

Perancangan Visual Branding Dan Promosi Madu Moon Smile Melalui Sosial Media Instagram

Yesaya Renaldi Santoso¹, Hendian Yudani², Bernadette Dian Arini Maer³

1. Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Humaniora dan Industri Kreatif, Universitas Kristen Petra,
Jl. Siwalankerto 121 – 131, Surabaya

Abstrak

Berawal dari sebuah usaha wiraswasta yang dikelola oleh seseorang yang bernama Ong Hary Santoso, dimana usaha tersebut bergerak di bidang peternakan lebah. Dalam pemasarannya, Madu *Moon Smile* tidak banyak diketahui oleh masyarakat luas karena belum memiliki visual branding dan identitas yang jelas. Perancangan ini bertujuan untuk memperjelas identitas serta *visual branding* agar bisa lebih dikenal oleh banyak orang. Perancangan ini mengumpulkan data dari observasi, *SWOT* dan studi kompetitor. Media utama untuk perancangan ini adalah sosial media *Instagram*. Melalui sosial media *Instagram*, Madu *Moon Smile* juga memperkenalkan beberapa konten yang informatif dan juga edukatif mengenai madu itu sendiri. Dengan adanya perancangan ini diharapkan dapat meningkatkan *brand awareness*, sehingga Madu *Moon Smile* dapat lebih dikenal oleh banyak orang.

Kata kunci : perancangan, *visual branding*, Madu *Moon Smile*, sosial media, *Instagram*

Abstract

Title : Visual Branding Plans And Promotion of Madu Moon Smile Through Social Media Instagram

Starting from an independent business managed by someone named Ong Hary Santoso, where the business are focused in animal husbandry, especially in bee farming. On their marketings, not many people know about Moon Smile Honey because they don't have a clear visual branding and also identity. This design aim to make a clear identity and also visual branding to catch more people's attention. This design are raise a data from observation, swot, and competitor studies. The main media for this design is social media Instagram. Though this platform, Moon Smile Honey can introduce a several invormative and educative content about the Honey itself. By this design, Moon Smile Honey can expected to increase more brand awareness, so that more people know about Moon Smile Honey.

Keywords : plans, visual branding, Madu Moon Smile, sosial media, Instagram

Pendahuluan

Madu merupakan cairan manis alami yang diproduksi oleh lebah. Dalam kesehariannya madu banyak sekali dijadikan sebagai obat ataupun penambah imun tubuh oleh banyak orang. Seiring berkembangnya waktu, madu tidak hanya bisa ditemukan di toko *offline* namun juga dapat ditemukan di toko *online* maupun *E-Commerce*. Madu yang dijual juga sangat bervariasi dan beraneka ragam mulai dari bentuk, logo, kemasan, varian rasa sampai harga. Daris inilah muncul ide perancangan *visual branding* dan promosi Madu *Moon Smile* yang juga merupakan salah satu produk madu dimana. Madu *Moon Smile*

merupakan madu murni yang telah diproduksi sejak tahun 1995 oleh Ong Hary Santoso. Madu ini sendiri dikelola di berbagai lahan yang tersebar di daerah Jawa Timur, seperti Bondowoso, Jember dan Singosari. Lahan tersebut bersifat tidak tetap dan berpindah-pindah karena untuk menghasilkan madu yang baik, harus mencari lahan dengan kualitas bunga yang baik pula di sekitarnya. Dalam proses panen, tidak hanya membutuhkan lahan yang strategis dan kualitas bunga yang baik, namun juga cuaca yang mendukung menjadi salah satu faktor kualitas dari madu itu sendiri. Madu ini sendiri biasanya menghasilkan 3 sari rasa bunga

seperti rasa sari bunga kaliandra, rasa sari bunga randu dan rasa sari bunga hutan. Ketiganya mempunyai warna yang berbeda namun disisi lain ketiganya juga mempunyai sifat yang sama untuk meningkatkan imun tubuh.

Dalam proses perkembangannya Madu *Moon Smile* awalnya tidak terlalu dikenal oleh banyak orang, karena proses pemasaran yang serba terbatas, dimana produk ini mayoritas hanya dikenal oleh kerabat dekat, keluarga, teman atau suatu komunitas kecil tertentu. Dan juga visual *branding* serta identitas dari Madu *Moon Smile* juga belum terlalu spesifik, sehingga banyak calon konsumen yang tidak tahu akan latar belakang dari Madu tersebut. Faktor lain yang membuat Madu *Moon Smile* masih belum terlalu dikenal banyak orang adalah karena Madu *Moon Smile* belum melakukan promosi di sosial media, khususnya Instagram.

