

## PERANCANGAN MEDIA PROMOSI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL RUMAH MAKAN WARUNG AYU KALIBUKBUK LOVINA

*Received: 5/04/2021; Revised: 30/04/2021; Accepted; 1/05/2021*

Kadek Ary Angga Wijaya<sup>1</sup>, Jajang Suryana<sup>2</sup>, Elly Herliyani<sup>3</sup>

<sup>[123]</sup> D3 Desain Komunikasi Visual  
Jurusan Seni dan Desain  
Universitas Pendidikan Ganesha  
Singaraja, Bali

Email: [ary.angga@undiksha.ac.id](mailto:ary.angga@undiksha.ac.id)<sup>1</sup>, [jesuryana@gmail.com](mailto:jesuryana@gmail.com)<sup>2</sup>,

[elly.herliyani@gmail.com](mailto:elly.herliyani@gmail.com)<sup>3</sup>

### Abstrak

Perancangan media Desain Komunikasi Visual promosi dilakukan di rumah makan Warung Ayu yang terletak di desa Kalibukbuk, Lovina. Rumah makan Warung Ayu ini sudah berdiri sejak tahun 2011 dengan menyediakan berbagai macam makanan mulai dari (1) makanan khas Indonesia, (2) makanan Eropa, dan juga (3) makanan khas Bali. Namun, kekurangan dari rumah makan Warung Ayu ini adalah pada bidang promosi. Media promosi yang mendukung rumah makan Warung Ayu ini hanya menggunakan (1) papan nama, (2) banner, dan (3) kartu nama. Pada penelitian ini, peneliti merancang karya Desain Komunikasi Visual media promosi yang dapat mendukung kebutuhan promosi dari rumah makan Warung Ayu. Tujuan dari penelitian ini adalah (1) untuk mempromosikan rumah makan Warung Ayu dengan menggunakan media-media Desain Komunikasi Visual agar bisa menarik pelanggan dan juga terlihat inovatif. Media utama dari penelitian ini adalah (1) video promosi dan juga media – media promosi pendukung lainnya yang dirancang oleh peneliti adalah (1) X-Banner, (2) brosur, (3) totebag, (4) menu makanan, (5) logo, (6) poster, dan (7) papan nama.

**Kata Kunci:** Desain Komunikasi Visual, promosi, rumah makan.

### **Abstract**

*The design of the promotional Visual Communication Design media was carried out at the Warung Ayu restaurant located in Kalibukbuk village, Lovina. Warung Ayu restaurant has been established since 2011 by providing various kinds of food ranging (1) from Indonesian, (2) European food, and (3) Balinese specialties. However, the drawback of this Warung Ayu restaurant is in the field of promotion. The promotional media that supports the Warung Ayu restaurant only uses (1) nameplates, (2) banners, and (3) business cards. In this study, researchers design the work of Visual Communication Design for promotional media that can support the promotional needs of the Warung Ayu restaurant. The purpose of this research is (1) to promote the Warung Ayu restaurant by using Visual Communication Design media in order to attract customers and also look innovative. The main media of this research are (1) promotional videos and also other supporting promotional media that designed by researchers are (1) X-Banners, (2) brochures, (3) tote bags, (4) food menus, (5) logos, (6) posters, and (7) name boards.*

