

ARTIKEL ILMIAH
STRATA 1 (S1)

**DESAIN KOMUNIKASI VISUAL SEBAGAI MEDIA
PROMOSI SADRA EGG PAINTING DI BATUAN
SUKAWATI**



OLEH
Ida Bagus Purba Negara
2010 06 038
PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS SENI RUPA DAN DESAIN
INSTITUT SENI INDONESIA DENPASAR
2015

ABSTRAK

Judul : DESAIN KOMUNIKASI VISUAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI
SADRA EGG PAINTING DI BATUAN SUKAWATI

Oleh : Ida Bagus Purba Negara
2010.06.038

Pulau Bali terkenal dengan julukan pulau dewata, dengan julukan tersebut banyak wisatawan ingin mengunjunginya. Jumlah wisatawan yang selalu meningkat setiap tahun membuat semakin banyaknya bermunculnya pengrajin oleh – oleh khas Bali salah satunya berupa *egg painting*. Sadra *Egg Painting* merupakan perusahaan yang bergerak dibidang kerajinan khususnya lukisan telur (*egg painting*). Namun dari segala kelebihan yang dimiliki perusahaan kurang mempunyai media promosi yang efektif, sehingga perlu adanya media promosi tambahan agar lebih dikenal dan lebih diminati masyarakat domestik dan mancanegara.

Melalui metode penelitian, dan data-data diperoleh melalui hasil observasi, wawancara, kepustakaan dan dokumentasi di *Sadra Egg Painting*. Teori yang digunakan dalam kasus ini adalah teori semiotika. Kemudian diolah melalui analisis aktual, faktual, dan sintesa sehingga diperoleh konsep “elegan” yang akan digunakan sebagai acuan dalam perancangan media promosi *sadra egg painting*.

Media yang dirancang untuk media promosi Sadra *Egg Painting* adalah, rak display, iklan majalah, *x-banner*, poster, *paper bag*, stiker, *packaging I*, *packaging II*, *t-shirt* dan katalog. Dimana dengan media-media tersebut dapat meningkatkan jumlah konsumen yang datang ke *Sadra Egg Painting*.

Kata Kunci : Sadra *Egg Painting*, Media promosi.

ABSTRACT

*Title: VISUAL COMMUNICATION DESIGN AS MEDIA PROMOTION
SADRA EGG PAINTING AT BATUAN SUKAWATI*

*By: Ida Bagus Purba Negara
2010.06.038*

The island of Bali is famous for its nickname island of the gods, with the nickname of many tourists want to visit. The number of tourists is increasing every year more and more grow up made by craftsmen - by Balinese one form of egg painting. Sadra Egg Painting is a company engaged in crafts, especially painting eggs (egg painting). But of all the advantages that the company lacked the effective media campaign, so that the bullet any additional promotional media to be more and more interested in the community known domestic and foreign.

Through research methods, and data obtained through observation, interviews, literature and documentation in Sadra Egg Painting. The theory used in this case is the theory of semiotics. Then processed through an analysis of actual, factual, and synthesis in order to obtain the concept of "elegant" to be used as a reference in the design of promotional media Sadra egg painting.

Media are designed for media promotion Sadra Egg Painting is, display racks, magazine ads, x-banner, posterr, paper bag, stickers, packaging I, packaging II, t-shirts and catalogs. Where the media can increase the number of consumers who come to Sadra Egg Painting.

Keywords: Sadra Egg Painting, Media promotion

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di Indonesia khususnya di Pulau Bali yang biasanya kita kenal dengan sebutan Pulau Dewata adalah daerah yang terkenal dengan pariwisatanya, banyaknya objek wisata yang indah membuat Bali sangat terkenal di dunia, sehingga banyak menarik minat wisatawan lokal maupun mancanegara untuk berkunjung dan menikmati keindahan pulau Bali. Di Bali seni lukis sudah hadir dan berkembang sejak lama. Berbagai jenis aliran karya seni telah digeluti oleh masing-masing seniman. Pada umumnya para seniman mencurahkan daya nalarnya dengan kekuatan imajinasi lewat media kanvas, arbot, triplek, kayu, kaca, kulit, keramik dan lain sebagainya. Dengan demikian tidak jarang para seniman beralih dan meninggalkan rutinitas melukis dengan media konvensional dalam kreativitasnya berkarya. Salah satu media tersebut adalah melukis di atas kulit telur (*egg painting*).

Sadra *Egg Painting* merupakan perusahaan yang bergerak di bidang kerajinan dan kesenian, khususnya di bidang lukisan telur. Usaha ini sangat berbeda dari yang lain karena keunikannya yaitu mengolah telur biasa hingga memiliki nilai seni yang tinggi.

Namun, dari segala kelebihan yang dimiliki perusahaan Sadra *Egg Painting*, tidak dapat diketahui oleh para konsumen lainnya, karena dari media promosi sebelumnya tidak terjadi peningkatan kunjungan, malahan terjadi penurunan kunjungan. Misalnya dilihat dari web, papan nama dan kartu nama yang berdiri sejak tahun 2006 yang dimiliki perusahaan, yang biasanya perbulan kunjungan sekitar 100 orang, baik wisatawan domestik atau mancanegara, berkurang menjadi 70 orang dan terus menurun hingga tahun 2014 jumlah kunjungan menjadi 30 orang perbulannya, serta banyaknya persaingan lukisan telur (*egg painting*) di daerah Negara, Batuan-Sukawati yang saling menjatuhkan dari mulut kemulut, baik dari harga, kualitas, pelayanan dan lain sebagainya (sadra, 14-10-2014).

1.2 Rumusan Masalah

Dengan memperhatikan latar belakang yang telah diuraikan diatas, permasalahan yang timbul dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Media komunikasi visual apa yang efektif dan komunikatif dalam mempromosikan Sadra *Egg Painting* di Batuan Sukawati?.
2. Bagaimana merancang desain komunikasi visual yang akan digunakan sebagai acuan untuk promosi Sadra *Egg Painting* di Batuan Sukawati?

