

MEDIA PROMOSI DAN BRANDING

USAHA DUPA HERBAL SUPUTRA



Oleh :

Ni Luh Mia Cahaya Pramesti (202006051)

Dosen Pengampu :

Ida Ayu Dwita Krisna Ari S.Sn.,M.Sn

I Wayan Nuriarta S.Pd.,M.Sn

Wahyuning sri

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS SENI RUPA DAN DESAIN

INSTITUT SENI INDONESIA DENPASAR

2022

Abstrak

Dalam setiap perusahaan baik itu perusahaan besar maupun usaha kecil-kecilan, pasti membutuhkan strategi marketing dalam memasarkan suatu produk dari perusahaan itu sendiri. Selain itu, perusahaan juga membutuhkan branding agar suatu produk bisa melekat di benak konsumen. Branding adalah praktik pemasaran dimana suatu perusahaan menciptakan sebuah rancangan nama, istilah, tanda, simbol, desain, atau kombinasi seluruhnya yang berguna untuk memudahkan dalam mengidentifikasi suatu produk dalam perusahaan atau UMKM. Maka dari itu, branding memiliki pengaruh yang sangat besar bagi perusahaan. Dengan branding ini dapat memberikan kesan yang mendalam dan juga dapat meningkatkan keuntungan bagi perusahaan. Selain branding dalam sebuah perusahaan, promosi juga sangat diperlukan untuk mendatangkan konsumen. Promosi adalah suatu hal yang harus dilakukan setiap perusahaan. Hal utama dalam promosi suatu produk adalah dengan membuat pesan persuasif yang efektif untuk menarik perhatian kepada konsumen agar konsumen menjadi tertarik terhadap produk yang di promosikan oleh perusahaan. Membuat media promosi juga sangat berpengaruh untuk memasarkan produk agar lebih dikenal oleh masyarakat luas. Maka dengan begitu, pembuatan lima media branding dan media promosi dengan design yang terbaru dan lebih menarik ini bertujuan untuk membranding dan mempromosikan produk Dupa Herbal Suputra agar dapat menarik konsumen untuk membeli produk dari Dupa Herbal Suputra serta meningkatkan penjualan dan mempromosikan produk mereka lebih jauh kepada masyarakat luas baik itu masyarakat lokal maupun turis mancanegara.

PENDAHULUAN

Latar belakang

Dalam memasarkan dan menjualkan suatu produk, tiap perusahaan atau UMKM pasti merancang dan menggunakan strategi marketing guna menarik konsumen agar produknya bisa terjual. Selain itu, perusahaan juga membutuhkan branding agar produk yang dijual bisa membuat konsumen tertarik. cara untuk mengkomunikasikan pesan dari sebuah produk bisnis kepada para konsumernya. Melalui pelaksanaan yang baik, perusahaan dapat memberikan kesan yang baik kepada para penggunanya, sehingga membuat para pelanggan terus setia untuk menggunakan produk tersebut. Tujuan dari suatu branding adalah untuk mengenalkan brand perusahaan, membangun citra positif dan reputasi perusahaan agar selalu bagus di mata konsumen.

Selain branding, suatu perusahaan juga memerlukan media promosi untuk mengenalkan produknya. Media Promosi merupakan suatu alat untuk mengkomunikasikan suatu produk atau jasa agar dapat lebih dikenal masyarakat lebih luas. Media promosi yang paling tua adalah media dari mulut ke mulut. Media ini memang sangat efektif, tetapi kurang efisien karena kecepatan penyampainanya kurang bisa diukur dan diperkirakan.

Penulis memilih mengangkat usaha dupa herbal ini dikarenakan media promosi atau pemasaran dan branding yang digunakan belum maksimal. Kurang maksimalnya media promosi yang ditujukan kepada masyarakat lokal menyebabkan kurang tersebarnya informasi mengenai produk dupa herbal yang dihasilkan oleh Dupa Herbal Suputra .

Maka dari itu menginginkan agar bisa memasarkan produk mereka lebih luas lagi dengan di buatkannya media branding dan promosi untuk produk dari dupa herbal suputra mereka karena mereka juga sama sekali belum memiliki media branding dan media promosi untuk produk mereka.

Rumusan masalah

1. Bagaimana merancang media branding untuk usaha dupa herbal suputra ini?
2. Media apa yang sesuai untuk mempromosikan dupa herbal suputra?

