

“PERANCANGAN MEDIA PROMOSI UNTUK MEMPERKENALKAN JASA CUCI SEPATU TITIK SHOE SPA SEMARANG”

Barkah Indarto, Bernardus Andang, Annas Marzuki Sulaiman

Jurusan Desain Komunikasi Visual, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Dian Nuswantoro Jl.

Nakula 5 – 11, Semarang, 50131, 024-3517261

Taman Bringin II no. 5 ngaliyan Semarang, 024-766-75273

Brkhndrt225147@gmail.com , andangprast@gmail.com, anazdesign@gmail.com

ABSTRAK

Pada era modern ini, membuka usaha dengan konsep kreatif saja tidak cukup untuk menarik perhatian konsumen karena semakin banyak juga perusahaan yang bersaing memberikan pelayanan yang lengkap kepada konsumen di bidang jasa cuci sepatu secara kreatif seperti Titik Shoe Spa ini. Titik Shoes Spa telah menawarkan kemudahan dengan menyediakan jasa cuci sepatu Quick Clean dan Deep Clean, Bahkan Titik Shoe Spa menawarkan antar jemput dan cuci langsung ditempat klien berada untuk lebih memudahkan klien dalam proses pencucian. Namun sampai saat ini masih belum banyak konsumen yang menggunakan jasa Titik Shoe Spa yang dikarenakan Titik Shoe Spa masih sangat baru sehingga belum banyak masyarakat yang mengetahui keberadaan jasa cuci sepatu ini dan profit masih belum memenuhi target yang telah ditentukan. Untuk memperkenalkan masyarakat akan Titik Shoe Spa, perlu adanya media promosi yang efektif dan tepat sasaran untuk bisa mendapatkan perhatian masyarakat guna meningkatkan eksistensi perusahaan kepada masyarakat, karena dengan media promosi dan kegiatan periklanan lainnya adalah salah satu cara untuk memperoleh perhatian konsumen pada suatu produk / jasa yang ditawarkan dan sekaligus membujuk konsumen untuk menggunakan produk / jasa tersebut.

Kata Kunci : *Kata kunci: Media Promosi, Usaha Baru, Cuci Sepatu, Sepatu, Pesan – Antar.*

In this modern era, opening for business with creative concept is not enough to attract potential customers as more and more is also a company to compete with providing services to customers in the field exploration wash your shoes creatively as Titik Shoe Spa. Titik Shoe Spa has offered to provide excellent service wash your shoes Quick Clean and Deep Clean, And Even Titik Shoe Spa pick up and wash offer direct clients elsewhere is to be more clients in the foot-washing. But until now is still not many consumers who use the services that is because Titik Shoe Spa is still very recently that there are not many people who know the exploration wash your shoes and profits have yet to meet the target that has been determined. To introduce the public will be Titik Shoe Spa, needs to be promotional media and effective right on target to be able to get public attention to improve corporate existence to the people, because the media promotion and advertising activity is one of the ways to get attention consumers are in a product or service that are offered and at the same time persuade consumers to use products or services.

Keyword : Media Promotion, New business, Wash shoes, shoes, Delivery Service.

1.PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Ada banyak sekali peluang bisnis yang bisa dijalankan pada saat ini, khususnya bagi kawula muda. Banyak kisah Motivasi dan Inspirasi dari kawula muda yang telah menoreh kesuksesan dalam berbisnis. Di Indonesia, peluang bisnis mengalami lompatan yang sangat signifikan dan sebagai negara berkembang memiliki peluang yang sangat luas untuk masalah perekonomian dan bisnis. Sangat penting rasanya untuk menumbuhkan potensi dan kepercayaan diri kawula muda untuk terus berinovasi dan menciptakan gebrakan, khususnya dalam hal bisnis.

Belakangan ini, jasa cuci sepatu menjadi perbincangan bisnis yang hangat di kalangan anak muda. Khususnya ketika tren sepatu *sneaker/running* mulai muncul kembali ke permukaan di media tahun 2014. Terlihat dari munculnya sejumlah komunitas lari di bilangan Jakarta maupun Bandung. Adapun penyebab munculnya bisnis tersebut dikarenakan kesibukan masyarakat dalam bekerja atau mencari ilmu membuat masyarakat menyerahkan sebagian pekerjaan cuci mencuci kepada pihak yang lebih berpengalaman.

