# Perancangan In Store Media dan Konten Kreatif Instagram Sebagai Inovasi Media Promosi UMKM Putri Wilis Madiun

Karenina Meuthia Dewi Universitas Mercu Buana Yogyakarta

[Kareninamd71@gmail.com](mailto:Kareninamd71@gmail.com)

Abstrak

UMKM memiliki peran yang sangat penting dalam pergerakan ekonomi masyarakat Indonesia. Pemerintah juga ikut andil dalam kemajuan industri UMKM dengan berupaya untuk memberi pelatihan dan juga modal bagi pelaku penggerak UMKM. Salah satu UMKM binaan dari pemerintah Kota Madiun yaitu UMKM Putri Wilis yang memiliki berbagai macam produk seperti Sirup Putri Wilis yang juga terdiri dari berbagai varian rasa.

Proses perancangan melalui tahapan data dengan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi, data dianalisis dengan menggunakan teknik analisis SWOT, kemudian data tersebut dioleh dengan melakukan client brief, yang dilanjutkan dengan project brief. Tahapan penciptaan in store media dan konten kreatif Instagram dengan proses membuat layout gagasan, layout kasar, layout lengkap, final desain. Instrumen yang digunakan dalam pembuatan karya berupa perangkat manual pensil, kertas, bulpoin, penghapus dan perangkat berupa laptop, handphone, dan kamera Canon EOS 700D. Serta perangkat lunak berupa program grafis Adobe Photoshop CS6 dan Microsoft Word. Proses finishing dilakukan dengan sistem digital printing.

Hasil dari perancangan media promosi Sirup Putri Wilis produksi dari UMKM Putri Wilis berupa label kemasan, hang tag produk, brosur, X-banner, dan juga konten kreatif Instagram. Konsep karya yang digunakan adalah minimalis dan futuristik dengan warna- warna yang identik dengan kesan menyegarkan. Target audience perancangan in store media dan konten kreatif Instagram ini adalah remaja hingga dewasa baik audience offline maupun online. Semua in store media digunakan saat mengikuti pameran maupun bazar.

Kata Kunci: Perancangan In Store Media, Konten Kreatif, Desain Kreatif.

*Abstract*

*MSMEs have a very important role in the movement of the community's economyIndonesia. The government also takes part in the advancement of the MSME industry byto provide training and also capital for SMEs driving actors. One of the SMEsassisted by the Madiun City government, namely Putri Wilis which has various kinds ofproducts such as Putri Wilis Syrup which also consists of various flavors.*

*The design process goes through the data stages with observation, interview, and interview techniques documentation, the data were analyzed using the SWOT analysis technique, then the data obtained by conducting a client brief, which is followed by a project brief. Stages*

*creation of in-store media and creative Instagram content with the process of creating layouts ideas, rough layouts, complete layouts, final designs. Instruments used in making works in the form of manual pencils, paper, pens, erasers and tools in the form of laptops, cellphones, and Canon EOS 700D cameras. As well as software in the form of Adobe Photoshop CS6 and Microsoft Word graphics programs.*

*The finishing process is carried out by digital printing system. The results of the design of the Putri Wilis Syrup promotional media produced by MSME Putri Wilis is in the form of packaging labels, product hang tags, brochures, X-banners, and also creative content Instagram. The concept of the work used is minimalist and futuristic with bright colors that is synonymous with a refreshing impression. Target audience design in store media and this Instagram creative content is teenagers to adults, both offline and offline audience son line. All in store media are used when participating in exhibitions and bazaars.*

*Key Words: In Store Media Planning, Creative Content, Creative Design.*

# PENDAHULUAN

UMKM merupakan sektor yang mnejadi penopang perekonomian masyarakat Indonesia. Hingga saat ini, UMKM telah berkembang pesat seiring dengan dukungan pemerintah kepada pelaku usaha melalui beragam program kerja dan juga bantuan berupa pelatihan maupun modal untuk pengembangan usaha. UMKM Putri Wilis adalah salah satu UMKM binaan pemerintah Kota Madiun yang memiliki salah satu produk yaitu Sirup Putri Wilis yang tentunya telah memiliki nomor P-IRT. Sirup Putri Wilis ini memiliki empat macam varian rasa yaitu jeruk nipis, jeruk keprok, mangga kweni dan rempah yang telah diproduksi lebih dari

20 tahun dengan keunggulan- keunggulan yang terus dipertahankan.

