

## PERANCANGAN MEDIA PROMOSI ESTHY CAKE AND BAKERY PRAMBANAN SLEMAN YOGYAKARTA

### *THE DESIGN OF ESTHY CAKE AND BAKERY PROMOTIONAL MEDIA PRAMBANAN SLEMAN YOGYAKARTA*

Oleh : Rekyan Woro Widyaningtyas, Pendidikan Seni Rupa, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Yogyakarta.

Email : widyaworo@yahoo.com

#### **Abstrak**

Perancangan media promosi *Esthy Cake and Bakery* bertujuan untuk menghasilkan konsep media promosi yang , sesuai, efektif, efisien, kreatif, dan komunikatif sebagai pusat informasi dan daya tarik *Esthy Cake and Bakery*. Sehingga dapat menghasilkan media yang siap digunakan untuk promosi *Esthy Cake and Bakery*. Proses perancangan media promosi *Esthy Cake and Bakery* melalui tahapan pengumpulan data, baik data verbal maupun data visual dengan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi, data dianalisis dengan menggunakan teknik SWOT (*Strengths, Weakness, Opportunities, dan Threats*). Tahapan pembuatan media promosi dengan proses membuat *layout* gagasan, *rough layout, comprehensive layout*, dan final desain. Instrumen yang digunakan dalam pembuatan karya diantaranya berupa perangkat manual yaitu, pensil, *sket book, drawing pen, note book*, dan perangkat *digital* yaitu, kamera, komputer, *handphone, scanner*. Konsep perancangan media promosi produk *Esthy Cake and Bakery* secara umum adalah menghadirkan ilustrasi produk *Esthy Cake and Bakery* kedalam media promosi. Gaya modern ditampilkan dalam bentuk jenis font pada desain media promosi, dan warna hijau sebagai warna kunci media promosi *Esthy Cake and Bakery*. Identitas perancangan media promosi *Esthy Cake and Bakery* berupa *headline* *Esthy* dengan ciri khas yang diambil dari logonya dengan tambahan warna merah. Hasil dari perancangan media promosi berupa media utama (*prime media*) dan media pendukung (*supporting media*). Media utama yang digunakan adalah *packaging, packaging* dibuat menjadi dua jenis yaitu *packaging box* dan *packaging paperbag*. Media pendukung, antara lain *x-banner, leaflet*, kartu nama, poster, *table tent*, baliho, kalender, *apron, baker hat*, piring, cangkir, dan gantungan kunci.

Kata kunci: *media, promosi, Esthy Cake and Bakery*

#### **Abstract**

*The design of Esthy Cake and Bakery promotional media aims to produce the concept of promotional media which is appropriate, effective, efficient, creative, and communicative as the center of information and the attractiveness of Esthy Cake and Bakery and produce media that is ready to be used for Esthy Cake and Bakery promotion. The process of designing Esthy Cake and Bakery promotional media was done through the data collection, both verbal data and visual data with observation, interview, and documentation techniques, data were analyzed using SWOT techniques (Strengths, Weakness, Opportunities, and Threats). The stages of promotional media making process are creating idea layouts, rough layouts, comprehensive layouts, and final designs. The instruments used in the work making include a manual device, pencil, book sketch, drawing pen, note book, and digital devices, such as cameras, computers, mobile phones, scanners. The concept of designing promotional media for Esthy Cake and Bakery products in general is to present illustrations of Esthy Cake and Bakery products into promotional media. Modern styles are displayed in the form of font types in promotional media designs, and green as the key colors of Esthy Cake and Bakery promotional media. The identity of Esthy Cake and Bakery promotional media design is in the form of Esthy headline with distinctive features which was taken from the logo with the addition of red colour. The results of designing promotional media are in the form of main media and supporting media. The main media is packaging, the packaging are made into two types, packaging boxes and paperbag packaging. Supporting media include x-banners, leaflets, business cards, posters, table tents, billboards, calendars, aprons, baker hats, plates, cups and key chains.*

Keywords: *media, promotional, Esthy Cake and Bakery*

## PENDAHULUAN

Roti menjadi makanan siap saji yang banyak dipilih masyarakat Indonesia. Kesibukan kerja dan gaya hidup yang serba cepat membuat masyarakat memilih makanan yang penyajiannya praktis. Roti dipilih sebagai alternatif sumber kalori pengganti nasi dan cemilan sebelum makan. Karena selain praktis, roti relatif tahan lama, kaya karbohidrat dan harganya cukup terjangkau disemua kalangan masyarakat.

