

**PERANCANGAN PROMOSI AUDIO VISUAL “BALI HERITAGE SALON
AND DAY SPA” PADANG MELALUI MEDIA SOSIAL**

KARYA AKHIR

Diajukan kepada Universitas Negeri Padang
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam
Menyelesaikan Program Sarjana Desain Komunikasi Visual



Oleh:

**DOLI REPELITA
NIM. 1201193/2012**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN SENI RUPA
FAKULTAS BAHASA DAN SENI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2016**

PERSETUJUAN KARYA AKHIR

**PERANCANGAN PROMOSI AUDIO VISUAL “BALI HERITAGE SALON
AND DAY SPA” PADANG MELALUI MEDIA SOSIAL**

Nama : Doli Repelita
Nim/ Bp : 1201193/2012
Jurusan : Seni Rupa
Fakultas : Fakultas Bahasa Dan Seni
Universitas : Universitas Negeri Padang
Jenjang Studi : Strata 1 (S1)
Judul : Perancangan Promosi Audio Visual “BALI
HERITAGE SALON AND DAY SPA” Padang
Melalui Media Sosial

Padang, Agustus 2016

Disetujui dan disahkan oleh :

PEMBIMBING I

Drs. Syafwan, M.Si
NIP.19570101.198103.1.010

PEMBIMBING II

Dini Faisal, S.Ds, M.Ds.
NIP. 19840909.201404.2.003

Mengetahui
Ketua Jurusan

Drs. Syafwan, M.Si
NIP.19570101.198103.1.010

HALAMAN PENGESAHAN


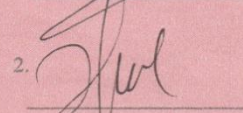
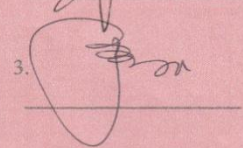
Dinyatakan lulus setelah berhasil dipertahankan di depan Tim Penguji Karya
Akhir Jurusan Seni Rupa Fakultas Bahasa dan Seni
Universitas Negeri Padang

Nama : Doli Repelita
NIM : 1201193/2012
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Bahasa dan Seni


Padang, Agustus 2016

	Tim Penguji Nama/ NIP
1. Ketua	: Drs. M. Nasrul Kamal, M.Sn NIP.19630202.199303.1.002
2. Sekretaris	: Hendra Afriwan, S.Sn, M.Sn NIP. 19770401.200812.1.002
3. Anggota	: Dra. Zubaidah A, M.Sn NIP.19570425.198602.2.001

Tanda Tangan

1. 
2. 
3. 

Mengetahui
Ketua Jurusan



Drs. Syaifwan, M.Si
NIP.19570101.198103.1.010

SURAT PERNYATAAN

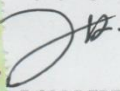
Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Karya tulis saya, ~~Skripsi~~/Karya Akhir*) dengan judul **“PERANCANGAN PROMOSI AUDIO VISUAL “BALI HERITAGE SALON AND DAY SPA” PADANG MELALUI MEDIA SOSIAL”** adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Universitas Negeri Padang maupun 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. Didalam 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 ketidak benaran, 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, Agustus 2016

Saya yang Menyatakan,




DOLI REPELITA
NIM. 1201193

ABSTRAK

Doli Repelita. 2016. Perancangan Promosi Audio Visual “Bali Heritage Salon And Day SPA” Padang Melalui Media Sosial

Bali Heritage Salon And Day SPA merupakan perusahaan/industri yang bergerak dalam bidang pelayanan jasa. Beralamat di Jl. Vetaran No.43 Kota Padang Sumatera Barat. Berdiri sejak tahun 2008 hingga sekarang yang menggunakan konsep Bali dengan bangunan *gazebo* yang melayani berbagai perawatan kecantikan.

