

ARTIKEL ILMIAH
STRATA 1 (S1)

**DESAIN KOMUNIKASI VISUAL SEBAGAI SARANAKAMPANYE
PEMELIHARAAN ANJING DENGAN BAIK OLEH ORGANISASI
BARC DI BALI**



DEWA PUTU EGA SATTWIKA UTAMA

201106008

Program Studi Desain Komunikasi Visual

Fakultas Seni Rupa dan Desain

Institut Seni Indonesia Denpasar, Bali, Indonesia

Email : egasattwika@gmail.com

ABSTRAK

Judul:
DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
SEBAGAI SARANA KAMPANYE
PEMELIHARAAN ANJING DENGAN BAIK
OLEH ORGANISASI BARC DI BALI

Oleh:
Dewa Putu Ega Sattwika Utama
201106008

Anjing (*Canis lupus familiaris*) merupakan hewan yang mampu berpikir, bertingkah laku dan memiliki sifat – sifat yang berbeda layaknya manusia. Di Indonesia, Bali merupakan rumah bagi populasi anjing terbesar, Seluruh masyarakat Bali umumnya memelihara anjing setidaknya satu di dalam rumah, sebagai peliharaan, teman, ataupun penjaga rumah. Bahkan menurut kepercayaan orang Bali anjing merupakan hewan yang sakral karena disebut sebagai Swarga Rohana Parwa seperti yang disebutkan pada rangkaian cerita Mahabharata. Sayangnya kesadaran dan edukasi masyarakat masih kurang tentang anjing mengenai pemeliharaan, karenanya banyak anjing yang ditelantarkan begitu saja saat anjingnya terkena penyakit. Yang berakibat terhadap tingginya angka anjing liar di Bali. Anjing liar banyak menyebabkan masalah, seperti terus berkembang biak, menyebabkan kecelakaan lalu lintas, memakan ternak yang merugikan petani, dan menyebabkan masalah kebersihan lingkungan dan yang marak adalah Rabies. Wabah rabies sudah banyak memakan korban, karena itu gubernur Bali memberi mandate untuk mengeliminasi langung anjing yang liar. Banyak anjing yang tidak terjangkau Rabies pun ikut tereliminasi. Berdasarkan hal itu, Organisasi BARC ingin mengkampanyekan cara pemeliharaan anjing dengan baik untuk membantu menekan angka anjing liar namun dengan cara yang baik.

Untuk itu desainer berperan dalam memperbaiki keadaan tersebut dengan mengkampanyekan pemeliharaan anjing melalui media komunikasi visual yang inovatif dan efektif.

Metode pengumpulan data yang digunakan untuk proses perancangan terdiri dari metode observasi, wawancara dan dokumentasi. Dari data yang diperoleh kemudian dianalisa menggunakan metode analisis data SWOT.

Media yang dibuat untuk mengkampanyekan pemeliharaan anjing ini antara lain Icon, *Booklet*, *Web Banner*, *T-Shirt*, *X-Banner*, Pin, Poster, Stiker, Mug, Iklan Majalah dan Katalog Karya. Dengan konsep perancangan *Simplicity in Solidarity* yang akan diterapkan kepada desain media untuk mengkampanyekan pemeliharaan anjing, dimana desain dikemas menggunakan teknik ilustrasi gambar tangan dan ornamen Bali yang diolah melalui komputer sehingga menjadi suatu desain yang mampu menarik minat audiens.

Kata Kunci: Pemeliharaan Anjing, BARC, Desain Komunikasi Visual.

