



## PERANCANGAN FEED INSTAGRAM IFFA DEWI MUSLIM WEDDING SERVICE

Hilmy Naufal Kariim<sup>1</sup>, Asidigisianti Surya Patria<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Jurusan Desain, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Surabaya  
email: hilmy.17021264095@mhs.unesa.ac.id

<sup>2</sup>Jurusan Desain, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Surabaya  
email: asidigisiantipatria@unesa.ac.id

### Abstrak

Iffa Dewi Muslim Wedding Service adalah salah satu nama usaha yang bergerak di bidang muslim wedding service yang melayani jasa rias pengantin dan menawarkan berbagai paket pernikahan. Media promosi yang selama ini dimiliki usaha ini masih bersifat konvensional, berupa brosur, x-banner, dan kartu nama. Untuk perluasan pasar dan membidik kaum milenial yang tidak bisa melepaskan dari teknologi informasi, maka dipilih promosi berbasis media sosial dengan *platform* Instagram yang dekat dengan kaum milenial. Tujuan perancangan ini adalah untuk mempromosikan dan memberi informasi kepada konsumen melalui media sosial instagram dalam bentuk aplikasi dan media pendukung seperti buku *lookbook*. Tahapan dalam perancangan ini meliputi pengumpulan data, analisis data, penyusunan konsep, dan pembuatan desain final. Teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan analisis SWOT (*Strenght, Weakness, Opportunity dan Threat*) dan USP (*Unique Selling Preposition*). Proses perancangan desain layout instagram dan media pendukung *lookbook*, konsep yang digunakan yaitu muslim tradisional yang elegan, sesuai target perancangan dan diharapkan *audience* dari perancangan ini terkesan mewah. Visualisasi desain dilakukan tiga tahap perancangan, yaitu pembuatan, *tighttissue*, dan desain akhir. Media pendukung dari perancangan ini berupa *lookbook* berukuran B5 dan berjumlah 48 halaman. *Lookbook* ini juga bergaya visual elegan yang berkesan mewah dengan elemen grafis bunga.

Kata Kunci: Instagram, Promosi, Strategi Periklanan, Pernikahan, Media Sosial

### Abstract

*Iffa Dewi Muslim Wedding Service is one of businesses engaged name in muslim wedding who provides bridal make up services and offers a variety of wedding packages. The promotion media currently owned by this business are still conventional in the form of brochures, x-banners, and business cards. To expand markets and aim for millenials who can not release from information technology, it was selected for promotion based on social media on instagram platforms close to millenials. The purpose of this design is to promote and provide information to consumers through social media instagram on applications form and supporting media such as lookbook books. A step in this design involves data collection, data analysis, conceptual drafting, and final design creation. Data collection techniques through interview, observation, and documentation. Data analysis techniques using SWOT (Strenght, Weakness, Opportunity, and Threat) and USP (Unique Selling Prepositions). The process of designing the Instagram layout design and supporting media lookbooks books, the concept used is an elegant traditional muslim style, according to design target and expected the audience of this design will fell luxurious. Design visualization was carried out in three step of the design is production, tight tissue, and final design. Supporting media for this design is size B5 lookbook books and 48 pages. This lookbook also has an elegant visual style whose looks luxurious with graphic floral elements.*

**Keywords:** Instagram, Promotion, Advertising strategies, Wedding, Social Media

## PENDAHULUAN

Pernikahan merupakan bentuk hubungan antar manusia yang paling sakral dan utama. Sehingga setiap pasangan akan melakukan persiapan yang total untuk menghadapi pernikahan. Persiapan pernikahan tersebut antara lain menyewa gedung dan dekorasi, barang seserahan dan lain sebagainya. Seringkali bagi keluarga dan calon pasangan mendapatkan kesulitan karena minimnya informasi serta keberadaan jasa pernikahan yang menjadi acuan dalam mengambil keputusan untuk menyelenggarakan pernikahan. Selain itu masalah yang muncul dari perencanaan pernikahan adalah memilih paket pernikahan dan biaya yang dimiliki oleh pasangan calon pengantin.

*Wedding Service* adalah usaha perorangan yang bergerak di bidang jasa, memang erat kaitannya dengan pelayanan pernikahan. Jadi *wedding service* merupakan suatu jasa khusus yang secara pribadi membantu calon pengantin dan keluarga dalam perencanaan dan supervisi pelaksanaan rangkaian acara pesta pernikahan sesuai dengan jadwal yang telah ditetapkan.

Iffa Dewi Muslim Wedding adalah salah satu nama usaha yang bergerak di bidang muslim *wedding service* yang melayani jasa rias pengantin dan menawarkan berbagai paket pernikahan. Usaha ini sudah berdiri sejak tahun 2006 dan berlokasi di Surabaya. Jasa pernikahan Iffa Dewi Muslim Wedding Service ini sudah dikenal lama oleh masyarakat sekitar, meskipun dinilai masih jauh perkembangannya dibandingkan dengan usaha *wedding organizer* yang lainnya.

Media promosi yang selama ini dimiliki usaha ini masih bersifat konvensional, berupa brosur, x-banner, dan kartu nama. Untuk perluasan pasar dan membidik kaum milenial yang tidak bisa melepaskan dari teknologi informasi, maka dipilih promosi berbasis *social media* dengan *platform* Instagram yang dekat dengan kaum milenial.

Di Indonesia aplikasi Instagram merupakan sebuah fenomena yang sangat dekat dengan kehidupan kaum muda (usia 18-24 tahun) sekitar 23 juta pengguna dengan dominasi perempuan (<https://infokomputer.grid.id>, 2019). Hal ini disebabkan fitur-fitur yang sudah dikembangkan

oleh Instagram mendukung sarana bersosial media berbasis visual yang berupa foto maupun video (Atmoko, 2012).

Sebagai langkah alternatif dalam memperkenalkan jasa pernikahan Iffa Dewi Wedding Service kepada konsumen terutama calon pasangan pengantin, yaitu melalui aplikasi instagram berbasis digital yang tersedia di versi android, ios dan *web*, agar dapat menarik perhatian konsumen untuk menggunakan jasa pernikahan ini.

Berdasarkan dari latar belakang permasalahan, tujuan perancangan inidapat dirumuskan sebagai berikut: 1) Mendeskripsikan perancangan feed Instagram bagi Iffa Dewi Muslim Wedding Service. 2) Mendeskripsikan media pendukung feed Instagram bagi Iffa Dewi Muslim Wedding Service

## METODE PERANCANGAN

Dalam mendukung perancangan ini, diperlukan sejumlah data pendukung. Pengumpulan data tersebut dilakukan dengan cara melakukan wawancara, observasi, dan dokumentasi yang sehubungan dengan promosi jasa pernikahan Iffa Dewi Muslim Wedding Service. Data tersebut melalui tahap analisis, yaitu menggunakan analisis SWOT, dan USP.

Wawancara adalah cara pengumpulan data yang digunakan untuk mendapatkan informasi langsung dari sumbernya (Riduwan, 2006). Teknik ini dilakukan dengan tanya jawab secara langsung dengan narasumber yang mengetahui tentang segala hal yang berkaitan dengan tempat usaha jasa pernikahan. Sebagai narasumber, Ibu Dewi sebagai pemilik dan juga pengelola usaha jasa pernikahan.

