

BAB III

KONSEP PERANCANGAN KARYA MEDIA PROMOSI PADA PERUSAHAAN ROTI WAHYU

A. Konsep Perancangan Media Promosi

Konsep peancangan adalah sejumlah karya yang dibutuhkan sebelumnya untuk dilaksanakan pada suatu periode tertentu dalam rangka mencapai tujuan yang ditetapkan. Beberapa ahli memberikan pengertian perancangan. Menurut Bintoro Tjokrominoto, proses persiapan kegiatan-kegiatan secara sistematis yang akan dilakukan untuk mencapai tujuan tertentu. Sebagian memberikan pengertian perencanaan sebagai keseluruhan proses pemikiran dan penentuan proses pemikiran dan penentuan secara matang menyangkut hal-hal yang akan dikerjakan dimasa datang dalam rangka mencapai tujuan yang telah ditentukan sebelumnya.

Perancangan pada hakekatnya adalah proses pengambilan keputusan atas sejumlah alternatif atau pilihan mengenai sasaran dan cara-cara yang akan dilaksanakan dimasa yang akan datang guna mencapai tujuan yang dikendaki serta pemantauan dan penilaian atas hasil pelaksanaan, yang dilakukan secara sistematis dan berkesinambungan.

B. Analisis Data

Analisis data menurut Bagdan dan Biklen (1992:145) adalah proses mencari data secara sistematis dan mengatur catatan wawancara, catatan lapangan, dan rider lain yang dihimpun untuk menggiring pengertian. Analisis data dalam proses perancangan media promosi roti wahyu meliputi :

1. Demografis

Demografis adalah pengelompokan yang dilakukan berdasarkan variabel usia, jenis kelamin, ekonomi, agama, pendidikan.

- | | |
|------------------|---------------------|
| a. Konsumen | : 6 – 12 tahun |
| b. Jenis Kelamin | : Pria dan Wanita |
| c. Ekonomi | : Bawah sampai Atas |
| d. Pendidikan | : Sekolah Dasar |
| e. Agama | : Semua agama |

2. Psikografis

Psikografis adalah menentukan perilaku konsumen setelah dilakukannya observasi melalui gaya hidup, nilai-nilai kehidupan yang dianut, kepribadian individu tersebut baik dari segi persepsi, motivasi, maupun sikap

- Orang-orang yang sibuk dan tidak sempat menyiapkan sarapan pagi
- Orang-orang yang mengkonsumsi roti sebagai makanan sampingan
- Orang-orang yang memiliki gaya hidup modern dengan mengkonsumsi roti sebagai makanan pokok.

3. Geografis

Geografis adalah pengelompokan yang dilakukan berdasarkan faktor geografisnya, seperti berdasarkan negara, wilayah, kota, dan desa.

Wilayah Pemasaran Pada Perusahaan “Roti Wahyu” adalah sebagai berikut : Jogja, Magelang, Pacitan, Pracimantoro, Jati Srono, Wonogiri, Nusukan, Sragen, Karang Pandan, Matesih, Bejen, Tasikmadu, Jongke Karanganyar, Jaten Kebak kramat Palur, Pasar Bekonang, Jambangan KRA.

4. Behaviour

Behaviour adalah pengelompokan yang dilakukan berdasarkan pengetahuan, sikap, reaksi konsumen terhadap suatu produk.

Konsumen dari roti wahyu mengkonsumsi roti untuk dikonsumsi sendiri dan untuk diberikan kepada orang lain.

a. (Unique Selling Proposition)

USP (Unique Selling Proposition) yang dimaksudkan adalah sebuah teknik penjualan dengan memunculkan keunikan sebuah perusahaan maupun produk-produk yang memiliki pesaing. Keunikan yang dimiliki “Roti Wahyu” adalah sebagai berikut:

1. “Roti Wahyu” memiliki cita rasa yang khas dan lain dari pada yang lain, yaitu dengan meramu bahan baku pilihan yang berkualitas dengan pas, hingga menghasilkan rasa yang khas ala “Roti Wahyu” yang lebih manis dan gurih, renyah dan lebih empuk dibanding dengan roti lainnya.

2. Selain dibeli dalam jumlah yang besar, “Roti Wahyu” juga dapat melayani dengan satuan kecil atau partai besar, seperti dipasarkan di toko-toko dan pasaran atau pabrik, didukung dengan harga yang lebih murah pula sehingga menjangkau konsumen dari semua golongan.

b. Positioning

Menanamkan di benak masyarakat anak-anak sampai orang tua terutama pria dan wanita dewasa awal, bahwa perusahaan memiliki produk yang dikemas dengan gaya desain corel yang menampilkan produk yang ditawarkan dan menggunakan warna-warna yang ceria sehingga dapat menjadikannya ciri khas dan mudah diingat oleh konsumen atau masyarakat.

