

MEDIA PROMOSI “ L’ILE CHOCOLATE ”

Jodi Rahmadi Putra¹, Dini Faisal²

Program Studi Desain Komunikasi Visual

Departemen Seni Rupa, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Padang

Email: jodirahmadi63@gmail.com

Submitted: 20xx-mm-dd

Accepted: 20xx-mm-dd

Published: 20xx-mm-dd

DOI: 10.24036/dekave.v11i1.xxxx

Abstrak

Perancangan ini ditujukan untuk menghasilkan sebuah media alternatif bagi pelanggan ataupun konsumen dari L’ile Chocolate untuk mengetahui produk apa saja yang dijual dan fasilitas apa saja yang disediakan oleh L’ile Chocolate yang dapat diakses dan di baca dimana saja. Masalah yang diidentifikasi adalah banyaknya pengunjung ataupun pelanggan yang tidak mengetahui adanya fasilitas seperti museum, cafe yang disediakan oleh L’ile Chocolate. Untuk menemukan jalan keluar dari masalah diatas, digunakan metode 4D yang memiliki beberapa tahapan, yaitu Definition, Design, Develop, dan Disseminate. Metode ini diawali dengan mencari dan memahami permasalahan yang dialami berdasarkan data, kemudian di lanjutkan dengan merancang media dari hasil analisa data sebelumnya, kemudian pengembangan atau perancangan dari rancangan awal, dan hasil perancangan yang sudah final disebarkan melalui beberapa platform digital atau print out. Perancangan ini akan menghasilkan sebuah output yaitu media *E-Catalog* sebagai media untuk menyampaikan informasi terkait produk dan fasilitas yang ditawarkan oleh L’ile Chocolate. Pembuatan media *E-Catalog* ini terbukti efektif untuk meningkatkan awareness dan kepercayaan pelanggan untuk membeli produk L’ile Chocolate. Hal ini terbukti dari uji kelayakan yang dimana pesan yang disampaikan dalam media *E-Catalog* mudah dipahami oleh target audience. Dan selain perancangan media utama, dirancang juga beberapa media pendukung seperti: Poster, X-Banner, Katalog, Social Media, Lunch Bag, Voucher, Greeting Card.

Kata kunci: E-Catalog, 4D, L’ile Chocolate

Pendahuluan

L’ile Chocolate merupakan badan usaha pengelola biji kakao yang dikembangkan menjadi sebuah cokelat. Perjalanan cokelat L’ile dimulai dari perkebunan kakao di perbatasan hutan lindung hujan tropis Bukit Barisan. Seni membuat cokelat dari para master cokelat Perancis. Usaha L’ile Chocolate ini tidak hanya berfokus pada pengolahan produk cokelat saja karena di lokasi pengembangan cokelat ini juga terfasilitasi tempat umum seperti museum, cafe, juga pabrik pengolahan cokelat itu sendiri. Saat ini L’ile Chocolate hanya memiliki akun Instagram sebagai media promosinya dan pada akun instagram L’ile Chocolate hanya mempromosikan foto produk, nama, dan harganya saja, hal ini menyebabkan kurangnya kepercayaan customer terhadap produk yang ditawarkan oleh L’ile Chocolate, dan banyak audience yang belum mengetahui mengenai fasilitas lokasi yang dimiliki oleh L’ile Chocolate.

Sehingga, dibutuhkannya sebuah media promosi untuk menjelaskan tentang cokelat apa yang digunakan dalam proses pembuatan cokelat serta proses packaging produk. Adapun solusi yang dilakukan untuk dapat menyelesaikan permasalahan pada L'ile Chocolate ini dengan merancang sebuah media E-Catalog.

Menurut Shaw Maichel (2000). E-Catalog adalah umumnya digunakan oleh organisasi individu atau untuk menyajikan barangbarang yang tersedia untuk dijual secara lebih tepat waktu dan efektif dari pada possible menggunakan katalog fisik atau istilah agent, alternative digunakan untuk E-Catalog etalase konsep seni, web toko, webkatalog, dan katalog internet.

E-Catalog untuk L'ile Chocolate ini akan menjelaskan terkait produk dan fasilitas apa saja yang ditawarkan oleh L'ile Chocolate yang akan meningkatkan promosi dari L'ile Chocolate. Solusi untuk permasalahan tersebut adalah dengan menggunakan media E-Catalog.

