

**PERANCANGAN PROMOSI *SUBSTANCE BOARDRIDING STORE*
PADANG MELALUI MEDIA AUDIO VISUAL**

JURNAL



Oleh:

**SENGKI HANUR PUTRA
03698/2008**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN SENI RUPA
FAKULTAS BAHASA DAN SENI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2014**

**PERSETUJUAN PEMBIMBING
PERANCANGAN PROMOSI *SUBSTANCE BOARDRIDING STORE* PADANG
MELALUI MEDIA AUDIO VISUAL**


Sengki Hanur Putra

Artikel ini disusun berdasarkan Karya Akhir Sengki Hanur Putra untuk persyaratan wisuda periode 101 tanggal 20 september 2014 dan sudah diperiksa/ditetujui oleh kedua pembimbing

Padang, 21 agustus 2014

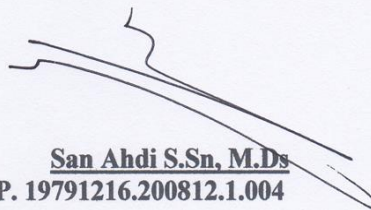
Disetujui oleh

Pembimbing I



Drs. Syafwandi, M.Sn
NIP. 19600624.198602.1.003

Pembimbing II



San Ahdi S.Sn, M.Ds
NIP. 19791216.200812.1.004

PERANCANGAN PROMOSI SUBSTANCE BOARDRIDING STORE PADANG MELALUI MEDIA AUDIO VISUAL

Sengki Hanur Putra¹, Drs. Syafwandi², M.Sn, San Ahdi, S.Sn, M.Ds³
Program Studi Desain Komunikasi Visual
Jurusan Seni Rupa
FBS universitas Negeri Padang
Email: sengki17mei@gmail.com

ABSTRAK

Substance Boardriding store merupakan *surf* atau *skate shop* yang beralamatkan di jalan pondok No 1 padang. Promosi dilakukan oleh *Substance Boardriding store* tidak mencapai sasaran, sehingga terjadi kesenjangan target *audience*. Selama ini *Substance Boardriding Store* hanya melakukan promosi melalui *facebook*. Menurut *owner Substance Boarding store*, mereka belum melakukan promosi yang begitu bagus atau menarik karena masih dibingungkan dengan pemilihan media promosi yang akan dilakukan. Hal ini dikarenakan target *audience* yang diharapkan oleh *Substance Boardriding store* adalah *target audience* yang memiliki Keberanian dan kemampuan yang tinggi karena ini olahraga yang cukup *ekstrem*.

Diperlukan sebuah solusi untuk pemecahan masalah tersebut, agar dapat membantu *Substance Boardriding Store* dalam mempromosikan keberadaannya di tengah anak muda kota Padang khususnya, maka penulis mencoba melakukan perancangan media promosi *Substance Boardriding Store* melalui media *audio visual* dimana *output* atau hasil jadinya berupa *video* Promosi.

Oleh sebab itu, untuk memperkenalkan dan memperluas jangkauan promosi, diperlukan rancangan media promosi yang baru bagi *Sustance Boardriding Store* Padang berbentuk *video* promosi, agar nantinya tujuan untuk memperkenalkan *Sustance Boardriding Store* Padang tercapai kepada *target audience*. Untuk proses perancangan di mulai dengan pengumpulan data, observasi, wawancara dan dokumentasi. Sehingga masalah yang terjadi dalam promosi *Substance Boardriding store* dapat diketahui, dari identifikasi masalah tersebut, dengan menggunakan analisis SWOT.

Perancangan menghasilkan media utama yang berupa *audio visual* dikemas dalam bentuk *video* promosi yang menampilkan tayangan informasi *Substance Boardriding store* Padang. *Audio visual* menggunakan visualisasi adegan promosi berisikan tentang produk dan fasilitas di *Substance Boardriding store* Padang. Media promosi utama dilengkapi media pendukung antara lain *cover CD*, *CD label*, poster, stiker, *id card*, pin, *card member*, dan *x-banner*.

Kata Kunci: Media Audio Visual, promosi, *Substance Boardriding Store* Padang, Melalui Media Audio Visual.