Karya akhir ini bertujuan untuk menghasilkan sebuah perancangan promosi audio visual Bali Heritage Salon And Day SPA melalui media sosial yang terdiri dari Facebook, Instagram dan YouTube. Adapun metode yang digunakan oleh penulis adalah dimulai dari metode pengumpulan data yaitu melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Kemudian dilanjutkan dengan metode analisis data dengan menggunakan analisis SWOT (*strenght, weakness, opportunities, threats*). Selanjutnya menyimpulkan analisis data dan melakukan pendekatan kreatif (media utama dan pendukung). Dalam pembuatan perancangan promosi audio visual Bali Heritage Salon And Day SPA melalui media sosial ini penulis menampilkan pesan verbal dan visual bagi khalayak yang melihat promosi ini.

Dengan dibuatnya perancangan promosi audio visual Bali Heritage Salon And Day SPA melalui media sosial ini, diharapkan dapat menciptakan *positioning* yang baik. Selain itu, diharapkan dapat menarik perhatian pengunjung atau masyarakat luas sehingga dapat meningkatkan eksistensi usaha bidang jasa yang bernama Bali Heritage Salon And Day SPA ini.

Kata kunci : Perancangan, Promosi, Audio Visual, Bali Heritage Salon And Day SPA. Media Sosial.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan kehadirat Allah SWT atas segala karunia dan berkah-Nya yang membuat penulis dapat menyelesaikan Karya Akhir ini. Tidak lupa shalawat beserta salam buat junjungan nabi Muhammad SAW yang merupakan suri tauladan yang baik dalam menjalani kehidupan dimuka bumi ini.

Karya akhir ini diberi judul “*Perancangan Promosi Audio Visual Bali Heritage Salon And Day SPA Padang Melalui Media Sosial*”. Karya Akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana dalam Program Studi Desain Komunikasi Visual Jurusan Seni Rupa, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Padang.

Dalam penulisan karya akhir ini penulis banyak mendapat bantuan dari berbagai pihak, untuk itu penulis pada kesempatan ini mengucapkan terimakasih kepada :

1. Rektor Universitas Negeri Padang yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas pada penulis demi kelancaran penulisan karya akhir ini.
2. Pimpinan Fakultas Bahasa dan Seni Universitas Negeri Padang.
3. Bapak Drs. Syafwan, M. Si selaku ketua jurusan Seni Rupa Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Padang.
4. Bapak Drs. Ariusmedi, M. Sn selaku sekretaris jurusan Seni Rupa Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Padang.
5. Bapak Drs. Eswendi, M.Pd selaku dosen Penasehat Akademis yang telah bersedia meluangkan waktunya dalam membimbing karya akhir penulis.
6. Bapak Drs. Syafwan, M. Si dan Ibu Dini Faizal, S. Ds, M. Ds selaku dosen Pembimbing I dan II yang telah bersedia meluangkan waktunya, memberi pengarahan dan saran supaya melengkapi segala kekurangan penulisan karya akhir, dalam menyelesaikan karya akhir penulis.
7. Bapak Drs. M. Nasrul Kamal M.Sn Selaku dosen Penguji I yang telah memberikan arahan dan bimbingan dalam karya akhir ini.

8. Bapak Hendra Afriwan, S.Sn, M.Sn selaku dosen Penguji II yang telah bersedia meluangkan waktunya dalam memberikan motivasi arahan dan bimbingan dalam karya akhir ini.
9. Ibu Dra. Zubaidah A, M.Sn selaku dosen Penguji III yang telah memberikan kritik, saran dan bimbingan dalam karya akhir ini.
10. Bapak dan Ibu Dosen staf pengajar Seni Rupa / Desain Komunikasi Visual yang telah memberikan ilmunya selama proses perkuliahan sehingga dapat membuka wawasan penulis.
11. Ayahanda dan ibunda tercinta dan seluruh keluarga yang telah memberikan doa, nasehat, dorongan, motivasi, dukungan, dan materi kepada penulis dalam penyelesaian karya akhir ini.
12. Untuk rekan- rekan seperjuangan di jurusan Seni Rupa Khususnya Prodi Desain Komunikasi Visual Bp 2012, yang telah memberikan motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan karya akhir ini. Serta kepada semua pihak yang telah ikut membantu, tiada kata yang dapat penulis persembahkan selain do'a kepada Allah SWT mudah-mudahan menjadikan ini bernilai ibadah disisi Allah S.W.T dan senantiasa juga diberikan kelapangan oleh Allah. Amiin.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penulisan karya akhir ini baik yang berasal dari isi, materi dan hasil dari 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 arti dan dapat memberi manfaat kepada pembaca pada umumnya dan penulis khususnya. Amin.

