

**PERANCANGAN MEDIA PROMOSI
UNTUK PRODUK KUE BOLONG DI DESA SADANG
KABUPATEN BADUNG**



Oleh :

Kadek Kana Semaraniya Gayatri

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

Kue bolong merupakan camilan yang sudah tidak asing lagi terdengar di masyarakat Bali. Kue bolong lebih sering digunakan saat hari raya bagi umat Hindu di Bali sebagai persembahan. Penelitian ini bertujuan untuk merancang media promosi dalam bentuk media papan nama, poster, label, logo dan kartu nama yang nantinya dapat membantu pemilik UMKM kue bolong. Penelitian ini menggunakan rancangan deskriptif dengan metode kualitatif diaman data yang dikumpulkan berasal dari hasil wawancara dan observasi, dokumentasi dan studi pustaka. Dari hasil penelitian, ditemukan adanya permasalahan berupa media promosi yang kurang sesuai dengan kriteria desain. Perancangan media promosi dilakukan dengan melakukan observasi, dokumentasi serta melakukan wawancara, menemukan permasalahan, melakukan brainstorming, menentukan konsep yang sesuai dengan produk, proses pembuatan desain dan menemukan hasil desain perancangan media promosi dan mendapatkan hasil perancangan. Konsep yang digunakan yaitu mengangkat kebudayaan lokal di daerah Sading, Kecamatan Mengwi, Kabupaten Badung, Bali. Tujuan dari perancangan media komunikasi visual ini yaitu ada dua jenis yaitu umum dan khusus. Tujuan umumnya yaitu, untuk membantu UMKM dalam mempromosikan produknya serta sebagai pelengkap dalam menyelesaikan tugas dari matakuliah Penjenamaan Bali. Tujuan khususnya yaitu, Untuk mengetahui media yang efektif dalam mempromosikan Kue Bolong di Badung. Dan untuk merancang media komunikasi visual dalam mempromosikan Kue Bolong di Badung.

Kata Kunci : Kue Bolong di Badung, Perancangan Media Promosi, UMKM, Kabupaten Badung.

PENDAHULUAN

Camilan Kue Bolong atau disebut juga Kaliadrem sudah terdengar tidak asing lagi bagi masyarakat Bali. Camilan Kue Bolong ini, berbahan dasar dari tepung beras yang memiliki ciri khasnya yaitu bentuknya segitiga dan bulat serta memiliki bolong di bagian tengahnya seperti donat. Pada bagian atas kue diberi biji wijen agar terlihat lebih menarik. Bagi masyarakat Hindu, biasa kue bolong ini digunakan sebagai sarana saat diadakannya upacara, atau hanya sebagai camilan saat berkumpul dengan keluarga, teman dan lain-lain.

Kemunculan dan keberadaan kue bolong, sudah ada sejak jaman dahulu. Jajan bolong dikenal dengan nama lain yaitu jajan Kaliadrem. Yang menjadi bentuk ciri khasnya yaitu kue bolong memiliki bolong ditengahnya. Tanpa meninggalkan eksistensi dan ciri khas dari jajan Bolong itu sendiri, jajan ini sekarang bukan hanya untuk banten dan ditemukan di pasar tradisional saja, melainkan sudah banyak ditemukan di swalayan - swalayan dan di toko oleh oleh Bali sehingga seluruh masyarakat Indonesia bahkan luar negeri bisa menikmatinya.

Salah satu merek kue bolong yang berada di Desa Sading yaitu, kue bolong Sari Inten yang berlokasi di Jalan Raya Sading, Banjar Negara Kaja, Kecamatan Mengwi, Kabupaten Badung. Pemilik dari rumah produksi Sari Inten ini yaitu Bapak Made Darmaja. Berdiri sejak tahun 2000. Awal mula berdirinya Sari Inten ini karena ibu dari Bapak Made Darmaja yang kini sudah menginjak masa lanjut usia, dulunya hanya iseng menggunakan satu kilogram tepung beras yang sudah dicampur dengan air, gula, sedikit garam dan bahan lainnya dan beliau meramu adonanya sendiri hingga ke tahap akhir. Kemudian nenek dari Pak Made memberikan ke saudara-saudaranya dan ternyata respon yang didapat positif. Sehingga mulai dari saat itulah terbentuknya rumah produksi Sari Inten dan mulai memasarkan produknya ke pengepul-pengepul serta dijual di pasar hingga saat ini.

