



## **PERANCANGAN BOOTH DESAIN SEMANIS COKLAT GONDANGREJO KARANGANYAR**

Suryono

*e-mail: sisurs289@gmail.com*

Evelyne Henny Lukitasari

Arif Yulianto

*Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Sahid Surakarta*

### **RINGKASAN**

*Semanis Coklat merupakan usaha minuman yang ada Gondangrejo yang kini telah menjadi minuman favorit masyarakat jaman sekarang. Semanis Coklat yang baru berjualan pada tahun 2019 yang berada di Gondangrejo ini merupakan penjual minuman coklat yang lagi rame di Gondangrejo sekarannng. Booth design adalah desain kreatif yang mengaitkan bentuk, struktur, material, warna, citra, tipografi dan elemen-elemen desain dengan informasi produk agar produk dapat dipasarkan. Booth Design digunakan untuk membuat tampilan booth yang di gunakan untuk jualan agar lebih menarik. Branding adalah pemberian nama, istilah, tanda, simbol, rancangan, atau kombinasi dari kesemuanya, yang dibuat dengan tujuan untuk mengidentifikasi barang atau jasa atau kelompok penjual dan untuk membedakan dari barang atau jasa pesaing. Semanis Coklat mempunyai rasa yang enak dan coklat nya terasa tapi booth design Semanis Coklat tidak mendukung di karnakan masih menggunakan meja biasa untuk jualan dan terlihat kurang menarik soalnya terlihat berantakan, bisa merusak daya tarik dan tidak nyaman untuk di lihat, maka dari itu harapannya adalah membuat Booth Design yang lebih menarik dan dapat nilai tersendiri di konsumen yang membeli. Metode perancangannya di mulai dengan memikirkan ide untuk untuk perancangan, lalu melakukan survey kepada Semanis Coklat untuk mengambil foto produk, kemudian melakukan brief dengan mengumpulkan data – data dari hasil observasi, setelah itu kita lakukan brainstorming yang merupakan upaya pengembangan ide dengan konsultasi oleh dosen pembimbing, kemudian melakukan kreatif brief untuk menghasilkan rancangan yang sesuai dengan latar belakang, dan yang terakhir kita melakukan karya visualisasi dari ide kreatif yang telah di tentukan sebelumnya.*

**Kata Kunci :** Semanis Coklat, Booth Design, Perancangan, Promosi.

## **ABSTRACT**

*Semanis Coklat is a beverage business in Gondangrejo and has become a favourite drink of today's society. Semanis Coklat was sold since 2019 and was visited by many buyers in Gondangrejo. Booth design is a creative design that links form, structure, material, colour, image, typography and design elements with product information to market the product. Booth Design is used to make the appearance of the booth that is used for selling to make it more attractive. Branding is the giving of a name, term, sign, symbol, design, or a combination of these, which aims to identify the goods or services or groups of sellers and differentiate them from those of competitors. Semanis Coklat has good taste and chocolate, but Semanis Coklat 's booth design doesn't support it because they still use ordinary tables to sell and look less attractive since they look messy, can damage the attractiveness and are uncomfortable. Making Booth Design is expected to be more attractive and has particular value to consumers. The design method starts with thinking about ideas for designing, conducting a survey with Semanis Coklat to take product photos, conducting a brief by collecting data from observations, conducting brainstorming, which is an effort to develop ideas in consultation with the supervisor, conducting a creative brief to produce designs that are in accordance with the background, and perform visualization work from pre-determined creative ideas.*

**Keywords:** Semanis Coklat, Booth Design, Design, Promotion.

## **A. PENDAHULUAN**

### **Latar Belakang**

Minuman merupakan kebutuhan primer manusia yang harus dipenuhi agar dapat bertahan hidup. Tujuan utama dari minuman adalah untuk memenuhi kebutuhan tubuh akan cairan, selain juga sebagai pelepas dahaga. Keinginan konsumen akan minuman tidak hanya sekedar air saja, tetapi juga menginginkan minuman yang memberi kenikmatan dan kesegaran. Minuman ringan adalah minuman yang tidak mengandung alkohol, merupakan minuman olahan dalam bentuk bubuk atau cair yang mengandung bahan makanan atau bahan tambahan lainnya baik alami maupun sintetik yang dikemas dalam kemasan siap untuk dikonsumsi (Cahyadi, 2005:12) Pada jaman modern ini semakin banyak bisnis kuliner yang bermunculan di pasaran. Semakin banyaknya bisnis tersebut dapat ditandai dengan banyaknya bermunculan restoran, cafe, toko, bahkan yang hanya berbasis stand. Berbagai macam minuman ditawarkan dengan ciri khas masing masing penjual. Semakin banyak

ragam minuman – minuman yang bermunculan dari yang berupa juice, kopi, sari buah, minuman coklat, bubble tea dan lain lainnya. Saat ini sudah banyak jenis minuman yang lagi hits, terutama di kalangan kawula muda. Minuman enak dan segar memang menjadi favorit masyarakat berbagai kalangan.

