

**REBRANDING SIRUP KAYU MANIS ALFAFA
MELALUI *HIGHLIGHT VIDEO***

JURNAL

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



Oleh :

DION ATMA WIJAYA

15027084/2015

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

JURUSAN SENI RUPA

FAKULTAS BAHASA DAN SENI

UNIVERSITAS NEGERI PADANG

2019

HALAMAN PERSETUJUAN

JURNAL

**REBRANDING SIRUP KAYU MANIS ALFAFA MELALUI MEDIA
HIGHLIGHT VIDEO**

Dion Atma Wijaya

*Artikel disusun berdasarkan karya akhir Diki Herdian "Rebranding Sirup Kayu
Manis Alfafa Melalui Media Highlight Video"
untuk persyaratan wisuda periode September 2019 dan telah diperiksa dan
disetujui oleh pembimbing*

Padang, 16 Agustus 2019

Disetujui dan disahkan oleh :

Dosen Pembimbing

Dr. Svaftwandi, M.Sn
NIP. 19600624.198602.1.003



Mengetahui :
Ketua Jurusan Seni Rupa

Dr. Syaflyan, M.Si
NIP. 19570101.198103.1.010

REBRANDING SIRUP KAYU MANIS ALFAFA MELALUI *HIGHLIGHT VIDEO*

Dion Atma Wijaya¹, Syafwandi²

Program Studi Desain Komunikasi Visual

FBS Universitas Negeri Padang

Email: dionatmawijaya273@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan dari perancangan ini adalah membuat rancangan media promosi sirup kayu manis berupa *Highlight Video* yang dijadikan sebagai media utama sekaligus media pendukung yang menunjang media utama. Perancangan media audio visual sebagai media untuk rebranding sirup kayu manis alfafa melalui *highlight video* dirasa dapat menjelaskan tentang sirup kayu manis yang merupakan oleh-oleh khas Kerinci sehingga bisa dijadikan sebagai bahan informasi untuk menambah pengetahuan bagi masyarakat Kerinci terhadap sirup kayu manis, sehingga dapat meningkatkan jumlah penikmat dari sirup kayu manis itu sendiri. Pemilihan *sarana Highlight Video merupakan* cara yang bagus untuk mempromosikan sirup kayu manis. Cara penyampaian informasi melalui media *Highlight Video* diharapkan direspon dengan baik oleh banyak kalangan, mulai dari masyarakat hingga wisatawan. Melalui *Highlight Video*, diharapkan bisa dijadikan sebagai sarana untuk menjelaskan hal-hal mengenai sirup kayu manis khas Kerinci. Rebranding sirup kayu manis alfafa melalui *highlight video* berusaha untuk menyampaikan semua hal yang terkait dengan sirup kayu manis, yakni bagaimana menampilkan kesegaran yang terkandung dalam sirup kayu manis sehingga sirup kayu manis alfafa dapat dinikmati oleh siapa saja, kapan saja dan dimana saja.

Perancangan rebranding sirup kayu manis alfafa melalui *highlight video*, dilakukan melalui proses riset berupa pengumpulan data dengan melakukan observasi, wawancara dan studi literatur. Data tersebut kemudian digunakan untuk pengembangan cerita dan merancang konsep dari prinsip komunikasi visual seperti sinematografi, sudut pengambilan gambar, untuk di aplikasikan agar dapat dengan mudah dipahami secara rinci oleh *target audience*.

Kata Kunci : Rebranding, Sirup Kayu Manis, Highlight Video

¹ Mahasiswa penulis Karya Akhir Prodi Desain Komunikasi Visual

² Pembimbing, dosen FBS, Universitas Negeri Padang.

