

**ARTIKEL ILMIAH**

**Desain Komunikasi Visual Untuk Promosi *Brownies*  
Panggang Perusahaan Roti Unyu-Unyu Di Penatih,  
Denpasar**



**OLEH:**

**A.A. Ngr. Adi Cakra Bhuana**

**NIM: 201206047**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL**

**FAKULTAS SENI RUPA DAN DESAIN**

**INSTITUT SENI INDONESIA DENPASAR**

**2017**

## ABSTRAK

### DESAIN KOMUNIKASI VISUAL UNTUK PROMOSI *BROWNIES* PANGGANG PERUSAHAAN ROTI UNYU-UNYU DI PENATIH, DENPASAR

Oleh : Anak Agung Ngurah Adi Cakra Bhuana

*Brownies* panggang merupakan makanan yang masuk dalam golongan kue yang berbahan dasar coklat dan bertekstur padat. Salah satu penjual *brownies* panggang di Bali adalah Roti Unyu-Unyu yang berada di jalan Padma di Penatih, Denpasar yang dimiliki oleh bapak Made Sujana. Produk *brownies* panggang dari Roti Unyu-Unyu mempunyai cita rasa coklat yang lebih terasa dengan harga yang relatif murah. Tetapi dikarenakan media promosi yang kurang, penjualan dari produk *brownies* panggang Roti Unyu-Unyu ini belum maksimal, sehingga diperlukan perancangan media promosi yang tepat agar mendapatkan hasil penjualan yang maksimal dari produk *brownies* panggang Roti Unyu-Unyu ini.

Data yang dibutuhkan dalam proses Desain Komunikasi Visual untuk promosi *brownies* panggang perusahaan Roti Unyu-Unyu di Penatih, Denpasar ini menggunakan dua data yaitu data primer dan data sekunder, dengan metode analisa data SWOT.

Media komunikasi visual yang tepat untuk digunakan sebagai media promosi *brownies* panggang Roti Unyu-Unyu adalah logo perusahaan, *pin*, *roll up banner*, *flyer*, iklan majalah, rak *display*, *packaging*, papan nama, *tote bag*, *polo shirt* dan *catalog* karya dengan konsep modern. Setiap media tersebut memiliki fungsi masing-masing, efektif dan sesuai untuk mempromosikan produk *brownies* panggang Roti Unyu-Unyu. Dalam perancangan media komunikasi visual perlu dipertimbangkan teori-teori desain, prinsip desain, kriteria desain, serta mempertimbangkan keadaan calon konsumen seperti demografis, psikografis, behavior, agar terwujud media komunikasi visual yang efektif dan komunikatif. Sehingga media promosi dapat membantu mempromosikan produk *brownies* panggang Roti Unyu-Unyu.

**KataKunci :** Desain Komunikasi Visual, Promosi, *Brownies* Panggang Roti Unyu-Unyu.

## PENDAHULUAN

### Faktor Obyektif

*Brownies* yang sudah lama di kenal di Bali sudah mulai mengalami berbagai macam perkembangan, baik dari komposisi bahan maupun metode pembuatannya. Masyarakat di Bali mengenal *brownies* sebagai makanan selingan maupun di gunakan sebagai kue ulang tahun bahkan di gunakan sebagai sarana upacara adat. *Brownies* adalah makanan olahan dengan bahan dasar tepung terigu, mentega dan coklat. *Brownies* Berkembang dengan berbagai macam jenis, contohnya *brownies* panggang, perbedaan *brownies* ini ialah saat proses memasaknya yang di panggang di dalam oven tidak seperti *brownies* pada umumnya yang di kukus. *Brownies* panggang memiliki tekstur yang lebih kering dan padat, berbeda dengan *brownies* kukus yg memili tekstur yang lembut.

Dengan banyaknya peminat *brownies* ini tidak mengherankan banyak usaha seperti bakery- bakery yang menjualnya *brownies* sebagai salah satu produknya. Salah satu di antaranya adalah Roti Unyu-Unyu. Usaha yang berlokasi di Jalan Padma, Desa Penatih, Denpasar ini berdiri sejak tahun 2011 yang dikelola oleh Made Sujana.

Roti Unyu-Unyu merupakan sebuah usaha bakery lokal yang baru beberapa bulan ini mengeluarkan produk *brownies* panggang sebagai varian produknya. Penjualan *brownies* panggang di Roti Unyu-unyu belum mencapai target penjualan, terlihat dari penjualan *brownies* panggang yang harus memesan terlebih dahulu dan menunggu beberapa jam agar bisa membeli *brownies* panggang ini, dikarenakan perusahaan yang tidak mau membuat stok agar tidak merugi. Penjualan produk yang belum mencapai target ini di karenakan oleh beberapa faktor di antaranya adalah usaha ini tidak memiliki media untuk mempromosikan *brownies* panggang sebagai produk Roti Unyu-Unyu adalah kurangnya media promosi untuk mempromosikan *brownies* panggang. Sehingga konsumen tidak mengetahui dengan produk baru dari

Roti Unyu- Unyu. Media promosi yang tersedia banner dan papan nama sudah usang sehingga memerlukan pembaharuan.