Bisnis minuman merupakan salah satu bisnis yang menjanjikan di era sekarang. Banyak masyarakat yang berburu minuman yang menarik dan terlihat enak. Apalagi di era sekarang media digital berupa sosial media terus berkembang dan bisa dimanfaatkan untuk menjual bisnis minuman tersebut.

Cokelat adalah sebutan untuk hasil olahan makanan atau minuman dari biji kakao (*Theobroma cacao*). Cokelat pertama kali dikonsumsi oleh penduduk Mesoamerika kuno sebagai minuman. Cokelat umumnya diberikan sebagai hadiah atau bingkisan di hari raya. Dengan bentuk, corak, dan rasa yang unik, cokelat sering digunakan sebagai

ungkapan terima kasih, simpati, atau perhatian bahkan sebagai pernyataan cinta. Cokelat adalah makanan yang sangat digemari berbagai kalangan, tidak peduli usia, gender, status ekonomi dan lain-lain. Hal ini bisa dilihat bagaimana antusiasme seluruh orang didunia terhadap makanan dan minuman berbahan dasar cokelat, baik itu dibuat berupa kue, es krim, minuman, dan lain-lain. Cokelat merupakan salah satu produk hasil perkebunan yang telah dikenal oleh masyarakat. Cokelat telah berkembang dalam industri makanan dan minuman menjadi produk setengah jadi maupun produk jadi yang memiliki nilai ekonomis yang lebih baik. Industri makanan dan minuman dalam mengolah cokelat menggunakan biji cokelat yang menghasilkan produk seperti cokelat bubuk, pasta cokelat, permen cokelat, dan lain sebagainya. Cokelat dalam industri pengolahan dapat digunakan sebagai bahan baku ataupun bahan pelengkap produk. Dalam perkembangannya cokelat tidak hanya menjadi minuman tetapi juga menjadi makanan yang disukai anak-anak, remaja, maupun orang dewasa. Di awal abad ke-17, cokelat menjadi minuman penyegar yang digemari di istana Spanyol. Sepanjang abad itu, cokelat menyebar di antara kaum elit Eropa, kemudian lewat proses yang demokratis harganya menjadi cukup murah, dan pada akhir abad itu menjadi minuman yang dinikmati oleh kelas pedagang. Kira-kira 100 tahun setelah kedatangannya di Eropa, begitu terkenalnya cokelat di London, sampai didirikan “rumah cokelat” untuk menyimpan persediaan cokelat, dimulai di rumah-rumah kopi. Rumah cokelat pertama dibuka pada 1657.

Perkembangan bisnis minuman ini di Kecamatan Karanganyar sangat beranekaragam karena setiap usaha dari kecamatan lainnya juga membuka cabang di Kecamatan Karanganyar terutama dekat alun-alun yang sebagai pusat keramaian. Sehingga disana tersedia produk-produk minuman dari daerah karanganyar untuk memudahkan wisatawan belanja. Dengan terkumpulnya atau menjadi sentra Usaha minuman Kecamatan Karanganyar menjadi pusat kuliner terutama berbagai produk minuman dari karanganyar. Pendapatan daerah Kecamatan Karanganyar meningkat dengan baik yang kebanyakan karena adanya usaha minuman ini.

No	Jenis minuman	Jumlah outlet bertambah dalam 1 tahun terakhir
1	Tea	3
2	boba	3
3	kopi	2
4	Thai Tea	4
5	Minuman coklat	7
<b>Total</b>		<b>19</b>
<b>Rata-Rata</b>		<b>3,≈ 4</b>

Seiring dengan perkembangan jaman, perkembangan dunia bisnispun berubah. Konsumen dapat merasa bosan akan bisnis yang monoton tanpa kreasi. Strategi yang harus dilakukan oleh pelaku bisnis adalah dengan berinovasi, baik dari segi pelayanan maupun produk yang ada. Inovasi memberikan warna tersendiri dalam suatu bisnis untuk menarik konsumen (Wahyuni, 2017:2). Adanya inovasi dalam suatu bisnis dapat memperpanjang umur suatu usaha (going concern). Selain itu dapat memberikan keuntungan yang lebih, dimana

keuntungan adalah tujuan utama dalam dunia bisnis, terutama bagi pemilik bisnis baik jangka pendek maupun jangka panjang, yang besarnya telah ditetapkan sesuai target dan batas waktu (Ali, 2014:5).