Padang, Agustus 2016
Penulis

Doli Repelita

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	5
C. Batasan Masalah.....	5
D. Rumusan masalah.....	5
E. Orisinalitas	6
F. Tujuan Perancangan	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA	7
A. Kajian Praksis	7
1. Salon dan SPA	7
2. Bali Heritage Salon And Day SPA	8
3. Daftar Harga	9
2. Data Visual.....	14
B. Kajian Teoritis.....	17
1. Desain Komunikasi Visual.....	17
2. Promosi (Media Sosial).....	22
3. Audio Visual	30
4. Film.....	32
C. Karya Relevan.....	36
D. Kerangka Konseptual	38
BAB III METODE PERANCANGAN	39
A. Metode Pengumpulan Data	39
1. Data Primer	39

2. Data Sekunder	40
B. Metode Analisis Data	40
C. Pendekatan Kreatif	42
1. Konsep Media	42
2. Target Audience	43
D. Media.....	44
F. Jadwal Kerja.....	46
BAB IV PERANCANGAN VISUAL	47
A. Teori Media	47
1. Media Utama	47
2. Media Pendukung	59
B. Program Kreatif.....	64
1. Data Verbal	64
2. Data Visual.....	64
C. <i>Layout</i>	69
1. <i>Layout Kasar</i>	69
2. <i>Layout Eksekusi</i>	81
3. <i>Layout Komprehensif</i>	92
D. <i>Final Desain</i>	105
1. Media Utama	105
2. Media Pendukung	107
BAB V PENUTUP	116
A. Kesimpulan	116
B. Saran.....	117
DAFTAR RUJUKAN	118

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 1 Paket Tungga Dewi Bali Heritage Salon And Day SPA	9
Tabel 2 Paket Kandedes Bali Heritage Salon And Day SPA.....	9
Tabel 3 Paket Pengantin Bali Heritage Salon And Day SPA	10
Tabel 4 Paket Bali Spa <i>Treatment</i> Bali Heritage Salon And Day SPA	11
Tabel 5 <i>Hair Treatment</i> Bali Heritage Salon And Day SPA	11
Tabel 6 <i>Face Treatment</i> Bali Heritage Salon And Day SPA.....	12
Tabel 7 <i>Body</i> Bali Heritage Salon And Day SPA.....	12
Tabel 8 <i>Other Treatment</i> Bali Heritage Salon And Day SPA	13
Tabel 9 Warna.....	19
Tabel 10 Jadwal Kerja.....	46
Tabel 11 <i>Shotlist</i> versi 1	50
Tabel 12 <i>Shotlist</i> versi 2.....	51
Tabel 13 <i>Shotlist</i> versi 3.....	52
Tabel 14 <i>Storyboard</i> versi 1	53
Tabel 15 <i>Storyboard</i> versi 2.....	54
Tabel 16 <i>Storyboard</i> versi 3.....	57
Tabel 17 Biaya Pembuatan Media Utama.....	59
Tabel 18 Warna CMYK.....	68
Tabel 19 Warna RGB.....	68
Tabel 20 Skala Media.....	106

