
PEMBUATAN NEON BOX, BROSUR DAN STIKER SEBAGAI MEDIA PROMOSI PADA SANGGAR RIAS SEKAR SARI SEMARANG

Sutari Sri Rejeki, Suwardi Suwardi

Universitas Sains dan Teknologi Komputer

Email : sutari.sri@gmail.com

ABSTRACT

Promotion is an important activity carried out in developing a business and business, promotion is the spearhead of the sustainability of a business itself. Lack of promotion can be an incentive for people to look elsewhere than the place of business itself. Therefore, a special strategy is needed to advertise and inform a company.

Sekar Sari makeup studio is a service that functions personally to assist the bride and groom and their families in planning and supervising the implementation of a series of wedding events according to a predetermined schedule and budget. Therefore, to introduce or inform it, a print promotion media is needed so that all circles of society can recognize it.

Based on this, the authors make print promotional media in the form of neon boxes, brochures and stickers with the aim of introducing or informing the Sekar Sari Rias Studio Semarang as a company that provides bridal makeup services and planning the implementation of a series of wedding events.

Making designs based on existing theories and using design principles and then processing them with computer programs such as Adobe Photoshop CS 5.

Keywords promotion, print media, neon box, brochure, sticker.

Abstrak

Promosi merupakan kegiatan yang penting dilakukan dalam mengembangkan suatu bisnis dan usaha, promosi menjadi ujung tombak keberlangsungan suatu usaha itu sendiri. Kurangnya promosi bisa menjadi pendorong orang akan melirik tempat lain dari pada tempat usaha itu sendiri. Oleh karena itu diperlukan strategi khusus untuk mengiklankan dan menginformasikan suatu perusahaan.

Sanggar rias sekar sari adalah suatu jasa yang berfungsi secara pribadi membantu calon pengantin dan keluarga dalam perencanaan dan supervisi pelaksanaan rangkaian acara pesta pernikahan sesuai dengan jadwal dan budget yang telah ditetapkan. oleh karena itu, untuk memperkenalkan atau menginformasikanya diperlukan suatu media promosi cetak supaya semua kalangan masyarakat dapat mengenalnya.

Berdasarkan hal tersebut, penulis membuat media promosi cetak berupa neon box, brosur dan stiker dengan tujuan untuk memperkenalkan atau menginformasikan Sanggar Rias Sekar Sari Semarang sebagai suatu perusahaan yang memberikan suatu layanan jasa rias pengantin dan perencanaan pelaksanaan rangkaian acara pesta pernikahan.

Pembuatan desain berdasarkan teori-teori yang sudah ada dan menggunakan prinsip-prinsip desain kemudian mengolahnya dengan program komputer seperti Adobe Photoshop CS 5.

Kata kunci : promosi, media cetak, neon box, brosur, stiker.

1. Pendahuluan

Promosi merupakan kegiatan yang penting dilakukan dalam mengembangkan suatu bisnis dan usaha, promosi menjadi ujung tombak keberlangsungan suatu usaha itu sendiri tanpa promosi masyarakat belum tentu mengetahui tentang usaha tersebut. Masyarakat juga tak akan bisa mendukung usahanya jika mereka tidak mengetahuinya mereka pun belum tentu tertarik akan usaha itu sendiri. Kurangnya promosi bisa menjadi pendorong orang akan melirik tempat lain dari pada tempat usaha itu sendiri. Hal ini bisa diperkuat dengan promosi yang menarik dari tempat usaha tersebut, meskipun tawaran produk yang dikemukakan biasa saja atau bahkan lebih rendah kualitasnya dari produk usaha tersebut.

