

## ABSTRAK

**Perancangan Promosi Klinkink *Apparel* Melalui Media Katalog**  
**Jeffry Jofano<sup>1</sup>, Nasrul Kamal<sup>2</sup>**  
**Program Studi Desain Komunikasi Visual,**  
**Jurusan Seni Rupa**  
**Fakultas Bahasa dan Seni**  
**Universitas Negeri Padang**  
Email: jeffryjefano@gmail.com

Perancangan ini bertujuan adalah membantu menginformasikan produk dari Klinkink Apparel secara informatif dan komunikatif. Bahan untuk mendesain berupa survei awal dan akhir dilakukan seperti wawancara, dokumentasi, dan pengumpulan data kepada pemilik Klinkink Apparel yang berada di Daerah Painan. Perancangan dalam desain katalog ini menggunakan konsep minimalis dan moderen serta dipadukan dengan fotografi fashion, hasil dari konsep tersebut berupa foto produk yang lebih menarik. Diharapkan dengan adanya perancangan katalog ini bisa membuat kemajuan yang baik melalui promosi, disatu sisi juga memperkuat daya jual dan popularitas bagi pesaing brand pakaian yang ada pada saat sekarang.

**Kata kunci :** Klinkink Apparel, katalog, promosi, perancangan, Produk.

---

<sup>1</sup> Mahasiswa penulis karya akhir Prodi Desain Komunikasi Visual

<sup>2</sup> Pembimbing, dosen fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Padang

## ABSTRACT

### **Designing Klinkink *Apparel* Promotion Through Media Catalog**

**Jeffry Jofano<sup>1</sup>, Nasrul Kamal<sup>2</sup>**

**Visual Communication Design Study Program**

**Department of Fine Arts**

**Faculty of Languages and Arts**

**Padang State University**

Email: jeffryjefano@gmail.com

This design aims to help inform the products of Klinkink Apparel in an informative and communicative way. Materials for designing in the form of initial and final surveys were carried out such as interviews, documentation, and data collection to the owners of the Klinkink Apparel who were in the Painan area. The design in this catalog design uses a minimalist and modern concept and is combined with fashion photography, the result of this concept is a more attractive product photo. It is hoped that this catalog design can make good progress through promotion, on the one hand it also strengthens the selling power and popularity of competitors for clothing brands that exist today.

**Keywords:** Klinkink apparel, catalog, promotion, design, product.

---

<sup>1</sup>Student writing final work of Visual Communication Design Study Program

<sup>2</sup>Advisor, lecturer at the Faculty of Language and Arts, Padang State University

## A. Pendahuluan

Perkembangan globalisasi era milenial saat sekarang sangat berkembang, sehingga mempengaruhi perkembangan budaya dan gaya hidup remaja saat ini. Sehingga gaya berpakaian atau *fashion* remaja juga terpengaruh dengan adanya perkembangan globalisasi. Dalam kehidupan bermasyarakat media komunikasi dan informasi sangat dibutuhkan untuk menyampaikan pesan kepada penerima dari komunikator. Media komunikasi dan informasi merupakan salah satu sarana yang digunakan oleh masyarakat untuk mempromosikan suatu produk atau jasa agar bisa dikenal oleh masyarakat.

Media yang digunakan untuk mempromosikan suatu produk atau jasa pada saat ini juga telah berkembang pesat, salah satunya yaitu media sosial. Tetapi media sosial tidak digunakan oleh semua kalangan. Media lain yang bisa digunakan untuk mempromosikan produk dan jasa yaitu media cetak. Media cetak biasanya lebih banyak memberikan informasi, lebih permanen, bisa dibaca berulang-ulang sehingga lebih mudah diingat.

