. 19830201.200912.2.001

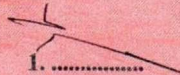
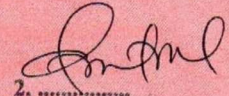
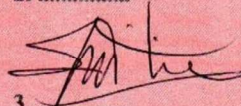
HALAMAN PENGESAHAN

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

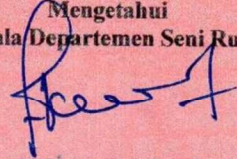
Judul : Perancangan Video Promosi VIEL *BEAUTY AND GLOW*
Nama : Wahyu Azda Putra
NIM/BP : 16027089/2016
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Departemen : Seni Rupa
Fakultas : Bahasa dan Seni

Padang, 11 Juli 2023

Tim Penguji

	Nama/NIP	Tanda tangan
1. Pembimbing	: <u>San Ahdi, M.Sn</u> NIP. 19791216.200812.1.004	 1.
2. Penguji I	: <u>Dini Faisal, S.Ds., M.Ds</u> NIP. 19840909.201404.2.003	 2.
3. Penguji II	: <u>Riri Trinanda, S.Pd., M.Sn.</u> NIP. 19801023.200812.1.002	 3.

Mengetahui
Kepala Departemen Seni Rupa


Eliya Pebriyeni, S.Pd., M.Sn
NIP. 19830201.200912.2.001

SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Karya tulis saya, *Skripsi/Karya Akhir dengan judul
Video Promosi viel beauty and glow
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, 20
Saya yang menyatakan,



NIM. 6627089

PERANCANGAN VIDEO PROMOSI VIEL BEAUTY AND GLOW

Wahyu Azda Putra¹, San Ahdi²
Program Studi Desain Komunikasi Visual
Departemen Seni Rupa, FBS Universitas Negeri Padang
Email : Wahyuazdaputra@gmail.com

ABSTRAK

Perancangan video promosi dirancang sedemikian rupa untuk menghasilkan media alternatif bagi konsumen dari *Viel Beauty And Glow* untuk lebih mengetahui produk yang dijual dan merchandise apa yang disediakan *Viel Beauty And Glow* serta dapat menjadi promosi digital audio video yang bertujuan agar produk *Viel Beauty And Glow* lebih dikenal dan diterima oleh target konsumen. Masalah yang diidentifikasi adalah persaingan pasar dan tidak efektifnya media promosi sehingga audience dan konsumen yang belum mengetahui produk dari *Viel Beauty And Glow*. Dalam menyelesaikan masalah tersebut, digunakan metode analisis 4D, dimana metode ini diawali mendefinisikan masalah *Viel Beauty And Glow*, menentukan serta merancang media video, mengembangkan promosi dan hasil perancangan yang sudah final disebarkan melalui beberapa platform digital. Perancangan ini akan menghasilkan sebuah output yaitu video promosi *Viel Beauty And Glow* berdurasi satu menit yang berisi kegunaan produk. Perancangan video promosi sebagai media utama juga didukung beberapa media pendukung seperti: Instagram *reels*, tiktok, poster, sticker, iklan televisi, *feed* Instagram, dan postingan *story*. Kesimpulan dari uji kelayakan perancangan ini bahwa *target audience* sudah bisa menerima dan memahami informasi dari yang disampaikan video promosi *Viel Beauty And Glow*

Kata Kunci: *Media, Promosi, audio video, Viel Beauty And Glow Kota Padang*

¹ Mahasiswa Penulis Karya Akhir Prodi Desain Komunikasi Visual

² Pembimbing I, Dosen FBS Universitas Negeri Padang

VIEL BEAUTY AND GLOW PROMOTION VIDEO DESIGN

Wahyu Azda Putra¹, San Ahdi²

Program Studi Desain Komunikasi Visual
Departemen Seni Rupa, FBS Universitas Negeri Padang
Email : Wahyuazdaputra@gmail.com

ABSTRACT

The promotion video is designed in such a way as to produce alternative media for consumers from Viel Beauty And Glow to find out more about the products being sold and what merchandise Viel Beauty And Glow provides and can become digital audio video promotions that aims to make Viel Beauty And Glow products better known and accepted by target consumers. The problems identified were market competition and the ineffectiveness of promotional media so that the audience and consumers did not know about Viel Beauty And Glow's products. In solving this problem, the 4D analysis method is used, where this method begins by defining the Viel Beauty And Glow problem, determining and designing video media, developing promotions and the final design results are distributed through several digital platforms. This design will produce an output, namely a one-minute promotional video that contains product uses. Designing promotion video as the main media, the supporting media were also designed, such as: Instagram reels, tiktok, posters, stickers, television commercials, Instagram feeds, and story posts. The conclusion from the feasibility test of this design is that the target audience can receive and understand the information conveyed by the Viel Beauty And Glow promotional video.

