

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI POJOK ART STUDIO

Wahyu Dinda Hidayat, Aswar, Satriadi

Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain Universitas Negeri Makassar

ABSTRAK

Perancangan ini bertujuan untuk membuat suatu media promosi pojok Art Studio sebagai sarana informasi yang menarik, efektif, kreatif, komunikatif, dan diharapkan mampu menarik minat masyarakat atau target audiens. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Research and Development yaitu suatu penelitian untuk merencanakan atau mengembangkan suatu produk. Produk yang akan dihasilkan dari perancangan ini adalah berupa media promosi yang berbasis company profile dari entitas Pojok Art Studio. Hasil perancangan media promosi Pojok Art Studio yang diimplementasikan dalam bentuk motion graphic jenis flat design diharap dapat lebih mudah dipahami dan menarik minat target audiens. Dengan menggunakan media pendukung berupa merchandise yang juga dapat digunakan dalam kehidupan sehari-hari seperti stiker, X-Banner, Tumbler, dan Topi. Media pendukung ini bermaksud untuk mempromosikan secara tidak langsung kepada target audiens melalui logo dari Pojok Art Studio.

Kata Kunci: Media Promosi, Pojok Art Studio, *company profile*, *motion graphic*.

ABSTRACT

This design aims to create a promotional media for the Art Studio corner as a means of information that is interesting, effective, creative, communicative, and is expected to be able to attract the interest of the public or the target audience. The method used in this research is Research and Development, which is a research to plan or develop a product. The product that will be produced from this design is a promotional media based on the company profile of the Pojok Art Studio entity. The results of the design of the Pojok Art Studio promotional media which are implemented in the form of a flat design type of motion graphic are expected to be easier to understand and attract the interest of the target audience. By using supporting media in the form of merchandise that can also be used in daily life such as stickers, X-Banners, Tumblers, and Hats. This supporting media intends to indirectly promote to the target audience through the logo from Pojok Art Studio.

Keywords: *Promotional Media, Art studio Corner, company profile, motion graphic.*

1. PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi yang sangat pesat memberikan banyak ruang untuk berekspresi dan memanfaatkan peluang-peluang yang ada. Banyak dampak positif maupun dampak negatif yang dihasilkan dari dampak kemajuan teknologi. Kemajuan teknologi memberikan kesempatan bagi banyak orang untuk

mengeksplor lebih jauh kreatifitas mereka, sampai sejauh mana kreatifitas mereka dapat dihasilkan melalui karya-karya. Kreatifitas itulah yang memicu timbulnya ekonomi kreatif, salah satu aspek yang saat ini menjadi salah satu topik penting dalam pengembangan suatu negara.

Seiring dengan berkembangnya industri kreatif di Indonesia yang semakin pesat telah memberikan kontribusi dan

sumbangsi yang besar bagi perekonomian. Perkembangan industri kreatif ini didukung oleh berbagai sektor, dan juga memiliki peran penting dalam pertumbuhan usaha mikro maupun makro. Industri kreatif merupakan suatu industri atau usaha yang bertumpu pada ide gagasan dan kemampuan intelektual untuk merealisasikan pemikiran-pemikiran melalui tindakan nyata, keterampilan serta kreativitas yang tinggi.

Salah satu industri kreatif yang sedang berkembang yakni Pojok *Art Studio*, sebuah rumah produksi yang bergerak dalam bidang penyedia jasa pembuatan *custom styrofoam*, *exhibition booth*, mural, dan lain – lain yang bergerak dibidang industri kreatif. Pojok *Art Studio* memiliki sistem produksi sendiri dan melayani pesanan dari konsumen.

Selama ini Pojok *Art Studio* hanya melakukan strategi promosi melalui mulut ke mulut dan media sosial yaitu instagram, tetapi saat ini salah satu hal yang membuat konsumen tertarik menggunakan produk atau jasa dari suatu rumah produksi yakni melalui promosi-promosi yang dilakukan baik promosi melalui tampilan visual yang diaplikasikan ke berbagai media, baik cetak maupun digital.