Dengan adanya perancangan ini, Madu *Moon Smile* akan bergerak untuk membuat visual *branding* yang baik, membangun identitas produk yang baik serta mempromosikannya di sosial media khususnya *Instagram*. *Instagram* menjadi platform yang dipilih karena saat ini *Instagram* merupakan media sosial yang diminati oleh berbagai kalangan, mulai dari anak muda hingga orang dewasa. Hal tersebut dilakukan agar Madu *Moon Smile* dapat menjangkau masyarakat luas.

Metode Penelitian

Metode penelitian yang dipakai untuk meneliti perancangan ini adalah metode pengumpulan data dan metode analisis data. Data dibedakan menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder.

Data Primer bisa dilakukan melalui wawancara. Wawancara dilakukan untuk memperoleh informasi dari berbagai narasumber yang terkait untuk mencari informasi tentang esensi dari madu itu sendiri. Kemudian yang kedua adalah data sekunder. Data sekunder bisa didapat melalui studi literatur. Dalam studi literatur ditujukan untuk mencari referensi teori dan kajian-kajian sebagai sumber analisis. Studi literatur dapat diperoleh melalui media buku ataupun internet.

Kemudian selanjutnya adalah metode pengumpulan data. Proses pengumpulan data atau informasi dilakukan secara faktual dan dapat direncanakan dengan mempelajari teori-teori yang berhubungan dengan perancangan, serta strategi pemasaran itu sendiri. Dan semua informasi yang digunakan dapat melalui buku berupa tulisan ilmiah, *handbook*, *e-book* dan artikel serta situs

gratis yang dapat diakses melalui internet yang berkaitan dengan perancangan yang dikerjakan.

Metode analisis juga merupakan salah satu komponen utama dalam perancangan ini. Dimana *SWOT*, *Strength*, *Weakness*, *Opportunity* dan *Threat* akan digunakan dalam perancangan ini. Hal tersebut diambil sebagai metode untuk menelaah satu per satu kelebihan serta kekurangan dan bagaimana cara untuk mengatasinya.

Pembahasan

Data Perusahaan

Dikelola oleh Ong Hary Santoso, seorang wirausaha sekaligus sebagai pemilik dari Madu *Moon Smile*. Dalam kesehariannya Hary dibantu oleh Kumala Dewi Wijaya, seorang ibu rumah tangga sekaligus istri dari Ong Hary yang bertugas sebagai pengatur keuangan Madu *Moon Smile*. Adapun beberapa pekerja yang bertugas untuk mengatur jalannya proses peternakan. Madu *Moon Smile* mempunyai banyak sekali potensi yang bisa digali karena madu ini sendiri sudah ada sejak tahun 1995 dan sudah dikenal oleh beberapa komunitas, keluarga, kerabat serta teman di sekitar Pandaan, Surabaya dan beberapa kota besar lainnya di Jawa Timur, sehingga dalam proses perancangan ini diharapkan dapat meningkatkan potensi Madu *Moon Smile* itu sendiri. Salah satu cara yang efektif adalah dengan mempromosikannya di sosial media, khususnya *Instagram*, dimana platform tersebut sangat mudah dijangkau dan diminati oleh banyak orang dari berbagai usia dan kalangan.

Lokasi perusahaan berada di kecamatan Pandaan, Kabupaten Pasuruan, Jawa Timur. Kota Pandaan merupakan tempat penjualan secara *offline* bagi konsumen yang ingin membeli. Konsumen biasa berdatangan dari dalam maupun luar kota seperti Surabaya dan Malang.

Brand

Nama brandnya sendiri yaitu madu *Moon Smile*, *Moon* yang berarti bulan dan *Smile* yang artinya senyum. Jika digabungkan menjadi bulan tersenyum. Dibuat demikian dengan alasan bulan yang bersinar terang selalu menyinari malam yang gelap. Hal ini seperti membawa optimisme tersendiri dalam proses jual-beli Madu *Moon Smile* itu sendiri. Meskipun terkadang dalam proses jual-beli mengalami kendala, dan sampai mengalami di dalam keadaan terendah sekalipun harus tetap ingat bahwa berkat yang Tuhan berikan tidak akan pernah tertukar, semuanya akan tepat pada waktunya.