1.3 Batasan Masalah

Dari rumusan masalah yang telah diuraikan diatas, maka batasan masalahnya lebih difokuskan pada pemilihan media promosi dan proses perancangan serta perwujudan media-media komunikasi visual yaitu media cetak dan media luar ruangan untuk mempromosikan Sadra *Egg Painting*.

1.4 Tujuan dan Manfaat Desain

1.4.1 Tujuan

Tujuan dan manfaat dapat dijabarkan sebagai berikut :

- a. Untuk mengetahui Media komunikasi visual apa saja yang efektif dan komunikatif dalam upaya meningkatkan promosi Sadra *Egg Painting* di Batuan Sukawati.
- b. Untuk mengetahui Bagaimana merancang desain komunikasi visual yang akan digunakan sebagai acuan untuk promosi Sadra *Egg Painting* di Batuan Sukawati.
- a. Mendapatkan informasi-informasi yang sesuai untuk digunakan di dalam desain media promosi untuk usaha yang bergerak dibidang kerajinan dan untuk mendukung kegiatan promosi Sadra *Egg Painting*.
- b. Mahasiswa diharapkan dapat berinteraksi serta mengembangkan wawasan berpikir sehingga mampu merancang media promosi yang sesuai dan efektif untuk perusahaan Sadra *Egg Painting* serta dapat memperkenalkan Sadra *Egg Painting* tersebut melalui media komunikasi visual yang efektif dan komunikatif, sehingga dapat lebih dikenal masyarakat.

1.4.2 Manfaat

- a. Bagi Mahasiswa
Mahasiswa diharapkan mampu menambah wawasan pengetahuan tentang *Egg Painting* dan perancangan media informasi untuk masyarakat luas.
- b. Bagi Lembaga / Instiut Seni Indonesia (ISI) Denpasar
Menambah referensi bagi akademis khususnya Desain Komunikasi Visual mengenai sarana promosi sebuah perusahaan jasa pembuat *Egg Painting*, serta bebagai bahan masukan untuk penulis selanjutnya.
- c. Bagi Perusahaan (Sadra *Egg Painting*)
Menambah media promosi perusahaan dan diharapkan mampu memperkenalkan *Egg Painting* ini kepada masyarakat luas.
- d. Bagi Masyarakat
Diharapkan membantu masyarakat untuk mengetahui tentang produk buatan lokal yaitu *Egg Painting* melalui perancangan media komunikasi visual.

1.5 Metode Pengumpulan Data

Metode yang digunakan dalam pengumpulan data adalah sebagai berikut :

- a. Metode Observasi

Kegiatan observasi meliputi pencatatan secara sistematis atas kejadian-kejadian, perilaku obyek-obyek yang dilihat dan hal-hal lain yang dipergunakan guna mendukung penelitian yang sedang dilakukan. Pada tahap awal observasi dilakukan secara umum dimana peneliti mengumpulkan data atau informasi sebanyak mungkin. (Sarwono & Lubis, 2007 : 100). Penulis melakukan teknik observasi ke Perusahaan Sadra *Egg Painting*.

- b. Metode Wawancara

Teknik wawancara dalam penelitian kualitatif dibagi menjadi tiga kategori, yaitu 1) wawancara dengan melakukan pembicaraan informal (*informal conversational interview*), 2) wawancara umum yang terarah

(*general interview guide approach*), 3) wawancara terbuka yang standar (*standardized open-ended interview*). Dalam menggunakan teknik wawancara ini keberhasilan untuk mendapatkan data atau informasi atas obyek yang diteliti sangat tergantung pada kemampuan peneliti dalam melakukan wawancara. Keunggulan utama wawancara ialah memungkinkan peneliti mendapatkan data dalam jumlah banyak. Sebaliknya, kelemahannya, karena wawancara melibatkan aspek emosi, maka kerjasama yang baik antara pewawancara dan yang diwawancarai sangat diperlukan, (Sarwono&Lubis, 2007: 101). Penulis melakukan metode wawancara terbuka yang standar dengan pemilik perusahaan Sadra *Egg Painting* yaitu Bapak Wayan Sadra, dengan mendapatkan bahan berupa sejarah perusahaan, awal berdiri, alamat perusahaan, jenis media promosi apa yang sudah dimiliki, bahan baku apa yang digunakan, serta bagaimana cara pembuatan lukisan telur (*egg painting*).

c. Metode Dokumentasi

Metode pengumpulan data dengan mencatat data-data dari hasil survey baik berupa artikel, selebaran, foto, dokumentasi dan sebagainya sebagai data berupa fakta dan sebagai bukti untuk dipertanggungjawabkan, (Alwi, 2002 : 740). Teknik dokumentasi dilakukan dengan cara mengambil beberapa foto yang dianggap perlu untuk kepentingan dan mendukung penulisan pengantar karya ini dan perancangan desain.

d. Metode Kepustakaan

Metode ini dilakukan dengan cara mencari data literatur yang berhubungan dengan kasus. Selain itu juga termasuk pencarian secara *online* atau kajian internet yaitu pencarian dengan menggunakan komputer yang dilakukan melalui internet dengan alat pencarian tertentu pada server-server yang tersambung dengan internet yang tersebar diberbagai penjuru dunia, (Sarwono dan Lubis, 2007: 105). Metode kepustakaan adalah mencari data literatur yang berhubungan dengan desain komunikasi visual, meliputi buku, koran, majalah, kamus (Kamus Besar Bahasa

Indonesia, dan Kamus Bahasa Inggris-Indonesia), internet, dan media komunikasi lainnya yang erat kaitannya dengan objek permasalahan.

1.6 Metode Analisis Data

Adapun metode analisis data yang digunakan adalah analisis data deskriptif kualitatif dengan mengolah dan menganalisa data-data yang terkumpul menjadi data yang sistematis, teratur, terstruktur, dan mempunyai makna. Deskriptif adalah suatu metode dalam meneliti suatu obyek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran atau suatu kelas peristiwa pada masa sekarang, yang bertujuan untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki (Nazir, 2005: 54). Analisa kualitatif dibagi menjadi lima langkah: 1) mengorganisasikan data; 2) menentukan tema, pola dan kategori; 3) menguji hipotesa (jika menggunakan hipotesis); 4) mencari ekplansi alternatif data; 5) menulis laporan. (Sarwono&Lubis, 2007: 110).