REBRANDING SIRUP KAYU MANIS ALFAFA MELALUI *HIGHLIGHT VIDEO*

Dion Atma Wijaya¹, Syafwandi²

Program Studi Desain Komunikasi Visual

FBS Universitas Negeri Padang

Email: dionatmawijaya273@gmail.com

ABSTRACT

The goal of this research is to make a draft of cinnamon syrup promotion media in the form of Highlight Video which is used as the main media as well as supporting media that support the main media. The design of audio-visual media as a medium for rebranding alfafa cinnamon syrup through highlight videos is felt to explain about cinnamon syrup which is a typical souvenir of Kerinci so that it can be used as information material to increase knowledge for the Kerinci community on cinnamon syrup, so as to increase the amount connoisseurs of cinnamon syrup itself. The selection of Highlight Video tools is a great way to promote cinnamon syrup. How to deliver information through Highlight Video is expected to be responded well by many groups, ranging from the public to tourists. Through Highlight Video, it is hoped that it can be used as a tool to explain things about Kerinci cinnamon syrup. Rebranding alfafa cinnamon syrup through video highlights trying to convey all things related to cinnamon syrup, namely how to display the freshness contained in cinnamon syrup so that alfafa cinnamon syrup can be enjoyed by anyone, anytime and anywhere.

The design of alfafa cinnamon syrup rebranding through video highlights was carried out through a research process in the form of collecting data by observing, interviewing and studying literature. The data is then used to develop stories and design concepts from visual communication principles such as cinematography, shooting angles, to be applied so that they can be easily understood in detail by the target audience.

Keywords: Rebranding, Cinnamon Syrup, Highlight Video

¹Mahasiswa penulis Karya Akhir Prodi Desain Komunikasi Visual

² Pembimbing I, dosen FBS, Universitas Negeri Padang.

A. Pendahuluan

Daerah Kerinci yang merupakan salah satu Kabupaten dari Provinsi Jambi memiliki alam yang sangat subur, sehingga sebagian masyarakat Kerinci bermata pencarian dengan memanfaatkan lingkungan dan alam sekitarnya. Salah satu sumber mata pencaharian yang dipilih oleh masyarakat Kerinci yaitu dengan menanam pohon kayu manis. Pemilihan tersebut oleh masyarakat dikarenakan pohon kayu manis lebih mudah proses penanaman, baik dalam pemilihan lokasi maupun perawatannya sehingga banyak pemilik lahan yang menanam pohon kayu manis.

Salah satu olahan yang bisa dihasilkan dari kulit pohon kayu manis yaitu menghasilkan sebuah produk minuman sirup yang diberi nama sirup kayu manis. Sirup kayu manis sebagai sebuah produk minuman, selain memiliki rasa khas, kesegaran yang maksimal, dan dapat diminum kapan saja, dan juga memiliki manfaat terhadap kesehatan tubuh Sirup kayu manis yang diolah masyarakat Kerinci sampai saat ini dijadikan sebagai oleh-oleh khas Kerinci namun kurang banyak diminati oleh wisatawan yang datang berkunjung ke daerah Kerinci.

Branding dirasa dapat dijadikan sebagai solusi untuk meningkatkan jumlah penikmat sirup kayu manis. Branding menurut Listya (2018:57) yaitu “merupakan sebuah studi untuk membangun atas kesadaran brand dan mengembangkan loyalitas pelanggan. Membentuk brand produk dapat di identifikasikan melalui meningkatnya pada nilai tambah fungsional inti

dari produk untuk memebentuk keunikan suatu produk dengan pesaingnya”.

Dalam mengenalkan suatu produk kepada konsumen tidak terlepas dari adanya proses komunikasi berupa promosi terhadap produk tersebut. Menurut Budiarto (2018:16) “Promosi merupakan salah satu bentuk kegiatan komunikasi pemasaran yang lebih menawarkan keunggulan dan nilai lebih terhadap suatu produk”. Selain itu menurut Rozie, (2017:15) menjelaskan bahwa “Promosi merupakan suatu kegitan yang bersifat komunikasi dengan tujuan memperkenalkan suatu produk baik itu dalam bentuk barang maupun dalam bentuk jasa”. Lebih jauh dikatakan juga bahwa “Promosi merupakan usaha untuk menarik perhatian konsumen melalui informasi yang diberikan konsumen untuk memberitahukan bahwa adanya suatu produk yang baru” (Akbar, 2017: 18).