Dalam memasarkan produknya, UMKM Putri Wilis telah memiliki offline store yang terletak di Jalan Setia Budi Nomor 22, Kota Madiun dan juga memasarkan melalui media online dengan memanfaatkan Instagram dan juga WhatsApp.

Saat ini UMKM Putri Wilis Madiun belum memaksimalkan penggunaan media promosi sebagai sarana untuk memasarkan produknya baik pada *in store media* maupun media online. Dalam memasarkan produknya melalui media sosial pun, masih belum memaksimalkan konten-konten yang diunggah karena kendala pada sumber daya manusia yang belum memiliki keterampilan dibidang tersebut. Maka dari itu, penulis tertarik untuk

menjadikan UMKM Putri Wilis Madiun sebagai objek untuk tugas akhir karena salah satu produk unggulannya yang telah diproduksi selama 20 tahun yaitu sirup Putri Wilis masih dirasa perlu untuk diberikan perancangan *in store media* yang lebih menarik serta konten kreatif Instagram untuk pemasaran secara online, sehingga produk sirup Putri Wilis dapat memperluas pasar untuk meraih ketertarikan konsumen dan meningkatkan penjualan sekaligus membantu perekonomian masyarakat yang diberdayakan disekitarnya.

# Permasalahan dan Tujuan Kajian

UMKM Putri Wilis yang kurang memaksimalkan penggunaan in store media dan konten media sosial khususnya Instagram yang dikarenakan faktor dari kurangnya sumber daya manusia yang ahli di bidang tersebut dan juga kurangnya kesadaran dari pemilik mengenai pentingnya in store media dan konten Instagram sebagai media promosi produk Sirup Putri Wilis. Tugas akhir ini bertujuan untuk merancang in store media dan konten kreatif Instagram sebagai inovasi media promosi bagi produk Sirup Putri Wilis Madiun.

# Kerangka Teori

Desain komunikasi visual merupakan seni dalam menyampaikan sebuah pesan dengan memanfaatkan bahasa rupa yang disampaikan melalui sarana berupa desain yang bertujuan untuk menginformasikan dan mempengaruhi target audience sesuai dengan tujuan yang hendak dicapai. Tipografi memilii peranan yang penting dalam setiap karya desain grafis yang berlangsung. Tipografi dapat diartikan sebagai ilmu yang mempelajari mengenai macam-macam huruf serta peruntukannya, huruf sendiri dapat dikelompokkan menjadi lima tipe, antara lain:

1. Huruf tak berkait (sans serif)
2. Huruf berkait (serif)
3. Huruf tulis (script)
4. Dekoratif
5. Monospace

In store media merupakan sarana yang dijadikan sebagai alat untuk menyampaikan sebuah pesan atau informasi kepada khalayak umum dengan menggunakan unsur komunikasi grafis seperti teks atau gambar/foto. Media komunikasi grafis sendiri dapat dikategorikan menjadi lima, antara lain:

1. Media komunikasi cetak/visual
2. Media luar ruangan
3. Media elektronik
4. Tempat pajangbarang kenangan
5. Barang kenangan

In store media sendiri termasuk pada kategori tempat pajang yang ada di offline store maupun yang dimanfaatkan dalam acara-acara tertentu.