C. Konsep Estetika Perancangan Media Promosi dan Logo

Konsep estetika dalam perancangan media promosi dan logo meliputi :

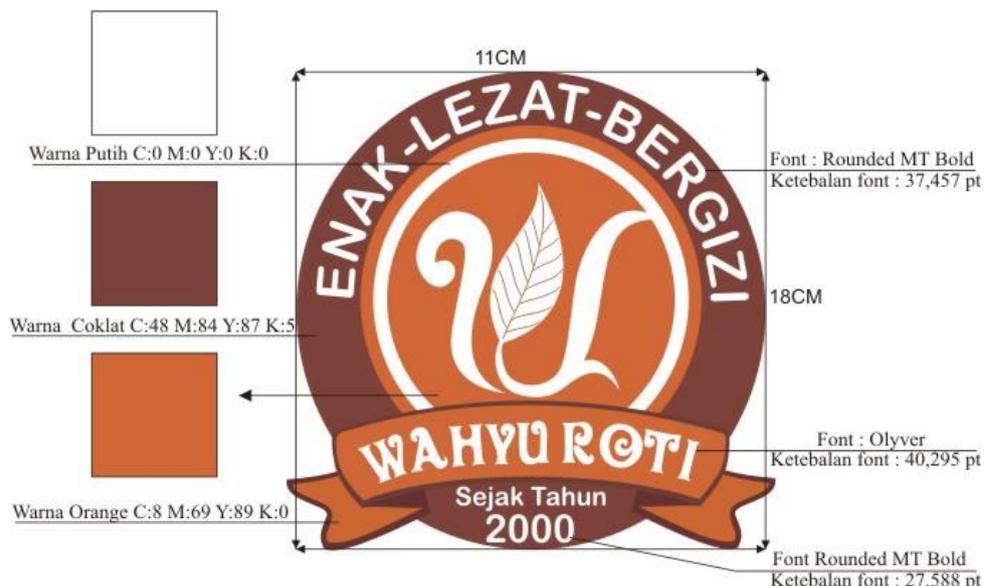
- A. Menciptakan media promosi yang menarik, lengkap dan tepat sasaran.
- B. Menciptakan logo untuk perusahaan roti wahyu yang menarik tanpa meninggalkan filosofi perusahaan untuk masyarakat.

Konsep Estetika Perancangan Media Promosi

Konsep adalah bagaimana caranya menyampaikan pesan dan nilai yang terkandung dalam suatu produk melalui media komunikasi, agar

tepat sasaran, sehingga pesan yang terkandung dapat dimengerti dan dipahami *audience*. Sedangkan kreatifitas adalah proses mental yang melibatkan pemunculan gagasan atau konsep baru, atau hubungan baru antara gagasan dan konsep yang ada.

Perancangan media promosi Roti Wahyu ini menggunakan gaya desain postmodern. Gaya desain postmodern ini membuat target audience lebih dapat menikmati makanan dari per panduan *layout* yang bernuansa *modern* dan membuat kertertarikan dari elemen – elemen desain yang menarik dan ceria. Elemen – elemen tersebut adalah lingkaran berpita masyarakat. lingkaran tersebut dapat dijadikan suatu desain ilustrasi yang dapat menarik perhatian masyarakat. Dari ide itulah muncul sebagai landasan desain yang akan di olah menjadi identitas atau simbul dan sekaligus logo dari perusahaan roti wahyu. Dibawah ini adalah ilustrasi lingkaran berpita yang akan digunakan :



Gambar 1 : logo lingkaran berpita

1. Standar Tampilan Media Promosi

Sampai saat ini fungsinya sebagai media promosi. Dalam hal ini tentunya media tersebut dirancang menyesuaikan dengan ide gagasan, belum banyak terdapat penciptaan media promosi yang dari produk perusahaan roti wahyu. Dari dasar tersebut diperlukan adanya standar visual yang dapat menunjang penciptaan karya yang pada proses hasilnya tepat sasaran, strategi visual dibagi menjadi 2 yaitu :

a. Strategi visual verbal

Strategi visual verbal terdiri dari :

1) *Headline*

Headline atau yang disebut kepala tulisan, yaitu tulisan yang pertama kali dibaca dan diharapkan dapat menarik minat target audiens dan para khalayak umum lainnya. Pengaturan letak dapat diletakkan di mana saja.

2) *Bodycopy*

Bodycopy adalah penjelasan selengkapnya mengenai *headline*. *Bodycopy* dalam promosi roti wahyu misalnya tentang aneka macam roti yang diproduksi oleh perusahaan.

Baseline

Baseline merupakan kalimat bawah pada iklan cetak biasanya dengan mencantumkan nama perusahaan, maka desain yang

diharapkan harus menonjol. *Baseline* roti wahyu menggunakan alamat sebagai identitas perusahaan.

Logo

Logo yang ditampilkan adalah Logo dari produk perusahaan roti wahyu yang sudah didesain.

2. Strategi visual non verbal

Strategi visual non verbal dalam perancangan media promosi meliputi :

1. Layout

Layout adalah penyusunan dari elemen – elemen desain yang berhubungan kedalam sebuah bidang sehingga membentuk susunan artistic. Hal ini bisa juga disebut manajemen bentuk dan bidang. Tujuan utama layout adalah menampilkan elemen gambar dan teks agar menjadi komunikatif, dalam sebuah cara yang dapat memudahkan pembaca menerima informasi yang disajikan. Dalam setiap media layout yang disusun selalu mengacu pada konsep awal yaitu penempatan unsur – unsure grafis yang disusun sedemikian rupa untuk mendapat kesan yang menarik juga informatif.

Layout merupakan salah satu ilmu desain grafis yang focus kepada tata letak elemen – elemen desain terhadap suatu bidang dalam media tertentu untuk mendukung pesan yang akan dibawa. Elemen – elemen itu adalah gambar, *tiphography*, *colour* dan lain – lain, dimana letak yang

terbaik dan seberapa besar gambar merupakan salah satu bagian dari proses layout.