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 1 Bangunan kedua Bali Heritage Salon And Day SPA.....	14
Gambar 2 <i>Reception</i> Bali Heritage Salon And Day SPA	15
Gambar 3 Suasana Ruangan Perawatan SPA.....	15
Gambar 4 Ruang Salon	16
Gambar 5 Ruangan SPA dan Sauna.....	16
Gambar 6 Tampilan Promosi <i>Action Salon</i>	36
Gambar 7 Reception Action Salon	37
Gambar 8 Psikologi Warna	67
Gambar 9 Layout kasar Kartu Nama Alternatif 1	69
Gambar 10 Layout kasar Kartu Nama Alternatif 2.....	69
Gambar 11 Layout kasar Kartu Nama Alternatif 3.....	69
Gambar 12 Layout kasar <i>Xbanner</i> Alternatif 1.....	70
Gambar 13 Layout kasar <i>Xbanner</i> Alternatif 2.....	70
Gambar 14 Layout kasar <i>Xbanner</i> Alternatif 3.....	71
Gambar 15 Layout kasar Baju Alternatif 1	72
Gambar 16 Layout kasar Baju Alternatif 2	72
Gambar 17 Layout kasar Baju Alternatif 3	72
Gambar 18 Layout kasar Payung Alternatif 1.....	73
Gambar 19 Layout kasar Payung Alternatif 2.....	73
Gambar 20 Layout kasar Payung Alternatif 3.....	73
Gambar 21 Layout kasar <i>voucher</i> Alternatif 1.....	74
Gambar 22 Layout kasar <i>voucher</i> Alternatif 2.....	74
Gambar 23 Layout kasar <i>voucher</i> Alternatif 3.....	74
Gambar 24 Layout kasar Daftar Menu Alternatif 1	75
Gambar 25 Layout kasar Daftar Menu Alternatif 2	75
Gambar 26 Layout kasar Daftar Menu Alternatif 3	76
Gambar 27 Layout kasar <i>Sticker</i> Alternatif 1	77
Gambar 28 Layout kasar <i>Sticker</i> Alternatif 2	77

Gambar 29 Layout kasar <i>Sticker</i> Alternatif 3	77
Gambar 30 Layout kasar Label CD Alternatif 1	78
Gambar 31 Layout kasar Label CD Alternatif 2	78
Gambar 32 Layout kasar Label CD Alternatif 3	78
Gambar 33 Layout kasar Cover/ Kotak CD Alternatif 1	79
Gambar 34 Layout kasar Cover/ Kotak CD Alternatif 2	79
Gambar 35 Layout kasar Cover/ Kotak CD Alternatif 3	80
Gambar 36 Layout Eksekusi Kartu Nama Alternatif 1	81
Gambar 37 Layout Eksekusi Kartu Nama Alternatif 2	81
Gambar 38 Layout Eksekusi Kartu Nama Alternatif 3	81
Gambar 39 Layout Eksekusi <i>Xbanner</i> Alternatif 1	82
Gambar 40 Layout Eksekusi <i>Xbanner</i> Alternatif 2	82
Gambar 41 Layout Eksekusi <i>Xbanner</i> Alternatif 3	83
Gambar 42 Layout Eksekusi Baju Alternatif 1	84
Gambar 43 Layout Eksekusi Baju Alternatif 2	84
Gambar 44 Layout Eksekusi Baju Alternatif 3	84
Gambar 45 Layout Eksekusi Payung Alternatif 1	85
Gambar 46 Layout Eksekusi Payung Alternatif 2	85
Gambar 47 Layout Eksekusi Payung Alternatif 3	85
Gambar 48 Layout Eksekusi <i>voucher</i> Alternatif 1	86
Gambar 49 Layout Eksekusi <i>voucher</i> Alternatif 2	86
Gambar 50 Layout Eksekusi <i>voucher</i> Alternatif 3	86
Gambar 51 Layout Eksekusi Daftar Menu Alternatif 1	87
Gambar 52 Layout Eksekusi Daftar Menu Alternatif 2	87
Gambar 53 Layout Eksekusi Daftar Menu Alternatif 3	88
Gambar 54 Layout Eksekusi <i>Sticker</i> Alternatif 1	89
Gambar 55 Layout Eksekusi <i>Sticker</i> Alternatif 2	89
Gambar 56 Layout Eksekusi <i>Sticker</i> Alternatif 3	89
Gambar 57 Layout Eksekusi Label CD Alternatif 1	90
Gambar 58 Layout Eksekusi Label CD Alternatif 2	90
Gambar 59 Layout Eksekusi Label CD Alternatif 3	90