Jumlah toko roti saat ini cukup banyak dan tersebar di Kota Yogyakarta dan sekitarnya. Masyarakat cenderung lebih tertarik pada toko roti dengan media promosi yang aktif. Kurangnya media promosi yang digunakan mengakibatkan ketidaktahuan masyarakat akan adanya toko roti *Esthy Cake and Bakery* untuk itu diperlukan perbaikan promosi karena selama ini masih mengandalkan media promosi lama yaitu brosur dan kartu nama yang ditempel dan hanya dibagikan sekedarnya saja kepada pengunjung yang meminta dan dari mulut ke mulut. Hal ini membuktikan bahwa promosi merupakan peranan penting dalam sebuah pemasaran. Tetapi peranan penting tersebut ternyata tidak digunakan dan dimiliki oleh *Esthy Cake and Bakery*.

*Esthy Cake and Bakery* masih memerlukan beberapa usaha yang dapat dilakukan untuk memperkenalkan kepada masyarakat luas melalui media promosi, sehingga diperlukan suatu perancangan komunikasi visual dalam promosi periklanan yang meliputi perencanaan media dan konsep kreatif yang tepat sasaran dan komunikatif agar dapat menjangkau masyarakat Kota Yogyakarta dan sekitarnya. Menurut Suyanto (2004:57) Perancangan suatu karya pada dasarnya lahir dari berbagai pertimbangan pikiran, gagasan, rasa dan jiwa penciptanya (internal) yang di dukung oleh faktor eksternal hasil penerapan dari berbagai bidang ilmu, teknologi, lingkungan, sosial budaya, estetika, ekonomi dan praktek serta segala perkembangan masa

depan. Perancangan desain mengacu pada prinsip dasar desain yang membentuknya. Strategi merancang merupakan bercerita secara visual, ekspresi sebuah ide dapat mengejutkan orang-orang yang melihat iklan, baik mengejutkan dengan kata atau menggunakan gambar atau foto. Strategi merancang merupakan strategi komunikasi menantang yang membutuhkan ekspresi dari sebuah konsep yang jelas dan cermat. Permasalahan yang dirasakan adalah masyarakat luas kurang mengenal *Esthy Cake and Bakery* yang akhirnya berdampak pada pendapatan hasil penjualan tidak memenuhi target. Karena itu pihak *Esthy Cake and Bakery* menginginkan adanya media promosi agar produknya semakin banyak dikenal oleh masyarakat luas. Berdasarkan analisis permasalahan tersebut, penulis memutuskan untuk merancang media promosi yang siap digunakan untuk *Esthy Cake and Bakery*. Promosi erat kaitannya dengan kegiatan penyampaian pesan, namun tidak semua orang tahu bagaimana menjadikan pesan dalam bentuk media promosi itu menjadi efektif dan efisien. Media Promosi merupakan suatu alat untuk mengkomunikasikan suatu produk, jasa, *image* atau perusahaan untuk dapat lebih dikenal masyarakat lebih luas. Media promosi yang paling tua adalah media dari mulut ke mulut. Media ini memang sangat efektif, tetapi kurang efisien karena kecepatan penyampainya kurang bisa diukur dan diperkirakan. Media adalah alat sarana komunikasi seperti koran, majalah, radio, televisi, poster dan spanduk yang terletak antara dua pihak (KBBI, 2008: 829).

