



Perancangan Video Promosi di Sanggar Doka Tawa Tana

TUGAS AKHIR

**Diajukan kepada Institut Filsafat dan Teknologi Kreatif Ledalero
untuk memenuhi sebagian dari syarat-syarat
guna memperoleh gelar Sarjana Desain
Program Studi
Desain Komunikasi Visual**

Oleh

**Efrem Yerdano Laba Gena Atamarang
22902410008**

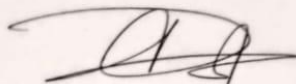
**INSTITUT FILSAFAT DAN TEKNOLOGI KREATIF LEDALERO
MAUMERE
2026**

HALAMAN PENERIMAAN JUDUL

1. Nama : Efrem Yerdano Laba Gena Atamarang
2. NPM : 22902410008
3. Judul : Perancangan Video Promosi di Sanggar Doka Tawa Tana
4. Tanggal Diterima : 9 Februari 2026

5. MENGESAHKAN:

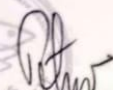
Dosen Pembimbing



Maria Rut Xavieriana da Silva, S. Kom., M. Ds

Dekan Fakultas

Teknologi Kreatif


Dr. Petrus Dori

Ketua Program Studi

Desain Komunikasi Visual


Amandus Benediktus Seran Klau, S. Fil., M.I. K.

HALAMAN PENGESAHAN

Dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi
Institut Filsafat dan Teknologi Kreatif Ledalero
dan diterima untuk memenuhi sebagian
dari syarat-syarat guna memperoleh
Gelar Sarjana Desain
Program Studi
Desain Komunikasi Visual

Pada Tanggal
10 Juli 2026

Mengesahkan

INSTITUT FILSAFAT DAN TEKNOLOGI KREATIF LEDALERO

Dewan Penguji

1. Penguji 1: Maria Imakulata da Silva, S.Ds, M.Ds



2. Penguji 2: Maria Rut Xaveriana da Silva, S. Kom., M. Ds



Dekan Fakultas
Teknologi Kreatif


Dr. Petrus Dori

Ketua Program Studi
Desain Komunikasi Visual


Amandus Benediktus Seran Klau, S. Fil., M.I. K.

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Efrem Yerdano Laba Gena Atamarang
NPM : 22902410008
Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir berjudul: "**Perancangan Video Promosi di Sanggar Doka Tawa Tana**", adalah hasil karya saya sendiri, dan bukan hasil plagiasi dari karya yang ditulis orang lain atau lembaga lain. Seluruh sumber yang digunakan dalam penulisan Tugas Akhir ini telah disebutkan sumber kutipannya serta dicantumkan pada catatan kaki dan daftar pustaka. Apabila dikemudian hari terbukti ditemukan kecurangan atau penyimpangan, berupa plagiasi atau penjiplakan dan sejenisnya di dalam Tugas Akhir ini, saya bersedia menerima sanksi akademis yakni pencabutan Tugas Akhir serta gelar yang saya peroleh dari Tugas Akhir ini.

Demikian pernyataan ini saya buat untuk diketahui.

Ledalero, 03 Juli 2026

Yang menyatakan



Efrem Yerdano Laba Gena Atamarang

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai civitas akademik Institut Filsafat dan Teknologi Kreatif Ledalero, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Efrem Yerdano Laba Gena Atamarang
NIM : 22902410008
Prodi : Desain Komunikasi Visual
Jenis Pendidikan : STRATA 1 (S1)
Jenis Karya : Tugas Akhir

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Institut Filsafat dan Teknologi Kreatif Ledalero Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non-Exclusive Royalti Free Right*) atas Tugas Akhir saya yang berjudul **“Perancangan Video Promosi di Sanggar Doka Tawa Tana”**, beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif ini Institut Filsafat dan Teknologi Kreatif Ledalero berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan Tugas Akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai peneliti/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di Ledalero
Pada Tanggal : 03 Juli 2026
Yang Menyatakan



Efrem Yerdano Laba Gena Atamarang



ABSTRAK

Efrem Yerdano Laba Gena Atamarang, 22902410008, **Perancangan Video Promosi di Sanggar Doka Tawa Tana**. Tugas Akhir. Program Studi Desain Komunikasi Visual, Institut Filsafat dan Teknologi Kreatif Ledalero, 2026.

