

**CITA RASA GURIH DAN RENYAH IL MONDO PIZZA SEBAGAI INSPIRASI
MEDIA PROMOSI
*THE TASTE OF SAVORY AND CRUNCHY OF IL MONDO PIZZA AS AN
INSPIRATION OF PROMOTION MEDIA***

Oleh: Rahmad Putra Pamungkas
NIM 09206244040

Abstrak

Media promosi *Il Mondo Pizza* yang bertempat di Jalan Garuda No.26, Komplek kolombo, Demangan Baru, Yogyakarta ini dirancang dengan tujuan untuk memperkenalkan *Il Mondo Pizza* agar mampu menarik minat konsumen yang mayoritas konsumennya mengonsumsi pizza sekaligus bersantai dan bekerja di *Il Mondo Pizza*. Ide yang melandasi perancangan media promosi ini adalah citarasa *Il Mondo Pizza* yang renyah dan gurih, dan dari konsep klasik yang diusung oleh *Il Mondo Pizza*. Proses perancangan melalui tahapan pengumpulan data, baik data verbal maupun visual dengan teknik observasi, dokumentasi, dan wawancara. Data yang diperoleh kemudian dianalisis dengan teknik analisis SWOT (*Strengths, Weakness, Opportunities, and Threats*) yang selanjutnya data diolah menjadi konsep perancangan media promosi sehingga membentuk kesatuan dalam desain dan kesimpulan dalam proses pembuatan media promosi. Tahapan penciptaan media promosi dengan proses membuat *storyboard, layout* gagasan, *layout* kasar, *layout* lengkap, final desain. Karya dalam pembuatan media promosi yang dihasilkan berupa penerapan dari ide dasar minimalis, citarasa pizza, dan konsep klasik, yang diterapkan pada media utama (*prime media*) dan media penunjang (*supporting media*). Media utama (*prime media*) berupa video *youtube*, video bioskop, dan website. Sedangkan media penunjang (*supporting media*), antara lain *flyer*, surat kabar, majalah, *member card*, dan *sign board*.

Kata kunci: *media, promosi, Il Mondo Pizza*

Abstract

This design is aims at promotion the Il Mondo Pizza products that selling all about pizza as Italian traditional food and also selling place to relax on the sidelines of busy life. Il Mondo Pizza don't have the right promotion, so it can make sense of the consumer to spend their money and time in Il Mondo Pizza. First step of this design is collecting data verbal and visual through observation, documentation, and interview. Then data was analyzed with SWOT (Strengths, Weakness, Opportunities, and Threats), that will be the main idea concept of design. The step of the creation of media promotion was creating storyboard, idea layout, rough layouting, complete layout, and final design. The artwork has inspired by crispy and savory of pizza. The basic idea is combined with the classic concept that carried the Il Mondo Pizza. The artwork applicated in prime media and supporting media. Commercial video and website (prime media), flyer, newspaper, magazine, member card, and signboard (supporting media).

Key words: *design, media, promotion, Il Mondo Pizza*

PENDAHULUAN

Di Yogyakarta, perkembangan kafe atau resto cukup pesat mulai dari makanan, minuman nasional sampai internasional. Hal tersebut didukung oleh banyaknya kafe dan resto yang menawarkan berbagai fasilitas tambahan seperti hiburan musik, *free hotspot*, bahkan mengadakan sebuah acara yang bisa menarik konsumen di tengah ketatnya persaingan kafe dan resto yang semakin menjamur. “Il Mondo” adalah salah satu dari sekian banyak resto Pizza di Indonesia, yang terletak di Jalan Garuda No.26, Komplek Kolombo, Demangan Baru, Yogyakarta. Yang menjadi keunikan resto pizza ini adalah di mana resto pizza ini menyajikan konsep yang berbeda mulai dari menu masakan sampai tempat dan suasana yang disediakan, dimana sesuai dengan nama resto itu sendiri yaitu “Il Mondo” yang berasal dari bahasa Italia yang artinya “dunianya”. Maksud dari pemilik “Il Mondo” memberi nama seperti itu yaitu menginginkan sebuah kafe atau resto pizza yang menyajikan citarasa dan suasana berkonsep seperti kafe atau resto klasik di Italia. Masih sedikit sekali pizza Italia yang terdapat di Yogyakarta yang mampu mengusung resep maupun toko yang berkonsep

khas Italia. Kebanyakan yang sering kita jumpai adalah pizza Amerika, salah satu contohnya adalah pizza ternama dan cukup tua yaitu Pizza Hut.

