

# Perancangan Komunikasi Visual Revolt Industry Menggunakan Teknik Fotografi Sebagai Upaya Meningkatkan *Brand Awareness*

INSTITUTE BISNIS & INFORMATIKA STIKOM SURABAYA

<sup>1)</sup> Fikri Suwandi <sup>2)</sup> Darwin Yuwono Riyanto <sup>3)</sup> Dhika Yuan Yurisma

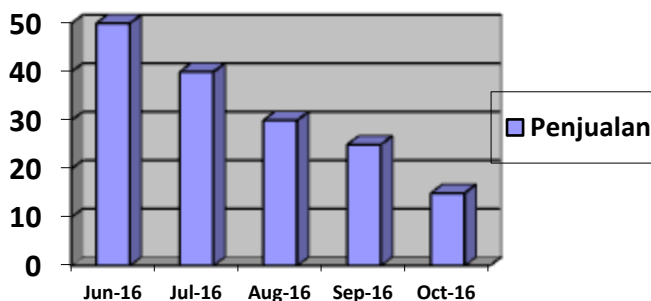
- 1) Program Studi Desain Komunikasi Visual STIKOM Surabaya, Email: Fikri.suwandi@gmail.com
- 2) Program Studi Desain Komunikasi Visual STIKOM Surabaya, Email: Darwin@Stikom.Edu
- 3) Program Studi Desain Komunikasi Visual STIKOM Surabaya, Email: Dhika@stikom.Edu

## ABSTRAK

Visual communication is a way of communicating through a visual picture or later will be the identity of the product. Visual communication into a means of conveying information and instructions fatherly, aims to show the relationship between a thing with other things such as pointers, direction, position, and scale. Taking one brand from Surabaya namely Revolt Industry to do the design of visual communication Revolt Industry uses photography as an effort to increase brand awareness. Problems in this final project is how to design a visual communication in Revolt Industry products such as efforts to increase brand awareness in order to increase sales had declined in the last 6 months. The research method uses qualitative methods with data collection technique using observation, interviews, literature, existing studies, and study competitors. The concept used in the design is "interesting". Results from the design of the visual communication industry Revolt is an attempt to communicate the products Revolt Industry so that more people know Revolt Industry as well as educate the public about the quality of handmade goods. Designed visual communication is a form of image products Revolt community Industry to easily recognize and remember the product.

**Keywords:** Visual Communications, Photography, Interesting, Brand Awareness.

Di era *global market* yang sangat kompetitif saat ini, industri *lether goods* mulai diminati oleh masyarakat khususnya pencinta produk berbahan kulit. Mulai maraknya industri kulit yang ada, promosi menggunakan komunikasi visual merupakan hal penting dalam strategi pemasaran agar dapat memenangkan persaingan pasar. Perancangan yang dibahas pada penelitian ini dilatar belakangi oleh permasalahan yang dihadapi oleh Revolt Industry, yaitu penurunan *omzet* yang dialami dalam 6 bulan terakhir karena kurangnya media promosi yang mengena, menurut Athina Anjelica Leung selaku *Marketing Communication* Revolt Industry. Penurunan *omzet* yang dialami oleh Revolt Industry dapat dilihat dari grafik berikut:



Gambar 1.1 : Grafik Omzet Revolt Industry

Sumber: Athina anjelica leung, *Marketing communication* Revolt industry

Revolt Industry adalah sebuah industry kreatif yang mengkhususkan diri dalam pembuatan produk berbahan kulit terbaik. Produk Revolt Industry meliputi dompet, gelang, tas, tempat kartu, jaket gantungan kunci. Menurut Agung selaku *Creative Multimedia*, industri kulit pasti kekal sehingga menggunakan produk-produk berbahan dasar kulit asli dapat membuat produk lebih tahan lama. Penelitian yang akan dibuat adalah perancangan komunikasi visual Revolt Industry menggunakan teknik fotografi.

