

**PERANCANGAN MEDIA KOMUNIKASI VISUAL
UNTUK MEMPROMOSIKAN SUWITA WOOD CARVING
DI SUKAWATI GIANYAR**



Oleh :

Ethan Gaita Salam 202006036

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

Tahun 2022

ABSTRAK

Pada mata kuliah ini saya ditugaskan untuk membuat sebuah rancangan media promosi kepada sebuah salah satu usaha yang telah saya survei terlebih dahulu yaitu usaha pahat patung kayu Buddha yang bernama Suwita Wood Carving. Tujuan dibuatnya perancangan media promosi pada Suwita Wood Carving adalah kurangnya media promosi untuk memperkenalkan produk-produk yang dihasilkan. Terutama kurangnya identitas pada usaha Suwita Wood Carving mengakibatkan usaha yang dimiliki oleh bapak I Nyoman Suwita kurang menonjol. Meskipun pemesanan patung Buddha yang dibuat telah dikirim ke berbagai daerah didalam negeri maupun luar negeri, namun dengan adanya media promosi maka diharapkan usaha Suwita Wood Carving lebih menonjol dan unik daripada usaha patung Buddha yang berada di daerah Sukawati maupun daerah lainnya.

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

PENDAHULUAN

Dalam berkarya membutuhkan sebuah perancangan yang matang, agar karya yang dihasilkan dapat berfungsi dengan semestinya, salah satu hasil rancangan yang dimana berkaitan dengan cabang ilmu Desain Komunikasi Visual tersebut adalah media promosi.

Promosi merupakan salah satu variable dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk jasa. Kegiatan promosi bukan saja berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dengan konsumen, melainkan juga sebagai alat untuk mempengaruhi keputusan konsumen sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya (Rambat dan Ahmad, 2009: 120).

Suwita Wood Carving adalah usaha patung kayu Buddha yang terletak di Sukawati, Gianyar. Usaha ini dimiliki oleh bapak I Nyoman Suwita, usaha yang sudah berjalan berpuluh-tahun ini memiliki beraneka ragam jenis dan ukuran patung. Namun, kebanyakan konsumen di usaha ini lebih banyak memesan patung berbentuk Buddha. Maka dari itu patung Buddha lebih difokuskan ketimbang bentuk patung yang lain. Patung Buddha ini terbentuk dari kayu damar/suar yang didapatkan dari Jawa, pemesanan patung ini biasanya melalui bapaknya langsung dan dikirim ke pemesannya.

Permasalahan yang dihadapi oleh usaha ini adalah kurangnya media promosi offline maupun online dan identitas usaha. Dengan dibuatnya sebuah identitas dan media promosi yang diharapkan dapat mengangkat nilai usaha Suwita Wood Carving. Dengan itu juga penulis berharap pemilik usaha Suwita Wood Carving kedepannya akan lebih memanfaatkan potensi Media Komunikasi Visual.

Metode Pengumpulan Data

Terdapat dua jenis pengumpulan data yaitu:

1. Jenis Data Primer

Data primer adalah data yang didapat melalui narasumber secara langsung dengan cara melakukan wawancara dan juga observasi agar mendapatkan informasi yang aktual dan juga detail.

a. Wawancara

Wawancara adalah proses percakapan yang dilakukan oleh *interviewer* dan *interviewee* dengan tujuan tertentu, dengan pedoman, dan bisa bertatap muka maupun melalui alat komunikasi tertentu (Fandi,

2016: 3). Penulis melakukan pengumpulan data dengan mewancarai pemilik usaha yaitu Kurnia Sri Nurwidajati mengenai segala hal yang berkaitan dengan usahanya, dari media promosi yang digunakan hingga data produk untuk membantu penulis mencari solusi untuk usaha Jajanan Kurnia.

b. Observasi

Observasi adalah kegiatan pengamatan terhadap keadaan, objek, atau peristiwa yang akan diteliti (Ika, 2018: 21). Penulis secara langsung melakukan observasi ke tempat pemilik usaha untuk mengetahui bagaimana keadaan dan situasi usaha Jajanan Kurnia, sekaligus mencari data secara asli dan rinci.

