

PERANCANGAN DESAIN LIGHT BOX SEBAGAI MEDIA PROMOSI INSTITUT TEKNOLOGI DAN BISNIS INDOBARU NASIONAL BATAM

Levi Cornelia¹⁾, Miftahul Ilmi²⁾, Cosmas Eko Suharyanto³⁾

^{1,2,3}Sistem Informasi, Institut Teknologi dan Bisnis Indobaru Nasional Batam

Email: 1320122003@student.indobarunasional.ac.id¹, Miftahulilmi12@gmail.com², costmust@gmail.com³

Abstract

Promotional media is something that is very important and needed in the corporate world in various fields, which one of them is education, the Batam National Indobaru Institute of Technology and Business (IIBN), which is the newest campus so it requires an introduction process to a larger public awareness. Of course the campus has carried out a lot of promotional media using brochures, banners, or expeditions in public places, but these promotional media are not very attractive to the younger generation. So this is where light box research came out, it's based on aesthetic decoration and can be used as souvenirs for promotional media. The results of this research show that the light box promotional media is very innovative because it has a design that is related to the preferences of the younger generation and also has an aesthetic value that is suitable for home decoration.

Keywords: *light box, promotional media, design, IIBN.*

Abstrak

Media promosi itu sangat penting dan dibutuhkan didunia perusahaan dalam berbagai bentuk bidang, Salah satunya bidang pendidikan, Institut Teknologi dan Bisnis Indobaru Nasional Batam (IIBN) yang merupakan kampus terbaru sehingga membutuhkan proses pengenalan kepada public yang lebih besar. Dalam media promosi tentu saja kampus sudah melakukan media promosi menggunakan brosur, spanduk, ekspedisi ditempat umum tetapi media promosi tersebut sangat tidak menarik bagi para generasi muda. Maka disinilah penelitian *light box* yang berdasarkan dekorasi estetika dan dijadikan menjadi media promosi basis survenir. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa media promosi *light box* sangatlah inovatif karena memiliki desain yang berhubungan dengan kesukaan para generasi muda dan juga memiliki nilai estetika yang cocok dijadikan dekorasi rumah.

Kata kunci: *light box, media promosi, desain, IIBN.*

PENDAHULUAN

Berbagai inovasi dibidang teknologi informasi terus bermunculan, baik di bidang industry, ekonomi kreatif, pemerintahan, UMKM, pertanian, pendidikan dan lainnya.[1]

Pada era modern ini, bidang pendidikan layak diperhatikan dan dikelola secara professional, hal tersebut dikarenakan kompetisi antar sekolah di Indonesia semakin banyak dan ketat. Bila tidak di Kelola secara maksimal maka akan tidak memiliki hal menarik dan semakin hari akan ditinggalkan oleh konsumen. [2]

Peserta didik merupakan salah satu komponen utama dalam proses belajar mengajar, perkembangan jumlah peserta didik merupakan indikator dan tujuan disetiap lembaga pendidikan yang dapat diupayakan melalui berbagai hal diantaranya adalah peningkatan pelayanan pendidikan yang dicapai dengan strategi marketing pendidikan.[3]

Seluruh kegiatan pemasaran jasa pendidikan tidak hanya sebatas pada aktivitas penjualan jasa pendidikan, iklan dan promosi untuk menciptakan permintaan jasa pendidikan, tetapi sebuah

Jurnal Teknologi Digital dan Sistem Informasi
<https://ojsiibn1.indobarunasional.ac.id/index.php/JUTEKDISI>

keterampilan dalam merencanakan dan mengelola hubungan pertukaran antar sekolah dengan kelompok masyarakat.[4]

Media promosi adalah segala bentuk media yang bisa digunakan untuk promosi produk atau jasa. Media ini juga digunakan untuk menarik calon konsumen untuk membeli atau menggunakan jasa yang diberikan. Penggunaan media ini sangat membutuhkan perhatian dalam tujuan promosi dan target audiens, supaya tepat sasaran. Begitulah terdapat banyak macam jenis media promosi:

- Media cetak
- Media elektronik
- Media luar ruang, dll.

Dalam melaksanakan kegiatan promosi, setiap lembaga harus dapat menentukan dengan tepat pilihan promosi mana yang akan digunakan agar dapat mencapai tujuan yang maksimal, agar dapat mempertahankan kelangsungan, berkembang dan mendapatkan apa yang diharapkan oleh sebuah lembaga.[5]

Pada zaman modern sekarang, semua orang menyukai dekorasi *aesthetic* yang memiliki nilai simple dan minimalis. Istilah *aesthetic*, berasal dari bahasa Inggris yang artinya estetis atau estetika. Dalam Encyclopedia Britannica dijelaskan *aesthetic* adalah filosofi yang dekat dengan keindahan dan rasa, berhubungan dengan konsep seni.