Dalam merancang media promosi *Esthy Cake and Bakery*, perlu adanya beberapa prinsip-prinsip dasar Desain Komunikasi Visual. Prinsip-prinsip dasar desain tersebut berfungsi untuk menciptakan sebuah karya menjadi lebih ideal dan lebih baik. Prinsip-prinsip kerja desain yang digunakan dalam merancang media promosi *Esthy Cake and Bakery* antara lain keseimbangan (*balance*), irama (*rhythm*), proporsi, fokus, kesatuan, penekanan dan

harmoni. Perancangan media promosi Esthy Cake and Bakery dibagi menjadi dua, yaitu *media primer* dan *supporting media*. Perancangan media promosi Esthy Cake and Bakery memilih media utama yaitu *packaging*, karena *packaging* merupakan media promosi yang sangat mampu memberikan identitas produk dan mencerminkan kualitas produk. Perancangan media pendukung berupa *x-banner*, *leaflet*, kartu nama, poster, *table tent*, baliho, kalender, *apron*, *baker hat*, piring cangkir, dan gantungan kunci.

## METODE PENELITIAN

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam perancangan media promosi ini yaitu metode penelitian kualitatif. Menurut Lexy J. Moleong dalam Prastowo (2016: 7) penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian (contonya : perilaku, persepsi, motivasi, tindakan) secara holistik.

Langkah pertama berupa observasi dengan metode wawancara, dokumentasi dan study pustaka terkait perancangan media promosi. Dari hasil observasi terdapat informasi tentang kurangnya media promosi yang dimiliki Esthy Cake and Bakery. Esthy Cake and Bakery belum mempunyai media promosi yang efektif untuk produk tersebut sehingga belum memiliki *image branding* yang kuat. Study pustaka terkait media promosi dilakukan untuk mengkonsep media promosi yang lebih baik dan memiliki *image branding* yang kuat dan konsisten. Observasi adalah teknik pengumpulan data melalui pengamatan atau peninjauan secara langsung ketempat penelitian oleh peneliti untuk memperoleh data yang ada. Observasi dilaksanakan di toko pusat Esthy Cake and Bakery. Jl. Raya Solo - Yogyakarta No.2, Tamanmartani, Prambanan, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. berdasarkan observasi.

Instrumen yang digunakan dalam pengumpulan data verbal adalah *note book*,

*bolpoint*, sedangkan instrumen dalam pengumpulan data visual adalah kamera dengan teknik dokumentasi. Data hasil dokumentasi berupa foto-foto yang diambil di lokasi, antara lain produk Esty Cake and Bakery dan lokasi pembuatannya. Data didapatkan dari beberapa sumber antara lain dari data primer, yakni dari pihak pemilik usaha Esthy Cake and Bakery. Sumber sekunder berasal dari buku, internet, dan peninjauan di toko dan pabrik Esthy Cake and Bakery.

Analisis data yang digunakan dalam perancangan ini adalah Analisis SWOT. Menurut Philip Kotler dan Gary Armstrong (2008: 64) mengelola fungsi pemasaran diawali dengan analisis menyeluruh dari situasi perusahaan. Pemasaran harus melakukan analisis SWOT (*SWOT Analysis*), dimana ia menilai kekuatan (*Strenghts (S)*), Kelemahan (*Weakness (W)*), Peluang (*Opportunities (O)*) dan ancaman (*Threats (T)*).

Kekuatan meliputi kemampuan internal, sumber daya dan faktor situasional positif yang dapat membantu perusahaan melayani pelanggannya dan mencapai tujuannya. Kelemahan meliputi keterbatasan *internal* dan faktor *situasional negatif* yang dapat menghalangi performa perusahaan. Peluang adalah faktor atau trend yang menguntungkan pada lingkungan eksternal yang dapat digunakan perusahaan untuk memperoleh keuntungan. Sedangkan ancaman adalah faktor pada lingkungan *eksternal* yang tidak menguntungkan yang menghadirkan tantangan bagi *performa* perusahaan. Berikut adalah penjabaran analisis SWOT berdasarkan faktor *internal* dan *eksternal* yang dimiliki oleh Esthy Cake and Bakery:

### a. *Strengths* (kekuatan)

Bahan baku yang digunakan merupakan bahan baku pilihan, sehingga menghasilkan roti dengan bentuk dan rasa yang baik.