Observasi adalah teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri yang spesifik apabila dibandingkan dengan teknik yang lain. Observasi tidak terbatas pada orang, tetapi juga obyek-obyek alam yang lain (Sugiyono, 2006). Teknik ini dilakukan dengan cara mengamati dan meninjau langsung di tempat usaha jasa pernikahan, orang-orang yang berada di tempat jasa pernikahan seperti klien dan pegawai guna mendukung penelitian yang sedang dilakukan.

Dokumentasi merupakan salah satu metode pengumpulan data kualitatif dengan melihat atau menganalisis dokumen-dokumen yang telah

dibuat oleh subjek atau orang lain tentang subjek (Herdiansyah, 2010). Dalam teknik ini yang dilakukan yaitu mengumpulkan data dengan mempelajari dan mengkaji ulang data maupun dokumen yang diberikan dari usaha jasa pernikahan Iffa Dewi Muslim Service, sehingga diperoleh manfaat sebagai acuan untuk perancangan desain grafis periklanan. Dokumentasi yang diberikan berupa data-data foto acara pernikahan, proses pernikahan, foto pengantin, *website*, dan data lainnya mengenai jasa pernikahan Iffa Dewi Muslim Wedding Service.

Analisis data yang digunakan dalam perancangan media promosi Iffa Dewi Muslim Wedding Service adalah analisis SWOT.

Analisis SWOT yang pertama adalah menganalisis kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*) yang dimiliki oleh Iffa Dewi Muslim Wedding Service, begitu pula dengan peluang (*opportunity*) masa depan dan ancaman (*threats*) yang dihadapi oleh Iffa Dewi Muslim Wedding Service saat ini (David, 2005; Sarwono & Lubis, 2007).

Analisis data yang kedua dalam perancangan desain media promosi adalah USP (*Unique Selling Proposition*). Ciri utama dari analisis USP (*Unique Selling Proposition*) menurut Suhud (2009) adalah memperkenalkan perbedaan-perbedaan penting yang membuat suatu merek unik, lalu mengembangkan suatu klaim periklanan hingga para pesaing tidak bisa memilih atau tidak memiliki pilihan.

## KAJIAN TEORITIK

### a. Instagram

Instagram adalah sebuah aplikasi dari *Smartphone* yang khusus untuk media sosial dan merupakan salah satu dari media digital yang mempunyai fungsi hampir sama dengan twitter, namun perbedaannya terletak pada pengambilan foto dalam bentuk atau tempat untuk berbagi informasi terhadap penggunaanya (Atmoko, 2012).

Instagram juga dapat memberikan inspirasi bagi penggunaanya dan juga dapat meningkatkan kreatifitas, karena Instagram mempunyai fitur yang dapat membuat foto menjadi lebih indah, lebih artistik dan menjadi lebih bagus (Atmoko, 2012).

Instagram merupakan media utama dan salah satu strategi periklanan yang cukup efektif bagi Iffa Dewi Muslim Wedding Service dalam mempromosikan jasa pernikahan di media sosial, dan penyampaian pesan kepada *audience* (konsumen) calon pasangan pengantin melalui gambar atau visual memberikan ide dan referensi dalam merencanakan pernikahan dibandingkan dengan bentuk verbal atau tulisan yang dapat melelahkan konsumen memahami pesan yang disampaikan.

Dalam Instagram menggunakan *Grid System* atau disebut dengan sistem tata letak. Grid adalah garis-garis vertikal maupun horizontal yang membagi halaman menjadi beberapa unit (Anggraini & Nathalia, 2014). Grid diciptakan sebagai solusi terhadap permasalahan penataan elemen-elemen visual dalam ruang. Sistem grid digunakan sebagai perangkat untuk mempermudah menciptakan sebuah komposisi visual. Tujuan dari penggunaan grid dalam desain grafis adalah untuk menciptakan suatu rancangan yang komunikatif dan estetik.

### b. Katalog (*Lookbook*)

Katalog/*lookbook* promosi adalah daftar informasi tentang produk-produk yang dijual untuk memberi cukup informasi tentang produk-produk tersebut sehingga memudahkan konsumen untuk memilih produk yang diinginkannya. Sehingga katalog dapat memungkinkan seseorang menemukan produk yang dicari berdasarkan kebutuhan pencarian barang. Kesulitan calon pelanggan dapat teratasi jika perusahaan melakukan promosi melalui katalog produk (Kotler dan Armstrong, 2014).

Katalog didesain sedemikian rupa (gambar produk, harga, warna katalog) sehingga memenuhi syarat sebagai alat promosi yang efektif dan efisien. Katalog cenderung terdistribusi kepada orang-orang yang menjadi target pasar untuk produk bersangkutan. Penjual akan memberikan atau membagikan katalog kepada calon pembeli yang diharapkan akan tertarik dan mau membeli produk yang ditawarkan dalam katalog produk (Kotler dan Armstrong, 2014).

Sebagai media pendukung pada promosi jasa pernikahan Iffa Dewi Muslim Wedding Service, katalog dirancang dalam bentuk *hardcopy* untuk membantu pemilik dalam

memasarkan jasa, sehingga konsumen yang datang ke kantor jasa pernikahan Iffa Dewi Muslim Wedding Service tidak sebatas mengetahui produk-produk yang tersedia, namun konsumen dapat melihat langsung berbagai macam busana dan tema yang disediakan oleh perusahaan melalui dokumentasi pernikahan yang dimuat di dalam katalog/lookbook.

### c. Banner

*Banner* menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah media promosi yang berisi pesan atau berita yang menjadi informasi untuk khalayak ramai dan juga menjadi bahasa promosi untuk berdagang yang akan menarik minat para konsumen untuk mengenali sebuah produk yang diiklankan. Informasi tersebut menjadi berita yang menjelaskan tentang penawaran jasa dan jenis barang produksi dari Iffa Dewi Muslim Wedding Service yang dapat dibeli oleh calon konsumen dari berbagai daerah yang melewati dan melihat *banner* perusahaan di depan toko.

### d. Layout

*Layout* adalah tata letak elemen-elemen desain terhadap suatu bidang media tertentu untuk mendukung konsep atau pesan yang akan disampaikan. Secara umum tujuan pertama adanya berbagai elemen dalam suatu layout adalah menyampaikan informasi dengan lengkap dan tepat, yang kedua adalah kenyamanan dalam membaca termasuk di dalamnya serta memberikan kemudahan dalam mencari informasi yang dibutuhkan navigasi dan estetika (Rustan, 2014).

Desain layout yang digunakan dalam pembuatan perancangan promosi jasa pernikahan Iffa Dewi muslim Wedding Service disesuaikan berdasarkan layout (tata letak) pada setiap karya desain. Pada desain media utama dan media pendukung, desain tersebut menggunakan komposisi *layout* berbentuk simetris dan asimetris, dan diaplikasikan ke dalam elemen-elemen desain seperti ilustrasi gambar, grafis, tipografis dan jenis huruf yang digunakan adalah serif dan dekoratif.

