

**PENGUATAN PEMASARAN MELALUI BRANDING MEDIA
KOMUNIKASI VISUAL TERHADAP PERKEBUNAN JERUK SLAYER
MILIK DEWA MADE RAKA**



Oleh :

I Dewa Ayu Putu Camilla Selena

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

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS SENI RUPA DAN DESAIN

INSTITUT SENI INDONESIA DENPASAR

2022

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini yaitu untuk membuat desain media komunikasi visual yang baik digunakan untuk meningkatkan pemasaran produk dari perkebunan jeruk salyer kintamani milik bapak Dewa Made raka. Dengan jenis penelitian yang digunakan yaitu metode kualitatif dengan cara seperti wawancara, observasi, dokumendata, analisis data ll. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemasaran jeruk slayer di kintamani masih sangat tradisional hanya berdasarkan pemasaran dari mulut ke mulut, padahal potensi perkebunan yang banyak sedangkan jangkauan pasar yang dirasa masih sangat sempit karena pemasaran yang di lakukan hanya dengan cara tradisional. Maka dari itu terbentuklah penelitian ini yang dimana meneliti tentang media media yang dirasa di butuhkan dalam pemasaran jeruk slayer kintamani, dari desain desain yang di ciptakan juga diharapkan dapat meningkatkan nilai seni dan ke ciri khasan dari para pesaing perkebunan jeruk slayer kintamani milik bapak Dewa made raka karena cukup banyaknya pesaing pesaing pesaing yang memiliki perkebeunan jeruk slayer di sekitaran kintamani desa skaan, dan juga di harapkan dapat membranding Kembali perukaan perkebunan jeruk slayer kintamani dan memperluas target pasar baik dari daerah Bali yang dimana jeruk sangat dibutuhkan untuk beberapa kegiatan keupacaraan atau juga sebagai konsumsi sehari hari maupun hingga keluar pulau untuk di kirim ke kota kota yang membutuhkan pemasokan jeruk.

PENDAHULUAN

Seorang desainer komunikasi visual di harapkan mampu menciptakan karya yang akan digunakan sebagai penyampai pesan secara visual atau yang dapat di katakan suatu penciptaan karya yang digunakan untuk penyampaian pesan kepada masyarakat yang mana masyarakat dapat mengerti hanya dengan melihat hasil desain yang di buat .

Untuk membuat sebuah desain komunikasi visual yang baik di perlukannya data yang valid, baik data tentang pandangan target pasar sebagai sasaran maupun dari pihak yang akan di bantu dalam pembuatan media komunikasi visual.

Jeruk merupakan salah satu tanaman buah yang cukup banyak di budidayakan di Indonesia, hal itu tentu sangat berpengaruh bagi perekonomian. Maka dari itu di butuhnya kenaikan produksi di balik kualitas jeruk yang ditingkatkan para pemilik perkebunan juga harus memikirkan cara pemasaran jeruk .

Penyebaran jeruk sangat menyeluruh salah satunya yaitu di pulau bali, jenis jeruk yang terkenal di bali terdapat beberapa jenis salah satunya yaitu jenis jeruk slayer, kita dapat menjumpai jeruk slayer di sekitar daerah kintamani.

Jeruk slayer memiliki warna kulit buah yang orange dengan sedikit kehijauan, walaupun seperti itu jeruk slayer merupakan salah satu jeruk yang sangat di gemari selain rasanya yang dibidang manis dengan sedikit sensasi segar yang di timbulkan oleh rasa asam jeruk slayer juga memiliki sari yang banyak.

Hal tersebut membuat jeruk slayer merupakan jeruk yang banyak di gemari oleh penduduk setempat bali bahkan sampai dengan keluar pulau salah satunya yaitu daerah Jakarta dan sekitar nya, banyak para pemilik perkebunan jeruk slayer kintamani yang menjual pada pengepul jeruk kemudian pengumpul jeruk mengirimkan jeruk tersebut.