Dengan mengandalkan promosi melalui *Instagram*, *website* dan kekuatan *founder* saat ini dinilai kurang menunjang penjualan produk Revolt Industry. Hal ini yang membuat Revolt Industry mengalami penurunan *omzet* penjualan pada 6 bulan terakhir. Menurut Athina Anjelica Leung, *Marketing Communication* Revolt Industry, kurangnya media promosi saat ini dan strategi pemasaran yang kurang mengena ke masyarakat menjadi salah satu penyebab menurunnya *omzet* penjualan dalam beberapa bulan terakhir.

Dengan strategi promosi yang mengena dibenak masyarakat mampu mendukung suatu *brand* untuk bersaing dengan produk lain di pasar. Menurut Zimmer (2002) promosi adalah segala macam bentuk komunikasi persuasi yang dirancang untuk menginformasikan pelanggan tentang produk atau jasa dan untuk mempengaruhi mereka agar membeli barang atau jasa tersebut yang mencakup publisitas, penjualan perorangan dan periklanan. Adapun tujuan yang ingin dicapai dari tugas akhir ini adalah Merancang komunikasi visual Revolt

Industry menggunakan teknik fotografi sebagai upaya meningkatkan *brand awareness*.

Menurut Gary Aditya Tan S.E (2014) selaku *founder* Revolt Industry, bahan kulit yang dibuat oleh tangan pengrajin Indonesia yang bergairah. Suasana hati, perasaan dan fokus langsung mempengaruhi bagaimana produk-produk Revolt Industry dibuat, dan dengan *handmade* produk yang terbaik datang dari orang-orang yang mencintai kerajinan, di samping pengalaman dan keahlian.



Gambar 1.2 : Produk Revolt Industry  
sumber : [www.revoltindustry.com](http://www.revoltindustry.com),  
2016



Gambar 1.3 : *Wallet* Revolt Industry  
Sumber : [www.revoltindustry.com](http://www.revoltindustry.com), 2016

Target pasar Revolt Industry adalah remaja yang berpenghasilan sendiri. Pernyataan kotler (2001:41) promosi adalah berbagai kegiatan yang dilakukan oleh untuk menonjolkan keistimewaan-keistimewaan produknya yang membujuk sasaran konsumen untuk membelinya.

*Brand awareness* pada perancangan Komunikasi visual Revolt industry mengarah ke tingkatan pada masyarakat yang belum mengetahui produk Revolt Industry dengan harapan masyarakat mengetahui produk Revolt Industry, dilanjutkan ketahap kedua yang mengarah pada pengenalan produk (*brand recognition*) untuk mendukung promosi dan mengenalkan Revolt Industry pada masyarakat.

*Brand Awareness* merupakan kategori aset dasar dari *brand equity* yang berarti kesadaran merek. Menurut Aaker, (2000:39) bahwa kesadaran merek adalah kesanggupan seseorang calon pembeli untuk mengenali atau mengingat kembali bahwa suatu merek merupakan bagian dari kategori produk tertentu. Dari perancangan komunikasi visual ini.

## Metode Penelitian

Adapun metode yang dilakukan dalam penelitian kali ini mengambil Revolt Industry yang berlokasi di Jl. Tenggilis Utara 1/51 Surabaya. Pada perancangan ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Penelitian Kualitatif adalah penelitian untuk menjawab permasalahan yang memerlukan pemahaman secara mendalam dalam konteks waktu dan situasi yang bersangkutan, dilakukan secara wajar dan alami sesuai dengan kondisi objektif di lapangan tanpa adanya manipulasi, serta jenis data yang dikumpulkan terutama data kualitatif.

## Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan analisa data yang lebih mendalam untuk mendapatkan informasi yaitu melalui 1) Observasi 2) Wawancara 3) Studi Literatur 4) Studi Eksisting 5) Studi Kompetitor.

## Teknik Analisa Data

Terdapat 3 teknik analisa data yang dilakukan pada penelitian kualitatif yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan yang dirancang sesuai dengan tujuan penelitian agar setiap keputusan yang diambil tepat dan benar. Proses ini dilakukan terus menerus selama penelitian masih berlangsung.

