

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI DI RESTORAN LE BAJO BALI

Made Yuandita Aridanti Vitria Dewi¹, Anak Agung Gede Bagus Udayana², Alit Kumala Dewi³

Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Seni Indonesia Denpasar, Jl. Nusa Indah, Sumerta, Kec. Denpasar Timur, Kota Denpasar, 80235, Indonesia

E-mail : yuanditavitria1@gmail.com

Abstrak

Restoran atau rumah makan adalah usaha penyediaan jasa makanan dan minuman dilengkapi dengan peralatan dan perlengkapan untuk proses pembuatan, penyimpanan dan penyajian, menetap di suatu tempat dan tujuannya untuk memperoleh keuntungan, oleh karena itu sistem manajemen sangat diperlukan disini. Le Bajo Bali adalah salah satu restoran yang beralamat di Jl. Babadan No.89, Pererenan, Kec. Mengwi, Kabupaten Badung. Le Bajo merupakan restoran yang makanannya berkonsep *fusion food*, serta tempat yang berkonsep tropis dan letaknya dikelilingi area persawahan. Manajemen usaha atau bisa juga disebut manajemen bisnis merupakan proses di mana perusahaan merencanakan, mengatur, mengarahkan dan mengendalikan kegiatan dan sumber daya perusahaan untuk mencapai tujuannya dengan cara yang efektif dan efisien, dalam lingkungan yang selalu berubah. Strategi marketing dengan media promosi merupakan salah satu strategi yang efektif dalam pemasaran usaha. Media promosi merupakan suatu alat untuk mengkomunikasikan suatu produk/jasa/image/perusahaan ataupun yang lain untuk dapat lebih dikenal Masyarakat luas. Melalui metode partisipatif, penulis turut berkontribusi dalam perancangan media promosi di Le Bajo Bali. Dengan menghasilkan beberapa media diantaranya seperti flyer, poster, menu, brosur, influencer invitation, merchandise dan company profile.

Kata Kunci : Restoran Le Bajo, Sistem Manajemen, Marketing, Media Promosi.

Abstract

Restaurant or eatery is a business that provides food and beverage services equipped with tools and equipment for the preparation, storage, and presentation processes, located in a specific place, and aimed at making a profit, therefore, effective management systems are essential in this context. Le Bajo Bali is one such restaurant located at Jl. Babadan No.89, Pererenan, Kec. Mengwi, Kabupaten Badung. Le Bajo is a restaurant with a concept of fusion food, set in a tropical ambiance surrounded by rice fields. Business management, or business administration, is the process through which a company plans, organizes, directs and controls its activities and resources to achieve its goals efficiently and effectively, in an ever-changing environment. Marketing strategy with promotional media is one of the effective approaches in business promotion. Promotional media serves as a tool to communicate a product/service/image/company or others to gain recognition among the general public. Through a participatory approach, the author contributes to the design of promotional media at Le Bajo Bali. This involves creating various media such as flyers, posters, menus, brochures, influencer invitations, merchandise, and company profiles.

Keywords: Le Bajo Restaurant, Management System, Marketing, Promotional Media.

PENDAHULUAN

Makanan merupakan salah satu kebutuhan dasar pokok manusia yang harus terpenuhi, permintaan atas kebutuhan pangan terus meningkat yang berpengaruh pada peningkatan permintaan penawaran makanan. Hal inilah yang menyebabkan perkembangan bisnis di Indonesia cukup terbilang sangat pesat di bidang kuliner atau makanan.