**Keywords:** *Visual Communication Design, promotion, restaurant*

### **PENDAHULUAN**

Provinsi Bali merupakan salah satu provinsi di Indonesia yang dijadikan destinasi wisata oleh para wisatawan lokal maupun mancanegara (Utama, 2016: 160). Wisatawan yang berlibur ke Bali sangat menikmati budaya-budaya yang ada di Bali, mulai dari tari-tari tradisional, keberagaman budaya asli Bali, dan kesenian yang dibuat oleh seniman - seniman Bali sendiri. Selain budaya, Bali juga terkenal dengan daerah pariwisatanya, salah satunya adalah pantai Lovina yang ada di Kabupaten Buleleng. Pantai Lovina merupakan salah satu tujuan utama wisatawan lokal maupun mancanegara untuk berkunjung ke Bali. Tujuan utama wisatawan ke sini adalah untuk melihat lumba-lumba di alam bebas dan menikmati pantainya yang masih alami. Selain itu juga banyak rumah makan yang tersedia dari arah jalan menuju Pantai Lovina yang menyediakan berbagai macam makanan seperti makanan khas Bali, Indonesia, maupun Eropa. Seperti salah satu rumah makan ini, yaitu rumah makan Warung Ayu.

Rumah makan Warung Ayu ini adalah salah satu rumah makan yang berada di kawasan objek wisata Pantai Lovina. Rumah makan ini menyediakan banyak menu makanan mulai dari makanan Indonesia, makanan Eropa, dan makanan khas Bali. Makanan yang paling khas atau best seller dari rumah makan Warung Ayu ini adalah chicken gordon blue, ayam betutu, dan gado-gado. Pendiri dari Rumah Makan Warung Ayu adalah pasangan I Nyoman Suartikan dan

Ni Ketut Sri Rahayu yang berdiri pada tahun 2011. Dulunya warung makan ini bertempat di salah satu deretan ruko jalan menuju ke pantai, tempat yang sederhana dan tidak begitu besar. Sampai sekarang rumah makan ini sudah memiliki tempat yang lebih bagus dari sebelumnya masih di sekitar jalan menuju pantai Lovina. Dengan berkembangnya rumah makan ini Nyoman Suartikan dan Ni Ketut Sri Rahayu mampu menyediakan lowongan pekerjaan bagi masyarakat umum khususnya di daerah desa Kalibukbuk. Jumlah karyawan dari rumah makan ini sekarang bahkan sampai belasan orang yang di dominasi oleh perempuan.

Namun kekurangan yang dimiliki Warung Ayu adalah di bagian promosi. Rumah makan ini tidak/belum menerapkan promosi yang maksimal. Tempat yang sangat direkomendasi untuk kebutuhan makan wisatawan ini sangat disayangkan belum memiliki atau menerapkan sistem promosi yang baik. Rumah makan Warung Ayu ini hanya menggunakan banner, papan nama, dan kartu nama. Promosi adalah salah satu usaha dari perusahaan yang berguna untuk mempengaruhi orang-orang dengan produk perusahaan tersebut dengan menggunakan cara berkomunikasi langsung ataupun tidak langsung kepada calon konsumen yang bersifat mengajak (Simamora, 1986 dikutip dari Ryan Hendrawan, 2015: 2).

Promosi sangat penting dilakukan untuk menambah daya tarik konsumen terhadap barang atau jasa yang di tawarkan oleh suatu perusahaan. Setiap perusahaan akan menggunakan strategi promosi masing masing sesuai dengan kebutuhan perusahaan tersebut. Promosi yang akan digunakan oleh penulis untuk mempromosikan rumah makan Warung Ayu ini adalah dengan menggunakan beberapa media promosi yang dibutuhkan untuk membuat daya tarik ke pelanggan yaitu dengan media utama adalah video promosi dengan beberapa media – media pendukung lainnya seperti X-Banner, brosur, totebag, menu makanan, logo, kartu nama, poster, dan papan nama.

Berdasarkan penelitian yang dilaksanakan oleh perancang maka, telah ditemukan beberapa masalah yang ada di rumah makan Warung Ayu. Masalah-masalah yang ditemukan tentang bagaimana merancang video promosi agar bisa terlihat menarik sebagai media promosi utama dan bagaimana merancang media pendukung x-banner, stiker, brosur, logo, poster, papan nama, dan totebag agar menarik perhatian pelanggan dan juga inovatif.

