

**PERANCANGAN PROMOSI
RESTORAN *SEAFOOD*-PEMPEK MAMA OKY
MELALUI MEDIA IKLAN TELEVISI**

JURNAL



Oleh:

FITRI RAMADHANI

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

JURUSAN SENI RUPA

FAKULTAS BAHASA DAN SENI

UNIVERSITAS NEGERI PADANG

Wisuda Periode September 2014

PERSETUJUAN JURNAL

**PERANCANGAN PROMOSI RESTORAN *SEAFOOD*-PEMPEK MAMA
OKY MELALUI MEIA IKALAN TELEVISI**


FITRI RAMADHANI

Artikel ini disusun berdasarkan Laporan Karya Akhir "**Perancangan Promosi Restoran *Seafood-Pempek Mama Oky Melalui Media Iklan Televisi***" untuk persyaratan wisuda periode September 2014 yang telah diperiksa dan disetujui oleh kedua pembimbing.

Padang, Juni 2014

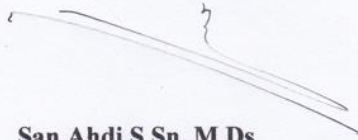
Disetujui oleh,

Pembimbing I



Dra. Jupriani, M.Sn
NIP. 19631008.1999003.2.003

Pembimbing II



San Ahdi S.Sn, M.Ds
NIP. 19791216.200812.1.004

PERANCANGAN PROMOSI RESTORAN *SEAFOOD*-PEMPEK MAMA OKY MELALUI MEDIA IKLAN TELEVISI

Fitri Ramadhani¹, Dra, Jupriani M.Sn², San Ahdi, S.Sn. M.Ds³

Program Studi Desain Komunikasi Visual

Jurusan Pendidikan Seni Rupa

FBS Universitas Negeri Padang

Email :Fitri_Robbentino07@yahoo.com

Abstrak

Restoran *Seafood*-Pempek Mama Oky merupakan restoran yang ada di kota padang yang berdiri pada tanggal 19 Mei 2012. Beralamat di Jl. Bandar Damar no. 19 Kota Padang, Sumatra Barat, dan dipimpin oleh bapak Rudi Setiawan. Selama restoran berdiri, promosi yang dilakukan Restoran *Seafood*-Pempek Mama Oky belum memberikan efek yang signifikan, dikarenakan sejak pertama berdiri Restoran *Seafood*-Pempek Mama Oky hanya melakukan promosi melalui media brosur saja.

Dari hal tersebut, maka dibuatlah perancangan promosi *Seafood*-Pempek Mama Oky dalam media iklan televisi. Iklan televisi merupakan sebuah media untuk mempromosikan suatu produk, dibuat dalam berupa video yang berdurasi 30 detik dan di tambah dengan gambar dan audio dilengkapi dengan pesan yang singkat dan tepat. Iklan televisi dipilih sebagai media utama karena teknologi dan informasi seperti ini begitu mudah ditemukan.

Metode perancangan yang digunakan yaitu analisis SWOT, keunggulan dari Restoran *Seafood*-Pempek Mama Oky yaitu dimana satu-satunya restoran *seafood* yang dilengkapi dengan Pempek yang ada di kota Padang. Kelemahan dari Restoran *Seafood*-Pempek Mama Oky yaitu kurangnya media promosi yang dilakukan oleh Restoran *Seafood*-Pempek Mama Oky.

Era teknologi dan informasi saat ini sudah banyak ditemui sehingga dapat dimanfaatkan untuk promosi Restoran *Seafood*-Pempek Mama Oky dalam bentuk iklan televisi. Dukung oleh media lain yaitu X-Banner, Kotak CD, Label CD, Kalender, Pin, Stiker, Piring Hias, Buku Menu, Flaig Chain, dan NomorMeja.

Kata kunci : Video, IklanTelevisi, Promosi, *Seafood*-Pempek Mama Oky.

