

**"PERANCANGAN VIDEO PROMOSI DISTRO ULEK BULU CLOTHING  
LUBUK BEGALUNG PADANG"**

**JURNAL**

*Diajukan Kepada Universitas Negeri Padang  
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Dalam Menyelesaikan  
Program Sarjana Desain Komunikasi Visual*



Oleh:

**FAHRI SYAHPUTRA**

**1201199/2012**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL  
JURUSAN SENI RUPA  
FAKULTAS BAHASA DAN SENI  
UNIVERSITAS NEGERI PADANG 2018**

**Wisuda Periode September 2018**

HALAMAN PERSETUJUAN

JURNAL

“PERANCANGAN VIDEO PROMOSI DISTRO ULEK BULU CLOTHING  
LUBUK BEGALUNG PADANG”

Fahri Syahputra

*Artikel ini disusun berdasarkan karya akhir Fahri Syahputra “Perancangan Video  
Promosi Distro Ulek Bulu Clothing Lubuk Begalung Padang”  
untuk persyaratan wisuda periode September 2018 dan telah  
diperiksa/disetujui oleh kedua pembimbing.*

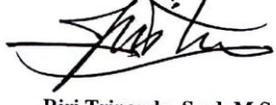
Padang, 3 Agustus 2018

Disetujui dan Disahkan oleh,

Dosen Pembimbing I,

  
Dr. Syafwandi, M.Sn  
NIP. 196006241986021003

Dosen Pembimbing II,

  
Riri Trinanda, S.pd, M.Sn  
NIP: 198010232008121002

## ABSTRAK

Fahri Syahputra, Syafwandi<sup>2</sup>, Riri Trinanda<sup>3</sup>. 2018.

**Perancangan video promosi distro Ulek Bulu Clothing Lubuk Begalung Padang**

Desain komunikasi visual

Fbs universitas negeri padang

Email: fahrifari35@gmail.com

Penulisan artikel ini bertujuan untuk menghasilkan satu paket media promosi distro Ulek Bulu Clothing Lubuk Begalung Padang. Perancangan ini bertujuan menciptakan perancangan promosi secara lebih efektif dan efisien, serta dapat menjangkau *target audience* yang luas dengan cara diupload di sosial media. Selain itu, dengan adanya video promosi ini nantinya dapat memperlihatkan produk-produk Ulek Bulu Clothing sehingga dapat mengoptimalkan promosi dalam mengenalkan distro Ulek Bulu Clothing kepada *target audience*. Metode yang digunakan untuk menghasilkan perancangan adalah perancangan berbasis riset pengumpulan data observasi langsung ke lokasi distro Ulek Bulu Clothing. Perancangan video promosi distro Ulek Bulu Clothing Lubuk Begalung Padang menghasilkan satu paket media promosi yaitu: video sebagai media utama sedangkan media pendukung berupa: *Backdrop, Banner, Sticker, Kalender, Poster, Flag Chain* dan Kartu Nama.

**Kata kunci : Perancangan, Ulek Bulu Clothing, Video Promosi.**

---

<sup>1</sup>Mahasiswa penulis Karya Akhir Prodi Desain Komunikasi Visual untuk wisuda periode September 2018

<sup>2</sup>Pembimbing I, dosen FBS, Universitas Negeri Padang

<sup>3</sup>Pembimbing II, dosen FBS, Universitas Negeri Padang

## ABSTRACT

The purpose of this article is to produce a promotional media package for Ulek Bulu Distro Clothing Lubuk Begalung Padang. This design aims to create a promotion design more effectively and efficiently, and can reach a broad target audience by being uploaded on social media. In addition, the presence of this promotional video can later show Ulek Bulu Clothing products so that they can optimize the promotion in introducing Ulek Bulu Clothing distro to the target audience. The method used to produce the design is a research-based design of observation data collection directly to the location of the Ulek Bulu Clothing distro. The design of the promotional video for Ulek Bulu Clothing Lubuk Begalung Padang distro produced a promotional media package, namely: video as the main media while supporting media in the form of: Backdrop, Banner, Sticker, Calendar, Poster, Flag Chain and Name Card.

