

## **PERANCANGAN MEDIA PROMOSI USAHA KECIL MENENGAH PADA TOKO GIBRAN COLLECTION DI PULANG UNTUNG JAWA**

Geggy Gamal Surya

Fakultas Desain dan Industri Kreatif, Universitas Esa Unggul, Jakarta  
Jalan Arjuna Utara, Tol Tomang, Kebon Jeruk, Jakarta Barat - 11510  
geggy.gs@esaunggul.ac.id

### **Abstract**

*The Gibran Collection shop is one of the stores that sell clothing products on the island of Untung Jawa in the Thousand Islands. The main point of this design is to create promotional media for the Gibran Collection Store so that it can increase product sales and increase revenue per day. This research method uses qualitative data supported by literature and direct observation through case studies. Based on the analysis, there are several things that must be raised to make promotional media that can attract the attention of new consumers from the condition of the Gibran Collection Store logo that is less than ideal and does not meet the elements of the appropriate visual communication design so that the design elements are less ideal such as design elements, and appropriate design styles for each promotional media application. In serving the community here aims to provide input and at the same time researching the design of visual communication, especially Business Identity in the form of Promotional Media so that it can solve the solution for the Gibran Collection Store with the ideal media design promotion results.*

**Keywords:** *gibran collection, design, media promotion*

### **Abstrak**

Toko *Gibran Collection* merupakan salah satu toko yang menjual produk pakaian di Pulau Untung Jawa kepulauan Seribu. Inti utama dari perancangan ini adalah untuk menciptakan media promosi untuk Toko *Gibran Collection* sehingga dapat meningkatkan penjualan produk dan meningkatkan pendapatan perharinya. Metode penelitian ini menggunakan kualitatif dengan data yang di dukung melalui kepustakaan dan pengamatan langsung melalui studi kasus. Berdasarkan analisis, ada beberapa hal yang harus diangkat untuk membuat media promosi yang dapat menarik perhatian konsumen baru dari Kondisi logo Toko *Gibran Collection* yang kurang ideal dan tidak memenuhi unsur-unsur desain komunikasi visual yang tepat sehingga fungsi dari unsur desain tersebut kurang ideal seperti elemen desain dan gaya desain yang sesuai pada tiap pengaplikasian media promosi. Dalam pengabdian kepada masyarakat disini bertujuan untuk memberi masukan dan sekaligus meneliti mengenai desain komunikasi visual khususnya Identitas Usaha berupa Media Promosi sehingga dapat memecahkan solusi untuk Toko *Gibran Collection* dengan hasil rancangan media promosi yang ideal.

**Kata kunci:** *gibran collection, desain, media promosi*

### **Pendahuluan**

Indonesia menjadi salah satu tujuan utama wisatawan domestic maupun mancanegara. Keindahan alam yang tersebar di seluruh pelosok tanah air menjadikan pariwisata Indonesia menjadi salah satu penghasil devisa terbesar. Tempat-tempat wisata itu didukung dengan warisan budaya yang kaya yang mencerminkan sejarah dan keberagaman Indonesia yang dinamis dengan berbagai bahasa daerah yang dituturkan di seluruh kepulauan tersebut. Kombinasi antara kekayaan alam dan kekayaan seni yang menjadi komponen penting dalam pariwisata di Indonesia. Salah satunya Pulau Untung Jawa merupakan salah satu pulau yang berlokasi di Kepulauan Seribu, letaknya tidak jauh

dari Tangerang. Terdapat sejumlah pantai indah di Pulau Untung Jawa, salah satunya adalah Pantai Untung Jawa. Ada banyak aktivitas seru yang dapat wisatawan lakukan di Pulau Untung Jawa. Mulai dari snorkeling, diving, bermain banana boat dan Jetski, berpetualang di hutan bakau, hingga berkeliling dengan kapal menikmati keindahan panorama alam di Pulau Untung Jawa.

Suatu bisnis atau usaha yang mempunyai media promosi yang ada, untuk menampilkan suatu citra dan strategi promosi yang baik, tentunya sesuai dengan tujuan kedepannya. Hal inilah yang akan dilakukan Usaha Kecil Menengah di Kepulauan Seribu salah satunya Toko *Gibran Collection* untuk memperbaharui media promosi yang ada.

