



**LEMBAGA PENGABDIAN MASYARAKAT  
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA**

ISSN : 2615-2657

# **PROSIDING**

**SEMINAR HASIL PENGABDIAN MASYARAKAT**

**2018**

**IMPLEMENTASI  
TEKNOLOGI TEPAT  
GUNA KEPADA  
MASYARAKAT**

Yogyakarta, 03 November 2018



# PROSIDING

**SEMINAR HASIL PENGABDIAN MASYARAKAT**

# IMPLEMENTASI TEKNOLOGI TEPAT GUNA KEPADA MASYARAKAT

**Yogyakarta, 03 November 2018**

**Penerbit :**

**Lembaga Pengabdian Masyarakat  
Universitas Pengabdian Masyarakat**

**Telp. (0274) 884 201 ext 611**

**Email : [abdimas@amikom.ac.id](mailto:abdimas@amikom.ac.id)**



# PROSIDING

**SEMINAR HASIL PENGABDIAN MASYARAKAT**

## IMPLEMENTASI TEKNOLOGI TEPAT GUNA KEPADA MASYARAKAT

Yogyakarta, 03 November 2018

**Editor : Mochammad Yusa, M.Kom  
Bety Wulan Sari, M.Kom**

**Kulit Muka : Nirmalasari**

**Penerbit :**

**Lembaga Pengabdian Masyarakat  
Universitas Pengabdian Masyarakat  
Telp. (0274) 884 201 ext 611  
Email : [abdimas@amikom.ac.id](mailto:abdimas@amikom.ac.id)**

**Cetakan I, November 2018**

**Hak cipta dilindungi Undang-Undang Hak Cipta  
Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini  
tanpa izin tertulis dari penerbit.**



# PROSIDING

SEMINAR HASIL PENGABDIAN MASYARAKAT

## IMPLEMENTASI TEKNOLOGI TEPAT GUNA KEPADA MASYARAKAT

### Reviewer :

**Dr. Kusrini, M.Kom.**

**Eny Nurnilawati, S.E., M.M.**

**Heri Sismoro, M.Kom.**

**Anggit Dwi Hartanto, M.Kom.**

**Mei P. Kurniawan, M.Kom.**

**Windha Mega Pradnya Duhita, M.Kom**

**Mardhiya Hayaty, S.T., M.Kom.**

## DAFTAR ISI

<b>Kata Pengantar</b>	v
<b>Daftar Isi</b>	vii
<b>1. Pelatihan Pembuatan Bahan Ajar dan Games Interaktif Pada Guru TK Wijaya Danu Kabupaten Sleman</b> <i>Acihmah Sidauruk</i>	1
<b>2. Penyuluhan <i>Sustainable Development Goals</i> Melalui Penerapan Pesan Anti Perundungan</b> <i>Aditya Maulana Hasymi</i>	7
<b>3. Penggunaan Game Edukatif Untuk Pendidikan Mitigasi Bencana Gempabumi di SD Islam Terpadu Bina Anak Islam Krapyak Panggunharjo Sewon Bantul</b> <i>Afrinia Lisditya Permatasari dan Rizky</i>	13
<b>4. Perancangan Bel Sekolah Otomatis Menggunakan Arduino Pro Mini</b> <i>Agit Amrullah</i>	19
<b>5. Pelatihan <i>Basic Editing</i> Video Untuk Guru SDN 1 Tegalyoso Klaten</b> <i>Agus Purwanto</i>	25
<b>6. Pelatihan Manajemen Jaringan Usaha Unit Program Kesejahteraan Keluarga (PKK) RT 04 RW 12 Desa Karangasem Condong Catur, Kabupaten Sleman</b> <i>Agustina Rahmawati</i>	31
<b>7. Pelatihan Perencanaan Keuangan dan Pengenalan Alternatif Investasi Bagi Rumah Tangga di Padukuhan Goser</b> <i>Alfriadi Dwi Atmoko</i>	37
<b>8. Penggunaan Bahasa Tekstual Dan Visual Dalam Peningkatan Usaha Pemasaran Berbasis Online Pada Kerajinan <i>Decoupage Style Jo-Craft</i></b> <i>Ali Mustopa dan Erfina Nurussa'adah</i>	43
<b>9. Pemberdayaan Masyarakat Untuk Pengembangan Rencana Penataan Kawasan Prioritas Desa Wisata Rejosari Desa Jogotirto Kecamatan Brebah Kabupaten Sleman</b> <i>Ani Hastuti Arthasari</i>	49
<b>10. Pengembangan Strategi <i>E-Marketing</i> Umkm Klaten Utara</b> <i>Anik Sri Widawati dan Ikmah</i>	55
<b>11. Pelatihan dan Pendampingan Penyusunan Laporan Keuangan Dana Desa Bagi Perangkat Desa Sumberrahayu Moyudan Sleman</b> <i>Anindita Karunia Kusumaningsih</i>	61