Layout berperan penting dalam sebuah desain. Layout yang baik akan dapat memudahkan pembaca mengerti isi yang disampaikan, juga membuat pembaca merasa menikmati apa yang mereka baca. Layout yang baik seharusnya tidak membuat pembaca pusing atau malas melihatnya.

Layout yang dipake perusahaan Roti Wahyu untuk media statenery dan gifts menyesuaikan dengan jenis dan ukuran media yang digunakan sedangkan untuk medai print ad seperti poster dan hanner menggunakan pictur *window layout* yaitu layout yang menonjolkan produk yang diiklankan dalam bentuk *close-up*

2. Warna

Warna merupakan salah satu elemen pendukung yang penting dalam membuat logo. Warna dapat menarik perhatian dan menciptakan suasana hati. Penggunaan warna yang tidak tepat dapat merusak citra, mengurangi nilai keterbacaan dan menghilangkan gairah bagi pembacanya. Sebaliknya, penggunaan warna yang tepat dapat membentuk menciptakan *mood* (suasana hati) dan membuat teks lebih berbicara). Sebagai contoh, desain publikasi yang menggunakan warna-warna *soft* menyampaikan kesan lembut, tenang dan romantis sedangkan warna-warna kuat dan kontras cenderung memberi kesan dinamis dan meriah.

Fungsi warna yaitu :

- Estetis : Kekuatan warna yang dapat membangkitkan rasa keindahan
- Isyarat : Kekuatan murni maupun kombinasi warna lain memiliki kekuatan untuk menarik perhatian.
- Psikologis : Memberi pengaruh tertentu pada perasaan dan kehidupan manusia
- Pengenal : warna sebagai tanda pengenal
- Pembeda : warna memiliki tugas untuk membedakan
- Ilmiah atau fisika

Di bawah ini beberapa karakter warna yang secara psikologi menimbulkan kesan-kesan tertentu pada manusia :

a. Hitam

Kegelapan, sifat misterius, menggambarkan emosi seseorang, keabadian, klasik, kematian

b. Putih

Cahaya, bersih, murni

c. Abu- abu

Warna yang netral dengan tidak adanya sifat atau kehidupan spesifikasi, kestabilan, keseimbangan

d. Merah

Bersifat menakutkan, ekspansif, kekuasaan, hidup, panas, penuh energi.

e. Kuning

Bersifat Cahaya, momentum, terang menghangatkan.

f. Biru

Kesan dalamnya sesuatu, tenang, menyejukkan, memiliki sifat tantangan.

g. Hijau

Keseimbangan dan selaras, alami, kesehatan, lingkungan hidup.

h. Ungu

Bangsawan Spiritual, Kaya raya, romantis

i. Jingga

Kesenangan, Kebahagiaan, antusiasme, emosi berlebihan.

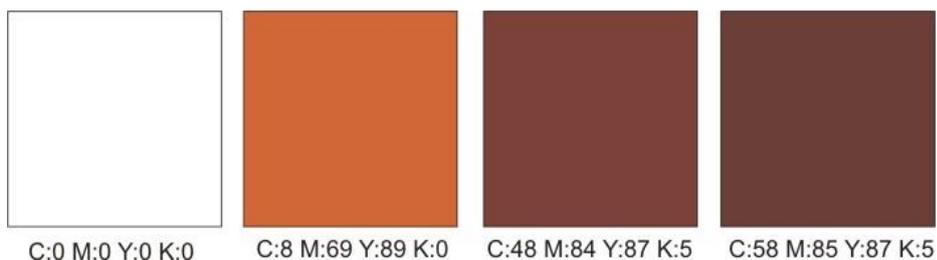
j. Coklat

Persahabatan, makhluk hidup, kesuburan, membumi, selera makan

k. Pink

Musim semi, rasa sayur, kagum, feminim, cinta, suka cita, kekanakan

Warna yang digunakan dalam perusahaan roti wahyu adalah :



Gambar 2 : tabel warna perusahaan roti wahyu untuk merancang media promosi

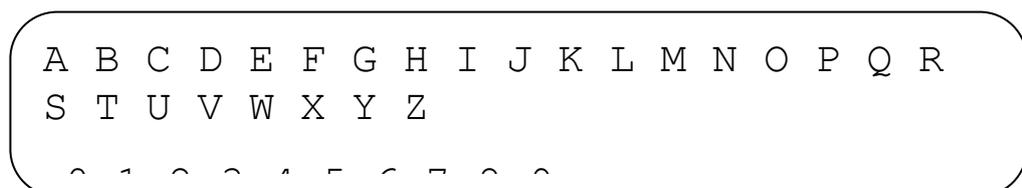
3. Tipografi (Tata Huruf)

Tipografi merupakan ilmu yang mempelajari segala sesuatu tentang huruf cetak maupun non cetak. Tidak dapat dipungkiri bahwa teks adalah bagian dari desain grafis yang sangat penting. Di dalam desain grafis, tipografi didefinisikan sebagai suatu proses seni untuk menyusun bahan publikasi menggunakan huruf cetak.

