

# Perancangan Media Promosi Rumah Makan Mariuk

Susi Sukaesih<sup>1</sup>, Marisa Astuti<sup>2\*</sup>

Program Studi Desain Grafis, Fakultas Desain Komunikasi Visual,  
Universitas Widyatama<sup>1</sup>

Program Studi Multimedia, Fakultas Desain Komunikasi Visual,  
Universitas Widyatama<sup>2</sup>

Corresponding Author Email: marisa.astuti@widyatama.ac.id\*

## ABSTRAK

Indonesia memiliki banyak rumah makan yang tersebar di seluruh kota, serta memiliki berbagai macam makanan dan keunikan tempat itu sendiri. Salah satunya adalah rumah makan di Kabupaten Ciamis, Jawa Barat. Rumah makan ini menawarkan berbagai macam makanan yang dapat dinikmati oleh pengunjung dari dalam maupun luar kabupaten Ciamis, mulai dari rumah makan yang memiliki tempat unik, pemandangan yang indah, dan keanekaragaman makanan. Salah satunya adalah Rumah Makan Mariuk yang menyajikan makanan tradisional Sunda dengan menu andalannya ikan bakar dan sambal khas Rumah Makan Mariuk. Metode yang digunakan adalah metode kualitatif dengan melakukan wawancara dan observasi. Instagram digunakan sebagai media promosi karena sosial media merupakan media yang paling banyak digunakan oleh masyarakat saat ini. Rencana perancangan media promosi ini merupakan alternatif untuk meningkatkan pembelian sehingga akan meningkatkan citra Rumah Makan Mariuk.

**Kata kunci:** Media Promosi, Rumah Makan, Mariuk.

## ABSTRACT

*Indonesia has many restaurants spread throughout the city and have a variety of foods and unique places themselves. One of them is a restaurant in Ciamis Regency, West Java. This restaurant offers a variety of foods that can be enjoyed by visitors from within and outside Ciamis Regency, starting from restaurants that have unique places, beautiful views, and a variety of foods. One of them is the Mariuk Restaurant which serves traditional Sundanese food with its mainstay menu of grilled fish and the signature chili sauce of the Mariuk Restaurant. The method used is a qualitative method by conducting interviews and observations. Instagram is used as a promotional media because social media is the media most widely used by the public today. The plan to design this promotional media is an alternative to increase purchase so that it will improve the image of the Mariuk Restaurant.*

**Keywords:** Promotion Media, Restaurant, Mariuk .

## PENDAHULUAN

Keanekaragaman rumah makan di Indonesia mencerminkan keragaman budaya dan kuliner yang kaya di seluruh

nusantara. Salah satunya adalah rumah makan yang terdapat di Kabupaten Ciamis, Jawa Barat. Rumah makan ini merupakan bagian penting dari kehidupan kuliner dan

dikenal dengan keanekaragaman kuliner tradisional yang kaya akan cita rasa dan variasi hidangan. Sering kali menawarkan hidangan khas Sunda yang autentik, seperti nasi tutug oncom, nasi liwet, bakar ikan. Rumah Makan Mariuk adalah salah satunya, rumah makan ini mulai dikenal dan banyak dikunjungi pembeli karena cita rasa makanannya, rumah makan ini mulai dikenal di kabupaten Ciamis maupun luar daerah.

Berdasarkan dari hasil observasi, lokasi Rumah Makan Mariuk di Jl. Raya Panjalu No.64, Payungsari, Kec. Panumbangan, Kab. Ciamis menjorok kedalam jalan yang menyebabkan rumah makan tersebut kurang kelihatan, serta dari kejauhan tidak terlihat adanya penanda lokasi, kurang aktif di sosial media, sepi pengunjung, kurangnya promosi melalui sosial media yang membuat Rumah Makan Mariuk kurang dikenal oleh masyarakat setempat. Oleh karena itu, penulis mengangkat "Perancangan Media Promosi Rumah Makan Mariuk" sebagai judul tugas akhir, yang diharapkan dapat membantu strategi komunikasi dan promosi Rumah Makan Mariuk sehingga dapat menambah konsumen dan meningkatkan penjualan.