Restoran atau rumah makan adalah usaha penyediaan jasa makanan dan minuman dilengkapi dengan peralatan dan perlengkapan untuk proses pembuatan, penyimpanan dan penyajian di suatu tempat tetap yang tidak berpindah-pindah dengan tujuan memperoleh keuntungan dan/atau laba (Permen Pariwisata dan Ekonomi Kreatif No.11 Tahun 2014). Tujuan operasional restoran adalah untuk mencari keuntungan dan membuat puas para konsumennya. Menurut Peri (2006), kualitas makanan adalah elemen penting yang harus disediakan restoran untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan pelanggan. Dalam dua studi restoran makanan cepat saji (Pettijohn et al.,1997) dan restoran Tiongkok (Qu, 1997), kualitas makanan menduduki peringkat satu sebagai salah satu faktor yang paling penting dari keputusan pelanggan untuk kembali. Studi Mattila (2001) juga membenarkan bahwa kualitas makanan adalah alasan yang paling penting bagi responden untuk berlangganan di restoran kausal. Kualitas makanan dapat diukur sejauh mana produk makanan yang dihasilkan dapat memuaskan para pelanggannya. Para pembisnis kuliner harus mempunyai cita rasa yang enak dan mempunyai keunikan yang inovatif tersendiri di produk mereka, agar bisa menembus pasar makanan. Kualitas makanan, *service*, *ambience* dan *experience* yang bagus dapat menarik para konsumen untuk terus datang kembali ke restoran bahkan menjadi pelanggan yang setia. Selain Kualitas makanan, dalam sebuah restoran juga diperlukan sistem manajemen agar usaha berjalan lebih efektif.

Manajemen usaha atau bisa juga disebut manajemen bisnis merupakan proses di mana perusahaan merencanakan, mengatur, mengarahkan dan mengendalikan kegiatan dan sumber daya perusahaan untuk mencapai tujuannya dengan cara yang efektif dan efisien, dalam lingkungan yang selalu berubah. Strategi

marketing dengan media promosi merupakan salah satu strategi yang efektif dalam pemasaran usaha. Media promosi merupakan suatu alat untuk mengkomunikasikan suatu produk/jasa/image/perusahaan ataupun yang lain untuk dapat lebih dikenal Masyarakat luas.

Le Bajo Bali merupakan sebuah restoran yang baru berdiri di bulan Maret 2023, beralamat di Jl. Babadan No.89, Pererenan, Kec. Mengwi, Kabupaten Badung. Lokasinya dikelilingi oleh persawahan dan konsep restoran yang tropis disertai adanya *pool* dan juga *rooftop* menjadikan tempat ini memiliki nilai estetika yang jarang ditemui di restoran lain. Selain itu keunikan lainnya adalah makanan yang disediakan yakni *fusion food*, merupakan sebutan olahan bahan makanan dengan kombinasi berbagai bahan, penampilan, bentuk dan teknik pengolahan makanan yang berbeda, atau sebuah inovasi di bidang makanan yang menggabungkan beberapa tradisi kuliner yang berbeda beberapa daerah atau lebih yang diharapkan dapat menciptakan jenis olahan makanan dengan inovasi baru dan juga merupakan hidangan dengan rasa yang lebih baik dan lebih inovatif. Konsep *Fusion Food* ini menyajikan jenis olahan makanan dalam berbagai jenis dengan perpaduan makanan olahan makanan dari beberapa daerah di dunia agar dapat menarik dan artistik, namun tetap memiliki rasa yang berstandar internasional. Sebagai restoran baru, manajemen usaha sangat amat berperan

penting menjadi pondasi berdirinya restoran ini dalam menjalankan strategi bisnis, dan strategi marketing dengan media promosi mampu memvisualkan restoran ini kepada khalayak agar khalayak dapat mengenal restoran Le Bajo Bali yang dilihat dari segi makanan dan minuman, lokasi, harga, *ambience* dan lainnya sudah cukup matang untuk bersaing dengan restoran *hype* sekitar Pererenan ini.

Pada kesempatan kali ini, penulis dipercaya untuk ikut berkontribusi dalam perancangan media promosi di Le Bajo Bali, tidak hanya mempelajari tentang perancangan media promosi, tetapi juga belajar tentang sistem manajemen perusahaan yang didalamnya terdapat seluk beluk yang menunjang perusahaan agar berjalan dengan baik.

