

**PERANCANGAN MEDIA PROMOSI UNTUK
PONDOK MAKAN SARI MERTHA DI BADUNG**



Disusun Oleh :

Raden Roro Zhanna Sheeva Saputri Soetadi

202006022

Dosen Pembimbing :

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

I Wayan Nuriarta S.Pd., M.Sn

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

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

2021/2022

ABSTRAK

Sate ikan tuna merupakan salah satu wisata kuliner di Bali terutama di daerah Badung. Penelitian ini bertujuan untuk merancang media promosi dalam bentuk media kartu nama, banner, logo, *feeds* Instagram, dan daftar menu yang nantinya dapat membantu pemilik UMKM rumah makan sate ikan tuna. Penelitian ini menggunakan rancangan deskriptif dengan metode kualitatif dimana data yang dikumpulkan berasal dari hasil wawancara, observasi, dokumentasi dan studi pustaka. Dari hasil penelitian, ditemukan adanya permasalahan berupa media promosi yang kurang dan media promosi yang kurang sesuai dengan kriteria desain. Perancangan media promosi dilakukan dengan melakukan observasi, wawancara dan melakukan dokumentasi, menemukan permasalahan, melakukan brainstorming perancangan desain, menentukan konsep yang sesuai, proses pembuatan desain dan menemukan hasil desain perancangan media promosi dan mendapatkan hasil perancangan. Konsep desain yang akan digunakan adalah desain sederhana namun terkesan modern, selain itu juga didampingi oleh ilustrasi ornamen khas Bali yang menjadikan identitas masakan khas dari Bali. Tujuan dari perancangan media komunikasi visual ini yaitu ada dua jenis yaitu umum dan khusus. Tujuan umumnya yaitu, untuk membantu UMKM rumah makan sate ikan tuna dalam mempromosikan produknya serta sebagai pelengkap dalam menyelesaikan tugas dari matakuliah Desain Penjenamaan Bali. Tujuan khususnya yaitu, untuk mengetahui media apa saja yang efektif untuk mempromosikan kuliner sate ikan tuna khas Bali di Badung dan untuk merancang media komunikasi visual dalam mempromosikan sate ikan tuna di Badung.

Kata Kunci : Sate Ikan Tuna, Perancangan Media Promosi, UMKM

PENDAHULUAN

Selain objek wisata alam dan hiburan di Indonesia, kuliner di Indonesia juga menjadi salah satu ikon wisata yang dapat menarik banyak wisatawan baik dari dalam maupun dari luar negeri. Kuliner khas Indonesia disukai oleh wisatawan karena memiliki cita rasa yang lezat dan khas dari rempah-rempah, selain itu kuliner di Indonesia juga sangat bervariasi. Di Bali sendiri selain terkenal dengan objek wisata pantainya yang bersih dan indah, Bali juga didampingi oleh wisata kuliner yang lezat yang menggunakan bahan dari hasil lautnya.

Salah satu wisata kuliner yang terkenal adalah sate ikan tuna yang dapat dibeli di Pondok Makan Sari Mertha. UMKM Pondok Makan Sari Mertha adalah sebuah rumah makan sederhana yang beralamat di Jl. By Pass Ngurah Rai, Benoa, Kec. Kuta Sel., Kabupaten Badung, Bali, Indonesia, Nusa Dua. Menu yang ditawarkan berbahan dasar ikan laut. Menu favorit di rumah makan ini adalah sate ikan tuna dan sup ikan tuna. Harga yang ditawarkan relatif murah mulai dari 5 ribu untuk lauk pauk hingga 15 ribu untuk nasi campur lengkap dengan sup ikan tuna. Selain harga yang murah, masakan di rumah makan ini sangat enak dan juga halal. Pondok Makan Sari Mertha buka dari pukul 7 pagi hingga pukul 6 sore.

Selain rasa masakan yang khas dan lezat dengan harga yang murah, dibutuhkan juga media promosi untuk memperkenalkan dan menarik minat dari konsumen. Di era modern ini banyak yang membuat promosi melalui media online maupun offline oleh karena itu dibutuhkannya desain yang menarik untuk media promosi tersebut. Melihat kondisi ini penulis tertarik untuk merancang desain untuk media promosi Pondok Makan Sari Mertha karena potensi dari rumah makan ini.