Namun tidak sedikit juga jeruk slayer itu di cari oleh penduduk local bali karena jeruk biasanya digunakan sebagai sarana banten maka dari itu permintaan pasar mengenai jeruk kintamani juga banyak yang berasal dari sekitaran bali.

Untuk memenuhi kebutuhan tersebut maka di rasa di perlukannya media promosi terhadap perkebunan jeruk salah satunya yaitu perkebunan milik masyarakat asli desa kintamani.

Perkebunan jeruk milik bapak made raka merukan salah satu perkebunan yang ada di desa kintamani tepatnya berada di desa sekaan, kintamani, bangli, bali. Perkebunan ini merupakan perkebunan yang telah lama didirikan, dahulu pemilik perkebunan telah berhasil membranding perkebunan jeruk hingga jeruk miliknya dapat iya pasarkan keluar bali sendiri, namun karena perkembangan zaman, banyak bermunculnya peaing yang baru dengan menggunakan teknologi yang lebih modern pula dan kemudahan masyarakat mengenai pembelian jeruk import dengan metode digital membuat perkebunan jeruknya mengalami penurunan omset, maka dari itu untuk memunculkan Kembali perkebunan jeruk milik beliau dan membuat perkebunannya mampu bersaing dngan jeruk jeruk lainnya di perlukan lah media promosi.

Media promosi dirasa juga lebih menguntungkan karena dengan adanya media promosi dapat menambah pengetahuan masyarakat yang masih mengkonsumsi jeruk import dan juga masyarakat yang belum mengenal jeruk dapat mengenal jeruk slayer kintamani, selain hal tersebut agar pembeli dapat langsung membeli keladang pembeli akan dapat

mendapatkan harga yang lebih murah dan juga pemilik ladang dapat menjual jeruk milik mereka dengan harga lebih tinggi dibandingkan dengan mereka menjual kepada pihak ketiga seperti kepada pengepul jeruk.

Maka dari hal tersebut dapat ditarik kesimpulan dibutuhkan peranannya desainer komunikasi visual dalam hal penciptaan media komunikasi visual yang pas untuk perkebunan jeruk slayer kintamani yang digunakan untuk menyebar luaskan target pasar di daerah Bali maupun di luar Bali dan memudahkan pembeli dalam mengakses hal yang mereka butuhkan dalam hal penjualan.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan pada penelitian ini dengan judul “Penguatan Pemasaran Melalui Branding Media Komunikasi Visual Terhadap Perkebunan Jeruk Slayer Milik Dewa Made Raka” dengan metode kualitatif, kualitas sendiri adalah metode penelitian yang berlandaskan dengan filsafat dan metode ini biasanya digunakan untuk meneliti objek yang ilmiah. seperti yang dikemukakan oleh Moleong (2005:6), penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dll secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah. Sehingga data kualitatif berupa teks visual dan teks verbal yang terdapat pada penelitian ini untuk menghasilkan desain desain yang digunakan sebagai media komunikasi visual. Pada metode kualitatif terdapat beberapa cara dan yang digunakan pada penelitian ini yaitu metode wawancara yaitu mewawancarai pemilik dari perkebunan jeruk slayer kintamani, metode observasi yaitu melakukan pengamatan kepada perkebunan untuk mengetahui target pasar dari perkebunan jeruk slayer kintamani milik bapak made raka, analisis visual yang dilakukan pada penelitian ini digunakan untuk menganalisis unsur-unsur visual, dokumentasi yang dilakukan saat proses wawancara yang digunakan sebagai bukti perkuliahan, dan studi kepustakaan yang digunakan untuk melengkapi penelitian dan pembuatan artikel.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Menurut Laksana (2019:1) pemasaran adalah bertemunya penjual dan pembeli untuk melakukan kegiatan transaksi produk barang atau jasa. Sehingga pengertian pasar bukan lagi

merujuk kepada suatu tempat tapi lebih kepada aktifitas atau kegiatan pertemuan penjual dan pembeli dalam menawarkan suatu produk kepada konsumen. Dengan pernyataan tersebut dapat di artikan bahwa pemasaran adalah suatu proses pemasaran terhadap produk yang ingin di tawarkan kepada hal layak atau yang dapat di katakana kepada masyarakat luas.