1. Media yang di buat

a. Logo

Logo merupakan sekadar sketsa dengan makna tertentu, dan mewakili suatu arti dari perusahaan, daerah, organisasi, produk, negara, lembaga, dan hal lainnya membutuhkan sesuatu yang singkat dan mudah diingat. Pada perancangan logo ini akan menggunakan perpaduan dari logo gram dan logotype, serta menggunakan ilustrasi yang menggambarkan produk dari dupa herbal suputra.

b. Kartu nama

Kartu nama digunakan untuk memberikan informasi kontak kita kepada orang lain. Pada perancangan kartu nama ini akan mencantumkan logo perusahaan pada sisi depan dan mencantumkan nomor telepon, sosial media, dan alamat dari dupa herbal suputra ini.

c. Label kemasan

Sebuah label kemasan merupakan bagian dari kemasan, atau bisa pula merupakan etiket (tanda pengenal) yang dicantelkan pada produk.

Pada perancangan label kemasan ini mencantumkan logo dari perusahaan, varian yang terkandung dalam produk, kode produksi dari produk dupa herbal suputra.

d. Desain kemasan

Desain kemasan adalah sebuah usaha kreatif untuk membuat sebuah wadah atau kemasan dari suatu produk. Proses desain kemasan nantinya akan mengacu pada produk itu sendiri, mulai dari warna, ukuran, serta elemen-elemen grafis lainnya untuk memaksimalkan daya tarik dari produk itu sendiri.

Pada perancangan desain kemasan produk dupa herbal suputra ini akan mencantumkan logo perusahaan, nama produk, bahan yang terkandung, serta informasi yang berkaitan dengan produk yang dijual.

e. Paper bag

Tas kertas atau *paper bag* adalah tas yang dibuat dari bahan kertas karton yang cukup tebal. Paper bag ini berfungsi untuk mewadahi produk agar lebih aman dan terlindungi.

Proses kerja

Dalam pembuatan media branding dan promosi ini, untuk mendapatkan data mengenai umkm penulis melakukan wawancara dengan owner dari dupa herbal suputra. Setelah mewawancarai pemilik dan studi literature yang di lakukan oleh penulis maka media yang akan di buat adalah logo, kartu nama, label kemasan, desain kemasan, dan paperbag.

a. Logo

Logo merupakan suatu gambar atau sekadar sketsa dengan arti tertentu, dan mewakili suatu arti dari perusahaan, daerah, organisasi, produk, negara, lembaga, dan hal lainnya membutuhkan sesuatu yang singkat dan mudah diingat sebagai pengganti dari nama sebenarnya. Serta divisualisasikan bentuk asap yang menyerupai bentuk S yang artinya Suputra.

Warna yang di gunakan pada media logo tersebut adalah dominan warna hijau karena produk dupa herbal suputra produknya sudah pasti menggunakan bahan bahan alami dan herbal. Warna abu merupakan warna dari asap dup aitu sendiri,dan warna coklat merupakan warna dari dupa herbal suputra itu sendiri yang biasa dijual. Berikut merupakan desain yang baru di branding yang berada disebelah kiri dan desain logo yang lama yang berada disebelah kanan.



b. Kartu nama

Kartu Nama adalah sebuah kartu yang menyampaikan informasi tentang sebuah perusahaan ataupun individu yang disampaikan hanya sebagai pengingat dalam sebuah perkenalan formal. Pada kartu nama berisikan informasi kontak yang bisa dihubungi seperti nomor whatsapp, sosial media.



c. Label kemasan

Pengemasan merupakan sistem yang terkoordinasi untuk menyiapkan barang menjadi siap untuk ditransportasikan, didistribusikan, disimpan, dijual, dan dipakai. Berikut merupakan desain yang telah diupgrade dengan desain yang sebelumnya. Pada perancangan label kemasan ini menambahkan salah satu varian dari dupa herbal suputra yang dibutuhkan oleh owner. Lalu dengan menambahkan beberapa ornament pada bagian pinggir sebagai hiasan pada label.

Ilustrasi yang digunakan adalah dengan menampilkan gambar salah satu varian dari produk yang ditambah dengan aksesoris bunga jepun sebagai pemanis. Kemudian dibawahnya diberikan shape untuk memberikan tulisan bahwa produk tersebut 100% alami.

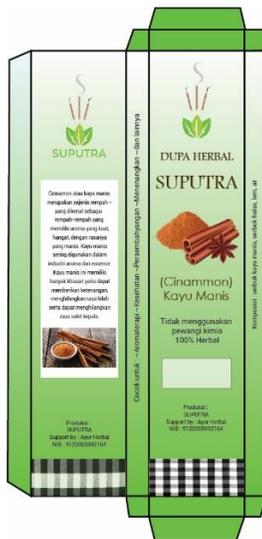
Typografi yang di gunakan menggunakan huruf serif . Penggunaan warna menggunakan perpaduan warna hijau dan kuning karena permintaan dari ownernya.



d. Desain Kemasan

Pada media ini akan membuat desain kemasan yang digunakan sebagai wadah untuk mengemas produk dupa. Desain kemasan ini dibuat berdasarkan referensi dari desain kemasan sebelumnya yang pernah dibuat oleh ownernya sendiri.