## METODE

Penulis melakukan wawancara pemilik usaha dari Rumah Makan Mariuk. Wawancara dilakukan untuk mengetahui Profil Perusahaan, aspek pemasaran, Target sasaran produk, kompetitor masalah pemasaran. Maka dari itu, dengan berkembangnya zaman dan beralihnya orang - orang ke media sosial, kesempatan ini menjadi sebuah peluang baru untuk menarik calon konsumen. Dibutuhkan promosi yang menarik dan sesuai dengan target Rumah Makan Mariuk. Penulis ingin memaksimalkan

promosi di Instagram oleh karena sosial media merupakan media promosi yang paling banyak digunakan oleh masyarakat saat ini.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### HASIL

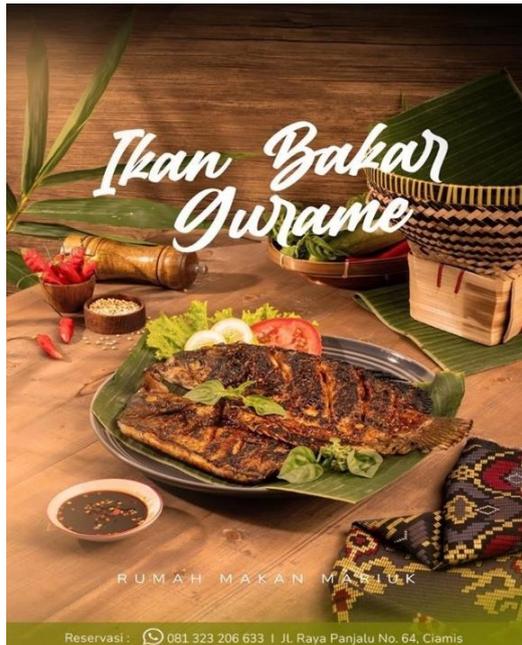
Hasil dalam perancangan ini adalah untuk menampilkan cita rasa Sunda. Hal tersebut dilakukan dengan menggunakan warna kuning, hijau tua dan coklat yang merupakan warna-warna alami sehingga dapat memberikan kesan tradisional dan dekat dengan alam. Selain itu ornamen lain seperti motif kain, daun pisang dan bambu digunakan untuk memperkuat identitas visual. Pemilihan tipografi Billion Dreams dilakukan agar dapat memberikan ciri khas pada rancangan. Fotografi juga berperan penting yang dapat mencerminkan makanan khas Sunda.

*Food Photography* adalah salah satu cara yang digunakan untuk promosi pada bisnis kuliner dengan mengekspose makanan melalui fotografi. Tugas dari fotografer makanan adalah mengambil gambar dari menu makanan semenarik mungkin untuk membuat penikmat kuliner semakin terpicat (Ambarsari, 2012).

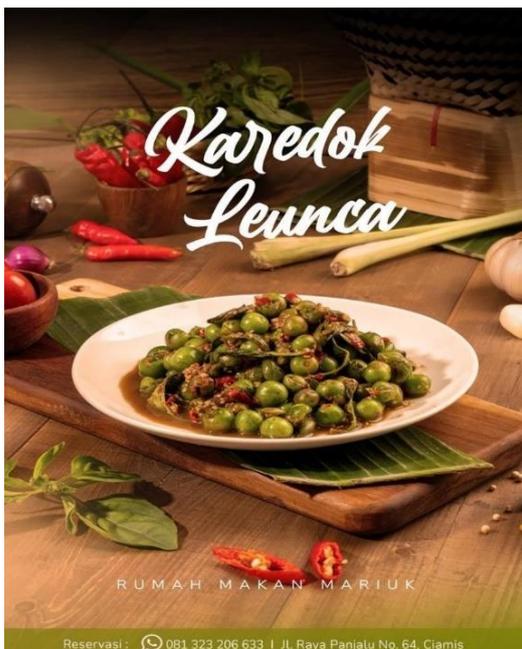
Pada konsep fotografi, perancang mengutamakan penggunaan cahaya yang lembut dari samping menggunakan lighting dan sterofom sebagai alat bantu, dengan menggunakan background coklat kayu terang memberikan kontras yang kuat dalam komposisi keseluruhan foto serta pengambilan shoot dari atas agar terlihat menyeluruh dengan penyajian di atas daun pisang atau wadah anyaman bambu, serta dekorasi restoran yang menggunakan material kayu untuk menampilkan nuansa budaya Sunda.

Diantara banyaknya platform sosial media yang ada, Instagram dipilih karena

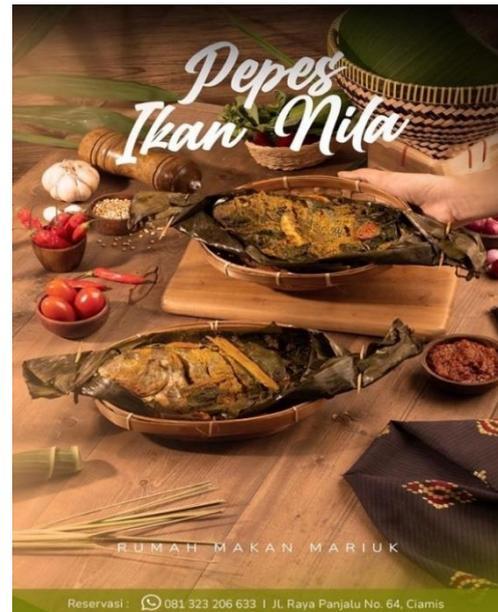
merupakan sosial media yang paling banyak digunakan oleh masyarakat saat ini, mulai dari remaja hingga dewasa dengan tujuan penggunaan yang beragam, mulai dari memposting foto/video pribadi, sebagai media promosi, dan sarana untuk mengakses informasi terbaru.



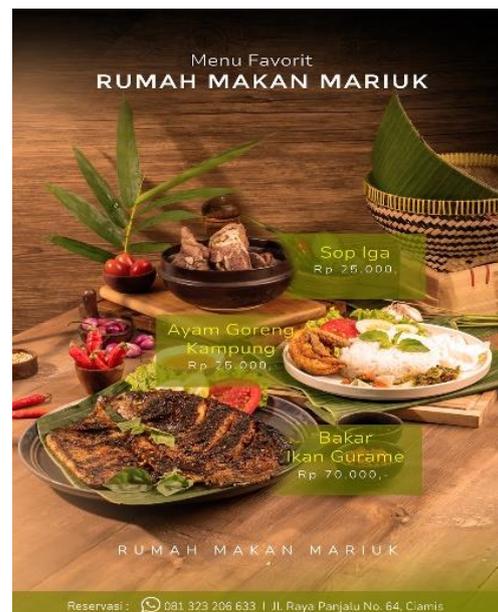
Gambar 1. Desain Menu Ikan Bakar Gurame



Gambar 2. Desain Menu Karedok Leunca



Gambar 3. Desain Menu Pepes Ikan Nila



Gambar 4. Desain Daftar Menu Favorit

## PEMBAHASAN

Strategi komunikasi yang dilakukan dalam promosi Rumah Makan Mariuk yaitu memunculkan sebuah pesan yang mengkomunikasikan suatu kesan yang mengangkat konsep tradisional masakan Sunda dan kenikmatan makanan asli khas Sunda yang resepnya diturunkan dari jaman dahulu sampai generasinya pada saat ini yang akan dikomunikasikan secara visual dengan menggunakan media

yang informatif.

Berdasarkan dari hasil analisis *Segmenting, Targetting dan Positioning*, target audience dari promosi ini adalah sekelompok orang yang diidentifikasi sebagai pengunjung wisata, pecinta kuliner bahkan pelanggan setia. Tujuan dalam perancangan media promosi ini adalah untuk menarik target calon pelanggan baru maupun pelanggan lama untuk mengunjungi Rumah Makan Mariuk, membuat pelanggan lama kembali mengunjungi Rumah Makan Mariuk, memperkenalkan Rumah Makan Mariuk ke masyarakat.

## KESIMPULAN

Kesimpulan dari perancangan media promosi Rumah Makan Mariuk menunjukkan bahwa dalam menghadapi persaingan rumah makan, diperlukan sebuah konsep promosi yang menarik. Rumah Makan Mariuk menggunakan media promosi Instagram untuk meningkatkan visibilitas dan jangkauan promosinya. Desain konten Instagram (feeds, dan reels) menjadi bagian integral dari strategi promosi, memanfaatkan media sosial untuk menjangkau konsumen potensial. Selain itu, penggunaan media cetak seperti baliho, X-Banner, poster, dan menu makanan untuk menjangkau berbagai segmen pasar, termasuk mereka yang mungkin tidak terlalu aktif di media sosial. Perancangan media promosi ini merupakan hal yang penting untuk mempromosikan dari rumah makan tersebut. Hal ini juga dapat memberikan pengalaman yang berkesan bagi pelanggan. Dengan begitu pelanggan akan tertarik untuk mengunjungi rumah makan tersebut. Dan juga dengan adanya promosi ini merupakan salah satu cara agar rumah makan dapat terus berkembang dan juga bersaing

## DAFTAR PUSTAKA

- Arto, Wahyu Dwi. (2018). *Analisis Retorika Visual dalam Food Photography di Instagram @mlggoodplace*.
- Hansudoh, P. Y., Natadjaja, L., & Salamoon, D. K. (2021). Perancangan Desain Konten Instagram sebagai Media Informasi Kecantikan. *DKV Adiwarna*, 1(18). <https://publication.petra.ac.id/index.php/dkv/article/view/11246>
- Lupiyoadi. (2014). Daftar Pustaka Daftar Pustaka. *Pemikiran Islam Di Malaysia: Sejarah Dan Aliran*, 20(5),40–43. [https://books.google.co.id/books?id=D9\\_YDwAAQBAJ&pg=PA369&lpg=PA369&dq=Prawirohardjo,+Sarwono.+2010.+Buku+Acuan+Nasional+Pelayanan+Kesehatan++Material+dan+Neonatal.+Jakarta++Pustaka+Sarwono+Prawirohardjo.&source=bl&ots=riWNmMFyEq&sig=ACfU3U0HyN3I](https://books.google.co.id/books?id=D9_YDwAAQBAJ&pg=PA369&lpg=PA369&dq=Prawirohardjo,+Sarwono.+2010.+Buku+Acuan+Nasional+Pelayanan+Kesehatan++Material+dan+Neonatal.+Jakarta++Pustaka+Sarwono+Prawirohardjo.&source=bl&ots=riWNmMFyEq&sig=ACfU3U0HyN3I)
- Perdana, P. H. (2018). Perancangan Media Promosi Waroeng Makan Kalkoen Sebagai Upaya Meningkatkan Brand Recognition. *Tugas Akhir*.
- Puspitasari, E., Yani, D., Isyanto, P., Yosepha, S. Y., Buana, U., & Karawang, P. (2014). Strategi Pemasaran Rumah Makan Saung Kabogoh Melalui Social Media Instagram Cabang Nagasari Karawang. *Jurnal Ilmiah Manajemen SURYA PASCA SCIENTIA*, 12(1), 29–38. <https://doi.org/10.35968/jimspc.v12i1.1037>
- Putradinata, E. (2021). *Perancangan Media Informasi Kapten Muslihat di Museum Perjuangan Bogor*. 5–34.
- Santi, V. P., & Kumoratih, D. (2022). Perancangan Video Promosi Untuk Brand De Jawa. *Jurnal Desain – Kajian Penelitian Bidang Desain*, 2(2), 270–278. [www.bkpm.go.id](http://www.bkpm.go.id)

- Sutjianta, A. (2017). Perancangan Media Promosi. In *Journal of Experimental Psychology: General* (Vol. 136, Issue1)[http://kc.umn.ac.id/5548/1/BAB II.pdf](http://kc.umn.ac.id/5548/1/BAB%20II.pdf)
- Shimp, T. A. (2003). Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Terpadu Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono, D. (2010). Memahami penelitian kualitatif.
- Suyanto, M. (2004). Aplikasi desain grafis untuk periklanan. Penerbit Andi.
- Tn. (2017). *Rumah makan asli cibiuk. 2407 1115086.*