Hal ini yang paling mendasar yang harus diperhatikan dalam memilih jenis huruf untuk sebuah media informasi adalah aspek mudah dibaca (*legability*). Pemilihan jenis huruf untuk keperluan seperti digunakan dalam penulisan *headline*, *sub headline*, dan sebagainya, perlu memperhatikan tingkat keterbacaan dari ukuran hurufnya. Setiap jenis huruf dalam ukuran yang sama akan memiliki perbedaan dalam tingkat kebacaanya.

Penggunaan huruf atau *font* yang susah terbaca akan membuat media promosi tidak dapat dimengerti oleh konsumen yang melihatnya sehingga informasi yang akan di sampaikan kurang efektif.

Jenis tipografi yang akan digunakan dalam perancangan logo dan media promosi perusahaan roti wahyu adalah sebagai berikut :



Gambar 3 : menggambarkan Font Oliver Pada logo



Gambar 4 : menggambarkan Font Arial Rounded MT Bold Pada logo

4. Ilustrasi

Gambar Ilustrasi merupakan daya tarik yang dapat dengan cepat ditangkap oleh indera penglihatan, tanpa harus melelahkan pikiran, khalayak dapat langsung mengerti isi pesan yang hendak disampaikan. Selain itu juga merupakan penjelasan secara global atas pesan yang ingin disampaikan dalam wujud gambar atau foto. Disamping itu ilustrasi juga merupakan penghubung antara isi. Dalam Ilustrasi yang sedang digambarkan teknik visualisasi dipakai dengan fotografi dengan proses editing dan dengan gambar atau ilustrasi.

Tujuan Ilustrasi adalah untuk menerangkan atau menghiasi suatu cerita, tulisan, puisi, atau informasi tertulis lainnya. Dalam perancangan media promosi ini, grafis dan fotografi merupakan ilustrasi utama dalam penyajian medianya. Hal ini dimaksudkan agar anak – anak tertarik untuk melihatnya.

D. Konsep Estetika Perancangan Logo

1. Bentuk awal Logo perusahaan roti wahyu



Gambar 5 : Logo Lama Roti Wahyu

Logo lama berupa logotype yang terdiri dari tulisan wahyu sebagai Headline. Logo Wahyu menggunakan orange dan warna putih menggunakan font jenis Harlow Solid Italic dan font Lucida Calligraphy.

Dalam perancangan ini, logo lama akan dibuat logo baru dalam bentuk gambar dan tulisan. Alasan pemilihan logo ini karena nama perusahaan yang sangat mudah di ingat.

Perancangan karya dimulai dari proses pengembangan ide secara *visual* berupa sketsa – sketsa kasar pensil yang dilakukan secara manual. Dalam tahap ini masih merupakan konsep awal dari hasil perancangan. Kemudian baru pembuatan gambaran lengkap dengan teknik pewarnaan dan masuk ke tahap akhir yaitu final. Pada tahap ini karya desain secara keseluruhan sudah siap untuk di sajikan

2. Konsep Perancangan logo baru

Konsep adalah bagaimana caranya menyampaikan pesan dan nilai yang terkandung dalam suatu produk melalui media komunikasi, agar tepat sasaran, sehingga pesan yang terkandung dapat dimengerti dan dipahami *audience*.

Sedangkan kreatifitas adalah proses mental yang melibatkan pemunculan gagasan atau konsep baru, atau hubungan baru antara gagasan dan konsep yang ada.

Konsep Estetik perancangan logo baru untuk perusahaan roti wahyu yaitu :

Layout

Layout yang digunakan oleh perusahaan roti wahyu untuk perancangan logo menyesuaikan dengan visi dan misi perusahaan.

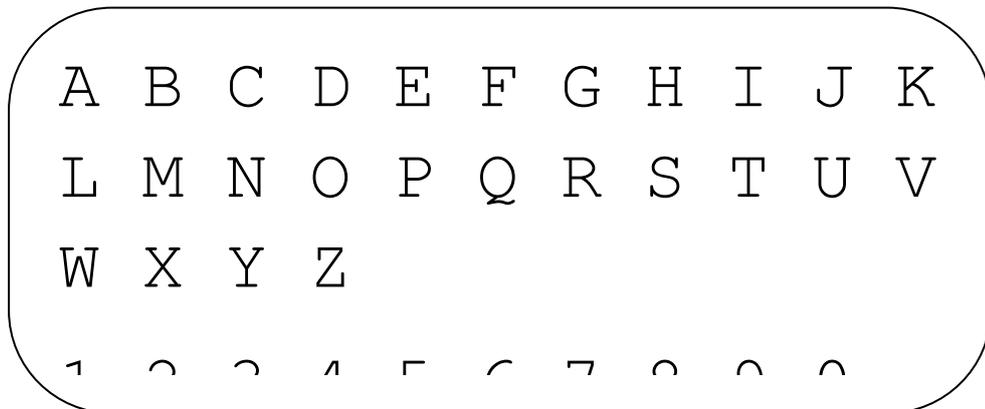
1. Ilustrasi

Ilustrasi merupakan daya tarik yang dapat dengan cepat ditangkap oleh indera penglihatan, tanpa harus melelahkan pikiran, khalayak dapat langsung mengerti isi pesan yang hendak disampaikan. Selain itu juga merupakan penjelasan secara global atas pesan yang ingin disampaikan dalam wujud gambar atau foto. Disamping itu ilustrasi juga merupakan penghubung antara isi. Dalam Ilustrasi yang sedang digambarkan teknik visuaisasi dipakai dengan fotografi dengan proses editing dan dengan gambar ata ilustrasi.

