

TUGAS AKHIR

**PERANCANGAN DESAIN PROMOSI VISUAL PADA MEDIA
INSTAGRAM KILAZBALIK**

Diajukan Guna Melengkapi Sebagian Syarat Dalam Mencapai Gelar
Sarjana Strata Satu (S1)



Disusun Oleh :

Muhamad Farhan Asoti

42318010023

Dosen Pembimbing :

Novena Ulita, S.Pd., M.Sn.



PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS DESAIN SENI KREATIF

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2022

 <p>MERCU BUANA</p>	<p>LEMBAR PERNYATAAN SIDANG SARJANA KOMPREHENSIF LOKAL FAKULTAS DESAIN DAN SENI KREATIF UNIVERSITAS MERCU BUANA</p>	
--	--	---

Semester : 8 (Delapan)

Tahun Akademik : Gasal 2022

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Muhamad Farhan Asoti
 Nomor Induk Mahasiswa : 42318010023
 Jurusan/Program Studi : Desain Komunikasi Visual
 Fakultas : Fakultas Desain dan Seni Kreatif
 Judul Tugas Akhir : Perancangan Desain Promosi Visual
 Pada Media Instagram Kilazbalik

Menyatakan bahwa Tugas Akhir ini merupakan karya asli, bukan jiplakan (duplikat) dari karya orang lain. Apabila ternyata pernyataan saya ini tidak benar maka saya bersedia menerima sanksi berupa pembatalan gelar sarjana saya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya untuk dapat dipertanggung jawabkan sepenuhnya.

Jakarta, 28 Juli 2022

Yang memberikan pernyataan,



(Muhamad Farhan Asoti)

	LEMBAR PENGESAHAN SIDANG SARJANA KOMPREHENSIF LOKAL FAKULTAS DESAIN DAN SENI KREATIF UNIVERSITAS MERCU BUANA	Q
---	---	----------

Semester : 8

Tahun Akademik : 2021-2022

Tugas akhir ini untuk melengkapi tugas-tugas dan memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Desain, jenjang pendidikan Strata 1 (S-1), Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Desain dan Seni Kreatif, Universitas Mercu Buana, Jakarta.

Judul Tugas Akhir : PERANCANGAN DESAIN PROMOSI VISUAL PADA MEDIA INSTAGRAM KILAZ BALIK

Disusun Oleh,

Nama Mahasiswa : Muhamad Farhan Asoti

Nomor Induk Mahasiswa : 42318010023

Jurusan/Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Telah diajukan dan dinyatakan **LULUS** pada Sidang Sarjana Tanggal 21 Juli 2022

Pembimbing,

Novena Ulita

Novena Ulita, S.Pd., M.Sn.

Jakarta, 01 Agustus 2022

Mengetahui,

Koordinator Tugas Akhir

Rizal Bay Khaqi

Rizal Bay Khaqi, S.Ds, M.Sn



Rika Hindraruminggar, S.Sn, M.Sn

PERANCANGAN DESAIN PROMOSI VISUAL PADA MEDIA INSTAGRAM KILAZBALIK

ABSTRACT

Kilazbalik is one of the local brands that sells nostalgic merchandise that produces in the fashion sector. this cannot be separated from the main role of brands, namely in social media. The development of social media promotions continues to progress rapidly, currently users can easily be used by anyone. The use of social media is not only used to communicate with each other when business actors are also required to follow every social media development that continues to occur and carry out promotions on social media. It can be said that Instagram's promotional media is very important in increasing sales of the brand. To carry out media promotions that are needed that are right to match the characteristics of the brand itself, one way is to create a visual promotion design for the brand. The lack of distinctive characteristics or identity about this brand makes consumers want to know the brand itself. Because it requires promotional media by promoting effectively according to the target audience. in this design the author makes a visual promotion design as a very interesting Instagram promotion media to increase sales on the flashback brand