Namun, estetika sebenarnya adalah suatu bidang ilmu yang membahas dan mempelajari tentang keindahan. Tetapi, keindahan dalam estetika bukan hanya mengenai karya seni saja, tetapi juga pada aspek kehidupan, seperti kejiwaan emosi dan pengetahuan.

Estetika memiliki banyak manfaat:

- Memperdalam pengertian rasa indah
- Memperkokoh rasa cinta pada kesenian
- Memupuk kehalusan rasa pada umumnya
- Melatih diri untuk disiplin

Ada juga unsur estetika:

- Unsur bentuk: 2D dan 3D
- Unsur warna: penamilan dari warna yang menyesuaikan orang yang menggunakannya.
- Unsur tema: kondisi geografis, adat, budaya, dll.
- Unsur motif hias: menambah nilai keindahan.

Disini penulis menggunakan konsep *aesthetic* (estetik) yang berhubungan dalam cahaya (*lightning*), dimana *lightning* tersebut memberi rasa kelembutan pada suatu ruangan yang akan di letakan, contohnya seperti dekorasi yang memiliki desain yang unik tetapi ada lampu yang menerangi dari dalam, yaitu *light box*, *night lamp*, dll.



Gambar 1. LED Light Box
 Sumber: amazon



Gambar 2. THE ROYAL MOON LAMP.
 Sumber: *royalmoonlamp*

Light box ini akan digunakan sebagai media promosi kampus Institut Teknologi dan Bisnis Indobaru Nasional Batam (IIBN), dimana kampus ini merupakan kampus baru yang mulai menerima mahasiswa baru di tahun ajaran 2022. Dikarenakan keadaan kampus yang masih baru maka mereka membutuhkan sarana promosi yang lebih banyak

Salah satu hal yang bisa dijadikan media promosi berupa dalam bentuk pemberian *souvenir*. Pemberian *souvenir* bisa diberikan dalam bentuk cangkir, *calendar*, buku tulis, pena, ataupun tote bag. Namun dengan kualitas produk yang bagus tidak didukung dengan kemasan yang informatif dan estetik sulit untuk bersaing dan berkembang. [6]

Tidak hanya itu saja, tetapi karena barang-barang tersebut sudah tidak terlalu diminati pada generasi sekarang, maka perlu diadakan modifikasi, salah satu nya *light box* mini yang bisa dijadikan *night lamp*.

Light box ini juga dibuatkan untuk memenuhi kebutuhan Ujian Akhir Semester yang dibutuhkan dalam perkuliahan DKV Aplikatif.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan merupakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif.

Peneliti mengumpulkan data secara menganalisis kegiatan marketing yang ada di tempat umum yang mengadakan acara dimana terdapat berbagai macam perusahaan ataupun produk dari semua lapangan yang berpartisipasi untuk memperkenalkan produk yang mereka berikan seperti property, edukasi, kuliner, tradisi, pakaian, kendaraan dll.

PEMBAHASAN DAN HASIL

Referensi.

Awal permulaan dengan pencarian referensi *light box*.



Gambar 3. Shoji lamp
 Sumber: *pinterest*.



Gambar 4. Ceiling lamp
 Sumber: *pinterest*.

Jurnal Teknologi Digital dan Sistem Informasi
<https://ojsiibn1.indobarunasional.ac.id/index.php/JUTEKDISI>



Gambar 5. RGB Light Cube Lamp
 Sumber: etsy.



Gambar 6. RGB Light Cube Lamp
 Sumber: etsy.

Perencanaan

Setelah pencarian referensi maka akan masuk ke tahap konsep ataupun referensi dasar, yaitu target dalam membuat *light box* ini berupa bahan komersial atau promosi tentang kampus IIBN.

Maka hal yang perlu di dalam desain nya yang paling utama berupa logo kampus, yang merupakan identitas kampus.



Gambar 7. Logo IIBN
 Sumber: ais.indobarunasional

Logo tersebut akan di letakkan pada bagian atas *light box*, dimana merupakan bagian yang paling mudah di lihat para audiens dan juga akan di masukan informasi seperti media sosial terutama media Instagram untuk audiens yang tertarik bisa mengunjung ke media tersebut.

Selanjutnya sisi lainnya akan didesain dengan kata-kata mutiara, bijaksana, ataupun penuh motivasi karena generasi sekarang membutuhkan dukungan secara psikologis ataupun kalimat inspirasi dalam menjalani kehidupan mereka. Disini akan dimasukan kata-kata yang terinspirasi dari dunia Anime Jepang dan dunia K-pop.