Untuk menunjang kegiatan pemasaran pada offline store, promosi melalui media online juga berperan sangat penting dalam meningkatkan kuantitas penjualan dari sebuah produk. Promosi yang dilakukan melalui media online juga memiliki banyak keuntungan diantaranya dapat diakses selama 24jam, efisien dari segi biaya, tenaga dan waktu, tepat sasaran dan dapat menyesuaikan preferensi dari target audience dan juga seller dapat melakukan consumer relationship yang interaktif dengan audience.

# Metode Kajian

Penelitian ini menggunakan jenis tugas akhir aplikatif yaitu tugas akhir yang memiliki output berupa sebuah karya yang ditujukan bagi subjek penelitian.

Pada tugas akhir aplikatif ini peneliti merancang in store media

seperti desain label kemasan, brosur, xbanner, point of purchase, shopping bag, dan juga merancang konten kreatif Instagram berupa konten feeds Instagram bagi produk Sirup Putri Wilis milik UMKM Putri Wilis Madiun.

# Hasil Kajian

Pada rancangan desain label kemasan untuk produk Sirup Putri Wilis menggunakan warna-warna yang didominasi dengan nuansa alam pada setiap varian sirup yaitu jeruk nipis, neruk keprok, mangga kweni dan rempah. Warna-warna alam yang digunakan tersebut seperti penggunaan gradasi warna hijau muda dan hijau tua, gradasi warna kuning dan oranya, serta warna coklat. Warna yang bernuansa alam dipilih karena dianggap selaras dengan bahan-bahan baku yang digunakan dalam proses pembuatan Sirup Putri Wilis yaitu dibuat dengan alami, tanpa menggunakan bahan pengawet maupun pemanis buatan sehingga cocok untuk dikonsumsi dalam jangka waktu yang panjang. Selain itu, warna dengan nuansa alam juga dapat menggambarkan kesegaran dari bermacam-macam varian rasa Sirup Putri Wilis.

Elemen-elemen baik teks maupun gambar pada rancangan desain label kemasan Sirup Putri Wilis diantaranya logo UMKM Putri Wilis, nama merk, rasa sirup, gambar buah maupun rempah yang merepresentasikan rasa dari sirup tersebut, volume isi sirup, informasi tempat produksi, nomor P-IRT, barcode yang tersambung dengan link akun Instagram UMKM Putri Wilis, dan tanggal kadaluwarsa dari produk.

Font yang digunakan pada rancangan desain label kemasan produk Sirup Putri Wilis yaitu Abril Fatface dan Glacial Indifference karena memiliki karakter huruf yang tebal, tegak lurus dan tegas sehingga dapat dibaca dengan mudah oleh audience. Baik elemen teks maupun gambar pada desain label kemasan dibuat dengan rata tengah untuk menciptakan focus of interest bagi audience.

Rancangan brosur produk Sirup Putri Wilis dibuat dengan bentuk persegi berukuran 14cm x 14cm dengan tiga halaman yang memiliki dominan warna hijau. Brosur ini dibuat dengan tujuan sebagai sarana untuk memberikan informasi mengenai

macam varian rasa dari Sirup putri Wilis, bahan baku yang digunakan, alamat offline store, dan juga barcode yang tersambung dengan akun Instagram UMKM Putri Wilis. Font yang digunakan pada brosur ini dominan menggunakan huruf berkait yang memiliki karakter tegas dan jelas seperti Times Neue Roman dan Abril Fatface serta huruf script yang memiliki karakter seperti tulisan tangan sebagai bayangan yaitu Majesty.

Xbanner produk Sirup Putri Wilis memiliki bentuk persegi panjang vertikal dengan latar belakang berwarna gradasi oranye dan kuning. Warna tersebut dipilih karena selain ontras dengan elemen grafis lain maupun dengan teks, warna gradasi oranye dengan kuning juga memiliki kesan yang segar sehingga dapat menggambarkan kesegaran dari macam varian Sirup Putri Wilis.

