

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Media Promosi**

Dalam memperkenalkan merek atau suatu produk ke konsumen di perlukan suatu promosi agar bisa menarik konsumen untuk melihat produk tersebut. Menurut Tjiptono dan Fandy, promosi merupakan suatu faktor yang dapat menentukan keberhasilan dari pemasaran dalam memberikan informasi akan adanya suatu produk. Sedangkan menurut Hermawan, Promosi merupakan suatu kegiatan pemasaran untuk memberitahukan ke konsumen akan adanya produk baru yang dapat menarik konsumen untuk membeli produk tersebut (Yudi Carsana, 2020). Semakin berkembangnya industri makanan membuat persaingan dalam dunia usaha semakin besar, sehingga pengusaha pembuat makanan berusaha membuat suatu yang unik dan melakukan sebuah promosi yang bertujuan dapat mengenalkan produk mereka ke pembeli. Tujuan utama melakukan promosi adalah selain mengenalkan merek produk ke konsumen, promosi bertujuan juga menjual barang dan jasa yang di produksi suatu perusahaan (Nursaimatussaddiya, 2022). Menurut Rangkuti (2009:92), tujuan di lakukannya promosi adalah :

1. Modifikasi tingkah laku.

Tujuan menciptakan pendapat konsumen akan sebuah produk baran dan jasa, selera, keinginan motivasi, dan kesetiaan terhadap suatu barang dan jasa. Tujuan dari modifikasi tingkah laku ini untuk mengubah suatu tingkah laku konsumen dari yang tidak mau menjadi menerima produk tersebut.

2. Memberitahu.

Memberikan sebuah informasi ke konsumen berupa pemasaran produk yang di keluarkan seperti harga, kualitas, syarat pembeli, kegunaan, keistimewaan, dan lain sebagainya. Tujuan dari memberitahu ini, bisa membantu konsumen untuk memikirkan kembali untuk membeli produk.

### 3. Membujuk.

Bersifat untuk mendorong pembeli untuk mencoba dan membeli produk yang di tawarkan. Dalam kegiatan membujuk ini, perusahaan mengutamakan memberikan kesan positif dengan tujuan produk yang di promosi dapat memberi pengaruh yang lama terhadap perilaku pembeli.

### 4. Mengingatkan.

Tujuan promosi untuk mengingatkan suatu merek produk di hati konsumen. Tujuan dari mengingatkan untuk mempertahankan pembeli yang ada, sehingga transaksi penjualan terus berjalan terus menerus dan tidak hanya sekali penjualan.

## 2.1.1 Jenis Media Promosi

Menurut Machfoedz (2010), media komunikasi pemasaran menjadi beberapa bagian yaitu:

### 1. Media Elektronik

Media yang menggunakan elektronik sebagai alat penyalur media ke konsumen dengan melalui audio, visual, dan konten (Rahmiyati, 2018). Contoh media elektronik yaitu:

#### a. Televisi.

Menurut Ahmad Suryadi (2020), televisi merupakan suatu alat elektronik yang dapat menghasilkan sebuah visual dan suara tertentu (Putri, 2023).



Gambar 2. 1 Televisi

Sumber: В октябре стартуют продажи 8K QLED-телевизоров Samsung Q900R • Stereo.ru, (2018)

Televisi di jadikan sebagai media promosi elektronik di mana, dengan adanya televisi penjual memperkenalkan dan menawarkan produk mereka melalui iklan yang berupa visual dan gambar. Dari promosi iklan yang di lakukan para penjual produk atau jasa bisa menjangkau target mereka dan menarik calon konsumen agar penjualan barang atau jasa mereka bisa meningkat dan di kenal. Iklan di televisi juga bisa di putar berulang kali sehingga orang yang menonton juga bisa mengingat apa yang di tawarkan dari iklan tersebut.

b. Radio.

Menurut Santi Indra Astuti (2008), radio merupakan perkembangan teknologi yang di sebarakan secara bersama melewati saluran radio di (Adm, 2020).



Gambar 2. 2 Radio

Sumber: 61683167d3ee7.jpg (750×500) (kompas.com), (2022)

Media promosi elektronik radio, mempromosikan produk atau jasa melalui siaran-siaran. Tampilan pemberian onformasi yang di berikan hanya berupa suara atau audio jadi hanya bisa di dengar saja. Radio juga bisa mudah di ingat oleh pendengar karena penyiarannya berulang kali.

c. Internet.

Menurut Kamus Besar Indonesia, internet merupakan suatu elektronik komunikasi yang bisa menghubungkan jaringan komputer dengan fasilitas komputer melalui satelit (Abdi, 2021).



Gambar 2.3 Internet

Sumber: <https://cdnwpedutorenews.gramedia.net/wp-content/uploads/2022/01/12070137/615fb15189711.jpeg>, (2022)

Internet termasuk media yang memiliki jaringan luas di mana para penjual produk atau jasa bisa melakukan promosi melalui banyak media (media *online*) untuk memperkenalkan dan menawarkan produk dan jasa. Di media *online* terdapat berbagai media promosi yang dapat di gunakan seperti Youtube, website, media sosial seperti Instagram, facebook, twitter, dan tiktok. Terdapat juga toko-toko *online* yang dapat membantu para penjual dan pembeli dalam melakukan transaksi jual dan beli.

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A

## 2. Media Cetak

Media cetak merupakan media dalam penyampaian informasi nya menggunakan media yang di cetak.

### a. Surat Kabar.

Surat kabar merupakan media cetak yang berisi kolom-kolom untuk menyampaikan media informasi dan promosi ke pembacanya.



Gambar 2. 4 Surat Kabar

Sumber: Koran+KOMPAS2016MTH01DT07M.jpg (760×1212)

(bp.blogspot.com), (2016)

Surat kabar biasanya menampilkan berita-berita lokal terkini. Selain berita surat kabar juga mempunyai berbagai promosi iklan barang atau jasa, contohnya berupa iklan baris, iklan jasa, dan iklan lowongan kerja. Media cetak surat kabar memiliki kelebihan seperti biaya yang murah dan target bisa menjangkau dari masyarakat kota dan desa.



b. Majalah.

Majalah merupakan media cetak kertas yang menampilkan sebuah informasi beserta visual gambar dan warna untuk menyampaikan media informasi dan promosi ke pembacanya.