## Pembahasan

### Studi Kompetitor

Studi kompetitor menjelaskan kemiripan produk yang diangkat yaitu media komunikasi visual. Revolt Industry mengkhususkan diri dalam memproduksi produk-produk berbahan *genuine leather*, maka dipilih perusahaan yang memiliki produk serupa dan menekuni industri *leather goods* yaitu Voyej yang akan dianalisa sebagai kompetitor.

Voyej merupakan *pioneer* bagi para *start up* yang ingin menekuni industri *leather goods*. Voyej didirikan pada tahun 2011, terinspirasi oleh semangat seorang pria petualang, VOYEJ, sebagai sebuah merek, mencoba untuk menyiratkan kegembiraan memiliki perjalanan pribadi melalui barang-barang kulit terbuat dari bahan dipilih dengan baik. Setiap produk adalah bentuk desain bijaksana dengan konsep estetika sederhana dalam pikiran untuk membuat tidak hanya produk fungsional tapi satu yang kontemporer dan abadi.

Dari segi media komunikasi visual Voyej menggunakan *Instagram*, *website*, dan poster ketika mengikuti event. Dari *Instagram* Voyej ingin menunjukkan produk-produk yang dikemas dalam visualisasi produk serta penggunaan produk. Gambar yang ditampilkan pada *instagram* adalah

produk antara lain : dompet, *Card slot* Voyej namun belum menunjukkan *slot* yang ada pada setiap produknya



Gambar 4.1 Instagram Voyej  
 Sumber: <https://www.instagram.com/voyej/>

Dalam *website* Voyej ingin menunjukkan foto *close up* produk serta mencantumkan jenis produk. Namun belum menunjukkan secara terperinci perihal apa *slot* yang ada pada setiap produk. Isi *website* dari Voyej meliputi cerita dibalik didirikannya Voyej kemudian material yang digunakan sampai pada event yang akan diikuti oleh Voyej dalam waktu dekat.



Gambar 4.2 *website* Voyej  
 sumber:  
<http://www.voyejstore.com/shop/category/10.html>

Dari segi poster event yang digunakan Voyej ingin menunjukkan bahwa perusahaan ini bergerak dalam produsen *lether goods* yang berupa dompet, aksesoris dll. Dalam posternya Voyej



Gambar 4.3 Poster Voyej  
 Sumber :  
<http://www.voyejstore.com/journal/read/114.html>

**Keyword**

Pemilihan kata kunci atau *keyword* komunikasi visual Revolt Industry ini dipilih dengan menggunakan dasar acuan terhadap analisis data yang sudah dilakukan. Penentuan pengambilan *keyword* berdasarkan data yang sudah terkumpul dari hasil STP, SWOT dan USP.

Dari analisis tersebut dapat ditemukan beberapa kata kunci, yaitu Revolt Indstry sendiri, STP,SWOT dan USP.



Gambar 4.4. *keyword*  
 Sumber : Hasil Olahan Penulis, 2016

Dari analisis *keyword* yang sudah dilakukan, maka didapatkan kesimpulan konsep untuk perancangan komunikasi visual Revolt Industry yaitu “*Interesting*” atau “menarik”, kata kunci *Interesting* ini mengarah pada perancangan yang sesuai dengan *segmentasi* Revolt Industry yakni pemuda usia 18-40 tahun. Perancangan komunikasi visual akan memperlihatkan foto setiap produk Revolt Industry dengan *caption* yang menginformasikan detail produk, desain dibuat sesuai dengan *keyword interesting*. Dalam proses perancangan komunikasi visual ini dibuat sesuai dengan karakteristik Revolt Industry yang mengunggulkan kekuatan melalui proses pengerjaan yang menggunakan *handmade*, desain yang dimaksud adalah tidak banyak mengandung material desain yang sulit dipahami dalam visual kontennya, bentuk ataupun *font* yang digunakan dalam perancangan.

