

**PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL PENDUKUNG
PROMOSI SINETRON LEPAS "SELAMAT PAGI JINGGA"
DI GLOBAL TV**



KARYA DESAIN

Jatmiko Wicaksono

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN DISAIN
FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
2006**

**PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL PENDUKUNG
PROMOSI SINETRON LEPAS "SELAMAT PAGI JINGGA"
DI GLOBAL TV**



KARYA DESAIN



KT001150

Jatmiko Wicaksono

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN DISAIN
FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
2006**

**PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL PENDUKUNG
PROMOSI SINETRON LEPAS "SELAMAT PAGI JINGGA"
DI GLOBAL TV**

UPT PERPUSTAKAAN ISI YOGYAKARTA	
INV.	3038/H/S/2009
KLAS	
TERIMA	15-9-2009
	TTO.



KARYA DESAIN

Jatmiko Wicaksono
NIM 0111250023

Tugas Akhir ini di ajukan kepada Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta sebagai
salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana S-1 dalam bidang
Desain Komunikasi Visual
2006

Tugas Akhir Disain berjudul :

PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL PENDUKUNG PROMOSI SINETRON LEPAS “SELAMAT PAGI JINGGA” DI GLOBAL TV

Diajukan oleh Jatmiko Wicaksono., NIM 0111250023, Program Studi Disain Komunikasi Visual, Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta, telah dipertahankan di depan Tim Penguji Tugas Akhir pada tanggal 09 Agustus 2006 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Pembimbing I /Anggota



Drs. Sadjiman

NIP. 130 354 413

Pembimbing II /Anggota



Drs. Prayanto Widy Harsanto

NIP. 132 230 373

Cognate / Anggota



Drs. Arif Agung S., M.Sn

NIP. 132 061 187

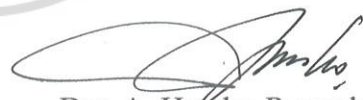
KPS DKV /Anggota



Drs. Lasiman, M.Sn

NIP.131 773 135

Ketua Jurusan /Ketua/Anggota



Drs. A. Hendro Purwoko

NIP.131 284 654



Dekan Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia



Drs. Sukarman

NIP.130 521 245

Kata Pengantar

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan bimbingannya kepada penulis hingga dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.

Tugas Akhir perancangan ini yang berjudul Perancangan Komunikasi Visual Pendukung Promosi Sinetron Lepas “SELAMAT PAGI JINGGA” Di Global TV adalah sebagai pemenuhan syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi S-1 Komunikasi Visual Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta.

Penulis menyadari dengan segala keterbatasan menyadari sepenuhnya dalam penyusunan Tugas Akhir ini, masih terdapat banyak ketidaksempurnaan, oleh karenanya penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang akan penulis terima sebaik-baiknya demi penyempurnaan karya tulis Tugas Akhir ini.

Penulis menyampaikan terimakasih kepada :

1. Bapak Drs. Sadjiman selaku Pembimbing I
2. Bapak Drs. Prayanto selaku Pembimbing II
3. Bapak Drs. Sukarman selaku Dekan Fakultas Seni Rupa
4. Bapak Drs. A. Hendro Purwoko selaku Ketua Jurusan Disain
5. Bapak Drs. Lasiman M.Sn selaku Ketua Program Studi Disain Komunikasi Visual
6. Bapak Drs. Arif Agung S. M.Sn selaku Cognate
7. Drs. I.T. Sumbo Tinarbuko M.Sn selaku Dosen Wali
8. Mas Yos Handani buat ‘fresh idea’ cerita
9. Anggia, Ike & Yusron as ‘film maker’ Sinetron Selamat Pagi Jingga
10. Kru Produksi : Kunto Adyasmoro, Markus, Fantry, Mas Agung, Danang, Dian ‘Dee’, Mas Hoho’, Alm. Eko Slamet Mulyono, Cici’ musik, Rhara Tari, Yussi, Aryo ‘Galaksi’, Ale & Rime, Evan Laraserana, De’ Galuh dan yang ga’ bisa ta’ sebutin lagi...thx ☺ ☺ tanpa kalian, karya ini ga’ bakal kesampean...
11. Pemain : Marina Silviasari, Bunga Fadhila, Elang, Anggia, Nanang Rock, Kunto, Pratik Etno, Bu Singa’...makasih kerjasamanya
12. Mami-ne David, Tante Rani, Pak Sugeng SMU 3, Tante Zandra, Bpk. Saridjo, Bpk. Rohadi, Mas Ali ‘COZY’, Mas Didik ‘rental’, Madkhan ‘for da car’, Mas Donny ‘Pak Dosen’, Fanny & Dian...Matur Nuwun Sanget