Di kota Semarang usaha jasa cuci sepatu memang belum menjamur, Tapi kedepannya bisnis ini memiliki peluang yang menjanjikan dilihat dari perkembangannya pada saat ini. Menurut survey yang dilakukan, Kota Semarang hanya memiliki 3 toko yang membuka jasa cuci sepatu yaitu Shoosandcare, Cleanyourshoes, dan washoes.

Momen peluang ini ternyata dimanfaatkan oleh sejumlah masyarakat untuk meramaikan bisnis jasa cuci sepatu. Awi Ananta dan Didik Kurniawan Toyibi adalah salah satu pemilik dari jasa cuci sepatu Titik Shoe Spa yang bertempat di Tlogosari, Semarang, menjalankan peluang bisnis dengan baik selama hampir satu tahun dengan menargetkan pasar audiens seperti pekerja / wirausaha muda. Salah satu pembeda jasa cuci sepatu titik shoe spa dengan jasa cuci sepatu lainnya adalah dari konsep penjualan dan pelayanan, sebagai seseorang yang ber-*basic* seni Awi dan Didik ingin membalut usahanya tersebut dengan berbagai cara kreatif berdasarkan kebutuhan masyarakat sehingga menjadi nilai lebih bagi masyarakat untuk beralasan memilih mencucikan sepatu mereka di Titik Shoe Spa.

Namun di era modern ini, menyediakan jasa cuci sepatu dengan konsep kreatif saja tidak cukup untuk menarik perhatian konsumen karena semakin banyak juga perusahaan yang bersaing memberikan pelayanan yang lengkap kepada konsumen di bidang jasa cuci sepatu secara kreatif seperti Titik Shoe Spa ini. Titik Shoes Spa telah menawarkan kemudahan dengan menyediakan jasa cuci sepatu *Quick Clean* yaitu mencuci cepat selama 20 menit namun tergantung kondisi sepatu bila membutuhkan pencucian yang lebih bersih maka *Deep Clean* merupakan penawaran bagi noda sepatu yang benar – benar sulit untuk dihilangkan yaitu sekitar 1 minggu pengerjaan, Bahkan Titik Shoe Spa menawarkan antar jemput dan cuci langsung ditempat klien berada untuk lebih memudahkan klien dalam proses pencucian. Namun sampai saat ini masih belum banyak konsumen yang menggunakan jasa Titik Shoe Spa yang dikarenakan Titik Shoe Spa masih sangat baru sehingga belum banyak masyarakat yang mengetahui keberadaan jasa cuci sepatu ini dan profit masih belum memenuhi target yang telah ditentukan.

Untuk memperkenalkan masyarakat akan Titik Shoe Spa, perlu adanya media promosi yang efektif dan tepat sasaran untuk bisa mendapatkan perhatian masyarakat guna meningkatkan eksistensi perusahaan kepada masyarakat, karena dengan media promosi dan kegiatan periklanan lainnya adalah salah satu cara untuk memperoleh perhatian konsumen pada suatu produk / jasa yang ditawarkan dan sekaligus membujuk konsumen untuk menggunakan produk / jasa tersebut.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan diatas, perlu adanya perancangan komunikasi visual yang efektif untuk Titik Shoe Spa dengan tujuan memperkenalkan perusahaan dan pelayanan – pelayanan yang diberikan kepada masyarakat sehingga jumlah konsumen meningkat dan nantinya memberikan dampak positif pada profit perusahaan.

1.2. Rumusan Masalah

Bagaimana merancang promosi dan memilih media yang tepat untuk memperkenalkan Titik Shoe Spa sebagai perusahaan yang bergerak di bidang cuci sepatu yang ada di Kota Semarang?

1.3. Tujuan

Tujuan perancangan ini yaitu membuat perancangan promosi dan memilih media yang tepat untuk memperkenalkan Titik Shoe Spa sebagai sebuah perusahaan yang menawarkan pelayanan jasa cuci sepatu di Kota Semarang dalam rangka meningkatkan profit perusahaan.

1.4. Manfaat dan Signifikansi Perancangan

Manfaat dari perancangan ini antara lain :

1. Bagi Masyarakat Umum

Sebagai media informasi tentang perusahaan yang bergerak di bidang cuci sepatu yang menyediakan berbagai macam pelayanan yang lebih praktis dan lebih menarik dari kompetitornya.

