

---

## PERANCANGAN MEDIA PROMOSI CLOTHING LITOCOS KENDAL UNTUK MEMPERLUAS PASAR PADA ANAK-ANAK MUDA

Ghufron Ahmad<sup>1</sup>, Noor Hasyim<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Desain Komunikasi Visual, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Dian Nuswantoro  
Email : <sup>1</sup>114201903204@mhs.dinus.ac.id, <sup>2</sup>noor.hasyim@dsn.dinus.ac.id

---

### INFO ARTIKEL

---

#### Riwayat Artikel :

Diterima : 2 Agustus 2023  
Disetujui : 8 September 2023

---

#### Kata Kunci :

Kendal, Litocos, Promosi

---

### ABSTRAK (Times New Roman 11, Bold, spasi 1)

Abstrak memuat uraian singkat mengenai masalah dan tujuan penelitian, metode yang digunakan, dan hasil penelitian. Tekanan penulisan abstrak terutama pada hasil penelitian. Abstrak ditulis dalam bahasa Indonesia dan Bahasa Inggris. Pengetikan abstrak dilakukan dengan spasi tunggal dengan margin yang lebih sempit dari margin kanan dan kiri teks utama. Kata kunci perlu dicantumkan untuk menggambarkan ranah masalah yang diteliti dan istilah-istilah pokok yang mendasari pelaksanaan penelitian. Kata-kata kunci dapat berupa kata tunggal atau gabungan kata. Jumlah kata-kata kunci 3-5 kata. Kata-kata kunci ini diperlukan untuk komputersasi. Pencarian judul penelitian dan abstraknya dipermudah dengan kata-kata kunci tersebut.

---

---

### ARTICLE INFO

#### Article History :

Received : August 2, 2023  
Accepted : September 8, 2023

---

#### Keywords:

Kendal, Litocos, promotion

---

### ABSTRACT (Times New Roman 11, Bold, spasi 1)

*An abstranct is a brief summary of a research article, thesis, review, conference proceeding or any-depth analysis of a particular subject or disipline, and is often used to help the reader quickly ascertain the paper purposes. When used, an abstract always appears at the beginning of a manuscript or typescript, acting as the point-of-entry for any given academic paper or patent application. Absatrcting and indexing services for various academic discipline are aimed at compiling a body of literature for that particular subject. Abstract length varies by discipline and publisher requirements. Abstracts are typically sectioned logically as an overview of what appears in the paper.*

---

## 1. PENDAHULUAN

Fashion *streetwear* merupakan istilah mode pakaian yang ditemukan oleh brand Vision, kemudian dikembangkan oleh Shawn Stussy yang merupakan pendiri dari brand Stussy yang dirintis di Orange County, California, Amerika Serikat pada tahun 1980. Gaya *streetwear* adalah genre pakaian kontemporer, yang menyatukan antara pakaian olahraga dan militer kemudian dikombinasikan dengan trend skateboard, graffiti, hip-hop dan nuansa gaya hidup di California Selatan pada saat itu. Pada mulanya, *streetwear fashion* merupakan bentuk protes anak muda dari kalangan menengah kebawah perihal harga pakaian yang serba mahal. Kemudian golongan tersebut menciptakan trend baru dengan gaya *street style*. Seiring berjalannya waktu, *streetwear fashion* merupakan bagian dari perkembangan sebuah budaya yang digemari oleh anak-anak muda.

*Streetwear style* sudah menyebar ke berbagai penjuru dunia, termasuk Indonesia. Di wilayah Kendal terdapat brand *streetwear* bernama Litocos Clothing yang didirikan oleh Ari Ramadhani pada tahun 2016 silam. Sebelum menjadi nama *brand clothing*, litocos merupakan penanda eksistensi sekelompok anak muda yang aktif di skena musik hip-hop dan hardcore. Kemudian nama litocos dikenal banyak orang dan sepakat untuk menjadikan nama tersebut menjadi sebuah brand clothing. Sebelum memiliki toko pribadi, Litocos menjual produknya melalui distro (*distributor clothing*) di wilayah Kendal. Kemudian pada penghujung tahun 2018, barulah litocos memiliki *store official* pertamanya di Boja, Kendal. Litocos menjual produk pakaian diantaranya kaos, jaket, topi, tas, kemeja, dan berbagai aksesoris pakaian.

Hari Sabtu, 19 November 2022. Penulis melakukan observasi dan wawancara kepada pemilik perusahaan terkait strategi promosi yang digunakan oleh perusahaan. Ari Ramadhani selaku owner sekaligus narasumber mengatakan, usaha promosi yang dilakukan pada saat ini adalah memasang spanduk diatas toko Litocos, menempel poster di sekitar jalan toko, memasang x-banner didepan toko dan menyebar *flyer* pada saat diadakannya *event clothing*. Litocos tidak jarang mengikuti event clothing yang diselenggarakan di Kendal dan luar kota seperti Semarang, Purwokerto, Jepara, Solo, dan Jogjakarta. Ari Ramadhani berpendapat bahwa selain menjual produk, mengikuti *event clothing* di luar kota juga dapat mengenalkan Litocos pada pasar yang lebih jauh lagi. Litocos juga tidak jarang menjadi sponsor di acara musik-musik *underground* lokal, sehingga di daerah Kendal sendiri, Litocos cukup dikenal oleh masyarakatnya, terutama di kalangan anak muda yang aktif mengikuti *event music* dan *clothing*. Litocos menggunakan social media Instagram untuk berkomunikasi kepada pelanggan secara tidak langsung dan menjual produk secara online melalui aplikasi Shopee, tetapi kurang aktif dalam menciptakan konten untuk menarik konsumen yang berada di social media.