Media promosi yang ideal dipergunakan untuk membangun semangat dalam penjualan yang ada di dalam usaha tersebut. Sebuah media promosi yang baik dan berhasil akan dapat membangun kepercayaan, rasa memiliki daya Tarik beli, dan menjaga *image* toko tersebut. Keinginan dari pemilik adalah untuk melakukan Pembuatan media promosi untuk Toko *Gibran Collection* yang bertujuan untuk melakukan strategi pemasaran yang baik. Serta dalam perencanaan media promosi memiliki tujuan terhadap target *audience* sesuai dengan produknya merupakan pakaian yang bisa dimanfaatkan semua lapisan masyarakat.



Gambar 1  
Aktifitas di Pulau Untung Jawa  
Sumber :Geggy Gamal. S

Berdasarkan informasi yang penulis kemukakan di atas perancangan media promosi *Gibran Collection* perlu dilakukan agar tercapainya tujuan usaha dalam membentuk promosinya yang baik di masyarakat dan bidang usaha. Toko *Gibran Collection* pada Konsumen dengan hambatan Media promosi yang tidak ada karena pengetahuan strategi dalam pemasaran yang minim. Atas dasar hasil penelitian pendahuluan, maka peneliti mencoba untuk merancang media promosi pada Toko *Gibran Collection*. Peneliti berharap dengan rancangan baru akan dapat meningkatkan strategi Promosi Usaha Kecil Menengah di Pulau Untung Jawa. Media promosi adalah sarana mengomunikasikan suatu produk atau jasa atau brand atau perusahaan dan lainnya agar dapat dikenal masyarakat lebih luas.

Berdasarkan penjelasan di atas Media Promosi merupakan bagian strategi promosi yang bersifat fisik, sehingga acap disebut dengan Visual Promotion maka oleh karenaini diharapkan dapat memberikan makna yang pada usahanya. Media Promosi ini diharapkan menjadi jendela untuk masuk ke dalam persepsi khalayak.

Mereka tentu mengharapkan desain media promosi yang sesuai dengan tema dan merek mereka. Meskipun sekarang ini promosi usaha

online atau online marketing sedang gencar-gencarnya, namun kita juga tidak bisa memungkiri bahwa pengaruh promosi offline juga cukup besar terhadap penjualan. Oleh karena itu untuk melakukan promosi dengan cara konvensional, yaitu dengan cara menyebar brosur, iklan koran dan media cetak, atau jika punya modal lebih kita juga bisa beriklan di papan reklame.



Gambar 2  
Situasi Toko Gibran Collection  
Sumber :Geggy Gamal. S

Pengabdian masyarakat ini hanya dibatasi kepada ruang lingkup permasalahan Media untuk Usaha Kecil Menengah Toko *Gibran Collection*. Alasan pemilihan Perancangan Media Promosi untuk meningkatkan strategi Penjualan suatu usaha sebagai batasan masalah karena disebabkan oleh banyaknya keluhan dari pemilik pada media promosi yang ada di perusahaan Usaha Kecil Menengah Toko *Gibran Collection*, yaitu kurang lengkap dan terkesan monoton. Selain itu, yang akan dibatasi adalah dilakukan desain media yang diterapkan dari logo yang dibuat oleh anggota tim pengabdian kepada masyarakat sebagai unsur estetika dan strategi yang menarik dan yang tepat dalam menunjang image toko ini. Estetika juga merupakan bagian penunjang dari penampilan toko yang apik agar dapat diselaraskan dengan lingkungan wisata kepulauan seribu yang baik. Tak luput selain permasalahan estetika, maka sepatutnya media promosi tersebut harus mengangkat permasalahan aspek dari sisi grafisnya juga agar menjadi lengkap sebuah keilmuan desain

Berdasarkan latar belakang diatas, maka permasalahan yang ada dapat dirumuskan yaitu 'bagaimana merancang Media Promosi Usaha Kecil Menengah Toko *Gibran Collection* di Pulau Untung Jawa yang ideal dan apa saja jenis aplikasi media promosi khususnya media cetak?