METODE

Teknis di Restoran Le Bajo Bali merupakan teknis pembelajaran berbasis proyek atau *Project Based Learning* (pjbl). Pembelajaran Berbasis Proyek (*Project Based Learning* (pjbl)) adalah metode pembelajaran yang menggunakan proyek/kegiatan sebagai media (Kemendikbud 2013). Serta Metode partisipatif, menurut Sudjana (2005:155), "Pembelajaran Partisipatif dapat diartikan sebagai upaya pendidik untuk mengikutsertakan peserta didik dalam kegiatan pembelajaran. Kegiatan Pembelajaran Partisipatif mengandung arti ikut sertanya peserta didik didalam kegiatan pembelajaran Partisipatif." Diharapkan agar mahasiswa peserta magang mampu melakukan eksplorasi terlebih dahulu dilanjutkan dengan penilaian, interpretasi, sintesis, dan informasi untuk menghasilkan berbagai bentuk hasil belajar. Melalui penerapan metode pjbl serta partisipatif, mahasiswa peserta magang akan memiliki waktu untuk melakukan eksplorasi sehingga mampu mengasah pola pikir kritis dalam usaha pengaplikasian hal yang berkaitan dengan *project* yang diberikan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Le Bajo

Le Bajo Bali merupakan sebuah restoran yang beralamat di Jl. Babadan No.89, Pererenan, Kec. Mengwi, Kabupaten Badung. Lokasinya dikelilingi oleh persawahan dan konsep restoran yang tropis disertai adanya *pool* dan juga *rooftop* menjadikan tempat ini memiliki nilai estetika yang jarang ditemui di restoran lain. Selain itu keunikan lainnya adalah makanan yang disediakan yakni *fusion food*. Le Bajo sendiri memiliki style tersendiri dalam desain-desain nya yakni "*fun and playful*".

Media Promosi

Media adalah semua bentuk perantara yang digunakan oleh manusia untuk menyampaikan atau menyebar ide, gagasan atau pendapat, sehingga ide, gagasan atau pendapat yang dikemukakan itu sampai kepada penerima yang dituju (Arsyad;2002:4). Media promosi adalah hal yang krusial dalam pemasaran sebuah bisnis dan usaha, untuk memperkenalkan suatu produk secara luas. Promosi yang menarik akan mampu menarik perhatian dan membuat orang penasaran dengan produk tersebut. Oleh karena itu, penting untuk menerapkan strategi promosi dan menentukan media promosi yang tepat sesuai dengan target pasar.

Konsep Perancangan Media Promosi

Konten yang telah dirancang tentunya menerapkan prinsip-prinsip desain dan juga unsur-unsur desain. Adapun konten-konten selama kegiatan magang di Le Bajo, yang telah dirancang akan dianalisis menggunakan keterkaitan terhadap penerapan prinsip dan juga unsur desain di dalamnya, guna menilai apakah konten tersebut sudah bisa dikatakan sebagai konten yang bersifat efektif atau tidak efektif karena melalui prinsip-prinsip desain, konten tersebut mampu dinilai, ditelaah dan dianalisis lebih dalam. Berikut merupakan penjabaran prinsip-prinsip desain:

A. Keseimbangan (*balance*)

Keseimbangan atau *balance* adalah pembagian sama berat, baik secara visual maupun optik. Komposisi desain dapat dikatakan seimbang apabila objek di bagian kiri dan kanan terkesan sama berat. Ada dua pendekatan untuk menciptakan *balance*, yang pertama keseimbangan formal (*formal balance*) yakni membagi sama berat kiri-kanan atau atas-bawah secara simetris atau setara, yang kedua keseimbangan asimetris (*informal balance*) yakni penyusunan elemen-elemen desain yang tidak sama antara kedua sisi kiri dan kanan namun terasa seimbang (Supriyono;2010:87-88).

B. Tekanan (*emphasis*)

sangat penting dalam desain, karena dengan warna, suatu karya desain akan mempunyai arti atau nilai yang lebih dari utilitas karya tersebut, selain itu peran warna juga akan menarik perhatian *audience*. Warna yang digunakan oleh Le Bajo merupakan warna yang terkesan *fun and playful* sesuai dengan *style* Le Bajo itu sendiri.

