

---

## PERANCANGAN VISUAL MEDIA PROMOSI WOLES RENTAL OUTDOOR

Elma Aulia Rahmah<sup>1</sup>, Rian Guntoro, SE.,M.Si.<sup>2</sup>, M. Riyanto, S.Komp., M.Si.<sup>3</sup>,  
Dewi Kumoratih, S.Sn., M.Si<sup>4</sup>

<sup>1,2,3,4</sup> Sekolah Tinggi Desain Interstudi  
Jl. Wijaya II No.62 RT 5/RW 1 Melawai, Kebayoran Baru, Jakarta Selatan

---

**Abstract:** *In this final project, the author discusses how to design a promotion, branding and brand awareness at Woles Rental Outdoor which is a tool rental business for outdoor activities, this business has only been established for 3 years from 2020. The promotional method used utilizes social media so that the target reach of this promotion is wider. The resulting media are videos published on Instagram Reels, and Instagram Feeds social media content, as well as supporting media in the form of x-banners, property flags, thank you cards, price lists, t-shirts and pins. In doing this design, the method used is to collect data related to the problem and analyze it to identify the needs, preferences, and problems faced by people who have the pleasure of doing outdoor activities. The results of this research and design are expected to provide insight and recommendations for camping equipment rental companies in promoting and building brand awareness.*

**Key Words:** *Promotion, Brand Awareness, Rental, Camping Equipment*

**Abstrak:** Pada tugas akhir ini penulis membahas tentang bagaimana merancang sebuah promosi, branding dan kesadaran merek pada Woles Rental Outdoor yang merupakan sebuah usaha penyewaan alat untuk berkegiatan di alam bebas, usaha ini baru didirikan selama 3 tahun dari tahun 2020. Metode promosi yang digunakan memanfaatkan media sosial agar jangkauan target dari promosi ini lebih luas. Media yang dihasilkan berupa video yang dipublikasikan di Instagram Reels, dan konten media sosial Instagram Feeds, serta media pendukung berupa x-banner, bendera properti, thank you card, price list, kaos dan pin. Dalam melakukan perancangan ini metode yang dilakukan adalah dengan mengumpulkan data yang terkait dengan permasalahan dan dianalisis untuk mengidentifikasi kebutuhan, preferensi, dan masalah yang dihadapi oleh masyarakat yang mempunyai kesenangan berkegiatan di alam bebas. Hasil penelitian dan perancangan ini diharapkan dapat memberi wawasan dan rekomendasi bagi perusahaan sewa peralatan camping dalam mempromosikan dan membangun kesadaran merek.

**Kata Kunci:** Promosi, Brand Awareness, Rental, Alat Camping

## PENDAHULUAN

Manusia dalam menjalani kehidupan sehari-hari selalu membutuhkan sebuah jasa dan produk untuk membantu memenuhi dan mempermudah kebutuhan kehidupan mereka dalam jangka waktu yang tidak terbatas maupun hanya digunakan dalam jangka waktu pendek, jika ingin digunakan dalam jangka waktu yang panjang maka dari itu manusia harus membeli kebutuhan tersebut untuk dimiliki dalam waktu yang tidak terbatas melalui kegiatan jual beli, dan apabila hanya dibutuhkan dalam waktu sementara, manusia dapat memperoleh barang atau jasa tersebut dari kegiatan sewa menyewa.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, sewa ialah pemakaian suatu barang atau jasa boleh memakai barang sewa dengan membayar berupa uang untuk sewa barang tersebut. Dari definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa rental atau sewa menyewa merupakan sebuah aktivitas pembelian suatu barang atau jasa yang bersifat sementara dengan persetujuan pembayaran sebuah barang rental yang telah disepakati, barang yang dapat disewakan bisa berbagai jenis macamnya, selain itu harga dan jangka waktu untuk penyewaan juga bermacam-macam.

