

**PERANCANGAN IKLAN LUAR RUANG DALAM MEDIA TRANSIT
ADVERTISING TEXAS JUICE DI KOTA BUKITTINGGI**

JURNAL

Diajukan kepada Universitas Negeri Padang
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam
Menyelesaikan Program Sarjana Desain Komunikasi Visual



Oleh:

OKI SIKUMBANG
NIM. 14512/2009

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN SENI RUPA
FAKULTAS BAHASA DAN SENI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2016**

PERSETUJUAN JURNAL

**PERANCANGAN IKLAN LUAR RUANG DALAM MEDIA TRANSIT
ADVERTISING TEXAS JUICE DI KOTA BUKITTINGGI**

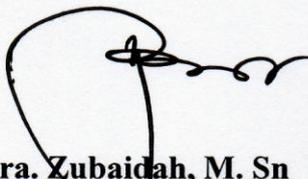
Artikel ini disusun berdasarkan Laporan Karya Akhir “Perancangan Iklan Luar Ruang Dalam Media Transit Advertising Texas Juice Di Kota Bukittinggi” untuk persyaratan wisuda periode September 2016 yang telah diperiksa dan disetujui oleh kedua dosen pembimbing.

OKI SIKUMBANG

Padang, 19 Agustus 2016

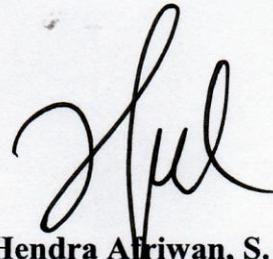
Disetujui oleh:

Dosen Pembimbing I,



Dra. Zubaidah, M. Sn
NIP. 19570425.198602.2.001

Dosen Pembimbing II,



Hendra Ariwan, S. Sn. M. Sn.
NIP. 19770401.200812.1.002

ABSTRAK

Judul : Perancangan Iklan Luar Ruang Dalam Media Transit Advertising Texas Juice Di Kota Bukittinggi
Penulis : Oki Sikumbang
Pembimbing : 1. Dra. Zubaidah A, M. Sn.
2. Hendra Afriwan, S. Sn. M. Sn.

Texas Juice didirikan pada tahun 2006 oleh Lisa Vitria yang berasal dari *Maninjau*. Nama Texas Juice bermula dari ide saat diundang oleh BTV, yaitu siaran tv lokal dalam program acara "*Wanita Berkarya*". Texas Juice adalah industri kecil yang menyajikan berbagai macam menu makanan dan minuman, namun lebih mengkhususkan untuk menyajikan minuman jus yang terbuat dari buah-buahan segar dengan berbagai rasa dan varian. Selain itu keunikan yang disuguhkan oleh Texas Juice adalah dalam pembuatan jus pemilik menggabungkan 2 hingga 3 rasa jus dalam penyajiannya. Itulah yang menjadi daya tarik bagi para konsumen.

Karya akhir ini bertujuan untuk menghasilkan sebuah media iklan tentang Texas Juice. Adapun metode perancangan yang digunakan oleh penulis adalah dimulai dari metode pengumpulan data yaitu melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Kemudian dilanjutkan dengan metode analisis data dengan menggunakan analisis data *Strengths, Weakness, Opportunities, dan Threat* (SWOT), selanjutnya menyimpulkan analisis data dan melakukan pendekatan kreatif (media utama dan pendukung). Dalam perancangan media transit ini penulis menampilkan pesan atau informasi verbal dan visual bagi konsumen.

Dengan dirancangnya media transit ini, diharapkan dapat meningkatkan dan menjadi daya tarik konsumen atau masyarakat. Selain itu, diharapkan dapat menarik perhatian pembeli atau masyarakat luas sehingga dapat meningkatkan eksistensi usaha bidang kuliner yang bernama Texas Juice Di Kota Bukittinggi.

Kata kunci : Media Transit, Texas Juice, Desain.

ABSTRAC

Judul : Perancangan Iklan Luar Ruang Dalam Media Transit Advertising Texas Juice Di Kota Bukittinggi
Penulis : Oki Sikumbang
Pembimbing : 3. Dra. Zubaidah A, M. Sn.
4. Hendra Afriwan, S. Sn. M. Sn.

