



HEART & MIND TOWARDS EXCELLENCE

**PERANCANGAN LAYOUT MEDIA PROMOSI PADA
INSTAGRAM LITTLE BEE BOUTIQUE UNTUK
MENINGKATKAN *BRAND IMAGE***

KERJA PRAKTIK



Program Studi

S1 Desain Komunikasi Visual

Oleh:

Linda Febriati

15420100053

INSTITUT BISNIS
DAN INFORMATIKA

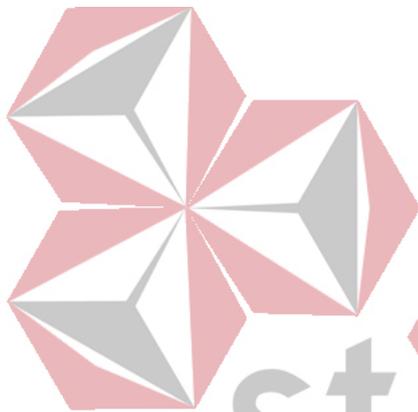
stikom
SURABAYA

**FAKULTAS TEKNOLOGI DAN INFORMATIKA
INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA STIKOM SURABAYA
2018**

**PERANCANGAN LAYOUT MEDIA PROMOSI PADA INSTAGRAM
LITTLE BEE BOUTIQUE UNTUK MENINGKATKAN *BRAND IMAGE***

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan

Mata Kuliah Kerja Praktik



INSTITUT BISNIS
DAN INFORMATIKA

Disusun Oleh :

Nama : LINDA FEBRIATI

NIM : 15420100053

Program : S1 (Strata Satu)

Jurusan : Desain Komunikasi Visual

FAKULTAS TEKNOLOGI DAN INFORMATIKA

INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA STIKOM SURABAYA

2018

LEMBAR PENGESAHAN

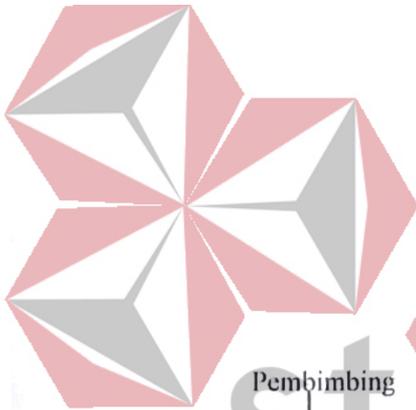
**PERANCANGAN LAYOUT MEDIA PROMOSI PADA INSTAGRAM
LITTLE BEE BOUTIQUE UNTUK MENINGKATKAN *BRAND IMAGE***

Laporan Kerja Praktik oleh

Linda Febriati

NIM : 15420100053

Telah diperiksa, diuji dan disetujui



Surabaya, 3 Januari 2019

INSTITUT BISNIS
DAN INFORMATIKA

Disetujui :

Pembimbing

Penyelia


Fenty Fahminansih, S.T., M.M.T.


Fithriana Nurhayati, S.T

NIDN 0706028502

Mengetahui,

Ketua Program Studi

FAKULTAS TEKNOLOGI
DAN INFORMATIKA
ST'Desain Komunikasi Visual



stikom
SURABAYA


Siswo Martono, S.Kom., M.M.

NIDN 0726027101

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan dengan benar, bahwa Laporan Kerja Praktik saya berjudul Perancangan Layout Media Promosi pada Instagram Little Bee Boutique untuk meningkatkan Brand Image yang dibuat pada bulan Agustus 2018 hingga Desember 2018 adalah asli karya saya, bukan plagiat baik sebagian maupun apalagi keseluruhan. Karya atau pendapat orang lain yang ada dalam Laporan Kerja Praktik ini adalah semata hanya rujukan yang dicantumkan dalam Daftar Pustaka saya. Apabila dikemudian hari ditemukan adanya tindakan plagiat pada Laporan Kerja Praktik ini, maka saya bersedia untuk dilakukan pencabutan terhadap gelar kesarjanaan yang telah diberikan kepada saya

Demikian lembar pengesahan ini saya buat dengan sebenarnya.



INSTITUT BISNIS
DAN INFORMATIKA

Surabaya, 3 Januari 2019

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Linda Febriati', written over a horizontal line.

Linda Febriati

NIM : 15420100053

stikom
SURABAYA

SURAT PERNYATAAN
PERSETUJUAN PUBLIKASI DAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Sebagai mahasiswa Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya, saya :

Nama : Linda Febriati
NIM : 15420100053
Program Studi : S1 Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Fakultas Teknologi dan Informatika
Jenis Karya : Laporan Kerja Praktik
Judul Karya : **PERANCANGAN LAYOUT MEDIA PROMOSI PADA INSTAGRAM LITTLE BEE BOUTIQUE UNTUK MENINGKATKAN *BRAND IMAGE***

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa:

1. Demi pengembangan Ilmu Pengetahuan, Teknologi dan Seni, saya menyetujui memberikan kepada Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-Exclusive Royalti Free Right*) atas seluruh isi/ sebagian karya ilmiah saya tersebut di atas untuk disimpan, dialihmediakan dan dikelola dalam bentuk pangkalan data (*database*) untuk selanjutnya didistribusikan atau dipublikasikan demi kepentingan akademis dengan tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis atau pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta
2. Karya tersebut di atas adalah karya asli saya, bukan plagiat baik sebagian maupun keseluruhan. Kutipan, karya atau pendapat orang lain yang ada dalam karya ilmiah ini adalah semata hanya rujukan yang dicantumkan dalam Daftar Pustaka saya
3. Apabila dikemudian hari ditemukan dan terbukti terdapat tindakan plagiat pada karya ilmiah ini, maka saya bersedia untuk menerima pencabutan terhadap gelar keserjanaan yang telah diberikan kepada saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 3 Januari 2019


Linda Febriati
NIM : 15420100053

ABSTRAK

Moodboard adalah jenis kolase yang terdiri dari gambar, teks, dan sampel objek dalam suatu komposisi. Hal ini dapat didasarkan pada topik yang ditetapkan atau dapat berupa materi apa pun yang dipilih secara acak. *Moodboard* dapat digunakan untuk memberikan gambaran umum tentang topik yang di berikan, atau dapat digunakan untuk menunjukkan bagaimana sesuatu yang berbeda terbentuk di zaman modern. Maka dari itu instagram agar menarik pembaca, menggunakan *moodboard* yang seirama sehingga menghasilkan arahan estetika dan nuansa yang ingin dicapai untuk sebuah *project* sebelum mengembangkan desain ke tahapan selanjutnya.

Pada saat ini perusahaan kurang dalam perkembangan media promosi Instagram untuk meningkatkan pendapatan bagi perusahaan. Dengan adanya media promosi Instagram dengan menggunakan *moodboard* diharapkan dapat menjadi daya tarik visual konsumen untuk meningkatkan daya beli produk.

Permasalahan kerja praktik ini adalah bagaimana merancang media promosi pada instagram Little Bee Boutique untuk meningkatkan *brand image*. Hasil dari pembuatan perancangan ini adalah perusahaan memiliki unsur desain untuk media promosi instagram yang lucu, simpel dan menarik perhatian konsumen agar lebih mudah mencerna informasi yang disampaikan. Serta sebagai sarana mempromosikan produk perusahaan.

Kata Kunci : *Moodboard, Media Promosi, Instagram, Little Bee Boutique*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT, karena berkat dan rahmatNya penulis dapat menyelesaikan Laporan Kerja Praktik yang berjudul “Perancangan Layout Media Promosi pada Instagram Little Bee Boutique untuk meningkatkan Brand Image” ini dapat diselesaikan.

Laporan Kerja Praktik ini disusun dalam rangka penulisan laporan untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer pada Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual Stikom Surabaya

Melalui kesempatan yang sangat berharga ini Penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu penyelesaian Laporan Kerja Praktik ini, terutama kepada yang terhormat :

1. Bapak Prof. Dr. Budi Jatmiko, M.Pd selaku Rektor
2. Ibu Fenty Fahminnansih, S.T., M.MT. selaku Dosen Pembimbing
3. Ibu Fithriana Nurhayati, S.T. selaku Pimpinan CV Kamilindo
4. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu dalam kesempatan ini, yang telah memberikan bantuan moral dan materiil dalam proses penyelesaian laporan ini.