Jadi metode analisis deskriptif kualitatif adalah suatu metode dimana dalam penelitian didasarkan pada adanya hubungan antar variabel yang diteliti untuk mendapatkan makna dari hubungan sebab akibat antar variabel. Kemudian dilakukan melalui berbagai kajian historis, kajian dokumen, interpretasi peristiwa, kajian informasi, perekaman suatu kejadian, hingga penafsiran suatu fenomena sosial yang didapat melalui pencatatan di lapangan yang kemudian ditampilkan dalam bentuk yang terarah dan terolah secara teoritis. Metode ini bertujuan untuk membuat menggambarkan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai variabel-variabel sehingga dapat digunakan untuk menjawab masalah yang dirumuskan dalam penelitian. Jadi, penulis menggunakan metode ini untuk melakukan analisa dan membandingkan variable-variabel yang terdapat pada media promosi *Sadra Egg Painting* dengan teori-teori yang berkaitan pada kasus yang diangkat agar menjadi data yang sistematis, teratur dan terstruktur. Dari hasil perbandingan tersebut maka diperoleh pemecahan masalah melalui strategi kreatif yang akan dilakukan beserta desain media

komunikasi visual terpilih yang efektif dan komunikatif untuk memperkenalkan “*Egg Painting*” keseluruhan wisatawan domestik dan mancanegara.

1.7 Indikator serta Model Penilaian Desain

Indikator yang nantinya akan dipakai sebagai acuan didalam menilai desain ialah ilustrasi, teks, warna, teknik cetak. Dibuat alternatif desain dari media yang dipilih. Desain yang terbaik dipilih dari tiga alternatif desain yang diukur berdasarkan kriteria desain. Adapun kriteria desain yang dijadikan indikator yaitu fungsional, komunikatif, informatif, ergonomis, *unity*, *simplicity*, kreatif, etis.

Menentukan desain terpilih dengan melakukan pengukuran atau penilaian alternatif-alternatif desain menggunakan skala *Likert* (skala yang menunjukkan tingkatan atau rangking). Rangking didapatkan setelah dilakukan penilaian berdasarkan prinsip-prinsip desain. Disinilah diperlukan usaha menentukan tingkatan dan kualitas, kriteria-kriteria tentang apa yang disebut sangat baik, baik, cukup, kurang, dan sangat kurang (Sugiyono,2013:133).

2. IDENTIFIKASI DAN ANALISA DATA

1.1 Data Teoritis / Aktual

Data Teoritis atau data aktual adalah data yang didapatkan dari literatur mengenai teori tentang desain komunikasi visual yang berhubungan dengan konsep pengerjaan Tugas Akhir ini.

2.1.1 Pengertian Objek / Kasus

Pada Tugas Akhir ini judul kasus yang diangkat oleh penulis adalah “Desain Komunikasi Visual Sebagai Media Promosi Sadra *Egg Painting* Di Batuan Sukawati”. Dari judul tersebut dapat diartikan sebagai proses pemikiran yang diwujudkan berupa gambar maupun tulisan yang dapat dinikmati dengan penglihatan secara langsung yang berfungsi untuk mempromosikan Sadra *Egg Painting* yang beralamat di Batuan Sukawati – Bali. Perancangan dan penggunaan media komunikasi visual yang tepat diyakini sebagai salah satu langkah untuk mendapatkan tujuan dari promosi tersebut. Namun, setiap media komunikasi visual dalam kondisi dan situasi tertentu memiliki peranan dan fungsi yang berbeda seperti halnya dalam strategi promosi untuk perusahaan, oleh karena itu perlu adanya perencanaan baik secara konsep maupun visual dalam setiap desain media, dengan demikian setiap media promosi akan memberikan hasil yang maksimal.

2.1.2 Pengertian Media

Media adalah sarana untuk menyampaikan pesan atau informasi kepada publik dengan menggunakan berbagai unsur komunikasi grafis seperti teks atau gambar atau foto. Pemilihan media yang tepat dan efektif sangat berguna untuk mencapai sasaran yang dituju. Penggunaan bahan kertas sebagai bahan baku turut menentukan bentuk fisik dalam menentukan konsep kreatif. Jenis-jenis media berdasar klasifikasi penggunaannya (Pujiriyanto, 2005: 15-16). Media dibagi menjadi 2 yaitu media lini atas (*Above-the-Line Media*) dan media lini bawah (*Below-the-Line Media*).

2.1.3 Aspek-Aspek Desain Komunikasi Visual

Dalam proses perancangan media komunikasi visual diperlukan kemampuan untuk memadukan unsur-unsur desain komunikasi visual berupa ilustrasi, warna, teks, dan tipografi serta layout sehingga menghasilkan suatu kesatuan visual yang menarik. Sedangkan Media komunikasi visual adalah sarana untuk menyampaikan pesan atau informasi kepada publik dengan menggunakan berbagai unsur komunikasi grafis seperti teks atau gambar/foto (Pujiriyanto, 2005: 15). Jadi media desain dapat dipakai sebagai alat didalam mencapai maksud dan tujuan serta dapat berupa alat atau sarana informasi yang tidak terlepas dari aspek-aspek desain komunikasi visual seperti media, ilustrasi, warna, teks dan huruf.

2.1.4 Prinsip Desain Komunikasi Visual

Prinsip desain merupakan suatu prinsip atau acuan yang harus diketahui untuk menghasilkan desain grafis yang baik untuk tampilan suatu media komunikasi visual. Dalam menyusun tata letak, harus dipertimbangkan Prinsip Desain, yaitu *unity, simplicity, contrast, proportion, harmony, balance* (Santosa, 2009: 51-59).

2.1.5 Aspek Teknis Perwujudan

Dalam teknis perwujudannya sebuah karya desain menggunakan bahan, media dan teknik cetak untuk menghasilkan karya desain yang diinginkan. Di dalam Desain Komunikasi Visual, seorang desainer wajib mengetahui dan memahami pengetahuan tentang bahan, media, serta teknik mencetak. Hal tersebut dilakukan agar dapat mempersiapkan sarana yang diperlukan sejak awal proses (Kusrianto, 2007:131).

Aspek teknis perwujudan merupakan suatu aspek yang perlu diperhitungkan agar visual desain yang dibuat dapat menjadi satu kesatuan konsep dengan eksekusi perwujudan. Teknis perwujudan yang dimaksud yaitu ukuran, bahan dan teknik cetak.

2.1.6 Teori Sosial yang Mendukung Kasus

1. Perilaku konsumen

Perilaku konsumen merupakan suatu sikap atau perilaku yang diperlihatkan atau yang timbul dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan menentukan atau memilih produk, jasa, dan ide-ide yang mereka harapkan dapat memenuhi kebutuhan mereka.

Perilaku konsumen dalam melakukan pembelian produk maupun jasa dipengaruhi oleh banyak faktor yang saling berinteraksi satu sama lain. (http://www.Wikipedia/perilaku_konsumen.html, diakses 12/04/14)

a. Dimensi Perilaku Konsumen

Terdapat dua dimensi utama yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam proses pengambilan keputusan untuk membeli yaitu:

1) Perbedaan Individu

Dimensi perbedaan individu mempunyai variabel-variabel sebagai berikut:

- Sumber daya konsumen
- Motivasi dan keterlibatan
- Pengetahuan (*knowledge*)
- Sikap (*attitude*)
- Kepribadian, Nilai dan Gaya Hidup

2) Pengaruh Lingkungan

Pengaruh lingkungan pada perilaku konsumen menyangkut variabel-variabel budaya, kelas sosial, pengaruh pribadi, keluarga dan situasi.

- Budaya (*culture*)
- Kelas sosial (*social class*)
- Pengaruh pribadi (*personal influence*)
- Keluarga (*family*)
- Situasi (*situation*)

Teori perilaku konsumen dipergunakan untuk memberi gambaran bagaimana seharusnya membuat media yang efektif dan komunikatif sehingga pesan atau informasi yang ingin disampaikan kepada

komunikasikan tepat sasaran dan bersifat persuasif. Dengan mengetahui bagaimana perilaku konsumen sehingga diharapkan mampu dalam membantu meningkatkan jumlah kunjungan konsumen perusahaan Sadra *Egg Painting*.

2. Teori Psikologi Perkembangan

Psikologi perkembangan merupakan ilmu yang mempelajari karakteristik setiap fase-fase perkembangan. Psikologi perkembangan merupakan cabang dari psikologi yang mempelajari proses perkembangan individu, baik sebelum maupun setelah kelahiran berikutan kematangan perilaku (Yudrik jahja, 2012:219).

Dalam psikologi perkembangan dibagi menjadi beberapa masa, salah satunya adalah masa dewasa, masa dewasa dimulai sejak usia 18 tahun hingga usia 40 tahun dengan ditandai dengan usainya pertumbuhan pubertas. Pada masa ini, individu akan mengalami perubahan fisik dan psikologis tertentu. Pada masa dewasa terbagi lagi menjadi beberapa bagian yaitu :

a. Masa dewasa awal

Masa dewasa awal adalah masa pencarian kemandirian dan masa reproduktif. Kisaran usia pada masa dewasa awal adalah antara 21 tahun sampai 40 tahun.

b. Masa dewasa madya

Masa dewasa madya merupakan masa transisi di mana pria dan wanita meninggalkan ciri-ciri jasmani dan perilaku dewasanya dan memasuki kehidupan dengan ciri-ciri jasmani dan perilaku yang baru. Kisaran usia pada masa dewasa madya adalah antara 40 tahun sampai 60 tahun.

c. Masa dewasa lanjut

Usia dewasa lanjut adalah periode penutup dalam rentang hidup seseorang. Ditandai dengan adanya perubahan yang bersifat fisik dan psikologis yang semakin menurun. Perubahan yang menyangkut kemampuan motorik, kekuatan fisik, perubahan dalam fungsi psikologi, system syaraf dan penampilan. Kisaran usia pada masa dewasa lanjut adalah dari 60 tahun sampai akhir hayat.

Ada lima yang dapat menunjukkan kedewasaan yaitu :

- Fisik
- Kemampuan mental
- Pertumbuhan sosial
- Emosi
- Pertumbuhan sepiritual dan moral

Psikologi perkembangan dipergunakan untuk mengetahui penggunaan media serta unsur-unsur desain komunikasi visual yang tepat sesuai data yang telah diperoleh sehingga pemilihan media dan unsur desain komunikasi visual sesuai dengan sasaran atau *audience* yang dituju.

3. Teori Semiotika

Menurut Pierce, tanda (*representament*) ialah sesuatu yang dapat mewakili sesuatu yang lain dalam batas-batas tertentu. Tanda akan selalu mengacu kepada sesuatu yang lain, oleh pierce disebut objek (*denotatum*). Tanda baru dapat berfungsi bila diintertresentasikan dalam benak penerima tanda melalui *interpretant*. Jadi Interpretant ialah pemahaman makna yang muncul dalam diri penerima tanda. Artinya, tanda baru dapat berfungsi sebagai tanda bila dapat ditangkap dan pemahaman terjadi berkat *ground*, yaitu pengetahuan tentang system tanda dalam suatu masyarakat. Hubungan ketiga unsur yang dikemukakan Pierce terkenal

dengan nama segitiga semiotik. Selanjutnya dikatakan, tanda dalam hubungan dengan acuannya dibedakan menjadi tanda yang dikenal dengan ikon, indeks dan simbol (Tinarbuko, 2009 : 12).

a. Ikon

ikon adalah tanda yang mirip dengan objek yang diwakilkan. Dapat pula dikatakan ikon adalah tanda yang memiliki ciri-ciri yang sama dengan apa yang dimaksudkan. Misalnya, foto Sri Sultan Hamengkubuwono X sebagai Raja keraton Ngayogyakarta Hadiningrat adalah Ikon Sultan.

b. Indeks

Indeks merupakan tanda yang memiliki hubungan sebab-akibat dengan apa yang mewakilinya atau disebut juga tanda sebagai bukti. Contohnya, asap dan api, asap menunjukkan adanya api. Jejak telapak kaki di tanah merupakan tanda indeks orang yang melewati tempat itu.

c. Simbol

Simbol merupakan tanda berdasarkan konvensi, peraturan, atau perjanjian yang disepakati bersama. Simbol baru dapat dipahami jika seseorang sudah mengerti arti yang telah disepakati sebelumnya. Contohnya : Garuda Pancasila bagi Bangsa Indonesia adalah burung yang memiliki perlambangan yang kaya makna. Namun bagi orang yang memiliki latar belakang budaya berbeda, seperti orang Eskimo, misalnya, Garuda Pancasila hanya dipandang sebagai burung elang biasa.