Bisnis minuman Semanis coklat terdiri dari 3 rasa yaitu Coklat Oiginal, Coklat Strawberry, Coklat Keju dan berbagai rasa lainnya dan dikemas dibotol plastik dan diberi label logo. Namun sampai saat ini masyarakat belum begitu mengenal tentang Semanis Coklat yang dikarenakan belum maksimalnya media promosi untuk yang dipasarkan dari produk. Salah satu media promosi yang belum dimaksimalkan adalah perancangan booth desain. Banyaknya bisnis minuman yang bermunculan menyebabkan terjadinya persaingan pada usaha sejenis. Pemilik

minuman dituntut untuk mampu menerapkan strategi pemasaran yang efektif agar bisa bersaing secara sehat dan mampu mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian. Keputusan pembelian merupakan kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan oleh penjual.

Promosi adalah sebuah kegiatan komunikasi di dalam suatu perusahaan penjualan produk atau jasa yang ditujukan kepada masyarakat, dengan tujuan agar produk atau jasa di perusahaan dikenal oleh masyarakat serta dapat mempengaruhi masyarakat supaya berminat untuk membeli dan menggunakan produk atau jasa perusahaan. Di dalam perusahaan

kegiatan promosi merupakan salah satu kegiatan yang sangat diperlukan oleh perusahaan karena disatu pihak meyakinkan konsumen terhadap produk yang ditawarkan sedangkan di pihak lain ini sangat menentukan suksesnya perusahaan menghadapi persaingan pasar.

Semanis coklat merupakan kuliner minuman coklat yang terletak di kecamatan gondangrejo, Kabupaten Karanganyar, Jawa Tengah. Di awal berdirinya tahun 2016. Meski gerai minuman jenis baru bermunculan, masih banyak orang memilih legitnya minuman coklat. Coklat yang dianggap mampu menggugah rasa bahagia dan mengusir stres, bisa jadi pilihan tepat bagi siapa pun mulai dari anak-anak hingga remaja.

Booth sudah menjadi suatu perhatian oleh banyak kalangan,

mulai dari pengusaha, akademisi, pemasaran, praktisi media massa, perusahaan, hingga instansi pemerintahan. Dari booth ini banyak kalangan menggunakannya sebagai media promosi, alat penjualan, hingga memberikan materi informasi yang berkaitan dengan gambaran detail suatu iklan atau prodak. Tak hanya itu dengan adanya booth banyak orang yang berlomba lomba untuk dapat mempromosikan prodaknya. Hal ini ditandai dengan adanya banyaknya yang menggunakan media booth tersebut. Fasilitas ini untuk dapat berhubungan langsung dengan orang banyak, seperti langsung bertemunya calon konsumen maupun konsumen prodak tersebut. Kini semakin maraknya penggunaan booth oleh berbagai prodak ataupun mempromosikan sesuatu jasa.

Menurut Durianto, iklan adalah merupakan suatu proses komunikasi yang bertujuan untuk membujuk atau menggiring orang untuk mengambil tindakan yang menguntungkan bagi pihak pembuat iklan (Durianto, 2003:1). Booth sendiri berasal dari bahasa Inggris yang rupanya memiliki arti pojok, boks telepon, stan, kamar, serta sel telepon. Namun, di dalam pameran, booth ini sendiri memiliki artian atau makna sebagai tempat atau sarana bagi produsen atau peserta dalam satu pameran untuk memamerkan produk atau karyanya ke masyarakat luas atau calon konsumen. Dan tak hanya itu saja, rupanya tempat yang biasa kita temukan dalam pameran dan dimanfaatkan oleh para peserta memiliki fungsi lainnya. Adapun Fungsi Booth Pameran sendiri,

Sebagai ajang mempromosikan suatu produk atau karya seni serta Membangun citra atau image dari produsen atau penyaji karya seni dan Sebagai perwakilan dari suatu perusahaan

Di tengah maraknya perkembangan teknologi dalam pemasaran, sebuah perusahaan harus terus menunjukkan kualitas mereka dalam menjual produk/jasa yang mereka miliki. Perlu diketahui bahwa persaingan bisnis saat ini sangat ketat dan masing-masing perusahaan/instansi saat ini harus bisa mempertahankan loyalitas pelanggan. Media promosi yang sangat efektif untuk informasi produk adalah sebuah booth, karena Booth dapat dijangkau oleh semua masyarakat. Maka dari itu, desain sebuah Booth sangat diperlukan untuk menunjang suatu bisnis

terutama di bidang produk atau jasa. Pada saat ini, “Semanis coklat” tidak memiliki Booth untuk mengenalkan produk secara langsung sehingga mempermudah penikmat coklat dari “Semanis Coklat” untuk menikmatinya langsung. Booth menjadi media baru yang sifatnya dahulu hanya dipameran atau event. Di tengah

persaingan yang cukup ketat saat ini, cara yang paling efektif bagi Minuman Coklat “Semanis Coklat” agar dapat bersaing adalah melalui media perancangan booth yaitu sebagai pengembangan promosi dan bagaimana cara memposisikan produk di benak konsumen dengan lebih menarik.