13. Temen-temen FRESCO : Oki Foto, Sopyan DKV, Inal Foto, & Mambo DKV
11. Temen-temen POST PRODUCTION: Krisna 'Kirjoe' as Roni, Thomas & Hikmah 'Bouge', Agung Sulis & Ai', Gema Yugi, Kunto, Rhara&fantry for da' homy kost, ☺ thankyouthankyouthankyou ☺
12. Koh Yudi as GM Liquid yang ngasih kesempatan aku 'cuti' pasca 5,9 Skala Richter....
13. Mas Koko & Mb'Wied atas masukan-masukan TA
14. Ibu-bapakku, Keluarga Tanjung & Keluarga Purbalingga makasih bantuan dana, support, doa dan kasih sayang yang tiada henti...
15. Keluarga di Palembang, keluarga di Tlukan, Akbar 'my child' yang udah menghibur-ku saat aku stress menghadapi TA ☺
16. *My Hindi's song as my inspiration*
17. *My all...Ike Mayasari...Aakhirnya bisa bareng wisuda*
☺ thankyouthankyouthankyou ☺
18. Dan...semua pihak yang telah membantu hingga terselesaikannya Tugas Akhir ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu
19. *First Of All ...Gusti Allah with a Great Shake...*

Yogyakarta, 24 Juli 2006

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN LEMBAR PENGESAHAN	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
 BAB I PENDAHULUAN	 1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Pembatasan Masalah.....	7
D. Tujuan Perancangan	8
E. Metode Perancangan	8
F. Lingkup Perancangan.....	9
G. Langkah – langkah Perancangan.....	10
 BAB II IDENTIFIKASI.....	 14
A. Identifikasi Data.....	16
1. Data Produk	16
2. Data Pemasaran	25
B. Analisis Data	28
1. Analisis Data.....	29
2. Kesimpulan Analisis data	31
 BAB III KONSEP PERANCANGAN.....	 33
A.Sintesis	33
1. Tujuan dan Strategi Pemasaran	34

2. Tujuan dan Strategi Periklanan	36
B. Konsep Media	37
1. Tujuan Media	38
2. Strategi Media	39
3. Program Media	48
4. Biaya Media, Biaya Kreatif dan Biaya Tata Desain.....	51
C. Konsep Kreatif	52
1. Tujuan Kreatif	54
2. Strategi Kreatif	55
3. Program Kreatif	61
BAB IV VISUALISASI DESAIN.....	80
A. Tujuan Tata Visual Desain	80
B. Strategi Tata Visual Desain	80
BAB V PENUTUP.....	134
A. Kesimpulan	134
B. Saran	136
DAFTAR PUSTAKA	137
LAMPIRAN	

BAB I

PENDAHULUAN

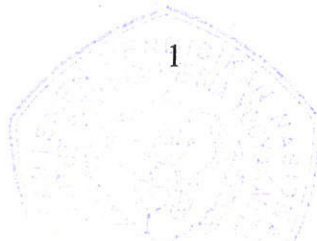


A. Latar Belakang Masalah

Media audio visual memiliki ketajaman jauh lebih tinggi dibandingkan dengan indera manusia. Hal ini dikarenakan media tersebut pada hakikatnya merupakan media yang menjembatani obyek dengan pemirsa. Dengan peralatannya yang serba canggih, media audio visual (dalam hal ini televisi) menjadi satu-satunya alat komunikasi dan hiburan yang sulit ditandingi. Cara menikmatinya pun mudah, tinggal memencet tombol *remote control* dan memilih acara yang disukai.