Keywords: *Nostalgia, Identity, Style*

PERANCANGAN DESAIN PROMOSI VISUAL PADA MEDIA INSTAGRAM KILAZBALIK

ABSTRAK

Kilazbalik adalah salah satu brand lokal yang menjual merchandise nostalgic yang diproduksi di bidang fashion. hal tersebut tidak lepas dari peran utama brand yaitu promosi di social media, Perkembangan sosial media terus mengalami kemajuan sangat pesat, saat ini pengguna bisa dengan mudah digunakan oleh siapapun. Penggunaan sosial media tidak hanya digunakan untuk saling berkomunikasi saja saat ini para pelaku usaha juga diharuskan untuk mengikuti setiap perkembangan sosial media yang terus terjadi dan melakukan promosi di sosial media. Dapat dikatakan bahwa media promosi Instagram itu sangat penting dalam meningkatkan penjualan pada brand. Untuk melakukan promosi diperlukan media yang tepat untuk sesuai dengan ciri khas brand itu sendiri, salah satu caranya dengan membuat desain promosi visual pada brand. Kurangnya ciri khas atau identitas tersendiri mengenai brand ini membuat konsumen kesusahan untuk mengetahui brand itu sendiri. Oleh karena memerlukan media promosi dengan mempromosikan yang efektif sesuai target audience. pada perancangan ini penulis membuat desain promosi visual sebagai media promosi instagram dengan sangat menarik untuk meningkatkan penjualan pada brand kilazbalik

Kata Kunci : *Nostalgic, Identity, Style*

DAFTAR ISI

COVER	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL	viii
I. PENDAHULUAN	1
B. Tujuan Perancangan	3
C. Manfaat Perancangan	4
II METODE PERANCANGAN	5
A. Orisinalitas	5
B. Kelompok Pengguna Produk	9
C. Relevansi dan Konsekuensi Studi	10
D. Skema Proses Desain	11
III DATA DAN ANALISA PERANCANGAN	16
A. Data Aspek Komunikasi Karya Perancang	16
B. Data Aspek Teknis Karya Perancangan	18
C. Data Aspek Keindahan Karya Perancangan	24
IV KONSEP PERANCANGAN DAN HASIL DESAIN	39
A. Tataran Komunitas	39
B. Tataran Sistem	40
C. Tataran Kekaryaan	41
D. Tataran Komponen	46
V UJI DESAIN	49
A. Deskripsi Karya	49
B. Kegiatan Uji Desain	49
C. Hasil Uji Desain	57
VI KESIMPULAN	60
KEPUSTAKAAN	61
LAMPIRAN	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 : Inspirasi Karya Sejenis	6
Gambar 2.2 : Inspirasi Karya Sejenis	7
Gambar 2.3 : Inspirasi Karya Sejenis	8
Gambar 2.4 : Skema Desain	12
Gambar 2.5 : Skema Desain	14
Gambar 2.6 : Moodboard	15
Gambar 3.1 pohon warna dan Lingkaran Warna	21
Gambar 3.2 Warna pigmen dan warna cahaya	21
Gambar 3.3 Karakter warna	26
Gambar 3.4 Organ Huruf	27
Gambar 3.5 Contoh Font Serif	27
Gambar 3.6 Contoh Font sans serif	28
Gambar 3.7 Contoh Font Scripts	29
Gambar 3.8 Contoh Tekstur	30
Gambar 3.9 Komponen desain garis	32
Gambar 3.9 Ilustrasi bentuk geometris	33
Gambar 3.10 Ilustrasi bentuk geometris	33
Gambar 3.11 Komponen desain garis	34
Gambar 3.12 Rasio Instagram	38
Gambar 4.1 Table of content	41
Gambar 4.1 Feed Instagram	43
Gambar 4.2 Story Instagram	44
Gambar 4.3 Highlight Instagram	45
Gambar 4.5 Penggunaan Warna pada Karya	46
Gambar 4.6 Penggunaan Warna pada Karya	47
Gambar 5.1 Galeri FDSK UMB	49
Gambar 5.2 Galeri FDSK UMB	50

Gambar 5.3 Galeri FDSK UMB	51
Gambar 7.4 Publikasi Karya	52
Gambar 7.5 Publikasi Karya	53
Gambar 7.6 Publikasi Karya	54
Gambar 7.7 Publikasi Karya	55
Gambar 7.8 Publikasi Karya	56
Gambar 7.9 Publikasi Karya	57
Gambar 7.10 Publikasi Karya	58



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 : Referensi Karya	6
Tabel 2 .2 : Referensi Karya	7
Tabel 2.3 : Referensi Karya	8
Tabel 2.4 : Biaya Perancangan	11
Table 5.2 Hasil uji desain	59