Tujuan perancangan ini adalah mempromosikan rumah makan Warung Ayu dengan menggunakan media-media Desain Komunikasi Visual agar bisa menarik pelanggan dan juga terlihat inovatif. Sasaran dari perancangan ini adalah semua kalangan masyarakat umum khususnya wisatawan yang berkunjung ke daerah wisata pantai Lovina.

## **METODE PERANCANGAN**

Pada metode perancangan ini, peneliti akan membahas tentang informasi dari jenis-jenis media yang digunakan dalam proses membuat karya-karya yang nantinya menjadi media promosi. Komponen bahan yang diperlukan dalam membuat karya adalah dengan menggunakan kertas dan albatross. Ada 2 jenis kertas yaitu kertas artpaper 260 dan kertas artpaper 310 yang akan digunakan untuk membuat brosur, menu makanan dan poster. Albatros adalah bahan yang akan digunakan untuk membuat papan nama dan x-banner. Komponen alat yang akan digunakan dalam pembuatan karya ini ada 2 jenis yaitu komponen hardware dan komponen software. Pada komponen hardware diperlukan alat seperti Camera Canon Ios 750D dan Laptop. Sedangkan pada komponen software diperlukan alat seperti CorelDraw X7, Adobe Premiere Pro CC 2017, Adobe Illustrator CC 2018, dan Photoshop CS6.

Teknik berkarya yang digunakan dalam peneliti dalam merancang media – media yang akan dibuat adalah dengan membuat satu konsep desain yang nantinya akan diterapkan ke seluruh media promosi yang akan dibuat, konsep yang dibuat akan menyesuaikan dengan tempat makan Warung Ayu agar terlihat lebih konsisten, setelah menemukan konsep peneliti akan langsung mencari data/informasi melalui wawancara langsung kepada owner rumah makan, dan peneliti akan memulai membuat desain-desain menggunakan aplikasi CorelDrawX7, Adobe Illustrator CC 2018 dan juga jika dibutuhkan untuk mengolah foto-foto akan di gunakan aplikasi Photoshop CS6. Proses berkarya yang akan dilakukan oleh peneliti adalah dengan observasi, pembuatan konsep, pengumpulan data, dan pembuatan media. Metode yang digunakan untuk mengumpulkan data oleh peneliti adalah dengan cara observasi dan wawancara.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pada penelitian ini, peneliti membuat dan merancang media promosi dari rumah makan Warung Ayu yang dibutuhkan adalah X-Banner, brosur, totebag, menu makanan, logo, kartu nama, poster, dan papan nama dengan media promosi utama adalah video promosi guna meningkatkan dan menarik pelanggan agar tertarik berkunjung ke rumah makan Warung Ayu. Berikut merupakan pembahasan dari media – media promosi yang dirancang oleh peneliti sebagai berikut:

**Logo**, pada dasarnya rumah makan Warung Ayu Sudah mempunyai logo tersendiri, namun disini peneliti akan memperbaiki logo rumah makan agar lebih terlihat menarik dan juga mudah diingat oleh pengunjung. Dengan ukuran logo 50cm x 15cm dan menggunakan font *Font Hot Pizza* dan *Helvetica*. Peneliti menggunakan aplikasi Adobe Illustrator CC 2017 dengan

menggunakan warna dominan kuning dan merah dengan penambahan beberapa warna pada karakter. Waktu pembuatan yang diperlukan dalam membuat logo adalah kurang lebih 4 jam.

**Menu Makan**, rumah makan Warung Ayu sudah memiliki menu makanan, namun menu makanan yang sudah masih kurang menarik. Disini peneliti membuat desain menu makanan yang lebih menarik dengan ukuran menggunakan *International Paper A4* dengan menggunakan beberapa font yaitu *Quick, Kiss Personal Use, Helvetica, Lucida Bright, dan Megical Mystery Tour*. Peneliti menggunakan aplikasi CorelDraw X7 dengan menggunakan warna dominan warna merah dan kuning yang menjadi warna karakter di media-media promosi rumah makan Warung Ayu. Waktu pembuatan yang diperlukan dalam membuat menu makanan adalah kurang lebih 3 jam.

