

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI INDUSTRI KERAJINAN “BAYU ROTAN” WONOSARI GUNUNGGKIDUL YOGYAKARTA

DESIGN PROMOTION MEDIA OF RATTAN CRAFT INDUSTRY “BAYU ROTAN” IN WONOSARI, GUNUNGGKIDUL, YOGYAKARTA

Oleh: Awalia Rosdiana Afifah, Pend. Seni Rupa, FBS-UNY, e-mail :awaliarosdiana@gmail.com

Abstrak

Tujuan perancangan ini adalah merancang desain media promosi yang efektif, efisien dan komunikatif untuk industri Kerajinan “Bayu Rotan” di Gunungkidul, Yogyakarta. Metode perancangan meliputi proses pengumpulan data baik data verbal maupun visual, menggunakan teknik pengumpulan data berupa wawancara, dokumentasi dan observasi. Selanjutnya analisis data menggunakan 9 P’s yaitu *Product, People, Price, Programming, Promotion, Potitioning, Place, Partnership, dan Packaging*. Hasil perancangan media promosi berupa konsep *visual* yang memadukan dua unsur yaitu alami dan modern. Jenis media yang dibuat antara lain media utama (*prime media*) dan media pendukung (*supporting media*). Media utama yang dihasilkan yaitu logo Industri Kerajinan “Bayu Rotan” yang diaplikasikan pada media utama dan media pendukung, brosur dan *billboard*. Sedangkan media pendukung antara lain *stationery set* (kop surat, amplop, kartu nama, nota pembayaran, label harga), seragam karyawan, poster, *x-banner, transit ad, stiker, gantungan kunci dan t-shirt*.

Kata Kunci: Perancangan, Media Promosi, Industri Kerajinan Rotan

Abstract

The aims of Design Promotion Media Rattan Craft and Furniture Industry “Bayu Rotan” in Wonosari, Gunungkidul, Yogyakarta is creating an effective, efficient, and communicative promotion media. The methods of data collection are verbal data and visual data. The observation techniques, interviews, documentation, and observation data were analyzed by using 9 P’s (Product, People, Price, Programming, Promotion, Potitioning, Place, Partnership, and Packaging). The Result of the design refers to the visual concept which combines two elements, natural and modern. Kinds of design consist of a promotion Main Media (Prime Media) that are Brochure, Billboard and the Logo of rattan craft and furniture industry “Bayu Rotan”. Media Support (Supporting Media) consist of Stationery Kit (letterhead, envelope, business card, invoice payment, and price tag) Uniform, Poster, X-Banner, Transit Ad, Sticker, Key Chain, and T-Shirt.

Keywords: Design, Promotion Media, Rattan Craft Industry

PENDAHULUAN

Kabupaten Gunungkidul merupakan salah satu kabupaten di Daerah Istimewa Yogyakarta yang terletak sekitar 39 km sebelah tenggara Kota Yogyakarta. Gunungkidul menyimpan berbagai kearifan lokal yang mampu meningkatkan potensi perekonomiannya baik itu dibidang pariwisata maupun industri. Tersedianya sumber daya manusia yang kreatif dan inovatif, membuktikan bahwa Kabupaten Gunungkidul memiliki potensi yang tinggi di bidang industri kerajinan.

Salah satu industri yang sedang berkembang di Gunungkidul adalah industri kerajinan rotan yang bernama “Bayu Rotan”. Bayu Rotan merupakan industri rumahan yang menyediakan berbagai *furniture* berbahan baku rotan, yang pada awalnya hanya membuat barang jadi untuk diekspor, namun baru-baru ini karena banyaknya kendala yang dialami akhirnya pemilik usaha memutuskan untuk menghentikan ekspor barang jadi dan memilih untuk memulai bisnis retail (menjual barang secara langsung) dengan pemasaran dalam negeri.

Persaingan produk yang semakin sengit menjadikan pemilik usaha harus giat menyusun strategi yang paling efektif untuk mempromosikan produknya. Pemanfaatan penggunaan media promosi menjadi terobosan penting bagi para produsen usaha untuk mengenalkan usahanya pada khalayak umum.

Untuk menjaga kestabilan usahanya agar tetap berjalan perlu menerapkan beberapa strategi yaitu strategi produksi dan strategi pemasaran. Strategi produksi berkaitan dengan pembaharuan model dan desain serta menjaga kualitas produknya. Sedangkan strategi pemasaran

mempunyai beberapa aspek salah satunya yaitu promosi dari produk. Salah satu cara yang efektif untuk berpromosi yaitu dengan melakukan iklan. Untuk memenuhi iklan yang efektif, pemilik usaha harus jeli dalam memilih jenis iklan yang cocok dengan karakter target pasar dari produk itu sendiri.