2. Bagi Client

- a. Dapat menjadi alternatif media promosi sehingga dapat meningkatkan eksistensi Titik Shoe Spa kepada masyarakat Kota Semarang.
- b. Alat untuk memperluas pasar dan jaringan bisnis.
- c. Memberikan kekuatan / power tersendiri kepada bagian promosi perusahaan sehingga perusahaan akan memiliki profesionalitas di hadapan klien.

3. Bagi Almamater

- a. Dapat menjadi referensi baru yang nantinya dapat digunakan untuk bahan pengembangan yang berkaitan dengan hal – hal desain promosi.
- b. Untuk menambah pembendaharaan keputakaan dan sekaligus sebagai acuan terhadap laporan yang berkaitan dengan media promosi, selain itu juga sebagai media pembelajaran baru bagi rekan – rekan mahasiswa.

4. Bagi Diri Pribadi

- a. Sebagai penerapan metode pembelajaran media promosi yang telah dipelajari selama masa kuliah.
- b. Membuka kesempatan untuk membangun hubungan baik dengan pihak client yang mana bisa saling menguntungkan di bidang pekerjaan nantinya.
- c. Melatih untuk bertanggung jawab dalam mengerjakan pekerjaan/tugas dari client nantinya.
- d. Sebagai prasyarat dalam menempuh Tugas Akhir.

1.5. Batasan Masalah

Batasan masalah hanya pada perancangan visual promosi sesuai tujuan yaitu untuk memperkenalkan Titik Shoe Spa kepada masyarakat sehingga jasa cuci sepatu ini lebih dikenal masyarakat yang nantinya berdampak pada meningkatnya profit perusahaan.

2. METODE

Dalam perancangan media promosi Titik Shoe Spa ini perancang menggunakan pendekatan kualitatif sebagai metodologi penelitiannya untuk menunjang keakuratan sebuah data yakni untuk mengembangkan konsep-konsep dan pengertian-pengertian menjadi sebuah teori/data yang membantu memberikan solusi terhadap permasalahan.

2.1. Metode Pengumpulan Data

a. Observasi

Penulis mengunjungi langsung kantor Titik Shoe Spa di jalan Merpati Barat Raya Pedurungan, Semarang untuk melihat keadaan perusahaan dan mencatat hal-hal yang dianggap penting dengan catatan kecil.

b. Wawancara

Wawancara biasa dilakukan secara langsung kepada orang yang dianggap bisa memberikan informasi secara detail. Penulis melakukan wawancara langsung dengan Awi Ananta dan Didik Kurniawan Toyibi selaku pemilik dari Titik Shoe Spa. Penulis melakukan wawancara kepada pemilik langsung karena pemiliklah yang telah mengetahui seluk beluk perusahaan. Beberapa pertanyaan yang berkaitan dengan kasus mengenai sejarah perusahaan, tujuan perusahaan dan pelayanan yang ditawarkan kepada konsumen. Instrumen atau alat bantu yang digunakan dalam wawancara tersebut adalah catatan kecil dan kamera untuk mengambil beberapa gambar yang nantinya berguna sebagai dokumentasi

2.2 Metode Analisis Data

Data yang telah penulis kumpulkan selama mengadakan penelitian diolah dan dianalisis dengan penuh ketelitian dan secara cermat sehingga mendapatkan suatu kesimpulan tentang obyek-obyek penelitian yang baik. Analisis data yang digunakan oleh peneliti dalam perancangan media promosi Titik Shoe Spa ini adalah analisis SWOT

2.3 Kekurangan dan Kelebihan Produk (S.W.O.T)

Untuk menentukan strategi apa yang akan digunakan untuk mempromosikan Titik Shoe Spa, perlu dilakukan penelitian seputar kelebihan dan kekurangan dari perusahaan jasa cuci sepatu ini. Berikut adalah penelitian seputar Titik Shoe Spa :

1 Strength

1. Pelayanan yang lengkap

Titik Shoe Spa memiliki pelayanan yang paling lengkap dibanding perusahaan jasa cuci sepatu lainnya, mulai dari cuci kilat yang membutuhkan waktu sekitar 20 menit dan pencucian total sampai ke pori – pori sepatu dan perawatannya, selain itu Titik Shoe Spa juga menyediakan layanan antar – jemput dan menerima panggilan untuk membersihkan sepatu klien dimanapun klien berada untuk lebih memudahkan pelanggan dalam melakukan proses pembersihan sepatu.

2. Link / Partnership

Sebagai penunjang kebersihan sepatu Titik Shoe Spa menggandeng *brand* pembersih asal Jogjakarta yaitu Androws sebagai pemasok bahan pembersih yang berkualitas.