¹Mahasiswa penulis Laporan Karya Akhir Prodi Desain Komunikasi Visual untuk wisuda periode September 2014

²Pembimbing I, dosen FBS Universitas Negeri Padang

³Pembimbing II, dosen FBS Universitas Negeri Padang

Abstract

Pempek Mama Oky Seafood is a restaurant in Padang which is wilt on 19th May 2012. It is at Bandar Damar street no.19, Padang, west Sumatra. It is led by Mr. Rudi Setiawan. Since it's first built, this restaurant's promotions don't have significant effect, because the promotion is only by brochure.

From the reason above, Pempek Mama Oky Seafood promotion trough television advertisement is designed. TV advertisement is one of the way to promote a product by a video around 30 seconds, completed by picture, sound and brief message. TV Advertisement is choosen as the media because this kind of technology and information is easy to find.

This design uses SWOT analisis metod. The superiority of Pempek Mama Oky restaurant is, it's the only one seafood restaurant in Padang. That is completed by Pempek. It's weakness is lack of promotion.

There so many technology and information that cin be used Pempek Mama Oky Seafood promotion, one of them is TV advertisement, supported by X-Banner, CD Box, CD Label, Calender, Pin, Sticker, Decoratives Plates, Book Menu, Flaig Chain, and Tabel Number.

Key Word: Video, TV Advertisement, Promotion, Pempek Mama Oky Seafood.

¹Mahasiswa penulis Laporan Karya Akhir Prodi Desain Komunikasi Visual untuk wisuda periode September 2014

²Pembimbing I, dosen FBS Universitas Negeri Padang

³Pembimbing II, dosen FBS Universitas Negeri Padang

A. Pendahuluan

Pempek telah ada di Palembang sejak masuknya perantau Cina ke Palembang, yaitu di sekitar abad ke-16, saat Sultan Mahmud Badaruddin II berkuasa di kesultanan Palembang-Darussalam. Nama pempek atau empek-empek diyakini berasal dari sebutan "apek", yaitu sebutan untuk lelaki tua keturunan Cina.

Berdasar cerita rakyat, sekitar tahun 1617 seorang apek berusia 65 tahun yang tinggal di daerah Perakitan (tepiian Sungai Musi) merasa prihatin menyaksikan tangkapan ikan yang berlimpah di Sungai Musi. Hasil tangkapan itu belum seluruhnya dimanfaatkan dengan baik, hanya sebatas digoreng dan dipindang. Si apek kemudian mencoba alternatif pengolahan lain. Ia mencampur daging ikan giling dengan tepung tapioka, sehingga dihasilkan makanan baru. Makanan baru tersebut dijajakan oleh para apek dengan bersepeda keliling kota. Oleh karena penjualnya dipanggil dengan sebutan "pek ... apek", maka makanan tersebut akhirnya dikenal sebagai pempek atau empek-empek.

Pada awalnya pempek dibuat dari ikan belida. Namun, dengan semakin langka dan mahalnya harga ikan belida, ikan tersebut diganti dengan ikan gabus yang harganya lebih murah, tetapi dengan rasa yang tetap gurih.

Pada perkembangan selanjutnya, digunakan juga jenis ikan sungai lainnya, misalnya ikan putak, toman, dan bujuk. Dipakai juga jenis ikan laut seperti Tenggiri, Kakap Merah, parang-parang, ekor kuning, dan ikan sebelah.

Restoran *Seafood*-Pempek Mama Oky yang terdapat di Kota Padang tepatnya di jalan Bandar Damar no.19 kota Padang, Sumatra Barat. Restoran *Seafood*-Pempek Mama Oky berdiri pada tanggal 19 Mei 2012, yang didirikan oleh Rudi Setiawan. Restoran *Seafood*-Pempek Mama Oky menawarkan beraneka makanan dan minuman. Makanan yang ditawarkan berupa makanan *seafood* yang dilengkapi dengan pempek dan dilengkapi dengan berbagai macam minuman.