Texas Juice was founded in 2006 by Lisa Vitria derived from Maninjau. Juice Texas name stems from the idea when invited by BTV, the local television broadcast in the program "Women's Work". Texas Juice is a small industry that serves a wide variety of food and drink menu, but more specialized for serving drinks juice made from fresh fruits with different flavors and variants. Besides the uniqueness presented by Texas in the manufacture of juice Juice is the owner of combining 2 to 3 flavors of juice in the presentation. That is the main attraction for consumers.

This thesis aims to generate an advertising medium on Texas Juice. The design method used by the authors is the beginning of a method of collecting data through observation, interviews, and documentation. Then proceed with the data analysis method using data analysis Strengths, Weakness, Opportunities, and Threat (SWOT), further concluded perform data analysis and creative approach (the main media and supporters). In the design of transit media, the writer displays a message or verbal and visual information for consumers.

With he designed transit media is expected to increase and become a consumer or public appeal. In addition, is expected to attract the attention of buyers or the public at large so as to enhance the efforts of existence culinary field named Texas Juice in Bukittinggi.

Keywords: *Media Transit, Texas Juice, Design.*

A. Pendahuluan

Kota Bukittinggi saat sekarang ini telah banyak berkembang *home industry* di bidang kuliner dan menjadi *trend*, dapat dilihat dengan lahirnya *cafe* dan kedai-kedai *juice* dengan konsep tertentu, pada dasarnya usaha di bidang kuliner tidak ada matinya karena setiap manusia memiliki kebutuhan untuk makan dan minum. Terlebih masyarakat Bukittinggi yang selalu ingin dengan sesuatu hal yang baru, salah satu usaha *home industry* yang berkembang di Kota Bukittinggi ini adalah Texas Juice yang berlokasi di Tengah Sawah, lebih tepatnya di jalan Syekh Ibrahim Musa.

Texas Juice adalah sebuah usaha *home industry* yang bergerak di bidang kuliner yang lebih mengkhususkan untuk menyediakan minuman berupa *juice* segar dari buah-buahan. Texas Juice didirikan pada tahun 2006 di Bukittinggi oleh Lisa Vitria yang berasal dari Maninjau. Munculnya ide nama Texas Juice bermula dari program acara “Wanita Berkarya” yang diselenggarakan oleh TV lokal di Bukittinggi, yaitu Bukittinggi Television (BiTV). Nama Texas Juice di ambil dari nama daerah tempat usaha, yaitu Tengah Sawah disingkat menjadi “Texas” Merupakan singkatan yang biasa digunakan oleh masyarakat di sekitar. Texas Juice adalah industri kecil yang menyajikan berbagai macam menu makanan dan minuman, namun lebih mengkhususkan untuk menyajikan minuman jus yang terbuat dari buah-buahan segar dengan berbagai rasa dan varian. Selain itu keunikan yang disuguhkan oleh Texas Juice adalah

dalam pembuatan jus pemilik menggabungkan 2 hingga 3 rasa jus dalam penyajiannya. Itulah yang menjadi daya tarik bagi para konsumen.

Berdasarkan informasi diketahui bahwa sejak berdirinya Texas Juice sampai dengan sekarang, kurang mengalami peningkatan dan perkembangan seperti yang diharapkan, hal ini disebabkan kehadiran Texas Juice belum begitu banyak diketahui masyarakat Bukittinggi, karena belum memiliki media promosi yang efektif, sebelumnya telah ada media promosi yang dibuat berupa *neon box* namun tidak menarik begitu banyak pelanggan, dan lebih banyak mengandalkan informasi dari mulut ke mulut.

Promosi merupakan upaya penting untuk melakukan pemasaran atau menawarkan produk atau jasa dengan tujuan untuk menarik konsumen atau pembeli. Langkah yang tepat dalam melakukan promosi adalah dengan memasang iklan. Ini sejalan dengan pendapat *Kotler and Armstrong*, (2002:153) Iklan adalah bagian dari bauran promosi (*promotion mix*) dan bauran promosi adalah bagian dari bauran pemasaran (*marketing mix*).