Dari gagasan inilah Il Mondo muncul dengan memperhatikan segala detail dari segi resep sampai ke toko yang berkonsep seperti pizza tertua di dunia yaitu pizza Italia. Untuk mendukung konsep toko, interior unik seperti beberapa rangka vespa dengan warna-warna menarik, karung, koper kuno, dan mural yang menghiasi suasana resto tersebut. Bahkan didepan resto itu sendiri bisa dilihat langsung cerobong asap yang masih menggunakan kayu bakar untuk memanggang pizza agar mendapatkan citarasa khas pizza Italia.

Selain citarasa, Il Mondo adalah resto pizza yang mengedepankan desain interior yang klasik dengan penyajian yang lebih modern yaitu yang berarti budaya klasik bertemu dengan modernisme.

Dengan pengolahan dan konsep toko yang seperti itu Pizza Il Mondo diharapkan memiliki rasa Pizza *original* dan suasana ala Italia yang selalu menjadi nilai utama dari resto pizza ini.

Di Indonesia, media sosial berkembang dengan sangat pesat,

perkembangan ini didukung dengan semakin mudahnya mengakses internet melalui telepon selular, tablet dan komputer. Dari riset yang dilakukan oleh MarkPlus didapatkan bahwa 84,9% *netizen* di Indonesia terhubung ke dunia maya melalui *smartphone*; 12,4% melalui *mobile modem*; sisanya melalui WiFi dan *fixed line* yang bersifat statis. Mayoritas aktivitas yang dilakukan *netizen* di dunia mayamelalui *mobile*, termasuk akses ke media sosial, *browsing*, surat elektronik, baca berita, *chatting* dan lain sebagainya.

Melihat permasalahan di atas maka “Il Mondo” perlu melakukan sebuah perancangan media visualisasi sebagai promosi yang mampu mengenalkan kepada khalayak yang lebih luas bahwa Pizza “Il Mondo” memiliki rasa khas Italia dengan media promosi yang lebih pekadannya yang mampu beradaptasi di era yang semakin modern, serba internet, dan teknologi yang berkembang semakin pesat diiringi pertumbuhan *social media* yang mempunyai tingkat konsumsi sangat tinggi di masyarakat saat ini. Oleh karena itu diperlukan sebuah perancangan media promosi baru tanpa harus menghilangkan media promosi yang biasa digunakan pada

umumnya seperti surat kabar, flyer, majalah, dan sebagainya.

METODE PERANCANGAN Ruang Lingkup Perancangan

Media promosi yang dirancang adalah media elektronik dan media cetak. Media elektronik meliputi video dan web desain, sedangkan media cetak meliputi iklan majalah, surat kabar, *flyer*, *sign board* dan *member card*.

Kajian Teori

Desain Komunikasi Visual

Menurut *Kusrianto (2007:1)* desain komunikasi visual adalah suatu disiplin yang bertujuan mempelajari konsep-konsep komunikasi serta ungkapan kreatif melalui berbagai media untuk menyampaikan pesan dan gagasan serta visual dengan mengelola elemen-elemen grafis yang berupa bentuk dan gambar, tatanan huruf, serta komposisi warna *layout* (tata letak atau perwajahan). Dengan demikian, gagasan bisa diterima oleh orang atau kelompok yang menjadi sasaran penerima pesan.

Data Perancangan

Il Mondo Pizza terletak di Jalan Garuda No. 26 Demangan Baru, Yogyakarta. *Il Mondo Pizza* menawarkan pizza khas Italia yang

bercitarasa renyah dan gurih. Suasana resto *Il Mondo Pizza* memiliki konsep klasik yang disertai dengan furnitur dan aksesoris khas Italia seperti vespa, dinding yang klasik, proses pembuatan pizza yang sama seperti di Italia, sampai tungku untuk memanggang pizza.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, dokumentasi, dan wawancara.

Analisis Data

Analisis data menggunakan SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) dan ancaman (*Threats*).

Instrumen Perancangan

Instrumen yang digunakan dalam pengumpulan data adalah *note book*, pena dan *recorder*. Sedangkan instrumen dalam pengumpulan data visual adalah *camera digital* dengan menggunakan teknik dokumentasi. Proses pembuatan desain dikerjakan

dengan menggunakan perangkat manual seperti pensil dan drawing pen. Perangkat komputer yang digunakan diantaranya perangkat keras (*hardware*) berupa komputer, *digital camera*, *scanner* serta perangkat lunak (*software*) yang berupa program *Adobe Premiere*, *iMovie*, *Corel Draw* dan *Microsoft word*. Proses *finishing* dilakukan dengan menggunakan sistem *video rendering* dan *digital printing*.

