

BAB I

PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Dikutip dari wawancara pemilik Moodybakerr dengan majalah Bazaar Indonesia (Utama, 2023), Moodybakerr merupakan sebuah merek kue baru di Jakarta yang mempunyai berbagai varian *desserts* unik penuh dengan *spirit homemade*. Sang pendiri Moodybakerr, Kartika Wijaya menganggap kegiatan membuat kue mendatangkannya kebahagiaan, baik dari sisi proses, sains di belakangnya, hasil, dan perhitungannya. Moodybakerr sendiri lahir di masa pandemi COVID-19 di tahun 2020, dimana saat bisnis kantornya ditutup dan ia merasa bosan, Kartika mulai bereksperimen di dapur. Ia melakukan semua prosesnya secara mandiri, mulai dari belajar, membuat resep, membaca buku, hingga menonton video. Berawal dari membagikan kue menggunakan jasa pengiriman ojek *online* hanya kepada teman dan keluarga disekitarnya untuk membantu berjalannya perekonomian, sekarang Moodybakerr mampu membuat ratusan potong kue dan kudapan manis lainnya dalam satu hari. Saat ini Moodybakerr juga telah beroperasi dengan baik di dua gerai yang berlokasi di Jakarta Selatan. Kue dan coklat buatannya tidak jarang menjadi topik sensasional di sosial media. Gaya penataan kuenya yang khas membuat para penggiat kuliner kudapan manis, mudah mengenalinya. Bahkan, setiap pagi pukul 10.30 WIB, para penggemar The Moodybakerr sudah siap untuk ‘war’ atau memperebutkan kue-kuenya untuk dibeli secara daring di *e-commerce*. Disebut idealis, sentuhan

personal terhadap ciptaannya tidak dapat diganggu gugat namun tidak menutup kemungkinan untuk eksplorasi berikutnya.



Gambar 1.1. Owner Toko Kue The Moodybakerr di BAZAAR Indonesia
(Sumber: Ryan Tandy (NPM Photography), 2023)

Melalui wawancara penulis terhadap pemilik The Moodybakerr yaitu Kartika Wijaya, ditegaskan bahwa sedari awal memang toko kue ini tidak memiliki strategi desain visual ataupun strategi iklan yang direncanakan secara matang. Hal ini disebabkan sistem operasional The Moodybakerr masih ada yang dikerjakan oleh Kartika sendirian. Beliau juga merasa desain kemasan yang sering berubah-ubah merupakan cerminan dirinya dan juga toko kue the Moodybakerr yang bersifat “moody”. Berdasarkan observasi yang dilakukan oleh penulis, The Moodybakerr sudah cukup dikenal para pengulas kuliner di media sosial seperti TikTok ataupun Instagram. Namun, masih banyak orang-orang yang menyukai kudapan manis tidak mengetahui ataupun tidak mengingat adanya merek toko kue The Moodybakerr meskipun sudah pernah mencicipinya.



Gambar 1.2. Logo Mascot & Logotype The Moodybakerr
(Sumber: Moodybakerr, 2023)

Promosi menurut KBBI adalah pengenalan dalam rangka memajukan sebuah usaha, dagang, dan sebagainya. Arti lainnya adalah kegiatan komunikasi untuk meningkatkan volume penjualan dengan pameran atau periklanan yang bersifat persuasif. Mengutip McKechnie (2012), obyektif dari promosi adalah membangun *brand awareness*, menarik pelanggan baru, meningkatkan minat, memberikan informasi, dan menonjolkan produk (Dambe, 2015). Media promosi sendiri terbagi menjadi dua, tradisional dan digital. Media tradisional dapat berbentuk seperti majalah, koran, papan iklan, dan televisi, sedangkan media digital berupa *website*, media sosial, iklan seluler, surel, dan masih banyak lainnya (Kotler & Armstrong, 2018).

Ilustrasi sudah terbukti efektif dalam membangun identitas dan mempersuasi pandangan masyarakat terhadap suatu produk, bahkan juga berkontribusi terhadap perubahan budaya dengan skala nasional (Male, 2019). Gambar jauh lebih kuat daripada kata-kata dalam hal promosi. Ilustrasi adalah kunci utama untuk menarik perhatian dan meyakinkan konsumen (Male, 2019). Dibandingkan fotografi, ilustrasi jika disampaikan dengan benar dapat memberikan efek fantasi tersendiri dan memiliki tujuan yang strategis serta lebih kompetitif.

Maka dari itu ilustrasi menjadi lebih dari sekedar pilihan media penyampaian promosi, tetapi menjadi bagian erat dari ide kreatif (Aitchison, 2008).

2. Identifikasi Masalah

Berikut adalah permasalahan yang ditemukan penulis pada media promosi toko kue The Moodybakerr:

1. Belum adanya ilustrasi yang merepresentasikan toko kue The Moodybakerr yang digunakan secara konsisten pada media promosinya.
2. Belum ada ilustrasi dengan *art* dan *drawing style* yang dapat menyampaikan identitas toko kue The Moodybakerr.
3. Penggunaan media promosi yang efektif belum tercapai pada toko kue The Moodybakerr.

3. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan masalah yang telah diidentifikasi sebelumnya, penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana merancang ilustrasi untuk media promosi yang konsisten dan merepresentasikan toko kue The Moodybakerr?
2. *Art* dan *drawing style* apa yang harus digunakan untuk perancangan ilustrasi untuk media promosi toko kue The Moodybakerr?
3. Apa saja media yang efektif untuk mempromosikan toko kue The Moodybakerr?

4. Tujuan Perancangan

Perancangan ini dilakukan upaya untuk mencapai tujuan sebagai berikut:

1. Merancang ilustrasi yang konsisten dan merepresentasikan toko kue The Moodybakerr untuk media promosi.
2. Menghadirkan *art* dan *drawing style* ilustrasi sebagai media promosi yang dapat menyampaikan identitas toko kue The Moodybakerr.
3. Menentukan media yang efektif untuk mempromosikan toko kue The Moodybakerr.

5. **Manfaat Perancangan**

Perancangan ilustrasi untuk media promosi toko kue The Moodybakerr diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Terhadap entitas, dengan adanya ilustrasi pada media promosi diharapkan produk-produk dari toko kue The Moodybakerr dapat lebih mudah dikenali oleh sasaran yang dituju.
2. Terhadap Masyarakat, diharapkan ilustrasi dapat membantu memvisualkan produk ataupun identitas toko kue The Moodybakerr. Selain itu, diharapkan masyarakat dapat mengenali identitas toko kue The Moodybakerr dengan lebih mudah melalui ilustrasi pada media promosi yang ada.
3. Terhadap keilmuan DKV, ilustrasi yang dirancang untuk media promosi ini diharapkan dapat menjadi rujukan inspiratif serta objek kajian akademik dalam bidang Desain Komunikasi Visual. Tujuan utamanya adalah untuk menguraikan langkah-langkah dan teknik dalam memanfaatkan ilustrasi sebagai alat komunikasi visual yang kuat dalam industri periklanan.