Katalog merupakan media cetak yang efektif untuk mempromosikan suatu produk atau jasa. Katalog merupakan media cetak yang berisi informasi lebih luas seperti spesifikasi produk, gambar produk, keunggulan produk serta daftar harga dari produk tersebut.( Pujiyanto 2013:192)

Berdasarkan observasi yang telah penulis lakukan dengan mewawancarai pemilik maka penulis mendapati bahwa Klinkink Apparel

belum mempunyai katalog untuk mempromosikan produk secara detail dan jelas agar memudahkan konsumen memilih suatu produk, harga, ukuran, material yang digunakan dalam katalog.

Melihat persaingan popularitas antar kompetitor membuat promosi melalui Katalog yang menarik dan *modern*, sehingga membuat penulis ingin melakukan perancangan dengan judul “Perancangan Promosi Klinkink *Apparel* melalui Media Katalog”.

Katalog cetak sebagai media utama yang penulis pilih untuk promosi serta penggunaan media pendukung seperti poster, *x-banner*, stiker, faktur penjualan, *member card*, kartu nama, dan video pendek.

## **B. Metode Perancangan**

### a. Metode Perancangan

Metode perancangan adalah proses yang harus dilalui dalam melakukan perancangan guna menghasilkan suatu produk yang dirancang. Metode yang digunakan dalam perancangan katalog Klinkink *Apparel* adalah metode *Design Thinking*. Metode *Design Thinking* merupakan pendekatan untuk mencari masalah. (Ardian & Werdhanigsih...2019) Dalam hal ini desainer menempatkan diri menjadi konsumen sehingga membutuhkan tingkat pemahaman dan empati yang tinggi kepada pelanggan, yang bertujuan mengidentifikasi masalah yang ada pada konsumen dan menemukan solusi atau ide yang nantinya akan dijadikan acuan dalam melakukan perancangan.

Metode Pengambilan data yang dilakukan dalam perancangan katalog Klinkink *Apparel* didapat melalui observasi dan dokumentasi secara langsung serta melalui jurnal, buku, dan *e-book*.

b. Metode Analisi Data

Metode analisis data yang digunakan dalam perancangan katalog adalah analisis SWOT. Analisis ini didasarkan berdasarkan logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*).

**1. Strength (Kekuatan)**

Dari hasil wawancara dari pemilik Klinkink Apparel adalah sebagai berikut:

- a. Memiliki bahan yang berkualitas
- b. Desain produk yang beragam dan up to date
- c. Harga yang bisa dibilang terjangkau dan relatif murah
- d. Mempunyai desain kolaborasi dengan beberapa artist lokal

**2. Weakness (Kelemahan)**

Kelemahan yang ada dari produk Klinkink Apparel adalah sebagai berikut:

- a. Belum optimal nya media promosi Klinkink Apparel sebelumnya sehingga belum banyak dikenal masyarakat secara luas.

- b. Belum adanya media cetak seperti katalog sehingga kurangnya informasi yang jelas terhadap produk secara detail.
- c. Foto produk yang kurang menarik sehingga kurangnya daya beli konsumen.

### **3. *Opportunities* (Peluang)**

Peluang yang dimiliki Klinkink Apparel adalah sebagai berikut:

- a. Dengan penyebaran Katalog yang semakin luas di berbagai Coffee Shop dan di beberapa tempat lainnya membuat promosi Klinkink Apparel bisa diakses konsumen dengan cepat, sehingga mendapat pasar yang lebih luas.
- b. Trend pakaian yang diproduksi oleh Klinkink Apparel kepada target pasar produk yang sedang trend.

### **4. *Threats* (Ancaman)**

- a. Banyaknya pelaku usaha dibidang yang sama seperti Ulek Bulu dan masih banyak lagi.
- b. Belum memiliki katalog sebagai media cetak yang memuat suatu informasi tentang produk Klinkink Apparel.