12. **Pemberdayaan Perempuan Melalui Manajemen Retail dan Konsinyasi Untuk Pengembangan Usaha** 67  
*Ardiyati*
13. **Pemberdayaan Masyarakat Melalui Sedekah Sampah Sebagai Upaya Peningkatan Perekonomian di Kawasan Kumuh Kecamatan Magelang Selatan, Kota Magelang** 73  
*Atika Fatimah dan Citra Desy Aisyah Alkis*
14. **Pendampingan Penyusunan Rencana Kawasan *Transit Oriented Development* (TOD) Patukan, Desa Ambarketawang, Kecamatan Gamping** 79  
*Bagus Ramadhan dan Jurni Hayati*
15. **Pelatihan Jaringan Komputer Menggunakan Program Simulasi *Cisco Packet Tracer* (Studi Kasus : SMKN 2 Yogyakarta)** 85  
*Banu Santoso*
16. **Pengembangan Aplikasi Android Sebagai Media Informasi dan Komunikasi Jamaah Pondok Pesantren “Ahlul Muqorrobin” Desa Pleset Kecamatan Pangkur Kabupaten Ngawi** 91  
*Bayu Setiaji*
17. **Peningkatan *Capacity Building* Pemuda Karang Taruna Bakti Mandiri Dalam Rangka Pemberdayaan Masyarakat** 97  
*Dwi Pela Agustina dan Renindya Azizza Kartikakirana*
18. **Komunikasi Anak Berkebutuhan Khusus Melalui Terapi Vokasional: Kreasi Membuat Kerajinan Tangan Dari Barang Bekas** 103  
*Erfina Nurussa'adah dan Ali Mustopa*
19. **Pengembangan Wirausaha Bagi Masyarakat Tani Untuk Meningkatkan Pendapatan Melalui Usaha Industri Rumahan Olahan Makanan di Kampung Sawahan, Srihardono, Pundong, Bantul, Yogyakarta** 109  
*Fahrul Imam Santoso*
20. **Edukasi Pemanfaatan Sistem Informasi Desa (SID) Dalam Peningkatan Ekonomi Masyarakat di Padukuhan Grogol Desa Grogol Kecamatan Paliyan Kabupaten Gunungkidul** 115  
*Ferri Wicaksono dan Haryoko*
21. **Pembuatan Jaringan Internet di Masjid Al-Ikhlas Citra Ringin Mas** 121  
*Ferry Wahyu Wibowo*
22. **Pengembangan Pengetahuan Tentang Pemilihan Investasi dan Peluang Usaha Untuk Menghadapi Masa Pensiun Bagi Kelompok PKK RT 44 Tuntungan** 127  
*Fitri Juniwati Ayuningtyas*

<b>23. Peningkatan Kapasitas Ekonomi Masyarakat dalam Rangka Penanggulangan Kemiskinan di Kelurahan Pringgokusuman</b>	<b>133</b>
<i>Fitria Nucifera</i>	
<b>24. Workshop Tanggap Bencana Dalam Rangka Persiapan Sekolah Siaga Bencana di SMP Negeri 1 Bantul</b>	<b>139</b>
<i>Gardyas Bidari Adninda dan Nurbayti</i>	
<b>25. Pengembangan Sumber Daya Manusia Kelompok Tani Ternak Sapi Manunggal Dukuh Kauman, Selomartani, Sleman</b>	<b>145</b>
<i>Hanantyo Sri Nugroho</i>	
<b>26. Pelatihan Aplikasi Microsoft Office dan Desain Grafis di KB Minhajul Karoomah</b>	<b>151</b>
<i>Haryoko dan Ferri Wicaksono</i>	
<b>27. Perancangan dan Implementasi Website Sebagai Media Promosi Pada Peternakan Ikan Lele Sumber Barokah</b>	<b>157</b>
<i>Hendra Kurniawan</i>	
<b>28. Analisis Spasial Potensi Kewilayahan Untuk Pengembangan Usaha Einhomestuf di Sleman Yogyakarta</b>	<b>163</b>
<i>Ika Afianita Suherningtyas</i>	
<b>29. Penerapan E-Commerce Untuk Pemasaran Pada Usaha Handycraft</b>	<b>169</b>
<i>Ikmah dan Anik Sri Widawati</i>	
<b>30. Membangun Website Sebagai Penunjang Promosi Bimbingan Belajar “Persona Cendekia”</b>	<b>175</b>
<i>Irma Rofni Wulandari</i>	
<b>31. Diversifikasi Produk dan Pemasaran Inovatif pada Paguyuban Pengrajin Sangkar Burung "Karya Mandiri"</b>	<b>181</b>
<i>Ismadiyanti Purwaning Astuti</i>	
<b>32. Pelatihan Teknologi Finansial dalam Menyongsong Era Ekonomi Digital</b>	<b>187</b>
<i>Jurni Hayati dan Bagus Ramadhan</i>	
<b>33. Pemberdayaan Perempuan Marjinal Melalui Program Kewirausahaan Berbasis Bisnis Online di Balai Perlindungan dan Rehabilitasi Sosial Wanita Yogyakarta</b>	<b>193</b>
<i>Laksmindra Saptyawati dan Muhammad Fairul Filza</i>	
<b>34. Sistem Informasi Sebagai Penunjang Media Promosi pada Kelompok Usaha Tani “Sari Mina”</b>	<b>199</b>
<i>Lilis Dwi Farida</i>	
<b>35. Pelatihan Teknologi Informasi untuk Mengoptimalkan Penyuluhan dan Sosialisasi Kader Saka Bakti Husada Yogyakarta</b>	<b>205</b>
<i>Moch. Farid Fauzi</i>	

