

DESAIN PENJENAMAAN BALI
PERANCANGAN MEDIA PROMOSI UMKM SARI MINA AYU



Oleh :

Putu Sujana 202006042

DosenPengampu :

Ida Ayu DwitaKrisna Ari S.Sn.,M.Sn

I Wayan NuriartaS.Pd.,M.Sn

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

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

2022

Abstrak

Branding merupakan pencitraan agar suatu produk dapat menarik dan melekat di benak konsumen. Bisa dibilang bahwa branding bisa diartikan sebagai bentuk komunikasi perusahaan dengan konsumen yang menjadi sasaran.. 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.. salah satu perusahaan yang sangat memerlukan branding adalah UMKM Sari Mina Ayu di sangsit, UMKM sari mina ayu adalah usaha yang bergerak di bidang panganan berbahan dasar ikan dengan olahan khasnya yaitu sudang lepet. Sudang lepet merupakan makanan khas Desa Sangsit yang berbahan dasar ikan. Sudang lepet menjadi salah satu varian olahan makanan ikan asin. Ikan yang umumnya digunakan ialah ikan pari,lemuru dan lepet itu sendiri.Selanjutnya, ikan ini diolah dengan cara di jemur di bawah terik matahari, lalu di pukul atau di gepengkan hingga menjadi seperti keripik, dan proses terakhirnya adalah di panggang diatas arang hingga garing. UMKM sari mina ayu ini belum memiliki branding yang kuat, maka dari itu branding sangat diperlukan untuk mengenalkan umkm ini semakin dikenal masyarakat luas dan juga meningkatkan penjualan dari umkm sari mina ayu yang berlokasi di desa sangsit

keyword : Branding,promosi,UMKM,Konsumen,Pencitraan

Pendahuluan

Latar Belakang

Sudang lepet merupakan makanan khas Desa Sangsit yang berbahan dasar ikan. Sudang lepet menjadi salah satu varian olahan makanan ikan asin. Ikan yang umumnya digunakan ialah ikan pari, lemuru dan lepet itu sendiri. Selanjutnya, ikan ini diolah dengan cara di jemur di bawah terik matahari, lalu di pukul atau di gepengkan hingga menjadi seperti keripik, dan proses terakhirnya adalah di panggang diatas arang hingga garing. salah satu UMKM yang bergerak di bidang ini adalah UMKM Sari Mina Ayu,

Sari Mina Ayu merupakan UMKM yg menjual aneka olahan ikan, umkm ini sudah ada sejak tahun 90an.berawal dari sebuah rombongan kecil di pinggiran jalan raya sangsit kini umkm ini sudah mampu menyewa toko di sebelah rombongan tempatnya berjualan. Umkm sari mina ayu ini memiliki produk khas yg tidak ada di tempat lainnya yaitu sudang lepet.Harga sudang lepet perbungkusnya dibanderol seharga 10rb umkm sari mina ayu memasarkan produknya dengan cara konvensional atau pembeli datang ke tokonya. Selain itu umkm ini juga menggunakan layanan telpon dan sosial media facebook untuk menarik konsumen diluar daerah. Namun media promosi yang tersedia di UMKM ini masih kurang menarik dan perlu dilakukan branding kembali.

Istilah branding berasal dari kata brand yang berarti merek.Branding merupakan pencitraan agar suatu produk dapat menarik dan melekat di benak konsumen. Bisa dibilang bahwa branding bisa diartikan sebagai bentuk komunikasi perusahaan dengan konsumen yang menjadi sasaran. 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. karena branding dari UMKM Sari Mina Ayu ini

masih kurang kuat maka dari permasalahan inilah penulis tertarik untuk melakukan perancangan media promosi untuk UMKM Sari Mina Ayu sudang lepet khas sangsit.

Rumusan masalah

1. Media apa yang sesuai untuk mempromosikan UMKM sari mina ayu ?
2. Bagaimana merancang media branding untuk UMKM sari mina ayu?

Proses Kerja

1. Metode Penggalan Data

Dalam merancang media promosi ini dilakukan dua metode yaitu metode observasi dan metode wawancara. dengan cara observasi atau mengunjungi langsung umkm sari mina ayu yang berlokasi di jalan raya sangsit guna melihat langsung keadaan umkm dan melihat media apa saja yang perlu dibuat atau di branding ulang. dengan cara mewawancarai ibu luh cahyani sebagai owner umkm ini untuk menggali lebih dalam tentang umkm sari mina ayu dari sejarahnya hingga permasalahan yang di hadapi oleh umkm ini.