Konsep *Interesting* dalam pembuatan perancangan ini menggunakan konsep desain yang menggunakan warna-warna *warm* dan tegas yang sesuai dengan karakteristik produk Revolt Industry. Dari konsep *Interesting* yang ditentukan banyak menggunakan fotografi dengan menunjukkan produk-produk Revolt Industry dengan *caption* yang sesuai dengan nama dan karakteristik produk. Konsep ini akan diimplementasikan pada desain komunikasi visual dari *catalog*, *marchandise*, poster, kop surat, kartu nama serta *xbanner* sebagai media pendukung.

Oleh karenanya *keyword* ini juga sesuai dengan target dan segmentasi yang disasar oleh Revolt Industry, yaitu pemuda yang menyukai hal-

hal unik, dengan desain yang lebih *warm* dalam segi warna serta detail produk, diharapkan masyarakat akan tertarik terhadap produk Revolt Industry.

## Perencanaan Kreatif

### 1. Tujuan Kreatif

Untuk membuat perancangan komunikasi visual Revolt Industry yang dapat menciptakan *brand awareness* pada konsumen, dibutuhkan sebuah konsep yang matang dan terstruktur yang baik sehingga menghasilkan hasil yang baik dan benar sesuai tujuan.

Dengan menggunakan *keyword* “*Interesting*”, diharapkan dapat dijadikan acuan dalam membuat visualisasi dan dapat menyampaikan maksud maupun tujuan yang sesuai dengan perancangan komunikasi visual, karena mengusung konsep yang berbeda dengan pesaing lainnya produk Revolt Industry dapat meningkatkan *awareness* konsumen.

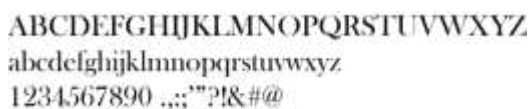
### 2. Strategi Kreatif

Jenis tipografi yang sesuai dengan konsep dan karakteristik Revolt Industry adalah jenis tipografi yang memiliki karakter khusus yang menggambarkan produk Revolt Industry itu sendiri, sebutan dari *font* ini tergolong dalam jenis *script*, jenis huruf seperti ini lebih menunjukkan proses, bersifat fungsional dan lebih menarik. *font* jenis *script* ini biasa diaplikasikan untuk media baik *offline* ataupun *online*, sehingga disini harus ada perbedaan dengan *font* yang lain. Pada sub judul menggunakan *font* Rage Italic (lihat gambar 4.6) yang berkarakter lebih menunjukkan *hand letter* yang unik namun terlihat menarik dan mengarah pada proses pengerjaan produk Revolt Industry yang menggunakan *handmade*.



Gambar 4.5 *font* Rage Italic  
Sumber : Hasil Olahan Penulis

Untuk teks *bodycopy* dipilih tipe serif yang memiliki visibilitas yang lebih jelas. *Font* yang digunakan adalah Baskerville Old Face (lihat gambar 4.7) yang berkarakter lebih modern dengan tingkat keterbacaan yang lebih jelas.



Gambar 4.6 *font* Baskerville Old Face  
Sumber: Hasil Olahan Penulis

Dengan menggabungkan kedua jenis *font* diatas sangat cocok dengan karakteristik Revolt Industry yang mengandalkan *handmade* dan dapat mengkomunikasikan produk-produk Revolt Industry. Tetapi tidak menutup kemungkinan dari

jenis *font* yang ditentukan akan dilakukan pengembangan varian *font* yang lainnya.

Pemilihan warna pada perancangan komunikasi visual Revolt Industry yang sudah ditentukan berdasarkan *Keyword* terpilih yaitu *Interesting*. Dalam urutan warna *Interesting* yang kemudian mengarah pada karakteristik produk yang lebih menggulkan kekuatan melalui proses pengerjaan yang menggunakan *handmade*.