2. Jenis Data Sekunder

Data Sekunder adalah data yang digunakan untuk mendukung data primer agar penelitian yang dilakukan lebih lengkap.

a. Dokumentasi

Menurut KBBI Dokumentasi adalah pengumpulan, pemilihan, pengolahan, dan penyimpanan informasi dalam bidang pengetahuan; pemberian atau pengumpulan bukti dan keterangan (seperti gambar, kutipan, guntingan koran, dan bahan referensi lain). (<https://kbbi.web.id/dokumentasi>). Penulis mendokumentasikan beberapa produk dan tempat usaha Jajanan Kurnia dengan mengambil foto.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bali merupakan salah satu daerah yang sangat unik dan menarik karena disebabkan oleh keindahan alamnya, terutama oleh kesenian dan budayanya, oleh karena itu orang menyebutnya “Pulau Dewata” (Dwita dan Nuriarta, 2021). Di pulau Bali ini pula dikenal dengan keseniannya, terutama kesenian pahat patung. Salah satu usaha yang berjalan dibidang ini ialah usaha Suwita Wood Carving yang dimana spesialis dalam memahat patung kayu berbentuk Buddha yang berasal dari kayu damar atau suar.

Untuk mempromosikan usaha Suwita Wood Carving ini penulis bertujuan merancang media promosi, sebelum merancang media promosi penulis melakukan survey terlebih dahulu ke tempat pembuatan patung Suwita Wood Carving yang dimiliki oleh bapak I Nyoman Suwita.

Dari hasil diskusi media promosi yang dipilih ditentukan berdasarkan apa yang dibutuhkan atau belum dimiliki oleh usaha Suwita Wood Carving, media promosi yang terpilih yaitu : Logo, Kartu Nama, Papan Nama, Poster, dan Feed Instagram.

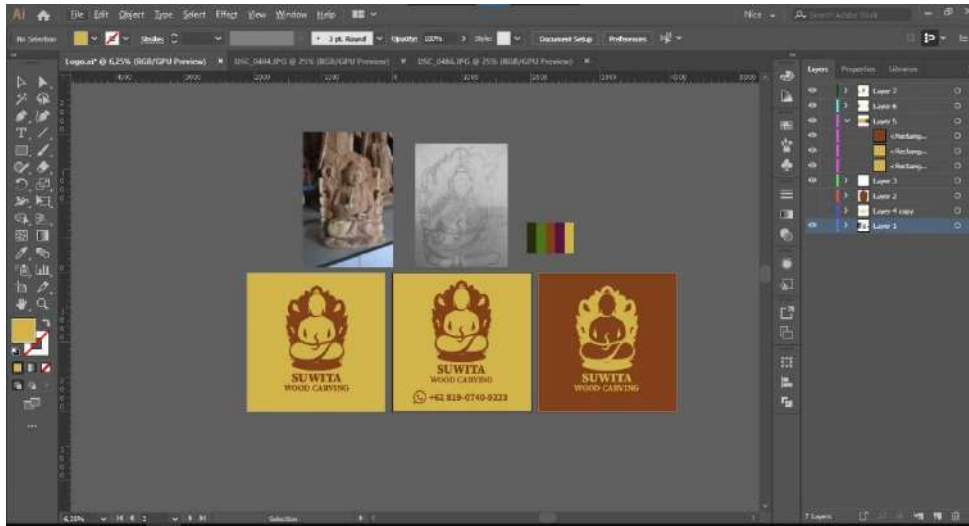
Untuk konsep desain penulis menambahkan unsur unsur kebudayaan lokal Bali seperti Ornamen Bali. Ornamen Bali sudah melekat di kebudayaan rakyat bali, terutama pada ukiran ukiran pada patung kayu yang dihasilkan oleh usaha Suwita Wood Carving. Maka dari itu Ornamen Bali digunakan sebagai unsur yang melambangkan kebudayaan lokal bali. Untuk warna setelah berkonsultasi dengan pemilik usaha, warna yang dipilih ialah warna kayu seperti coklat gelap atau terang agar memberikan kesan bahwa usaha ini berjalan dibidang pahat kayu. Warna coklat merupakan salah satu warna yang memiliki unsur bumi di dalamnya. Secara psikologi warna coklat adalah warna yang akan memberikan kesan dapat diandalkan dan kuat.