Media promosi sendiri merupakan alat atau sarana yang digunakan untuk promosi. Ada berbagai macam media promosi yang berkembang saat ini, dari media konvensional sampai media tidak konvensional. Konvensional adalah suatu komunikasi berdasarkan kesepakatan yang dilakukan oleh sejumlah orang atau lembaga ataupun dalam skala yang lebih besar dari kata konvensi yang artinya kesepakatan. Contoh media promosi lainnya ada brosur, leaflet, flyer, poster, billboard, iklan di koran, televisi, gelas, jam dinding, kartu nama, sticker, dan lain sebagainya. Selain itu, ada juga media-media lain yang unik untuk sarana promosi yang belum pernah ada sebelumnya.

Sanggar rias sekar sari adalah suatu jasa yang berfungsi secara pribadi membantu calon pengantin dan keluarga dalam perencanaan dan pelaksanaan rangkaian acara pesta pernikahan sesuai dengan jadwal dan budget yang telah ditetapkan. Perusahaan ini beralamat di Jalan Kanguru Raya No.31 Semarang merupakan sebuah tempat usaha yang menerima jasa beragam rias pengantin, rias wisuda, dekorasi, persewaan baju adat, persewaan alat pesta, pembuatan baki lamaran, foto dan shooting.

Sanggar rias sekar sari berdiri sejak tahun 1986 dan cukup terkenal di daerahnya. Awalnya tempat usaha ini tidak menyertakan papan nama ataupun spanduk sebagai media informasi mereka sehingga tempat usaha ini terkenal dari orang ke orang sebagai penyedia jasa rias pengantin. Hingga zaman semakin berkembang dengan adanya media cetak digital printing yang berupa spanduk berbahan mmt kemudian dibuatlah spanduk yang berisikan informasi tentang jasa yang mereka tawarkan yaitu menerima rias pengantin solo putri, solo basahan, jogya paes ageng, muslim, modifikasi. Karena hanya jasa tersebut yang dituliskan pada spanduk, informasi pun menjadi kurang, banyak konsumen yang tidak mengetahui apa saja jasa yang mereka tawarkan terlebih konsumen yang berasal dari luar daerah.

Kurangnya promosi bisa menjadi pendorong orang akan melirik tempat lain dari pada tempat usaha tersebut dan semakin banyaknya persaingan perusahaan tersebut ingin meningkatkan jumlah konsumen serta memperkenalkan perusahaan pada masyarakat luas. Maka diperlukan beberapa media cetak sebagai media informasi dan juga promosi.

Beberapa media cetak yang efektif untuk promosi tersebut diantaranya neon box, brosur dan stiker. Karena neon box memiliki fungsi ganda yaitu sebagai media iklan layaknya poster dan penerangan karena neon box berisi lampu-lampu pijar, brosur merupakan media yang mampu menawarkan dan menginformasikan produk dengan terperinci dan stiker media promosi yang sifatnya fleksibel bisa ditempel dimana saja.

Cara implementasi neon box nantinya akan dipasang didepan tempat usaha tersebut dengan tujuan agar dilihat masyarakat yang sedang melintas didaerah tersebut dan neon box dapat menyala di malam hari. Brosur nantinya akan disebarkan kepada masyarakat. Sedangkan stiker akan disampaikan dengan cara ditempel pada kendaraan atau media lainnya yang dapat ditempelkan.

Oleh sebab itu saran dari penulis membuat beberapa media promosi cetak yang berguna untuk kegiatan promosi dan memberikan informasi bagi masyarakat luas yang belum mengenalnya serta untuk menarik konsumen baru dengan judul : “ PEMBUATAN NEON BOX, BROSUR DAN STIKER SEBAGAI MEDIA PROMOSI PADA SANGGAR RIAS SEKAR SARI SEMARANG”

2.LANDASAN TEORI

A. Pengertian Promosi

Promosi adalah suatu cara untuk mengkomunikasikan suatu produk. Kegiatan ini dilakukan untuk menginformasikan suatu produk yang berupa barang maupun jasa. Promosi tidak hanya berhenti sampai tahap menginformasikan saja, tetapi juga membedakan produk satu dengan lainnya. Promosi dilakukan untuk menambah *profit* dari suatu produk. Selain itu, promosi dilakukan untuk meraih pengguna baru serta menjaga kesetiaan pengguna lama. (Ardi, 2013)

Promosi merupakan salah satu penentu keberhasilan suatu program pemasaran. Pentingnya promosi dapat digambarkan lewat perumpamaan bahwa pemasaran tanpa promosi dapat diibaratkan seorang pria berkaca mata hitam yang dari tempat gelap pada malam kelam mengedipkan matanya pada seorang gadis di kejauhan. Tak seorang pun tahu apa yang dilakukan pria tersebut selain dirinya sendiri.