3. Event

Titik Shoe Spa membuat sebuah *event* seperti menjual jasa *Quick Clean* di beberapa tempat namun *event* ini tidak seperti biasanya, Titik Shoe Spa tidak menawarkan dengan menggunakan stand penjualan saja tetapi dengan berkeliling seperti jasa semir sepatu sebagai media promosinya.

2 Weakness

1. Lokasi yang kurang strategis

Lokasi Titik Shoe Spa yang kurang strategis karena berada di kawasan perumahan yang berada jauh dari kota dan akses menuju lokasi harus memasuki gang dan belum adanya signsystem maupun papan nama perusahaan membuat sebagian konsumen cukup kesulitan datang ke kantor untuk membersihkan atau sekedar konsultasi perawatan sepatu.

2. Perusahaan yang baru berdiri

Titik Shoes Spa baru saja didirikan pertengahan 2014 lalu, sehingga perlu adanya sebuah promosi yang unik dan dapat menyita perhatian masyarakat yang nantinya berdampak pada meningkatnya eksistensi jasa cuci sepatu ini dimata masyarakat umum.

3. Kurangnya kegiatan promosi

Hingga saat ini, belum banyak masyarakat umum yang menggunakan jasa cuci sepatu yang ditawarkan oleh Titik Shoe Spa. Hal ini dikarenakan kurangnya kegiatan promosi. Saat ini kegiatan promosi yang dijalankan adalah dengan komunikasi secara tidak langsung kepada masyarakat umum, namun media yang digunakan hanya media social dan brosur sehingga kegiatan promosi kurang efektif yang berdampak pada kurangnya perhatian masyarakat pada Titik Shoe Spa.

3 Opportunity

1. Kesadaran akan kreatifitas dan desain bagi masyarakat

Saat ini kebutuhan kreatifitas dan desain telah mengalami kemajuan seiring berkembangnya dunia bisnis baik berskala nasional maupun internasional. Masyarakat mulai menyadari bahwa usaha yang biasa – biasa saja tanpa adanya identitas visual dapat mempengaruhi kualitas dari usaha tersebut.

2. Kurangnya waktu untuk kebersihan sepatu bagi masyarakat

Pada era perkembangan saat ini dibutuhkan efisiensi dan fleksibilitas sebagai penjunjang dalam tuntutan masyarakat melakukan dua hal sekaligus, tentunya akan semakin menyita waktu masyarakat dalam hal kebersihan terutama kebersihan sepatu yang jarang sekali diperhatikan.

3. Perkembangan teknologi

Mengikuti perkembangan teknologi bukanlah hal yang mewah di era modern seperti ini, hampir semua orang mengikuti perkembangan teknologi, sebagai contoh hampir semua orang menggunakan gadget sebagai alat komunikasi, bermain social media, atau sekedar berselancar di dunia maya

4 Threat

1. Kompetitor semakin menjamur

Seiring meningkatnya kebutuhan akan sebuah kebersihan, membuat persaingan di dunia jasa cuci sepatu semakin ramai dengan mulai bermunculan perusahaan – perusahaan baru dengan konsep yang lebih menarik.

2. Kompetitor lebih fokus

Kompetitor lebih *focus* dalam menjalankan bisnis. Seperti halnya Cleanyourshoes, perusahaan jasa cuci sepatu ini lebih memfokuskan promosi kepada masyarakat berbentuk edukasi seperti mengadakan bazaar dan seminar tentang bagaimana cara membersihkan sepatu dengan benar.

3. Eksistensi kompetitor

Kompetitor lebih dikenal dan dipandang oleh masyarakat karena selain perusahaan ini lebih dulu berdiri daripada Titik Shoe Spa, jasa cuci sepatu ini memiliki partner ternama sehingga dengan melihat track record akan memberikan nilai lebih di mata masyarakat yang akan menggunakan jasa cuci sepatu dari Clean Your Shoes.

4. Jaringan internet

Aktifitas berselancar di dunia maya kerap terhambat karena jaringan internet di Indonesia belum memadai khususnya di daerah yang jauh dari pusat kota.