Salah satu cara yang digunakan untuk meperluas pemasaran dapat di lakukan dengan cara membranding produk yang perusahaan itu miliki, branding sendiri menurut pandangan para ahli Branding adalah proses mendesain, merencanakan, dan mengkomunikasikan nama serta identitas dengan tujuan membangun atau mengelola reputasi. Landa (2006). Jadi dapat di simpulkan branding adalah suatu yang dilakukan untuk meningkatkan nilai produk utuk membangun suatu produk perusahaan. Membranding produk dapat dilakukan dengan banyak cara salah satunya yaitu melalui penggunaan media promosi, media promosi harus dilakukan dengan pembangunan desain komunikasi visual yang baik pula.

Sehubungan dengan semua hal yang telah di sampaikan pada bagian di atas terkonseplah sesuatu konsep media dan desain yang digunakan untuk membranding perladangan jeruk slayer kintamani milik bapak Dewa Made Raka yaitu konsep yang segar dan natural yang nanti akan di tuangkan pada pewarnan namun tidak menghilangkan kesan bali pada media media yang akan di wujudkan, sehingga desain mempunyai ciri khas karena jeruk banyak jeruknya dan dari berbagai wilayah di Indonesia bahkan tak banyak juga jeruk jeruk import.

Berikut ini merupak penjeasan tentang media media yang akan di wujudkan akan di jabarkan sebagai berikut :

Desain Media Komunikasi Visual 1 (Logo)

Menurut teori David E. Carter (1986) “Logo adalah idntitas suatu perusahaan dalam bentuk visual yang di aplikasikan dalam berbagai sarana fasilitas dan kegiatan perusahaan sebagai bentuk komunikasi visual, selain itu fungsi logo yaitu sebagai trademark identitas suatu badan usaha dan merupakan ciri khas perusahaan/ jasa”.

Dalam pembuatan desain media komunikasi visual berupa logo di perlukannya brainstorming yang digunakan sebagai penentu arah dan patokan dalam pembuatan logo maka dapat di jabarkan penjabaran brainstorming logo sebagai berikut .

Berdasarkan brainstorming di atas dapat di jelaskan sebagai berikut :

- a. Untuk logo jeruk slayer kintamani milik bapak Dewa Made Raka di tari menjadi 3 pokokan kesimpulan besar yaitu jeruk, unsur local, dan khas kedaerahan
- b. Untuk point jeruk jeruk slayer sendiri memiliki kekhasan yaitu dengan warna kulit jeruk yang orange dengan sedikit warna hijau, sehingga di ambilah kesimpulan untuk warna warna yang akan digunakan nanti merupakan warna warna yang di anggap



dapat menimbulkan kesan segar dan natural.

- c. Untuk unsur local atau unsur bali yang akan dimunculkan dalam media desain logo yaitu beberapa ornament bali dan memunculkan aksan karang bhomo yang di sederhanakan, karang bhomo di munculkan dalam logo karena karang bhomo memiliki arti yang baik dan dapat menangkal hal hal buruk.
- d. Point berikutnya yang ingin di tampilkan yaitu unsur kekhasan yang dimiliki oleh desa kintamani sendiri terdapat beberapa kekhasan tetapi sesuatu yang paling unik yaitu gunung batur. Maka dari itu terbentuklah aoutline gunung dengan sedikit genangan air karena gunung batur berada di tengah tengah danau.