**Keywords : Designing, Ulek Bulu Clothing and Promotional Video.**

### A. Pendahuluan

Perusahaan *clothing* adalah perusahaan produksi pakaian yang memproduksi semua produk dengan label sendiri. Sebuah *clothing* bisa memiliki tempat penjualan yang dikelola secara mandiri atau hanya sekedar menitipkan hasil produksi ke distro (*distribution store*) lain. Produk suatu *clothing* bisa terdiri dari apa saja selama masih berhubungan dengan gaya hidup, umumnya masih seperti kaos, jaket, sandal, celana pendek, topi, dan sebagainya.

Di wilayah Sumatera Barat, *clothing* berkembang pesat beberapa tahun terakhir, bahkan sudah menjamur hingga beberapa *clothing*, baik yang sudah memiliki distro sendiri maupun tidak. Salah satu *clothing* di kota Padang adalah Ulek Bulu Clothing.

Ulek Bulu Clothing terletak di Jalan Lubuk Begalung Nomor 23A, Kota Padang, Sumatera Barat. Ulek Bulu merupakan usaha *clothing* yang didirikan oleh orang asli Padang, yang menawarkan desain-desain baju *lettering* Minangkabau yang *up to date*, *simple*, dan menarik, serta harga yang ditawarkanpun sangat murah dan terjangkau. Kendati demikian Ulek Bulu Clothing memiliki kendala, yakni kurang dikenalnya distro Ulek Bulu Clothing oleh masyarakat Padang pada khususnya. Masyarakat Sumatera Barat lebih mengenal nama-nama distro besar seperti Tangkelek dan Kapuyuak, padahal bapak Ilham Rosyadi, Spd (Dedet) selaku *owner* Ulek Bulu Clothing mengatakan bahwa selama ini distro Ulek Bulu Clothing sudah melakukan beberapa langkah promosi diantaranya melalui media sosial instagram, mengikuti beberapa *event*, dukungan (*Endorsement*) dengan memakai jasa artis Sumatera Barat dan Nasional.

Berdasarkan permasalahan tersebut, perlu dilakukannya strategi promosi baru dengan menggunakan media khusus yang lebih kreatif, efisien, serta dapat menjangkau *target audience* secara luas. Salah satu media yang dapat menjangkau *target audience* secara luas adalah media *audio visual*, dengan cara diupload ke sosial media.

Audio visual adalah media yang menampilkan bentuk suatu objek yang nyata dengan adanya penggabungan gambar bergerak dan suara... (Elza, 2015). Jenis media ini mempunyai kemampuan yang lebih baik karena meliputi dua jenis media yaitu media *auditif* (mendengar) dan *visual* (melihat). Media *audio visual* merupakan alat bantu memperkenalkan suatu produk, memberikan informasi, serta

mengajak calon *target audience* untuk percaya kepada produk. Oleh sebab itu *content* yang ada dalam sebuah media audio visual harus dikemas menarik. Media *audio visual* ini memiliki banyak kelebihan seperti memiliki kemampuan menampilkan gambaran produk secara jelas, sehingga *target audience* tertarik untuk berkunjung, dan membeli produk distro Ulek Bulu Clothing serta dapat disebarluaskan secara luas melalui media sosial seperti instagram dan *youtube*.

Pada saat sekarang ini dimana perkembangan pesat teknologi, penyebaran informasi dan komunikasi sangat cepat, strategi promosi dengan menggunakan media *audio visual* sangat berpengaruh pada sebuah promosi. Media *audio visual* adalah pemecah masalah promosi yang sangat tepat dilakukan dalam permasalahan ini, karena masyarakat yang hidup di zaman modern sekarang sangat tergantung kepada media *audio visual*. Penggunaan media *audio visual* dapat mempercepat penyampaian promosi dan juga bisa lebih mudah menarik perhatian pasar atau konsumen. Maka dari itu, perancangan promosi menggunakan media *audio visual* dianggap sangat cocok digunakan fungsinya untuk mengenalkan distro Ulek Bulu Clothing Lubuk Begalung Padang kepada *target audience*.

## **B. Metode analisis data**

Analisis data perlu didukung dan diperkuat dengan metode, pada “Perancangan Video Promosi Promosi Distro Ulek Bulu Clothing Lubuk Begalung Padang”. Analisis SWOT adalah metode yang sangat strategis digunakan dalam

perancangan ini, karena membahas tentang *strenght* (kekuatan), *weakness* (kelemahan), *Opportunities* (peluang), dan *threarts* (ancaman).