Pengkomunikasian antara sirup kayu manis alfafa dengan target *audience* dapat dilaksanakan melalui media *highlight video* agar didapatnya pemahaman yang sama antara sesame konsumen dan juga antara konsumen dan produk sirup kayu manis alfafa. Salah satu wadah untuk mempromosikan sirup kayu manis yaitu dengan penggunaan Media Lini Atas. Media lini atas merupakan media yang sangat digemari saat ini oleh siapapun, dikarenakan sangat mudah di capai oleh konsumen, dimana media lini atas dapat di temukan di setiap gawai yang dimiliki oleh konsumen. Dengan demikian *Highlight video* sirup kayu manis alfafa ditempatkan pada media social tepatnya pada canel produk, penempatan

ini diharapkan dapat mengubah konsumen untuk mengenal dan mengkonsumsi sirup kayu manis alfafa.

Perancang merancang sebuah branding yang berbeda. Sebagai pembanding yaitu karya branding yang dilakukan terhadap sirup kayu manis sebelumnya yang dilakukan oleh mahasiswa Desain Komunikasi Visual Universitas Negeri Padang yaitu melalui media *packaging* namun branding yang telah dilakukan dirasa belum mampu untuk meningkatkan kembali jumlah penikmat sirup kayu manis, maka perlu dilakukan sebuah kajian tentang promosi. Dengan demikian, judul perancangan karya akhir ini adalah “Rebranding Sirup Kayu Manis Alfafa Melalui *Highlight Video*”.

B. Metode Perancangan

Metode perancangan yang digunakan dalam video promosi sirup kayu manis dirancang dengan menggunakan metode perancangan FOUR-D. Perancangan menggunakan metode FOUR-D memiliki tahapan perancangan *define* (pendefinisian), *design* (perancangan), *development* (pengembangan), *desisment* (penyebaran). Untuk metode analisis data penulis menggunakan metode 5W1H (*what, where, who, when, why, dan how*). Dengan menggunakan Analisa 5W1H, penulis dapat menganalisis masalah dan pemecahan mengenai sirup kayu manis. Penjelasan mengenai analisis tersebut adalah sebagai berikut :

1. *What* (apa permasalahan yang di angkat?)

Permasalahan yang di angkat adalah dimana sirup kayu manis minim peminat dan juga masyarakat tidak mengetahui apa saja manfaat dari sirup kayu manis tersebut.

2. *Where* (dimana permasalahan ini terjadi?)

Permasalahan ini terjadi pada daerah kabupaten kerinci tepatnya di desa siulak deras mudik.

3. *Who* (siapa yang terkait dengan permasalahan ini?)

Permasalahan ini menyangkut produsen dari sirup kayu manis yang mengeluhkan penjualannya tidak bisa meningkat.

4. *When* (kapan permasalahan ini terjadi?)

Permasalahan ini terjadi semenjak awal pemerintah mengadakan pelatihan mengolah sirup kayu manis pada tahun 2008.

5. *Why* (kenapa permasalahan ini di angkat?)

Penulis bertujuan untuk mengangkat masalah ini karena ingin meningkatkan penjualan sirup kayu manis.

6. *How* (bagaimana solusi dari permasalahan ini?)

Solusi yang akan di tawarkan adalah membuatkan media utama yang berupa *Highlight Video* dari sirup kayu manis alfafa yang menampilkan kesegaran dan juga sirup kayu manis alfafa dapat di nikmati kapan saja.

C. Pembahasan

1. Pembahasan Media Utama

Program kreatif dari *Highlight video* sirup kayu manis alfafa ini bertujuan untuk menarik minat penonton untuk membeli dan menikmati sirup kayu manis alfafa. Bagian pembukaan dalam video ini menampilkan hampasan kulit batang kayu manis dan zoom out botol sirup kayu manis yang berfungsi untuk memperlihatkan bahan dasar yang digunakan dan juga dapat menarik minat penonton untuk menikmati sirup kayu manis. *Highlight video* ini dibuat semenarik mungkin dan juga menyampaikan pesan yang efektif, singkat dan tepat guna menggaet hati para penonton untuk menikmati sirup kayu manis alfafa. Total durasi dalam *highlight video* sirup kayu manis alfafa ini yaitu 32 detik.