Teori sosial yang digunakan dalam pembuatan media komunikasi visual untuk mempromosikan Sadra *Egg Painting*, teori ini digunakan karena setiap media akan terdapat ikon, indeks dan simbol yang akan membantu dalam sosialisasi dan dapat menjadi identitas untuk setiap media yang akan digunakan. Misalnya digunakan dalam menentukan warna, ilustrasi yang komunikatif dan efisien, yang dilihat dari warna biru tua dipakai sebagai simbol dari perusahaan sedangkan ilustrasi ikan dan telur sebagai ikon dari

perusahaan Sadra *Egg Painting* dan ilustrasi api dipakai sebagai indeks.

2.2 Data Lapangan / Faktual

Data Faktual merupakan data-data yang diambil berdasar fakta yang ada dilapangan. Fakta artinya peristiwa, sesuatu yang terjadi sungguh-sungguh, sesuatu yang benar-benar ada atau terjadi (Anwar, 2003:137).

2.2.1 Nama Objek / Kasus

Pada pengantar karya Tugas Akhir ini, penulis mengangkat judul Desain Komunikasi Visual Sebagai Media Promosi Hare Krsna Vegetarian di Jalan Waribang, Denpasar-Bali.

2.2.2 Data

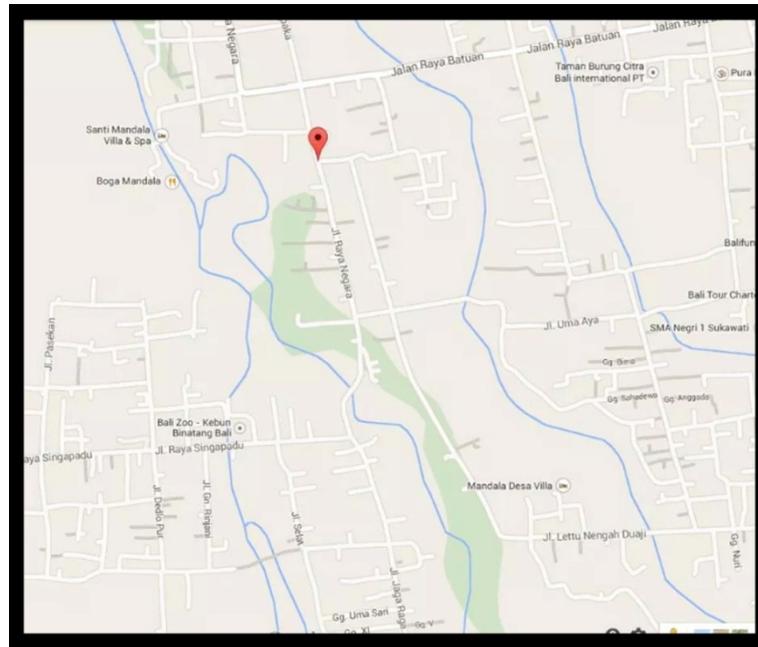
- Nama : I Wayan Sadra, S.Pd
 - Mobile : 081337880423, Tlpn : (0361)297823
 - Alamat: Jl. Raya Negara – Ubud, Br. Penataran – Negara – Batuan, Sukawati, Gianyar – Bali.
 - E-mail: Sales@sadraeggpainting.com
 - Website : www.sadraeggpainting.com
 - Sasaran : Wisatawan mancanegara, wisatawan lokal dan masyarakat loka
- Profile Perusahaan* :

Sadra *Egg Painting* merupakan perusahaan yang bergerak di bidang kerajinan dan kesenian, khususnya di bidang lukisan telur. Usaha ini sangat berbeda dari yang lain karena keunikannya yaitu mengolah telur biasa hingga memiliki nilai seni yang tinggi. Lukisan telur merupakan kesenian melukis yang sangat kreatif dan unik. Oleh karena itu pemilik perusahaan sangat ingin memperkenalkan usaha ini kepada masyarakat, baik wisatawan domestik dan mancanegara.

Sadra *Egg Painting* mempunyai visi yaitu menciptakan lapangan kerja, bergerak di bidang sosial dan menampung tenaga kerja, untuk berperan serta mengurangi pengangguran agar mempunyai *skill* dalam kesenian serta

mengembangkan kesenian daerah Bali dengan memberikan inovasi-inovasi yang baru, sedangkan misinya yaitu berusaha memberikan pelayanan yang baik untuk para konsumen. Selain itu barang yang dijual memiliki kualitas seni yang tinggi dengan pelayanan yang sangat ramah terhadap konsumen yang akan membeli, memesan maupun mengekspor barang dengan jumlah yang banyak.

2.2.3 Lokasi



2.2.4 Sarana Komunikasi yang ada

Media komunikasi yang ada pada perusahaan Sadra *Egg Painting* yaitu papan nama, kartu nama dan web.

2.2.5 Potensi Kasus

Dalam tugas akhir ini, Promosi untuk Sadra *Egg Painting* sangat layak untuk diangkat sebagai kasus karena kurangnya media promosi yang digunakan Sadra *Egg Painting*, sehingga dengan adanya penambahan media promosi Sadra *Egg Painting* ini masyarakat (wisatawan domestik dan mancanegara) lebih tahu tentang *Sadra Egg Painting*.