Semoga Allah SWT memberikan imbalan yang setimpal atas segala bantuan yang telah diberikan.

DAFTAR ISI

ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Batasan Masalah	3
1.4 Tujuan	3
1.5 Manfaat Penelitian	4
1.5.1 Manfaat Teoritis	4
1.5.2 Manfaat Praktis	4
1.6 Pelaksanaan	4
1.6.1 Detail Perusahaan.....	4
1.6.2 Periode	5
1.7 Sistematika Penulisan	5
BAB II GAMBARAN UMUM	7
2.1 CV. KAMILINDO – Little Bee Boutique	7
2.2 Visi	10
2.3 Misi	10
2.4 Struktur Organisasi	10
BAB III TINJAUAN PUSTAKA	11

3.1	Layout	11
3.2	Warna	13
3.3	Media Promosi	16
3.3.1	Media	16
3.3.2	Promosi	16
3.3.3	Jenis-jenis Media Promosi	17
3.4	Instagram.....	18
3.5	Brand Image.....	19
3.5.1	Brand	19
3.5.2	Image	19
BAB IV DESKRIPSI PEKERJAAN.....		21
4.1	Penentuan Konsep.....	21
4.2	Perancangan Karya	21
4.2.1	Layout	22
4.2.2	Warna.....	23
4.2.3	Tipografi	23
4.3	Mencari Referensi	24
4.4	Penentuan Software.....	26
4.5	Rancangan Karya	27
4.6	Proses Desain	30
4.7	Final Desain	34
BAB V PENUTUP		40
5.1	Saran.....	40
5.2	Kesimpulan	41
DAFTAR PUSTAKA		42
LAMPIRAN.....		44

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kantor Little Bee Boutique	8
Gambar 2.2 Logo Little Bee Boutique.....	8
Gambar 2.3 Suasana Kantor.....	9
Gambar 2.3 Struktur Organisasi.....	10
Gambar 4.1 Referensi Desain media promosi Instagram.....	25
Gambar 4.2 Referensi Desain media promosi Instagram.....	26
Gambar 4.3 Perancangan Desain Media Promosi.....	28
Gambar 4.4 Lembar Project Adobe Photoshop CS6.....	30
Gambar 4.5 Lembar Project Adobe Photoshop CS6.....	31
Gambar 4.6 Lembar Project Adobe Photoshop CS6.....	32
Gambar 4.7 Lembar Project Adobe Photoshop CS6.....	33
Gambar 4.8 Final desain.....	34
Gambar 4.9 Desain <i>Quotes Parenting</i>	35
Gambar 4.10 Desain <i>Quotes Parenting</i>	36
Gambar 4.11 Desain <i>Quotes Parenting</i>	37
Gambar 4.12 Desain <i>Sale</i>	38
Gambar 4.13 Desain Interaksi.....	39

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Balasan Instansi	44
Lampiran 2 Form KP 5 (Acuan Kerja)	45
Lampiran 3 Form KP 5 (Garis Besar Rencana Mingguan)	46
Lampiran 4 Form KP 6 (Log Harian)	47
Lampiran 5 Form KP 7 (Kehadiran Kerja Praktik).....	48
Lampiran 6 Kartu Bimbingan.....	49
Biodata Penulis.....	50



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perusahaan yang bernama cv. Kamilindo ini adalah sebuah perusahaan yang bergerak di bidang konveksi dengan nama toko Rira Clothing. Diawali dengan produksi jilbab Ananda dan Rizhani Moslem Wear, Rira Clothing Konveksi berdiri sebagai suatu divisi tersendiri yang menangani konveksi dan jasa penjahitan. Berdiri di tahun 2006, divisi produksi dikhususkan untuk produksi merk sendiri, dan semenjak awal tahun 2011 dimulailah membuka peluang untuk produksi diluar merk sendiri yang bernama ELBI. Pada saat ini perusahaan cv. kamilindo kurang dalam perkembangan media promosi untuk meningkatkan pendapatan bagi perusahaan. Perusahaan menginginkan unsur desain untuk media promosi yang akan diterapkan pada media sosial instagram adalah desain yang lucu, simpel dan menarik perhatian konsumen agar lebih mudah mencerna informasi yang disampaikan.

Data dari perusahaan menunjukkan bahwa tampilan media promosi dalam perusahaan relatif kurang menarik pembaca, karena saat ini untuk media promosi hanya menggunakan aplikasi bernama CANVA yang mungkin kurang efektif.

Perancangan desain layout untuk instagram Little Bee Boutique ini diharapkan agar para pembaca lebih mudah mendapatkan informasi mengenai produk perusahaan.

Pengertian promosi adalah upaya untuk memberitahukan atau menawarkan produk atau jasa pada dengan tujuan menarik calon konsumen untuk membeli atau mengkonsumsinya. Dengan adanya promosi, produsen atau distributor mengharapkan kenaikannya angka penjualan. (<https://cashbac.com/blog/>)

Dari permasalahan sebelumnya perusahaan menginginkan media promosi untuk instagram yang menampilkan sifat ceria, lucu, dan menarik sebagai sarana mempromosikan produk perusahaan. Dalam membuat media promosi instagram ini harus melewati beberapa tahapan – tahapan yang dimulai dari mencari referensi untuk desain layout, sketch beberapa layout, dan sampai ke proses desain menggunakan software Photoshop. Sehingga dapat memberikan sebuah informasi yang mudah dipahami dan dimengerti oleh pembaca instagram.

Layout dalam media instagram harus terlihat jelas dan mudah dipahami oleh pembaca, karena hanya mengandung *copywriting* yang mudah dipahami dan menggunakan desain yang simpel. Layout instagram ini di rancang untuk menampilkan informasi tentang produk dan *moodboard* instagram Little Bee Boutique.

Moodboard adalah jenis kolase yang terdiri dari gambar, teks, dan sampel objek dalam suatu komposisi. Hal ini dapat didasarkan pada topik yang ditetapkan atau dapat berupa materi apa pun yang dipilih secara acak. *Moodboard* dapat digunakan untuk memberikan gambaran umum tentang topik yang di berikan, atau dapat digunakan untuk menunjukkan bagaimana sesuatu yang berbeda terbentuk di zaman modern. Mungkin fisik atau digital, dan bisa menjadi alat presentasi "sangat efektif".

Maka dari itu instagram biar bisa menarik pembaca, menggunakan *moodboard* yang seirama sehingga menghasilkan arahan estetika dan nuansa yang ingin dicapai untuk sebuah *project* sebelum mengembangkan desain ke tahapan selanjutnya. Dalam desain media promosi yang akan dibuat dalam perancangan ini terdiri dari foto-foto produk yang dipadukan dengan warna-warna yang ceria supaya mampu mempresentasikan *style* maupun *feeling* yang diinginkan secara spesifik. (<http://medium.com/>)

Dengan hal itu diharapkan untuk layout media promosi Little Bee Boutique mampu bersaing dengan onlineshop lainnya yang bergerak dibidang baju anak-anak.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, permasalahan pada laporan kerja praktik ini adalah “Bagaimana merancang layout media promosi pada instagram Little Bee Boutique untuk meningkatkan brand image”.

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan paparan latar belakang, maka permasalahan yang terdapat pada laporan kerja praktek ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

Membuat desain layout media promosi di Instagram Little Bee Boutique menggunakan Adobe Photoshop.

1.4 Tujuan

Tujuan dalam laporan kerja praktik ini adalah merancang desain layout media promosi pada instagram.

1.5 Manfaat Penelitian

Dengan kesesuaian terhadap tujuan yang diharapkan dari kerja praktek ini, maka manfaat dari perancangan ini adalah sebagai berikut:

1.5.1 Manfaat Teoritis

Sebagai referensi bagi mahasiswa dalam merancang penelitian selanjutnya untuk desain layout media promosi untuk sebuah brand dalam instagram.