**X-banner**, merupakan salah satu media promosi yang biasanya selalu ada pada saat suatu perusahaan mengadakan promosi. Namun pada rumah makan Warung Ayu belum terdapat media promosi X-banner. Disini peneliti membuat media promosi x-banner untuk mempromosikan rumah makan Warung Ayu. Dengan ukuran x-banner 180x80 cm dan menggunakan beberapa font, yaitu *Quick Kiss Personal Use, Helvetica, dan Megical Mystery Tour*. Peneliti menggunakan aplikasi CorelDraw X7 dengan menggunakan warna dominan warna merah dan kuning yang menjadi warna karakter di media-media promosi rumah makan Warung Ayu. Waktu pembuatan yang diperlukan dalam membuat x-banner adalah kurang lebih 3 jam.

**Brosur**, media cetak yang sangat efektif untuk media promosi perusahaan karena brosur bisa langsung diberikan kepada pelanggan dan juga informatif. Peneliti membuat brosur untuk media promosi rumah makan Warung Ayu ini dan diharapkan bisa memberikan informasi kepada masyarakat baik lokal dan mancanegara khususnya pengunjung pantai Lovina akan apa saja yang disediakan oleh rumah makan Warung Ayu. Dengan ukuran menggunakan *International Paper A4* dan menggunakan beberapa font, yaitu *Quick Kiss Personal Use, Helvetica, dan Megical Mystery Tour*. Peneliti menggunakan aplikasi CorelDraw X7 dan Photoshop CS6 dengan menggunakan warna dominan warna merah dan kuning yang menjadi warna karakter di media-media promosi rumah makan Warung Ayu. Waktu pembuatan yang diperlukan dalam membuat brosur adalah kurang lebih 2 jam.

**Poster**, merupakan media promosi yang nantinya akan ditempelkan pada tempat tempat tertentu yang belum di miliki oleh rumah makan Warung Ayu. Penulis membuat poster berharap media promosi ini bisa mempromosikan rumah makan Warung Ayu lebih luas lagi. Dengan ukuran menggunakan *A3 Extension* dan menggunakan beberapa font, yaitu *Quick Kiss Personal Use, Helvetica, dan Megical Mystery Tour*. Peneliti menggunakan aplikasi CorelDraw X7 dengan

menggunakan warna dominan warna merah dan kuning yang menjadi warna karakter di media-media promosi rumah makan Warung Ayu. Waktu pembuatan yang diperlukan dalam membuat poster adalah kurang lebih 3 jam.

**Papan Nama**, merupakan media yang penting pada sebuah perusahaan. Media ini berguna untuk menjadi pengingat lokasi dari perusahaan. Rumah makan Warung Ayu ini sudah memiliki papan nama, namun penulis akan membuat desain yang simpel, menarik dan mudah diingat oleh masyarakat. Dengan ukuran menggunakan 1x1.5 m dan menggunakan beberapa font, yaitu *Helvetica*, dan *Geometr415 Blk BT*. Peneliti menggunakan aplikasi CorelDraw X7 dengan menggunakan warna dominan warna merah dan kuning yang menjadi warna karakter di media-media promosi rumah makan Warung Ayu. Waktu pembuatan yang diperlukan dalam membuat papan nama adalah kurang lebih 1 jam.

**Totebag**, akan digunakan untuk tempat makanan yang dibawa pulang oleh pengunjung. Dengan berisi identitas tentang rumah makan Warung Ayu nantinya totebag bisa dilihat oleh masyarakat dan secara tidak langsung membirkan informasi tentang rumah makan Warung Ayu. Dengan ukuran menggunakan 30x40 cm dan menggunakan font *Helvetica*. Peneliti menggunakan aplikasi CorelDraw X7 dengan Warna yang digunakan adalah warna cream agar terlihat lebih indah dan menarik. Waktu pembuatan yang diperlukan dalam membuat totebag adalah kurang lebih 1 jam.