Menurut hasil wawancara dengan Bapak Made Darmaja, jumlah pegawai di rumah produksi Sari Inten ada sekitar 8 orang yang sebagian besar merupakan ibu-ibu dari daerah setempat serta kerabat dari Bapak Made. Dalam proses pengadukan

adonan sudah menggunakan mesin pengaduk agar proses produksi tidak menyita waktu yang lama. Pada saat peneliti melakukan survey yang dilakukan pada tanggal 3 Mei 2022, Peneliti mengamati area produksinya yang sudah layak dan higienis. Omset kue bolong perbulannya itu, rata-rata perhari menghasilkan sekita 2000 biji. Perbiji bijinya dihargai dengan Rp. 1.000 rupiah, dan mereka bekerja selama 26 hari selama sebulan. Sehingga perkiraan menghasilkan keuntungan Rp. 52.000.000 per bulan.

Pembeli kue bolong ini sebagian besar dari ibu-ibu yang digunakan sebagai sarana dalam membuat banten untuk hari raya umat Hindu. Tekstur dari kue bolong yang di jual di rumah produksi Sari Inten ini lebih renyah dari pada kue bolong yang dijual di tempat lain. Hal inilah yang menjadikan perbedaan dengan tempat produksi lain. Selain testurnya yang renyah, rasa yang terdapat pada kue bolong ini cenderung manis, namun tidak menimbulkan rasa manis buatan yang sampai menyengat lidah.

Terdapat permasalahan yang tengah dihadapi Bapak Made yaitu media komunikasi yang masi kurang. Saat ini media yang digunakan hanya berupa label, facebook, stiker dan dalam proses promosi produk hanya dari mulut ke mulut. Saat melakukan survey dan mewawancarai Bapak Made, beliau mengatakan belum memiliki logo untuk produk mereka dan ingin dibuatkan label yang lebih menarik. Selain logo dan label, adapun media promosi lain yang belum ada yaitu papan nama, poster serta kartu nama. Maka telah disimpulkan bahwa peneliti merancang media promosi berupa label, logo, kartu nama, papan nama dan poster dalam proses media komunikasi kue bolong Sari Inten.

Tujuan dari perancangan media komunikasi visual ini yaitu ada dua jenis yaitu umum dan khusus. Tujuan umumnya yaitu, untuk membantu UMKM dalam mempromosikan produknya serta sebagai pelengkap dalam menyelesaikan tugas dari matakuliah Penjenamaan Bali. Tujuan khususnya yaitu, Untuk mengetahui media yang efektif dalam mempromosikan Kue Bolong di Badung. Dan untuk merancang media komunikasi visual dalam mempromosikan Kue Bolong di Badung.

Adapun manfaatnya sebagai mahasiswa dalam proses melakukan perancangan media yaitu, dapat mengetahui bagaimana cara merancang media promosi untuk suatu perusahaan, serta mengetahui bagaimana tahapan dalam pembuatan artikel penelitian secara baik dan benar. Manfaat yang didapat oleh pihak lembaga yaitu, sebagai bahan masukan bagi Perguruan Tinggi untuk memperbaiki praktik-praktik pembelajaran agar dosen menjadi lebih kreatif, efektif dan efisien sehingga kualitas pembelajaran dan hasil belajar mahasiswa meningkat, utamanya pada program studi desain komunikasi visual. Dengan adanya penelitian ini, perusahaan atau pemilik UMKM merasakan juga manfaatnya seperti, mendapatkan media promosi yang baik sesuai dengan kriteria desain secara Cuma-Cuma dan produk yang ditawarkanpun dapat dijangkau oleh banyak orang sesudah diadakannya penelitian ini. Masyarakat dapat mengetahui informasi mengenai tempat produksi Sari Inten.

METODE PENELITIAN

Untuk mewujudkan karya media promosi, maka peneliti melakukan langkah-langkah pengumpulan data berupa metode sebagai berikut :

a. Observasi

Di dalam metode observasi, peneliti meninjau langsung tempat pembuatan Kue Bolong. Dengan metode observasi, peneliti mendapatkan data berupa lokasi rumah produksi Sari Inten yang beralamat di Jalan Raya Sading, Banjar Negara Kaja, Kecamatan Mengwi, Kabupaten Badung, melihat langsung proses pengerjaan Kue Bolong. Dengan metode ini, peneliti juga mengamati lingkungan sekitar terkait media promosi yang tepat. Media promosi yang akan ditambahkan berupa papan nama guna mempermudah konsumen dalam menemukan lokasi Kue Bolong ini.