Gambar 2. 5 Majalah

Sumber: 31a5c66b1f8fe95a91e8fee96cfbb506.jpg (564×884)  
(pining.com), (2023)

Media cetak majalah memiliki kelebihan seperti, lebih menarik karena di tampilkan dengan tampilan warna sehingga pembaca tidak merasa bosan.

c. Brosur.

Brosur merupakan media cetak kertas yang memberikan isi tentang produk atau jasa beserta informasinya (Raharja, 2022).

Brosur merupakan salah satu alat pemasaran yang membantu menginformasikan produk atau jasa kepada para konsumen. Biasanya isi dalam brosur berupa tulisan dan gambar yang di kemas dengan bentuk desain yang menarik, sehingga para konsumen dapat tertarik dengan produk yang di tawarkan. Dengan adanya brosur konsumen dapat terbantu untuk lebih mengetahui apa yang di tawarkan dari

produk.



Gambar 2. 6 Brosur

Sumber: 760d5817-5cf2-44b6-8fb1-eb5b3081e6ab (632×421)

(imgix.net), (2023)

Brosur biasanya di sebar oleh para penjual produk dan jasa untuk menawarkan atau memperkenalkan barang dan jasa yang di tawarkan. Brosur sendiri memiliki keuntungan karena biaya cetak yang murah.

#### d. Flyer

*Flyer* merupakan media cetak kertas yang berisi informasi produk atau promosi yang di sebar ke tempat umum. Fungsi *Flyer* memperkenalkan suatu produk atau jasa secara luas dan *flyer* ini juga dapat disimpan lama (Pahlephi, 2023).

UIN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



Gambar 2. 7 Flyer

Sumber: 6e194f94ca022cfae5c0327e9775744e.jpg (564×791)  
(pinimg.com), (2018)

*Flyer* biasanya di bagikan di tempat umum contoh nya pusat belanja, jalan raya, tempat wisata, dan lainnya. *Flyer* juga memiliki jenis digital, di mana dari *Flyer* digital para penjual produk dan jasa juga bisa menjangkau calon konsumen yang lebih luas.

e. *Kartu Nama*.

Kartu nama merupakan media cetak yang memberikan informasi sebuah identitas pemilik yang di kemas secara singkat. Isi dari kartu nama berisi identitas seperti nama perusahaan, informasi telepon, alamat email, dan informasi lainnya (Infinitylabel, 2022).

U M M N  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA





Gambar 2. 8 Kartu Nama

Sumber: kartu-nama-bisnis-makanan.jpg (586×440)  
(snapy.co.id),(2022)

Kartu nama memiliki fungsi sebagai tanda pengenal untuk setiap bisnis mau itu produk atau jasa. Tujuan adanya kartu nama untuk memperkenalkan toko dari usaha produk dan jasa tersebut. Adanya kartu nama juga bisa membuat konsumen lebih percaya sehingga hubungan penjual dan calon konsumen dapat berhubungan baik.

Kartu nama juga memiliki kelebihan yaitu bentuknya yang kecil sehingga bisa di simpan di dompet, saku, atau kantong.

### 3. Media Luar Ruang

Media promosi atau informasi yang dilakukan dalam luar ruang, tujuannya supaya bisa menjadi penyalur informasi kepada orang luar (wisatawan) (Andra, 2017). Contoh dari media luar yaitu:

#### 1. Reklame.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, reklame merupakan media yang memberikan suatu informasi akan suatu produk atau jasa yang di tawarkan (Saptoyo, 2020)

Reklame ada beberapa jenis :

- Reklame papan.

Reklame dengan bentuk *billboard* atau baliho. Reklame papan ini di tempatkan di jalan raya, ukuran dari papan di buat besar supaya bisa di lihat oleh pengendara dari jauh yang sedang melintasi jalan.



Gambar 2. 9 Reklame Papan

Sumber: <https://mediamove.id/wp-content/uploads/2021/05/WhatsApp-Image-2021-04-19-at-7.03.36-AM.jpeg>, (2021)

- Reklame elektronik.

Reklame elektronik berbentuk seperti LED. Reklame ini berbentuk papan dengan memperlihatkan video dari penawaran yang di berikan. Reklame ini biasa di pajang di jalan, gedung, dan toko.



Gambar 2. 10 Reklame Elektronik

Sumber:[https://blue.kumparan.com/image/upload/fl\\_progressive,fl\\_lossy,c\\_fill,q\\_auto:best,w\\_640/v1628668196/dbmiwbf8ntwhrebtivhn.jpg](https://blue.kumparan.com/image/upload/fl_progressive,fl_lossy,c_fill,q_auto:best,w_640/v1628668196/dbmiwbf8ntwhrebtivhn.jpg), (2023)

- Reklame kain.

Reklame kain bisa di sebut juga sebagai spanduk, reklame ini di pasang dengan kedua ujung reklame di kaitkan ke tiang.



Gambar 2. 11. Reklame Kain

Sumber:<https://asset.kompas.com/crops/iuIQO8OiMwvfscw3NMOmiDp1AAI=/106x149:946x709/750x500/data/photo/2019/06/25/3480592870.png>, (2019)

- Reklame melekat.

Reklame yang di pasang pada stasiun, bandara, dan halte. Reklame ini berbentuk stiker.

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A



Gambar 2. 12 Reklame Melekat

Sumber: <https://asset.kompas.com/crops/8nJ9q7R9e7mlZd2CNB91YC7YaFU=/483x0:2193x1140/750x500/data/photo/2019/04/17/1469545881.jpg>, (2019)

- Reklame selebaran.

Reklame selebaran ini biasa di sebut sebagai brosur. Reklame ini biasa di berikan pada saat di jalan, pariwisata, dan pameran.



Gambar 2. 13 Reklame Selebaran

Sumber: <https://asset.kompas.com/crops/vU84idJlxpibo5kB8fH0xWI3KKc=/0x126:1920x1086/780x390/data/photo/2019/07/21/5d33dac79085d.jpeg>, (2019)



- Reklame berjalan.

Reklame berjalan merupakan reklame yang di pasang pada kendaraan. Reklame ini biasanya di pasang pada kaca mobil, badan mobil atau bus, kaca kereta, fungsinya supaya pengendara atau penumpang dapat melihatnya.



