

Perancangan Media Promosi Untuk Lie Cake & Cookies Bondowoso

Erni Eveline Olivia¹, Cokorda Alit Artawan², Anang Tri Wahyudi³

Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Dan Desain , Universitas Kristen Petra,
Siwalankerto 121-131, Surabaya,
Email: ernievelineolivia@gmail.com

Abstrak

Lie Cake & Cookies adalah usaha kue kering *homemade* di Bondowoso yang berdiri sejak tahun 2014. Kelemahan yang dimiliki adalah usaha ini tidak memiliki media promosi dan *branding* yang cukup untuk mencapai target penjualan hingga keluar Bondowoso. Melalui media promosi dan *branding* yang sesuai, usaha ini dapat memperluas wilayah penjualan. Maka dari itu penting untuk melakukan perancangan media promosi yang didukung dengan *branding* untuk Lie Cake & Cookies berdasarkan riset pasar dan Analisa yang telah dilakukan. Setelah seluruh data terkumpul maka dibuatlah desain untuk media promosi dan *branding* sehingga konsumen dapat mendengar dan lebih mengenal dengan baik mengenai Lie Cake & Cookies.

Kata kunci: Kue Kering, *Homemade*, Media Promosi, Instagram.

Abstract

Title: *Promotion Media Design of Bondowoso Lie Cake and Cookies*

Lie Cake & Cookies is a homemade pastry business located in Bondowoso, which was established in 2014. The weakness of this business is that it does not have sufficient promotional and branding media to meet sales targets outside Bondowoso. Through appropriate media promotions and branding, this business can expand its sales territory. Therefore, it is important to design a promotional media that is supported by the branding for Lie Cake & Cookies based on their market research and analysis that has been done. After all of the data has been collected, a design for promotion and branding media was made so that consumers can notice and get to know Lie Cake & Cookies better.

Keywords: *Cookies, Homemade, Media Promotion, Instagram.*

Pendahuluan

Kue kering merupakan salah satu jenis kuliner yang cukup digandrungi oleh masyarakat Indonesia. Tidak kalah dengan jenis kuliner lain di Indonesia, kue kering saat ini terus berkembang dan berinovasi mulai dari bentuk, rasa dan kemasannya. Dalam dunia bisnis kuliner, kue kering memiliki tempat tersendiri di hati para konsumen mengingat banyaknya peranan kue kering didalam keseharian masyarakat Indonesia. Bisnis kue kering merupakan salah satu jenis usaha kuliner yang patut dicoba karena dapat dimulai dari rumah.

Salah satu bisnis kue kering yang ada di Indonesia adalah Lie Cake & Cookies yang merupakan bisnis kuliner *homemade* dan terletak di kabupaten

Bondowoso provinsi Jawa Timur. Usaha kue ini telah berdiri sejak tahun 2014 namun awalnya usaha kue kering ini berdiri di kota Surabaya lalu kemudian beralih ke Bondowoso pada tahun 2015 hingga saat ini. Arti nama Lie Cake & Cookies sendiri berasal dari nama panggilan mama pemilik Lie Cake & Cookies ini sendiri yaitu Ibu Lie. Sejarah dari usaha kue ini berawal dari pemilik yang membantu ibunya menjalankan usaha kue keringnya namun karena faktor usia akhirnya usaha kue kering ini diambil alih sekaligus dikembangkan oleh ibu Vivi yang saat ini merupakan pemilik dari Lie Cake & Cookies.

Produk kue kering yang dihasilkan oleh usaha ini sangat beragam. Mulai dari kue kering semprit, kastengel, bunga kenari, hingga coklat kenari dan nastar yang merupakan dua produk favorit dari Lie

Cake & Cookies. Keduanya memiliki citarasa *homemade* yang sangat kental, baik citarasa coklat yang pekat pembawa kehangatan hingga kue nastar dengan selai *homemade* berkualitas premium. Seluruh produk dari usaha ini menggunakan bahan pilihan sehingga menghasilkan produk dengan kualitas premium dan aman dikonsumsi. Tidak heran jika usaha ini memiliki kisaran harga relatif mahal yaitu 140.000 hingga 200.000 per toplesnya.

Usaha ini memiliki target penjualan hingga keluar Bondowoso terutama wilayah Surabaya. Namun menurut wawancara bersama dengan pemilik usaha yaitu Ibu Vivi pada tanggal 28 November 2019, diketahui bahwa penjualan Lie Cake & Cookies baru mencapai kabupaten Bondowoso dan sekitarnya misalnya daerah Situbondo dan Jember. Pemilik merasa sulit untuk mencapai target penjualannya karena kurangnya promosi dan *branding* untuk memperluas wilayah penjualannya.

Hingga saat ini Lie Cake & Cookies hanya memiliki logo seadanya beserta media promosi berupa Instagram yang menjadi satu dengan akun pemilik. Kemasan dan media lain juga tidak sesuai dengan targetnya karena kurang menggambarkan kualitas yang dimiliki. Seluruh rangkaian media promosi ini dianggap kurang dan tidak mampu bersaing untuk meraih target yang lebih luas. Sangat dibutuhkan media promosi yang menarik dan tepat untuk menjangkau *target market* yang ingin dicapai.