Pada hakikatnya promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran. Yang dimaksud dengan komunikasi pemasaran adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk dan mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.(Tjiptono, 2010)

Promosi merupakan alat komunikasi antara perusahaan dan konsumen dan sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian sesuai keinginan dan kebutuhannya. (Rangkuti, 2009)

1. Tujuan promosi
 - a. Memberikan informasi
 - b. Mengubah sikap dan keyakinan/perasaan
 - c. Menstimulasi agar pelanggan melakukan pembelian.

B. Pengertian Media

Media menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia media adalah alat atau penghantar, sedangkan promosi adalah kegiatan komunikasi untuk meningkatkan volume penjualan baik dengan pameran, periklanan, demonstrasi dan usaha lainnya yang bersifat persuasif. Jadi pengertian media promosi adalah alat atau sarana penghantar yang digunakan untuk mengkomunikasikan suatu produk atau jasa dengan tujuan meningkatkan volume penjualan.

Menurut Hafied Cangara Media adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak. Ada beberapa pakar psikologi memandang bahwa dalam komunikasi antar manusia, maka media yang paling didominasi dalam berkomunikasi adalah panca indera manusia seperti mata dan telinga. Pesan-pesan yang diterima selanjutnya oleh panca indera selanjutnya diproses oleh pikiran manusia untuk mengontrol dan menentukan sikapnya terhadap sesuatu, sebelum dinyatakan dalam tindakan.

Menurut Dani Vardiansyah Media adalah bentuk jamak dari medium-medium komunikasi diartikan sebagai alat perantara yang sengaja dipilih komunikator untuk menghantarkan pesannya agar sampai ke komunikan. Jadi, unsur utama dari media komunikasi adalah pemilihan dan penggunaan alat perantara yang dilakukan komunikator dengan sengaja. Artinya, hal ini mengacu kepada pemilihan dan penggunaan teknologi media komunikasi.

Jenis media promosi adalah sebagai berikut :

1. Promosi melalui media Cetak : poster, stiker, katalog dan brosur :
 - a. Poster : poster bergambar dan full *color* biasanya dipakai sebagai dekorasi ruangan untuk ditempel di dinding, pintu, jendela atau dinding ruang.
 - b. Stiker : bahan yang dapat menempel sendiri atau dengan kata lain dia memiliki bahan perekat sehingga dapat ditempelkan di benda. Cocok untuk media promosi sifatnya fleksibel, bisa ditempel di mana saja.
 - c. Katalog : sejenis dengan brosur yang berisi rincian jenis produk yang di pasarkan, seringkali dilengkapi dengan gambar dan memiliki ukuran yang bermacam-macam.
 - d. Brosur : media promosi yang sekarang banyak digunakan, bahan cetakan yang terdiri dari beberapa halaman yang dijilid sehingga menyerupai buku yang didalamnya terdapat sejumlah informasi.
2. Promosi melalui media Elektronik : televisi, radio dan Internet (*online*):
 - a. Televisi : Media ini biayanya lebih mahal dari media lainnya, sebab iklan bisa ditunjukkan berupa gambar dan suara sehingga umumnya hanya perusahaan besar yang menggunakannya.
 - b. Radio : Dengan menggunakan radio, perusahaan dapat mencapai daerah terpencil yang sulit dilalui kendaraan dan tidak ada listrik, selain itu radio dapat diterima oleh siapa saja.
 - c. Internet (*online*) : Selain media-media tersebut internet juga digunakan sebagai media promosi. Karna bersifat elektronik yang dapat digunakan dimana saja dan kapan saja.