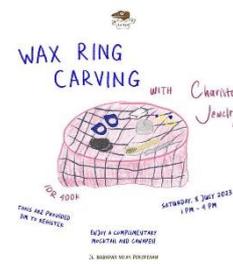
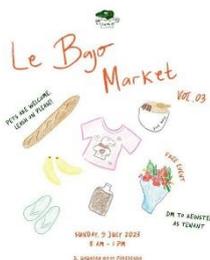
C. Teks

Teks adalah sederetan kata atau kalimat yang menjelaskan suatu barang atau jasa untuk tujuan tertentu. Bahasa yang digunakan untuk penyusunan teks pada iklan hendaknya sederhana jelas, singkat, dan tepat serta memiliki daya tarik pada kalimatnya (Ananda;1978:63). Teks dibagi menjadi beberapa sistem penamaan yaitu judul (*headline/heading*), sub judul (*subheadline*), isi teks (*body copy*), kata penutup (*closing word*).

D. Ilustrasi

Menurut Rohidi (1984:87) yang berpendapat bahwa pengertian gambar ilustrasi berkaitan dengan seni rupa adalah penggambaran sesuatu melalui elemen rupa untuk lebih menerangkan, menjelaskan atau pula memperindah sebuah teks, agar pembacanya dapat ikut merasakan secara langsung melalui sifat-sifat gerak, dan kesan dari cerita yang disajikan.

Ilustrasi dapat berupa gambar, foto, maupun grafis lainnya. 3 Teknik ilustrasi yakni gambar tangan (*hand drawing*), fotografi dan teknik gabungan. Style ilustrasi Le Bajo merupakan style *fun and playful* dengan hewan komodo sebagai identitasnya.

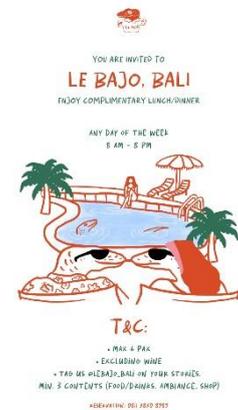


Gambar 6 Ilustrasi Le Bajo (Sumber :

https://instagram.com/lebajo_bali?igshid=OGQ5ZDc2ODk2ZA==)

Analisis Desain

A. Influencer Invitation



Gambar 7 Influencer Invitation (Sumber: Dewi, 2023)

Pada desain *influencer invitation* diatas, terdapat adanya prinsip keseimbangan formal (*formal balance*), karena baik visual maupun optik pembagiannya sama berat. Terdapat juga prinsip tekanan (*emphasis*), bisa dilihat dari ukuran ilustrasi dengan teknik *hand drawing* yang dibuat lebih besar dari teks yang akan menjadi pusat perhatian. Prinsip kesatuan (*unity*) dapat

dilihat dari adanya korelasi ilustrasi dengan isi teks, lalu keseragaman font dan warna. Menggunakan jenis huruf sans serif (boyrun) bertujuan agar desain *influencer invitation* terkesan *simple* dan *modern*. Pemakaian warna orange dan hijau sebagai implementasi kegembiraan, kehangatan dan juga organic sebagaimana *ambiance* yang dimiliki Le Bajo.

B. Menu Le Bajo x Glenfiddich



Gambar 8 Menu Le Bajo x Glenfiddich
(Sumber: Dewi, 2023)

Event Whiskey Dinner merupakan *kitchen take over* oleh seorang chef dengan whiskey sebagai minuman pendampingnya. Dalam menu diatas, diberikan ilustrasi *hand drawing* segelas whiskey sebagai penekanan (*focal point*). Serta adanya prinsip irama(*rhythm*) dalam setiap list menunya, prinsip kesatuan(*unity*) dapat dilihat dari korelasi antara ilustrasi dengan menu tersebut serta keseragaman *font* untuk tiap list menu nya. Teknik ilustrasi *hand writing* dengan font script bertujuan untuk memberikan

sentuhan kemewahan pada menu, serta gambar segelas wine pada menu diatas menggunakan teknik *hand drawing* dengan pewarnaan yang menggunakan warna primer(biru), juga sekunder(coklat) agar memberikan kesan rileks, hangat dan nyaman, mengingat menu disini digunakan untuk sebuah *event dinner*. Style ilustrasi segelas wine menggunakan style ilustrasi *fun* dan *playful* sesuai dengan *style* Le Bajo. List menu menggunakan jenis huruf sans serif agar terkesan *simple* dan *modern*.