Maka dari itu dibuatlah perancangan media promosi yang didukung dengan *branding* yang kuat. Tujuannya adalah agar dapat lebih dikenal oleh masyarakat dan memiliki identitas tersendiri dimata masyarakat karena pada saat ini yang terpenting dari sebuah brand adalah bagaimana produk ini dapat dikenal dengan baik oleh *target market* yang dimilikinya. Promosi yang akan dilakukan berupa pengelolaan media sosial untuk Lie Cake & Cookies agar dapat lebih dekat dengan masyarakat. Media sosial yang akan digunakan salah satunya adalah Instagram yang pada saat ini banyak digunakan oleh masyarakat. Sedangkan untuk perancangan desain kemasan tambahan yang akan dibuat adalah desain kemasan luar berupa sticker atau sabuk kemasan yang bertujuan untuk lebih menarik perhatian masyarakat.

Metode Penelitian

Pengumpulan data akan dilakukan dengan observasi lapangan dan wawancara kepada pemilik usaha, dan konsumen yang berhubungan dengan perancangan. Berikut adalah data yang diperlukan serta metode yang digunakan dalam proses perancangan:

Data Primer

Data primer merupakan sumber data yang diperoleh langsung dari sumber asli. Metode yang digunakan

untuk mendapatkan data primer yaitu metode observasi dan metode wawancara. Metode ini ditujukan kepada, pemilik perusahaan, konsumen maupun non konsumen, dan toko-toko kue kering.

Data sekunder

Data sekunder diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara. Data sekunder umumnya berupa bukti, catatan atau laporan historis yang telah tersusun dalam arsip yang dipublikasikan dan yang tidak dipublikasikan. Data tersebut dapat diperoleh dari majalah, buku *literature*, laporan, jurnal, dan lain-lain.

Konsep Perancangan

Konsep perancangan media promosi Lie Cake & Cookies bertujuan untuk mengenalkan Lie Cake & Cookies kemasyarakat yang lebih luas. Media yang dipilih adalah Instagram karena merupakan media yang hemat dan tepat ditambah lagi saat ini Instagram memiliki banyak fitur promosi yang tidak dimiliki media promosi lain contohnya fitur sponsor. Namun juga dibutuhkan desain logo baru serta desain kemasan tambahan untuk mendukung perancangan promosi karena apabila desain kemasan kurang menarik akan menghambat promosi yang dilakukan.

Promosi media sosial yang dilakukan akan mencakup foto produk milik Lie Cake & Cookies yang sesuai dengan konsep untuk menghasilkan konten Instagram yang menarik. Selain itu juga membangun interaksi dengan konsumen dan memberi informasi yang dibutuhkan konsumen. Media cetak berupa brosur dan kartu nama juga akan dibuat untuk mendukung media utama. Logo akan dibuat untuk membangun citra perusahaan pada masyarakat. Kemasan tambahan yang dibuat berupa stiker dengan desain yang lebih berkelas. Seluruh perancangan ini diharapkan dapat membantu usaha ini mencapai targetnya.

Landasan Teori dan Identifikasi Data

Definisi Promosi

Promosi adalah salah satu rangkaian IMC yang dipakai oleh perusahaan atau suatu *brand* untuk menjalin komunikasi dengan pasar yang ingin dituju. Menurut Kotler (1992), promosi mencakup semua alat-alat bauran pemasaran (*marketing mix*) yang peran utamanya adalah lebih mengadakan komunikasi yang sifatnya membujuk.

Tujuan Promosi

Berikut adalah tujuan dari promosi menurut Freddy Rangkuti (2019) pada bukunya yang berjudul Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus:

1. Modifikasi Tingkah Laku

Modifikasi tingkah laku berupa mengubah pola pikir konsumen dari yang awalnya tidak menerima dan merasa tidak membutuhkan produk itu menjadi setia kepada produk tersebut.

2. Memberitahu

Media promosi yang memiliki sifat informatif pastinya lebih menarik minat dan disenangi oleh masyarakat. Selain itu tujuannya adalah untuk memberitahu konsumen mengenai sebuah *brand* atau produk, sehingga dapat dikenal lebih dekat.

3. Membujuk

Promosi atau iklan yang bersifat membujuk umumnya kurang disenangi oleh masyarakat. Namun nyatanya tetap dibutuhkan tipuan dalam melakukan promosi ditambah lagi fokus utama dalam promosi adalah untuk meningkatkan penjualan.

4. Mengingat

Sangat diperlukan promosi yang bersifat mengingatkan dengan tujuan untuk terus mengingatkan konsumen mengenai keberadaan *brand* tersebut. Hal ini agar konsumen tidak berhenti membeli produk lalu beralih ke *brand* lain.

Cara Promosi

Cara promosi terus berkembang seiring berjalannya waktu untuk menyesuaikan pasar yang terus berkembang. Berikut adalah cara- cara promosi menurut Guru Ekonomi (2019):

1. Promosi melalui reklame atau ikla pada media masa seperti radio, koran, majalah, atau televisi.
2. Promosi melalui spanduk, billboard, atau brosur
3. Promosi melalui mulut e mulut
4. Promosi melalui pameran atau kegiatan
5. Promosi melalui internet contohnya web, situs online, hingga media sosial

Segmentasi Pasar

Menurut Kotler (2012) pembagian segmentasi pasar terdiri dari sekelompok masyarakat yang mempunyai kebutuhan dan keinginan yang sama. Segmentasi pasar dibagi menjadi 4, yaitu:

1. Geografis

Segmentasi geografis membagi pasar menjadi unit-unit geografis seperti negara, negara bagian, wilayah, kabupaten, kota, atau lingkungan.