C. Pengertian Informasi

Menurut Budi Sutedjo Dharma Oetama Informasi merupakan hasil pemrosesan data yang diperoleh dari setiap elemen sistem tersebut menjadi bentuk yang mudah dipahami dan merupakan pengetahuan yang relevan yang dibutuhkan oleh orang untuk menambah pemahamannya terhadap faktor-faktor yang ada.

Menurut McLeod dalam buku Informasi adalah data yang diolah menjadi bentuk yang lebih berguna dan lebih berarti bagi yang menerimanya, informasi disebut juga data yang diproses atau data yang memiliki arti.

Informasi dapat disimpulkan sebagai hasil dari pengolahan data dalam suatu bentuk yang lebih berguna dan lebih berarti bagi penerimanya yang menggambarkan suatu kejadian-kejadian (event) yang nyata (fact) yang digunakan untuk pengambilan keputusan.

Informasi adalah data yang diolah menjadi bentuk yang berguna untuk membuat keputusan. Informasi berguna sebagai pembuat keputusan, karena berdasarkan informasi itu para pengelola dapat mengetahui kondisi obyektif perusahaannya.

3. METODE PENELITIAN

Untuk memperoleh data yang benar – benar objektif dan akurat maka penulis menggunakan metode data sebagai berikut :

Wawancara (Interview)

Wawancara dan interview merupakan metode pengumpulan data dengan cara tanya jawab yang dikerjakan berdasarkan pada tujuan penelitian.

Pengamatan Langsung (Observasi)

Observasi adalah cara dan teknik pengumpulan data dengan melakukan pengamatan dan pencatatan secara lengkap.

Studi Pustaka

Studi Pustaka adalah metode pengumpulan data dengan cara mempelajari buku yang berhubungan dengan system kegiatan promosi media cetak sebagai referensi dalam mendesain promosi media cetak.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dibawah ini adalah hasil akhir dari desain media cetak:



Gambar 4.64 Hasil akhir pembuatan neon box

Brosur halaman depan:



Brosur halaman belakang:



Gambar 4.65 Hasil akhir pembuatan brosur

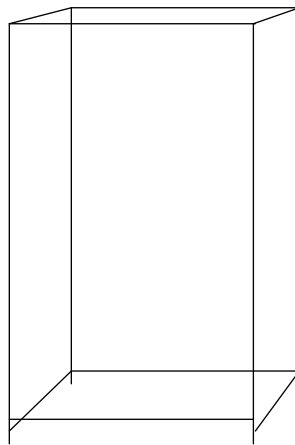


Gambar 4.66 Hasil akhir pembuatan stiker

A. Proses Cetak Pada Neon box, Brosur dan Stiker

Proses cetak Pada Neon Box, brosur dan stiker adalah sebagai berikut :

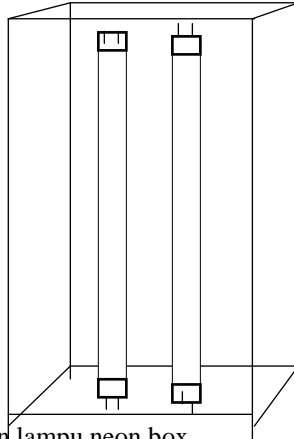
1. Proses cetak neon box
 - a. Proses pembuatan kerangka



Gambar 4.67 Kerangka neon box

Pada proses pembuatan kerangka (P:40 x L:20cm x T:80cm) yang perlu dipersiapkan adalah batang besi (stall 22), 4 batang besi (40cm), 4 batang besi (80cm), 4 batang besi (20cm). Kemudian besi tersebut dirangkai dilas agar melekat.