Produk

Untuk spesifikasi produk, produk madu ini dibedakan menjadi 2, yang pertama adalah botol kaca kemasan 460 ml, serta botol aqua kemasan 1.500 ml. Keduanya diisi oleh madu *murni Moon Smile* yang terdiri dari rasa sari bunga kaliandra, randu dan juga randu. Madu ini juga telah didaftarkan dalam nomor industri pangan. Harga dari produk Madu *Moon Smile* sendiri dibedakan menjadi 2, yang pertama botol kaca 460 ml dan yang kedua botol aqua 1,5 liter. Botol kaca sendiri dijual dengan harga Rp. 100.000 sedangkan untuk botol aqua dijual dengan harga Rp. 250.000. *Positioning* dan *USP* Produk Madu *Moon Smile* merupakan satu – satunya produk madu di Pandaan yang diolah secara alami, tidak menggunakan campuran bahan kimia apapun dan juga proses pemanennya yang masih alami. Harga dari madu ini sendiri cukup terjangkau dan untuk 1 botol madunya dapat dikonsumsi sampai 2-3 bulan lamanya.



Gambar 1. Produk Madu Moon Smile dalam kemasan botol kaca 460 ml

Foto madu di atas merupakan Madu *Moon Smile* yang dikemas dalam botol kaca berukuran 460 ml. terdiri dari 3 varian rasa yaitu sari bunga randu, sari bunga kaliandra serta sari bunga hutan. Dalam foto tersebut terlihat visual *branding* yang belum nampak jelas dan tulisan di bawah yang tidak terlalu bisa dibaca. dan untuk membedakan varian rasanya, terdapat stiker bertuliskan masing-masing sari bunga hutan, randu dan kaliandra.



Gambar 2. Produk Madu Moon Smile dalam melalui proses penimbangan secara manual

Foto di atas adalah Ketika Madu *Moon Smile* melalui proses penimbangan secara manual ke dalam botol plastik 1,5 liter. Setelah melalui proses panen, madu-madu tersebut dimasukkan ke dalam tong besar, kemudian madu mulai ditimbang dan dimasukkan ke dalam botol-botol yang lebih kecil sebelum dipasarkan ke konsumen.

SWOT Madu Moon Smile

Yang pertama adalah *Strength* atau kelebihan. Kelebihan dari Madu *Moon Smile* ini yang pertama adalah cairan madu tidak pernah basi hingga bertahun – tahun lamanya, atau madu tidak mempunyai masa *expired*. Hal tersebut bisa terjadi karena Madu *Moon Smile* merupakan madu murni tanpa campuran bahan kimia apapun. Sementara itu kelebihan dari Madu *Moon Smile* yang ketiga adalah harganya yang relatif terjangkau. Kemudian selanjutnya Madu *Moon Smile* juga telah terdaftar dalam nomor industri pangan.

SWOT yang kedua yaitu *weakness* atau kelemahan, tentu saja Madu *Moon Smile* jauh dari sempurna, masih banyak kekurangan yang harus disempurnakan. Beberapa kelemahannya antara lain yaitu promosi yang belum sepenuhnya maksimal. Sebelumnya Madu *Moon Smile* melakukan pemasaran hanya dari mulut ke mulut dan juga secara *offline*, sehingga belum dijangkau oleh banyak orang. Kekurangan yang kedua adalah tidak adanya sosial media khusus untuk mempromosikan madu terutama di sosial media Instagram. Hal ini tentu membuat jangkauan konsumen kurang luas.

SWOT yang ketiga adalah *Opportunity* atau kesempatan. Salah satu kesempatan dari Madu *Moon Smile* adalah karena kesadaran masyarakat akan gaya hidup sehat saat ini, memunculkan peluang bagi madu *Moon Smile* untuk semakin gencar dalam mempromosikannya. Faktor pandemic covid-19 juga meningkatkan rasa sadar akan betapa pentingnya kesehatan bagi banyak orang. Dan tentu saja Madu *Moon Smile* sebagai minuman kesehatan bisa membantu menjaga imun tubuh agar tetap sehat. Dan untuk kesempatan yang kedua adalah di era yang semakin modern ini juga semakin banyak sosial media dan *E-commerce* yang bisa dijadikan peluang untuk lebih melebarkan promosi Madu *Moon Smile*.

Dan SWOT yang terakhir adalah *threat* atau ancaman, salah satu ancaman bagi Madu *Moon Smile* adalah adanya pendatang atau madu distributor yang dijual di daerah kota Pandaan, hal tersebut bisa menjadi ancaman tersendiri karena madu-madu tersebut sudah sudah memiliki nama besar sebelumnya.

