

BAB IV

PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL

A. Karakteristik Media

1. Media Utama.

a. Surat kabar.

Terbitan berkala yang memuat berita, risalah, karangan, iklan dan lain-lain. Yang mempunyai kriteria :

- Dapat dinikmati cukup lama, artinya dapat dibaca berulang-ulang.
- Sangat fleksible.
- Biaya relatif tidak mahal.
- Suasana berita, artinya segala sesuatu kabar/ berita yang ingin cepat/segera disampaikan kepada khalayak.
- Hasil reproduksi untuk warna kurang baik.
- Daya cakupnya/coverage tinggi.
- Jenis audiencenya heterogen

Jika dilihat dari beberapa karakteristik di atas, ternyata media surat kabar cukup efektif bila digunakan sebagai salah satu media iklan, karena penyebarannya dapat dijangkau oleh berbagai lapisan masyarakat.

b. Majalah (Magazine).

Terbitan yang berisi berita, artikel, cerita fiktif, sanjak dan sebagainya, yang berkala, biasanya bergambar, diberi sampul dan dijahit seperti buku. Yang mempunyai kriteria-kriteria sebagai berikut :

- Jenis audience/pembacanya lebih selektif.
- Waktu pembacaannya lebih lama/dapat dinikmati lebih lama.
- Dapat menyajikan gambar yang menarik.
- Untuk gambar berwarna hasil reproduksi baik.
- Bersuasana hiburan dan pengetahuan.
- Biaya relatif tinggi dan fleksibilitasnya rendah.

c. Poster.

Pemberitahuan secara tertulis atau lembaran tercetak, biasanya berukuran besar yang merupakan kesatuan pesan dan ditempatkan pada tempat-tempat ramai atau dibawa kemana-mana untuk diketahui oleh umum. Yang mempunyai kriteria :

- Audience sangat heterogen.
- Untuk in-door poster pesan biasa agak banyak, namun harus siple dan jelas.
- Faktor warna, unity, dan surprise harus dimiliki oleh poster.

d. Kalender.

Adalah suatu penanggalan ; daftar hari, bulan dan tahun, yang dewasa ini banyak digunakan sebagai media promosi. Kalender disamping sebagai penanggalan juga biasanya berfungsi sebagai hiasan yang dipasang atau ditempelkan pada dinding. Kriteria-kriteria yang ada pada kalender biasanya mengandung ilustrasi, logo dan slogan.

e. Billboard.

- Audience-nya sangat heterogen.
- Ukuran biasanya besar, karena merupakan iklan luar gedung (out-door advertizing).
- Tidak terlalu banyak menggunakan teks atau pesan, artinya pesan harus singkat dan jelas karena waktu membaca yang cukup singkat.
- Unsur ilustrasi, teks dan warna merupakan karakteristik dari billboard.

f. Slide.

Yaitu film yang diam, yang dibiaskan oleh sebuah alat elektronis (proyektor) ke layar. Film slide ini biasanya berupa gambar atau tulisan mengenai suatu pengumuman atau sebuah anjuran mengenai suatu barang atau jasa. Pemasangannya biasanya kita lihat di gedung-gedung bioskop atau televisi.

Kelebihan atau kebaikan dari film slide ini adalah masyarakat atau konsumennya lebih sempurna atau selektif dibandingkan dengan media yang lain. Dan kekurangan dari media slide ini ialah untuk menonton memerlukan waktu tertentu, untuk datang pada suatu gedung tertentu, artinya tidak dapat dinikmati di rumah seperti media surat kabar.