2.4 Matriks S.W.O.T

Tabel 2.6 : Matriks SWOT

Perancangan Media Promosi	Opportunities	Threat
<p>Untuk Memperkenalkan Titik Shoe Spa Kepada Masyarakat Kota Semarang.</p>	<p>1. Kesadaran akan kreatifitas dan desain bagi masyarakat Kebutuhan kreatifitas dan desain telah mengalami kemajuan Masyarakat mulai menyadari bahwa usaha yang biasa – biasa saja tanpa memiliki</p>	<p>1. Kompetitor semakin menjamur Persaingan di dunia jasa cuci sepatu semakin ramai 2. Kompetitor lebih fokus Kompetitor lebih fokus dalam menjalankan bisnis. 3. Eksistensi kompetitor</p>

	<p>identitas mempengaruhi kualitas dari usaha tersebut.</p> <p>2. Kurangnya waktu untuk kebersihan sepatu bagi masyarakat Efisiensi dan fleksibilitas sebagai penjunjang dalam tuntutan masyarakat melakukan dua hal sekaligus, tentunya akan semakin menyita waktu masyarakat dalam hal kebersihan terutama kebersihan sepatu yang jarang sekali diperhatikan.</p> <p>3. Perkembangan teknologi Hampir semua orang menggunakan gadget sebagai alat komunikasi, bermain social media, atau sekedar berselancar di dunia maya</p>	<p>Kompetitor lebih dikenal dan dipandang oleh masyarakat kota Semarang karena lebih dulu berdirinya.</p>
Strength	S – O Strategi	S – T Strategi
<p>1. Pelayanan yang lengkap memiliki pelayanan yang paling lengkap disbanding perusahaan jasa cuci sepatu lainnya menyediakan layanan antar – jemput untuk lebih memudahkan pelanggan dalam melakukan proses pembersihan sepatu.</p> <p>2. Link / Partnership Menggandeng <i>brand</i> pembersih asal Jogjakarta yaitu <i>Andrrows</i> sebagai pemasok bahan pembersih yang berkualitas.</p> <p>3. Creative Event Tidak menawarkan dengan menggunakan stand penjualan biasa tetapi dengan berkeliling seperti jasa semir sepatu namun dipinggir jalan.</p>	<p>Dengan pelayanan yang lengkap, Titik Shoe Spa dapat memenuhi kebutuhan masyarakat akan kesadaran atas keterbatasan waktu untuk kebersihan sepatu masyarakat sesuai kebutuhan (S1, O2)</p> <p>Dengan adanya pemasok alat pembersih yang berkualitas tinggi, Titik Shoe Spa dapat memenuhi kesadaran masyarakat akan kebersihan disaat mereka ingin mengabadikan momen mereka di era modern seperti sekarang ini. (S2, O2)</p> <p>Usaha yang menjamur membuat para pengusaha membuat sebuah pembeda antara perusahaan satu dengan lainnya, salah satu perbedaan tersebut diciptakan melalui kreatifitas sehingga masyarakat dapat memilih mana yang lebih baik untuk mereka, Titik Shoe Spa saat ini sudah menerapkan beberapa <i>event creative</i> untuk menyeimbangi keinginan pasar. (S3, O1)</p>	<p>Titik Shoe Spa memegang erat konsep kreatif yang dibutuhkan oleh masyarakat sehingga semakin lama Titik Shoe Spa dapat meningkatkan image kreatif yang baik dimata masyarakat sehingga dapat mengatasi kondisi kompetitor yang menjamur pada saat ini dengan perbedaan konsep pada proses promosinya. (S3, T1)</p> <p>Melalui pelayanan yang lengkap diharapkan masyarakat dapat puas dan akan terus memakai jasa Titik Shoe Spa sehingga diharapkan Titik Shoe Spa dapat menandingi eksistensi kompetitor (S1, T3)</p>

Weakness	W – O Strategies	W – T Strategies
<p>1. Lokasi yang kurang strategis Lokasi Titik Shoe Spa yang kurang strategis</p> <p>2. Perusahaan yang baru berdiri Baru didirikan pertengahan 2014 lalu, sehingga perlu adanya sebuah</p> <p>3. Kurangnya kegiatan promosi kegiatan promosi yang dijalankan adalah dengan komunikasi secara tidak langsung kepada masyarakat umum, namun media yang digunakan hanya media sosial dan brosur</p>	<p>Membuat sebuah signsystem sebagai petunjuk lokasi kantor Titik Shoe Spa yang nantinya akan dipasang tepat di ujung jalan Titik Shoe Spa dan memasang papan nama perusahaan tepat didepan kantor sehingga akan memudahkan konsumen yang akan berkunjung (W1, O1)</p> <p>Merancang iklan atau promosi Titik Shoe Spa dengan menggunakan media yang mudah diakses Melalui gadget karena hampir semua orang menggunakan gadget, sehingga diharapkan dapat menarik perhatian. (W3,O3)</p>	<p>Merancang iklan / promosi dengan pemilihan media promosi yang tepat dan sesuai target audience agar dapat memperkenalkan Titik Shoe Spa kepada masyarakat kota Semarang bahwa jasa cuci sepatu ini memiliki image yang unik dari segi inovasi dan media – media yang digunakan. (W2, T1)</p> <p>Melalui media promosi yang unik dan kegiatan event yang kreatif diharapkan Titik Shoe Spa dapat meningkatkan kegiatan promosi secara berkala (W3, T2)</p>