Permasalahan yang sangat mempengaruhi penjualan produk Litocos pada pertengahan 2020, saat menyebarnya virus Covid 19 sampai ke Indonesia. Mas Ari menjelaskan semenjak diterapkannya *lockdown* oleh pemerintah dan dibekukannya semua aktifitas diluar rumah, Penjualan Litocos yang pada tahun 2019 berhasil menjual produk sebanyak 300 an pcs merosot menjadi 200 pcs saja yang mampu terjual pada tahun 2020 sehingga penjualan menurun sekitar 30%. Litocos hanya mengandalkan Instagram guna berkomunikasi dengan pelanggan dan juga menjual artikel produknya melalui shopee. Setelah pandemi usai, penjualan produk Litocos belum juga stabil dikarenakan kebiasaan orang-orang cenderung berubah, termasuk dalam membeli pakaian. Masyarakat Indonesia lebih memilih berbelanja secara *online* daripada harus pergi ke toko sehingga perlu tindakan guna menarik konsumen.

Dengan adanya perancangan ini berharap Litocos Clothing lebih dikenal oleh masyarakat luas, terkhusus informasi mengenai penjualan artikel produk dan promo – promo yang sedang berlaku serta meningkatkan penjualan produk Litocos Clothing. Sehingga calon konsumen yang ingin membeli produk mengetahui produk yang sedang tersedia didalam toko.

Maka dari itu agar Litocos Clothing Kendal dapat memperluas jaringan pasar terutama di luar wilayah Kendal dan Semarang, maka dibutuhkan Perancangan Media Promosi Clothing Litocos Kendal Untuk Memperluas Jaringan Pasar Pada Anak-Anak Muda. Dengan adanya perancangan ini, masyarakat khususnya anak muda diharapkan dapat tertarik untuk berbelanja di Litocos Clothing.

## 2. METODE

Perancangan ini dilakukan dengan tahapan observasi pada *Store Clothing* Litocos, melakukan wawancara dengan kepala perusahaan mengenai masalah yang dihadapi sesuai tema perancangan yang diangkat dan meraih data-data perusahaan. Setelah memperoleh informasi dari perusahaan terkait, maka tahap berikutnya adalah melakukan analisis sesuai dengan prosedur metode analisis deskriptif sehingga memperoleh data yang relevan. Berdasarkan hasil yang telah diperoleh, akan dibuat perancangan promosi Litocos yang sesuai dengan kriteria yang sudah ditentukan sebelumnya.

Teknik yang digunakan dalam penulisan ini adalah teknik analisis data SWOT, Analisis SWOT bertujuan untuk melihat kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang akan dihadapi oleh perusahaan. Dengan melihat kekuatan yang dimiliki serta mengembangkan kekuatan tersebut dapat dipastikan bahwa perusahaan akan lebih maju dibanding pesaing yang ada. Demikian juga dengan kelemahan yang dimiliki harus diperbaiki agar perusahaan bisa tetap eksis. Peluang yang ada harus dimanfaatkan sebaik-baiknya oleh perusahaan agar volume penjualan dapat meningkat. Dan ancaman yang akan dihadapi oleh perusahaan haruslah dengan mengembangkan strategi pemasaran yang baik.

SWOT menurut Sutojo dan Kleinsteuber (2002:8) adalah untuk menentukan tujuan usaha yang realistis, sesuai dengan kondisi perusahaan dan oleh karenanya diharapkan lebih mudah tercapai. SWOT adalah singkatan dari kata-kata Strength (kekuatan perusahaan) Weaknesses (kelemahan perusahaan), Opportunities (peluang bisnis) dan Threats (hambatan untuk mencapai tujuan). Apabila teknik SWOT analisis tersebut diterapkan dalam kasus menentukan tujuan strategi manajemen pemasaran dapat diutarakan sebelum menentukan tujuan-tujuan pemasaran yang ingin dicapai hendaknya perusahaan menganalisis kekuatan dan kelemahan, peluang bisnis yang ada, berbagai macam hambatan yang mungkin timbul. Kinerja perusahaan. (Tamara, A. 2013:4)

Dalam perancangan media promosi clothing Litocos Kendal untuk memperluas pasar pada anak-anak muda ini menggunakan Metode Phase Of Design Graphics Process yang dirancang oleh Robin Landa dalam bukunya yang berjudul *Graphic Design Solutions*. Tahapan dalam metode perancangan ini adalah sebagai berikut (Landa,2011:77-102)

### 1. Orientation

Proses pengumpulan materi desain yang melibatkan informasi internal proyek yang dituju, target audience, dan konsep desain yang digunakan. Orientation merupakan dasar awal dalam pembuatan proses desain yang dilakukan dengan mengumpulkan informasi melalui wawancara, dan observasi lapangan.