ABSTRACT

Title:
VISUAL COMMUNICATION DESIGN
AS A CAMPAIGN FOR CARING DOG
WITH A GOOD WAY BY BARC
ORGANIZATION IN BALI

By:
Dewa Putu Ega Sattwika Utama
201106008

The dog (Canis lupus familiaris) is an animal that be able to think, can act and have a different emotion like human being. In Indonesia, Bali is home to the largest dog population, every family in Bali generally had at least one dog in the house, as pets, friends, or for guarding the house. In fact, according to Balinese belief, dog is an animal that is sacred because it is referred to Swarga Rohana Parwa as mentioned in the Mahabharata Story. Unfortunately, public awareness and education still not enough on pets the dog, so many dogs are abandoned when the dog have disease. Which causes a high number of stray dogs in Bali. Many stray dogs cause problems, as it continues to proliferate, causing traffic accidents, consuming cattle that made farmers loss, and causing hygiene problems and Rabies. Rabies made many victims, because that the governor of Bali give a mandate to eliminate stray dogs. Many dogs that don't had Rabies disease also eliminated. According to that, the BARC Organization want to make a campaign for caring a dog with a good way to help reduce the number of stray dogs.

Based on that case, designers play a role in improving the situation by campaigning for the caring the dog through innovative and effective visual communication media.

Data collection methods used for the design process consists of observation, interviews and documentation. From the data obtained were then analyzed using SWOT analysis method.

Media that created to campaign for caring of dog was, Icon, booklets, Web Banners, T-Shirt, X-Banner, Pin, posters, stickers, mugs, magazine ads and catalog. With the design concept of Simplicity in Solidarity which will be applied to the design of the media to campaign for caring of dogs, where the design is packed using hand drawing and illustration techniques Balinese ornaments are processed through the computer so that it becomes a design that is able to attract audience

Keywords: *Caring Dog, BARC, Visual Communication Design*

**DESAIN KOMUNIKASI VISUAL SEBAGAI SARANA
KAMPANYE PEMELIHARAAN ANJING DENGAN BAIK
OLEH ORGANISASI BARC DI BALI**

Dewa Putu Ega Sattwika Utama

201106008

Program Studi Desain Komunikasi Visual Fakultas Seni Rupa dan Desain

Institut Seni Indonesia Denpasar, Bali, Indonesia

Email : egasattwika@gmail.com

LATAR BELAKANG

DESAIN KOMUNIKASI VISUAL SEBAGAI SARANA KAMPANYE PEMELIHARAAN ANJING DENGAN BAIK OLEH ORGANISASI BARC DI BALI

Anjing merupakan salah satu hewan yang paling banyak dipelihara, khususnya oleh masyarakat di Bali. Orang Bali memiliki hubungan yang baik dengan anjing. Hampir di semua kediaman masyarakat Bali, anjing selalu ada sebagai hewan peliharaan, anjing juga dimanfaatkan sebagai penjaga rumah dan kebun. Dalam kepercayaan umat Hindu, anjing juga disebut dalam *Swarga Rohana Parwa*. Dalam rangkaian cerita *Mahabharata* disebutkan seekor anjing hitam sangat setia mengantarkan Sang Yudistira atau Darmawangsa hingga ke sorga. Anjing hitam itu dikatakan sebagai penjelmaan Sang Hyang Dharma. Jika dikaitkan dengan filosofi baik buruk, anjing sering disebut *asu—subakarma* dan *asubakarma* (perbuatan baik dan perbuatan buruk). (<http://www.balipost.co.id>, 29 Agustus 2015).

Pemeliharaan anjing oleh masyarakat dulunya dilakukan dengan baik, tanpa diikat atau dikurung. Anjing bebas berkeliaran di mana saja. Meskipun berkeliaran, mereka mempunyai tuan yang memperhatikannya, memberinya makan, bertanggung jawab ketika anjing itu bermasalah, dan mencarinya manakala mereka tidak pulang. Namun sekarang di Bali juga banyak anjing berkeliaran. Bedanya anjing-anjing itu harus mengais makanannya sendiri, tidak ada yang bertanggung jawab ketika hidupnya bermasalah, tidak akan ada yang mencari kemanapun mereka pergi. Mereka tidak memiliki tuan. Dan mereka benar-benar liar sehingga disebut anjing liar. Induk dari anjing liar itu dulu memiliki tuan. Karena tekanan keadaan, tuan ini rumahnya menjadi sempit, tidak cukup luas untuk memelihara anak-anak anjingnya, tidak mampu lagi untuk memberi makan dan tidak cukup waktu untuk mengurus anak-anak anjingnya. Anak-anak anjing itu dilepas alias dibuang di tempat pembuangan sampah, atau di pasar, atau di pantai, atau juga di pinggiran perkampungan desa tetangga. Anak-anak anjing ini akan tumbuh dan