1.5.2 Manfaat Praktis

1. Sebagai media promosi Little Bee Boutique dalam menarik minat konsumen
2. Meningkatkan Daya ingat dan identitas produk Elbi Little Bee Boutique
3. Membantu para konsumen untuk lebih mudah memperoleh informasi tentang produk

1.6 Pelaksanaan

1.6.1 Detail Perusahaan

Pelaksanaan kerja praktik ini:

Periode Waktu : 23 Juli – 23 Agustus 2018

Hari dan Tanggal : Senin – Sabtu, 23 Juli – 23 Agustus 2018

Tempat : CV. Kamilindo – Little Bee Boutique
Jl. Rungkut Barata VI No.18, Surabaya

Email : littlebeeboutique01@gmail.com

Kegiatan yang dilakukan selama melaksanakan kerja praktik di cv. Kamilindo adalah merancang desain layout media promosi instagram Little Bee Boutique.

1.6.2 Periode

Periode waktu pelaksanaan kerja praktek yang telah ditentukan adalah minimal 160 jam dengan keterangan sebagai berikut :

Tanggal pelaksanaan : 23 Juli – 23 Agustus 2018

Waktu : 08.00 – 17.00

1.7 Sistematika Penulisan

Di dalam penyusunan laporan ini secara sistematis diatur dan disusun dalam lima bab, yang masing-masing terdiri dari beberapa sub. Adapun urutan dari bab pertama sampai bab terakhir adalah sebagai berikut:

BAB 1 : PENDAHULUAN

Bab ini membahas latar belakang, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan, manfaat di bagi menjadi 2 yaitu manfaat secara teoritis dan praktisi, di lanjutkan dengan pelaksanaan kerja praktik, dan sistematis penulisan laporan.

BAB 2 : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Bab ini membahas tentang informasi umum perusahaan CV. Kamilindo – Little Bee Boutique, visi dan misi CV. Kamilindo – Little Bee Boutique, sejarah CV. Kamilindo – Little Bee Boutique, dan struktur organisasi yang dimiliki CV. Kamilindo – Little Bee Boutique.

BAB 3: LANDASAN TEORI

Bab ini akan membahas tentang konsep dasar atau teori-teori yang di gunakan untuk menjelaskan secara singkat mengenai landasan teori yang

berkaitan dengan permasalahan yang di bahas dalam laporan ini. Bab ini sebagai dasar dalam penulisan laporan ini dengan menggunakan beberapa definisi yang pernah di kemukakan oleh beberapa tokoh ahli.

BAB 4: DESKRIPSI PEKERJAAN

Bab ini akan membahas tentang pelaksanaan kerja praktik di CV. Kamilindo – Little Bee Boutique. Pada bab ini juga menjelaskan mengenai hasil perancangan yang di buat dalam bentuk sebuah karya layout media promosi.

BAB 5: PENUTUP

Bab terakhir ini akan membahas dua hal yaitu kesimpulan dan saran, sebagai berikut:

a. Kesimpulan

Pada bagian kesimpulan akan membahas secara keseluruhan dari laporan kerja praktik dan hasil dari perancangan yang di buat.

b. Saran

Pada bagian saran akan membahas tentang masukan yang terkait dari permasalahan yang di ambil untuk laporan kerja praktik ini.

DAFTAR PUSTAKA

Daftar pustaka berisi tentang daftar referensi yang digunakan sebagai dasar dalam pelaksanaan kerja praktik, bisa berupa buku, koran, majalah, e-book, jurnal laporan, dan lain-lain.

LAMPIRAN

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 CV. KAMILINDO – Little Bee Boutique

Perusahaan CV. KAMILINDO – LITTLE BEE BOUTIQUE didirikan pada tahun 2006. Diawali dengan produksi jilbab Ananda dan Rizhani Moslem Wear, Rira Clothing Konveksi berdiri sebagai suatu divisi tersendiri yang menangani konveksi dan jasa penjahitan. Divisi produksi dikhususkan untuk produksi merk sendiri, dan semenjak awal tahun 2011 dimulailah membuka peluang untuk produksi brand sendiri yang bernama ELBI. Dan ELBI sendiri memiliki berbagai akun sosial media yang digunakan untuk online shop seperti Tokopedia, Bukalapak, Lazada, Bli-bli, Zalora dan Shoope.

Perusahaan ini menggunakan beberapa akun sosial media yaitu Instagram dan Facebook, yang semuanya diberi nama Little Bee Boutique. Ini adalah salah satu cara untuk mengenalkan produk kepada masyarakat luas agar dapat meningkatkan pendapatan perusahaan.



Gambar 2.1 Kantor Little Bee Boutique

Sumber : Dokumen pribadi

Nama Instansi pemerintahan : CV. KAMILINDO – LITTLE BEE BOUTIQUE

Alamat : Jl. Rungkut Barata VI No.18

Kelurahan : Rungkut Menanggal

Kecamatan : Gunung Anyar

Kota : Surabaya

Kode Pos : 60174

Telepon Kantor : (031) 8700215

Email : littlebeeboutique10@gmail.com

Website : www.bajuanakperempuan.co.id



Gambar 2.2 Logo Little Bee Boutique

Sumber : CV.Kamilindo



Gambar 2.3 Suasana Kantor

Sumber : Dokumen pribadi

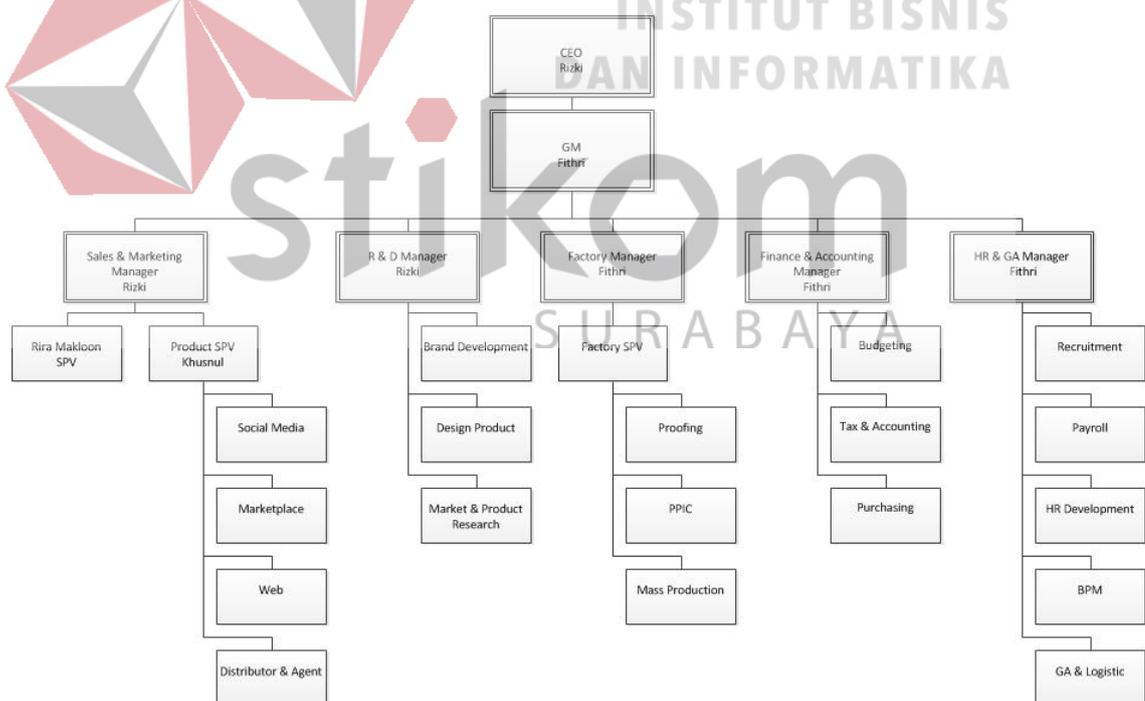
2.2 VISI

Perusahaan Garmen Fashion Terbaik di Indonesia

2.3 MISI

- Menghasilkan produk garment dengan kualitas terbaik
- Memberikan manfaat sebesar-besarnya untuk stake holder
- Memberikan kesejahteraan yang memadai bagi karyawan
- Memberikan edukasi berkesinambungan untuk peningkatan kualitas hidup karyawan

2.4 Struktur Organisasi



Gambar 2.3 Struktur Organisasi

Sumber : CV.Kamilindo

BAB III

TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ke tiga ini akan membahas tentang teori yang digunakan untuk menjelaskan secara singkat mengenai landasan teori yang berkaitan dengan permasalahan yang dibahas oleh penulis. Dengan mengambil data-data dari referensi buku-buku dan juga internet yang berguna untuk memecahkan masalah yang terjadi dalam perancangan layout media promosi pada instagram Little Bee Boutique untuk meningkatkan brand image.