Berjalannya waktu membuat kemajuan di bidang teknologi komunikasi elektronik (dalam hal ini televisi) semakin unggul dibandingkan media-media lain, dikarenakan televisi dengan kekuatan audio visualnya mampu mempengaruhi penonton dalam hal tingkah laku, moral, sikap dan pembentukan pola pikir. Televisi adalah produk teknologi audio visual yang sangat dekat dengan kehidupan masyarakat dewasa ini. Televisi hadir di tengah-tengah keluarga memberikan kontribusi yang besar terhadap kebutuhan akan informasi, hiburan dan pendidikan. Televisi memiliki kemampuan untuk memperluas dan mempertajam materi yang dipaparkan.

Tayangan di stasiun televisi tidak pernah terlepas dari tayangan sinetron. Tayangan sinetron menjadi primadona acara yang paling banyak digemari penonton.



Hal ini terlihat dari rating pemirsa penikmat sinetron dalam kurun waktu terakhir meningkat pesat dengan pesat.¹

Menurut Naratama, Fiksi (drama) adalah sebuah format acara televisi yang diproduksi dan dicipta melalui proses imajinasi kreatif dari kisah-kisah drama atau fiksi yang direkayasa dan dikreasi ulang.² Film televisi itu sendiri merupakan program cerita lepas yang didesain untuk ditayangkan di stasiun televisi.

Dalam bukunya, Fred Wibowo menjelaskan tentang berbagai macam corak program sinetron yang ada yaitu sinetron lepas adalah sinetron yang satu kali tayang selesai, sedangkan sinetron serial merupakan sinetron yang terdiri dari beberapa episode.²

Pemunculan FTV (Film televisi), LMS (Layar Mini Seri) dengan format sinetron lepas pada stasiun televisi swasta akhir-akhir ini memberikan angin segar ditengah maraknya penayangan sinetron berseri yang mengetengahkan jalinan cerita yang dibuat-buat demi memperpanjang umur episode yang terkadang membuat jemu pemirsa. Belum lagi ditambah dengan banyaknya penayangan acara yang diproduksi dengan latar belakang budaya import (Amerika, Eropa, India serta Hongkong) yang sarat bermuatan metropolis dengan setting Jakarta sentris dan sangat minim dengan karakter dan kearifan budaya lokal yang dimiliki bangsa. Sinetron yang baik setidaknya tidak hanya memberi hiburan semata, namun dapat memberi nilai-nilai

¹ Artikel di [http /www.DEPDIKNAS/indexfr/php/](http://www.DEPDIKNAS/indexfr/php/) Menyikapi Kreativitas Raam Punjabi, di akses pada tanggal 2 Februari 2005, pukul.17.00 wib

² Fred Wibowo, *Dasar-dasar Produksi Program Televisi*, Grasindo, Jakarta, 1997, hal.19

edukatif yang dirasakan penonton sebagai bagian dari hiburan dan pembelajaran. Pengenalan media audio visual sebagai media edukasi untuk anak dan remaja harus dimulai sejak dini. Kesan yang pertama diterima oleh anak-anak maupun usia remaja biasanya akan lama tertanam dibenak dan sulit untuk dilupakan.

Pertimbangan ekonomi televisi lewat sistem rating sering menembus semua tingkat pengambilan keputusan yang sering membatasi kebebasan dan mempengaruhi kualitas. Melihat bentuk-bentuk acara televisi sekarang terdapat kemiripan pada semua stasiun televisi. Hal ini terjadi karena banyaknya stasiun televisi swasta yang tidak ingin mengambil resiko ditinggalkan pemirsanya.