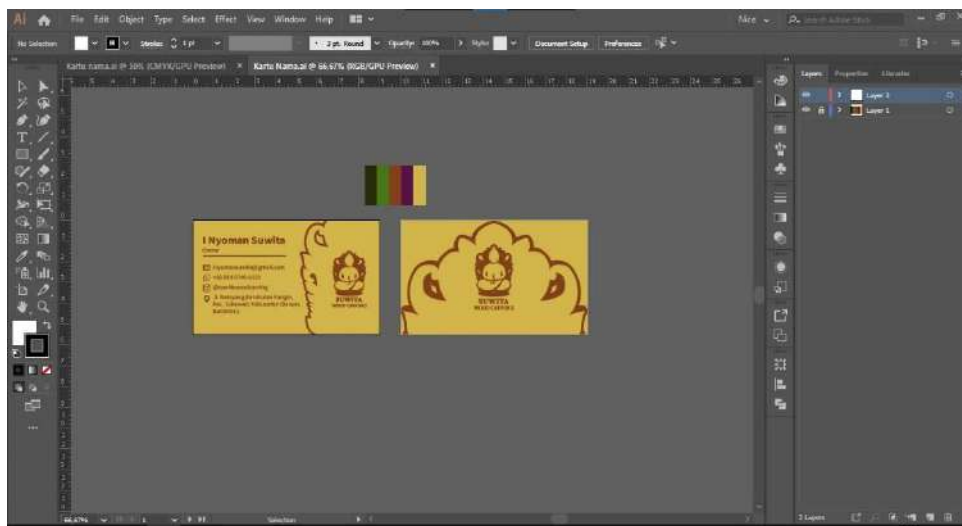
Gambar 1 Foto papan nama saat melakukan survey



Gambar 2 Proses pembuatan patung kayu saat survey



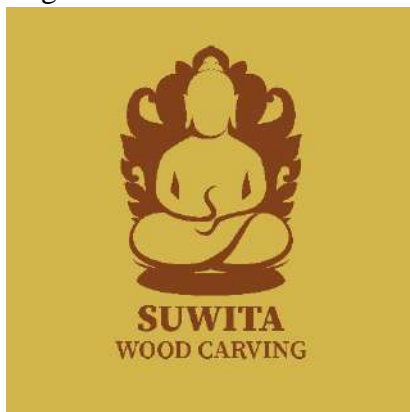
Gambar 3 Proses Pembuatan Logo



Gambar 4 Proses Pembuatan Kartu Nama

Adapun media promosi yang telah saya rancang sebagai berikut:

1. Logo



Gambar 5 Desain Logo

Adapun unsur-unsur visual sebagai berikut:

- Teks : Suwita Wood Carving
- Tipografi : Serif
- Warna : Coklat muda dan tua
- Ilustrasi : Buddha dengan pose meditasi dengan tangan yang berbentuk inisial huruf “S”. Dengan background unsur Ornamen Bali
- Makna : Ilustrasi Buddha, Warna Coklat dan Ornamen Bali tersebut mewakili usaha yang dijalani oleh bapak I Nyoman Suwita yaitu usaha pahat patung kayu Buddha yang terletak di Bali.
- Ukuran : -

