

PERANCANGAN PROMOSI OFFLINE & ONLINE NEWTON VINTAGE STORE

Elang Cakra Rajasa, Deddi Duto H, S.Sn., M.Si., Cindy Muljosumarto, S.Sn., M.Des.

Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain

Universitas Kristen Petra, Surabaya

Email: Ruangelangkakra@gmail.com

Abstrak

Perancangan ini dilakukan dengan tujuan untuk memberikan informasi mengenai keberadaan sebuah Second hand store di Surabaya. Merupakan sebuah concept store yang menawarkan konsep vintage. Newton vintage Store yang merupakan sebuah secondhand store yang baru berjalan pada 2012 akhir masih belum memiliki media promosi yang tepat dalam mengkomunikasikan brandnya. Oleh sebab itu perancangan komunikasi visual promosi Offline & online ini dibuat dengan mengkombinasikan pengetahuan tentang produk, potensi produk, dan riset dan pemahaman tentang target audience yang dituju, agar segala proses promosi yang dilakukan dapat berjalan dengan tepat dan efektif.

Kata kunci:

Newton Vintage Store, promosi, Second Hand Store, Surabaya

Abstract

The design was done in order to provide information about the presence of a Second hand store in Surabaya. Is a concept store that offers vintage concept. Newton vintage Store which is a secondhand store that has been running in 2012, the end still do not have proper media campaign to communicate its brand. Therefore, the design of visual communication Offline and online promotion is made by combining the knowledge of the product, potential products, and research and understanding of the intended target audience, so that all the promotion process can be run properly and effectively.

Keywords:

Newton Vintage Store, promotion, Second Hand Store, Surabaya

Pendahuluan

Secondhand shop atau biasa dikenal dengan istilah *thrift store* adalah sebuah tempat yang menjual pakaian pakaian dan barang bekas, asal usul *thrift store* sendiri awalnya memiliki sebutan *charity shop* yang artinya sebuah tempat yang menjual barang *secondhand* untuk mendapatkan profit yang nantinya didonasikan. tempat seperti ini masih jarang ditemukan di kota Surabaya Newton vintage store merupakan salah satu *concept store* di Surabaya yang

mengangkat tema *vintage* dengan toko bersuasana nostalgia. Newton vintage store berdiri semenjak tahun 2012 dan berlokasi di pusat kota Surabaya, Newton menawarkan *concept vintage* dengan barang barang *secondhand* yang berkondisi masih layak pakai dan menunjukkan bahwa barang barang bekas ini masih memiliki nilai jual bahkan beberapa diantaranya masih memiliki nilai jual yang tinggi, salah satu alasan mengapa beberapa barang bekas ini memiliki nilai jual tinggi adalah barang *original vintage* ini tidak diproduksi ulang sehingga menjadi

barang langka dan layak dikoleksi. Barang-barang yang ditawarkan oleh Newton Vintage Store pun cukup beragam dan beberapa memiliki karakter yang unik mulai dari pakaian pria dan wanita, tas kulit, koper, hair pomade, hingga pemutar piringan hitam beserta platnya, pernak-pernik dekorasi rumah. *Founder* dari Newton pun juga memaparkan bahwa untuk mengikuti fashion tidaklah harus selalu menggunakan barang mahal salah satunya adalah dengan memodifikasi pakaian yang sudah lama atau pakaian bekas.

Sejak tahun 2012 akhir Newton Vintage Store mengalami jumlah peningkatan pada pengunjung yang awalnya hanya dari beberapa kolega kemudian dari mulut kemulut mulai banyak kelompok seperti pelajar dan pekerja kantor. Hingga saat ini masih belum ada media promosi yang digunakan Newton Vintage Store untuk mempromosikan produknya kepada calon pembeli oleh karena itu untuk menjangkau sasaran penjualan di kota Surabaya yang lebih luas sangat diperlukan suatu pendekatan yang khusus dalam strategi promosi.

Metode Penelitian

Dalam tugas akhir Perancangan promosi offline dan online Newton Vintage Store beberapa metode perancangan diantaranya sebagai berikut :

Metode Pengumpulan Data

Data Primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan untuk kebutuhan riset yang sedang dijalankan. Untuk memperoleh data primer ini bisa didapatkan dengan wawancara ke sumber pertama atau biasa disebut dengan istilah responden.

