

PERANCANGAN DESAIN POSTER JASTIP MUCHUU DANE

Naura Salsabila¹, Ade Noor Riyadhi², Zainal Arifin³

*Program Studi Desain Grafis, Jurusan Teknik Grafika Penerbitan, Politeknik Negeri Jakarta,
Jl. Prof. Dr. G.A.Siwabessv, Kampus UI, Depok ¹²³
naura.salsabila.tgp18@mhs.wpnj.ac.id¹*

ABSTRAK

Jasa titip di Indonesia semakin banyak dikenal terlebih bagi para pengguna media social Instagram, ada sekitar 41% responden pada jakpat survey pernah menggunakan layanan jasa titip atau yang biasa dikenal jastip. Muchuu Dane merupakan salah satu penyedia jasa titipan produk-produk Jepang seperti Tamiya, Bandai, Yahoo auction, dan marketplace Jepang lainnya. Namun belum memiliki media promosi yang komprehensif di Instagram untuk mempromosikannya dengan foto yang baik, serta informasi yang jelas sehingga dibutuhkannya media promosi di Instagram khususnya Instagram ads untuk mengundang para konsumen untuk menggunakan layanan jastip karena dapat menjangkau target yang sesuai. Metode yang digunakan pada perancangan ini yaitu kualitatif deskriptif melalui wawancara klien, kuesioner target audience, observasi hingga studi literatur dengan topik terkait yaitu media promosi dan gaya Jepang. Hasil data yang didapatkan adalah membuat desain Instagram ads dengan gaya desain dinamis dan fun dengan unsur Jepang yang diharapkan dapat menarik minat calon konsumen di Instagram.

Kata kunci: Media Promosi, Desain Grafis, Jasa Titip Jepang, Iklan Poster.

ABSTRACT

Jastip in Indonesia are increasingly well known, especially for Instagram social media users, there are about 41% of respondents in the jakpat survey who have used a courier service or commonly known as jastip. Muchuu Dane is a service provider for Japanese products such as Tamiya, Bandai, Yahoo auction, and other Japanese marketplaces. However, it does not yet have a comprehensive promotional media on Instagram to promote it with good photos, as well as clear information so that promotional media is needed on Instagram, especially Instagram ads to invite consumers to use the jastip service because it can reach the appropriate target. The method used in this design is descriptive qualitative through client interviews, target audience questionnaires, observations to literature studies with related topics, namely promotional media and Japanese style. The results of the data obtained are to design Instagram ads with a dynamic and fun design style with Japanese elements which are expected to attract potential consumers on Instagram.

Keywords: Promotional Media, Graphic Design, Japanese Shipping Services, Poster Advertising.

PENDAHULUAN

Teknologi di Indonesia memiliki kemajuan yang cukup pesat karena lahirnya pola-pola komunikasi dan model bisnis baru. Model bisnis baru yang banyak dijumpai melalui media baru salah satunya ialah jasa titip atau yang biasa dikenal dengan istilah ‘jastip’ [1]. Diawali oleh kebutuhan masyarakat, jastip tumbuh dengan menawarkan bantuan yang menginginkan sebuah produk tetapi tidak dapat pergi ke tempat yang diinginkan untuk melakukan pembelian karena berbagai alasan, maka layanan jastip dipilih oleh konsumen melalui sosial media [2]. Berdasarkan survey Jakpat mengenai Jastip pada tahun 2017, terdapat 81% dari 2.406 responden masyarakat mengenal adanya layanan Jastip dan 41% dari 1.603 responden menggunakan layanan jasa titip karena kemudahannya dalam berbelanja [3].