Iklan juga dapat diartikan sebagai berita pesanan untuk mendorong membujuk kepada khalayak atau orang ramai tentang benda atau jasa yang di tawarkan. Dari beberapa pengertian iklan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa iklan merupakan kegiatan pemasaran dan penjualan dalam rangka menginformasikan dan mendorong permintaan terhadap produk, jasa, dan ide dari perusahaan dengan cara memengaruhi para

konsumen agar mau membeli produk dan jasa yang dihasilkan oleh perusahaan.

Berdasarkan uraian di atas, jelas bahwa diperlukan sebuah media promosi yang lebih efektif seperti iklan yang memberikan informasi secara detail tentang produk dan keberadaan khususnya untuk Texas Juice, karena media promosi sebelumnya berupa *neon box* dan tidak dapat menjangkau seluruh wilayah Bukittinggi, karena hanya mencakup sebagian kecil wilayah saja. Oleh karena itu penulis ingin membuat sebuah media iklan yang dapat menjangkau seluruh wilayah kota Bukittinggi dan dapat dilihat oleh semua masyarakat dengan biaya yang cukup ringan yaitu berupa iklan luar ruang yang berjalan.

Berdasarkan penjelasan di atas penulis dan pihak Texas Juice ingin mempromosikan Texas Juice kepada masyarakat luas khususnya yang berada di Kota Bukittinggi, maka untuk itu dirancang sebuah media promosi yang berjudul **“PERANCANGAN IKLAN LUAR RUANG DALAM MEDIA TRANSIT ADVERTISING TEXAS JUICE DI KOTA BUKITTINGGI”**.

B. Metode Analisis Data

1. Analisis SWOT

Dalam perancangan media promosi Texas Juice ini diperlukan pemahaman tentang kekuatan, kelemahan, peluang dan tantangan yang ada pada media yang akan diciptakan ini. Analisis ini dapat dilakukan dengan SWOT, yakni *Strength*, *Weakness*, *Opportunity*, dan *Threat*.

Menurut rangkuti (2005), analisis SWOT merupakan salah satu metode untuk menggambarkan kondisi dan mengevaluasi suatu masalah, proyek atau konsep bisnis yang berdasarkan faktor *internal* (dalam) dan faktor *eksternal* (luar) yaitu *Strengths*, *Weakness*, *Opportunities*, dan *Threat*.

a. Kekuatan (*strength*)

- 1) Texas Juice merupakan usaha penjualan jus terlengkap di sekitar area kota Bukittinggi.
- 2) Harga produk yang di jual lebih murah di bandingkan kompotitor, karena pemilik memiliki perkebunan sendiri.
- 3) Memiliki varian rasa dan penyajian jus yang unik seperti jus 3 rasa dengan 3 warna dan 4 rasa dengan 4 warna.

b. Kelemahan (*weakness*)

Adapun kelemahan yang masih dimiliki oleh Texas Juice adalah kurangnya media promosi untuk memperlihatkan produksi

kepada masyarakat karena belum adanya media pembantu atau peraga.

c. Peluang (*oportunity*)

Adapun peluang yang dimiliki Texas Juice adalah:

- 1) Texas Juice mempunyai tempat yang strategis untuk dapat menarik *target audience khususnya* di kota Bukittinggi.
- 2) Memiliki cukup banyak relasi dari pemerintahan maupun perusahaan yang membutuhkan pemesanan minuman jus dalam partai banyak.
- 3) Texas Juice juga memiliki cabang di sekitar kota Bukittinggi.

d. Tantangan (*threat*)

Ada beberapa hal yang merupakan tantangan bagi Texas Juice adalah lahirnya kompetitor-kompetitor lainnya yang sama bergerak dibidang penjualan minuman jus.