2. Disain Komunikasi Visual

Yang termasuk media komunikasi visual adalah keseluruhan bentuk dari bentuk media iklan kecuali bentuk media audio (radio), karena hanya melalui pendengaran tanpa adanya

visualisasi (kasat mata). Adapun disain komunikasi visual, adalah rencana gambar teknis yang divisualisasikan melalui bentuk atau model tertentu untuk tujuan berkomunikasi (suatu proses komunikasi periklanan secara visual/gambar). Sedangkan proses dari komunikasi periklanan berlangsung melalui dua tahap, yakni melalui media sampai dengan pembaca/pemirsa. Adapun kriteria-kriteria yang ada pada disain komunikasi visual secara keseluruhan adalah :

- Pesan atau informasi yang disampaikan kepada pemirsa akan lebih jelas, karena adanya ilustrasi yang menjelaskan pesan.
- Lebih komunikatif dan efektif, karena adanya unsur-unsur seperti : judul, ilustrasi logo, warna, dan unsur-unsur lainnya, yang disusun atau diolah sedemikian rupa sehingga menampilkan daya tarik terhadap suatu kepentingan dasar pembaca.

B. Visualisasi Media Pilihan

1. Disain Surat Kabar Sebagai Media Utama

a. Iklan surat kabar I untuk produk SGM 2.

- Headline : SGM 2
- Sub-headline : Susu Formula Lanjutan
- Copy / teks : SGM 2 Susu Formula Lanjutan
(follow-up formula) dengan madu.
Untuk bayi usia 6 bulan keatas
(usia sapih) dan anak-anak, ketika makanan padat mulai diberi-

kan disamping ASI. SGM 2, mengandung bahan-bahan nutrisi penting dalam jumlah yang sesuai dengan kebutuhan bayi dan anak-anak semasa pertumbuhan.

- Slogan : Dengan madu
- Closing : Logo dan alamat perusahaan :
PT. SARI HUSADA - Yogyakarta
Indonesia.

Produsen susu dan makanan bayi terkenal di Indonesia.

- Ilustrasi : Product alone, karena merupakan produk terbaru.
Dengan posisi produk vertikal.
- Warna : Biru, merah, putih, hitam, dan latar belakang biru muda.

b. Iklan surat kabar II untuk SGM 2.

- Headline : SGM 2
- Sub-headline : Susu Formula Lanjutan
- Copy / teks : Keseluruhan copy sama pada iklan surat kabar I, hanya berbeda penyusunannya.
- Slogan : Susu formula lanjutan dengan madu
- Closing : Sama dengan surat kabar I.
- Ilustrasi : Product alone, dengan posisi produk diagonal.

- Warna : Biru merah, putih, hitam, latar belakang gradasi warna biru-tua ke biru-muda, yang lebih gelap bagian atas.

2. Disain Iklan Majalah Sebagai Media Penunjang.

a. Iklan majalah I untuk SGM 2 susu formula lanjutan.

- Headline : SGM 2 Susu Formula Lanjutan.
- Sub-headline : Dengan madu.
- Copy / teks : Sama dengan copy pada iklan surat kabar.
- Slogan : Susu formula lanjutan dengan madu.
- Closing : Logo dan alamat perusahaan :
PT. SARI HUSADA Yogyakarta.
Indonesia.
Ditambah dengan teks penutup :
Produsen susu dan makanan anak terkenal di Indonesia.
- Ilustrasi : Product alone, dengan posisi produk vertikal diletakkan disebelah kanan, dengan dimbangi teks yang diletakkan disebelah kiri.
- Warna : Sama dengan latar belakang surat kabar II, dengan latar belakang warna biru-muda.

b. Iklan majalah II untuk SGM 2 susu formula lanjutan.

- Headline : SGM 2 susu formula lanjutan
- Sub-headline : Dengan madu asli
- Copy / teks : Bayi usia 6 bulan keatas merupakan usia, sapih, bayi dan anak perlu makanan tambahan susu lanjutan. SGM 2 susu formula lanjutan menyiapkan kebutuhan bayi dan anak.
- Slogan : Bayi tumbuh sehat berkat SGM 2 susu formula lanjutan penuh gizi.
- Clossing : Logo dan alamat perusahaan :
PT. SARI HUSADA Yogyakarta.
Indonesia.
Ditambah dengan teks penutup :
Motto Produsen susu dan makanan bayi dan anak Indonesia.
- Ilustrasi : Product alone, dengan latar belakang seorang ibu bermain dengan si kecil. Visualisasinya adalah suasana kebahagiaan, kesmesraan ibu dan anak, anak tumbuh sehat, kuat dan cerdas.
- Warna : Putih, merah, biru, kuning, dan hitam.