Muchuu Dane merupakan salah satu jasa titipan pembelian produk Jepang khususnya mainan yang eksklusif, seperti Bandai, Tamiya, Yahoo auction, Rakuten, Amazon dan marketplace lainnya. Saat ini, Muchuu Dane hanya memiliki logo dan memasarkan barangnya di Facebook, Instagram dan Tokopedia dengan foto produk yang kurang menjual. Walaupun memiliki *customer* loyal dan tetap yang biasanya mengoleksi mainan sebagai hobi, tetapi Muchuu Dane cenderung sulit untuk mendapatkan *customer* baru karena media promosi yang hanya mengandalkan foto seadanya tanpa keterangan informasi produk maupun harga. Berdasarkan permasalahan tersebut, maka diperlukan adanya media promosi dengan *key visual* yang menarik untuk menjangkau *target audience* secara luas agar konsumen tertarik untuk membeli dan memilih Muchuu Dane sebagai layanan jastip Jepang yang dapat dipercaya, salah satunya melalui media Instagram Ads.

Tujuan dituliskannya studi ini yaitu menjabarkan proses desain media promosi dan penerapan teori-teori yang digunakan dalam perancangan media promosi jasa titip Muchuu Dane. Sedangkan manfaat yang diharapkan dapat menjadi alat untuk memperkenalkan produk dan jasa Muchuu Dane kepada masyarakat yang lebih luas. Selain itu, diharapkan dapat menjadi acuan studi dalam penelitian khususnya bagi mahasiswa desain grafis dengan topik media promosi yang menerapkan elemen dan prinsip desain berkaitan dengan jasa titip Jepang.

Pemasaran atau marketing merupakan proses untuk menciptakan, mengomunikasikan, dan menyampaikan nilai kepada konsumen dan mengelola hubungan dengan cara yang menguntungkan [4]. *Digital marketing* merupakan salah satu cara mengiklankan produk atau jasa dengan memanfaatkan penggunaan *gadget* seperti aplikasi dan *website* dengan tujuan menghubungkan antara konsumen dan perusahaan. Contohnya melalui saluran media sosial instagram [5]. Media sosial Instagram memiliki peluang besar dalam menjangkau konsumen dengan fitur utamanya berupa foto dan video di seluruh dunia [6]. Salah satu elemen bauran pemasaran yang berguna untuk memberikan informasi, membujuk, serta mengingatkan kembali konsumen akan merek dan produk perusahaan yaitu media promosi [7].

Peran penting yang dimiliki desain grafis pada media promosi yaitu dapat menarik lebih banyak minat masyarakat untuk membeli produk dan jasa yang ditawarkan [8]. Dalam perancangan media promosi ini terdapat teori desain grafis yang

digunakan yaitu tipografi, layout, fotografi, ilustrasi, warna, serta gaya desain Jepang. Tipografi yang akan digunakan di media *digital* perlu diperhatikan baik secara jenis, ukuran, jarak maupun kontras karena ukuran media digital yang terbatas [9]. Tata letak atau *layout* digunakan untuk menyusun dan memadukan unsur-unsur grafis menjadi media komunikasi visual yang lengkap dan menarik [10]. Daya tarik visual yang kuat pada teknik fotografi, harus memperhatikan konsep desain yang sesuai dengan foto yang dibuat agar menimbulkan kesan dan emosi representatif dalam foto [11]. Tujuan dari ilustrasi adalah untuk memperjelas dan menghidupkan suasana, mempresentasikan naskah dalam gambaran visual, mengadaptasikan konsep ke dalam visual, dan membangkitkan perasaan *audience* ketika melihatnya [12]. Warna merupakan salah satu unsur penting desain sebagai citra atau identitas yang ingin disampaikan kepada *audience*. Karakter yang disampaikan oleh warna memiliki sifat dan persepsi yang berbeda [13]. Konsep warna yang tepat memungkinkan pesan visual lebih memprovokasi dan memengaruhi emosi serta psikologi orang yang melihat [14].

Seni campuran yang sangat beragam pada desain grafis Jepang yaitu mulai dari gaya, pendekatan, metodologi hingga keistimewaan budaya Jepang memiliki kesan sangat unik. Karena itu, desain grafis Jepang cukup dikenal ke seluruh dunia [15]. Jepang memiliki tradisi simbolisme yang kuat sehingga banyak ditemukan dalam desain grafis sebagai simbol visual keindahan Jepang dan kekuatan estetika dalam rasa, seperti awan mewakili keanggunan serta status tinggi [16].