¹ Mahasiswa Penulis Laporan Karya Akhir Prodi Desain Komunikasi Visual untuk Wisuda Periode September 2014

² Pembimbing I, Dosen FBS Universitas Negeri Padang

³ Pembimbing II, Dosen FBS Universitas Negeri Padang

ABSTRACT

Sengki Hanur Putra: "Design Promotion Substance boardriding Store Champaign Through Audio Visual Media"

Substance Boardriding Store is a surf or skate shop is addressed at Pondok No. 1 Padang. Promotion conducted by the Substance boardriding store does not reach the target, resulting in a gap of the target audience. During Substance boardriding Store only do promotion through facebook. According to the Substance Boarding store owner, they have not done such a good promotion or interesting as still puzzled by the selection of a media campaign that will be conducted. This is because the target audience is expected by the Substance boardriding store is the target audience who have the courage and ability were high because this sport is quite extreme.

Needed a solution to solving the problem, in order to help the Substance boardriding Store in promoting young children's presence in the middle of the city of Padang in particular, the authors try to design a media campaign Substance boardriding Store through audio-visual media in which the output or result of a video anniversary promotion.

Therefore, to introduce and expand the range of promotion, which required the design of a new media campaign for Sustance boardriding Store Champaign shaped promotional video, that will aim to introduce Sustance boardriding Store Padang reached the target audience. For the design process starts with data collection, observation, interview and documentation. So the problems that occur in the promotion of Substance boardriding store can be known, from the identification of the problem, by using SWOT analysis.

The design resulted in major media in the form of audio-visual packaged in a promotional video featuring impressions Substance boardriding store information Padang. Audio visual promotional use visualization scenes containing about produkdan facility in Padang Substance boardriding store. The main promotional media features supporting media such as CD covers, CD labels, posters, stickers, id cards, pin, card members, and the x-banners.

Keyword: Audio Visual Media, promotion, Subsatance boardriding Store Padang, Through Audio Visual Media.

A. Pendahuluan

Pada saat ini generasi muda identik dengan bermacam-macam bidang dan selalu bersemangat untuk mencari apa yang baru. Generasi muda sebagai penerus bangsa tentunya di harapkan mampu membangun hal-hal positif. Dalam olahraga *Skateboard* ini memerlukan konsentrasi pikiran, kesabaran emosional, kelincahan badan dan kekuatan kaki untuk melakukan gaya ataupun *trick*. Sehingga dipastikan seorang *skateboarder* sehat secara jasmani dan rohani serta memiliki kedisiplinan dan kreatifitas.

Sedikitnya *skate shop* yang ada di Sumatra Barat menyebabkan sulitnya bagi generasi muda yang menyukai olahraga *skateboard* untuk mendapatkan fasilitas dalam olahraga *skateboard* itu sendiri. Untuk mempermudah mendapatkan asesoris dan fasilitas dalam bermain *skateboard* maka perlu mempromosikan *skate shop* yang ada di Sumatra Barat seperti *Substance Boardriding Store*.

Substance Boardriding store merupakan *surf* atau *skate shop* yang beralamatkan di jalan pondok No 1 Padang. Berawal dari beberapa orang teman sesama *surfing* di Pantai Parkit Padang sekitar akhir 1999 yang bernama Maniak *Boardriders* yang mendapat ide untuk membuka sebuah *Surf Shop* dikarenakan mulai banyak para *surfer* mancanegara yang berdatangan ke Mentawai untuk berwisata selancar namun minimnya fasilitas yang tersedia saat itu.

Akhirnya ide untuk membuka toko itu terealisasi di bulan September 2001 memanfaatkan bekas lobby gedung bioskop yang direnovasi menjadi sebuah

toko kecil yang diberi nama *Substance* yang awalnya hanya menjual beberapa *clothing* saja dari *Quiksilver*, *Volcom* dan *West Surfing Products*. Keterlibatan langsung pemilik dan kedekatannya dengan komunitas membuat *Substance* selalu komit untuk mensupport kegiatan yang berbau *Boarding* di Padang. Dengan *event-event* yang bertemakan *Surf/Skate* and Musik.

Dengan fasilitas ini menjadikan *Substance Boardriding store* sebagai tempat berkumpul dan berlatih para *skateboarder* Padang setiap harinya. Dari tempat inilah lahirnya nama-nama *skateboarder* nasional dari kota padang, seperti Rino Padang (*Volcom*, *Element*), Erick Franklin (*Volcom*), Egi Comell, Ariz (*Eat*), dan New Comers Richie de Baron (*Volcom*) serta M. Absar. Sempat mengalami pasang surut dan semakin ketatnya persaingan didunia *Retail* membuat *Substance* melakukan perubahan dan renovasi besar. Sekarang *Substance* tampil dengan wajah dan managemen baru dengan Format 3 lantai serta berbagai fasilitas penunjang lainnya seperti *Cafe*, *Free Internet Wi-Fi*, *Small Waroeng*, *Musholla*, *Permanent Stage* untuk band-band lokal unjuk gigi di balkon depan serta tentu saja *Mini Skatepark* di halaman parkir.