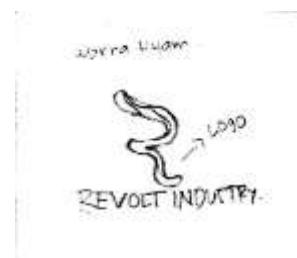
Fotografi yang digunakan untuk produk Revolt Industry ini menggunakan teknik *medium shot* dalam komposisi menunjukkan produk dan fungsi produk yang sesuai dengan *Keyword* “*interesting*” dan hasil analisa yang didapat dengan gaya “*medium shoot*” yang mengarah pada detail warna produk dan karakteristik bentuk produk menggunakan kamera DSLR dan menggunakan cahaya tambahan seperti *flash*. Pertimbangan pemilihan gaya ini adalah karena gaya tersebut mampu menyampaikan kesan jelas pada masyarakat dengan baik jika dibandingkan dengan gaya fotografi yang memiliki tingkat detail terhadap produk yang kurang jelas.

Karakteristik produk Revolt Industry adalah kekuatan dari produk yang menggunakan *handmade* sehingga memunculkan kesan bahwa produk yang mahal dengan lebih memunculkan warna. Penambahan properti yang sesuai serta beberapa alat yang digunakan untuk memproses produk-produk Revolt Industry.

### 3. Strategi Media

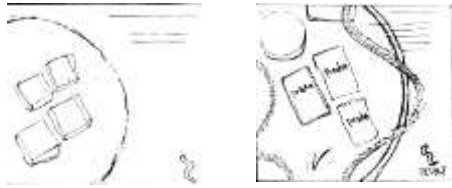
#### 1) Catalog

*Catalog* merupakan salah satu komunikasi visual yang sangat penting sebagai alat iklan atau alat promosi, yang menarik dan juga memungkinkan untuk mempromosikan satu atau lebih produk maupun jasa. *Catalog* dalam perancangan ini didesain sesuai dengan *keyword* dan konsep yakni *Interesting* yang berarti merarik. Orientasi *Catalog* pada perancangan ini adalah *Landscape* dengan menggunakan ukuran kertas A4 dengan *softcover*. *Catalog* akan dicetak full color menggunakan bahan kertas Coronado dengan ketebalan kertas 220 gram. Dengan sketsa desain terpilih :



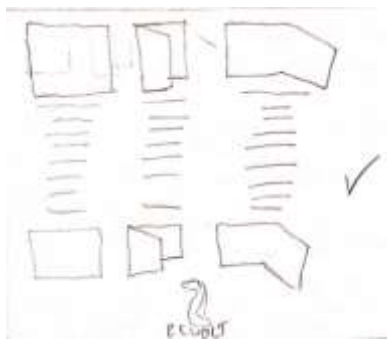
Gambar 4.7 Sketsa Cover *Catalog*  
Sumber : Hasil Olahan Penulis





Gambar 4.8 Sketsa Isi *catalog*  
 Sumber : Hasil Olahan Penulis

Sketsa isi *Catalog* yang terpilih berisikan gambar produk dan properti yang digunakan sebagai pemanis, serta *caption* yang menunjukkan jenis produk, *detail* produk, dan kegunaan produk. Sketsa diatas merupakan perencanaan awal dari perancangan *catalog*, sehingga nantinya pada tahap *implementasi desain* akan disesuaikan dengan sub Bab *catalog* serta jenis produk serta tata letak atau *layout* dapat berubah sesuai dengan jenis produk.



Gambar 4.9 Sketsa isi *catalog*  
 Sumber : Hasil Olahan Penulis

## Implementasi Desain

### a. *Catalog*



Gambar 4.15 Cover dan Daftar isi  
 Sumber : Hasil Foto Revolt Industry

Pada Cover depan *catalog* menunjukkan logo Revolt Industry sebagai identitas. Pada lembar berikutnya akan ditunjukkan daftar isi sebagai penunjuk halaman serta nama produk yang ada pada halaman tersebut.



Gambar 4.16 Halaman 1 dan Halaman 2  
 Sumber : Hasil Foto Revolt Industry

Pada halaman 1 menunjukkan gambar *workshop* Revolt Industry dengan *caption* tentang siapa itu Revolt Industry. Pada halaman 2 menunjukkan gambar kulit yang sudah dikelola dengan *caption* " *why leather?*" dalam hal ini penulis ingin menunjukkan pertanyaan yang ada dibenak masyarakat.