2. Kartu Nama

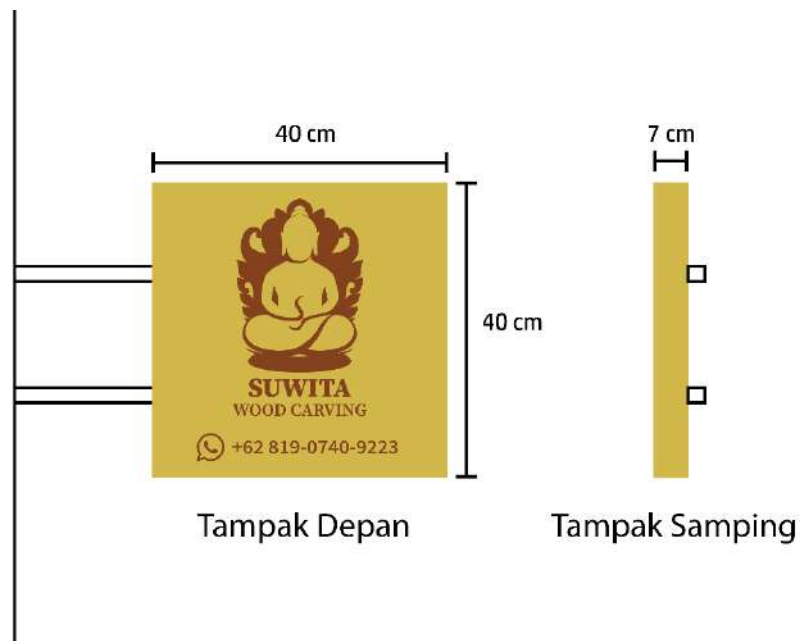


Gambar 6 Desain Kartu Nama

Adapun unsur-unsur visual sebagai berikut:

- Teks : Suwita Wood Carving beserta nama pemilik dan kontak info
- Tipografi : Serif dan Sans-Serif
- Warna : Coklat muda dan tua
- Ilustrasi : Logo dan Ornamen Bali
- Ukuran : 9cm x 5,5cm

3. Papan Nama



Gambar 7 Desain Papan Nama

Adapun unsur-unsur visual sebagai berikut:

- Teks : Suwita Wood Carving beserta nomor telepon
- Tipografi : Serif dan Sans-Serif
- Warna : Coklat muda dan tua
- Ilustrasi : Logo