2.3 Analisis dan Sintesa

Dalam proses ini, penulis meneliti media promosi yang terdapat di perusahaan Sadra *Egg Painting*. Dari analisis media-media tersebut penulis dapat menentukan kelemahan maupun kekuatan dari setiap media untuk diaplikasikan ke dalam desain yang akan dibuat melalui sintesa. Adapun prosesnya adalah sebagai berikut:

2.3.1 Analisis

Analisis adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain, sehingga dapat mudah difahami, dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain (Sigiyono, 2013:427). Dalam desain media Tugas Akhir ini menggunakan analisis aktual dan faktual yang merupakan proses yang sangat diperlukan untuk memperoleh kesimpulan dari permasalahan yang ada.

2.3.2 Sintesa

Sintesis berasal dari bahasa Inggris yaitu *synthesis*, yang berarti paduan atau perpaduan. Sintesis dalam perancangan ini adalah suatu perpaduan dari permasalahan yang ada pada latar belakang masalah perancangan yang telah dirangkum ke dalam analisis, ini semua akan dijadikan dasar pertimbangan pengambilan keputusan untuk menentukan perancangan selanjutnya (Sanyoto, 2006:44). Dalam hal ini meliputi beberapa diantaranya :

Media yang akan dibuat harus tepat, jelas sasaran, efektif, dan sesuai dengan kriteria desain dimana mampu memberikan informasi tentang segala jenis pelayanan secara jujur sesuai dengan kasus yang diangkat. Media komunikasi visual yang akan didesain untuk promosi, berdasarkan efektifitas dan fungsional serta kemampuan perusahaan antara lain adalah *x-banner*, iklan majalah, *packaging I*, *packaging II*, poster, katalog, rak display, *paper bag*, *t-shirt*, stiker.

Teknik yang akan digunakan dominan menggunakan teknik ilustrasi fotografi, ilustrasi gabungan dan *hand drawing* pada media *x-banner*, *poster*, iklan majalah, stiker, katalog, *packaging I*, *packaging II*, rak display, *t-shirt* dan ilustrasi teknik *hand drawing* pada media *paper bag*, agar media yang dibuat dapat

terlihat lebih menarik. Pada setiap media ditampilkan logo dari perusahaan yang dibuat dengan ilustrasi *hand drawing* dengan teknik *pointillism* dengan pewarnaan digital sebagai identitas dari perusahaan.

Pada pembuatan media komunikasi visual tugas akhir ini akan menggunakan warna-warna yang mencerminkan warna gelap karena warna gelap akan bisa menampilkan kesan elegan.

Teks yang akan digunakan yaitu mengenai perusahaan, produk informasi alamat, telepon, email dan media sosial. Untuk kandungan pesan yang informatif, dapat menguatkan citra positif perusahaan dan dapat membuat konsumen lebih jelas dan memahami tentang *Egg Painting*.

Huruf yang akan digunakan adalah jenis yang tidak berkait yaitu *harrington*, *edwardian scrip itc*, *gabriola* dan *arial* agar terlihat lebih menarik, dengan penataan yang lebih rapi agar mudah dibaca konsumen.

Ukuran yang akan digunakan memakai satuan cm. Adapun bahan dan ukuran yang dimaksud adalah:

- i. Rak display : Blokboard, cat, lampu dan stiker (180cm x 60 cm)
- ii. Poster : *Art paper* 210 gram (42 cm x 29,7cm)
- iii. *Paper bag* : Paper crap (40 cm x 29 cm)
- iv. *X-Banner* : PVC (160 cm x 60 cm)
- v. Stiker : Stiker bontax (15 cm x 10 cm)
- vi. *Packaging I* : Karton, stiker bontax, kain beludru, mika (15 cm x 9 cm)
- vii. Iklan Majalah : *Art paper* 150 gsm (14,8 cm x 21 cm)
- viii. T-shirt : Cotton (L)
- ix. *Packaging II* : Karton, stiker bontax, kain beludru, mika (25 cm x 12 cm)
- x. Katalog : *Art paper* 210 gram (11 cm x 17 cm)

Teknik Cetak *Offset* :

1. Iklan majalah

Teknik Cetak Digital :

1. *Packaging I*
2. *Packaging II*
3. *X-banner*
4. Katalog
5. Stiker
6. *Paper Bag*
7. Rak display
8. Poster

Teknik cetak saring (*Screen Printing*) :

1. *T-shirt*

3. KONSEP DESAIN

3.1 Konsep Dasar Desain

Konsep adalah salah satu hal yang paling penting dalam mendesain sesuatu, karena konsep sendiri adalah dasar inspirasi yang nantinya akan digunakan sebagai acuan desainer dalam mendesain media-media komunikasi visual. Konsep yang akan digunakan pada media promosi Sadra *Egg Painting* adalah konsep 'Elegan'. Yang dimaksud dengan elegan adalah sesuatu yang terlihat mewah, anggun, berkelas, sesuatu yang luar biasa bila dipandang dan orang akan takjub melihatnya (<http://www.wikipedia.com/diakses,07,11,2014>).

Berkaitan dengan kasus yang diangkat, yaitu mengenai perancangan media promosi Sadra *Egg Painting* dimana dilihat dari aktivitas bisnisnya, perusahaan tersebut merupakan perusahaan yang bergerak dibidang kerajinan yang khusus membuat lukisan telur (*egg painting*) dengan mengambil konsep "elegan" dalam perancangan media promosi Sadra *Egg Painting* diharapkan mampu mengenalkan serta menarik minat konsumen untuk membeli produk dari perusahaan Sadra *Egg Painting*. Penggunaan konsep "elegan" pada perancangan media promosi Sadra *Egg Painting* bertujuan untuk menarik minat konsumen dengan menggunakan tampilan media yang menarik.