Dari penjabaran brainstorming di atas terbentuklah desain logo sebagai berikut :



Menurut desain logo yang telah di desain secara rampung memiliki arti sebagai berikut :

1. Bentuk dasar pada logo secara keseluruhan yaitu berbentuk satu kepingan buah jeruk yang mana ingin memberi tahu pada masyarakat luas bahwa sanya produk yang di tawarkan merupakan prosuk buah jeruk, karena di desa skaan kitamani terdapat banyak sekali macam macam perkebunan dengan berbagai jenis tanaman yang di hasilkan.
2. Yang kedua itu merupakan outline yang membentu menyerupai gunung yang mana telah di paparkan pada brainstorming desa kintamani identic dengan gunung batur yang terdapat di kintamani.
3. Ornament bali yang membentuk bermukaan jeruk atau kulit jeruk, yang mana di artikan sebagai alas dari segala desain yang di buat merupakan desain yang bermuatan kebudayaan local, selain hal itu salah satu kekarangan juga dimasukan kedalam unsur ornament tersebut.
4. Tulisan yang digunakan menggunakan tulisan kaligrafi agar menimbulkan kesan yang fleksibel sehingga desain yang di hasilkan tidak terlihat monoton atau kaku

Desain Media Komunikai Visual 2 (kartu nama)

Kartu Nama adalah kartu yang biasa digunakan untuk menunjukkan identitas seseorang atau perusahaan. Kartu nama dapat menjadi tanda pengenal melalui informasi beberapa hal yang ada dalam kartu nama. Kartu nama dapat dibuat sesuai dengan kebutuhan

individu atau perusahaan. Isi kartu nama harus tepat dan sesuai dengan standar elemen pada desain kartu nama. Informasi yang tertera dalam kartu ini adalah nama orang, jabatan, nama perusahaan, alamat kantor, nomor telepon serta alamat email.

Dalam membuat kartu nama juga berdasarkan brainstorming yang telah di buat sebelumnya berikut merupakan hasil brainstorming desain kartu nama.

Menurut penggambaran brainstorming di atas terbentuklah beberapa point point penjabaran sehingga terbentuknya rancangan desain kartu nama, point point tersebut di jabarkan sebagai berikut.

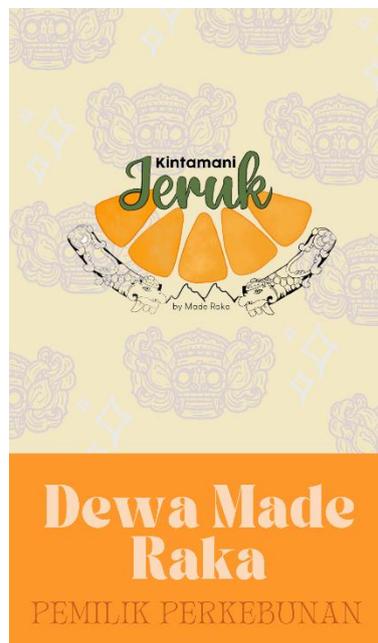
- a. Kartu nama terbagi menjadi 2 sisi
- b. Untuk tampilan depan akan berisi logo yang dimana logo sendiri memiliki fungsi sebagai pengenalan suatu perusahaan , berikutnya warna yang digunakan juga tidak



jauh dari kesan awal yaitu segar dan natural, selanjutnya tentu saja yang mana harus terdapat ciri khas tentang bali maka dari itu di tambahkan lah ornament ornament bali, ornament yang digunakan juga tidak jauh dengan yang terdapat pada desain logo agar menimbulkan kesan saling berkaitan, selanjutnya yaitu nama pemilik dari perusahaan tersebut atau biasanya nama perusahaan namun karena perusahaan ini merupakan perusahaan perseorangan maka langsung nama pemiliknya, unsur yang terakhir merupakan perusahaan tersebut bergerak di bidang apa agar kesan pertama melihat langsung mengetahui perusahaan yang akan di hubungi bergerak di bidang apa

- c. Point selanjutnya yaitu unsur yang terdapat pada bagian belakang atau bagian isi kartu nama, bagian isi dari kartu nama biasanya mengandung beberapa informasi terkait perusahaan tersebut, untuk memudahkan seseorang memilih apakah mereka akan langsung menghubungi pemilik perkebunan jeruk atau hanya ingin mengetahui tentang ladang tersebut sebelum mememesannya maka dari itu di buat dalam bentuk barcode yang jika di pindai akan memunculkan beberapa informasi yang di butuhkan.

Berdasarkan brainstorming di atas terbentuklah hasil desain dari media kartu nama yaitu sebagai berikut.





berdasarkan hasil desain media kartu nama terdapat beberapa unsur visual yang terkandung di dalamnya yaitu sebagai berikut :

a. Ilustrasi

Terdapat beberapa ilustrasi yaitu yang pertama merupakan ilustrasi bhomo ilustrasi tersebut di gunakan di setiap desain karena bhomo sendiri di anggap oleh masyarakat bali merupakan sesuatu yang dapat menolak kejahatan sehingga menimbulkan sesuatu yang baik. Ilustrasi berikutnya yaitu ilustrasi jeruk ilustrasi tersebut digunakan karna perusahaan tersebut merupakan suatu perusahaan yang bergerak pada bidang perkebunan jeruk.

b. Typografi

Typografi yang digunakan pada media komunikasi visual kartuna ayaitu menggunakan typografi sans serif hal tersebut agar desain yang terbentuk dapat menimbulkan kesan santai dan tidak kaku atau terlalu baku.

c. Ukuran

Ukuran kartu nama yang akan di cetak yaitu dengan ukuran 5 x 8,5 centimeter, ukuran tersebut merupakan ukuran biasa yang digunakan untuk ukuran kartu nama

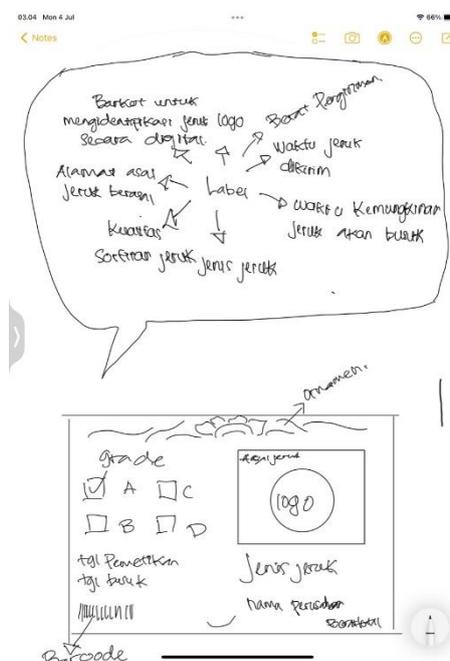
Jika kartu nama tersebut di gambarkan telah di cetak makan akan terlihat sebagai berikut :



Desain Media Komunikasi Visual 3 (label)

Menurut Swasta (1984:141) pengertian label adalah bagian dari sebuah barang yang berupa keterangan (kata-kata) tentang barang tersebut atau penjualnya. Jadi, sebuah label itu bisa jadi merupakan bagian dari pembungkusnya, atau bisa jadi juga merupakan suatu etiket yang tertempel secara langsung pada suatu barang. Adapun fungsi dari label yaitu menggambarkan beberapa hal mengenai produk, seperti siapa yang memproduksinya, dimana tempat produksinya, apa isi dari produk tersebut, bagaimana cara menggunakannya, dan bagaimana cara menggunakannya secara aman.

Menurut pemaparan di atas maka label dirasa diperlukan dalam menambah pemasaran dengan cara membranding melalui media komunikasi visual, maka dari itu terbentuklah brainstorming yang digunakan untuk membuat desain label sebagai berikut.



Berdasarkan brainstorming terdapat beberapa point dengan penjabarannya sebagai berikut :

- a. Logo
Tentu saja label harus terdapat logo karna logo akan dijadikan tanda pengenal perusahaan
- b. Total Berat pengiriman
Total berat pengiriman harus tertera dengan jelas agar tidak terjadi kekeliruan, karena dalam dunia perdagangan hal tersebut sama halnya dengan pengkorupsian.
- c. Tanggal Pemanenan
Tanggal pemanenan digunakan pada label digunakan agar mengetahui jeruk mana yang harus di jual lebih dahulu agar jeruk yang di panen duluan tidak terlalu mateng atau dapat dikatakan busuk.
- d. Tanggal Busuk
Tanggal jeruk akan busuk digunakan sebagai estimasi.
- e. Jenis Jeruk
Jenis jeruk dirasa penting di cantumkan dalam label karena pada dasarnya label merupakan sesuatu untuk mengetahui tentang produk tersebut
- f. Kualitas
Kualitas jeruk pada label ini nantinya akan menggunakan kolom yang akan di tandai oleh pemilik ladang dengan memberi tanda centang pada kolom sesuai dengan kualitas jeruk di dalam tempat yang di label.
- g. Alamat perkebunan
Alamat perkebunan juga harus tercantum pada label untuk pembeli mengetahui dari mana produk tersebut berasal.
- h. Barcode
Barcode digunakan jika prodik tersebut masuk kedalam supermarket maka produk tersebut sudah tercatat secara digital.

Dari hasil perancangan brainstorming dan perancangan sketsa kasar mengenai media komunikasi visual yaitu kartu nama, maka terbentuklah desain sebagai berikut:



Dengan hasil desain media komunikasi label tentunya terdapat beberapa unsur visual di dalamnya yaitu sebagai berikut.

a. Ilustrasi

Ilustrasi pada desain ini masih sama dengan ilustrasi pada desain sebelumnya yaitu ilustrasi ornamen bhomo.

b. Typografi

Pada desain ini menggunakan beberapa jenis huruf, namun masih mengacu pada konsep awal yaitu huruf sans serif agar desain terkesan santai atau tidak monoton.

c. Ukuran

Ukuran yang digunakan pada desain ini adalah ukuran label pada umumnya yaitu 9x4 inci.

d. Warna

Warna yang digunakan tentunya masih sama dengan warna warna pada desain sebelumnya yaitu warna yang natural.

Dengan desain seperti gambar di atas jika diwujudkan dalam penggunaannya maka akan menjadi seperti berikut.



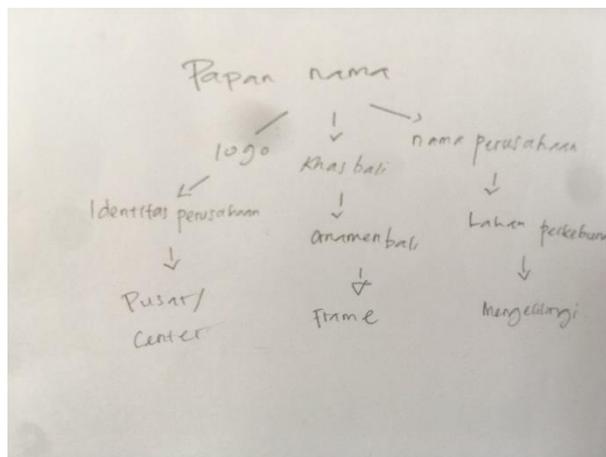
Penggunaan desain nantinya akan di tempel pada box box styrofoam yang akan di kirimkan ke pelanggan baik dengan ekspedisi atau pun yang akan di ambil langsung ke perkebunan.

Desain Media Komunikasi Visual 4 (Papan Nama)

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), arti papan nama adalah papan yang dipasang di depan rumah atau kantor yang bertuliskan nama (orang, organisasi, lembaga, perusahaan, dan sebagainya).

Sama dengan desain desain sebelumnya papan nama yang akan di buat juga harus memiliki pandangan brainstorming terlebih dahulu agar desain yang di buat tidak keluar dari konteks desain desain sebelumnya.

Berikut ini merupakan contoh dari brainstorming desain media papan nama.



Menurut brainstorming desain media papan nama terdapat beberapa point yaitu :

- Papan nama akan berisi logo, ciri khas bali, dan perusahaan bergerak di bidang
- Untuk poin logo seperti pada desain sebelumnya logo akan dijadikan ciri khas perusahaan.
- Untuk poin ciri khas bali akan di jadikan frame mengelilingi
- Untuk poin berikutnya perusahaan tersebut bergerak di bidang apa agar sekali liat papan nama tersebut dapat langsung paham perusahaan tersebut bergerak di bidang apa.

Setelah pembuatan brainstorming maka terbentuklah desain jadi media papan nama yaitu sebagai berikut



Dari hasil desain yang di buat dengan beberapa unsur visual di dalamnya yaitu sebgai berikut:

a. Ilustrasi

Ilustrasi yang digunakan merupakan ornament bali oenament tersebut di ambil untuk mencirikan suatu perkebunan karena banyak di tanami tumbuhan tetapi dengan aksen bali.

b. Typografi

Typografi yang terkandung dalam desain tersebut seperti pada desain desain sebelumnya yaitu menggunakan font jenis sans serif.

c. Ukuran

Ukuran yang digunakan pada pembuatan media ini menggunakan ukuran kotak dengan ukuran 13x13 inci.

Dari desain tersebut jika di tuangkan dalam bentuk langsung maka akan mendapatkan gambaran seperti berikut.

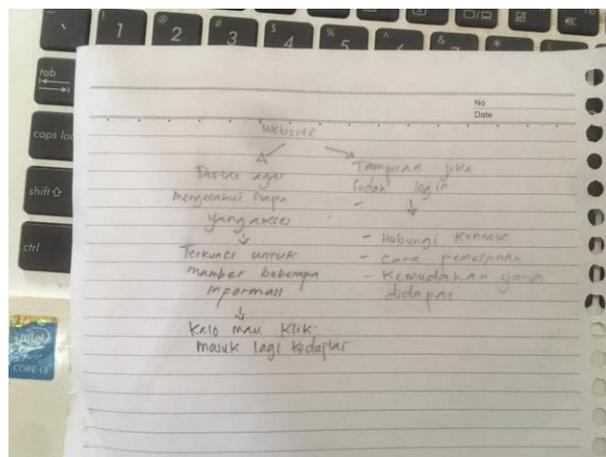


Penggunaan papan nama tersebut dirasa sangat cocok karena simple dan juga efisien pempatan, dan menyesuaikan lokasi dari tempat perkebunan itu sendiri yang berada di pinggir jalan.

Desain Media Komunikasi Visual 5 (Website)

Menurut Bekti (2015:35) menyimpulkan bahwa: Website merupakan kumpulan halaman-halaman yang digunakan untuk menampilkan informasi teks, gambar diam atau gerak, animasi, suara, dan atau gabungan dari semuanya, baik yang bersifat statis maupun dinamis yang membentuk satu rangkaian bangunan yang saling terkait, yang masing-masing dihubungkan dengan jaringan-jaringan halaman.

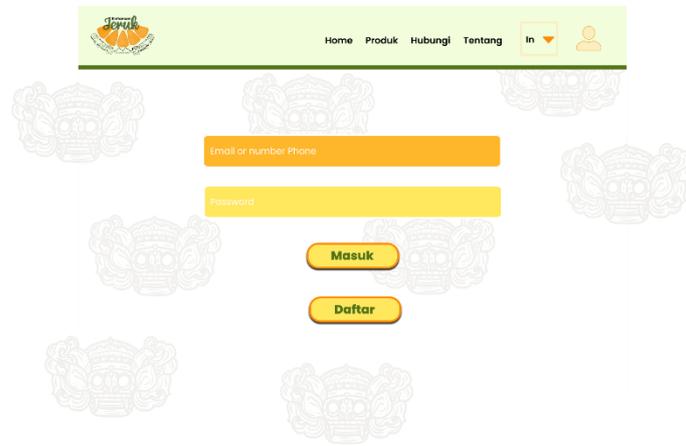
Dalam desain media website juga terdapat brainstorming didalamnya yaitu sebagai berikut:



Berdasarkan pembuatan brainstorming diatas maka munculah beberapa point sebagai berikut :

- a. Website terbagi menjadi dua tampilan
- b. Tampilan awal merupakan tampilan daftar atau login
- c. Tampilan kedua tampilan setelah log in akan menampilkan penjelasan singkat tentang produk, keunggulan perusahaan, cara pemesanan.