### e. Tipografi

Tipografi adalah seni tentang mendesain, menciptakan, memilih dan memilah, menata dan mengorganisir huruf dalam segala aspek ketentuan yang meliputi dirinya dan berkaitan erat dengan estetika serta komunikasi yang efektif karena mampu mewakili konsep dan inti pesan yang disampaikan melalui karakter serta ciri khas huruf yang dimilikinya (Maharsi, 2013).

Tipografi mempunyai dua fungsi yaitu fungsi estetis digunakan untuk penunjang penampilan agar terlihat menarik dan fungsi komunikasi untuk menyampaikan pesan atau informasi (Sihombing, 2010).

Huruf yang sudah tersusun secara tipografis merupakan elemen dasar dalam membentuk sebuah tampilan desain komunikasi visual dan diyakini dapat memberikan inspirasi untuk membuat suatu komposisi yang menarik (Tinarbuko, 2009).

Dalam perancangan desain promosi jasa pernikahan Iffa Dewi Muslim Wedding Service tipografi yang dipilih memiliki jenis huruf serif dan dekoratif, dan tingkat keterbacaannya mudah dibaca serta jenis karakter huruf yang digunakan terkesan elegan dan maskulin sesuai tema masing-masing.

### f. Warna

Warna adalah unsur penting dalam objek desain, dengan warna dapat menampilkan identitas atau citra yang ingin disampaikan. Warna merupakan salah satu elemen yang dapat menarik perhatian, meningkatkan mood, menggambarkan sebuah citra. Setiap warna memiliki karakter dengan sifat yang berbeda pula (Anggraini dan Nathalia, 2014).

Salah satu elemen visual yang dapat mudah menarik perhatian adalah warna. Namun apabila pemakaian warna kurang tepat maka dapat merusak citra, mengurangi nilai keterbacaan, dan bahkan dapat menghilangkan gairah baca. Sebagai contoh, desain publikasi yang menggunakan warna-warna *soft* dapat menyampaikan kesan lembut, tenang dan romantik. Warna-warna kuat dan kontras dapat memberi kesan dinamis, cenderung meriah (Supriyono, 2010).

Warna yang dipilih dalam membuat perancangan media promosi menggunakan warna berdominan ungu dan merah muda. Adapun

beberapa warna pastel sebagai warna pelengkap untuk menampilkan kesan elegan dan keceriaan pada pernikahan,serta ornamen-ornamen desain yang mendukung sesuai dengan tema yang dibuat.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### a. Identifikasi Data

Iffa Dewi Muslim Wedding Service adalah salah satu usaha yang bergerak di bidang jasa pernikahan (*wedding service*) yang melayani jasa rias pengantin, dan menawarkan berbagai paket pernikahan yang dapat dipilih oleh konsumen di antaranya yaitu tata rias, busana pernikahan, dekorasi, photography, shooting video, dan MC. Usaha jasa pernikahan tersebut berlokasi di jalan Balas Klumprik No 3 Surabaya.

Usaha jasa pernikahan Iffa Dewi Muslim Wedding Service memiliki macam jenis jasa diantaranya: Make Up Pengantin, Persewaan Gaun Pengantin, dan Wedding Service. Namun pada spesifikasi jasa perusahaan ini melayani tata rias, busana pernikahan, dekorasi, photography, shooting video, dan MC. Harga jasa dan produk yang ditawarkan pun beragam mulai dari Paket Hemat Rumah, Paket Rumah Lengkap, Paket Hemat Gedung, dan Paket Gedung Lengkap.

Apabila konsumen ingin menyelenggarakan pernikahan di rumah dengan dana yang cukup, maka konsumen dapat memilih paket hemat rumah dan harga yang ditawarkan pun cukup terjangkau yaitu sebesar Rp. 15.000.000. Namun bagi konsumen yang memiliki dana yang cukup banyak akan tetapi menginginkan acara tersebut diselenggarakan di gedung berukuran sedang ataupun kecil, maka konsumen dapat memilih Paket Hemat Gedung. Harga yang diberikan sebesar Rp. 35.000.000. Bagi calon pengantin yang memiliki dana yang lebih besar dan menginginkan acara pernikahan tersebut lebih mewah dan lengkap dengan gedung yang berukuran besar, tersedia juga paket Gedung Lengkap dimana paket tersebut memiliki kelebihan sangat menguntungkan bagi konsumen mulai dari make up dan busana untuk akad hingga resepsi, dekorasi gedung pelaminan dan akad, dekorasi rumah mulai dari akad hingga kamar pengantin. Harga yang diberikan sebesar Rp. 50.000.000,

Pada aspek demografis, konsumen yang ditargetkan berusia 25 sampai 40 tahun, berprofesi sebagai PNS, Wiraswasta, Karyawan, dan Wirausaha. Rata-rata penghasilan konsumen yang didapat antara 4juta hingga 15juta per bulan, serta pendidikan mulai dari SMA hingga Sarjana.

Untuk aspek Psikografis, rata-rata banyak konsumen melakukan aktivitas di luar pekerjaan yaitu berbelanja (*Shopping*), dan wisatawan (*traveler*). Dan kebanyakan hobi yang dilakukan konsumen adalah berbelanja (*Shopping*) dan lain-lain. *Interest* atau ketertarikan dari konsumen adalah perayaan pernikahan, *fashion*, dan *modeling*.

Dan pada aspek geografis, jasa penyelenggara pernikahan Iffa Dewi Muslim Wedding Service ini dapat menjangkau daerah-daerah perkotaan seperti Sidoarjo, Gresik khususnya di kota Surabaya dan sekitarnya. Dan wilayah pemasaran, promosi jasa pernikahan ini hanya di wilayah kota Surabaya dan sekitarnya.

### b. Analisis SWOT dan USP

Kekuatan (*Strength*) yang dimiliki oleh Iffa Dewi Muslim Wedding Service adalah mempunyai perias pengantin (*make up artist*) yang berpengalaman selama puluhan tahun dalam merias pengantin, terutama pengantin Jawa. Iffa Dewi Wedding Service juga mempunyai koleksi busana pengantin yang lengkap dan selalu *up to date*. Mulai dari pengantin Jawa asli hingga Jawa modern maupun Muslim Jawa. Setiap 2 bulan selalu menambahkan koleksi terbaru dari busana pengantin. Apabila dikehendaki pengantin bisa memiliki busana yang pernah dipakainya.

Kelemahan (*Weakness*) yang dimiliki oleh Iffa Dewi Muslim Wedding Service adalah media promosi yang dimiliki. Selama ini mempromosikannya melalui media cetak yaitu brosur, dan kartu nama dan media mulut ke mulut. Hal itu belum cukup menarik perhatian kepada konsumen yang secara efektif dibandingkan dengan usaha kompetitor yang lain yang sudah menggunakan media sosial sebagai strategi periklanan media social untuk mempromosikan jasanya.

Peluang (*Opportunity*) yang dimiliki Iffa Dewi Muslim Wedding Service adalah peristiwa

pernikahan itu akan selalu ada selama masih ada kehidupan karena pernikahan merupakan salah satu tahapan manusia untuk menjadi lebih sempurna.