### 2. Analysis

Mengolah informasi yang sudah diperoleh sebelumnya hingga mendapatkan informasi yang tepat sesuai dengan keadaan lapangan yang sebenarnya untuk dijadikan acuan guna mendapatkan sudut pandang yang dapat membantu dalam tercetusnya ide-ide untuk memecahkan masalah.

### 3. Conceptual Design

Merangkai konsep desain dari informasi dan data-data yang sudah diolah menjadi solusi yang akan divisualkan. Konsep desain berguna untuk menciptakan desain memiliki landasan dan filosofis.

### 4. Design Development

Eksekusi Visual berdasarkan konsep desain yang sudah dirancang pada tahapan sebelumnya. Menerapkan ide kemudian dituangkan kedalam desain. Ini adalah tahap pengujian dan evaluasi desain sehingga menghasilkan karya sesuai dengan konsep.

### 5. Implementation

Menerapkan teori- teori yang sudah dikumpulkan dan berbuah menjadi sebuah desain visual. Hasil jadi desain yang sudah melalui tahap revisi dan dianggap layak untuk diterbitkan dan dikonsumsi oleh masyarakat.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 3.1 Orientation

Hasil dari wawancara yang sudah dilakukan sebelumnya, Narasumber mengatakan bahwa usaha promosi yang dilakukan dalam bentuk fisik berupa poster, spanduk, dan banner x. Untuk mencapai pasar yang lebih luas, penulis berencana membuat promosi digital yang akan diunggah melalui social media dan platform pasar digital. Radius Arianto selaku Digital Marketing Lead-GoWork pernah memaparkan bahwa strategi bisnis adalah mengatur segala bentuk aspek dari sumber daya, keuangan, sampai ke tangan konsumen. Digital marketing adalah satu dari pokok bagian strategi bisnis yaitu strategi marketing, yang memiliki fungsi utama tentang bagaimana menjual produk perusahaan ke tangan konsumen. Tiga pokok bagian penting dari Digital marketing ialah Earn Media (Recommendation, Reviews, Reffer, dan Word of Mouth). Paid Media (Paid promotions Influencer PPC) serta Own Media (Website, Social Media Account, Mobile Apps dan Google My Business). Yang terakhir ialah Marketing Activity yang dimaksud dengan brand berkonsep layanan, produk, hingga jasa kepada sebuah target pasar. Firdaus, Rifqi (202, Desember 04).

Saat observasi lapangan dilakukan, penulis datang ke Litocos Store untuk mengamati objek penelitian secara langsung. Calon pembeli di Litocos store bisa dikatakan jarang sekali yang datang ke toko. Menurut Mas Ari, sejak diperlakukan lockdown dikarenakan menyebarnya virus corona tepatnya pada bulan Maret 2020 konsumen lebih memilih berbelanja pakaian melalui pasar digital. Selain karena pergerakan diluar rumah dibatasi oleh pemerintah, semakin maraknya pasar digital juga dipengaruhi oleh mudahnya dalam mengakses website dan juga tersedia banyak promo sehingga dapat menarik target pasar yang ditentukan. Untuk memperluas jangkauan pasar yang lebih jauh, diperlukan promosi yang dapat dijangkau oleh masyarakat luas dengan meminimalisir modal.

#### 3.2 Analysis

Target segmentasi audience:

a. Geografis

Meliputi seluruh wilayah Indonesia.

b. Demografis

Umur : 16 – 25 Tahun (primer), diluar umur tersebut merupakan targer sekunder.

Jenis kelamin : Laki-laki & perempuan

Status ekonomi : Menengah

Pendidikan : SMP, SMA, dan Universitas

Pekerjaan : Pelajar, mahasiswa, dan karyawan

c. Psikografis

a. Menyukai gaya fashion casual

b. Modern

c. Gemar mengunjungi event brand pakaian.

d. Aktif bersosial media

#### 3.3 Conceptual Design

Setelah informasi yang sudah dikumpulkan teranalisis, munculah solusi atau ide-ide yang relevan dari fakta yang sudah diperoleh. Ide tersebut bisa didapat dari analisis SWOT yang sudah disusun sebelumnya kemudian dipilihlah pilihan yang paling tepat untuk memecahkan masalah. Poin utama dari permasalahan ini adalah Litocos Clothing belum dikenal oleh masyarakat luas dan

bagaimana caranya brand tersebut dapat memperluas pasarnya dengan meminimalisir anggaran biaya pada promosi yang dibuat. Maka kita menengok pada table Matriks SWOT yang sudah dibuat dan memilih opsi yang paling tepat sesuai dengan sumber masalah yang sudah ada. Jika kita menengok pada table Matriks SWOT, beberapa yang harus ditandai adalah kalimat di (S3 – O4) dan W4 – O4, Penulis mengkombinasikan kedua opsi tersebut untuk menjadi acuan langkah selanjutnya.

