

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI CV. MITRA ABADI DI SEMARANG UNTUK MEMPERLUAS PASAR

Iqbal Tawwakal, Daniar Wikan Setyanto, Khamadi
Jurusan Desain Komunikasi Visual, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Dian
Nuswantoro Jl. Nakula 5 – 11, Semarang, 50131, 024-3517261
Jl. Anjasmoro II rt 3 rw 3 Karang ayu, Semarang Barat, 50132, 024-7618938
iqbaltawwakal@gmail.com, daniarwikansetyanto@gmail.com, khambienk@gmail.com

Abstrak

CV.MITRA ABADI yang bergerak dibidang alat alat peraga pendidikan. Selama 9 tahun ini tidak mengalami peningkatan penjualan, hanya ada 20 sekolah sejak tahun berdirinya 2007 hingga sekarang. Mitra Abadi hanya menggunakan marketing *door to door* untuk promosinya. Melihat dari cara penyampaian informasi hanya dengan marketing secara door to door yang masih dilakukan CV.MITRA ABADI sama dengan perusahaan lain, dari sini diperlukannya terobosan baru untuk menargetkan seluruh masyarakat Semarang melalui promosi online berupa website. Tujuan dari promosi website diharapkan dapat memperluas pasar, serta membantu meningkatkan minat konsumen untuk membeli alat-alat peraga pendidikan di CV.MITRA ABADI serta menambah konsumen tetap khususnya sekolah-sekolah yang ada di semarang. Dalam perancangan ini menggunakan metode pengumpulan data, yang terdiri dari metode observasi, wawancara, kepustakaan, dokumentasi dan internet. Dari data yang diperoleh kemudian dianalisa menggunakan matriks SWOT sebagai hasilnya desain website menonjolkan produk-produk yang ada secara detail dengan menampilkan foto, diskripsi, dan promo di samping juga menampilkan peta alamat dari perusahaan, dan delivery order. Melalui desain website yang dirancang dapat memberi informasi secara detail dan juga menumbuhkan rasa percaya akan perusahaan. Pada perancangan ini dibuatnya media pendukung yang dapat mendukung secara optimal dari media internet berupa Facebook, Twitter, Instagram, sedangkan media cetak terdiri Leaflet, T-shirt. Dalam keseluruhan perancangan ini dapat memberi informasi dan mempromosikan secara baik sehingga dapat menarik konsumen untuk menggunakan produk CV.MITRA ABADI.

Kata kunci : Perancangan, Promosi, *Website*, alat peraga pendidikan

1. PENDAHULUAN

Kegiatan promosi dewasa ini dirasakan semakin penting dan dibutuhkan. Hal ini terjadi karena adanya jarak antara produsen dan konsumen yang bertambah jauh dan jumlah pelanggan potensial yang bertambah banyak serta adanya perantara. Dengan adanya perantara ini maka perusahaan tidak lagi untuk berkomunikasi dengan konsumen.

Menurut Drs. Basu Swastha SH dan Irawan (1993), promosi dipandang sebagai arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dan pemasaran. Dari definisi di atas, maka dapat disimpulkan bahwa betapa pun bermanfaat suatu produk akan tetapi jika tidak dikenal konsumen, maka produk tersebut tidak akan dibeli, oleh karena itu perusahaan harus berusaha menciptakan permintaan atau produk itu dan kemudian dipelihara dan dikembangkan.

CV. MITRA ABADI adalah sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang alat peraga pendidikan dan laboratorium di antaranya anatomi tubuh, alat peraga IPS, alat peraga matematika, teleskop, mikroskop dan sebagainya. Dengan pemasaran untuk memenuhi kebutuhan dunia pendidikan, baik sekolah negeri maupun swasta. Perusahaan ini bertujuan untuk memenuhi kebutuhan sekolah-sekolah yang membutuhkan alat peraga pendidikan namun yang sangat penting lagi bagaimana perusahaan ini dapat melakukan efisiensi barang yang di butuhkan, sebab barang yang tersedia namun kualitas barang yang tidak terjamin belum menunjukkan perusahaan tersebut telah bekerja dengan efisien, tetapi yang lebih penting adalah bagaimana perusahaan dapat memperluas pasar [1].

