

**PERANCANGAN MEDIA PROMOSI
WARUNG NYOMAN RUJAK BATU BATU DI TANJUNG BENOA,
KUTA SELATAN, BADUNG ,BALI**



Dosen Pengampu :

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

I Wayan Nuriarta S.Pd.,M.Sn

Putu Wahyuning Sri Purnami S.Ds.,M.Sn

Di Susun Oleh :

I Kadek Suka Ardika Yasa (202006072)

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS SENI RUPA DAN DESAIN
INSTITUT SENI INDONESIA DENPASAR**

2022

Abstrak

Rujak satu ini terdengar memiliki nama yang sulit dibayangkan. Apa mungkin kita disajikan rujak berbahan dasar batu yang keras seperti yang biasa kita ketahui? Jawabannya justru tidak. Rujak Batu Batu ini berbahan dasar kerang laut yang memiliki warna dominan hitam keputihan atau kehijauan yang memang terlihat menyerupai batu. Ukurannya kecil, mirip seperti keong sawah, namun rasanya sangat kenyal dan gurih. Para nelayan biasanya mencari kerang laut ini di pinggir pantai ataupun menempel di bebatuan Pantai Tanjung Benoa. Rujak Batu Batu ini memang menjadi ciri khas di daerah Tanjung Benoa karna mengingat juga daerah ini berada di pinggir pantai Tanjung Benoa sehingga untuk menemukan kerang-kerang laut ini tidaklah susah. Warung-warung makanan di daerah Tanjung Benoa juga sudah banyak menyediakan makanan ini seperti Warung Nyoman yang menjual rujak Batu Batu. Namun, belum banyak masyarakat tahu selain masyarakat lokal Tanjung Benoa tentang rujak Batu Batu ini. Maka dari itu branding sangat penting bagi sebuah perusahaan atau pedagang. Dengan branding ini dapat memberikan kesan mendalam dan juga meningkatkan keuntungan bagi perusahaan. Promosi adalah suatu hal yang harus dilakukan setiap perusahaan. Hal utama dalam promosi adalah membuat pesan yang persuasif yang efektif untuk menarik perhatian konsumen., dengan begitu di buatnya 5 media branding dan promosi ini bertujuan untuk membranding dan mempromosikan Rujak Batu Batu agar dapat menambah konsumen serta meningkatkan penjualan dan mempromosikan produk mereka lebih jauh kepada masyarakat di luar daerah desa Tanjung Benoa, Kuta Selatan .

Pendahuluan

Latar Belakang

Dalam setiap bisnis, setiap perusahaan pasti membutuhkan marketing untuk memasarkan suatu produk. Selain itu, perusahaan juga membutuhkan branding agar suatu produk bisa melekat di benak konsumen. Tujuan utama dari suatu branding adalah untuk mengenalkan brand perusahaan. Selain itu, branding juga bertujuan untuk membangun citra positif dan reputasi perusahaan agar selalu bagus di mata konsumen. Pencitraan yang dilakukan perusahaan ini dapat membangun kepercayaan konsumen terhadap perusahaan.

Sama halnya dengan Rujak Batu Batu Tanjung Benoa, sekilas memang rujak satu ini terdengar memiliki nama yang sulit dibayangkan. Apa mungkin kita disajikan rujak berbahan dasar batu yang keras seperti yang biasa kita ketahui? Jawabannya justru tidak. Rujak Batu Batu ini berbahan dasar kerang laut yang memiliki warna dominan hitam keputihan atau kehijauan yang memang terlihat menyerupai batu. Ukurannya kecil, mirip seperti keong sawah, namun rasanya sangat kenyal dan gurih. Para nelayan biasanya mencari kerang laut ini di pinggir pantai ataupun menempel di bebatuan Pantai Tanjung Benoa.

Biasanya kerang laut ini digunakan oleh nelayan setempat sebagai umpan untuk memancing ikan setiap kali para nelayan akan mencari ikan di laut Tanjung Benoa, namun seiring berjalannya waktu kerang laut ini diolah dengan sedemikian rupa menjadi makanan yang enak dan khas dari Tanjung Benoa, Bali. Namun, belum banyak masyarakat tahu selain masyarakat lokal Tanjung Benoa tentang rujak Batu Batu ini. Maka dari itu branding sangat penting bagi sebuah perusahaan atau pedagang.

Rumusan Masalah

1. Media apa saja yang sesuai untuk media promosi Rujak Batu Batu ?
2. Bagaimana merancang media branding untuk Rujak Batu Batu ?

Proses Kerja

Dalam perancangan media promosi ini dilakukan observasi dengan pengamatan langsung di lapangan dalam rangka mengumpulkan data, serta melakukan wawancara dengan pemilik dari usaha rujak batu batu di desa Tanjung Benoa, Kuta Selatan, Badung untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga mendapatkan informasi yang cukup untuk bahan merancang branding dan media promosi untuk produk mereka. Dari wawancara yang telah dilakukan oleh penulis dapat ditarik kesimpulan untuk media yang akan dibuat adalah logo, label kemasan, papan nama, kemasan, *feed* Instagram.

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. Logo harus memiliki filosofi dan kerangka dasar berupa konsep dengan tujuan melahirkan sifat yang berdiri sendiri atau mandiri. Logo lebih lazim dikenal oleh penglihatan atau visual, seperti ciri khas berupa warna dan bentuk logo tersebut.

Pada perancangan logo ini menggunakan ilustrasi kerang yang seolah-olah berada di atas mangkok yang mempresentasikan wadah dari rujak dan kerang sebagai bahan utama rujak yang mewakili produk Rujak Batu Batu Serta berisi identitas lokal dari produk tersebut.