Gambar 4.17 Halaman 3 dan Halaman 4  
 Sumber : Hasil Foto Revolt Industry

Pada halaman 3 menunjukkan gambar kulit yang sudah di *coloring* dengan *caption* jawaban dari halaman sebelumnya kenapa Revolt Industry menggunakan kulit, alasan Revolt Industry menggunakan kulit. Pada halaman 4 penulis ingin menunjukkan pertanyaan lain yang ada dibenak masyarakat kenapa Revolt Industry menggunakan *handmade* dalam proses pembuatan produk



Gambar 4.18 Halaman 5 dan Halaman 6  
 Sumber : Hasil Foto Revolt Industry

Pada halaman 5 ditujukan pada pertanyaan masyarakat tentang Revolt Industry menggunakan *handmade* dalam pembuatan setiap produk. Dengan menunjukkan gambar seseorang sedang melakukan proses pembuatan produk. Pada halaman 6 *catalog* ini penulis ingin memberitahukan kepada masyarakat bagaimana merawat produk-produk berbahan kulit asli.



Gambar 4.19 Halaman 7 dan Halaman 8  
 Sumber : Hasil Olahan Penulis

Pada halaman 7 subjudul sebagai transisi dari halaman sebelumnya yang membahas tentang internal Revolt Industry dengan foto-foto produk Revolt Industry. Halaman 8 menunjukkan gambar produk Revolt Industry yang diberi nama “Compact Zipper 1” dengan *caption* yang menunjukkan detail produk.



Gambar 4.20 Halaman 9 dan Halaman 10  
Sumber : Hasil Olahan Penulis

Halaman 9 pada *catalog* ini menunjukkan foto produk Revolt Industry “Compact II Oxblood 1” dengan *caption* yang menunjukkan kegunaan dan detail produk. Pada Halaman 10 menunjukkan foto “Vertical Wallet II” dengan penambahan *caption* yang lebih fungsional dan detail.



Gambar 4.21 Halaman 11 dan Halaman 12  
Sumber : Hasil Olahan Penulis

Halaman 11 menunjukkan foto produk Revolt Industry “Short Wallet IV” dengan penambahan *caption* tentang detail produk. Pada halaman 12 terdapat foto “Long Zipper” dengan *caption* yang fungsional dan menunjukkan bahwa ini merupakan produk baru dari Revolt Industry.



Gambar 4.22 Halaman 13 dan Halaman 14  
Sumber : Hasil Olahan Penulis

Pada halaman 13 menunjukkan foto “Long Wallet IV” dengan menonjolkan warna dari produk serta *caption* yang menunjukkan bahwa produk ini merupakan perpaduan antara produk sebelumnya. Halaman 14 menunjukkan foto “Long Wallet V” yang lebih menunjukkan kekuatan dan karakteristik dengan penambahan *caption* yang menunjukkan varian warna pada produk ini.



Gambar 4.23 Halaman 15 dan Halaman 16  
Sumber : Hasil Olahan Penulis

Halaman 15 akan menunjukkan produk Revolt Industry dengan spesifikasi slot dan harga produk. Pada halaman 16 menunjukkan produk Revolt Industry dan fungsi dari produk tersebut.



Gambar 4.24 Halaman 17 dan Halaman 18  
Sumber : Hasil Olahan Penulis

Pada halaman 17 dan halaman 18 akan menunjukkan setiap *series* produk dengan memberikan informasi slot serta fungsi produk. Informasi harga yang di inginkan dicantumkan pada halaman tersebut.



Gambar 4.25 Halaman 19 dan Halaman 20  
Sumber : Hasil Olahan Penulis

Halaman 19 dan halaman 20 akan dijelaskan setiap series produk mulai dari slot, fungsi, dan harga dari setiap produk. serta memberikan varian warna yang telah diproduksi oleh Revolt Industry.