Tujuan dari Perancangan sebagai berikut:



1. Menganalisa kondisi Media promosi yang ada di Toko Gibran Collection apakah sudah sesuai dengan tema pada jenis usaha toko tersebut.
2. Menemukan rancangan Media promosi yang optimal dengan karakteristik untuk Toko *Gibran Collection*.

Manfaat Perancangan adalah:

1. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan pedoman dan masukan bagi desainer interior khususnya dalam merancang Media Promosi.
2. Diharapkan dapat diterapkan di dalam UKM lainnya sehingga membawa perubahan pada estetika lingkungan wisata di Pulau Untung Jawa Kepulauan Seribu.

### Metode Pelaksanaan

Berikut jadwal kegiatan pengabdian di Pulau Untung Jawa antara lain :

Tabel 1  
Jadwal Kegiatan P2M

No	Tanggal	Kegiatan
1	1 Maret 2018	Survey dan pencarian data Pembagian tema dan tugas yang disesuaikan 1. Tema Logo 2. Tema Media Promosi
2	1 Maret 2018	Analisis dan kajian berdasarkan masing-masing tema
3	8 April 2018	Pembuatan rekayasa Model berdasarkan masing-masing tema (hasil ada pada bab pembahasan masing-masing tema)
4	8 April 2018	Pembuatan rekayasa Model berdasarkan masing-masing tema (hasil ada pada bab pembahasan masing-masing tema)
5	8 April 2017	Pembuatan rekayasa Model berdasarkan masing-masing tema (hasil ada pada bab pembahasan masing-masing tema)
6	31 Mei	Laporan Akhir dan hasil untuk perusahaan Toko <i>Gibran Collection</i>

Diawali dari Kunjungan penulis ke ke Pulau Untung Jawa untuk melihat situasi Usaha Kecil Menengah disana dilakukan pada 1 Maret sampai dengan 31 Mei 2018, bersamaan dengan kunjungan mahasiswa desain ke Pulau Untung Jawa dalam rangka kunjungan Tinjauan Desain Komunikasi Visual tahun 2018. Pada kunjungan tersebut dibicarakan kemungkinan penulis melakukan Pengab-

dian kepada masyarakat setelah melakukan pertemuan dengan pemilik Usaha Kecil Menengah Toko *Gibran Collection*. Pelaksanaan disepakati dengan tenggat waktu lebih kurang 3 bulan setelah dari pertemuan ini. Pelaksanaan P2M ini melibatkan beberapa pokok yang dibahas selain logo. Pokok bahasan yang lain adalah tentang media promosi dan signage pada UKM di Pulau Untung Jawa.



Sumber : Geggy Gamal. S

Gambar 3

Penulis sedang memantau studi kasus Toko Gibran Collection dalam Pengabdian Kepada Masyarakat di Pulau Untung Jawa

Adapun metode pengamatannya dilakukan secara fenomenologi, yaitu :

Fenomenologi (Gunawan Tjahjono, 1999) ditujukan untuk membimbing penelitian di ranah desain termasuk arsitektur dan interior dilalui secara mendalam bersandar intuisi dan intelektualitas peneliti. Fenomenologi sebagai *a way of looking at things* (Brouwer, 1983) bagi gejala yang menampilkan diri untuk dilukiskan melalui penelitian *intensionalisme*. Untuk memahami permasalahan pencahayaan, dilakukan dengan mengalami keruangan secara langsung dari segala arah yang memungkinkan. Merujuk Ponty (Adian, Donny Gahral, 2010) tentang kehadiran ke dunia, tidak lain melalui tubuh dengan tindak motorik dan persepsi, oleh Brower disebutkan atas-bawah, kanan-kiri, dan muka-belakang dari tubuh kita, termasuk pengalaman rendah dan tinggi dalam pengamatan fenomenologis. Cara pengamatan yang demikian dilalui untuk mencapai *rigorous-pengamatan cermat* yang bersandar kepekaan *pancaindera* yang berhubungan langsung dengan obyek yang tampil melalui; ketajaman melihat, ketajaman mengecap dengan lidah, ketajaman membaui, ketajaman mendengar, kepekaan meraba melalui kulit. Dalam *Grouded Theory* (Yuke Ardhiati, 2012), tidak dikenal adanya Hipotesis, akan tetapi diperkenalkan sebuah Hipotesis Kerja (Anselm L Strauss and Juliet Corbin, 1990) yang dideskripsikan sebagai sebuah pernyataan.

