

PERANCANGAN KATALOG DIGITAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI UNTUK UKM DND CRAFT

Muhammad Yudha Gustian¹, Ajeng Tita Negoro², Yanuar Ikhsan Pamuji³

^{1,2,3}Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual Direktorat Kampus Purwokerto Universitas Telkom
Purwokerto

squady@student.telkomuniversity.ac.id

Abstrak : Penelitian ini berfokus pada pengembangan media promosi yang efektif bagi DnD Craft, sebuah usaha yang memproduksi kerajinan tangan dari limbah kayu. Saat ini, DnD Craft menghadapi tantangan dalam pemanfaatan media promosi yang optimal untuk mengenalkan produknya yang saat ini fokus utama promosinya melalui acara pameran. Solusi yang diajukan adalah pembuatan katalog digital dengan ukuran 1920 x 1080 pixel, yang berisi informasi lengkap mengenai produk, termasuk harga, deskripsi, dan gambar. Katalog ini diharapkan dapat mempermudah pembeli dalam memilih produk dan memberikan gambaran visual yang jelas. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan analisis dokumen. Selain katalog, media pendukung seperti poster, x-banner, gantungan kunci, katalog digital, totebag, dan platform media sosial Instagram yang dirancang untuk mendukung promosi produk dari DnD Craft. Hasil penelitian menunjukkan bahwa katalog digital ini dapat menjadi media promosi yang efektif dalam mempromosikan produk DnD Craft kepada masyarakat.

Kata Kunci: DnD Craft, katalog digital, media Promosi, UKM, Pemasaran.

Abstract : This research focuses on the development of effective promotional media for DnD Craft, a business that produces handicrafts from wood waste. Currently, DnD Craft faces challenges in utilizing optimal promotional media to introduce its products, with its main promotional focus being through exhibition events. The proposed solution is the creation of a digital catalog with a size of 1920 x 1080 pixels, which contains complete information about the products, including prices, descriptions, and images. This catalog is expected to facilitate buyers in selecting products and provide a clear visual representation. This research employs a descriptive qualitative method, collecting data through interviews, observations, and document analysis. In addition to the catalog, supporting media such as posters, x-banners, keychains, digital catalogs, tote bags, and the Instagram social media platform are designed to support the promotion of DnD Craft's products. The results of the research indicate that this digital catalog can serve as an effective promotional medium in promoting DnD Craft's products to the public.

Keywords: DnD Craft, digital catalogue, promotional media, SMEs, pemasaran.

PENDAHULUAN

Promosi adalah suatu hal yang harus dilakukan setiap perusahaan. Hal utama dalam promosi adalah membuat pesan yang persuasif yang efektif untuk menarik perhatian konsumen [1]. Promosi merupakan salah satu kegiatan penting untuk meningkatkan pemasaran dalam sebuah perusahaan, karena dengan melakukan promosi perusahaan dapat memperkenalkan produk maupun jasanya kepada calon konsumen, dengan tujuan membuat *brand awareness* kepada audien dengan tujuan akhir calon konsumen membeli produk atau jasa yang disediakan oleh perusahaan. Untuk melakukan kegiatan promosi, diperlukan suatu media promosi yang cocok untuk target audien agar tepat sasaran, memilih media promosi yang tepat dapat meningkatkan efektivitas dari kegiatan promosi itu sendiri. Salah satu UKM yang perlu ditingkatkan efektivitas promosinya adalah DnD Craft.

DnD Craft merupakan salah satu UKM yang menciptakan produk ramah lingkungan berasal dari Purbalingga. DnD Craft menghasilkan produk-produk kerajinan dari bahan dasar kayu seperti tas kayu, talenan, piring, hiasan dinding, dan lain-lain. Pak Hendi selaku pemilik DnD Craft mengubah limbah kayu-kayu bekas industri meubel yang dimanfaatkan menjadi barang yang lebih berguna. DnD Craft berdiri sejak tahun 2017 dengan memiliki visi menjadi industri yang menjual produk ramah lingkungan di Indonesia bahkan Internasional. Saat ini DnD Craft sudah memperoleh beberapa penghargaan dari pemerintah melalui Bank Indonesia yang sering memberikan kesempatan kepada DnD Craft untuk mengikuti kegiatan pameran produk lokal pilihan di beberapa daerah di Indonesia seperti Purbalingga, Banyumas, Cilacap, Jakarta, Samarinda, bahkan Singapura. yang diselenggarakan oleh Bank Indonesia dalam rangka mendukung produk UMKM lokal Indonesia.