b. Wawancara

Dengan melakukan metode wawancara, peneliti mendapatkan data verbal berupa, omset penjualan selama sebulan, jumlah pegawai, sejarah berdirinya rumah produksi Sari Inten, proses pembuatan Kue Bolong, media promosi yang dibutuhkan, serta kalangan dalam mengkonsumsi produk Kue Bolong. Dengan mendapatkan data-data dalam wawancara, proses perancangan media promosi komunikasi visual akan lebih mudah.

c. Dokumentasi

Dalam metode dokumentasi, peneliti mendapatkan data-data dokumentasi mengenai suasana di dalam proses pembuatan Kue Bolong, media promosi yang ada serta media promosi yang lama. Keadaan tempat pembuatan Kue Bolong, serta digunakan sebagai bukti yang valid dalam meninjau langsung lokasi survey.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Brand sendiri saat ini diartikan sebagai identitas diri yang membedakan antar sesama baik manusia, produk, maupun tempat. Sedangkan branding adalah sebuah kegiatan komunikasi, memperkuat, mempertahankan sebuah brand dalam rangka memberikan perspektif kepada orang lain yang melihatnya. Menurut Kotler (2009), branding merupakan nama, istilah, tanda, simbol, rancangan atau kombinasi dari semuanya yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang atau jasa atau kelompok penjual dengan untuk membedakannya dari barang atau jasa pesaing. Sedangkan menurut Landa (2006), pengertiannya bukanlah sekedar merek atau nama dagang dari sebuah produk, jasa, atau perusahaan. Namun semuanya yang berkaitan dengan hal-hal yang kasa mata dari sebuah merek mulai dari nama dagang, logo, ciri visual, citra, kredibilitas, karakter, kesan, persepsi, dan anggapan yang ada di benak konsumen perusahaan tersebut.

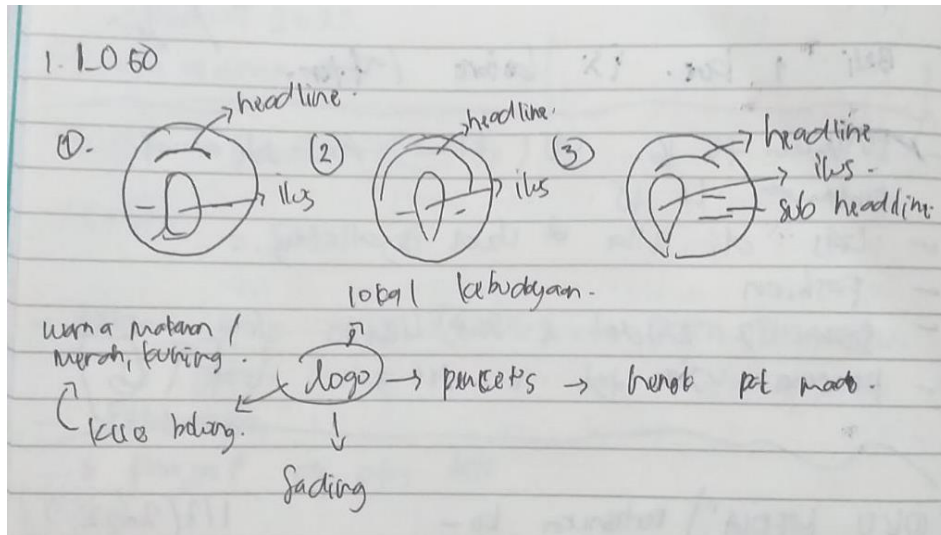
Dalam proses perancangan media promosi, hal yang paling pertama dilakukan yaitu proses pengumpulan data berdasarkan metode penelitian kualitatif. Dari hasil proses pengumpulan data tersebut, kemudian menemukan permasalahan yang nantinya akan menghasilkan solusi berupa perancangan media promosi

komunikasi visual dengan membranding produk yang sedang diteliti. Proses selanjutnya yaitu membuat brainstorming untuk media promosi terpilih. Konsep yang pilih yaitu mengangkat kelokalan budaya daerah Desa Sading, Kabupaten Badung dengan menonjolkan unsur elemen visual berupa maskot dari Kabupaten Badung, serta pura yang terkenal di Kecamatan Mengwi sehingga memiliki ciri khas daerah sekitar yang dapat membedakan dengan Kue Bolong pada umumnya.