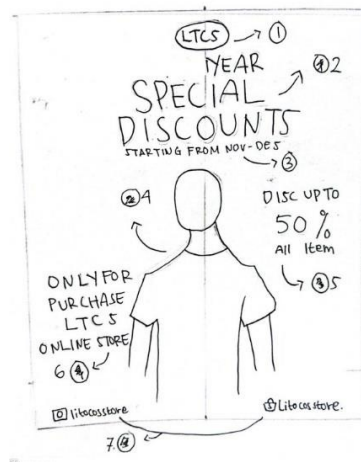
Kedua opsi dikombinasikan menghasilkan ide yaitu Konsep perancangan desain promosi brand dengan menawarkan diskon special akhir tahun melalui Instagram feed ads untuk menarik lebih banyak calon konsumen dengan meminimalisir budget yang keluar. Hal yang perlu diperhatikan dari perancangan desain ini adalah unsur komunikasi verbal yang fungsional, persuasive, artistic, estetik, dan komunikatif dengan memperhatikan aspek tipografi, nirmana, dan layout.

Maka dirancang 3 desain yang berbeda yang akan diganti setiap per bulannya guna menarik calon konsumen. Headline yang akan digunakan dalam Instagram feed adalah “Litocos New Year Special Discounts”, yang dimana tahun baru merupakan awal munculnya trend desain baru katalog yang diluncurkan oleh Litocos Clothing. Jenis layout yang digunakan dalam perancangan ini adalah Axial Layout, Big Type Layout dan Frame Layout. Diskon yang ditawarkan sampai sebesar 50% agar konsumen dapat tertarik membeli produk-produk yang tersedia di Litocos Clothing.

### 3.4 Conceptual Design

#### a. Sketsa Desain

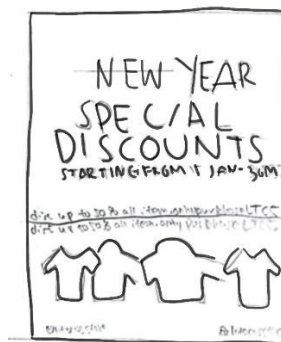
Jenis layout yang akan digunakan adalah Axial layout, dimana objek utama berada di garis tengah lurus sumbu vertical sehingga objek dapat tersorot jelas oleh audiens. Space kosong yang berada disamping kanan dan kiri akan diisi sebagai objek pendukung.



Gambar: Sketsa axial layout  
(Sumber: Ghufon Ahmad)

1. Logo litocos, menggunakan jenis font sans serif agar memiliki kesan santai, kasual, dan mudah untuk dibaca. Lingkaran yang melingkari huruf LTCS bertujuan untuk para audiens melihat jelas logo dan memahami bahwa Litocos merupakan pembuat dari iklan.
2. Headline yang bertuliskan “New Year Special Discount” sebagai informasi bahwa sedang ada diskon special yang sedang ditawarkan yang diharapkan mampu menarik perhatian para audinens.

3. Sub Headline merupakan kalimat penjelas dari headline. Sub headline disini berisi tentang durasi atau masa diskon yang sedang berlaku. Sub headline berukuran lebih kecil dari Headline agar tidak lebih menonjol dari headline.
4. Objek model pakaian Litocos dengan memakai produk kaos untuk menarik audiens. Model yang dipilih adalah model dengan gaya underground tetapi tetap kalem.
5. Bodycopy digunakan untuk menerangkan tentang isi terusan dari headline. Teks disini berisi keterangan tentang diskon yang ditawarkan.
6. Closing word merupakan kalimat penutup yang pendek, jelas, dan singkat yang bertujuan untuk pembaca mengambil keputusan ingin membeli produk yang ditawarkan atau tidak.
7. Akun social media Litocos yang bertujuan untuk audiens dapat berkunjung ke akun tersebut guna melihat produk demi produk yang sedang tersedia.



Gambar: Sketsa bigtype layout  
(Sumber: Ghufron Ahmad)

Jenis layout yang digunakan ialah Big Type Layout. Big Type Layout merupakan jenis tata letak desain yang secara visual didominasi oleh tipografi. Tata letak ini menggunakan ukuran teks yang besar guna menarik perhatian para calon konsumen dan pesan utama yang disampaikan dapat dipahami pembaca. Big Type layout merupakan jenis tata letak yang sederhana, ringkas, namun mudah dipahami. Digunakannya jenis tata letak ini guna para calon konsumen memahami dengan cepat isi dari desain tersebut. Komponen yang terbagi dalam desain ini adalah Headline, Subheadline, Bodycopy, Picture, dan tag akun social media.



Gambar: Sketsa frame layout  
(Sumber: Ghufron Ahmad)

Jenis layout yang digunakan ialah Frame Layout. Frame Layout adalah jenis tata letak dalam desain grafis dengan menempatkan elemen – elemen desain didalam bingkai.frame layout disini menggunakan konsep background bertekstur kertas kemudian pada bingkai seperti robekan kertas yang ditempel diatasnya agar berkesan seperti poster yang sedang ditumpuk. Tujuannya adalah menciptakan suasana poster jalanan yang ditempel saling menumpuk satu sama lain. Bagian – bagian dalam desain ini adalah background, foto model, headline, subheadline, bodycopy, closing word, dan tag akun social media.