menjadi besar, lalu berkembang biak dan menjadi banyak. Semua anjing betina yang lahir dibuangnya, karena anjing betinalah yang dipikir menjadi biang kerok bertambahnya jumlah anjing. Maka banyaklah anjing liar yang kemudian menyebabkan banyak masalah, salah satunya adalah banyaknya anjing liar yang terkena penyakit *Rabies*.

Pengurangan populasi anjing liar dengan cara pemusnahan langsung anjing yang berkeliaran di jalanan tentu mengundang pro dan kontra dari berbagai kalangan salah satunya adalah organisasi BARC di Bali. BARC merupakan sebuah penampungan anjing – anjing liar yang tidak menganut paham membunuh, mempunyai visi & misi untuk meringankan penderitaan, rasa kelaparan dan penelantaran anjing-anjing jalanan di Bali melalui penyelamatan, rehabilitasi dan pencarian *adopter*. *Event – event* yang telah dilaksanakan BARC adalah *Adoption Day* yang diadakan di setiap daerah setiap bulan, dan *Neuter & Spay* yaitu sterilisasi gratis setiap 6 bulan sekali. Namun BARC belum mempunyai *event* sosial untuk pemeliharaan anjing dengan baik.

Berangkat dari permasalahan diatas perlu dilakukan sebuah usaha dalam mensosialisasikan guna mencerahkan masyarakat Bali dalam memelihara anjing dengan baik. Permasalahan ini tentu menjadi masalah kita bersama, sehingga pemecahannya juga menjadi tanggung jawab kita bersama. Oleh karena itu BARC ingin mengadakan kampanye. Kampanye adalah sebuah tindakan dan usaha yang bertujuan mendapatkan dukungan atau berisikan hal hal yang mempengaruhi dan juga edukasi. Dengan mengadakan kampanye yang berisikan tentang edukasi mengenai tata cara pemeliharaan anjing, seperti pengenalan serta penanganan tentang virus – virus yang umum terdapat pada anjing, sterilisasi, dan vaksinasi melalui media komunikasi visual yang komunikatif dan efektif serta dengan strategi yang tepat kepada kalangan masyarakat di daerah Bali, akan membantu menyadarkan masyarakat untuk tidak menelantarkan anjing ke jalanan yang tentunya sangat membantu mengurangi tingginya angka populasi anjing liar di Bali.

Desain komunikasi visual memiliki peran mengkomunikasikan pesan atau informasi kepada pembaca dengan berbagai kekuatan visual, seperti tipografi, ilustrasi, warna, garis, layout dan sebagainya dengan bantuan teknologi. Perancangan media komunikasi visual berperan penting dalam membuat rancangan

media kampanye pemeliharaan anjing dengan baik. Dimana media desain komunikasi visual yang dibuat tentunya dengan berpegang pada ilmu-ilmu desain dan kriteria-kriteria desain, sehingga akan tercipta sebuah media yang informatif, fungsional dan menarik, sehingga kampanye ini dapat mencerahkan masyarakat agar tidak menelantarkan anjing

Rumusan Masalah

- 1) Media komunikasi visual apa yang komunikatif dan efektif untuk mengkampanyekan pemeliharaan anjing dengan baik oleh organisasi BARC di Bali?
- 2) Bagaimana merancang komunikasi visual yang komunikatif dan efektif sebagai sarana kampanye pemeliharaan anjing dengan baik oleh organisasi BARC di Bali?

Batasan Masalah

Adapun batasan masalahnya dibatasi pada proses perancangan serta perwujudan media-media komunikasi visual (ilustrasi, teks, warna, tipografi) yang sesuai dengan kriteria desain untuk mengkampanyekan pemeliharaan anjing sesuai dengan disiplin ilmu desain komunikasi visual.