Konsep dari Restoran *Seafood*-Pempek Mama Oky yaitu berupa restoran seafood yang mana menawarkan menu makanan *seafood* dan pempek khas Palembang. Pempek Palembang Mama Oky adalah pempek Palembang asli, dimana segala bahan-bahan kebutuhan di datangkan langsung dari Palembang termasuk juga orang yang memproduksinya. Di Restoran *Seafood*-Pempek Mama Oky memberikan beraneka menu makanan *seafood* mulai dari Ikan, Kepiting, Udang, Cumi, Daging Sapi, Daging ayam, Mie, Sayuran, Gorengan, Nasi dan dilengkapi dengan beraneka pilihan pempek yaitu pempek khas Palembang antara lain telur, lenjer, kapal selam, lenggang dan lain sebagainya, dan dilengkapi juga dengan beraneka pilihan menu minuman.

Pada saat ini, masyarakat masih banyak yang belum mengetahui tentang keberadaan dan keunggulan dari Restaurant *Seafood*-Pempek Mama Oky, seperti yang disampaikan oleh bapak Rudi Setawan yang merupakan pemilik Restaurant *Seafood*-Pempek Mama Oky, promosi yang dilakukan oleh Restaurant *Seafood*-Pempek Mama Oky hanya melalui media brosur saja,

namun belum efektif untuk sebuah promosi. Maka diperlukan sebuah solusi untuk pemecahan masalah tersebut. Dari data-data yang didapatkan dari Restaurant *Seafood-Pempek* Mama Oky, perancang menyadari bahwa perlunya sebuah media promosi yang efektif agar dapat membantu Restaurant *Seafood-Pempek* Mama Oky dalam mempromosikan keberadaannya, khususnya ditengah masyarakat kota Padang. Oleh sebab itu perancang perlu melakukan perancangan media promosi restoran *Seafood-Pempek* Mama Oky. Dari data-data yang didapatkan tersebut, perancang berinisiatif untuk mempromosikan restoran *Seafood-Pempek* Mama Oky dengan media yang lebih efektif yaitu melalui media Iklan Televisi.

Dimana Iklan Televisi mempunyai kemampuan untuk mempengaruhi target *audience* nantinya. Sesungguhnya media promosi untuk mempromosikan restoran *Seafood-Pempek* Mama Oky lebih banyak, akan tetapi, menurut perancang Iklan Televisi salah satu media yang lebih tepat untuk mempromosikan restoran *Seafood-Pempek* Mama Oky tersebut karena Iklan Televisi memiliki banyak kelebihan yaitu dengan adanya video, sound, dan pesan yang jelas dan tepat pada target *audience* dengan durasi yang pendek sehingga target *audience* yakin dengan produk yang ditawarkan, dengan adanya kelebihan dari Iklan Televisi tersebut perancang yakin bisa mempengaruhi target *audience*. Dan terkait juga dengan media promosi restoran *Seafood-Pempek* Mama Oky belum memiliki media promosi yang berbentuk Iklan Televisi, dan didukung juga dengan permintaan dari pemilik restoran *Seafood-*

Pempek Mama Oky sendiri. Dalam perancangan restoran seafood mpek-mpek mama oky ini juga didukung dengan media pendukung seperti X-banner, kotak CD, label CD, buku menu, kalender, piring hias, stiker, flaig chain, pin, nomor meja. Dengan demikian terjadi rumusan masalah seperti hal berikut.**Bagaimana mempromosikan Restoran *Seafood*-Pempek Mama Oky melalui iklan televisi.**