Ancaman (*Threats*) yang didapat oleh Iffa Dewi Muslim Wedding Service adalah banyaknya persaingan usaha di bidang yang sama yaitu jasa pernikahan dan rias pengantin yang sudah menggunakan media sosial instagram sebagai media utama dalam mempromosikan.

Desain promosi yang dirancang untuk Iffa Dewi Muslim Wedding Service memuat konten dengan keunikan tersendiri yang dimiliki Iffa Dewi Muslim Wedding Service yang tidak dimiliki perusahaan-perusahaan lain dalam rangka meningkatkan pemasaran jasanya. Keunikan tersebut adalah pernikahan adat Muslim Jawa dengan mengutamakan busana pengantin dan tata rias pengantin yang *up to date* mengikuti perkembangan trend yang berlaku tetapi masih tetap memegang tatacara adat Jawa.

Selain jasa pernikahan Iffa Dewi Muslim Wedding Service, terdapat kompetitor yang dipilih untuk dijadikan perbandingan dalam menganalisis ini berdasarkan dari segi layanan jasa pernikahan, harga paket pernikahan, tema jasa pernikahan, dan target yang dituju sama. Kompetitor yang dipilih yaitu Afada Muslim Wedding Organizer. Setelah melakukan analisis SWOT pada kompetitor maka didapat data sebagai berikut :

Kekuatan (*Strenght*) yang dimiliki oleh Afada Muslim Wedding yaitu mengunggulkan konsep pernikahan bernuansa islami dan syar'i dan berdiri sebagai wedding *pioneer* dalam pernikahan mulai dari tata rias, tata acara, busana pengantin, dekorasi, hingga hiburan yang mengikuti tradisi islami.

Kelemahan (*Weakness*) yang dimiliki oleh Afada Muslim Wedding yaitu banyaknya atau kendala yang dihadapi seperti kurangnya pengetahuan dari konsumen dalam melaksanakan pernikahan yang tidak sesuai tuntunan agama islam.

Peluang (*Opportunity*) yang dimiliki oleh Afada Muslim Wedding yaitu dengan mengikuti acara pameran bertemakan pernikahan yang pernah diselenggarakan dan bertujuan untuk memberikan gambaran dan informasi kepada calon konsumen terutama pasangan pengantin

bahwa Afada Muslim Wedding merupakan jasa pernikahan berkonsep islam dan syar'i melalui media sosial seperti instagram, facebook dan lain-lain sehingga calon konsumen tertarik dan menggunakan jasa tersebut sebagai penyelenggara acara pernikahan yang bernuansa islami dan syar'i

Ancaman (*Threat*) yang didapat oleh Afada Muslim Wedding adalah kurangnya pengetahuan konsumen dalam menyelenggarakan pesta pernikahan yang dominan mengacu pada budaya barat. Sehingga calon konsumen kurang tertarik dengan jasa pernikahan yang bernuansa islami dan syar'i dan mengakibatkan jasa pernikahan Afada Muslim Wedding mengalami kesulitan dalam mencari target konsumen yang sesuai dengan konsep yang digunakan oleh perusahaan tersebut.

Keunikan-keunikan dari usaha jasa pernikahan Afada Muslim Wedding memuat konsep pernikahan yang tidak dimiliki oleh perusahaan-perusahaan lain dalam rangka meningkatkan pemasaran jasa tersebut. Keunikan tersebut adalah mengutamakan penegasan syariah, sunnah, dan akhlaqul karimah dalam tata acara, tata rias, dan busana sehingga Afada Muslim Wedding dikenal oleh konsumen sebagai jasa pernikahan berkonsep bernuansa islami dan syar'i

### c. Strategi Perancangan

Tema desain yang diangkat dalam perancangan media promosi jasa pernikahan Iffa Dewi Muslim Wedding Service melalui instagram adalah *elegant and traditional muslim*. Tema tersebut diambil karena sesuai dengan layanan jasa yang diberikan oleh perusahaan tersebut bernuansa muslim tradisional.

Bentuk pesan verbal dari desain visual promosi ini yaitu "*Make Your Special Moment Beautiful and Easier*", Pesan ini merupakan pesan verbal yang berfungsi memberikan gambaran dan informasi disampaikan secara informatif guna melengkapi pesan visual yang ditampilkan pada karya desain. Bentuk pesan visual dari desain promosi jasa pernikahan ini berupa dokumentasi acara pernikahan yang pernah dilakukan oleh klien-kliennya. Hal ini disampaikan agar target audiens tertarik dengan

periklanan yang dibuat dan mempermudah pemahaman isi pesan tersebut.

Gaya desain pada desain promosi Iffa Dewi Muslim Wedding Service menggunakan tema *muslim tradisional* yang disesuaikan dengan target audience yang dituju adalah muslim yang masih memiliki keteguhan dalam memegang adat Jawa. Hal ini diterapkan dalam gambar ilustrasi pasangan pengantin muslim Jawa pada setiap karya desain agar mendapatkan kesan *muslim tradisional dan elegant*.

Tujuan dari perancangan media promosi instagram jasa pernikahan Iffa Dewi Muslim Wedding Service ini adalah untuk memperkenalkan dan memberikan informasi tentang usaha jasa pernikahan serta menarik perhatian konsumen kepada konsumen terutama calon pasangan pengantin melalui penekanan pada gambar ilustrasi pengantin yang menggunakan jasa tersebut.

Strategi perancangan yang digunakan pada karya desain berisi konten komunikasi periklanan bertemakan muslim tradisional karena sesuai dengan konsep desain yang dibuat. Dokumentasi pernikahan yang divisualisasikan di dalam media promosi merupakan berbagai macam tema dan gaya pernikahan untuk calon pasangan pengantin yang ingin memilih tema tersebut.

Media utama yang dipilih pada perancangan ini adalah media sosial platform Instagram, mengingat Iffa Dewi Wedding Service akan memperluas target pasarnya dan menyasar kaum muda. Konten-konten Instagram yang ditampilkan meliputi: foto-foto pernikahan klien-klien lama yang menggunakan busana pengantin tradisional muslim terutama adat Jawa. Klien-klien yang ditampilkan adalah: Rudy dan Ria, Ryan dan Lutfia, serta Agus dan Tyas. Sebagai variasi konten supaya tidak monoton ditambahkan quote dan beberapa tip pernikahan. Tip pernikahan yaitu: tip memilih souvenir pernikahan dan tips mempersiapkan acara pernikahan.