Dalam perancangan komunikasi visual promosi Newton Vintage Store, data primer yang dibutuhkan adalah :

- Data tentang individu atau kelompok yang menjadi sasaran penjualan dari

Newton Vintage Store

- Data mengenai Newton Vintage Store yang akurat serta permasalahannya.
- Data dari kompetitor

Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan peneliti dari berbagai sumber yang telah ada. Untuk mendapatkan data sekunder ini dapat dilakukan melalui riset dari berbagai sumber seperti buku, laporan, modul atau jurnal dll.

- Penelitian pustaka
Mengambil dari buku referensi maupun sumber-sumber yang lain dari internet yang memuat topik yang sesuai dengan kepentingan perancangan karya desain sebagai landasan teori.
- Dokumentasi Data
Mengumpulkan data dengan menggunakan referensi gambar atau video yang diambil melalui kamera yang kemudian dijadikan acuan dalam mendesain perancangan

Metode Analisis Data

Dalam perancangan ini metode yang digunakan dalam menganalisis suatu data adalah metode analisa kualitatif. Analisa kualitatif adalah analisa yang didasari respon atau reaksi pada bentuk-bentuk dan verbal oleh penglihat atau khalayak sasaran. Untuk memperoleh data kualitatif ini diperlukan suatu wawancara terhadap informan mengenai segala hal yang berkaitan dengan Newton Vintage Store serta mencari tahu insight dari suatu kelompok dalam memilih produk, selain itu diperlukan analisa kualitatif mengenai SWOT (*strength, weaknesses, opportunities, threats*) dari Newton Vintage Store. Dengan dilakukan analisa ini diharapkan perancangan ini dapat meningkatkan citra dari perusahaan serta meningkatkan angka penjualan dari perusahaan.

Konsep Perancangan

Pada perancangan ini, akan dilakukan analisa USP (*Unique Selling Proposition*) yaitu analisa terhadap keunikan dari suasana tempat penjualan dan produk yang akan diangkat menjadi nilai tambah dan menjadi suatu keunggulan dari produk tersebut. Perancangan Komunikasi Visual Promosi Newton vintage store ini ditujukan kepada masyarakat kota Surabaya Penjabaran *target audience* dilakukan berdasarkan empat aspek yaitu:

a. Demografis

Target audience dijabarkan melalui spesifikasi umur, jenis kelamin, dll. *Target audience* merupakan laki-laki maupun perempuan dewasa tanpa rentangan umur tertentu.

b. Geografis

Segmentasi geografis yakni terbagi berdasarkan variabel geografi seperti wilayah, ukuran daerah, iklim, dan kepadatan populasi. Dalam hal ini *target audience* merupakan masyarakat dari kota Surabaya sendiri dan juga wisatawan dari luar kota Surabaya.

c. Psikografis

Pembagian *target audience* berdasarkan variabel psikografis yakni seperti kelas sosial, gaya hidup, dan kepribadian. *Target audience* perancangan ini adalah masyarakat dengan Strata Ekonomi Sosial yang beraneka ragam, dimana masyarakat itu dianggap cenderung memiliki kesamaan sifat yaitu suka mengobrol bersama, makan dan minuman ringan.

d. Behaviour

Pembagian *target audience* jenis ini berdasarkan kesempatan penggunaan, manfaat yang dicari, tingkat pemakaian, status kesetiaan, tahap kesiapan, dan sikap pada produk. Bila pada kesan visual dari produk kelihatan menarik dan mengena di hati konsumen, konsumen akan lebih loyal untuk membelinya.

Pembahasan

Perancangan Buku Ilustrasi Pengetahuan Mengenai Kanker Serviks memiliki tujuan:

1. Memberikan informasi mengenai bahaya kanker serviks kepada wanita
2. Meningkatkan kewaspadaan dan mengajak masyarakat untuk mencegah kanker sejak dini

Konsep Kreatif

Dalam pengerjaan perancangan ini konsep kreatif adalah sebagai landasan ide dari segi strategi promosi dan segi visual perancangan. Tujuan kreatif dari perancangan ini adalah membuat dan menjalankan strategi promosi dari Newton Vintage Store sesuai dengan permasalahan promosi yang dialami, yaitu belum adanya media promosi yang efektif. Strategi Kreatif dari perancangan ini adalah menentukan media promosi berdasarkan analisa SWOT data perusahaan dan data kompetitor lalu mendesain media promosi yang sesuai dengan kebutuhan perusahaan.