Dalam desain X-banner tersebut terdapat elemen-elemen grafis seperti logo UMKM Putri Wilis, nama merek produk, *tagline* produk, visualisasi empat macam Sirup Putri Wilis, barcode yang dapat di scan untuk mendapatkan informasi lebih lengkap yang akan terhubung ke akun sosial

media UMKM Putri Wilis, serta alamat produksi dari Sirup Putri Wilis sendiri. Semua elemen tersebut di letakkan menggunakan rata tengah dengan tambahan border berwarna putih di bagian sisi atas, bawah, samping kanan, dan samping kiri agar lebih terkesan fokus dan menjadi *point of interest* dari *audience* yang ditargetkan. Barcode diletakkan di bagian tengah dari X- Banner dengan alasan kenyamanan agar memudahkan audience untuk men-*scan barcode* tersebut, tidak terlalu ke bawah atau pun tidak terlalu ke atas.

*Font* yang digunakan dalam X- banner yaitu *Glacial Indifference* dan *Source Sans Pro*. *Font* tersebut dipilih karena memiliki karakter huruf yang tegak lurus, tegas sehingga akan terbaca dengan jelas oleh *audience* dan informasi juga akan tersampaikan dengan baik. Dengan latar belakang berwarna gradasi oranye dan kuning, X-banner ini menggunakan warna putih sebagai warna teksnya. Warna putih akan kontras dengan latar belakang sehingga tetap dapat dibaca dengan jelas.

*Template feeds* Instagram milik UMKM Putri Wilis dalam mempromosikan produknya yaitu Sirup Putri Wilis dibuat dengan tema yang minimalis serta futuristik menggunakan warna-warna latar belakang

yang dominan memberikan kesan kealamian, kesegaran dan juga organik seperti warna hijau, kuning, dan juga oranye. Ketiga warna tersebut juga selaras dengan empat varian rasa label kemasan pada Sirup Putri Wilis serta dapat menggambarkan bahan-bahan sebagai komposisi yang diproduksi untuk menghasilkan Sirup Putri Wilis. Dalam rancangan *template feeds* Instagram, selain terdapat foto-foto dari produk Sirup Putri Wilis juga terdapat berbagai informasi pemesanan, fakta, saran penyajian, maupun *quotes* yang dapat mempersuasi *audience* sehingga dapat meningkatkan penjualan produk.

Dalam konten yang berisi foto produk dibuat dengan menggunakan ilustrasi manual yang kemudia secara keseluruhan digabungkan dengan unsur tipograsi maupun unsur grafis lainnya yang ditata sedemikian rupa sehingga terkesan menarik atau memikat dari *audience* Instagram. Semua konten *feeds* Instagram dibuat selaras antara satu dengan yan lain dengan pertimbangan sisi estetika dari konten yang dihasilkan.

*Font* yang digunakan dalam perancangan konten *feeds* Instagram ini yaitu *Times Neue Roman* dan *Source Sans*

*Pro*. Kedua *font* tersebut dipilih karena memiliki kesan tegas, tegak lurus sehingga dapat dibaca dengan jelas sehingga informasi dapat tersampaikan dengan jelas kepada *audience*. Hampir semua *font* yang digunakan berwarna putih keabu-abuan untuk membuat kontras dengan latar belakang konten *feeds* Instagram Sirup Putri Wilis.

Shopping bag untuk produk Sirup Putri Wilis ini didesain dengan bentuk persegi dengan menyesuaikan ukuran dari botol Sirup Putri Wilis sendiri. Dalam shopping bag yang dirancang, terdapat elemen logo, nama merek serta alamat dari toko UMKM Putri Wilis. Warna hijau sebagai warna dasar dari shopping bag ini dipilih karena dapat merepresentasikan warna-warna yang berhubungan dengan alam, sehingga bisa menggambarkan kesegaran dan kealamian bahan utama yang digunakan pada proses pembuatan Sirup Putri Wilis. Font yang digunakan adalah Times Neue Roman karena memiliki karakter yang tegas dan mudah untuk dibaca dengan warna font yaitu putih agar dapat menyeimbangkan warna dasar dan kontras. Dengan rata tengah yang digunakan maka akan menambah fokus dari audience yang melihatnya.

