

TUGAS AKHIR

PERANCANGAN FOTOGRAFI SEBAGAI ALAT
PROMOSI *BRAND* AGATHA APRILIA COLLECTION

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



Oleh:

Qorry Alkhafiz

42316010040

Program Study Disain Komunikasi Visual

Dosen Pembimbing:

Novena Ulita, S.Pd, M.Sn


PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS DESAIN DAN SENI KREATIF

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2020

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

Semester : 8

Tahun Akademik : 2020

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Qorry Alkhafiz
 Nomor Induk Mahasiswa : 42316010040
 Program Studi : Desain Komunikasi Visual
 Fakultas : Fakultas Desain dan Seni Kreatif
 Judul Tugas Akhir : Perancangan Fotografi Sebagai Alat Promosi
 Brand Agatha Aprilia Collection

Menyatakan bahwa Tugas Akhir ini menyatakan 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.

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

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, ..12.Agustus 2020...

Yang memberikan pernyataan,


 (Qorry Alkhafiz)

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

Semester: **8**

Tahun akademik: **2020**

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 Fotografi Sebagai Alat Promosi Brand Agatha Aprilia Collection

Disusun Oleh :

Nama : Qorry Alkhafiz

NIM : 42316010040

Program Studi : ~~Desain Produk~~ / Desain Komunikasi Visual / ~~Desain Interior~~

Telah diajukan dan dinyatakan LULUS pada Sidang Sarjana Tanggal 29 Juli 2020

Pembimbing,

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

Jakarta, 12 Agustus 2020

Mengetahui,

Koordinator Tugas Akhir



(Rika Hindraruminggar, S.Sn M.Sn.)

Mengetahui,

Ketua Program Studi Desain



(Rika Hindraruminggar, S.Sn M.Sn.)

**PERANCANGAN FOTOGRAFI SEBAGAI ALAT PROMOSI BRAND
AGATHA APRILIA COLLECTION**

Qorry Alkhafiz

NIM 42316010040

ABSTRACT

This design aims to provide information related to the value of products owned by a brand and provide a positive communication approach to the target consumer by creating a photo content that contains positive activities that can inspire the quarantine period. For the effort of designing the photographic work that is to be created, the writer uses several theories including promotional theory, advertising theory, photography theory, color theory, photography element theory, photography composition theory, photography light theory, sharp photography space theory, typographic theory, and layout theory.

The results of this design can be concluded that the technical used in this work is dominant using the rule of third composition, the colors used tend to use colors that come from nature, namely earth tone. And the light technique used is the dominant natural light, so that it aims to create a natural impression on the products of an ethnic fashion brand.

Keywords: Photography, Promotion, Brand, Fashion.

**PERANCANGAN FOTOGRAFI SEBAGAI ALAT PROMOSI *BRAND*
AGATHA APRILIA COLLECTION**

Qorry Alkhafiz

NIM 42316010040

ABSTRAK

Perancangan ini bertujuan untuk memberikan informasi terkait nilai produk yang dimiliki sebuah *brand* serta memberikan pendekatan komunikasi yang positif kepada target konsumen dengan menciptakan sebuah konten foto yang berisikan aktifitas positif yang dapat menginspirasi dimasa karantina. Untuk upaya perancangan karya fotografi yang ingin diciptakan, penulis menggunakan beberapa teori diantaranya adalah teori promosi, teori iklan, teori fotografi, teori warna, teori elemen fotografi, teori komposisi fotografi, teori cahaya fotografi, teori ruang tajam fotografi, teori tipografi, dan teori *layout*.

Hasil perancangan ini dapat diperoleh kesimpulan bahwa teknis yang digunakan pada karya ini dominan menggunakan komposisi *rule of third*, warna yang digunakan cenderung menggunakan warna yang berasal dari alam, yaitu *earth tone*. Serta teknik cahaya yang digunakan adalah dominan cahaya natural, agar bertujuan menciptakan kesan alami pada produk sebuah *brand fashion ethnic*.

Kata Kunci: Fotografi, Promosi, *Brand*, *Fashion*.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT atas berkah, rahamat dan hidayahNya yang senantiasa dilimpahkan kepada penulis, serta kesempatan dan waktu yang telah diberikan dalam penulisan laporan Riset sehingga penulis dapat menyelesaikannya dengan tepat waktu.

Setelah melakukan kerja riset dan penelitian dalam jangka waktu kurang lebih tiga bulan, akhirnya penulis dapat membuat sebuah karya visual, dengan judul “TINJAUAN VISUAL FOTOGRAFI DALAM STRATEGI PROMOSI *BRAND* AGATHA APRILIA COLLECTION” sebagai pemenuhan persyaratan perkuliahan pada jurusan Desain Komunikasi Visual, penulis mendapat banyak kesempatan untuk mengembangkan dan mengaplikasikan ilmu-ilmu dasar yang telah di dapatkan di Universitas Mercu Buana.

Dalam penyusunan skripsi ini banyak hambatan serta rintangan yang penulis hadapi namun pada akhirnya dapat melaluinya berkat adanya bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak baik secara moral maupun spiritual. Untuk itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Allah SWT karena berkat dan rahmat karunia nya peneliti diberi kemudahan untuk menyelesaikan laporan tugas akhir ini.
2. Rika Hindraruminggar, S.Sn, M.Sn selaku Koordinator Tugas Akhir 2020.
3. Novena Ulita, S.Pd, M.Sn Selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk membimbing penulis dalam mengerjakan laporan tugas akhir ini serta memberikan dorongan, semangat, saran dan pengarahan dalam menyusun tugas akhir ini.
4. Seluruh jajaran Dosen dan Staf Fakultas Desain dan Seni Kreatif Universitas Mercu Buana.

