

**BRANDING USAHA LAYANG – LAYANG BALI
DEK JONK DI DESA SUMERTA, DENPASAR**



Oleh:

I Kadek Ananta Pranayoga (202006060)

Dosen Pengampu :

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

I Wayan Nuriarta S.Pd.,M.Sn

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

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

2022

ABSTRACT

Artikel ini dibuat bertujuan untuk mengetahui tentang hasil perancangan desain yang telah dilakukan terhadap usaha Dek jonk yang bergerak dibidang penjualan bahan dan jasa pembuatan layangan tradisional Bali, sesuai dengan pemaham tentang mata kuliah Penjenamaan Bali. Artikel ini dibuat dengan cara pengumpulan data melalui *metode survey* langsung ke tempat usaha yang berlokasi diDenpasar, dari hasil *survey* ini pemilik usaha membutuhkan lima desain sebagai media promosi yang akan digunakan pada usahanya. Di harapkan dapat membantu umkm Pada perancangannya akan tetap menggunakan unsur layangan dan Bali sesuai dengan mata kuliah ini yaitu Penjenamaan Bali.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Di Bali banyak berbagai macam kegiatan anak muda yang dilakukan berhubungan dengan seni dan budaya, salah satunya bermain layang-layang tradisional Bali, bermain layangan di Bali sudah sejak berpuluh-puluhan tahun yang lalu hingga saat ini masih dilestarikan. Melihat antusias anak muda Bali yang melestarikan bermain layangan ini, membuat terjadinya peluang kegiatan perekonomian yaitu usaha yang berhubungan dengan bahan dan alat maupun jasa pembuatan layangan tradisional Bali ini. Seperti usaha yang dimiliki oleh Dek jonk di Denpasar ini, usaha yang dirintis sejak 2010 ini masih eksis hingga sekarang, menjual berbagai bahan layangan seperti bambu, kain, tali, plastik dan masih banyak lagi, selain itu ia juga menerima pesanan pembuatan layangan. Dek jonk sebagai nama pemilik dan sebagai nama usahanya, hampir selama 20 tahun belum memiliki logo yang pasti untuk usahanya, selain itu papan nama juga tidak terpasang pada tempat usaha yang ia miliki.

Karena kurangnya media promosi yang dilakukan, yang dimana hal ini sangat penting dijamin seperti sekarang ini, yang seharusnya dapat menambah omzet dari usaha itu sendiri. Dari permasalahan maka penulis tertarik untuk mengangkat usaha milik Dek jonk ini sebagai

tugas mata kuliah Penjemaan Bali yang nantinya dapat digunakan sebagai pertimbangan untuk membantu media promosi dari usaha milik Dek jonk itu sendiri .

Rumusan Masalah

Perumusan masalah dari jurnal yang berjudul “BRANDING USAHA LAYANG – LAYANG BALI DEK JONK DI DESA SUMERTA, DENPASAR“ sebagai berikut :

1. Media apa yang dibutuhkan untuk mempromosikan usaha layang-layang Bali Dek Jonk ?
2. Bagaimana proses merancang media branding untuk usaha layang-layang Bali Dek jonk?

Manfaat

1. Merancang ulang branding usaha layang-layang Bali dek jonk yang dapat memperkuat identitas, karakteristik, dan citranya sebagai ciri dari layang-layang bali itu sendiri.
2. Merancang strategi kreatif untuk menciptakan citra positif dan menunjukkan eksistensi dari usaha layang-layang dek jonk

Proses dan Hasil Pembahasan

Dalam pembuatan media branding dan promosi ini, untuk mendapatkan data mengenai umkm penulis melakukan wawancara langsung dengan pemilik usaha layang-layang dek jonk di Sumerta, Denpasar. Setelah mewawancarai pemilik dan studi literature yang di lakukan oleh penulis maka media yang akan dikerjakan yaitu, seperti logo, papan nama, label produk, desain tas belanja, dan stiker. Karena sebelumnya pemilik belum memiliki media branding dan promosi yang konsisten.

a. Logo

Logo merupakan suatu penggambaran lambang, simbol, atau mark (tanda) sebuah bisnis perusahaan, organisasi, instansi, hingga personal. Menurut para ahli, logo merupakan suatu hal yang nyata sebagai pencerminan hal-hal yang bersifat non visual dari suatu perusahaan, misalnya budaya perilaku, sikap, kepribadian, yang dituangkan dalam bentuk visual (Suwardikun, 2000: h.7).

Pada perancangan logo ini menggunakan ilustrasi Layangan bebean khas Bali yang merepresentasikan produk yang dijual berupa layang-layang Bali termasuk layang bebean sebagai identitas local Denpasar yaitu anak pesisir pantai yang gemar bermain layangan.

Teks yang di gunakan pada logo tersebut adalah headline dan juga subline yang merupakan nama dari pemilik usaha dan produk yang dijual. Typografi yang di gunakan pada media tersebut adalah huruf sanserif, yang memiliki kesan elegan serta santa dan huruf serif yang memiliki makna tegas dan tradisional.