KAJIAN TEORI

A. Desain Komunikasi Visual

Desain Komunikasi Visual menurut para ahli yaitu: Menurut Supriyono (2010), Desain Komunikasi Visual dikategorikan sebagai *commercial art* karena merupakan paduan dari Seni Rupa (*Visual Art*) dan ketrampilan komunikasi untuk tujuan bisnis. Sedangkan pengertian Desain Komunikasi Visual menurut Kusrianto (2007), Desain Komunikasi Visual adalah suatu disiplin ilmu yang bertujuan mempelajari konsep-konsep komunikasi serta ungkapan kreatif melalui berbagai media untuk menyampaikan pesan dan gagasan secara visual dengan mengelola elemen-elemen grafis berupa bentuk dan gambar, tatanan huruf, komposisi warna, serta *layout* (tata letaknya). Sehingga pesan dan gagasan dapat diterima oleh sasarannya.

Tujuan Desain Komunikasi Visual yaitu untuk mengkomunikasikan informasi tertentu kepada orang lain (audiens) dalam bentuk visual. Biasanya digunakan untuk kepentingan promosi, iklan, publikasi maupun layanan lainnya.

B. Media Promosi

Media promosi tidak dapat dipisahkan dari desain komunikasi visual karena media promosi didalamnya merupakan hasil dari desain komunikasi visual itu sendiri. Media promosi

memiliki tujuan memberikan informasi kepada atau memberikan gambaran suatu produk kepada target audiens.

METODE PERANCANGAN

A. Metode Pengumpulan Data

1. Data Verbal

Data yang didapat adalah data yang sebenarnya, diperoleh secara lisan dengan menggunakan teknik wawancara. Data yang diperoleh dari hasil wawancara dengan Bapak Suparno selaku pemilik industri kerajinan “Bayu Rotan” pada tanggal 9 Oktober 2016 merupakan salah satu acuan yang akan digunakan untuk pembuatan konsep dan perancangan Media Promosi.

2. Data Visual

Data visual berupa gambar yang akan digunakan sebagai acuan dalam pembuatan media promosi untuk mempromosikan barang kerajinan produksi industri “Bayu Rotan”, baik data yang diambil secara pribadi, foto/gambar yang diambil dari internet, atau foto/gambar yang diperoleh dari hasil scan yang digunakan.

B. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, dokumentasi dan observasi langsung di industri kerajinan “Bayu Rotan”.

C. Alat atau Instrumen

Instrumen yang digunakan untuk memperoleh data verbal yaitu berupa pen, *notebook*, dan alat perekam suara atau *recorder*. Sedangkan instrumen yang digunakan untuk memperoleh data visual berupa kamera digital untuk mendapatkan beberapa dokumentasi. Proses pembuatan desain dilakukan dengan

beberapa perangkat manual seperti pensil dan *drawing pen*. Selain perangkat manual guna merubahnya menjadi data digital diperlukan beberapa perangkat komputer yang berupa perangkat keras (*hardware*) seperti komputer/laptop, *mouse*, *scanner* dan kamera digital. Sedangkan perangkat lunak (*software*) yang digunakan adalah *Adobe Photoshop*, *CorelDraw* dan *Microsoft Word*. Nantinya proses *finishing* yang dilakukan menggunakan teknik *digital printing*.

D. Analisis Data

Pada pembahasan ini penulis menggunakan analisis 9P's. Sebuah teori tentang *marketing mix* yang memiliki peran penting dalam suksesnya sebuah perusahaan. 9P's digunakan sebagai parameter perusahaan dalam menyusun strategi pemasaran yang efektif, kreatif dan efisien. Sembilan variabel dari 9P's tersebut adalah *Product* (produk): Berbagai *furniture* dan kerajinan berbahan baku rotan alami, serat pandan (*sigress*), eceng gondok, pelepah pisang, dan rotan sintetis (*Synthetic Rattan*), *People* (orang): Orang-orang dari semua rentang usia yang memiliki apresiasi terhadap produk lokal serta penikmat berbagai barang kerajinan dan alat rumah tangga berbahan baku alami, *Price* (harga): Berikut adalah harga rata-rata per satuan dari masing-masing produk:

- a) Pot Rotan : Harga mulai 20.000,00
- b) *Laundry Basket*: Rp. 60.000,00
- c) Rak Buku : Rp 150.000,00
- d) Ayunan Bayi : Rp. 150.000,00
- e) Sofa Rotan: Rp. 1.250.000,00

