

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI KEDAI RAINBOW DI BATANG

Atsna Khodijah Harun^{1✉} dan Wandah Wibawanto^{2✉}

Jurusan Seni Rupa, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Semarang

Info Artikel

Sejarah Artikel:

Diterima Juli 2022
Disetujui Agustus 2022
Dipublikasi Oktober 2022

Kata Kunci:

*cooperatif model type
talking stick*, pelajaran
inovatif, perhatian cerita
rakyat, pembuat kuis
multimedia

Abstrak

Kedai Rainbow merupakan warung makan kekinian yang menawarkan berbagai macam menu makanan pilihan. Namun permasalahannya Kedai Rainbow belum memiliki identitas yang konsisten dan terencana menjadikan Kedai Rainbow belum mempunyai pelanggan yang setia. Hal itulah yang menjadikan latar belakang rumusan permasalahan penelitian ini, yaitu kurangnya kesadaran akan pentingnya *brand awareness* dan media promosi. Maka dari itu, perlunya perancangan media promosi sebagai awalan menentukan keberhasilan suatu produk. Perancangan media promosi dilakukan beberapa tahap, yaitu praproduksi, produksi dan pasca produksi. Media promosi yang dibuat adalah stationary, merchandise dan media publikasi. Penelitian ini menghasilkan media promosi Kedai Rainbow dan aplikasinya sehingga diharapkan mampu menegaskan positioning Kedai Rainbow yang konsisten dan terencana.

PENDAHULUAN

Harfania menjelaskan (2018:582) bisnis makanan dan minuman merupakan salah satu bisnis yang saat ini mengalami perkembangan sangat pesat. Bisnis makanan dan minuman atau kuliner menarik minat banyak pelaku usaha karena dapat menghasilkan *profit* yang besar. Selain itu, minat yang besar ini juga disebabkan karena makanan merupakan kebutuhan primer bagi masyarakat sehingga peluang ini tetap melimpah.

Bisnis kuliner belakangan ini menjadi opsi alternatif yang populer bagi ibu rumah tangga Indonesia. Industri siap saji dapat menghasilkan *profit* yang besar dari penjualan hariannya. Ibu rumah tangga atau wanita juga dapat terjun ke industri kuliner dan menyajikan berbagai macam pilihan menu dari resep yang dikembangkan sendiri (Ning, 2018).

Kedai Rainbow yang dimiliki oleh Kartika Chandra Dewi dan Hadi Mustofa melihat peluang tersebut dan mulai membuka bisnis kuliner yang berlokasi di Desa Sojomerto Kecamatan Reban Kabupaten Batang. Filosofi dari Kedai Rainbow adalah memiliki berbagai macam varian menu

makanan, seperti pelangi yang bermacam-macam warna.

Kedai Rainbow telah melalui proses wawancara pada Mei 2019, sudah memiliki identitas visual tetapi belum terencana secara matang dan desain *packaging*nya juga belum direncanakan. Begitu pula dengan produk Kedai Rainbow dan identitas visual yang dimiliki. Belum adanya konsumen yang loyal kepada Kedai Rainbow karena kurangnya promosi dan strategi branding.

Promosi menurut Swastha (dalam Rangkuti, 2009:50) merupakan salah satu kegiatan perdagangan dan pemasaran dengan metode penyebaran informasi untuk mendorong ketertarikan terhadap suatu jasa, produk, dan gagasan dari pemilik usaha agar dapat meyakinkan konsumen untuk tertarik menggunakan produk dan jasa yang diproduksi oleh produsen.

Terence A. Shimp (dalam Maroebeni, 2008) mengatakan bahwa promosi setidaknya mempunyai lima kegunaan atau fungsi penting bagi perusahaan atau korporasi, yaitu: *Informing*



(Memberikan Informasi), *Persuading* (Membujuk), *Reminding* (Mengingat), *Adding Value* (Menambah Nilai) dan *Assisting* (Mendampingi upaya-upaya lain dari perusahaan).

Jenis media promosi menurut Kasali (1992:97-142) terdapat media cetak, media elektronik, media luarruangan dan media lini bawah. Sedangkan jenis-jenis kegiatan promosi berupa periklanan, penjualan, promosi penjualan, hubungan masyarakat dan pemasaran langsung (Kotler & Armstrong, 2001:112).

Atas dasar uraian tersebut maka perlunya suatu strategi branding untuk menyampaikan pesan dari Kedai Rainbow kepada calon konsumen, yaitu dengan membuat media promosi dan aplikasinya yang diharapkan dapat menegaskan positioning Kedai Rainbow yang terencana dan konsisten.