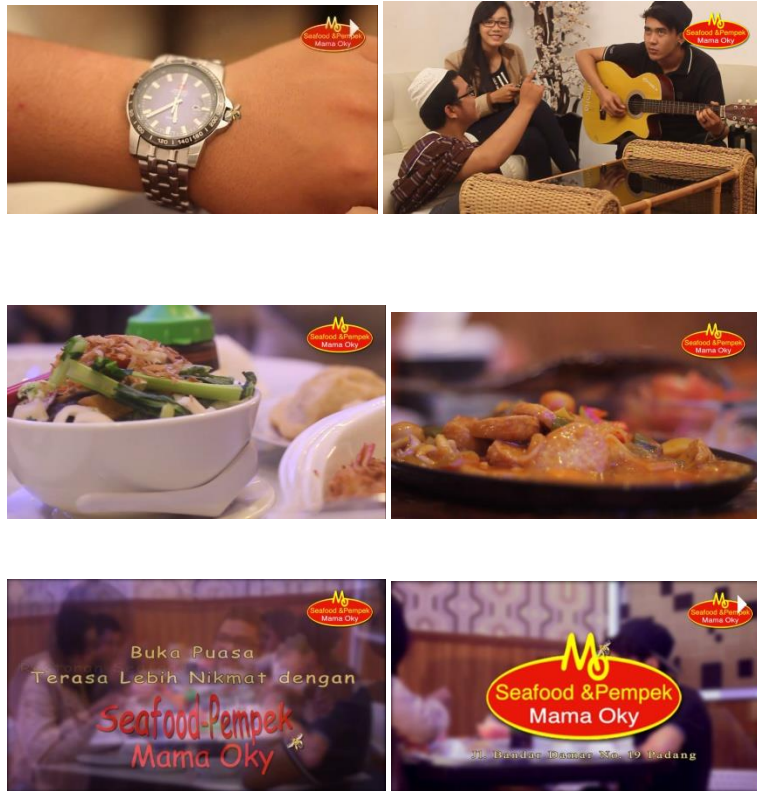
Karya Relevan



Gambar 1
Tampilan iklan televisi Seafood In Tiga Rasa
Download Internet
2013

Media Utama Video Iklan Televisi





Gambar 2
Tapilan iklan restoran Seafood-Pempek Mama Oky
Fitri Ramadhani
2014

Pada media utama iklan televisi Restoran Seafood-Pempek Mama Oky berisikan tentang menu makanan dan minuman yang ditawarkan oleh restoran tersebut.

B. Iklan Televisi

Iklan televisi mengandung unsur suara, gambar dan gerak. Oleh karenanya, pesan yang ditampilkan sangat menarik perhatian dan impresif. Iklan televisi yang terbentuk spot lebih sering disebut dengan istilah klip iklan. Saat ini bentuk iklan televisi cukup bervariasi. Dahulu,

kecendrungan iklan televisi berupa klip iklan. Kini dikembangkan potensi periklanan televisi yang baru dengan running text, super-imposed, announcer background, blocking program, dan benda-benda seperti yang tersorot kamera digunakan sebagai iklan.

Karyadi (29-32) Iklan televisi dikelompokkan berdasarkan bentuk, yaitu sebagai berikut:

a. *Live Action*

Live action adalah klip iklan yang melibatkan unsur gambar, suara dan gerak secara bersama. Gambar yang diperlihatkan beragam, meliputi cuplikan kehidupan, tempat-tempat dan segala yang betkait dengannya. *Live action* yang paling diperhatikan adalah cuplikan kehidupan sehari-hari, seperti mencuci piring, memasak, menderita sakit, mengendarai mobil dan sebagainya, maka klip iklan ini terasa lebih "natural"

b. *Animation*

Iklan animasi merupakan iklan yang dibangun berdasar gambar animasi baik dua dimensi maupun 3D, yang dikerjakan secara manual maupun dengan teknik computer. Gambar-gambar dibuat dan diurutkan sedemikian rupa sehingga member kesan gerak yang hidup. Dalam teknik animasi untuk menghasilkan gerak normal diperlukan 25 frame gambar untuk durasi satu detik.

Teknik animasi dalam periklanan sangat membantu penyampaian pesan menjadi menarik dan dramatik. Dengan teknik animasi, dapat ditampilkan secara berbeda dengan realistic empirik, sehingga dapat memvisualisasikan pesan sangat bebas dan tidak terbatas.

c. *Stop Action*

Iklan *stop action* biasanya merupakan paduan antara teknik *live action*, gambar gambar kehidupan sehari-hari, dengan teknik animasi, untuk member efek

dramatic iklan, sehingga ilustrasi yang rumit tergambar dengan baik dan menarik. Kebanyakan teknik *stop action* diterapkan pada produk makanan, minuman, obat-obatan atau suplemen.