3.1 Layout

Layout yang dibuat pada perancangan layout media promosi pada instagram Little Bee Boutique ini menggunakan layout yang simpel dan menarik. Tanpa banyak element-element desain yang memenuhi layout. Dengan menggunakan layout yang simple dapat mempermudah konsumen untuk memahami isi dari pesan yang disampaikan oleh pihak perusahaan. Dan konsumen akan mendapatkan informasi yang lengkap sebelum membeli produk Little Bee Boutique.

Dalam mendesign iklan atau apapun, selalu diwajibkan sebagai pendesign melakukan beberapa tahap agar hasil yang didapat merupakan hasil yang maksimal atau hasil yang diharapkan. Menurut Frank Jefkins dalam bukunya Periklanan edisi ketiga (Jefkins, 1997:243)

Macam-macam layout

1. *Mondrian*

Jenis layout *Mondrian* mengacu pada bentuk kotak, *landscape* (horizontal) atau *portrait* (vertikal). Pada jenis ini, setiap bidang akan sejajar dengan ruang presentasi yang berisi konten informasi atau gambar untuk membentuk komposisi yang konseptual.

2. *Circus*

Layout ini tidak menerapkan desain layout standar, melainkan mengacu pada layout dengan elemen yang tidak teratur (namun menghasilkan desain yang efektif).

3. *Multiple*

Sesuai dengan namanya, layout *multiple* dibagi menjadi beberapa bagian atau tema dalam bentuk yang sama seperti persegi panjang, persegi, kubus dan lainnya.

4. *Silhouette*

Layout *silhouette* (siluet) mengacu pada teknik ilustrasi atau fotografi yang menyoroti bentuk bayangan. Presentasi layout ini dapat berbentuk barisan teks, ilustrasi warna atau pembiasan warna yang halus dengan teknik fotografi.

5. *Big-Type*

Layout jenis *big-type* menekankan gaya penggunaan font berukuran besar sehingga bisa menarik perhatian audiens. Jenis ini biasa digunakan untuk membuat suatu judul atau desain poster.

6. *Alphabet-Inspired*

Layout alphabet-inspired berfokus pada susunan huruf atau angka dalam urutan yang tepat sehingga bisa membuat kata-kata yang memiliki makna. Penggunaan kata-kata ini dimaksudkan untuk menyampaikan cerita atau informasi.

(<http://decodeko.co.id/>)

3.2 Warna

Warna dapat diartikan sebagai adalah sebuah spektrum tertentu yang terdapat di dalam cahaya yang sempurna / putih. Warna bisa berarti pantulan tertentu dari cahaya yang dipengaruhi oleh pigmen yang terdapat di permukaan benda. Misalnya pencampuran pigmen magenta dan cyan dengan proporsi tepat dan disinari cahaya putih sempurna akan menghasilkan sensasi mirip warna merah.

Warna bisa dikelompokkan menjadi beberapa Kelompok Warna yaitu:

1. Warna netral, adalah warna-warna yang tidak lagi memiliki kemurnian warna atau dengan kata lain bukan merupakan warna primer maupun sekunder. Warna ini merupakan campuran ketiga komponen warna sekaligus, tetapi tidak dalam komposisi tepat sama.
2. Warna kontras atau komplementer, adalah warna yang berkesan berlawanan satu dengan lainnya. Warna kontras bisa didapatkan dari warna yang berseberangan (memotong titik tengah segitiga) terdiri atas warna primer dan warna sekunder. Tetapi tidak menutup kemungkinan pula membentuk kontras warna dengan menolah nilai ataupun kemurnian warna. Contoh warna kontras adalah merah dengan hijau, kuning dengan ungu dan biru dengan jingga.

3. Warna panas, adalah kelompok warna dalam rentang setengah lingkaran di dalam lingkaran warna mulai dari merah hingga kuning. Warna ini menjadi simbol, riang, semangat, marah dsb. Warna panas mengesankan jarak yang dekat.

4. Warna dingin, adalah kelompok warna dalam rentang setengah lingkaran di dalam lingkaran warna mulai dari hijau hingga ungu. Warna ini menjadi simbol kelembutan, sejuk, nyaman dsb. Warna dingin mengesankan jarak yang jauh.

WARNA PRIMER

Warna primer menurut teori warna pigmen dari Brewster adalah warna-warna dasar. Warna-warna lain dibentuk dari kombinasi warna-warna primer. Pada awalnya, manusia mengira bahwa warna primer tersusun atas warna Merah, Kuning, dan Hijau. Namun dalam penelitian lebih lanjut, dikatakan tiga warna primer adalah: Merah (seperti darah), Biru (seperti langit atau laut), Kuning (seperti kuning telur)

CMYK

Dalam industri percetakan, untuk menghasilkan warna bervariasi, diterapkan pemakaian warna primer subtraktif: magenta, kuning dan cyan dalam ukuran yang bermacam-macam.

WARNA SEKUNDER

Warna Sekunder adalah warna yang dihasilkan dari campuran dua warna primer dalam sebuah ruang warna. Contohnya seperti di bawah ini. Dalam peralatan Grafis, terdapat tiga warna primer cahaya: (R = Red) merah, (G = Green) hijau, (B

= Blue) biru atau yang lebih dikenal dengan RGB yang bila digabungkan dalam komposisi tertentu akan menghasilkan berbagai macam warna. Misalnya pencampuran 100% merah, 0% hijau, dan 100% biru akan menghasilkan interpretasi warna magenta. Di dalam komputer juga mengenal berbagai warna untuk kebutuhan desain Website maupun Grafis dengan kode bilangan Hexadecimal.

Berikut ini campuran warna RGB yang nantinya membentuk warna baru:

Merah + Hijau = Kuning

Merah + Biru = Magenta

Hijau + Biru = Cyan

Pada prinsipnya teori untuk pigmen seharusnya bisa diterapkan untuk warna cat juga. Tetapi cat yang mula-mula dipakai, pencampurannya dilakukan jauh sebelum adanya ilmu pengetahuan warna modern, dan karena pigmen yang tersedia pada masa itu juga terbatas. Khususnya warna pigmen cyan dan magenta alami sulit didapat, oleh karena itu dipakai warna biru dan merah. Dengan demikian sampai saat ini secara luas diajarkan bahwa merah, kuning dan biru adalah warna primer sedangkan jingga/orange, hijau dan ungu adalah warna sekunder. berikut ini perbedaan dan persamaan CMYK dan RGB

3.3 Media Promosi

3.3.1 Media

Dalam KBBI (1996:557) media adalah. Sarana, alat: sarana komunikasi bagi masyarakat bisa berupa koran, majalah, tv, radio siaran, telepon, internet dsb yang terletak diantara dua pihak; perantara, dan penghubung.

