

## KATALOG SEBAGAI MEDIA PENDUKUNG PROMOSI PAWON YU'NE DI NGANJUK JAWATIMUR

Nisa Laili Nursya'baana<sup>1</sup>, Nova Kristiana<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Prodi Desain Grafis, Fakultas Vokasi, Universitas Negeri Surabaya  
nisa.19027@mhs.unesa.ac.id.

<sup>2</sup>Prodi Desain Grafis, Fakultas Vokasi, Universitas Negeri Surabaya  
novakristiana@unesa.ac.id

### Abstrak

UMKM adalah Usaha Mikro, Kecil dan Menengah merupakan salah satu kesempatan usaha yang dapat berkembang dan konsisten. Ibu Marlian sebagai pemilik UMKM Pawon Yu'Ne yang sudah didirikan sejak tahun 2020 di Kabupaten Nganjuk. Untuk meningkatkan *Brand awareness* dibutuhkan media promosi berupa katalog, tujuannya untuk membangun kepercayaan dan berkomunikasi secara tidak langsung dengan calon pembeli. Metode yang digunakan dalam perancangan ini adalah kualitatif dengan melakukan pengumpulan data meliputi wawancara dan observasi langsung. Metode analisis yang digunakan adalah metode analisis SWOT dan USP. Perancangan konsep desain menggunakan Katalog buku menu didukung dengan *Food Photography*, dengan penambahan ilustrasi sederhana berupa *flat* desain yang disesuaikan dengan target audiens khususnya wanita dengan rentan usia 20-45. Dilanjutkan dengan metode visualisasi desain yaitu Thumbnail, Tight Tissue, Final dan Penerapan. Dan didukung dengan *scan barcode*, untuk mempromosikan E-Katalog melalui media digital seperti Link Google Drive, Website atau Blog. Diharapkan untuk masyarakat sekitar Nganjuk, khususnya ibu-ibu tertarik terhadap Katalog Buku Menu fisik maupun E-Catalog dan juga media promosi lainnya seperti brosur dan poster promosi, sehingga dapat meningkatkan keuntungan Pawon Yu'Ne dan memperluas jangkauan konsumennya.

**Keywords:** UMKM;Makanan;Fotografi;Makanan;Katalog

*UMKM are Micro, Small and Medium Enterprises which are a business opportunity that can develop and be consistent. Mrs. Marlian is a housewife who founded Pawon Yu'Ne since 2020 in Nganjuk Regency. To increase brand awareness, catalog promotion media is needed, for build trust and communicate indirectly with potential buyers. The method used in this design is qualitative which includes interviews and direct observation. The analytical method used is the SWOT and USP. The design concept uses a menu book catalog supported by Food Photography, with the addition of simple illustrations in the form of flat designs that are tailored to the target audience, especially women aged 20-45.. The design visualization method, namely Thumbnail, Tight Tissue, Final and Application. The result of this design is a Food Photography Catalog in the form of a menu book and supported by barcode scanning, to promote E-Catalog through digital media such as Google Drive Links, Websites or Blogs. It is hoped that the people around Nganjuk, especially women who are interested in the physical Menu Book Catalog and E-Catalog as well as other promotional media will increase Pawon Yu'Ne's profits and expand the reach of its consumers.*

**Keywords:** UMKM ; Food ;Food Photography ; Catalogs

## PENDAHULUAN

UMKM adalah Usaha Mikro, Kecil dan Menengah merupakan salah satu kesempatan usaha yang dapat berkembang dan konsisten (Halim, 2020). Selain itu, melalui UMKM juga dapat menekan angka pengangguran, menyediakan lapangan pekerjaan dan mengurangi angka kemiskinan (Aliyah, 2022). Sebagian besar masyarakat melirik profesi sebagai pelaku UMKM karena cukup menjanjikan, terutama di sektor industri makanan dan minuman. Salah satunya, seorang Ibu rumah tangga asal Kabupaten Nganjuk bernama Ibu Marlian Saputri yang baru merintis usahanya dalam bidang kuliner sejak tahun 2020, menggunkan nama usaha Pawon Yu'Ne yang dikenal dengan menu *Italian food* dan *Indonesian food*. Menu yang ditawarkan beragam seperti Nasi Box, Nasi Bento, Nasi Tumpeng, Nasi Bekal, Nasi Bakar. Untuk makanan ringan yang ditawarkan ada Pukis Gimbali, Pie Buah, Donat, Coklat Kancing, Bombolini dan masih banyak menu lainnya. Pawon Yu'Ne memiliki produk unggulan atau *best seller* yaitu produk *frozen food* pizza, makaroni skutel, dan dimsum.

