

PERANCANGAN MEDIA MASKER UNTUK PROMOSI KAFE BATUR COFFEE 1926 DI KINTAMANI

Putu Ega Kristina¹, Ida Bagus Ketut Trinawindu, S.Sn., M.Erg²,
Agus Ngurah Arya Putraka, S.Sn., M.Sn³

Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Seni Indonesia Denpasar, Jl. Nusa Indah, Denpasar 80235, Indonesia.

E-mail : egakristinal@gmail.com

Abstrak

Artikel ini memaparkan proses perancangan media masker untuk promosi Kafe Batur Coffee 1926 di Kintamani. Fenomena nongkrong di kafe juga terjadi di Provinsi Bali. Salah satunya adalah menjamurnya kafe di wilayah Kecamatan Kintamani, Salah satu kafe kopi yang berada di Kecamatan Kintamani yaitu Kafe Batur Coffee 1926. Kafe Batur Coffee 1926 merupakan kafe kopi yang menyediakan berbagai macam minuman olahan kopi, non-kopi, makanan ringan serta makanan lokal khas Kintamani. Data menggunakan sejumlah metode seperti metode penelitian Observasi, Metode Wawancara, Metode Patisifatif, Metode Kepustakaan, Metode Dokumentasi. Permasalahan yang dialami oleh Kafe Batur Coffee 1926 saat ini adalah media promosi yang dimiliki masih kurang dan belum maksimal. Masker hidung kain ini penulis dipilih menjadi media pendukung untuk promosi untuk kafe Kafe Batur Coffee 1926 karena dinilai sangat efektif dalam merespon situasi ditengah pandemi virus COVID-19. Selain itu perancangan media masker dipilih sebagai media yang komunikatif kepada masyarakat untuk promosi kafe Batur Coffee 1926. Perancangan menggunakan program aplikasi Adobe Photoshop CC 2019.

Kata Kunci : Media Promosi, Masker, Kafe, Kopi

Abstract

This article describes the process of designing masks for the promotion of the Batur Coffee 1926 cafe in Kintamani. The phenomenon of hanging out in cafes also occurs in the province of Bali. One of them is the proliferation of cafes in the Kintamani District. One of the coffee cafes in Kintamani District is the Batur Coffee 1926. The Batur Coffee 1926 is a coffee cafe that provides various kinds of coffee, non-coffee drinks, snacks and local specialties. The data uses a number of methods such as observational research methods, interview methods, patient methods, library methods, and documentation methods. The problem experienced by the Batur Coffee 1926 at this time is that the promotional media they have are still lacking and not optimal. This cloth nose mask was chosen by the author as a supporting media for promotions for the Batur Coffee 1926 Cafe because it was considered very effective in responding to the situation amid the COVID-19 virus pandemic. In addition, the design of the mask media was chosen as a communicative medium to the public for the promotion of the 1926 Batur Coffee cafe. The design used the Adobe Photoshop CC 2019 application program.

Keywords: Promotion, Mask, Cafe, Coffee

PENDAHULUAN

Media Seiring perkembangan zaman, kehidupan masyarakat mulai mengalami perubahan gaya hidup. Salah satu gaya hidup bagi kelompok masyarakat tertentu di Indonesia saat ini adalah nongkrong di kafe. Penelitian Salendra (2014) berjudul *Coffee Shop as a Media for SelfActualization Today's Youth* bahwa Dengan mengikuti tren yang sedang ada, remaja akan merasa mendapatkan pengakuan sosial atas dirinya sebagai individu yang gaul/ eksis. Berbagai macam kegiatan dilakukan oleh remaja dalam beraktualisasi diri, salah satunya adalah dengan mengikuti budaya nongkrong di kedai kopi. Dengan pergi ke kedai kopi remaja akan mendapatkan suatu perasaan puas Wujud aktualisasi diri remaja yang dilakukan saat berada di kedai kopi dapat berupa macam-macam hal, salah satunya adalah dengan mengupdate status/ foto di berbagai media sosial mereka sehingga akan diketahui oleh banyak orang. Maraknya kafe tersebut juga bersamaan dengan konsep dengan tujuan tertentu. Beragam konsep yang disuguhkan seperti konsep interior, pemandangan alam di sekitar kafe, harga yang terjangkau, pilihan menu yang beragam dengan nuansa tradisional sampai modern telah menjadikan kafe mendapat posisi tersendiri oleh masyarakat sebagai salah satu alternatif tempat untuk memanfaatkan waktu luang seperti tempat bertatap muka dengan keluarga maupun teman ataupun melakukan tujuan yang lain seperti bertemu rekan bisnis.