Gambar 4.26 Halaman 21 dan Halaman Penutup  
Sumber : Hasil Olahan Penulis

Pada halaman 21 akan dijelaskan secara terperinci produk Revolt Industry dengan memberikan informasi harga. Setelah melihat produk-produk Revolt Industry serta alasan kenapa produk Revolt Industry mahal, masyarakat jadi mengetahui perbedaan produk dengan kulit asli dan tidak. Halaman penutup akan diberikan gambar *cowhide* atau bagian-bagian kulit sapi yang digunakan Revolt Industry untuk membuat produk.

b. *Merchandise*



Gambar 4.27 *Merchandise* Revolt Industry  
Sumber : Hasil Olahan Penulis

*Merchandise* dalam perancangan ini berupa kaos dengan menunjukkan logo Revolt Industry dibagian depan sebagai identitas. Pada bagian belakang belakang kaos menunjukkan logo Revolt Industry dengan *caption* yang menunjukkan keunggulan produk *handmade*. Kaos dibuat dengan menggunakan samblon manual.

c. *Poster*



Gambar 4.28 *Poster* Revolt Industry  
Sumber : Hasil Olahan Penulis

Poster pada perancangan ini dibuat untuk menunjukkan event yang akan diikuti oleh Revolt Industry yakni pada event Gestaltif dengan memberikan *caption* untuk mengajak masyarakat untuk datang. Dengan memberikan foto produk serta logo Revolt Industry sebagai identitas untuk lebih membuat masyarakat tertarik. Poster terdapat sedikit perbedaan dengan sketsa awal dari segi komposisi, *layout* dan *teks* karena properti harus disesuaikan dengan produk yang akan dijadikan gambar utama.

d. *Kartu Bisnis*



Gambar 4.29 *Kartu Bisnis* Revolt Industry  
Sumber : Hasil Olahan Penulis

Bagian depan kartu bisnis akan diisi dengan nama, nomer telfon, alamat *workshop*, *Instagram*, *website* sehingga memudahkan bagi masyarakat jika ingin membeli atau melihat produk. Bagian belakang akan diisi logo Revolt Industry sebagai identitas perusahaan.

e. *X-banner*



Gambar 4.30 *X-banner* Revolt Industry  
Sumber : Hasil Olahan Penulis

*Xbanner* pada perancangan kali ini digunakan untuk mempromosikan produk Revolt Industry dengan harapan setelah melihat *X-banner* masyarakat tertarik untuk mengetahui lebih lanjut Revolt Industry. *X-banner* akan dibuat untuk diletakkan di *workshop* Revolt Industry sebagai salam perkenalan kepada masyarakat.

**Kesimpulan**

Adapun kesimpulan yang dapat diambil dari perancangan komunikasi visual Revolt Industry menggunakan teknik fotografi sebagai upaya meningkatkan *Brand Awareness* adalah :

- Perancangan komunikasi visual ini untuk mengkomunikasikan Revolt Industry kepada masyarakat serta mengedukasi masyarakat mengenai kualitas produk *handmade* serta kualitas produk berbahan 100% *genuine leather*. Teknik fotografi yang digunakan pada perancangan komunikasi visual Revolt Industry ini sudah sangat merepresentasikan karakteristik Revolt Industry. Perancangan komunikasi

- visual tersebut untuk memperkenalkan dan meningkatkan *brand awareness* produk guna meningkatkan penjualan yang sempat menurun pada 6 bulan terakhir.
- b. Konsep pada perancangan komunikasi visual ini adalah “*Interesting*” yang divisualkan dengan gaya desain yang menonjolkan foto produk dari segi komposisi dan warna yang sesuai dengan karakteristik produk. Dari konsep *interesting* dan didukung oleh teknik fotografi yang mampu mengkomunikasikan kualitas produk dinilai sudah mampu membangun *image* produk Revolt Industry sebagai salah satu produsen dan distributor barang-barang berbahan 100% *genuine leather*. Didukung dengan *caption* yang lebih informatif dan edukatif perancangan ini sudah dapat mengkomunikasikan *image* produk Revolt Industry.