Kefektifan sebuah strategi promosi sangat berkaitan dengan seberapa cocok strategi tersebut dalam menghadapi perubahan keadaan, persaingan usaha, dan situasi masyarakat. Penentuan strategi dan jenis media promosi yang tepat dilakukan dengan menganalisis hal-hal yang dibutuhkan melalui pendekatan SWOT yang terdiri dari kekuatan (*strenghts*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*). Analisis SWOT yang dihasilkan sebagai berikut:

1. Kekuatan (*strenghts*) lokasi yang strategis, pelayanan yang lengkap dan ramah, mempunyai banyak varian menu, menu yang modern, kualitas bahan yang terbaik.
2. Kelemahan (*weaknes*) belum memiliki identitas visual yang konsisten dan terencana, media sosial belum dikelola secara maksimal.
3. Peluang (*opportunities*) lokasi strategis berada dipinggir jalan raya, berada satu jalur tempat wisata, belum ada kompetitor yang mengembangkan kuliner menu olahan ayam geprek di sekitar lokasi.
4. Ancaman (*threats*) karyawan sedikit membuat pelayanan lama dalam melayani konsumen, warga setempat/ anak muda lebih memilih menu makanan yang sudah menjadi langganan, munculnya kompetitor di bidang yang sama.

Hasil Analisis SWOT yang menjadi dasar untuk merumuskan strategi komunikasi yang dibuat memiliki tujuan untuk menjangkau konsumen yang loyal terhadap produk Kedai Rainbow. Hasil analisa SWOT yang ditinjau menggunakan sisi kelemahan, peluang, dan *threats* yang ada maka Kedai Rainbow akan merancang startegi promosi pada tingkat pembeli dengan salah satu tujuannya adalah meningkatkan kesadaran pada produk dari Kedai Rainbow.

Berbagai jenis media promosi yang digunakan untuk menarik minat pelanggan dan kebutuhan pemilik bisnis yaitu :

1. *Stationery* seperti kartu nama, *id card* dan *block note* diperlukan sebagai sarana komunikasi secara personal yang menyangkut identitas Kedai Rainbow.
2. *Merchandise* seperti mug dibutuhkan sebagai bonus atau hadiah sekaligus pengingat akan brand dan untuk meningkatkan loyalitas konsumen
3. Media publikasi seperti *T-shirt*, *apron*, kertas label, *mini pizza packaging*, *rice box*, *rice bowl*, *cup*, *paper bag*, nomor meja, menu, umbul-umbul, *roll-up banner*, poster, *banner*, poster, baliho, *flyer A4*, *instagram template*, *tower sign*, *booth* dan *branding car* digunakan sebagai media komunikasi dengan calon konsumen yang lebih luas, baik media cetak maupun online.

METODE

Metode pembuatan desain menggunakan teknik sket manual dengan media pensil dan kertas. Kemudian menggunakan teknik digital dengan media komputer melalui *software* Adobe Illustrator dan Adobe Photoshop, yang mana digunakan untuk mengolah gambar dari manual ke gambar digital. *Software* Adobe Illustrator digunakan untuk membuat desain berbasis vektor, dan *software* Adobe Photoshop digunakan untuk membuat desain berbasis *bitmap*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Logo



Gambar 1. Logo

Jenis logo yang didesain merupakan *logotype*. Pada logo ini, desain perancangan penggunaan contour sangat diperlukan, dikarenakan untuk menjaga keterbacaan logo ketika ditempatkan pada *background* yang lebih *crowded*.



Gambar 2. Logo grid

Grid system digunakan untuk menjaga ukuran yang akurat dan proposi logo agar memudahkan dalam proses produksi baik untuk ukuran sangat besar maupun ukuran yang sangat kecil.



Gambar 3. Warna logo

Warna logo Kedai Rainbow yaitu merah tua, merah muda, *deep yellow* dan abu-abu dengan CMYK yang telah ditentukan. Untuk warna logo ini tidak boleh diubah maupun ditambah dengan warna apa pun.



Gambar 4. Penggunaan warna logo

Penggunaan warna logo berfungsi untuk melihat bagaimana keterbacaan dan kesesuaian logo apabila diaplikasikan pada berbagai macam warna.



Gambar 5. Tagline

Tagline yang dirancang tidak mengikat penempatannya pada logo, penggunaan *tagline* biasanya bisa disesuaikan sesuai kebutuhan pada desain *layout*. "Dreamy Taste" mempersentasikan kualitas rasa yang disajikan oleh Kedai Rainbow. Penggunaan *tagline* tidak disertakan pada bawah logo dikarenakan tetap menjaga *safe area* pada logo.