Gambar 2. 14 Reklame Berjalan

Sumber:[https://asset.kompas.com/crops/dPYpwlngA4hn31rSM\\_AM7t1fqVA=/0x0:1000x667/750x500/data/photo/2017/10/01/2265221036.jpeg](https://asset.kompas.com/crops/dPYpwlngA4hn31rSM_AM7t1fqVA=/0x0:1000x667/750x500/data/photo/2017/10/01/2265221036.jpeg), (2017)

- Reklame udara.

Reklame yang di tempatkan pada balon udara dan pesawat. Reklame ini memiliki ukuran yang besar, hal ini agar bisa terlihat oleh banyak orang yang berada di bawah.

UIN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA





Gambar 2. 15 Reklame Udara

Sumber:[https://asset.kompas.com/crops/FgIyGsos2\\_AYyLiNLEVCOzhVN70=/192x128:1728x1152/750x500/data/photo/2020/10/28/5f98f54976853.jpg](https://asset.kompas.com/crops/FgIyGsos2_AYyLiNLEVCOzhVN70=/192x128:1728x1152/750x500/data/photo/2020/10/28/5f98f54976853.jpg), (2020)

- Reklame suara.

Reklame suara merupakan reklame yang berisikan pemberitahuan atau menawarkan sebuah produk atau jasa, reklame ini dapat di putar secara berulang-ulang. Biasanya di temukan di taman hiburan, pameran, dan sekolah.

- Reklame *slide*.

Reklame yang di tayangkan memakai proyektor untuk di tayangkan.

U M N  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



Gambar 2. 16 Reklame Slide

Sumber:[https://asset.kompas.com/crops/7pE5gEG1Orhu7RMu\\_dKFz7HyreY=/18x0:760x371/780x390/data/photo/2017/05/06/1369839126.jpg](https://asset.kompas.com/crops/7pE5gEG1Orhu7RMu_dKFz7HyreY=/18x0:760x371/780x390/data/photo/2017/05/06/1369839126.jpg), (2017)

- Reklame peragaan.

Reklame peragaan bisa di sebut sebagai maskot, patung, dan mainan untuk memperkenalkan, menawarkan atau menarik pengunjung untuk datang ke toko.



Gambar 2. 17 Reklame Peragaan

Sumber:<https://asset.kompas.com/crops/QtuYVB9fN0nOjAFtqt7Tj41WsvI=/195x0:780x390/750x500/data/photo/2015/04/02/1358455oppo-batam780x390.jpg>, (2015)

- Panggung reklame.

Reklame spanduk yang di pasang pada tiang, tapi spanduk yang di pasang lebih dari satu.



Gambar 2. 18 Panggung Reklame

Sumber: <https://asset.kompas.com/crops/T-ihOMfFb0iXRUTHHLzFQX-GIC8=/0x0:1600x1067/750x500/data/photo/2020/10/28/5f9d3c79f6e.jpg,n>  
(2020)

## 2. Baliho.

Menurut Maisyarah dkk (2021), baliho merupakan media yang menggunakan bahan dasar papan sebagai media untuk menyalurkan informasinya (Putri, Perbedaan Billboard dan Baliho, 2023). Baliho biasanya di gunakan sebagai media promosi suatu produk dan acara.

UIN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



Gambar 2.19 Baliho

Sumber: *banner-warung-makan.jpg.webp* (750×600) (abiphone.com), (2023)

Spanduk merupakan sebuah media informasi berbentuk *banner* panjang, memiliki tujuan sebagai penyalur informasi seperti peringatan, promosi, dan petunjuk arah (Isti, 2022) .

UMMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA





Gambar 2. 20 Spanduk

Sumber: *Template Desain Spanduk Usaha Warung Makan dan Laundry*  
Vector CDR - Campusnesia.co.id, (2023)

## 2.2 Bisnis Makanan Ringan

Usaha makanan ringan merupakan bidang usaha makanan yang menawarkan jenis makan ringan.

### 2.2.1 Konsep Bisnis Kuliner

Dalam membangun suatu usaha bisnis makanan, terdapat hal yang penting yang harus di perhatikan seperti lokasi, produk, dan metode pemasaran. Dilansir dari buku *Mengenal Bisnis Kuliner* (Firda Rachma Amalia, 2023) terdapat suatu konsep bisnis yang perlu di perhatikan. Menurut Nurhadi (2022), ada beberapa hal yang menjadi Selain terjemahan, hal lain yang perlu diperhatikan dan diterapkan para pembisnis kuliner yaitu:



1. Selera Konsumen.

Dalam menjalankan suatu bisnis makanan selera konsumen sangat penting, hal ini terhubung dengan cita rasa yang banyak di minati konsumen agar makanan yang di buat dapat di lirik.

2. Gaya Hidup Konsumen.

Selain makanan yang di sajikan, suatu tempat atau gaya juga bisa membantu menarik untuk orang yang menyukai makanan. Hal ini bisa di lihat dari banyaknya yang mengunggah foto makanan ke akun media sosial.

3. Daya Beli Konsumen.

Dalam bisnis makanan selain dari segi rasa, di perlukannya juga untuk memperhatikan daya beli konsumen, hal ini bisa dilihat dengan di lakukan observasi. Contohnya jika produk makanan yang dijual mahal sedangkan daya beli masyarakat rendah bisa mengakibatkan bisnis makanan tidak berjalan dengan lancar.

4. Rencana Produksi Kuliner.

Dalam menjalankan bisnis makanan hal yang penting dan harus di perhatikan adalah bahan baku dan alat untuk memproduksi makanan. Karena apabila bahan baku produksi sulit di dapat, maka akan terpengaruh dengan kelangsungan produksi produk makanan tersebut.

5. Rencana Pemasaran Kuliner.

Dalam perencanaan pemasaran sebuah kuliner, di perlukannya sebuah analisis pasar yang di mana fungsinya dapat membantu peluang dalam mengembangkan usaha. Perlunya melakukan promosi yang sesuai dan efektif, karena apabila tidak sesuai maka hanya menghabiskan duit saja.