C. Metode Analisis Data

Setelah mendapatkan data-data dari restoran *seafood*-pempek mama Oky untuk memecahkan masalah-masalah yang ada, maka dari data-data diatas penulis menggunakan analisis SWOT (*strength, weakness, opportunity, thereat*). Dengan menggunakan analisis SWOT, penulis dapat membandingkan kekurangan dan kelebihan yang ada pada restoran *seafood*-pempek mama Oky tersebut.

1. *Strength* (kekuatan/keunggulan)

Keunggulan yang terdapat di restoran *seafood*-pempek mama oky tersebut adalah:

- a. Menggunakan konsep yang menarik dimana menu yang ditawarkan berupa makanan *seafood* dan juga dilengkapi oleh pempek asli Palembang sebagaimana disukai oleh orang banyak.
- b. Iklan televisi merupakan media promosi yang digunakan untuk mempromosikan suatu produk atau jasa yang dipromosikan melalui televisi.
- c. Informasi yang disajikan oleh media iklan televisi, lebih jelas sehingga pesan yang disampaikan kepada *audience* lebih mudah ditangkap.

2. Weakness(kelemahan)

Kelemahan yang terdapat pada restoran *seafood*-pempek mama Oky adalah:

- a. Kegiatan promosi yang dilakukan oleh restoran *seafood*-pempek mama Oky belum begitu efektif.
- b. Belum ada promosi yang berbentuk media iklan televisi.
- c. Tempat yang belum diketahui orang banyak.

3. Opportunity (peluang)

Peluang yang dimiliki restoran *seafood*-pempek mama Oky adalah:

- a. Restoran yang menggunakan konsep yang unik dan menarik yaitu restoran yang menawarkan makanan *seafood* yang dilengkapi dengan pempek dikota padangkhususnya.
- b. Dengan menggunakan media iklan televisi, masyarakat akan lebih jelas mendapatkan informasi dari restoran tersebut.

4. Threat (ancaman)

Yang menjadi ancaman pada restoran *seafood*-pempek mama Oky adalah banyaknya pesaing pada restoran-restoran besar khususnya yang berada dikota Padang.

Metode analisis SWOT menjelaskan tentang beberapa penjelasan didalam suatu tersebut seperti: kekuatan dan keunggulan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang ada pada perusahaan dan media tersebut.

D. Pembahasan

1. Media Utama

a. Iklan Televisi

Media utama promosi Restoran *Seafood-Pempek Mama Oky* adalah Iklan Televisi, Iklan televisi merupakan salah satu media untuk mempromosikan suatu produk kepada target *audience* melalui televisi, Promosi restoran *Seafood-Pempek Mama Oky* memperlihatkan kepada *audience* tentang restoran *Seafood-Pempek Mama Oky*, yaitu memperlihatkan tentang menu makanan yang ada pada restoran *Seafood-Pempek Mama Oky*. Dengan memberi penjelasan tentang restoran *Seafood-Pempek Mama Oky* dengan berupa gambar dan narasi sehingga nantinya dapat meyakinkan target *audience*.

2. Media Pendukung

a. X-Banner

X-Banner ini adalah karya seni atau desain grafis yang memuat komposisi gambar dan huruf di atas kertas berukuran besar dengan penyangga berbentuk x.



Gambar 3

b. Kotak CD

Kotak CD adalah tempat dimana meletakkan kaset CD, biasanya kotak CD berbentuk bervariasi, kotak CD biasanya dibuat dari kotak, kertas yang berbentuk bervariasi yang mana berguna untuk menyimpan kaset CD tersebut.



Gambar 4

c. Label CD

Cover CD merupakan identitas pada kaset yang berbentuk gambar atau tulisan.