2. Pendekatan Kreatif

Sebelum menentukan tujuan kreatif, strategi kreatif, dan program kreatif terlebih dahulu ditentukan karakter *target audience* yang ingin dicapai. Melalui pendekatan kreatif nantinya akan dapat tercipta media yang menarik dan tercapai kepada *target audience*.

a. Geografis

Lokasi Texas Juice yang berada di tengah kota memungkinkan untuk lebih mudah dijangkau oleh masyarakat. Oleh sebab itu target yang ingin dijangkau di khususkan untuk daerah Bukittinggi.

b. Demografis

Target *audience* perancangan *visual branding* Texas Juice dilihat dari aspek demografis adalah sebagai berikut:

- a. Usia : 5 tahun ke atas
- b. Jenis Kelamin : Laki-laki dan Perempuan

c. Psikografis

Pada aspek psikografis, target *audience* adalah semua lapisan masyarakat berumur 5 tahun ke atas. Texas Juice menyajikan buah-buahan segar yang akan dijadikan sebagai bahan dasar jus dan merupakan minuman yang menyehatkan.

d. Behavioral

Perubahan tingkah laku atau pengalaman, pada target audience adalah semua kalangan masyarakat yang berada di Kota Bukittinggi dan sekitarnya.

C. Pembahasan Karya

1. Media Utama

Media utama berupa Perancangan stiker promosi yang disampaikan sesuai dengan prinsip – prinsip dan unsur desain sehingga masyarakat akan mengetahui apa saja informasi yang disampaikan Texas Juice yang menggambarkan identitas perusahaan. Media *Transit Advertising* adalah Media yang dipasang pada kendaraan atau benda bergerak pada untuk dijadikan sebagai media Promosi.

