

ABSTRAK

Sebagai sebuah perusahaan *creative solution* yang bergerak di bidang interior di kota Padangpanjang, CV. Pesona Interior perlu rasanya untuk memperhatikan media promosi mereka, guna untuk terciptanya media promosi yang *informatif*, *interaktif* dan *funksional*. Sehingga kegunaan suatu media promosi sebagai alat pemasaran dapat tercapai tujuannya. Secara khusus dalam laporan tugas akhir yang berjudul “Perancangan Media Promosi CV. Pesona Interior Padangpanjang” penulis ingin memaparkan rencana perancangan media promosi untuk CV. Pesona Interior. Dalam proses perancangan media promosi ini penulis merangkup seluruh permasalahan, kebutuhan serta keperluan dari perusahaan melalui wawancara, *observasi* dan kepustakaan, yang pada akhirnya penulis mencoba menganalisis menggunakan metode analisis SWOT dan 9P’s sebagai penguat dalam mencari akar masalah yang dihadapi perusahaan. Setelah itu barulah penulis mencoba menentukan dan merancang media promosi apa saja yang akan dihadirkan tentunya dengan pendekatan teori yang berlandaskan pada keilmuan desain komunikasi visual.

Dalam perancangan media promosi penulis mencoba mengaplikasikan konsep desain yang modern, minimalis, dan dewasa, serta mengutamakan kejelasan dari sajian konten dan informasi yang disampaikan pada media promosi. Setiap media promosi yang dirancang sudah dipertimbangkan pemilihan media serta penggunaan element visual yang diaplikasikan pada media promosi, yang di pedomani oleh adanya moodboard sebagai panduan dalam setiap perancangan media promosi yang dihadirkan. Tentunya mengaplikasikan fungsi desain komunikasi visual terhadap media promosi.

Kata Kunci : Media Promosi, CV. Pesona Interior

ABSTRACT

As a creative solution company engaged in the interior design in the city of Padangpanjang, CV. Pesona Interior needs to pay attention to their promotion media, in order to create informative, interactive and functional promotion media. So that the purpose of a promotion media as a marketing tool can be achieved. In particular in the final report entitled "Promotion Media Design CV. Pesona Interior Padangpanjang" the author wants to describe the design plan of promotio media for CV. Pesona Interior. In the process of designing this promotion media the writer covers all the problems, needs of the company through interviews, observations and literature, which in the end the writer tries to analyze using the SWOT analysis method and 9P's as reinforcement in finding the root of the problem faced by the company. After that, the writer tries to determine and design any promotional media that will be presented, of course, with a theoretical approach based on visual communication design science.

In designing promotion media the writer tries to apply modern, minimalist, and mature design concepts, and prioritizes the clarity of the content and information presented in the promotional media. Every promotion media that is designed has been considered in selecting the media and the use of visual elements applied to the promotion media, which is guided by the presence of a moodboard as a guide in designing the promotional media that is presented. Of course, applying the visual communication design function to promotional media.

Keywords: Promotion Media, CV. Pesona Interior

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Alhamdulillah segala puji dan syukur kepada Allah SWT berkat rahmat dan karunia-Nya laporan ini dapat diwujudkan. Tidak lupa salawat dan salam penulis do'akan bagi imam pilihan, yakni Nabi Muhammad S.A.W yang telah membawa umatnya pada jalan yang sebaik-baiknya.

Laporan yang berjudul “Perancangan Media Promosi CV. Pesona Interior Padangpanjang” adalah bentuk solusi yang bisa perancang berikan kepada perusahaan, terhadap permasalahan yang dialami perusahaan. Sekiranya usaha ini dapat memberikan kontribusi pada CV. Pesona Interior dan setiap kalangan.