2. Demografis

Dalam segmentasi demografis, kami membagi pasar pada variabel-variabel seperti usia, ukuran keluarga, siklus hidup keluarga, jenis kelamin, pendapatan, pekerjaan, pendidikan, agama, ras, generasi, kebangsaan, dan kelas sosial.

3. Psikografis

Psikografi adalah ilmu menggunakan psikologi dan demografi untuk lebih memahami konsumen. Dalam segmentasi psikografis, pembeli dibagi ke dalam kelompok-kelompok yang berbeda berdasarkan

ciri-ciri psikologis/ kepribadian, gaya hidup, atau nilai-nilai.

4. Tingkah Laku

Dalam segmentasi perilaku, pemasar membagi pembeli menjadi kelompok berdasarkan pengetahuan mereka tentang, sikap terhadap, penggunaan, atau respons terhadap suatu produk.

Data Perusahaan

Nama Perusahaan: Lie Cake & Cookies

Alamat : Jalan Letjend Suprpto
175 AA, Gang Cadas Tirta Indah Bondowoso

Tahun berdiri : 2014

No. telepon : 087702502323

Potensi Perusahaan

Usaha kue kering memiliki potensi besar karena kue kering memiliki tempat tersendiri pada gaya hidup konsumen Indonesia. Beragam tujuan dari konsumen membeli kue kering, ada untuk dijadikan camilan ada juga yang diberikan untuk kerabat. Termasuk potensi Lie Cake & Cookies Bondowoso ini dianggap cukup besar karena kue kering yang dihasilkan berkualitas tinggi. Pada saat ini tidak banyak usaha kue kering yang memperhatikan kualitas bahan dan kue yang dihasilkan. Berbeda dengan Lie Cake & Cookies, maka dari itu usaha ini memiliki potensi untuk mengambil hati konsumen.

Target Market

Berikut adalah karakteristik konsumen yang dimiliki oleh Lie Cake & Cookies:

- Demografis

Target umumnya berasal dari kelas menengah keatas yaitu ses A dan B dengan tingkat pendidikan SMP hingga perguruan tinggi. Baik pria maupun wanita membeli produk ini, namun didominasi oleh wanita, usianya berkisar 25-50 tahun.

- Geografis

Konsumennya sebagian besar berasal dari kabupaten Bondowoso, lainnya berasal dari daerah ser kabupaten Bondowoso seperti Situbondo dan Jember.

- Psikografis

Gaya hidup dan psikologis dari konsumennya adalah praktis, suka bergaul, suka belanja, peduli terhadap apa yang dikonsumsi, suka berbagi, dan gemar menggunakan media sosial.

- Behavioristis

Kebiasaannya adalah akan setia dan menetap pada sesuatu yang sudah cocok atau sesuai dengan keinginan mereka.

Data Visual



Sumber: Dokumentasi Pribadi.

Gambar 1. Kue Coklat Kenari



Sumber: Dokumentasi Pribadi.

Gambar 2. Kue Nastar

Data Produk

Kue kering dapat dipesan dalam jumlah kecil maupun besar melalui via *Whats App*. Bisnis kuliner ini terletak di Kabupaten Bondowoso. Usaha kue kering dan cake ini telah berjalan sejak tahun 2014 hingga saat ini. Lie Cake & Cookies memiliki banyak jenis kue kering, cake tart, dan kue basah. Produk utama yang diproduksi adalah kue kering yang memiliki beragam rasa dan bentuk, kue kering yang paling terkenal adalah kue nastar dan kue coklat kenari, yaitu kue kering yang terbuat dari coklat asli dan serpihan kenari yang memiliki rasa gurih. Sedangkan kue nastar dibuat dengan bentuk kokoh yang tidak mudah remuk apabila terkena guncangan namun lembut saat dimakan. Rasa kue nastar juga sangat gurih dengan dominan keju di kulitnya dan selai nastar *homemade* khas Lie Cake & Cookies.

Harga kue kering Lie Cake & Cookies mulai dari 140.000 hingga 200.000 setiap toplesnya. Harga kue kering dianggap cukup mahal namun Lie Cake & Cookies memiliki jaminan kualitas untuk setiap konsumennya. Bahan yang digunakan oleh Lie Cake & Cookies merupakan bahan premium sehingga menghasilkan rasa yang berkualitas dan aman dikonsumsi oleh segala usia.

Positioning

Bagi sebuah perusahaan sangat penting untuk memiliki *positioning* sehingga konsumen dapat memiliki ingatan mengenai *brand* tersebut. Lie Cake & Cookies saat ini belum memiliki *positioning* yang tepat untuk memberi gambaran kepada masyarakat mengenai produk kue kering *homemade* berbahan premium dengan resep kuno. Sehingga *brand* ini otomatis juga belum memiliki identitas yang dapat diingat oleh masyarakat. Sangat diperlukan penanaman identitas Lie Cake & Cookies sebagai usaha kue kering *homemade* Bondowoso yang aman dikonsumsi oleh berbagai usia karena bahan yang premium.

Distribusi Dan Wilayah Pemasaran

Penjualan Lie Cake & Cookies saat ini baru mencapai Bondowoso, Jember, dan Situbondo. Untuk pengiriman selama ini menggunakan jasa travel karena dianggap paling aman untuk pengiriman jarak yang tidak terlalu jauh. Kue kering biasanya dikemas dengan kardus yang masing-masingnya berisi 6 hingga 8 toples kue kering.

