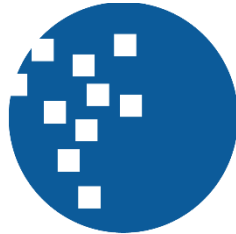


**PERANCANGAN PROMOSI TERHADAP  
*BRAND APPAREL* OUTSKIRTS CYCLING**



**UMN**

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

LAPORAN TUGAS AKHIR

**Maharani Puan Sjechlad**

**00000045976**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL**

**FAKULTAS SENI DAN DESAIN**

**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**

**TANGERANG**

**2024**

**PERANCANGAN PROMOSI TERHADAP *BRAND*  
*APPAREL* OUTSKIRTS CYCLING**



**LAPORAN TUGAS AKHIR**

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana Desain (S.Ds.)

**MAHARANI PUAN SJECHLAD**

**0000045976**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL**

**FAKULTAS SENI DAN DESAIN**

**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**

**TANGERANG**

**2024**

## HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Maharani Puan Sjechlad

Nomor Induk Mahasiswa : 00000045976

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Tugas akhir dengan judul:

### **PERANCANGAN PROMOSI TERHADAP BRAND APPAREL OUTSKIRTS CYCLING**

merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan skripsi, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk Tugas Akhir yang telah saya tempuh.

Tangerang, 04 Oktober 2024

UMMA



A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Maharani Puan Sjechlad', is written over the stamp and QR code.

Maharani Puan Sjechlad

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## HALAMAN PENGESAHAN

Tugas akhir dengan judul

### PERANCANGAN PROMOSI TERHADAP *BRAND APPAREL* 'OUTSKIRTS CYCLING

Oleh

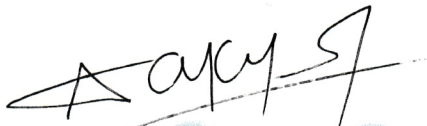
Nama : Maharani Puan Sjechlad  
NIM : 00000045976  
Program Studi : Desain Komunikasi Visual  
Fakultas : Seni dan Desain

Telah diujikan pada hari Senin, 21 Oktober 2024  
Pukul 10.30 s.d 11.25 dan dinyatakan

LULUS

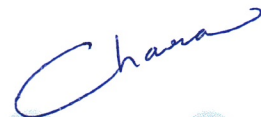
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



Ardiles Akyuwen, M.Sn.  
0323067804/067811

Penguji



Chara Susanti, M.Ds.  
0313048703/L00266

Pembimbing



Mariska Legia, S.Ds., M.B.A.  
0330118701/083675

Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual



Fonita Theresia Yoliando, S.Ds., M.A.  
0311099302/043487

## HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas academica Universitas Multimedia Nusantara, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Maharani Puan Sjechlad  
NIM : 00000045976  
Program Studi : Desain Komunikasi Visual  
Fakultas : Seni dan Desain  
Jenis Karya : \*Tesis/Skripsi/Tugas Akhir

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Multimedia Nusantara Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul.

### PERANCANGAN PROMOSI TERHADAP *BRAND APPAREL OUTSKIRTS CYCLING*

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini, Universitas Multimedia Nusantara berhak menyimpan, mengalihmediakan/mengalihformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 04 Oktober 2024

Yang menyatakan,



Maharani Puan Sjechlad

## KATA PENGANTAR

Media promosi merupakan salah satu aspek terpenting bagi sebuah *brand* untuk maju dan dikenali. Dengan menjadikan *brand* Outskirts Cycling menjadi topik, penulis berharap hasil karya ini dapat membantu media *brand* menjadi lebih efektif dan menarik bagi pembeli. Penulis percaya, dengan pengetahuan dan pengalaman yang telah didapatkan selama menjadi mahasiswa di Universitas Multimedia Nusantara, penulis dapat mengerjakan perancangan ini dengan lancar dan tepat. Dengan memilih topik ini, penulis juga dapat meningkatkan keterampilan dan pengetahuan dalam bidang pemasaran.

