PERANCANGAN MEDIA PROMOSI PRODUK KACAMATA KULIT TESMAK

Rayhan Satria Gunawan
Desain Grafis D4 - Fakultas Desain Komunikasi Visual - Universitas Widyatama
Email: rayhan.satria@widyatama.ac.id

ABSTRAK

Pada perkembangan zaman ini, tidak hanya teknologi saja yang berkembang pesat melainkan juga dengan usaha-usaha yang ada di era modern ini. Tentu saja ide ini bermunculan oleh pemikiran-pemikiran manusia yang berkembang dengan seiring berjalannya waktu dan zaman. Usaha bisnis kacamata adalah jenis usaha yang berfokus pada produksi, penjualan, dan distribusi kacamata matahari, kacamata minus, atau kacamata fashion lainnya. Selain membuat ide yang menarik, dalam praktik penjualan produk salah satu faktor yang mempengaruhi yaitu visual dari media promosi. Salah satu usaha kacamata lokal asal Bandung yaitu Tesmak, bergerak di industri aksesoris yang memiliki produk kacamata unik berbahan kayu dan kulit nabati. Tesmak didirikan pada tahun 2014 oleh Vicky pemilik usaha asal Bandung. Idenya adalah mengembangkan produk dari bahan yang menggunakan olahan limbah.Dengan adanya rancangan media promosi diharapkan dapat meningkatkan brand awareness dan juga penjualan dari Tesmak. Rancangan akhir berupa foto dan video yang akan diimplementasikan melalui media promosi Instagram, Website, Tokopedia, Youtube dan bentuk fisik berupa x-banner.

Kata Kunci : Media Promosi, Kacamata, Tesmak.

DESIGNING PROMOTIONAL MEDIA FOR TESMAK LEATHER EYEWEAR PRODUCTS

Rayhan Satria Gunawan
Graphic Design D4 – Faculty of Visual Communication Design – Widyatama University
Email: rayhan.satria@widyatama.ac.id

ABSTRACT

In today's rapidly evolving era, it is not just technology that is advancing swiftly, but also the efforts made in this modern age. These ideas emerge from the evolving human intellect as time progresses. The eyewear business is a type of enterprise that focuses on the production, sale, and distribution of sunglasses, prescription glasses, and other fashion eyewear. Aside from creating appealing ideas, one of the factors influencing product sales in practice is the visual aspect of promotional media. One such local eyewear business from Bandung, known as Tesmak, operates in the accessories industry and offers unique eyewear products made from wood and natural leather. Tesmak was founded in 2014 by Vicky, a business owner from Bandung. The core idea behind it is to develop products using processed waste materials. The proposed media planning is expected to enhance brand awareness and sales for Tesmak. The final design will include photos and videos that will be implemented through promotional media platforms such as Instagram, the website, Tokopedia, YouTube, and physical displays in the form of X-banners.

Keywords: Promotional Media, Eyewear, Tesmak