Artikel yang relevan dengan perancangan ini dilakukan oleh Monica Novita Putri, Syafwan, Dini Faisal (2013) yang membahas tentang Perancangan Promosi Lapangan Golf Wirabraja Puri Gardena Ulu Gadut Melalui Media Website dan Dina Yulistina, Baiq Desi Dwi Arianti (2019) yang membahas tentang E-Katalog Sebagai Sistem Informasi Pemasaran Kopi Sapit Berbasis Web. Perbedaan antara perancangan diatas dengan E-Catalog L'ile Chocolate ialah dari segi media yang digunakan, dimana perancangan media promosi untuk L'ile Chocolate ini menggunakan media E-Catalog, sedangkan pada judul diatas menggunakan media berupa website, namun masih dalam lingkup digital. Dimana Target Audience dari perancangan E-Catalog L'ile Chocolate merupakan calon customer yang ingin membeli produk dan juga ingin tahu tentang cokelat L'ile. Serta Content yang ada di dalam E-Catalog ialah tentang proses pengolahan produk cokelat L'ile Chocolate sampai siap dijual, dan fasilitas yang ditawarkan oleh L'ile Chocolate seperti museum, cafe, dan pabrik pengolahan L'ile Chocolate.

Metode

Pada perancangan E-Catalog L'ile Chocolate ini menggunakan pendekatan metode 4D. Model pengembangan 4-D (Four D) merupakan model pengembangan perangkat pembelajaran. Model ini dikembangkan oleh S. Thiagarajan, Dorothy S. Semmel, dan Melvyn I. Semmel (1974).

Metode 4D ini terdiri atas 4 tahapan, diantaranya :

1. Define

Tahap pendefinisian untuk menentukan dan mendefinisikan kebutuhan-kebutuhan apa saja dalam proses perancangan *e-catalog* serta mengumpulkan berbagai informasi yang berkaitan dengan produk. Dalam tahap ini, perancang mulai mendefinisikan masalah yang ada pada L'ile Chocolate.

2. *Design*

Setelah mendapatkan permasalahan dari tahap pendefinisian, selanjutnya dilakukan tahap perancangan. Tahap ini bertujuan merancang suatu media promosi agar dapat dipahami oleh target *audience* dengan mudah dan nyaman, karena ukuran font yang digunakan serta warna yang dipilih dalam tahap desain ini nyaman untuk dilihat dengan menggunakan *smartphone* ataupun *device* lainnya seperti PC atau laptop.

3. *Develop*

Selanjutnya adalah tahap pengembangan bertujuan untuk menghasilkan media promosi yang sudah direvisi berdasarkan masukan ahli dan uji coba kepada pengguna. Pada tahap pengembangan, perancang akan mengembangkan desain yang sudah dibuat menjadi beberapa alternatif desain.

4. *Dessimate*

Setelah uji coba terbatas telah direvisi, tahap selanjutnya adalah tahap penyebaran. Tujuan dari tahap ini adalah menyebarluaskan media promosi agar pesan yang ingin disampaikan dapat diterima oleh target *audience* dengan efektif.

Metode Pengumpulan Data

Metode yang dipergunakan dalam proses perancangan *E-Catalog* L’ile Chocolate ini yaitu :

1. Data Primer

Pada tahapan data primer ini melakukan kegiatan pengumpulan data melalui sumber L’ile Chocolate. Pengambilan data primer ini dilakukan penulis melalui observasi lapangan, wawancara dengan owner secara langsung juga dokumentasi.

2. Data Sekunder

Pada tahapan data sekunder merupakan data yang didapat dengan mengkaji teori yang diperoleh melalui buku , jurnal, serta internet terkait *E-Catalog*.

Metode Analisis Data

Metode analisis data merupakan proses *find and arrange* data yang didapat melalui beberapa tahapan seperti wawancara, catatan hasil pengamatan di lapangan, dan dokumentasi. Perancangan *E-Catalog* ini menggunakan metode yaitu 5W + 1H (*What, When, Where, Why, Who* dan *How*).

1. *What?* (apa)

Permasalahan yang diangkat terkait dengan belum efektifnya media promosi pada L’ile Chocolate, berfokus pada penjelasan informasi tentang produk dan usaha L’ile Chocolate itu sendiri karena belum menerapkan prinsip-prinsip desain komunikasi visual yang sesuai.

2. *Who?* (Siapa)

Permasalah ini berdampak kepada customer dari L’ile Chocolate. Yang menyebabkan kurangnya awareness customer terhadap produk L’ile Chocolate karena tidak adanya informasi terkait pengolahan ataupun tata cara produksi cokelat L’ile.