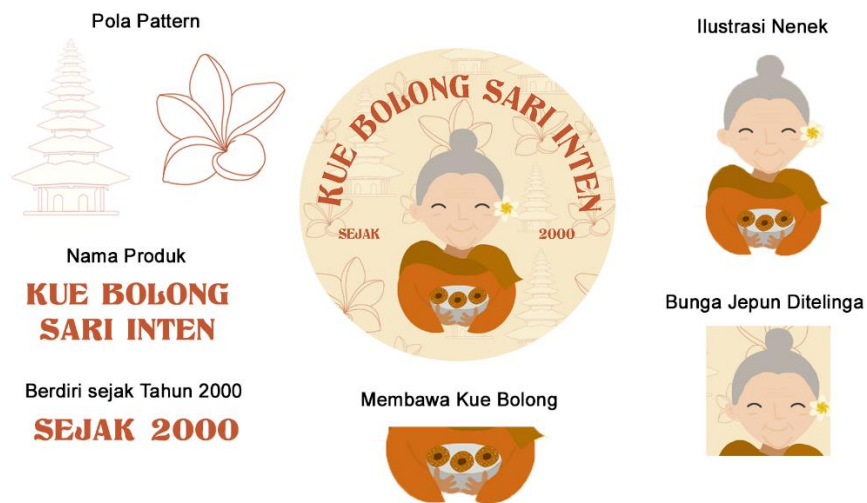
Dari teori *branding* diatas, melahirkan karya-karya *branding* yang dikerjakan berupa media komunikasi visual terpilih seperti :

1. Media Komunikasi Visual Logo

Menurut Rustan (2013:13) menyatakan bahwa, logo adalah penyingkatan dari logotype. Istilah logo baru muncul tahun 1937 dan kini istilah logo lebih populer daripada logotype. Logo bisa menggunakan elemen apa saja, berupa tulisan, logogram, gambar, ilustrasi dan lain-lain. Banyak juga yang mengatakan logo adalah elemen gambar/symbol pada identitas visual. Secara sederhana logo dapat diartikan sebagai gambar atau huruf yang mempunyai makna tertentu. Logo merupakan unsur grafis yang meliputi huruf bergambar, symbol, dan tanda yang memiliki arti tertentu dan mewakili arti dari suatu perusahaan, daerah, perkumpulan, produk, Negara dan hal-hal lainnya yang membutuhkan sesuatu yang mudah diingat untuk mewakili nama sebenarnya.



Gambar 1. Brainstorming Logo



Gambar 2. GSM Media Logo



Gambar 3. Media Logo

Deskripsi Logo :

a. Pattern

Pada bagian pattern menggunakan pola dari bentuk maskot Kabupaten Badung yaitu bunga jepun. Dan berisi Pura Taman Ayun yang berada di Kecamatan Mengwi. Penggunaan elemen tersebut untuk mengangkat unsur kelokalan dari daerah Kue Bolong berasal. Menggunakan ilustrasi digital dengan aplikasi Photoshop. Untuk warna yang digunakan, menggunakan warna dasar *cream* agar menyatu dengan warna dasar dari logo. Pada bagian outline, menggunakan warna yang lebih kontras yaitu warna merah kecoklatan.

b. Nama Produk

Pada bagian nama *brand* pada produk, menggunakan jenis huruf sans serif agar lerkesan lebih *elegant*. Nama font yang digunakan yaitu Titania. Warna yang digunakan pada bagian headline logo yaitu warna kecoklatan agar lebih kontras dengan warna dasar sehingga akan lebih jelas terbaca.

c. Tahun Berdiri

Pada bagian tulisan “Sejak 2000” mengandung makna yaitu, sudah berdiri sejak tahun 2000. Hal ini sengaja dicantumkan pada logo agar terlihat ke-eksistensiannya dari jaman 2000-an sampai tahun 2022 sekarang. Jenis font yang digunakan dengan bagian headline masih sama yaitu sans

serif, dengan nama fontnya yaitu Titania. Hal ini sengaja dibuat agar desain memiliki satu kesatuan sesuai dengan salah satu dari kriteria desain.

d. Ilustrasi Seorang Nenek

Pada ilustrasi ini menggunakan jenis ilustrasi digital agar terlihat serempak dengan desain media lainnya. Pemilihan karakter dari seorang nenek sengaja karena, nenek dari Bapak Made merupakan sosok pencetus dibalik Kue Bolong ini. Hal ini juga merupakan sebagai bentuk penghormatan terhadap Nenek dari Bapak Made.

e. Ilustrasi Bunga Jepun Ditelinga

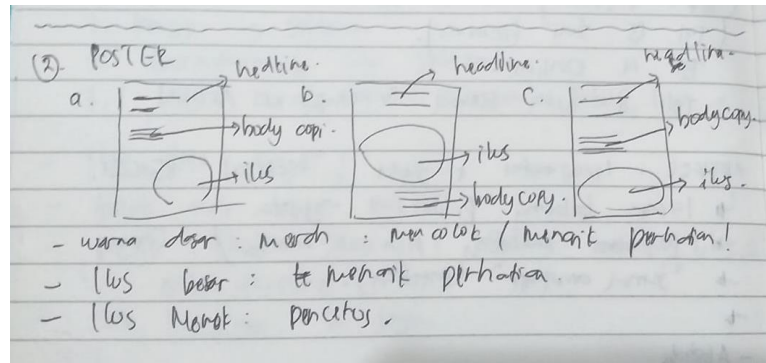
Ilustrasi bunga jepun sengaja ditempatkan pada bagian telinga nenek untuk menguatkan kesan terhadap seorang wanita Bali dengan menggunakan bunga dari maskot Kabupaten Badung.

f. Ilustrasi Membawa Kue Bolong

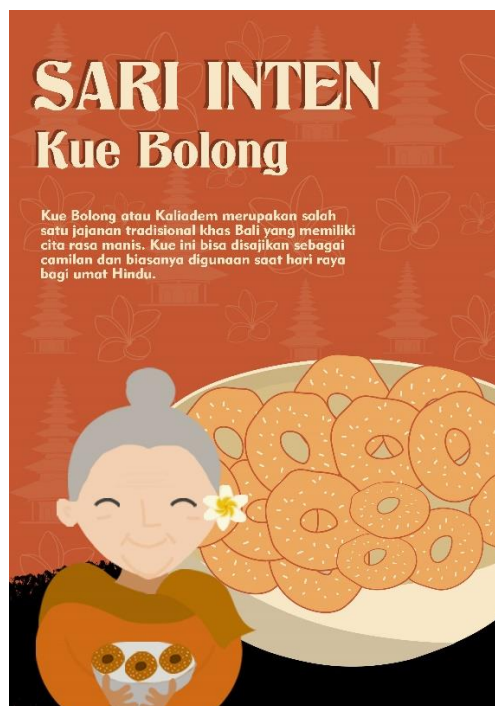
Pada ilustrasi ini, menggunakan ilustrasi digital yang menggambarkan seorang nenek yang sedang membawa kue bolong yang beliau buat.

2. Media Komunikasi Visual Poster

Definisi poster menurut pendapat Sri Anitah adalah gambar yang terdiri dari unsur visual seperti garis, gambar serta kata-kata tertentu guna menarik perhatian seseorang. Masih menggunakan media digital, disini poster digital dapat menjadi media promosi yang efektif untuk digunakan. Mereka bisa membagikan poster tersebut dengan mudah dan cepat ke orang lain. Sri Anitah (2008:12)



Gambar 4. Brainstorming Poster



Gambar 5. Media Poster

Deskripsi Poster :

Warna yang digunakan pada poster menggunakan warna dasar merah kecoklatan untuk menarik perhatian audiens. Pada bagian bawah poster terdapat pemisah atau pembatas antara poster bagian atas dan bagian bawah yang berwarna hitam. Penggunaan objek berwarna hitam ini juga bertujuan agar tulisan dari penjelasan produk dapat terlihat. Untuk ilustrasi Kue Bolong masih menggunakan tone warna yang senada yaitu coklat dan

cream agar masih memiliki keterkaitan antara desain satu dengan desain lainnya.

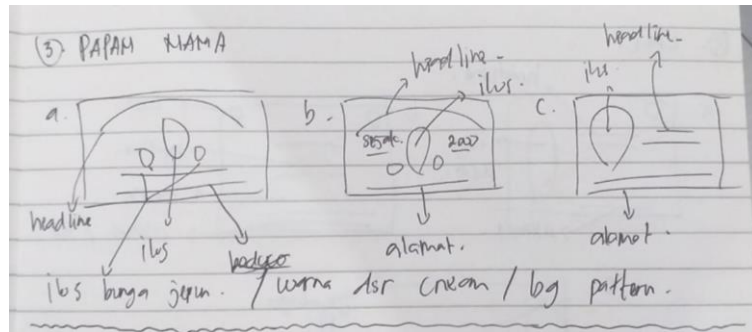
Ilustrasi Kue Bolong menggunakan jenis ilustrasi *flat* dan tidak banyak terdapat *highlight* pada ilustrasinya agar terlihat lebih simple. Untuk semakin menonjolkan lagi ciri khas dari desain media promosi ini ditandai dengan dimunculkan kembali ilustrasi seorang nenek lengkap dengan membawa Kue Bolong pada kedua tangannya. Pada ilustrasi di *background* menggunakan ilustrasi atau *pattern* dari objek Pura Taman Ayun yang berlokasi di Mengwi, Badung serta menggunakan Bunga Jepun atau maskot Kabupaten Badung.

Jenis huruf pada tulisan “Kue Bolong Sari Inten” menggunakan jenis huruf serif dengan nama fontnya yaitu Titania. Pada bagian informasi seputar penjelasan mengenai Kue Bolong jenis font yang digunakan yaitu sans serif yang fontnya bernama Geometr415 Blk BT. Pada font hanya menggunakan dua jenis font pada masing-masing media promosi dengan tujuan agar memiliki satu kesatuan antara desain satu dengan desain lainnya.

Pada bagian headline bertuliskan “Sari Inten”, kemudian diikuti dengan subheadline yaitu “Kue Bolong”, serta penjelasan singkat seputar apa itu Kue Bolong disebut dengan bodytext yang posisinya berada ditengah dan desain ketiga berada di bawah poster. Pada poster menggunakan ukuran A3 yaitu 29,7 cm x 42 cm. Penempatan poster ini dapat ditempatkan di depan toko yang menjual produk ini serta di depan pintu masuk rumah produksi Sari Inten.

3. Media Komunikasi Visual Papan Nama

Papan nama adalah sebuah papan yang umumnya digunakan untuk menginformasikan nama perusahaan/kantor. Adakalanya, papan nama juga dilengkapi dengan informasi mengenai barang/jasa yang ditawarkan dan alamat lengkap. Papan nama membantu pengunjung untuk mengidentifikasi bangunan atau tempat usaha. Papan nama dapat dibuat dengan berbagai macam bahan, antara lain aluminium, kayu dan akrilik.



Gambar 6. Brainstoming Papan Nama



Gambar 7. Media Poster



Gambar 8. Mockup Poster

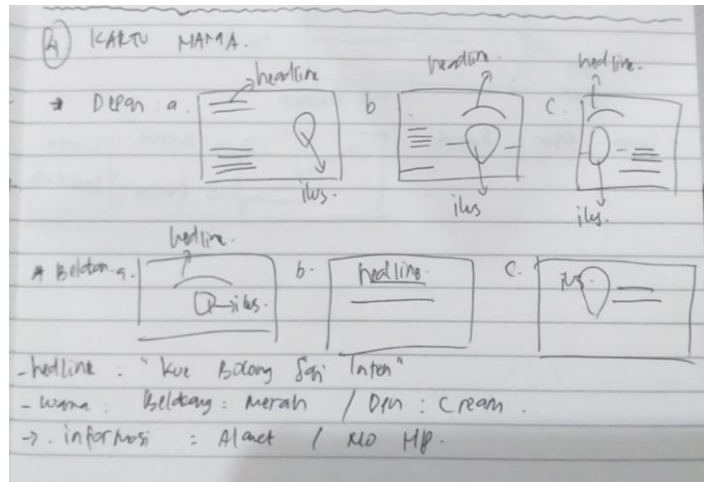
Deskripsi Papan Nama :

Warna pada bagian background menggunakan warna *cream* sebagai warna dasarnya sama dengan warna pada media promosi kartu nama dan stiker. Masih terdapat ilustrasi yang sama dengan media promosi lainnya yaitu seorang nenek yang membawa Kue Bolong dilengkapi dengan bunga jepun sebagai simbol dari Kabupaten Badung.

Jenis huruf pada tulisan “Kue Bolong Sari Inten” menggunakan jenis huruf serif dengan nama fontnya yaitu Titania. Pada bagian informasi seperti alamat serta nomor WA menggunakan jenis font sans serif yang bernama Geometr415 Blk BT. Tulisan yang menjadi headline yaitu “Kue Bolong Sari Inten”, dilengkapi dengan *baseline* yaitu alamat tempat pembuatan Kue Bolong. Ukuran yang digunakan pada papan nama yaitu, lebar 80 cm dan tinggi 60 cm.

4. Media Komunikasi Visual 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 umumnya kartu nama berisi tentang nama perusahaan (termasuk logo perusahaan) dan alamat pos, nomor telepon, nomor fax dan email, situs web. Secara tradisional banyak kartu nama yang menggunakan teks berwarna hitam dengan latar belakang putih, namun kartu nama di jaman sekarang banyak yang menggunakan dan menerapkan aspek desain visual yang mencolok. Kartu nama adalah sebuah keharusan bagi seorang profesional.



Gambar 9. Brainstorming Kartu Namana



Gambar 10. Tampilan Depan Kartu Nama



Gambar 11. Tampilan Belakang Kartu Nama



Gambar 12. Mockup Kartu Nama

Deskripsi Kartu Nama :

Warna untuk bagian depan dan belakang kartu nama sengaja dibuat berbeda untuk membedakan informasi yang terkandung pada kartu nama. Untuk bagian depan memiliki warna dasar *cream* sedangkan, untuk warna dasar pada bagian belakang menggunakan warna merah kecoklatan. Pada warna untuk masing-masing font juga menyesuaikan dengan warna dasar. Penggunaan warna disini masi sama dengan desain media promosi lainnya agar memiliki keterkaitan antara desain media satu dengan desain media lainnya.

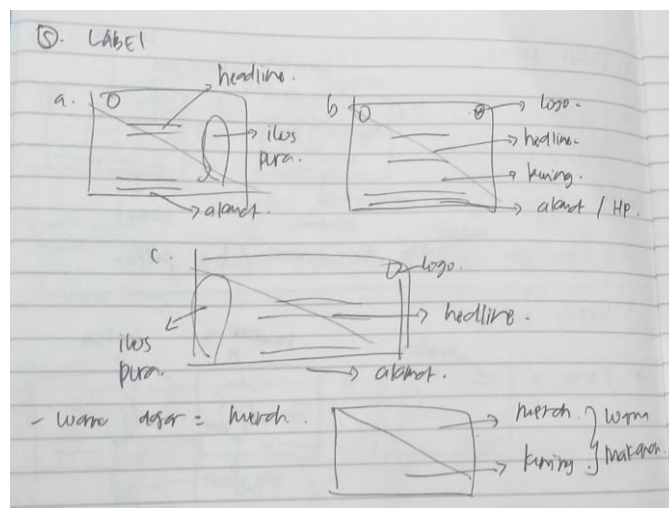
Untuk ilustrasi yang ditampilkan, masih menggunakan ilustrasi dari logo seorang nenek yang tengah memegang Kue Bolong. Penempatan ilustrasinya berbeda-beda pada setiap desain sehingga memiliki alternatif lain apabila salah satu desain kurang sesuai. Selain bentuk ilustrasi seorang nenek, adapaun ilustrasi lain yang menjadi pattern pada bagian background yaitu ilustrasi bunga jepun dan Pura Taman Ayun. Jenis huruf pada tulisan “Kue Bolong Sari Inten” menggunakan jenis huruf serif dengan nama fontnya yaitu Titania. Pada bagian informasi seperti alamat serta nomor WA

menggunakan jenis font sans serif yang bernama Geometr415 Blk BT. Tulisan “Kue Bolong Sari Inten” digunakan sebagai headline. Dan informasi seputar lokasi dan nomor *Whatsapp* merupakan bagian *closingword*. Ukuran yang digunakan pada kartu nama yaitu lebar 9 cm dan tinggi 5,5 cm. Ukuran ini merupakan sudah ukuran normal dari semua kartu nama.

5. Media Komunikasi Visual Label

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. Tjiptono (1997: 107), label ialah bagian dari sesuatu produk yang mengantarkan data menimpa produk serta penjual. Suatu label biasa ialah bagian dari kemasan, ataupun dapat pula ialah etiket (ciri pengenal) yang dicantelkan pada produk.

Secara umum label merupakan salah satu bagian dari produk berbentuk penjelasan baik foto ataupun perkata yang berperan bagaikan sumber data produk serta penjual. Label biasanya berisi data berbentuk nama ataupun merk produk, bahan baku, bahan bonus komposisi, data gizi, bertepatan pada kedaluwarsa, isi produk serta penjelasan legalitas.



Gambar 13. Brainstorming Label



Gambar 14. Media Label

Deskripsi Label :

Menurut www.jurnal.id Warna merah dan kuning sering direpresentasikan oleh makanan utama, membangkitkan selera dan merangsang nafsu makan. Warna yang energik dan penuh emosi. Baik warna merah dan kuning juga efektif untuk menarik perhatian. Industri makanan cepat saji telah mengklaim kombinasi warna ini untuk alasan yang efektif. Hal tersebutlah yang membuat warna uning dan merah sebagai warna dasar dari label.