Suryatama (2014:26) menuturkan bahwa: analisis SWOT adalah “sebuah metode perancangan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan, peluang dan ancaman dalam suatu proyek atau suatu spekulasi bisnis”.

### **1. *Strenght* (Kekuatan)**

Harga yang ditawarkan oleh Ulek Bulu Clothing relatif lebih murah dibandingkan dengan clothing dan distro lainya di kota Padang. Bang Dedet menjelaskan, bahwa harga rata-rata produk T-shirt Ulek Bulu Clothing adalah Rp. 75.000,- sedangkan harga rata-rata pasarannya adalah Rp. 85.000,-

### **2. *Weakness* (Kelemahan)**

Analisis terhadap kelemahan-kelemahan distro Ulek Bulu Clothing adalah sebagai berikut:

- a. Media promosi Ulek Bulu Clothing masih sangat kurang optimal kurang ditambah lagi Ulek Bulu Clothing adalah perusahaan clothing yang baru berdiri pada awal bulan Maret tahun 2016.
- b. Masyarakat kota Padang pada sekitarnya masih kurang mengetahui keberadaan distro Ulek Bulu Clothing, masyarakat lebih sering mendengar nama-nama besar usaha *clothing* yang lain seperti Tangkelek dan Kapuyuak.

### **3. *Opportunity* (Peluang)**

Peluang untuk menjadi clothing besar di kota Padang bahkan di Sumatera Barat sangatlah menjanjikan apalagi clothing ini menawarkan harga yang dapat di jangkau oleh remaja.

#### **4. Threat (tantangan)**

Tantangan merupakan hal yang wajar di dalam dunia usaha, dan harus ditemukan solusi terbaiknya. Ulek Bulu Clothing mempunyai banyak tantangan di masa akan datang salah satunya menemukan cara agar masyarakat selalu percaya dan senang terhadap produk Ulek Bulu Clothing Lubuk Begalung di kota Padang.

### **C. Pembahasan**

#### **1. Media Utama**

##### **a. Konsep Visual**

Menurut Hasratuddin (2014) menyimpulkan “Konsep merupakan suatu ide abstrak yang digunakan untuk menggolongkan suatu objek”. Anita (dikutip oleh Fauziah 2015) menyebutkan “kata visual mempunyai arti yaitu segala sesuatu yang dapat dilihat dengan indra penglihatan”. Perancangan video promosi distro Ulek Bulu Clothing ini memberikan visual sembilan orang model laki-laki dan dua orang model perempuan yang sedang memakai produk Ulek Bulu Clothing, dimana model-model tersebut memiliki latar belakang, pekerjaan, hobi, serta kepentingan yang berbeda-beda. Video ini juga menampilkan bangunan-bangunan dan lokasi yang

identik dengan kota Padang, sehingga *target audience* yang melihat video tersebut akan mudah untuk menerima pesan dan informasi tentang distro Ulek Bulu Clothing. Video ini dirancang mengandalkan kekuatan visualisasi dan *audio* yang menarik, maka dengan itu penulis membuat cerita di dalam video dapat dipahami oleh *target audience*.