Wilayah pemasaran yang dimiliki oleh Lie Cake & Cookies untuk saat ini adalah Bondowoso, Situbondo, dan Jember. Untuk kedepannya akan diperluas hingga ke kota Surabaya dan sekitarnya. Namun pastinya akan membutuhkan waktu untuk memperluas wilayah pemasaran.

Analisis SWOT

- Strength

Produk ini menggunakan bahan premium yang jarang digunakan oleh toko kue kering terutama di Bondowoso.

- Weakness

Kurangnya promosi yang menarik dan identitas sehingga sulit dikenal orang.

- Opportunity

Memiliki banyak konsumen setia yang rutin memesan.

- Threat

Banyak pesaing yang gencar dalam melakukan promosi dan memiliki tampilan lebih menarik walaupun rasanya kurang enak. Selain itu Lie Cake & Cookies juga tidak memiliki jenis kue yang berbeda dengan merek lainnya.

Analisis VIEW

- Visibility

Tidak ada yang menarik dari media promosi yang dibuat. Kemasan hanya berupa toples berbahan plastik bening yang diberi stiker seadanya.

- Information

Informasi dari media sosial sangat minim hanya berupa foto beberapa jenis kue dan tidak ada keterangan nama atau harga yang jelas. Kemasan hanya logo seadanya tidak ada informasi yang jelas.

- *Emotional appeal*

Tidak ada *emotional appeal* yang ditunjukkan pada media sosial. Pada kemasan hanya terlihat jenis kue kering yang ada dalam toples, tidak ada hal menarik.

- *Workability*

Kurang menjalankan fungsinya karena kurang memberi *sounding* pada target yang ingin dicapai. Juga tidak memberi daya tarik pada konsumen untuk membeli produk.

Kompetitor Utama

Conato bakery adalah salah satu toko kue waralaba yang tersebar Indonesia, salah satunya Bondowoso. Banyaknya pilihan yang dijual membuat toko kue ini memiliki tempat tersendiri dihati masyarakat Bondowoso. Selain roti dan kue kering, Conato Bakery juga menjual berbagai jenis cake dan pudding.

Fokus pasar yang ditetapkan oleh Conato Bakery adalah sekitar kota Bondowoso saja karena Conato Bakery memiliki konter dibanyak kota di indonesia. Hal ini membuat Conato Bakery lebih menfokuskan diri ke setiap kota dibandingkan ke daerah lain.

Selama ini Conato Bakery melakukan kegiatan promosi melalui Instagram yang berisi foto produk. Selain itu pada Instagram yang dimiliki juga menunjukan promo yang sedang berjalan. Namun sangat disayangkan, foto yang digunakan masih memiliki kualitas yang kurang baik sehingga Instagram yang dimiliki kurang menarik.

Kompetitor Sekunder

Yunis Cake adalah salah satu toko roti dan kue tart yang terletak di kabupaten Bondowoso. Merupakan salah satu toko kue yang dikenal dibondowoso, Yunis Cake memiliki toko yang mengutamakan penjualan roti dibanding kue keringnya. Produk yang dimiliki adalah roti, kue tart dan kue kering. Roti yang dijual tidak terlalu beragam, salah satu yang paling banyak diminati adalah roti isi dan donat. Sedangkan untuk pembelian kue kering harus melalui proses pemesanan terlebih dahulu karena tida tersedia secara langsung di toko.

Fokus pasar yang ditetapkan oleh Yunis Cake adalah seran kota Bondowoso saja karena kue yang dijual mayoritas adalah kue basah sehingga akan sulit apabila melakukan pengiriman jarak jauh.

Selama ini Yunis Cake melakukan kegiatan promosi melalui Instagram yang berisikan jenis- jenis kue yang dijual. Selain itu pada Instagram yang dimiliki juga menunjukan promo- promo yang sedang berjalan. Hal ini akan menyebabkan ketertarikan konsumen untuk membeli produk tersebut.

Konsep Perancangan

Tujuan dan Strategi Pemasaran

Pemasaran ini bertujuan untuk memperluas *sounding* mengenai usaha kue kering ini dan memberikan keunggulan usaha ini kepada konsumen. Sehingga nantinya pasar yang dicapai akan lebih luas dan mencapai target yang telah ditentukan. Strategi utama yang dipilih adalah menjalin hubungan dekat dengan konsumen. Hal ini dapat didukung dengan banyak kegiatan pendukung, misalnya mulai dari memberi rekomendasi mengenai produk andalan. Sehingga konsumen akan lebih mudah memilih produk apa yang akan dibeli, terutama konsumen yang baru pertama kali mencoba.

Tidak hanya dengan rekomendasi, seorang konsumen dalam melakukan transaksi berbelanja pastinya ingin diperlakukan dengan sebaik mungkin. Sehingga strategi lain yang dibutuhkan adalah perlakuan yang ramah dengan konsumen dan *treatment* yang memuaskan. Hal ini dapat diwujudkan dengan membalas *chat* pesanan konsumen dengan ramah sehingga konsumen merasa tersambut. Kemudian membalas dengan cepat dan responsif sehingga konsumen dapat merasa nyaman dalam melakukan pemesanan.

Tujuan dan Strategi Promosi

Tujuan dari promosi adalah memberi ketertarikan pada konsumen untuk membeli produk yang dipasarkan. Strategi promosi yang dipilih untuk menarik perhatian konsumen yang pertama menggunakan media sosial yaitu Instagram. Hal ini karena Instagram memiliki beberapa fitur promosi yang sesuai dengan kebutuhan promosi usaha ini. Selain media sosial akan diberikan beberapa strategi tambahan untuk mendukung strategi utama. Contohnya adalah memberi diskon atau promo yang dapat memberi ketertarikan konsumen untuk membeli lebih demi mendapatkan promo yang ada. Sehingga promosi yang dilakukan dapat menaikkan penjualan dan memperluas target yang dicapai.

Tujuan Media

Setiap media yang dipilih tentunya memiliki tujuan yang ingin dicapai. Dalam perencanaan kali ini, media yang dipilih adalah media sosial yaitu Instagram dan Facebook. Memilih menggunakan media ini dengan tujuan untuk menyentuh konsumen yang ditargetkan dengan lebih mudah. Hal ini karena target yang dituju merupakan pengguna Instagram atau Facebook aktif.

Pada penggunaan media ini diharapkan konsumen menjadi lebih mengerti mengenai Lie Cake & Cookies. Mulai dari jenis produk apa saja yang dibuat, bahan apa saja yang digunakan, hingga promo apa saja yang sedang berlangsung. Sehingga sekaligus konsumen akan merasa dimudahkan dalam berbelanja

walaupun melalui *online shopping*. Selain itu wilayah konsumen yang dicapai juga akan semakin luas, mengingat media yang digunakan dapat dengan mudah mencapai target tertentu meskipun berbeda wilayah.

Strategi Media

Strategi media yang akan dipilih adalah *media above the line* yang merupakan media komunikasi secara masal yang dibuat secara singkat namun dapat menjangkau target secara luas dalam waktu yang serentak. Strategi media ini sesuai dengan media yang dipilih yaitu media sosial Instagram dan Facebook. Saat ini Instagram sendiri sudah memiliki fitur *sponsored* yang dalam sekali penayangan dapat langsung ditujukan kepada target yang diinginkan. Selain itu strategi media ini dapat dilakukan berulang untuk mencapai target lebih lagi.

Program Media

Media sosial Instagram memiliki berbagai fitur menarik yang dapat membantu pengusaha, terlebih pengusaha kecil untuk mempromosikan produknya. Ada beberapa fitur yang dapat digunakan, salah satunya adalah Instagram *sponsored*. Ada beberapa syarat untuk melakukan sebuah iklan di media sosial Instagram, yang pertama harus menjadikan akun tersebut menjadi akun bisnis. Sehingga orang mudah untuk mencari akun usaha tersebut, hal ini memudahkan *sounding* usaha ini terlebih apabila konsumen mendatangi langsung akun tersebut. Dalam menggunakan Instagram *sponsored* ada dua pilihan yaitu Instagram *feeds* dan *story*. Masing - masing memiliki kelebihan dan kekurangannya sendiri-sendiri. Perbedaanannya adalah untuk Instagram *feeds* akan tetap muncul pada *homepage* pengguna apabila akun ditutup namun Instagram *stories* akan hilang setelah ditutup. Saat ini lebih banyak usaha yang memilih Instagram *stories* karena berbagai pertimbangan. Salah satunya saat ini pengguna lebih banyak menghabiskan waktu pada Instagram *stories* dibandingkan *feeds*. Namun dalam membuat iklan pada media sosial ini harus menciptakan desain yang dapat menarik perhatian konsumen. Agar konsumen dapat berhenti dan mencari tau lebih banyak mengenai produk.

Konsep Kreatif

Unsur Ikonik Relevan

Pembuatan media promosi dan identitas yang baru untuk sebuah usaha dibutuhkan visual yang sesuai dan menarik. Sedangkan dalam pembuatan visual dibutuhkan pemilihan ikon untuk memberi keseragaman pada setiap desain yang dihasilkan. Pemilihan ikon harus sesuai dan dapat menyampaikan identitas usaha tersebut dan mudah dimengerti oleh

konsumen. Beberapa ikon yang relevan untuk *branding* usaha ini adalah tepung, adonan kue, dan sedikit ciri khas kabupaten Bondowoso. Memilih tepung karena tepung merupakan bahan utama setiap pembuatan kue sehingga mudah dikenali oleh konsumen mengenai jenis usaha ini. Sama halnya dengan tepung, adonan kue juga melekat dan mudah dikenali sebagai ikon pembuatan kue. Memasukan sedikit ikon yang merupakan ciri khas kabupaten Bondowoso, untuk memberikan sentuhan kota asal dari usaha ini. Sehingga konsumen juga dapat dengan mudah mengenali kota asal dari usaha ini.

Warna Dasar

Warna dasar yang dipilih adalah warna yang bertipe *warm* dan memberi kesan hangat serta natural. Memilih warna yang bernuansa *warm* untuk menunjukkan kesan *homie* dan menunjukan bahwa kue yang dibuat adalah kue *homemade*. Contoh warna yang akan dipakai adalah merah gelap atau *maroon*, coklat, dan putih. Perpaduan warna ini diharapkan dapat menyampaikan makna yang dalam kepada konsumen mengenai kualitas kue kering ini. . Semua warna yang dipilih akan diaplikasikan ke berbagai desain, sehingga nantinya akan menjadi keseragaman serta menjadi identitas yang kuat untuk *brand* ini.

Tipe dan Jenis Huruf

Sangat dibutuhkan pemilihan jenis huruf yang tepat untuk menjaga *mood* yang telah dibangun. Jenis huruf utama yang dipilih adalah *serif*, contohnya seperti Baskerville, Garamond, atau Georgia. Memilih jenis huruf *serif* untuk menunjukkan kesan tradisional yang kental sehingga dapat menyampaikan kesan resep kuno yang digunakan oleh usaha kue kering ini. Sedangkan untuk *bodycopy* akan menggunakan jenis huruf *sans serif* misalnya Gotham, Calibri, atau Aper Chu. Pemilihan *font* jenis ini bertujuan agar memudahkan pembacaan tulisan pada desain yang akan dibuat. Sebab penulisan *bodycopy* akan lebih kecil dibandingkan penulisan *headline*.

Gaya Penampilan Grafis

Gaya penampilan grafis yang dipilih akan menggunakan gaya ilustrasi *hand drawing* dengan garis- garis kasar karena gaya ini akan mendukung kesan hangat dan juga *homie* yang ingin disampaikan. Selain itu gaya grafis ini juga memberi kesan yang sederhana namun tetap elegan dan terlihat mahal. Gaya penampilan grafis yang dipilih akan diaplikasikan pada seluruh media, mulai dari media promosi yang akan dibuat hingga *branding* (logo, kemasan, dan lain-lain). Pemilihan grafis ini diharapkan dapat semakin mendukung penyampaian pesan pada setiap pembuatan media, sehingga konsumen dapat menangkap dengan mudah identitas yang ingin dibangun.

Proses Desain dan Visualisasi

Penjaringan Ide

Pada perancangan media promosi untuk Lie Cake & Cookies akan terdiri dari beberapa desain tambahan untuk mendukung media promosi utama. Dalam proses mendesain perancangan ini terdapat beberapa referensi baik gaya desain maupun penggunaan media untuk dijadikan ide atau inspirasi. Hal ini bertujuan agar perancangan ini dapat memenuhi standar promosi yang sedang marak di kalangan masyarakat.

Mewujudkan perancangan ini dibutuhkan ide dan inovasi baik dalam pembuatan media promosi maupun grafis. Baik dari desain logo hingga desain visual pendukung yang dapat menarik minat target nantinya. Kendala yang ditemui dalam mewujudkan perancangan ini terdapat pada bagaimana mewujudkan sebuah media promosi yang dapat membangun sebuah hubungan baik dengan konsumen. Hal ini dapat dijawab dengan melakukan interaksi yang membuat konsumen merasa terlibat. Sehingga hal ini menciptakan hubungan dekat dan mengubah calon konsumen menjadi konsumen setia nantinya.

Perancangan media promosi ini akan menggunakan media sosial Instagram sebagai media utama. Nantinya media utama ini akan dibantu dengan media pendukung, yaitu media cetak. Media cetak yang dipilih adalah flyer yang nantinya akan difungsikan sebagai katalog juga. Hal ini bertujuan agar biaya promosi yang dikeluarkan tetap minim dan juga konsumen lebih mudah dalam melihat jenis produk apa saja yang dijual. Saat ini Lie Cake & Cookies belum memiliki logo dan kemasan yang menarik. Sehingga perancangan media promosi ini juga akan didukung dengan pembuatan logo, visual, serta stiker untuk kemasan. Desain tambahan ini untuk memaksimalkan kerja media promosi utama agar dapat lebih menarik konsumen.

Media Sosial

Media promosi utama yang dipilih adalah media sosial Instagram dan Facebook. Pada dasarnya dua media sosial ini akan mendukung satu sama lain dan saling berhubungan. Penggunaan media Instagram akan didukung dengan program *Instagram bussines* yang mana penggunaannya harus dihubungkan dengan Facebook. Program ini untuk mendukung *sounding* yang ingin dilakukan melalui fitur yang bernama *Instagram story sponsored* atau *Instagram*

feeds sponsored. Serangkaian program yang tersedia pada media sosial ini dapat sangat membantu promosi yang ingin dilakukan dengan lebih maksimal namun biaya yang rendah. Memilih media ini karena sangat tepat dengan kebiasaan dan *lifestyle* target konsumen.

Media Cetak

Sebuah promosi tidak dapat berfokus pada satu media, dibutuhkan media pendukung yang dapat memaksimalkan sebuah kegiatan promosi. Media pendukung yang dipilih kali ini adalah media cetak berupa brosur. Nantinya media ini akan difungsikan juga sebagai katalog produk untuk mengenalkan konsumen jenis kue kering apa saja yang dijual, selain itu untuk meminimalkan biaya promosi yang dikeluarkan. Bahan kertas yang digunakan adalah artpaper 120 gsm sehingga mudah dilipat namun tidak mudah rusak.