Kompetitor

Nama produk kompetitor adalah Omah Madu OMS yang beralamat di Desa Plintahan, Pandaan, Pasuruan, Jawa Timur. Madu ini mempunyai tagline yaitu 100% madu asli dan target audiencenya merupakan wanita dewasa yang sudah mempunyai anak balita / kurang dari 10 tahun. Madu OMS ini sendiri juga menjual beberapa jenis madu, diantaranya Madu Randu, Kosambi, Klanceng, Hutan, Kaliandra, Multiflora, Mangga, Plus dan lainnya.

SWOT Kompetitor

Peneliti akhirnya memakai SWOT untuk mengetahui kelebihan, kekurangan serta apa yang bisa dijadikan acuan bagi Madu *Moon Smile* untuk kedepannya. Yang pertama adalah *Strength* atau kelebihan. Kelebihan dari Omah Madu OMS ini yang pertama adalah mempunyai banyak varian rasa madu, dengan total ada 8 varian rasa, seperti madu Randu, Kosambi, Klanceng, Hutan, Kaliandra, Multiflora, Mangga, Plus dan lainnya. Yang kedua Omah Madu OMS mengemas produk dalam kemasan botol *travel size*, sehingga memudahkan untuk dibawa kemana saja dan anti pecah. Selanjutnya Omah Madu OMS juga berhasil memanfaatkan moment besar keagamaan dimana Omah Madu OMS membuat hampers khusus yang bisa dijual ke konsumen dengan tujuan untuk bisa diberikan ke teman-teman konsumen sebagai hantaran. Kelebihan Omah Madu OMS yang selanjutnya adalah menjual produk lain selain madu, contohnya seperti *bee pollen*.

Berikutnya adalah weakness atau kelemahan. Kelemahan pertama adalah *Feeds* di *Instagram* dan

ig story yang cenderung tidak rapi dan kurang estetik, kemudian yang kedua adalah sudah hampir setengah tahun media *Instagram* dari Omah Madu OMS tidak aktif. Lebih tepatnya terakhir posting pada bulan November tahun 2021. Yang ketiga adalah desain kemasan yang cukup sederhana. Yang keempat berdasarkan konsumen yang memberikan testimoni di *instagramnya*, kebanyakan para konsumen berdomisili di sekitar Pandaan saja. Sehingga jangkauan konsumen masih belum luas dan belum terlalu dikenal oleh banyak orang.

Disisi lain ada juga *Opportunity* atau kesempatan yang bisa diambil oleh Omah Madu OMS, dimana mereka memiliki banyak varian madu yang bisa dipasarkan sehingga dapat menarik perhatian calon konsumen dan juga tidak hanya menjual madu, namun juga menjual produk lain seperti *bee pollen*.

Dan yang terakhir adalah *threat* atau tantangan. Tantangan dari Omah Madu OMS ini sendiri adalah jarak lokasi yang berdekatan dengan Madu *Moon Smile* dan beberapa penjual madu lainnya di sekitar kota Pandaan dimana dapat membuat Omah Madu OMS kebingungan untuk mencari konsumen.

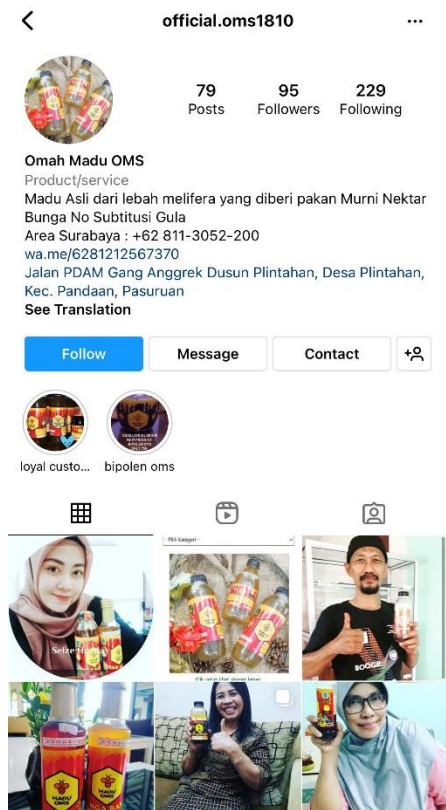
Data Visual Kompetitor



Sumber : *Instagram* Omah Madu OMS
Gambar 3. Postingan terakhir di Instagram pada bulan November tahun lalu

Gambar diatas merupakan postingan terakhir Omah Madu OMS di *Instagramnya*. Hal ini menandakan bahwa Omah Madu OMS sudah tidak

aktif lagi dalam mempromosikan produknya di sosial media Instagram.