Unsur-unsur desain yang digunakan dalam perancangan media promosi Sadra *Egg Painting* akan disesuaikan dengan konsep, dari segi ilustrasi akan dominan menggunakan ilustrasi *Hand drawing* dengan teknik *pointilism* serta ilustrasi fotografi dan ilustrasi gabungan yang diolah di komputer, dipadukan dengan warna-warna gelap seperti biru tua, hitam, dan putih sesuai dengan konsep "elegan" yang menunjukkan kesan menarik dan mewah yang dilihat dari semua media promosi yang diakan dibuat, dengan menampilkan logo dari perusahaan berupa ikan mas dan lukisan telur dengan menambahkan ilustrasi api dengan cara *lighter color* agar terlihat menarik sesuai dengan konsep yaitu elegan. Dengan menggunakan huruf *sans serif* dan *serif* yang disesuaikan dengan media dengan karakter kuat, tegas namun tetap mudah dibaca dan *serif* yang elegan dan menarik, sehingga memberikan kesan ringan dan mudah

dimengerti. Penggunaan slogan yang menarik sehingga pesan mudah tersampaikan kepada konsumen.

Dengan menerapkan unsur visual yang sesuai dengan konsep perancangan, dapat membuat desain memiliki ciri khas tersendiri, dan hasil akhir dari perancangan desain akan konsisten, komunikatif dan tepat sasaran (efektif). Dengan konsep dasar perancangan yang tepat diharapkan mampu meningkatkan citra serta eksistensi perusahaan dalam aktivitas bisnisnya.

3.2 Skema Pola Pikir

Konsep pola pikir yang dimaksud adalah langkah-langkah pemikiran dalam desain media komunikasi visual antara komunikator dan komunikan guna memastikan pesan yang disampaikan sesuai sasaran.

Adanya sebuah permasalahan tentunya memerlukan sebuah pemecahan / kebutuhan solusi. Dalam kasus ini diperlukannya informasi tentang *Sadra Egg Painting*. Untuk memperoleh informasi *Sadra Egg Painting*, maka diperlukannya sumber komunikasi yaitu di Jl. Raya Negara – Ubud, Br. Penataran – Negara – Batuan, Sukawati, Gianyar – Bali. Dari hasil penggalian informasi dengan komunikan, ditemukan solusi yang akan dikemukakan untuk menyampaikan pesan. Peranan media tentunya menjadi hal pokok yang harus dipikirkan. Media yang dibuat harus sesuai dengan target *audience* namun tetap berpedoman pada norma-norma yang berlaku. Dengan terbentuknya media komunikasi visual yang efektif dan sesuai dengan target *audience* maka akan adanya *feed back* antara media dan masalah yang ada, dimana media bertugas sebagai sebuah sarana yang bisa berfungsi efektif menyapa target *audience* untuk memberikan informasi, dengan penyampaian informasi yang didukung dengan media yang tepat, maka masalah yang ada dapat teratasi.

3.3 Skema Proses Desain

Konsep proses desain juga digunakan untuk mendukung pemecahan masalah. Oleh karena itu, diperlukan dukungan data teori yang ada dan data yang didapat di lapangan. Skema ini akan menunjukkan perjalanan desain dari latar

belakang permasalahan yang akan dipecahkan melalui perwujudan media komunikasi visual terpilih.

Judul yang diangkat dalam Tugas Akhir ini yaitu “Desain Komunikasi Visual Sebagai Media Promosi Sadra *Egg painting* Di Batuan Sukawati, Denpasar-Bali” Permasalahan yang dihadapi dalam tema ini adalah Bagaimana merancang media komunikasi visual yang efektif, komunikatif. Sehingga tujuan yang ingin dicapai adalah agar terciptanya sarana informasi yang efektif, komunikatif untuk promosi perusahaan Sadra Egg Painting. Sasarannya adalah masyarakat menengah ke atas, masyarakat domestic dan mancanegara . Agar tujuan dan sasaran dapat dicapai maka diperlukan adanya pengumpulan data baik data aktual maupun data faktual. Kemudian data-data tersebut akan dianalisis sehingga dapat ditarik suatu kesimpulan sementara atau sintesa. Dari sintesa tersebut maka ditentukanlah media terpilih. Kemudian diciptakanlah alternatif pra-desain dari media-media tersebut dan dianalisis berdasarkan kriteria desain sehingga akan tercipta desain terpilih. Desain yang sudah terpilih akan diwujudkan. Dalam perwujudannya akan menggunakan teknik cetak, alat dan bahan yang disesuaikan dengan media.

3.4 Strategi Media

Dalam Perancangan Desain Komunikasi Visual Sebagai Media Promosi Sadra Egg Painting Di Batuan Sukawati, strategi media yang digunakan difokuskan pada hubungan antara masyarakat dan lingkungannya.

Hubungan masyarakat yang akan dilakukan dalam Perancangan Desain Komunikasi Visual Sebagai Media Promosi Sadra *Egg Painting* akan didukung melalui media lini bawah (*Below-the-Line Media*) dan media lini atas (*Above-the-Line Media*) yang dilakukan secara serentak. Jenis media tersebut digunakan agar promosi dapat lebih efektif dan efisien dimana media tersebut disesuaikan juga dengan perilaku konsumen serta kebutuhan yang diperlukan untuk mempromosikan Sadra *Egg Painting*.

3.5 Program Tayangan Media

Program tayangan media hendaknya dilaksanakan pada saat-saat atau momen-momen tertentu sehingga media yang dipublikasikan dapat memberikan

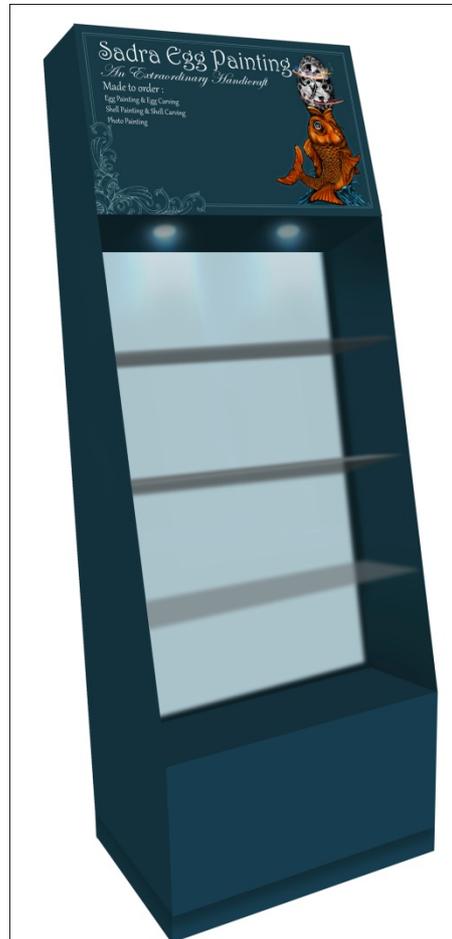
kesan mendalam dan tepat sasaran bagi masyarakat. Aspek yang terkait diantaranya yaitu Kapan, Dimana, dan Frekuensi.