### b. Tipografi

Tipografi digunakan untuk memilih gaya jenis huruf dan karakter. Perancangan tipografi memiliki dasar pada perimbangan gaya desain, fungsi dan karakter huruf yang digunakan. Dari perancangan yang diangkat, menggunakan tipografi yang casual, ceria dan mudah dibaca serta sesuai dengan karakteristik dari Litocos Clothing. Dari beberapa jenis tipografi yang dipilih, diharapkan dapat menarik pembaca agar berbelanja di pasar digital milik Litocos Clothing. Beberapa jenis huruf yang dipilih ialah:

1. Amotiar

a b c d e f g h I j k l m n o p q r s t u v w x y z  
A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z  
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

2. Coolvetica

**a b c d e f g h I j k l m n o p q r s t u v w x y z**  
**A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z**  
**1 2 3 4 5 6 7 8 9 0**

3. Impact

**a b c d e f g h I j k l m n o p q r s t u v w x y z**  
**A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z**  
**1 2 3 4 5 6 7 8 9 0**

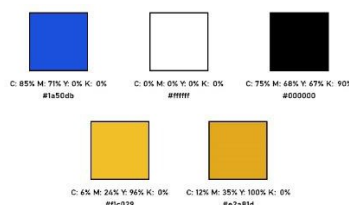
4. Chinese Rocks

**A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z**  
**A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z**  
**1 2 3 4 5 6 7 8 9 0**

5. Bahnschrift

a b c d e f g h I j k l m n o p q r s t u v w x y z  
A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z  
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

### c. Warna



Gambar: Kode warna hex

Warna biru melambangkan ketenangan dan pemikiran yang jernih. Warna biru diharapkan dapat menciptakan rasa teduh sehingga pembaca dapat menikmati dan nyaman dalam memperhatikan satu komponen ke komponen-komponen lainnya dalam desain.

Warna hitam melambangkan kesan yang elegan dan independent. Warna hitam digunakan dalam logo Litocos yang bertujuan untuk menciptakan kesan elok pada brand dan mandiri dalam membuat dobrakan baru.

Warna putih melambangkan keterbukaan dan kemurnian. Warna putih merupakan warna netral yang digunakan untuk menarik dengan jujur calon konsumen agar berbelanja di Litocos Clothing.

Warna orange melambangkan optimism dan perjuangan. Optimis yang dimaksud ialah optimis dalam membangun bisnis secara konsisten dan perjuangan untuk memasarkan produk demi produk.

Warna kuning melambangkan rasa ceria yang diharapkan dapat meningkatkan mood positif kepada pembaca agar membelanjakan uangnya guna membeli produk di Litocos Clothing.

#### d. Visualisasi Digital

Aplikasi yang digunakan adalah Adobe Photoshop 2020 dengan lembar kerja yang berukuran 1000 x 1000 pixel dengan bentuk persegi sama sisi menggunakan resolusi sebesar 300 pixel.



Gambar: Headline axial layout  
(Sumber: Ghufron Ahmad)

Logo Litocos berukuran lebar 175 px dan tinggi 46 px dengan tata letak di garis horizontal (X) 423 px dan vertical (Y) 20 px. Lingkaran yang mengelilingi teks melambangkan konsentrasi yang lebih focus dan terarah yang memiliki harapan pada brand agar dapat focus meraih kesuksesan. Warna hitam memiliki kesan elegan, elok dan mandiri untuk terus bergerak maju.

Teks Headline “END-YEAR SPECIAL DISCOUNTS” menggunakan font amotiar yang memberikan rasa ceria dengan tujuan menarik calon konsumen. Warna biru dengan bayangan gradasi semakin kebawah warna semakin yang disebut gradasi linear. Tujuan pemberian gradasi pada teks adalah agar memberikan kesan nonformal dan tidak monoton. Pembuatan gradasi dalam Photoshop yaitu klik *blending options* > *Inner shadow* > atur sesuai kebutuhan > *Outer Glow* digunakan untuk meberikan bayangan pada luar teks agar terkesan menyatu dengan background. Emoticon senyum yang digunakan menggantikan huruf O tidak hanya untuk variasi saja, tetapi agar memiliki kesan ceria sehingga pemberian warna kuning selaras dengan konsep dan tidak terkesan kaku. Pembuatan emoticon ini menggunakan brush tool.

Sub Headline dengan teks yang berisi tentang durasi atau jangka waktu diskon yang ditawarkan kepada pembaca. Font yang digunakan ialah coolvetica dengan ukuran teks 6,33 pt. Tujuan penggunaan font coolvetica agar mudah dibaca walau ukuran teks tidak terlalu besar. Pemberian background persegi pada teks agar teks dibaca setelah headline tetapi tidak ditonjolkan agar tidak mengganggu fungsi headline.