Sumber : Instagram Omah Madu OMS
Gambar 4. Instagram feeds dari Omah Madu OMS

Pada gambar diatas merupakan Instagram dari Omah Madu OMS, dimana memiliki pengikut sebanyak 95 dan diisi dengan foto-foto yang kurang beraturan yang berisi tentang testimoni dari madu itu sendiri.



Sumber : Instagram Omah Madu OMS
Gambar 5. Beberapa varian madu dari Omah Madu OMS

Pada gambar diatas terdapat beberapa varian rasa dari produk Omah Madu OMS, yang dimana produknya dikemas dalam botol plastik berukuran kecil dan *travel size*.

Tujuan Kreatif

Tujuan kreatif dari perancangan ini ditujukan untuk wanita dewasa berusia sekitar 30 tahun yang sudah mempunyai anak dimana biasanya mereka mempunyai perhatian lebih terhadap kesehatan dan mau mencoba minuman herbal di luar obat-obatan dari dokter. Disisi lain, wanita dewasa tersebut juga fokus untuk menjaga kesehatan seluruh keluarganya, baik anak dan suaminya. Sehingga Madu *Moon Smile* bisa menjadi pilihan. Madu ini mempunyai khasiat untuk menambah imun tubuh dan juga menyehatkan, serta madu ini berkualitas dan natural sehingga aman untuk dikonsumsi ayah, ibu atau anak. Disisi lain, tujuan kreatif dari perancangan ini adalah agar Madu *Moon Smile* lebih dikenal oleh banyak orang, tidak hanya dari target audience, namun juga bagi orang-orang yang sangat peduli terhadap kesehatan dirinya dari kalangan manapun.

Strategi Kreatif

Strategi yang akan diterapkan dalam perancangan ini adalah dimulai dari membuat visual branding yang jelas, mulai dari logo, stiker, kemasan dan juga informasi atau identitas Madu *Moon Smile* yang dikemas dalam bentuk kartu ucapan. Tidak hanya itu, dalam strategi kreatif juga akan menggunakan *platform* sosial media Instagram dan akan menggunakan seluruh fitur yang ada di *Instagram* tersebut untuk mempromosikan Madu *Moon Smile*. Dimulai dari *Instagram feeds*, dimana nantinya akan mengunggah foto – foto produk Madu *Moon Smile*, kemudian ada deskripsi untuk setiap varian rasa dan juga manfaatnya bagi kesehatan tubuh. Kemudian di *Instagram story* juga akan mengunggah konten yang menarik calon konsumen seperti mengadakan mini games, memberikan informasi tentang setiap varian madu serta cara pemakaian dari Madu *Moon Smile* itu sendiri. Untuk pembelian bisa melalui *Direct Message* di *Instagram* atau melalui nomor *WhatsApp* yang sudah tercantum di profil *Instagram* Madu *Moon Smile* itu sendiri. Madu *Moon Smile* menamai *username Instagram* dengan nama *@moonsmilepdn* yang artinya *Moon Smile Pandaan*, dimana domisili dari Madu *Moon Smile* itu sendiri. Karena *Instagram* ini baru saja dibuat dan pengikutnya masih sangat sedikit maka strategi kreatif lainnya adalah dengan cara mengikuti beberapa akun yang juga menawarkan produk madu, kemudian memberikan beberapa tagar dalam postingan foto agar bisa dijangkau oleh lebih banyak netizen.

Target Audience Perancangan

Target audience dari Madu *Moon Smile* yang pertama adalah dari segi Demografis. Target audience dari segi demografis merupakan wanita berusia 30 – 50 tahun, status ekonomi menengah ke atas (SES B-A).

Target *audience* selanjutnya adalah dari segi geografis, dimana diambil dari beberapa wilayah kota besar di Jawa Timur dan Bali. Seperti kota Surabaya, kota Malang, kota Madura dan juga kota Denpasar.

Target *audience* selanjutnya adalah dari segi psikografis. Yang pertama adalah target merupakan seseorang yang sangat peduli terhadap kesehatan kemudian lebih terbuka terhadap minuman alternatif yang herbal dibandingkan obat, menganggap kesehatan paling penting dalam hidup, Aktif dalam bermain sosial media terutama Instagram, serta seseorang yang tidak hanya mementingkan kesehatan diri sendiri namun juga peduli dengan kesehatan anggota orang-orang di sekitarnya terutama anggota keluarga.

Target *audience* yang selanjutnya adalah dari segi behaviour. Target *audience* dari segi *behaviour* ini adalah orang yang mempunyai pekerjaan yang menyita cukup banyak waktu per harinya, orang yang bertugas untuk mengurus rumah tangga, dan orang yang mudah lelah dalam menjalani aktivitas.