CV. MITRA ABADI memiliki kualitas barang yang cukup unggul, dibandingkan dengan para kompetitor yang letaknya tidak jauh dengan perusahaan, dan juga tempat yang luas dan nyaman, serta lokasi perusahaan yang strategis. Disamping itu pegawainya yang ramah serta memiliki harga barang yang bersaing dan relatif lebih murah, menjadikan CV. MITRA ABADI sebagai salah satu perusahaan yang mempunyai kelebihan, yaitu tempat yang

strategis, harga yang bersaing dibanding dengan kompetitor lainnya, dan pelayanan yang memuaskan[2].

Sejak berdirinya CV. MITRA ABADI terhitung dari 2007 hingga sekarang hanya ada 20 sekolah pelanggan tetap yang menjadi konsumennya selama 7 tahun berdirinya perusahaan tersebut padahal di pedurungan sendiri ada lebih dari 140 sekolah yang terletak tidak jauh dari perusahaan CV. MITRA ABADI, ini hanya 12% dari total sekolah yang ada di Semarang kebanyakan konsumennya hanya yang berada di kawasan pedurungan. Terkadang juga pelanggan bertambah dan berkurang, tapi sejauh ini pertumbuhan CV. MITRA ABADI tidak berkembang pesat, dikarenakan tidak adanya suatu terobosan baru yang berguna untuk mempromosikan CV. MITRA ABADI agar masyarakat mengetahui perusahaan tersebut[3].

CV. MITRA ABADI dinilai belum cukup mampu untuk mendapatkan sasaran yang baik dalam mempromosikan produknya sendiri, dikarenakan banyak khalayak Semarang yang belum mengetahui CV. MITRA ABADI. Karena CV. MITRA ABADI hanya menggunakan marketing *door to door* yang dinilai kurang efektif, dengan teknologi yang semakin maju terdapat beberapa media untuk sarana promosi seperti media online dan cetak. Akan tetapi, perkembangan media online sangat banyak diminati masyarakat luas ketimbang media cetak. Karena media online yang di rasa sangat mampu memenuhi kebutuhan masyarakat dalam berbagai hal seperti membaca berita online, belanja online, sosial media dan banyak lagi. Oleh karena itu perancang media promosi yang dinilai tepat untuk perusahaan CV. MITRA ABADI menggunakan media promosi media online yaitu *website*. Media *website* terbukti bisa menjangkau masyarakat luas dengan lebih efektif dan efisien dibandingkan dengan marketing *door to door*, dimana seluruh masyarakat dapat terjangkau dengan mudah hanya dengan membuka situs website CV. MITRA ABADI[4].

Oleh karena itu Penulis membuat judul **"PERANCANGAN MEDIA PROMOSI CV. MITRA ABADI DI SEMARANG UNTUK MEMPERLUAS PASAR"** dengan tujuan agar mampu mempromosikan

perusahaan tersebut kepada khalayak Semarang supaya dapat lebih menyentuh sasaran yang ingin dituju dan CV. MITRA ABADI selalu diingat dibenak konsumen, serta mampu memperluas pasar dikota Semarang.

Berdasarkan pemaparan diatas, penulis mencoba merancang desain *website* perusahaan CV. MITRA ABADI dengan harapan desain *website* tersebut akan lebih maksimal dalam hal konten, lebih professional dan bonafide,ada fitur order online serta menyampaikan informasi produk sesuai dengan kebutuhan konsumen hingga dapat meningkatkan penjualan pada produknya.

