

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI USAHA CATERING KEMANGI DI SIDOARJO

Muhammad Fairuzul Wafi Faradis¹, Nova Kristiana²

^{1,2}Program Desain Grafis, Vokasi, Universitas Negeri Surabaya

Email: muhammadfairuzul.22002@mhs.unesa.ac.id

INFO ARTIKEL

Diterima:

20/04/2026

Direvisi:

21/05/2026

Dipublikasi:

30/06/2026

e-ISSN:

3108-9925

Kata Kunci:

Media Promosi;

UMKM;

catering;

Instagram; Kata

desain grafis

Keywords:

promotional

media; MSME;

catering;

Instagram;

graphic design.

Abstrak

UMKM Catering Kemangi di Sidoarjo merupakan usaha kuliner yang bergerak di bidang catering dan snack box. Meskipun telah memiliki produk yang beragam dan kualitas yang baik, promosi yang dilakukan masih terbatas pada komunikasi dari mulut ke mulut, WhatsApp, dan brosur sederhana sehingga jangkauan pasar serta brand awareness belum optimal. Penelitian ini bertujuan merancang media promosi yang lebih komunikatif, terstruktur, dan konsisten untuk mendukung peningkatan citra usaha serta memperluas jangkauan pemasaran. Metode perancangan menggunakan pendekatan kualitatif melalui wawancara, observasi, dokumentasi, studi literatur, serta analisis SWOT dan USP. Hasil perancangan menghasilkan media promosi utama berupa feed Instagram, Instagram Story, poster, dan X-banner, serta media pendukung berupa katalog WhatsApp Business, brosur, sign name, dan label. Perancangan ini mengusung konsep visual yang menampilkan kesan lezat, praktis, dan elegan melalui penggunaan fotografi produk, warna ungu, putih, dan krem, serta tipografi yang konsisten. Hasil perancangan diharapkan mampu meningkatkan efektivitas komunikasi visual, memperkuat identitas usaha, dan membantu UMKM Kemangi bersaing dengan usaha sejenis.

Abstract

Kemangi Catering is an MSME in Sidoarjo engaged in catering and snack box services. Although it offers diverse products with good quality, its promotional activities have been limited to word-of-mouth communication, WhatsApp, and simple brochures, resulting in limited market reach and low brand awareness. This study aims to design promotional media that are more communicative, structured, and consistent in order to strengthen brand image and expand market reach. The design method employed a qualitative approach through interviews, observation, documentation, literature study, as well as SWOT and USP analysis. The resulting promotional media consist of main media such as Instagram feed, Instagram Story, poster, and X-banner, supported by WhatsApp Business catalog, brochure, sign name, and product labels. The design adopts a visual concept emphasizing a delicious, practical, and elegant impression through product photography, the use of purple, white, and cream colors, and consistent typography. The final design is expected to improve visual communication effectiveness, strengthen brand identity, and help Kemangi Catering compete with similar culinary businesses.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan sektor strategis yang berperan penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi nasional. Menurut Badan Pusat Statistik (2023), UMKM memiliki kontribusi besar terhadap perekonomian nasional, termasuk dalam penyerapan tenaga kerja dan penguatan aktivitas ekonomi masyarakat. Sejalan dengan itu, Dinasti Review (2024) menjelaskan bahwa UMKM juga berperan dalam pemerataan ekonomi dan menjadi salah satu penggerak utama perekonomian di tingkat lokal maupun nasional. Hal tersebut menunjukkan bahwa keberadaan UMKM tidak hanya penting dari sisi ekonomi, tetapi juga dari sisi sosial karena mampu membuka peluang usaha dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Perkembangan teknologi digital telah mendorong perubahan pola promosi dan pemasaran pada berbagai jenis usaha, termasuk UMKM kuliner. Menurut Edu Komputika (2023), media digital dapat dimanfaatkan sebagai sarana promosi karena mampu menyampaikan informasi secara cepat, luas, dan efisien. Sementara itu, Oktapriyana (2024) menjelaskan bahwa media sosial menjadi strategi promosi yang efektif karena bersifat interaktif, mudah diakses, dan dekat dengan kebiasaan konsumen masa kini. Dalam konteks UMKM kuliner, pemanfaatan media sosial menjadi penting karena produk makanan sangat bergantung pada kekuatan visual untuk menarik perhatian konsumen. Menurut Veranita, Putra, dan Suastika (2021), Instagram merupakan salah satu platform yang efektif untuk mempromosikan produk kuliner karena memungkinkan pelaku usaha menampilkan foto produk, informasi menu, dan interaksi dengan konsumen secara lebih menarik.

Meskipun demikian, masih banyak UMKM yang belum memanfaatkan media promosi secara optimal. Menurut Mardiansyah, Wibisono, dan Syahlendra (2023), media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyebaran informasi, tetapi juga berperan dalam pembentukan citra merek UMKM. Apabila media promosi tidak dikelola secara konsisten dan terarah, maka potensi pembentukan citra usaha juga menjadi kurang maksimal. Kondisi serupa terjadi pada UMKM Catering Kemangi di Kecamatan Taman, Kabupaten Sidoarjo. Usaha ini bergerak di bidang catering, snack box, dan bakery untuk berbagai kebutuhan acara, seperti rapat, pengajian, acara sekolah, dan kegiatan keluarga. Berdasarkan hasil wawancara dan observasi, promosi yang dilakukan masih terbatas pada komunikasi dari mulut ke mulut, unggahan sederhana melalui WhatsApp, serta penggunaan brosur menu yang belum dirancang secara maksimal.