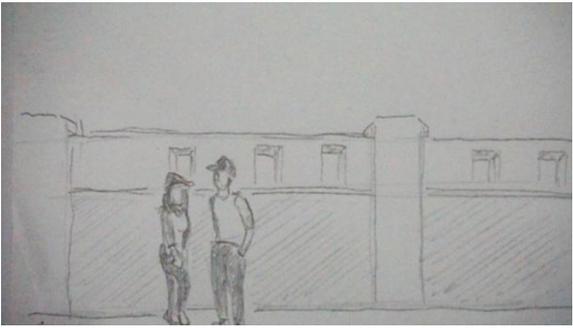
### 1) *Storyline*

No	Visual dan Jenis Shoot	Audio dan Durasi
1	Lokasi : Jembatan Siti Nurbaya. Mengambil gambar model yang sedang mengendarai vespa. (LS, MS, CU)	<i>Backsound</i> <i>Dubbing</i> 8 Detik
2	Lokasi : Pantai Padang. Mengambil gambar model yang sedang berjalan di pantai (LS, MS)	<i>Backsound</i> <i>Dubbing</i> 5 detik
3	Lokasi : Di dalam mobil. Mengambil gambar seorang model yang sedang merapikan rambut dan mengetik pesan di hp. (MS, CU)	<i>Backsound</i> <i>Dubbing</i> 7 detik
4	Lokasi : Trotoar samping Klenteng, Pondok. Sepasang model sedang berdiskusi (LS, CU)	<i>Backsound</i> <i>Dubbing</i> 4 detik
5	Lokasi : Rumah Makan Salero Kampuang, Gunuang Pangilun. Mengambil dua orang model sedang makan. (MS, CU)	<i>Backsound</i> <i>Dubbing</i> 6 detik
6	Lokasi : Rimbun Coffe. Mengambil gambar seorang model sedang memasak. (MS, CU)	<i>Backsound</i> <i>Dubbing</i> 6 detik
7	Lokasi : Parkiran Distrik Tansu, Gor H. Agus Salim. Mengambil gambar	<i>Backsound</i> <i>Dubbing</i>

	model sedang berdiri. (LS,MS,CU)	5 detik
8	Lokasi : Narcos Kopi. Mengambil gambar seorang model sedang membuat kopi (MS,CU)	<i>Backsound Dubbing</i> 7 detik
9	Lokasi : Muaro. Mengambil gambar seorang model sedang breackdance, kemudian diikuti logo dan <i>tagline</i> Ulek Bulu Clothing (LS)	<i>Backsound dubbing</i> 12 detik

## 2) Storyboard

<i>Scene</i>	<i>Jenis Shot</i>	<b>Visualisasi</b>
<p><i>Scene 1</i></p> <p>Lokasi : Jembatan Siti Nurbaya.</p>	<p><i>Long Shot</i></p> <p><i>Medium Shot</i></p> <p><i>Close Up Shot</i></p>	
<p><i>Scene 2</i></p> <p>Lokasi : Pantai Padang</p>	<p><i>Long Shot</i></p> <p><i>Medium Shot</i></p>	
<p><i>Scene 3</i></p> <p>Lokasi : Di dalam mobil</p>	<p><i>Medium Shot</i></p> <p><i>Close Up Shot</i></p>	

<i>Scene 4</i>	<i>Long Shot</i>	
Lokasi : Trotoar samping Klenteng, Pondok	<i>Close Up Shot</i>	
	<i>Moving</i>	
<i>Scene 5</i>	<i>Medium Shot</i>	
Lokasi : Rumah Makan Salero Kampung, Gunuang Pangilun	<i>Close Up Shot</i>	
	<i>Moving</i>	
<i>Scene 6</i>	<i>Medium Shot</i>	
Lokasi : Rimbun Coffe	<i>Moving</i>	
<i>Scene 7</i>	<i>Long Shot</i>	
Lokasi : Parkiran Distrik Tansu, Gor H. Agus Salim	<i>Moving</i>	

<i>Scene 8</i>	<i>Medium Shot</i>	
Lokasi : Narcos Kopi, GOR H. Agus Salim.	<i>Close Up</i>	
	<i>Moving</i>	
<i>Scene 9</i>	<i>Long Shot</i>	
Lokasi : Muaro	<i>Moving</i>	

### **b. Konsep Verbal**

Konsep verbal yang digunakan dalam perancangan video promosi distro Ulek Bulu Clothing Lubuk Begalung Padang ini, adalah suara narator yang menceritakan suasana dan kegiatan dalam video, ditambah dengan *background* pendukung untuk membuat video lebih menarik.

## 1) Narasi

No	Narasi
<i>Voice 1</i>	Dengan vespa di Siti Nurbaya
<i>Voice 2</i>	Cari angin diawal senja
<i>Voice 3</i>	Bertemu kawan lama
<i>Voice 4</i>	Sesat di jalan
<i>Voice 5</i>	Makan, ya bisa dimana saja
<i>Voice 6</i>	Atau masak sejangonya
<i>Voice 7</i>	Di sini bukan untuk diam
<i>Voice 8</i>	Bukan untuk susah
<i>Voice 9</i>	Tapi di sini, untuk mereka yang berjuang

## 2) Backsound

*Backsound* yang digunakan dalam perancangan video promosi distro Ulek Bulu Clothing Lubuk Begalung Padang ini adalah musik *X-Ik beats* yang diproduseri oleh *X-Ik*. Musik tersebut merupakan musik yang *slowbeats* sehingga sangat cocok digunakan untuk memperkuat narasi dalam video promosi distro Ulek Bulu Clothing Lubuk Begalung Padang.