Tetapi saat ini teknologi semakin berkembang pesat, sehingga hampir semua sektor sudah mulai memasuki era digital. Dalam hal ini, promosi-promosi yang dilakukan juga lebih cenderung dipublikasikan melalui media elektronik.

Peran penting sebuah media promosi yakni untuk mengiklankan suatu produk atau jasa sehingga mampu meningkatkan penawaran bagi para konsumen. Oleh karena itu Pojok *Art Studio* memerlukan strategi promosi yang baik untuk lebih meyakinkan konsumen untuk produk atau jasa yang akan digunakan untuk kebutuhan *event*-nya dan menambah konsumen baru.

Berdasarkan dari permasalahan diatas, dengan ini penulis ingin merancang media

promosi yang efektif untuk mempromosikan kepada calon konsumen tentang produk atau jasa yang ditawarkan sebagai salah satu faktor pertimbangan dalam memilih produk jasa yang akan digunakan,. Salah satu pilihan media promosi adalah media *company profile* yang apabila saat melakukan penawaran produk jasa kepada instansi – instansi, *company profile* ini digunakan sebagai media yang dapat mendukung proses pemasaran.

2. PEMBAHASAN HASIL PERANCANGAN

Peran penting sebuah media promosi yakni untuk mengiklankan suatu produk atau jasa sehingga mampu meningkatkan penawaran bagi para konsumen. Oleh karena itu Pojok *Art Studio* memerlukan strategi promosi yang baik untuk lebih meyakinkan konsumen untuk produk atau jasa yang akan digunakan untuk kebutuhan *event*-nya dan menambah konsumen baru. Maka dibuatlah suatu *Company profile* perusahaan dalam perancangan media promosi Pojok *Art Studio* yang diimplementasikan dalam bentuk *motion graphic* jenis *flat design* diharap dapat lebih muda dipahami dan menarik minat target audiens. Dengan menggunakan media pendukung berupa *merchandise* yang juga dapat digunakan dalam kehidupan sehari-hari seperti stiker, *X-Banner*, *Tumbler*, dan Topi. Media pendukung ini bermaksud untuk mempromosikan secara tidak langsung kepada target *audieans* melalui logo dari Pojok *Art Studio*.

1. Media Utama

Pada media utama yang digunakan adalah sebuah video *motion graphic* yang akan di unggah melalui akun *youtube* perusahaan dan semua akun media perusahaan guna untuk mempromosikan dan mengenalkan perusahaan saat ini.



Gambar 5. 1 Media utama

Gambar dalam *motion graphic* dibuat terlebih dahulu menggunakan software *Adobe illustrator* kemudian *Adobe After effect* digunakan untuk menggerakkan/menganimasikan asset yang telah dibuat sebelumnya dalam satu scene dengan menambah efek.

- 1) Tampilan *Scene 1* (di 00.04-00.13 detik)

Gaya Visual : *Flat Desgn*

Ukuran Gambar : 1920 x 1080 px
Full HD



Keterangan : Pada slide awal menampilkan sebuah pencarian mengenai *company profile pojok art studio*.

- 2) Tampilan *scene 2* (di 00.14-00.19 detik)

Gaya Visual : *Flat Design*

Ukuran Gambar : 1920 x 1080 px
Full HD

Keterangan : Menampilkan sebuah logo *campaign Pojok art studio*.

- 1) Tampilan *scene 3* (di 00.20-00.23 detik)

Gaya Visual : *Flat Design*



Ukuran gambar : 1920 x 1080 px
Full HD

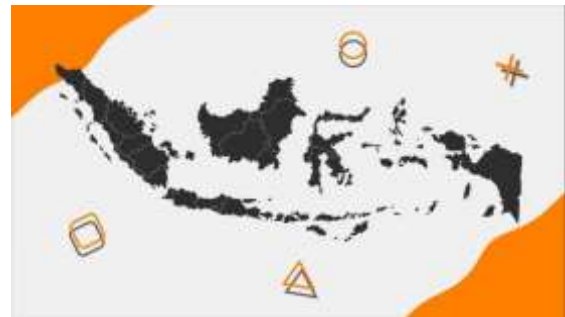


Keterangan : Menampilkan Karakter laki-laki dengan membawa sebuah *whiteboard*.