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengembangan sebuah rancangan visual diperlukan beberapa referensi yang dapat digunakan sebagai acuan dalam perancangan. Oleh karena itu, perancang telah menentukan beberapa acuan visual berupa aktifitas masyarakat dan benda – benda bergaya modern, dan vector icon yang akan membantu memeberikan kesan modern di setiap rancangan dan nantinya akan diaplikasikan kedalam setiap media yang digunakan.

1. Kesibukan



Gambar 4.4 : Aktifitas Masyarakat
Sumber : Internet

Kesibukan yang dilakukan masyarakat khususnya di kota Semarang merupakan salah satu penyebab berkurangnya waktu mereka dalam hal kebersihan sepatu, masyarakat dituntut serba cepat dalam melakukan berbagai hal dengan latar belakang perkembangan zaman (teknologi informasi) , yang serba cepat. Ada beberapa masyarakat yang dapat meluangkan waktu mereka dengan kegiatan yang mereka sukai, namun hal tersebut tidak menjadi alasan masyarakat dapat meluangkan waktunya untuk membersihkan sepatunya, sehingga penjarangan ide utama berasal dari sini.

2. Waktu dan Antar - Jemput



Gambar 4.5 : Waktu dan Antar jemput
Sumber : Internet

Karena waktu adalah alasan utama masyarakat dalam masalah tersebut maka antar – jemput merupakan solusi utama dalam penjaringan ide yang akan divisualisasikan.

3. Proses Desain

a. Bentuk Huruf



Gambar 4.1 : Avenir LT STD Family Font

Tipografi dalam perancangan ini menggunakan font *Avenir Family* karena memiliki kesan modern dan “young” sehingga akan menguatkan sisi kreatif melalui pesan yang di sampaikan dengan font tersebut dan ditambah tingkat readability yang tinggi sehingga terlihat menarik jika diaplikasikan ke dalam layout bergaya *Isometric Icon* Tujuan Pemasaran Jangka Panjang

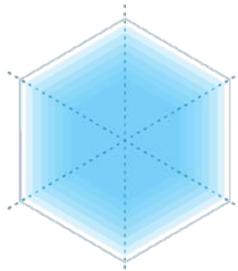
b. Bentuk Simbol



Gambar 4.2 : Simbol *Isometric*

Isometrik merupakan symbol utam yang akan digunakan pada media promosi Titik Shoe Spa yang berasal dari bentuk segi enam yang menampilkan sisi perspektif layaknya 3 dimensi.

c. Warna



Gambar 4.3 : Warna

Warna utama yang akan digunakan adalah warna biru semu yang menjadi identitas dari perusahaan jasa cuci sepatu Titik Shoe Spa Semarang.

4.1.3 Pengaplikasian Karya

1. Poster dan Brosur



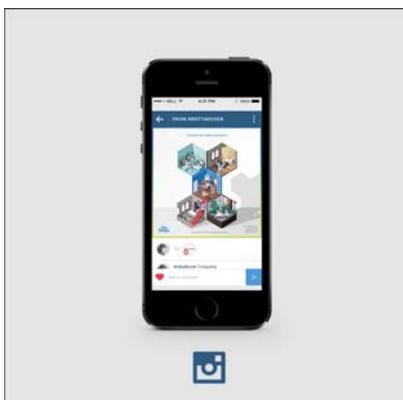
Gambar 4.9 : Poster



Gambar 4.10 : Brosur

Berikut ini merupakan desain poster dan brosur yang sudah di aplikasikan kedalam bentuk media dengan ukuran poster A3 dan brosur A5.

2. Media Sosial (Instagram)



Gambar 4.11 : Media Sosial

Berikut ini merupakan desain iklan pada media sosial yang sudah di aplikasikan kedalam salah satu media sosial yaitu Instagram.