Berawal dari keinginan penulis untuk mencoba mempromosikan sebuah film yang jauh dari tema-tema mistis, kekerasan serta bergaya metropolis yang akhir-akhir ini banyak bermunculan di layar kaca televisi, maka dipilihlah sinetron lepas “Selamat Pagi Jingga”, yang didalamnya mengandung nilai persahabatan yang terjalin dengan tulus antara Jingga dan Roni.

Terdapat beberapa kelebihan dalam naskah “ Selamat Pagi Jingga” yang dapat diangkat secara visual melalui format sinetron. Adapun kelebihan-kelebihan sinetron ini antara lain adalah jalinan cerita dengan alur linear dengan plot sederhana. Jalinan cerita dari satu scene ke scene yang lain diceritakan dengan satu alur secara berkesinambungan dengan penyelesaian (resolusi) akan disampaikan dengan pola kejutan, Obyek yang diangkat dalam sinetron ini adalah persahabatan antara seorang remaja dan burung beo yang merupakan tokoh kunci pada pengolahan *surprise*

(kejutan) dalam cerita. Melibatkan tokoh hewan dalam sebuah karya studio visual merupakan suatu tantangan tersendiri, karena melibatkan tokoh hewan tidaklah semudah melibatkan manusia. Diperlukan ide agar sinetron ini menarik serta jalinan ceritanya tetap realistis.

Persahabatan yang terjadi pada setiap orang sebagai bentuk interaksi makhluk hidup terhadap sesama seringkali terjadi dikarenakan alasan-alasan tertentu yang membuat nilai dari sebuah persahabatan menjadi tidak berarti. Persahabatan yang ingin diangkat pada sinetron ini adalah persahabatan tulus yang terjadi dengan segala keterbatasan yang dimiliki.

Meskipun ada perbedaan yang mendasar antara Jingga dan Roni, namun hal itu menjadi unsur perekat dalam persahabatan. Keutuhan persahabatan yang mereka jalin tetap terjaga dengan saling memahami perbedaan antara tokoh Jingga dan Roni. Seringkali kita mendengar dalam kehidupan sehari-hari, dalam lingkungan kita, perbedaan justru menjadi jurang pertentangan. Justru dalam cerita ini, perbedaan tidak dihilangkan melainkan dijadikan perekat langgengnya persahabatan antara Jingga dan Roni.

Tokoh Jingga yang sekaligus digunakan sebagai bagian judul, yang dijadikan dialog atau “sapaan” yang diucapkan oleh Roni kepada Jingga sehari-hari. “Selamat Pagi Jingga”, demikian Roni sering menyebutnya. Judul Selamat Pagi Jingga dipilih karena merupakan keterikatan antara sapaan yang sering diucapkan oleh Roni untuk Jingga sebagai tokoh utama dari cerita ini.

Perkembangan perfilman (dalam hal ini sinetron) yang menggabungkan unsur seni, kreativitas dan teknologi yang berkembang pesat saat ini tidak terlepas dari unsur distribusi, strategi manajemen serta pemasaran. Berbagai persoalan mulai dari masalah produksi hingga promosi masih menjadi kendala hingga saat ini. Dengan kata lain, pesatnya pertumbuhan produksi film tidak diiringi oleh media promosi yang maksimal. Hal tersebut sangat disayangkan mengingat mutu serta isi dari film (sinetron) yang bersangkutan sebenarnya layak mendapat perhatian dari masyarakat.