2. Media yang di buat

Dari hasil wawancara dan observasi langsung ke lokasi umkm maka dapat di simpulkan beberapa media promosi yang akan dibuat yaitu :

A. Logo



logo adalah suatu instrumen yang menggambarkan harga diri dimana seluruh nilainya bisa mewujudkan citra yang baik dan mampu dipercaya. Suatu logo akan membuat masyarakat mengingat dan mengenal suatu bentuk entitas tanpa harus membaca deskripsi maupun penjelasan tentang entitas tersebut.

Logo ini merupakan representasi dari nama umkm ini yaitu sari mina ayu sedang lepet”cap kelinci” logo ini divisualkan dengan kelinci yang sedang menunggangi seekor ikan. penamaan dan penggunaan kelinci ini digunakan karena rumah dari owner yang berada di gang kelinci di desa sangsit, sedangkan visual ikan pada logo ini menjelaskan bahwa ini adalah produk dari olahan ikan dan ikan memang merupakan penghasilan utama dari desa sangsit, juga identitas dari daerah ini.

penggunaan warna cerah disini berfungsi untuk menarik perhatian pembeli saat melihatnya dan gaya yang kartunis digunakan agar logo ini terlihat unik dan nyaman dilihat oleh berbagai kalangan.

B. Label



Label adalah salah satu bagian dari produk berupa keterangan baik gambar maupun kata-kata yang berfungsi sebagai sumber informasi produk dan penjual. Label umumnya berisi informasi berupa nama atau merek produk, bahan baku, bahan tambahan komposisi, informasi gizi, tanggal kedaluwarsa, isi produk dan keterangan legalitas.

pada label ini terdapat beberapa unsur visual seperti ilustrasi ombak yang memiliki pesan ini merupakan olahan ikan laut, teks bertuliskan “siap saji” yg menjelaskan kepada konsumen bahwa produk ini bisa dimakan langsung tanpa di masak terlebih dahulu, teks “halal” yang mengandung arti produk ini aman untuk di konsumsi oleh semua kalangan, dan yang terakhir terdapat logo, nama umkm dan teks sudang lepet yang guna memperkuat identitas dari produk ini melalui labelnya

penggunaan warna merah sebagai background dari label ini memiliki maksud untuk menggugah selera konsumen untuk membeli produk umkm ini karena warna merah secara psikologis dapat menggugah selera. dipadukan warna kuning agar terlihat kontras namun tetap senada.

C. Banner



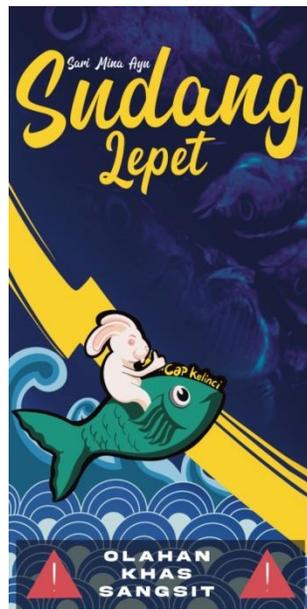
banner adalah media promosi yang berisi pesan atau berita yang menjadi informasi untuk orang banyak, sekaligus menjadi bahasa promosi untuk berdagang yang akan menarik minat para konsumen untuk mengenali sebuah produk yang diiklankan.

Banner ini akan ditempatkan di atas dari gerai toko umkm ini dengan tujuan ketika konsumen melewati atau melihat toko ini akan langsung mengetahui bahwa ini merupakan umkm yang menjual olahan ikan khas sangsit. dengan nama umkm yang berukuran besar sebagai headline dari banner ini pasti akan memudahkan konsumen mengetahui identitas dari umkm ini, ditambah lagi dengan produk yang tersedia ditulis pada banner ini akan semakin memudahkan konsumen mengetahui produk apa saja yang dijual umkm sari mina ayu ini.

penambahan teks “khas sangsit” menekankan bahwa produk yg dijual umkm ini hanya ada di daerah sangsit khususnya sudang lepet yang memang panganan khas desa sangsit

ilustrasi ikan, siluet sudang dan aksen ombak berfungsi sebagai penguat identitas umkm ini yang menjual olahan ikan laut

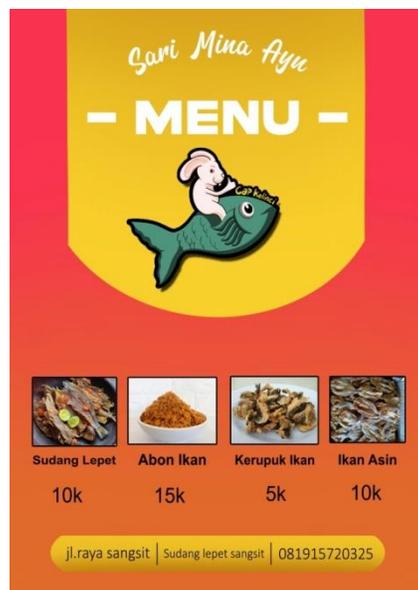
D. Xbanner



X Banner adalah salah satu media informasi dan promosi sama seperti spanduk. Bedanya, X Banner ini berbentuk vertikal dan memiliki stand berbentuk menyilang yang menyerupai huruf X. Oleh sebab itu, tipe banner ini disebut dengan X Banner.