Seperti yang dilakukan Woless Rental Outdoor, yang menawarkan berbagai jenis macam perlengkapan *camping* untuk *outdoor* maupun *indoor*. Woless Rental Outdoor sudah berdiri kurang lebih 3 tahun. Dari hasil observasi media sosial angka pengikut media sosial Woless Rental Outdoor dinilai relatif kecil dari hasil observasi media sosial kompetitor serupa dan juga dari hasil analisis di DataReportal yang menunjukkan pada Januari 2023, jumlah pengguna media sosial di Indonesia mencapai 167,0 juta. Data ini mencakup pengguna *Facebook*, *Instagram*, *Tik Tok*, *YouTube*, dan *platform* media sosial lainnya, sehingga target penjualan yang diinginkan Woless Rental Outdoor sering belum tercapai, maka dari itu dibutuhkan strategi efektif untuk meningkatkan performa penjualan dengan menggunakan strategi promosi dan *branding* yang lebih baik sehingga meningkatkan *brand awareness*.

Menurut Prabawa dkk (2017) dalam penelitiannya menemukan bahwa *brand awareness* atau kesadaran merek memiliki dampak yang besar dalam mempunyai pengaruh yang baik terhadap niat beli, di mana semakin tinggi kesadaran merek (*brand awareness*) yang dimiliki oleh calon konsumen, maka semakin tinggi pula niat beli dari konsumen tersebut. Maka dari itu menyadari betapa pentingnya *brand awareness* dalam mempengaruhi keputusan konsumen untuk niat membeli, maka para perusahaan berlomba-lomba mencapai seberapa besar kesadaran konsumen terhadap suatu merek, sehingga setiap hari konsumen selalu diberi pesan pemasaran diberbagai media yang tujuan untuk membangun sebuah *brand awareness*.

## TINJAUAN TEORI

### A. Promosi

Promosi tidak hanya berfungsi sebagai cara perusahaan berkomunikasi dengan pelanggan, tetapi juga berfungsi sebagai cara untuk mempengaruhi pelanggan untuk membeli barang atau menggunakan jasa sesuai dengan keinginannya. Promosi biasanya merupakan bagian dari rangkaian pemasaran produk, atau kegiatan komunikasi dan pemasaran yang dilakukan perusahaan kepada pelanggan dengan tujuan meningkatkan penjualan dan mengandung informasi dan persuasi (Tanady dan Fuad, 2020).

Setiap perusahaan melakukan promosi perusahaan tentunya memiliki tujuan utama yaitu untuk mendapatkan keuntungan. Tujuan promosi, menurut Malau (2017:112), adalah untuk menginformasikan dan membujuk, pelanggan sasaran tentang perusahaan dan bauran pemasarannya. Tujuan-tujuan ini dijelaskan sebagai berikut :

#### a. Menginformasikan

- 1) Menginformasikan pasar tentang kehadiran produk baru.
- 2) Memperkenalkan penggunaan produk baru.
- 3) Mengkomunikasikan perubahan harga.
- 4) Menjelaskan cara suatu produk bekerja.

- 5) Memberikan informasi tentang jasa yang ditawarkan oleh perusahaan.
  - 6) Menciptakan reputasi perusahaan.
  - 7) Mengurangi kekhawatiran pembeli.
- b. Membujuk target pelanggan
- 1) Menciptakan preferensi dan mengalihkan preferensi merek tertentu.
  - 2) Memotivasi pelanggan untuk membeli segera.
  - 3) Mengubah cara pelanggan melihat kualitas produk.
  - 4) Memotivasi pelanggan untuk mengunjungi toko.
- c. Peningkat
- 1) Menjaga pelanggan teringat meskipun tidak ada iklan.
  - 2) Menunjukkan kepada pelanggan bahwa produk yang bersangkutan akan sangat dibutuhkan dalam waktu dekat.
  - 3) Menjaga agar kesan pertama pelanggan tertuju pada produk perusahaan.