**Video Promosi**, lokasi pengambilan video bertempat di Rumah Makan Warung Ayu, Jln. Mawar, Lovina, Kec. Buleleng, Kab. Buleleng, Bali. Tujuan dari pembuatan media promosi ini adalah untuk menarik pelanggan berkunjung ke rumah makan Warung Ayu. Pembuatan video promosi ini juga didukung dengan pembuatan *storyline* dan *storyboard*. Peneliti menggunakan aplikasi Adobe Premiere Pro CC 2017 dan waktu pembuatan yang diperlukan dalam membuat video promosi adalah kurang lebih 2 hari.

Berikut adalah karya dari media – media promosi yang dibuat oleh peneliti:

### 1. Logo



## 2. Menu Makan



## 3. X-Banner



## 4. Brosur



## 5. Poster



## 6. Papan Nama



## 7. Totebag



## 8. Video Promosi



## KESIMPULAN DAN SARAN

Dilihat dari hasil perancangan media promosi rumah makan Warung Ayu dapat disimpulkan bahwa media-media yang dibuat bertujuan untuk menarik minat pelanggan untuk berkunjung ke rumah makan Warung Ayu dalam cakupan yang luas. Melalui media promosi yang dibuat masyarakat atau pengunjung bisa langsung mengetahui dan memahami apa saja yang bisa didapatkan jika berkunjung ke rumah makan Warung Ayu, mulai dari makanan, suasana tempat dan pelayanannya. Media promosi yang digunakan pada proses mempromosikan rumah makan Warung Ayu yaitu logo, menu makanan, x-banner, brosur, poster, papan nama, totabag, dan video promosi. Pendapat dari pemilik warung Ayu tentang media promosi yang dibuat oleh peneliti adalah sangat memuaskan dan sesuai dengan konsep yang diinginkan dari pemilik Warung Ayu dimulai dari segi warna, penerapan konsep, dan juga penampilan dari semua media. Media-media tersebut nantinya akan membantu pada bagian promosi agar dikenal lebih luas lagi.

Saran yang bisa diberikan oleh penulis dalam promosi rumah makan Warung Ayu ini adalah yang pertama adalah untuk mahasiswa, untuk nantinya yang mengerjakan Tugas Akhir agar bisa lebih berinovasi seperti contohnya membuat media promosi website yang bisa lebih besar cakupannya dan juga harus lebih inovatif dan kreatif untuk membuat media-media promosi yang bisa dijangkau dengan mudah oleh masyarakat. Yang kedua adalah untuk lembaga, agar untuk kedepannya lebih memperhatikan perusahaan - perusahaan yang dapat diajak untuk bekerjasama. Dari hal inilah, mahasiswa menjadi mudah dalam melakukan penelitian dan juga mampu mendapatkan skill dan kemampuan dalam bidang yang di tekuni. Dan yang ketiga

adalah untuk peneliti lain yang memiliki topic yang sama, agar lebih mendalami tentang digital marketing karena sangat berguna pada saat membuat media-media promosi yang efektif dan sesuai dengan sasaran.

## **DAFTAR PUSTAKA**

### **Buku**

Witari, Ni Nyoman Sri dan I Gusti Nyoman Widnyana. 2014. *Desain Komunikasi Visual*. Graha Ilmu, Yogyakarta

Utama, I. G. B. R. (2016).Keunikan Budaya dan Keindahan Alam sebagai Citra Destinasi Bali menurut Wisatawan Australia Lanjut Usia. *Jurnal Kajian Bali (Journal of Bali Studies)*, 6(1), 149-172.

Hermawan, Ryan, Ahmad Adib, and Ani Wijayanti Suhartono."Perancangan Promosi Warung Taliwang Lombok Di Surabaya." *Jurnal DKV Adiwarna* 1.6 (2015): 12.