Kesenian tradisional di Indonesia menghadapi tantangan serius dalam mempertahankan keberlangsungannya di tengah dominasi budaya asing dan minimnya strategi promosi yang terencana. Sanggar Doka Tawa Tana, sebuah lembaga seni non-formal di Kampung Adat Dokar, Desa Umuta, Kecamatan Bola, Kabupaten Sikka, Nusa Tenggara Timur, menyimpan kekayaan tiga cabang kesenian tari tradisional, musik kampung, dan tenun ikat berbahan pewarna alami yang belum dikenal secara luas oleh masyarakat akibat keterbatasan media promosi yang digunakan. Penelitian ini bertujuan merancang sistem media promosi yang diharapkan efektif, komunikatif, dan sesuai dengan kebutuhan Sanggar Doka Tawa Tana di era digital. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif yang dipadukan dengan metode Design Thinking, mencakup empat tahapan yang diterapkan: Empathize, Define, Ideate, dan Prototype. Tahap Test tidak dilaksanakan karena fokus penelitian ini adalah pada perancangan sistem media promosi, dan validasi awal telah dilakukan melalui wawancara mendalam serta Focus Group Discussion (FGD) pada tahap Prototype. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam kepada pengelola, anggota sanggar, serta masyarakat dan wisatawan, serta observasi lapangan secara partisipatif langsung di lokasi sanggar. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan teknik analisis tematik untuk merumuskan pernyataan masalah dan konsep perancangan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar masyarakat dan wisatawan yang diwawancarai belum mengenal keberadaan sanggar. Atas dasar temuan tersebut, dikembangkan konsep kreatif "Benang Merah Budaya" yang bertumpu pada tiga pilar: autentisitas, integrasi, dan keberanian estetis dengan identitas visual yang sepenuhnya terinspirasi dari palet warna pewarna alami dan motif khas Kabupaten Sikka. Sistem media promosi yang dihasilkan mencakup video promosi utama berdurasi 1–1,5 menit untuk *Platform YouTube* dan *Facebook*, video pendek vertikal untuk *Instagram Reels* dan *TikTok*, poster, *Flyer* dengan kode QR, *template* konten media sosial, serta sejumlah media pendukung cetak dan *Merchandise*. Perancangan media promosi Sanggar Doka Tawa Tana diharapkan mampu menghasilkan sistem komunikasi visual yang berkesinambungan, berbasis kearifan lokal, dan relevan dengan kebutuhan audiens digital. Penelitian ini sekaligus berkontribusi sebagai arsip visual kekayaan kesenian Kabupaten Sikka dan menjadi rujukan bagi upaya pelestarian seni budaya tradisional melalui pendekatan desain komunikasi visual yang sistematis dan berpusat pada pengguna.

Kata kunci: video promosi, doka tawa tana, *Design Thinking*, media promosi digital

ABSTRACT

Efrem Yerdano Laba Gena Atamarang, 22902410008, *Design of a Promotional Video for Sanggar Doka Tawa Tana*. Final Project. Visual Communication Design Study Program, Ledalero Institute of Philosophy and Creative Technology, 2026.

Traditional arts in Indonesia face serious challenges in sustaining their existence amid the dominance of foreign culture and the lack of well-planned promotional strategies. Sanggar Doka Tawa Tana, a non-formal art institution located in Kampung Adat Dokar, Umuta Village, Bola Sub-district, Sikka Regency, East Nusa Tenggara, holds a rich heritage of three art forms traditional dance, village music, and ikat weaving using natural dyes that remain largely unknown to the public due to limited promotional media. This study aims to design a promotional media system that is effective, communicative, and suited to the needs of Sanggar Doka Tawa Tana in the digital era. The research employs a qualitative approach combined with the Design Thinking method, covering four stages: Empathize, Define, Ideate, and Prototype. The Test stage was not carried out because the focus of this study is on designing the promotional media system, and initial validation had already been conducted through in-depth interviews and a Focus Group Discussion (FGD) during the Prototype stage. Data were collected through in-depth interviews with the studio's management and members, as well as the community and tourists, along with direct participatory field observation at the studio's location. The collected data were analyzed using thematic analysis techniques to formulate the problem statement and design concept. The results show that most of the community members and tourists interviewed were not yet aware of the studio's existence. Based on these findings, a creative concept titled “Benang Merah Budaya” (“The Common Thread of Culture”) was developed, resting on three pillars: authenticity, integration, and aesthetic boldness with a visual identity fully inspired by the natural-dye color palette and the distinctive motifs of Sikka Regency. The resulting promotional media system includes a main promotional video lasting 1–1.5 minutes for YouTube and Facebook, short vertical videos for Instagram Reels and TikTok, posters, flyers with QR codes, social media content templates, and a number of supporting print media and merchandise. The design of promotional media for Sanggar Doka Tawa Tana is expected to produce a sustainable, locally rooted visual communication system that is relevant to the needs of digital audiences. This research also contributes as a visual archive of Sikka Regency's artistic heritage and serves as a reference for efforts to preserve traditional arts and culture through a systematic, user-centered visual communication design approach.

Keywords: promotional video, doka tawa tana, Design Thinking, digital promotional media

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat, kekuatan, dan penyertaan-Nya sehingga Tugas Akhir yang berjudul "Perancangan Video Promosi di Sanggar Doka Tawa Tana" ini dapat diselesaikan dengan baik. Penulis menyadari bahwa proses penyusunan karya ini tidak lepas dari dukungan berbagai pihak, sehingga pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya.

Pertama, kepada kedua orang tua tercinta, Almarhum Bapa Yohakim Atamarang dan Ibu Maria Imakulata Kumanireng yang senantiasa memberikan doa, dukungan moral maupun material, serta semangat tanpa henti selama penulis menempuh pendidikan hingga tahap penyelesaian Tugas Akhir ini. Kasih sayang dan kepercayaan yang diberikan menjadi sumber kekuatan utama bagi penulis dalam menghadapi setiap tantangan selama proses penelitian dan perancangan.

Kedua, ucapan terima kasih kepada Almarumah mama Emerensiana Maran yang sudah membiayai pendidikan saya hingga tahap ini.

Ketiga, penulis juga menyampaikan terima kasih kepada Institut Filsafat dan Teknologi Kreatif Ledalero, beserta seluruh dosen Program Studi Desain Komunikasi Visual, khususnya dosen pembimbing, ibu Maria Rut Xaveriana da Silva, S. Kom., M. Ds yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk membimbing penulis dengan penuh kesabaran sejak tahap penyusunan proposal hingga penyelesaian laporan ini. Ucapan terima kasih turut penulis sampaikan kepada pengelola dan seluruh anggota Sanggar Doka Tawa Tana yang telah membuka pintu dengan hangat dan bersedia menjadi narasumber serta objek penelitian, juga kepada teman-teman dan semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung selama proses penelitian dan perancangan ini berlangsung. Semoga Tugas Akhir ini dapat memberikan manfaat bagi Sanggar Doka Tawa Tana, almamater, dan pembaca pada umumnya.

Ledalero

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Penerimaan Judul.....	ii
Halaman Pengesahan	iii
Pernyataan Orisinalitas	iv
Pernyataan Persetujuan Publikasi	v
Abstrak.....	vi
Abstract.....	vii
Kata Pengantar.....	viii
Daftar Isi	ix
Daftar Gambar	xii
Daftar Tabel	xiii

BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	2
1.3 Rumusan Masalah.....	3
1.4 Batasan Masalah	3
1.5 Tujuan Perancangan.....	3
1.6 Manfaat Perancangan.....	4
1.6.1 Manfaat Teoritis.....	4
1.6.2 Manfaat Praktis	4
1.7 Ruang Lingkup.....	4
1.7.1 Ruang Lingkup Objek.....	4
1.7.2 Ruang Lingkup Subjek	4
1.7.3 Ruang Lingkup Materi.....	4
1.7.4 Ruang Lingkup Waktu.....	4
1.8 Sistematika Penulisan	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Penelitian dan Perancangan Terdahulu	6
2.1.1 Posisi Penelitian dan Kebaruan (<i>Research gap</i>)	8
2.2 Teori dan Konsep Perancangan	9
2.2.1 Desain Komunikasi Visual	9
2.2.2 Elemen-Elemen Desain.....	10
2.2.3 Prinsip-Prinsip Desain	11
2.2.4 Teori Warna	12
2.2.5 <i>Layout</i> dan Tata Letak	12
2.2.6 Konsep Kreatif dalam Perancangan.....	13
2.2.7 Media Promosi	13
2.2.8 Teknik <i>Shooting</i> dalam Pengambilan Video.....	13
2.2.9 Penentuan Durasi Video Iklan yang Efektif	15
2.2.10 Media Pendukung	16
2.2.11 Fotografi dalam Media Promosi	16
2.2.12 Kesenian Tradisional sebagai Objek Perancangan	17
2.2.13 Teori Stilasi dalam Desain Visual.....	17
2.3 Teori STP (Segmentasi, <i>Targeting</i> , dan <i>Positioning</i>).....	17
2.3.1 Segmentasi (<i>Segmentation</i>).....	18
2.3.2 <i>Targeting</i> (Penargetan)	18
2.3.3 <i>Positioning</i> (Pemosisian)	19

2.3.4 Implementasi STP dalam Perancangan Media Promosi	19
2.4 Pendekatan Penelitian Kualitatif	20
2.5 Teknik Pengumpulan Data	20
2.6 <i>Design Thinking</i>	20
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	22
3.1 Alur Penelitian	22
3.2 Rancangan Riset	23
3.2.1 Tahap 1: <i>Empathize</i>	23
3.2.2 Tahap 2: <i>Define</i>	24
3.2.3 Tahap 3: <i>Ideate</i>	24
3.2.4 Tahap 4: <i>ProtoType</i>	25
3.2.5 Ringkasan Rancangan Riset	25
3.3 Jadwal dan Alur Perencanaan Perancangan	28
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	28
4.1 Tahap 1: <i>Empathize</i>	29
4.1.1 Hasil Wawancara Mendalam	29
4.1.2 Hasil Observasi Lapangan	30
4.2 Tahap 2: <i>Define</i> (Pendefinisian Masalah)	31
4.2.1 Analisis Tematik Data Kualitatif	31
4.2.2 Analisis SWOT Promosi Sanggar Doka Tawa Tana	31
4.2.3 User Persona	32
4.2.4 Studi Target Audiens Utama	32
4.2.5 Problem Statement	35
BAB V KONSEP DAN IMPLEMENTASI DESAIN	35
5.1 <i>Ideate</i> (Pengembangan Ide)	36
5.1.1 <i>Brainstorming</i> dan <i>Mind Mapping</i>	36
5.1.2 Konsep Kreatif: “Benang Merah Budaya”	37
5.1.3 Pengembangan Identitas Visual	37
5.1.4 Konsep Narasi Video Promosi	41
5.2 Tahap 4: <i>ProtoType</i> (Perancangan Produk Media)	41
5.2.1 Video Promosi (Media Utama)	42
5.3 Final Desain	52
5.3.1 Final Desain Video Promosi Utama	53
5.3.2 Final Desain Video Pendek (<i>Instagram Reels</i> dan <i>TikTok</i>)	53
5.3.3 Final Desain Poster Profil Sanggar	54
5.3.4 Final Desain <i>Flyer</i> Digital dan Cetak	55
5.3.5 Final Desain <i>Template</i> Konten Media Sosial	56
5.3.6 Final Desain Brosur	57
5.3.7 Final Desain <i>X banner</i>	58
5.3.8 Final Desain Kaos (T-Shirt)	59
5.3.9 Final Desain <i>Totebag</i>	60
5.3.10 Final Desain Gantungan Kunci	61
5.3.11 Final Desain Kalender	62
5.3.12 Ringkasan Spesifikasi Teknis Final Desain	63
5.4 Pembahasan	64
5.4.1 Efektivitas Pendekatan Kualitatif dalam Perancangan	64
5.4.2 Kontribusi <i>Design Thinking</i> dalam Proses Perancangan	64