Media adalah segala bentuk dan saluran yang digunakan untuk menyampaikan informasi atau pesan. Kata media berasal dari kata latin, merupakan bentuk jamak dari kata “medium”. Secara harfiah kata tersebut mempunyai arti “perantara” atau “pengantar”, yaitu perantara sumber pesan (*a source*) dengan penerima pesan (*a receiver*). Jadi, dalam pengertian yang lain, media adalah alat atau sarana yang dipergunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak. Banyak ahli dan juga organisasi yang memberikan batasan mengenai pengertian media

3.3.2 Promosi

Sebuah buku Promosi dan Reklame (Prof Dr.Winardi,SE 1992:115) menjelaskan bahwa promosi merupakan sebuah aktifitas dengan individu-individu, kelompok-kelompok, atau organisasi-organisasi untuk secara langsung atau tidak langsung membantu pertukaran-pertukaeaan dengan jalan mempengaruhi salah satu diantara audiensi tersebut atau lebih untuk menerima atau membeli produk yang dihasilkan.

3.3.3 Jenis-jenis Media Promosi

1. *Billboard*

Billboard merupakan reklame yang berbentuk bidang yang dapat terbuat dari kayu, logam, fiberglas, kain, kaca, plastik, dan sebagainya yang pemasangannya berdiri sendiri, menempel bangunan dengan konstruksi tetap, dan reklame tersebut bersifat permanen.

2. **Baliho**

Baliho merupakan media promosi luar ruang yang digunakan untuk memberikan informasi/promosi jangka pendek mengenai acara (event) tertentu dan peluncuran produk baru atau kegiatan yang bersifat insidental. Perbedaan baliho dengan billboard terletak pada konstruksinya yang semi permanent.

3. **T-Banner, Umbul-umbul dan Spanduk**

Suatu bentuk media promosi yang sangat efektif dan sering digunakan karena dibanding media promosi luar lainnya T-banner, Umbul-Umbul dan Spanduk lebih terjangkau dan menarik perhatian karena biasa di pasang di suatu tempat yang terpusat namun dengan jumlah yang banyak, namun disini lain memiliki jangka waktu pemasangan yang relatif pendek

4. *Branding*

Branding adalah sebuah proses pengenalan suatu '*brand*' tertentu sehingga dapat dikenal oleh masyarakat, *Branding* sendiri biasanya dilakukan seperti: *Branding* pada mobil/kendaraan umum (iklan berjalan), *Branding* pada toko, kios atau warung.

3.4 Instagram

Instagram lebih fokus kepada *image/foto handphone*. Dengan menggunakan instagram tentunya produk yang diiklankan akan memiliki nilai lebih ketika diperlihatkan dalam *account* instagram. Salah satu fitur instagram yang memiliki label foto/*hashtag*. Dengan *hashtag* ini dapat dimasukkan suatu kata kunci yang berhubungan dengan foto tersebut. Semakin banyak kata kunci yang dimasukkan maka semakin mudah melakukan pencarian mengenai foto tersebut. (Rakhmat Makmur 2018:58)

Pemilik bisnis online yang membuat akun instagram untuk mempromosikan barang dagangannya biasanya lebih mudah menawarkan produknya kepada calon pembeli karena biasanya sesuai dengan sasaran dan memasarkan produk tepat pada konsumen yang mencari produk.

3.5 *Brand Image*

3.5.1 *Brand*

Mendefinisikan *brand*/merek dengan nama istilah, tanda, simbol atau desain tujuannya untuk mengidentifikasi barang dan jasa dari satu perusahaan atau kelompok perusahaan untuk membedakan mereka dari perusahaan lain.

Brand adalah sesuatu yang tidak terlihat (*intangibile*) tetapi efeknya sangat nyata. Brand memberikan tanda pada konsumen maupun produsen dari para kompetitor yang berusaha memberikan produk yang tampak identik. Dalam kehidupan sehari-hari, kita mengenal sejumlah merek yang begitu membedakan dan mampu menjelaskan identitas dirinya dari sekian produk yang ada sehingga begitu kuat menancap dihati masyarakat. (Dewi Haroen.2014:6)

Agar sebuah brand produk itu meresap kuat dalam hati khalayak sesuai dengan harapan yang punya produk maka dibutuhkan upaya dengan proses yang terus-menerus untuk menancapkan brand itu ke hati publik.

3.5.2 *Image*

Sistem citra (*image*) yang lengkap seperti yang direkayasa agensi periklanan dan digayakan nilai-nilai masyarakat menempa ikonnya sendiri yang mempengaruhi kita dengan sifatnya yang gigih dan memberi informasi.

Semangat membandingkan dan menyaingi didunia ini memang ganas dan boleh dikatakan memaksa kita untuk mengenakan label, sesuai dengan target konsumen (Jack Hayford 2001:3)



BAB IV

DESKRIPSI PEKERJAAN

4.1 Penentuan Konsep

Cv. Kamilindo - Little Bee Boutique sebelumnya memiliki kesan dibenak masyarakat sebagai perusahaan konveksi yang melayani berbagai produsen. Tidak sedikit masyarakat yang beranggapan bahwa Little Bee Boutique adalah tempat jahit konveksi. Sebagaimana saat ini Little Bee Boutique memiliki brand sendiri yang dijual online dan offline. Tetapi Little Bee Boutique belum memiliki konsep desain layout media promosi Instagram.

Dari permasalahan tersebut munculah konsep layout yang bersifat simple, ceria dan menarik. Yang diyakinin akan menarik minat konsumen untuk melirik produk baju muslim anak Little Bee Boutique. Dan membuat konsumen ingin membeli produk Little Bee Boutique.

4.2 Perancangan Karya

Little Bee Boutique menggunakan konsep yang ceria, simple dan menarik akan diimplementasikan pada layout media promosi dalam instagram, maka tahap selanjutnya adalah perancangan karya. Dari beberapa referensi yang didapatkan untuk memulai desain layout media promosi dalam instagram Little Bee Boutique harus melakukan beberapa tahapan yaitu mencari referensi terhadap kompetitor-kompetitornya, meyeleksi referensi yang didapatkan sebelumnya, sketsa layout, menentukan background yang akan digunakan,

menyesuaikan dengan copywriting yang diberikan perusahaan, melayout beberapa contoh desain yang akan disetujui pihak perusahaan, searching quotes parenting digoogle.

4.2.1 Layout

Simple adalah upaya penyederhanaan desain sehingga objek dan elemen yang digunakan hanya sedikit. Konsep simple dalam pembuatan desain media promosi Instagram Little Bee Boutique ini dipilih karena sesuai dengan karakter identitas logonya. Konsep yang akan dibuat sesimple mungkin agar konsumen bisa memahami isi desain yang akan disampaikan oleh desainer. Konsep simple ini hanya memadukan foto produk dengan background dan typografi yang mudah dibaca. Selain menggunakan konsep yang simple, desain media promosi Instagram Little Bee Boutique ini juga menggunakan konsep yang ceria.

Konsep ceria ini juga diambil karena desain yang simple ingin menampilkan kesan ramai dan funny seperti anak kecil. Dengan menampilkan kesan yang ramai dan funny konsumen dapat memahami pesan apa yang akan disampaikan oleh desainer melalui desain layout yang simple dan ceria ini. Sedangkan dalam media promosi Instagram Little Bee Boutique elemen warna yang ditonjolkan adalah warna-warna yang ceria dan sesuai dengan foto produk bajunya. Desain layout media promosi ini juga menampilkan sifat yang menarik agar konsumen dapat tertarik dengan produk-produk yang akan di *share*. Karena dengan menunjukkan sisi menarik dalam desain dapat menggait konsumen untuk tertarik mengunjungi profile Instagram Little Bee Boutique.

Secara keseluruhan desain media promosi Instagram Little Bee Boutique akan terkesan simple dan ceria dengan elemen-elemen yang telah digunakan agar mempermudah menyampaikan pesan kepada konsumen.

4.2.2 Warna

Pemilihan warna desain media promosi Instagram Little Bee Boutique menggunakan warna-warna yang seirama dengan produk baju yang akan dipromosikan. Desainer akan menyesuaikan warna-warna yang dilayout dengan warna bajunya agar enak dilihat oleh konsumen dan dapat dengan mudah memahami apa yang akan disampaikan dari desain layout tersebut.