Karena termasuk komoditi yang diperdagangkan, sinetron tidak dapat terlepas dari masalah promosi untuk disosialisasikan kepada masyarakat dengan harapan agar masyarakat tertarik untuk melihatnya. Semakin berhasil promosi yang dilakukan maka semakin banyak orang (*audience*) yang menyaksikan sinetron tersebut. Saat ini, tidak dapat dipungkiri lagi bahwa promosi merupakan bagian dari proses produksi film/sinetron itu sendiri. Diharapkan dengan adanya media berpromosi yang baik, maka informasi mengenai produk dapat dikenal oleh masyarakat luas, begitupula harapan penulis agar sinetron ini dapat memberikan sebuah alternatif sajian tema dengan muatan edukasi di dalamnya.

Sangat penting dalam pembuatan promosi menggunakan suatu metode yang sangat tepat dalam mendapatkan hasil yang seoptimal mungkin. Dan hasil yang optimal tersebut tidak berarti hanya menjual produk yang diproduksi sebanyak

mungkin, tapi juga berpengaruh terhadap promosinya sendiri, karena antar promosi dan produksi memiliki keterikatan satu sama lain.

Promosi sebaiknya tidak dipandang hanya mengutamakan masalah uang dan bentuk propaganda dalam kaitannya dengan menjual produk sebanyak-banyaknya. Frank Jeffkins dalam bukunya "*Advertising Writting*" menyebutkan bahwa promosi adalah kita membuat orang menjadi tahu tentang apa yang kita jual atau apa yang kita beli.

B. Rumusan Masalah

Sinetron Selamat Pagi Jinnga merupakan sebuah program yang dikemas dalam format sinetron lepas berdurasi 22 menit dengan tema persahabatan. Target Audience yang akan dibidik adalah kalangan remaja yang berusia 13-21 tahun dengan pertimbangan isi cerita dan jalinan konflik yang ditawarkan berkesan ringan. Dipilihnya segmen remaja sebagai *target audience* selain kelompok ini merupakan kelompok usia dimana terdapat *product market* yang tinggi juga dikarenakan remaja sebagai kelompok usia produktif yang terbuka menerima inovasi sehingga dapat menarik minat pengiklan/sponsor untuk acara ini. Selain hal di atas juga tidak tertutup kemungkinan akan diraihny pemirsa diluar target utama sehingga diharapkan akan dapat menambah jumlah pemirsa.

Untuk menjadi acara yang dapat diminati pemirsa khususnya khalayak sasaran, dalam hal ini remaja tentunya harus didukung oleh program promosi dan kemasan yang baik sesuai target audience yang ingin dicapai. Jika acara ini banyak diminati pemirsa, diharapkan akan menaikkan rating sehingga daya jualnya tinggi dan dapat menguntungkan semua pihak (baik pengiklan, pihak produsen serta stasiun televisi).

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa latar belakang dari rumusan masalah dalam pemilihan judul untuk Tugas Akhir ini yaitu bagaimana menciptakan dan menetapkan suatu bentuk media komunikasi visual dan kreatif yang terencana dan efektif guna mendukung promosi sinetron “Selamat Pagi Jingga” sehingga masyarakat (*target audience*) mendapat informasi tentang keberadaan sinetron “Selamat Pagi Jingga” sehingga masyarakat tertarik untuk melihatnya.

C. Pembatasan Masalah

Yang menjadi pertanyaan kemudian adalah bagaimana produksi sinetron Selamat Pagi Jingga buatan lokal dapat dikenal oleh *target audience* masyarakat luas? Bagaimana mensosialisasikan sinetron lepas buatan lokal sehingga dalam persaingannya dengan sinetron-sinetron yang bermunculan di layar televisi, tidak selalu didominasi oleh *Production house* yang berdomisili di ibukota Jakarta? jawabannya mungkin karena persoalan masih kurangnya informasi berkaitan dengan sinetron (film produk) yang sampai ke telinga pemirsa mengenai keberadaan produk. Kurangnya informasi kepada masyarakat tersebut dikarenakan kurangnya promosi

kepada masyarakat dari pihak pembuat (produsen) film maupun pihak stasiun penyiaran ke *target audience* yang akan dicapai.