## **B. PEMBAHASAN**

### **1. Tinjauan Pustaka**

Berdasarkan jurnal yang telah dilakukan oleh penulis Lisa Agustin, dan Yusita Kusumarini, Filipus Priyo Suprobo di Surabaya Vol. 2, No. 2, (2014) dengan judul. “Perancangan *Modular Indoor Booth* untuk Produk Pakaian, Sepatu dan Makanan” Tujuan perancangan *modular indoor booth* ini merupakan salah satu inovasi

sistem *display* dalam interior ruang pameran. Perancangan *booth* ini untuk memudahkan penyelenggara pameran ketika mendirikan maupun membongkar *booth* yang mereka gunakan. Penggabungan sistem modular dan sistem bongkar-pasang yang diaplikasikan dalam perancangan ini dapat memberikan kemudahan dalam berbagai aspek, seperti pemasangan, pengangkutan dan penyimpanan.

Berdasarkan jurnal yang telah dilakukan oleh penulis Razzaq Prawiratama Suteja, Teuku Zulkarnain Muttaqien, Hardy Adiluhung di Bandung Vol.5, No.3 (2018) dengan judul. “Material Recommendations On Subang Pineapple Sales Booth Design (Case Study: Setiabudi Street, Bandung)” Tujuan pemilihan material yang tepat pada booth penjualan nanas Subang, akan mempengaruhi kekuatan dan keawetan booth tersebut, sehingga meminimalisir kerusakan. Selain pemilihan material, teknik finishing yang baik juga mempengaruhi daya tahan booth penjualan nanas Subang. Pada penerapan aspek material pada perancangan booth penjualan nanas Subang, masalah yang dibahas adalah pemilihan material yang dihasilkan oleh produk stan penjualan nanas

dijalan Setiabudi. Pada penerapan aspek material ini pemecahan masalah yang dilakukan adalah dengan melakukan observasi dan wawancara langsung dijalan Setiabudi Bandung dalam hal ini data yang diperoleh terkait dengan karakter material yang dipakai, ketersediaan material, proses produksi, dampak yang dihasilkan, hingga estetika yang dimiliki.

<https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/artdesign/article/view/8399>

Berdasarkan jurnal yang telah dilakukan oleh penulis Muhammad Iqbal Nidar, Diena Yudiarti, Sheila Andita Putri di Bandung Volume 7, No 2 (2020) dengan judul. “Perancangan Booth Untuk Pedagang Kaki Lima Di Area Komersial Gor Sagarua Kota Bandung” tujuan booth untuk para pedagang agar

memiliki booth sesuai dengan area yang sudah diberikan, yang nantinya diharapkan memberikan ketertiban dan kenyamanan untuk para pengunjung yang datang. Metode perancangan yang digunakan untuk booth makanan ini adalah dengan metode SCAMPER dengan teknik pengumpulan data kualitatif. Dalam perancangannya yang harus diperhatikan adalah bentuk yang ergonomis dan juga memiliki fungsi yang efisien untuk semua pedagang dengan kebutuhannya masing-masing.

<https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/artdesign/article/view/12183>

Berdasarkan jurnal yang dilakukan oleh penulis Marco Tanjaya, Stephanus P. Honggowidjaja di Surabaya Volume 6, No. 1, tahun 2017 dengan judul. “Perancangan

Interior Showroom Honda Surabaya Center” Tujuan dari perancangan ini adalah menciptakan sebuah *showroom* yang dapat memberikan pengalaman yang baru kepada pengunjung yang datang dan staff serta memiliki ciri khas dari Honda itu sendiri. Metode perancangan yang digunakan yaitu *design thinking* dengan tahapan (1) *Discovery*, (2) *Observe*, (3) *Emphatize*, (4) *Leverage Stories to Discover Insights*, (5) *Frame & Reframe*, (6) *Ideate*, (7) *Decide*, (8) *Prototype*, (9) *Validate Your Idea*, (10) *Iterate*.