4.2.3 Tipografi

Tipografi adalah Ilmu yang mempelajari tentang Huruf dan penggunaan Huruf dalam aplikasi desain komunikasi visual. Tak dapat disangkal font sangat berperan besar dalam penyampaian komunikasi visual dalam bentuk grafis. Penggunaan font yang tepat akan sangat berpengaruh dalam efektifitas dan efisiensi penyampaian pesan yang ada. Banyak desainer yang kurang memahami akan komponen yang berpengaruh dalam efektifitas font dalam penyampaian pesan visual.

Pemilihan jenis font yang digunakan dalam perancangan desain layout media promosi ini menggunakan font yang mudah dibaca agar penyampaian pesan dapat dipahami oleh konsumen. Huruf atau biasa juga dikenal dengan

istilah “*Font*” atau “*Typeface*” adalah salah satu elemen terpenting dalam Desain Grafis karena huruf merupakan sebuah bentuk yang universal untuk menghantarkan bentuk visual menjadi sebuah bentuk bahasa.

4.3 Mencari Referensi

Mencari referensi dilakukan setelah konsep yang akan diimplementasikan pada desain media promosi Instagram tersebut ditentukan. Referensi digunakan sebagai acuan dalam mendesain media promosi. Menentukan referensi desain setelah menentukan keyword konsep merupakan suatu hal yang dibutuhkan dalam tahapan perancangan. Karena fungsinya sebelum pada tahap perancangan setidaknya harus ada satu gambaran ataupun sebagai acuan asistensi menuju ke tahap perancangan. Referensi dapat diperoleh melalui kategori desain yang berbeda, dalam hal ini bukan untuk mengamati desain keseluruhannya melainkan hanya pada beberapa unsur desainnya saja. Contoh yang bisa referensi desain dalam hal ini adalah elemen-elemen grafis, layout, warna, atau jenis tipografinya.

Referensi yang dapat dijadikan acuan awal desain media promosi Instagram Little Bee Boutique sesuai dengan data yang diperoleh adalah sebagai berikut:



Gambar 4.1 Referensi Desain media promosi Instagram

Sumber : <https://www.desainpromosi.id/>

Referensi desain media promosi pada gambar 4.3 didasari karena penggunaan warna yang ceria, warna yang menonjol dengan perpaduan foto produk yang digunakan. Desain pada gambar terkesan formal dan ramai serta menggunakan sedikit teks pada judulnya. Jadi pada referensi ini dapat disesuaikan dengan konsep untuk kemudian dikembangkan lagi dengan elemen lainnya.

Setelah menentukan elemen dasar pada referensi awal, kemudian menentukan elemen-elemen yang akan dikombinasikan dengan desain *quotes parenting* agar dapat disesuaikan dengan desain yang akan digunakan. Sehingga dapat semakin memperjelas gambaran terhadap rancangan desain media promosi Instagram Little Bee Boutique.



Gambar 4.2 Referensi Desain media promosi Instagram

Sumber : <https://www.desainpromosi.id/>

Pada gambar 4.2 Referensi desain *quotes parenting* , dimana desain dan referensi sebagian bisa diterapkan pada peletakan fotografi produk dan warna yang digunakan untuk setiap gambar agar tidak terlihat monoton. Layout terlihat minimalis dan formal, mewakili konsep yang sudah ditentukan yakni *simple*. Seperti yang tercantum dalam batasan masaah diatas perancangan media promosi Instagram Little Bee Boutique menggunakan teknik fotografi pada produk.

Dalam tahap asistensi referensi yang digunakan, pihak perusahaan menyarankan agar pengguna layout tetap tidak terlalu penuh atau ramai. Desain media promosi Instagram Little Bee Boutique harus terkesan professional dan sesuai dengan karakteristik perusahaan. Pemberian ruang kosong agar terkesan *professional* dan menggunakan warna-warna yang seirama dengan foto produk.

4.4 Penentuan Software

Beberapa jenis *software* dapat digunakan dalam perancangan media promosi Instagram Little Bee Boutique, namun perlunya pemilihan software

yang sesuai bertujuan supaya dalam waktu pengerjaan menjadi lebih efektif dan mengingot waktu yang terbatas. Efektifitas menjadi prioritas karena ditengah keberagaman software yang ada, setiap software memiliki fungsi tersendiri.

Dalam perancangan media promosi Instagram Little Bee Boutique software yang digunakan adalah *Adobe Photoshop CS6* sebagai perancangan olah foto dalam proses editing layout.

4.5 Rancangan Karya

Dalam tahap perancangan desain media promosi Instagram Little Bee Boutique, setelah menemukan konsep maka dilakukan perancangan karya media promosi Instagram Little Bee Boutique, referensi dan *software* yang telah ditentukan sehingga rancangan desain media promosi Instagram Little Bee Boutique dapat dijadikan acuan untuk desain media promosi lainnya. Kemudian menyesuaikan letak layout foto dan tulisan akan dirancang sesuai dengan konsep awal yang telah ditentukan serta melihat referensi.



Gambar 4.3 Perancangan Desain Media Promosi
Sumber : Hasil Olahan Penulis, 2018

Desain media promosi Instagram Little Bee Boutique yang pertama dirancang oleh penulis adalah yang terlihat pada gambar 4.3 Perancangan Desain Media Promosi, pada desain tersebut menyesuaikan referensi yang sudah ditentukan pada pembahasan gambar sebelumnya yakni 4.1 Referensi desain media promosi instagram 1 dan 4.2 Referensi desain media promosi 2. Dari kedua referensi tersebut sudah mewakili dari konsep yang sudah ditentukan.

Desain media promosi Instagram Little Bee Boutique menyajikan berbagai info tentang *quotes parenting* yang berbeda-beda namun dalam perancangannya harus tetap memperhatikan prinsip-prinsip dalam desain. Prinsip desain terdiri atas 5 hal yaitu keseimbangan (*balance*), kesatuan (*unity*), ritme (*rhythm*), penekanan (*emphasis*), dan proporsi.

1. Keseimbangan (*balance*)

Keseluruhan komponen-komponen desain harus tampil seimbang. Tidak berat sebelah. Desainer harus memadukan keseimbangan antara tulisan, warna, atau pun gambar sehingga tidak muncul kesan berat sebelah.

2. Kesatuan (*unity*)

Kesatuan dalam prinsip desain grafis adalah kohesi, konsistensi, ketunggalan atau keutuhan, yang merupakan isi pokok dari komposisi. Dengan prinsip kesatuan dapat membantu semua elemen menjadi sebuah kepaduan dan menghasilkan tema yang kuat, serta mengakibatkan sebuah hubungan yang saling mengikat.