### b. *Weakness* (Kelemahan)

Esthy Cake and Bakery belum mempunyai media promosi yang efektif untuk

produk tersebut sehingga belum memiliki *image branding* yang kuat

c. *Opportunities* (Peluang)

*Esthy Cake and Bakery* menawarkan produk kue dengan harga terjangkau, *fresh* dan cepat dalam pelayanan *pre-order*.

d. *Threats* (Ancaman)

Banyaknya produk roti serupa yang mulai masuk dipasaran dengan penampilan desain yang lebih menarik dan beragam.

Setelah itu menentukan pendekatan desain, yaitu merancang desain yang *simple* atau sederhana dengan mengolah unsur garis dan bidang, menggunakan warna identitas *Esthy Cake and Bakery*, serta menjadikan warna tersebut sebagai warna kunci desain media promosi *Esthy Cake and Bakery*.

## PEMBAHASAN

Konsep perancangan sangat diperlukan untuk menciptakan desain yang berkesan inovatif, kreatif dan mampu menjadi media yang dapat mempromosikan brand *Esthy Cake and Bakery*. Adapun konsep perancangan media promosi *Esthy Cake and Bakery* ini secara umum adalah menghadirkan ilustrasi produk *Esthy Cake and Bakery* kedalam media promosi. Sehingga dapat menghasilkan media yang siap digunakan untuk mempromosikan produk *Esthy Cake and Bakery*.

*Esthy Cake and Bakery* mengusung warna hijau untuk identitas tokonya. Dalam merancang media promosi *Esthy Cake and Bakery* ini tetap menggunakan warna hijau yang lebih dominan dalam desain media promosinya. Menurut Molly E. Holzschlag dalam buku Pengantar Desain Komunikasi Visual karangan Adi Kusrianto (2007: 47) warna hijau secara psikologis memberikan respon alami, kesehatan, pandangan yang enak dan *fresh*. Dipadukan dengan warna merah yang secara psikologis memberikan respon nafsu, cinta dan agresifitas. Dalam hal perancangan media promosi, warna merah dapat meningkatkan nafsu makan untuk orang yang melihat media promosi *Esthy Cake*

*and Bakery* nantinya. Warna merah juga dapat meningkatkan agresifitas rasa ingin memiliki dan cinta pada produk *Esthy Cake and Bakery*. Selain itu dalam desain media promosi *Esthy Cake and Bakery*, penggunaan warna merah diantara warna yang lain dapat menjadi *center of interest* pada desain.

Dalam merancang sebuah desain media promosi *Esthy Cake and Bakery* perlu adanya desain *layout* yang sesuai dengan karakteristik dan tujuan dari *Esthy Cake and Bakery*. Agar pesan yang ingin disampaikan oleh *Esthy Cake and Bakery* dapat tertata lebih menarik dan sampai kepada konsumen. *Layout* atau tata letak adalah usaha untuk menyusun elemen-elemen grafis yang digunakan dalam perancangan. Perancangan ini menggunakan beberapa tahapan. *Layout* yang pertama adalah *layout* gagasan, *layout* kasar, *layout comprehensive* dan yang terakhir final desain. Penyusunan tata letak atau *layout* desain media promosi *Esthy Cake and Bakery* menggunakan desain *layout* bergaya asimetris. *Layout* dengan keseimbangan asimetris dipilih karna *layout* asimetris lebih efektif dari pada *layout* dengan keseimbangan simetris. *Layout* dengan keseimbangan asimetris memberikan kesan adanya *movement* atau gerakan, sehingga lebih dinamis dan tidak statis atau kaku. *Layout* dengan keseimbangan asimetris lebih tepat diterapkan pada desain media promosi *Esthy Cake and Bakery* pada perancangan desainnya memiliki konsep desain modern, bersahabat dan muda.

*Layout* atau tata letak adalah usaha untuk menyusun elemen-elemen grafis yang digunakan dalam perancangan. Perancangan ini menggunakan tahapan *layout* sebagai berikut :

a. *Layout* Gagasan (*Idea Layout*)

*Layout* gagasan (*Idea Layout*) adalah tahap awal menyusun tata letak yang berbeda. Tata letak yang terpilih akan digunakan untuk pengembangan *layout* selanjutnya.

b. *Layout* Kasar (*Rough Layout*)

*Layout* kasar (*Rough Layout*) adalah tahapan memilih salah satu dari *layout* gagasan.