## 2.2.2 Pemasaran Bisnis Makanan Ringan

Dalam bisnis makanan, pemasaran suatu produk merupakan hal penting dalam pengembangan bisnis makanan (Azizah, 2022). Beberapa contoh yang dapat dilakukan dalam pemasaran bisnis makanan yaitu:

1. Menggunakan Kemasan Produk yang Menarik

Kemasan dalam suatu produk merupakan nilai tambah untuk pelaku bisnis makanan untuk menarik konsumennya untuk membeli atau mencoba.

2. Membuat Foto Produk yang Unik.

Pengambilan foto dalam suatu produk yang unik, dapat memberikan gambaran visual untuk konsumennya sehingga konsumen akan terdorong untuk mencoba atau membeli makanan

3. Buat Website Perusahaan.

Website merupakan pemasaran produk melalui media digital. Fungsi dari website sendiri memberikan informasi mengenai produk.

4. Promosi Melalui Media Sosial

Media sosial merupakan salah satu media yang wajib dimiliki pembisnis makanan di era digital ini. Fungsi media sosial ini dapat membantu pembisnis melakukan interaksi dengan konsumennya.

5. Bekerja sama dengan Penyedia Layanan Pesan Antar.

Layanan pesan antar sudah populer di era digital ini, konsumen hanya perlu memesan makanan melalui gadget dan hanya menunggu makanan datang sesuai tujuan yang dituju. Layanan pesan antar memiliki keuntungan bagi pembisnis yang melakukan penjualan tanpa toko.

6. Membuat Promosi yang Unik dan Menarik

Promosi sangat penting bagi pembisnis dalam mengenalkan produknya dengan tujuan mendorong konsumen datang untuk mencoba dan melihat produk yang dijual.

#### 7. Prioritas Konsumen.

Dalam berjualan makanan prioritas konsumen merupakan hal yang harus di jaga, tujuan menjaga prioritas konsumen bisa mendorong konsumen untuk kembali lagi untuk membeli produk. Hal yang perlu di jaga agar kualitas makanan tetap terjaga yaitu dengan selalu memperhatikan stok yang di jual, menggunakan bahan baku yang berkualitas baik, dan kebersihan.

#### 8. Tingkat Kualitas Produk.

Dalam usaha makanan, citra rasa menjadi salah satu alasan menarik konsumen untuk membeli. Oleh karena itu kualitas produk dan rasa perlu di perhatikan agar tetap konsisten.

#### 9. Ikuti *Event*.

*Event* atau bazar merupakan peluang bagi pembisnis makanan untuk mempromosikan produknya dengan tujuan memperluas target pasar dan semakin banyak yang mengenal produk.

#### 10. Metode Pembayaran.

Di era digital ini metode transaksi jual beli semakin banyak dan tentunya juga memudahkan konsumen dalam membayar. Dengan menyediakan metode pembayan dalam penjualan, bisa membantu meningkatkan kepuasan pelanggan dalam memilih transaksi yang akan di lakukan.

### 2.3 Prinsip Desain dalam Promosi

Dalam membuat suatu media promosi, di perlukannya sebuah desain untuk dapat memikat konsumen yang melihatnya.

#### 2.3.1 Warna

Warna menurut Pujiyanto (2011), merupakan elemen visual yang psikologi yakini dapat mempengaruhi suasana hati, menginspirasi reaksi yang akan diambil, hingga membangun loyalitas pelanggan.

Warna sendiri dibagi menjadi dua jenis yaitu warna hangat dan warna dingin. Warna hangat meliputi keseluruhan warna dari merah hingga

ke kuning, sedangkan warna dingin meliputi warna dari ungu hingga ke hijau.

Dilansir dari buku Panduan Membuat Desain Ilustrasi Busana (kutipan), warna bisa di kaitkan dengan suasana, waktu, dan kesempatan. Warna sendiri memiliki sifat yaitu:

1. Merah.

Warna merah memiliki sifat yang melambangkan kegembiraan, kekuatan, dan keberanian. Sisi negatif warna merah di simbolkan sebagai warna yang memiliki kemarahan dan dendam

2. Hitam.

Warna hitam dapat di artikan sebagai keteraturan dan keanggunan, dan kuat. Sisi negatif warna hitam di lambangkan susah bersosialisasi.

3. Kuning.

Warna kuning memiliki sifat yang menggambarkan keceriaan dan paling bercahaya. Sifat negatif dari warna ini menggambarkan kesakitan, kecemburuan, dan keributan.

4. Putih.

Warna putih memiliki sifat yang menggambarkan kesucian dan polos, kebersihan. Ketulusan, rendah hati. Sisi negatif dari warna putih adalah hambar, membosankan, terisolasi.

5. Biru

Warna biru mempunyai gambaran sifat yang dingin, pasif, dan tenang. Warna ini juga di lambangkan sebagai ketenangan, pengorbanan, dan harapan. Sisi negatif warna biru di lambangkan kesedihan, kecewa, dan egois.

6. Hijau.

Merupakan warna yang memberikan kesan sifat santai, menenangkan, dan sifat pasif. Sisi negatif dari warna hijau bisa di gambarkan cemburu dan iri hati.

7. Ungu.

Warna ungu mempunyai gambaran sifat dingin, menggambarkan kesedihan, ketabahan, dan keadilan. Sisi negatif warna ungu di perlihatkan tertutup dan tidak praktis.

8. Abu-abu.

Warna abu-abu di gambarkan sebagai lambang sebuah ketenangan dan kerendahan hati. Sisi negatif warna abu-abu di perlihatkan dari kurang percaya diri dan mudah bimbang,

### 2.3.2 *Typografi*

Tipografi merupakan elemen visual penting dalam sebuah desain, terutama sebagai media komunikasi untuk menyampaikan inti gagasan desain tersebut (Sihombing, 2003). Wheeler (2018) mengungkapkan *typografi* merupakan elemen visual yang dapat memberi cara yang efektif untuk menyampaikan identitas suatu merek.

#### 2. Jenis *Typografi*.

Jenis tipografi berguna membantu seorang desainer grafis menyampaikan gagasan idenya secara efektif kepada *audience* (Ansen, 2023). Berikut jenis-jenis tipografi:

##### 1. *Serif*.

*Serif* merupakan jenis huruf yang klasik, jenis dari huruf ini memiliki kesan luwes dan klasik, keterbacaan huruf ini memiliki keterbacaan yang tinggi. Contoh dari jenis huruf *serif* ini adalah Garamond, Baskerville, dan Times New Roman.