3. *Where?* (Dimana)
Permasalahan ini terjadi di Gerai atau Toko L'ile Chocolate baik offline ataupun online seperti media instagram.
4. *Why?* (Kenapa)
Permasalahan ini terjadi dikarenakan adanya customer yang tidak mengetahui asal muasal produk L'ile Chocolate dan juga adanya masyarakat ataupun customer yang antusias untuk menanyakan terkait pengolahan cokelat juga kualitas produk cokelat yang digunakan.
5. *When?* (Kapan)
Permasalahan ini terjadi saat ini, dimana perkembangan teknologi dan informasi semakin berkembang dan antusias masyarakat untuk mencari informasi sebelum membeli suatu produk atau jasa menjadi tolak ukur dalam memutuskan berbelanja.
6. *How?* (Bagaimana)
Dapat disimpulkan dari paparan di atas bahwa Permasalahan dapat diatasi dengan membuat perancangan e-catalog dengan mempertimbangkan isi pada e-catalog. Seperti, memasukkan informasi terkait usaha L'ile Chocolate mulai dari produk yang ditawarkan, cara pengolahan, sampai pada proses pengemasan sebelum sampai ke tangan customer, dengan menggunakan prinsip desain yang tepat. Tidak hanya menampilkan visual yang baik, namun bahasa yang digunakan mudah dipahami target audience.

Hasil dan Pembahasan

Dalam perancangan *E-Catalog* L'ile Chocolate ini membutuhkan media utama dan media pendukung sebagai penunjang dari media utama. Media utama yang dipakai *E-Catalog* yang dapat diakses melalui laptop, ataupun perangkat digital lainnya. *E-Catalog* ini akan di upload ke media free akses seperti ISSUE.

Uji Kelayakan Karya

Uji kelayakan karya dilakukan pada 10 orang pengunjung L'ile Chocolate dan juga mahasiswa.

Tabel 1. Uji Kelayakan Karya *E-Catalog* L'ile Chocolate

No.	Aspek Penilaian	Kriteria Penilaian				
		1	2	3	4	5
		Sangat Kurang	Kurang	Cukup	Baik	Sangat Baik
1.	Visual				8	2
2.	Kemudahan Menerima Informasi				1	9
3.	Kemudahan Interaksi				10	
4.	Kepuasan					10

Berdasarkan table Uji Kelayakan diatas, perancang menemukan 8 dari 10 orang memilih visual dari e-catalog L’ile Chocolate sudah baik, dan pada kemudahan menerima informasi dari e-catalog L’ile Chocolate mendapatkan hasil sangat baik dimana partisipan berjumlah 9 dari 10 orang, 10 orang partisipan yang ditanya berpendapat bahwa kemudahan interaksi dari e-catalog L’ile Chocolate sudah baik, dan 10 orang dari partisipan beranggapan kepuasan dalam membaca e-catalog L’ile Chocolate sudah sangat baik. perancang memiliki kesimpulan bahwa Target Audience menerima informasi terkait yang disampaikan dalam E-catalog, dan meningkatkan keinginan untuk datang langsung ke L’ile Chocolate. Selain itu, perancangan media E-Catalog dinilai memiliki kemudahan akses, dan visual yang digunakan diterima oleh target audience.

Pendekatan Verbal

Pada perancangan E-Catalog L’ile Chocolate ini menerapkan pesan verbal yang menyampaikan narasi informasi terkait produk dan fasilitas yang ditawarkan oleh L’ile Chocolate. Bahasa yang digunakan dalam pendekatan verbal ini ialah bahasa indonesia dan inggris, dikarenakan menyesuaikan dengan masyarakat sekitar.

1. Pra Produksi

a. Tipografi

catalog L’ile Chocolate ini akan menggunakan jenis huruf dengan legibility dan readability yang baik digunakan pada format digital agar informasi yang ditampilkan dapat tersampaikan dengan baik. Jenis huruf yang dipilih adalah Rubik. Rubik termasuk dalam kategori huruf sans serif atau kelompok huruf yang tidak memiliki kait.

Rubik	Large Title Regular <i>Large Title Regular</i> Large Title Regular	Memiliki <i>legibility</i> yang baik dan kesan yang ramah
-------	--	---

Gambar 1. Font Rubik

b. Warna

Warna yang digunakan dalam perancangan E-catalog L’ile Chocolate ini adalah warna yang sesuai dengan karakteristik target audience. Untuk itu, dipilih warna-warna yang cerah untuk memberikan kesan yang ramah, nature, dan mencerminkan cokelat.



Gambar 2. Tone Palet yang digunakan pada E-Catalog L’ile Chocolate

2. Produksi

Pada tahapan ini melanjutkan ke tahapan pra-produksi. Pada tahap ini perancang lebih menitik beratkan pada proses *layout E-Catalog* menggunakan Aplikasi Adobe Photoshop CC2019.