<b>36. <i>Workshop</i> Liburan Kreatif Sebagai Media Pengembangan Bakat Anak Bidang Ekonomi Kreatif di Desa Drono Kabupaten Klaten</b>	<b>211</b>
<i>Nimah Mahnunah dan Theopilus Bayu Sasongko</i>	
<b>37. Komunikasi Kelompok, Edukasi, dan Kreatifitas Siswa dalam Dinamika <i>Outbond</i></b>	<b>217</b>
<i>Nurbayti dan Gardyas Bidari Adninda</i>	
<b>38. Perencanaan Ruang Terbuka Hijau Desa Wisata Brajan Desa Sendangagung Kecamatan Minggir Kabupaten Sleman</b>	<b>223</b>
<i>Nurizka Fidali dan Amir Fatah Sofyan</i>	
<b>39. Pelatihan Pembuatan Web <i>E-Commerce</i> Dengan CMS (<i>Content Management System</i>) Prestashop di SMA Negeri 1 Pakem</b>	<b>229</b>
<i>Oki Arifin</i>	
<b>40. Sosialisasi Penataan Kawasan Embung Mantras Sorowajan, Banguntapan, Bantul Yogyakarta Berbasis Masyarakat Melalui Visualisasi Desain Arsitektur</b>	<b>235</b>
<i>Prasetyo Febriarto</i>	
<b>41. Pengembangan Ekonomi Berbasis Potensi Lokal untuk Pemberdayaan Masyarakat di Dusun Banaran, Sumberagung, Jetis, Bantul</b>	<b>241</b>
<i>Renindya Azizza Kartikakirana dan Dwi Pela Agustina</i>	
<b>42. Sekolah Demokrasi</b>	<b>247</b>
<i>Rezki Satriis</i>	
<b>43. Redesain Interior Rumah untuk Meningkatkan Kemandirian Paraplegia</b>	<b>253</b>
<i>Rhisa Aidilla Suprpto</i>	
<b>44. <i>Participatory Mapping</i> Sebagai Sarana Pendidikan Kebencanaan Untuk Peningkatan Kapasitas Elemen Sekolah dalam Upaya Pengurangan Risiko Bencana di SMK Negeri 1 Bantul</b>	<b>259</b>
<i>Rivi Neritarani dan Stara Asrita</i>	
<b>45. Teknologi Informasi Sebagai Media Wirausaha Pada Karang Taruna Sedyo Manunggal Kecamatan Berbah</b>	<b>265</b>
<i>Rizqi Sukma Kharisma</i>	
<b>46. Pelatihan Penggunaan <i>Software</i> AutoCAD dan Sketchup bagi Siswa-Siswi SMK dengan Jurusan Teknik Bangunan atau Sejenisnya di Kota Surakarta</b>	<b>271</b>
<i>RR. Sophia Ratna Haryati</i>	
<b>47. Peningkatan Minat Belajar dan Prestasi Siswa TKJ Lewat Pelatihan Pemrograman C# Fundamental (Studi Kasus : SMKN 2 Yogyakarta)</b>	<b>277</b>
<i>Ryan Putranda Kristianto</i>	