## **C. Pembahasan**

### **1. Media Utama**

Perancangan media utama ini berupa Katalog cetak. Konsep yang diusung dalam perancangan yaitu minimalist dan moderen dengan tingkat keterbacaan yang tinggi sehingga dapat membuat konsumen nyaman

untuk melihat isi dan informasi dalam katalog. Katalog ini mempunyai 24 halaman yang berisikan Foto produk Klinkink Apparel yang terdiri dari *t-shirt*, *hoodie*, *crewneck*, dan sepatu. Media utama katalog dicetak melalui teknik digital printing dengan bahan *Art paper*.

Ukuran : (148 mm x 210 mm) Ukuran kertas A5  
Halaman : 26 halaman, halaman tersebut termasuk cover depan dan belakang  
Bahan : Art Paper 115 Gsm  
Warna : *Fullcolour*  
Teknik : *Print out digital*

a. Pendekatan Verbal

Menggunakan bahasa yang menarik perhatian dan bersifat persuasif. dan di kemas dengan bahasa *trend* terkini. Sehingga, menarik perhatian konsumen yang rentang umur 15-25 tahun.

b. Pendekatan Visual

Perancangan ini diawali dengan penentuan konsep fotografi yang akan digunakan kemudian membuat layout kasar yang nantinya akan dijadikan acuan dalam penyusunan konten dalam katalog. Isi dari katalog menggunakan foto yang menampilkan hasil gambar produk Klinkink *Apparel* diantaranya pakaian, dan sepatu. Pesan visual yang disampaikan dalam bentuk elemen-elemen gambar, tipografi, *layout*, warna, dan lain-lain.

c. Layout

Jenis *layout* yang digunakan yaitu jenis *layout Picture Window* jenis *layout* ini punya ciri utama yaitu menampilkan gambar yang besar, dan diikuti dengan judul, penjelasan gambar dengan ukuran kecil. Gambar yang digunakan berkaitan dengan data produk Klinkink Apparel. Dalam perancangan *layout* dari katalog ini menggunakan *style Minimalist* dan fotografi *Fashion*. Gambar ditujukan untuk menunjang informasi dari segi bahan dan desain *layout* yang di informasikan.

d. Warna

Warna yang digunakan pada perancangan katalog Klinkink Apparel adalah pink, orange, coklat, hijau, abu-abu, putih dan hitam. Ketujuh warna ini mendominasi tampilan dari katalog sehingga menimbulkan kesan *simple*, minimalis, dan menarik.

e. Tipografi

Jenis *typeface* yang digunakan dalam perancangan katalog Klinkink Apparel yaitu *Monument Extended* dan *Montserrat*. Dimana kedua *typeface* ini termasuk *font Sansserif*. Jenis font ini mempunyai tingkat keterbacaan yang jelas, mudah dipahami, dan tetap menarik sehingga informasi tersampaikan secara efektif dan komunikatif.

### 1. *Headline*

*Headline* katalog menggunakan *typeface Monument Extended*.

Karena memiliki *stroke* yang agak tebal sehingga terlihat dengan jelas.

**Monument Extended**  
**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**1234567890**

### 2. *Sub Headline*

*Sub Headline* menggunakan *typeface Montserrat*, karena memiliki *stroke* yang tidak lebih tebal sehingga lebih nyaman untuk dibaca.