Keywords: Media, Promotion, audio video, Viel Beauty And Glow Padang City

¹ Mahasiswa Penulis Karya Akhir Prodi Desain Komunikasi Visual

² Pembimbing I, Dosen FBS Universitas Negeri Padang

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT, atas berkat limpahan rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan karya akhir yang berjudul “*Perancangan Video Promosi Viel Beauty And Glow*”. Karya akhir ini merupakan salah satu syarat dalam menyelesaikan strata satu pada Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Padang. Penulis mengucapkan terima kasih atas dukungan yang penuh dari kedua orang tua yang telah memberikan do’a, kasih sayang, dan dukungan baik moral maupun materi kepada penulis hingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan studi dan karya akhir ini.

Penulis menyadari bahwa selama proses penyusunan ini telah banyak mendapatkan bantuan, bimbingan, dan motivasi dari berbagai pihak Oleh karena itu, penulis juga ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Ibu Eliya Pebriyeni, S.Pd, M.Sn. selaku Ketua Departemen Seni Rupa Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Padang.
2. Ibu Dini Faisal, S.Ds., M.Ds. selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual sekaligus selaku dosen penguji I yang telah memberikan arahan dan bimbingan dalam laporan karya akhir ini
3. Bapak San Ahdi, S.Sn, M.Ds. selaku dosen pembimbing Karya Akhir penulis yang telah memberikan pengarahan dan waktu bimbingan dalam mewujudkan karya akhir ini.
4. Bapak Riri Trinanda S. Pd, M.Pd, selaku dosen penguji II yang telah

memberikan arahan dan bimbingan dalam laporan karya akhir ini.

5. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Bahasa dan Seni yang telah membantu penulis selama menuntut ilmu di Fakultas Bahasa dan Seni Universitas Negeri Padang.
6. Rekan-rekan yang telah memberikan semangat dan dukungan kepada penulis untuk menyelesaikan karya akhir ini.
7. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu atas dukungan yang diberikan kepada penulis dalam menyelesaikan karya akhir ini.

Dalam rangka penyempurnaan karya akhir ini, penulis mengharapkan sumbangan pikiran para pembaca berupa kritikan dan saran, semoga karya akhir ini dapat dijadikan bahan bacaan dan sumber referensi bagi siapapun yang membacanya di masa yang akan datang.

Padang, Juni 2023

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	3
C. Batasan Masalah.....	4
D. Rumusan Masalah	4
E. Tujuan Perancangan	4
F. Manfaat Perancangan	4
BAB II KAJIAN PUSTAKA	5
A. Kajian Praksis.....	5
1. Data Verbal.....	5
2. Data Visual	7
B. Kajian Teoritis.....	10
1. Promosi.....	10
2. Media Promosi	14
3. Video Promosi.....	15
4. Sinematografi	17

C. Karya Relevan.....	23
D. Kerangka Konseptual.....	25
BAB III METODE PERANCANGAN	26
A. Metode Perancangan.....	26
1. Define	26
2. Design.....	27
3. Develop	27
4. Disseminate	27
B. Metode Pengumpulan Data	27
C. Metode Analisis Data	29
1. Kekuatan (<i>Strenght</i>)	29
2. Kelemahan (<i>Weakness</i>).....	29
3. Peluang (<i>Opportunity</i>).....	30
4. Ancaman (<i>Threats</i>).....	30
D. Perancangan Kreatif.....	30
1. Tujuan kreatif	30
2. Strategi kreatif	30
E. Media Utama dan Media Pendukung	31
1. Media utama	31
2. Media pendukung.....	32
BAB IV PERANCANGAN VISUAL.....	34
A. Konsep Perancangan.....	34
1. Konsep Visual.....	34