Permasalahan tersebut menyebabkan jangkauan pasar Kemangi masih relatif sempit dan identitas visual usaha belum terbentuk secara kuat di benak konsumen. Padahal, media promosi yang dirancang dengan baik dapat membantu UMKM menyampaikan informasi produk secara lebih jelas sekaligus membangun citra usaha yang profesional. Menurut Aisyiah (2022), media promosi dapat menjadi sarana pembentukan citra merek UMKM apabila dirancang secara tepat sesuai karakter usaha dan kebutuhan audiens. Selain itu, Muhyiddin dan Suwarno (2023) menjelaskan bahwa media promosi digital yang dirancang secara komunikatif dapat membantu UMKM meningkatkan efektivitas promosi dan memperluas jangkauan pasar. Sejalan dengan itu, Prautami (2023) menegaskan bahwa promosi melalui Instagram terbukti efektif dalam meningkatkan daya tarik UMKM kuliner, terutama ketika konten visual dan informasi produk disajikan secara menarik dan konsisten.

Berdasarkan kondisi tersebut, UMKM Catering Kemangi membutuhkan media promosi yang mampu menampilkan identitas usaha secara lebih profesional, informatif, dan mudah dikenali. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan merancang media promosi untuk UMKM Catering Kemangi di Sidoarjo agar dapat mendukung penyampaian informasi produk, memperkuat brand awareness, serta memperluas jangkauan pemasaran melalui media digital dan media cetak yang terintegrasi.

KERANGKA TEORETIS

Media Promosi

Media promosi merupakan sarana komunikasi yang digunakan untuk menyampaikan informasi mengenai produk atau jasa kepada khalayak sasaran dengan tujuan mengenalkan, mempengaruhi, dan mengingatkan konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Menurut Aisyiah (2022), media promosi pada UMKM tidak hanya berfungsi sebagai alat pemasaran, tetapi juga berperan dalam membangun citra merek dan memperkuat identitas usaha. Hal ini menunjukkan bahwa media promosi memiliki fungsi ganda, yaitu sebagai media penyampai informasi sekaligus pembentuk persepsi audiens terhadap suatu usaha.

Dalam konteks UMKM kuliner, media promosi perlu dirancang dengan mempertimbangkan unsur informatif, persuasif, dan visual. Menurut Rahmawati dan Dewi (2023), media promosi yang baik mampu meningkatkan daya tarik suatu usaha apabila informasi yang disampaikan jelas, mudah dipahami, dan dikemas secara visual menarik. Oleh karena itu, promosi pada usaha catering tidak cukup hanya menampilkan daftar menu,

tetapi juga harus menonjolkan karakter produk, kualitas layanan, serta keunggulan usaha agar konsumen memiliki alasan untuk memilih produk tersebut.

Media Sosial sebagai Sarana Promosi UMKM

Media sosial merupakan salah satu platform promosi yang relevan bagi UMKM karena mampu menjangkau audiens secara luas dengan biaya yang relatif terjangkau. Menurut Karlina, Budiman, dan Panigoro (2023), Instagram menjadi media promosi yang efektif bagi UMKM karena mampu menampilkan konten visual yang menarik serta mendukung strategi promosi yang lebih terukur. Instagram memungkinkan pelaku usaha menampilkan foto produk, informasi paket, promo, dan identitas merek dalam satu ruang digital yang mudah diakses konsumen.

Selain Instagram, WhatsApp Business juga dapat dimanfaatkan sebagai media promosi dan pemesanan. Menurut Kurnianti (2022), media sosial pada usaha catering dapat berfungsi tidak hanya sebagai alat komunikasi pemasaran, tetapi juga sebagai sarana untuk membangun hubungan langsung dengan konsumen. Hal ini diperkuat oleh Satriyono (2023) yang menjelaskan bahwa pemanfaatan digital marketing pada usaha catering dapat membantu meningkatkan visibilitas usaha dan memperkuat branding apabila didukung oleh media yang sesuai dengan perilaku target pasar.

Elemen Desain Komunikasi Visual

Perancangan media promosi tidak terlepas dari elemen desain komunikasi visual seperti warna, tipografi, fotografi, ilustrasi, dan tata letak. Menurut Landa (2006), desain promosi yang efektif harus mampu menggabungkan unsur visual dan verbal secara seimbang agar pesan yang disampaikan mudah dipahami sekaligus menarik perhatian audiens. Dalam media promosi kuliner, fotografi produk memiliki peran penting karena menjadi representasi visual utama dari kualitas makanan yang ditawarkan.