Gambar: Bodycopy axial layout  
(Sumber: Ghufron Ahmad)

Bodycopy yang berisi seberapa besar diskon yang ditawarkan kepada pembaca. Teks menggunakan font impact yang berkesan tegas dan paten, sedangkan teks 50% menggunakan font amotiar agar lebih eksotis dan memberikan rasa ceria. Outline putih pada teks digunakan agar teks tidak terganggu oleh background, warna putih dipilih karena terkesan netral dan dapat digabungkan dengan warna apa saja. Pada teks 50% memiliki teksture bayangan yang bisa diatur melalui blending options > bevel & emboss dan diatur sesuai kebutuhan.

Background cipratan cat berwarna kuning dibuat menggunakan brush tools yang digunakan agar memperjelas dari teks bodycopy sekaligus sebagai objek pendukung.



Gambar: Closing word axial layout  
(Sumber: Ghufron Ahmad)

Closing word menggunakan font Chinese Rocks sebagai teks pembeda sekaligus menjadi teks yang krusial dimana closing word merupakan keputusan bagi pembaca untuk membeli produk Litocos atau tidak. Sama seperti bodycopy, closing word juga menggunakan outline putih dan efek bevel & emboss. Dibedakannya teks Litocos agar Litocos memiliki ciri yang khas yang diharapkan dapat diingat oleh pembaca.



Gambar: Foto model axial layout  
(Sumber: Ghufron Ahmad)

Foto model sebagai objek utama memiliki ukuran lebar (W) 500 px dan tinggi (H) 692 px dengan tata letak di garis X 260 px dan garis Y 327 px. Penulis harus memisahkan objek dengan background dengan menyeleksi dengan klik Select di menu bar > klik subject > rapikan objek yang sudah diseleksi menggunakan quick selection tool, jika dirasa sudah rapi Ctrl + J guna mencopy objek yang sudah diseleksi tadi. Dibagian luar objek ditambahkan outline putih sebagai pemisah objek utama dengan background. Foto objek tanpa difilter agar memiliki kesan natural, Foto yang dihasilkan oleh kamera sudah terbilang bagus dan tidak perlu di filter lagi.



Gambar: Background axial layout  
(Sumber: Ghufon Ahmad)

Background menggunakan artikel produk Litocos yang ditata satu persatu agar rapi dan estetis. Kemudian seleksi semua objek > convert to smart objek, agar menjadi satu bagian yang utuh. Kemudian pergi ke menu bar > filter > blur > radial blur lalu atur ketinggian blur di level 3 agar efek blur samar-samar.

Background artikel produk dipilih agar pembaca melihat sekilas produk yang sudah dihasilkan Litocos. Pemberian efek blur bertujuan untuk memberikan rasa penasaran kepada pembaca seperti apa detail produk dan juga agar tidak mengganggu fungsi dari objek utama.



Gambar: Footer axial layout  
(Sumber: Ghufon Ahmad)

Font yang digunakan dalam teks adalah Bahnschrift font dan warna yang digunakan adalah warna putih. Pemberian username akun social media bertujuan sebagai jembatan antara brand dan konsumen untuk berinteraksi satu sama lain.

Persegi dengan pemberian efek blur bertujuan agar memberikan kesan nonformal dan tidak monoton. Cara membuat efek blur pada persegi ialah klik add a mask > gradient tool > Tarik dari atas kebawah pada objek dan sesuaikan.



Gambar: Headline bigtype layout  
(Sumber: Ghufroon Ahmad)

Headline menggunakan font impact terbagi menjadi tiga baris yang tegak lurus ditengah agar menjadi pusat perhatian dari semua komponen yang ada berupa teks “NEW YEAR SPECIAL DISCOUNTS” Subheadline menggunakan font Chinese Rocks yang berada tepat dibawah headline dengan teks keterangan tanggal berlaku diskon yang sedang ditawarkan. Sedangkan logo LTCS yang berada diatas headline sebagai identitas brand Litocos Clothing. Font impact dan Chinese Rocks dipilih karena merupakan jenis tipografi yang mudah dibaca meskipun ada background tekstur kertas. Warna yang digunakan adalah warna putih dan kuning. Warna putih yang digunakan pada teks digunakan karena mudah dibaca dan netral, sedangkan warna kuning pada latar belakang dapat membangkitkan suasana hati yang positif sehingga menjadi lebih ceria serta dapat menarik calon konsumen yang melihatnya. Tekstur kertas digunakan untuk memberikan kesan vintage dan nonformal. Tekstur kertas semula bewarna putih kemudian

Efek gelembung sabun digunakan untuk menciptakan elemen transparan yang menambah kedalaman dan estetika desain. Proses pembuatan efek gelembung sabun dengan cara membuat lingkaran > blending options > gradient overlay, beri warna pencampuran warna gradasi biru ungu merah dan orange > aktifkan bevel and emboss guna mentransparasi warna dan objek memiliki volume > tekan ctrl + shift + I > add layer mask > brush tool, usap dan sesuaikan agar objek terlihat seperti gelembung > convert to smart objek > klik kanan pada objek > warp > sesuaikan bentuk menyerupai bentuk gelembung sabun > selesai.