Stationary



Gambar 6. Kartu nama

Pembuatan desain kartu nama diharapkan supaya dapat dipahami dengan mudah oleh penerima kartu nama, yang mana informasi telepon dan alamat Kedai Rainbow dapat dibaca dengan jelas. Pemilihan warna putih dan *elementgrafis* dimaksudkan agar kartu nama tetap terjaga keterbacaannya dan masih memiliki karakteristik sehingga dengan mudah terbaca informasi yang ada pada kartu nama bagi penerima kartu.

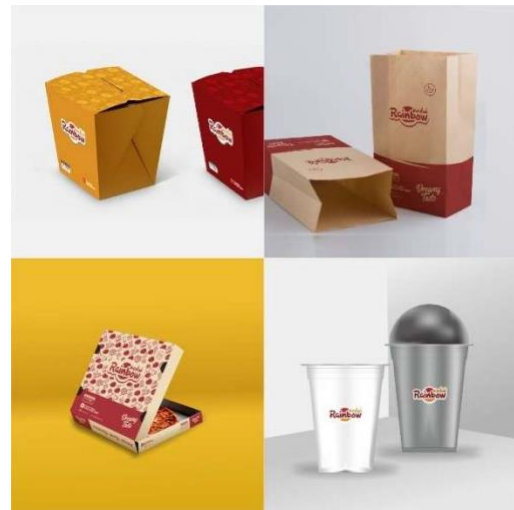


Gambar 7. ID Card

Agar kepercayaan konsumen meningkat dengan keseriusan Kedai Rainbow dibuatlah desain ID Card. Desain yang dirancang sebagai identitas personal Kedai Rainbow untuk *mem-branding* dirinya sebagai warung makan yang mengedepankan pelayanan terbaik, dandibuat

sebagai tanda pengenal khusus kepada konsumen Kedai Rainbow.

Media Publikasi



Gambar 8. Media Publikasi

Desain *rice box* bersifat informatif karena terdapat informasi Kedai Rainbow. Desain *rice box* menggunakan warna jingga untuk menunjukkan identitas visual Kedai Rainbow. Penggunaan warna dan logo pada kemasan bertujuan untuk meningkatkan *brand awareness*.

Desain *paper bag* digunakan untuk mengemas dan melindungi produk. Kemasan ini bersifat informatif karena terdapat informasi dan identitas Kedai Rainbow. Desain kemasan *paper bag* menggunakan warna merah tua dan coklat muda untuk menunjukkan identitas visual Kedai Rainbow. Penggunaan warna dan logo pada kemasan bertujuan untuk meningkatkan *brand awareness*.

Desain mini pizza packaging bersifat informatif karena terdapat informasi Kedai Rainbow. Desain *mini pizza packaging* menggunakan warna merah tua dan coklat muda untuk menunjukkan identitas visual Kedai Rainbow. Penggunaan warna dan logo pada kemasan bertujuan untuk meningkatkan *brand awareness*.

Desain *cup* memiliki warna dominan putih agar terlihat minimalis dan logo terlihat dengan jelas sehingga dapat mudah dikenali dan diingat.



Gambar 9. Media Publikasi



Gambar 10. Media Publikasi

Desain *flyer* A4 Kedai Rainbow terdapat informasi pesan promosi yang ditawarkan, informasi tersebut diharapkan dapat tersampaikan dengan mudah untuk pelanggan yang ingin mengetahui informasi dan promosi yang disampaikan Kedai Rainbow.

Desain *roll banner* Kedai Rainbow terdapat informasi pesan promosi yang ditawarkan, informasi tersebut diharapkan dapat tersampaikan dengan mudah untuk pelanggan yang ingin mengetahui informasi dan promosi yang disampaikan Kedai Rainbow.

Desain poster Kedai Rainbow desain poster terdapat informasi pesan promosi yang ditawarkan dan menggunakan foto pendukung terbaik, diharapkan informasi tersebut dapat tersampaikan kepada pelanggan Kedai Rainbow.

Desain baliho Kedai Rainbow digunakan sebagai informasi pengenalan produk Kedai Rainbow beserta pesan promosi yang ditawarkan, penggunaan kalimat seminim mungkin dan jelas. Diharapkan dengan adanya *baliho* yang terpasang, pelanggan dapat mengenal Kedai Rainbow dan ada rasa ketertarikan, rasa penasaran untuk mengetahui Kedai Rainbow.