Sinetron Selamat Pagi Jingga merupakan sebuah program yang dikemas dalam format sinetron lepas berdurasi 22 menit dan dibatasi 4 segment untuk slot iklan. Total durasi keseluruhan 30 menit. Pembuatan sinetron lepas Selamat Pagi Jingga secara keseluruhan dikerjakan oleh mahasiswa ISI Yogyakarta.

D. Tujuan Perancangan

1. Memberikan informasi mengenai sebuah sinetron lepas Selamat Pagi Jingga kepada masyarakat yang akan ditayangkan di Global TV.
2. Memperoleh media komunikasi yang tepat sesuai dengan perencanaan yang sudah ditetapkan.
3. Meningkatkan apresiasi masyarakat terhadap sinetron buatan sineas lokal dengan tema-tema sosial.

E. Metode Perancangan

Secara garis besar dalam bagian metode perancangan ini akan dijelaskan bagaimana cara mengelola permasalahan desain berdasarkan proses perancangan yang sistematis. Adapun metode perancangannya dapat dilakukan dan dirumuskan berdasarkan tahapan-tahapan sebagai berikut :

1. Melihat latar belakang masalah lalu kemudian masuk ke tahapan rumusan masalah dan tujuan perancangan.
2. Pengumpulan data dan menganalisa produk yang akan dibahas.
3. Merencanakan media yang dapat menjangkau target audience untuk mempromosikan sinetron lepas “Selamat Pagi Jingga”.
4. Merencanakan kreatif yang dapat mempengaruhi *target audience*.
5. Merancang tata visual media terpilih melalui proses *lay out* sampai dengan final desain.

F Lingkup Perancangan

1. Daerah Perancangan

Perancangan terdiri dari pemikiran kreatif dan media yang harus saling mendukung sehingga tepat terhadap khalayak sasaran yang beragam daerah dan budaya diseluruh lapisan masyarakat Indonesia. Sesuai tujuan kampanye, perancangan komunikasi visual ini menitikberatkan pada promosi (*promo launching*). Dengan periklanan sebagai strategi promosi, diharapkan program acara sinetron lepas Selamat Pagi Jingga semakin mantap keberadaannya.

2. Daerah Jangkauan

Khalayak sasaran dalam promosi ini adalah khalayak usia remaja baik pria maupun wanita. Dengan latar belakang pendidikan minimal SLTP, SMA dan

Mahasiswa, berasal dari semua golongan ekonomi, pekerjaan terdiri dari semua komponen. Mereka tinggal di seluruh Indonesia.

G. Langkah – langkah Perancangan

1. Pendahuluan

Dalam tahap pendahuluan dikemukakan hal – hal yang mendasari perancangan komunikasi visual ini, adalah :

- a. Latar belakang masalah, menjabarkan secara umum bagaimana perkembangan secara umum mengenai sinetron Indonesia saat ini hingga pada pembahasan khusus mengenai sinetron lepas Selamat Pagi Jingga dan inti permasalahannya.
- b. Rumusan masalah, menjabarkan arah pemecahan masalah dengan memperhatikan latar belakang masalahnya.
- c. Pembatasan Masalah, memberikan batasan mengenai perancangan komunikasi visual yang akan diaplikasikan untuk keperluan *promo launching* sinetron lepas Selamat Pagi Jingga.
- d. Tujuan perancangan menjabarkan secara garis besar apa yang hendak dicapai dalam perancangan ini.
- e. Metode perancangan, menjelaskan bagaimana penulisan konsep perancangan ini disusun dan sebagai penjelasnya diberikan pula skema perancangan.

Mahasiswa, berasal dari semua golongan ekonomi, pekerjaan terdiri dari semua komponen. Mereka tinggal di seluruh Indonesia.