Fenomena nongkrong di kafe juga terjadi di Provinsi Bali. Di Bali sendiri sudah banyak kafe yang dapat ditemui dengan berbagai macam konsep yang di tawarkan. Salah satunya adalah menjamurnya kafe di wilayah Kecamatan Kintamani, Kabupaten Bangli, di daerah ini eksistensi kafe mulai diperhitungkan bagi pelaku bisnis. Keberadaan Kintamani terkenal sebagai tujuan destinasi wisata dan kawasan strategis dengan pemandangan alamnya yang indah. Salah satu kafe kopi yang berada di Kecamatan Kintamani yaitu Kafe Batur Coffee 1926. Kafe Batur Coffee 1926 merupakan kafe kopi yang menyediakan berbagai macam minuman olahan kopi, makanan ringan serta makanan lokal khas Kintamani.

Kafe Batur Coffee 1926 ini didirikan oleh Bapak I Putu Sucita Maiva Utama dengan total jumlah pekerja yang terdapat yaitu berjumlah 12 orang. Mulai beroperasi pada tahun 2020, buka setiap hari dari pukul 06.00 sampai dengan 20.00 WITA. Kafe ini berlokasi di Jalan Raya Kintamani, Batur Selatan, Kintamani, Kabupaten Bangli. Dari Kota Denpasar menempuh sekitar 1.5 jam perjalanan. Kafe Batur Coffee 1926 Berada di ketinggian 1.500 mdpl, membuat kafe ini memiliki udara yang sejuk. Kafe Batur Coffee 1926 ini menyediakan berbagai jenis minuman olahan kopi. Selain Kopi, mereka menawarkan juga minuman non-kafein, serta makanan khas Kintamani seperti Mujair Nyat-Nyat dan olahan makanan lainnya. Sehingga pelanggan dari kafe ini di rencanakan tidak hanya pecinta kopi saja, tetapi yang tidak mengonsumsi kafein juga dapat menikmati beberapa varian minuman non-kafein juga. Harga yang ditawarkan dimulai dari harga Rp10.000-Rp100.000an. Ciri khas dari Kafe Batur Coffee 1926 dibanding dengan kafe lain yang sejenis adalah dari ide bisnis yang ditawarkan, tempat minum kopi ini dilatarbelakangi konsep sejarah dari Desa Batur. Interior ruangan juga terpajang foto-foto dokumentasi sejarah Desa Batur yang tidak akan dijumpai di kafe yang lain. Pada lantai dua kafe ini tersedia tempat duduk di area indoor maupun outdoor, di area outdoor di suguhkan dengan gapura khas Bali sebagai tempat pengunjung mengabadikan foto. Keunggulan lainnya dari Kafe Batur Coffee 1926 yaitu memiliki pemandangan Gunung Batur, Gunung Abang, Gunung Agung terlihat jelas dari kafe ini, karena pemandangan tersebut akan memiliki nilai yang sama dari manapun kita berdiri disepanjang Kaldera Batur, maka kedepannya usaha sejenis di Kintamani akan bertarung pada konsep kafe, produk, cara promosi dan pelayanan untuk meningkatkan pengunjung keberhasilan sebuah usaha kedepannya. Target pasar pada saat ini masih berbicara pasar lokal/domestik, peta pasar akan berubah saat kondisi telah membaik karena adanya pandemi COVID-19.