Selain itu, pemilihan warna dan tipografi juga menentukan kesan visual yang dibangun oleh suatu merek. Warna dapat memperkuat identitas usaha dan memunculkan suasana tertentu, sedangkan tipografi membantu menjaga keterbacaan informasi. Tata letak yang terstruktur juga diperlukan agar audiens dapat memahami informasi produk secara bertahap, mulai dari nama usaha, visual produk, detail menu, hingga kontak pemesanan.

METODE PERANCANGAN

Perancangan media promosi UMKM Catering Kemangi menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan pendekatan perancangan sebagai upaya pemecahan masalah komunikasi visual. Metode ini digunakan untuk memahami kondisi usaha, sistem promosi yang telah berjalan, karakter produk, serta kebutuhan target konsumen secara lebih mendalam. Fokus perancangan diarahkan pada pengembangan media promosi yang mampu meningkatkan daya tarik UMKM Catering Kemangi, memperluas jangkauan informasi, dan membangun identitas visual usaha melalui media digital dan cetak yang lebih komunikatif.

Objek penelitian dalam perancangan ini adalah UMKM Catering Kemangi yang berlokasi di Kecamatan Taman, Kabupaten Sidoarjo. Catering Kemangi merupakan usaha kuliner yang bergerak di bidang penyediaan catering, snack box, nasi kotak, serta bakery untuk berbagai kebutuhan acara, seperti rapat, pengajian, kegiatan sekolah, dan acara keluarga. Usaha ini menawarkan variasi menu yang cukup beragam dan fleksibilitas pemesanan sesuai kebutuhan konsumen. Namun, dalam kegiatan promosinya, Catering Kemangi masih mengandalkan komunikasi dari mulut ke mulut, WhatsApp, dan brosur sederhana sehingga jangkauan promosi dan penyampaian informasi produk belum optimal.

Sasaran perancangan media promosi ini adalah masyarakat yang memiliki kebutuhan terhadap layanan catering dan snack box, khususnya untuk acara formal maupun nonformal. Target audiens meliputi konsumen berusia produktif yang aktif menggunakan media digital, seperti pekerja kantoran, guru, panitia kegiatan, mahasiswa, dan ibu rumah tangga yang membutuhkan konsumsi untuk rapat, arisan, pengajian, maupun acara keluarga. Sasaran ini dipilih karena memiliki potensi tinggi dalam menggunakan layanan Catering Kemangi dan cenderung mempertimbangkan kemudahan pemesanan, variasi menu, kualitas rasa, serta tampilan visual produk sebelum memutuskan pembelian.

Teknik pengumpulan data dalam perancangan ini dilakukan melalui wawancara, observasi, dokumentasi, dan studi literatur. Wawancara dilakukan dengan pemilik UMKM Catering Kemangi untuk memperoleh informasi mengenai profil usaha, sistem promosi yang telah digunakan, target pasar, jenis produk, serta kendala yang dihadapi dalam kegiatan promosi. Observasi dilakukan secara langsung di lokasi usaha untuk mengamati aktivitas

operasional, tampilan produk, media promosi yang telah dimiliki, dan perilaku konsumen. Dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan foto produk, kemasan, lokasi usaha, dan media promosi yang sudah ada sebagai bahan visual perancangan. Studi literatur digunakan untuk memperoleh landasan teori mengenai media promosi, media sosial, branding UMKM, dan desain komunikasi visual.

Analisis data dilakukan secara deskriptif melalui pendekatan kualitatif dengan menggunakan analisis SWOT dan USP. Analisis SWOT digunakan untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dimiliki Catering Kemangi sebagai dasar penyusunan strategi promosi. Berdasarkan hasil analisis, kekuatan utama Catering Kemangi terletak pada variasi menu yang beragam, fleksibilitas pemesanan, kualitas produk, dan kemampuan melayani berbagai kebutuhan acara. Kelemahannya terletak pada promosi yang masih sederhana, belum adanya sistem media promosi yang terintegrasi, serta penyajian informasi produk yang belum lengkap dan konsisten. Peluang usaha terlihat dari tingginya kebutuhan masyarakat terhadap jasa catering untuk berbagai kegiatan serta kebiasaan target konsumen dalam mencari informasi produk melalui media sosial. Sementara itu, ancaman berasal dari banyaknya usaha catering sejenis yang telah lebih dahulu memanfaatkan media digital secara aktif dan memiliki tampilan promosi yang lebih menarik.

Selain analisis SWOT, perancangan ini juga menggunakan analisis Unique Selling Proposition (USP) untuk menentukan nilai unggul yang dapat dijadikan pembeda Catering Kemangi dengan kompetitor. Hasil analisis menunjukkan bahwa Catering Kemangi memiliki keunggulan pada kelengkapan pilihan menu, fleksibilitas pemesanan sesuai kebutuhan acara, serta kemampuan melayani pesanan dalam jumlah besar dengan penyajian yang praktis. Keunggulan tersebut kemudian dijadikan dasar dalam perumusan pesan promosi, yaitu menampilkan Catering Kemangi sebagai penyedia catering yang lezat, praktis, dan cocok untuk berbagai kebutuhan acara.