b. Proses pemasangan lampu neon



Gambar 4.68 Pemasangan lampu neon box

Proses pemasangan lampu neon, terlebih dahulu bagian belakang box tersebut ditutup dengan aluminium yang sudah dipotong berukuran 40cmx80cm. Dengan cara setiap sudut dan sisinya di bur. Kemudian setelah lubang (aluminium dan besi) barulah aluminium dan besi tersebut digabungkan dengan di ripet. Proses selanjutnya adalah menyediakan tempat neon. Dua besi (atas dan bawah) yang berukuran 40cm dibagian belakang, ditarik blendrat (kawat) untuk tempat neon box di pasang. Dalam proyek neon box yang berukuran 40cmx80cm di gunakan 2 trafo elektrik dan 2 neon (20 watt). Jarak pemasangan neon adalah 20 cm.

c. Proses

pemasangan Backlite



Gambar 4.69 Pemasangan backlite

Saat proses pemasangan backlite kebox agar tidak kendur. Perlu dilakukan penarikan yang sangat kuat setiap sisi dan sudutnya. Barulah proses pengeboran (backlite dan besi) dengan jarak 10cm dilakukan. Setelah lubang barulah backlite dan besi diripet.

d. Proses



pemasangan tutup box

Gambar 4.70 pemasangan tutup box

Pemasangan dilakukan penutupan bagian muka dan belakang box.

2. Proses cetak brosur
 - a. Brosur dicetak dengan menggunakan mesin digital printing Fuji Xerox.
 - b. Digital printing adalah metode percetakan dari gambar berbasis digital, yang biasanya berupa file, kemudian bisa langsung dicetak di berbagai media dengan cara yang instan dan cepat.



Gambar 4.71 Mesin digital printing Fuji Xerox

Spesifikasi Gambar :

Nama file : IMG-147

Tanggal pemotretan : 21 September 2015

Waktu : 15:50

Tempat : percetakan isa grafika di jalan gajah raya

3. Proses cetak stiker
 - a. Proses cetak stiker sama dengan proses mencetak brosur dengan menggunakan mesin digital printing Fuji Xerox.
 - b. Digital printing adalah metode percetakan dari gambar berbasis digital, yang biasanya berupa file, kemudian bisa langsung dicetak di berbagai media dengan cara yang instan dan cepat.

B. Penggunaan

Media cetak ini telah penulis serahkan kepada Sanggar Rias Sekar Sari Semarang tersebut akan digunakan sebagai media promosi dan informasi. Media cetak ini dapat memberikan informasi dan promosi tentang jasa pelayanan rias pengantin kepada konsumen. Setelah melihat media promosi cetak ini diharapkan dapat meningkatkan jumlah konsumen yang datang sehingga pendapatan dapat meningkat pula.

Berikut adalah foto penulis saat melakukan penyerahan media cetak dari neon box, brosur dan stiker kepada Sanggar Rias Sekar Sari Semarang.

Gambar 4.72 Penyerahan neon box, brosur dan stiker kepada Sanggar Rias Sekar Sari Semarang. Tanggal 12 Juli 2015



Spesifikasi gambar :

Nama File : IMG-078

Tanggal Pemotretan : 12 Juli 2015

Waktu : 10.45

Lokasi : Jalan Kanguru Raya No.31

C. Penerapan

Hasil akhir dari beberapa desain yang dibuat diterapkan pada Sanggar Rias Sekar Sari Semarang. Berikut ini penerapan hasil desain yang telah dibuat:

1. Penerapan neon box, dipasang didepan tempat usaha dijalan Kanguru Raya No.31 Semarang yang bertepatan dipinggir jalan raya kanguru tersebut dengan tujuan agar dilihat masyarakat yang sedang melintas didaerah tersebut.



Gambar 4.73 Foto Pemasangan neon box didepan tempat usaha

Spesifikasi gambar :

Nama file : IMG-210

Tanggal pemotretan : 21 September 2015

Waktu : 09.45

Lokasi : Jalan Kanguru Raya No.31 Semarang

2. Brosur disebar dan diberikan kepada calon konsumen sebagai sarana informasi dan mudah dibawa ke mana-mana dan disimpan.