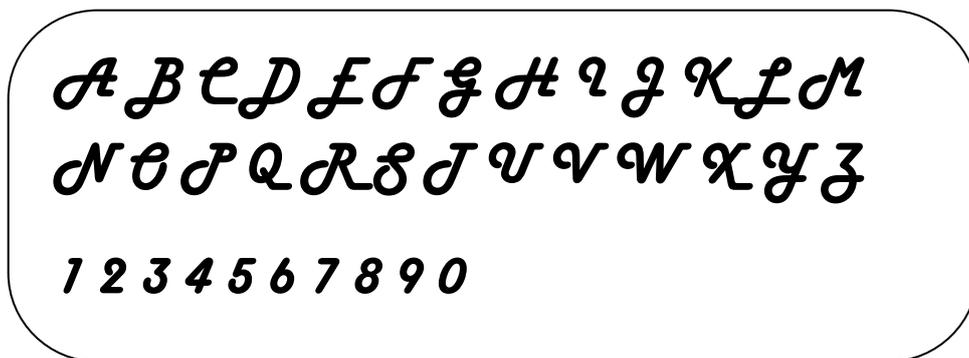
2. Typografi

Perencanaan tipografi harus berdasarkan pada pertimbangan gaya desain dan fungsinya, juga karakter huruf yang dipasang. Dari tema yang diangkat pemilihan tipografi disesuaikan dengan karakter produk tetapi lebih mengutamakan kesederhanaan dan segmentasi dari produk yang akan ditawarkan kepada konsumen, dan juga agar mudah dibaca serta tidak terlalu rumit karena akan merusak *layout* dan apa yang akan dikomunikasikan tidak akan sampai kepada konsumen. Dibawah ini

merupakan jenis font yang digunakan untuk perancangan logo adalah jenis *font OLYVER* dan *Anal Rounded MT Bold*.



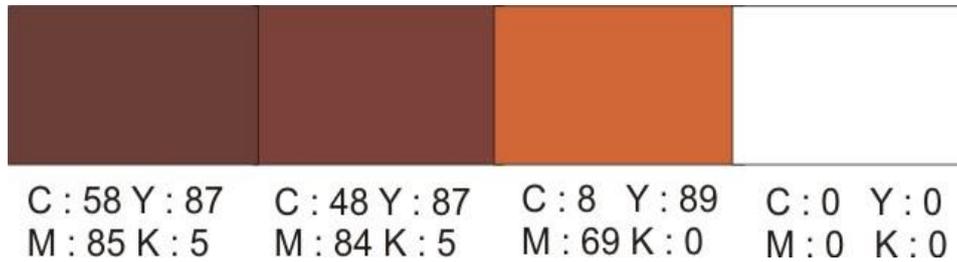
Gambar 6. Font OLYVER Pada Logo Baru



Gambar 7. Font Harlow Solid Italic Pada Logo Baru

3. Warna

Merupakan unsur penting dalam promosi, yang dilakukan dengan desain komunikasi visual dalam pembuatan logo, karena warna mempunyai bahasa komunikasi yang disampaikan lewat penglihatan (visual).



Gambar 8. Ukuran Warna pada Logo Baru

Warna merupakan identitas dari produk tersebut, yaitu :

1. Coklat melambangkan Persahabatan, kesuburan, selera makan
2. Warna orange melambangkan keceriaan dan kegembiraan.
3. Putih melambangkan Cahaya, bersih, murni

E. Peralatan yang digunakan dalam perancangan media promosi

Peralatan yang digunakan dalam merancang media promosi Perusahaan roti wahyu meliputi :

1. Spesifikasi komputer

Pada Perancangan ini menggunakan spesifikasi komputer yang digunakan adalah sebagai berikut :

- a. Resolusi layar monitor 1360 x 726 (32bit) (60Hz)
- b. Processor Intel (R) Core (TM) 2 Duo CPU E7500 @2.93GHz
- c. Memory 8 Gigabyte
- d. HDD 250 Gigabyte
- e. VGA NVIDIA GeForce GT 240

2. Alat tulis

Alat tulis yang digunakan untuk mendukung proses perancangan ini antara lain :

- a. Kertas untuk menggambar
- b. Pensil
- c. Penghapus

3. Software yang digunakan :

- a. Corel Draw

Dalam proses perancangan media promosi ini menggunakan corel draw sebagai software utama karena software ini digunakan dalam proses tracing media promosi dan logo

- b. Adobe Photoshop CS 6

Adobe Photoshop CS 6 digunakan sebagai software pendukung dalam proses perancangan media promosi dan logo. Adobe Photoshop CS 6 digunakan untuk pengeditan foto produk, *colouring* animasi gambar.

F. Proses Perancangan logo

Proses Perancangan media promosi perusahaan roti wahyu, maka perlu dilakukannya pendekatan kepada target audiens dengan menanamkan citra baru kebenak hati target audiens. Hal pertama yang dilakukan adalah *re-design* logo Wahyu (pengambilan dari nama anaknya) yang merupakan brand produk. yang terlihat kaku dan dalam produk perusahaan roti wahyu. Logo wahyu yang lama berupa tulisan yang menggunakan font Harlow Solid Italic dan berwarna orange. Konsep logo baru yang dibuat, ingin lebih menampilkan

image yang disukai oleh masyarakat atau konsumen yaitu dengan menampilkan ilustrasi lingkaran roti perusahaan roti wahyu. Perusahaan roti wahyu.