Berdasarkan hasil pengamatan dan diskusi dengan Pak Hendi selaku pemilik DnD Craft, terdapat beberapa kendala dalam penjualan. Salah satunya adalah kurangnya media promosi yang efektif untuk menampilkan contoh produk serta daftar harga dari DnD Craft saat mengikuti pameran, di mana DnD Craft tidak bisa membawa semua produknya. Hal ini menyebabkan pembeli tidak mengetahui secara lengkap produk yang ditawarkan oleh DnD Craft, sehingga menghambat transaksi antara penjual dan pembeli. Oleh karena itu, penulis merumuskan solusi untuk permasalahan ini dengan merancang sebuah katalog digital yang dapat membantu DnD Craft dalam menampilkan dan mempromosikan produknya pada saat melakukan pameran, yang memudahkan pembeli dalam mendapatkan informasi tentang produk dari DnD Craft sehingga dapat meningkatkan penjualan produk dari DnD Craft.

Katalog adalah daftar koleksi atau beberapa dokumentasi yang disusun secara teratur dengan sistem tertentu [2]. Katalog memiliki beberapa jenis, salah satunya adalah katalog digital, katalog digital berfungsi untuk memperlihatkan suatu contoh produk maupun karya dari sebuah brand kepada audien dalam bentuk digital, dalam perancangan ini penulis memilih media katalog digital karena katalog digital lebih efektif dalam menyampaikan isi produk dengan cara yang lebih menarik dan terlihat lebih profesional daripada hanya menggunakan katalog cetak. Selain memberikan informasi mengenai produk, katalog juga berfungsi sebagai portofolio perusahaan, khususnya untuk menampilkan produk-produk yang telah dibuat oleh DnD Craft selama ini. Katalog juga menjadi media promosi yang efektif bagi DnD Craft sehingga jika pembeli ingin mengetahui apa saja produk DnD Craft, mereka hanya perlu melihat layar monitor yang disediakan pada saat pameran untuk melihat informasi produk DnD Craft,

atau dengan cara memindai QR code yang telah disediakan untuk melihat produk DnD Craft dari ponsel.

Dengan demikian, perancangan katalog digital ini diharapkan tidak hanya dapat meningkatkan visibilitas produk DnD Craft, tetapi juga dapat menjadi sarana edukasi tentang pentingnya produk ramah lingkungan. Melalui katalog digital, DnD Craft dapat menjangkau lebih banyak konsumen, dan memperluas pangsa pasarnya. Implementasi katalog digital ini diharapkan dapat memberikan dampak positif yang signifikan terhadap penjualan dan kesadaran masyarakat akan produk-produk berkelanjutan, serta mendorong dukungan terhadap UKM lokal.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan, permasalahan yang dapat dirumuskan dalam penelitian ini adalah bagaimana merancang katalog sebagai media promosi produk UKM DnD Craft. Sejalan dengan rumusan masalah tersebut, tujuan penelitian ini adalah merancang katalog sebagai media promosi produk UKM DnD Craft.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif untuk mengumpulkan dan menganalisis data, yang mencakup hasil wawancara, catatan, dan dokumentasi dalam bentuk foto. Objek penelitian adalah katalog digital sebagai media promosi produk DnD Craft, yang dirancang untuk memperkenalkan dan mempromosikan produk kerajinan limbah kayu kepada calon konsumen dengan fokus pada elemen visual seperti layout, tipografi, dan warna. Subjek penelitian adalah Bapak Hendi, pemilik DnD Craft, yang memberikan informasi mengenai kebutuhan promosi dan karakteristik produk.