Programming (pemrograman): program yang direncanakan oleh perusahaan seperti

mengadakan diskon di akhir tahun dan pada perayaan hari besar, memberikan hadiah berupa *gift/souvenir* kepada pembeli, dan lain sebagainya, *Promotion* (promosi): memasang beberapa poster, menyebarkan brosur, serta membagikan *gift/souvenir* kepada pembeli agar mereka dapat secara tidak langsung menyebar luaskan kepada orang lain identitas perusahaan, *Positioning* (penempatan): beberapa produk yang didesain menggunakan kayu jati karena mengutamakan daya tahan dan kualitas produk, sehingga dapat dijadikan sebagai keunggulan dari “Bayu Rotan”, *Place* (tempat): *Showroom* dan rumah produksi Industri Kerajinan “Bayu Rotan” dinilai strategis karena letaknya yang berada di pinggiran jalan lintas provinsi antara Yogyakarta-Pacitan dan di pusat kota Kabupaten Gunungkidul, *Partnership* (rekan): Industri Kerajinan “Bayu Rotan” bekerjasama dengan beberapa perusahaan yang menyediakan barang mentah atau setengah jadi dari sentra kerajinan rotan Trangsan, Sukoharjo, Jawa Tengah, *Packaging* (pengemasan): Untuk pengemasan produk dengan jarak pengantaran relatif dekat bisa hanya menggunakan karton untuk menghindari benturan dengan benda lain. Namun jika tujuan pengantaran jauh perlu menggunakan pelindung yang lebih aman untuk meminimalisir terjadinya kerusakan.

E. Langkah Perancangan

Secara keseluruhan tahap perancangan media promosi ini dimulai dari pembuatan *rough layout*, kemudian *comprehensive layout*, dan terakhir *final design*.

HASIL PERANCANGAN

A. Konsep

Pada penulisan ini konsep perancangan Media Promosi Industri Kerajinan “Bayu Rotan” menggunakan perpaduan dua unsur yaitu alami dan modern. Kedua unsur tersebut dapat dilihat dari warna yang digunakan pada pembuatan media promosi yaitu memadukan warna kuning, hijau dan coklat sebagai warna identitas. Selain ketiga warna tersebut, kesan modern diperoleh dari gubahan daun rotan pada logo yang dibuat lebih sederhana namun tetap mengikuti perkembangan zaman.

Unsur alami dan modern merupakan representasi dari visi dan misi perusahaan yaitu menciptakan kerajinan dan *furniture* yang modern namun tetap mengedepankan bahan alami dalam pembuatan produknya. Pada pembuatan media promosi ini penulis menggunakan gaya desain yang tidak terlalu rumit namun terlihat menarik.

B. Pesan Verbal

a. Headline

Headline merupakan pesan verbal yang paling ditonjolkan dan diharapkan dibaca pertama kali oleh target audiens. Kalimat yang digunakan untuk *headline* adalah Kerajinan Rotan dan Furniture “Bayu Rotan”.

b. Subheadline

Subheadline atau sub judul merupakan penjelas dari *headline*. Masing-masing desain pada perancangan media promosi industri kerajinan “Bayu Rotan” menggunakan *subheadline* yang berbeda-beda tergantung konsep kreatif yang digunakan.

c. Bodycopy

Body copy diartikan sebagai pengurai informasi suatu produk. Pesan yang disampaikan bersifat ringkas, sederhana, mudah dimengerti oleh khalayak konsumen. Masing-masing desain pada perancangan media promosi industri kerajinan “Bayu Rotan” menggunakan *body copy* yang berbeda-beda tergantung konsep kreatif yang digunakan.

d. Closing Word

Closing word atau kalimat penutup adalah kalimat yang pendek, jelas, singkat, jujur dan jernih yang biasanya bertujuan untuk mengarahkan pembaca untuk membuat keputusan apakah ingin membeli produk yang ditawarkan atau tidak. *Closing word* yang digunakan pada pembuatan media promosi industri kerajinan “Bayu Rotan” berupa alamat, info penjualan, dan *contact person*.

C. Pesan Visual

a. Logo

Logo yang dibuat merupakan perpaduan antara *Logogram* dan *Logotype* karena mengandung kedua jenis tersebut. Logo Industri Kerajinan “Bayu Rotan” harus sesuai dengan tujuan perusahaan diantaranya ialah mampu mencerminkan karakter perusahaan yang bergerak di bidang *furnishing*, mewakili visi dan misi perusahaan yaitu “menggunakan bahan alami dalam pembuat berbagai barang kerajinan maupun *furniture*”.