Menurut hasil wawancara dengan pegawai dari Pondok Makan Sari Mertha, terdapat beberapa permasalahan yang tengah dihadapi yaitu media komunikasi yang masih kurang. Saat ini media yang digunakan hanya berupa kartu nama, dan dalam proses promosi produk menggunakan aplikasi GoFood dan dari mulut ke mulut. Saat melakukan survey dan wawancara, Pondok Sari Mertha belum memiliki logo untuk produk mereka dan ingin dibuatkan logo yang menarik. Selain logo, adapun media promosi lain yang belum ada yaitu daftar menu, banner, kartu nama, dan sosial media instagram. Maka telah disimpulkan bahwa peneliti

merancang media promosi berupa logo, kartu nama, banner, daftar menu dan *feeds* instagram dalam proses media komunikasi Pondok Makan Sari Mertha.

Tujuan dari perancangan media komunikasi visual ini yaitu ada dua jenis yaitu umum dan khusus. Tujuan umumnya adalah untuk membantu UMKM Pondok Makan Sari Mertha dalam mempromosikan produknya dan sebagai pelengkap dalam menyelesaikan tugas dari matakuliah Desain Penjenamaan Bali. Tujuan khususnya yaitu, untuk mengetahui media apa saja yang efektif untuk mempromosikan kuliner sate ikan tuna khas Bali di Badung. Dan untuk merancang media komunikasi visual dalam mempromosikan sate ikan tuna di Badung.

METODE PENELITIAN

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

a. Observasi

Di dalam metode observasi, peneliti meninjau langsung tempat Pondok Makan Sari Mertha. Dengan metode observasi, peneliti mendapatkan data berupa lokasi rumah makan yang beralamat di Jl. By Pass Ngurah Rai, Benoa, Kec. Kuta Sel., Kabupaten Badung, Bali, Indonesia, Nusa Dua. Dengan metode ini, peneliti juga mengamati lingkungan sekitar terkait media promosi yang tepat. Media promosi yang akan ditambahkan berupa banner untuk mempermudah konsumen dalam menemukan lokasi Pondok Makan Sari Mertha.

b. Wawancara

Dengan melakukan metode wawancara, peneliti mendapatkan data verbal berupa, jam operasional Pondok Makan Sari Mertha, daftar harga dari makanan dan minuman yang tersedia, proses pembuatan sate ikan tuna, media promosi yang dibutuhkan. 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 rumah makan, produk yang ditawarkan, dan media promosi yang ada serta media promosi yang lama.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Istilah branding pertama kali diperkenalkan sekitar abad ke-19 oleh masyarakat Inggris sebagai simbol untuk binatang ternak dengan cara memberikan tanda di tubuhnya. Karena era digital semakin maju, sehingga banyak pelaku industri yang mulai memperkuat brand-nya untuk membedakan dengan pesaing lainnya. Branding adalah praktik pemasaran dimana perusahaan menciptakan sebuah rancangan nama, istilah, tanda, simbol, desain, atau kombinasi seluruhnya yang berguna memudahkan dalam mengidentifikasi produk suatu bisnis. Umumnya, branding menggunakan media berupa logo, promosi, iklan, dan layanan konsumen untuk membangun dan membesarkan brand. Bagi perusahaan, branding bukanlah sekadar merk produk, melainkan juga sebagai image dan kredibilitas perusahaan secara menyeluruh. Branding mampu memberikan kesan mendalam kepada konsumen terhadap produk barang atau jasa yang ditawarkan. Dengan branding, tentu akan meningkatkan keuntungan perusahaan.

<https://bukuwarung.com/informasi-lengkap-tentang-branding/>

Dalam proses perancangan media promosi, hal yang pertama dilakukan adalah proses pengumpulan data berdasarkan metode penelitian kualitatif. Dari hasil proses pengumpulan data tersebut, ditemukan permasalahan yang akan menghasilkan solusi berupa perancangan media promosi komunikasi visual dengan membranding produk yang sedang diteliti. Proses selanjutnya yaitu membuat rancangan untuk media promosi terpilih. Konsep desain yang akan digunakan dalam media promosi Pondok Makan Sari Mertha adalah desain sederhana namun terkesan modern, selain itu juga didampingi oleh ilustrasi ornamen khas Bali yang menjadikan identitas masakan khas dari Bali. Warna yang digunakan menggunakan perpaduan warna biru untuk mencirikhasakan masakan yang ditonjolkan dari rumah

makan ini yaitu berupa masakan berbahan dasar dari laut. Selain itu juga ada perpaduan warna dari coklat dan juga warna kuning untuk membangkitkan selera.