Analisis awal di paparkan secara deskripsi pada masing-masing obyek melalui pengamatan intensif dengan bantuan dokumentasi berdasarkan kategori yang sudah ditentukan sebelumnya. Penarikan dalam kesimpulan berupa deskripsi dari hasil analisis yang akan menjawab perumusan masalah penelitian ini.



Sumber :Geggy Gamal. S

Gambar 4

Penulis dalam Pengabdian Kepada Masyarakat di Pulau Untung Jawa

## Hasil dan Pembahasan

*Gibran Collections* adalah nama dari salah satu toko busana pantai yang berada di Pulau Untung Jawa. Toko ini menjual beragam pakaian pantai baik untuk pria, wanita, maupun anak-anak. Aneka jenis busana yang dijual antara lain baju pantai, celana pantai, underwear, selendang, dan yang paling khas adalah baju sablon bertuliskan "Pulau Untung Jawa". Selain itu di Toko *Gibran Collections* ini juga menjual beberapa aksesoris handphone seperti charger, dan juga earphone. Media Promosi di *Gibran Collection* cenderung tidak ada dan hanya menggunakan tulisan tangan hingga fotocopyan yang dijadikan media promosinya.

## Konsep Perancangan

Konsep perancangan merupakan hasil karya berupa pemikiran yang menentukan tujuan-tujuan dari perancangan sebuah desain. Dalam konsep perancangan ini akan dijabarkan tentang kosep perancangan dari Toko Gibran Collection.

## Tujuan Perancangan Media

Tujuan perancangan media adalah menentukan sasaran media. Media sangat penting dalam proses komunikasi sebagai penyampaian pesan. Media yang digunakan dalam perancangan *media promosi* adalah media cetak.

Adapun tujuan dari media perancangan media promosi Gibran Collection ini adalah sebagai berikut:

- Untuk mempromosikan UKM di Pulau Untung Jawa
- Menarik minat wisatawan Pulau Untung Jawa terhadap Daya Tarik Usaha Kecil Menengah
- Membangun citra dari UKM Gibran Collection agar tidak salah bersaing dengan UKM lain di Pulau Untung Jawa.

## Stationery

*Stationery* dalam desain grafis adalah peralatan kantor yang dicetak dan merupakan gambar yang harus didesain agar menarik dan menggambarkan citra perusahaan. Contoh: kartu nama, kop surat, amplop, dan *folder map*. Amplop dan kop surat sebagai alat berkomunikasi pesan ke klien. Perusahaan biasanya menggunakan amplop dan kop surat untuk korespondensi, surat bisnis, balasan bisnis, undangan, pengumuman dan proposal. *Folder map* adalah suatu tempat untuk guna menyimpan surat-surat, file dan draft dalam perusahaan. Agar *folder map* untuk berbagai keperluan tidak bercampur baur. Maka dapat disimpan dalam *folder map* yang berbeda.



Sumber : Geggy Gamal.S

Gambar 5  
Kartu Nama





Sumber : Geggy Gamal. S  
Gambar 6  
Stempel

**Leaflet**

Leaflet adalah sebuah informasi yang dicetak di selembur kertas kecil agar mudah dibagikan dan dibawa orang. Terkadang, selembur leaflet dilipat jadi dua atau tiga supaya terlihat lebih ringkas dan praktis. Tujuan dari leaflet adalah untuk menyebar luaskan suatu informasi. Leaflet biasanya dicetak dalam jumlah banyak dan dibagikan ke masyarakat yang menjadi target penyimpanan informasinya.