Teks yang digunakan dalam logo ini memiliki 3 jenis typographi seperti huruf sanserif dan script, yang menunjukkan romansa santai tapi memiliki kesan elegan. Warna yang digunakan dalam logo ini dominan berwarna biru yang melambangkan laut yang menjadi sumber dari kerang itu sendiri, serta ada aksen warna kuning dan hijau memiliki makna menarik perhatian dan kelembutan dari tekstur kerang.



b. Papan Nama

Papan nama adalah papan yang dipasang di depan rumah atau kantor yang bertuliskan nama (orang, organisasi, lembaga, perusahaan dan sebagainya). Papan nama merupakan media yang bertujuan memberikan informasi atau memberikan suatu ide, barang atau jasa, dengan maksud untuk menarik perhatian orang-orang terhadap ide, barang atau jasa yang diinformasikan tersebut.

Papan nama ini dirancang dengan ilustrasi dari logo sebelumnya tetapi huruf dari owner dirubah menjadi horizontal agar terlihat jelas nama dari owner. Papan nama ini dibuat dengan media kayu agar memiliki kesan natural dan alami seperti papan nama sebelumnya.



c. Label kemasan

Pengemasan merupakan sistem yang terkoordinasi untuk menyiapkan barang menjadi siap untuk ditransportasikan, didistribusikan, disimpan, dijual, dan dipakai. Pada perancangan label kemasan kali ini akan menggunakan desain yang sederhana seperti halnya stiker yang ditempelkan di kemasan agar para pembeli mengingat selalu dari rujak batu batu dari warung nyoman ini, dari konsep juga mengambil dari logo dan ditambahkan background yang dimana terdapat foto batu batu yang disusun secara acak tetapi tetap menggunakan komposisi agar terlihat harmonis.



d. Kemasan Ekonomis

Kemasan sebagai kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan yang terdiri dari struktur desain, desain grafis, dan informasi produk. Ekonomis itu adalah suatu tindakan/perilaku dimana kita dapat memperoleh input (barang atau jasa) yang mempunyai kualitas terbaik dengan tingkat harga yang sekecil mungkin.

Perancangan kemasan dari usaha ini menggunakan mangkok plastic agar lebih efisien dan menjaga kualitas agar tidak bocor jika terkena benda tajam selain dari kualitas , dari segi tampilan lebih menarik pembeli.



e. Feed Instragram

Feed Instagram adalah halaman profil yang menampilkan foto dan video yang kamu unggah. Feed akan langsung terlihat bila seseorang mengunjungi halaman profil sebuah akun. Pada Usaha ini sebelum nya belum ada promosi melalui media social seperti Instagram. Dengan dibuatkannya media ini diharapkan lebih memancing konsumen agar tertarik mencicipi rujak batu batu .



Hasil

a. Logo



Pada perancangan logo ini menggunakan ilustrasi kerang yang seolah-olah berada di atas mangkok yang mempresentasikan wadah dari rujak dan kerang sebagai bahan utama rujak yang mewakili Rujak Batu Batu Serta berisi identitas lokal dari produk tersebut. Dengan dibautnya logo ini diharapkan untuk usaha warung nyoman yang menjual rujak batu batu di Tanjung Benoa, Kuta Selatan, Badung dapat diingat dengan mudah oleh para konsumen.

b. Papan Nama



Papan Nama ini di buat sebagai identitas di warung Nyoman, sebelumnya mereka sudah memiliki papan nama akan tetapi dari papan nama sebelumnya tidak menunjukkan elemen dari rujak batu batu, menyebabkan konsumen kebingungan dalam membeli rujak batu

batu. Akan tetapi papan nama di buat kembali dengan menunjukkan batu batu di papan nama agar membudahkan para calon konsumen mencari penjual rujak batu ba

c. Label kemasan



Label kemasan sebelumnya belum ada karena mereka hanya menggunakan plastic kiloan sebagai packaging dari produk mereka. Di harapkan agar label kemasan ini dapat menjadi pengingat atau identitas rujak batu batu ketika konsumen berbelanja.

d. Kemasan Ekonomis



Perancangan kemasan dari usaha ini menggunakan mangkok plastic agar lebih effisien dan menjaga kualitas agar tidak bocor jika terkena benda tajam selain dari kualitas , dari segi tampilan lebih menarik pembeli.

e. *Feed* Instagram



Media ini dibuat berdasarkan perkembangan jaman yang serba digital akan sangat memudahkan untuk usaha seperti rujak batu batu ini memberikan promosi lewat media sosial agar nantinya mendapatkan lebih banyak konsumen dari luar daerah.

Penutup

Perancangan branding Rujak Batu Batu Warung Nyoman ini di harapkan dapat memberikan dampak positif seperti meningkatnya penjualan serta konsumen, serta meluasnya pemasaran produk tersebut. Dengan di buatnya lima media branding dan promosi ini dapat berdampak positif kepada pemilik produk dan masyarakat sekitar. Perancangan media ini belum dapat dikatakan sempurna maka di harapkan agar di berikan bimbingan lagi agar bisa menjadi layak.

Daftar Pustaka

Sartika. D., I. Saluza, dan Roswaty. 2019. Branding Produk Gulo Puan dan Produk Inovasi Gulo Puan (Puan Candy) sebagai Makanan Khas Palembang dari Ogan Komering Ilir (OKI). Prosiding Seminar Nasional II Hasil Litbangyasa Industri. 212-220.