Penggunaan warna yang digunakan masih berwarna hijau gradasi seperti permintaan dari ownernya. Kemudian bagian sisi kiri ditambahkan mengenai informasi tentang salah satu bahan yang terkandung di dalam produk. Kemudian pada bagian bawah terdapat kotak kotak hitam yang melambangkan Rwa Bhinneda dalam agama hindu yang artinya ada dua sisi kehidupan ada yang baik dan ada yang tidak baik. Seperti fungsi dalam dupa ini bahwa dikatakan dupa ini sebagai penetralisir antara dua sisi tersebut sehingga ditambahkan motif kain poleng pada kemasan.



e. Paper bag

Setelah melakukan survey dengan melakukan wawancara kepada ownernya bahwa dari pihak ownernya memerlukan sebuah paper bag untuk memudahkan konsumen membawa produknya setelah berbelanja di dupa herbal suputra. Selain itu desain paper bag ini dibuat dengan mencantumkan logo yang warna nya diubah menjadi dark agar bisa

menyatu dengan warna paperbagnya. Kemudian dengan menambahkan beberapa kata sebagai pendukung dalam bagian promosi dan mencantumkan nomor whatsapp serta sosial media dari perusahaan.



Hasil

A. Logo



Pada perancangan logo ini di buat sederhana sesuai keinginan pemilik, dengan menambah ilustrasi dupa dengan mengeluarkan asap berbentuk lurus S untuk melambangkan nama dari Suputra dan juga ditambahkan ilustrasi daun daunan yang menginterpretasikan produk ini merupakan produk herbal menggunakan bahan alami. Dengan di buatnya logo ini di harapkan dapat menjadi identitas produk dari dupa herbal suputra agar diingat oleh konsumen.

B. Kartu nama



kartu nama ini dirancang dengan desain yang sederhana dan simple. Di dalam kartu nama ini berisi informasi mengenai nama dan logo perusahaan, kontak yang bisa dihubungi seperti nomor whatsapp, nama sosial media, serta alamat perusahaan. Sebelum nya pemilik belum memiliki kartu nama jadi beliau meminta agar di buat kan kartu nama. Dengan di buatkannya media ini di harapkan semakin banyak konsumen yang dating dari luar untuk membeli produk mereka dan bisa memudahkan calon konsumen atau pembeli untuk menghubungi perusahaannya jika ingin memesan produk.

C. Label kemasan



label kemasan ini di rancang karena pemilik ingin memperbarui desain label kemasan agar lebih menarik daripada sebelumnya. Jadi beliau meminta di buat kan desain kemasan yang baru dengan warna yang sebelumnya telah disepakati bersama. Di harapkan agar label kemasan ini dapat menjadi identitas produk mereka ketika konsumen membeli produk mereka.

D. Desain kemasan



Pembuatan media desain kemasan ini dilakukan karena permintaan sendiri dari ownernya yang ingin memperbarui desain kemasan agar lebih menarik. Setelah berdiskusi dengan ownernya dan menanyakan apa saja yang berkaitan dengan desain kemasan yang akan dibuat ownernya memilih warna hijau dengan gradasi dan beberapa mengambil referensi dari contoh desain kemasan yang lama. Pada desain kemasan ini berisi informasi yang berkaitan dengan produk dupa herbal suputra.

E. Paper bag



Media ini dibuat untuk memudahkan konsumen untuk membawa produk setelah bertransaksi. Selain itu didalam paper bag tersebut juga dicantumkan informasi mengenai contact person dan sosial media yang bisa dihubungi. Di buatnya media ini di harapkan bisa memudahkan konsumen untuk berbelanja dan menjadi identitas bahwa paper bag ini berasal dari dupa herbal suputra.

PENUTUP

Media promosi dan branding yang akan digunakan untuk promosi usaha dupa herbal suputra adalah logo, desain kemasan, label kemasan, paper bag, dan kartu nama. Pemilihan media tersebut terjadi dengan keputusan bersama antara saya dengan owner. Dengan pemilihan media tersebut diharapkan dapat menjangkau masyarakat lokal maupun turis mancanegara, dan menarik minat konsumen untuk membeli

DAFTAR PUSTAKA

<http://gemapariwara.blogspot.com/2012/07/beberapa-jenis-mediapromosi.html>

<https://accurate.id/marketing-manajemen/apa-itu-branding/>

<https://bpptik.kominfo.go.id/2020/12/23/8500/arti-warna-pada-logo/#:~:text=Warna%20hijau%20merupakan%20warna%20yang,atau%20kesan%20yang%20ramah%20lingkungan.>