<b>48. Pemanfaatan Teknologi Informasi dalam Pembuatan Website Pemasaran dan Penyusunan Informasi Geospasial Potensi Wilayah di Dusun Kertodadi Pakembinangun</b>	<b>283</b>
<i>Sadewa Purba Sejati dan Firman Asharudin</i>	
<b>49. Pengelolaan Sampah di Kawasan Sungai Bengawan Solo</b>	<b>289</b>
<i>Seftina Kuswardini dan Rhisa Aidilla Suprpto</i>	
<b>50. Pengembangan Desa Wisata dengan Perencanaan dan Perancangan Gedung Serbaguna pada Desa Wisata Blue Lagoon, Kabupaten Sleman, Yogyakarta</b>	<b>295</b>
<i>Septi Kurniawati Nurhadi</i>	
<b>51. Pelatihan Penggunaan <i>Microsoft Office</i> di Desa Umbulharjo Kecamatan Cangkringan</b>	<b>301</b>
<i>Sharazita Dyah Anggita</i>	
<b>52. Pelatihan <i>Public Speaking</i> di SMK N 1 Bantul</b>	<b>307</b>
<i>Stara Asrita dan Rivi Neritarani</i>	
<b>53. Pelatihan Penerapan Aplikasi Office Kepada Guru dan Karyawan SDN Ngringin Condongcatur Yogyakarta</b>	<b>313</b>
<i>Sumarni Adi</i>	
<b>54. Penanaman dan Pengembangan <i>Entrepreneurship</i> bagi Guru Taman Kanak-Kanak dan Kelompok Bermain</b>	<b>319</b>
<i>Tanti Prita Hapsari</i>	
<b>55. Pelatihan <i>Electronic Learning</i> Bagi Guru Sekolah Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 4 Sleman, Yogyakarta</b>	<b>325</b>
<i>Theopilus Bayu Sasongko dan Ni'mah Mahnunah</i>	
<b>56. Sosialisasi Pengelolaan Sampah Rumah Tangga Berbasis Masyarakat di RW 02 Kelurahan Bener Kecamatan Tegalrejo Kota Yogyakarta</b>	<b>331</b>
<i>Vidyana Arsanti</i>	
<b>57. Media Informasi Pembelajaran Mitigasi Bencana Kebakaran untuk Usia Sekolah Dasar</b>	<b>337</b>
<i>Widiyana Riasasi dan Rivga Agusta</i>	
<b>58. Budidaya Sayuran Organik oleh Ibu Rumah Tangga untuk Efisiensi Belanja Rumah Tangga di Dusun Dayu Sinduharjo Sleman</b>	<b>343</b>
<i>Widiyanti Kurnianingsih</i>	
<b>59. Penerapan Multimedia Pembelajaran Pada PAUD Puspasari</b>	<b>349</b>
<i>Windha Mega Pradnya Dhuhita</i>	
<b>60. Sistem Informasi untuk Promosi dan Pendaftaran Online Pada Sanggar Kirana Mentari</b>	<b>355</b>
<i>Yuli Astuti</i>	

- 61. Pelatihan Pembentukan Usaha Bersama (Firma) di KUD Tani Makmur Bantul Yogyakarta** 361  
*Irton*
- 62. Pemanfaatan Teknologi *Augmented Reality* Sebagai Motivasi Belajar Untuk Anak-Anak Usia Dini** 367  
*Mulia Sulistiyono*
- 63. Urgensi Peningkatan Kualitas Perumahan dan Permukiman Kumuh Perkotaan** 373  
*Citra Desy Aisyah Alkis*
- 64. Perancangan Media Promosi Pentol Petir Magelang** 379  
*Agung Nugroho*
- 65. Pelatihan Manajemen Konten Website Lapak75 di Wedomartani Ngemplak Sleman Yogyakarta** 385  
*Bhanu Sri Nugraha*
- 66. Peningkatan Profesionalitas Guru dalam Menghasilkan Karya Pengembangan Profesi Guru Melalui Pelatihan Penulisan Karya Ilmiah Bagi Guru SMK N 2 Yogyakarta** 391  
*I Made Artha Agastya*

## PERANCANGAN MEDIA PROMOSI PENTOEL PETIR MAGELANG

**Agung Nugroho**

Fakultas Ilmu Komputer, Universitas AMIKOM Yogyakarta  
Email : [agungnugroho@amikom.ac.id](mailto:agungnugroho@amikom.ac.id)

### Abstrak

*Pentoel Petir Magelang merupakan usaha jajanan ringan yang berdiri pada Februari 2017, berpusat di Magelang. Karena keberadaan Pentoel Petir Magelang yang masih tergolong baru maka Pentoel Petir Magelang ini masih kurang dikenal masyarakat. Dengan demikian diperlukan adanya promosi yang menarik untuk dapat mengenalkan keberadaan Pentoel Petir Magelang kepada masyarakat sehingga masyarakat menjadi ingin tahu dan tertarik dengan produk ini, terutama masyarakat Magelang. Dengan perancangan media promosi ini diharapkan Pentoel Petir Magelang dapat dikenal oleh masyarakat dan memperkuat positioning sehingga dapat menaikkan angka penjualan.*

**Kata kunci:** jajanan ringan, media, promosi, poritioning

### 1. PENDAHULUAN

Usaha Pentoel Petir Magelang mulai di bangun pada bulan Februari 2017. Ide menjual Pentoel Petir Magelang bermula dari bereksperimen, Tak butuh waktu lama hanya kurang lebih 3 bulan, Ibu Gita Sekar Ayu dapat menemukan formula Pentoel dan bumbu yang tepat. Setelah menemukan formula tersebut, Ibu Gita memberanikan diri untuk memasarkan produk barunya. Dengan mengurus izin, Pentoel Petir mulai dipasarkan. Kini Pentoel Petir Magelang menjadi salah satu jajanan yang mulai dilirik di Magelang meskipun masih dengan jumlah permintaan yang masih sedikit.