Perancangan *Highlight video* sirup kayu manis alfafa menggunakan narasi untuk memperkuat tampilan visual, memakai narrator perempuan yang dirasa dapat menarik hati penonton. Pembuatan video ini memiliki beberapa tahapan yang dilakukan agar proses produksi berjalan dengan baik dan mendapatkan hasil yang memuaskan. Tahapan dari proses tersebut antara lain Tahap Pra Produksi, Tahap Produksi dan tahap Pasca Produksi.

Pada tahap Pra Produksi, proses ini melalui beberapa tahapan yaitu dengan ; a) menentukan ide, b) tim produksi dan c) tahap pra-produksi.

Kemudian Dalam tahap produksi *highlight video* sirup kayu manis alfafa dilaksanakan oleh tim produksi yang telah di tetapkan. Pada tahapan

ini, proses yang dilakukan antara lain : a) Pengambilan Gambar, dan b) Recording Narasi.

Sedangkan pada tahap Pasca Produksi dilakukan setelah tahap produksi di rasa rampung. Tahapan yang dilakukan dalam tahap pasca produksi meliputi : a) editing, b) *color grading*, dan c) penambahan tulisan diakhir video.

2. Pembahasan Media Pendukung

Highlight video sirup kayu manis alfafa telah ditentukan bahwa media utama berupa *highlight video* dan akan ditunjang dengan beberapa media pendukung.

Adapun media pendukung yang digunakan antara lain sebagai berikut:

a. Poster

Poster, merupakan media promosi berbentuk cetak dan berisikan tulisan dan gambar yang berhubungan dengan media yang ingin dipromosikan.

Ukuran : A2 (42 x 59,4 cm)

Material : *Glossy Paper*

Warna : *Full Color*

Teknis Media : *Print out*

b. CD label

CD label, merupakan karya desain yang di tampilkan pada bagian sisi atas CD.

Ukuran : 12 x 12 cm (lingkaran)

Material : *Coated Paper*

Warna : *Full Color*

Teknis Media : *Print out*

c. Cover CD

Cover CD berfungsi sebagai tanda pengenal dan memberikan sekilas informasi yang ada dalam CD.

Ukuran : 26,8 x 18,5 cm

Material : *Glossy Paper*

Warna : *Full Color*

Teknis Media : *Print out*

d. Mug

Mug, gelas yang menjadi media pendukung dapat digunakan sebagai wadah untuk minum sirup kayu manis.

Ukuran : 8 x 10 cm (lingkaran)

Material : *keramik*

Warna : *Full Color*

Teknis Media : *sablon*

e. Sticker

Sticker, sticker merupakan media promosi yang bisa di berikan kepada semua orang untuk mempromosikan sesuatu.

Ukuran : 8 x 15 cm

Material : *Sticker Paper*

Warna : *Full Color*

Teknis Media : *Print out*

f. X Banner

X banner, merupakan media cetak yang digunakan untuk membagikan informasi tentang apa yang ingin dipromosikan dan bisa di tempatkan di setiap outlet penjualan sirup kayu manis.

Ukuran : 60 x 160 cm

Material : *Flexi*

Warna : *Full color*

Teknis Media : *print out*

g. Gantungan Kunci

Gantungan kunci, media promosi yang bersifat fleksibel yang bisa dibagikan kepada para *target audience*.

Ukuran : Diameter 5 cm (Lingkaran)

Material : *Doft*

Warna : *Full color*

Teknis Media : *Print out*

3. Final Desain

1. Video Profil

Media Utama *Highlight video* sirup kayu manis alfafa ini menyampaikan pesan bahwasannya sirup kayu manis alfafa menyimpan kesegaran yang berlimpah dan juga sirup kayu manis alfafa dapat dinikmati kapan saja, seperti di café saat nongkrong bareng teman-teman.

Highlight video sirup kayu manis alfafa memiliki durasi 32 detik, mulai dari opening, isi dan penutup *highlight video* yang di kemas secara menarik dengan gaya kekinian yang diminati generasi milenial.

2. Poster



Gambar 1.
Final desain Poster
(Sumber : Dion Atma Wijaya)

Desain poster dengan komposisi poster terdiri atas foto dan text yang di rasa cukup untuk menyampaikan pesan yang terkandung dalam sirup kayu manis alfafa.