Tujuan dibuatnya tugas akhir ini untuk memenuhi syarat kelulusan dan pencapaian gelar Sarjana Desain, strata 1 Universitas Multimedia Nusantara, selain itu penulis juga berharap hasil dari tugas akhir ini dapat membantu kemajuan *brand* Outskirts dalam aspek apapun. Segala bentuk kritik dan saran akan diterima dengan hati yang senang. Dengan kesuksesan tugas akhir ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

Mengucapkan terima kasih

1. Dr. Ninok Leksono, M.A., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Muhammad Cahya Mulya Daulay, S.Sn., M.Ds., selaku Dekan Fakultas Seni dan Desain Universitas Multimedia Nusantara.
3. Fonita Theresia Yoliando, S.Ds., M.A., selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Multimedia Nusantara.
4. Mariska Legia, S.Ds., M.B.A., sebagai Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Yudhistira Gularso, sebagai narasumber dan pendiri brand Outskirts Cycling, yang telah membantu penulis memberikan data dan sumber jawaban yang diperlukan
6. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

Penulis berharap keberadaan tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi pembacanya, dan penulis juga berharap agar hasil dari tugas akhir ini dapat membantu Brand Outskirts Cycling di dalam aspek promosi.

Tangerang, 04 Oktober 2024



Maharani Puan Sjechlad



# UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

# PERANCANGAN PROMOSI TERHADAP BRAND APPAREL OUTSKIRTS CYCLING AKHIR

Maharani Puan Sjechlad

## ABSTRAK

Kegiatan promosi merupakan salah satu kegiatan terpenting yang harus dilakukan oleh sebuah perusahaan, khususnya perusahaan yang memiliki persaingan ketat di pasar. Jika sebuah perusahaan tidak memasarkan produknya kepada konsumennya, atau tidak menerangkan maksud dari produk yang di jual, target pasar tidak bisa mengenali dan membeli produk perusahaan tersebut. Permasalahan ini akan menjadi penghambatan terhadap perusahaan tersebut. Perkembangan *brand* apparel pada dunia olahraga sangatlah pesat, termasuk *brand* Outskirts Cycling yang merupakan *brand* sepeda yang sudah berdiri sejak tahun 2020. Outskirts Cycling sempat menjadi *trend* di pasar. Namun, dengan kegiatan promosi yang tidak konsisten, Outskirts Cycling mengalami penurunan penjualan yang sangat signifikan. Dengan itu perlunya sebuah perancangannya media promosi baru yang lebih menarik. Pembuatan media promosi ini akan dilakukan menggunakan tiga metode, yaitu wawancara dengan pendiri *brand* agar penulis lebih mengerti visi dan misi *brand* dan mendapatkan *tone* dari *brand* Outskirts Cycling. Kuesioner dibagikan kepada penghobi sepeda dan akan membahas tentang seputar desain dan konten kegiatan promosi yang sudah dilakukan oleh *brand* Outskirts Cycling sekarang, tujuan kuesioner ini untuk mengetahui keinginan dari pelanggan. Studi refrensi dilakukan kepada dua kompetitor *brand* Outskirts Cycling. Dengan hasil ketiga ini, penulis akan membuat sebuah media promosi yang di harapkan akan menjadi solusi dari permasalahan kegiatan promosi *brand* Outskirts Cycling.