3. Ritme (*rhythm*)

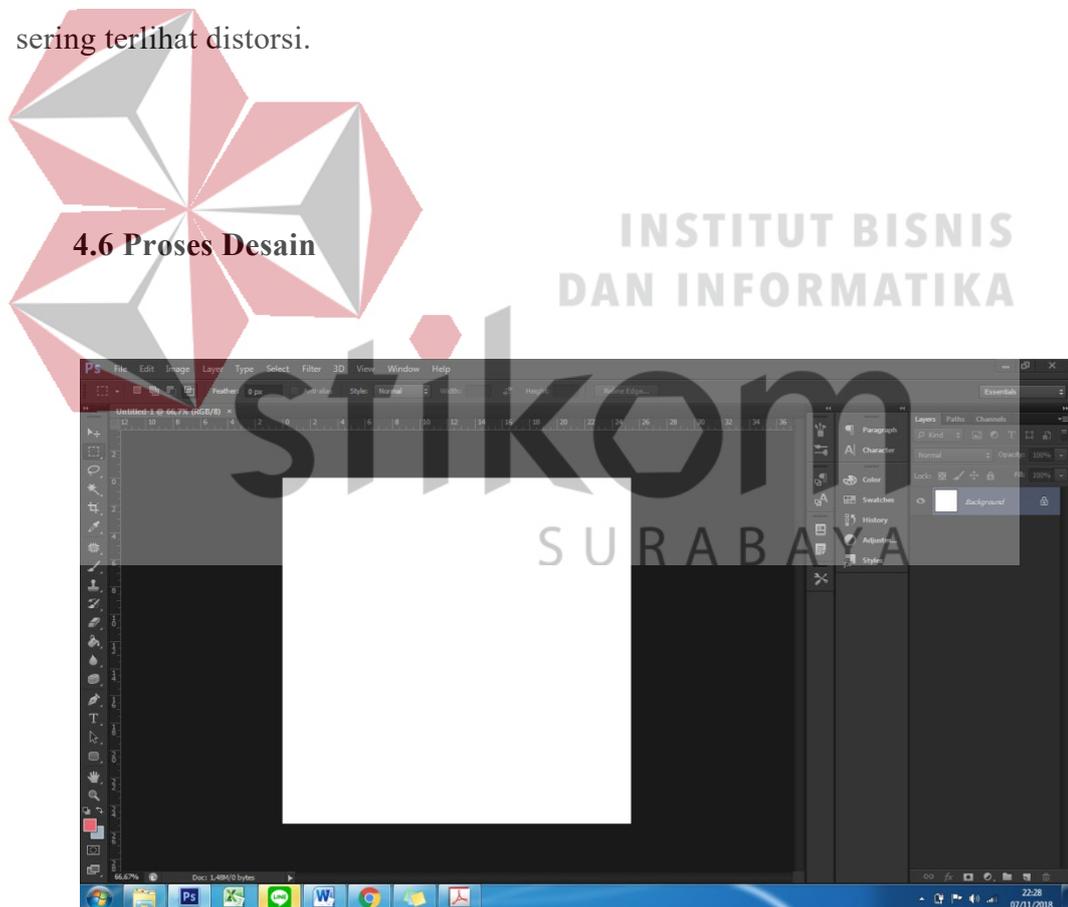
Ritme adalah pembuatan desain dengan prinsip yang menyatukan irama. Bisa juga berarti pengulangan atau variasi dari komponen-komponen desain grafis.

4. Penekanan (*emphasis*)

Setiap bentuk desain ada hal yang perlu ditonjolkan lebih dari yang lain. Tujuan utama dari penekanan ini adalah untuk mewujudkan hal itu sehingga dapat mengarahkan pandangan khalayak sehingga apa yang mau disampaikan tersalur.

5. Proporsi

Proporsi dapat diartikan pula sebagai perubahan ukuran/size tanpa perubahan ukuran panjang, lebar, atau tinggi, sehingga gambar dengan perubahan proporsi sering terlihat distorsi.



Gambar 4.3 Lembar Project Adobe Photoshop CS6

Sumber : Hasil Olahan Penulis, 2018

Langkah awal dalam proses pembuatan desain media promosi instagram adalah dengan membuka aplikasi adobe photoshop CS6. Setelah aplikasi terbuka

selanjutnya yaitu membuat lembaran baru untuk melakukan proses pembuatan desain media promosi tersebut. Dengan mengatur beberapa ukuran lembaran yang dibutuhkan sehingga muncul seperti gambar 4.3 di dalam pengeditan atau editing digital image sangatlah merekomendasikan menggunakan gambar yang mempunyai ukuran tinggi maka gambar atau image yang akan di edit akan menghasilkan desain yang bagus pula atau tidak akan menghasilkan desain yang pecah karen kualitas rendah.

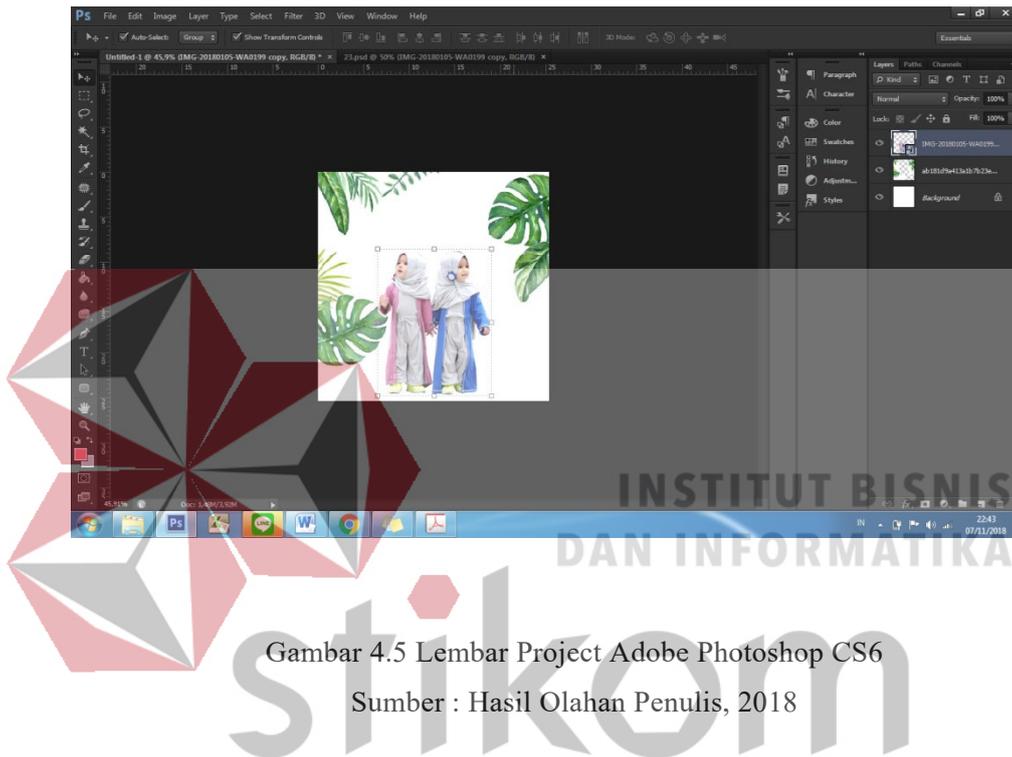


Gambar 4.4 Lembar Project Adobe Photoshop CS6

Sumber : Hasil Olahan Penulis, 2018

Langkah kedua dengan memberi background pada lembar kerja yang sudah tersedia. Dengan menggunakan gambar background yang berukuran cukup besar agar pengaplikasian background yang dicantumkan tersebut tidak pecah. Setelah itu mengatur background dengan menyesuaikan lembar kerja yang sudah ada.

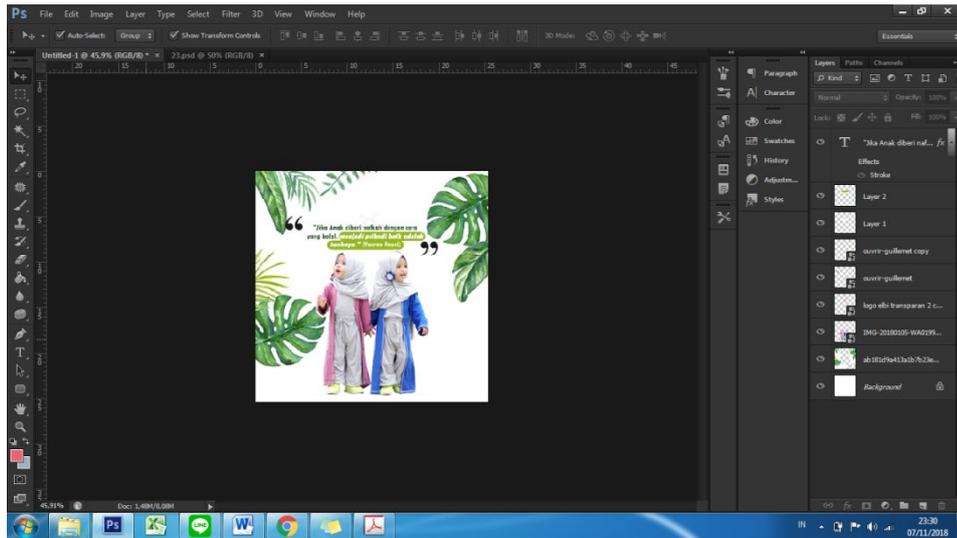
Teknik mengatur tata letak background sangat mempengaruhi hasil dari karya desain yang akan dibuat, disini membutuhkan ketelitian agar background yang dipilih mendapatkan posisi yang tepat dengan keinginan. Setelah mendapat background yang tepat dan pas maka selanjutnya ke tahap ketiga desain.