Permasalahan yang dialami oleh Kafe Batur Coffee 1926 saat ini adalah media promosi yang dimiliki masih kurang dan belum maksimal. Sehingga kafe ini masih memiliki kekurangan untuk menjangkau promosi usahanya

agar lebih dikenal oleh masyarakat luas dan menarik pengunjung. Pandemi COVID-19 saat ini, telah mengubah hampir seluruh cara hidup masyarakat saat ini. Masyarakat luas jadi semakin peduli tentang kesehatan, kebersihan, dan kepedulian sosial di lingkungan sekitar. Adanya perubahan kesadaran masyarakat tentang pentingnya menjaga kesehatan diri, terutama di masa pandemi COVID-19 sekarang, yang membuat masyarakat kemudian menggunakan alat pelindung diri (APD), salah satunya menutup hidung dan mulut dengan menggunakan masker. Muncul banyak sekali jenis masker non medis dan salah satu yang populer adalah masker Kain. Jenis masker penggunaannya terbilang cukup populer di masyarakat karena dianggap nyaman dan harganya pun murah meriah dan dapat dicuci untuk dipergunakan kembali.

Desain Komunikasi Visual adalah cabang ilmu desain yang mempelajari konsep komunikasi dan ungkapan kreatif, juga teknik dan media dengan memanfaatkan elemen-elemen visual untuk menyampaikan pesan. Media promosi dirancang untuk mendapatkan perhatian calon konsumen. Promosi juga membantu mencapai visi misi dari perusahaan. Selain itu Promosi ini juga dapat menjadi pembeda perusahaan dengan perusahaan lainnya yang menjadi kompetitor. Masker hidung kain ini penulis dipilih menjadi media pendukung untuk promosi untuk kafe Kafe Batur Coffee 1926 karena dinilai sangat efektif dalam merespon situasi ditengah pandemi virus COVID-19

Dengan merancang Masker untuk Promosi Kafe Batur Coffee 1926 menggunakan ilmu Desain Komunikasi Visual diharapkan dapat meningkatkan jumlah pengunjung dan mampu mengungkapkan citra dan kelebihan perusahaan yang ingin ditampilkan kepada target audience melalui sebuah media promosi berupa masker kain. Sehingga dengan begitu Desain Komunikasi Visual ini diharapkan dapat menjadi solusi dalam perancangan media Promosi Kafe Batur Coffee 1926.

Metode Penelitian

Pada penelitian ini menggunakan metode penelitian Observasi, Metode Wawancara,

Metode Patisifatif, Metode Kepustakaan, Metode Dokumentasi

Metode penelitian Observasi, Dilakukan dengan cara datang langsung ke Kafe Batur Coffee 1926 di Kintamani dan mengamati media promosi yang telah dimiliki oleh Kafe Batur Coffee 1926, sehingga dapat diketahui tentang permasalahan yang dalam merancang media komunikasi visual untuk promosi Kafe Batur Coffee 1926.

Metode Wawancara, Tekait perancangan penulis melakukan wawancara dengan Bapak I Putu Sucita Maiva Utama selaku pemilik Kafe Batur Coffee 1926, Perwakilan Karyawan dan beberapa pengunjung.

Metode Patisifatif, Metode ini akan diterapkan dengan cara ikut terlibat secara langsung dalam pembuatan proyek perancangan media promosi untuk kafe Batur Coffee 1926 oleh Penulis dengan informasi yang telah diberikan oleh Bapak I Putu Sucita Maiva Utama selaku pemilik Kafe Batur Coffee 1926, Perwakilan Karyawan dan Pengunjung.