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A





Gambar 2. 21 Huruf Serif

Sumber: Times New Roman Drawing by English School - Fine Art America, (2017)

## 2. *Sans Serif*

Jenis dari huruf ini memberikan gambaran simpel dan punya keterbacaan yang cepat. Karakter huruf ini simpel, bersih, efisien, dan modern. Contoh dari jenis huruf *san serif* adalah Arial, Helvetica, Lucida Sans, Gill Sans, dan Futura.



Gambar 2. 22 Huruf Sans Serif

Sumber: Sans Serif Didot | UPDATED on Behance, (2011)

### 3. *Egyptian*

Merupakan huruf kelompok *serif* dengan bentuk yang lebih besar. Huruf ini menggambarkan kesan kokoh, kuat, dan stabil. Huruf ini biasanya di gunakan pada judul, Logo, dan *Header*. Contoh huruf : *Serifa*, *Rockwell*, *Memphis*, dan *Aachen*.



Gambar 2. 23Egyptian

Sumber: alphawood p61 - Egyptian Ornamented | patricia m | Flickr, (2011)

### 4. *Script*

Jenis huruf ini memiliki tampilan tegak bersambung. Huruf ini biasa di gunakan pada sertifikat atau undangan-undangan seperti pesta pernikahan dan ulang tahun. Tulisan ini memiliki gaya yang elegan dan natural.



Gambar 2. 24 Huruf Script

Sumber: (32) Pinterest, (2023)

5. Dekoratif.

Jenis dari huruf ini sangat beragam. Huruf ini biasanya di gunakan dalam *tagline* atau judul. Huruf ini tidak cocok di pakai dalam penggunaan isi teks karena dapat mengganggu keterbacaan. Contoh huruf dekoratif yaitu: Walt Disney, Huruf *Birthday*, dan *Inspira Huruf*.



Gambar 2. 25 Huruf dekoratif

Sumber: 50 Best Handwritten Script, Brush & Vintage Hurufs | Hurufs | Graphic Design Junction, (2018)

#### 6. *Miscellaneous.*

Huruf ini menggunakan hiasan, ornamen, atau garis-garis dekoratif membuat kategori ini sering disebut juga fantasy huruf. Huruf ini biasanya di gunakan untuk target anak-anak karena memiliki karakter huruf yang lucu. Contoh *huruf Magneto, Westminster, Joker, dan Comic Sans MS.*



Gambar 2. 26 Miscellaneous

Sumber: Lagi Desain, Pelajari Dulu 6 Jenis Tipografi Penting Ini Yuk!  
(solusiprinting.com), (2020)

#### 7. *Handwrite*

Jenis huruf dengan *handwrite* merupakan jenis tulisan dengan gaya tulisan tangan manusia. Gaya tulisan ini memiliki gaya yang unik dan natural, biasanya banyak di gunakan pada buku, poster, atau logo.



### 2.3.3 layout

*Layout* merupakan Tata letak di aplikasikan pada perancangan media promosi terdiri atas beberapa elemen yakni elemen teks, visual dan *invisible element* (Ningsih et al., 2021). Tujuan utama dari *layout* adalah menampilkan elemen gambar dan teks supaya menjadi komunikatif dalam sebuah cara yang dapat memudahkan pembaca menerima informasi yang disajikan.

#### 1. Elemen *layout*.

Elemen *layout* memiliki fungsi elemen yang berbeda-beda untuk membangun keseluruhan *layout* (Setyawan, 2013). *Layout* dibagi menjadi tiga, yaitu elemen teks, elemen visual dan *invisible* elemen.

##### 1. Elemen Teks

Elemen teks berfungsi untuk penataan dalam penulisan dan pemilihan huruf, untuk sebuah *layout*, seperti :

###### a. Judul.

Dalam suatu *layout* bagian judul perlu di buat menarik agar dapat menarik perhatian, elemen teks pada judul di buat dengan ukuran yang besar dari lainnya agar bisa di bedakan dengan *layout* lainnya.

###### b. *Deck*.

Gambaran singkat (sinopsis) tentang topik yang ada pada *body text*, berfungsi sebagai membagi informasi yang dapat meyakinkan atau menarik pembaca untuk melihat nya.

###### c. *Byline*

Elemen teks yang berisikan nama dari penulis. *Byline* biasanya tergantung pada penulisan dan fotografer yang terlibat.

###### d. *Body* Teks.

Elemen teks yang berisikan isi, naskah, atau artikel. *Body* teks berfungsi sebagai pemberi informasi untuk pembacanya.

e. Sub Judul.

Sub judul dalam elemen teks biasanya ada apabila artikel yang ada panjang sehingga perlu di bagi beberapa segmen, memiliki sub judul berfungsi sebagai pembuka suatu segmen.

f. *Caption*.

*Caption* memiliki fungsi sebagai memberikan penjelasan singkat pada sebuah elemen visual. *Caption* elemen teksnya biasanya memiliki ukuran yang lebih kecil dari pada *body* teks.

g. *Callouts*.

*Callouts* memiliki fungsi yang sama seperti *caption*, bedanya *collouts* memberikan penjelasan elemen visual lebih banyak.

h. Spasi

Spasi berfungsi sebagai pemberi jarak antar kalimat satu dan lainnya. Hal ini agar tulisan tidak terlihat berdempetan dan enak untuk di baca.

i. *Signature*

*Signature* merupakan sebuah informasi tambahan seperti alamat, nomor telepon, dan informasi lainnya. Hal ini bertujuan untuk mengetahui informasi tentang pengirim atau pembuat nya.

2. Elemen Visual.

Merupakan Kelompok elemen visual yang terdiri dari :

a. Foto.

Suatu karya visual fotografi, yang memberikan kemampuan sebagai bukti yang dapat di percaya, karena bisa menangkap suatu kejadian, peristiwa, dan lainnya.

b. *Artwork*

Merupakan suatu karya visual yang dibuat menggunakan manual atau digital, gambar yang di hasilkan berupa ilustrasi, kartun, sketsa, dan lain-lain.

c. *Infografis*

Sebuah hasil dari data survei yang menunjukkan sebuah grafik, tabel, diagram, bagan, dan peta.

d. *Garis*

Garis merupakan sebuah elemen desain yang dapat membuat suatu kesan, penyeimbang, dan menjaga kesatuan pada sebuah karya.