**Kata kunci:** Media promosi, Apparel olahraga, Sepeda, Desain

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A



**PROMOTIONAL DESIGN FOR  
OUTSKIRTS CYCLING APPAREL BRAND**

Maharani Puan Sjechlad

**ABSTRACT (English)**

*Promotional activities are one of the most important activities that must be carried out by a company, especially companies that have tight competition in the market. If a company does not market its products to consumers, or does not explain the purpose of the products being sold, the target market will not recognize and buy the company's products, thereby causing resistance to the company. The development of apparel brands in the world of sports is very rapid, including the Outskirts Cycling brand, which is a bicycle brand that has been established since 2020. Outskirts Cycling has become a trend in the market. However, with inconsistent promotional activities, Outskirts Cycling experienced a very significant decline in sales. Therefore, there is a need to design new, more attractive promotional media. The creation of this promotional media will be carried out using three methods, the first is an interview with the brand founder so that the author better understands the brand's vision and mission and gets the tone of the Outskirts Cycling brand. Second, a questionnaire will be distributed to bicycle hobbyists regarding their opinions regarding the design and content of promotional activities currently being carried out by the Outskirts Cycling brand. The purpose of this questionnaire is to find out what customers want, and third, a reference study on 2 competitors of the Outskirts Cycling brand. With these three results, the author will create a promotional media which is expected to be a solution to the problem of promotional activities for the Outskirts Cycling brand.*

**Keywords:** *Promotional media, Sport apparel, Cycling, Design*

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A

## DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
ABSTRAK .....	vii
<i>ABSTRACT (English)</i> .....	viii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	3
1.3 Batasan Masalah .....	3
1.4 Tujuan Tugas Akhir .....	4
1.5 Manfaat Tugas Akhir .....	4
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>5</b>
2.1 Desain Komunikasi Visual .....	5
2.2 Desain Grafis .....	5
2.5 <i>Cycling Apparel</i> .....	25
2.6 Strategi Komunikasi .....	26
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN DAN PERANCANGAN .....</b>	<b>28</b>
3.1 Metodologi Penelitian .....	28
3.1.1 Metode Kualitatif .....	28
3.1.2 Metode Kuantitatif .....	38
3.2 Metodologi Perancangan .....	44
<b>BAB IV STRATEGI DAN ANALISIS PERANCANGAN .....</b>	<b>48</b>
4.1 Strategi Perancangan .....	48
4.1.1 <i>Overview</i> .....	48
4.1.2 <i>Strategy</i> .....	49
4.1.3 <i>Ideas</i> .....	57

4.1.4	<i>Design</i> .....	59
4.1.5	<i>Production</i> .....	66
4.1.6	<i>Implementation</i> .....	81
4.2	<b>Analisis Perancangan</b> .....	88
4.2.1	<b>Analisis Instagram</b> .....	88
4.2.2	<b>Analisis Web Banner</b> .....	97
4.2.3	<b>Analisis Poster</b> .....	98
4.2.4	<b>Analisis X- Banner</b> .....	99
4.2.5	<b>Analisis Media Gimmick</b> .....	99
4.3	<i>Budgeting</i> .....	104
<b>BAB V</b>	<b>PENUTUP</b> .....	106
5.1	<b>Simpulan</b> .....	106
5.2	<b>Saran</b> .....	106
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	.....	xiii
<b>LAMPIRAN</b>	.....	xiv



## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Proses Perancangan.....	55
Tabel 4.1 Mix Marketing .....	62
Tabel 4.2 Tabel Durasi Konten.....	65
Tabel 4.3 Konten AISAS .....	67
Tabel 4.4 Budgeting.....	110



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Font Serif.....	8
Gambar 2.2 Font Sans Serif.....	9
Gambar 2.3 font Script.....	9
Gambar 2.4 Fotografi Manusia Potrait.....	12
Gambar 2.5 Fotografi Manusia Human Interest.....	12
Gambar 2.6 Fotografi Manusia Stage Photography.....	13
Gambar 2.7 Fotografi Manusia Sport.....	13
Gambar 2.8 Fotografi Manusia Glamour.....	14
Gambar 2.9 Fotografi Manusia Wedding Photography.....	14
Gambar 2.10 Fotografi Nature.....	15
Gambar 2.11 Fotografi Arsitektur.....	15
Gambar 2.12 Fotografi Still Life.....	16
Gambar 2.13 Fotografi Aerial.....	17
Gambar 2.14 Fotografi Bawah Air.....	17
Gambar 2.15 Fotografi Seni Rupa.....	18
Gambar 2.16 Fotografi Makro.....	18
Gambar 2.17 Fotografi Mikro.....	19
Gambar 2.18 Garis.....	22
Gambar 2.19 Bidang.....	23
Gambar 2.20 Tekstur.....	23
Gambar 2.21 Warna.....	24
Gambar 2.22 Warna Primer.....	25
Gambar 2.23 Warna Skuder.....	25
Gambar 2.24 Warna Intermediate.....	26
Gambar 2.25 Warna Tersier.....	26
Gambar 2.26 Warna Kwartir.....	27
Gambar 2.27 Media ATL.....	28
Gambar 2.28 Media BTL.....	28
Gambar 2.29 Media TTL.....	29
Gambar 2.30 Aerodynamic Fabrics.....	31
Gambar 3.1 Wawancara.....	34
Gambar 3.2 Logo Outskirts <i>Cycling</i> .....	40
Gambar 3.3 Konten Instagram Outskirts <i>Cycling</i> .....	42
Gambar 3.4 Logo Comme Studios.....	43
Gambar 3.5 Konten Instagram Comme Studio.....	45
Gambar 3.6 Logo Manta Liberta.....	45
Gambar 3.7 Konten Instagram Manta Liberta.....	47
Gambar 3.8 Charts Domisili dan Usia Responden.....	49