Data penelitian terdiri dari data primer, yang diperoleh melalui wawancara langsung dengan informan, serta data sekunder yang bersumber dari penelitian sebelumnya guna memperkuat relevansi penelitian. Informan utama dalam penelitian ini adalah Bapak Hendi dan beberapa konsumen DnD Craft untuk mendapatkan wawasan terkait efektivitas katalog digital sebagai media promosi.

Perancangan ini memiliki target audiens rentang usia 25-50 tahun, dengan kondisi psikografis orang yang memiliki ketertarikan kepada produk kerajinan tangan dari kayu, dan orang yang peduli lingkungan. Media katalog digital dipilih karena dapat menyajikan informasi produk dengan jangkauan lebih luas dan modern. Katalog digital akan dirancang dengan menekankan visual produk menggunakan desain minimalis dengan warna *rustic* yang akan memudahkan keterbacaan informasi oleh audiens.

Perancangan katalog digital ini akan menggunakan fotografi sebagai visual utama, yang menggunakan gaya *white background photography* dengan tata letak minimalis. Untuk informasi teks akan menggunakan dua jenis font yaitu, *playfair display* dan *raleway*. Font *playfair display* digunakan sebagai judul dan sub judul karena memiliki tebal-tipis pada hurufnya yang termasuk dalam kategori *font serif*. Sedangkan *raleway* yang merupakan *font sans serif* akan digunakan untuk menjelaskan deskripsi produknya, karena lebih mudah dibaca.

Katalog digital ini akan memiliki format dengan ukuran 1920x1080 *pixel* yang nantinya akan ditampilkan melalui layar monitor pada saat kegiatan pameran yang diikuti DnD Craft sedang berlangsung.

HASIL DAN DISKUSI

DnD Craft adalah UKM yang bergerak dalam produksi kerajinan tangan yang menggunakan bahan baku limbah kayu di Purbalingga, Jawa Tengah. Didirikan oleh Pak Hendi, usaha ini memanfaatkan limbah kayu, ranting kayu jati, batok kelapa, dan pohon durian untuk diolah menjadi berbagai produk berkualitas tinggi seperti tas kayu, talenan, piring, dan hiasan dinding. Dengan fokus pada keberlanjutan dan nilai seni

Hasil Observasi dan Wawancara

Hasil wawancara yang dilakukan dengan Pak Hendi pada hari Sabtu, 21 Oktober 2023 menceritakan tentang awal dari DnD Craft terbentuk yang mana Pak Hendi sebelumnya bekerja di pabrik meubel yang berada diluar kota selama 15 tahun, lalu Pak Hendi memutuskan untuk berhenti bekerja di pabrik meuble tersebut dan memilih untuk membangun usahanya sendiri di desanya dengan pengalaman 15 tahun berada di industri meuble.

Tujuan Pak Hendi membangun usahanya sendiri di desanya adalah untuk tetap dekat dengan ibunya, dan juga pak Hendi memiliki Impian untuk membuat desa Majatengah terkenal sebagai sentra industri kayu, yang akan membesarkan nama desanya, serta membuka lapangan pekerjaan bagi pemuda desa Majatengah. Pak Hendi juga menjelaskan asal nama dari DnD Craft yang berasal dari panggilan kecil pak Hendi oleh ibunya, yaitu "Di Endi" dan juga nama kedua anaknya yang memiliki huruf depan "D" menjadi inspirasi dari nama DnD Craft yang sampai sekarang sudah mendapatkan berbagai dan penghargaan yang sudah diakui Pemerintah, dan dibantu untuk melakukan pameran di berbagai acara yang dibuat oleh Pemerintah. Selain sejarah DnD Craft, Pak Hendi juga menceritakan bagaimana cara ia mendapatkan bahan baku produknya yang ia dapatkan dari beberapa sumber yaitu dengan membelinya dari sisa pabrik meuble yang lebih besar,

ranting kayu jati, dan pohon durian ia dapatkan dari kebun, dan kayu jati yang didapatkan dari supplier.