Setelah melakukan penelitian terhadap Pondok Makan Sari Mertha dan dari teori *branding* di atas, telah dihasilkan karya desain media komunikasi visual terpilih sebagai berikut :

1. Media Komunikasi Visual Logo

Menurut Accurate.id 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.

<https://accurate.id/marketing-manajemen/pengertian-logo/>



Gambar 1. Media Logo

Deskripsi Logo :

a. Warna

Warna yang digunakan pada media logo ini berupa perpaduan warna biru. Warna biru melambangkan laut yang mencirikan masakan yang disajikan berbahan dasar dari laut. Berdasarkan blog jurnal entrepreneur,

sentuhan warna biru memberikan rasa aman, menggugah selera dan merangsang produktivitas. Warna kuning digunakan untuk melambangkan bunga jepun dimana bunga jepun merupakan bunga mascot dari kabupaten Badung. Berdasarkan blog jurnal entrepreneur, warna kuning sering direpresentasikan oleh makanan utama, membangkitkan selera dan merangsang nafsu makan. Warna yang energik dan penuh emosi.

<https://www.jurnal.id/id/blog/peran-psikologi-warna-dalam-bisnis-kuliner/>

b. Ilustrasi

Ilustrasi yang digunakan berupa ilustrasi vector, pada media logo ini ada tiga ilustrasi, yaitu ilustrasi ikan, sendok dan garpu, dan bunga jepun. Ilustrasi ikan melambangkan bahan dasar utama dari menu masakan di Pondok Makan Sari Mertha. Ilustrasi sendok dan garpu melambangkan bahwa Pondok Makan Sari Mertha adalah sebuah rumah makan. Ilustrasi bunga jepun merupakan mascot dari Kabupaten Badung melambangkan lokasi dari Pondok Makan Sari Mertha.

c. Teks

Teks yang digunakan dalam media ini adalah *headline* atau judul logo, yang berisikan “Pondok Makan Sari Mertha” yang merupakan nama dari usaha tersebut.

d. Tipografi

Tipografi yang digunakan pada media ini adalah jenis huruf *serif*, pemilihan jenis huruf ini dikarenakan pertimbangan mudah dibaca, serta sesuai dengan jaman.

2. Media Komunikasi Visual Banner

Menurut KBBI, banner adalah media promosi yang berisi pesan atau berita yang menjadi informasi untuk khalayak ramai dan juga menjadi bahasa promosi untuk berdagang yang akan menarik minat para konsumen untuk mengenali

sebuah produk yang diiklankan. Pada dasarnya fungsi banner adalah sebagai media pemasaran yang berisi publikasi, iklan, promosi, dan berbagai keperluan lainnya. Sedangkan tujuan dari pemasangan banner adalah untuk mempromosikan atau mengiklankan sesuatu sehingga menarik perhatian lebih banyak orang ketika melihatnya.

<https://www.maxmanroe.com/vid/marketing/pengertian-banner.html>



Gambar 2. Media Banner

Deskripsi Banner :

Warna background menggunakan warna kuning cream, penggunaan warna ini untuk menonjolkan ilustrasi yang digunakan lalu pada bagian bawah banner terdapat pembatas berwarna coklat. Warna yang digunakan pada ilustrasi ornamet Bali pada *background* menggunakan warna coklat muda sebagai penghias banner.

Jenis ilustrasi yang digunakan ada dua, yaitu ilustrasi vector berupa logo di tengah banner dan ilustrasi foto berupa foto produk nasi campur dan sup ikan di pinggir kanan dan kiri banner. Pada ilustrasi di *background* menggunakan ilustrasi dari ornamet Bali untuk memperindah banner dan memberikan kesan masakan khas dari Bali.

Jenis huruf pada tulisan “Pondok Makan Sari Mertha” menggunakan jenis huruf serif. Font yang digunakan pada daftar menu, informasi nomor

telepon dan alamat juga masih menggunakan font serif untuk memberikan kesatuan pada desain.

Pada bagian headline bertuliskan “Sari Mertha”, kemudian diikuti dengan subheadline yaitu “Pondok Makan”, serta beberapa daftar makanan dan minuman dengan bodytext yang posisinya berada ditengah bagian kiri dan kanan banner. Pada banner berbentuk horizontal menggunakan ukuran 80 cm x 200 cm. Penempatan banner ini dapat ditempatkan di depan toko.