2. Metode

2.1 Tujuan

Merancang media komunikasi yang efektif dan efisien sesuai dengan target audience CV. MITRA ABADI untuk memperluas pangsa pasar terhadap masyarakat luas terutama di Semarang.

2.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dapat dirumuskan masalah, Bagaimana merancang media promosi CV. MITRA ABADI yang efektif, efisien dan komunikatif untuk memperluas pangsa pasar khususnya di Semarang.

2.3 Metode Penelitian

Secara umum metode penelitian didefinisikan sebagai suatu kegiatan ilmiah yang terencana, terstruktur, sistematis dan memiliki tujuan tertentu baik praktis maupun teoritis (Conny R. 2010:5).

Pada perancangan ini metode penelitian yang digunakan adalah metodologi penelitian kualitatif. Menurut Creswell (2008) metode penelitian kualitatif adalah suatu pendekatan atau penelusuran untuk memahami suatu gejala sentral. Untuk mengetahui gejala sentral tersebut peneliti mewawancarai partisipan dengan mengajukan pertanyaan yang umum, informasi yang didapat kemudian dianalisis.

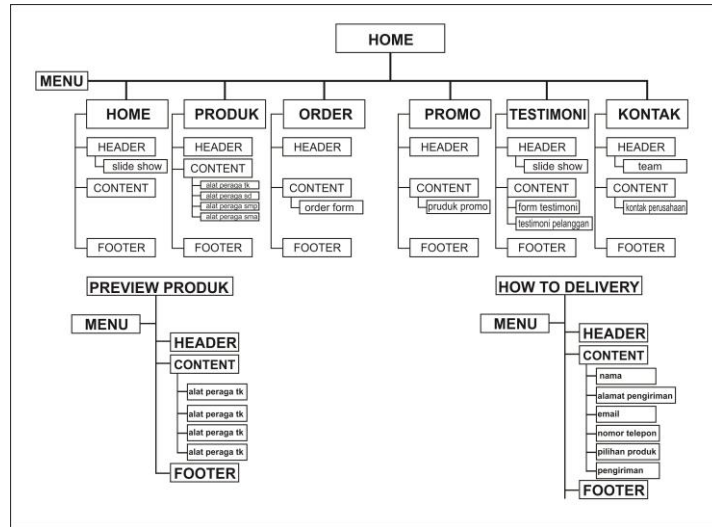
3. ISI PERANCANGAN

3.1 Strategi Perancangan

Langkah strategis yang dipakai adalah dengan membuat website statis dan juga modern yang mudah digunakan oleh pengunjung web. Konten gambar produk diperbarui dengan melakukan pembaruan produk CV. MITRA ABADI secara professional. Penataan layout dan penataan konten disusun minimalis agar lebih mudah dalam pemakaiannya. CV. MITRA ABADI yang masih merupakan perusahaan baru dan tentunya masih dikelola sendiri ini belum mendapat kepercayaan akan benar

tidaknya perusahaan ini maka dari itu akan ditampilkan jasa delivery order pada websitenya. Dan dalam strategi meningkatkan eksistensi dan kepercayaan kepada masyarakat dan target audience akan membuat satu halaman yang mengaitkan dengan beberapa akun sosial resmi milik CV.MITRA ABADI.

3.2 Flowchart Website (Bagan Alur Website)



Gambar 1: *Flowchart website*

Rencana harus berada di tempat sebelum memulai untuk membuat konten, menu, dan komponen lainnya, dan harus merujuk kepada rancangan selama pelaksanaan proyek [5]. Dalam pembuatan website memerlukan bagan alur yang merupakan hal yang sangat penting dimana untuk dapat mengerti dari alur website.