Gambar yang sama sesuai dengan ukuran sebenarnya dan sudah dapat terbaca gambar dan teksnya. *Layout kasar (Rough Layout)* masih dapat direvisi lagi dengan penambahan atau pengurangan elemen-elemen grafis.

#### c. *Layout Lengkap (Comprehensive Layout)*

*Layout lengkap (Comprehensive Layout)* adalah berupa penyempurnaan dari *layout kasar (Comprehensive Layout)* mempunyai ketepatan ukuran, skema, warna dan rincian lainnya untuk memperlihatkan hasil dari sebuah perancangan.

#### d. Final Desain

Final desain adalah berupa visualisasi dari *layout lengkap*. Final desain berupa *print out* yang siap untuk di publikasikan.

Jenis media promosi dibagi menjadi dua, yaitu media utama dan media pendukung. Media utama menjadi prioritas dalam hal promosi suatu perusahaan karena dianggap paling tepat atau cocok dalam menanggapi prioritas tertentu. Media utama yang digunakan dalam perancangan media promosi *Esthy Cake and Bakery* adalah *packaging*. Perancangan media pendukung berupa *x-banner*, *leaflet*, kartu nama, poster, *table tent*, baliho, kalender, *apron*, *baker hat*, piring cangkir, dan gantungan kunci. Instrumen yang digunakan dalam pembuatan media promosi *Esthy Cake and Bakery* diantaranya berupa perangkat manual yaitu, pensil, *sket book*, *drawing pen*, *note book*, dan perangkat *digital* yaitu, kamera, komputer, *handphone*, *scanner*.

Berikut merupakan hasil karya dari tugas akhir karya seni yang berjudul “Perancangan Media Promosi *Esthy Cake and Bakery*”:

### 1. Media Promosi Utama (*Prime Media*)

#### a. *Packaging Box*

*Background* menggunakan warna hijau tua dipadukan dengan ornamen *bakery* yang

berada disisi bagian depan dan belakang. Pada bagian atas menggunakan ilustrasi foto produk *Esthy Cake and Bakery*. *Packaging box* ini merupakan *packaging* yang efisien dan mudah dibawa. Selain terlihat eksklusif, pembagian ruang antara ilustrasi dengan teks memakai keseimbangan yang asimetris agar menghasilkan media yang komunikatif, dinamis dan tidak membosankan. Pada bagian logo *Esthy Cake and Bakery* dirancang berada di tengah bagian bawah sebelah kanan, agar terlihat seimbang dengan ilustrasi foto *bakery* dibagian atas dan samping sebelah kiri yang terkesan sangat berat. Untuk mengurangi kesan berat, teks *Esthy Cake and Bakery* berikut keterangan alamat dan *tagline* diletakkan di tempat yang berbeda.



Gambar 1: *Packaging Box*  
(Sumber : Dokumentasi pribadi penulis)

#### b. *Packaging Paperbag*

Pada bagian tampak depan *Packaging paper bag* ini menggunakan *background* ilustrasi *bakery* yang bertujuan untuk menonjolkan produk *Esthy Cake and Bakery*. Bagian samping kanan dan kiri *paperbag* menggunakan *background* warna hijau muda



dipadukan dengan ornamen dari *outline bakery* tampak samping. Pada bagian tampak belakang *paperbag* menggunakan *background* warna hijau tua agar ilustrasi *bakery* lebih terlihat dominan.

Gambar 2 : *Packaging Paperbag*

(Sumber : Dokumentasi pribadi penulis)

## 2. Media Promosi Pendukung (*Supporting Media*)

### a. *X-Banner*

Terdapat *headline* bertuliskan *Esthy* pada bagian atas *X-Banner*, kemudian terdapat *subheadline* *Cake and Bakery* dibagian bawah *headline*. Ilustrasi produk *Esthy Cake and Bakery* yang dipadukan dengan *callout* bertuliskan kata Baru. Terdapat *body copy* yang berisi *Kuki Choco Bakery, Choco Cream, Rainbow Cake dan Sponge Cake*. Terakhir adalah ilustrasi *Cake and Bakery*, keterangan produk dan informasi kontak serta alamat toko *Esthy Cake and Bakery*. *Background* yang digunakan berwarna hijau muda, dipadukan dengan hijau tua dan warna hijau dibagian tengah.