Target *audience* dari *Substance Boarding store* adalah orang-orang yang mempunyai hobi bermain *skateboard* dan *surfing* juga memiliki uang yang berlebih dan usia sekitar 18 tahun keatas. Pemilihan target *audience* ini dikarenakan olahraga *skateboard* dan *surfing* ini termasuk olahraga mahal yang ekstrem dan membutuhkan nyali yang tinggi untuk mengembangkan hobby ini. Karena olahraga ini membutuhkan papan *skate* yang relatif mahal,

maka target *audience* nya ditujukan kepada mereka yang mempunyai uang lebih dan nyali yang besar.

Namun seiring berjalannya waktu sekitar 70% target *audience* dari *Substance Boarding store* diisi oleh mereka yang berusia 15-25 tahun. Hal ini mungkin dikarenakan promosi dilakukan oleh *Substance Boardriding store* tidak mencapai sasaran, sehingga terjadi kesenjangan target *audience*. Selama ini *Substance Boardriding Store* hanya melakukan promosi melalui *facebook*. Menurut *owner Substance Boarding store*, mereka belum melakukan promosi yang begitu bagus atau menarik karena masih dibingungkan dengan pemilihan media promosi yang akan dilakukan. Hal ini dikarenakan target *audience* yang diharapkan oleh *Substance Boardriding store* adalah mereka yang memiliki nyali dan kemampuan yang tinggi karena ini olahraga yang cukup *ekstrem*.

Diperlukan sebuah solusi untuk pemecahan masalah tersebut, agar dapat membantu *Substance Boardriding Store* dalam mempromosikan keberadaannya di tengah anak muda kota Padang khususnya, maka penulis mencoba melakukan perancangan media promosi *Substance Boardriding Store* melalui media *audio visual* dimana *output* atau hasil jadinya berupa *video Promosi*.

Pada *video Promosi* ini pesan yang disampaikan berupa bentuk *slide* foto, video, *teks* dan *sound* sehingga nantinya penyampaian pesan kepada masyarakat menjadi menarik, komunikatif dan tidak membosankan.

Dengan mengetahui pemilihan media promosi yang tepat, diharapkan nantinya informasi atau pesan yang disampaikan tentang *Substance*

Boardriding store kepada kalangan anak muda kota Padang lebih jelas, dan nantinya menjadi sarana promosi bagi *Substance Boardriding store* sendiri. Oleh sebab itu penulis akan merancang tugas akhir yang berjudul **“Perancangan Promosi *Substance Boardriding Store* Padang Melalui Media *Audio Visual*”**.

B. Metode Analisa Data

Metode pemecahan masalah dalam perancangan promosi *Substance Boardriding Store* berdasarkan teori SWOT (strengths, “kelemahan” / weaknesses, “kesempatan”/opportunities, dan “ancaman”/threats) Daniel Start dan Ingie Hovland 2010: mengatakan “Analisis SWOT adalah instrument perencanaan strategis yang klasik. Dengan menggunakan kerangka kerja kekuatan dan kelemahan dan kesempatan eksternal dan ancaman, instrument ini memberikan cara sederhana untuk memperkirakan cara terbaik untuk melaksanakan sebuah strategi. Instrumen ini menolong para perencana apa yang bisa dicapai, dan hal-hal apa saja yang perlu diperhatikan oleh mereka”.

Menurut Schuler (2002:170) swot adalah: (singkatan bahasa Inggris dari “kekuatan”/strengths, “kelemahan” / weaknesses, “kesempatan”/opportunities, dan “ancaman”/threats) swot adalah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam suatu proyek atau suatu spekulasi bisnis. Proses ini melibatkan penentuan tujuan yang spesifik dari spekulasi bisnis atau proyek dan mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang mendukung dan yang tidak dalam mencapai tujuan tersebut.