3. Sign System



Gambar 4.12 : Sign System

Aplikasi Sign System Titik Shoe Spa yang akan dipasang pada pinggir jalan persimpangan gang masuk di Jalan Merpati Barat No. 17 RT. 05 RW. 09 Raya Pedurungan, Semarang.

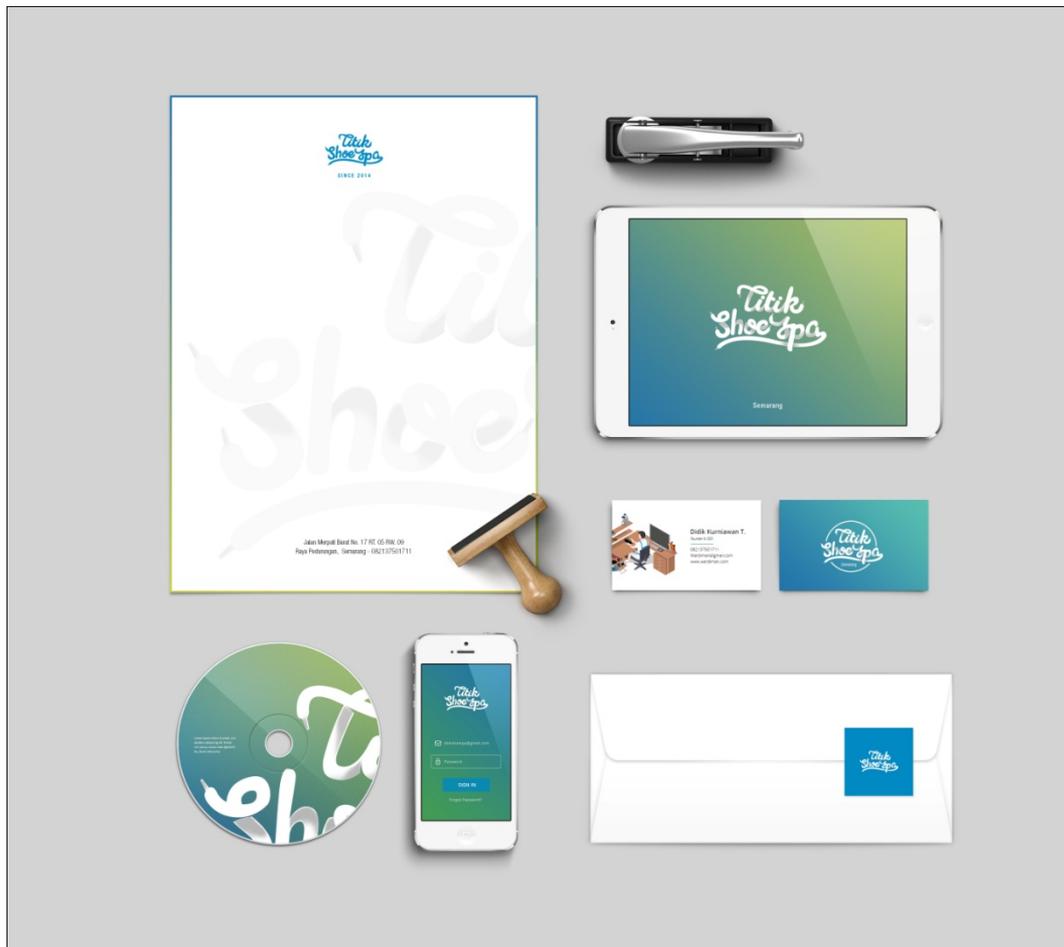
4. Papan Nama



Gambar 4.13 : Papan Nama

Aplikasi Papan nama Titik Shoe Spa akan dipasang pada kantor Titik Shoe Spa dengan ukuran 30 x 25 cm dengan bahan kayu pinus dan hanya berisikan logo Titik Shoe Spa.

5. Stationary Set



Gambar 4.14 : Stationary Set

Pengaplikasian logo dan beberapa unsur dari iklan komersil Titik Shoe Spa yang ditampilkan akan memiliki warna dan kesinambungan layout yang sama.