Aplikasi Desain



Warna yang dipilih ini adalah warna yang sesuai dengan gaya desain vintage yaitu warna hitam-putih dan warna coklat kekuningan seperti coklat pada kertas Samson atau kertas daur ulang.

Tipografi

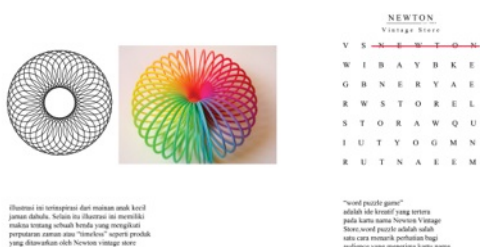
Font yang digunakan dalam logo Newton Vintage Store adalah font serif Baskerville old face dan untuk content isi dari pesan verbal media promosi ini akan digunakan Font sans serif Avenir.

A	B	C	D	E	F	G	H	I
A	B	C	D	E	F	G	H	I
J	K	L	M	N	O	P	Q	R
J	K	L	M	N	O	P	Q	R
S	T	U	V	W	X	Y	Z	
S	T	U	V	W	X	Y	Z	

Ilustrasi

Ilustrasi yang ditampilkan pada berbagai media promosi adalah gambar siluet dari barang barang yang ditawarkan oleh Newton Vintage Store.

Graphic / Illustration



Graphic / Illustration



MEDIA

- a. Website

Website Newton Vintage Store ini digunakan sebagai katalog penjualan online dan promosi yang dapat diakses selama 24 jam. Website ini akan dicantumkan disetiap media promosi offline seperti kartu nama, brosur, tas belanja, dan kemasan. Website merupakan salah satu media yang berguna dalam menjalin hubungan dengan customer.
- b. Review dari stasiun Tv lokal

Mengirimkan review singkat mengenai Newton Vintage Store yang ditujukan kepada stasiun lokal Surabaya seperti SBO dan majalah lokal.
- c. Signage

Sebagai sarana dari visual internal saat ini Newton masih belum memiliki signage di bangunan yang sudah ada. Signage ini

berguna baik sebagai identitas dan juga untuk menarik perhatian pengguna jalan raya yang melewati jalan Embong plosowati 25.

d. Poster event online dan offline

Poster digital ini adalah sarana pendukung dari promosi event Newton Vintage Store yang berfungsi sebagai notifikasi mengenai event dari Newton, serta poster digital instagram berguna menciptakan relasi antara Newton Vintage Store dengan audience.

a. Kemasan

Kemasan ini adalah sarana promosi yang mendukung penjualan online dari Newton Vintage Store sebagai kemasan dari barang penjualan yang dikirimkan ke luar kota.

b. Brosur

Brosur dipilih sebagai media pendukung promosi Newton Vintage Store, media ini mencantumkan informasi

singkat mengenai 5w + 1h dari perusahaan, selain itu fungsi dari brosur adalah mengarahkan customer ke website dari Newton Vintage Store. Brosur ini nantinya akan didistribusikan di beberapa wilayah Surabaya pusat sesuai dengan target audience dari Newton Vintage Store yaitu Sma kompleks 2,5,1, dan 9 serta beberapa café dan universitas dan juga ketika mengikuti sebuah event.

c. *Corporate Identity* (Kartu Nama, tas belanja)

Kartu nama ini adalah sebagai identitas dari Newton Vintage Store yang akan dibagikan ketika ada event tertentu.

Tas belanja adalah sebuah paper bag yang diberi logo Newton, paper bag berguna juga sebagai promosi berjalan.

d. *Merchandise*

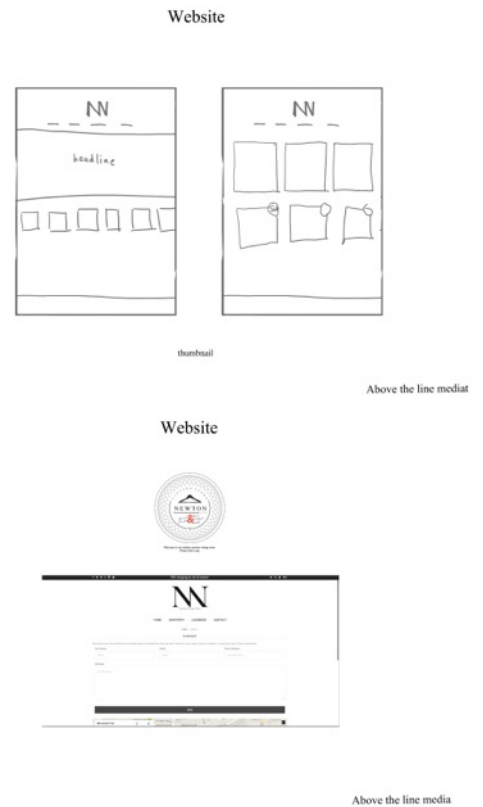
Merchandise ini diberikan kepada orang yang berbelanja dengan jumlah pembelian tertentu. *Merchandise* ini berupa t-shirt dan tote bag. *Merchandise* ini dapat berguna sebagai promosi berjalan yang artinya customer menggunakan sesuatu yang dapat dikenakan dengan tampilan dari brand Newton Vintage Store.

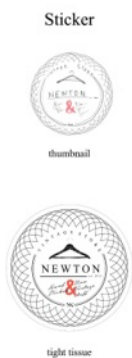
e. Katalog

Sebagian besar produk yang ditawarkan oleh Newton Vintage Store adalah pakaian second hand yang tidak menentu temanya tidak seperti label pakaian yang memiliki tema disetiap season, sehingga dengan katalog yang berjudul "Newton Vintage Store Outfit idea" ini audience diharapkan dapat mendapat ide fashion bagaimana mengkombinasi produk pakaian secondhand yang

ditawarkan oleh Newton Vintage Store.

Thumbnail & tight tissue





Below the line media



Below the line media



Below the line media



Below the line media

Event

Rustic Inventory Market

Objective

Surabaya memiliki banyak komunitas-komunitas yang beragam. Tapi sampai saat ini yang sudah pernah diangkat disetiap event yang ada di Surabaya dan sekitarnya adalah komunitas yang saat sedang dalam trend saja. Sedangkan untuk komunitas yang tidak dalam trend sendiri saat itu juga banyak dan bahkan mereka juga memiliki followers masing-masing. Dari situlah muncul gagasan bagaimana caranya untuk bisa mengangkat komunitas yang belum pernah terjamah



Tidak seperti label pakaian baru yang mempunyai edisi di setiap seasonsnya, pakaian second hand dari Newton vintage Store selalu update dengan mode yang berbeda beda sehingga dibuatlah media catalog yang merupakan cara bagaimana mengombinasi tampilan dengan produk pakaian dari Newton Vintage Store. Foto didalam katalog diambil menggunakan dua kamera yaitu Sir dan Polaroid, kene foto dari Sir diolah agar memperlihatkan kesan vintage.

Below the line media

publik untuk memberikan kesempatan kepada komunitas ini untuk bisa showcase atau perform. Dari situlah tema muncul Pasar kenangan sebuah Curated market dengan judul acara “*RUSTIC INVENTORY MARKET*” sebuah acara yang diadakan oleh newton vintage store dengan memilih tenant dan mendekorasi unik boothnya, orang-orang akan antusias datang untuk melihat acara ini.

Goal

- Memperkenalkan brand Newton Vintage store kepada masyarakat melalui event
- Mengenalkan komunitas-komunitas baru di Surabaya dan sekitarnya
- Mengaplikasikan curated market yang sangat jarang sekali di Surabaya
- Engagement para entourage dari komunitas yang sudah diakuisi

Content

- Curated market
- Poem and Art Collab
- Hand lettering talk show
- Music performance
- Talk Show
 - Cara membuat zine (oleh rakhmad dwi septian)
 - Cara menawar harga di pasar loak oleh founder newton
 - Merawat vinyl (tofani)
 - Cara membuat rambut pompadour tanpa potong rambut
 - Shoeshine
- Free jajanan SD dan food and drinks booth
- Instaphoto chalange

Target Pengunjung

- 250 – 300 orang

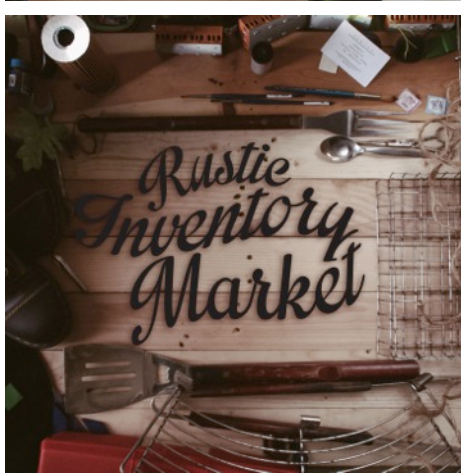
- 16– 30 tahun

event promotion media

- Socmed



- Poster Digital



- Invitation




- Radio



- Web media
Ronascent

Rustic Inventory Market (23 Nov 2014)

Ciuh: Redaksi Ronascent | 14 Okt 2014 | 00:14



Event:
Rustic Inventory Market

Category:
Local Gigs & Market

Date:
23 November 2014

City:
Surabaya

Venue:
Newton Vintage Store, Jl. Embong
Ploso 25 Surabaya

Performer:
- Silampukau
- Baragula
- Timeless
- Cak Man
- DJ Pohong

Time:
15:00 - 22:00 WIB

Event Content:
- Curated market
Pasar ini akan diisi 10 booth yang telah dikurasi

- Free flow snack time memories
Akan disediakan jajanan masa lalu dan dibagikan secara gratis (limited)

- Talkshow: Flea Market Negotiation w/ Sinatrya Dharaka (Newton Vintage Store) "Berbagi Tips Membeli Barang di Pasar Loak (flea market)"

- Berdialog dengan Zine
Rakhat Dwi Septiani/ Kuro akan mengenalkan zine

- Rawat Vinyl by Blackwood

Supported By

EVENTSURABAYA GIGSPRAY

Kesimpulan

Akhir dari perancangan komunikasi visual promosi newton vintage store ini memunculkan beberapa ide baru seperti mengkomunikasikan produk yang dijual Newton Vintage Store melalui sebuah event yaitu Rustic inventory market.

Dengan adanya event ini para audience pun diharapkan lebih mengenal dan memahami tema vintage dari newton vintage store selain itu audience pun juga diajak bernostalgia melalui barang-barang yang memiliki nilai kenangan tersendiri seperti Snack time memories salah satu content dari event ini yang banyak mendapat banyak feed back baik dari para audience. Sehingga untuk lebih lanjutnya rustic inventory market ini dapat menjadi sebuah brand event tahunan yang secara tidak langsung menjadi benefit bagi promosi dan brand positioning dari newton vintage store.

Website salah satu solusi inti dari masalah promosi online Newton Vintage Store. Website adalah suatu wadah bagi para customer yang berfungsi memudahkan aktifitas jual beli produk perusahaan, dengan adanya website para customer yang tidak berdomisili di Surabaya dapat melihat produk dan detail nya dalam melakukan transaksi online.

Untuk lebih lanjutnya promosi ini mungkin dapat lebih luas yang awalnya hanya menjangkau Surabaya menjadi menjangkau seluruh pulau jawa dan bali.

Saran

Sebagai perusahaan yang bergerak dibidang lifestyle newton vintage store harus lebih aktif dalam mengelola online promotion karena di era informasi ini suatu perusahaan dituntut untuk rajin dalam mengupdate info baik produk atau service dari suatu perusahaan agar tidak tertinggal dengan competitor yang menggunakan media online yang sama dalam mempromosikan produk dan servisnya.

Daftar Pustaka

<http://www.the-marketeers.com/archives/marketeers-clinic-hasil-survei-spending-behavior-anak-muda-indonesia.html#.U7OtWhaRa0E>

<http://the-marketeers.com/archives/sepuluh-insight-tentang-anak-muda.html#.U7uncNkazCT>

<http://www.the-marketeers.com/archives/ke-mana-saja-uang-konsumen-anak-muda.html#.U7u0-9kazCR>

<http://jogja.tribunnews.com/2014/06/30/tren-vintage-makin-semarak/>

<file:///Volumes/Transcend/Online%20Offline%20Marketing%20-%20Small%20Business%20Can.webarchive>

Lubis Hary.,Sarwono Jonathan. (2007). Metode Riset untuk Desain Komunikas Visual, Yogyakarta: ANDI Yogyakarta

Visocky o'grady Jennifer.,visocky o'grady Kenneth. (2006). A Designer Research Manual, United States of America: Rockport