Berdasarkan hasil wawancara, observasi, dan analisis data, ditemukan bahwa permasalahan utama Catering Kemangi terletak pada belum optimalnya media promosi dalam menyampaikan informasi produk dan membangun identitas visual usaha. Media promosi yang digunakan sebelumnya belum mampu menampilkan variasi menu, paket catering, harga, dan keunggulan usaha secara jelas dan menarik. Selain itu, belum adanya konsistensi visual pada media promosi menyebabkan citra usaha belum terbentuk secara kuat di benak konsumen. Kondisi tersebut membuat promosi Catering Kemangi belum maksimal dalam menjangkau calon konsumen baru.

Dari permasalahan tersebut, dirumuskan kebutuhan perancangan berupa media promosi yang mampu menyampaikan informasi produk secara jelas, menarik, dan mudah diakses oleh target audiens. Media promosi yang dirancang harus dapat menampilkan identitas visual usaha secara konsisten, memperlihatkan kualitas produk melalui fotografi makanan, serta memudahkan konsumen memperoleh informasi mengenai menu, harga, paket, dan cara pemesanan. Berdasarkan kebutuhan tersebut, konsep perancangan diarahkan pada visual yang menampilkan kesan lezat, praktis, dan elegan. Konsep visual diterapkan melalui penggunaan fotografi produk sebagai elemen utama, pemilihan warna ungu, putih, dan krem untuk membangun kesan hangat dan profesional, serta tata letak yang terstruktur agar informasi lebih mudah dipahami. Hasil analisis ini kemudian menjadi dasar dalam perancangan media promosi utama dan media pendukung Catering Kemangi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Objek penelitian dalam tugas akhir ini adalah UMKM Catering Kemangi yang berlokasi di Kecamatan Taman, Kabupaten Sidoarjo. Catering Kemangi merupakan usaha kuliner yang bergerak di bidang penyediaan jasa catering, snack box, nasi kotak, dan bakery untuk berbagai kebutuhan acara, seperti rapat, pengajian, kegiatan sekolah, arisan, hingga acara keluarga. Usaha ini menyediakan beragam pilihan menu dengan sistem pemesanan yang fleksibel sesuai kebutuhan konsumen. Namun, dalam kegiatan promosinya, Catering Kemangi masih memanfaatkan promosi secara sederhana melalui komunikasi dari mulut ke mulut, WhatsApp, serta brosur menu, sehingga jangkauan informasi dan pembentukan identitas visual usaha belum optimal.

Perancangan media promosi ini mengusung tema “Kemangi: Lezat, Praktis, dan Elegan dalam Satu Sajian” yang bertujuan untuk menarik minat masyarakat, khususnya individu, keluarga, panitia kegiatan, instansi, maupun komunitas yang membutuhkan layanan catering dan konsumsi acara secara praktis. Perancangan ini hadir sebagai solusi promosi bagi Catering Kemangi agar mampu menyampaikan informasi produk secara lebih jelas, menarik, dan profesional kepada target audiens yang aktif menggunakan media sosial dan aplikasi pesan instan. Konsep visual yang diterapkan menampilkan gaya modern, hangat, dan elegan melalui penggunaan fotografi produk makanan sebagai elemen utama, dipadukan dengan warna ungu, putih, dan krem yang mencerminkan kesan lezat, bersih, dan profesional. Pendekatan visual tersebut dipilih untuk merepresentasikan karakter Catering Kemangi sebagai usaha catering yang tidak hanya mengutamakan cita rasa, tetapi juga praktis dalam pemesanan

dan menarik secara tampilan. Media utama yang digunakan dalam perancangan ini adalah Instagram Feed, didukung oleh media promosi lain seperti Instagram Story, poster, X-banner, katalog WhatsApp Business, brosur, sign name, dan label sebagai media pendukung yang saling terintegrasi.



(Sumber: Pinterest)

Gaya desain visual yang digunakan dalam perancangan media promosi UMKM Catering Kemangi mengukung pendekatan modern, hangat, dan elegan dengan menonjolkan visual makanan sebagai daya tarik utama. Desain ini dipilih untuk merepresentasikan karakter Catering Kemangi sebagai usaha kuliner yang menawarkan sajian lezat, praktis, dan tetap memiliki tampilan yang rapi serta profesional. Pendekatan visual tersebut diwujudkan melalui penggunaan fotografi produk makanan yang ditampilkan secara jelas dan menggugah selera, sehingga mampu memperkuat citra produk sekaligus menarik perhatian audiens. Selain itu, penggunaan warna ungu sebagai warna utama dipadukan dengan warna putih dan krem untuk menghadirkan kesan elegan, bersih, hangat, dan terpercaya. Tata letak dirancang secara sederhana namun tetap terstruktur agar informasi mengenai menu, paket, harga, dan kontak pemesanan mudah dipahami oleh konsumen. Melalui gaya visual tersebut, media promosi Catering Kemangi diharapkan mampu membangun identitas usaha yang lebih kuat, meningkatkan daya tarik promosi, serta menciptakan kedekatan visual dengan target audiens seperti pada gambar di atas.