Desain *instagram template post* terdapat informasi pesan promosi yang ditawarkan, informasi tersebut diharapkan dapat tersampaikan dengan mudah untuk pelanggan yang ingin mengetahui informasi dan promosi yang disampaikan Kedai Rainbow. Desain *instagram template post* menggunakan warna dasar *deep yellow* dan jingga sesuai dengan identitas kedai rainbow, memberikan pesan ciri khas dari Kedai Rainbow.

Desain nomor meja terdapat informasi nomor meja, informasi tersebut diharapkan dapat tersampaikan dengan mudah untuk pelanggan Kedai Rainbow. Desain nomor meja menggunakan warna dasar *deep yellow* dan jingga sesuai dengan identitas Kedai Rainbow, memberikan pesan ciri khas dari Kedai Rainbow.

Desain menu bersifat informatif karena terdapat informasi menu Kedai Rainbow berupa daftar makanan dan minuman beserta harga, informasi tersebut diharapkan dapat tersampaikan dengan mudah untuk pelanggan Kedai Rainbow. Desain nomor meja menggunakan warna dasar *deep yellow* dan jingga sesuai dengan identitas Kedai Rainbow, memberikan pesan ciri khas Kedai Rainbow.

Desain umbul-umbul Kedai Rainbow terdapat informasi pesan promosi yang ditawarkan, informasi tersebut diharapkan dapat tersampaikan dengan mudah untuk pelanggan yang ingin mengetahui informasi dan promosi yang disampaikan Kedai Rainbow. Desain umbul-umbul menggunakan warna dasar *deep yellow* dan jingga sesuai dengan identitas Kedai

Rainbow, memberikan pesan ciri khas dari Kedai Rainbow.

Maerchandise



Gambar11. Merchandise

Warna putih yang mendominasi desain *mug* beserta penempatan logo pada bagian tengah dimaksudkan supaya pesan yang disampaikan terlihat minimalis dan logo terlihat dengan jelas sehingga dapat mudah dikenali dan diingat.

Uniform dan Branding Car



Gambar 12. Uniform

Desain *T-shirt* memiliki warna dominan putih yang bersih untuk menyampaikan pesan kebersihan. Desain *T-shirt* dirancang sebagai identitas personal konsumen agar kepercayaan meningkat dengan keseriusan Kedai Rainbow yang mem-branding dirinya sebagai warung makan yang mengedepankan pelayanan terbaik,

desain *T-shirt* juga sebagai tanda pengenal khusus kepada konsumen Kedai Rainbow.



Gambar 13. Apron

Desain *Apron* Kedai Rainbow digunakan oleh karyawan khusus di bagian dapur, hal ini bertujuan untuk melindungi pakaian karyawan serta menjaga kebersihan makanan saat produksi. Selain itu, *apron* digunakan untuk menunjukkan dan menguatkan identitas perusahaan.



Gambar 14. Branding Car

Desain *branding car* menggunakan logo yang akan menjadikan identitas tetap pada Kedai Rainbow untuk menyampaikan pesan bahwa Kedai Rainbow konsisten dan terencana. Untuk mempermudah keterbacaan pada informasi kontak menggunakan ukuran *font* tebal.

SIMPULAN

Telah dibuat proyek studi perancangan media promosi Kedai Rainbow dan contoh penerapannya pada media komunikasi berupa

stationary, merchandise, dan media publikasi yang dirancang selalu menerapkan logo, elemen grafis dan skema warna yang telah ditentukan. Semua media yang telah dibuat menggunakan konsep yang konsisten dan terencana, konsep tersebut digunakan sesuai target konsumen yaitu semua kalangan baik anak-anak maupun dewasa, laki-laki maupun perempuan. Perancangan media promosi yang telah diaplikasikan pada media komunikasi kemudian dicetak menggunakan berbagai macam media dan dapat digunakan oleh pihak Kedai Rainbow sebagai media komunikasi untuk meningkatkan kesadaran pelanggan terhadap produk Kedai Rainbow.

DAFTAR PUSTAKA

- Harfania, F. 2018. "Pengaruh Promosi Penjualan Eksperiential *Marketing*, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang (Studi Kasus pada Restoran Ayam Geprek Sai Yogyakarta". *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia (JMBI)*, 7 (6) 581-591.
- Kasali, R. 1992. *Manajemen Periklanan Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti.
- Kloter P, Amstrong. G. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13, Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Ning, R. 2018. *Usaha Kuliner Zaman Now, Delliverry Order dengan Menu Unik dan Kekinian*. Jabar Publisher: <https://jabarpublisher.co.id/2018/02/05/usaha-kuliner-zaman-now-delliverry-order-menu-unik-dan-kekinian> (2020, Juli 06)
- Shimp, T. A. 2000. *Periklanan Promosi*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Swastha, B. D. 2000. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.