Selesainya laporan ini juga tidak terlepas dari jasa berbagai pihak, terutama kepada kedua orang tua Hendriyanto (ayah alm) dan Yenti Murni (ibu) yang telah memberikan bantuan, baik secara moral maupun material selama masa proses perancangan hingga pameran tugas akhir dan juga penulisan laporan. Maka dari itu, sudah selaknya penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Novesar Jamarun Ms selaku Rektor ISI Padangpanjang, Pembantu Rektor I, Pembantu Rektor II, dan Pembantu Rektor III serta Staf dan Jajarannya.
2. Bapak Yandri, S.Sn, M.Sn selaku Dekan Fakultas Seni Rupa dan Desain, Pembantu Dekan I, Pembantu Dekan II, dan Pembantu Dekan III serta Staf dan Jajarannya.

3. Bapak Ferry Fernando, S.Sn, M.Sn selaku Ketua Prodi Desain Komunikasi Visual , Sekretaris Prodi Desain Komunikasi Visual, Dosen, Staf dan Teknisi Prodi Desain Komunikasi Visual ISI Padang Panjang, atas kebijaksanaan dan perhatian yang telah diberikan.
4. Bapak Ferry Fernando, S.Sn, M.Sn selaku Pembimbing I dan Bapak Fadlul Rahman, S.Hum., M.Hum, selaku Pembimbing II terimakasih atas arahan dan bimbingannya. Tanpa dorongan Bapak, sekiranya laporan ini tidak selesai dengan tujuan yang sebaik-baiknya.
5. Ibuk Yoni Sudiani, S.Pd., M.Sn selaku Ketua Penguji, Ibuk Purnama Suzanti, S.E., M.Sc dan Bapak Izan Qomarats, S.Sn, M.Sn selaku Anggota Penguji yang telah memberikan koreksi dan masukan menuju perbaikan laporan ini.
6. Bapak Aryoni Ananta, S.Ds., M.Sn sebagai Pembimbing Akademik yang telah membimbing dalam perancangan ini.
7. Alvi Syukrina (kakak) dan Fauzan Hidayatullah (kakak) yang sudah memberikan semangat, bagi saya dalam menyelesaikan laporan ini.
8. Terima kasih pada Genta Noverda, Asep Media Putra, Zhafran Hady Putra, Trijaka Elvis, Neno debi vebri, yang menemani dan membantu saya hingga laporan ini selesai.
9. Terimakasih yang sangat besar kepada Teman-teman DKV atas bantuan selama perkuliahan dan juga pengalaman dan cerita berharga.
10. Terimakasih kepada HIMA Prodi Desain Komunikasi Visual atas bantuan luar biasanya.

11. Seluruh rekan-rekan, sahabat, dan semua pihak yang telah memberikan sumbangsih moral dan materilnya yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

12. Terimakasih yang luar biasa kepada diri saya sendiri yang telah mampu berjuang, bertahan, dan menjadi diri sendiri selama ini. Karya ini merupakan awal dari perjalanan Wahyu Akbar. Mari berjuang bersama kembali untuk pencapaian yang akan datang di masa depan.

Akhir kata, bahwa perancangan dan penulisan laporan ini masih jauh dari kesempurnaan. Penulis berharap laporan karya ini dapat memberikan manfaat terutama bagi generasi berikutnya di Prodi Desain Komunikasi Visual untuk menghasilkan karya yang lebih sempurna dan baik lagi.

Padangpanjang, 14 Januari 2021

Wahyu Akbar
NIM. 0912414

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah	6
C. Rumusan Masalah dan Strategi Perancangan	6
D. Tujuan Perancangan	7
E. Manfaat Perancangan	7
F. Orisinalitas Perancangan	8
BAB II KAJIAN TEORI	14
A. Tinjauan Umum.....	14
1. Komunikasi.....	14
2. Media	19
3. Promosi	21
4. Pemasaran	25
5. Tipografi	27
6. Layout	29
7. Warna.....	39
B. Tinjauan Khusus	40
1. CV. Pesona Interior.....	40
2. Jasa Yang Ditawarkan	42