3. Media Komunikasi Visual Daftar Menu

Menurut Kinton dan Caserani (dikutip oleh Sudiara, 2000:1) , Menu adalah sebuah daftar makanan yang telah dilengkapi dengan harga masing-masing, yang disediakan dan ditampilkan untuk menarik pelanggan serta memberikan nilai terhadap sejumlah uang terhadap makanan yang ditawarkan.

<https://www.amesbostonhotel.com/pengertian-menu/>



Gambar 3. Daftar Menu

Deskripsi Daftar Menu :

Warna background menggunakan warna kuning cream, penggunaan warna ini untuk menonjolkan ilustrasi dan font yang digunakan lalu pada bagian bawah daftar menu dan pojok kanan daftar menu terdapat pembatas berwarna coklat. Warna yang digunakan pada ilustrasi ornament Bali pada *background* menggunakan warna coklat muda sebagai penghias banner.

Jenis ilustrasi yang digunakan yaitu ilustrasi vector berupa logo di pojok kanan atas daftar menu. Pada ilustrasi di *background* menggunakan ilustrasi dari ornament Bali untuk memperindah daftar menu dan memberikan kesan masakan khas dari Bali.

Jenis huruf pada tulisan “Pondok Makan Sari Mertha” menggunakan jenis huruf serif. Font yang digunakan pada daftar menu dan harga juga masih menggunakan font serif untuk memberikan kesatuan pada desain.

Pada bagian headline bertuliskan “Menu”, kemudian diikuti dengan subheadline yaitu “Makanan dan Minuman”, serta daftar makanan dan minuman dengan bodytext yang posisinya berada pada kanan daftar menu. Pada daftar menu menggunakan ukuran A4 yaitu 21 cm x 29.7 cm. Penempatan daftar menu ini dapat ditempatkan di *display* tempat menaruh makanan.

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 model sekarang banyak yang menggunakan dan menerapkan aspek desain visual yang mencolok. Kartu nama adalah sebuah keharusan bagi seorang profesional.

<https://extraprint.id/blog/pengertian-kartu-nama>



Gambar 4. Media Kartu Nama Bagian Depan



Gambar 5. Media Kartu Nama Bagian Belakang

Deskripsi Kartu Nama :

Warna background menggunakan warna kuning cream, penggunaan warna ini untuk menonjolkan ilustrasi dan font yang digunakan lalu juga terdapat warna coklat tua. Warna yang digunakan pada ilustrasi ornament Bali pada *background* menggunakan warna coklat muda pada bagian depan dan warna coklat tua pada bagian belakang kartu nama.

Jenis ilustrasi yang digunakan yaitu ilustrasi vector berupa logo pada bagian depan dan belakang kartu nama. Pada ilustrasi di *background* menggunakan ilustrasi dari ornament Bali untuk memperindah kartu nama dan memberikan kesan rumah makan dengan masakan khas dari Bali. Pada bagian

depan kartu nama terdapat *code* pada bagian kanan bawah yang jika *discan* akan ditautkan ke aplikasi GoFood.

Jenis huruf pada tulisan “Pondok Makan Sari Mertha” menggunakan jenis huruf serif. Font yang digunakan pada informasi nomor telepon dan alamat juga masih menggunakan font serif untuk memberikan kesatuan pada desain.

Pada bagian headline bertuliskan “Sari Mertha”, kemudian diikuti dengan subheadline yaitu “Pondok Makan”, serta informasi berupa nomor telepon dan alamat dengan bodytext yang posisinya kiri bawah kartu nama. Ukuran yang digunakan pada kartu nama yaitu lebar 9 cm dan tinggi 5,5 cm.

5. Media Komunikasi Visual *Feeds* Instagram

Feeds Instagram adalah media untuk berbagi foto dan video, terhubung dengan orang lain, dan menjelajahi hal-hal yang disukai. Dalam bisnis, *feeds* Instagram adalah media untuk berbagi cerita mengenai brand, mempromosikan brand, dan menginspirasi orang lain untuk terhubung dengan brand yang dipromosikan.

<https://blog.skillacademy.com/cara-membuat-feed-instagram>



Gambar 6. Media *feeds* Instagram

Deskripsi Kartu Nama :

Warna background menggunakan warna kuning cream, penggunaan warna ini untuk menonjolkan ilustrasi dan font yang digunakan lalu juga terdapat warna coklat tua. Warna yang digunakan pada ilustrasi ornament Bali pada *background* menggunakan warna coklat tua.