Gambar 60 Layout Eksekusi Cover/ Kotak CD Alternatif 1	91
Gambar 61 Layout Eksekusi Cover/ Kotak CD Alternatif 2	91
Gambar 62 Layout Eksekusi Cover/ Kotak CD Alternatif 3	91
Gambar 63 Layout Komprehensif Kartu Nama Alternatif 1	92
Gambar 64 Layout Komprehensif Kartu Nama Alternatif 2	92
Gambar 65 Layout Komprehensif Kartu Nama Alternatif 3	92
Gambar 66 Layout Komprehensif <i>Xbanner</i> Alternatif 1	93
Gambar 67 Layout Komprehensif <i>Xbanner</i> Alternatif 2	93
Gambar 68 Layout Komprehensif <i>Xbanner</i> Alternatif 3	94
Gambar 69 Layout Komprehensif Baju Alternatif 1.....	95
Gambar 70 Layout Komprehensif Baju Alternatif 2.....	95
Gambar 71 Layout Komprehensif Baju Alternatif 3.....	95
Gambar 72 Layout Komprehensif Payung Alternatif 1	96
Gambar 73 Layout Komprehensif Payung Alternatif 2	96
Gambar 74 Layout Komprehensif Payung Alternatif 3	96
Gambar 75 Layout Komprehensif <i>voucher</i> Alternatif 1	97
Gambar 76 Layout Komprehensif <i>voucher</i> Alternatif 2	97
Gambar 77 Layout Komprehensif <i>voucher</i> Alternatif 3	97
Gambar 78 Layout Komprehensif Daftar Menu Alternatif 1.....	98
Gambar 79 Layout Komprehensif Daftar Menu Alternatif 2.....	99
Gambar 80 Layout Komprehensif Daftar Menu Alternatif 3.....	100
Gambar 81 Layout Komprehensif <i>Sticker</i> Alternatif 1	101
Gambar 82 Layout Komprehensif <i>Sticker</i> Alternatif 2	101
Gambar 83 Layout Komprehensif <i>Sticker</i> Alternatif 3	101
Gambar 84 Layout Komprehensif Label CD Alternatif 1	102
Gambar 85 Layout Komprehensif Label CD Alternatif 2	102
Gambar 86 Layout Komprehensif Label CD Alternatif 3	102
Gambar 87 Layout Komprehensif Cover/ Kotak CD Alternatif 1	103
Gambar 88 Layout Komprehensif Cover/ Kotak CD Alternatif 2.....	103
Gambar 89 Layout Komprehensif Cover/ Kotak CD Alternatif 3.....	104
Gambar 90 <i>Final Desain</i> Kartu Nama	107

Gambar 91 <i>Final</i> Desain Xbanner	108
Gambar 92 <i>Final</i> Desain Baju.....	109
Gambar 93 <i>Final</i> Desain Payung	110
Gambar 94 <i>Final</i> Desain voucher	111
Gambar 95 <i>Final</i> Desain Daftar Menu.....	112
Gambar 96 <i>Final</i> Desain Sticker	113
Gambar 97 <i>Final</i> Desain Label CD	114
Gambar 98 <i>Final</i> Desain Cover/ Kotak CD.....	115
Gambar 99 Visualisasi Pengerjaan Media Utama.....	119
Gambar 100 Visualisasi Pengerjaan Media Utama.....	119
Gambar 101 Visualisasi Pengerjaan Media Pendukung	120
Gambar 102 Visualisasi Pengerjaan Media Pendukung	120
Gambar 103 Pameran Karya Akhir.....	123
Gambar 104 Daftar Menu Salah Satu Media Pendukung	123
Gambar 105 Suasana Saat Pameran	124
Gambar 106 Persentasi Saat Ujian	124
Gambar 107 Bersama Dosen Pembimbing dan Dosen Penguji	125
Gambar 108 Bersama Dosen Pembimbing dan Dosen Penguji	125
Gambar 109 Suasna Setelah Ujian.....	126

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
Lampiran I Visualisasi pengerjaan media utama	119
Lampiran II Visualisasi pengerjaan media pendukung	120
Lampiran III Uji Kelayakan Karya	121
Lampiran IV Pameran	123
Lampiran V Lembar Konsultasi.....	127