Usaha pentoel ini merupakan usaha kecil perorangan, yang memproduksi sendiri pentoel dengan banyak variasi dan jenis sebagai sajian jajanan ringan.

- a. Pentoel Isi Urat  
Pentoel dengan campuran urat, memiliki rasa gurih pedas.
- b. Pentoel Isi Cabe  
Pedas ini memiliki rasa pedas.
- c. Pentoel Original  
Pentoel merupakan produk original Pentoel Petir Magelang yang tidak dimiliki oleh pedagang" pentoel lain.



**Gambar 1. Pentoel Petir Magelang**

Penjualan dilakukan secara langsung dan melalui sosial media, seperti WhatsApp, Facebook dan Instagram sebagai media untuk pemesanan. Belum adanya media komunikasi visual "Pentoel Petir Magelang" sehingga belum dikenal oleh masyarakat luas. Dengan demikian diperlukannya promosi dengan media lain sebagai upaya untuk mengenalkan kepada masyarakat Magelang dan menarik konsumen sehingga Pentoel Petir Magelang dapat bersaing dengan produk-produk jajanan atau makanan ringan lainnya yang sudah dikenal oleh masyarakat Magelang. Dengan adanya perancangan media promosi ini diharapkan dapat memperluas penjualan, sehingga jumlah penjualan semakin meningkat.

## 2. METODE PELAKSANAAN

### 2.1. Strategi Media

Untuk mencapai tujuan media yang diharapkan, maka perlu disusun strategi media yang sesuai. Strategi media dibentuk berdasarkan media habit target audiens (kebiasaan target audiens dalam menggunakan media) dengan paduan media (media mix) yang terdiri dari pilihan media dan jadwal media yang disusun. Oleh karena itu diperlukan segmentasi atau penyempitan target audiens agar menjadi strategi media komunikasi periklanan [1].

### 2.2. Target Audiens Primary

Target utama dari "Pentoel Petir Magelang" ini sendiri adalah pengunjung event di daerah Magelang dan sekitarnya dan yang menyukai kegiatan bersantai sambil memakan jajanan atau makanan ringan. Target audiens ini yang nanti akan menjadi sasaran tambahan dalam komunikasi periklanan[1].

### 2.3. Target Audiens Secondary

Target tambahan "Pentoel Petir Magelang" adalah mahasiswa dan pelajar yang berdomisili di Magelang dan sekitarnya yang menyukai hal unik, praktis dan efisien terutama dalam urusan jajanan. Target audiens ini yang akan menjadisasaran utama komunikasi periklanan [1].

### 2.4. Paduan Media

Menurut Sadjiman (2006:68-69), apabila tujuan media berdasarkan pada reach, frequency, dan continuity, maka paduan media yang ditentukan juga berdasarkan reach, frequency, dan continuity [2]. Tujuan diadakannya pemilihan media adalah untuk efektivitas komunikasi dan efisiensi biaya, untuk mencapai tujuan media yang sudah ditentukan, maka paduan media ditentukan berdasarkan pertimbangan berikut [2]:

- 1) Media Habit yaitu media yang menjadi kebiasaan target audiens dalam, membaca, melihat, dan mendengar.
- 2) Efektivitas media yaitu media yang tepat dalam mengiklankan produk yang bersangkutan, dilihat dari karakteristik medianya.
- 3) Biaya relatif (efisiensi biaya) yaitu biaya yang bisa dicapai berdasarkan kemampuan yang ada dan pertimbangan dampak yang diperoleh.

Berdasarkan data yang didapat, berikut adalah seleksi media yang ditetapkan sebagai media promosi Pentoel Petir Magelang:

- 1) Menerapkan konsep bauran media pada perancangan media promosi Pentoel Petir Magelang, yang mencakupi media tercetak berupa iklan, pamflet, kemasan, billboard, shop sign branding.
- 2) Menghasilkan rancangan media promosi visual berupa iklan, pamflet, kemasan, billboard, shop sign branding, ebagai alternatif untuk mempromosikan Pentoel Petir Magelang.

Berdasarkan data yang didapat, berikut adalah seleksi media yang ditetapkan sebagai media promosi "Pentoel Petir Magelang" :

Media Iklan Lini Bawah

Media iklan lini bawah merupakan media pendukung dalam kegiatan periklanan.