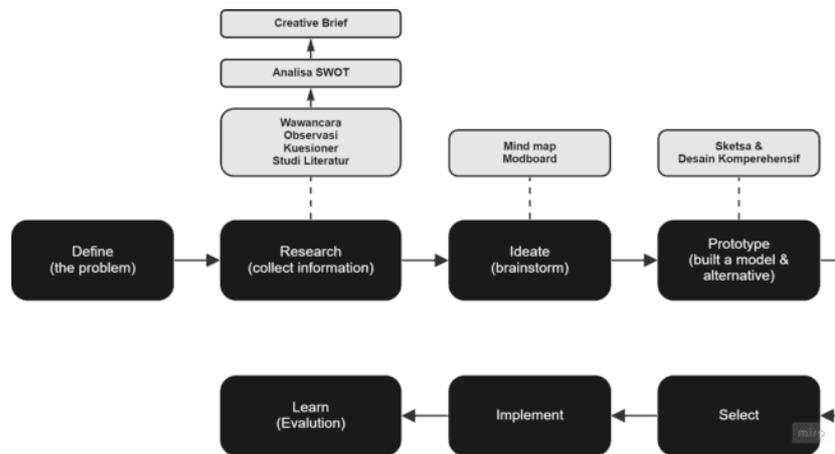
METODE PENELITIAN

Metode Pengumpulan Data

Pada penelitian perancangan media promosi Muchuu Dane ini didapatkan dari data primer dan sekunder yang menggunakan metode kualitatif deskriptif, diantaranya yaitu :

- a. Wawancara, kepada salah satu pemilik Muchuu Dane yaitu Sabrina melalui Zoom Meeting untuk mendapatkan informasi berupa *company profile, project background, profile brand* hingga *target audience*.
- b. Observasi, dengan mengadakan pengamatan dan mempelajari permasalahan Muchuu Dane secara langsung di Bogor, sebagai lokasi warehouse Muchuu Dane.
- c. Kuesioner, untuk mendapatkan *customer insight* melalui google form yang berisi pertanyaan mengenai jasa titip dan media promosi kepada 53 responden yang pernah menggunakan layanan jastip.
- d. Studi literatur, dengan menggunakan kajian informasi dari media cetak maupun *online* seperti buku, jurnal, website yang membahas tentang media promosi jasa titip dan yang berkaitan dengan desain Jepang.
- e. Dokumentasi, pengumpulan data dengan memotret, mengamati, dan mencatat yang berkaitan dengan kebutuhan promosi Muchuu Dane seperti foto dan gambar produk.

Proses metode penelitian ini menggunakan *creative thinking design process* melalui tahapan *define, research, ideate, prototype, select, implement* dan *learn* yang dapat dilihat melalui *flowchart* sebagai berikut:



Gambar 1: *Flowchart* Proses Desain

HASIL dan PEMBAHASAN

Customer Insight

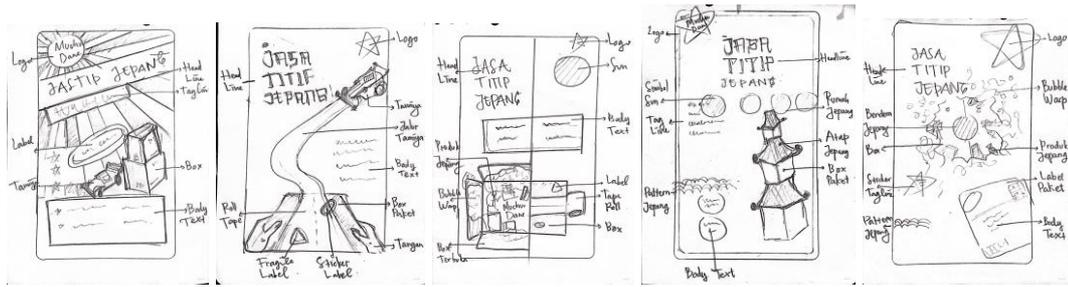
Berdasarkan hasil survey kepada 44 responden yang pernah menggunakan jastip Jepang pada tanggal 7 Mei 2022 berusia 18-45 tahun, dapat disimpulkan bahwa pengguna layanan jastip menggunakan jastip karena kemudahannya dan dari hasil survey dengan pertanyaan “Apakah promosi melalui media sosial itu penting untuk menarik konsumen?” semua menjawab iya dan setuju bahwa media sosial merupakan media paling efektif dan sering mereka gunakan untuk transaksi jastip. Dengan foto produk dan desain visual sebagai poin utama karena menarik.