C : 13
M : 32
Y : 100
K : 0



C : 52
M : 73
Y : 82
K : 75

b. Tipografi

Jenis tipografi yang digunakan pada perancangan media promosi Industri Kerajinan “Bayu Rotan” berjenis *San Serif* karena huruf tersebut memiliki tingkat keterbacaan tinggi dibandingkan dengan huruf jenis *Serif* dan *Dekoratif*. Penulis memilih huruf *Futura Bk BT*, *Century Gothic* dan *Arial* pada penyusunan logo dan aplikasi media promosi. Karena sifatnya yang sederhana dan mudah dibaca, jenis huruf ini memiliki kesesuaian dengan tujuan perancangan media promosi ini.

c. Warna

Dalam perancangan *branding* media promosi ini akan menggunakan warna identitas yaitu warna kuning, coklat dan hijau, warna kuning diartikan sebagai sifat optimis, semangat dan ceria, warna coklat menunjukkan produktifitas, kerja keras dan persahabatan, warna hijau berarti pertumbuhan, pembaharuan dan kesuksesan. Sifat-sifat tersebut dimaksudkan menjadi citra industri. Beberapa warna pendukung seperti merah berarti kekuatan, Putih berarti kedamaian, dan hitam memiliki arti perlindungan.

d. Ilustrasi

Salah satu elemen terpenting dalam pembuatan desain ini adalah ilustrasi. Ilustrasi yang digunakan dalam perancangan media promosi Industri Kerajinan “Bayu Rotan” berupa olahan foto produk kerajinan dan *furniture* Bayu Rotan. Ilustrasi berupa foto antara lain lampu gantung dan set meja makan dimana kedua produk tersebut merupakan andalan Bayu Rotan. Sedangkan ilustrasi berupa elemen yang menunjukkan identitas perusahaan akan menggunakan ilustrasi berupa logo Bayu Rotan.

e. Layout

Layout yang digunakan dalam perancangan desain media promosi ini menggunakan *layout* simetris (formal) dan asimetris (informal), hal ini dilakukan agar desain tidak terkesan monoton.

f. Elemen Pendukung

Elemen pendukung dirancang sebagai pelengkap pada setiap desain baik itu untuk dekorasi maupun *pattern*. Pada perancangan ini penulis menggunakan elemen pendukung untuk menambah nilai estetis pada desain yaitu menyusun pola atau *pattern* sesuai dengan karakter perusahaan tanpa terlepas dari konsep dasar desain.

b. Brosur



Gambar I. a. **Desain Akhir Brosur Luar**
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)



Gambar I.b : **Desain Akhir Brosur Dalam**
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Ukuran : A4

Format : *Potrait (Trifold Brochure)*

Bahan : *Art Papper*

D. Visualisasi

1. Media Utama

a. Logo



Gambar I : **Desain Logo “Bayu Rotan”**
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

c. Billboard



Gambar II: **Desain Akhir Billboard**

(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Ukuran: 2m x 3m

Format : *Portrait*

Bahan : *vynil*, Besi, Plat Aluminium.

2. Media Pendukung (*Supporting Media*)

a. Stationery Set

1) Kop Surat



Gambar III: **Desain Akhir Kop Surat**

(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Ukuran : A4

Format : *Portrait*

Bahan : *HVS 80gr*

2) Amplop



Gambar IV: **Desain Akhir Amplop**

(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Ukuran: 10cm x 20cm

Format : *Landscape*

Bahan : *HVS 80gr*

3) Kartu Nama



Gambar V: **Desain Akhir Kartu Nama**

(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Ukuran : 9cm x 5,5cm

Format : *Landscape*

Bahan : *Ivory 250 gr (laminasi dof)*

4) Label Harga



Gambar VI: **Desain Akhir Label Kertas**

(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Ukuran : 8cm x 12cm

Format : *Portrait*

Bahan : *Ivory 250gr*

b. Poster



Gambar VII: **Desain Akhir Poster**

(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Ukuran : A3

Format : *Potrait*

Bahan : *Art Paper* 120 gr

c. X-Banner



Gambar 79: **Desain Akhir X-Banner**

(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Ukuran: 60cm x 160cm

Format : *Potrait*

Bahan : *Vinyl*

KESIMPULAN

Konsep

Konsep perancangan Media Promosi Industri Kerajinan “Bayu Rotan” menggunakan perpaduan dua unsur yaitu alami dan modern. Unsur alami dan modern merupakan representasi dari visi dan misi perusahaan yaitu menciptakan kerajinan dan *furniture* yang modern namun tetap mengedepankan bahan alami dalam pembuatan produknya.

Visualisasi

Bentuk visualisasi dari logo Bayu Rotan merupakan perpaduan antara *logogram* dan *logotype*. Pada penulisan ini menghasilkan enambelas media promosi dengan mengaplikasikan logo Bayu Rotan pada setiap media. Media tersebut dibagi menjadi dua yaitu, media utama dan media pendukung. Media utama yaitu pembuatan Logo Industri, Brosur dan *Billboard*. Media pendukung meliputi Kop Surat, Amplop, Kartu Nama, Nota Pembayaran, Label harga sebagai *Stationery Set*, pembuatan Seragam Karyawan, Poster, *X-Banner*, *Transit Ad*, Gantungan Kunci dan *T-Shirt*.

DAFTAR PUSTAKA

- Kusrianto, Adi. 2007. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Supriyono, Rakhmat. 2010. *Desain Komunikasi Visual Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: Penerbit Andi.