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Salon dan SPA merupakan salah satu kebutuhan pada saat sekarang ini, khususnya para wanita semakin sadar akan pentingnya menjaga penampilan agar senantiasa cantik dan menarik. Penampilan sesuatu yang sangat penting sehingga menjadi kebutuhan pokok yang harus dipenuhi. Salah satunya yaitu melakukan perawatan salon dan SPA. Rostamailis (2009:5) mengemukakan bahwa: “Cantik merupakan masalah penting baik bagi wanita sendiri maupun bagi seorang ahli kecantikan, kecantikan memerlukan hal-hal yang berhubungan dengan perawatan tubuh secara menyeluruh”. Berdasarkan kutipan di atas dapat disimpulkan bahwa kecantikan merupakan sesuatu yang sangat penting dimiliki oleh setiap wanita. Kecantikan menjadi kebutuhan yang harus dipenuhi, karena kecantikan yang terpancar berasal dari dalam dan dari luar diri seseorang. Keduanya harus saling mendukung sehingga dapat tercipta kecantikan yang seutuhnya.

Seiring berjalannya waktu, perawatan salon dan SPA yang awalnya adalah sebuah kebutuhan, namun sekarang menjadi gaya hidup yang didukung oleh status sosial. Sehingga menyebabkan para wanita harus melakukan perawatan kecantikan minimal 1 kali dalam 1 minggu. Oleh karena itu keindahan fisik kini tidak dapat dipisahkan dari masyarakat khususnya para wanita, dengan demikian para wanita akan membayar berapapun harganya untuk mendapatkan diri yang terawat dan penampilan yang menarik sehingga

selalu memiliki nilai tambah dalam lingkungan sosialnya. Fenomena ini menyebabkan jasa layanan perawatan kecantikan semakin meningkat dan berkembang pesat. Salah satunya Kota Padang yang merupakan ibu Kota Sumatera Barat, dimana banyak profesional muda terutama wanita karir, yang dituntut untuk tampil cantik dan menarik dan didukung oleh gaya hidup.

Sekarang ini banyak pusat perawatan kecantikan yang bermunculan dengan berbagai macam metode perawatannya. Salah satunya Bali Heritage Salon And Day SPA khusus wanita, yang berada di Jl. Veteran no.43 Kota Padang, Sumatera Barat. Didirikan sejak tahun 2008 sampai sekarang, dengan menggunakan konsep Bali yang bertujuan agar wanita-wanita di Kota Padang dapat mengenal dan merasakan bagaimana perawatan salon dan SPA Bali yang mengutamakan pelayanan memuaskan pelanggan. Pada dasarnya salah satu SPA terbaik itu berasal dari Bali, Suprpti Ningsih sebagai *owner* yang telah lama tinggal di Bali melihat SPA Bali tidak ada di Kota Padang dengan demikian timbullah ide untuk memperkenalkan SPA Bali agar wanita di Kota Padang dapat mengenal dan merasakan SPA Bali walaupun bukan berada di Bali. Maka berdirilah pelayanan kecantikan dengan nama Bali Heritage Salon And Day SPA. Usaha yang bergerak dalam bidang jasa ini menyediakan semua kebutuhan salon dan SPA yang meliputi *facial, manicure-padicure*, lulur, pijat, *scrub*, totok wajah, *foot spa* dan *body treatmant*, *Bali spa treatmant* dan lain-lain.

Berkaitan dengan hal di atas, target *audience* dari Bali Heritage Salon And Day SPA adalah masyarakat Kota Padang, khususnya wanita dari usia 20

hingga 48 tahun terdiri dari wanita remaja hingga dewasa. Pada usia tersebut target *audience* Bali Heritage Salon And Day SPA ini, biasanya dipadati dengan aktivitas sehingga lebih rentan stres. Stres menjadi persoalan kesehatan yang sering menyerang masyarakat perkotaan, untuk mengatasinya dapat melakukan relaksasi agar pikiran kembali segar, yaitu dengan melakukan perawatan.