Latar Belakang perancangan logo baru. Awal mulanya melihat produk roti Gulung yang menarik dan mempunyai dua rasa berbentuk lingkaran. Semua anak-anak sampai orang dewasa mudah membuat lingkaran gulung untuk dijadikan mudah diingat.



Gambar 9. Pilihan perancangan logo pertama

Pertama kali membuat logo awal seperti roti kukus. Dengan berbentuk atasnya di bentuk hati dan tengah-tengah ada tulisan Wahyu Roti. Sedangkan bentuk bawah berbentuk tempat roti kukus. Tetapi setelah di desain bentuk dibawahnya menyerupai gigi manusia.



Gambar 10. Pemilihan perancangan logo ke 2

Pemilihan Perancangan logo yang ke dua ini logo yang pertama dikasih lingkaran diluar roti dan di kasih pita bawahnya. Agara lebih tegas dan menarik pada semua produk dari prusahaan roti wahyu. Setelah di lihat dan dikasih warna kurang menarik pada bagian simbol roti kukus di tengah-tengah.

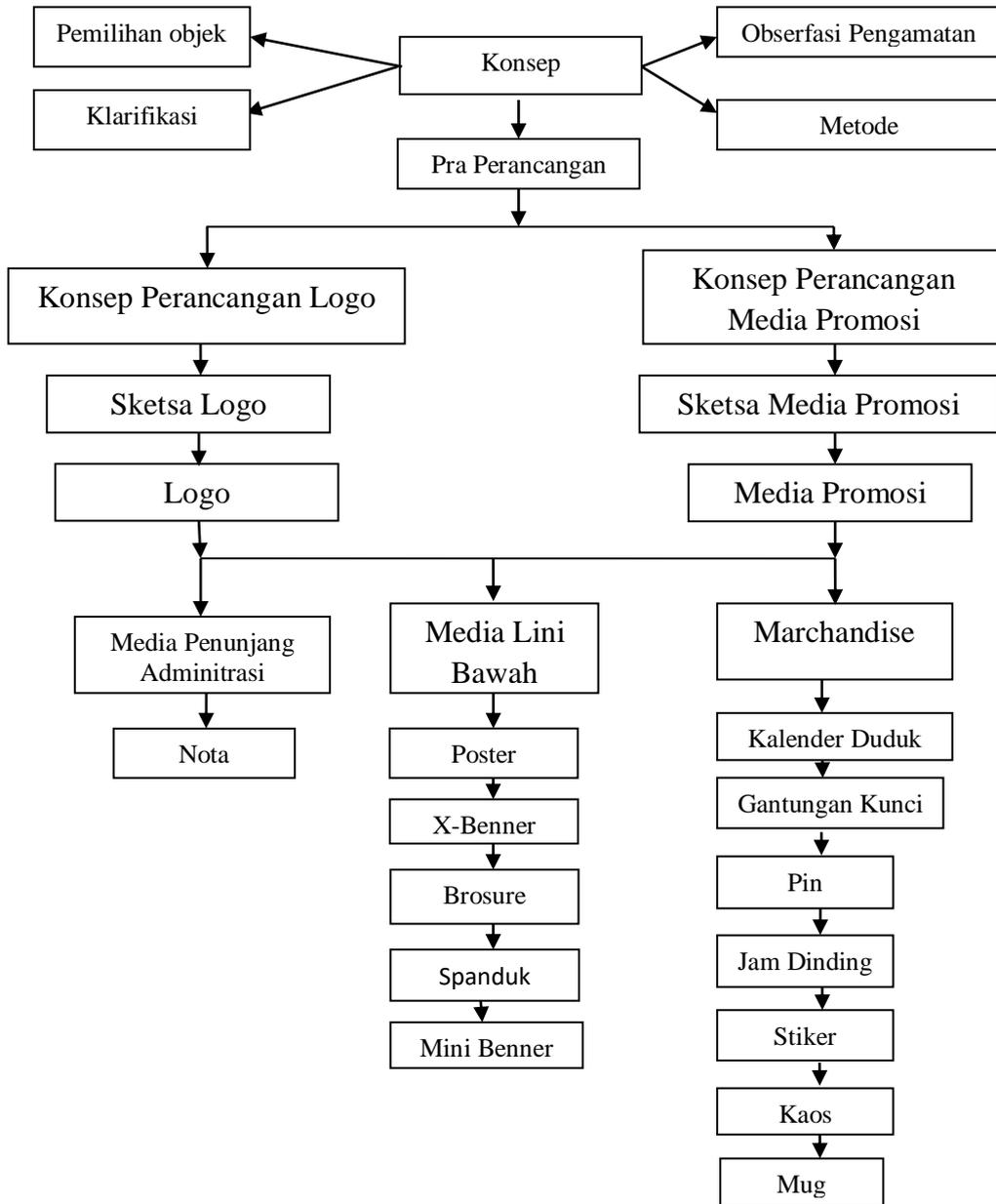


Gambar 11. Pilihan perancangan logo ketiga

Pemilihan Perancangan logo yang ketiga ini bentuk simbol roti kukus di ganti dengan simbol huruf “W” memilih dari nama Perusahaan atau merek Roti wahyu. Setelah simbol huruf W didesain dengan daun. Simbol huruf W lebih elegan dan menarik. Daun itu sendiri mempunyai arti dalam kehidupan setiap hari, yaitu banyak yang mengartikan kesegaran atau keindahan lebih bebas.