Ideate (Konsep Visual)

Pada proses ideate atau konsep visual, terdapat tahapan *mindmap* dan *moodboard* yang dikembangkan dari ide dan gagasan *key message* Muchuu Dane ‘*trusted japan product for all your hobbies & lifestyle, tone & manner* yaitu dinamis, *eye-catching* dan *japanese style* dan *target audience* Muchuu Dane.

1. Mind mapping

Mindmap merupakan pengembangan dari ide dan gagasan *keyword key message, tone & manner* dan *target audience* yang dimiliki oleh Muchuu Dane, mulai dari jenis huruf, gaya hingga ilustrasi visual. Pengembangan *keyword tone & manner* ‘*trusted japan product for all your hobbies & lifestyle*’ menghasilkan *key visual* berupa *box package, bubble wrap, label packaging* hingga produk-produk Jepang, sedangkan *tone & manner* menghasilkan jenis tipografi bergaya Jepang dan *fun* juga bentuk visual yang *colorful, block color* dengan gaya Jepang.



Gambar 4: Sketsa

Sketsa pertama menggunakan gaya *retro picture element box package*, tamiya dan elemen grafis matahari Jepang. Sketsa kedua (*toys package*) dengan *roll tape* pada *box* paket yang sedang dipegang menyerupai jalur tamiya Jepang. Sketsa ketiga (*2 Side Package*) dengan dua sisi visual yang berbeda ketika paket sedang diberikan *roll tape* dengan paket yang telah dibuka konsumen. Sketsa keempat (*Japan House*) menggambarkan rumah Jepang sebagai poin utama dan simbol matahari Jepang. Sketsa kelima yaitu *bubble wrap* yang terkoyak karena terbuka di bagian tengah menjadi point utama sehingga memperlihatkan produk Jepang.

2. Desain Komprehensif

Berikut adalah 3 desain yang telah didigitalisasikan menjadi desain komprehensif dengan tema yang berbeda, *Retro Japan Vibes*, *Japan House*, *Safety Japan Package*.



Gambar 4: Desain Komprehensif

Select (Desain Terpilih)



Gambar 5: Desain Terpilih & elemen desain

Desain terpilih karena paling sesuai dengan arahan kreatif yaitu *key message* dan *tone & manner* yang dinamis dan *fun*. Elemen desain yang digunakan menggunakan gaya dinamis, *eye-catching* dan *japanese style*. Dengan *picture elemen bubble wrap*, dan *box packaging* berwarna bendera Jepang. *Font* yang digunakan adalah dekoratif (nuku-nuku) sebagai *headline*. *Sans serif* sebagai *sub-headline* dan *body text* menggunakan *font* bebas dan *arial rounded*.

Implementasi

Tahapan selanjutnya adalah implementasi desain kepada media yang telah dipilih. Desain pada promosi Muchuu Dane menggunakan media sosial instagram khususnya poster instagram *ads*.



Gambar 7: Implementasi Desain

Learn

Hasil akhir desain yang telah diimplementasikan kemudian diberikan *feedback* sebagai evaluasi dan pembelajaran. *Feedback* yang didapatkan dari klien terhadap media promosi Muchuu Dane adalah baik dengan sedikit evaluasi dibagian tipografi yang terlihat kurang banyak tetapi selebihnya sudah cukup memuaskan.