- 1) Tampilan *scene* ke 4 (di 00.24-00.28 detik)

Gaya Visual : *Flat Design*

Ukuran gambar : 1920 x 1080 px
Full HD



Keterangan : Menampilkan gambar peta Indonesia.

- 3) Tampilan *scene* ke 5 (di 00.29-00.30 detik)

Gaya Visual : *Flat Design*

Ukuran Gambar : 1920 x 1080 px Full HD



Keterangan : gambaran pulau Sulawesi yang di zoom, dengan titik lokasi yang ditempatkan pada bagian kota Makassar

- 1) Tampilan *scene* ke 6 (di 00.31-00.34 detik)

Gaya Visual : *Flat Design*

Ukuran gambar : 1920 x 1080 px
Full Hd



Keterangan : Peta pulau Sulawesi di sandingkan dengan sebuah bangunan yang menggambarkan sebuah perusahaan atau rumah.

- 1) Tampilan *scene* ke 7 (di 00.35-00.42 detik)

Gaya Visual : *Flat Design*

Ukuran gambar : 1920 x 1080 px
Full HD



Keterangan : Gambaran sebuah rute menunjukkan tempat.

- 1) Tampilan *scene* ke 8 (di 00.43-01.09 detik)

Gaya Visual : *Flat Design*

Ukuran Gambar : 1920 x 1080 px
Full HD



Keterangan : Gambar *blackboard/black paper* saling bertumpuk.

- 1) Tampilan *scene* ke 9 (di 01.10-01.31 detik)

Gaya Visual : *Flat Design*

Ukuran gambar : 1920 x 1080 px
Full HD



Keterangan : Menampilkan gambar berkelompok yang masing-masing gambarnya menjelaskan keunggulan perusahaan.

- 1) Tampilan *scene* ke 10 (di 01.32-01.36 detik)

Gaya Visual : *Flat Design*

Ukuran gambar : 1920 x 1080 px
Full HD



Keterangan : Menampilkan karakter seorang laki-laki yang memegang sebuah *Smart Tablet*.

- 1) Tampilan *scene* ke 11 (di 01.37-01.41 detik)
Gaya Visual : *Flat Design*
Ukuran gambar : 1920 x 1080 px
Full HD



Ukuran gambar : 1920 x 1080 px
Full HD

Keterangan : Menampilkan Tampilan *Smart tablet* yang sedang menampilkan gambar-gambar.

- 1) Tampilan *scene* ke 12 (di 01.42-01.53 detik)
Gaya Visual : *Flat Design*
Ukuran gambar : 1920 x 1080 px
Full HD



Keterangan : Menampilkan 3 gambar beserta penjelasan dan pengelompokannya.

- 1) Tampilan *scene* ke 13 (di 01.54-01.56 detik)
Gaya Visual : *Flat Design*
Ukuran gambar : 1920 x 1080 px
Full HD

Keterangan : Tampilan sebuah *smartphone*.

- 1) Tampilan *scene* 14 (di 01.57-02.07 detik)
Gaya Visual : *Flat Design*



Keterangan : Penjelasan mengenai social media perusahaan.

2. Media Pendukung

Selain media utama, dalam perancangan media promosi *Pojok Art Studio* juga membutuhkan suatu media pendukung dalam mempromosika perusahaan. Maka media pendukung yang akan digunakan yaitu berupa *x-banner*, *tumbler*, *T-shirt*, Stiker dan Topi dimana media pendukung ini diharapkan dapat membantu pengenalan kepada masyarakat secara tidak langsung melalui logo perusahaan yang tercantum pada merchandise/media pendukung yang telah dibuat.

a. X-Banner

Banner yang merupakan media publikasi digunakan pada saat *launching* pameran atau rilisnya perancangan media promosi *Pojok Art Studio* dengan ukuran 160x60 cm menggunakan bahas *vinyl* dalam proses pencetakannya. Berikut hasil perancangan media promosi dalam bentuk *X-Banner*.