Diharapkan dengan adanya logo baru tersebut dapat melekat dibenak target audiensnya. Perancangan logo baru disusun berdasarkan beberapa rincian yaitu :

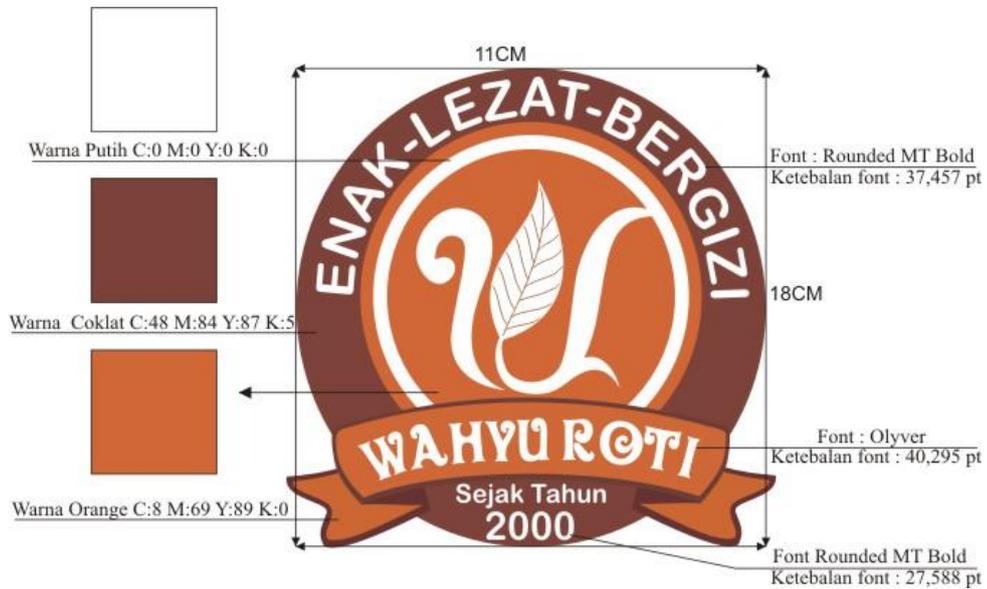
Bagan Proses Perancangan Karya



Gambar 12 : Bagan Perancangan Media Promosi Dan Logo Perusahaan Roti

Wahyu

Gambar : Sketsa logo baru



Gambar `13: Sketsa logo baru Full Colour



Gambar 14: Sketsa Logo Baru Black & White

1. Data Visual Logogram

Data visual logogram berupa icon roti gulung yang berguna untuk menciptakan kesan ceria dan tujuanya dapat menarik perhatian target

audiens. Perancangan bentuk icon roti gulung tersebut meliputi berbagai pertimbangan ilustrasi yang terdapat dibawah ini :



Gambar 15 : Data Visual Bentuk Roti Gulung (sumber foto Tri Wijayanto)

Roti gulung ini mempunyai beberapa gulungan yang dua rasa dan beda warna. Seperti logo yang baru warna yang digunakan seperti Roti gulung, tetapi pada logo baru hanya warna di balik. Karena logo terlihat lebih dinamis dan elegan.

2. Data Visual Bentuk dan Tipe Huruf

Perancangan bentuk dan tipe huruf lucu serta menarik yang akan digunakan dalam perancangan logo roti wahyu diharapkan dapat menarik simpati target audiens. Dibawah ini merupakan referensi bentuk font dalam penciptaan logo baru dalam perusahaan roti wahyu :

Wahyu Roti **Wahyu Roti** Wahyu Roti

Gambar 16 : Data Visual Bentuk Font

3. Pengembangan Ide Logo

Bentuk logogram yang digunakan adalah bentuk roti gulung yang merupakan icon dari logo roti wahyu. Gaya desain ini dipilih karena konsep desain yang ingin menonjolkan kesan dinamis. Dalam mengembangkan ide logo tersebut kemudian dirumuskan ke berbagai elemen sebagai berikut :

a. Ilustrasi

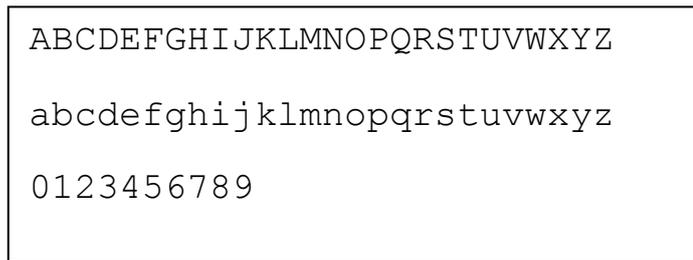
Ilustrasi yang digunakan dalam perancangan logo roti wahyu yaitu dengan ilustrasi lingkaran .