3. In-door Poster Sebagai Media Utama.

a. Poster in-door I untuk produk SGM 2.

- Headline : SGM 2
- Sub-headline : Susu formula lanjutan
- Copy / teks : Untuk bayi usia 6 bulan hingga anak usia 3 tahun.
- Slogan : Dengan madu.
- Closing : Logo dan alamat perusahaan :
PT. SARI HUSADA Yogyakarta.
Indonesia.
Ditambah dengan teks penutup :
Produsen susu dan makanan anak terkenal di Indonesia.
- Ilustrasi : Product alone, dengan latar belakang seorang ibu dengan senang dan bergembira bersama anak-anaknya.
- Warna : Merah, kuning, merah muda , putih, dengan latar belakang biru (gradasi).

b. Poster (in-door) II untuk produk SGM 2

Isinya sama dengan poster I, hanya teknik tatanan penyusunan yang berbeda.

c. Poster (in-door) III untuk produk SGM 2

Isinya hanya membedakan gambar ilustrasi, tidak memakai latar belakang seorang ibu bersama anaknya.

4. Kalender Dinding dan Kalender Meja (Januari 1995)

Sebagai Penunjang.

- Ilustrasi : Menampilkan produk SGM 2,
- Clossing : Logo dan alamat perusahaan :
PT. SARI HUSADA Yogyakarta.
Indonesia.
Ditambah dengan teks penutup :
Produsen susu dan makanan anak
terkenal di Indonesia.
Posisi clossing di bawah kalen-
der.

5. Slide (Sebagai Media Penunjang)

- Headline : SGM 2
- Sub-headline : Susu formula lanjutan
- Copy / teks : Untuk bayi usia 6 bulan hingga
anak usia 3 tahun.
- Slogan : Dengan madu.
- Clossing : Logo dan alamat perusahaan :
PT. SARI HUSADA Yogyakarta.
Indonesia.
Ditambah dengan teks penutup :
Produsen susu dan makanan anak
terkenal di Indonesia.
- Ilustrasi : Product alone, dengan latar be-
lakang seorang ibu dengan senang
dan bergembira bersama anaknya.

- Warna : Merah, kuning, merah muda , putih, dengan latar belakang biru (gradasi).

6. Billboard (sebagai media utama)

- Headline : SGM 2
- Sub-headline : Susu formula lanjutan
- copy / teks : Untuk bayi usia 6 bulan hingga anak usia 3 tahun.
- Slogan : Dengan madu.
- Closing : Logo dan alamat perusahaan :
PT. SARI HUSADA Yogyakarta.
Indonesia.
Ditambah dengan teks penutup :
PT. SARI HUSADA Perintis produsen susu dan makanan anak Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

1. DR. Phil. Astrid S. Susanto, Komunikasi Dalam Teori dan Praktek, Jilid I, Bina Cipta, Bandung, 1977.
2. Drs. Basu Swasta DH. M.B.A., Azaz-azaz Marketing, Liberty, Yogyakarta, 1984.
3. Drs. Basu Swasta DH. M.B.A., Menejemen Pemasaran, Liberty, Yogyakarta, 1986.
4. Dendi Sudiana, Komunikasi Periklanan Cetak, CV. Remaja Karya, 1986.
5. Ensiklopedia Indonesia, Jilid Ke III, NV. Penerbitan W. Van Hoeve, s-Gravenhage, Bandung, 1950.
6. Otto Kleppner, M.C.S., Advertising Procedure, Prentice Hall, Inc., Englewood Cliffs, N.J., New York, 1959.
7. Radjanudjum, cs., Teknik Reklame dan Menggambar, Jakarta, 1955.
8. Tams Djajakusumah, Periklanan, CV. Armico, Bandung, 1982.
9. Tata Letak dan Perwajahan, jilid I, Seksi Perwajahan Pusat Grafika Indonesia, Jakarta.