X banner ini akan diletakan di depan toko atau tepatnya dipinggir jalanan sebagai penarik perhatian konsumen yg sekedar lewat agar setidaknya menoleh bahkan sampai berhenti untuk membeli. di X banner ini terdapat unsure-unsur pattern ikan dan ombak yang tetap dipertahankan sebagai identitas dari umkm ini yaitu olahan ikan laut. teks sudang lepet dibuat lebih besar dibanding nama umkm karena panganan tersebut lebih dikenal orang banyak, jadi ketika konsumen melewati toko sudah langsung mengenali produk yang dijual umkm ini. ditambah lagi dengan sign “khas sangsit” yang dibuat seperti warning pasti akan sangat menarik perhatian karena unik.

E. Menu



Menu merupakan daftar makanan yang ditampilkan dan umumnya dilengkapi dengan gambar dan harga untuk menarik pelanggan serta bisa memberikan nilai lebih terhadap makanan yang ditawarkan. Menu ini ada banyak macamnya mulai dari menu makanan berat, makanan ringan/snack, minuman panas, dingin serta jenis-jenis makanan lain yang banyak dijumpai di rumah makan, restoran maupun café.

Desain menu ini akan dibuat sebagai standing menu yang terletak di meja kasir agar ketika konsumen memasuki toko langsung dapat memesan produk yang dicari kepada penjaga toko. daftar menu ini mengusung konsep sederhana dan langsung pada intinya. daftar menu ini menggunakan warna mencolok agar ketika konsumen memasuki toko langsung perhatiannya teralih pada daftar menu. dengan gambar dan harga yang tertera disana akan memudahkan konsumen menentukan pilihan produk yang akan di beli. di bagian bawah daftar menu terdapa alamat, kontak dan social media dari umkm ini yang berfungsi sebagai bilamana konsumen ingin memesan tanpa harus datang ke toko.

Hasil

1. Logo



Perancangan logo ini menyesuaikan dengan tag line dari UMKM ini yaitu “cap kelinci” dengan memperkuat visual dari kelinci namun tidak melepas identitas dari produknya yaitu olahan ikan. maka dari itu logo ini divisualkan dengan kelinci dan ikan.

2. Label



Label ini akan di cetak pada kertas hvs dengan ukuran 7x7 cm dan diletakan pada packaging sudang lepet yang berbahan plastic. desain dari label ini memuat informasi tentang produk di dalam packaging, selain itu terdapat juga alamat dan kontak dari umkm ini untuk memudahkan konsumen memesan produk.

3. Banner



Banner ini dibuat sederhana dengan warna biru dan putih lebih dominan dan memuat nama umkm dan produk yang tersedia, nama umkm dibuat besar untuk memudahkan konsumen melihat dari jauh. banner ini akan dicetak dengan ukuran 2x1 m horizontal dan diletakan di depan toko.

4. X Banner



pada x banner ini dimuat nama umkm dan teks olahan khas sangsit yang dibuat seperti sign warning, karena x banner ini akan

diletakan di pinggir jalan guna menarik perhatian dari konsumen yang melintas di depan toko.

5. Menu



menu ini di desain sederhana namun tetap mengutamakan pengalaman konsumen saat melihat menu, terdapat foto dari produk tersebut karena olahan ini masih awam di masyarakat diluar desa sangsi bahkan kabupaten buleleng. terdapat juga harga agar konsumen lebih mudah memutuskan untuk memilih produk.

Penutup

Perancangan media promosi untuk umkm sari mina ayu ini di harapkan dapat berdampak besar kepada umkm ini secara positif terutama dalam pemasaran dan peningkatan penjualan pada konsumen,. Dengan di buat nya media ini diharapkan dapat memajukan umkm ini dan identitasnya melekat di masyarakat selain itu artikel ini juga dapat menjadi bahan ajar bagi para mahasiswa yang sedang melaksanakan mata kuliah penjenamaan bali ini.

Daftar Pustaka

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

<https://kitchenofindonesia.com/resep/olahan-ikan-sudang-lepet-khas-bali/>

<https://jurnal.stahnmpukuturan.ac.id/index.php/communicare/article/view/1823>