Tujuan

Tujuan dari perancangan ini adalah dapat menjawab berbagai pertanyaan yang timbul sesuai dengan perumusan masalah yang akan dijawab dan diharapkan dapat memberikan manfaat serta masukan yang berguna baik itu bagi penulis, pembaca, dan masyarakat yang dijabarkan sebagai berikut. Mengetahui media komunikasi visual apa saja yang komunikatif dan efektif untuk mengkampanyekan pemeliharaan anjing dengan baik di Bali, mengetahui tata cara mendesain media komunikasi visual yang komunikatif dan efektif untuk mengkampanyekan pemeliharaan anjing dengan baik di Bali. Dan membantu mengurangi angka anjing liar di Bali.

Metode Perancangan

Adapun langkah-langkah berupa metode pengumpulan data dan kemudian metode analisa data yang digunakan yaitu proses desain menggunakan metode pengumpulan data berupa teks, dokumen, hasil wawancara yang ditemukan di lapangan selama penelitian di lakukan metode ini dibedakan berdasarkan sumbernya yaitu data primer dan sekunder.

Data Aktual

Adapun data-data mengenai teori-teori perancangan media komunikasi visual yang akan diterapkan berhubungan dengan pengerjaan tugas akhir ini adalah data-data ilmiah yang bisa dipertanggung jawabkan berasal dari sumber yang berkompeten.

Prinsip Desain Komunikasi Visual

Prinsip-prinsip desain ini nantinya digunakan sebagai patokan dalam memberikan penilaian terhadap alternatif desain yang dibuat untuk menentukan desain yang terbaik. Adapun prinsip-prinsip desain komunikasi visual yaitu, Prinsip Keseimbangan (*Balance*), Prinsip Ritme/Irama (*Rhythm*), Proporsi, Prinsip Kesatuan (*Unity*).

Aspek Teknis Perwujudan

Pada teknik perwujudan ini untuk menghasilkan media yang akan diwujudkan, harus melalui tahap atau proses cetak. Dalam hal ini proses cetak pada keseluruhan media menggunakan teknik cetak *digital printing*.

Teori Pendukung Kasus

Dalam perancangan penulis menggunakan teori semiotika dalam mengkampanyekan pemeliharaan anjing di Bali untuk mendukung kasus yang diangkat.

Semiotika adalah ilmu yang mempelajari tentang tanda (*sign*), berfungsinya tanda, dan produksi makna. Lebih lanjut dikatakan bahwa penanda terletak pada tingkatan ungkapan dan mempunyai wujud atau merupakan bagian fisik seperti bunyi, huruf, kata, gambar, warna, objek dan sebagainya. Penanda terletak pada

tingkatan isi atau gagasan dari apa yang diungkapkan melalui tingkatan ungkapan. Hubungan kedua unsur melahirkan makna. Tanda akan selalu mengacu pada sesuatu hal yang lain yang disebut referent (objek yang dituju). (Tinarbuko, 2009 : 14-16).

Data Lapangan / Faktual

Data faktual merupakan data yang diperoleh berdasarkan kenyataan yang ada di lapangan atau berdasarkan dilapangan yang sebenarnya. Data ini digunakan sebagai materi dan sample untuk merancang.

Nama Obyek

Dalam penyusunan Skripsi Karya Studio ini judul yang diangkat adalah “Desain Komunikasi Visual Sebagai Sarana Kampanye Pemeliharaan Anjing Dengan Baik Oleh Organisasi BARC di Bali”.

Pengelola

Organisasi BARC adalah pusat rehabilitasi *non-profit* yang berlokasi di daerah pariwisata Ubud yang dibangun tahun 2006 oleh Linda Buller dari Australia yang sudah berstatus WNI.

Potensi Kasus

Karena banyaknya kasus anjing liar yang berawal dari majikan yang membuang atau menelantarkan anjingnya. Anjing sudah sejak lama menjadi bagian dari Bali, dan menjadi ciri khas pulau Bali di Indonesia. Bahkan terdapat pada rangkaian cerita *Mahabharata* dan terdapat pada lontar *Carcan Asu*. Anjing harusnya diselamatkan dari kejahnya pemusnahan langsung yang sedang marak saat ini. Karena itu BARC ingin membantu dengan cara mengkampanyekan pemeliharaan anjing dengan baik.