Gambar 3: *X-Banner*

(Sumber : Dokumentasi pribadi penulis)

### b. *Leaflet*

*Leaflet* ialah salah satu bentuk publikasi singkat yang biasanya berbentuk selebaran yang berisi keterangan atau informasi tentang sebuah perusahaan, produk, organisasi, atau bentuk lainnya yang perlu diketahui oleh khalayak umum. *Leaflet* dibuat dengan tujuan sebagai media promosi bagi sebuah produk yang bentuk fisiknya harus bisa dinikmati dalam satu kali sapuan mata saja, sehingga tidak dibutuhkan bahasa yang panjang dalam sebuah *leaflet*. Desain *leaflet* di atas terdapat *headline* bertuliskan *Esthy* di bagian atas sebelah kiri disertai logo produk dan juga logo halal. Pada bagian bawah *headline* terdapat *subheadline* yang bertuliskan *Cake and Bakery*. *Background* bagian atas ialah ilustrasi produk *Esthy Cake and Bakery*. Pada bagian tengah terdapat macam-macam produk beserta keterangan nama dan harga produk.



Gambar 5: *Leaflet*

(Sumber : Dokumentasi pribadi penulis)

### c. Kartu Nama

Desain kartu nama menggunakan *background* warna hijau tua dipadukan dengan ilustrasi produk *Esthy Cake and Bakery* pada bagian kanan. *Headline* kartu nama bertuliskan nama manager yaitu Imma Nur Fitria dan

dibagian bawahnya terdapat *subheadline* bertuliskan *Manager*. pada bagian bawah terdapat *signature* berisi informasi kontak dan alamat toko *Esthy Cake and Bakery*. Kartu nama dibuat satu sisi saja, tujuannya untuk memberikan informasi secara cepat kepada konsumen *Esthy Cake and Bakery*.



Gambar 4 : *Leaflet*

(Sumber : Dokumentasi pribadi penulis)

#### d. Poster

*Background* poster menggunakan warna hijau tua dan warna hijau yang diletakkan dibagian tengah poster. Bertujuan untuk memunculkan karakter warna kunci media promosi *Esthy Cake and Bakery*. Dibagian atas terdapat foto produk *Esthy Cake and Bakery* yang lebih dominan dengan *headline* disebelah kiri atas dan *subheadline* pada bagian bawahnya. Font menggunakan warna merah dan hijau tua agar memudahkan konsumen untuk membaca informasi yang ingin disampaikan melalui desain poster. Font yang paling atas menggunakan warna merah, senada dengan warna selai dan buah *strawberry* pada ilustrasi produk *Cake*



*Esthy and*

*Bakery*.

Gambar 6: *Leaflet*

(Sumber : Dokumentasi pribadi penulis)

#### e. *Table tent*

*Table tent* berfungsi sebagai display dengan bentuk sedemikian rupa sehingga dapat berdiri di atas permukaan meja, dengan tujuan untuk menyampaikan informasi menu atau produk baru kepada konsumen. Desain *table tent* ini dibuat dengan elemen-elemen desain asimetris yang cenderung tidak membosankan dan lebih komunikatif. Pada sisi bagian depan menonjolkan ilustrasi produk *Esthy Cake and Bakery* sebagai *background*. Tulisan *Esthy* sebagai *headline table tent* di ikuti *subheadline* pada bagian bawah *headline* yang bertuliskan *Cake and Bakery*. Terdapat *body copy* disertai *splash* untuk memperjelas produk yang ditawarkan. Pada bagian *subheadline* terdapat *background* warna hijau tua dan hijau sebagai warna kunci desain media promosi *table tent*. Pada bagian bawah terdapat closing word yang berisi informasi kontak dan alamat toko *Esthy Cake and Bakery*.