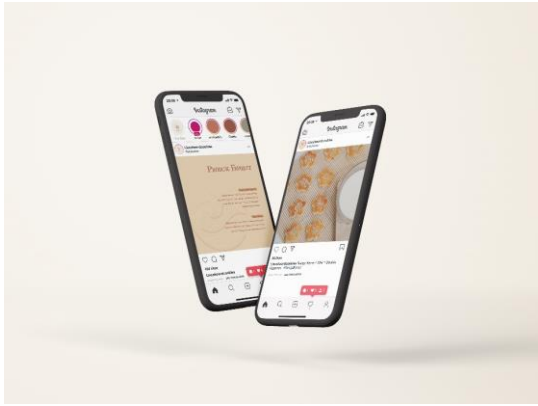
Logo

Saat ini Lie Cake & Cookies sudah memiliki logo namun sangat kurang menarik dan kurang sesuai dengan target pasarnya. Maka dari itu akan dibuat logo baru untuk memperbaiki tampilan dasar dari usaha ini, sekaligus untuk mendukung kegiatan promosi. Logo yang dibuat akan berupa logogram untuk memudahkan konsumen mengerti dengan jelas jenis usaha ini. Warna yang digunakan adalah *warm tone color*, sama dengan warna visual nantinya. Gaya yang akan digunakan adalah *hand drawn* yang merupakan gaya gambaran kasar untuk memberi kesan hangat dan sederhana.

Stiker Kemasan

Kemasan kue kering saat ini hanya berupa toples plastik dengan stiker berisikan logo seadanya. Informasi pada kemasan masih sangat minim sehingga akan dibuat tampilan stiker baru pada kemasan. Nantinya stiker ini akan berisi informasi yang dibutuhkan yaitu mulai dari logo, jenis kue, bahan yang digunakan, tanggal batas konsumsi, dan kontak Lie Cake & Cookies. Stiker kemasan akan didesain dengan visual yang sudah ditentukan sehingga seluruh desain nantinya memiliki keseragaman. Hal ini akan membuat stiker tidak hanya memiliki informasi yang jelas namun juga memiliki tampilan yang menarik.

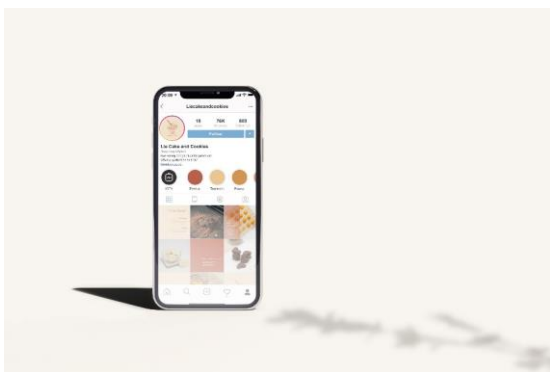
Eksekusi



Sumber: Dokumentasi Pribadi
Gambar 3. Eksekusi Media Promosi Instagram



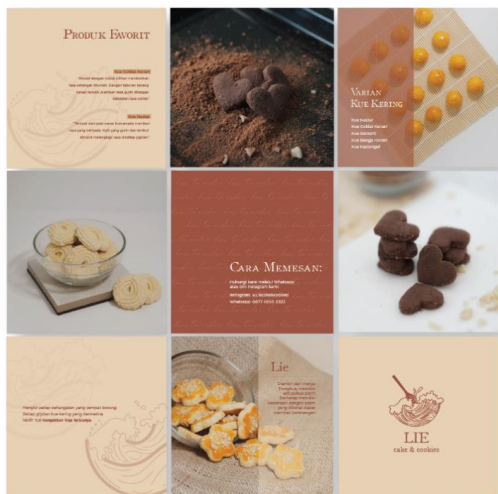
Sumber: Dokumentasi Pribadi
Gambar 6. Eksekusi Media Promosi Instagram Story



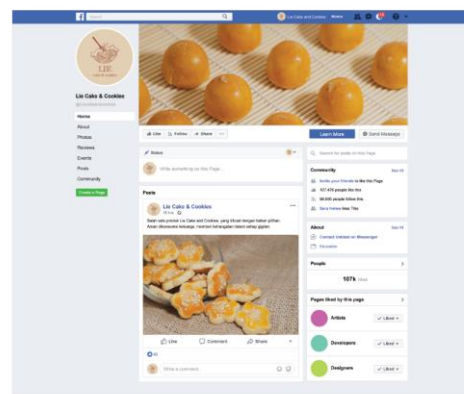
Sumber: Dokumentasi Pribadi
Gambar 4. Eksekusi Profil Instagram



Sumber: Dokumentasi Pribadi
Gambar 7. Eksekusi Media Promosi Instagram Story



Sumber: Dokumentasi Pribadi
Gambar 5. Eksekusi Profil Instagram



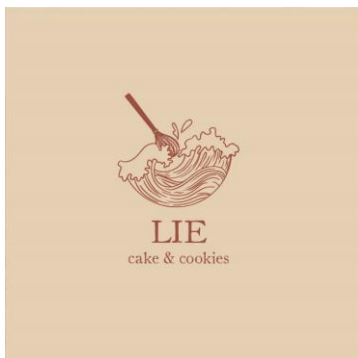
Sumber: Dokumentasi Pribadi
Gambar 8. Eksekusi Media Promosi Facebook



Sumber: Dokumentasi Pribadi
Gambar 9. Eksekusi Media Cetak



Sumber: Dokumentasi Pribadi
Gambar 10. Eksekusi Kartu Nama



Sumber: Dokumentasi Pribadi
Gambar 11. Eksekusi Logo



Sumber: Dokumentasi Pribadi
Gambar 12. Eksekusi Kemasan

Kesimpulan

Semakin banyaknya produk baru yang bermunculan dipasaran membuat setiap pemilik usaha harus membuat produk seunik mungkin tidak hanya pada produk namun juga pada keseluruhan tampilan. Mulai dari media sosial, kemasan, branding, dan melakukan promosi yang dapat membuat konsumen tertarik untuk mencoba hingga menjadi konsumen tetap. Hal ini agar produk memiliki karakteristik tersendiri dan tidak kalah menonjol dibandingkan dengan produk yang lain. Sebuah produk yang memiliki diferensiasi dengan produk lain membuat konsumen memiliki alasan untuk memilih setia dengan produk tersebut.