Metode Kepustakaan, Metode dengan cara mencari informasi pada buku, artikel, majalah, surat kabar, dan media lainnya yang ada hubungannya dengan topik yaitu mengenai perancangan media promosi

Metode Dokumentasi, Dokumentasi dalam penelitian ini adalah dokumentasi hasil keadaan di lapangan. Dilakukan dengan mengumpulkan segala bentuk data baik tentang wawancara dengan Bapak I Putu Sucita Maiva Utama ini dalam bentuk tulisan maupun Foto yang didapatkan dari berbagai sumber.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Berikut adalah hasil wawancara Bapak I Putu Sucita Maiva Utama. Kafe Batur Coffee 1926 sudah memiliki keunggulan tersendiri dengan menawarkan, tempat minum kopi yang dilatarbelakangi konsep sejarah dari Desa Batur. Interior ruangan juga terpajang foto-foto dokumentasi sejarah Desa Batur yang tidak akan dijumpai di kafe yang lain. Keunggulan lainnya dari Kafe Batur Coffee 1926 yaitu memiliki pemandangan Gunung Batur, Gunung Abang, Gunung Agung. Dari keunggulan tersebut maka potensi yang dimiliki sangat baik dibanding usaha sejenis.

Di Kintamani akan bertarung pada konsep kafe dan bagaimana cara mempromosikan kafe untuk keberhasilan sebuah usaha kedepannya.

Target pasar pada saat ini masih berbicara pasar lokal/domestik, peta pasar akan berubah saat kondisi telah membaik karena adanya pandemi COVID-19. Pandemi COVID-19 saat ini, telah mengubah hampir seluruh cara hidup masyarakat saat ini. Masyarakat luas jadi semakin peduli tentang kesehatan, kebersihan, dan kepedulian sosial di lingkungan sekitar. Adanya perubahan kesadaran masyarakat tentang pentingnya menjaga kesehatan diri, terutama di masa pandemi COVID-19 sekarang, yang membuat masyarakat kemudian menggunakan alat pelindung diri (APD), salah satunya menutup hidung dan mulut dengan menggunakan masker. Muncul banyak sekali jenis masker non medis dan salah satu yang populer adalah masker Kain. Jenis masker penggunaannya terbilang cukup populer di masyarakat karena dianggap nyaman dan harganya pun murah meriah dan dapat dicuci untuk dipergunakan kembali. Maka masker hidung kain ini penulis dipilih menjadi media pendukung untuk promosi untuk kafe Kafe Batur Coffee 1926 karena dinilai sangat efektif dalam merespon situasi ditengah pandemi virus COVID-19

Program Kreatif

Tema pesan yang ingin disampaikan pada perancangan media Masker untuk promosi kafe Batur 1926 adalah pesan yang menonjolkan konsep sejarah kafe ini sebagai kelebihan kafe. Tema klasik yang diusung diharapkan mampu menyampaikan pesan dan menarik minat pengunjung. Program kreatif adalah kebijakan yang akan dilakukan terhadap panduan kreatif, terdiri dari isi pesan dan bentuk pesan. Pesan yang disampaikan pada sarana promosi yang dirancang menggunakan 2 bentuk pesan yaitu pesan Verbal dan Pesan Non verbal/ Visual. Pesan Verbal berupa informasi singkat dan jelas kepada audience mengenai Kafe Batur Coffee 1926 melalui media masker yang dapat menginformasi audience sehingga dapat menarik minat audience untuk datang ke Kafe Batur Coffee 1926. Pesan Non verbal/Visual Pesan Non Verbal / Visual berupa Pesan gambar pada

sarana promosi yang dirancang guna mempromosikan Kafe Batur Coffee 1926 melalui media masker menggunakan Ilustrasi Digital yang tujuannya memperindah tampilan sarana promosi sehingga diharapkan dapat menarik minat konsumen untuk datang berkunjung ke Kafe Batur Coffee 1926.