5.4.3 Kebaruan Perancangan: Sistem Promosi Multidisiplin	65
5.4.4 Implikasi bagi Pelestarian Seni Budaya Tradisional	65
BAB VI PENUTUP	66
6.1 Kesimpulan	66
6.1.1 Perancangan Media Promosi yang Efektif dan Komunikatif	66
6.1.2 Konsep Kreatif “Benang Merah Budaya”	66
6.1.3 Media Promosi yang Relevan untuk Era Digital	67
6.1.4 Kontribusi bagi Pelestarian Seni Budaya Tradisional	67
6.2 Saran	67
6.2.1 Saran bagi Sanggar Doka Tawa Tana	67
6.2.2 Saran bagi Peneliti Selanjutnya	68
6.2.3 Saran bagi Pemerintah dan Pemangku Kebijakan	68
DAFTAR PUSTAKA.....	69
LAMPIRAN.....	71
UCAPAN TERIMA KASIH	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Gambar Teori Warna	11
Gambar 3.1 Alur Penelitian <i>Design Thinking</i>	22
Gambar 5.1 <i>Mind Mapping</i> Sanggar Doka Tawa Tana	36
Gambar 5.2 Dokumentasi Visual Sanggar Doka Tawa Tana	37
Gambar 5.3 Palet Warna Sanggar Doka Tawa Tana	38
Gambar 5.4 Tipografi Sanggar Doka Tawa Tana.....	38
Gambar 5.5 Studi Garis Sanggar Doka Tawa Tana.....	39
Gambar 5.6 Studi Bentuk Sanggar Doka Tawa Tana.....	40
Gambar 5.7 <i>ProtoType</i> Thumbnail Video Promosi Utama	49
Gambar 5.8 Proses Colour Grading (1–1,15 Menit, 16:9 Full HD)	49
Gambar 5.9 Proses Effect Control (1–1,15 Menit, 16:9 Full HD).....	50
Gambar 5.10 Proses Audio Editing (1–1,15 Menit, 16:9 Full HD).....	50
Gambar 5.11 Final Desain Thumbnail Video Promosi Utama.....	52
Gambar 5.12 Final Desain Video Pendek untuk <i>Instagram Reels</i> dan <i>TikTok</i>	53
Gambar 5.13 Desain Poster Profil Sanggar Doka Tawa Tana (A3, 300 dpi)	53
Gambar 5.14 Final Desain Poster Profil Sanggar Doka Tawa Tana (A3, 300 dpi) 54	
Gambar 5.15 Desain <i>Flyer</i> Sisi Depan (A5, Cetak dan Digital).....	54
Gambar 5.16 Final Desain <i>Flyer</i> Sisi Depan (A5, Cetak dan Digital)	55
Gambar 5.17 Desain <i>Template Instagram Feed Post</i>	55
Gambar 5.18 Final Desain <i>Template Instagram Feed Post</i>	56
Gambar 5.19 Final Desain Brosur Trifold A4 Sanggar Doka Tawa Tana	56
Gambar 5.20 Final Desain Brosur Trifold A4 Sanggar Doka Tawa Tana	57
Gambar 5.21 Desain <i>X banner</i> Sanggar Doka Tawa Tana (60 x 160 cm).....	57
Gambar 5.22 Final Desain <i>X banner</i> Sanggar Doka Tawa Tana (60 x 160 cm)	58
Gambar 5.23 Desain Kaos Sanggar Doka Tawa Tana	58
Gambar 5.24 Final Desain Kaos Sanggar Doka Tawa Tana	59
Gambar 5.25 Desain <i>Totebag</i> Sanggar Doka Tawa Tana	60
Gambar 5.26 Final Desain <i>Totebag</i> Sanggar Doka Tawa Tana	60
Gambar 5.27 Desain Gantungan Kunci Sanggar Doka Tawa Tana.....	60
Gambar 5.28 Final Desain Gantungan Kunci Sanggar Doka Tawa Tana	61
Gambar 5.29 Desain Kalender Dinding A5 Sanggar Doka Tawa Tana	61
Gambar 5.30 Final Desain Kalender Dinding A3 Sanggar Doka Tawa Tana	62

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Perbandingan Penelitian Terdahulu yang Relevan	6
Tabel 2.2 Kerangka STP dalam Perancangan Media Promosi Sanggar	18
Tabel 3.1 Rancangan Riset Berdasarkan Tahapan <i>Design Thinking</i>	24
Tabel 3.2 Jadwal dan Alur Perencanaan Perancangan Media Promosi Sanggar ...	26
Tabel 4.1 Hasil Analisis Tematik Data Kualitatif.....	31
Tabel 4.2 Analisis SWOT Sanggar Doka Tawa Tana	31
Tabel 4.3 User Persona Target Audiens	32
Tabel 5.1 Struktur Narasi Video Promosi “Benang Merah Budaya”	40
Tabel 5.2 <i>Storyboard</i> Video Promosi “Benang Merah Budaya”	43
Tabel 5.3 Daftar Produk Media Promosi yang Dirancang.....	51
Tabel 5.4 Spesifikasi Teknis Seluruh Produk Final Desain Media Promosi	62