Jenis ilustrasi yang digunakan ada dua, yaitu ilustrasi vector berupa logo di tengah *feeds* dan ilustrasi foto berupa foto produk nasi campur dan sup ikan di bagian tengah kanan dan kiri *feeds*, lalu juga terdapat ilustrasi bunga jepun sebagai mascot kabupaten Badung pada pojok kanan dan kiri bagian atas dan bawah *feeds*. Terdapat ilustrasi ornament Bali pada *feeds* promo dan menu untuk memperindah dan memberikan kesan masakan khas dari Bali.

Jenis huruf pada tulisan “Pondok Makan Sari Mertha” menggunakan jenis huruf serif. Font yang digunakan pada informasi *feeds* promo dan menu juga masih menggunakan font serif untuk memberikan kesatuan pada desain. Ukuran yang digunakan untuk *feeds* Instagram adalah 1 : 1.

LAMPIRAN



Gambar 7. Berfoto di depan Pondok Makan Sari Mertha



Gambar 8. Foto Bagian Dalam Pondok Makan Sari Mertha



Gambar 9. Foto Bagian Luar Pondok Makan Sari Mertha



Gambar 9. Foto Menu Favorit Pondok Makan Sari Mertha

SIMPULAN

UMKM Pondok Makan Sari Mertha adalah sebuah rumah makan sederhana yang beralamat di Jl. By Pass Ngurah Rai, Benoa, Kec. Kuta Sel., Kabupaten Badung, Bali, Indonesia, Nusa Dua. Menu yang ditawarkan berbahan dasar ikan laut. Menu favorit di rumah makan ini adalah sate ikan tuna dan sup ikan tuna. Harga yang ditawarkan relatif murah mulai dari 5 ribu untuk lauk pauk hingga 15 ribu untuk nasi campur lengkap dengan sup ikan tuna. Selain harga yang murah, masakan di rumah makan ini sangat enak dan juga halal. Pondok Makan Sari Mertha buka dari pukul 7 pagi hingga pukul 6 sore.

Menurut hasil wawancara dengan pegawai dari Pondok Makan Sari Mertha, terdapat beberapa permasalahan yang tengah dihadapi yaitu media komunikasi yang masih kurang. Saat ini media yang digunakan hanya berupa kartu nama, dan dalam proses promosi produk menggunakan aplikasi GoFood dan dari mulut ke mulut. Saat melakukan survey dan wawancara, Pondok Makan Sari Mertha belum memiliki logo untuk produk mereka dan ingin dibuatkan logo yang menarik. Selain logo, adapun media promosi lain yang belum ada yaitu daftar menu, banner, kartu nama, dan sosial media instagram. Maka telah disimpulkan bahwa peneliti merancang media promosi berupa logo, kartu nama, banner, daftar menu dan *feeds* instagram dalam proses media komunikasi Pondok Makan Sari Mertha dengan harapan Pondok Makan Sari Mertha dapat berkembang dan dapat menarik lebih banyak konsumen lagi.

DAFTAR PUSTAKA

Diakses pada 4 Juli 2022

<https://bukuwarung.com/informasi-lengkap-tentang-branding/>

Diakses pada 4 Juli 2022

<https://accurate.id/marketing-manajemen/pengertian-logo/>

Diakses pada 4 Juli 2022

<https://www.jurnal.id/id/blog/peran-psikologi-warna-dalam-bisnis-kuliner/>

Diakses pada 4 Juli 2022

<https://extraprint.id/blog/pengertian-kartu-nama>

Diakses pada 4 Juli 2022

<https://www.amesbostonhotel.com/pengertian-menu/>

Diakses pada 4 Juli 2022

<https://blog.skillacademy.com/cara-membuat-feed-instagram>

Diakses pada 4 Juli 2022

<https://extraprint.id/blog/pengertian-kartu-nama>

Diakses pada 4 Juli 2022

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

Diakses pada 4 Juli 2022

https://www.researchgate.net/profile/Gede-Sutrisna-3/publication/357645053_Acceleration_of_School_Digitalization_Programs_as_the_Preparation_for_the_Challenges_in_the_Industrial_Era_50/links/61d79504b8305f7c4b2850d1/Acceleration-of-School-Digitalization-Programs-as-the-Preparation-for-the-Challenges-in-the-Industrial-Era-50.pdf#page=552