<http://publication.petra.ac.id/index.php/desaininterior/article/viewFile/6373/5853>

Manfaat dari keempat jurnal tersebut nantinya akan sangat membantu penulis sebagai referensi dalam pengerjaan Tugas

Akhir yang meliputi bagaimana tentang membuat konsep perancangan Booth design semanis coklat gondangrejo karanganyar.

Tugas akhir yang dibuat oleh Haryo Suseno tahun 2016 di Jakarta yang berjudul “PERANAN DESAIN KOMUNIKASI VISUAL DALAM PERANCANGAN BUKU PARENTING GENERASI DIGITAL DALAM BENTUK INFOGRAFIK”. Laporan tugas akhir ini menjelaskan tentang perancangan Stand Exhibition Mercedes Benz di IIMS JIExpo Kemayoran Jakarta, dapat disimpulkan bahwa: Mengacu pada Image Mercedes Benz sebagai perusahaan Otomotif tertua yang mampu bertahan sampai sekarang, maka desain yang dibuat semenarik mungkin dengan fasilitas yang lengkap didalamnya,

menunjukkan kepada pengunjung bahwa stand exhibition Mercedes Benz tetap diperhitungkan.

<http://digilib.isi.ac.id/1435/6/JURNAL.pdf>

Tugas akhir yang dibuat oleh Silvia Gunawan tahun 2015 di Surabaya dengan judul “PERANCANGAN FLEXIBLE EXHIBITION STAND DENGAN MATERIAL CARDBOARD”. Tujuan perancangan stan flexible exhibition menjadi salah satu inovasi yang dilakukan dengan menggunakan material cardboard yang bertujuan untuk memudahkan exhibitor melakukan pemasangan dalam waktu yang singkat. Konstruksi yang digunakan yaitu sistem knock-down dengan cara folding dan interlocking. Desain yang dirancang mulai dari elemen pembentuk ruang, pengisi ruang

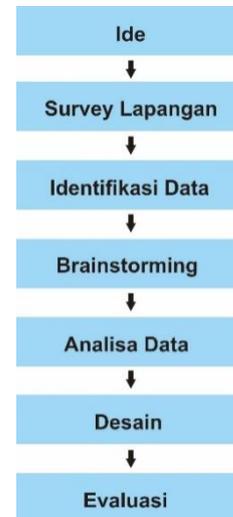
dan dekoratif pameran. Keunggulan menggunakan material cardboard untuk exhibition antara lain biaya produksi lebih murah, bahan baku yang melimpah, ringan, self-assembly tanpa menggunakan tools, fleksibel dengan kondisi dan luasan ruang pameran, memiliki kekuatan yang dapat menggantikan struktur konstruksi kayu dalam menahan beban dan masa pemakaian hingga dua tahun.

<http://publication.petra.ac.id/index.php/desaininterior/article/viewFile/3540/3210>

Perbedaan Tugas Akhir yang akan dibuat penulis dengan dua Tugas Akhir adiatas adalah perbedaan tujuan dan konsep. Karena dari segi objek sudah berbeda

## 2. Metode

Berikut ini adalah metode perancangan yang akan dilakukan penulis dalam pembuatan karya :



### 1. Ide

Ide atau gagasan adalah pemikiran permasalahan yang ada dilatar belakang dalam sebuah laporan tugas akhir. Dalam laporan tugas akhir perancangan Booth design semanis coklat gondangrejo karanganyar ini bertujuan untuk mempromosikan usaha minuman semanis coklat kepada Penikmat minuman coklat. Survey Lapangan

Mengambil gambar dilokasi berupa foto Om Cuppu Barbershop di Gondangrejo sebagai analisa membuat Visual Branding yang akan dilakukan.

### 2. Identifikasi Data (Brief)

Brief merupakan kumpulan data-data yang didapatkan dari

hasil observasi dan dianalisa sehingga mendapat inti dari datanya. Sumber data

- Wawancara

Wawancara akan dilakukan langsung dengan pihak yang bersangkutan dengan minuman semanis coklat untuk mendapatkan informasi-informasi dan data-data yang dibutuhkan. Pustaka

Pustaka yaitu pengumpulan data-data mengenai teori-teori yang dibutuhkan dalam membuat laporan tugas akhir melalui data digital, media cetak dan lain-lain.

- Internet

Pengumpulan data-data tentang bagaimana membuat perancangan Booth design semanis coklat gondangrejo karanganyar yang menarik dengan malalui media internet. Dokumentasi Mengambil foto untuk melengkapi data-data.

a. Teknik Pengumpulan Data

- Observasi

Observasi adalah aktivitas untuk mengetahui sesuatu dari fenomena-fenomena.