Gambar 5

d. Kalender

Kalender merupakan tempat untuk melihat petunjuk tentang hari atau tanggal, untuk mengetahui tentang keterangan pada hari atau tanggal. Kalender biasanya berbentuk segi panjang berukuran A3 dan ada juga berbentuk kalender duduk yang biasanya di letakkan di atas meja.



Gambar 6

e. Pin

Pin atau *payment* yang terdapat gambar maupun tulisan di depannya dan bisa disajikan sebagai aksesoris untuk para *target audience*.



Gambar 7

f. Stiker

Merupakan media promosi yang paling banyak dan sering digunakan untuk mempromosikan produknya karena sifatnya yang sangat flexibel, bisa ditempel dimana saja.



Gambar 8

g. Piring Hias

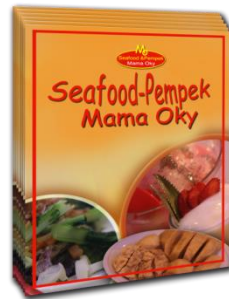
Piring hias merupakan media promosi atau hiasan berupa pajangan hiasan pada piring yang berhiasan menarik.



Gambar 9

h. Buku Menu

Buku menu adalah buku yang mana berisi macam-macam nama menu makanan atau minuman yang biasa ada pada restoran, kafe, atau sejenisnya yang mana berfungsi untuk menawarkan makanan kepada pengunjung untuk memilih makanan yang akan dipesan pada restoran tersebut.



Gambar 10

i. Flaig Chain

Flag chain merupakan materi promosi berbentuk bendera, kotak, segi tiga, atau lainnya dengan ukuran kecil yang terbuat dari plastik, karton atau sejenisnya. Flag chain berfungsi sebagai penanda area event.



Gambar 10

j. Nomor Meja

Nomor Meja merupakan materi promosi berbentuk segi empat, segi tiga dan lain sebagainya yang di alas dengan kotak bening yang di terbuat dari plastik, akrilik atau sejenisnya yang di beri kaki, yang di letakkan di atas meja sebagai tanda pada meja tersebut.



Gambar 11

E. Kesimpulan dan Saran

1. Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil perancangan promosi restoran *Seafood-Pempek* Mama Oky melalui media iklan televisi, maka penulis menyimpulkan sebagai berikut.

Perancangan promosi restoran *Seafood-Pempek-Mama Oky* melalui media iklan televisi ini di harapkan dapat membantu promosi restoran *Seafood-Pempek* Mama Oky lebih luas lagi, menjangkau para konsumen atau target audience yang tadinya belum mengenal restoran *Seafood-Pempek-Mama Oky*. Konsumen atau target audience dapat mengetahui info tentang restoran *Seafood-Pempek* Mama Oky melalui media iklan televisi.

Promosi yang dilakukan selain menggunakan media utama iklan televisi, juga menggunakan media pendukung seperti x-banner, kotak CD, label CD, kalender, pin, stiker, piring hias, buku menu, flag chain, nomor meja. Pemakaian media ini sebagai pendukung promosi diharapkan dapat memberikan informasi dan image perusahaan yang mengandalkan banyak fasilitas dengan kualitas yang sangat baik.

2. Saran

Berdasarkan hasil perancangn promosi restoran *Seafood-Pempek Mama Oky* melalui media iklan televisi ini terdapat beberapa saran sebagai berikut.

1. Kepada pihak restoran *Seafood-Pempek Mama Oky* untuk dapat lebih memperhatikan promosi melalui media-media, karena dengan promosi menggunakan media akan lebih tersampaikan apa yang ingin dipromosikan.
2. Kepada para konsumen atau target *audience* untuk mengunjungi restoran *Seafood-Pempek Mama Oky*, restoran ini mampu menyajikan menu yang menggugah selera.

Daftar Rujukan

Fachruddin, Andi. 2012. Dasar-dasar Produksi Televisi. Jakarta: Kencana Perdana Media Group.

Karyadi, Yatno. Pengantar Periklanan. STSi Padang Panjang: Jurusan Televisi.

http://tiraikasih.tripod.com/Sejarah_Pempek.htm