3. *Inivisible Elements*

Elemen ini merupakan fondasi atau kerangka yang menjadi acuan yang digunakan oleh desainer sebelum masuk pada elemen teks dan elemen visual. Salah satu fungsi dari elemen ini ialah sebagai salah satu pembentuk *unity* dari keseluruhan *layout*. *Inivisible Elements* ini terdiri dari margin dan *grid*.

3. Jenis-jenis *layout* media cetak.

Dalam desain grafis, macam atau jenis *layout* terdiri berbagai macam *layout*. Berikut merupakan sembilan jenis *layout*:

1. *Mondrian layout*.

*Layout* Mondrian merupakan jenis *layout* yang di pakai sebagai tata letak spanduk kegiatan, poster film, juga majalah *fashion*. Penempatan unsur gambarnya adalah di dalam bidang berbentuk segi empat, baik itu persegi panjang, portrait, lanskap, maupun poligon beraturan.



Gambar 2. 27 Mondrian *layout*

Sumber: Ada 12 Jenis *Layout* Dalam Desain Grafis Simak Disini!  
(solusiprinting.com), (2022)

## 2. *Axial layout*.

*layout* ini digunakan untuk materi pemasaran seperti katalog produk. Selain itu, juga sering dipakai dalam desain sampul majalah dengan *headline* yang fokus mengupas satu topik spesifik. Fokus utama dari *layout* ini diletakkan di tengah halaman, kemudian elemen-elemen pendukungnya berada di sisi kanan dan kirinya.

UIN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA





Gambar 2. 28 Axial Layout

Sumber: Ada 12 Jenis *Layout* Dalam Desain Grafis Simak Disini!  
(solusiprinting.com), (2022)

### 3. *Big Type layout.*

Penggunaan *layout* ini digunakan pada judul, pertama dalam kalimat, ataupun pada pesan utama sebuah iklan. Tujuan utamanya tentu demi menarik perhatian *audience*. *Big type layout* sering dipakai dalam media promosi seperti brosur iklan dengan desain minimalis nan artistik. Tata letak *big type* punya ciri khas menggunakan huruf berukuran besar sebagai unsur utamanya.

U M M N  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



Gambar 2. 29 Big Type Layout

Sumber: Types of Page *Layout* in Detail for Graphic *Designers* (graphic-design-institute.com), (2014)

#### 4. *Picture Window layout.*

*Picture Window layout* sering dipakai dalam desain brosur, dapat menggunakan gambar atau foto produk itu sendiri ataupun menggunakan model. Tata letak lebih menggunakan gambar atau foto di bagian atas, judul dan informasi terletak di bagian bawah.

U M N  
 UNIVERSITAS  
 MULTIMEDIA  
 NUSANTARA



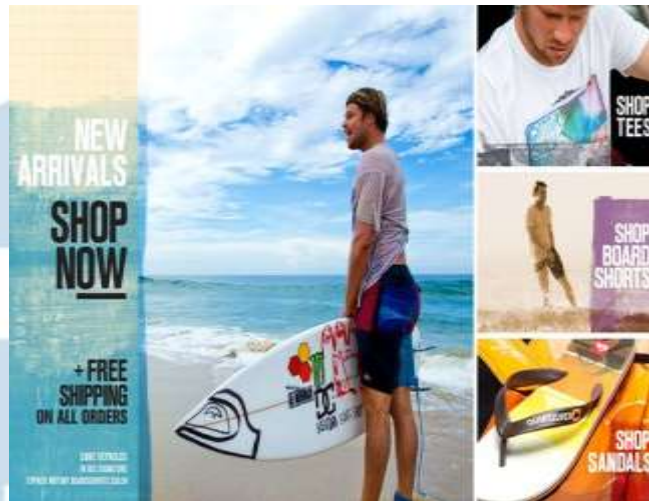
Gambar 2. 30 *Picture Window layout*

Sumber: *picture-window-layout-poster-203x300.jpg* (203×300)  
(bungkul.com), (2021)

#### 5. *Multi Panel layout*

Tata letak multi panel biasa dipakai pada desain majalah bertema olahraga, pendidikan, atau media promosi. *layout* dalam desain grafis ini menghasilkan tampilan visual yang rapi, memiliki tata letak dengan bentuk seperti kubus, balok, persegi, dan lain-lain.

UIN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



Gambar 2. 31 Multi Panel *Layout*

Sumber: *Types of Page Layout in Detail for Graphic Designers* (graphic-design-institute.com) *Silhouette layout.*, (2014)

6. *Silhouette layout.*

Tata letak *silhouette* atau siluet mengacu pada karya fotografi atau metode ilustratif yang menyorot bentuk bayangan sebuah subjek. Tampilan visualnya dapat berupa teks, ilustrasi warna, atau pembiasan warna halus.



Gambar 2. 32 *Silhouette Layout*

Sumber: *Types of Page Layout in Detail for Graphic Designers* (graphic-design-institute.com), (2014)



7. *Frame layout.*

Tata letak gambar atau teksnya diletakkan di dalam sebuah bingkai alias *frame*, baik berupa shading ataupun border. Kerap dipakai dalam desain poster, iklan, surat undangan, sertifikat, hingga antarmuka *website*, *frame layout* memberi kesan teratur, seimbang, dan rapi.



Gambar 2.33 *Frame layout*

Sumber: *Types of Page Layout in Detail for Graphic Designers* (graphic-design-institute.com), (2014)

8. *Alphabet-Inspired layout.*

*layout Alphabet-Inspired* dipakai dalam tipografi yang memudahkan para desainer memainkan unsur tulisan dengan leluasa. Banyak ditemui dalam iklan, sampul majalah, poster, dan lain-lain.



Gambar 2. 34 *Alphabet-Inspired layout*

Sumber: *Types of Page Layout in Detail for Graphic Designers* (graphic-design-institute.com), (2014)

#### 9. *Circus layout.*

Penyajian iklan dengan *layout* Circus tidak terikat pada ketentuan apa pun. Komposisi setiap elemennya tidak beraturan, biasa dipakai untuk meluapkan ekspresi ramai, kekacauan, atau kesibukan. Contoh yang di pakai *Circus layout* poster konser dan pameran.

UWMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



Gambar 2. 35 layout Circus

Sumber: Types of Page *Layout* in Detail for Graphic Designers (graphic-design-institute.com), (2014)

Tapi walaupun *layout* ini terlihat berantakan *layout circus* ini juga bisa di buat rapi di mana pada penempatan teks dan gambar tertata dengan baik sehingga tidak mengganggu keterbacaan.

#### 4. Jenis *layout* Instagram

Dalam pembuatan Instagram *feed*, *layout* memiliki peranan penting dalam penyusunan konten untuk dapat menarik minat pengunjung untuk datang dan melihat-lihat (Rahmawan Rizqi, 2019). Terdapat beberapa *layout* Instagram yang bisa membantu membuat menarik yaitu:

- *Puzzle Feed*

*Puzzle Feed* merupakan *layout* Instagram dengan bentuk seperti *puzzle* karena terlihat dari semua *feed* di buat menjadi menyambung satu sama lain, hal ini membuat *layout* ini terlihat saling mendukung.



Gambar 2. 36 *Puzzle Feed*

Sumber: [https://img.freepik.com/free-vector/Instagram-puzzle-feed-templates\\_52683-](https://img.freepik.com/free-vector/Instagram-puzzle-feed-templates_52683-47481.jpg?w=996&t=st=1686234909~exp=1686235509~hmac=2b6b9ebe458e5b705788c1012ee14e7830cf761e888d3ba9fb20378cd2837184)

[47481.jpg?w=996&t=st=1686234909~exp=1686235509~hmac=2b6b9ebe458e5b705788c1012ee14e7830cf761e888d3ba9fb20378cd2837184](https://img.freepik.com/free-vector/Instagram-puzzle-feed-templates_52683-47481.jpg?w=996&t=st=1686234909~exp=1686235509~hmac=2b6b9ebe458e5b705788c1012ee14e7830cf761e888d3ba9fb20378cd2837184), (2023)

- *Layout Checkerboard Feed/Tiles*

*Layout Checkerboard Feed / Tiles* merupakan *layout* instagram yang menampilkan tema yang terlihat selang-seling. Konten *layout* ini menggunakan dua tema berbeda dengan di postingan bergantian. Warna yang digunakan *layout* juga memiliki dua tema yang selang-seling.

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A





Gambar 2. 37 Checkerboard *Feed/Tiles*

Sumber: [https://www.hartsimagineering.com/static/Checkerboard-Feed\\_uid\\_634e16d64b49c-76687ad0d376df79ebc9add3897ac852.png](https://www.hartsimagineering.com/static/Checkerboard-Feed_uid_634e16d64b49c-76687ad0d376df79ebc9add3897ac852.png),  
(2023)

- *Layout Horizontal Lines*

*Horizontal line layout* ini menampilkan gambar *feed* dengan tiga baris horizontal yang terlihat saling menyambung satu sama lain.

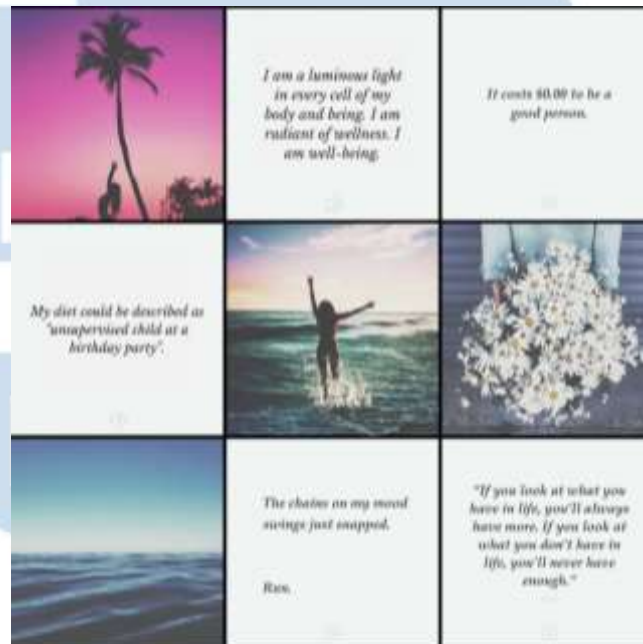


Gambar 2. 38 Horizontal *Lines*

Sumber: <https://images.squarespace-cdn.com/content/v1/5798cc78e6f2e19b1bcbabd8/1577830810370-AO01BBL8GO556G619VE2/Instagram+Layout+Ideas%3A+Horizontal+Lines?format=1000w>, (2023)

- *Layout Text Line*

*Layout text line* merupakan jenis *layout* Instagram yang memiliki gambaran konten kebanyakan menggunakan teks sehingga bisa dalam konten visual ini untuk menarik minat pengunjung menggunakan lebih banyak atau tulisan yang mendominasi akun Instagram.



Gambar 2. 39 *Text Line*

Sumber: <https://cdn.filestackcontent.com/ViS9v8EQQ66KE4A1vfff>, (2023)

- *Layout Diagonal*.

*Layout diagonal* merupakan *layout* Instagram *feed* yang memberikan tampilan gambar, foto, atau warna dengan komposisi diagonal. Pada Instagram *layout* diagonal bentuk yang di buat pada foto dan warna yang diberikan terlihat konsisten satu sama lain apabila dilihat secara keseluruhan.



Gambar 2. 40 *Layout Original*

Sumber:<https://cdn.filestackcontent.com/CbrmovpJQ3Cn83sKMINI>, (2023)

- *Layout Row by Row.*

*Layout Row by Row* merupakan *layout Instagram feed* yang memiliki tampilan penggunaan *layout* ini di buat dengan setiapnya dan memberikan warna yang berbeda setelahnya dengan menampilkan tipe foto yang sejenis.

U M M N

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A



Gambar 2. 41 *Layout Raw by Row*

Sumber: <https://cdn.filestackcontent.com/vLxfqGuDRmWJ2NOrNtdf>, (2023)

#### 2.3.4 ***Fotografi.***

Fotografi merupakan teknik pengambilan gambar yang dilakukan dengan bantuan sebuah cahaya dan kamera. Menurut Dr I Komang Sudarma fotografi merupakan media yang dapat menghasilkan sebuah ide dan pesan kepada orang yang melihatnya.

##### 1. Teknik-teknik Fotografi

###### a. *Zooming.*

Teknik fotografi yang memfokuskan objek utama agar terlihat jelas dengan latar belakang yang terlihat kabur, hal ini berfungsi sebagai memperkuat objek utama (objek utama terlihat besar).



Gambar 2.42 *Zooming*

Sumber: <https://www.gamelab.id/uploads/modules/NEWS/1515/Zooming.jpg?1644995493365>, (2022)

Salah satu kelebihan dari teknik *zooming* ini adalah bisa dilakukan di tempat yang memiliki cahaya yang kurang atau di malam hari di mana pada malam hari teknik ini di dukung dengan menggunakan pencahayaan lampu. dari bantuan lampu ini memperoleh foto dengan efek lampu yang membentuk garis-garis cahaya.

b. Teknik *Panning*

Teknik fotografi yang menangkap objek bergerak menjadi fokus dan latar di belakangnya terlihat kabur atau tidak jelas.

UMMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA





Gambar 2.43 Teknik *Panning*

Sunber:<https://quizizz.com/media/resource/gs/quizizz-media/quizzes/2e00a1ea-3df3-4b24-ac20-8e51ba0851b6?w=900&h=900> (2019)

Dalam melakukan teknik *panning* ini perlu di gunakan tripod agar hasil foto teknik *panning* yang di hasilkan menjadi baik. Teknik *panning* ini pengambilannya mengikuti gerak objek dan menggunakan *shutter Speed* yang rendah, gunakan auto fokus untuk membantu menfokuskan objek yang akan di ambil.

c. Teknik *Macro*

Teknik fotografi dengan mengambil gambar objek dengan jarak yang sangat dekat, hal ini membuat objek kecil bisa terlihat jelas dan besar.

U M N  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



Gambar 2.44 Teknik Marco

Sumber: <https://glints.com/id/lowongan/wp-content/uploads/2020/07/butterfly-perched-on-flower-photography-3513004.jpg> (2020)

d. Teknik Siluet

Teknik fotografi dengan pengambilan objek bayangan saja. Teknik ini membuat objek terlihat hitam karena tidak ada cahaya yang menerobos masuk.



Gambar 2. 45 Teknik Siluet

Sumber: <https://glints.com/id/lowongan/wp-content/uploads/2020/07/achievement-confident-free-freedom-6945.jpg>, (2020)

Teknik pengambilan dapat dilakukan di *outdoor* dan *indoor*. untuk *outdoor* ini pengambilan gambar dapat di ambil dengan mengarahkan kamera ke arah cahaya yang berada di belakang objek, dari jepretan gambar ini maka gambar hasil kamera mengeluarkan hasil bayangan. Untuk *indor* teknik pengambilan bisa menggunakan cahaya buatan.

## 1. Jenis Fotografi

### a. *Landscape Photography*

Jenis teknik fotografi ini biasa di pakai untuk menampilkan suatu pemandangan alam di sekitar kita. Teknik ini biasanya di pakai untuk di terapkan pada sebuah kalender, kartu pos, dan memorabilia yaitu gambar suatu peristiwa atau kejadian.



Gambar 2. 46 *Landscape Photography*

Sumber: <https://foto.co.id/wp-content/uploads/2017/01/pexels-photo-41126.jpeg>, (2017)

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

*b. Potrait Photography*

Jenis Teknik fotografi yang menampilkan potret dari seseorang atau kelompok, yang di mana gambar yang di hasilkan berupa wajah atau bisa juga seluruh tubuh. Teknik fotografi ini biasanya di pakai pribadi dan pada acara-acara penting seperti wisuda, pernikahan, dan foto keluarga.



Gambar 2. 47 *Potrait Photograpy*

Sumbe:<https://assets.pikiranrakyat.com/crop/0x0:0x0/x/photo/2022/08/18/2277745131.jpg>, (2022)

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A

c. *Fashion Photography*

*Fashion Photography* merupakan jenis fotografi yang menghasilkan gambar pakaian dan barang-barang *fashion* lainnya seperti aksesoris. Jenis fotografi ini sering dipakai untuk sebuah iklan atau majalah *fashion*, yang di mana hasil foto ini memperlihatkan pakaian dan aksesoris yang bisa di jadikan referensi atau di beli oleh orang-orang.



Gambar 2. 48 *Fashion Photography*

Sumber:[https://cdn.idntimes.com/contentimages/post/20200504/13-132396-free-fashion-wallpaper-fashion-photography-high-resolution-d8a122c3102a361a50c05e5bcabf2e85\\_600x400.jpg](https://cdn.idntimes.com/contentimages/post/20200504/13-132396-free-fashion-wallpaper-fashion-photography-high-resolution-d8a122c3102a361a50c05e5bcabf2e85_600x400.jpg),  
(2020)

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A



d. *Commercial Advertising Photography*

*Commercial Advertising Photography* merupakan jenis fotografi yang di buat untuk memasarkan berbagai jenis untuk iklan di berbagai media. Jenis fotografi ini biasa di buat menarik dengan bantuan sebuah *editing*, yang di mana dapat meningkatkan daya tarik agar menarik calon pengguna atau pembeli.



Gambar 2. 49 *Commercial Photography*

Sumber: <https://i.pinimg.com/564x/8a/56/9c/8a569c41f7c4cdd1a7c1a01362534b06.jpg>, (2023)

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A

b. *Food Photography*

*Food Photography* merupakan jenis fotografi yang menghasilkan gambar-gambar makanan atau minuman yang bertujuan untuk menarik orang untuk ingin mencoba atau membuat makanan atau minuman tersebut. Jenis fotografi ini biasa di pakai untuk iklan. *Food photography* ini banyak di pakai di tempat rumah makan, hotel, kafe, dan masih banyak lagi.



Gambar 2. 50 *Food Photography*

Sumber:<https://akcdn.detik.net.id/customthumb/2014/10/21/1279/ko-mposisimie46.jpg?w=700&q=90>,(2014)

U M M N  
U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A