## D. Final Desain

### 1. Media utama

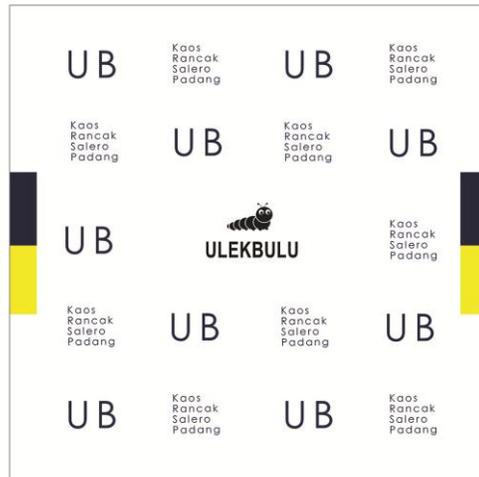
Video yang berdurasi 60 detik ini lebih menekankan pada semangat juang remaja di kota Padang yang memiliki kepentingan, profesi, dan hobi yang beragam, sehingga *target audience* yang menonton video ini, merasa dekat dengan distro Ulek Bulu Clothing Lubuk Begalung Padang. Berikut adalah beberapa cuplikan video promosi distro Ulek Bulu Clothing Lubuk Begalung Padang:







## 2. Media pendukung



*Backdrop*



*Banner*



*Sticker*



*Poster*



**Kalender**



**Flagchain**



**Kartu Nama**

## E. Penutup

### 1. Kesimpulan

- a. Produksi sebuah video promosi memerlukan perancangan awal yang terdiri dari konsep cerita, membuat *storyline* dan *storyboard* untuk memperlancar dan mempermudah proses produksi tersebut.
- b. Ada beberapa tahapan yang perlu dilakukan dalam merancang suatu video promosi, yaitu tahap praproduksi, tahap produksi dan tahap pasca produksi.

- c. Sosial media seperti instagram, dan youtube adalah media yang sangat strategis dalam menunjang proses promosi, sebab *target audience* dapat merasa lebih dekat dengan perusahaan tersebut.
- d. Pembuatan video promosi ini nantinya mampu mengenalkan distro Ulek Bulu Clothing Lubuk Begalung Padang kepada masyarakat luas khususnya di kota Padang.
- e. Manfaat video promosi Ulek Bulu Clothing Lubuk Begalung Padang diharapkan dapat mengoptimalkan promosi distro Ulek Bulu Clothing sehingga dapat menjangkau *target audience* secara luas.

## **2. Saran**

- a. Video promosi yang dibuat ini bisa dioptimalkan lagi pada masa mendatang, seperti penyesuaian warna video agar terlihat lebih menarik, dan pemilihan *background* yang lebih tepat lagi.
- b. Menjadi sumber referensi bagi pengelola distro Ulek Bulu Clothing untuk terus menemukan cara promosi baru yang lebih efektif dan efisien dalam pengembangan usaha tersebut.
- c. Model atau *talent* merupakan salah satu kunci sukses dalam pembuatan suatu video, oleh karena ini pemilihan model atau *talent* harus dilakukan dengan teliti dan matang.

- d. Bagi para pekerja industri kreatif khususnya dalam bidang video promosi, sebaiknya lebih mengutamakan perhatian pada kualitas video itu sendiri selain terfokus pada efektifitas dan tingkat efisiensi suatu promosi.

**Catatan:**

Artikel ini dibuat berdasarkan karya akhir perancang dengan pembimbing I Dr. Syafwandi, M.Sn dan pembimbing II Riri Trinanda, S.Pd, M.Sn.

**Datar Rujukan**

- Elza, F. E, Syafwandi, Trinanda. 2015. Perancangan Audio Visual Promosi Distro “Mesin Hujan” Padang. *dekave*, 3(1).
- Fauziah. A, Syafwandi, Dini Faisal. 2016. Perancangan Visual Branding Kota Padangsidempuan. *dekave*, 4(1).
- Hasratuddin. 2014. Pembelajaran Matematika Sekarang dan yang Akan Datang Berbasis Karakter. Medan. Universitas Negeri Medan
- Suryatama, Erwin. 2014. *Analisis SWOT*. Surabaya: Kata Pena.