Sintesa

Berdasarkan analisis yang dilakukan terhadap data hasil penelitian maka dapat diketahui bahwa BARC belum mempunyai media dalam kampanye

pemeliharaan anjing. Untuk itu guna mencapai tujuan yang diinginkan maka dirancang beberapa media komunikasi visual yang lebih inovatif dan efektif sehingga mampu untuk memaksimalkan kampanye pemeliharaan anjing dengan baik. Maka pada sintesa dapat diperoleh sebagai berikut : Media, Ilustrasi, Warna, Teks, Huruf, Teknik Cetak, dan Analisis Wawancara.

Konsep Desain

Sebuah konsep Konsep adalah ide utama suatu desain untuk mengkomunikasikan suatu strategi desain secara visual (Marianne & Sandra 2007:194). Konsep akan menggambarkan prespektif segar atau pendekatan radikal dalam perancangan sebuah desain agar tampak menonjol di dalam suatu kategori. Adapun nantinya desain yang disebarluaskan sehingga dapat dinikmati oleh orang banyak dengan memperhatikan konsep perancangan tersebut, sehingga nantinya tidak kluar dari tujuan perancangan. Konsep dasar perancangan sesungguhnya bisa juga disebut “perancangan” atau planning (Sanyoto, 2005 : 61).

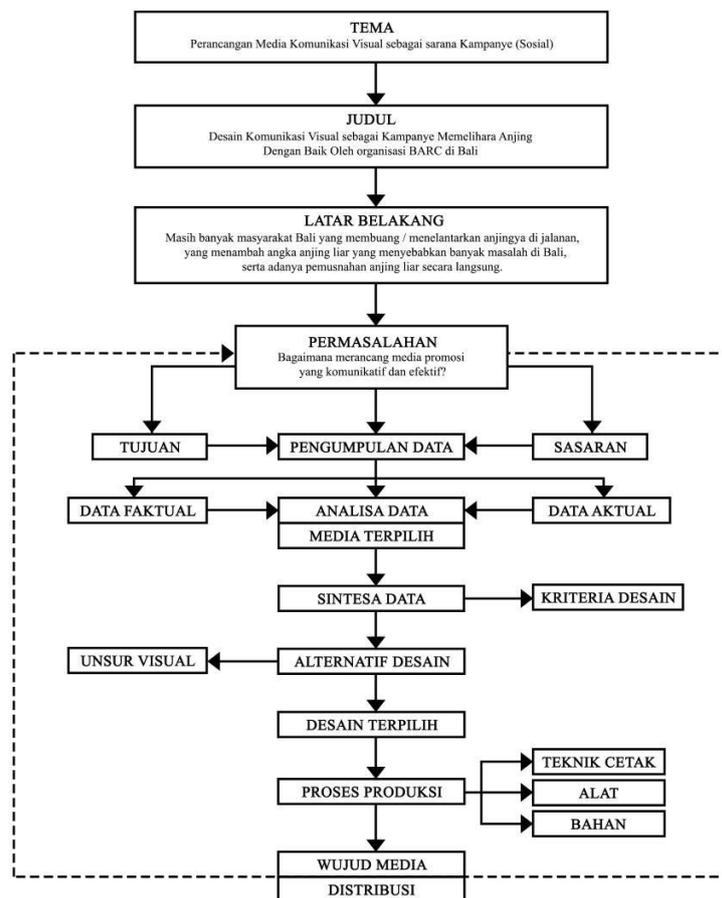
Untuk dapat menyampaikan pesan sehingga mudah dimengerti, adapun konsep dasar perancangan media komunikasi visual sebagai sarana kampanye pemeliharaan anjing dengan baik ini adalah kata “*Simplicity in Solidarity*”. *Simplicity* berarti Desain yang dibuat terlihat sederhana tapi dapat menarik perhatian konsumen. *Solidarity* dalam bahasa Indonesia berarti Setia, kesetiaan, setia kawan dll. Ini mewakili dari sifat alami anjing yang memiliki kesetiaan yang tinggi dengan majikannya. Dengan menggabungkan “*Simplicity in Solidarity*” yang menggunakan elemen – elemen desain yaitu ilustrasi *Flat* desain, warna - warna pastel, teks sederhana yang bersifat persuasif, dan tipografi *Sans-Serif* yang berkesan simple, tentu saja akan menciptakan konsep desain yang sederhana yang dapat memudahkan audiens dalam mencerna isi dari poin - poin kampanye edukasi pemeliharaan anjing ini.