Generasi sekarang sangat terikat dengan dunia hiburan yang berbagai macam, diantaranya yang paling menonjol adalah Otaku dan K-pop lovers. Otaku merupakan orang-orang yang tertarik pada animasi jepang seperti Naruto, One Piece, Detective Conan, Jujutsu Kaisen, dll. Untuk K-pop seperti BTS, Black Pink, Twice, Mamamoo, Red Velvet dll.

Berikut merupakan idol dan karakter animasi jepang yang akan digunakan sebagai inspirasi:

1. Hatake Kakashi. Anime: Naruto.
 Kata-kata bijak: “Generasi berikutnya akan selalu melampaui generasi sebelumnya. Ini adalah salah satu siklus yang tidak pernah berakhir dalam hidup.”



Gambar 8. Kakashi
 Sumber: pinterest.

2. Gojo Satoru. Anime: Jujutsu Kaisen.

Kata-kata mutiara: “Apa kau tidak tahu belajar itu penting?”



Gambar 9. Satoru
 Sumber: pinterest.

3. Jeon Jungkook. K-pop: BTS.

Kata-kata motivasi: “Jangan menyerah karena satu babak buruk dalam hidupmu. Lanjutkan! Kisahmu tidak berakhir disini.”



Gambar 10. Jungkook
 Sumber: wallpaper.com.

4. Lisa. K-pop: Blackpink

Kata-kata motivasi: “Tidak peduli betapa menyakitkan dan sulitnya perjalananmu, jangan menyerah pada impianmu.”



Gambar 11. Lisa
 Sumber: Quora.

Persiapan

Selanjutnya mulai mempersiapkan bahan untuk membuat *light box* nya, yaitu batang untuk kerangka kotaknya, lem, tempat *fitting* lampu yang langsung sambung ke colokan, hasil desain.

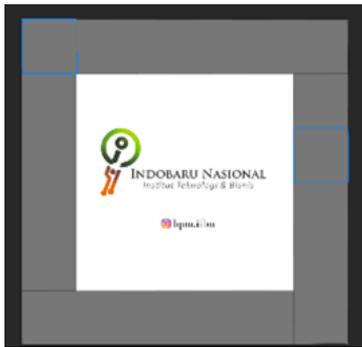


Gambar 12. Batang es krim
 Sumber: hasil penelitian

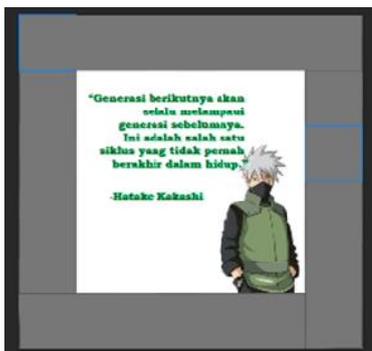


Gambar 13. Colokan lampu
 Sumber: hasil penelitian

Untuk pertama akan di fokus dalam membuat desain per sisi menggunakan adobe photoshop. Berikut merupakan desain awal yang masih akan mendapatkan perubahan untuk penyesuaian ukuran:



Gambar 14. Sisi atas.
 Sumber: hasil penelitian



Gambar 15. Sisi 1
 Sumber: hasil penelitian



Gambar 16. Sisi 2
 Sumber: hasil penelitian



Gambar 17. Sisi 3
 Sumber: hasil penelitian



Gambar 18. Sisi 4
 Sumber: hasil penelitian

Dalam penulisan, penulis menggunakan warna hijau selain merupakan warna pemberi efek relaksasi dan ketenangan, warna hijau juga merupakan salah satu identitas IIBN.

Pembuatan

Kembali ke bahan yang di persiapkan sebelumnya:

1. Pertama-tama , lem kan 4 batang es krim membentuk persegi.



Gambar 19. Lem 1

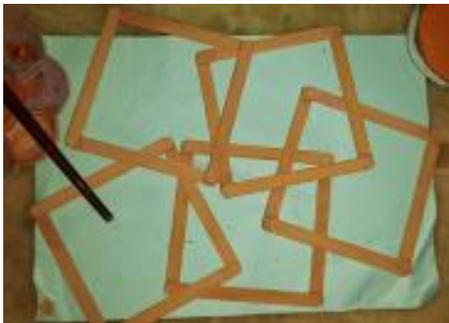
Sumber: hasil penelitian

Lanjut lem semuanya sampai memiliki 5 bagian kerangka tersebut.