**disc up to 50% all item. only purchase at LTCS store**  
**disc up to 50% all item. only purchase at LTCS store**

Gambar: Bodycopy bigtype layout  
(Sumber: Ghufroon Ahmad)

Bodycopy menggunakan font Amotiar. Repetisi atau pengulangan kata bertujuan untuk memperkuat isi pesan, meski ukuran teks tidak begitu besar namun adanya repetisi berguna untuk memperkuat isi pesan agar tersampaikan pada pembaca. Pembalikan warna teks dan latar belakang yang berguna menambah nilai dekoratif serta nilai estetika desain.



Gambar: Artikel produk bigtype layout  
(Sumber: Ghufron Ahmad)

Beberapa foto katalog produk yang digabungkan merupakan representasi produk untuk membantu konsumen dalam melihat produk yang sudah dihasilkan secara sekilas. Artikel produk diatas terdiri dari T – shirt, hoodie, caps, dan beanie hat. Cara pembuatan efek pada artikel produk diatas adalah atur artikel produk hingga tersusun rapi > convert to smart objek > adjusments layer > balck & white, agar warna objek berganti ke mode hitam putih > filter > blur > motion blur, atur level blur sehingga objek memiliki efek kabur namun tidak merubah bentuk objek > blending options > drop shadow, agar objek memiliki bayangan > selesai.



Gambar: Headline frame layout  
(Sumber: Ghufron Ahmad)



Gambar: Bodycopy frame layout  
(Sumber: Ghufron Ahmad)

Bodycopy yang berisi diskon yang ditawarkan kepada pembaca. Oversize pada angka 50 berguna agar menarik calon kosumen pada diskon yang ditawarkan sehingga ukuran dibesarkan.

Closingword yang berisi tentang dimana diskon agar bisa didapatkan oleh konsumen. Logo Litocos menggunakan shadow agar terkesan lebih hidup dan menyatu dengan background.

Background bertekstur kertas bewarna biru dengan putih sebagai outline nya. Dibuat dengan pen tool dibentuk menyerupai dengan sobekan kertas didukung dengan kerutan kertas dengan cara menambah foto tekstur kertas kemudian pergi ke layer dan pilih multiply. Teks diatur agar mengikuti kerutan kertas agar terlihat nyata dan menyatu dengan background. Cara mengubah bentuk teks dengan cara ubah teks ke smart objek > filter > liquify > bentuk teks menyesuaikan dengan kerutan tekstur agar terlihat lebih nyata > oke.



Gambar: Foto model frame layout  
(Sumber: Ghuffron Ahmad)

Bingkai foto model dengan bagian tepi foto tidak terpotong rapi agar terkesan seperti poster jalanan, dipotong menggunakan erasertool dan garis tepi warna putih menggunakan brushtool. Sengaja hanya memperpangkas sedikit dari keseluruhan agar foto model terlihat jelas dan tidak mengganggu komponen lainnya.

Model yang dipilih merupakan representasi dari brand dengan menampilkan anak muda yang memiliki tattoo. Tattoo merupakan lambang dari kebebasan dan seni, namun tattoo yang diperlihatkan hanya sekilas agar pembaca lebih berfokus pada produk yang dipakai model. Pemakaian lengan panjang pada kaos berguna untuk menutupi tattoo pada model.



Gambar: Background frame layout  
(Sumber: Ghufron Ahmad)

Background dengan gambar model orang yang sama dengan warna hitam putih dibalut dengan tekstur kerutan kertas agar berkesan seperti poster yang sudah lama terpajang dijalanan dan warna pudar akibat terpapar panas dan hujan terus menerus. Pemberian warna black & white diatas bisa dilakukan dengan cara pergi ke adjustment layer dan klik black & white kemudian atur agar warna hitam putih selaras dengan frame utama. Pemberian tekstur kerutan kertas dapat dilakukan dengan klik objek tesktur kertas dan pergi ke layer lalu ubah ke mode multiply.

#### e. Implementation



#### 4. PENUTUP

Berdasarkan pembahasan dari penelitian ini bahwa hasil dari Perancangan Promosi Clothing Litocos Kendal berupa desain Instagram Feed Ads yang berisi diskon special akhir tahun, untuk memperkenalkan brand dan memperluas target pasar khususnya di luar Kendal, Semarang, dan sekitarnya. Perancangan ini dibuat untuk membangun komunikasi antara penjual dan pembeli secara tidak langsung. Dengan adanya diskon special yang ditawarkan, diharapkan target audience dapat berkunjung ke akun social media Litocos Clothing dan berbelanja produk Litocos. Berdasarkan dari hasil laporan yang sudah dibuat, besar harapan kepada pihak brand Litocos Clothing untuk lebih memperhatikan penyampaian promosi yang lebih tepat untuk memasarkan produknya, khususnya untuk target pasar yang lebih jauh. Untuk perancangan selanjutnya penulis menyarankan untuk lebih banyak lagi meraih data dan informasi mengenai perencanaan promosi agar dapat memperoleh hasil yang lebih maksimal.