3.3 Studi Warna

Dalam penentuan warna untuk website menggunakan beberapa warna yang mengaitkan dengan hal tertentu yang tentunya dapat menghasilkan keseimbangan/Warna merupakan suatu unsur penting karena dapat mempengaruhi penglihatan [6], dan warna yang digunakan sebagai berikut :

1. Biru : R:0,G:0, B:255,
C:95, M:73, Y:0, K:0,
2. Hitam : R:0,G:0, B:0,
C:75, M:68, Y:67, K:90.
3. Putih : R:255,G:255, B:255,
C:0, M:0, Y:0, K:0.
4. Abu-abu : R:204,G:204, B:204,
C:19, M:15, Y:16, K:0.

Warna biru dan putih diambil dari warna logo perusahaan dengan tujuan memperkuat identitas perusahaan.

3.4 Penggunaan Font

Pemilihan huruf/font utama adalah jenis font sans serif yaitu Myriad Pro. Pemilihan font tersebut karena bentuknya yang sederhana dan tingkat keterbacaannya tinggi. Kelebihan lain dari Font Myriad Pro, yaitu Seperti berikut:

the quick brown fox
jumps over the lazy dog.
THE QUICK BROWN FOX
JUMPS OVER THE LAZY DOG.

Gambar 2: *Myriad Pro*

3.5 Desain Website CV. MITRA ABADI

Dalam perancangan desain website, penataan layout merupakan salah satu aspek yang sangat penting untuk keindahan dalam penempatan berbagai

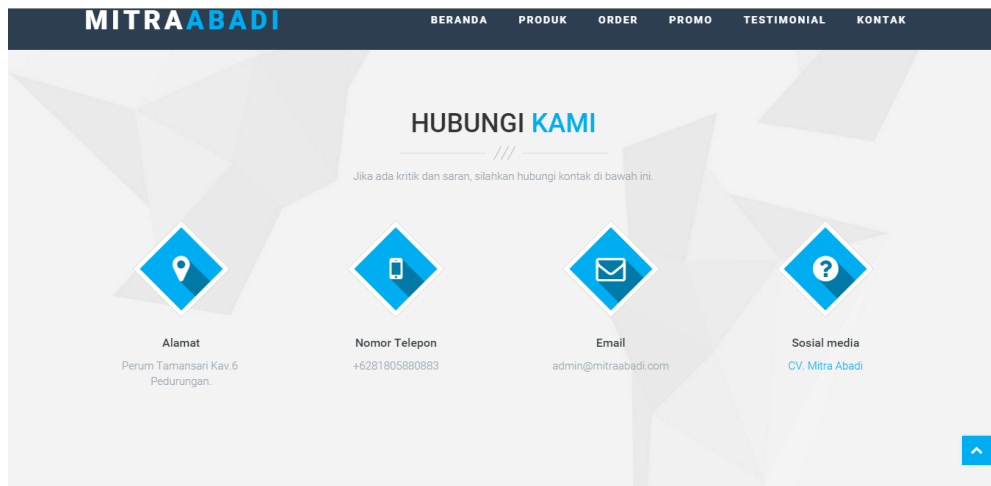
komponen dan juga menjadi acuan dalam pengoperasian dalam website. Sebuah tahapan mengorganisir ruang pada media dengan menata elemen-elemen layout sehingga pesan-pesan yang ingin disampaikan dapat ditangkap dan dipahami oleh pengguna, dan ditata dengan rapi untuk mempermudah pengguna berpindah dari bagian satu ke bagian lain dengan mudah dan cepat dan juga dapat menarik perhatian[7].



Gambar 3 : Menu *Navigasi Website*



Gambar 4 : *Footer Website*



Gambar 5 : Halaman *Home*

PRODUK KAMI

KAMI MEMILIKI BANYAK PRODUK BAGI DUNIA PENDIDIKAN



Alat Peraga Pendidikan TK



Alat Peraga Pendidikan SD



Alat Peraga Pendidikan SMP



Alat Peraga Pendidikan SMA

Follow Us on :