a. Transit Vespa



Gambar 1
Final Desain *Transit Vespa*
Gambar : Oki Sikumbang

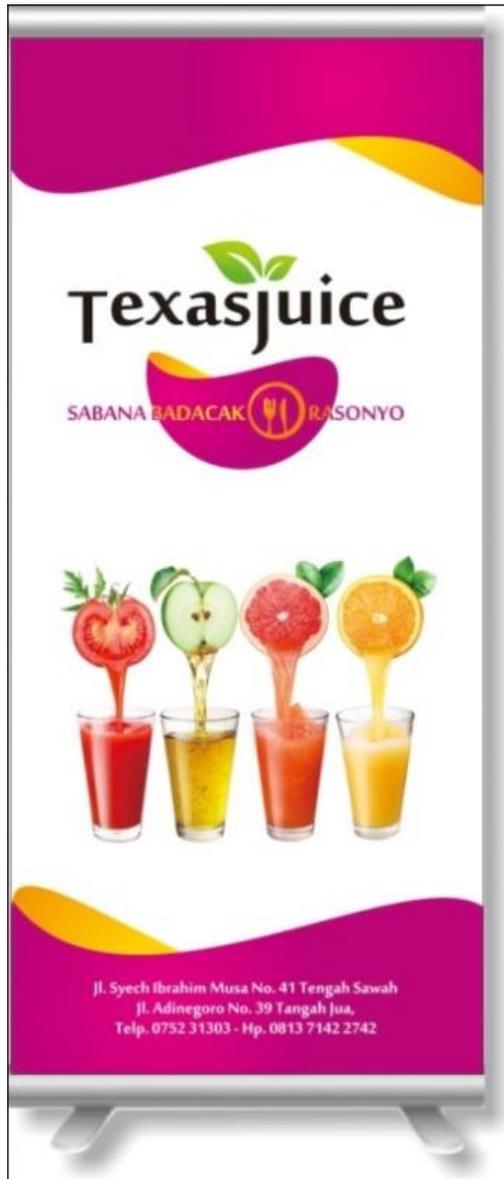
2. Media Pendukung

a. Nomor Meja



Gambar 2
Final Desain Nomor Meja
Gambar : Oki Sikumbang

b. Rolling Banner



Gambar 3
Final Desain *Rolling Banner*
Gambar : Oki Sikumabang

c. **Kaos**



Gambar 4
Final Desain Kaos
Gambar : Oki Sikumbang

d. **Kartu Nama**



Gambar 5
Final Desain Kartu Nama
Gambar : Oki Sikumbang

e. **Buku Menu**

Cover



Isi



Gambar 6
Final Desain Buku Menu
Gambar : Oki Sikumbang

f. Poster



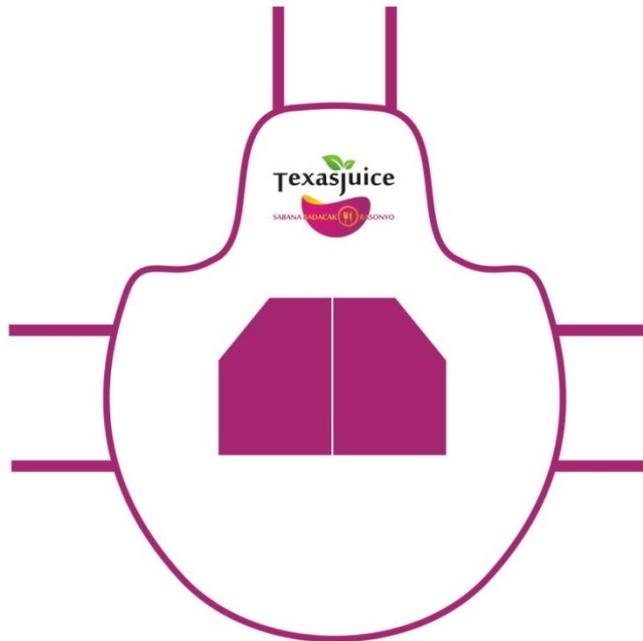
Gambar 7
Final Desain Poster
Gambar : Oki Sikumbang

g. Amplop



Gambar 8
Final Desain Amplop
Gambar : Oki Sikumbang

h. Celemek



Gambar 9
Final Desain Amplop
Gambar : Oki Sikumbang

i. Pin



Gambar 10
Final Desain Pin
Gambar : Oki Sikumbang

D. Kesimpulan dan Saran

1. Kesimpulan

Texas Juice adalah salah satu usaha *home industry* yang ada di kota Bukittinggi. Usaha *home industry Texas Juice* yang berada di Jalan Syech Ibrahim Musa No. 41 Tengah Sawah Bukittinggi. *Texas Juice* didirikan pada tahun 2006 di Bukittinggi oleh Lisa Vitria yang berasal dari Maninjau. Munculnya ide nama *Texas Juice* bermula dari program acara “Wanita Berkarya” yang diselenggarakan oleh TV lokal di Bukittinggi, yaitu Bukittinggi Television (BiTV). Nama *Texas Juice* di ambil dari nama daerah tempat usaha, yaitu Tengah Sawah disingkat menjadi “Texas” Merupakan singkatan yang biasa digunakan oleh masyarakat di sekitar. Tahun 2003 sang pemilik hanya berprofesi sebagai penjual minuman *pop ice* saja. Pemilik usaha *Texas Juice* mulai menjalani usaha *home industry* ini karena faktor ekonomi keluarga dan ingin membantu orang tua, maka timbul ide untuk berjualan jus sambil menyalurkan hobi dibidang kuliner dan berniaga.

Perancangan Media Transit *Texas Juice* di Kota Bukittinggi ini menjadi salah satu upaya untuk memperkenalkan sekaligus mempromosikan *Texas Juice* kepada konsumen dan masyarakat. Dengan adanya media transit ini diharapkan informasi dan pesan dapat menjangkau semuatarget audien dan konsumen khususnya di Kota Bukittinggi.

Dalam perancangan media transit ini juga digunakan pada media pendukung seperti poster, kartu nama, amplop, nomor meja, *rolling banner*, kaus, celemek, pin dan buku menu. Media pendukung ini diharapkan dapat menjangkau dan memberikan informasi kepada target audien.

2. Saran

Dari kesimpulan diatas, maka dapat disarankan kepada beberapa pihak diantaranya adalah kepada:

1. Perancangan media transit texas juice ini dapat digunakan dengan sebaik-baiknya, sehingga pesan yang disampaikan dan tujuan yang diharapkan dapat tercapai.
2. Kepada masyarakat diharapkan agar lebih menghargai desain, karena peranan desain sangat penting dan berpengaruh dalam berbagai bidang komunikasi.
3. Kepada mahasiswa diharapkan lebih menghargai karya-karya desain baik itu karya sendiri ataupun karya orang lain, karena begitu pentingnya peranan dari sebuah desain.

DAFTAR PUSTAKA

- Gelder, S.V. (2005). *Global brand strategy*. London: Kogan Page.
- Keller, Kevin Lane. 1998. *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. New Jersey: Prentice-Hall, Inc.
- Sumbo, Tinarbuko. 2009. *Semiotika Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Jalasutra
- Supriyono, Rachmat. (2010). *Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta. Andi.