Konsep Media

Konsep dari perancangan media promosi ini didasari pada citarasa yang dimiliki *Il Mondo Pizza* yaitu renyah dan gurih. Ide dasar tersebut dipadukan dengan konsep minimalis yang berkaitan dengan konsep klasik yang diterapkan oleh *Il Mondo Pizza* dalam mengkonsep ruang resto. Konsep tersebut diaplikasikan pada media utama yang berupa video dan website, dan media pendukung yang berupa *flyer*, iklan surat kabar, iklan majalah, *member card*, dan *sign board*.

VISUALISASI KARYA

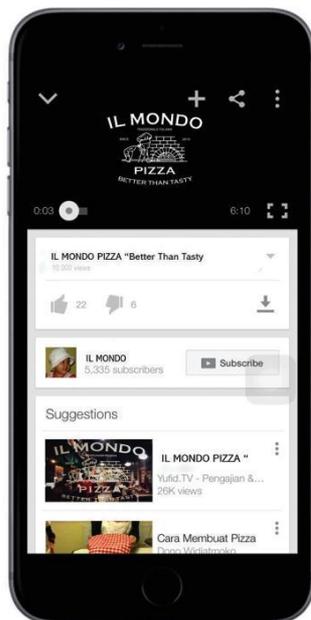
Video Bioskop



Website



Video Youtube



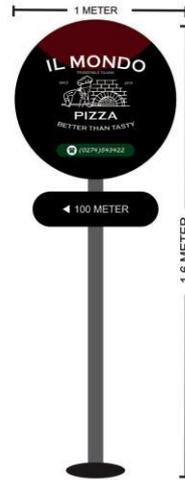
Iklan Majalah



Iklan Surat Kabar



Signboard



Flyer



Membercard



SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Konsep perancangan media promosi *Il Mondo Pizza* adalah mengaplikasikan ide dasar dari citarasa *Il Mondo Pizza* yang renyah dan gurih, yang dipadukan dengan konsep klasik yang diusung oleh *Il Mondo Pizza*. Konsep tersebut menghadirkan sebuah media promosi yang lebih peka dalam melihat fenomena perkembangan internet dan teknologi yaitu berbasis *social media* disekitar kita tanpa meninggalkan media promosi yang sudah ada seperti media cetak majalah, surat kabar, flayer, dan sebagainya yang sudah diterapkan oleh perusahaan perusahaan pada umumnya agar mampu mendapatkan target audience yang lebih luas. Sesuai dengan target *audience* perancangan media promosi yaitu kalangan menengah atas anak muda dan eksekutif muda di Yogyakarta. Dari perancangan di atas dapat disimpulkan bahwa untuk berpromosi harus memperhatikan banyak hal seperti biaya, lokasi, bahkan hal-hal kecil yang tidak disadari. Sehingga apa yang ingin disampaikan kepada khalayak pasar dapat diterima dan promosi akan lebih efektif dan efisien.

Saran

Bagi pelaku usaha, yaitu *Il Mondo Pizza* diharapkan dapat memanfaatkan media-media promosi agar lebih maksimal, karena media promosi merupakan sarana berkomunikasi ke masyarakat, sehingga nantinya dapat meningkatkan *income* bagi badan usaha. Melakukan kegiatan promosi secara teratur hingga *positioning* dari *Il Mondo Pizza* bisa tertanam di benak masyarakat. Mensponsori *event* yang jangkauan pasarnya sesuai dengan *Il Mondo Pizza*. Lebih memperhatikan media yang paling efektif sebelum melakukan promosi agar biaya promosi yang telah dikeluarkan tidak sia-sia. Memberikan penawaran-penawaran tertentu untuk mendapatkan pelanggan tetap.

DAFTAR PUSTAKA

Marketeers.com, Survey Pengguna Internet 2013, 7 November 2013
Kusrianto, Adi. 2007. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: CV Andi Offset.

Yogyakarta, Januari 2016

Pembimbing



Drs. R. Kuncoro W. Dewojati, M.Sn.
NIP.19660320 1994121001

Reviewer



Arsianti Latifah, S.pd.,MSn
NIP.1976031200112 2 002