Montserrat  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
1234567890

## 2.

### Final Desain

#### A. Media Utama

##### a. Cover



Gambar Cover

**b. Isi Katalog**



Katalog halaman 1 dan 2



Katalog Halama 3 dan 4



Katalog Halaman 5 dan 6



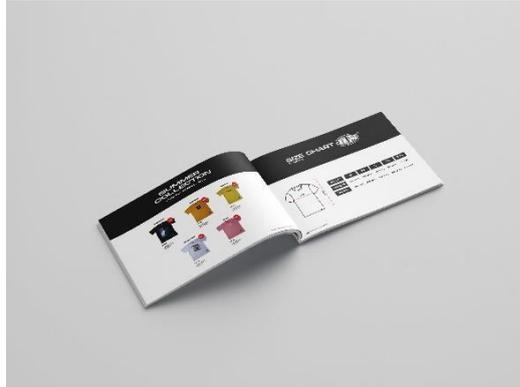
Katalog Halaman 7 dan 8



Katalog Halaman 9 dan 10



Katalog Halaman 11 dan 12



Katalog Halaman 13 dan 14



Katalog Halaman 15 dan 16



Katalog Halaman 17 dan 18



Katalog Halaman 19 dan 20



Katalog Halaman 21 dan 22



Katalog Halaman 23 dan 24

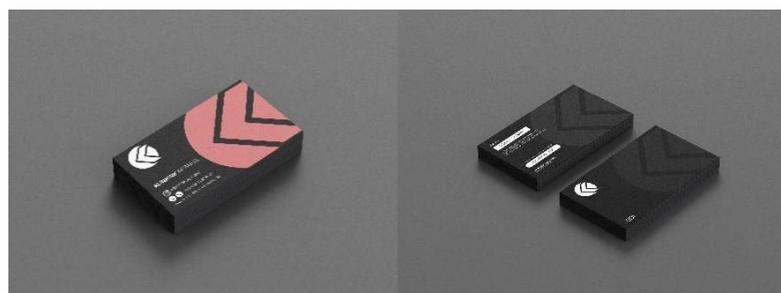
## B. Media Pendukung



Poster



X-banner



Kartu Nama

Member Card



Faktur Penjualan



*Paper Bag*



Stiker



Video Pendek

## **D. Kesimpulan dan Saran**

### **1. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil wawancara serta observasi bahwa masih kurangnya promosi yang dilakukan oleh Klinkink *Apparel* sehingga membuat kurang di kenal masyarakat luas terutama di luar kota Painan serta belum adanya media cetak seperti Katalog. Perancangan katalog cetak ini dapat menarik perhatian konsumen dan menambah minat beli karena dirancang dengan menarik dan informatif. Tujuan dari perancangan katalog ini Membantu menginformasikan produk dari Klinkink *Apparel* secara informatif dan komunikatif serta menambah minat beli konsumen terhadap produk Klinkink *Apparel* sehingga bisa menaikkan omset dan nilai jual.

### **2. Saran**

Berujuk dari pembahasan dan kesimpulan pada perancangan Katalog Promosi ini saran yang dikemukakan yaitu:

1. Dapat menaikkan popularitas pada brand Klinkink *Apparel* dari segi visual sehingga bisa bersaing dengan brand-brand lokal lainnya.
2. Dapat menaikkan omset dan nilai jual pada Klinkink *Apparel* sebagai brand lokal Painan dan memperluas penjualan mencakup seluruh indonesia.

## Daftar Rujukan

- Ardian & Werdhaningsih, H. (2019). *Penggunaan Design Thinking Dalam Pengembangan Produk Kerajinan IKM (Studi Kasus: Sentra Kerajinan Patung Kayu, Subang)*. Jurnal Dimensi Seni Rupa dan Desain, 15(1), 1-16.
- Barry, Harrid EL. 2018. *Perancangan Katalog Jj Detail Boutique*. Jl. Juanda No. 71b Padang. Universitas Negeri Padang.
- Jurnal Google Scholar Putra, Dhede Rama. 2019. *Perancangan Lookbook Visual Identity Promosi Hobo Skateboarding Padang*. Universitas Negeri Padang.
- OKTAVIANUS, YODI, and M. Nasrul Kamal. "Video Promosi Wisata Kuau Kuliek Nagari Sungai Buluah." DEKAVE: Jurnal Desain Komunikasi Visual 8.4 (2019).
- Pujiriyanto. 2005. *Desain Grafis Komputer*. Yogyakarta: Andi.
- SYAFIR, ALFI ALKAF, Nasrul Kamal, and Hendra Afriwan. "*PERANCANGAN KATALOG PENANGKARAN KUPU-KUPU KECAMATAN HARAU KABUPATEN 50 KOTA*." DEKAVE: Jurnal Desain Komunikasi Visual 4.2 (2017).