Warna yang di gunakan pada media logo tersebut adalah dominan warna kuning yang bermakna harapan dan kebahagiaan layaknya matahari yang bersinar.



b. Papan Nama

Papan nama adalah suatu bentuk komunikasi yang diperlukan dalam cara modern sebagai sarana penyampaian informasi yang efektif, sehingga membantu kelancaran kehidupan masyarakat maupun usaha. Pemilihan papan nama merupakan hasil dari wawancara yang dilakukan dengan pemilik usaha yang sebelumnya tidak memiliki papan nama, yang fungsinya sangat penting untuk memudahkan konsumen untuk mencari tempat usaha berada.

Pada rancangan desain papan nama ini, dibuat sederhana masih menonjolkan nama dari usaha itu sendiri dengan ilustrasi layangan sebagai icon lokal maupun representasi dari produk yang dijual, serta dilengkapi dengan informasi yang dijual.

Menggunakan warna kuning yang dominan diharapkan menjadi pusat perhatian bagi orang yang melihatnya karena warna kuning sangat mencolok dari warna lain jika dipasang dipinggir jalan.



c. Label Produk

Kotler (2000: 477), label merupakan tampilan simpel pada produk ataupun foto yang dirancang dengan rumit yang ialah satu kesatuan dengan kemasan. Label dapat cuma mencantumkan merk ataupun data . Dengan ini label sering digunakan pada kemasan

produk yang nantinya juga akan digunakan pada usaha milik dek jonk sebagai salah satu media promosi, yang sebelumnya tidak memiliki label produk.

Pada rancangan Label ini menggunakan warna *monochrome* harapannya memberikan kesan elegant dan sederhana pada label.



d. Desain Tas Belanja

Tas belanja berfungsi sebagai media transportasi atau penyimpanan produk hasil belanjaan. Karena kualitasnya cukup bagus, orang biasanya menggunakannya di lain waktu, tas belanja juga sebagai wadah media untuk promosi usaha, karena mencantumkan logo ataupun label disalah satu sisinya. Sesuai hasil wawancara pemilik usahapun tidak memiliki tas belanja khusus untuk usahanya, hanya menggunakan tas plastik biasa. Maka penulis merancang desain tas belanja paper bag agar ramah lingkungan serta memberikan media promosi tambahan bagi usaha itu sendiri.



e. Stiker

Stiker adalah media promosi yang ditempel atau dilekatkan pada produk atau barang yang menunjukkan identitas suatu produk agar mudah dikenal orang. Fungsi Stiker Dalam dunia industri stiker berfungsi sebagai label yang ditempel pada botol, kemasan atau objek produk. Desain stiker yang ingin di rancang tidak jauh beda dengan konsep di atasnya yang sederhana, dengan mengambil logo dengan menambahkan background poles sebagai ciri khas Bali dan menambah kesan elegant, harapannya konsumen tertarik ingin memiliki stiker dari usaha tersebut.



Hasil Desain

a. Logo



Gambar hasil logo ini diharapkan menggambarkan identitas dari usaha itu sendiri dan mampu memberikan harapan baru tentunya.

b. Papan Nama



Gambar hasil desain papan nama yang sudah dimokeup ini diharapkan memberikan bayangan jelas ketika desain sudah dipasang.

c. Label Produk





Gambar hasil desain label ini dirancang dengan sederhana yang akan digunakan pada produk dari usaha layang-layang dek jonk, diharapkan menjadi salah satu media promosi yang efektif .

d. Desain Tas Belanja



Gambar hasil desain tas belanja dengan harapan nama dari usaha layang-layang dek jonk lebih dikenal melalui branding media promosi yang satu ini.

e. Stiker



Gambar hasil desain stiker, dengan masih banyaknya pengusaha di Bali mempromosikan usahanya melalui stiker yang disisipkan pada produknya membuat stiker masih eksis digunakan maka dari itu stiker menjadi salah satu alternatif media promosi dari usaha layang- layang Bali Dek jonk.

Penutup

Perancangan branding usaha layang-layang Bali Dek jonk ini di harapkan dapat berguna sebagai mana mestinya, serta dapat meningkatkan hasil penjualan dari pada sebelumnya melalui promosi yang dilakukan dengan media-media yang sudah dirancang ini. Penulis berharap dengan hasil rancangan media promosi ini dapat berkontribusi kepada pemilik usaha serta masyarakat pada umumnya. Penulis menyadari karya tulis ini jauh dari kata sempurna, oleh karena itu diharapkan agar diberikan bimbingan serta saran demi kesempurnaan karya tulis ini.

Daftar Pustaka

[Pengertian, Fungsi, Jenis dan Ketentuan Label Produk \(kajianpustaka.com\)](http://kajianpustaka.com)

[Arti Warna Kuning Menurut Psikologi Warna - diedit.com](http://diedit.com)

[Logo : Pengertian, Manfaat, Tujuan, Fungsi dan Jenisnya \(portal-uang.com\)](http://portal-uang.com)