## B. Rental atau Penyewaan

Sewa menyewa adalah perjanjian di mana pihak yang satu memberikan kepada pihak yang lainnya, yang mengikat kedua pihak dan menciptakan hak dan kewajiban antara mereka. (Nuswardhani, 2020). Tujuan penyewaan menunjukkan bahwa dalam sewa menyewa terdapat :

- a. Ada sebuah kontrak yang melibatkan dua belah pihak, yang pertama pemilik atau penyewa barang dan pihak kedua penyewa yaitu yang ingin menikmati barang tersebut.
- b. Adanya kenikmatan yang diserahkan, yang berarti penyewa dapat menggunakan dan menikmati produk yang disewakan, dan pembayaran harga dilakukan sebagai imbalan atas janji penyewa (Nuswardhani, 2020)

## C. Brand Awareness (Kesadaran Merek)

Kemampuan merek yang muncul di benak pelanggan saat mereka berpikir tentang produk tertentu dan seberapa mudah produk muncul disebut kesadaran merek (Hasbun dan Endang, 2016). Sebuah branding atau merek memiliki peranan penting dalam perusahaan untuk meningkatkan minat beli konsumen. Penciptaan ingatan suatu merek di benak konsumen sangat penting dalam upaya untuk meningkatkan minat beli konsumen pada suatu produk. Menurut Andrologi (2014) salah satu jenis kesadaran merek (*brand awareness*) adalah sebuah merek yang dikenal, dapat diandalkan, dan berkualitas baik Meningkatkan brand awareness adalah salah satu cara untuk memperkenalkan dan memperluas pasar merek (Diana et al., 2023).

Ada berbagai tingkat kesadaran merek, tingkatan yang mengacu pada sejauh mana konsumen mengenali dan mengingat suatu merek. Dalam buku yang “Manajemen Ekuitas Merek”, Aaker membagikan pengetahuan merek menjadi empat tingkatan, termasuk :

- a. Ketidakpercayaan merek, di mana pelanggan potensial tidak yakin dengan merek dan belum mengenalinya. Ini merupakan tingkat terendah, jadi mereka harus merevisi strategi komunikasi pemasaran mereka.
- b. Pengenalan merek, pada tahap ini merek dapat dikenali, pelanggan dapat mengingat merek tersebut, dan mereka dapat mengkategorikan merek yang dimaksud dengan sedikit penjelasan.
- c. *Brand recall*, pada titik ini, kesadaran merek produk sudah tinggi, sehingga calon pembeli dapat mengingat merek tersebut dan mengenalinya tanpa memerlukan stimulus tambahan.
- d. Untuk mencapai tingkat kesadaran merek tertinggi, membutuhkan banyak waktu dan usaha. Dengan kata lain, setiap merek yang telah mencapai tingkat ini memiliki strategi komunikasi pemasaran yang kuat sehingga pelanggan akan mengingat merek tersebut segera ketika mereka mendengar kategori produk.

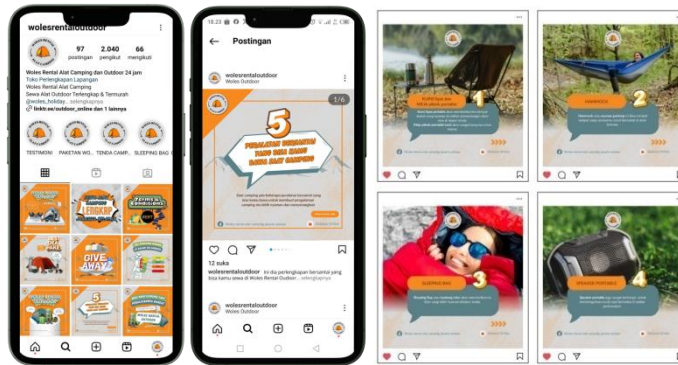
## METODE

Dalam menganalisa suatu permasalahan tentunya harus menggunakan suatu metode atau teknik pengumpulan data sehingga mempermudah dalam menganalisis data, penulis menggunakan teknik pengumpulan data dengan studi literatur, penulis mengambil literatur dengan melakukan pengumpulan informasi terkait promosi yang dibutuhkan. Pengumpulan informasi bersumber dari buku, jurnal dan buku digital tersedia di internet. Observasi, dilakukan dengan cara mengamati perkembangan perusahaan secara langsung dan mengobservasi melalui media sosial perusahaan, dan membuat kuesioner konsumen. dan wawancara akan dibutuhkan untuk mendapatkan informasi yang lebih tepat, penulis melakukan wawancara yang melibatkan pemilik Woless Rental Outdoor.. Selain itu penelitian ini juga menggunakan analisis SWOT, analisis khalayak sasaran, analisis pesaing dan tingkat persaingan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Media Utama

#### 1. Instagram Grid Post



Gambar 1. Media Utama Instagram Feeds

#### a. Konsep

Instagram *grid post* merupakan sebuah gambar diam yang berukuran kotak 1080x1080px. Pada postingan tersebut terdapat gambar berupa foto barang apa saja yang disewakan, ilustrasi orang yang sedang memakai tas *carrier*, balon teks, dan tipografi. Warna latar yang digunakan menggunakan dua warna berbeda dalam dua postingan secara bergantian, terdapat gambar logo pada bagian kiri atas, lalu nama akun Facebook dan akun Shopee pada bagian bawah.

Instagram *Grid Post* terbagi menjadi 8 konten, yaitu konten *problem recognition* atau pengenalan masalah sebagai konten *awareness* tentang mau naik gunung tapi tidak punya peralatannya (post 1), konten *carousel* memberikan informasi tentang peralatan bersantai yang bisa di bawa saat *camping*, dan memberikan beberapa alternatif barang yang biasa di gunakan saat berkegiatan di alam bebas. Setelah itu ada konten tentang tips penataan barang dalam tas *carrier*, lalu konten *giveaway*, dan selanjutnya konten harga paketan sewa. Setelah itu pada postingan selanjutnya ada konten tentang cara dan syarat menyewa alat *camping* dan terakhir adalah konten dengan 150.000 bisa sewa apa saja di Woless Rental Outdoor.

#### b. Spesifikasi

Ukuran : 1080x1080px

Resolusi : 96 dpi

Warna : RGB

Format : JPG

Jumlah : 9 Konten Feed

## 2. Video Animasi



Gambar 2. Media Utama Instagram *Reels* dan TikTok

### a. Konsep

Video *Reels Instagram* ini yang berukuran 1080 x1920p, merupakan konten tentang bagaimana cara membeli atau menyewa secara langsung di tokonya dan juga memberi tahu tentang pelayanan apa saja yang akan di dapatkan di Woless Rental Outdoor, pada akhir video juga terdapat informasi alamat dan info untuk mengklik *link* pada bio *Instagram* untuk informasi lebih lanjut.

### b. Spesifikasi

Ukuran : 1080x1920p

Format : H264 .mp4 30fps

Software : Capcut Pro dan Canva Pro

## B. Media Pendukung

### 1. X-Banner



Gambar 3. X-Banner Woless Rental Outdoor

### a. Konsep

*X-Banner* ini juga termasuk sebagai media promosi yang efektif untuk menarik perhatian dan mempromosikan barang, layanan dan semacamnya. Layout yang dibuat terdapat gambar barang sewaan dan nama jenisnya. *X-banner* ini juga dapat membantu meningkatkan kesadaran merek dengan menampilkan logo atau gambar yang mencerminkan identitas perusahaan. *X-Banner* ini nantinya akan diletakan di depan pintu masuk toko atau di samping kasir.

b. Spesifikasi

Ukuran	: 160cm x 60cm
Bahan	: Flexi China 340
Warna	: CMYK
Format	: JPG
Produksi Desain	: Digital
Media	: <i>X-banner</i>

2. Bendera Properti



Gambar 4. Bendera Properti Woles Rental Outdoor

a. Konsep

Bendera properti dalam media pendukung ini juga termasuk sebagai media promosi untuk membangun kesadaran merek dengan mencantumkan logo atau nama perusahaan, bendera properti juga suatu usaha untuk menarik perhatian dan memberikan informasi kepada calon pembeli atau penyewa tentang barang atau alat yang di jual atau disewakan.

b. Spesifikasi

Ukuran	: 90cm x 60cm
Bahan	: Polyester (Teteron Cotton)
Warna	: CMYK
Format	: JPG
Produksi Desain	: Digital
Media	: Bendera Properti



Dengan adanya *price list* ini memberikan informasi yang jelas tentang harga peralatan sewa yang ditawarkan, terdapat foto peralatan untuk sewaan, jenis dan harganya. Selain itu juga untuk menunjukkan transparansi dalam harga mereka dan juga akan meningkatkan efisiensi atau menghemat waktu dalam proses penjualan.

b. Spesifikasi

Ukuran	: A4 (21cm x 29,7cm)
Warna	: CMYK
Format	: JPG
Produksi Desain	: Digital
Media	: <i>Art Paper Glossy</i> 210gsm

5. Kaos



Gambar 7. Kaos desain Woless Rental Outdoor

a. Konsep

Kaos ini berfungsi sebagai media pendukung upaya pemasaran seperti untuk memperkenalkan merek dan identitas Woless Outdoor dengan meletakkan logo dan slogan pada kaos tersebut. Dipakai untuk *personal sales*.

b. Spesifikasi

Ukuran	: XL
Bahan	: Cotton Combed 30s
Warna	: CMYK
Format	: PNG
Produksi Desain	: Sablon Printer
Media	: Kaos

6. Pin



Gambar 8. Pin Woles Rental Outdoor

a. Konsep

Pin dengan visual yang sama seperti desain kaos dalam media pendukung ini juga bisa digunakan sebagai media promosi yang bisa dibagikan secara cuma-cuma atau gratis dan sebagai hadiah atau souvenir. Pin dengan berisikan logo dan slogan juga dapat membantu meningkatkan kesadaran merek

b. Spesifikasi

- Ukuran : 6 cm x 6 cm
- Bahan : Pin kaleng
- Warna : CMYK
- Format : JPG
- Produksi Desain : Digital
- Finishing : *Laminating glossy*

Tabel1.JadwalKegiatan

No	JenisKegiatan	Bulan 1				Bulan 2				Bulan Dst..			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Konsep dan Judul												
2	BAB I												
3	BAB II												
4	BAB III												
5	BAB IV												
6	BAB V												
7	BAB V												



Gambar 9. Logo STDI

### **KESIMPULAN**

Untuk menciptakan desain media promosi yang berhasil, diperlukan pengetahuan yang luas mengenai produk, audiens yang dituju, dan jenis media yang digunakan. Dengan pendekatan yang tepat dalam merancang, media promosi dapat berfungsi sebagai alat yang efektif dalam menarik perhatian konsumen dan memasarkan produk barang Woless Rental Outdoor.

### **UCAPAN TERIMA KASIH**

Dengan memanjatkan Puji dan Syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, atas berkat dan rahmat-nya penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada beberapa pihak atas bantuan dan dukungannya, kepada para dosen, staf dan jajarannya, kepada orang tua dan keluarga penulis, dan kepada sahabat penulis.

### **DAFTAR RUJUKAN**

- Diana, Y., Mulyana, D., Handoko, A., & Rahmawaty, D. (2023). PERANCANGAN ULANG VISUAL LOGO ICY SWEET. *Jurnal Desain: Kajian Bidang Penelitian Desain*, 3(2), 504–515.
- Nuswardhani, N. (2020). Aspek Hukum Antara Jual Beli, Sewa Menyewa dan Beli Sewa dalam Lalu Lintas Perdagangan. *Legal Standing: Jurnal Ilmu Hukum*, 4(2), 301-318.
- Prabawa, Teddy Surya., Raka Sukawati., dan Yudi Setiawan. 2017. Peran Brand Awareness dalam Memediasi Hubungan Iklan dan Personal Selling dengan Niat Beli. *E-Jurnal Manajemen Unud*
- Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). <https://kbbi.web.id/>. Diakses pada Oktober 2023.
- <https://datareportal.com/reports/digital-2023-indonesia>
- <https://wearesocial.com/id/blog/2023/01/digital-2023/>