Pawon Yu'Ne ini termasuk salah satu UMKM yang baru dirintis maka perlu adanya strategi pemasaran yang tepat. Maka dari itu, dibutuhkannya *Brand awareness* berupa katalog sebagai media promosi, dengan katalog pelaku usaha bisa berkomunikasi secara tidak langsung dengan konsumen, tujuannya untuk membangun kepercayaan dengan calon pembeli. Peranan fotografi pada katalog usaha kuliner sangat penting, fotografi merupakan kunci untuk menarik minat konsumen melakukan pembelian. Fotografi lebih komunikatif secara visual yang dapat digunakan sebagai media informasi (Chandra, 2017). Secara umum peranan gambar dalam desain dimanfaatkan untuk mendukung penampilan dalam wujud desain dan bentuk pendekatan persuasi gambar pada media massa tertentu (on-line, media cetak, maupun media massa) (Harsanto, 2019). Katalog produk dalam dunia bisnis berperan sebagai media yang mempromosikan barang-barang yang dijual untuk menarik calon pembeli. Melalui katalog produk sebagai penyebar informasi yang dapat memengaruhi konsumen agar membeli produk yang ditawarkan perusahaan (Astuti, 2021). Sebagai upaya meningkatkan penjualan dan menarik konsumen baru untuk Pawon Yu'Ne, maka dibuat suatu media promosi berupa katalog yang mampu dengan mudah diterima dengan baik oleh audiens, dikemas berupa buku fisik Katalog dan E-Katalog yang dapat diakses melalui scan barcode menuju link Google Drive atau *Website*, dengan didukung penggunaan teknik *Food Photography* yang menerapkan teknik fotografi *flatlays* untuk memberikan kesan tiga dimensi dan close up untuk membangkitkan selera pada makanan yang dibidik, karena dengan teknik ini tekstur makanan akan terlihat secara jelas dan lezat.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah sebagai berikut: Bagaimana proses perancangan pada katalog *Food Photography* ? Dan Bagaimana bentuk penerapan perancangan pada katalog *Food Photography*. Tujuan dalam perancangan katalog *Food Photography* ini adalah, dapat mendeskripsikan proses perancangan katalog yang ditawarkan Pawon Yu'Ne kepada masyarakat Nganjuk, khususnya wanita dengan rentan usia sekitar 20 – 45 tahun, yang dikemas dengan gaya Flat desain menggunakan kombinasi warna cerah didukung dengan ilustrasi dan elemen foto yang ditampilkan pada katalog untuk memperjelas bentuk produk.

## KERANGKA TEORETIS

### **Food Fotografi produk kuliner UMKM**

Fotografi Makanan atau *Food Photography* merupakan jenis foto *still life photography*. Biasanya *food photography* digunakan sebagai *advertising*, *packaging*, buku menu dan buku resep masakan. Fotografi *still life* adalah kemampuan dalam menghasilkan gambar yang berasal dari objek mati agar terlihat lebih hidup seperti halnya makanan terlihat hangat, dingin atau lembut (Ar’rasyiid, 2020).

Dengan menggunakan teknik fotografi Flatlay pada dasarnya adalah teknik membidik suatu objek tertentu yang ditata secara cermat dengan angle dari atas, seperti *bird’s view*. Flat lay merubah bentuk dunia fotografi menjadi simple dan menarik, bisa dikerjakan semua orang dengan peralatan yang sangat sederhana, dan biaya produksi yang sangat terjangkau, bahkan dengan menggunakan kamera dari Handphone pun sudah menghasilkan gambar yang luar biasa (Fiandra, 2020).