Dan yang terakhir merupakan target *audience* yang diambil dari segi teknografis. Target *audience* dari segi ini merupakan orang yang cukup aktif atau setidaknya meluangkan waktunya untuk bermain atau mengecek sosial media khususnya *Instagram* dan tentunya seseorang yang cukup sering berbelanja secara *online*.

Proses Pemasaran

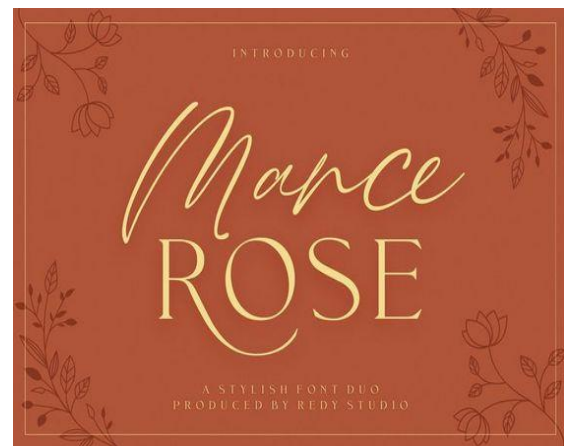
Proses pemasaran yang dilakukan dalam proses perancangan ini berawal dari produk yang telah dikemas dengan baik kemudian produk difoto dan diunggah ke dalam media sosial Instagram. Setelah itu admin akan memberikan caption yang menarik dengan info-info kesehatan serta manfaat di balik Madu *Moon Smile* itu sendiri. Tidak hanya diunggah di *Instagram Feeds* namun nantinya hal serupa akan diunggah di *Instagram Story*. Jika ada konsumen yang tertarik untuk membeli, bisa menghubungi via *Direct Message* di *Instagram* atau bisa menghubungi melalui nomor *WhatsApp* yang sudah tertera di profil @moonsmilepdn. Setelah konsumen membeli, admin akan menyiapkan *invoice* admin dan mengemas barang, dan kemudian barang akan diantar ke ekspedisi untuk segera dikirimkan ke calon konsumen.

Gaya Visual dan Tone Warna

Berdasarkan dari riset dari target audience, Madu Moon Smile mengambil kata kunci “*Authentic Natural Honey*”, dimana mendeskripsikan bahwa Madu *Moon Smile* dikelola secara alami dan terpercaya tanpa adanya bahan pengawet apapun. Disisi lain kata autentik sendiri dalam KBBI mempunyai arti dapat dipercaya, dan hal ini cukup selaras dengan TA Madu Moon Smile itu sendiri

yang memberikan banyak respon positif ketika menjawab survey dari Madu *Moon Smile*. Gaya visual akan dibuat sederhana namun elegant dengan logo berbentuk persegi dan di dalamnya ditambahkan font Madu *Moon Smile*. Sedangkan untuk tone warna lebih menyesuaikan ke target *audience* yang lebih ditujukan ke wanita dewasa, dan juga perpaduan warna dari madu itu sendiri, sehingga warna merah bata, coklat dan emas akan menjadi beberapa alternatif. Sedangkan dari sisi psikologis, warna-warna ini memberikan kesan yang hangat, manis, serta setia.

Referensi Gaya Visual



Sumber : *Pinterest*

Gambar 6. Salah satu referensi gaya visual yang digunakan dalam perancangan Madu Moon Smile

Gambar di atas merupakan referensi gaya visual yang akan digunakan Madu Moon Smile dalam proses perancangannya, dimana tulisan tangan atau biasa disebut *hand writing* akan dijadikan logo Madu *Moon Smile* itu sendiri. Hal tersebut dipilih karena melambangkan target audience yang ditujukan kepada wanita dewasa. Tentu saja wanita identik dengan *elegant*, dan tulisan tangan atau *hand writing* tersebut identik dengan *elegant*. Kemudian warna yang dipilih adalah kuning keemasan, warna tersebut dipilih sebagai logo Madu *Moon Smile* karena melambangkan warna dari Madu *Moon Smile* itu sendiri yang kuning keemasan.



Sumber : *Pinterest*

Gambar 7. Referensi gambar untuk tulisan tagline Authentic Natural Honey

Tulisan tersebut dipilih karena mempunyai bentuk yang *simple, elegant* dan juga mudah dibaca oleh calon konsumen sehingga memutuskan untuk memakai *font* tersebut sebagai tagline Madu Moon Smile sendiri yaitu Authentic, Natural Honey.