4.1. Kesimpulan

Perancangan karya Tugas Akhir Desain Komunikasi Visual berupa media promosi dimana membutuhkan perhatian pada setiap detail dalam strategi pemasaran untuk mempromosikan suatu produk. Perancangan promosi ini juga untuk memberikan banyak manfaat dan pengalaman, serta pengetahuan yang didapat penulis untuk menambah wawasan mulai dari analisis perusahaan, analisis *target audience*, strategi perancangan, anggaran dalam sebuah promosi yang nantinya dapat diterapkan dalam dunia kerja.

Salah satu penyebab munculnya bisnis dibidang jasa cuci sepatu adalah aktifitas masyarakat yang seringkali tidak bisa dihindari baik itu kebutuhan primer (bekerja) maupun sekunder (liburan), sehingga masyarakat tidak sempat meluangkan waktu dengan berbagai alasan untuk membersihkan sepatu. Penyebab lainnya adalah adanya beberapa sepatu dengan bahan tertentu yang mengharuskan pemilik sepatu membersihkan dengan melalui beberapa tahap khusus seperti bahan suede atau kulit, sehingga masyarakat lebih memilih menyerahkan sepatu kesayangannya kepada yang ahli yaitu jasa cuci sepatu. Hingga saat ini makin banyak perusahaan jasa cuci sepatu baru yang berdiri di Kota Semarang, salah satunya Titik Shoe Spa yang memiliki karakter dalam pelayanan dalam rangka meningkatkan kesadaran masyarakat bahwa kebersihan merupakan hal yang penting. Namun Titik Shoe Spa sampai sekarang belum memiliki media promosi yang akurat sehingga belum banyak masyarakat yang mengetahui pelayanan khusus pada perusahaan ini seperti antar jemput dan panggilan darurat untuk mencuci di tempat klien berada.

Promosi merupakan salah satu sarana yang efektif untuk memperkenalkan suatu perusahaan kepada masyarakat dan juga merupakan suatu konsep pemasaran yang sangat penting dilakukan oleh perusahaan dalam memasarkan pelayanan. Kegiatan promosi tidak hanya berfungsi sebagai alat penyampaian pesan dari produsen kepada konsumen, melainkan juga sebagai sarana untuk membujuk dan mempengaruhi konsumen agar percaya pada jasa yang ditawarkan. Perancangan media promosi jasa cuci sepatu Titik Shoe Spa ini dilakukan dengan merancang media promosi dengan memanfaatkan beberapa media lini bawah yang terintegrasi dengan baik satu sama lain.

Diharapkan dengan adanya perancangan media promosi ini akan meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap Titik Shoe Spa sebagai perusahaan yang bergerak di bidang cuci sepatu khususnya masyarakat Kota Semarang.

4.2. Saran

Perancangan iklan komersial Titik Shoe Spa ini diharapkan dapat memperkenalkan Titik Shoe Spa sebagai perusahaan jasa cuci sepatu yang menyediakan pelayanan lengkap, berkualitas namun tetap efisien yang dibutuhkan oleh target audiens sehingga promosi yang dilakukan dapat tersampaikan dengan baik. Pada media yang digunakan baiknya menunjukkan tema visual yang sama sehingga *image* dari produk / jasa yang ditawarkan dapat melekat kuat dibenak target audiens.

Daftar Pustaka

Binanto, Iwan. 2010. *Multimedia Digital – Dasar Teori dan Pengembangannya*. Yogyakarta: ANDI OFFSET. 2

Blech, George E. & Blech, Michael A. 2009. *Advertising and Promotion : An Integrated Marketing Communication Perspective*. Jakarta.

Holszschlag, Molly. 2003. *Color for website : Digital Media Design. Ninth Edition* (Alih Bahasa Bambang Sarwiji), Rockport Publisher, USA.

Jefkins, Frank. 1997. *Periklanan*. Jakarta: Erlangga.

Kasali, Rhenald. 1995, *Manajemen periklanan*, cetakan keempat, Jakarta: PT. Anem Kosong.

Moriarty, Sandra et al. .2011. *Advertising*. Kencana, Jakarta.

Safanayog, Yongky. 2006. *Desain Komunkasi Visual Terpadu*. ArteIntermedia, Jakarta,

Shimp, Terrence A. 2003. *Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. 5th ed. Erlangga, Jakarta.

Suryanto, M. 2005. *Multimedia Alat Bersaing*. Yogyakarta: ANDI OFFSET. 21

Website :

http://www.academia.edu/4131627/analisis_karya_berdasarka_semiotika[Diakses pada 4 Juni, 2015]

<http://www.dg-indonesia.com/> [Diakses pada 4 Juni, 2015]