Gambar 4.5 Lembar Project Adobe Photoshop CS6

Sumber : Hasil Olahan Penulis, 2018

Hal ketiga adalah dengan memasukkan foto produk pada desain yang akan dibuat untuk memberikan penekanan pada desain yang akan dibahas. Dengan cara mendrag (menggeser gambar) ke lembar kerja di Adobe Photoshop CS6.



Gambar 4.6 Lembar Project Adobe Photoshop CS6

Sumber : Hasil Olahan Penulis, 2018

Hal terakhir dengan memberi *quotes parenting* pada desain yang akan dibuat untuk memberi penekanan pada desain sesuai dengan apa yang akan dibahas. Setelah memberikan *quotes parenting* tidak lupa memberikan watermark logo pada gambar agar keaslian gambar terjaga, tidak sembarangan orang mencomot gambar. Pada desain kali ini menggunakan font *Tw Cen MT* dengan menggunakan ukuran 22pt dan juga menambahkan garis dibawahnya untuk bagian yang penting.

4.7 Final Desain



Gambar 4.7 Final desain

Sumber : Hasil Olahan Penulis, 2018

Pada gambar 4.7 Final desain merupakan hasil akhir dari proses desain yang dilakukan oleh desainer untuk media promosi Instagram Little Bee Boutique. Seperti yang dijelaskan pada konsep sebelumnya desain dibuat simple, ceria dan menarik bertujuan untuk menarik daya minat konsumen terhadap produk Little Bee Boutique.



Gambar 4.8 Desain *Quotes Parenting*

Sumber : Hasil Olahan Penulis, 2018

Pada gambar 4.8 Desain *Quotes Parenting* tentang kutipan dari Widodo Judarwanto yang berisikan “anak terlahir ke dunia dengan kebutuhan untuk disayangi tanpa kekerasan. Bawaan hidup ini jangan sekalipun didustakan” desain dibuat simple dengan menggunakan background putih dan ada sedikit elemen-elemen *love* pada background yang bertujuan agar konsumen melihat desain quotes parenting seperti di atas tertarik untuk membacanya.



Gambar 4.9 Desain *Quotes Parenting*

Sumber : Hasil Olahan Penulis, 2018

Pada gambar 4.9 Desain *Quotes Parenting* tentang kutipan dari Widodo Judarwanto yang berisikan “Jangan mendidik anak untuk menjadi kaya, namun didiklah ia agar menjadi seseorang yang bahagia. Jadi, ketika anak tumbuh dewasa, ia akan menghargai nilai suatu benda ketimbang harganya” desain dibuat simple dengan menggunakan background warna ungu polos tanpa ada elemen apapun pada background yang bertujuan agar konsumen fokus membaca *quotes parenting* seperti di atas tertarik untuk membacanya dan melihat foto produk.



Gambar 4.10 Desain *Quotes Parenting*
Sumber : Hasil Olahan Penulis, 2018

Pada gambar 4.9 Desain *Quotes Parenting* merupakan desain *quotes* yang berisikan “Anak memiliki waktu seumur hidup untuk bekerja, namun anak hanya memiliki waktu masa kecil sekali”. Desain ini hanya menggunakan background warna biru dongker dan terdapat elemen-elem lingkaran pada backgorund yang bertujuan untuk meramaikan background agar tidak terlalu sepi, karena konsep dari desain media promosi ini ceria.



Gambar 4.10 Desain *Sale*

Sumber : Hasil Olahan Penulis, 2018

Pada gambar 4.10 merupakan desain *sale* yang bertujuan untuk menyampaikan kepada konsumen bahwa sedang ada diskon 10% pada produk Little Bee Boutique. Desain dibuat sesimple mungkin agar konsumen dapat memahami pesan apa yang akan disampaikan kepada konsumen. Desain hanya menggunakan 1 kalimat *copywriting* yaitu “Langsung diskon 10%” dengan tulisan font ukuran 34pt agar konsumen fokus kepada tulisan yang akan dibaca.



Gambar 4.11 Desain Interaksi

Sumber : Hasil Olahan Penulis, 2018

Pada gambar 4.11 merupakan desain interaksi yang bertujuan untuk menarik konsumen agar berkomentar pada gambar ini dan melihat foto produk Little Bee Boutique. Desain dibuat ceria agar konsumen dapat terbawa suasana ceria dengan melihat desain yang akan ditampilkan. Desain hanya menggunakan 1 kalimat *copywriting* yaitu “Bunda, olah raga apa yang disukai si kecil?” dengan tulisan font ukuran 34pt agar konsumen fokus kepada tulisan yang akan dibaca dan meninggalkan komentar pada kolom komentar yang terdapat di instagram.

BAB V

PENUTUP

Pada bab ini berisi mengenai kesimpulan yang diperoleh dari Perancangan Layout Media Promosi Pada Instagram Little Bee Boutique Untuk Meningkatkan *brand image*.

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan yang didapat dari Perancangan Layout Media Promosi pada instagram Little Bee Boutique untuk meningkatkan *brand image* adalah sebagai berikut :

1. Membuat desain layout media promosi di instagram Little Bee Boutique lebih efektif, pertama kali yang harus dilakukan adalah melakukan riset tentang latar belakang Little Bee Boutique untuk memastikan desain layout seperti apa yang cocok digunakan untuk media promosi di instagram.
2. Menggunakan desain layout yang simpel, dan menarik. Supaya konsumen tertarik untuk membeli produk, dan mudah memahami apa yang disampaikan pada konsumen.

5.2 Saran

Berdasarkan penjelasan perancangan diatas maka dapat diberikan saran untuk pengembangan, diantaranya sebagai berikut :

1. Perancangan desain layout masih perlu untuk diperbarui dan dikembangkan lagi untuk desainer-desainer selanjutnya. Agar desain tidak membosankan untuk dilihat konsumen.
2. Selalu diperbaiki dan ditambahkan dengan elemen-elemen desain layout dan disesuaikan dengan perkembangan zaman, namun tetap memperlihatkan karakter dari Little Bee Boutique tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku

- Haroen, Dewi. 2014. Personal Branding. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama
- Hayford, Jack. 2001. Citra dan Identitas Seseorang. Palangkaraya: Interaksara
- Jefkins, Frank. 1997. Periklanan. Jakarta : Erlangga
- Makmur, Rakhmat. 2018. Bisnis Online. Bandung: Informatika
- Prof. Dr. Winardi, SE. 2001. Ekonomi Mikro Aspek – Aspek : Pengusaha, Badan Usaha,
Bandung: Mandar Maju.
- Tim Penyusun Kamus. 1991. Kamus Besar Bahasa Indonesia. Jakarta: Balai Pustaka

Sumber Jurnal

- Miftachu Rosidiyanti, Heny. 2018 *“Perancangan Media Promosi Company Profile Co-Working Space Nin3 Di Skawan Creative Agency”*. Surabaya.
Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya.

- Prima Kusuma Putra, Yohanes. 2013 *“ Film Dokumenter Media Promosi Wisata Pasar Tradisional Surakarta “Pasarku Budayaku” ”*. Surakarta. Universitas
Sebelas Maret Surakarta.

Sumber Internet

(<https://cashbac.com/blog/pengertian-promosi-tujuan-jenis-contoh/>)(diakses 05 Oktober 2018)

(<http://decodeko.co.id/blog/jenis-layout-desain/>) (diakses 03 Agustus 2018)

(<http://jambi.tribunnews.com/2016/06/06/apa-itu-moodboard-gunanya-apa-baca-ini-biar-tahu.>)(diakses 30 Oktober 2018)

<https://medium.com/@ignaciamanda/seberapa-pentingnya-sih-sebuah-mood-board-c847030c823f> (diakses 02 November 2018)