- 1) Brosur  
Selebaran cetakan yang dilipat berisi keterangan, informasi, atau gambaran tentang sebuah perusahaan, instansi, produk, atau jasa, atau bisa juga berisi sebuah ide dan kegiatan.  
Kelebihan : fleksibel, informatif, menarik perhatian (tergantung visual), bisa mendramatisir pesan.  
Taget audiens : pengunjung mall, mahasiswa, pelajar, ibu-ibu rumah tangga, masyarakat umum, pusat perbelanjaan.
- 2) X-banner  
Media yang digunakan untuk menyampaikan informasi, berbentuk banner dengan konstruksi penyangga berbentuk "X" sehingga banner bisa berdiri sendiri.  
Kelebihan : konsumen dapat membaca berulang kali karena merupakan media yang menarik dalam bentuk dan tampilannya serta mudah untuk dipindah-pindahkan.  
Kekurangan : jangkauan yang dapat dilakukan oleh x-banner relatif sempit, karena hanya bisa diamati oleh konsumen yang berada didekat x-banner.  
Taget audiens : audiens yang membeli pentoel yang ada di "Pentoel Petir Magelang"
- 3) Spanduk  
Media iklan berupa kain membentang yang biasanya dipasang di pinggir jalan.  
Kelebihan : audiens dapat mengatur tempo dalam membaca pesan, sifatnya tercetak

dan pesannya bersifat permanen, media ini dapat tahan lama dan dapat dilihat dari jarak jauh.

Kekurangan : biaya mahal, diperlukan kemampuan membaca dan atensi yang tinggi, membutuhkan proses penyusunan dan penyebaran yang kompleks dan membutuhkan waktu yang relatif lama.

Taget audiens : masyarakat umum yang melewati jalan yang sudah dipasang spanduk "Pentoel Petir Magelang".

4) Merchandise (Mug, Kaos, Pin )

Produk yang dibuat sebagai reward yang nantinya akan diberikan oleh perusahaan kepada konsumen loyalnya. Biasa berupa kalender, stiker, mug, kaos.

Kelebihan : sebagai souvenir yang selalu mengingatkan konsumen terhadap "Pentoel Petir". Produk yang digunakan untuk merchandise adalah barang yang usable, menarik dan mudah disimpan.

Kekurangan: belum mencapai semua target market.

Taget audiens : audiens yang membeli produk "Pentoel Petir Magelang", atau yang memesan Pentoel.

5) Packaging

Material yang digunakan untuk membungkus suatu produk, dan sekaligus sebagai identitas suatu perusahaan.

Kelebihan : mampu menunjang visual branding, jangkauannya pun luas karena akan sampai pada target audiens yang sedang berada pada suatu acara dengan memesan produk di "Pentoel Petir Magelang".

Kekurangan : biaya mahal.

Taget audiens : konsumen yang memesan pentoel Petir.

6) Uniform (Seragam)

Seragam yang dipakai waiter atau waitress untuk identitas perusahaan.

Kelebihan : mampu menunjang visual branding.

Kekurangan : jangkauan relatif sempit, hanya dapat dilihat konsumen yang ada di toko.

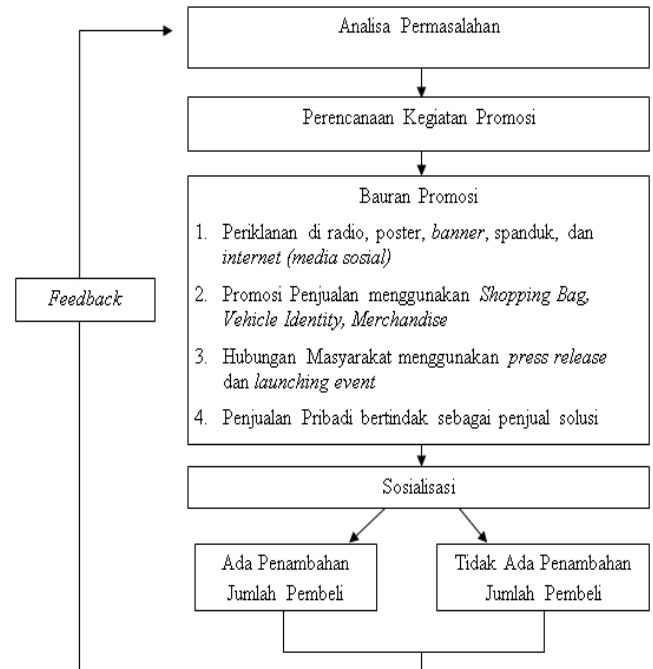
Taget audiens : konsumen yang sedang berada "Pentoel Petir Magelang".

## 2.5. Strategi Promosi

- 1) Strategi promosi yang dilakukan adalah dengan pendekatan kepada target market dengan menggunakan media-media yang

dekat atau yang sering digunakan oleh calon konsumen.