1. Strength (kekuatan/keunggulan)

Keunggulan yang terdapat *Substance Boardriding store* tersebut adalah:

- a. Skate shop pertama di kota Padang
- b. *Audio visual* merupakan media promosi yang masih baru dan belum begitu dikenal oleh masyarakat sehingga jika dijadikan sebagai media promosi dapat menjadi alternatif baru.
- c. Informasi yang disajikan oleh media *Audio visual*, lebih jelas sehingga pesan yang disampaikan kepada *audience* lebih mudah di tangkap.
- d. Menjual *Cholthing* dengan *Brand* internasional
- e. Tempat perkumpulnya *skateboarder* kota Padang

2. **Weakness (kelemahan)**

Kelemahan yang terdapat pada *Substance Boardriding store* adalah:

- a. kegiatan promosi yang dilakukan oleh *Substance Boarding Store* belum begitu efektif.
- b. Belum ada iklan dalam bentuk media audio visual.
- c. Proses pembuatan media *Audio visual* yang lumayan memakan waktu yang cukup lama.
- d. *Substance Boarding Store* tidak memiliki cabang diluar kota Padang

3. **Opportunity (peluang)**

Peluang yang dimiliki *Substance Boardriding store* yaitu:

- a. satu-satunya skate shop yang menyediakan *skatepark* untuk anak muda yang hobi bermain skateboard
- b. Tampilan skate shop yang menarik dari *shop* lain
- c. Dengan menggunakan media audio visual, masyarakat akan lebih jelas mendapatkan informasi dari *shop* tersebut.

d. Memberitahu bahwa di kota Padang ada *skate shop*. Seperti yang ada di kota-kota lain.

4. Threat (ancaman)

Masih banyaknya masyarakat yang belum tahu dengan *Substance Boardriding store*.

Dari analisis diatas dapat disimpulkan bahwa *Substance Boardriding Store* merupakan salah satu skate shop pertama di kota Padang. *Substance* menjual produk luar negeri, *Substance* juga memiliki mini skate park yang menjadi tempat berkumpulnya para skaterboarder kota Padang. Dengan adanya promosi berbasis *audio visual* diharapkan masyarakat kota Padang tentang *Substance Boardriding Store*.

C. Pembahasan

Melalui analisis data diatas, maka dapat dirancang beberapa media menjadi sebuah karya yang mampu mempromosikan *Substance boardriding Store* Padang dengan nama media sebagai berikut: *video* promosi, poster *x banner*, pin, stiker, *ID Card*, *Member Card*, *CD Label*, dan *Cover CD*

1. Media Utama

Pada media promosi perancangan yang di pilih penulis untuk *Subtance Boardriding Store* ini adalah *audio visual* dalam bentuk *video* promosi yang dapat menampilkan gambar dan suara, alasanya adalah walaupun orang-orang tidak sempat melihat gambar secara langsung, Masyarakat dapat lebih cepat mencerna informasi yang di








sajikan tidak hanya dengan suara tetapi gambar serta ilustrasi yang mendukung. Karena zaman sekarang *gadget* atau *smartphone* merupakan kebutuhan bagi generasi muda. *Video* promosi *Substance Boardriding Store* akan di *upload* di *youtube* dan *vimeo*. Sehingga target audience dapat mengakses video tersebut di mana pun dan akan ada selamanya di *youtube* dan *vimeo* tersebut.

a. Storyline

No	Video	Audio	Durasi
1	Gambar <i>opening</i> amplifier musik		00'00'00-00'00'08
2	Gambar <i>drum</i>		00'00''09 - 00'00''13
3	Gambar <i>tulisan substance</i>		00'00'14 - 00'00''19
4	Gambar <i>accessories</i>		00'00'20- 00'00''28
5	Gambar <i>merek-merek produk yg dijual</i>		00'00'29 - 00'00''37
6	Gambar <i>produk yg dijual</i>		00'00'38 - 00'01''11
7	Gambar penghargaan yang pernah di peroleh		00'01''12 - 00'01''23
8	Gambar papan skate		00'01''24 - 00'01''26
9	Gambar sepatu dan <i>accessories</i>		00'01''27 - 00'01''47
10	Penutup Time leipse		00'01''48- 00'02''08

tabel 1

b. Storyboard

No	Shot	Keterangan	Waktu
1		Opening amplifier musik	00;00;00-00;00;08
2		Drum yang ada di substance	00;00;09-00;00;13
3		Tulisan di depan store substance	00;00;14-00;00;19
4		<i>Accessories-accessories</i>	00;00;20-00;00;28
5		Logo brand yang dijual di substance	00;00;29-00;00;37
6		Produk yang dijual di substance	00;00;38-00;01;11
7		Penghargaan yang pernah di raih oleh substance	00;01;12-00;01;23