Media pendukung yang digunakan dalam perancangan karya visual ini adalah *Lookbook* atau *catalog book* dan *X-Banner*. *Lookbook* merupakan koleksi foto rancangan hasil desain yang telah dipadu dan padankan menjadi sebuah tampilan utuh. Mulai dari ujung kepala, hingga ujung kaki. Bentuknya jadi mirip seperti sebuah

catalog. Di dalamnya berisi foto-foto model yang menggunakan produk utama, dalam berbagai gaya dan tampilan. Tidak ketinggalan juga informasi mengenai semua produk yang digunakan. Untuk penggunaan tipografi pada judul menggunakan *font* yang digabungkan dengan gambar dan berlatar belakang pola bunga sesuai dengan karakter pernikahan tersebut. Dan *X-Banner* adalah sebuah media informasi yang terbuat dari banner yang berfungsi sebagai pesan komunikasi periklanan

Dalam mempromosikan Iffa Dewi Muslim Wedding Service melalui media aplikasi media sosial Instagram, konsep yang digunakan dalam perancangan adalah memadukan berbagai macam warna gradasi, warna hangat, warna dingin dan berbagai elemen-elemen grafis yang mendukung. Dan bentuk visual yang ditampilkan terkesan sederhana namun *elegant* atau megah dengan banyak informasi yang disampaikan, sehingga visual yang ditampilkan tidak terkesan monoton terhadap gambar atau grafis.

Hal ini bertujuan agar desain karya tidak monoton dengan gambar dan pembaca tidak merasa jenuh saat melihat gambar maupun membaca pada buku. Sedangkan Warna yang digunakan dalam buku adalah warna-warna yang kontras gabungan cerah dan warna gelap, seperti putih, ungu, merah, pink dan sebagainya, sehingga tampilan akan terkesan penuh warna.



**Gambar 1.**Warna Utama Media Promosi  
(Sumber: Dok. Penulis, 2020)



**Gambar 2.**Warna Pelengkap Desain Media Promosi  
(Sumber: Dok. Penulis, 2020)

Pada tampilan akhir desain media utama *layout* profil instagram dan media pendukung. Jenis huruf (*font*) yang digunakan diantaranya adalah *Trajan Pro*, *Playfair Display*, *Century Gothic*, dan *Great Vibes* yang berfungsi sebagai



alat komunikasi periklanan serta menyampaikan pesan visual dari promosi jasa pernikahan. Ukuran huruf (*font*) yang digunakan dalam perancangan desain promosi memiliki beragam jenis diantaranya yaitu 12 pt hingga 130 pt. Huruf yang dipilih karena memiliki keterbacaannya jelas dan mudah dibaca. Selain itu karakter huruf yang digunakan cukup rapat dan berdekorasi sehingga terkesan elegan dan tegas. dibandingkan dengan huruf sejenisnya mengingat banyak spesifikasi produk atau jasa yang dipaparkan dalam media promosi terutama media sosial instagram dan *lookbook*.

Huruf (*font*) Great Vibes diaplikasikan ke dalam teks pada setiap media promosi terutama untuk slogan, karena tingkat keterbacaannya cukup jelas dan mudah dibaca dan bergaya dekorasi sesuai dengan tema pernikahan. Ukuran yang digunakan dalam media promosi adalah 100 pt sehingga lebar hurufnya cukup rapat dari huruf sejenisnya mengingat banyak pemaparan spesifikasi produk dan jasa yang perlu ditampilkan dalam media promosi, seperti pada pop up instagram, katalog, dan *x-banner*.



**Gambar 3.**Font Great Vibes  
(Sumber: Dok. Penulis, 2020)

Huruf *Trajan Pro* digunakan untuk penulisan judul pada sebuah papan informasi yang terdapat pada *x-banner*. Huruf berukuran 100 pt memiliki keterbacaannya sangat jelas dan tampilan pada huruf terkesan gagah dan tegas sehingga dapat menyampaikan informasi kepada audiens yang melihatnya dengan sekilas.



**Gambar 4.**Font Trajan Pro  
(Sumber: Dok. Penulis, 2020)

Huruf *Playfair Display* digunakan untuk penulisan sub judul dan *bodycopy* atau *bodytext* utama pada sebuah informasi *lookbook*. Font yang memiliki jenis huruf serif dan tingkat keterbacaannya yang cukup membuat karakter

huruf yang lebar dan tebal tipis terkesan anggun dan elegan.



**Gambar 5.**Font Playfair Display  
(Sumber: Dok. Penulis, 2020)

Adapun selain itu huruf *Century Gothic* digunakan untuk penulisan judul di bagian *footer* yang memiliki jenis huruf sans serif dan keterbacaan yang sangat jelas. Memiliki karakter huruf yang kasual dengan kesan formal serta mampu memberikan informasi seperti kontak perusahaan kepada *audience*.



**Gambar 6** Font Century Gothic  
(Sumber: Dok. Penulis, 2020)

#### d. Proses Perancangan

Proses perancangan desain diawali dengan proses *thumbnails*, yaitu proses tersebut desainer memikirkan dan mengeluarkan ide-ide dan konsep yang terlintas dari pemikiran yang berhubungan dengan konsep desain yang akan dibuat dalam sketsa kasar dan dikembangkan dalam perwujudan karya desain.

Lalu tahap selanjutnya yaitu proses *thighttissue*, dimana proses perancangan tersebut memulai pengerjaannya menggunakan *software* yang disesuaikan dengan kebutuhan setiap tahap pada tahap *layout* hingga warna menggunakan *software* Adobe Illustrator CC 2015, sedangkan untuk tahap *editing* foto dan *mock up* menggunakan *software* Adobe Photoshop CC 2015.

#### e. Visualisasi Desain Instagram

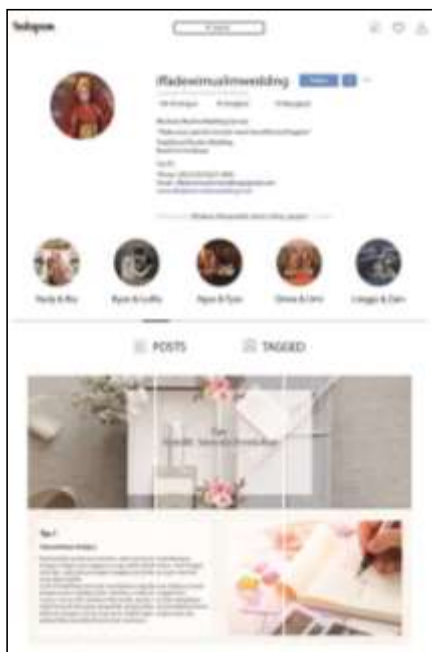
Pada desain Katalog *online* yang dipublikasikan di media sosial Instagram. Juga memiliki *grid system layout* tersendiri, oleh karena itu gambar ilustrasi diedit dan disusun dengan tampilan menarik berdasarkan sistem grid di Instagram.

Huruf yang diaplikasikan pada desain katalog *online* Instagram, menggunakan font sans serif (*Myriad Pro*, *Playfair Display*) dan Dekorasi (Blenda Script, Sverige Script Demo,



Hugs and Kisses xoxo Demo, Great Vibes, Hatachi, dan Chalala Script). Font *Myriad Pro* digunakan untuk memberikan keterangan informasi yang jelas tentang usaha jasa pernikahan seperti alamat, nomor telepon, dan slogan. Selain itu, keterangan lainnya yaitu elemen gambar foto pada lingkaran dan disertai nama klien yang disebut dengan *Instastory Highlight* yang berfungsi untuk menampilkan daftar klien yang pernah menggunakan jasa ini. *Playfair Display* digunakan untuk penulisan headline dan bodytext pada artikel. Sedangkan ukuran dan jenis huruf masing-masing disesuaikan dengan ukuran desain yang dirancang.

Desain ilustrasi yang dirancang dan diaplikasikan pada katalog online untuk Instagram merupakan hasil dari proses *editing* foto-foto dokumentasi pernikahan yang disusun dan disortir berdasarkan warna dominan dari produk-produk pilihan. Elemen grafis yang digunakan adalah *vector* bunga, pola bunga (*pattern*), garis, dan gambar ilustrasi latar belakang sebagai media pendukung desain visual pada tampilan Instagram yang disusun sesuai tema busana masing-masing. Berikut tampilan Instagram Iffa Dewi Wedding Service.



**Gambar 7.** Profil Instagram versi *website*  
(Sumber: Dok. Penulis, 2020)

Ria dan Rudy merupakan pasangan pengantin yang menikah pada tanggal 10 April 2016 dan klien dari jasa tersebut yang menggunakan dan mempercayakan Iffa Dewi Muslim Wedding Service sebagai jasa penyelenggara pernikahan yang memberikan pelayanan terbaik.

Pada desain *layout* Ria dan Rudy didominasi warna merah muda karena disesuaikan dengan warna busana pengantin yang digunakan. Pada desain nama klien dirancang, dengan *font* yang digunakan adalah *Sverige Script Demo* berukuran 105 pt, judul tersebut dibuat tegas agar kesan pada nama klien agar dapat tersampaikan pada *audiens* dengan baik. Elemen bunga, lingkaran, dan latar belakang berpola bunga untuk memberi kesan yang anggun dan romantis.

Desain *layout* Instagram menggunakan prinsip desain yaitu penekanan, dimana desain *layout* ilustrasi pada salah satu model pasangan pengantin dibuat dengan ukuran besar untuk menjadi titik fokus perhatian (*point of interest*) pada suatu pernikahan. Sehingga konsumen menjadi tertarik dengan ilustrasi tersebut dan menggunakan jasa tersebut sebagai penyelenggara pernikahan dari strategi periklanan yang dibuat.



**Gambar 8.** Desain *Layout* Instagram  
Foto Klien Rudy dan Ria  
(Sumber: Dok. Penulis, 2020)

Ryan dan Lutfia merupakan pasangan pengantin sekaligus konsumen yang pernah menggunakan jasa pernikahan Iffa Dewi Muslim Wedding Service sebagai penyelenggara acara pernikahan yang bernuansa muslim tradisional dan sederhana. Acara tersebut telah diselenggarakan pada tanggal 29 Desember 2014 di Surabaya.

Untuk desain *layout* nama Ryan dan Lutfia, desain ini didominasi oleh warna abu-abu dan *font* yang digunakan. *Hatachi* berukuran 122 pt, judul tegas dan berdekorasi agar kesan pada nama klien dapat tersampaikan dengan baik dan menarik kepada *audience*. Serta dihiasi dengan elemen bunga, lingkaran, dan latar belakang berpola bunga untuk memberi kesan anggun dan romantis.



**Gambar 9.** Desain *Layout* Instagram Foto Klien Ryan dan Lutfi (Sumber: Dok. Penulis, 2020)

Desain *layout* pada ilustrasi gambar sepasang pengantin menggunakan prinsip desain grafis yaitu keseimbangan simetris dan penekanan, dimana desain *layout* tersebut dibuat seimbang dengan letak rata tengah pada sepasang pengantin yang berukuran besar dan menjadikan sebagai pusat perhatian (*point of interest*) dari strategi periklanan yang dirancang.

Klien berikutnya adalah Agus dan Tyas, Agus dan Tyas merupakan pasangan pengantin

yang sudah menggunakan jasa pernikahan ini dan telah menyelenggarakan pada tanggal 7 Juni 2010 berlokasi di Surabaya.

Desain karya yang dibuat menggunakan font Great Vibes sebagai judul dengan ukuran 120 pt berwarna putih. Ukuran font pada judul dibuat besar agar tulisan tersebut dapat terbaca dengan baik oleh audiens. Dan pada sub judul menggunakan font *Coneria Script Demo* dengan ukuran 27 pt berwarna putih yang diletakkan bagian atas. Selain itu, font karya desain visual diberi ilustrasi berupa elemen bunga dan latar belakang berpola *islamic pattern* agar mendukung dari tampilan desain tersebut.



**Gambar 10.** Desain *Layout* Instagram Foto Klien Agus dan Tyas (Sumber: Dok. Penulis, 2020)

Desain karya ilustrasi foto pada sepasang mempelai pengantin yang ditampilkan merupakan bentuk strategi periklanan yang dirancang dengan prinsip penekanan yang menonjolkan kedua pasang pengantin sebagai pusat perhatian (*point of interest*) dan dapat menarik perhatian *audience*.

Pada perancangan desain *layout* tips pernikahan, desain didominasi oleh latar

belakang dengan pola bunga dan elemen bunga. Desain ini menggunakan prinsip desain grafis salah satunya yaitu keseimbangan simetris. Dimana element teks tersebut menggunakan rata tengah sehingga teks tersebut terlihat seimbang dan harmonis.

Huruf yang digunakan pada desain karya ini adalah *Playfair Display* berukuran 12 pt hingga 19 pt dengan family *regular* dan *bold*, dan memiliki keterbacaan yang cukup jelas serta mudah dibaca oleh audiens.



**Gambar 11.** Judul Mempersiapkan Acara Pernikahan (Sumber: Dok. Penulis, 2020)

Pada desain judul tips mempersiapkan acara pernikahan, desain tersebut menggunakan font *Playfair Display* dengan ukuran 14 pt berwarna hitam dan ditambahkan pula elemen-elemen grafis seperti bunga dan bentuk persegi empat dengan efek transparan (*transparency*) yang cukup dan gambar ilustrasi bunga sebagai latar belakang sekaligus media pendukung agar terkesan romantis.



**Gambar 12.** Informasi tentang Tips Pernikahan (Sumber: Dok. Penulis, 2020)

Pada desain tips mempersiapkan acara pernikahan, isi atau *bodycopy* pada teks menggunakan font *Playfair Display* dengan ukuran 12 pt berwarna hitam dan ditambahkan pula elemen-elemen grafis seperti bunga dengan efek transparan (*transparency*) yang cukup jelas dan gambar ilustrasi floral sebagai latar belakang sekaligus media pendukung agar terkesan menarik. Fungsi dari *bodycopy* pada desain tersebut adalah untuk memberikan informasi

kepada audiens sehingga tersampaikan dengan baik.

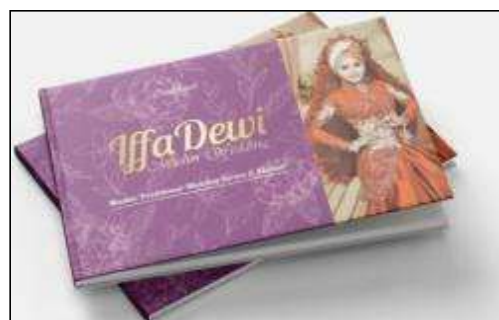
Pada tampilan perancangan desain Quote, secara keseluruhan font yang digunakan adalah *Playfair Display* berukuran 18pt dan 19pt dengan family *Regular* dan *Bold*. Dan warna yang digunakan cenderung berwarna merah muda dan berlatar belakang pola bunga ditambah dengan elemen grafis bunga. Desain tersebut dibuat agar konsumen dapat tertarik dengan kata-kata bijak yang sesuai dengan tema pernikahan yang diangkat.



**Gambar 13.** Desain *Layout* Quote Instagram (Sumber: Dok. Penulis, 2020)

#### f. Visualisasi Media pendukung

Desain *Lookbook* yang dibuat pada umumnya menggunakan komposisi asimetris dan simetris untuk menyesuaikan besar atau kecilnya ukuran gambar foto pengantin serta banyak atau sedikitnya spesifikasi tentang produk. Bahan pembuatan *mock up Lookbook* berukuran 18,2 cm×25,7 cm atau B5 dari kertas *art paper* dan cover terbuat dari kertas karton yang dilapisi *art paper*.



**Gambar 14.** Desain *Cover* depan *lookbook* (Sumber: Dok. Penulis, 2020)

Desain cover depan *lookbook* menggunakan layout asimetris. Logo, slogan, dan sub judul dibuat lebih besar dari gambar ilustrasi sehingga menjadi satu kesatuan dan tidak terkesan monoton. Font pada logo menggunakan *Lobster*



Two dengan ukuran 136,42 pt dan Vivaldi dengan ukuran 52,88 pt berwarna putih dan emas dengan efek *gradient* agar logo tersebut terkesan elegan. Dan font yang digunakan pada slogan yaitu *Blenda Script* dengan ukuran 25,25 pt berwarna putih. Sedangkan font yang digunakan pada judul subheadline adalah *Almibar Pro* dengan ukuran 24 pt berwarna putih. Ditambahkan pula desain latar belakang berpola bunga (*pattern*) dengan warna ungu agar logo terlihat jelas dan mudah terbaca.



**Gambar 15.** Dokumentasi foto pernikahan dalam bentuk *lookbook* halaman 19-20 (Sumber: Dok. Penulis, 2020)

Huruf yang digunakan pada halaman adalah *Palatino Linotype* dengan ukuran 14 pt dan *Calibri* dengan ukuran 12 pada footer yang berisi informasi kontak di media sosial instagram, dengan keterbacaan yang cukup jelas dan memudahkan audiens membaca dengan baik.



**Gambar 16.** *Layout* Tips Memilih Souvenir (Sumber: Dok. Penulis, 2020)

Tampilan layout isi *lookbook* yaitu tips memilih souvenir pernikahan, dimana elemen teks dibagi menjadi dua bagian yaitu di kiri atas dan kanan bawah, yang masing-masing terdapat

elemen layout diantaranya, sub judul, *bodycopy* dan *footer*.

Font pada judul pada penomoran menggunakan *Blenda Script* dengan ukuran 14 pt berwarna hitam, dan untuk subheadline dan *bodycopy* menggunakan font *Playfair Display* dengan ukuran 12 pt warna hitam dan jenis font menggunakan *regular* dan *bold*. Tingkat keterbacaan (*readability*) pada huruf yang digunakan cukup dan mudah dibaca oleh audiens dengan baik.

Foto berfungsi sebagai pesan informasi dan media pendukung dari *bodycopy* dan sub judul. Footer merupakan batas margin bawah dan terdapat informasi berupa nomor halaman dan nama kontak di media sosial. Desain background pada *lookbook*, menggunakan efek kertas dan vector bunga sebagai hiasan berwarna merahmuda agar tampilan buku lebih menarik dan terkesan bernuansa kehangatan.

Tampilan desain dari halaman depan pada klien Rudy dan Ria ini dirancang secara keseluruhan menggunakan warna merah muda. Warna merah muda disesuaikan dengan warna busana yang dipakai. Unsur-unsur desain seperti persegi yang dibentuk menyerupai kelopak bunga mawar, dan dikembangkan lebih sederhana untuk gambar ilustrasi pengantin. Ditambahkan pula gambar ilustrasi bunga mawar dan pola ornamen-ornamen bunga pada latar belakang sebagai media pendukung dari desain cover halaman depan, serta opasitas yang dibuat cukup sehingga dapat dilihat dengan baik.



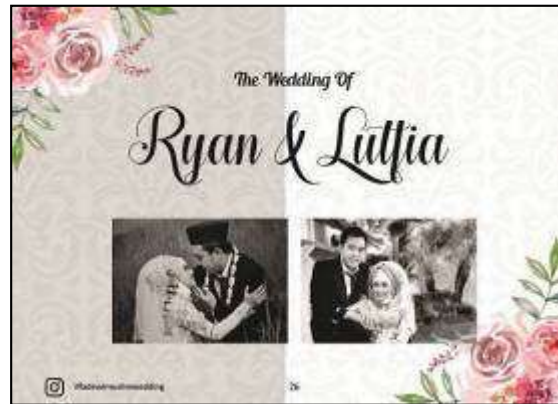
**Gambar 17.** Halaman depan klien Rudy dan Ria (Sumber: Dok. Penulis, 2020)

Font pada judul menggunakan *Sverige Script Demo* dengan ukuran 55 pt berwarna hitam dan bergaya dekoratif. Dan pada subheadline menggunakan font *Blenda Script* dengan ukuran 20 pt berwarna hitam. Ditambahkan pula keterangan info kontak usaha dan icon logo instagram dengan font yang digunakan yaitu *Calibri* dengan ukuran 12 pt dan berjenis bold. Keterbacaan pada tiap huruf (font) sangat jelas dan mudah dibaca oleh audiens dengan baik.



**Gambar 18.** Lookbook halaman 21  
(Sumber: Dok. Penulis, 2020)

Halaman depan klien Ryan dan Lutfia. Desain ini menggunakan konsep warna *grayscale* atau abu-abu. Secara keseluruhan unsur gambar, vektor, dan latar belakang berwarna abu-abu. Untuk menampilkan kesan berbeda dan natural. Pada desain halaman depan menggunakan dua elemen gambar ilustrasi sepasang pengantin yang menjadi pusat perhatian dengan keseimbangan simetris. Font yang digunakan pada judul adalah *Hugs and Kisses xoxo Demo* dengan ukuran 100 pt berwarna hitam, sedangkan untuk subheadline font yang digunakan yaitu *Blenda Script* berukuran 24 pt berwarna hitam



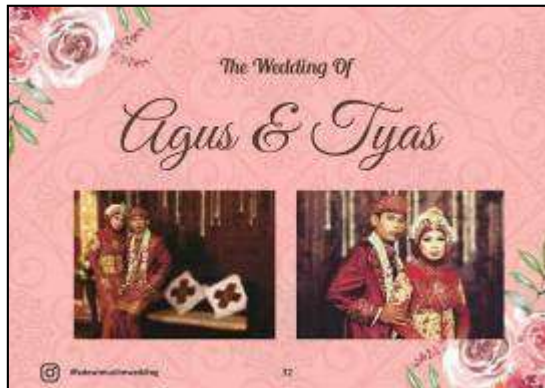
**Gambar 19.** Halaman Depan Klien Ryan dan Lutfia  
(Sumber: Dok. Penulis, 2020)

Pada latar belakang pada halaman depan menggunakan pola ornamen bunga berwarna abu-abu tua dan abu-abu muda dengan transparansi masing-masing 25% dan 10 %.



**Gambar 20.** Lookbook halaman 28  
(Sumber: Dok. Penulis, 2020)

Untuk klien Agus dan Tyas, halaman tersebut menggunakan banyak elemen desain diantaranya yaitu teks, garis, gambar ilustrasi, dan vector. Pada unsur foto atau ilustrasi yang digunakan merupakan mempelai pengantin itu sendiri. Dan latar belakang diberikan unsur bunga dan pola ornamen bernuansa khas islam. Opasitas diturunkan untuk mempermudah *audience* melihat dengan baik.



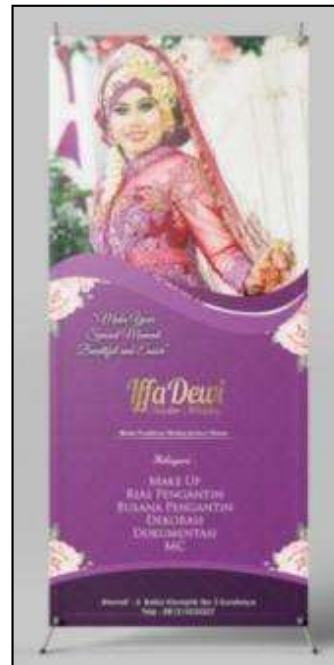
**Gambar 21.** Halaman Depan Klien Agus dan Tyas  
(Sumber: Dok. Penulis, 2020)

Font pada judul headline menggunakan *Great Vibes* dengan ukuran 90 pt berwarna coklat dan bergaya dekoratif. Dan pada subheadline menggunakan font *Blenda Script* dengan ukuran 20 pt berwarna coklat. Ditambahkan pula keterangan info kontak usaha dan icon logo instagram dengan font yang digunakan yaitu *Calibri* dengan ukuran 12 pt dan berjenis bold. Keterbacaan pada tiap huruf (*font*) sangat jelas dan mudah dibaca oleh audiens dengan baik.



**Gambar 22.** Lookbook halaman 33  
(Sumber: Dok. Penulis, 2020)

Desain *x-banner* memuat ilustrasi pengantin dan beberapa produk jasa yang dilayani oleh perusahaan tersebut. Dan diberi sedikit informasi untuk memancing konsumen untuk melihatnya, dan menghubungi kontak yang dimuat di bagian *footer*-nya. Bahan media pendukung *X-Banner* berukuran 60 x 160 cm dan dicetak menggunakan bahan *flexy* Jerman dan besi atau aluminium sebagai konstruksi penyangganya.



**Gambar 25.** Desain *X-banner*  
(Sumber: Dok. Penulis, 2020)

## KESIMPULAN DAN SARAN

Secara keseluruhan, kesimpulan yang didapat dari hasil penelitian bahwa tema dan konsep yang digunakan dalam perancangan promosi Iffa Dewi Muslim Wedding Service yaitu "muslim tradisional", karena tema tersebut sesuai dengan layanan yang diberikan oleh perusahaan yang bernuansa muslim nan syar'i, dan keunikan-keunikan yang tidak dimiliki oleh perusahaan lain yaitu mengutamakan busana dan tata rias pengantin bernuansa muslim tradisional yang *up to date*. Dan tema tersebut diaplikasikan pada karya desain yaitu Instagram, *X-Banner*, dan *Lookbook* dengan gaya desain nuansa islami nan tradisional.

Tampilan pada karya desain grafis, menggunakan ilustrasi pasangan pengantin dan elemen-elemen grafis yang mendukung. Dan proses perancangan desain secara keseluruhan, dikerjakan melalui laptop menggunakan *software* Adobe Illustrator CC 2015 dan Adobe Photoshop CC 2015, beberapa tahapan dari proses perancangan yaitu mulai dari *thumbnails*, *thighttissue* dan *final design*. Dan tahapan terakhir yaitu karya desain siap untuk diproduksi dan dipublikasikan.



Saran untuk pemilik jasa pernikahan Iffa Dewi Muslim Wedding Service diharapkan untuk meningkatkan pemasarannya melalui media sosial lainnya terutama instagram dan lain-lain agar calon konsumen dapat melihat informasi tentang produk yang ditawarkan oleh jasa tersebut, serta memperluas jangkauannya dengan mengikuti ajang pameran bertemakan wedding organizer, sehingga selain melihat produk konsumen khususnya calon pasangan pengantin juga dapat mengunjungi kantor usaha dan melihat produk atau jasa yang tersedia di kantor tersebut. Hal ini bisa menjadi sebuah inspirasi bagi peneliti lain dalam membuat perancangan promosi untuk meningkatkan pemasaran jasa pernikahan Iffa Dewi Muslim Wedding Service.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, Lia, dan Kirana Nathalia. 2014. *Desain Komunikasi Visual Dasar-dasar Panduan Untuk Pemula*. Bandung : Nuansa Cendikia.
- Atmoko, Bambang Dwi. 2012. *Instagram Handbook*. Jakarta: Media Kita.
- Herdiansyah, Haris. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif Untuk Ilmu-ilmu Sosial*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2008a. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Dialih bahasakan oleh Bob Sabran, MM. Edisi 12. Jilid I. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009a. *Manajemen Pemasaran*. Dialih bahasakan oleh Bob Sabran, MM. Edisi 13. Jilid I. Jakarta: Erlangga.
- Maharsi, Indira. 2013. *Tipografi – tiap Font Memiliki Nyawa dan Arti*. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Riduwan. 2006. *Belajar Mudah Penelitian untuk Guru-Guru Karyawan dan Peneliti Pemula*. Bandung: ALFABETA.
- Rustan, Suriyanto. 2014. *LAYOUT: Dasar & Penerapannya*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Sihombing, Danton. 2015. *Tipografi Dalam Desain Grafis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sarwono, Jonathan & Lubis, Hary. 2007. *Metode Riset untuk Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Andi.
- Sugiyono. 2006. *Metode penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung : Alfabeta.
- Supriyono, Rakhmat. 2010. *Desain Komunikasi Visual: Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tinarbuko, Sumbo. 2009. *Semiotika Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Jalasutra.

#### Internet :

- Rizal, Adam. (2019). “Demografi Penggunaan Instagram di RI 2019, Paling Banyak Perempuan”. Diakses pada tanggal 31 Mei 2020 dari <https://infokomputer.grid.id/>
- KBBI, Kamus Besar Bahasa Indonesia. (2020). “Pengertian Banner”. Diakses pada tanggal 31 Mei 2020 dari <https://www.maxmanroe.com/vid/marketing/pengertian-banner.html>
- Ramadhan, Wahyu. (2020). “Lookbook: Buku Panduan Bikin Bisnis Fashion Sukses : Creativepreneur and Career. Diakses pada tanggal 1 Juni 2020 dari <https://kreativv.com/creativepreneur-career/lookbook>.