Pada perancangan media promosi untuk Lie Cake & Cookies, promosi dirancang untuk dapat membawa produk ini mencapai pasar yang diinginkan yaitu menengah keatas. Tidak hanya sebatas media promosi saja, namun juga dibuat logo yang baru untuk membangun jati diri yang baru dan lebih kuat. Kemudian juga dibuat stiker kemasan yang lebih menarik dan mampu untuk mencapai target yang diinginkan. Selain itu dibuat juga beberapa media cetak berupa brosur yang juga difungsikan sebagai kartu ucapan terima kasih dan kartu nama. Semua desain dibuat dengan keseragaman visual yang sama untuk membangun branding yang kuat dan diingat konsumen. Tidak hanya itu, seluruh tindakan promosi dibuat berdasarkan positioning yang telah ditentukan yaitu kue kering *homemade* dengan resep kuno berkualitas premium.

Media promosi yang dibuat akan membantu *sounding* produk ini pada pasar yang lebih luas. Sedangkan pada perbaikan kemasan dan *branding* yang telah dibuat akan memberi dampak yang cukup besar. Kelas produk dipasaran akan meningkat sehingga dengan mudah akan memasuki pasar yang ingin dituju yaitu kelas menengah ke atas. Seluruh komponen baik media promosi utama maupun pendukung saling bekerja sama untuk menghasilkan sebuah *brand* yang diterima baik oleh target. Sehingga produk ini nantinya tidak hanya dibeli namun juga menjadi bagian dari *lifestyke* konsumen.

Saran

Merancang sebuah media promosi tidak hanya sekedar memikirkan bagaimana konsumen mendengar kemudian membeli produk ini. Namun juga berusaha untuk membuat produk ini dekat dan dikenal baik dengan konsumen. Membangun rasa percaya dengan kualitas produk yang dihasilkan sehingga konsumen memiliki rasa nyaman saat mengonsumsi produk. Maka dari itu media promosi yang dibuat harus berhasil menyampaikan informasi mengenai *brand* tersebut. Baru kemudian menarik konsumen untuk membeli produk dan dilanjutkan dengan selalu

mengingatkan konsumen mengenai keberadaan *brand* tersebut beserta kualitas yang dimiliki.

Sedangkan logo, kemasan, hingga *stationary* yang dimiliki harus menciptakan jati diri tersendiri bagi sebuah *brand*. Menyampaikan apa yang tidak dilihat oleh konsumen sehingga konsumen dapat merasakan visi dan misi dari *brand* tersebut. Seluruh media dan pendukungnya harus mengikuti perkembangan zaman dan selalu efisien dalam menjalankan perannya masing-masing

Ucapan Terima Kasih

Maka dari itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Vivi selaku pemilik Lie Cake & Cookies Bondowoso yang telah memberi saya kesempatan dan berkerja sama dalam perancangan ini.
2. Cokorda Alit Artawan, S.Sn., M.Sn. selaku dosen pembimbing satu yang selalu sabar dalam membimbing dan memberi masukan dalam proses perancangan.
3. Anang Tri Wahyudi, S.Sn., M.Sn. selaku dosen pembimbing dua yang telah banyak memberi bantuan dan ide masukan serta memberi semangat dalam perancangan ini.
4. Drs. Heru Dwi Waluyanto, M.Pd. selaku ketua tim dosen penguji dan Asthararianty, S.Sn., M.Ds. selaku anggota dosen penguji yang telah banyak memberi masukan dan saran selama proses siding.
5. Kedua orang tua dan saudara terutama Rido Eka Putra yang telah banyak membantu serta memberi dukungan emosional dan finansial dari awal hingga akhir perancangan.
6. Gaby Agatha yang telah banyak membantu penulis selama proses perancangan berlangsung.
7. Gunardi Wijaya yang banyak memberi masukan dan *support* memberikan semangat dan dukungan secara emosional.
8. Teman-teman, Member Blepink, dan Qoar yang selalu menghibur dan membantu disaat mengalami kendala dalam perancangan.
9. Claudia Usmantara yang selalu memberi *support* berupa kiriman makanan kepada penulis selama masa perancangan.
10. Dosen- dosen Desain Komunikasi Visual Universitas Kristen Petra lainnya yang telah membimbing dan memberikan ilmu selama 4 tahun ini.

Daftar Pustaka

Ekonomi, Guru. (2019). Sarjana Ekonomi. *Promosi: Pengertian, Fungsi, Contoh, Tujuan dan Jenis Terlengkap*. Retrieved from <https://sarjanaekonomi.co.id/promosi-pengertian-fungsi-contoh-tujuan-jenis-terlengkap/>.

Kotler, dan Ketler. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip. (1992). *Marketing, jilid 1*. Jakarta: Penerbit Erlangga.

Rangkuti, Freddy. ((2009). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.