#### 5. DAFTAR PUSTAKA

- Amelfdi, F. J., & Ardyan, E. (2021). Pengaruh Brand Awareness, Brand Image, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Performa*, 5(6), 473–483.  
<https://doi.org/10.37715/jp.v5i6.1825>
- Arsyad. (2017). Bab I kajian teori. *BAB 2 Kajian Teori*, 1, 16–72.
- Azizah, M. (2016). Etika Perilaku Periklanan Dalam Bisnis slam. *JESI (Jurnal Ekonomi Syariahndonesia)*, 3(1), 37. [https://doi.org/10.21927/jesi.2013.3\(1\).37-48](https://doi.org/10.21927/jesi.2013.3(1).37-48)
- BASUKI, D. R., Yulianto, A., & Anwar, A. K. (2015). *Tampilan Layout Surat Kabar Solopos Edisi 1-15 Desember 2014 dengan Pendekatan Desain Grafis* (Doctoral dissertation, Universitas Sahid Surakarta). <http://repository.usahidsolo.ac.id/2500/>
- Firdayanti, A., Putri, D. A., Risuandi, D., & ... (2022). Literature Review Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli: Promosi Dan Endorsement. ... *Pendidikan Dan Ilmu ...*, 3(1), 301–313.  
<https://dinastirev.org/JMPIS/article/view/865>
- Francisco, A. R. L., & Ghazali's, M. (2013). 濟無 No Title No Title. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699. <https://muhammadghazali.word.co.id>
- Hakim, A. A., & Rahman, Y. (2017). Perancangan Media Promosi Perusahaan Arnis Wigati (AW). *Demandia: Jurnal Desain Komunikasi Visual, Manajemen Desain, dan Periklanan*, 37-48.  
<https://journals.telkomuniversity.ac.id/demandia/article/view/771>
- Hermiyanty, Wandira Ayu Bertin, D. S. (2017). DEKAVE, Desain Komunikasi Visual Penanda Zaman Masyarakat Global. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 8(9), 1–58.  
<https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Hundreds, Bobby, 2011, Bobby Hundred's 50 Greatest Streetwear Brands of All Time, [www.complex.com/style/the-greatest-streetwear-brands/stussy](http://www.complex.com/style/the-greatest-streetwear-brands/stussy) (diakses pada 2 Desember 2022)
- Huwaida, N., Wirasari, I., & Nurbani, S. (2019). Perancangan Promosi Clothing Brand Cotton Button. *eProceedings of Art & Design*, 6(2).  
<https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/artdesign/article/viewFile/9418/9289>
- Ilhamalimy, R. R. (2020). Determinasi Minat Beli Online Shopee. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(1), 70–80. <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i1.308>
- Jamaludin, A., Arifin, Z., & Hidayat, K. (2015). Pengaruh Promosi Online Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Pelanggan Aryka Shop Di Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol, 21(1)*. [www.antaraneews.com](http://www.antaraneews.com)

- Landa, R. (2011). *Graphic Design Solutions* (4th ed.). Boston: Wadsworth Cengage Learning.
- Maulana Nando, Aditya Dimas. K, & Supriyadi Olivine. A. (2021). Perancangan Komik Edukatif Tindakan Preventif Covid-19 Untuk Pelajar Bersekolah Tatap Muka. *Jurnal e-Proceeding of Art & Design : Vol.8, No.6 Desember 2021 | Page 2858*.  
<https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/artdesign/article/view/16816>
- Monica, M., & Luzar, L. C. (2011). Efek Warna dalam Dunia Desain dan Periklanan. *Humaniora*, 2(2), 1084. <https://doi.org/10.21512/humaniora.v2i2.3158>
- Nana, S. S. (2013). Metode Penelitian Pendidikan, cet. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Paramita, D., Damadjanti, M. N., & Cahyadi, J. (2014). Perancangan Promosi Etno Fashion Clothing Line Sieto. *Jurnal DKV Adiwarna*, 1(4), 12.  
<https://publication.petra.ac.id/index.php/dkv/article/view/1906>
- Paramitha, V. (2015). *14.E1.0119 VANIA PARAMITHA (5.08)..pdf BAB II*. 36–43.
- Strauss, A., & Corbin, J. (2007). Teknologi, Badan Pengkajian dan Penerapan. *Pengolahan Air Limbah Domestik Individual Atau Semi Komunal*, 189–232. [http://repo.iain-tulungagung.ac.id/7300/10/Bab10\\_Penelitian\\_Kualitatif\\_3.pdf](http://repo.iain-tulungagung.ac.id/7300/10/Bab10_Penelitian_Kualitatif_3.pdf)
- Tamara, A. (2016). Implementasi analisis SWOT dalam strategi pemasaran produk mandiri tabungan bisnis. *Jurnal riset bisnis dan manajemen*, 4(3).  
<https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/jrbm/article/view/12751>
- Tanzeh, Ahmad Arikunto, S. (2019). *Metode Penelitian*. 22–34.
- Wulung, Galing. (2013). Perancangan Desain Layout Media Interaktif PT. Berkah Sedaya.  
<https://repository.dinamika.ac.id/id/eprint/4698/>
- YULIANTO, D. (2020). *PERANCANGAN PROMOSI ONLINE CLOTHING POLOSOKE* (Doctoral dissertation, INSTITUT SENI INDONESIA SURAKARTA).  
<http://repository.isi-ska.ac.id/5146/>