Skema Proses Perancangan

Dengan pemilihan judul Desain Komunikasi Visual Sebagai Kampanye Pemeliharaan Anjing Dengan Baik Oleh Organisasi BARC di Bali, maka akan timbul permasalahan yang harus dipecahkan oleh desainer. Untuk mendukung

pemecahan masalah maka diperlukan data-data yang ada di lapangan yang menjadi latar belakang permasalahan sehingga dari latar belakang tersebut dapat digali pemecahan masalah yang sesuai dengan tujuan dan sasaran yang ingin dicapai.

Dari data faktual dan data aktual dilapangan kemudian digabungkan lalu dianalisa sehingga menghasilkan sintesa terhadap permasalahan yang dihadapi, dengan menggabungkan kriteria desain dan unsur visual pada desain komunikasi visual maka akan menghasilkan alternatif desain. Dari alternatif yang ada dilakukan penilaian sehingga mandapat desain terpilih. Desain terpilih ini kemudian divisualisasikan dengan menggunakan teknik yang sesuai dengan desain yang ingin diwujudkan.



Keterangan gambar:

————> Hubungan Langsung

- - - -> Hubungan Tak Langsung/feedback

Strategi Media

Segmentasi pasar adalah tindakan membagi-bagi pasar ke dalam kelompok pembeli yang berbeda yang mungkin menghargai variable untuk mendapatkan mana yang mengungkapkan peluang segmentasi terbaik. Yang menjadi target atau sasaran dalam usaha mengkampanyekan pemeliharaan anjing ini adalah masyarakat khususnya kalangan remaja dan dewasa yang berada di daerah Bali baik masyarakat lokal maupun wisatawan. Adapun faktor – faktornya yang mempengaruhi pasar, antara lain:

a. Geografis

Segmentasi Geografis, meliputi : wilayah, propinsi, kabupaten, kota, dengan sifatnya : urbanis/semi urbanis/rural (Sanyoto, 2006:67). Berdasarkan geografis sasaran yang diinginkan adalah masyarakat yang ada di daerah Bali

b. Demografis

Segmentasi Demografis, meliputi: jenis kelamin, umur, pendidikan, pekerjaan, status perkawinan, dan tingkat penghasilan (Sanyoto, 2006:67). Berdasarkan demografis sasaran yang diinginkan adalah kalangan remaja, yakni remaja awal dan akhir usia 16-25 tahun serta kalangan dewasa awal usia 26-35 tahun. Pria maupun wanita, baik SMA, kuliah, atau yang sudah bekerja.

c. Psikografis

Segmentasi Psikografis, meliputi : kepribadian, gaya hidup, kesukaan, dan tingkat sosial (Sanyoto, 2006:67). Berdasarkan psikografis sasaran yang diinginkan adalah dengan masyarakat dengan taraf ekonomi menengah ke atas.

d. Behaviouristis

Segmentasi Behaviouristis, meliputi : perilaku pembeli/ penggunaan tentang tingkat menggunakan, waktu menggunakan, dan status menggunakan (Sanyoto, 2006:67). Behaviouristis disini diartikan kebutuhan masyarakat akan informasi tentang pemeliharaan anjing dengan baik.