G. Langkah – langkah Perancangan

1. Pendahuluan

Dalam tahap pendahuluan dikemukakan hal – hal yang mendasari perancangan komunikasi visual ini, adalah :

- a. Latar belakang masalah, menjabarkan secara umum bagaimana perkembangan secara umum mengenai sinetron Indonesia saat ini hingga pada pembahasan khusus mengenai sinetron lepas Selamat Pagi Jingga dan inti permasalahannya.
- b. Rumusan masalah, menjabarkan arah pemecahan masalah dengan memperhatikan latar belakang masalahnya.
- c. Pembatasan Masalah, memberikan batasan mengenai perancangan komunikasi visual yang akan diaplikasikan untuk keperluan *promo launching* sinetron lepas Selamat Pagi Jingga.
- d. Tujuan perancangan menjabarkan secara garis besar apa yang hendak dicapai dalam perancangan ini.
- e. Metode perancangan, menjelaskan bagaimana penulisan konsep perancangan ini disusun dan sebagai penjelasnya diberikan pula skema perancangan.

2. Tahap Persiapan

Tahap persiapan meliputi pengumpulan dan pengolahan data yaitu :

- a. Data tentang Sinetron selamat Pagi Jingga yang meliputi nama, identitas, isi cerita, karakteristik, potensi, dan promosi produk.
- b. Data Lapangan, meliputi kondisi khalayak sasaran, kondisi persaingan, potensial pasarnya, dengan menimbang bagaimana peluang, kelemahan dan kekuatan (SWOT).

3. Tahap Perencanaan

Membuat suatu perencanaan komunikasi visual yang meliputi perencanaan media dan perencanaan kreatif secara terpadu dalam mendukung tujuan perancangan yang didasarkan pada analisis data. Perencanaan media digunakan dalam pemilihan media yang tepat, pengalokasian biaya media dan penjadwalan program media.

Sedangkan perencanaan kreatif membahas isi dan bentuk pesan yang dirumuskan menjadi bentuk-bentuk kreatif visual. Isi pesan meliputi, pencarian tema pokok yang mengarah pada penulisan teks (*copy writing*). Bentuk pesan mencakup pembahasan bentuk bahasa verbal dan bahasa visual yang menentukan kunci visual dalam disain secara keseluruhan dengan berlandaskan pada konsep perancangan. Didalam perencanaan kreatif juga tercakup penentuan ilustrasi, *headline*, *body copy*, slogan, *caption* dan *closing word*.

4. Tahap Perancangan

Wahid, M. Metodologi Dalam Desain. Cerdas
Yogyakarta, 1994

Perancangan atau proses mendisain dapat diartikan sebagai penuangan ide, gagasan, konsep perancangan, ke dalam wujud yang komunikatif terhadap kebutuhan tertentu yang datang kepadanya atas dasar perintah dari pihak tertentu atau atas inisiatif perancang itu sendiri.³ Perancangan diawali dengan membuat beberapa alternatif gambar (*lay out*) untuk mendapatkan komposisi disain yang paling tepat ditinjau dari segi artistik, komunikatif, persuasi dan berkarakter kuat. Alternatif rancangan menunjukkan kekayaan ide wawasan visual dan skala kreatifitas perancang dalam menentukan satu alternatif rancangan yang terbaik dengan berlandaskan hukum-hukum, kesatuan, keberagaman, keseimbangan, irama, harmoni, proporsi. *Lay out* yang terpilih kemudian dikembangkan mendekati bentuk iklan yang sebenarnya (*comprehensive lay out*).

5. Disain Jadi / Final Disain

Dari *comprehensive lay out*, rancangan disain diaplikasikan ke berbagai bentuk media komunikasi visual yang telah ditentukan sehingga menghasilkan suatu produk periklanan yang siap dipublikasikan untuk mendukung promosi sinetron lepas Selamat Pagi Jingga. Metode perancangan ini dapat disimak pada skema rancangan di halaman berikutnya.

³ Umar Hadi, M. *Metodologi Dalam Desain*, Ceramah Ilmiah, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia, Yogyakarta, 1994

SISTEMATIKA PERANCANGAN