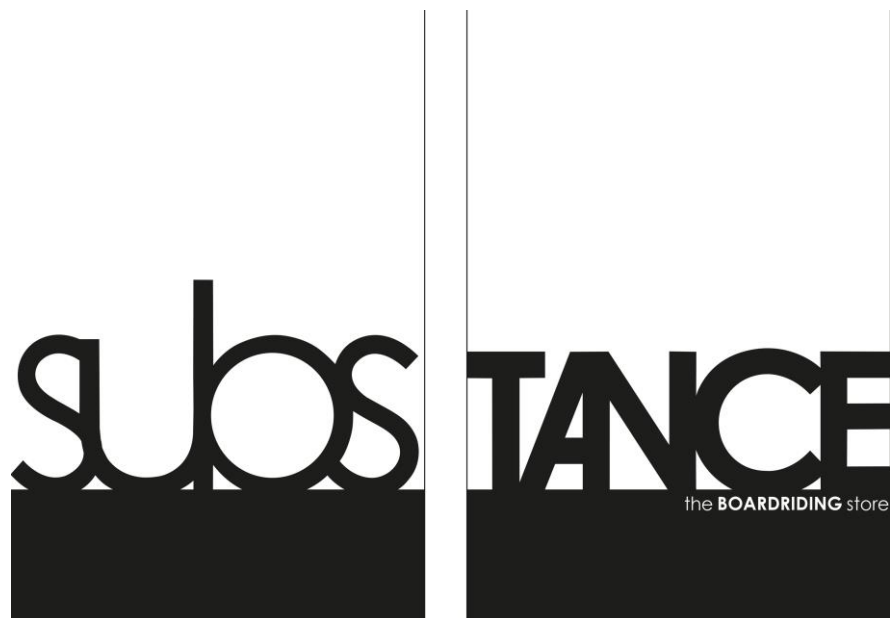
8		Papan skate	00;01;24-00;01;26
9		<i>Sepatu dan Accessories</i>	00;01;27-00;01;47
10		Closing timelapse di depan substance	00;01;48-00;02;05

Table 2

2. Media Pendukung

a. cover CD



*gambar 1
cover CD*

b. CD label



gambar 2
CD label

c. Pin



gambar 3
pin

d. Stiker



gambar 4
stiker

e. Poster



*gambar 5
poster*

f. X banner



*gambar 6
X banner*

g. Id card



*gambar 7
id card*

h. Card member



*Gambar 8
Card member*

D. Kesimpulan dan Saran

a. Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil perancangan promosi *Substance boardriding store* melalui media *audio visual*, maka perancang menyimpulkan sebagai berikut: promosi *Substance boardriding store* melalui media *audio*

visual, diharapkan dapat membantu *substance* agar konsumen atau target *audience* menjadikan *substance* sebagai boardriding store yang paling banyak memiliki konsumen, dan menciptakan target *audience* yang loyal terhadap *substance*. Target *audience* diharapkan dapat menjadi lebih tertarik untuk terus datang ke *substance* dengan adanya *video promosi*.

Dalam pencapaian perancangan promosi *substance boardriding store*, selain menggunakan *media* utama dalam audio visual juga menggunakan media pendukung seperti cover CD, *CD label*, poster, X Banner, pin, *sticker*, *member card*, dan *ID card*. Media pendukung ini diharapkan dapat memberikan informasi dan membuat target *audience* semakin tertarik terhadap *substance*.

b. Saran

Diharapkan dalam perancangan promosi sebuah perusahaan atau lembaga hal yang pertama dilakukan adalah melakukan *survey* langsung ke perusahaan atau lembaga agar data-data yang didapatkan nyata. Selain itu hendaknya dapat mengidentifikasi masalah-masalah yang ada dan dapat menghubungkan masalah tersebut dengan media yang akan digunakan, sehingga masalah tersebut dapat dipecahkan.

Daftar Rujukan

Ikhwan, Rezky. 2013. Perancangan Company Profile ATIP Padang Dalam Bentuk Audio Visual. Tugas akhir, Padang: Program Sarjana UNP Padang.

Ovioan, Yeyen.2012. Perancangan Audio Visual "*Corporate Promotion*" Pada Perusahaan Asuransi Jiwa Bumi Asih Jaya. Tugas akhir, Padang: Program Sarjana UNP Padang.