Aktivitas tersebut didasarkan pada pengetahuan dan gagasan yang bertujuan untuk mendapatkan informasi dari fenomena yang diteliti. Informasi yang didapat harus bersifat objektif, nyata, dan dapat dipertanggung jawabkan. Objek utama dalam membuat laporan tugas akhir ini adalah Perancangan Visual Branding Om Cuppu Barbershop Gondangrejo.

- Pustaka

Semakin banyaknya pustaka maka semakin banyak pula informasi-informasi dan data-data yang diperoleh untuk membantu dalam perancangan.

- Metode Dokumentasi

Bermanfaat untuk penelitian dengan mengabadikan suatu peristiwa yang sedang terjadi.

### 3. **Brainstorming**

Brainstorming yaitu upaya untuk mengembangkan ide-ide dengan cara berkonsultasi kepada dosen pembimbing Tugas Akhir dan teman mahasiswa lainnya.

### 4. **Analisa Data ( Creative Brief )**

Creative Brief merupakan hal yang perlu dipersiapkan untuk

melakukan langkah kreatif dalam menghasilkan laporan tugas akhir yang sesuai dengan latar belakang permasalahan Creative Brief mencakup strategi kreatif dan media plan yang digunakan dalam Perancangan Booth design semanis coklat gondangrejo karanganyar..

## 5. Desain

Desain merupakan visualisasi ide kreatif yang telah ditentukan sebelumnya.

Dalam ini akan membuat sebuah desain yang menarik sehingga dapat menjadi penunjang Perancangan Booth design semanis coklat gondangrejo karanganyar.

## 6. Evaluasi

Evaluasi dilakukan untuk memberikan kesimpulan terhadap hasil perancangan yang akan dilakukan. Evaluasi perancangan ini akan menjadi tahapan penting sehingga dilakukan dengan teliti.

## 3. Hasil Perancangan Atau Penelitian

### Analisa data

#### 1. Segmentasi

##### (a) Demografis

- a. Umur : 15 tahun keatas
- b. Jenis Kelamin: Laki – laki dan perempuan

- c. Pendidikan : Semua pendidikan
- d. Kelas Sosial: Menengah Keatas

##### (b) Geografis

Mencangkup wilayah Karanganyar dan sekitarnya khususnya Gondangrejo.

##### (c) Psikografis

- a. Orang yang suka bersantai dan mempunyai banyak teman
- b. Pelajar smp atau pelajar SMA Dan Mahasiswa yang gemar minuman coklat dan sering berkumpul dengan temannya.

##### (d) Behavior

- a. Suka hangaut dengan teman teman
- b. Berani mencoba inovasi baru

## 2. ESP (Emotional Selling Prepotition)

Semanis coklat merupakan minuman pertama di gondang rejo yang mempunyai konsep sederhana dan minimalis dan terlihat nyaman dan menarik ketika pembeli menikmati minuman dengan bersantai dengan fasilitas yang disediakan,

semanis coklat menyediakan menu andalan yaitu chocolate dark. Dan pilihan coklat rasa lainnya.

### **3. ESP (Emotional Selling Preposition)**

dengan menambahkan tulisan yang menarik pada sebuah booth serta tulisan yang menarik ini dapat berupa info diskon, kalimat humor, atau kalimat singkat dan gaul dan juga warna yang sesuai produk. booth dapat supaya pengunjung ingin melirik dan mampir ke stand.

### **4. Positioning**

Positioning dalam Perancangan Booth Design Semanis Coklat adalah Positioning adalah menempatkan sebuah produk atau jasa untuk mendapatkan posisi yang baik dimata konsumen. Positioning merupakan strategi penempatan diri dalam upaya mewujudkan apa yang telah menjadi tujuannya, yaitu dengan

memperkenalkan keberadaan Booth Semanis Cokelat kepada khalayak sebagai stand/booth yang memiliki Minuman coklat yang berkonsep gaya minimalis dan nuansa modern.

Gaya visual ini tidak menggunakan bayangan pada desain sehingga tidak terlihat ramai. Menggunakan font yang memiliki kesan simpel dan elegan untuk mewakili Semanis Coklat. Logo yang di gunakan menggunakan warna coklat dan putih. Penggunaan warna tersebut memberi kesan simpel dan mudah di ingat.

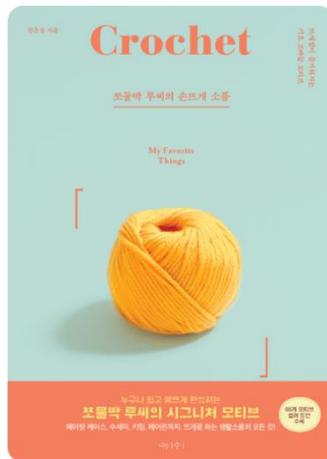
Pada perancangan Booth yang akan di re design menggunakan gaya visual minimalis dan modern, biar lebih terkesan simpel, mudah di ingat dan menjadi daya tarik untuk pelanggan.