Pengarahannya Pesan Visual

Pesan visual bermanfaat untuk memberikan sebuah informasi kepada khalayak sasaran agar media promosi lebih mudah diingat dan dipahami.

Pengarahannya pesan visual yang akan disampaikan sebagai berikut :

a. Momen Visual

Momen visual adalah yang ingin ditonjolkan pada media yang dirancang. Hal ini dengan konsep media yaitu “Klasik” sebagai referensi dalam perancangan media.

b. Citra Visual

Melalui ilustrasi untuk media yang dibuat diharapkan nanti mampu menggambarkan citra Kafe Batur Coffee 1926 pesan yang ingin disampaikan harus mampu diterima dengan baik oleh target audiens. Dalam perancangan ini penulis akan menggabungkan elemen-elemen visual yang bergaya klasik serta melakukan perbaruan dengan menggunakan kombinasi menggunakan elemen yang modern sehingga tidak ketinggalan zaman.

c. Jenis Tipografi

Jenis tipografi yang digunakan adalah Serif, Sans Serif dan Dekoratif. Adapun ukuran dan bahan yang menyesuaikan dengan kebutuhan media

d. Tone Warna

Media masker menggunakan warna hitam. Tone warna yang ingin diperlihatkan pada media yang dirancang akan sesuai dengan konsep media. Dalam konsep ini perancang akan menggunakan warna monokrom coklat pada teks dan ilustrasi.

e. Layout

Dalam perancangan media yang akan divisualisasikan, layout tersebut mempermudah target audiens dalam menyaring informasi yang disampaikan.

f. Model Ilustrasi

Ilustrasi yang akan digunakan adalah ilustrasi teknik digital.

Proses perancangan

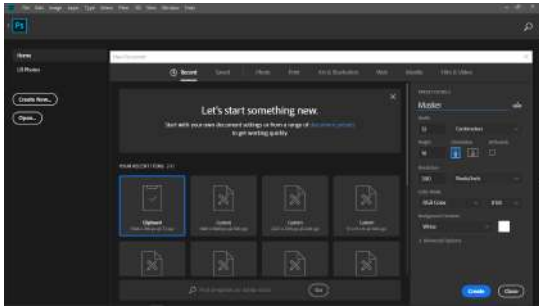
Dalam Proses Perancangan Masker untuk promosi kafe batur Coffee 1926 Penulis menggunakan aplikasi Adobe

Hal pertama yang penulis siapkan yaitu:

- Laptop atau PC
- Program Aplikasi Adobe Photoshop CC 2019
- Ilustrasi dan text yang akan digunakan

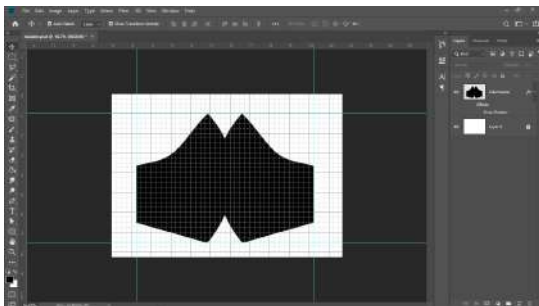
Berikut Tahap Perancangannya:

- a. Membuka Program Aplikasi Adobe Photoshop CC 2019
- b. Membuat Lembar Kerja Baru, Klik Create New Lalu atur Ukuran Canvas yang akan digunakan, penulis menggunakan ukuran 13 cm x 16 cm.