### **Katalog Produk kuliner UMKM**

Katalog *Food Photography* berisikan komplikasi dari foto-foto makanan yang didukung dengan informasi yang bertujuan untuk membuat pembaca mengenal tentang suatu makanan sehingga menimbulkan rasa ingin tahu dan mencicipi cita rasa dari kuliner (Aprillia, 2021).

Katalog merupakan salah satu media promosi dalam pemasaran yang masih efektif sampai sekarang karena di dalam katalog dapat menampilkan beberapa gambar produk dan harga produk, sehingga mempermudah konsumen dalam mencari informasi tentang produk yang ditawarkan (Kristiawan, 2023).

### **Ekatalog Produk Kuliner UMKM**

Di era digital ini, penggunaan kertas sudah hampir ditiadakan, maka media lain yang digunakan sebagai media promosi katalog bisa menggunakan E-Katalog. E-Katalog adalah katalog yang berisi informasi produk, tetapi hanya bisa diakses secara online melalui link atau scan barcode, dengan tampilan bentuk E-Katalog buku online model *flippingbook*, dengan isi halaman berlembar berbentuk gambar (Jasmadi, 2018).

## METODE PERANCANGAN

Metode yang digunakan adalah metode kualitatif didukung dengan studi kasus guna memahami dan memaknai berbagai fenomena yang terjadi dalam kenyataan, dalam hal ini bagaimana peran *Food Photography* pada katalog sebagai media promosi.

Jenis data yang digunakan menggunakan teknik pengumpulan data, yaitu Data Primer adalah hasil wawancara dengan berinteraksi melalui komunikasi secara langsung dengan pelaku UMKM, untuk menggali data sebagai bahan utama perancangan konsep katalog. Selain itu, dilakukan Observasi yang berisi mengenai seluruh proses penelitian mengamati situasi dan kondisi (Hotimah, 2022). Pengamatan dilakukan dengan cara mendatangi langsung lokasi UMKM Pawon Yu’ne di Nganjuk.

Data Sekunder merupakan data pelengkap yang diperoleh penulis secara tidak langsung. Diperoleh dari jurnal, artikel, ebook dan situs internet yang berhubungan dengan topik penelitian sebagai informasi tambahan dalam perancangan *Food Photography* sebagai media promosi.

Pada tahap menganalisis data, penulis menggunakan SWOT dan USP dengan melakukan perbandingan kepada kompetitor yang memiliki usaha serupa, yaitu Catering Rolly yang masih satu wilayah, di Nganjuk Jl. Pandan No.24 Ganung Kidul. Dengan metode ini dapat membantu penulis untuk mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis guna merumuskan strategi perusahaan.

Analisis SWOT terdiri dari 4 faktor, (Salim, 2019) :

1. *Strengths* (Kekuatan), kondisi kekuatan yang ada dalam usaha, hal tersebut mudah dilihat jika usaha memiliki keunggulan dari pesaing-pesaingnya dan dapat memuaskan konsumen, dapat dianalisis dalam usaha itu sendiri.
2. *Weakness* (Kelemahan), kondisi kelemahan yang terdapat dalam usaha dapat berupa kelemahan dalam sarana dan prasarana, kualitas atau kemampuan, lemahnya kepercayaan konsumen. Kelemahan dalam usaha merupakan hal yang wajar, namun pentingnya meminimalisasikan kelemahan-kelemahan tersebut. Dapat dianalisis dalam usaha itu sendiri.
3. *Opportunities* (Peluang), kondisi peluang yang menguntungkan untuk berkembang di masa datang yang akan terjadi, kondisi peluang bisa dari *competitor* dan lingkungan sekitar.
4. *Threat* (Ancaman), kondisi yang mengancam dari luar yang dapat mengganggu kelancaran berjalannya usaha. Ancaman dapat berupa hal-hal yang tidak menguntungkan yang berdampak di kepanjangan.

Setiap usaha dan bisnis pasti memiliki sesuatu yang unik untuk pembeda atau bisa disebut *Unique Selling Proposition*. *Unique Selling Proposition* adalah keunikan produk yang kita tawarkan kepada konsumen agar produk tersebut lebih berharga dari produk lainnya (Faridi, 2022) .

Dalam perancangan ini ada beberapa tahapan perancangan, yaitu melakukan penelitian untuk menjawab latar belakang, dilanjutkan dengan identifikasi data yang dianalisis melalui beberapa metode, merancang konsep kreatif berupa visual dan verbal yang diterapkan di konsep media, hasil desain yang dirancang melalui metode visualisasi berupa *thumbnail*, *tight tissue*, dan final, sebelum menuju publikasi dilakukan proses *review* untuk melihat respon dan menunjukkan hasil desain kepada audiens.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### a. Identifikasi Data

Pawon Yu'Ne salah satu UMKM di bidang kuliner yang berlokasi di Jalan Wilis 1B No. 11 RT 01/RW 01, Ganung Kidul, Kabupaten Nganjuk. Dengan berbagai macam jenis menu makanan yang ditawarkan, dan jenis menunya masih banyak dicari. Kini usahanya sudah memiliki sekitar 13 *reseller* yang tersebar di Kabupaten Nganjuk. Menu yang ditawarkan Pawon Yu'Ne ini tergolong makanan yang masih dicari. Selain itu, menggunakan sistem *by request* dengan menu masakan apa saja, yang dibutuhkan masyarakat saat ingin mengadakan acara atau sebagai konsumsi pribadi. Untuk konsumennya dari berbagai kalangan usia dan mayoritas dari ibu rumah tangga dan kantor pemerintahan (Dinas) yang berada di wilayah sekitar Kabupaten Nganjuk.

Pawon Yu'Ne memiliki strategi pemasaran berupa pemasaran secara langsung dengan mendatangi calon konsumennya seperti sekelompok ibu-ibu yang ada di sekolah, orang-orang dari kantor dinas dan juga tetangga disekitar rumahnya. Sedangkan untuk strategi pemasaran secara tidak langsung, melalui media *social* diantaranya WhatsApp, Facebook, Instagram dan Grab untuk mempromosikan produknya dan kerja sama menggunakan *delivery online* seperti Grab. Selain itu, Ibu marlian juga masih menggunakan strategi tradisional berupa *word of mouth marketing* yang artinya suatu proses pemasaran yang dilakukan dari mulut ke mulut, dengan meminta bantuan para konsumennya untuk berbagi informasi tentang produknya kepada orang lain.

Dalam membangun sebuah usaha, pasti adanya kompetitor atau pesaing yang mempunyai usaha yang sama dengan produk kita. Salah satunya adalah Catering Rolly yang masih satu wilayah, di

Nganjuk Jl. Pandan No.24 Ganung Kidul. Catering Rolly sudah berdiri sejak tahun 2000-an, maka sudah menjadi kepercayaan masyarakat dan melekat di benak masyarakat sekitar. Menu yang ditawarkan hampir sama dengan Pawon Yu’Ne seperti, Nasi Box, Nasi Tumpeng, Lontong Cap Gomek dll. Selain itu, Catering Rolly juga menggunakan sistem *by request*, dengan batasan menu catering nasi dan macam-macam kue basah. Untuk konsumennya mayoritas orang tua, dari instansi atau kantor yang cenderung memiliki populasi jumlah orang yang banyak. Untuk strategi pemasaran yang digunakan Catering Rolly masih terbilang sederhana dengan menggunakan strategi pemasaran secara tidak langsung, contohnya adalah *word of mouth marketing* yang artinya suatu proses pemasaran yang dilakukan dari mulut ke mulut, dengan meminta bantuan para konsumennya untuk berbagi informasi tentang produknya kepada orang lain.

#### **b. Analisis Data**

Berikut ini adalah hasil analisis data menggunakan metode SWOT dan USP untuk membangun strategi pemasaran dan membedakan usaha dengan lainnya, sebagai tujuan dari perancangan Katalog *Food Photography*.

##### 1. *Strength* (Kekuatan)

Pawon Yu’Ne merupakan usaha di bidang kuliner yang menjual banyak macam olahan makanan. Selain itu, ada juga menu makanan yang bisa tahan lama penyimpanannya seperti *frozen food* seperti pizza, *macaroni schotel*, dan dimsum. Semua produknya dibuat sendiri (*homemade*) dengan fresh agar lebih sehat. Jika dibanding dengan Catering Rolly, Pawon Yu’Ne lebih memiliki banyak varian makanan dan lebih kekinian, serta bahan baku mudah ditemukan baik di toko maupun secara online yang memiliki harga lebih murah, namun tetap mempertahankan kualitas.

##### 2. *Weakness* (Kelemahan)

Makanan tidak tahan suhu ruang karena tidak menggunakan pengawet, tidak selalu *open order* hanya saat tertentu saja, produk ini akan minim konsumen. Sehingga dibutuhkan promosi dengan cara baru, karena media promosi yang digunakan masih mengandalkan sistem *pre-order* yang penyebarannya dari mulut ke mulut.

##### 3. *Opportunity* (Peluang)

Pemasaran produk mudah dilakukan melalui kelompok ibu-ibu arisan, pkk, dan kader, menggunakan media WhatsApp, Grab, Facebook dan Instagram. Jenis makanan yang dijual masih disukai masyarakat. Banyak dicari karena menu yang ditawarkan selalu update dan banyak disukai serta menggunakan sistem *by request*. Serta masih belum banyak usaha yang menjual makanan dan snack unik.

##### 4. *Threat* (Ancaman)

Banyak produk serupa di wilayah tersebut, yang sudah memperluas jangkauan konsumennya dari berbagai kalangan dan profesi.

Berdasarkan hasil SWOT, yang menjadi keunikan atau USP dari UMKM Pawon Yu’Ne adalah memiliki berbagai jenis olahan makanan selain catering ada juga menu *frozen food*, tidak pelit *topping* ataupun bahan yang digunakan, dengan sistem *by request* konsumen bisa bebas memesan, selalu dibuat dengan *fresh from the oven*, meskipun harganya murah tidak mengurangi kualitas serta bahan yang digunakan.

### c. Konsep Perancangan Karya

Perancangan yang dilakukan memiliki konsep untuk mempromosikan usaha UMKM bidang kuliner dari Pawon Yu'Ne melalui *Food Photography* dengan media pendukung Katalog buku menu buku fisik dan E-Katalog, karena *audiens* akan lebih tertarik dengan buku menu yang berisi visual melalui teknik fotografi yang dikemas dalam Katalog serta didukung dengan ilustrasi untuk memperindah desain, yang dilayout *playfull* dan menarik. Didalam desain Katalog *Food Photography* ini menampilkan foto makanan dan berisi informasi harga serta deskripsi dari jenis makanan yang ditawarkan Pawon Yu'Ne.

#### 1. Target Audiens Perancangan

Target audiens dalam perancangan ini adalah wanita dengan rentan usia sekitar 20 – 45 tahun dari semua kalangan dan segala profesi yang berada di Nganjuk. Yang memiliki kebiasaan suka berkumpul dan mengobrol dengan teman, memiliki banyak teman serta menyukai hal yang bersifat instan. Biasanya cenderung memiliki sifat selalui mengikuti trend, suka mencari makanan baru dan memiliki gaya hidup sederhana.

#### 2. Isi dan Tema

Isi dari katalog ini mendeskripsikan dan memvisualkan menu Pawon Yu'Ne yang tujuannya untuk dipromosikan kepada calon pembeli, setiap halamannya berisi foto makanan, deskripsi makanan, informasi harga, kata ajakan yang dilengkapi dengan ilustrasi pendukung dan menggunakan tema *fun* dan flat di setiap desain nya.

#### 3. Teknik Visual

Perancangan Katalog *Food Photography* sebagai buku menu ini menggunakan teknik Axial Layout yang fokus utamanya diletakkan di tengah halaman, kemudian elemen – elemen pendukungnya berada di sisi kanan dan kirinya. Dengan menggunakan tampilan gambar berukuran besar atau close up. Porsi teks dalam layout tidak terlalu banyak. Dalam perancangan ini menggunakan software Adobe Illustrator.

#### 4. Tipografi

Jenis tipografi yang digunakan adalah jenis huruf sans serif, yang memiliki kesan santai dan mudah terbaca. Untuk cover dan judul sub bab menggunakan *Jua Regular* dan *Bold*, font ini memiliki karakter santai, luwes dan modern.

**JUA REGULER**  
**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**  
**1234567890**

Gambar 1.1 Tipografi Jua Regular  
(Sumber: Nursya'baana,2023)

Pada bagian isi katalog untuk menjelaskan informasi produk menggunakan font sans serif jenis *Arial Regular* dan *Bold* agar tetap memiliki kesan santai, modern dan masih mudah terbaca oleh semua kalangan.

## ARIAL REGULER

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890

Gambar 1.2 Tipografi Arial Reguler  
(Sumber: Nursya’baana,2023)

### 5. Warna

Warna yang digunakan dalam perancangan ini adalah warna – warna cerah, yaitu warna panas seperti merah, jingga, kuning, dan cream yang diseimbangkan dengan warna dingin hijau dan pink, sehingga memiliki kesan yang cerah dan colorfull sesuai dengan target audiens wanita yang cenderung menyukai keindahan dan lucu.



Gambar 1.3 Warna Collor Pallette  
(Sumber: Nursya’baana,2023)

### 6. Fotografi

Teknik fotografi yang sesuai dengan kebutuhan perancangan ini adalah jenis fotografi *still life photography*, Fotografi *still life* adalah kemampuan dalam menghasilkan gambar yang berasal dari objek mati agar terlihat lebih hidup dan berbicara, seperti halnya makanan terlihat hangat, dingin atau lembut (Ar'rasyiid, 2020). Untuk mendapatkan gambar terlihat lebih hidup, penulis menggunakan Teknik Flatlay dan *close up*. Selain itu, untuk menghasilkan foto yang menarik dibutuhkan *angel* foto yang sesuai, didukung dengan *lighting* dan *editing*.

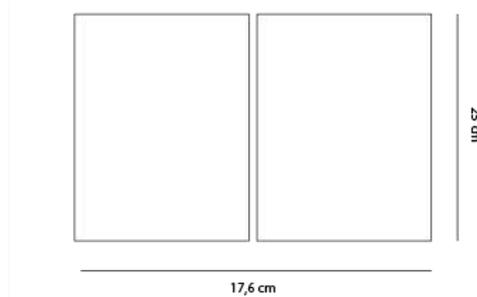


Gambar 1.4 Fotografi Makanan  
(Sumber: Nursya’baana,2023)

### 7. Konsep Media

Media yang digunakan sebagai wadah konsep kreatif yaitu Katalog *Food Photography* berupa buku menu, yang akan memperlihatkan detail dari menu makanan yang disajikan Pawon Yu’Ne sebagai salah satu cara mempromosikan kepada masyarakat Kabupaten Nganjuk. Karena dengan membaca buku secara langsung isi buku dapat terlihat jelas dan bisa menghindari plagiasi terhadap karya foto. Katalog

*Food Photography* ini bahan *soft cover* pada cover depan dan belakang, lalu dilapisi dengan laminasi *glossy* disetiap sisinya. Tujuannya agar gambar terlihat nyata dan warna mencolok.



Gambar 1.5 Contoh Layout B5  
(Sumber: Nursya'baana,2023)

#### d. Proses Perancangan

Tahapan dalam proses perancangan ini adalah melakukan *photoshoot* untuk beberapa menu makanan dengan konsep, *lighting* dan *angel*. Dan dilanjutkan dengan tahapan desain *thumbnail*, *tight tissue* dan final atau penerapan. Hal pertama yang dilakukan adalah membuat sketsa layout dan desain yang akan dirancangan untuk memuat Katalog *Food Photography*. Dalam melakukan *photoshoot* ini menggunakan *angel eye angel* dan *bird view's*. *Eye angel* merupakan Teknik foto sejajar dengan objek, sedangkan *Bird View's* merupakan Teknik foto yang diambil dari atas. Jenis fotografi yang digunakan adalah *still life*, kemampuan dalam menghasilkan gambar yang berasal dari objek mati agar terlihat lebih hidup seperti halnya makanan terlihat hangat, dingin atau lembut (Ar'rasyiid, 2020). Setelah semua proses *photoshoot* dilakukan, lanjut melakukan pemilihan foto dan proses editing menggunakan *Adobe Photoshop* dan penambahan tone warna menggunakan *Adobe Lightroom*, gambar siap digunakan dalam desain layout.



Gambar 1.6 Teknik Eye Angel



Gambar 1.7 Teknik Bird View's Angel

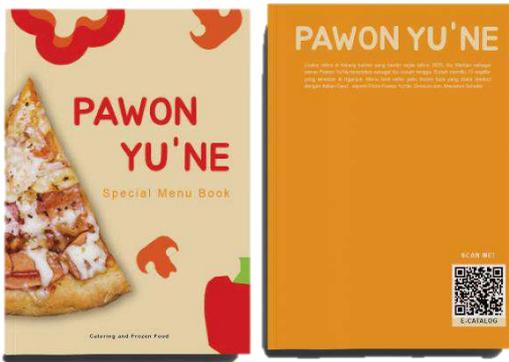
(Sumber: <https://shanibacreative.com/2021>)

Setelah merancang sketsa layout yang akan digunakan, lanjut memberikan warna yang sudah disesuaikan pada *tight tissue* dan Menyusun layout elemen secara keseluruhan agar desain lebih sempurna menggunakan *Adobe Illustrator*.



Gambar 1.8 Tight Tissue Desain  
(Sumber: Nursya’baana,2023)

Setelah tahap tight tissue, desain disempurnakan dengan melakukan final desain yang ditambah dengan *mockup* untuk melihat hasil desain katalog sebelum proses cetak nantinya.



Gambar 1.9 Mockup Desain Katalog  
Sumber: Nursya’baana,2023



Gambar 1.10 Mockup Desain E-Katalog  
Sumber: Nursya’baana,2023

Cover Depan Katalog Buku Menu menggunakan ilustrasi menu best seller di Pawon Yu’Ne, selain menggunakan ilustrasi, ada tambahan informasi berupa “Pawon Yune“ yang merupakan nama usaha UMKM, “Special Menu Book”, yang memiliki arti spesial buku menu makanan yang dibuat sendiri dan “Kenikmatan Dapur Ibu Rumah Tangga” sebagai tagline UMKM. Sedangkan untuk cover pada bagian belakang berisi tentang informasi singkat mengenai sejarah Pawon Yu’Ne yang disertai scan barcode untuk memudahkan menuju e-catalog. Penerapan pada media online E-Katalog menggunakan website flipbook, website yang menyerupai buku katalog dalam online, tujuannya mempermudah konsumen yang akan membeli makanan melalui media online, dengan dan dapat dishare tanpa batas dan jangkauan wilayah.

### e. Visualisasi Desain

Katalog Buku Menu sebagai Media utama dicetak dalam bentuk buku fisik berupa Katalog Buku Menu dengan spesifikasi ukuran kertas B5, berisi 16 halaman isi dan 2 halaman cover, pada isi katalog menggunakan bahan kertas *Art Paper* 210 gram sedangkan pada cover katalog menggunakan kertas *Art Paper* 260 gram.



Gambar 1.11 Konten Isi  
(Sumber: Nursya'baana,2023)

Pada halaman setelah cover terdapat halaman konten, halaman ini berisi 5 sub bab menu yang ditawarkan, dengan penambahan keterangan apa saja yang dibahas dalam Katalog Buku Menu. Halaman ini mempermudah konsumen dalam mencari produk yang ditawarkan Pawon Yu'Ne.



Gambar 1.12 Isi Katalog  
(Sumber: Nursya'baana,2023)

Katalog ini berisi deskripsi dari menu Pawon Yu'Ne, menggunakan visualisasi gambar berupa fotografi makanan, dilengkapi dengan informasi harga dan penambahan ilustrasi sebagai pendukung elemen visual. Untuk menarik audiens penulis menambahkan beberapa *copy writing* yang bersifat mengajak agar membeli produk tersebut.

Pada perancangan ini, penulis juga menggunakan media pendukung yang bersifat sebagai alat promosi, seperti Brosur, Banner, Poster, dan Stiker.



Gambar 1.13 Poster, Brosur, Banner dan Poster  
(Sumber: Nursya'baana,2023)

Desain pada media cetak seperti poster, brosur dan x-banner berisi kalimat ajakan, informasi menu baru dan juga barcode menuju e-katalog. Di dukung dengan penambahan elemen visual berupa ilustrasi desain dengan gaya *flat* desain.



Gambar 1.14 Media Scan Barcode  
(Sumber: Nursya'baana,2023)

Scan barcode dirancang dengan tujuan sebagai media pendukung untuk menampilkan e-katalog secara digital menggunakan web. Dikemas dalam bentuk media tent card dan stiker untuk mengingatkan kembali calon konsumen kepada Katalog Food Photography, dan juga dapat dibagikan kepada calon konsumen lama ataupun baru untuk mempromosikan produk dari Pawon Yu'Ne. Hal ini akan lebih memudahkan konsumen dalam memesan.

## **SIMPULAN DAN SARAN**

Dalam perancangan media utama Katalog *Food Photography* Pawon Yu'Ne bertujuan sebagai pendukung media promosi dengan cara mendeskripsikan dan memvisualisasikan menu makanan yang ditawarkan, berupa buku menu berlembar yang dikemas secara menarik dan lebih informatif. Selain media utama, penulis juga merancang media pendukung untuk mempromosikan katalog melalui brosur, banner, poster dan juga stiker.

Proses dari perancangan Katalog *Food Photography* ini dilakukan dengan melalui beberapa tahapan perancangan, dan metode visualisasi desain yang berawal dari pembuatan *Thumbnail* yaitu sketsa dasar layout katalog dan elemen visual, kemudian dilanjutkan dengan *Tight Tissue* yaitu tahap pengembangan desain dari sketsa awal menggunakan software desain. Tahap terakhir adalah penyempurnaan *Tight Tissue* menjadi final desain.

Konsep perancangan Katalog *Food Photography* sebagai buku menu ini menggunakan gaya *flat* desain yang mengusung tema *colorfull*. Lalu untuk isi konten dari Katalog *Food Photography* terdiri dari daftar konten, konten pertama kategori menu *frozen food*, konten kedua kategori menu *dessert*, konten ketiga kategori menu *combo*, konten keempat daftar semua menu dan terakhir konten dari menu *best seller*. Dan setiap bab nya berisi gambar dari menu makanan, informasi harga dan deskripsi dari makanan tersebut. Selain berisi gambar menu makanan, katalog juga didukung dengan ilustrasi *flat* desain dan beberapa kata ajakan untuk mengajak calon konsumen membeli produk tersebut.

Saran bagi peneliti selanjutnya, diharapkan mampu merancang *stand booth* agar Pawon Yu'Ne memiliki outlet langsung untuk. Dan juga, mampu mengkaji lebih banyak sumber terkait referensi fotografi secara lebih baik dan lengkap. Dengan tujuan, untuk menunjang promosi, meningkatkan penjualan dan produktivitas Pawon Yu'Ne.

## REFERENSI

- Aliyah, A. H. (2022). Peran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Untuk Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, 66-67.
- Aprillia, V. P. (2021). Perancangan Buku Food Photography Kuliner Tradisional Khas Surabaya. *Jurnal Barik*, 148.
- Ar'rasyiid, D. I. (2020). Visualisasi Levitasi Makanan Tradisional Magelang. *Journal of Photography, Arts, and Media*, 2.
- Faridi, A. I. (2022). *Pengantar Komunikasi Pemasaran*. Yayasan Kita Menulis.
- Fiandra, Y. (2020). Teknik Fotografi Flatlay Sebagai Bentuk Strategi Marketing OnLine Instagram. *KREATIF (Jurnal Karya Tulis, Rupa, Eksperimental dan Inovatif)*, 3.
- Harsanto, P. W. (2019). *Fotografi Desain*. PT Kanisius.
- Jasmadi. (2018). *Cara Praktis Bikin E-Catalog*. CV. Oxy Consultant.