Panduan Media

Panduan media merupakan alasan-alasan mengapa kita memilih media-media terpilih. Media yang digunakan sebagai solusi dalam mengkampanyekan pemeliharaan anjing diharapkan mampu memberikan informasi edukasi kepada

khalayak sasaran tentang tata cara pemeliharaan tersebut. Adapun media yang digunakan diantaranya adalah sebagai berikut:

a. Icon

Icon adalah tampilan yang menjadi symbol yang mewakili wujud dari suatu objek.

b. *Booklet*

Booklet adalah bahan cetakan yang terdiri dari beberapa halaman yang dijilid sehingga menyerupai buku.

c. *T-Shirt*

T-Shirt adalah media komunikasi visual yang dicetak di atas kain katun atau TC

d. *X-Banner*

Media komunikasi grafis yang dibuat dari kertas dan dipasang dengan direntangan dengan plastik yang berbentuk X sebagai penyangga.

e. Pin

Pin adalah barang perhiasan dekoratif yang dirancang agar bias terpasang ke pakaian atau media lain.

f. Poster

Poster adalah karya seni atau desain grafis yang memuat komposisi gambar dan huruf di atas kertas berukuran besar.

g. Stiker

Stiker adalah lembaran kecil kertas atau plastik yang ditempelkan.

h. Mug

Mug adalah tipe alat minum sejenis cangkir yang umumnya digunakan untuk meminum minuman panas, seperti kopi, teh, atau coklat panas. Mug memiliki pegangan dan mampu menampung sejumlah fluida yang lebih banyak dari jenis alat minum lainnya.

i. Iklan Majalah

Iklan majalah adalah media komunikasi grafis yang dipasang pada majalah dan dibuat sesuai dengan kolom yang ada pada majalah tersebut, lama penayangan

relatif lama, unsur – unsur yang digunakan adalah warna, teks, gambar dengan informasi yang dibuat secara rinci.

j. Katalog Karya

Katalog karya adalah media komunikasi grafis berbentuk buku yang didalamnya berisi aneka jenis produk, harga, formulasi dan cara penggunaannya.

VISUALISASI DESAIN



KESIMPULAN

Setelah melewati proses pengamatan dan penelitian pada studi kasus Desain Komunikasi Visual Sebagai Sarana Kampanye Pemeliharaan Anjing Dengan Baik Oleh Organisasi BARC di Bali, maka berdasarkan uraian bab-bab diatas dapat disimpulkan sebagai berikut:

Kesimpulan

- Media-media yang komunikatif dan efektif untuk mengkampanyekan pemeliharaan anjing dengan baik oleh organisasi BARC di Bali antara lain adalah menggunakan ikon sebagai ikon pemeliharaan anjing, ditambah dengan media-media yang terdiri dari media lini atas berupa Iklan Majalah serta media lini bawah yakni Icon, *Booklet*, *T-Shirt*, Pin, Mug, Poster, Stiker, X-Banner, dan Web *Banner*.
- Untuk merancang media komunikasi visual agar unsur visual seperti ilustrasi, warna, teks, tipografi dan layout sesuai dengan kriteria desain seperti fungsional, informatif, komunikatif, etis, ergonomis, artistik, simplicity, dan surprise, maka diperlukan sebuah konsep perancangan media yang didasari oleh teori-teori desain. Pada proses perancangan ini, konsep *Simplicity in Solidarity* dipakai sebagai acuan dalam penyampaian pesan yang diterapkan disetiap desain. Berdasarkan konsep dasar perancangan tersebut, diwujudkan media-media yang komunikatif dan efektif sebagai sarana kampanye pemeliharaan anjing dengan baik oleh organisasi BARC di Bali.

Saran

Saran-saran penulis sebagai bahan pertimbangan setelah mengetahui dan melakukan studi penelitian ini, antara lain:

- Untuk mencapai hasil yang maksimal diharapkan dalam proses desain komunikasi visual memperhatikan konsep desain, unsur-unsur visual desain dan prinsip dasar desain.
- Dalam pemilihan media komunikasi visual sebagai sarana kampanye sebaiknya mengacu pada kebutuhan sasaran terhadap media dan efektifitas media dalam menjangkau sasaran.