Gambar 3.9 Charts Mengenai Peratanyaan General .....	50
Gambar 3.10 Charts Ketertarikan Konten Outskirts <i>Cycling</i> .....	51
Gambar 3.11 Charts Kesatuan Konten Outskirts <i>Cycling</i> .....	51
Gambar 3.12 Charts Memiliki Tampilan Desain Outskirts <i>Cycling</i> .....	52
Gambar 3.13 Charts Mengenai Isi Konten Media Outskirts <i>Cycling</i> .....	52
Gambar 3.14 Charts Mengenai Konten Outskirts <i>Cycling</i> Menambah Wawasan	53
Gambar 3.15 Charts Mengenai Warna dari Konten Outskirts <i>Cycling</i> .....	53
Gambar 3.16 Charts Mengenai Menyukai Media Outskirts <i>Cycling</i> .....	54
Gambar 3.17 Comment Mengenai Konten Outskirts <i>Cycling</i> .....	55
Gambar 4.1 <i>User Persona</i> .....	59
Gambar 4.2 <i>Root Streght</i> .....	61
Gambar 4.3 <i>Analisis Kompetitor</i> .....	65
Gambar 4.4 Mindmapping .....	68
Gambar 4.5 <i>feeds konten</i> .....	65
Gambar 4.6 <i>Mood Board</i> .....	61
Gambar 4.7 Color Pallet.....	61
Gambar 4.8 Font Balgin.....	68
Gambar 4.9 Font Courier New .....	69
Gambar 4.10 Sketsa Alternatif Key Visual.....	74
Gambar 4.11 Progress Key Visual.....	75
Gambar 4.12 Finalisasi Key Visual .....	75
Gambar 4.13 Grid Key Visual .....	76
Gambar 4.14 Hasil Key Visual .....	76
Gambar 4.15 Hasil Fotografi.....	77
Gambar 4.16 Konten Feeds Ads .....	79
Gambar 4.17 Sketsa Feeds Ads.....	79
Gambar 4.18 Progress Feeds Ads .....	80
Gambar 4.19 Grid Feeds Ads.....	81
Gambar 4.20 Seluruh Media Feeds Ads.....	81
Gambar 4.21 Konten Story Ads.....	82
Gambar 4.22 Desain Pertama Story.....	83
Gambar 4.23 Desain Kedua Story.....	85
Gambar 4.24 Finalisasi Web Banner.....	86
Gambar 4.25 Finalisasi X-Banner.....	87
Gambar 4.26 Finalisasi Poster.....	88
Gambar 4.27 Desain Bidon.....	89
Gambar 4.28 Desain Sticker .....	90
Gambar 4.29 Desain Voucher .....	91
Gambar 4.30 Progres Tote Bag.....	91
Gambar 4.31 Desain Tote Bag.....	92