- 2) Promosi dilakukan dengan memberikan informasi dan penawaran-penawaran yang menarik mengenai Pentoel Petir Magelang.



Gambar 2. Kerangka Pemikiran

Mulai dari menganalisa masalah yang dihadapi oleh pihak mitra melalui strategi bauran promosi yaitu periklanan (majalah, poster, banner, spanduk, dan internet), promosi penjualan, hubungan masyarakat (press release dan launching event), pemasaran langsung (sosmed blast dan handbook), dan penjualan pribadi (bertindak sebagai penjual solusi) untuk mensosialisasikan produk yang akan ditawarkan dan dijual ke masyarakat. Dari sosialisasi tersebut kemudian terlihat apakah ada atau tidak ada penambahan peminat ataupun pembeli. Kemudian berdasarkan hasil yang diperoleh akan menjadi feedback yang berguna sebagai evaluasi bagi Pentoel Petir Magelang ke arah yang lebih baik dalam melakukan sosialisasi produk yang dijualnya. Keberhasilan dari strategi bauran promosi yang diterapkan akan memberikan feedback tentang apakah ada atau tidak ada penambahan omset dan peningkatan pembelian [3].

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

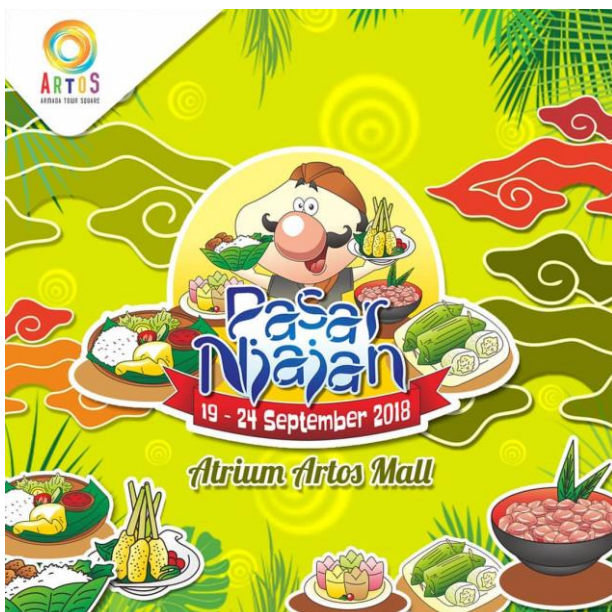
### 3.1. Tujuan Kreatif

Pembuatan media promosi Pentoel Petir Magelang ini bertujuan untuk memperkenalkan Pentoel Petir Magelang sebagai pentoel home made yang berkualitas dan menciptakan image yang positif.

Dengan media promosi ini juga menunjukkan bahwa produk Pentoel Petir Magelang bukan sekedar usaha jajanan ringan yang asal-asalan, dengan desain yang menarik dan harga yang murah sehingga cocok menjadi pilihan masyarakat kalangan bawah sampai masyarakat kalangan atas. Target pencapaian berikutnya adalah untuk tetap menjaga loyalitas konsumen sehingga konsumen tetap membeli produk-produk Pentoel Petir Magelang. Dengan melakukan promosi ke masyarakat melalui event-event yang ada di magelang. Salah satu event yang di lakukan adalah sebagai berikut;



Gambar 3. Poster Event di Balai Pamungkas



Gambar 4. Poster Event di Artos Mall



Gambar 5. Poster Event di Pasar Njajan

### 3.2. Program Kreatif

Big idea dari perancangan ini yaitu produk pentoel home made yang berkualitas dengan bahan-bahan yang fresh dengan harga yang terjangkau tetapi juga cocok untuk kalangan atas. Dalam perancangan ini kesan yang ditimbulkan adalah kesan homemade yang terlihat profesional, fresh, bersih dan berkualitas. Kesan ini ditampilkan pada media-media promosi maupun kemasannya. Warna-warna yang digunakan adalah warna-warna panas yang dapat menarik orang untuk melihat dan sesuai dengan produk yang dijual.