3. CD Label



Gambar 2.
Final desain CD Label
(Sumber : Dion Atma Wijaya)

Desain yang di buat seirama dengan desain poster terpilih.

4. Cover CD



Gambar 3.
Final desain COVER CD
(Sumber : Dion Atma Wijaya)

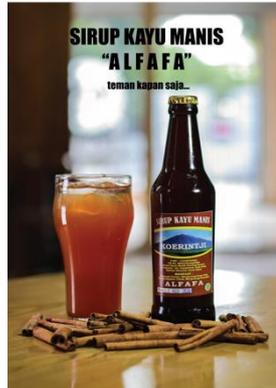
5. MUG



Gambar 4.
Final desain MUG
(Sumber : Dion Atma Wijaya)

Desain yang digunakan yaitu desain seirama dengan desain poster terpilih.

6. Sticker



Gambar 5.
Final desain MUG
Sumber : Dion Atma Wijaya

Desain yang digunakan seirama dengan desain poster terpilih.

7. X banner



Gambar 6.
Final desain X banner
(Sumber : Dion Atma Wijaya)

8. Gantungan Kunci



Gambar 7.
Final desain Gantungan Kunci
(Sumber : Dion Atma Wijaya)

D. Penutup

1. Kesimpulan

Dalam perancangan Rebranding Sirup Kayu Manis ALFAFA Melalui Media *Highlight Video* “ terdapat beberapa tahapan strategi kreatif yang harus di lakukan antara lain: a) Mengumpulkan data, b) Menentukan target *audience*, c) Menetapkan strategi kreatif, d) Merancang *storyline* dan *storyboard*, e) Mempersiapkan pra-produksi, produksi dan pasca produksi dan f) Merancang media pendukung.

Highlight video sirup kayu manis alfafa bertujuan untuk memperkenalkan dan mengajak target *audience* untuk mengkonsumsi sirup kayu manis alfafa dan di harapkan dapat mengajak target *audience* untuk menikmati sirup kayu manis afafa.

Highlight video merupakan media yang sangat efektif dikarenakan *highlight video* begitu digemari target *audience* pada saat ini.

2. Saran

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan perancangan Rebranding Sirup Kayu Manis ALFAFA Melalui Media Highlight Video di atas penulis membuat beberapa saran yaitu :

1. Diharapkan kepada target audience untuk meningkatkan konsumsi sirup kayu manis alfafa.
2. Dengan adanya highlight video sirup kayu manis alfafa yang menampilkan kesegarannya sehingga pemilik produk sirup kayu manis alfafa dapat menambah jumlah produksi karena minat konsumen meningkat.

DAFTAR RUJUKAN

- Akbar, Hari Jimi., Syafwandi, M. S., & Riri Trinanda S.S (2017) *PERANCANGAN MEDIA PROMOSI ONLINE SENTRA KERAJINAN TANAH LIAT NIGARI ANDALEH, KECAMATAN LUAK, KABUPATEN LIMAPULUH KOTA. UNIVERSITAS NEGERI PADANG.* : 18.
- Budiarto, Mukhti. (2019). *MEDIA BERBENTUK KATALOG PT. POLYMINDO PERMATA KOTA TANGERANG PENUNJANG INFORMASI DAN PROMOSI.* 05(01) : 2016.
- Listya, Ariefika. (2018). *VISUAL BRANDING PRODUK BELIMBING OLAHAN UMKM DEPOK MELALUI DESAIN LOGO. JURNAL DESAIN KOMUNIKASI VISUAL, MANAJEMEN DESAIN DAN PERIKLANAN.* 04(01): 57.
- Rozie, Dimaz Rizki Fakhur., Syafwandi, M. S., & San Ahdi, S. S (2017) *PERANCANGAN IKLAN HOLDER APPAREL MELALUI MEDIA AUDIO VISUAL.* Universitas Negeri Padang. : 15
- PUTRA, S. H., Syafwandi, M. S., & San Ahdi, S. S. (2015). *PERANCANGAN PROMOSI SUBSTANCE BOARDRIDING STORE PADANG MELALUI MEDIA AUDIO VISUAL. DEKAVE: Jurnal Desain Komunikasi Visual, 3(1).*