Point of purchase dari produk Sirup Putri Wilis dibuat dengan rak terdiri dari empat baris yang sesuai dengan jumlah dari varian Sirup Putri Wilis yaitu Jeruk Nipis, Jeruk Keprok, Mangga Kweni dan Rempah. Warna latar belakang dari point of purchase sendiri dibuat mirip dengan desain x-banner yaitu gradasi oranye. Elemen-elemen yang ada di dalam point of purchase yaitu seperti logo, nama merk, tagline, dan visualisasi dari produk. Untuk font yang digunakan adalah Times Neue Roman berwarna putih karena memiliki karakter yang tegas dan mudah dibaca oleh audience. Point of purchase ini dapat digunakan baik pada offline store meupun dimanfaatkan dalam acara-acara tertentu.

# Kesimpulan

Konsep perancangan *in store media* dan konten kreatif Instagram pada produk Sirup Putri Wilis menggunakan warna yang memberikan kesan kesegaran, alami dan organik, *font* yang tegas, dan elemen grafis simpel. Dengan menghadirkan desain yang sederhana namun tetap lebih menarik dan juga kreatif. Target *audience* dari perancangan *in store media* dan konten kreatif Instagram ini sendiri adalah kalangan remaja hingga dewasa baik *audience* secara fisik maupun secara digital yang ada di Kota

Madiun dengan status sosial menengah. *In store media* sebagai media promosi dan sarana penyampaian informasi dipergunakan dalam acara-acara tertentu yang diikuti oleh UMKM Putri Wilis seperti pameran ataupun bazar dan konten kreatif Instagram digunakan untuk memberikan edukasi maupun informasi bagi *audience* digital.

Template feeds Instagram juga dibuat dengan warna-warna cerah yang menggambarkan kesegaran dari Sirup Putri Wilis diimbangi dengan informasi-informasi yang diberikan serta konten yang komunikatif sehingga lebih terkesan dekat dengan audience.

Baik in store media dan konten kreatif Instagram yang dipilih dapat menjawab kebutuhan permasalahan media promosi dari produk UMKM Putri Wilis yaitu Sirup Putri Wilis. Seperti label kemasan yang baik sehingga dapat memberikan informasi sekaligus mencitrakan perusahaan (UMKM), hang tag produk yang digunakan sebagai media dalam mengapresiasi konsumen yang telah memilih produk Sirup Putri Wilis, brosur sebagai media penyampaian informasi mengenai produk, dan X-banner sebagai media dalam edukasi dan informasi bagi audience pada acara-acara tertentu yang diikuti oleh UMKM Putri Wilis, shopping

bag dan point of purchase sebagai media bagi produk hingga sampai ke tangan konsumen serta konten Instagram yang juga dapat menjangkau audience secara digital.

# Daftar Pustaka

Kamus Umum Bahasa Indonesia. 2008.

Kusrianto, Adi. 2007. Pengantar Desain Komunikasi Visual. Yogyakarta: CV Andi Offset.

Pujiriyanto. 2005. Desain Grafis Komputer. Yogyakarta: ANDI

Rahardjo, Sudjadi Tjipto. Desain Grafis Kemasan UMKM. 2019. Sleman: Budi Utama.

Rustan, Surianto. 2008. Layout Dasar dan Penerapannya. Jakarta: PT Gramedia Pustaka.

Sanjaya, Ridwan, Josua, Tarigan. 2019. Creative Digital Marketing. Jakarta: Alex Media Komputindo.

Sihombing, Danton. Tipografi Dalam Desain Grafis. 2002. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Sri Witari, Ni Nyoman, Widyana, I Gusti Nyoman. 2014. Desain Komunikasi Visual. Yogyakarta: Graha Ilmu.