C. Merchandise Wine Bag



Gambar 9 Merchandise Wine Bag
(Sumber: Dewi, 2023)

Merchandise diatas digunakan saat event Le Bajo Supperu Club, yakni *kitchen takeover* Le Bajo x Crafted With Time yang menghadirkan makanan yang didampingi dengan wine, jadi desain merchandise yang di *request* merupakan desain yang *simple*, *elegant* dan *minimalis* yang masih bersinggungan dengan wine

dan tetap dengan style Le Bajo itu sendiri yang *fun* dan *playful*. Penggunaan warna hitam dimaksud agar menciptakan kesan simple, elegan dan minimalis itu sendiri. Penempatan logotype Le Bajo dalam winebag disini berguna sebagai implementasi *corporate identity*. Dibuatlah desain diatas yang memvisualkan seseorang yang sedang menuangkan wine ke sebuah gelas.

KESIMPULAN

Manajemen usaha atau bisa juga disebut manajemen bisnis merupakan proses di mana perusahaan merencanakan, mengatur, mengarahkan dan mengendalikan kegiatan dan sumber daya perusahaan untuk mencapai tujuannya dengan cara yang efektif dan efisien, dalam lingkungan yang selalu berubah. Strategi marketing dengan media promosi merupakan salah satu strategi yang efektif dalam pemasaran usaha.

Media promosi adalah hal yang krusial dalam pemasaran sebuah bisnis dan usaha, untuk memperkenalkan suatu produk secara luas. Promosi yang menarik akan mampu menarik perhatian dan membuat orang penasaran dengan produk tersebut. Oleh karena itu, penting untuk menerapkan strategi promosi dan menentukan media promosi yang tepat sesuai dengan target pasar.

Adanya peralihan dari teknologi konvensional menjadi teknologi digital tentunya memudahkan manusia dalam bertukar informasi. Dengan demikian penggunaan media digital sebagai alternatif kegiatan promosi diharapkan akan mampu memperoleh atau menggaet target *audience* yang diharapkan atau sesuai dengan *target market* restoran. Konten yang telah dirancang tentunya menerapkan prinsip-prinsip desain seperti: kesatuan, keseimbangan, irama, dan penekanan. Adapun konten-konten selama kegiatan magang di Restaurant Le Bajo Bali yang sudah dirancang telah dianalisis menggunakan keterkaitan terhadap penerapan prinsip desain di

dalamnya guna menilai apakah konten tersebut sudah bisa dikatakan sebagai konten yang bersifat efektif atau tidak efektif.

Daftar Rujukan

- Putra, I Kadek Surya Wijaya; Janottama, I Putu Arya; Putra, Gede Bayu Segara. 2023. Perancangan Media Pembelajaran Interaktif Untuk Siswa Jurusan Desain Komunikasi Visual di SMK TI Bali Global Denpasar. *Amarasi : Jurnal Desain Komunikasi Visual*.
- Dhilantara, Made Baruna; Negara; I Nengah Sudika; Ari, Ida Ayu Dwita Krisna. 2023. Perancangan Design Website Jennskin di Buro Creative Studio. *Amarasi : Jurnal Desain Komunikasi Visual*.
- Widjayanti, Arifiani. 2011. Marketing Dalam Sektor Publik. Bandung. Jurnal Ilmu Administrasi.
- Chalimi, Ach. Nur Fuad. 2018. Analisa Manajemen dan Strategi Bisnis Pada Resto Ikan Bakar dan Kolam Pancing Watukosek. Gempol. Jurnal Ekonomi Unisla.
- Sutanto, Ivana Afilia. 2018. Evaluasi Sistem Pengendalian Manajemen Pada Restaurant "K Sushi" di Surabaya. Surabaya. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya.
- Alisalman, Muhamad. 2022. Pembelajaran Partisipatif Sebagai Metode dalam Meningkatkan Hasil Belajar Mahasiswa. Jurnal Pendidikan Luar Sekolah.
- Supriyono, Rakhmat. 2010. Desain Komunikasi Visual-Teori dan Aplikasi. Yogyakarta : CV. Andi Offset.
- Kusrianto, Andi. 2007. Pengantar Desain Komunikasi Visual. Yogyakarta : CV. Andi Offset.

Safanayong, Yongky. 2006. Desain Komunikasi
Visual Terpadu. Jakarta Barat : Arte
Intermedia.