2. Konsep Verbal.....	40
B. Program Kreatif.....	40
1. MediaUtama	40
2. Media Pendukung.....	48
C. Final Desain	55
D. Uji Kelayakan	56
BAB V PENUTUP.....	58
A. Kesimpulan	58
B. Saran	59
DAFTAR RUJUKAN	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Logo Brand Viel Beauty And Glow	7
Gambar 2 Konten Media sosial Viel Beauty And Glow	7
Gambar 3 Foto Produk Viel Beauty And Glow	8
Gambar 4 Foto Produk dan Owner Viel Beauty And Glow	8
Gambar 5 Foto Tampilan Online Store Viel Beauty and Glow	9
Gambar 6 Foto Stock Produk Viel Beauty And Glow	9
Gambar 7 Video Promosi Goest Skin Care.....	24
Gambar 8 dalam Video Promosi Eshal Skin Care.....	24
Gambar 9 Kerangka Konseptual	25
Gambar 10. Pengambilan Gambar Trotoar Transmart.....	43
Gambar 11. Pengambilan Gambar	43
Gambar 12 Pengambilan Footage	44
Gambar 13 Pengambilan Gambar	44
Gambar 14 Pengambilan Gambar Padang Glamping.....	45
Gambar 15. Tim Produksi	45
Gambar 16. Proses Editing dan Color Grading	47
Gambar 17. Palet Warna.....	48
Gambar 18 Layout Reels.....	49
Gambar 19 Layout Tiktok	50
Gambar 20 Alternatif Poster.....	51
Gambar 21 Sticker.....	52
Gambar 22 Story Board TVC.....	53
Gambar 23 Layout Feed Instagram	53
Gambar 24 Layout Stories.....	54

DAFTAR TABEL

Table 1. Skenario / Shooting Scrip.....	35
Table 2. Storyline	37
Table 3. Storyboard.....	37
Table 4. Script Narasi.....	39
Table 5. Shoting Schedule	42
Table 6 Uji Kelayakan Karya Video Promosi Viel Beauty and Glow	56

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Maraknya produk perawatan kulit (*Skincare*) lokal baru yang bermunculan menandakan pesatnya perkembangan dan persaingan bisnis kosmetik kecantikan saat ini. Produk *skincare* lokal merupakan salah satu produk yang saat ini sangat digemari konsumen di pasar. Data BPOM mencatat terdapat industri kosmetika dan *skincare* mengalami kenaikan 20.6% dari 819 bertambah menjadi 913 industri terhitung dari 2021 hingga 2022. Menurut data Cantika.com salah satu indikatornya dapat dilihat juga pada event Jakarta X Beauty tahun 2022 dimana terdapat lebih 200 merek *skincare* dan *makeup*, dan 70% diantaranya merupakan brand lokal (Cantika.com, 1/8/2022).

Viel Beauty And Glow hadir di kota Padang sebagai salah satu *skincare* lokal yang memberi inovasi kebutuhan perawatan kulit dengan *simple* dan hasil yang maksimal. *Viel Beauty And Glow* hadir pada tahun 2021 untuk memberikan solusi terhadap masyarakat yang ingin melakukan rutinitas perawatan kulit secara mudah dalam bentuk produk *body lotion* dan *body wash*. Terdapat komposisi produk seperti *Niacinamide*, *Shea Butter*, dan Susu Kambing Etawa yang berguna untuk menutrisi, melindungi, melembabkan, dan mencerahkan kulit. Produk yang ditawarkan oleh *Viel Beauty And Glow* sudah terdaftar di BPOM dan diproduksi oleh pabrik yang sudah menerima sertifikat halal MUI.

Sebagai produk kecantikan baru yang berkembang di kota Padang serta

persaingan antar *brand* lokal yang ketat di pasar *skincare* , *Viel Beauty And Glow* belum memiliki media promosi berupa video promosi yang efektif, efisien, informatif, dan edukatif. Video promosi *Viel Beauty and Glow* belum maksimal dalam memberikan informasi maupun edukasi, sehingga belum terlalu dikenal dan menarik perhatian target audiens untuk menggunakan produk tersebut. Video promosi yang sebelumnya digunakan oleh *Viel Beauty and Glow* kurang menciptakan *brand awareness* terhadap produk *Viel Beauty and Glow*.