Gambar 17 : Ilustrasi Icon lingkaran.

b. Typografi

Dibawah ini merupakan jenis font yang digunakan untuk perancangan logo baru adalah jenis font *OLYVER* dan *Arial Rounded MT Bold*



Gambar 18 : Jenis Font *OLYVER* untuk perancangan logo baru



Gambar 19 : Jenis Font Arial Rounded MT Bold untuk perancangan logo baru

c. Warna

Perancangan logo menggunakan tabel ukuran warna dibawah ini:

			
C : 58 Y : 87 M : 85 K : 5	C : 48 Y : 87 M : 84 K : 5	C : 8 Y : 89 M : 69 K : 0	C : 0 Y : 0 M : 0 K : 0

Gambar 20 : Tabel Warna Perancangan Logo baru

4. Filosofi Logo Roti Wahyu

- a. Menggunakan roti gulung dari produk perusahaan roti wahyu, karena roti gulung mempunyai bentuk lingkaran yang setiap anak kecil sampai orang dewasa bisa membuat lingkaran.

- b. Font “Roti Wahyu” menggunakan Font *OLYVER* karena font tersebut dapat memberikan kesan bentuk berbeda dari produk-produk perusahaanlain dan tepat sasaran audiensnya.
- c. Font “Enak-Lezat-Bergizi / Sejak Tahun 2000” menggunakan font *Arial Rounded MT Bold* karena font tersebut dapat memberikan kesan lebih dinamis kepada konsumen.
- d. Warna orange yang digunakan pada logo roti wahyu memiliki arti keceriaan dan kebahagiaan
- e. Warna Coklat yang digunakan pada logo roti wahyu memiliki arti Persahabatan, kesuburan, membumi, selera makan.
- f. Putih yang digunakan pada logo roti wahyu, Cahaya, bersih, murni

G. Produktifitas perusahaan roti wahyu

Perusahaan Roti Wahyu selama ini memproduksi beberapa macam jenis roti,bahan dan proses membuat roti antara lain :

a. Roti Kencong / konsumen menyebutnya roti ceker



Gambar 3. Roti Kencong / Ceker

Roti kencong ini dibentuk seperti dalam bahasa jawa ceker pitik. Roti kencong ini berisi dengan penuh seley yang banyak dikeluarkan. Karena untuk menarik perhatian konsumen.

b. Roti Kotak



Gambar 4. Roti segi empat (sumber foto Tri Wijayanto)

- Roti segi empat ini berbentuk kotak, isiannya sama dengan roti
- seley, tetapi roti segi empat ini hanya bentuknya saja yang berbeda.

c. Roti Kepel isi Coklat



Gambar 5. Roti kepel isi coklat (sumber foto Tri Wijayanto)

Roti ini mempunyai bentuk bulat seperti bola dengan isian coklat ditengah-tengah roti.

d. Roti roti semir isi mocca



Gambar 6. Roti semir (sumber foto Tri Wijayanto)

Roti semir adalah roti khas solo yang berbeentuk bula ditengah-tengahnya terdapat cream gula. Roti semir ini sebenarnya hanya sebuah istila. Seperti saat orang menyemir sepatu, maka yang disemir adalah lapisan permukaan saja

e. Roti pisang



Gambar 7. Roti Pisang (sumber foto Tri Wijayanto)

Roti pisang adalah pada dasarnya berbentuk panjang dan dalamnya berisi pisang yang sdah terpilih yang terbaik, dan memiliki cita rassa yang khas dan unik serta tidak digantikan dengan kue-ue modern.

f. Roti Gulung



Gambar 8. Roti gulung (sumber foto Tri Wijayanto)

Roti gulung adalah roti yang mempunyai ciri khas bentuk bulat seperti Obat Nyamuk, dan setiap gulungannya itu berisi dengan seley dan coklat yang mempunyai rasa sendiri.

g. Roti Donat



Gambar 9. Roti Donat (sumber foto Tri Wijayanto)

Roti Donat adalah roti yang berbentuk bulat biasanya tengah-tengahnya berlubang, tetapi dari perusahaan roti wahyu ini roti donat dibuat bulat dan tengah-tengahnya tidak berlubang. Isi dari roti donat ini berisi luar dikasih meses dan dalam tengah-tengah roti donat masih dikasih coklat, supaya konsumen lebih menikmati dari roti donat perusahaan roti wahyu.

h. Roti Pia



Gambar 10. Roti Pia (sumber foto Tri Wijayanto)

Roti Pia ini adalah roti yang biasanya di konsum si tiap hari dan setiap pagi untuk menggantikan sarapan. Karena roti Pia megandung Vitamin yang banyak dan menambah energi pada tubuh. Untuk melakukan aktifitas setiap hari. Roti piaberbentuk bulat kecil yang dalamnya ada isi kacang ijo, Supaya konsumen lebih menikmati dari Pia tersebut

G. Visi dan Misi Perusahaan

Menurut pemilik perusahaan wahyu roti, Bp. Suyono. Perusahaan wahyu roti memiliki visi dan misi untuk memberikan pelayanan yang terbaik untuk setiap pelanggan, serta mengedepankan mutu dan kualitas dari produk-produk roti wahyu. Sedangkan misinya sebagai pendiri perusahaan roti ini adalah:

Visi Perusahaan Roti Wahyu

Visi kami adalah menjadi perusahaan roti terbesar di Indonesia dengan menghasilkan produk-produk berkualitas tinggi dengan harga yang terjangkau bagi rakyat indonesia

Misi Perusahaan Roti Wahyu

Membantu meningkatkan kualitas hidup bangsa Indonesia dengan memproduksi dan mendistribusikan makanan yang bermutu tinggi, sehat, halal, dan aman bagi pelanggan.