BAB III

PENYAJIAN DATA

A. Deskripsi Subyek Penelitian

1. Sejarah dan Latar Belakang "Cafeku"

"Cafeku" tercipta pada tahun 2013 sebagai alternatif tempat nongkrong yang terjangkau bagi semua kalangan. "Cafeku" merupakan sebuah bisnis kuliner yang bergerak dalam bidang kafe dengan lokasi di Jalan Ciliwung No. 64, kota Blitar, Jawa Timur, Indonesia.

Brand philosophy "Cafeku" adalah "Jadikan ini Rumah Keduamu". "Cafeku" menampilkan suasana yang lebih familiar atau kekeluargaan. Jadi kalau ada pelanggan yang datang ke "Cafeku", pemilik tersebut menganggapnya sebagai saudara. Maka seorang pemilik memberikan pelayanan yang terbaik dan pelanggan pun merasakan kenyamanan.

"Cafeku" merupakan sebuah kafe yang berdiri pada tahun 2013, dimulai dari kebiasaan nongkrong di warung kopi dan kemudian munculah ide untuk membuka kafe sendiri yang dinamakan "Cafeku" yang dikemas dalam bentuk unik dari kafe lainnya dan lebih mengedepankan pelayanan dan segi desain visual ruangan yang nyaman, supaya pelanggan nantinya menganggap bahwa "Cafeku" sebagai rumah keduanya, serta memperoleh penghasilan dari pembukaan kafe tersebut. Pembukaan kafe diawali dengan survei, baik *survey* dengan kompetitornya maupun untung-rugi dari bisnis kafe tersebut. Berikut adalah pernyataan dari Agus Susilo:

"...saya survey dulu hasil pengeluaran dan pemasukan dari produksi makanan di kafe milik teman saya dulu. Saya main ke dapur kafe teman saya untuk melihat produksi makanannya. Ternyata untungnya sangat banyak. Hanya bermodal air saja. Sedangkan di Blitar sendiri air sangat

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mudah di dapatkan, karena air masih bersih dan jernih, sehingga tidak perlu beli air lagi seperti air galon".[1]

Pemilik sebelumnya sudah memiliki kafe yang berada di Jalan Ahmad Yani selama satu tahun. Awalnya beliau mendapatkan kafe tidak secara langsung, namun beliau mendapatkan tawaran dari temannya untuk menggantikan kafenya yang berada di Jalan Ahmad Yani tersebut, karena temannya tersebut ada masalah dengan keluarganya, maka pemilik diminta untuk meneruskan usaha kafe milik temannya tersebut.

Hal ini diperkuat oleh pernyataan Agus Susilo:

"...saya dikasih waktu dua hari oleh teman saya untuk meneruskan usaha kafenya yang berada di Jalan Ahmad Yani pada tahun 2012. Nah, dari situ saya menjemput peluang. Karena hobi saya ngopi, kenapa ngopi itu gak bisa menghasilkan uang? Jadi saya berunding dengan istri dulu. Kemudian saya dan istri sepakat untuk meneruskan usaha kafe milik teman saya itu."[2]

Kafe tersebut berada di halaman rumah Bapak Sholih. Bapak Sholih menyewakan halaman rumahnya pada Agus Susilo untuk meneruskan kafe yang sudah di buka oleh temannya dahulu. Perjanjian kontrak dengan Bapak Sholih selama dua tahun penempatan di halaman rumah Bapak Sholih.

Ketika kafe mulai rame dan sudah berjalan satu tahun, tiba-tiba Bapak Sholih meminta kafe tersebut, alasannya Bapak Sholih ingin membuka les musik. Jadi Bapak Sholih memutus kontrak yang belum sampai dua tahun tersebut.

Hal ini diperkuat oleh penyataan Agus Susilo:

"...satu tahun berjalan saya meneruskan kafe milik teman saya. Disaat rame-ramenya, Bapak Sholih memutus kontrak dengan saya. Awalnya beliau beralasan ingin membuka les musik, kemudian beberapa

[1] Wawancara dengan Agus Susilo pada tanggal 5 Juni 2016, pukul 19:00 WIB
[2] Wawancara dengan Agus Susilo pada tanggal 6 Juni 2016, pukul 20:15 WIB

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

hari kemudian ternyata beliau ingin membeli kafe saya tersebut, mulai dari meja, kursi dan perlengkapan lainnya. Akhirnya saya pun menjual perlengkapan kafe tersebut pada Bapak Sholih dengan harga dua kali lipat dari harga yang saya beli. Saya sendiri meminta ganti rugi atas pemutusan kontrak dengan Bapak Sholih. Untungnya saya sudah ancang-ancang sebelumnya dengan membuka kafe baru di Jalan Ciliwung, dan kafe itu sudah mulai berjalan, jadi ketika Bapak Sholih memutus kontrak, saya tidak terlalu khawatir".[3]

Kafe di Jalan Ciliwung itu diberi nama "Cafeku" oleh Agus Susilo. "Cafeku" sudah buka di Kota Blitar selama tiga tahun yaitu mulai tahun 2013-2016, dan sampai sekarang pun sudah memiliki pelanggan tetap. Seiring berjalannya waktu penghasilan "Cafeku" pun mengalami peningkatan. Berikut pernyataan dari Agus Susilo:

"....Saya menerima untung per makanan atau minumannya muali dari Rp 2.000,- sampai dengan Rp 3000,-. Saya tidak mengambil keuntungan yang lebih, karena bagi saya pelanggan yang banyak setiap harinya dan selalu ada, menjadi prioritas saya. Hingga saat ini untuk pelanggan "Cafeku" rata-rata berjumlah 30-50 orang per harinya."[4]

"Cafeku" merupakan sebuah bisnis kuliner yang bergerak di bidang kafe. Bisnis ini berdiri karena banyaknya anak muda khususnya serta masyarakat luas yang berada di wilayah Blitar menggemari nongkrong. Hingga kafe-kafe di Kota Blitar begitu banyak, hingga setiap orang yang berjalan-jalan ke Kota Blitar bisa dengan mudah menemui berbagai macam kafe sebagai wadah untuk bercengkerama dengan teman-teman maupun saudaranya. Berikut adalah daftar kafe yang ada di Kota Blitar, yaitu:

NO	Nama Kafe di Blitar	Jumlah Pengunjung Per Hari
1	Vip	15 Orang
2	D'Poci	20 Orang
3	Gelato	25 Orang

[3] Wawancara dengan Agus Susilo, pada tanggal 7 Juni 2016, pukul 20:20 WIB
[4] Wawancara dengan Agus Susilo, pada tanggal 5 Juni 2016, pukul 19:45 WIB

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

4	Tomodachi	10 Orang
5	Angkringan 99	20 Orang
6	Red Box	15 Orang
7	Coffe Time	28 Orang
8	Garasi	26 Orang
9	Java	27 Orang
10	Kakao	25 Orang
11	D'Pot Ice	20 Orang
12	Maryam	11 Orang
13	Bamboo	16 Orang
14	Kopikaroteh	10 Orang
15	Amyan	29 Orang

Adapun pelayanan yang diberikan pun juga harus memadai, supaya pelanggan tetap menyukai "Cafeku" dan tidak berpindah ke kafe lainnya. Berikut pernyataan Agus Susilo:

"...saya disini mengandalkan *service*. Setiap pelanggan yang datang saya sapa dengan ramah, kemudian saya ajak ngobrol, saya pancing-pancing dengan pertanyaan-pertanyaan kecil, hingga saya akhirnya tahu model komunikasi yang sesuai untuk pelanggan itu yang mana, saya memakai gaya bicara maupun topik sesuai apa yang diinginkan oleh pelanggan. Jadi saya lebih menyesuaikan pelanggan aja sih sebenarnya. Yang penting pelanggan mau terbuka dengan saya. Jika ada pelanggan yang duduk sendiri, saya langsung menghampirinya dan menanyakan kenapa dia sendirian. Tujuan saya cuma menghibur saja sih, sekalian ingin lebih dekat dengan pelanggan."[5]

Dalam dunia bisnis merek sangat berpengaruh bagi pertumbuhan suatu bisnis untuk menciptakan kesetiaan sehingga tidak terjadi penurunan. Bisnis kuliner di bidang kafe yaitu "Cafeku" menjual berbagai macam makanan seperti aneka roti bakar, olahan tahu, kentang goreng, *ring onion*, jamur, aneka ayam, spaghetti, burger, aneka mie, aneka nasi

[5] Wawancara dengan Agus Susilo pada tanggal 6 Juni 2016, pada pukul 20:18 WIB

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

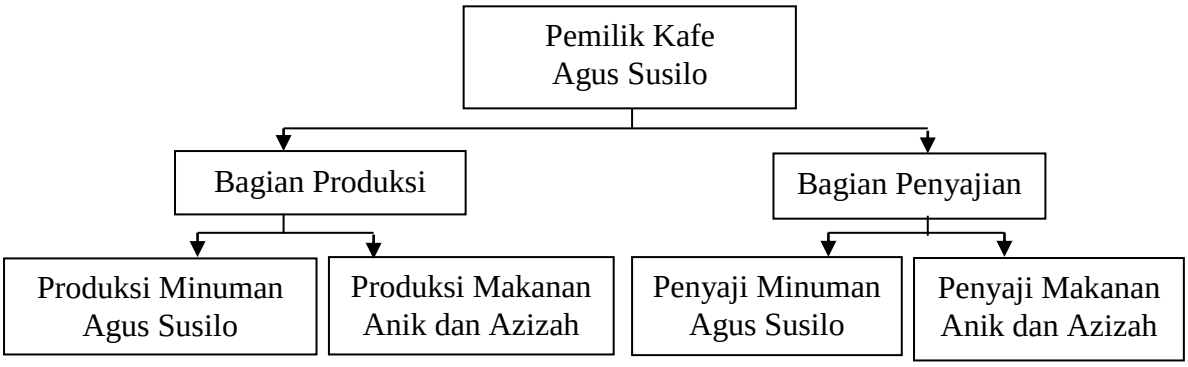
goreng, extra telur, salad buah, nasi putih dan nasi tahu kecap. Sedangkan untuk minuman terdapat beberapa varian, yaitu *milkshake, fruit juice, ice cool, coffe dan float.*

Untuk menunjang kenyamanan dan kemudahan, maka "Cafeku" juga menyediakan fasilitas yang ada yaitu wifi gratis, toilet, televisi, *sound system*, parkir gratis, keamanan yang terjamin, serta suasana yang nyaman. Dengan berbagai alat yang disediakan 3 unit fried press, 2 unit burn coffee, 2 unit vietnam drip, 2 unit shaker, 1 unit grinder, 1 unit table balance, 13 unit toples, 4 unit filter cloth, 4 unit ibrik, 1 unit dispencer, 1 unit refrigerator, 2 unit termometer, 1 unit tea maker, 4 unit hot plate, , 5 unit pan, 5 unit spatula dan 2 unit blender.

Respon masyarakat tentang "Cafeku" cukup positif mengingat "Cafeku" sebagai wadah bagi anak muda dan masyarakat untuk nongkrong dan saling bercakap dengan teman maupun saudara serta produk yang ditawarkan "Cafeku" cukup beragam dengan harga yang terjangkau sehingga masyarakat, anak muda khususnya tertarik untuk menikmati dan merasakan pengalaman makanan dan minuman yang beraneka ragam.

2. Struktur Organisasi

Bagan 4.1 Struktur organisasi 'Cafeku' Blitar



digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

a. Pemilik Kafe

Sebagai pemimpin tertinggi di Kafe yang memiliki wewenang sebagai pengambil keputusan dan pengambil kebijakan tertinggi. Berikut pernyataan dari Agus Susilo:

> "... saya disini bertugas sebagai pemilik kafe. Nah tugas saya ya merancang konsep kafe mbak. Mulai dari desain kafenya dan manajemennya mbak. Saya ada ide di otak gitu langsung saya tuangkan di konsep desain kafe. Saya disini juga sekaligus menjadi pekerja di bagian penyajian minuman mbak. Jadi ketika saya membuat minuman, trus saya antar ke pelanggan. Eh, ternyata pas diicipi rasanya kurang manis atau kemanisan, maka saya langsung menggantinya mbak. Saya menyesuaikan kebutuhan pelanggan aja mbak. Dari situ saya dapat masukan, maka saya cepat memberi solusi dengan menggani minumannya tadi. Disini gak ada standart resep mbak. Saya pakai *feeling* kalo buat minuman.[6]

b. Bagian Penyajian

Bagian ini bertugas melakukan penyajian makanan dan minuman pada konsumen serta membina hubungan baik dan harmonis dengan pendekatan personal pada pelanggan.

c. Bagian Produksi

Bagian ini bertugas melakukan kegiatan produksi makanan dan minuman sesuai pesanan pelanggan serta melakukan hiasan pada makanan dan minuman yang akan disajikan.

3. Visi dan Misi "Cafeku"

Adapun visi dan misi dari "Cafeku" adalah sebagai berikut:

[6] Wawancara dengan Agus Susilo, pada tanggal 8 Juni 2016, pukul 20:16 WIB

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

a. Visi

"Menjadikan kafe sebagai wadah bagi anak muda khususnya dan masyrakat untuk nongkrong"

Hal tersebut diperkuat oleh pernyataan Agus Susilo:

"...saya membuat kafe ini ya sebagai wadah anak muda dan masyarakat untuk nongkrong atau saling bertemu mbak. Daripada anak muda jalan-jalan gak jelas atau ke tempat yang aneh-aneh mending kan ke kafe mbak. Disini tuh wadahnya mbak, jadi ya enak sambil santai, ngobrol ma teman dan kadang juga pelanggan yang sudah akrab bisa curhat-curhat ke saya mbak."[7]

b. Misi

1) Memberikan pelayanan yang terbaik pada pelanggan.
2) Memberikan suasana desain ruangan yang nyaman bagi pelanggan.
3) Memberikan inovasi menu makanan dan minuman pada pelanggan.

4. Pengendalian Persediaan

Melakukan pembelian bahan baku satu minggu sekali agar menunjang pengendalian persediaan bahan baku. Akan tetapi jika pemasaran laku keras, belum sampai satu minggu sudah menyetok bahan makanan dan minuman lagi agar tidak sampai terjadi kekosongan bahan. Untuk penyimpanan bahan-bahan ditempatkan pada ruangan tersendiri yang mana ruangan tersebut harus dalam kondisi bersih dan nyaman, guna menjaga kesegaran bahan baku yang ada.

[7] Wawancara dengan Agus Susilo, pada tanggal 10 Juni 2016, pukul 19:01 WIB

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

B. Penyajian Data

Tujuan utama dalam suatu penelitian adalah untuk mencari jawaban atas permasalahan yang sedang diteliti. Salah satu tahap penting dalam proses penelitian adalah kegiatan pengumpulan data, dengan tujuan untuk menjelaskan dan menjabarkan informasi, fakta, dan data-data yang telah diperoleh peneliti dari lapangan baik data primer maupun sekunder. Setelah dikumpulkan, data disusun dan diolah kemudian di tarik kesimpulan yang bersifat umum. Peneliti harus benar-benar memahami berbagai hal yang berkaitan dengan pengumpulan data. Peneliti memproses data–data tentang Visual Branding "Cafeku" di Blitar khususnya produk visual branding pada "Cafeku" di Blitar.

1. **Logo kafe sebagai salah satu desain yang unik untuk menarik konsumen.**

   Logo merupakan bagian yang penting dalam kafe. Logo merupakan suatu gambar atau sekadar sketsa dengan arti tertentu, dan mewakili suatu arti dari "Cafeku". "Cafeku" juag membutuhkan sesuatu yang singkat dan mudah diingat sebagai pengganti dari nama sebenarnya. Hal tersebut bisa diaplikasikan dalam bentuk logo yang unik.

   Logo harus memiliki filosofi dan kerangka dasar berupa konsep dengan tujuan melahirkan sifat yang berdiri sendiri atau mandiri. Logo lebih lazim dikenal oleh penglihatan atau visual, seperti ciri khas berupa warna dan bentuk logo tersebut.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Gb. 4.1. Logo "Cafeku"

Gambar cangkir melambangkan tempatnya ngopi atau minuman yang lain jenis kopi. Disertai dengan penggunaan warna hitam pada gambar cangkir yang bermakna kopi hitam. Berikut adalah penyataan dari Agus Susilo:

"...kalau "ngopi" itu identik dengan nongrong. Nongkrong itu sendiri kan bisa melepaskan kepenatan, bersantai, ngobrol sama temen, pokoke suatu tempat untuk asik-asikan lah. Apalagi warna hitam pada desain cangkir dan desain seduhan kopi itu juga hitam karena memang lagi-lagi kopi itu berwarna hitam, ditambah rasanya kopi sendiri itu pahit, ya cocok aja mbak kalo warna hitam."[8]

Logo kafe memiliki ciri khas berupa warna dan gambaran bentuk logo. Adapun sebelum memilih menggunakan logo, adanya masukan dari ahli desain logo pun juga penting. Hal lain yang diungkapkan informan Agus Susilo mengenai pemilihan menggunakan warna dan bentuk logo 'Cafeku berikut ini:

"...Sebelum kita gambar, kita *sharing* dulu ke teman-teman yang lebih berpengalaman ya, supaya tahu kenapa kok kafe itu lebih kepada gambar cangkir begitu."[9]

Branding logo yang kuat bertujuan memposisikan dirinya di benak konsumen merupakan kebutuhan mendasar bagi tumbuh dan

[8] Wawancara dengan Agus Susilo, 28 Juni 2016
[9] Wawancara dengan Agus Susilo, 23 Juni 2016

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

berkembangnya suatu logo, karena logo merupakan salah cara untuk mempertahankan eksistensi diri. Seperti yang diungkapkan oleh Agus Susilo berikut ini:

> "..adanya logo sendiri juga menuai keuntungan bagi saya. Jadi logo itu merupakan cerminan dari kafe saya. Apalagi ketika anak-anak muda yang sukanya menempelkan stiker di helmnya atau pun sepeda motornya, nah dari stiker itu kan ada logonya, jadi orang-orang secara tidak sengaja sudah melihatnya dan kemungkinan untuk mengenal pun pasti ada."[10]

Memperkenalkan logo baru seperti "Cafeku" ini bukan hal yang mudah untuk dilakukan, apalagi untuk menarik minat *audience* untuk datang ke "Cafeku" dan sekaligus mencoba menu dari "Cafeku" Blitar. Pemilik "Cafeku" percaya bahwa nantinya "Cafeku" ini akan dikenal dengan sendiri oleh masyarakat, karena segala kelebihan yang dimiliki serta pelayanan maksimal yang selalu diberikan oleh 'Cafeku'.

Setiap kafe atau *brand*, pasti ada keunggulan dan keistimewaan dari logonya sehingga mempunyai nilai tawar tersendiri. Sehingga bisa ditawarkan ke khalayak umum. Seperti pada ungkapan Agus Susilo:

> "...Oo, ya jelas ada keistimewaannya dengan logo 'Cafeku'. Saya juga membuat stiker 'Cafeku' beserta logonya. Jadi, kalo orang lihat logonya pasti langsung pengen tahu tempatnya ya dibuat ngopi gitu. Saya milih gambar logonya itu cangkir dan kopi. Soalnya kalau gambar hewan bukan tempat untuk nongkrong, tapi itu adalah kebun binatang begitu."[11]

2. Desain ruangan kafe sebagai salah satu bentuk diferensiasi dari kafe lainnya.

Desain ruangan dengan memiliki konsep yang kuat, akan membentuk ingatan suatu pelanggan yang berdampak pada kekuatan *audience* untuk mendiferensiasikan dari kafe lainnya. Agus Susilo juga

[10] Ibid.,
[11] Wawancara dengan Agus Susilo tanggal 5 Juni 2016

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

menuturkan tentang rancangan (*design*) warna dan penampilan ruangan 'Cafeku'. Rancangan totalitas dari keistimewaan yang mempengaruhi cara penampilan dan fungsi suatu kafe dalam hal kebutuhan pelanggan.

Dengan semakin ketatnya persaingan, rancangan akan menjadi salah satu cara yang paling ampuh untuk memberikan ciri khas yang akan membedakan 'Cafeku' dari kafe lain. Seperti yang dikatakan oleh Agus Susilo:

> "...inovasi itu penting mbak, gunanya supaya pelanggan tidak jenuh dengan suasana kafe. Saya rencana mau ganti desain ruangan ini dengan warna merah mbak. Kalo saat ini saya lebih ke desain ruangan modern yang klasik, mengikuti jaman aja mbak dan warna oranye jadi dasarnya, soalnya dari jalan lebih keliatan. Untuk desain dinding saya juga memakai gambar grafiti dan gambar tribal, karena saya pengen seperti itu. Kalo filosofinya tribal itu kalo buat saya lambang kehidupan yang tidak selalu lurus, kadang ada beloknya, kadang ada durinya, pada intinya dia tetep dalam satu titik. Apa yang ada di otak saya, ya saya aplikasikan di tembok."[12]

Dari wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa mendapatkan kenyamanan dari desain ruangan kafe juga penting karena desain ruangan juga merupakan bentuk diferensiasi dari kafe lainnya, sehingga pelanggan memiliki kepercayaan diri dan keyakinan setiap kali nongkrong di 'Cafeku'. Hal ini juga dimaksudkan agar menumbuhkan rasa bangga dihati pelanggannya setiap nongkrong di 'Cafeku'.

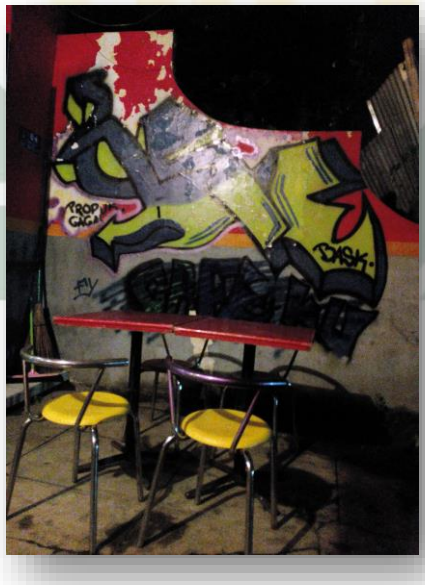
Desain ruangan "Cafeku" memilih warna oranye dan abu-abu yang menyimbolkan kehangatan. "Cafeku" memiliki konsep modern benuansa klasik yaitu pemilihan bentuk meja dan kursi yang terbuat dari kayu. Pada dinding temboknya pun juga terdapat gambar grafiti atau disebut tribal oleh pemilik kafe. Berikut penyataan dari Agus Susilo:

[12] Wawancara dengan Agus Susilo, pada tanggal 16 Juni 2016, pukul 19:02 WIB

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

"...ruangan pada "Cafeku" ini saya memilih warna dasar oranye dan abu-abu mbak, soalnya oranye kan menurut saya warnanya mencolok, jadi kalo siang hari gitu bisa buat orang-orang tertarik mbak kalo diliat dari jalan. Sedangkan kalo malam hari saya pakai lampu dop kuning ini lho mbak, jadi suasana tampak redup pada ruangan, jadi suasana tuh terkesan tenang, kalau tenang itu kan lebih tidak ke hiruk-pikuk dan saya lebih senang desain yang redup. Saya mendesain ruangan ini memakai beberapa gambar tribal mbak dan diluar juga ada gambar grafiti. Seneng aja kalo ada ide langsung dituangkan gitu."[13]

Gb. 4.2. Desain ruangan dalam "Cafeku"



Gb. 4.3. Desain ruangan luar "Cafeku"

[13] Wawancara dengan Agus Susilo, 25 Juni 2016

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Gb. 4.4. Desain ruangan dalam “Cafeku”

Gb. 4.5. Desain tembok ruangan dalam “Cafeku”

Gb. 4.6. Desain tembok bagian dalam “Cafeku”

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. Stiker sebagai bentuk visual *branding* yang menggabungkan logo dengan kata-kata.

"Cafeku" juga memiliki stiker sebagai visul *branding* dari kafe tersebut berupa lembaran kecil plastik yang ditempelkan. Tujuannya stiker tersebut memberikan identitas pada "Cafeku", agar pelanggan mudah mengenali dan tertarik untuk mengunjunginya.

Gb. 4.7. Desain stiker "Cafeku"

Stiker berfungsi sebagai media promosi tempel. Hal tersebut dikuatkan dalam pernyataan Agus Susilo:

"...saya juga menggunakan stiker mbak untuk strategi pemasarannya. Jadi saya desain aja stikernya, nanti kalau ada pelanggan yang datang, setelah bayar maka saya akan memberikannya satu buah stiker mbak. Biasanya saya juga membagikan stiker "Cafeku" pada pelanggan tetap mbak. Harapannya nanti dengan penyebaran stiker orang lain yang belum tahu "Cafeku" menjadi tahu dan ingin nongkrong disini mbak."[14]

Stiker sendiri pun juga memiliki sebuah makna, baik dari segi warna serta makna tersembunyi dari desain stiker kafe tersebut.

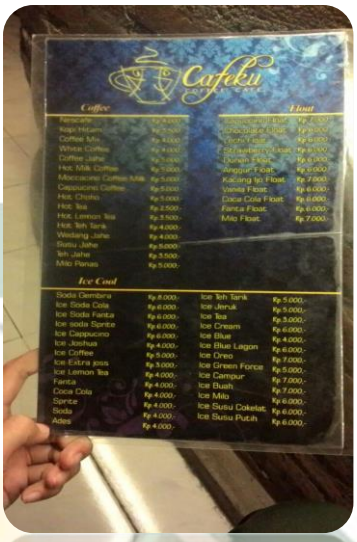
[14] Wawancara dengan Agus Susilo, pada tanggal 14 Juni 2016, pukul 22:00 WIB

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

4. Desain Menu Makanan dan Minuman

Adapun tata susunan menu makanan dan minuman pada “Cafeku” sangat penting, karena menu menjadi suatu kebutuhan ketika pelanggan sedang nongkrong di kafe. Setidaknya pelanggan akan memesan beberapa jenis makanan dan minuman.

Gb. 4.8. Desain menu minuman “Cafeku”



Gb. 4.9. Desain menu minuman “Cafeku”

Komposisi menyangkut keseimbangan, kesatuan, irama dan keselarasan dalam suatu desain menu makanan dan minuman. Desain menu yang baik harus memperhatikan komposisi sehingga gambar yang dibuat dapat menghasilkan kesan yang seimbang, menyatu, berirama, dan selaras. Hal tersebut diungkapkan oleh Agus Susilo:

“...desain menu di “Cafeku” saya rasa sudah cukup. Karena saya sudah mengelompokkan makanan dan minuman menjadi beberapa varian. Contohnya saja menu minuman, variannya ada *fruit juice, float, coffee, milkshake* dan *ice cool*. Saya bikin daftar menunya dari atas ke bawah disertai jenis makanan dan harganya juga.[15]

Jadi dalam penulisan menu memiliki aturan mengenai pembacaan menu, yaitu bisa berupa penyusunan daftar harga makanan beserta jenis

[15] Wawancara dengan Agus Susilo, pada tanggal 15 Juni 2016, pukul 19:30 WIB

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

makanan yang disediakan guna memudahkan pelanggan untuk memesan menu makanan dan minuman.

Adapun desain menu pada "Cafeku" dalam bentuk pewarnaannya sendiri hanya menggunakan warna dasar biru dan hitam saja. Hal tersebut menjadikan sebuah bentuk visual yang menarik.

5. **Desain Billboard sebagai papan petunjuk keberadaan "Cafeku" di Blitar.**

Billboard merupakan suatu media promosi dengan ukuran yang cukup besar dan diletakkan tinggi di tempat tertentu yang ramai dilalui orang. Billbard bertujuan menyampaikan pesan mengenai "Cafeku" supaya mudah dikenali dan diketahui oleh *audience.* Adapun pernyataan dari Agus Susilo:

> "...saya memakai billboard karena pemakaiannya efektif dan efisien ya menurut saya. Soalnya kalo pakai billboard setiap ada orang lewat, sambil mengendarai sepeda motor dengan santai, ataupun ketika seseorang sedang mencari alamat disekitar "Cafeku", maka mereka akan melihat dan membaca billboard tersebut. Dengan begitu akan mudah diketahui oleh orang keberadaan "Cafeku." Lagi pula untuk desain billboard bisa diganti sesuai kebutuhan. Biasanya kalo sudah jelek dan kotor saya mengganti desainnya. Warnanya pun saya tetap memakai warna dasar oranye, karena mencolok, jadi bisa menarik perhatian *audience* yang lewat depan "Cafeku". Billboard bagi saya juga sebagai penanda, kalo "Cafeku" ini merupakan tempat nongkrong.[16]

[16] Wawancara dengan Agus Susilo, pada tanggal 17 Juni 2016, pukul 21:15 WIB

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id