Gambar 6 : Halaman *Product*

MITRAABADI BERANDA PRODUK ORDER PROMO TESTIMONIAL KONTAK

ORDER

Silahkan isi formulir pemesanan di bawah ini

Order Form

Name


Alamat Pengiriman

Email

Gambar 7 : Halaman *Order*

PROMO

Promosi alat peraga pendidikan di akhir pekan



CD Interaktif sholat

Rp 1.000.000

Rp 900.000

Gambar 8 : Halaman *Promo*

MITRAABADI BERANDA PRODUK ORDER PROMO TESTIMONIAL KONTAK

TESTIMONIAL

Silahkan isi formulir pemesanan di bawah ini

Testimonial Form

Name

Komentar

Testimonial Pelanggan

Setyawan

Wah barangnya bagus, saya sudah order dan sampai dan bisa delivery order fit.

Setyawan

Wah barangnya bagus, saya sudah order dan sampai dan bisa delivery order fit.

Gambar 9 : Halaman *Testimonial*



Gambar 10 : Halaman *Contact*

4. KESIMPULAN

Perusahaan CV. MITRA ABADI merupakan perusahaan penyedia alat peraga pendidikan dengan target audience khalayak umum, perusahaan swasta dan sekolah. Permasalahan yang dihadapi adalah kurang dikenal oleh masyarakat luas sehingga dibutuhkan perluasan pasar hingga seluruh kota Semarang, maka dari itu diperlukan strategi pemasaran yang efektif dan didukung dengan media komunikasi visual untuk menyampaikan pesan kepada masyarakat luas. Oleh karena itu perusahaan melakukan pelayanan Pesan online sebagai media komunikasi visual yang efektif untuk memperkenalkan perusahaan. Kegiatan periklanan ini bukan saja berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dengan target audience, namun juga berfungsi sebagai alat untuk mempengaruhi target audience dalam kegiatan penggunaan jasa sesuai dengan keinginan dan kebutuhan. Media komunikasi visual yang digunakan terdiri dari media komunikasi multimedia yang digunakan terdiri dari *Website* dan Iklan online.

Diharapkan dengan adanya pemesanan online sebagai perancangan komunikasi visual periklanan ini masyarakat dapat lebih mengenal perusahaan CV. MITRA ABADI sebagai perusahaan jasa perusahaan dan mampu menarik minat target audience untuk membeli produk sarana prasaran sekolah maupun alat peraga pendidikan di CV. MITRA ABADI.

DAFTAR PUSTAKA

- David Fred R. 2009. Konsep Manajemen Strategis .Jakarta: Salemba Empat.
- Holzschlag, Molly E. 2002. Designing Your Own Home Page. AVA Publishing SA, Switzerland
- Kaye, Joyce Rutter. 2002. Design Basic. Massachusets : Rockport.
- Kusrianto, A. 2007. Pengantar Desain Komunikasi Visual. Yogyakarta : Penerbit Andi Offset.
- Kotler, P. 1997. Manajemen Pemasaran. Jakarta : PT. Prenhallindo.
- Kotler, P. 2000. Manajemen Pemasaran. PT. Prenhallindo, Jakarta.
- Kotler dan Amstrong. 2004. Prinsip-prinsip Marketing, Edisi Ketujuh. Salemba Empat, Jakarta.
- Kotler, P. 2007. Manajemen Pemasaran 1,Edisi Millenium. Jakarta : PT. Prenhallindo.
- William, S. 2007. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Yogyakarta: Dimensi Press.
- Tinarbuko, S. 2008. Semiotika Komunikasi Visual. Yogyakarta : Jalasutra.
- Wijaya, B. S. 2011. Iklan Ambient Media: Konsep, Strategi Pesan dan Implementasi. Jakarta: UB Press.
- <http://www.e-jurnal.com/2013/04/pengertian-ilustrasi.html>, diakses tanggal 25 September 2015.
- <http://www.edupaint.com/warna/roda-warna/522-read-110623-warna-dalam-lingkaran-warna.html>, diakses tanggal 25 September 2015.