### **Faktor Subjektif**

Melihat permasalahan yang didapat dari penguraian faktor obyektif tentang *brownies* panggang Roti Unyu- Unyu di Denpasar tersebut, penulis kemudian melakukan perancangan media promosi untuk *brownies* panggang Roti Unyu- Unyu. Perancangan media ini diharapkan dapat digunakan sebagai sarana informasi agar konsumen mengetahui produk baru yaitu *brownies* panggang Roti Unyu- Unyu.

Untuk dapat menyampaikan informasi diperlukan media komunikasi yang komunikatif, untuk itu peranan Desain Komunikasi Visual sangat penting untuk promosi produk *brownies* panggang dari perusahaan Roti Unyu-nyu.

Maka dari itu penulis berharap dapat merancang media-media komunikasi visual yang fungsional, efektif dan komunikatif yang dapat mempromosikan *brownies* panggang Roti Unyu-Unyu di Denpasar Bali sehingga dapat bersaing dalam dunia kuliner di bali khususnya di Denpsar.

### **Metode Perancangan**

#### **Data Primer**

Dalam hal ini, penulis melakukan wawancara dengan pemilik usaha yaitu Made Sujana untuk mendapatkan informasi tentang latar belakang didirikannya usaha Roti Unyu-Unyu, lokasi perusahaan, target pasar, media promosi dan produk yang dijual oleh Roti Unyu-Unyu.

#### **Data Sekunder**

Dalam hal ini penulis mengolah informasi yang di dapat mengenai latar belakang, lokasi perusahaan, target pasar, media promosi dan produk dengan pemilik usaha yaitu Made Sujana.

## **Metode Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam perancangan karya ini:

### 1. Metode Observasi :

Penulis melakukan Observasi ke lokasi usaha Roti Unyu-Unyu dengan tujuan mencari informasi mengenai kondisi tempat usaha serta proses produksinya.

### 2. Metode Wawancara:

Penulis melakukan wawancara dengan narasumber yaitu pemilik usaha Roti Unyu-Unyu yang bernama Made Sujana mengenai berbagai hal, seperti riwayat perusahaan, permasalahan dan kendala yang dialami dalam upaya promosi dan pendukung produk.

### 3. Metode Dokumentasi:

Dalam pengumpulan data ini penulis mendapatkan data dengan cara mengambil gambar berupa aktivitas produksi usaha Roti Unyu-Unyu serta foto-foto yang diperlukan dalam penyusunan pengantar karya.

### 4. Metode Kepustakaan :

Pencarian sumber data dan referensi dari buku-buku, artikel, skripsi, serta maupun makalah. Metode kepustakaan dilakukan dengan mencari referensi yang berkaitan tentang media komunikasi visual.

### 5. Metode Internet

Dalam pengumpulan data ini penulis mendapatkan data yang berkaitan tentang media komunikasi visual.

## **Instrumen/ alat Pengumpulan Data**

Adapun alat yang digunakan dalam observasi pengumpulan data kali ini adalah:

- a. Instrumen yang digunakan untuk metode observasi adalah alat tulis, dan kamera *digital*.
- b. Instrumen yang digunakan untuk metode wawancara adalah alat tulis yang dipakai untuk mencatat pertanyaan dan tanggapan dari Made Sujana selaku narasumber serta pemilik perusahaan dan dari beberapa sumber lainnya.

- c. Instrumen yang di gunakan untuk metode dokumentasi adalah kamera digital yang di pakai untuk mengambil gambar.

### **Metode Analisa Data**

Metode analisa data yang digunakan penulis adalah metode analisa data SWOT. Metode analisa data SWOT menggunakan langkah analisis dengan mengkaji hal atau gagasan yang akan dinilai, dengan cara memilah dari segi kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threat*).

### **Konsep Perancangan**

Konsep desain yang akan digunakan untuk Desain Komunikasi Visual Untuk Promosi *Brownies* Panggang Perusahaan Roti Unyu-Unyu Di Penatih, Denpasar ini yaitu *modern*. Dipilihnya konsep ini di karenakan brownies panggang ini muncul pada jaman *modern*. Selain itu juga konsep *modern* dapat menginformasiakan dengan jelas produk yang akan di promosikan. Dengan penggunaan warna-warna panan seperti ungu dengan pink dan dipadu-padankan dengan warna lainnya serta ilustrasi dan typografi yang dibuat menarik dan ramai, sehingga memiliki kesan yang menarik dan mengfokuskan pada promosi produk *brownies* panggang di usaha Roti Unyu-Unyu. Media promosi nantinya akan mengalami pembaruan (redesign dalam jangka waktu tertentu untuk menyegarkan konsumen dalam upaya melakukan promosi.