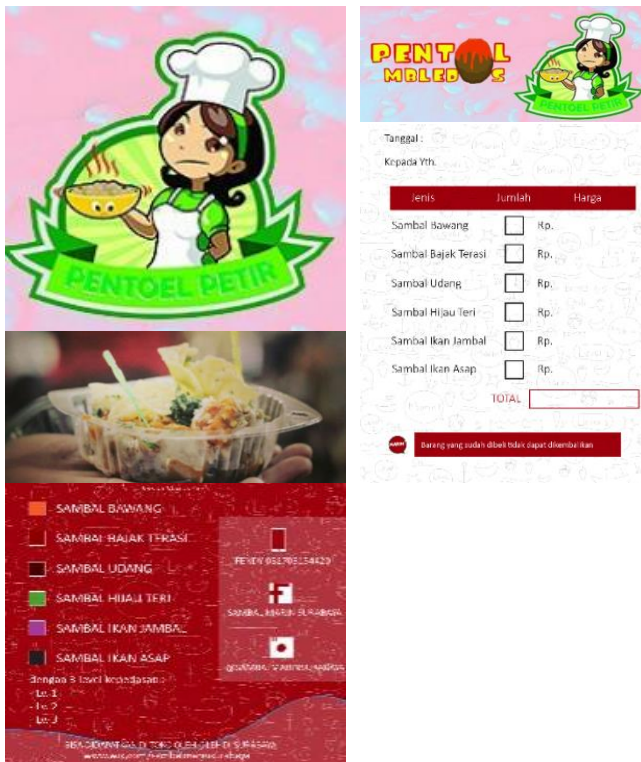
Gambar 6. Event Pasar Njajan



Gambar 7. Event Artos Mall

### 3.3. Strategi Penyajian Pesan

Pesan atau informasi yang disampaikan melalui media promosi ini dilakukan secara langsung melalui media cetak maupun online. Dengan menggunakan desain yang modern dan menggunakan warna-warna panas untuk mendukung penyampaian pesan.



Gambar 8. Desain Banner Pentoel Petir



Gambar 9. Brosur

### 3.4. Pengarahan Pesan Visual (art directing)

Dalam perancangan ini kesan yang ditimbulkan adalah kesan homemade yang terlihat profesional, fresh, bersih dan berkualitas. Kesan ini ditampilkan pada media-media promosi maupun kemasannya. Warna-warna yang digunakan adalah warna-warna panas yang dapat menarik orang untuk melihat dan sesuai dengan produk yang dijual.



Gambar 10. Visual (Art Directing)

## 4. PENUTUP

Proses perancangan media promosi Pentoel Petir ini menghasilkan Corporate Identity ini, membutuhkan data-data tentang jajanan ringan Pentoel Petir Magelang. Data tersebut dikumpulkan melalui metode wawancara, observasi dan studi dokumentasi. Pengumpulan data menjadi salah satu faktor penghambat dalam perancangan ini, karena tidak mudah bertemu langsung dengan sumber data utama untuk melakukan wawancara. Setelah data dikumpulkan, kemudian diidentifikasi dan dianalisis untuk dijadikan dasar dalam konsep perancangan selanjutnya.

Dengan sistematika perancangan yang telah ada, memudahkan proses pengerjaan perancangan untuk

dilakukan tahap demi tahap sehingga perancangan dapat diselesaikan sesuai dengan tujuan. Selain itu, kesepakatan, kerjasama, dan arahan dari owner pentoe petir magelang menjadi faktor penunjang dalam proses perancangan ini. Perancangan ini menghasilkan Corporate Identity sesuai dengan karakter Pentoe Petir Magelang. Media aplikasi logo meliputi X Banner, Brosur, Leaflet, Poster, Sign system, stationery dan merchandise. Perancangan ini didesain dengan warna dominan hijau yang dipadukan dengan teknik ilustrasi dan fotografi sesuai dengan karakter makanan ringan yang mempunyai ciri khas. Perancangan Corporate Identity dan aplikasinya ini masih jauh dari sempurna, akan tetapi perancang sudah berusaha semaksimal mungkin dalam pengerjaannya.

#### **Daftar Pustaka**

- [1] Kasali, Rhenald (1995). Manajemen Periklanan, cetakan keempat, Jakarta : PT. Anem Kosong
- [2] Sanyoto, Sadjiman Ebd ( 2009). "Nirmana (Dasar-Dasar Seni dan Desain)". Yogyakarta : Jalasutra.

- [3] Kotler, Philip, Alih Bahasa A.B. Susanto. 2005. Manajemen Pemasaran di Indonesia, Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian. Jakarta : Penerbit Salemba Empat. Pemasaran Terpadu. 5th ed. Jakarta: Erlangga
- [4] Nazila. M. M., Perancangan Media Promosi Toko Roti "Mila Sarie Bakery" Di Kota Pekalongan Tugas Akhir Universitas Dian Nuswantoro.
- [5] Budiyanto. F .N, Margana, M.Sn, Wahyudi,A, T., S.Sn, M.Sn Perancangan Media Promosi Sambal Marin Surabaya Program Studi Desain Komunikasi Visual, Seni dan Desain, Universitas Kristen Petra

#### **Ucapan Terimakasih**

Penulis sadar bahwa tanpa bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak, baik dari masa perkuliahan sampai penyusunan laporan karya Tugas Akhir ini sangatlah sulit bagi penulis untuk menyelesaikannya. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada: Tuhan Yang Maha atas perlindungan serta berkatNya yang melimpah sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan ini dengan baik dan lancar.