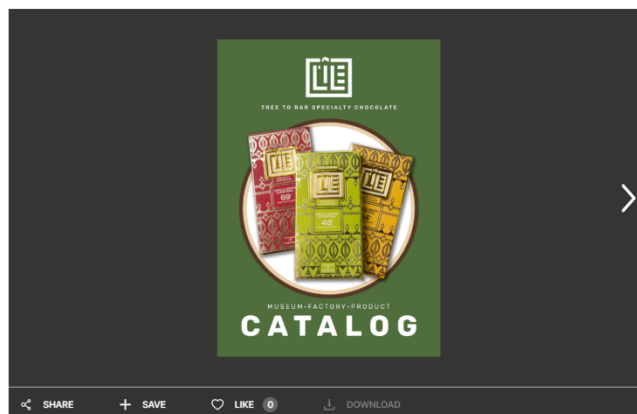
3. Pasca Produksi

Tahap ini merujuk proses setelah produksi dalam hal editing. Pada tahap ini perancang melakukan proses finishing kemudian perancang juga melakukan proses Re-Check perancangan *E-Catalog* yang sudah dibuat.

Final Design

A. Media Utama

Final design dari media promosi *E-Catalog L'ile Chocolate* akan dimuat kedalam form digital yang mudah di access oleh target audience untuk dapat diakses dimana saja.



Gambar 3. Media Utama *E-Catalog L'ile Chocolate* di platform ISSUU

Perancangan media *E-Catalog L'ile Chocolate* menggunakan warna yang *nature* dan Bahasa yang mudah dimengerti oleh target audience. pada gambar diatas, tampilan yang di ambil adalah *cover* dari *E-Catalog L'ile Chocolate* yang telah di upload ke platform issuu.

B. Media Pendukung



Gambar 3. Kolase Media Pendukung By Jodi Rahmadi (2022)

Pada gambar 3, merupakan media pendukung yang berupa *poster*, *x-banner*, *catalog*, *sosial media instagram*, *lunch bag*, *voucher*, dan *greeting card*.

Conclusion/ Kesimpulan

L’ile Chocolate merupakan L’ile Chocolate merupakan badan usaha pengelola biji kakao yang dikembangkan menjadi sebuah cokelat. Cokelat L’ile diproduksi di kota Padang, dimana biji kakao ditanam dan diproses langsung di Sumatera Barat, L’ile Chocolate memiliki tempat pengolahan coklat sendiri, museum, dan berbagai jenis produk cokelat yang belum banyak terekspos dan diketahui oleh masyarakat luas.

Penggunaan *E-Catalog* dirasa dapat menjadi alternative media dalam promosi serta memberi informasi terkait L’ile Chocolate, seperti bagaimana proses pengolahan cokelat, hingga sampai ke tangan konsumen, tempat yang ditawarkan oleh L’ile Chocolate seperti museum, cafe, dan pabrik.

Dapat ditarik kesimpulan bahwa Penggunaan *E-Catalog* dirasa dapat menjadi alternative media dalam mempromosikan fasilitas serta produk yang ditawarkan oleh L’ile Chocolate.

Selain *E-Catalog* merupakan media utama, dan beberapa media yang dijadikan sebagai media pendukung seperti: *poster*, *banner*, *Instagram post*, *lunch bag*, *voucher*, dan *greeting card*.

Berdasarkan perancangan *E-Catalog* L'ile Chocolate ini. Terdapat harapan dari perancang, antara lain:

1. Perancangan E-Catalog ini diharapkan dapat membantu peningkatan promosi dan penjualan L'ile Chocolate.
2. Perancangan E-Catalog ini diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan konsumen terhadap produk yang ditawarkan oleh L'ile Chocolate.
3. Dengan adanya perancangan E-Catalog ini diharapkan dapat meningkatkan ketertarikan konsumen untuk berkunjung ke lokasi yang di sediakan oleh L'ile Chocolate.

Rujukan

Monica N., Syafwan & Faisal D. (2013). Perancangan Promosi Lapangan Golf Wirabraja Puri Gardena Ulu Gadut Melalui Media Website. *Jurnal DEKAVE: Universitas Negeri Padang*.

Shaw M., & Wiston A. (2000). *Handbook on Electronic Commerce*. Heidelberg New York.

Thiagarajan, S., Semmel, D.S., & Semmel, M.I. (1974). *Instructional Development For Training Teacher Of Exceptional Children*. Bloomington Indiana: Indiana University.

Yulistina D., Arianti B.D.D. (2019). E-Katalog Sebagai Sistem Informasi Pemasaran Kopi Sapit Berbasis Web. *EDUMATIC: Jurnal Pendidikan Informatika*. Universitas Hamzanwadi.