Gambar 2. Tipografi
(Sumber: Google Font)

Dalam perancangan media promosi UMKM Catering Kemangi, penggunaan tipografi mengedepankan keseimbangan antara daya tarik visual dan keterbacaan informasi. Font **Playfair Display** digunakan pada judul dan heading utama karena memiliki karakter huruf yang elegan, tegas, dan berkelas, sehingga mampu menarik perhatian audiens sekaligus memperkuat kesan eksklusif pada tampilan promosi. Karakter serif pada Playfair Display juga mendukung citra Catering Kemangi sebagai usaha kuliner yang tidak hanya menawarkan sajian lezat dan praktis, tetapi juga memiliki tampilan yang rapi dan profesional. Penggunaan font ini pada elemen utama membantu menonjolkan headline promosi, nama menu, maupun informasi penting lainnya agar lebih mudah dikenali oleh audiens.

Sementara itu, font **Helvetica** digunakan pada bagian isi informasi, seperti deskripsi menu, harga, detail paket, dan kontak pemesanan. Pemilihan Helvetica didasarkan pada karakter hurufnya yang sederhana, bersih, dan memiliki tingkat keterbacaan yang tinggi, sehingga informasi dapat tersampaikan dengan jelas dan efektif. Kombinasi antara Playfair Display dan Helvetica menciptakan identitas visual yang harmonis, di mana Playfair Display berfungsi sebagai elemen penarik perhatian pada bagian utama, sedangkan Helvetica menjaga kejelasan komunikasi visual pada isi media promosi. Kedua font ini mendukung konsep desain Catering Kemangi yang modern, hangat, dan elegan, sehingga keseluruhan tampilan media promosi terasa lebih terstruktur, menarik, dan sesuai dengan citra usaha yang ingin dibangun.



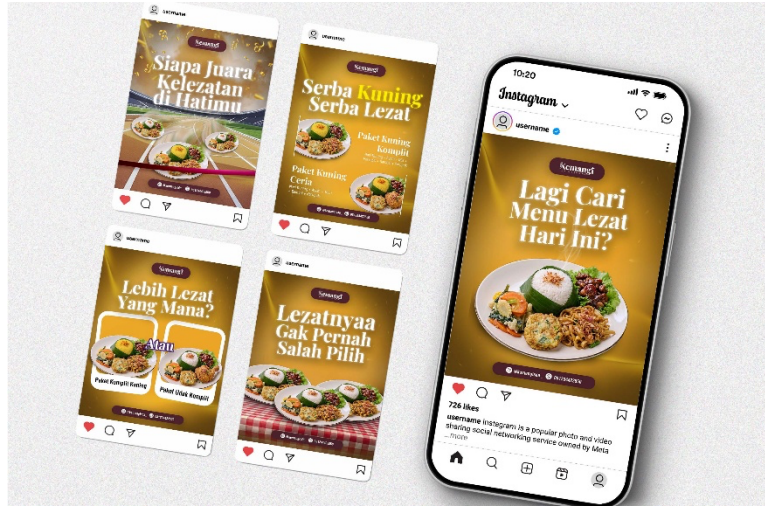
Gambar 3. *Color Palette*
(Sumber: Pinterest)

Tone warna yang digunakan dalam perancangan media promosi UMKM Catering Kemangi mengadopsi palet warna yang hangat, elegan, dan menarik untuk merepresentasikan karakter usaha kuliner yang lezat, praktis, dan profesional. Warna dominan seperti ungu tua (#4E2C72) digunakan sebagai warna utama karena mampu memberikan identitas visual yang khas sekaligus menghadirkan kesan elegan dan berkelas. Warna ini berfungsi memperkuat citra Catering Kemangi sebagai usaha yang ingin tampil lebih menonjol, terpercaya, dan mudah dikenali oleh audiens. Sementara itu, warna putih (#FFFFFF) digunakan sebagai latar belakang utama untuk menciptakan suasana yang bersih, terang, dan nyaman dilihat, sehingga perhatian audiens dapat lebih terfokus pada visual makanan serta informasi promosi yang disampaikan.

Warna ungu muda (#7F4D9F) diterapkan sebagai warna pendukung untuk menciptakan variasi visual yang tetap selaras dengan warna utama, sekaligus memberikan kesan lembut dan modern pada tampilan media promosi. Selain itu, warna kuning keemasan (#EEA727) digunakan sebagai aksen untuk menonjolkan elemen-elemen penting dalam desain, seperti highlight promo, ikon, tombol ajakan, atau detail dekoratif tertentu. Penggunaan warna kuning ini memberikan kesan hangat, ceria, dan menggugah selera, sehingga sesuai dengan karakter promosi usaha kuliner yang ingin tampil menarik dan mudah diingat oleh konsumen.