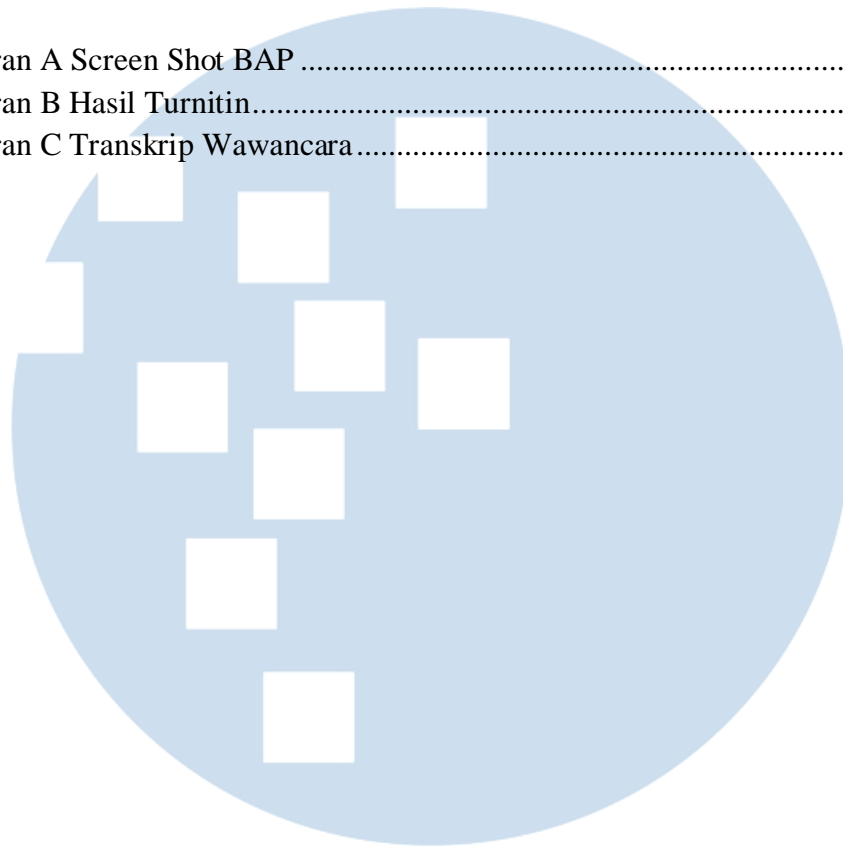
Gambar 4.32 Analisis Instagram Story .....	93
Gambar 4.33 Implementasi Instagram Feeds Ads .....	94
Gambar 4.34 Implementasi Instagram Story Ads .....	94
Gambar 4.35 Mock Up Instagram Story Ads.....	95
Gambar 4.36 Implementasi Web Banner.....	95
Gambar 4.37 Implementasi X-Banner .....	96
Gambar 4.38 Implementasi Poster .....	96
Gambar 4.39 Implementasi Bidon .....	97
Gambar 4.40 Implementasi Sticker.....	97
Gambar 4.41 Implementasi Voucher .....	97
Gambar 4.42 Implementasi Tote Bag .....	102
Gambar 4.43 Analisis Instagram Feeds Ads .....	103
Gambar 4.44 Analisis Instagram Story Ads Pertama.....	104
Gambar 4.45 Analisis Instagram Story Ads Kedua .....	104
Gambar 4.46 Analisis Web Banner.....	105
Gambar 4.47 Analisis Poster.....	106
Gambar 4.48 Analisis Bidon.....	107
Gambar 4.49 Analisis Sticker .....	107
Gambar 4.50 Analisis Voucher.....	108
Gambar 4.51 Analisis Tote Bag.....	109
Gambar 4.52 Analisis Beta Test Keseluruhan Media.....	107
Gambar 4.52 Analisis Beta Test Warna.....	107
Gambar 4.53 Analisis Beta Test Font.....	108
Gambar 4.54 Analisis Beta Test Ilustrasi.....	109
Gambar 4.54 Analisis Beta Test Kritik dan Saran.....	109

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Screen Shot BAP .....	xiv
Lampiran B Hasil Turnitin.....	xiv
Lampiran C Transkrip Wawancara.....	xiv



UMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA