

**PERANCANGAN MEDIA DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
UNTUK PROMOSI UMKM JAJE GIPANG DI METRA**



Oleh I Wayan Yoga Adi Pratama

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

Pada Tugas ini, perancang membuat desain sebagai media promosi pada usaha UMKM Jaje Gipang Metra. Tujuan perancang adalah ingin membuat identitas pada Jaje Gipang Metra sehingga dapat dikenal luas di kalangan masyarakat luas. Media promosi sendiri adalah Jaje gipang adalah jajanan tradisional Bali, jaje gipang ini dibuat/dibeli masyarakat untuk dipakai sebagai sarana banten. Peminat jaje gipang di bali juga masih tetap ada. jaje Gipang Metra adalah usaha UMKM yang pemiliknya adalah Ibu Wayan Puspa, salah seorang yang pembuat Jaje Gipang di Desa adat metra, Banjar kalanganyar, Kecamatan Tembuku, Kabupaten Bangli. Terdapat permasalahan yang ditemui ketika melakukan kunjungan langsung ke usaha UMKM Ibu Wayan Puspa, yakni lemahnya media promosi.

Kata Kunci : *Media Promosi, Desain Komunikasi Visual, Bali*

Pendahuluan

Perancangan Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), arti kata perancangan adalah proses, perbuatan merancang.

Desain Komunikasi Visual erat kaitanya dalam mewujudkan sebuah media promosi. Desain Komunikasi Visual sendiri adalah cabang ilmu desain yang mempelajari konsep komunikasi dan ungkapan kreatif, teknik dan media dengan memanfaatkan elemen-elemen visual ataupun rupa untuk menyampaikan pesan untuk tujuan tertentu (tujuan informasi ataupun tujuan persuasi yaitu mempengaruhi perilaku).

Jaje gipang adalah jajanan tradisional Bali, jaje gipang ini dibuat/dibeli masyarakat untuk dipakai sebagai sarana banten. Peminat jaje gipang di bali juga masih tetap ada. Jaje Gipang Metra adalah usaha UMKM yang pemiliknya adalah Ibu Wayan Puspa, salah seorang yang pembuat Jaje Gipang di Desa adat metra, Banjar kalanganyar, Kecamatan Tembuku, Kabupaten Bangli. Ibu Wayan Terjun sebagai pembuat jajanan Bali ini selama kurang lebih 37th, untuk sistem penjualannya Ibu wayan berjualan di Pasar, dititip di warung – warung dan juga menerima orderan langsung.

Terdapat permasalahan yang ditemui ketika melakukan kunjungan langsung ke usaha UMKM Ibu Wayan Puspa, yakni lemahnya media promosi Setiap perusahaan membutuhkan media promosi untuk memperkenalkan identitas perusahaan, serta produk atau jasa yang ditawarkan kepada masyarakat sasarnya. Begitupun dengan usaha UMKM Jaje Gipang Metra.

Metode Pengumpulan Data

Terdapat dua jenis dalam pengumpulan data yaitu:

1. Jenis Data Primer.

pengertian data primer menurut (Sugiyono (2016), adalah sebuah data yang langsung didapatkan dari sumber dan diberi kepada pengumpul data atau peneliti.

Adapun metode yang digunakan, yaitu:

a. Observasi (pengamatan)

Observasi berarti mengumpulkan data langsung dari lapangan (Semiawan, 2010). Dalam mengumpulkan data ini, digunakan metode Observasi guna mengetahui secara detail bagaimana fenomena dan kenyataan yang ada di lapangan (Jaje Gipang Metra)

b. wawancara (interview) Wawancara adalah suatu kejadian atau suatu proses interaksi antara pewawancara (interviewer) dan sumber informasi atau orang yang di wawancarai (interviewee) melalui komunikasi langsung (yusuf, 2014). Dalam mengumpulkan data ini, digunakan metode wawancara guna mendapatkan informasi yang benar dan akurat dari Ibu Wayan Puspa

2. Jenis data sekunder. data sekunder adalah data yang bersumber dari catatan yang ada pada perusahaan dan dari sumber lainnya. (Danang Sunyoto, 2013:21). Data ini digunakan untuk mendukung informasi primer. Jenis data sekunder yang digunakan guna memperoleh data-data yang digunakan pada Usaha I bu Wayan Puspa . Adapun metode yang digunakan, yaitu:

c. Dokumentasi Dokumentasi adalah metode pengumpulan data yang digunakan untuk menelusuri data historis. Dokumen tentang orang atau sekelompok orang, peristiwa, atau kejadian dalam situasi sosial yang sangat berguna dalam penelitian kualitatif (yusuf, 2014). Dalam mengumpulkan data ini, metode dokumentasi berupa foto sebagai penunjang data terhadap Usaha Ibu Wayan Puspa

HASIL dan PEMBAHASAN

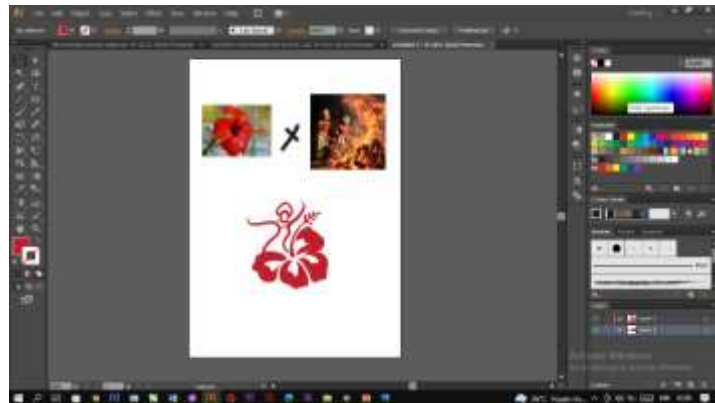
Untuk Membantu dalam pembuatan media promosi perlunya survey secara langsung kelapangan, hasil survey yang saya dapat bahwa usahan Ibu Wayan Puspa belum memiliki media promosi, media promosi yang terpilih diantaranya; Logo, Kartu Nama, Label Kemasan, Papan Nama, dan poster berupa stiker tempel.

Untuk konsep desain yang digunakan adalah dengan menambahkan unsur – unsur kebudayaan Bali yang ada di tempat usaha Ibu Wayan Puspa yakni, bunga pucuk bang dan Tarian sangya janger, pucuk bang sendiri adalah maskot Kabupaten Bangli dan janger sanghyang maborbor adalah tarian sakral yang ada di desa adat metra. Dan dari segi warna, warna merah dan kuning akan lebih dominan di gunakan, warna merah memiliki arti membawa kesan semangat, menarik, energi, dan kemarahan. Warna merah juga melambang emosi yang kuat seperti romantisme cinta dan dapat pula menggambarkan atau memicu nafsu makan. Sedangkan kuning memiliki arti warna yang membawa kesan bahagia dan optimis. Penggunaan warna kuning mudah menarik perhatian karena menyolok jika dibandingkan dengan warna primer lainnya.



Gambar 1 Foto saat melakukan survey bersama

Ibu Wayan Puspa



Gambar 2 Proses membuat Logo

Adapun media promosi yang telah saya rancang sebagai berikut

1. Logo



Gambar 3 logo

Adapun unsur – unsur visual sebagai berikut:

- Teks : Jaje Gipang Metra
- Tipografi : Serif
- Warna : Merah
- Ilustrasi : orang yang sedang menari dan bunga pucuk bang
- Makna : tari sanghyang janger dan bunga pucuk bang mewakili identitas usaha Ibu Wayan Puspa yang terletak di kabupaten Bangli.
- Ukuran : -

2. Label Kemasan



Gambar 4 Label Kemasan

Adapun unsur – unsur visual sebagai berikut:

- Teks : Jaje Gipang Metra beserta alamat
- Tipografi : Serif
- Warna : Merah, kuning dan putih
- Ilustrasi : logo
- Ukuran : 5 cm x 5 cm

3. Plang Nama



Gambar 5 plang nama

Adapun unsur – unsur visual sebagai berikut:

- Teks : Jaje Gipang Metra beserta alamat
- Tipografi : Serif
- Warna : Merah, kuning dan putih
- Ilustrasi : logo
- Ukuran : 1m x 45 cm

4. Media promosi berupa story + poster tempel



Gambar 6 Media promosi berupa Story dan Poster

Adapun unsur – unsur visual sebagai berikut:

- Teks : Jaje Gipang Metra beserta alamat dan order sekarang juga
- Tipografi : Serif
- Warna : Merah, kuning dan putih
- Ilustrasi : logo, jaje gipang dan logo media sosial
- Ukuran : 4,5 x 8 cm

5. Kartu nama



Gambar 7 Kartu nama

Adapun unsur – unsur visual sebagai berikut:

- Teks : Jaje Gipang Metra beserta alamat
- Tipografi : Serif
- Warna : Merah, kuning dan putih
- Ilustrasi : logo, dan jaje gipang
- Ukuran : 6 x 8 cm

Penutup

Berdasarkan perancangan desain Jaje Gipang Metra yang bertujuan untuk mempromosikan Jaje Gipang Metra agar penjualannya lebih meningkat dan membuat identitas baru pada produk jajanan gipang tersebut sehingga Jaje Gipang Metra lebih dikenal oleh masyarakat. Diharapkan dengan adanya pembuatan desain media promosi untuk usaha UMKM Jaje Gipang Metra ini, banya pembeli yang mengetahui dengan produk ini

Daftar Pustaka

Stefanny Cynthia Dewi, Hadah Muallimah. 2019. *Perancangan Kemasan Sebagai Media Promosi Borondong Majalaya*

Ezizwita Ezizwita, Masruri, Mellyna Eka Yan Fitri, Tri Sukma, 2019 *Pelatihan Manajemen Usaha Dan Peningkatan Promosi Untuk Pengembangan UMKM Makanan Ringan*

Ramadhan Febri. 2020 *Arti Warna Pada Logo* <https://bpptik.kominfo.go.id> .
Diakses pada 02 Juli 2022

Abraham William, *Mengenal Teknik Pengumpulan Data Kualitatif dan Kuantitatif*
<https://tirto.id/mengenal-teknik-pengumpulan-data-kualitatif-dan-kuantitatif-gali>.
Diakses pada 02 Juli 2022

syafnidawaty, 2020 *data Sekunder* <https://raharja.ac.id/2020/11/08/data-sekunder/>.
Diakses pada 02 Juli 2022

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>

syafnidawaty, 2020 *Data Primer*
[https://raharja.ac.id/2020/11/08/data-primer/#:~:text=Pengertian%20Data%20Primer%20Menurut%20Para%20Ahli&text=Menurut%20Sugiyono%20\(2016%3A%20225\),atau%20pengamatan%20langsung%20di%20lapangan](https://raharja.ac.id/2020/11/08/data-primer/#:~:text=Pengertian%20Data%20Primer%20Menurut%20Para%20Ahli&text=Menurut%20Sugiyono%20(2016%3A%20225),atau%20pengamatan%20langsung%20di%20lapangan). Diakses 02 Juli 2022

Kamus Besar Bahasa Indonesia (Online) Tersedia di <https://kbbi.web.id/rancang-2>

Diakses 02 Juli 2022