Secara keseluruhan, kombinasi warna ungu tua, ungu muda, kuning keemasan, dan putih dirancang agar membentuk identitas visual yang harmonis, konsisten, dan mudah dikenali. Perpaduan warna tersebut tidak hanya memperkuat daya tarik estetis media promosi, tetapi juga membantu menampilkan karakter Catering Kemangi sebagai usaha kuliner yang lezat, praktis, dan elegan dalam balutan desain yang modern.

a. Feed Instagram



Gambar 4. Mock Up Feed Instagram
(Sumber: Dokumen Penulis)

Instagram Feed dirancang sebagai media promosi utama UMKM Catering Kemangi yang berfungsi sebagai etalase digital untuk menampilkan identitas usaha, variasi menu, paket catering, promo, serta informasi pemesanan secara visual dan terstruktur. Media ini dipilih karena sesuai dengan kebiasaan target audiens yang aktif menggunakan media sosial untuk mencari referensi makanan maupun jasa catering. Tampilan feed disusun dengan menonjolkan fotografi produk, headline singkat, serta informasi penting seperti nama menu, harga, dan kontak pemesanan agar mudah dipahami oleh audiens. Penggunaan warna ungu, kuning keemasan, dan putih diterapkan secara konsisten untuk memperkuat identitas visual Catering Kemangi sehingga akun Instagram tidak hanya berfungsi sebagai sarana promosi, tetapi juga sebagai media branding usaha yang lebih profesional dan menarik.

b. Story Instagram



Gambar 5. Mock Up Story Instagram
(Sumber: Dokumen Penulis)

Instagram Story dirancang sebagai media promosi pendukung yang bersifat singkat, dinamis, dan interaktif untuk menyampaikan informasi harian Catering Kemangi. Media ini digunakan untuk menampilkan promo, menu harian, testimoni pelanggan, proses produksi, maupun pengingat pemesanan dengan format visual yang lebih cepat dan fleksibel. Dibandingkan feed yang bersifat lebih permanen, Instagram Story memungkinkan Catering Kemangi membangun komunikasi yang lebih aktif dengan audiens melalui konten yang dapat diperbarui secara rutin. Desain story tetap mempertahankan konsistensi identitas visual melalui penggunaan warna, tipografi, dan elemen grafis yang seragam, sehingga meskipun tampil dalam format yang lebih sederhana, media ini tetap mendukung citra Catering Kemangi sebagai usaha kuliner yang rapi, praktis, dan profesional.

c. Poster



Gambar 6. Mock Up Poster
(Sumber: Dokumen Penulis)

Poster dirancang sebagai media promosi cetak yang memuat informasi singkat mengenai layanan Catering Kemangi, seperti jenis produk, pilihan paket, keunggulan usaha, dan kontak pemesanan. Media ini berfungsi untuk memperluas jangkauan promosi, baik melalui penyebaran langsung kepada calon konsumen maupun melalui unggahan digital dalam bentuk poster online. Desain poster menonjolkan visual makanan yang menarik dengan susunan informasi yang ringkas agar audiens dapat segera memahami isi promosi dalam sekali lihat. Penggunaan poster juga bertujuan untuk membantu Catering Kemangi menyampaikan informasi promosi secara lebih praktis, khususnya pada momen tertentu seperti penawaran paket, promo musiman, atau kegiatan promosi di lingkungan sekitar.

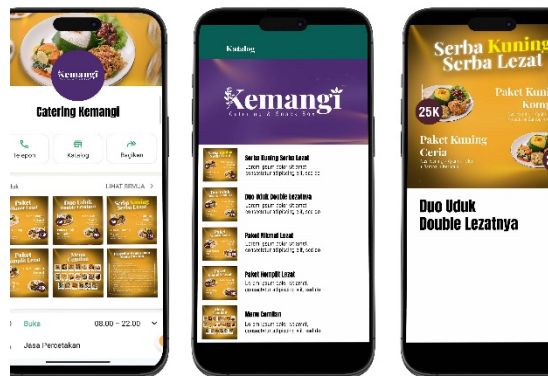
d. X-Banner



Gambar 7. Mock Up X Banner
(Sumber: Dokumen Penulis)

X-banner dirancang sebagai media promosi cetak berukuran vertikal yang digunakan untuk memperkuat kehadiran visual Catering Kemangi di lokasi usaha maupun pada kegiatan promosi langsung, seperti bazar, pameran, atau acara tertentu. Media ini menampilkan identitas usaha, visual produk, layanan utama, serta informasi pemesanan dalam format yang lebih besar sehingga mudah terlihat oleh audiens dari jarak tertentu. Dalam perancangannya, X-banner menggunakan komposisi visual yang sederhana namun tetap menonjolkan elemen-elemen penting agar pesan promosi dapat tersampaikan secara cepat. Kehadiran media ini berfungsi sebagai penarik perhatian sekaligus penanda visual yang memperkuat eksistensi Catering Kemangi dalam aktivitas promosi offline.

e. Katalog WhatsApp Business



Gambar 8. Mock Up Katalo *Whatsapp Business*
(Sumber: Dokumen Penulis)