SIMPULAN

Proses perancangan dalam pembuatan media promosi poster digital ini menggunakan *creative thinking design process* dengan pengumpulan data kualitatif deskriptif melalui wawancara, observasi, kuesioner dan studi literatur yang diolah untuk pembuatan desain melalui tahapan *mindmap*, *moodboard*, 5 sketsa, 3 desain komprehensif, *select*, implementasi dan *learn*. Perancangan ini menghasilkan poster digital bergaya dinamis, *eye-catching*, dan *japanese style* dengan picture element *bubble wrap* dan bendera Jepang. Untuk penelitian perancangan selanjutnya, disarankan mencari referensi seluas mungkin agar hasil desain 'out of the box', dan dilakukan penggalan riset mendalam mengenai *digital marketing* agar promosi tepat dan terarah sesuai *goals* yang diinginkan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada bapak dan ibu dosen pembimbing serta pihak-pihak yang telah membantu dalam penelitian media promosi Muchuu Dane ini.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] A. D. Kusumastuti, "Fenomena Jasa Titip (Jastip) Dan Polemik Bagi Kelangsungan Produk Umkm," *J. Ekon. Bisnis Dan Kewirausahaan*, vol. 9, no. 1, pp. 33–39, 2020.

- [2] I. S. Muslichah and I. Irwansyah, “Instagram Dan Fenomena ‘Jastip’ Di Indonesia,” *J. Commun. Spectr.*, vol. 9, no. 2, pp. 126–140, Feb. 2020, doi: 10.36782/jcs.v9i1.1871.
- [3] S. Tania, “Jastip: Jasa Titip (*Shopping Entrusted Goods Service*) – Survey Report,” 2017. [Online]. Available: <https://blog.jakpat.net/jastip-jasa-titip-shopping-entrusted-goods-service-survey-report/>
- [4] A. Guntoro, A. Dektisa, and A. Asthararianty, “Perancangan Media Promosi Brotherwood,” *J. DKV Adiwarna*, vol. 2, no. 13, p. 9, 2018.
- [5] T. Tabroni and M. Komarudin, “Strategi Promosi Produk Melalui Digital Marketing Bagi Umkm Terdampak Pandemi Covid’19 Berdasarkan Keputusan Konsumen,” *J. Ris. Entrep.*, vol. 4, no. 1, pp. 49–57, 2021.
- [6] M. A. Ridho, “*Designing Brand Activation Through Instagram For Semantik*,” *VCD J. Vis. Commun. Des.*, vol. 5, no. 2, pp. 95–106, 2020.
- [7] F. Tjiptono, *Strategi pemasaran*. Yogyakarta: Andi, 2019.
- [8] A. H. Yusron and T. C. Kusumandyoko, “Perancangan Media Promosi Batik Abhista Tuban,” *J. Seni Rupa*, vol. Vol. 10, no. No. 3, p. Hal. 49-62, 2022.
- [9] S. Al Haq and A. S. Patria, “Perancangan Template Feed Instagram Sebagai Media Promosi Café Ulala (Unesa Learning Laboratory) Surabaya,” *BARIK*, vol. 3, no. 2, pp. 30–45, 2022.
- [10] S. Rustan, *Layout*. Gramedia Pustaka Utama, 2013.
- [11] M. Fitriah, *Komunikasi Pemasaran Melalui Desain Visual*. Deepublish, 2018.
- [12] I. Maharsi, *Ilustrasi*. Dwi-Quantum, 2016.
- [13] L. Anggraini and K. Nathalia, “Desain komunikasi visual: Dasar-dasar panduan untuk pemula,” *Bdg. Nuansa Cendekia*, 2014.
- [14] R. W. Putra, *Pengantar Desain Komunikasi Visual Dalam Penerapan*. Penerbit Andi, 2021.
- [15] O. Stevenson, “Japanese Graphic Design Characteristics & Examples,” Mar. 04, 2021. [Online]. Available: <https://www.shillingtoneducation.com/blog/japanese-graphic-design/>
- [16] G. Lin, *Japanese graphics*. Kowloon, Hong Kong: SendPoints, 2016.