Gambar 4.74 Foto pembagian brosur kepada calon konsumen
Tanggal 13 Juni 2015 di daerah gayamsari

Spesifikasi gambar :
Nama file : IMG-330
Tanggal Pemotretan : 13 Juni 2015
Waktu : 12.45
Lokasi : Jalan Gayamsari Semarang

3. Stiker ditempelkan pada media yang dapat ditempel dan dipasang pada kendaraan. Hal ini dimaksudkan agar dapat membawa nama identitas perusahaan kemana-mana sebagai sarana promosi.



Gambar 4.75 Foto Pemasangan stiker pada media elektronik
Tanggal 13 Juni 2015

Spesifikasi gambar :
Nama file : IMG-117
Tanggal Pemotretan : 13 Juni 2015
Waktu : 12.54
Lokasi : Jalan Gayamsari Semarang



Gambar 4.76 Foto Pemasangan stiker pada kendaraan sepeda motor
Tanggal 13 Juni 2015

Spesifikasi gambar :
Nama file : IMG-220
Tanggal Pemotretan : 13 Juni 2015
Waktu : 15.00
Lokasi : Jalan Gajah Semarang



Gambar 4.77 Foto Pemasangan stiker pada kendaraan roda empat
Tanggal 13 Juni 2015

Spesifikasi gambar :
Nama file : IMG-221
Tanggal Pemotretan : 13 Juni 2015
Waktu : 15.12
Lokasi : Jalan Gajah Semarang

Kesimpulan

Dari hasil perancangan desain media promosi cetak pada Sanggar Rias Sekar Sari Semarang yang memiliki tujuan untuk memberikan informasi dan melakukan promosi terhadap produk atau jasa Sanggar Rias Sekar Sari kepada calon pelanggan dapat disimpulkan diantaranya bahwa :

1. Media cetak Neon Box, Brosur dan Stiker dapat memberikan informasi yang jelas kepada konsumen.
2. Dengan adanya media promosi brosur dan stiker dapat menyebarkan informasi sehingga lebih dikenal oleh masyarakat luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardhi, Yudha, 2013; "Merancang Media Promosi Unik dan Menarik", Yogyakarta: TAKA Publisher
- Cangara, Hafied 2010; "Pengantar Ilmu Komunikasi", Jakarta : Raja Grafindo
- Hendratman, Hendi, 2014; "Computer Graphic Desain", Bandung : Informatika
- Kusriyanto, Adi, 2009; "Bekerja di Dunia Grafis", Jakarta : PT. Elek Media Komputindo
- Mc Leod, Yakub, 2012; "Pengantar Sistem Informasi", Yogyakarta : Graha Ilmu
- Mulyana, Ade, 2011; "Berkreasi dengan Desain Grafis", Bandung : Yrama Widya
- Rangkuti, 2009; "Strategi Promosi Yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing", Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama
- Supriyono, Rakhmat, 2010; "Desain Komunikasi Visual : Teori dan Aplikasi", Yogyakarta : CV. Andi Offset
- Sutedjo, Budi, 2001; "Perencanaan dan Pembangunan Sistem Informasi" Yogyakarta : CV. Andi Offset
- Suyanto, Asep Herman, 2009; "Step by Step Web Design Theory and Practices", Yogyakarta : CV. Andi Offset
- Sihombing, Danton, 2003; "Tipografi Dalam Desain Grafis", Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama
- Tjiptono, Fandi, 2010; "Diktat Riset Media Strategi Pemasaran", Jakarta : Dian Rakyat
- Vardiansyah, Dani, 2010; "Filsafat Ilmu Komunikasi : Suatu Pengantar", Jakarta : Indeks
- Wibowo, Ibnu Teguh, 2013; "Belajar Desain Grafis", Yogyakarta : Buku Pintar