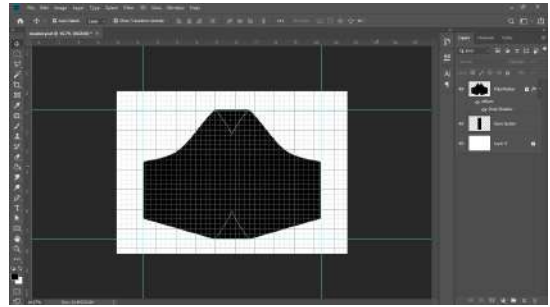
Gambar 1. Tampilan Aplikasi Adobe Photoshop CC 2019
(Sumber: Pribadi, 2021)

- c. Membuat Pola Dasar Masker



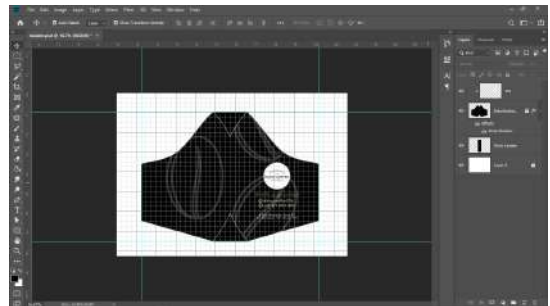
Gambar 2. Pola Dasar Masker
(Sumber: Pribadi, 2021)

- d. Membuat Pola Garis Lipatan mengikuti pola Dasar masker dengan menambahkan Drop Shadow untuk memudahkan dalam proses menjahit.



Gambar 3. Pola Garis Lipatan Masker
(Sumber: Pribadi, 2021)

- e. Menambahkan Desain Ilustrasi, logo dan text isi, slogan, nomor telepon, sosial media, serta alamat kafe menggambarkan citra Kafe Batur Coffee 1926 sebagai keterangan pada masker.



Gambar 4. Menambahkan Ilustrasi Pada masker
(Sumber: Pribadi, 2021)

- f. Proses Perancangan selesai, desain masker sudah siap di cetak



Gambar 5. Masker Siap Cetak
(Sumber: Pribadi, 2021)

Simpulan

Dari penjelasan diatas dapat penulis simpulkan bahwa Fenomena nongkrong di kafe juga terjadi di wilayah Kecamatan Kintamani, objek penelitian penulis adalah Kafe Batur Coffee 1926. Kafe Batur Coffee 1926 merupakan kafe kopi yang menyediakan berbagai macam

minuman olahan kopi, non-kopi, makanan ringan serta makanan lokal khas daerah Kintamani. Tahap pertama yaitu Riset dan Pengumpulan data, jenis data yang dicari yaitu data Observasi, data Wawancara, Data Patisifatif, Data Kepustakaan, Data Dokumentasi. Permasalahan yang dialami oleh Kafe Batur Coffee 1926 saat ini adalah media promosi yang dimiliki masih kurang dan belum maksimal. Maka perlu dirancang sebuah media untuk promosi. Media yang penulis pilih dalam promosi ini adalah masker hidung. Masker hidung yang terbuat dari kain ini penulis pilih menjadi media pendukung untuk promosi untuk kafe Kafe Batur Coffee 1926 karena dinilai efektif dalam merespon situasi ditengah pandemi virus COVID-19. Selain itu media masker dipilih sebagai media yang komunikatif kepada masyarakat untuk promosi kafe Batur Coffee 1926. Setelah mendapatkan data, penulis merancang program kreatif dan pengarahannya pesan visual. Lalu tahap Perancangan Masker menggunakan program aplikasi Adobe Photoshop CC 2019 dengan tahap diawali dengan Membuka Program Aplikasi Adobe Photoshop CC 2019, lalu Membuat Lembar Kerja Baru, Klik Create New Lalu atur Ukuran Canvas yang akan digunakan, penulis menggunakan ukuran 13 cm x 16 cm, setelah itu Membuat Pola Garis Lipatan mengikuti pola Dasar masker dengan menambahkan Drop Shadow untuk memudahkan dalam proses menjahit. Poses terakhir adalah menambahkan Desain Ilustrasi dan text isi keterangan pada masker.

Daftar Sumber Jurnal

Salendra. (2014). *Coffee Shop as a Media for Self-Actualization Today's Youth*. Jurnal Messenger, Volume VI, Nomor 2, Juli 2014