## **Strategi Kreatif**

### **a. Konsep Visual**

## 1) Layout

Layout yang digunakan dalam membuat perancangan booth design minuman manis coklat gondang rejo karanganyar adalah layout Axal Layout, yaitu suatu Tampilan gambar yang besar menjadi ciri utama elemen gambar pada titik pusat di bagian tengah dan sebuah tulisan sebagai ornamen pendukung.

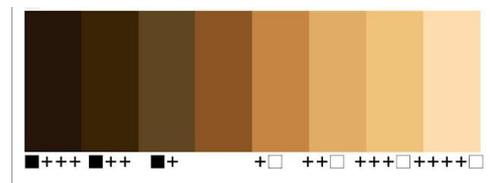


## 2) Warna

Warna yang digunakan warna-warna modern, agar mengikuti trend, dan biasa diterima oleh khalayak umum. Adalah Warna coklat warna tersebut mewakili cita rasa yang bisa diandalkan dan menjadi salah satu warna yang bisa ditemui pada produk makanan. Biasanya warna ini digunakan pada kemasan roti dan permen

cokelat karena melambangkan rasa manis dan lezat. Sedangkan dari sisi psikologis, warna ini memberikan kesan hangat, manis, serta setia.

Warna Putih menjadi salah satu warna yang bisa ditemui di beberapa produk makanan dan minuman. Biasanya warna ini hanya digunakan sebagai latar belakang atau pendukung saja. Warna ini memiliki makna untuk mengkomunikasikan kesegaran, kebersihan, keefektifan, dan kontemporer. Putih juga merefleksikan warna-warna di sekitarnya agar menjadi lebih menonjol. Warna ini sering dikombinasikan dengan biru pada kemasan air mineral karena mampu memberikan kesan bersih serta higienis.



## 3) Typografi

Typografi merupakan salah satu aspek dalam desain komunikasi visual. Dalam dunia grafis, tipografi adalah sebuah

disiplin ilmu khusus yang mempelajari mengenai seluk beluk huruf. Jenis huruf biasa menciptakan kesan-kesan tertentu. Tipografi yang digunakan adalah Awesome demo shine, montserrat, dan digitalt.

**ABCDEFGHIJKLMN**  
**OPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmnopqrs**  
**tuvwxyz**  
**0123456789**

**ABCDEFGHIJKLMN**  
**OPQRSTUVWXYZ**  
**ABCDEFGHIJKLMNOPQRS**  
**TUVWXYZ**  
**0123456789**

Ilustrasi yang digunakan dalam Perancangan Booth Desain Semanis Coklat Gondangrejo Karanganyar adalah ilustrasi modern, yang menggunakan teknik ilustrasi vector.



## a. Verbal

### 1) Headline

Headline Pada Perancangan Booth Desain Semanis Coklat Gondangrejo Karanganyar Adalah kata “Semanis Coklat” yang berarti beli satu gratis satu. Headline merupakan konsep verbal yang paling ditonjolkan karena *headline* akan dibaca pertama kali oleh Pelanggan. Biasanya menggunakan font dengan ukuran paling besar sehingga pelanggan biasa dengan mudah membacanya dari kejauhan. Hal tersebut dapat meningkatkan brand minuman semanis coklat.

### 2) Subheadline

*Sub headline* disebut juga sub judul *headline* Mmerupakan pernyataan tertulis untuk sedikit menjelaskan *headline* dan merupakan penghubung antara *headline* dan *body copy*. *Sub*

*Headline* yang digunakan berupa kalimat “*Ready To drink*”. *Sub Headline* ini akan digunakan dalam setiap materi Booth Portable Cokelat, ini disesuaikan dengan media dan target *audience* yang dituju yaitu anak-anak muda di Karanganyar.

### 3) BodyCopy

Bodycopy merupakan kalimat-kalimat teks iklan yang akan mengemukakan uraian produk-produk yang bersangkutan.

### 4) Baseline

Baseline adalah unsur yang lainnya dan biasanya ditempatkan di bagian bidang keseluruhan (biasanya dicantumkan nama perusahaan dan mungkin juga slogan atau alamat perusahaan). Baseline digunakan sebagai pelengkap desain agar keseluruhan informasi dari Booth Portable Semanis Coklat tertulis jelas pada desain sehingga para konsumen tidak bertanya-tanya.