Pada kenyataannya masyarakat Kota Padang banyak tidak mengetahui adanya Bali Heritage Salon And Day SPA, baik dari segi lokasi ataupun kelebihanannya. Ketidaktahuan ini disebabkan kurangnya promosi perusahaan kepada masyarakat. Terutama promosi melalui media sosial dalam bentuk audio visual, dan didukung oleh fasilitas yang belum lengkap sehingga menyebabkan perusahaan hanya bergerak disatu titik saja dan tidak begitu dikenal oleh masyarakat, karena selama ini perusahaan hanya mempromosikan melalui koran dan spanduk. *Owner* perusahaan mengatakan bahwa promosi yang dilakukan belum cukup efektif. Berkaitan dengan hal tersebut media sosial yang terdiri dari Facebook, Instagram dan YouTube yang masing-masing memiliki kelebihan dalam bidang promosi yaitu salah satunya mudah diakses kapan saja. Ketiga media sosial tersebut merupakan media promosi yang efektif dalam mempromosikan Bali Heritage Salon And Day SPA.

Media sosial adalah saluran atau sarana pergaulan sosial secara *online* di dunia maya. Informasi yang disampaikan tidak hanya untuk 1 orang saja namun bisa berbagai banyak orang, dalam menyampaikan informasi cenderung lebih cepat karena mudah diakses. Promosi dalam media sosial dapat dilakukan

secara gratis tanpa batas. Selain itu juga didukung oleh target *audience* yang dominan menggunakan media sosial dalam kesehariannya.

Pesaing dari Bali Heritage Salon And Day SPA juga banyak bermunculan di antaranya adalah “Martha Tilaar Salon And Day SPA”, “Salon dan Beauty SPA” dan “Ocean Blue Salon And SPA”, serta masih banyak lagi. Untuk memecahkan permasalahan di atas, Bali Heritage Salon And Day SPA memerlukan solusi yaitu membutuhkan promosi yang kuat dengan melakukan perancangan promosi audio visual Bali Heritage Salon And Day SPA yang dipublikasikan melalui media sosial. Promosi audio visual Bali Heritage Salon And Day SPA yang dipublikasikan melalui media sosial ini, merupakan perantara yang penyerapannya melalui pandangan dan pendengaran sehingga membangun kondisi yang membuat promosi melalui media sosial memiliki kelebihan yaitu: 1)Menarik, 2)Mudah diakses, 3)Waktu yang cepat, 4) Gambar yang bergerak, 5) Memiliki suara, 6) Bisa dilihat secara langsung, 7) Mudah diingat oleh target *audience*.

Hal ini menjadi pertimbangan penulis untuk mempromosikan Bali Heritage Salon And Day SPA menggunakan media sosial, diharapkan dengan adanya promosi ini target *audience* dapat mengetahui dan mengenal baik Bali Heritage Salon And Day SPA dengan demikian, judul Karya Akhir ini adalah **“Perancangan Promosi Audio Visual “Bali Heritage Salon And Day SPA” Padang Melalui Media Sosial”**.

B. Identifikasi Masalah

Dalam masalah komunikasi visual, Bali Heritage Salon And Day SPA ada beberapa masalah yang muncul, diantaranya :

1. Kurangnya promosi kepada masyarakat.
2. Munculnya pesaing usaha sejenis seperti Martha Tilaar Salon And Day SPA”, “Salon dan Beauty SPA” dan “Ocean Blue Salon And SPA”, dalam memperebutkan konsumen.
3. Bali Heritage Salon And Day SPA belum mempunyai promosi audio visual yang dipublikasikan melalui media sosial.

C. Pembatasan Masalah

Sesuai dengan identifikasi masalah yang telah dikemukakan, maka permasalahan ini dibatasi menjadi Bali Heritage Salon And Day SPA belum mempunyai promosi audio visual yang dipublikasikan pada media sosial untuk menginformasikan pesan kepada target *audience*.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah di atas, maka dapat dirumuskan masalah perancangan sebagai berikut: Bagaimana merancang promosi audio visual “Bali Heritage Salon And Day SPA” Padang yang dipublikasikan melalui media sosial.