## HASIL

### Eksekusi Final Desain

#### 1. Logo Perusahaan



**Gambar 1** Desain Logo  
(Sumber : Cakra. 2017)

#### 2. Roll Up Banner



**Gambar 2** Desain Roll Up Banner  
(Sumber : Cakra. 2017)

### 3. Pin



**Gambar 3** Desain Pin  
(Sumber : Cakra. 2017)

### 4. Polo Shirt



**Gambar 4** Desain Polo Shirt  
(Sumber : Cakra. 2017)

## 5. Flyer



**Gambar 5** Desain Flyer  
(Sumber : Cakra.2017)

## 1. Iklan Majalah



**Gambar 6** Desain Iklan Majalah  
(Sumber : Cakra. 2017)

## 7. Rak Display



**Gambar 7** Desain Rak Display  
(Sumber : Cakra. 2017)

## 8. Packaging



**Gambar 8** Desain Packaging  
(Sumber : Cakra. 2017)

## 9. Tote Bag



**Gambar 9** Desain Tote Bag  
(Sumber : Cakra. 2017)

## 10. Papan Nama



**Gambar 10** Desain Papan Nama  
(Sumber : Cakra. 2017)

## PENUTUP

### Simpulan

1. Dalam perancangan media komunikasi visual perlu dipertimbangkan teori - teori desain, prinsip desain, kriteria desain, serta mempertimbangkan keadaan calon konsumen dengan menggunakan konsep *modern* agar terwujud media komunikasi visual yang efektif dan komunikatif. Sehingga Media promosi dapat membantu memecahkan permasalahan yang terjadi di Roti Unyu-Unyu, dapat digunakan sebagai pendukung produk Roti Unyu-Unyu, dan dapat dijadikan sebagai upaya dalam mempromosikan produk *Browneis Panggang* Roti Unyu-Unyu kepada masyarakat.
2. Media komunikasi visual yang tepat untuk digunakan sebagai pendukung dan promosi *Browneis Panggang* Roti Unyu-Unyu adalah logo perusahaan, *pin*, *roll up banner*, *polo shirt*, *flyer*, iklan majalah, rak *display*, *packaging*, *tote bag*, papan nama, dan katalog karya. Setiap media tersebut memiliki fungsi masing - masing, efektif dan sesuai untuk mempromosikan *Browneis Panggang* Roti Unyu-Unyu kepada masyarakat.

### Saran

Hendaknya pemilik usaha Roti Unyu-Unyu tidak hanya sepenuhnya menggandakan media media promosi untuk memberi informasi kepada masyarakat, tetapi juga melakukan terobosan-terobosan baru misalnya seperti meredesign ulang setiap setahun sekali media-media promosi yang ada dan membuat iklan-iklan, *event*, dan media komunikasi visual lainnya yang dapat dijadikan sebagai upaya dalam mempromosikan produk *Browneis Panggang* Roti Unyu-Unyu.

## DAFTAR PUSTAKA

- Hendratman,Hendi.2014. *Computer Graphic Design*. Bandung: Penerbit INFORMATIKA
- Darmaprawira,Sulasmi.2002. *Warna Teori dan Kreativitas Penggunaannya*. Bandung: Penerbit ITB
- Kusrianto,Adi.2009. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Penerbit ANDI
- Nugroho, Eko. 2008. *Pengenalan Teori Warna*. C.V. ANDI OFFSET : Yogyakarta.
- Pujiriyanto.2005. *Desain Grafis Komputer*. Yogyakarta: Penerbit ANDI OFFSET
- Supriyono,Rakhmat.2010.*Desain Komunikasi Visual Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: Penerbit ANDI
- Surianto Rustan 2009. *Mendesain Logo* Jakarta: Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama
- ([www.annisatiara.com](http://www.annisatiara.com) di akses tanggal 23 oktober 2016)
- ([www.bake.bp.blogspot.com](http://www.bake.bp.blogspot.com) di akses tanggal 26 oktober 2016)
- (<http://idesainesia.com/prinsip-desain-grafis-untuk-publikasi> di akses tanggal 20 november 2016)
- ([www.id.wikipedia.org/wiki/Teori Brewster](http://www.id.wikipedia.org/wiki/Teori_Brewster) di akses tanggal 13 november 2016)
- ([www.pinimg.com](http://www.pinimg.com) di akses tanggal 26 oktober 2016)
- (<http://reypare.blogspot.co.id/2010/11/media-promosi.html> : diakses 1 februari 2017)
- (<http://rumahrotidewi.blogspot.co.id/2013/01/sejarah-danasalmula-brownies.html>) : diakses 1 februari 2017)
- ([www.the-girl-who-ate-everything.com](http://www.the-girl-who-ate-everything.com) di akses tanggal 23 oktober 2016)