Dengan brainstorming seperti penjelasan di atas maka munculah desain media website yang akan dijadikan sebagai template atau tampilan website sebagai berikut.





Desain website mengandung beberapa unsur visual di dalamnya yaitu sebagai berikut

a. Ilustrasi

Ilustrasi terdapat pada kedua tampilan ilustrasi biasanya digunakan untuk memperjelas informasi yang ingin di sampaikan.

b. Typografi

Unsur tipografi dalam website menggunakan jenis sans serif dengan satu font yaitu font poppins namun dengan ketebalan dan ukuran yang berbeda beda sesuai dengan fungsi.

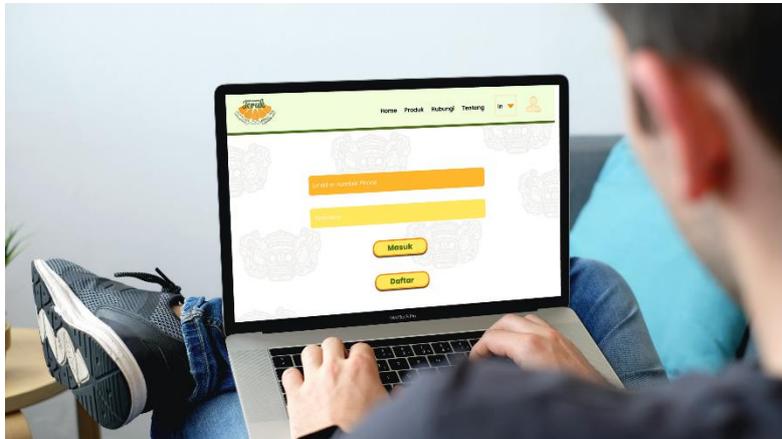
c. Ukuran

Ukuran website menggunakan tampilan desktop agar dapat diakses dengan komputer dan tampilan akan terasa lebih jelas.

d. Warna

Warna yang digunakan juga masih menggunakan patokan pada desain desain sebelumnya yaitu dengan warna yang segar dan natural.

Desain website yang di buat jika di gunakan pada kehidupan sehari hari maka akan tergambar seperti beriku.



KESIMPULAN

Kegiatan branding media yang dilakukan pada pekebunan jeruk milik bapak Dewa Made Raka merupakan sesuatu yang dirasa dapat meningkatkan dan penguatan pemasaran produk, kegiatan branding yang dilakukan dengan konsep yaitu segar dan natural sehingga konsep konsep dalam media tidak keluar konteks. Konsep yang ada berdasarkan beberapa informasi atau metode yang dilakukan dalam pengumpulan data yaitu dimulai dari wawancara observasi hingga pembentukan terjadi.

Melihat dari adanya media promosi yang baru dirasa akan lebih tersusun rapih dalam pembelian atau juga dalam proses jual beli, karena dibuatkan beberapa media yang juga dirasa dengan tampilan lbih menarik dan dapat mengikuti jaman.

DAFTAR PUSTAKA

Dwita Krisna Ari, I. A., & Nuriarta, I. W. (2021). RERAJAHAN SEBAGAI SUMBER INSPIRASI KARYA KOMUNIKASI VISUAL. Retrieved from <https://jurnal.stahnmpukuturan.ac.id/index.php/communicare/article/view/1823>

Ayu ashari (2018). POTENSI EKONOMI PERKEBUNAN JERUK SIAM NAGARI PANDAM GADANG KECAMATAN GUNUANG OMEH KABUPATEN LIMA PULUH KOTA.

Sugiyono. (2011). Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. Bandung:CV Alfabeta.

Soekartawi, 1986. Ilmu Usahatani Dan Penelitian Untuk Pengembangan Petani Kecil. Penerbit Universitas Indonesia, Jakarta.