E. Orisinalitas

Keorisinalitasan perancangan karya akhir ini diangkat dari suatu permasalahan yang ada, dimana Bali Heritage Salon And Day SPA membutuhkan promosi audio visual melalui media sosial, serta orisinalitas perancangan sesuatu yang *factual* bukan fiktif, dan pemecahan masalah perancangan yang dikemukakan jauh dari duplikasi dan penjiplakan.

F. Tujuan Perancangan

Adapun tujuan dari perancangan ini adalah:

1. Merancang sebuah promosi audio visual Bali Heritage Salon And Day SPA Padang yang dipublikasikan melalui media sosial.
2. Masyarakat kota Padang khususnya wanita dapat mengenal Bali Heritage Salon And Day SPA dengan baik.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Perancangan promosi audio visual “Bali Heritage Salon And Day SPA” Padang yang dipublikasikan melalui media sosial dilakukan melalui beberapa tahapan. Tahapan pertama adalah mengumpulkan data-data serta latar belakang berdirinya usaha Bali Heritage Salon And Day SPA, yang mencakup keunggulan, keunikan, kelemahan, target *audience* dan segala hal yang berhubungan dengan Bali Heritage Salon And Day SPA. Kemudian dilanjutkan dengan tahap pra produksi, produksi dan pasca produksi. Selain itu juga berkonsultasi bersama dosen pembimbing maupun pemilik perusahaan Bali Heritage Salon And Day SPA. Proses ini menghasilkan media utama yaitu Media Sosial yang terdiri dari Facebook, Instagram dan YouTube dengan tiga versi yang berbeda. Sedangkan media pendukung terdiri dari kartu nama, *xbanner*, baju, *sticker*, daftar menu, payung, *voucher*, label cd dan cover cd. Semuanya dipergunakan untuk memperkuat media utama.

Diharapkan dengan adanya promosi audio visual bali Heritage Salon And Day SPA ini dapat menciptakan *positioning* yang baik agar hasil perancangan tersebut secara tepat sasaran, efektif dan komunikatif sehingga dapat dikenal masyarakat luas.

B. Saran

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan perancangan promosi audio visual “Bali Heritage Salon And Day SPA” Padang melalui media sosial di atas penulis membuat beberapa saran yaitu:

1. Dapat menaikkan nilai jual dan citra usaha Bali Heritage Salon And Day SPA yang bergerak pada bidang jasa sebagai tempat perawatan kecantikan wanita.
2. Bagi perancang yang akan merancang sebuah promosi, persiapkanlah sebelumnya data verbal, visual dan data-data yang diperlukan dalam perancangan lalu kemukakan permasalahan yang jelas agar pengerjaan karya akhir berjalan dengan baik. Amin.

DAFTAR RUJUKAN

- Arif, M Sarief. 2010. *Politik Film di Hindia Belanda*. Jakarta: Komunitas Bambu
- Fachruddin, Andi. 2012. *Dasar-Dasar Produksi Televisi*. Jakarta: Kencana
- Kasali, Rhenald. 1995. *Manajemen Periklanan: Konsep dan aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti.
- Kusrianto, Adi. 2007. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Andi.
- Morse, Stephen. 1998. *Successful Product Management*. Jakarta: Gramedia Pustaka Umum.
- Nilawati, Eva Sativa. 2010. *Kaya & Gaya Via Facebook*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Rostamailis. 2009. *Seni Mempercantik Diri*. Padang: UNP Press.
- Sachari, Agus. 1986. *Desain Gaya dan Realitas*. Jakarta: Rajawali.
- Santosa, Sigit. 2009. *Creative Advertising*. Jakarta: Gramedia.
- Setiabudi, Arifin. 2015. *Internet Dan Lan*. Jakarta: Lantera Ilmu Cendekia.
- Suryatama, Erwin. 2014. *Analisis SWOT*. Surabaya: Kata Pena.
- Tim Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI. 2014. *Paduan Optimalisasi Media Sosial Untuk Kementerian Perdagangan RI*. Jakarta. Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI.
- <https://www.youtube.com/watch?v=47Me92AQ22o>
- <http://mangkoko.com/ruang-baca/psikologi-warna-biarkan-warna-berbicara>.