Hasil wawancara dengan pelanggan DnD Craft yaitu pemilik toko roti nyonya lien yang bernama Liena Sobichan dengan domisili di Bandung. Pertama kali ia mengetahui DnD Craft ketika ia datang ke pameran dari Bank Indonesia di Jakarta, dan sangat tertarik kepada produk DnD Craft terutama produk handbag yang terbuat dari kayu jati dan hiasan dari pecahan batok kelapa, yang ia rasa sangat unik. Selain itu, ia menyayangkan booth DnD Craft yang tidak memiliki banyak media lain untuk mempromosikan produknya jika dibandingkan dengan *booth* lainnya yang sudah menggunakan berbagai media yang lebih modern seperti layar monitor untuk menunjukkan produk dan informasi lainnya dari brand tersebut.

Analisis Data SWOT

Analisis SWOT menunjukkan bahwa DnD Craft memiliki kekuatan utama dalam penggunaan bahan baku dari limbah kayu pabrik meubel serta kayu jati berkualitas tinggi yang dihiasi pecahan batok kelapa bernilai seni. Selain itu, DnD Craft juga membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar. Namun, kelemahan yang dimiliki adalah promosi yang masih terbatas hanya melalui pameran dan kurangnya pemanfaatan media sosial secara optimal. Lokasi yang berada di desa juga menjadi tantangan tersendiri dibandingkan kompetitor yang berada di kota. Di sisi lain, peluang yang dimiliki DnD Craft cukup besar, seperti ketersediaan bahan baku yang melimpah yang menekan biaya produksi serta potensi memperluas pasar jika mampu memanfaatkan media sosial dengan baik. Seringnya mengikuti pameran juga dapat memperluas jangkauan pasar. Namun, DnD Craft menghadapi ancaman dari kompetitor yang sudah lebih mahir dalam memanfaatkan media sosial sebagai alat pemasaran utama.

Dibandingkan dengan pesaingnya, DIS Homedecor memiliki keunggulan dalam lokasi yang strategis di kota serta memiliki toko offline, didukung oleh promosi aktif di media sosial dengan jumlah pengikut yang cukup banyak. Kelemahannya adalah biaya produksi yang lebih tinggi akibat lokasi yang jauh dari supplier serta biaya sewa toko yang mahal, sehingga harga produknya menjadi lebih tinggi. Peluang yang dimiliki adalah keberadaan toko offline di kawasan yang mudah dijangkau serta partisipasi dalam pameran untuk menambah jangkauan pasar. Namun, ancamannya adalah banyaknya kompetitor dengan produk serupa yang juga sudah aktif memanfaatkan media sosial.

Sementara itu, Dcraft Indonesia memiliki lokasi yang strategis di Jakarta dan telah aktif memanfaatkan media sosial untuk promosi. Namun, kelemahannya adalah biaya produksi yang tinggi yang menyebabkan harga produknya lebih mahal dibandingkan kompetitor lainnya. Peluang yang dimiliki adalah pemasaran melalui marketplace yang memudahkan proses jual beli serta keikutsertaan dalam pameran yang dapat meningkatkan jangkauan pasar. Ancaman utama yang dihadapi adalah persaingan ketat di pusat kota dengan banyaknya pesaing yang menawarkan produk serupa. Berdasarkan analisis S.W.O.T. maka dapat disimpulkan USP (Unique Selling Point) dari DnD Craft adalah produknya yang ramah lingkungan yang menggunakan limbah kayu bekas pabrik meuble besar, dan limbah kayu sekitar yang sudah tidak terpakai.

Ide Perancangan

Perancangan ini memiliki target audiens dengan usia 25-50 tahun. Media katalog digital dipilih karena sangat efektif untuk memperkenalkan produk dalam kegiatan pameran yang sering diikuti oleh DnD Craft yang akan memuat produk-produk dari DnD Craft. Katalog digital lebih efektif

dalam menyampaikan informasi produk dengan menonjolkan visual dari produk yang dapat memberikan gambaran informasi visual produk dan juga memberikan informasi lainnya seperti harga, dimensi, dan deskripsi dari produk tersebut. Katalog digital ini menggunakan gaya desain *rustic* minimalis yang mengutamakan kesederhanaan dengan elemen yang bernuansa alami dan warna netral seperti krem, coklat, dan abu-abu, katalog ini menggunakan foto produk dengan nuansa natural yang memiliki latar belakang polos, dan menggunakan font sans-serif sederhana dengan tujuan memudahkan penyampaian informasi kepada audiens dengan kesan elegan.