Gambar 5. 2 X-Banner sebagai media pendukung promosi



b. Stiker



Gambar 5. 3 Stiker sebagai media pendukung promosi

c. Tumbler



Gambar 5. 4 *Tumbler*/Botol Minum

d. Topi



Gambar 5. 5 Topi sebagai media pendukung

e. T-Shirt



Gambar 5. 6 T-Shirt sebagai media pendukung promosi

3. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Dalam perancangan ini konsep yang digunakan yaitu “Kreativitas” yang diambil berdasarkan dari segi makna warna logo oleh *Pojok Art studio* yaitu orange yang bersifat hangat, ceria, kreatif dan abu-abu bersifat.

Selama ini *Pojok Art Studio* hanya melakukan strategi promosi melalui mulut ke mulut dan media sosial yaitu instagram, tetapi karena kurangnya daya tarik dari promosi yang dilakukan oleh *Pojok Art Studio* maka penulis merancang media promosi *pojok Art studio Company Profile* yang diimplementasikan dalam bentuk *motion graphic* jenis *flat design* yang diharapkan dapat lebih muda dipahami dan menarik minat target audiens. Dengan menggunakan media pendukung berupa *merchandise* yang juga dapat digunakan dalam kehidupan sehari-hari seperti stiker, *X-Banner*, *Tumbler*, dan *Topi*. Media pendukung ini bermaksud untuk mempromosikan secara tidak langsung kepada target *audieans* melalui logo dari *Pojok Art Studio*.

B. Saran

Dari hasil perancangan ini dapat di sarankan beberapa hal, yakni sebagai berikut:

1. Sebagai bahan referensi literatur bagi mahasiswa yang ingin merancang tugas akhir terkhusus pada perancangan media promosi perusahaan barang dan jasa, ataupun mengenai analisis materi.
2. Upaya peningkatan apresiasi mahasiswa terhadap disiplin ilmu lain, khususnya terhadap media promosi dan sebagainya. Maka tugas akhir ini dapat dijadikan sarana pembelajaran dan dapat dikembangkan dalam perancangan media informasi lainnya.

5. Referensi

- Adi Kusrianto. 2007. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Andi Offset
- AECT, 1977. *The Definition Of Educational Technology*. Washington: Association for Educational Communication and Technology.
- Al-Bahra Bin Ladjamudin. 2013. *Analisis dan Desain Sistem Informasi*. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Arsyad, Azhar. 2002. *Media Pembelajaran*, edisi 1. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Basu Swastha & Irawan. 2005. *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty, Yogyakarta.
- Dahnil, Muhammad, dan Syafwandi, Ishakawi. 2013. *Perancangan Company Profile Desain Komunikasi Visual Universitas Negeri Padang melalui CD Interaktif*. dekave 1.2
- Djaslim, Saladin, H, SE, 1991, *Unsur-Unsur Inti Pemasaran dan Manajemen Pemasaran*. Bandung: CV. Mandar Maju.
- Kotler, Amstrong. 2001. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Edisi kedua belas, Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Rambat Lupiyoadi,. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan praktik*. Jakarta: PT. Salemba Emban Patria.
- Rizky Soetam. 2011. *Konsep Dasar Rekayasa Perangkat Lunak*. Jakarta: Prestasi Pustaka,
- Sutrisno dan Kusmawan Ruswandi. 2007. *Prosedur Keamanan, Keselamatan, & Kesehatan Kerja*. Sukabumi: Yudhistira.
- Tjiptono Fandy. 2001. *Strategi Pemasaran*. Edisi Pertama. Yogyakarta: Andi Offset.