Gambar 8. Tone Warna yang akan dipakai

Tone warna yang dipakai dalam perancangan Madu *Moon Smile* adalah warna-warna yang cerah dan juga lebih feminim, mengingat target *audience* dari Madu *Moon Smile* sendiri adalah wanita dewasa.



Sumber : *Pinterest*

Gambar 8. Referensi Gambar untuk varian rasa sari bunga randu

Referensi gambar diatas merupakan referensi untuk pembuatan logo salah satu varian rasa yang ada di Madu *Moon Smile* yaitu varian rasa sari bunga randu. Terlihat dalam gambar merupakan bunga randu yang sedang bermekaran. Warna dari bunga randu itu sendiri merupakan warna gradiasi merah dan juga orange.



Sumber : *Pinterest*

Gambar 9. Referensi Gambar untuk varian rasa sari bunga kaliandra

Referensi gambar diatas merupakan referensi untuk pembuatan logo salah satu varian rasa yang ada di Madu *Moon Smile* yaitu varian rasa sari bunga kaliandra. Terlihat dalam gambar merupakan bunga kaliandra yang sedang bermekaran. Warna dari bunga kalinadra adalah warna merah, namun bunga kaliandra juga mempunyai beberpaa warna seperti merah muda, dan gradiasi merah dan merah muda.



Sumber : *Pinterest*

Gambar 10. Referensi gambar untuk penggunaan botol madu

Gambar botol di atas merupakan referensi untuk botol kemasan yang digunakan oleh Madu *Moon Smile*. Botol plastik tersebut berukuran 350 ml dan dalam penggunaannya botol ini praktis dan bisa dibawa kemana saja, karena ukuran botol untuk travel size.

Teknik Visualiasi

Teknik visualisasi yang dilakukan dalam perancangan Madu *Moon Smile* ini dapat dilakukan dengan cara menggunakan *adobe illustrator* untuk membuat logo, visual *branding* dan stiker. Kemudian menerapkan referensi yang sudah dicari ke dalam visual *branding* tersebut, dan juga tone warna yang akan dipakai di dalam perancangan Madu *Moon Smile* tersebut

Program Kreatif

Untuk program kreatif dari perancangan Madu *Moon Smile* ini akan difokuskan dalam promosi di sosial media *Instagram*. Tidak hanya melalui satu fitur namun juga menerapkan semua fitur untuk proses pemasarannya. Yang pertama adalah melalui *Instagram Story* dimana konten akan dibuat konten mini games, trivia, dan manfaat dari madu itu sendiri. Dan juga menerapkan fitur lain di *Instagram story* seperti memasang lagu untuk memposting konten. Kemudian untuk di *Instagram Feeds* tentu saja mengunggah konten tentang promosi Madu *Moon Smile* itu sendiri dan juga akan dibuat konten tentang trivia Madu, kesehatan dan juga cara pemakaian dari madu itu sendiri. Dan nantinya di awal bulan akan ada penawaran menarik untuk pembelian lebih dari 1 botol.

Hasil Karya



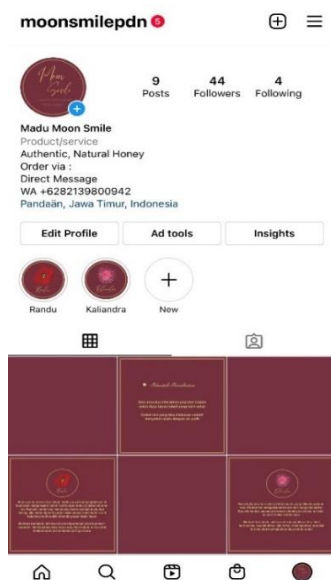
Gambar 11. Logo Moon Smile yang sudah jadi

Gambar di atas merupakan logo Madu *Moon Smile* yang sudah jadi, dimana dalam penerapannya memakai tulisan tangan atau *hand writing*. Hal ini sesuai dengan target audience dari Madu *Moon Smile* itu sendiri yaitu wanita dewasa, dimana tulisan tangan atau *hand writing* dapat memberikan kesan yang *elegant*. Sementara itu di bawah tulisan *Moon Smile* terdapat kata kunci dari Madu *Moon Smile* itu sendiri yaitu *authentic, natural honey*. Kata autentik berasal dari keoriginalitasan dari Madu *Moon Smile* itu sendiri dimana manfaatnya bagi kesehatan tubuh sudah dirasakan oleh banyak orang. Natural sendiri merupakan Bahasa Inggris dari alami, dimana proses pembuatan Madu *Moon Smile* dilakukan secara alami dan tidak ada campuran bahan kimia apapun.