Gambar 20. 5 bagian
Sumber: hasil penelitian

2. Warnai kerangka tersebut.



Gambar 21. Mewarnai kerangka
Sumber: hasil penelitian

3. Siapkan sisi-sisi desain yang sudah jadi dan sudah di *print* untuk di tempelkan pada kerangka tersebut.



Gambar 22. Penyusunan
Sumber: hasil penelitian

4. Gabungan dan lem semua sisi menjadi satu kotak.



Gambar 23. Setelah disatukan
Sumber: hasil penelitian

5. Kemudian persiapkan lampu dengan colokan lampu. Letakan *box* pada lampu tersebut.



Gambar 24. Persiapan lampu
Sumber: hasil penelitian

Hasil

Gambar 25. Hasil jadi
 Sumber: hasil penelitian



Gambar 26. Hasil jadi (2)
 Sumber: hasil penelitian

Berikut merupakan hasil jadi *light box* yang akan di pergunakan untuk promosi kampus berbasis survenir untuk menarik perhatian audiens terutama kalangan generasi muda yang memiliki ketertarikan dalam dunia hiburan dan dekorasi estetik.

SIMPULAN

Perancangan ini menyimpulkan bahwa media promosi IIBN menggunakan *light box* dapat meningkatkan visibilitas dan

daya tarik institusi. Dengan mempertimbangkan elemen estetika, fungsi dan strategi pemasaran, *light box* dapat menjadi alat inovatif untuk menarik perhatian calon mahasiswa dan masyarakat luas, ditambah dengan desain yang tepat, penggunaan material berkualitas, serta pencahayaan yang sesuai akan meningkatkan keberhasilan yang lebih besar. Diharapkan dengan *light box*, kampus IIBN dapat memperkuat identitas dan pendaftaran mahasiswa baru yang selalu meningkat.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada IIBN yang memberi kesempatan dalam membuat jurnal ini, beserta Bapak Dosen Miftahul Ilmi, S.Pd., S.Kom., M.Pd.T. telah membantu penulis dalam pengembangan ide dan kreativitas desain. Penulis juga berterima kasih kepada orang tua penulis yang telah membantu dalam pengumpulan bahan dan proses pembuatan yang penulis mengalami kesulitan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Dasril Aldo, Miftahul Ilmi, Hariselmi, “Pengembangan Multimedia Interaktif Hewan Berbisa dengan Metode Multimedia Development Life Cycle,” Volume 4, No. 2, pp 364–373, 2023, doi: 10.47065/josh.v4i2.2669
- [2] St. Ibrah Mustafa Kamal, Nursahwal, “Strategi Promosi Sekolah Dalam Meningkatkan Jumlah Peserta Didik Di Madrasah Aliyah Harun Al-Rasyid Bontonompo Kabupten Gowa,” Volume 5 No 1, 2023. E-ISSN: 2656-4378 P-ISSN: 2655-5689.
- [3] Mahbub, Eva Husnia Zen, “ Pengaruh Promosi Pendidikan Terhadap Minat Peserta Didik Baru

Jurnal Teknologi Digital dan Sistem Informasi
<https://ojsiibn1.indobarunasional.ac.id/index.php/JUTEKDISI>

- MAN 3 Banyuwangi,” Volume: 2, Nomor: 1, 2020, ISSN : 2722 – 7146.
<https://glints.com/id/lowongan/psikologi-warna/>
- [4] Sergius Lay, Sukarman Purba, Irsan Rangkuti, STP Dian Mandala, “Strategi Promosi Sekolah Dalam Merekrut Calon Peserta Didik Baru Di Smps Bunga Mawar Gunungsitoli – Nias,” Vol.9No.1, 2023, e-ISSN 2621 – 2676, p-ISSN 2528 – 0775.
- [5] Akhmad Zaenul Ibad, Oni Marlina Susianti, “Strategi Promosi Penerimaan Peserta Didik Baru (Studi Kasus Mi Al Fatah Cikadu Kec Watukumpul),” 2020, ISSN. 2527-6018 e-ISSN. 2548-4141.
- [6] Aileen Solicitor Costa Rica El Chidtian, Made Hanindia Prami Swari, Chrystia Aji Putra, “Perancangan Desain Kemasan Wedang Jempol Bu Shobah Untuk Meningkatkan Awareness di Kota Blitar”, Volume 5 Nomor 1, 2023, doi:
<https://doi.org/10.33005/gestalt.v5i1.136>
- [7] Vanya Karunia Mulia Putri, “Media Promosi: Definisi dan Jenis-jenisnya.”
<https://www.kompas.com/skola/read/2023/01/31/110000969/media-promosi--definisi-dan-jenis-jenisnya>.
- [8] Rahma Fiska. *Pengertian Estetika: Fungsi dan Teorinya*.
<https://www.gramedia.com/literasi/estetika/>
- [9] Andre Oliver. *Psikologi Warna: Apa Itu, Manfaat, Jenis dan Makna Warna, serta Cara Memilihnya*.