Katalog WhatsApp Business dirancang sebagai media promosi sekaligus media informasi yang memudahkan konsumen melihat daftar menu, harga, dan paket Catering Kemangi secara langsung melalui aplikasi WhatsApp. Media ini dipilih karena WhatsApp merupakan salah satu sarana komunikasi utama yang digunakan Catering Kemangi dalam melayani pemesanan konsumen. Dengan adanya katalog yang tersusun rapi, konsumen tidak perlu menanyakan detail produk satu per satu, sehingga proses pemesanan menjadi lebih cepat dan efisien. Selain berfungsi sebagai katalog produk, media ini juga membantu membangun citra usaha yang lebih profesional karena informasi layanan ditampilkan secara sistematis dan mudah diakses kapan saja oleh calon pelanggan.

f. Brosur



Gambar 9. Mock Up Brosur (Belakang-Depan)
(Sumber: Dokumen Penulis)

Brosur dirancang sebagai media cetak informatif yang memuat penjelasan lebih lengkap mengenai Catering Kemangi, mulai dari profil usaha, jenis layanan, pilihan menu, paket catering, hingga informasi kontak pemesanan. Dibandingkan poster yang lebih singkat, brosur memiliki ruang informasi yang lebih luas sehingga dapat digunakan untuk memperkenalkan usaha secara lebih mendalam kepada konsumen. Desain brosur tetap menonjolkan visual makanan dan identitas warna Catering Kemangi agar tampil menarik sekaligus konsisten dengan media promosi lainnya. Kehadiran brosur diharapkan dapat membantu konsumen memperoleh gambaran yang lebih jelas mengenai layanan yang ditawarkan, sehingga dapat meningkatkan minat untuk melakukan pemesanan.

g. Sign Name



Gambar 10. Mock Up Sign Name
(Sumber: Dokumen Penulis)

Sign name dirancang sebagai media identitas visual yang dipasang pada lokasi usaha Catering Kemangi untuk memudahkan konsumen mengenali keberadaan usaha secara langsung. Media ini berfungsi sebagai penanda tempat sekaligus sarana branding yang memperkuat eksistensi Catering Kemangi di lingkungan sekitar. Dalam perancangannya, sign name menampilkan nama usaha, logo, dan elemen visual khas Catering Kemangi dengan tampilan yang sederhana namun tetap menonjol agar mudah terlihat dan dikenali. Kehadiran sign name penting untuk membangun citra usaha yang lebih profesional, sekaligus membantu konsumen atau calon pelanggan menemukan lokasi Catering Kemangi dengan lebih mudah.

g. Label



Gambar 11. Mock Up Label
(Sumber: Dokumen Penulis)

Label dirancang sebagai media identitas yang diterapkan pada kemasan produk Catering Kemangi, baik pada snack box, nasi kotak, maupun produk pendukung lainnya. Fungsi utama label adalah memperkuat branding usaha dengan menampilkan nama Catering Kemangi, logo, serta elemen visual yang konsisten dengan media promosi lainnya. Selain sebagai penanda identitas, label juga memberikan nilai tambah pada tampilan kemasan sehingga produk terlihat lebih rapi, menarik, dan profesional ketika diterima konsumen. Kehadiran label membantu membangun kesan bahwa Catering Kemangi tidak hanya memperhatikan kualitas rasa, tetapi juga memperhatikan detail penyajian dan citra visual usaha secara keseluruhan.

SIMPULAN DAN SARAN

Perancangan media promosi ini dilakukan sebagai upaya strategis untuk memperkuat citra dan daya tarik UMKM Catering Kemangi dalam menjangkau masyarakat yang membutuhkan layanan catering untuk berbagai kebutuhan acara. Berdasarkan hasil riset dan analisis, ditemukan bahwa target audiens membutuhkan media promosi yang tidak hanya informatif, tetapi juga komunikatif, menarik secara visual, dan konsisten dalam menampilkan identitas usaha. Oleh karena itu, media promosi dirancang melalui pendekatan desain komunikasi visual yang menggabungkan konsep lezat, praktis, dan elegan dengan penyampaian informasi yang ringkas, persuasif, dan mudah dipahami. Pendekatan tersebut diwujudkan melalui penggunaan fotografi makanan sebagai elemen utama, pemilihan tone warna ungu, kuning keemasan, dan putih, serta penerapan tipografi Playfair Display dan Helvetica yang mendukung kesan profesional sekaligus hangat.

Proses perancangan dilakukan melalui tahapan yang sistematis, mulai dari pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dokumentasi, dan studi literatur, kemudian dilanjutkan dengan analisis SWOT dan USP untuk menemukan permasalahan utama, kebutuhan promosi, serta keunggulan usaha yang dapat ditonjolkan. Hasil dari proses tersebut melahirkan konsep perancangan media promosi yang diterapkan pada media utama berupa Instagram Feed, Instagram Story, poster/flyer, dan X-banner, serta media pendukung berupa katalog WhatsApp Business, brosur, sign name, dan label. Pemilihan media digital sebagai media utama dilakukan karena sesuai dengan kebiasaan target audiens yang aktif menggunakan media sosial dan aplikasi pesan instan dalam mencari informasi produk maupun melakukan pemesanan, sedangkan media cetak dan media pendukung berfungsi memperkuat kehadiran visual usaha secara langsung dan lebih menyeluruh.