### 5) Tagline

Tagline adalah kalimat singkat dan mudah di ingat untuk tujuan branding sebuah bisnis. Sebuah tagline yang baik akan menjelaskan suatu bisnis secara tepat. Biasanya, tagline muncul berdampingan dengan logo dan digunakan untuk membedakan bisnis Anda dengan kompetitor.

## Perancangan Karya

### 1. Booth Desain

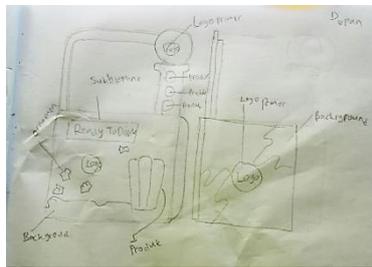


Dalam perancangan booth desain semanis coklat gondangrejo karanganyar, Media utama berupa booth desain yang berbentuk portable lipat yang terdapat botol produk kemasan, daftar menu dan logo dan sebagainya, yang dimana ditujukan kepada pasar sasaran atau pasaran tertentu. Untuk memulai perancangan ini hal pertama sketsa, colour

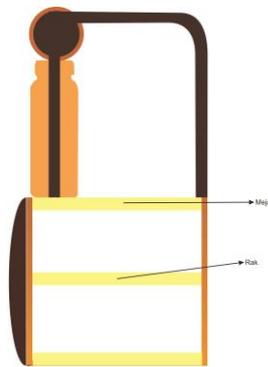
guide, grid dan

Visualisasinya berikut

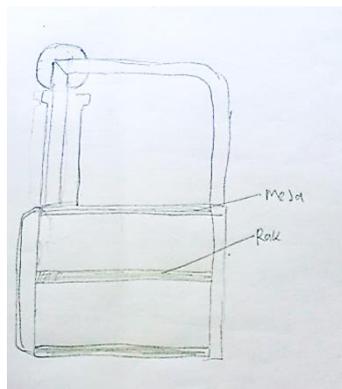
**a. Sketsa**



Tampak Belakang



**a. Sketsa**



**b. Colour Guide**

C:0 M:59 Y:82 K:18
C:0 M:60 Y:80 K:20
C:0 M:60 Y:80 K:20
C:0 M:53 Y:100 K:0
C:1 M:12 Y:12 K:0
C:67 M:91 Y:100 K:62
C:73 M:88 Y:98 K:68
C:0 M:59 Y:82 K:18
C:35 M:51 Y:56 K:31
C:53 M:91 Y:100 K:39
C:50 M:79 Y:91 K:19
C:68 M:89 Y:100 K:64
C:0 M:0 Y:0 K:0

**c. Grid**



**d. Penempatan**



#### 4. PENUTUP

Semanis coklat adalah salah satu usaha kuliner minuman kecil dengan segmentasi mahasiswa terletak di Godangrejo Karanganyar yang tidak mempunyai media promosi yang terkesan kurang menarik. Berdasarkan uraian dari empat bab sebelumnya, dapat di simpulkan bahwa hampir semua usaha kuliner, baik menengah atau kecil, telah menggunakan media kemasan untuk mempromosikan produk-produknya dengan cara membuat visual desain kemasan dan stand booth menarik. Perancangan booth desain semanis coklat di terapkan dengan unsur-unsur desain pada desain booth seperti warna, ukuran, typografi, ilustrasi, logo, dan layout yang di tampilkan pada kemasan dan media pendukung lainnya yang akan menjadi brand image.

#### Daftar Pustaka

- Adi, Kusrianto. (2007) . Pengantar Desain Komunikasi Visual, Yogyakarta : Penerbit Andi. Sinha, M., Arif, S., Ilyas, M., & Hameed, A. (2013). Student satisfaction and impact of leadership in private universities. *The TQM Journal*, 25(4), 399-416. doi:10.1108/17542731311314881
- Daniel F. Cuffaro. (2013). The Industrial Design, Reference + Specification Book. USA: Rockport Publisher.

#### Sumber Penulisan dari buku

- Felicia Wijaya. 2016. Perancangan Compact Booth untuk Produk Pakaian dan Aksesoris Pada Indoor Market. *Jurnal Intra*, (online), jilid 04, No. 2.

#### Sumber Penulisan Report Instansi diperoleh secara Online

- Ginting, Rosnani. (2010). *Perancangan Produk*. Yogyakarta : Graha Ilmu

#### Sumber Penulisan Media Online

- Klein, Larry, 1986, *Exhibition Planning and Design*, New York, Madison Square Press.

#### Wawancara

- Pujiriyanto. 2005, *Desain Grafis Komputer*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.