Gambar 12. Logo Moon Smile yang diterapkan dalam botol madu

Gambar diatas merupakan penyajian akhir karya dari Madu *Moon Smile* dimana terdapat logo yang sudah ditempelkan di botol madu berukuran 350 ml, kemudian ada juga kartu ucapan yang diberikan kepada konsumen ketika membeli Madu Moon Smile. Kemudian ada sendok yang terbuat dari kayu, dimana sendok ini sangat dianjurkan untuk dipakai konsumen saat mengonsumsi madu. Hal ini dikarenakan madu yang dikonsumsi menggunakan sendok kayu tidak akan membuat kualitas madu berubah dan tetap bisa menyehatkan tubuh. Kemudian untuk wadah dari madu itu sendiri menggunakan *box* yang terbuat dari bahan bambu atau biasa disebut besek. Alasan memakai *box* tersebut ialah karena madu sangat berhubungan dengan alam dan sangat natural, sehingga hal ini juga sangat berhubungan antara *box* dengan madu yang masih memberikan kesan alami.



Gambar 13. Penerapan promosi Madu Moon Smile di sosial media, Instagram

Gambar di atas merupakan Instagram dari Madu *Moon Smile* yang memiliki username @moonsmilepd. Di dalam profil Instagramnya sendiri sudah terdapat kontak untuk menghubungi apabila ingin membeli madu. Kemudian di dalam feeds Instagram juga terdapat deskripsi dari beberapa varian rasa yang ada di Madu *Moon Smile* itu sendiri.

Untuk warna mengambil warna yaitu merah tua. Nuansa ini bisa memberikan kesan yang hangat dan elegant bagi calon konsumen yang mampir ke *Instagram Moon Smile*.

Kemudian untuk informasi yang mungkin terlewatkan dari Instagram story akan dimasukkan ke dalam highlight *Instagram*. Mengingat

Instagram story hanya bisa dilihat selama 24 jam saja dan kemudian hilang, sehingga dimasukkan ke dalam *Highlight Instagram* merupakan cara yang terbaik agar tidak terlewatkan oleh calon konsumen.



Gambar 14. Penerapan promosi Madu Moon Smile di Instagram Story

Gambar di atas merupakan penerapan promosi Madu *Moon Smile* dalam *Instagram Story*. Terlihat di gambar tersebut ada logo *Moon Smile* di bagian pojok kiri atas, kemudian ada logo dari varian sari bunga randu dan juga lengkap dengan deskripsi serta manfaat dari sari bunga randu itu sendiri. Serta tidak lupa di bagian tengah bawah terdapat tulisan dari *Instagram* Madu Moon Smile yaitu @moonsmilepdn

Simpulan

Perancangan visual *branding* dan promosi Madu *Moon Smile* ini dimulai dari pembahasan latar belakang, teori kemudian referensi dan penyajian hasil karya. Dalam proses perancangannya dimulai

dari visual branding, mengolah logo yang baik untuk diterapkan dalam stiker dan juga promosi di media sosial *Instagram*, kemudian untuk kemasan dikemas dalam *box* bambu atau yang biasa disebut besek, kemudian di dalamnya terdapat Madu *Moon Smile*, sendok kayu dan juga kartu ucapan terima kasih. Perancangan ini diharapkan dapat menjangkau banyak lebih banyak konsumen bagi Madu *Moon Smile*, karena pada awalnya Madu *Moon Smile* belum dikenal oleh banyak orang dan ingin mengembangkan perancangan ini menjadi lebih baik lagi.

Daftar Pustaka

Yuda, Alfi. (2020). *15 Manfaat Mengonsumsi Madu di Masa Pandemi COVID-19*. <https://www.bola.com/ragam/read/4444082/15-manfaat-mengonsumsi-madu-di-masa-pandemi-covid-19>.

Tim Merdekadot, com. (2018). *Manfaat Madu Untuk Kesehatan, Kecantikan, dan Ibu Hamil*. <https://www.liputan6.com/health/read/3618573/manfaat-madu-untuk-kesehatan-kecantikan-dan-ibu-hamil>.

Id.tesis, com. (2014). *Pembahasan Lengkap Teori Strategi Promosi menurut Para Ahli dan Contoh Tesis Strategi Promosi*, <https://idtesis.com/pembahasan-lengkap-teori-strategi-promosi-menurut-para-ahli-dan-contoh-tesis-strategi-promosi/>.

Setiawan, Samhis. (2021). *Pengertian Promosi – Tujuan, Fungsi, Komponen, Bentuk, Para Ahli*, <https://www.gurupendidikan.co.id/pengertian-promosi/>.