Dengan pendekatan visual yang terintegrasi, hasil perancangan ini diharapkan dapat menjadi media promosi yang tidak hanya memperkenalkan produk dan layanan Catering Kemangi, tetapi juga mampu meningkatkan minat konsumen, membangun kepercayaan, serta memperkuat identitas merek di tengah persaingan usaha kuliner yang sejenis. Perancangan ini juga diharapkan dapat membantu Catering Kemangi menyampaikan informasi menu, paket, harga, dan kontak pemesanan secara lebih efektif, sehingga promosi usaha menjadi lebih terarah, profesional, dan mudah diakses oleh calon konsumen.

Perancangan media promosi untuk UMKM Catering Kemangi diharapkan dapat mendorong penguatan identitas visual usaha melalui penggunaan media promosi yang konsisten, khususnya pada platform digital seperti Instagram dan WhatsApp Business. Bagi pemilik usaha, hasil perancangan ini dapat dijadikan pedoman dalam mengelola promosi secara lebih terstruktur dan berkelanjutan agar citra usaha semakin kuat di benak konsumen. Bagi mahasiswa, perancangan ini dapat menjadi contoh penerapan desain komunikasi visual yang berorientasi pada kebutuhan UMKM, target audiens, dan strategi branding yang berbasis riset. Sementara itu, bagi peneliti atau perancang selanjutnya, hasil perancangan ini dapat dikembangkan lebih lanjut melalui eksplorasi media promosi yang lebih interaktif, seperti video promosi, konten digital berbasis tren media sosial, maupun strategi komunikasi visual yang lebih luas agar promosi UMKM kuliner dapat menjangkau pasar yang lebih besar dan kompetitif.

REFERENSI

Aisyiah, H. N. (2022). Perancangan media promosi sebagai upaya pembentukan citra merek UMKM. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 15–22.

Amarasi, A. A. A. G. (2022). Perancangan buku sebagai media promosi dalam memperkenalkan Laklak khas Bualu Nusa Dua. *Amarasi: Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 3(2), 52–63. <https://doi.org/10.59997/amarasi.v3i02.1686>

Badan Pusat Statistik. (2023). KemenKopUKM gandeng BPS lakukan pendataan lengkap koperasi dan UMKM 2023. <https://www.bps.go.id/news/2023/09/15/533/kemenkopukm-gandeng-bps-lakukan-pendataan-lengkap-koperasi->

dan-umkm-2023.html

Cahyani, R., & Dwiridotjahjono, J. (2023). Strategi digitalisasi UMKM kuliner berbasis media sosial. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 12(1), 55–64.

Dinasti Review. (2024). Kontribusi UMKM terhadap perekonomian Indonesia. *Dinasti Review*, 5(2), 120–130.

Edu Komputika. (2023). Analisis pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi UMKM. *Edu Komputika: Jurnal Ilmiah Pendidikan dan Informatika*, 10(2), 123–134. <https://doi.org/10.34010/komputika.v14i2.16698>

Muhyiddin, & Suwarno. (2023). Perancangan media promosi digital pada UMKM Batu Bata Barokah. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(3), 50–62.

Oktapriyana, A. (2024). Media sosial sebagai strategi promosi usaha kecil. *Jurnal Pemasaran Digital*, 3(1), 40–48.

Prayoga, D. N. (2022). Perancangan logo sebagai identitas visual pada “Warunk Ayam Opa” (Tugas Akhir). Sekolah Tinggi Seni Rupa dan Desain VISI, Yogyakarta. <http://repository.stsrdvisi.ac.id/1253/>

Rahmawati, A., & Dewi, S. (2023). Perancangan Media Promosi untuk Meningkatkan Daya Tarik Cafe Kaumuda di Jakarta Selatan. Politeknik Negeri Media Kreatif. <https://repository.polimedia.ac.id/id/eprint/2226>

Smartven. (2024). Strategi media promosi digital untuk pengembangan UMKM di era pemasaran online. Smartven – Portal Informasi Bisnis dan Marketing. DOI: <https://doi.org/10.37817/ikra-ithabdimas.v9i3>.

Satriyono, H. (2023). Perancangan branding serta penerapan digital marketing pada UMKM Catering Ngudi Sempulur. *ADMA: Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 3(2), 115–124. <https://doi.org/10.30812/adma.v3i2.2597>

Sari, J. (2023). Pendampingan branding dan digital marketing untuk meningkatkan promosi UMKM Catering “Miss Tote”. *Al-Khidmah: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(1), 45–54. <https://doi.org/10.59246/alkhidmah.v1i3.402>

Veranita, M., Putra, I. K. G. M., & Suastika, I. N. (2021). Pemanfaatan platform media sosial Instagram sebagai media promosi UKM kuliner. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Kreatif*, 2(1), 11–20. <https://doi.org/10.31940/jbk.v17i3.279-290>

Veranita, M., Putra, I. K. G. M., & Suastika, I. N. (2021). Pemanfaatan platform media sosial Instagram sebagai media promosi UKM kuliner. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Kreatif*, 2(1), 11–20. <https://doi.org/10.31940/jbk.v17i3.279-290>