Gambar 7: Leaflet

(Sumber : Dokumentasi pribadi penulis)

## f. Baliho

Desain baliho dibuat dengan warna dasar hijau tua untuk menjaga konsistensi warna kunci desain media promosi Esthy Cake and Bakery. Pada bagian atas terdapat ilustrasi produk yang lebih dominan dari pada *background* bagian bawah. Hal tersebut bertujuan untuk menarik perhatian konsumen yang hendak membeli *bakery*. Terdapat *callout* bertuliskan 15% pada sisi atas sebelah kiri sejajar dengan logo Esthy Cake and Bakery dan logo halal. Sisi bagian atas sebelah kanan terdapat tulisan Esthy sebagai *headline* dan *Cake and Bakery* sebagai *subheadline*. Pada bagian bawah terdapat *tagline* yang berisi kalimat *Lezat Rasanya, Terjamin Kualitasnya* dan terdapat kalimat saran beserta informasi sebagai *body copy*. Di bagian bawah



terdapat informasi kontak dan alamat toko Esthy *Cake and Bakery* sebagai *closing word* desain baliho.

Gambar 8: Baliho

(Sumber : Dokumentasi pribadi penulis)

## g. Kalender

Desain kalender pada bagian samping kanan diberi ilustrasi produk Esthy *Cake and Bakery* yang nantinya berbeda-beda disetiap lembarnya dan setiap bulannya. Pada bagian atas ilustrasi terdapat *headline* yang bertuliskan Esthy *Cake and Bakery* dan juga terdapat identitas produk berupa logo. Pada bagian bawah mencakup *caption* yang berisi kata-kata motivasi yang setiap lembarnya berbeda-beda, informasi tanggal serta hari setiap bulannya. Pada bagian bawah terdapat *closing word* yang berisi informasi kontak dan alamat toko Esthy *Cake and Bakery*.



Gambar 9: Kalender

(Sumber : Dokumentasi pribadi penulis)

## h. Apron

*Apron* didesain untuk media promosi, agar dalam penggunaannya produk akan lebih terlihat dibuat dengan cara yang bersih dan *higienis*. Pemilihan warna hijau tua untuk *apron* sangat sesuai dengan kunci warna desain media promosi Esthy *Cake and Bakery*. Dipadukan dengan logo Esthy *Cake and Bakery* yang di desain dengan warna putih membuat identitas produk lebih terlihat menonjol. Dengan begitu konsumen akan lebih mudah dalam mengenal produk Esthy *Cake and Bakery*.

Gambar 10: *Apron*

(Sumber : Dokumentasi pribadi penulis)

i. *Baker Hat*

*Baker hat* di desain bertujuan sebagai pelengkap *apron*, selain itu pembuat *bakery* terlihat lebih rapi dan bersih. Warna *baker hat* dibuat senada dengan warna *apron* yaitu hijau tua, agar tampak harmonis.

Gambar 11: *Baker Hat*

(Sumber : Dokumentasi pribadi penulis)

j. *Piring*

Piring yang digunakan sebagai *merchandise* produk *Esthy Cake and Bakery* memiliki bentuk dasar lingkaran dengan warna putih. Piring yang berwarna putih akan dikombinasi dengan logo *Esthy Cake and Bakery* dibagian atasnya. Logo yang berwarna hijau, akan lebih terlihat jelas jika dipadukan dengan media yang berwarna putih. Selain itu desain akan lebih terlihat eksklusif dan elegan. Pada desain piring ini hanya di fokuskan untuk menonjolkan logo saja, sehingga akan lebih

banyak konsumen yang mengetahui identitas produk *Esthy Cake and Bakery*.

Gambar 12: *Piring*

(Sumber : Dokumentasi pribadi penulis)

k. *Cangkir*

Bentuk dasar cangkir pada media promosi *merchandise* *Esthy Cake and Bakery* berikut ini memiliki bentuk cangkir yang serasi dengan model *merchandise* piring. Keduanya memiliki keselarasan dalam segi model dan warna. Pemilihan cangkir yang berwarna putih membuat desain logo pada sisi luar cangkir akan sangat terlihat menarik. Logo *Esthy Cake and Bakery* pada bagian luar cangkir akan sangat cocok jika dipadukan dengan *background* cangkir yang berwarna putih. Identitas produk *Esthy Cake and Bakery* berupa logo yang terdapat pada sisi luar cangkir tersebut akan lebih menonjol dan lebih menarik perhatian konsumen jika digunakan, karena logo *Esthy Cake and Bakery* dalam desain *merchandise* cangkir juga bisa menjadi *center of interest*.