3. Promosi Yang Pernah Dilakukan	45
BAB III METODE PERANCANGAN	47
A. Ruang Lingkup Perancangan.....	47
1. Targetting Primer.....	47
2. Targetting Sekunder.....	48
B. Metode Pengumpulan Data	48
1. Observasi	48
2. Wawancara	49
3. Kepustakaan.....	49
C. Metode Perancangan.....	50
1. Analisi SWOT	50
2. 9P's	52
D. Strategi Promosi	56
E. Strategi Kreatif	56
F. Bauran Media	56
1. Fasilitas Pelayanan Publik.....	57
2. Stationary.....	57
3. Poster	57
4. Flyer.....	57
5. Brosure.....	58
6. T-banner.....	58
7. Billboard	58
8. Catalog Produk	59
9. Website	59
10. Social Media ADS Story	59
11. Social Media Feed	60
12. Google AdWords.....	60
13. Youtube ADS	60
14. Merchandise.....	60

G. Struktur Perancangan	61
H. Waktu Perancangan	62
BAB IV PROSES PERANCANGAN	63
A. Tahapan Perancangan	63
1. Konsep Perancangan	63
2. Proses Kreatif Media Promosi	73
BAB IV PENUTUP	109
A. Kesimpulan	109
B. Saran	110
DAFTAR PUSTAKA	111
LAMPIRAN	112

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Penempatan logo yang kurang tepat	4
Gambar 2. Konten instagram yang kurang baik	4
Gambar 3. Fasilitas publik media promosi IBM	8
Gambar 4. Ikea print ads	9
Gambar 5. High Street Studio Website	11
Gambar 6. High Street Studio Instagram stories dan Instagram konten	11
Gambar 7. Logo CV. Pesona Interior	40
Gambar 8. Workshop CV Pesona interior	41
Gambar 9. Bed room set project	43
Gambar 10. Kitchen Set project	44
Gambar 11. Backdrop Tv	44
Gambar 12. Front Office project By Pesona Interior	45
Gambar 13. Moodboard Concept	64
Gambar 14. Ilustrasi Desain 3D	66
Gambar 15. Font DM Sheif Display	68
Gambar 16. Font Lato Reguar	68
Gambar 17. Icon	69
Gambar 18. Pallet Warna	71
Gambar 19. Moodboard	72
Gambar 20. Fasilitas Publik	72
Gambar 21. Moodboard	73
Gambar 22. Bussines Card	74

Gambar 23. Letter Head	75
Gambar 24. ID Card	76
Gambar 25. Envelope	77
Gambar 26. Moodboard	78
Gambar 27. Katalog produk cetak	78
Gambar 28. Moodboard	79
Gambar 29. Poster Display	80
Gambar 30. Poster Promosi	81
Gambar 31. Moodboard	82
Gambar 32. Flyer Depan Belakang	82
Gambar 33. Moodboard	83
Gambar 34. Brosure Depan	84
Gambar 35. Brosure Belakang	84
Gambar 36. Moodboard	85
Gambar 37. T-banner	86
Gambar 38. Moodboard	87
Gambar 39. Billboard	88
Gambar 40. Moodboard	89
Gambar 41. Website Fullpage	90
Gambar 42. Katalog Digital	92
Gambar 43. Moodboard	93
Gambar 44. Social Media Ads Story.....	94
Gambar 45. Moodboard	95

Gambar 46. Social Media Feed Konten	96
Gambar 47. Social Media Ads Story	97
Gambar 48. Youtube Ads.....	98
Gambar 49. Youtube Ads.....	98
Gambar 50. Moodboard	99
Gambar 51. Google Adsword	100
Gambar 52. Tshirt	101
Gambar 53. Kalender	102
Gambar 54. Bantal	102
Gambar 55. Gantungan Kunci	104
Gambar 56. Jam Dinding	105
Gambar 57. Kotak Tissue	106
Gambar 58. Paper Bag	107

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Struktur perancangan	59
Tabel 2. Waktu Perancangan	60