Pada ilustrasi yang terdapat pada label menggunakan ikon atau ciri khas dari Pura Taman Ayun, dimana pura ini terletak di Kabupaten Badung sesuai dengan letak asal Kue Bolong ini. Untuk pattern yang terdapat di background menggunakan bentuk dari mascot bunga Kabupaten Badung yaitu bunga jepun.

Terdapat dua jenis font yang digunakan pada desain label yaitu, Serif dan Sans Serif. Pada tulisan Serif menggunakan font Titania dan jenis font Sans Serif menggunakan font Geometr415 Blk BT. *Headline* yang terdapat pada label yaitu tulisan “Kue Bolong Sari Inten” kemudian diikuti dengan brand name “Sari Inten”, kemudian pada alamat dan kontak termasuk ke

dalam *closingword*. Ukuran yang dipakai yaitu, lebar 8 cm dan tinggi 5 cm.

LAMPIRAN



Gambar 15. Proses Pembuatan Kue Bolong



Gambar 16. Berfoto Bersama Pemilik UMKM Kue Bolong

Sebelum proses perancangan media pada label



Gambar 17. Label Sebelum Dirancang

Sesudah proses perancangan media pada label



Gambar 18. Label Setelah Dirancang

SIMPULAN

Rumah produksi Sari Inten didirikan oleh Bapak Made yang dibantu oleh istrinya beserta dengan 8 pegawai lainnya. Camilan Kue Bolong ini, berbahan dasar dari tepung beras yang memiliki ciri khasnya yaitu bentuknya segitiga dan bulat serta memiliki bolong di bagian tengahnya seperti donat. Pada bagian atas kue diberi biji wijen agar terlihat lebih menarik. Bagi masyarakat Hindu, biasa kue bolong ini digunakan sebagai sarana saat diadakannya upacara, atau hanya sebagai camilan saat berkumpul dengan keluarga, teman dan lain-lain. Menurut hasil wawancara dengan Bapak Made Darmaja, Pembeli kue bolong ini sebagian besar dari ibu-ibu yang digunakan sebagai sarana dalam membuat banten untuk hari raya umat Hindu.

Terdapat permasalahan yang tengah dihadapi Bapak Made yaitu media komunikasi yang masih kurang. Saat ini media yang digunakan hanya berupa label, facebook, stiker dan dalam proses promosi produk hanya dari mulut ke mulut. Saat melakukan survey dan mewawancarai Bapak Made, beliau mengatakan belum memiliki logo untuk produk mereka dan ingin dibuatkan label yang lebih menarik. Dari hasil melakukan observasi serta melakukan wawancara, peneliti menemukan media yang sesuai untuk menjadi media promosi. Media-media tersebut yaitu, label, poster, papan nama, kartu nama dan logo. Sehingga dengan adanya media komunikasi visual ini, UMKM Sari Inten dapat semakin berkembang sehingga semakin banyak konsumen yang membeli produk ini.

5.2 Saran

Sebaiknya sebelum membangun usaha, hal terpenting yang harus dilakukan yaitu membangun brand yang kuat yang dapat dijadikan sebagai identitas dari usaha tersebut. melihat lagi penambahan media-media promosi yang diperlukan, sehingga konsumen dapat dengan mudah mengetahui informasi-informasi yang berkaitan dengan produk usaha.

DAFTAR PUSTAKA

Diakses pada 04 Juli 2022

<https://jurnal.stahnmpukuturan.ac.id/index.php/communicare/article/view/1823/1385>

Diakses pada 04 Juli 2022 https://www.jurnal.id/id/blog/unsur-jenis-tujuan-dan-manfaat-branding/#Pengertian_Branding

Diakses pada 04 Juli 2022

https://repository.bsi.ac.id/index.php/unduh/item/241822/File_10-Bab-II-Landasan-Teori.pdf

Diakses pada 04 Juli 2022

<https://extraprint.id/blog/pengertian-kartu-nama#:~:text=Kartu%20Nama%20adalah%20sebuah%20kartu,pengingat%20dalam%20sebuah%20perkenalan%20formal.>

Diakses pada 04 Juli 2022 <https://www.seputarpengetahuan.co.id/2020/03/label-adalah.html>

Diakses pada 04 Juli 2022 www.jurnal.id