- Ukuran : Panjang 40cm, Lebar 7cm, Tinggi 40cm
4. Poster

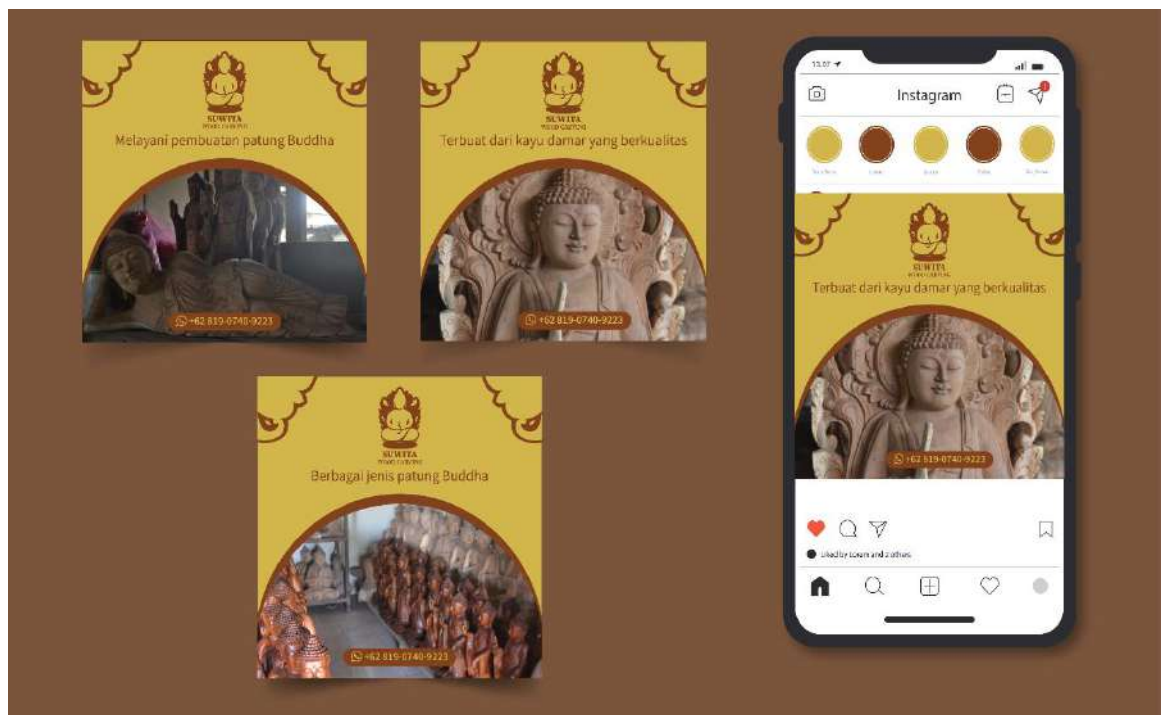


Gambar 8 Desain Poster

Adapun unsur-unsur visual sebagai berikut:

- Teks : Suwita Wood Carving, penawaran, keterangan mengenai usaha, dan kontak
- Tipografi : Serif dan Sans-Serif
- Warna : Coklat muda dan tua
- Ilustrasi : Logo, Foto Produk dan Ornamen Bali
- Ukuran : A3

5. Feed Instagram



Gambar 9 Desain Feed Instagram

Adapun unsur-unsur visual sebagai berikut:

- Teks : Melayani pembuatan patung Buddha, Terbuat dari kayu damar yang berkualitas, Berbagai jenis patung Buddha, dan nomor kontak pemilik
- Tipografi : Serif dan Sans-Serif
- Warna : Coklat muda dan tua
- Ilustrasi : Logo, Foto Produk dan Ornamen Bali
- Ukuran : 1:1

PENUTUP

Jenis-jenis media promosi yang dirancang untuk usaha Suwita Wood Carving adalah logo, kartu nama, papan nama, poster, dan feed instagram dimana setiap media promosi tersebut memberikan informasi mengenai pesan yang ingin disampaikan. Media promosi tersebut dibuat dengan fungsinya masing-masing, menarik, dan efektif digunakan sebagai sarana komunikasi dan informasi untuk mempromosikan usaha Suwita Wood Carving di Sukawati, Gianyar.

Dalam proses pembuatan media promosi langkah awal yang dilakukan yaitu dengan mencari data yang diperlukan seperti melakukan wawancara, observasi, dan dokumentasi ke tempat usaha Suwita Wood Carving secara langsung. Dengan begitu masalah yang ditemukan akan menjadi latar belakang mengapa usaha Suwita Wood Carving belum memiliki media promosi. Pemilihan media promosi dipertimbangkan terlebih dahulu dengan menyesuaikan situasi dan kondisi usaha Suwita Wood Carving.

Setelah mengetahui latar belakangnya, maka dapat ditentukan permasalahan utama, yakni belum adanya media promosi bagi usaha Suwita Wood Carving di Sukawati, Gianyar. Selanjutnya data yang telah dikumpulkan dianalisis sesuai dengan teori dan kenyataan di lapangan, data yang telah dianalisis akan menghasilkan kesimpulan sebagai gambaran awal untuk media dan unsur-unsur visual yang akan dirancang.

Dengan begitu media promosi akan divisualisasikan berdasarkan konsep perancangan dengan menggunakan gaya visual vektor dan juga ilustrasi foto produk. Visualisasi tersebut berupa 5 desain, dan diharapkan dapat menjawab permasalahan yang dihadapi oleh usaha Suwita Wood Carving.

DAFTAR PUSTAKA

Rambat Lupiyoadi dan Ahmad Hamdani, A. 2009. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.

Rosi Sarwo Edi, Fandi. 2016. *Teori Wawancara Psikodignostik*. Yogyakarta: LeutikaPrio.

Setiyaningsih, Ika. 2018. *Laporan Observasi dan Laporan Percobaan*. Surakarta: PT Aksara Sinergi Media.

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> diakses pada 8 Juli 2022 15.30

<https://kbbi.web.id/dokumentasi> diakses pada 8 Juli 2022 15.30