Sumber : Geggy Gamal.S  
Gambar 7  
Brosur Leaflet

**Flyer**

Flyer adalah daftar harga produk dan jasa yang terdapat di sebuah Toko.



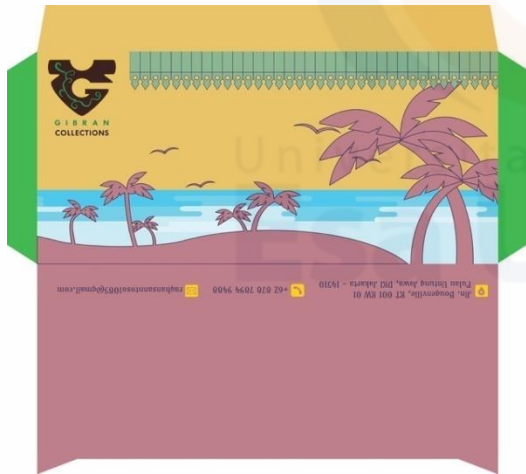
Sumber : Geggy Gamal. S  
Gambar 8  
Flyer

**Banner dan Amplop**

Banner atau spanduk adalah kain membentang dan biasanya berada di tepi-tepi jalan yang berisi tulisan, warna dan gambar. Dengan melihat spanduk yang menarik, konsumen pun akan tertarik untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan. Spanduk memang menjadi media promosi yang murah dan efektif untuk saat ini



Sumber : Geggy Gamal. S  
Gambar 9  
Banner



Sumber : Geggy Gamal. S  
Gambar 10  
Banner

### Plang Nama

Plang nama akan dibuat sebagai papan notifikasi akan keberadaan Toko Gibran Collection. Plang akan dipasang didepan Toko serta beberapa lokasi strategis lainnya di Pulau Untung Jawa.



Sumber : Muhammad Fauzi – 2015  
Gambar 11  
Plang Nama

### Pembahasan Unsur-unsur Desain dalam Media Promosi Gibran Collection di Pulau Untung Jawa.

Bidang adalah himpunan garis-garis yang anggotanya terdiri dari lebih dari satu buah garis. Jadi, pada sebuah bidang terdapat banyak sekali garis. Dalam perancangan media promosi ini, terdapat bidang lengkung yang menggambarkan Pantai dan Pohon Kelapa.. Bentuk dari perancangan ini adalah dua dimensi dan tiga dimensi. Pada bentuk dua dimensi dapat dilihat pada karya media

cetak. Sementara tiga dimensi dapat dilihat pada logo.

Warna adalah salah satu yang sangat penting dalam menentukan respon dari orang. Warna berdasarkan sistemnya dibagi menjadi tiga yaitu RGB, CMYK, dan warna Brewster. Sistem RGB (*Red, Green, Blue*) merupakan warna yang digunakan pada benda elektronik yang dapat menampilkan citra atau gambar seperti televisi dan computer. Sistem CYMK (*Cyan, Magenta, Yellow Key*) merupakan system warna yang sering digunakan dalam percetakan berwarna. Sistem Brewster adalah pencampuran warna dengan pigmen.

Usulan Warna dan Gaya Desain

Tone : Gaya desain secara garis besar adalah pergabungan antara Art Nouveau dan juga Art Deco pada logo asli mereka dengan unsur pantai.

Manner : Perilaku yang ditonjolkan tentunya keramahtamahan kepada para pengunjung dan memberikan harga yang mampu dijangkau oleh pembeli.

Keyword :Seru, Nyaman, Sejuk, Santai dan Semangat

### Daftar Pustaka

- Kusrianto, Adi. (2007). *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Lillian, Garreth. (1986). *Disain Visual*. Penerjemah Budihardjo Wiryodirdjo dan Bambang Dwiantoro. Yogyakarta : Fakultas Seni Rupa dan Disain ISI.
- Napoles, Veronica. (1988). *Corporate Identity Design*. New York : Van Nostrand Reinhold.
- Rustan, Suriyanto. (2009). *Mendesain Logo*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Supriyono, Rahmat. (2010). *Desain Komunikasi Visual, Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta.