

Editor:

Arisantoso, S.T., M.Kom



Sekolah Tinggi  
Teknologi  
Informasi NIIT

I-TECH

# PEMBUATAN MEDIA PROMOSI UNTUK PENJUALAN **SANDWICH**

Najwa Farah I II Widya  
Jefri Rahmadian., S.Kom., M.Kom.



# PEMBUATAN MEDIA PROMOSI UNTUK PENJUALAN **SANDWICH**

Perkembangan teknologi informasi yang sangat cepat memberikan dampak yang signifikan terhadap prinsip atau konsep manajemen yang telah dikenal selama ini. Hal ini berdampak pada perusahaan atau lembaga yang dulunya masih menggunakan cara konvensional, tetapi sekarang dapat diterapkan secara terpadu dengan adanya sistem informasi digital.



0858 5343 1992  
eurekamediaaksara@gmail.com  
Jl. Banjaran RT.20 RW.10  
Bojongsari - Purbalingga 53362



# PEMBUATAN MEDIA PROMOSI UNTUK PENJUALAN SANDWICH

II Widya  
Najwa Farah  
Jefri Rahmadian., S.Kom., M.Kom.



**eureka**  
media aksara

PENERBIT CV.EUREKA MEDIA AKSARA

**PEMBUATAN MEDIA PROMOSI UNTUK PENJUALAN  
SANDWICH**

**Penulis** : Il Widya  
Najwa Farah  
Jefri Rahmadian., S.Kom., M.Kom.

**Editor** : Arisantoso, S.T., M.Kom.

**Desain Sampul** : Ardyan Arya Hayuwaskita

**Tata Letak** : Nur Cholifatun Nisa

**ISBN** : 978-623-120-890-3

Diterbitkan oleh : **EUREKA MEDIA AKSARA, JUNI 2024**  
**ANGGOTA IKAPI JAWA TENGAH**  
**NO. 225/JTE/2021**

**Redaksi:**

Jalan Banjaran, Desa Banjaran RT 20 RW 10 Kecamatan Bojongsari  
Kabupaten Purbalingga Telp. 0858-5343-1992

Surel : eurekamediaaksara@gmail.com

Cetakan Pertama : 2024

**Eureka Media Aksara bekerjasama dengan  
Sekolah Tinggi Teknologi Informatika NIIT**

**All right reserved**

Hak Cipta dilindungi undang-undang

Dilarang memperbanyak atau memindahkan sebagian atau seluruh isi buku ini dalam bentuk apapun dan dengan cara apapun, termasuk memfotokopi, merekam, atau dengan teknik perekaman lainnya tanpa seizin tertulis dari penerbit.

## KATA PENGANTAR

Penulis ingin memuji dan bersyukur kepada Allah SWT karena berkat dan rahmat-Nya, buku ini dapat diselesaikan. Buku ini berjudul "Pembuatan Media Promosi untuk Penjualan Sandwich".

Penulis juga ingin berterima kasih kepada beberapa pihak yang telah membantu dalam proses penulisan buku ini. Bantuan mereka sangat berarti dalam penyusunan buku ini sehingga bisa diterbitkan dan dibaca oleh pembaca.

Perkembangan teknologi informasi yang sangat cepat memberikan dampak yang signifikan terhadap prinsip atau konsep manajemen yang telah dikenal selama ini. Hal ini berdampak pada perusahaan atau lembaga yang dulunya masih menggunakan cara konvensional, tetapi sekarang dapat diterapkan secara terpadu dengan adanya sistem informasi digital.

Buku ini terdiri dari 7 bab, yaitu bab 1 tentang pendahuluan, bab 2 tentang konsep perancangan media promosi sandwich, bab 3 tentang kreativitas pembuatan sandwich, bab 4 tentang perancangan dan tools aplikasi yang digunakan, bab 5 tentang perancangan storyboard, bab 6 tentang implementasi design, dan bab 7 tentang penutup.

Buku ini tidak sempurna, dan penulis menghargai setiap pendapat dan kritik yang dapat membantu penulis dalam menulis buku di waktu yang akan datang. Semoga buku ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

Tim Penyusun

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>iv</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
<b>BAB 2 KONSEP PERANCANGAN MEDIA PROMOSI SANDWICH .....</b>	<b>5</b>
A. Konsep Perancangan .....	5
B. Media Promosi.....	6
C. Produk Sandwich .....	20
<b>BAB 3 KREATIVITAS PEMBUATAN SANDWICH.....</b>	<b>42</b>
A. Kreativitas dalam Pembuatan Sandwich.....	42
<b>BAB 4 PERANCANGAN DAN TOOLS APLIKASI YANG DIGUNAKAN .....</b>	<b>44</b>
A. Perancangan .....	44
<b>BAB 5 PERANCANGAN STORYBOARD .....</b>	<b>45</b>
A. Storyline.....	45
B. StoryBoard.....	46
<b>BAB 6 IMPLEMENTASI DESIGN .....</b>	<b>52</b>
<b>BAB 7 PENUTUP.....</b>	<b>59</b>

# BAB

# 1

# PENDAHULUAN

Seiring meningkatnya persaingan dalam industri makanan, khususnya penjualan sandwich, pemilik usaha perlu mengadopsi strategi pemasaran inovatif untuk menonjolkan produk mereka di pasar yang padat. Dengan tren konsumsi makanan siap saji yang terus meningkat, sandwich menjadi pilihan populer bagi konsumen yang menginginkan opsi makanan yang praktis dan cepat. Oleh karena itu, media promosi yang efektif dapat menjadi kunci keberhasilan dalam menangkap perhatian pelanggan potensial.

Pentingnya citra merek juga menjadi faktor krusial, di mana media promosi memiliki peran besar dalam membentuk dan memperkuat persepsi positif terhadap produk. Dalam era digital ini, pemanfaatan teknologi dan media sosial menjadi semakin penting. Kampanye promosi online, seperti iklan di media sosial, website, atau aplikasi pengiriman makanan, dapat mencapai audiens yang lebih luas dan memberikan daya tarik visual yang diperlukan dalam pemasaran makanan.

Selain itu, analisis data dan pelacakan kinerja dapat memberikan wawasan berharga untuk meningkatkan strategi pemasaran. Dengan memahami perilaku konsumen dan respons terhadap promosi, pemilik usaha dapat mengoptimalkan kampanye mereka. Penting juga untuk mempertimbangkan promosi lokal agar dapat secara khusus menargetkan pelanggan di sekitar lokasi bisnis. Melalui pendekatan ini, media promosi tidak hanya menjadi alat untuk meningkatkan penjualan, tetapi juga untuk membangun hubungan yang lebih erat dengan komunitas lokal. Dengan merangkum aspek-aspek tersebut, dapat dirancang

# BAB 2

## KONSEP PERANCANGAN MEDIA PROMOSI SANDWICH

### A. Konsep Perancangan

Desain atau perancangan memiliki peran penting dalam proses produksi. Tujuannya adalah memberikan gambaran yang jelas dan lengkap kepada para programmer dan insinyur yang terlibat dalam produksi. Desain haruslah bermanfaat dan mudah dipahami agar dapat digunakan dengan mudah.

Proses desain melibatkan berbagai teknik, seperti deskripsi arsitektur dan detail komponen, serta kendala yang mungkin dihadapi dalam proses produksi. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2019), desain adalah proses, metode, dan pembuatan desain. Desain digunakan untuk mengatur segala sesuatu sebelum bertindak, melakukan, atau merencanakan. Dalam bahasa Inggris, design berarti ilmu yang berhubungan dengan perencanaan atau perancangan. Biasanya, desain diwujudkan dalam bentuk gambar atau rancangan.

Menurut Mohamad Subhan pada tahun 2012 (halaman 109), definisi dari desain adalah proses pengembangan spesifikasi baru berdasarkan rekomendasi hasil analisis sistem. Sementara itu, Satzinger, Jason, dan Burd pada tahun 2015 (halaman 5) mengartikan bahwa perancangan sistem merupakan kumpulan aktivitas yang secara rinci menjelaskan bagaimana sistem akan beroperasi.

Kristanto pada tahun 2013 (halaman 61) menjelaskan bahwa perancangan sistem adalah tahapan di mana elemen-elemen komputer yang akan menggunakan sistem

# BAB 3

## KREATIVITAS PEMBUATAN SANDWICH

### A. Kreativitas dalam Pembuatan Sandwich

Kreativitas dalam pembuatan sandwich menjadi landasan untuk menciptakan pengalaman kuliner yang tak terlupakan. Dalam menyusun sandwich, variasi roti tidak lagi terbatas pada pilihan gandum atau putih; kini, kita dapat memilih roti lapis multigrain, tortilla, atau bahkan wafel untuk memberikan dimensi rasa dan tekstur yang lebih mendalam. Isian sandwich juga menjadi panggung ekspresi kreatif, menggabungkan elemen yang tak terduga seperti buah-buahan segar, selai cabai, atau campuran unik seperti keju dengan potongan aprikot. Penggunaan sayuran yang tidak konvensional, seperti lobak atau irisan bit merah, bukan hanya memberikan rasa tetapi juga warna dan tekstur yang memikat mata. Kreativitas muncul pula dalam penggunaan bumbu dan herba aromatik, memperkaya rasa dengan kehadiran daun ketumbar segar atau rempah-rempah seperti jintan. Sandwich bukan lagi sekadar kombinasi bahan yang disusun, tetapi seni kuliner yang menuntut eksplorasi tema kuliner tertentu.

Mulai dari sandwich Mediterania yang memadukan keju feta, tomat, dan zaitun hingga sandwich yang terinspirasi pizza dengan saus tomat, keju mozzarella, dan pepperoni, kreativitas tak terbatas. Bahkan, sandwich dapat dihidangkan dalam bentuk bola kecil atau dalam presentasi artistik untuk memberikan pengalaman visual yang menarik. Dengan berani mencoba kombinasi rasa yang tak terduga dan menciptakan sandwich dengan presentasi yang unik, kreativitas dalam

# BAB 4

## PERANCANGAN DAN TOOLS APLIKASI YANG DIGUNAKAN

### A. Perancangan

Pada perancangan basis data yang selanjutnya akan diimplementasikan pada bab berikutnya maka akan dijelaskan komponen yang akan digunakan pada project kali ini.

#### 1. Aplikasi yang digunakan

Untuk pembuatan media promosi ini menggunakan aplikasi seperti canva, adobe photoshop, adobe illustlator, dan capcut.

#### 2. Font yang digunakan

Adapun font yang digunakan dalam pembuatan media promosi ini adalah Sergio trendy (untuk logo)

#### 3. Pallete warna yang digunakan

Adapun pallete warna yang digunakan dalam pembuatan media promosi ini bertema pink dan putih.

#### 4. Jenis media promosi yang digunakan

Adapun jenis media promosi yang digunakan dalam penelitian ini adalah poster, logo, banner, pamflet, kaos, mug, kop surat, gantungan kunci, kartu nama, dan lain-lain.

# BAB 5

## PERANCANGAN STORYBOARD

### A. Storyline

Storyline yang digunakan untuk pembuatan media promosi untuk penjualan sandwich ini adalah:

1. Logo

Dalam pembuatan logo sandwich bogor ini menggunakan tema pink putih soft dalam pembuatannya.

2. Poster

Poster yang dibuat juga bertema sandwich buah yang segar dan menggunakan pallete warna yang sama yaitu pink putih soft.

3. Banner

Pada pembuatan banner disini juga menggunakan media yang mirip dengan poster, yang berbeda hanya penempatannya dan ukurannya saja.

4. Pamflet

Pamflet yang dibuat disini menggunakan ukuran yang sesuai dengan kriteria dan menggunakan pallete warna yang sama yaitu pink putih soft yang senada.

5. Kartu nama

Pada pembuatan kartu nama disini menggunakan ukuran kecil dan bertema pink putih dengan penambahan informasi seperti nama, no telepon dan sebagainya.

6. Kaos

Pada kaos yang dibuat ini menyertakan logo dari brand sandwich yang akan ditempatkan ditengah kaos dengan ukuran yang disesuaikan.

# BAB 6

## IMPLEMENTASI DESIGN

Pada tahap Implementasi ini maka akan dijelaskan bagaimana pengaplikasian perancangan dan design yang akan diterapkan pada perancangan media promosi untuk penjualan sandwich ini.

### 1. Logo



Gambar 7. 1 Implementasi logo sandwich

# BAB

# 7

# PENUTUP

Pembuatan media promosi untuk produk sandwich ini dibuat menggunakan aplikasi Adobe photoshop, canva, dan ibispaint. Font dan tata letak yang digunakan disesuaikan dengan penggunaannya masing-masing guna menaikkan tingkat penjualan produk sandwich ini. Dan juga manfaat dari pembuatan media promosi ini adalah:

1. Meningkatkan Kesadaran: Media promosi seperti poster, iklan online, atau posting media sosial dapat meningkatkan kesadaran konsumen tentang produk sandwich.
2. Meningkatkan Penjualan: Dengan meningkatnya kesadaran, kemungkinan peningkatan penjualan juga bertambah karena konsumen lebih mungkin memilih produk daripada yang lain.
3. Menargetkan Audiens yang Tepat: Dengan media promosi yang tepat, Anda dapat menargetkan audiens yang spesifik, seperti penggemar sandwich, pecinta makanan cepat saji, atau mereka yang mencari pilihan makanan sehat.
4. Membangun Citra Merek: Media promosi yang konsisten dan menarik dapat membantu membangun citra merek yang kuat untuk bisnis, menjadikan produk sandwich sebagai pilihan yang diinginkan dan diandalkan.
5. Mendorong Penjualan Tambahan: Dengan menawarkan promosi khusus atau diskon melalui media promosi, dapat mendorong konsumen untuk membeli sandwich dan mungkin produk tambahan atau layanan yang Anda tawarkan.

6. Meningkatkan Keterlibatan Konsumen: Media promosi yang interaktif, seperti kontes atau polling di media sosial, dapat meningkatkan keterlibatan konsumen dan memperkuat hubungan antara merek dan konsumen.
7. Menginformasikan tentang Produk: Media promosi dapat digunakan untuk memberi tahu konsumen tentang berbagai jenis sandwich yang ditawarkan, bahan-bahan yang digunakan, nilai gizi, dan informasi lain yang mungkin mempengaruhi keputusan pembelian.