Media Utama

Media utama katalog digital dianggap efektif dalam menyampaikan informasi produk karena kemudahan akses dan jangkauan yang lebih luas dibandingkan dengan katalog buku, selain itu katalog digital akan menambahkan kesan professional kepada DnD Craft karena sudah memanfaatkan teknologi digital. Katalog digital ini akan memberikan informasi produk kepada audiens yang dapat dibuka dengan cara mengakses tautan katalog digital yang akan disebarakan melalui media pendukung seperti *feed* instagram, buku katalog, poster, dan juga *x-banner*. Berikut merupakan isi dari katalog digital DnD Craft :

Bagian Katalog	Penjelasan
Cover	Menampilkan judul dan foto produk unggulan dari DnD Craft
Profil DnD Craft	Berisikan informasi tentang DnD Craft untuk memperkenalkan secara singkat apa itu DnD Craft
Menu Pilihan Edisi	Menampilkan menu pemilihan edisi <i>coconut shell series</i> atau <i>eco essential series</i> yang jika di tekan akan menuju ke halaman salah satu edisi.

Daftar Produk Edisi <i>Coconut Shell Series</i>	Menampilkan <i>highlight</i> produk di sebelah kiri, yang bisa berganti gambar dengan menekan tombol, dan foto produk beserta keterangan harga dan ukuran di sebelah kanan yang bisa di <i>scroll</i> ke bawah, dan jika di tekan akan menuju ke halaman detail produk.
Halaman Detail Produk Edisi <i>Coconut Shell Series</i>	Menampilkan 3 foto produk yang dapat di klik tiap fotonya untuk memperbesar ukuran fotonya, dengan di bagian kanan berisi nama produk, harga produk, ukuran produk, beserta deskripsi singkat dari produk.
Daftar Produk Edisi <i>Eco Essential Series</i>	Menampilkan <i>highlight</i> produk di sebelah kiri, yang bisa berganti gambar dengan menekan tombol, dan foto produk beserta keterangan harga dan ukuran di sebelah kanan yang bisa di <i>scroll</i> ke bawah, dan jika di tekan akan menuju ke halaman detail produk.
Halaman Detail Produk Edisi <i>Eco Essential Series</i>	Menampilkan <i>highlight</i> produk di sebelah kiri, yang bisa berganti gambar dengan menekan tombol, dan foto produk beserta keterangan harga dan ukuran di sebelah kanan yang bisa di <i>scroll</i> ke bawah, dan jika di tekan akan menuju ke halaman detail produk.
Penutup	Penutup menampilkan foto tempat produksi beserta <i>contact person</i> DnD Craft, dan <i>QR Code</i> yang mengarahkan ke web <i>linktree</i> milik DnD Craft.

Tabel 1 Storyline
Sumber : Data Olahan Penulis

Media Pendukung

Selain media utama, terdapat media pendukung yang akan mengantarkan audiens secara langsung pada media utama. Pada perancangan ini media pendukung berupa buku katalog, poster, x-banner, gantungan kunci kayu, totebag, dan *feed* instagram.

Buku Katalog dipilih sebagai media pendukung karena dapat menyajikan informasi lebih cepat tanpa perlu perangkat lain seperti handphone maupun laptop. Buku katalog ini akan memberikan informasi produk unggulan DnD Craft edisi coconut shell series, dan di akhir buku, akan terdapat kontak DnD Craft beserta qr code yang mengarahkan audiens ke website Linktree, di mana terdapat tautan menuju katalog digital, kontak WhatsApp, Instagram, dan lokasi DnD Craft melalui Google Maps.

Poster dianggap sebagai media pendukung yang efektif karena harganya yang terjangkau dan fleksibilitasnya yang memungkinkan untuk dipasang di lokasi-lokasi dengan banyak pengunjung. Poster ini dapat memuat informasi singkat tentang DnD Craft. Dalam perancangan ini, poster akan dipasang di lokasi pameran DnD Craft serta di tempat-tempat ramai lainnya. Selain itu, poster ini akan dilengkapi dengan qr code yang mengarahkan audiens ke website Linktree, di mana terdapat tautan menuju katalog digital, kontak WhatsApp, Instagram, dan lokasi DnD Craft melalui Google Maps.

X-banner sangat ideal digunakan sebagai media pendukung karena ukurannya yang cukup besar, memungkinkan visual dan informasi yang disampaikan terlihat jelas oleh audiens. *X-banner* ini akan menampilkan gambar produk dari DnD Craft beserta deskripsi singkat mengenai DnD Craft. *X-banner* akan dipasang di lokasi pameran yang diikuti oleh DnD Craft serta di tempat workshop DnD Craft. Selain itu, *X-banner* ini akan dilengkapi

dengan *qr code* yang mengarahkan audiens ke website *linktree*, di mana terdapat tautan menuju katalog digital, kontak WhatsApp, Instagram, dan lokasi DnD Craft melalui Google Maps.

Gantungan kunci banyak digunakan sebagai media promosi untuk memperkenalkan maupun mengingatkan terhadap brand tertentu kepada audiens. Gantungan kunci akan dibuat menggunakan bahan dasar kayu yang diukir menggunakan mesin laser dengan tampilan visual logo DnD Craft dan taglinenya. Gantungan ini akan dibagikan sebagai bonus melalui pembelian diatas Rp. 500.000.

Selain berfungsi sebagai kemasan, totebag juga memiliki kegunaan lain sebagai media pendukung karena totebag dapat memberikan informasi kepada audiens mengenai DnD Craft, baik melalui logo dan juga taglinenya. Selain itu totebag ini juga dapat membantu mengurangi penggunaan kantong plastik sekali pakai. Bahan yang digunakan untuk totebag ini adalah kanvas, dengan ukuran 40 cm x 40 cm, yang dicetak menggunakan teknik sablon DTF.

Promosi yang efektif untuk menjangkau target audiens yang lebih luas dapat menggunakan media sosial, salah satunya adalah Instagram. Media sosial Instagram dapat menyebarkan informasi secara cepat dan memiliki jangkauan yang luas menjadikan Instagram media yang tepat untuk mendukung perancangan katalog digital DnD Craft ini. Feed instagram ini akan menampilkan foto dari produk DnD Craft beserta deskripsi singkat, dengan *qr code* yang berisi tautan menuju katalog digital dari DnD Craft ini.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dari perancangan “Katalog Digital Sebagai Media Promosi Untuk UKM DnD Craft” yang telah dilakukan beberapa tahapan penelitian, seperti observasi, wawancara, dan pengumpulan data. Berdasarkan data yang diperoleh, penulis menyimpulkan bahwa DnD Craft memerlukan katalog digital yang sesuai dengan positioning yang tepat untuk target market dan target audiens.

Dalam perancangan ini, katalog digital berfungsi sebagai media promosi untuk menarik minat audiens yang ingin membeli produk dari DnD Craft dengan menyajikan gambar dan informasi produk yang memanfaatkan white space sehingga membuat fokus audiens menuju produk beserta deskripsi produknya. Katalog ini memiliki konsep *rustic* minimalis yang menggunakan warna-warna kayu dan tata letak minimalis dengan visual berupa foto produk DnD Craft yang menggunakan gaya white background photography.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] D. S. Puspitarini and R. Nuraeni, “Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi,” 2019. Accessed: Dec. 28, 2023. [Online]. Available: <https://ojs.unikom.ac.id/index.php/common/article/view/1950/1307>
- [2] L. Dwiastanti, “Perancangan Media Promosi Winkleshoes Semarang,” 2015. Accessed: Jan. 01, 2024. [Online]. Available: <https://lib.unnes.ac.id/22918/>