### Saran

- Berdasarkan hasil penelitian, beberapa saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut :
- a. Pihak Revolt Industry diharapkan mampu melakukan kegiatan promosi yang baik dengan media-media promosi yang dapat menjadi pendukung atau penunjang kegiatan, sehingga harapan supaya produk Revolt Industry dapat lebih dikenal oleh masyarakat umum.
- b. Mempertahankan keunikan yang dimiliki dan terus menginovasi ide kreatif dalam media komunikasi visual yang telah dirancang guna menghindari adanya anggapan negative dari publik yang mampu mempengaruhi *aware* produk Revolt Industry terhadap masyarakat.

### DAFTAR PUSTAKA

#### Buku

- Aaker, David A. 1991. *Managing Brand Equity*. New York: The Free Press.
- Ali Hasan. 2008. *Marketing*. Media Utama, Yogyakarta
- Ambrose, G. & Harris, P. (2005). *Typhography*. UK: Ava Publishing Sa.
- Dameria, Anne. 2007. *Color Basic Paduan Dasar Warna untuk Desainer & Industri Grafika*. Jakarta: Link & Match Graphic.
- Darwis, Triadi. 2014. *Color Vision*, Jakarta: KOMPAS.
- Emzir. 1984. *Metodologi Penelitian Pendidikan Kuantitatif dan Kualitatif*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Hadi, Sutrisno. 1989. *Metodologi Research Jilid I & II*. Yogyakarta : Andi Offset.
- Ismawati, Esti. 2009. *Perencanaan Pengajaran Bahasa*. Yogyakarta: Ombak Yogyakarta
- Kartono, Kartini. 1980. *Pengantar Metodologi Research Sosial*. Bandung: Alumni
- Kusrianto, A. 2007. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Andi.
- Kusrianto, Adi. 2010. *Pengantar Tipografi*, Jakarta: PT. Elex Media Komputindo
- Kotler, Philip. 2001. *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol*. Jakarta : PT. Prehallindo
- Lexy J. Moleong, 2001, *Metode Penelitian Kualitatif*, cetakan keempatbelas, Bandung: PT Remaja Rosdakarya (anggota IKAPI).
- Qalyubi, Sihabuddin. 2007. *Dasar-dasar Ilmu Perpustakaan dan Informasi*. Yogyakarta : Jurusan Ilmu Informasi dan Perpustakaan, UIN Sunan Kalijaga.
- Rangkuti, Freddy. ((2009). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: PT. GramediaPustakaUtama.
- Safanayong, Yongki. 2006. *Desain Komunikasi Visual Terpadu*. Jakarta: Arte Intermedia.
- Sujana, Nana & Ahmad Rivai, 2009. *Media Pengajaran*, Cet.8, Bandung : Sinar Baru Algesindo.
- Sanyoto, Ebdi S. 2006. *Metode Perancangan Komunikasi Visual Periklanan*. Yogyakarta: Dimensi Press.s
- Sarwono, J., & Lubis, H. 2007 *Metode Riset Untuk Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Andi.
- Sihombing, Danton. 2001. *Tipograi Dalam Desain Grafis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Sopiah dan Syihabudhin. 2008. *Manajemen Bisnis Ritel*. Edisi 1. Yogyakarta: Andi Offset.
- Thabrani, Suryanto. 2003. *Desain Grafis Dengan Flash & CorelDraw*, Jakarta: Datakom Lintas Buana.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2012. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta, Andi.
- Widyatama, Rendra. 2005. *Pengantar Periklanan*. Jakarta: Buana Pustaka Indonesia.

#### Jurnal

- Ulfi Hadiyani (2015). *Mengenai Perancangan logo dan media promosi software Ritella berbasis pop art sebagai upaya meningkatkan brand awareness*. STIKOM Surabaya
- Bagus Made Bayu Suwirya (2011). *Desain Komunikasi Visual dalam usaha mempromosikan Pop Haris Hotel di Jalan Teuku Umar No.47 A Denpasar Bali*. ISI Denpasar

#### Internet

- Sumber :  
<https://sites.google.com/a/sduhsd.net/mr-jordon/photography>  
 (Diakses pada 20 November 2016)



<http://www.revoltindustry.com/> (diakses pada tanggal; 1 November 2016)  
<http://vovejstore.com/> (diakses pada tanggal 14 Desember 2016)