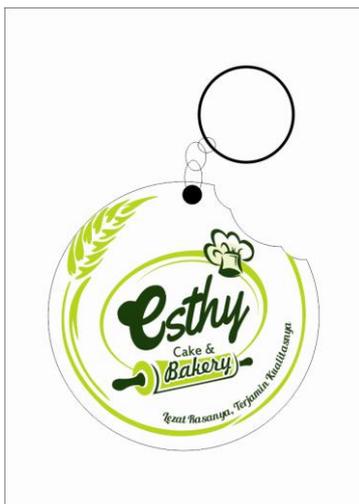


Gambar 13: Cangkir

(Sumber : Dokumentasi pribadi penulis)

### 1. Gantungan Kunci

Gantungan kunci yang akan digunakan sebagai desain media promosi *merchandise* produk *Esthy Cake and Bakery* memiliki bentuk yang unik, yaitu berbentuk lingkaran namun seolah-olah memiliki bekas gigitan seperti seseorang yang memakan salah satu sisi bakernya saja. Dalam desain gantungan kunci ini dipadukan dengan logo *Esthy Cake and Bakery* dibagian tengahnya. Gantungan kunci dirasa tepat jika menjadi salah satu media promosi dalam bentuk *merchandise*, karena gantungan kunci tidak hanya digunakan pada satu tempat saja, dan bisa dibawa kemanapun pemilikinya pergi.



Gambar 14: Gantungan Kunci

(Sumber : Dokumentasi pribadi penulis)

Dari tema yang diangkat untuk merancang media promosi *Esthy Cake and Bakery* menggunakan typography yang berbentuk sederhana namun tetap sesuai dengan karakteristik dari *Esthy Cake and Bakery*. Jenis huruf yang digunakan tergolong tipe huruf *casual script*. Jenis huruf ini lebih digunakan dalam media yang bersifat non formal. Huruf ini menyerupai tulisan tangan dengan goresan kuas atau pensil. Kesan yang ditimbulkan oleh huruf ini adalah sifat pribadi yang akrab.

## SIMPULAN DAN SARAN

## Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data untuk kepentingan media promosi dapat dijabarkan hal-hal sebagai berikut :

1. Konsep perancangan media promosi produk *Esthy Cake and Bakery* secara umum adalah menghadirkan ilustrasi produk *Esthy Cake and Bakery* kedalam media promosi. Sehingga dapat menghasilkan media yang siap digunakan untuk mempromosikan produk *Esthy Cake and Bakery*.

2. Jenis media promosi dibagi menjadi dua, yaitu *media primer* dan *supporting media*. Perancangan media promosi *Esthy Cake and Bakery* memilih media utama yaitu *packaging*, karena *packaging* merupakan media promosi yang sangat mampu memberikan identitas produk dan mencerminkan kualitas produk. Perancangan media pendukung berupa *x-banner*, *leaflet*, kartu nama, poster, *table tent*, baliho, kalender, *apron*, *baker hat*, piring cangkir, dan gantungan kunci. Tahapan proses penciptaan media promosi *Esthy Cake and Bakery* menggunakan empat tahapan desain, meliputi *layout gagasan*, *rough layout*, *comprehensive layout*, dan final desain.

## Saran

untuk menghasilkan desain yang efektif digunakan konsep yang kreatif, jenis font dan warna yang sejenis, tulisan jelas dibaca dalam jarak jauh, dan memberikan ilustrasi yang menarik.

## DAFTAR PUSTAKA

- Departemen Pendidikan Nasional. 2008. *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Keempat*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kusrianto, Adi. 2007. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Andi Offset.

Philip Kotler dan Gery Amstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

Prastowo, Andi. 2016. *Metode Penelitian Kualitatif dalam Prespektif Rancangan Penelitian*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.

Suyanto, M. 2004. *Aplikasi Desain Grafis Periklanan Dilengkapi Sampel Iklan Terbaik Kelas Dunia*. Yogyakarta: Andi Offset.