Bedasarkan wawancara penulis dengan pemilik brand *Viel Beauty And Glow* (7 Oktober 2022) *Viel Beauty And Glow* hanya memasarkan produk melalui *online store* yang tersedia di aplikasi belanja *online*, melayani pesan antar dalam kota. *Brand* tersebut telah melakukan promosi dalam bentuk video pada media sosial namun, video promosi yang dihasilkan hanya berfokus pada tampilan kemasan produk, belum maksimal memperlihatkan informasi pengaplikasian produk, dan efek hasil penggunaan produk oleh model *talent* wanita/ pria. Ditambah video promosi tersebut tidak menggunakan *backsound* yang membangun *mood audience*. Sehingga video tersebut kurang memberikan efek *awareness audience* dan kurang dikenal oleh masyarakat di pasar. Berdasarkan penonton *reels* video promosi di Instagram hanya tercatat 436 *viewers*. Hal tersebut juga berpengaruh terhadap penjualan *brand* yang menjadi keluhan oleh owner.

Menurut Degey (2016:9) penggunaan video promosi dinilai lebih memberikan informasi secara detail dengan durasi yang lebih panjang. Video promosi dapat mempromosikan informasi lebih terperinci mencakup semua hal

yang berhubungan dengan objek. Penggunaan video promosi bertujuan menghasilkan informasi yang lebih menarik, efektif dan mudah dipahami target audiens dalam memberitahu, mempengaruhi, dan mengingatkan. Pesan yang disampaikan kepada audiens melalui media audio visual merupakan pesan informasi tentang apa itu *Viel Beauty And Glow*, keunggulan dari produk *Viel Beauty and Glow*, edukasi tentang perawatan kulit dan instruksi untuk membeli produk *Viel Beauty and Glow*. Tujuannya untuk menunjang pemasaran produk agar lebih dikenal oleh konsumen dan membantu penjualan produk *Viel Beauty and Glow*.

Berdasarkan fenomena diatas media video promosi yang dapat memberikan informasi yang efektif, efisien menciptakan *brand awareness* dan dapat menarik perhatian konsumen untuk membeli produk sangat dibutuhkan oleh *Viel Beauty and Glow*. Video promosi dinilai dapat mendukung produk lebih dikenal masyarakat, menunjang pemasaran dan penjualan produk. Maka dari itu penulis tertarik untuk merancang media promosi berupa audio visual yang berbentuk video promosi menjadi karya akhir dengan judul “**Perancangan Video Promosi *Viel Beauty and Glow***”

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikembangkan terdapat masalah masalah yang dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Persaingan produk *skincare* lokal yang semakin ketat di pasar.
2. Penggunaan video promosi produk yang belum maksimal dalam memberikan informasi, edukasi yang menarik sehingga *Viel Beauty and*

Glow belum terlalu dikenal masyarakat dan pasar.

3. Lemahnya *brand awareness* *Viel Beauty and Glow* di mata konsumen.

C. Batasan Masalah

Batasan identifikasi masalah yang ditemukan oleh penulis yaitu; video sebagai media promosi yang informatif, edukatif dan menarik perhatian target audiens untuk membantu produk *Viel Beauty and Glow* lebih di kenal masyarakat dan pasar.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah diatas dapat dirumuskan sebuah masalah yakni; Bagaimana merancang video promosi *Viel Beauty And Glow* yang lebih informatif, edukatif dan menarik untuk membantu produk lebih dikenal masyarakat dan pasar ?

E. Tujuan Perancangan

Tujuan perancangan dari karya akhir ini adalah terciptanya sebuah video promosi yang informatif, edukatif, dan tepat sasaran dalam menarik perhatian konsumen untuk membangun *brand awareness* produk *Viel Beauty and Glow* pada masyarakat dan pasar. Mengajak target audiens lebih mengenal dan memahami produk *Viel Beauty and Glow* secara detail dan menyeluruh.

F. Manfaat Perancangan

Perancangan karya akhir “Perancangan Video Promosi *Viel Beauty and Glow*” ini diharapkan dapat berguna dalam menambah referensi video promosi produk yang informatif, efektif, menarik dalam mengenalkan produk kepada masyarakat dan pasar untuk menunjang penjualan produk tersebut.