5. Kedua Orang tua beserta keluarga besar saya yang telah memberikan doa, dukungan dan keikhlasannya dalam mengingatkan saya selama proses penyelesaian skripsi ini.
6. Agaha Aprilia Collection yang telah bersedia membantu dan meluangkan waktu dalam wawancara.
7. Teman-teman Desain Komunikasi Visual Mercu Buana 2016, yang selalu memberikan semangat maupun motivasi dalam penulisan tugas akhir ini.

Penulis mohon maaf atas segala kesalahan yang pernah dilakukan. Semoga laporan riset ini dapat memberikan manfaat untuk mendorong penelitian-penelitian selanjutnya.



Jakarta, Desember 2019

UNIVERSITAS Qorry Alkhafiz
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

COVER DALAM.....	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
ABSTRCT	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR BAGAN	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
I. PENDAHULUAN.....	1
I.1 Latar Belakang Perancangan.....	1
I.2 Tujuan Perancangan.....	5
I.3 Manfaat Perancangan.....	5
II. METODE PERANCANGAN	6
II.1 Orisinilitas	6
II.2 Target/Kelompok Pengguna (Khalayak Sasaran)	8
1. Target Premier	8
2. Target Skunder	9
II.3 Relevansi Karya.....	9
1. Pengetahuan.....	9
2. Keterampilan	9
3. Kelengkapan Peralatan.....	10

4. Ketersediaan Material	10
5. Biaya perancangan	11
II.4 Skema perancangan	13
III. METODE PERANCANGAN	14
III.1 Data Aspek Komunikasi Karya	14
III.1.1 Promosi	14
III.1.1.1 Iklan	15
III.1.1.2 Media instagram	16
III.2 Data Aspek Teknis / Teknologi Karya Perancangan.....	16
III.2.1 Fotografi dalam komunikasi dan informasi	16
III.2.1.1 Fotografi sebagai media komunikasi	17
III.2.1.2 Fotografi sebagai media informasi	17
III.2.2 Komposisi Fotografi	18
III.2.3 Ruang Tajam	19
III.3 Data Aspek Estitika / Keindahan Perancangan.....	20
1. Elemen Visual Fotografi.....	20
2. Teori Warna	21
3. Teori Cahaya	23
4. Teori Tipografi.....	24
5. Teori Layout.....	25
IV. KONSEP PERANCANGAN.....	26
IV.1 Tataran Lingkungan Komunikasi	26
IV.1.1 Analisa Pengguna	26
IV.1.2 Kontribusi Pada Masyarakat.....	26
IV.2 Tataran Sistem	26
IV.2.1 Cara Kerja Karya (Komunikasi Memahami karya)	26

IV.2.2 Cara Penyebaran Distribusi (Penempatan Karya)	27
IV.3 Tataran Produk	27
IV.3.1 Pra Produksi	27
IV.3.2 Proses Produksi	28
IV.3.3 Deskripsi Karya	29
a. Karya fotografi busana <i>fashion brand</i> Agatha Aprilia Collection	29
b. Spesifikasi Teknis Karya	31
c. Disain Layout Karya	31
IV.4 Tataran Komponen	31
IV.4.1 Konsep Visual	31
IV.4.2 Konsep Matrial	35
IV.5 Hasil Desain	37
V. UJI DESAIN	42
V.1 Deskripsi Karya	42
V.2 Kegiatan Uji Desain	43
V.3 Hasil Uji Desain	46
V.4 Kesimpulan	47
V.5 Saran	48
DAFTAR PUSTAKA	49
LAMPIRAN	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Inspirasi Karya Sejenis	6
Gambar 2. Font.....	24
Gambar 3. Layout.....	25
Gambar 4. Moodboard.....	27
Gambar 5. Photoshoot.....	28
Gambar 6. Deskripsi Karya.....	30
Gambar 7. Layout Karya.....	31
Gambar 8. Komposisi	32
Gambar 9. Teknik Pencahayaan	33
Gambar 10. Tone Warna	34
Gambar 11. Ruang tajam 1	34
Gambar 12. Ruang Tajam 2	35
Gambar 13. Feed Instagram.....	35
Gambar 14. Warna Feed	36
Gambar 15. Typografi.....	37
Gambar 16. Media Utama	38
Gambar 17. Filter Mask.....	38
Gambar 18. Poster Billboard.....	39
Gambar 19. Video Highlight.....	40
Gambar 20. Totebag.....	40
Gambar 21. Hardcase Phone.....	40
Gambar 22. Kartu Nama	41
Gambar 23. Deskripsi Konten.....	42
Gambar 24. Pameran Jumpa Maya	44
Gambar 25. Pameran	45

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Inspirasi Karya Sejenis	6
Tabel 2. Biaya Pra Produksi	11
Tabel 3. Biaya Produksi	11
Tabel 4. Biaya Pameran	12
Tabel 6. Biaya Keseluruhan	12
Tabel 7. Kritik dan saran	46



DAFTAR BAGAN

Bagan 1. Proses Desain	13
-------------------------------------	----



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Nilai	51
Lampiran 2. Karya	52
Lampiran 3. Asistensi	53