3.6 Strategi Kreatif

Strategi kreatif adalah upaya pendekatan media promosi untuk memaksimalkan daya tarik visual melalui bentuk isi dan perwujudan media. Adapun strategi kreatif yang dilakukan pada media komunikasi visual untuk promosi Sadra Egg painting antara lain mempertimbangkan isi pesan, bentuk pesan, strategi visual, gaya visual serta material dan teknik cetak.

4. VISUALISASI DESAIN

4.1 Rak display



Nama Media : Rak display

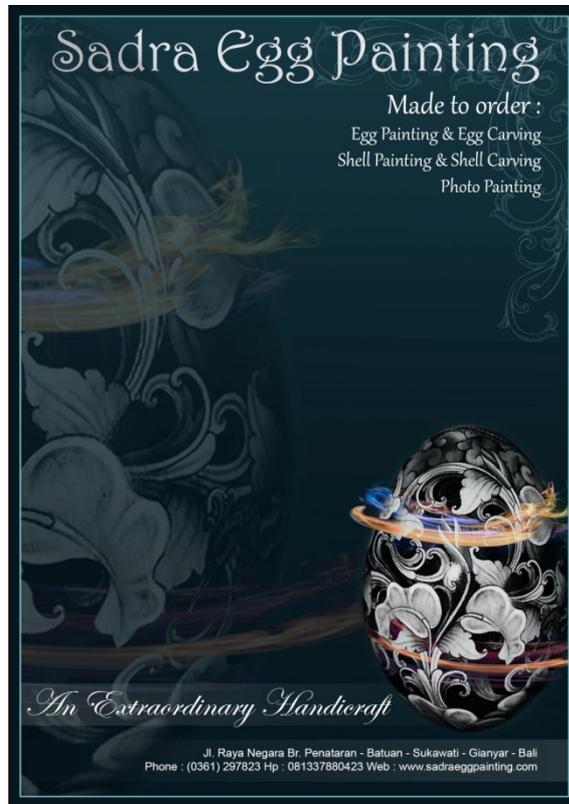
Ukuran : 180 cm x 60 cm

Bahan : *Blokboard*. cat, stiker bontax, kaca dan lampu

Huruf : Harrington dan Edward script ITC

Teknik cetak : Digital print dan manual

4.2 Iklan majalah



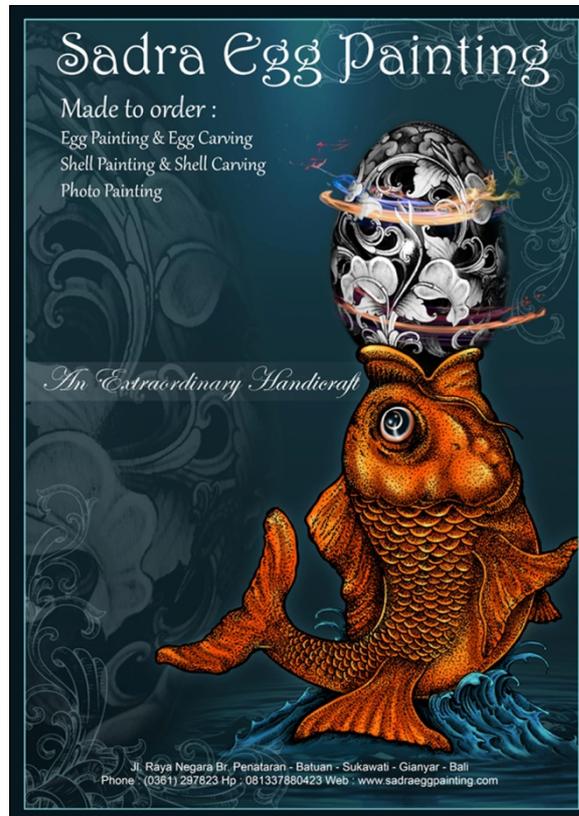
- Nama Media : *Iklan majalah*
- Ukuran : 21 cm x 14,8 cm
- Bahan : *Artpaper* 210 gram
- Huruf : Harrington, Edwardian Script ITC, Gabriola dan Arial.
- Teknik cetak : Cetak Offset

4.3 X-banner



- Nama Media : *X-banner*
- Ukuran : 160 cm x 60 cm
- Bahan : PVC.
- Huruf : Harrington, Edwardian Script ITC, Gabriola dan Arial
- Teknik cetak : *Digital printing*

4.4 Poster



- Nama Media : Poster
- Ukuran : 42 cm x 29.7 cm
- Bahan : Art paper 210 gram
- Huruf : Harrington, Edwardian Script ITC, Gabriola dan Arial
- Teknik cetak : *Digital printing*

4.5 Paper bag



- Nama Media : *Paper bag*
- Ukuran : 40 cm x 29 cm
- Bahan : *Paper Crap*
- Huruf : Harrington, Edwardian Script ITC, Gabriola dan Arial
- Teknik cetak : *Digital Printing*

4.6 Sticker



Nama Media	: Stiker
Ukuran	: 15 cm x 10 cm
Bahan	: Stiker Bontax
Huruf	: Harrington, Edwardian Script ITC, Gabriola dan Arial
Teknik cetak	: <i>Digital printing</i>

4.7 Packaging I



Nama Media	: <i>Packaging I</i>
Ukuran	: 15 cm x 9 cm
Bahan	: Karton, stiker bontax, kain beludru dan mika
Huruf	: Harrington, Edwardian Script ITC, Gabriola dan Arial
Teknik cetak	: <i>Digital printing</i>

4.8 Packaging II



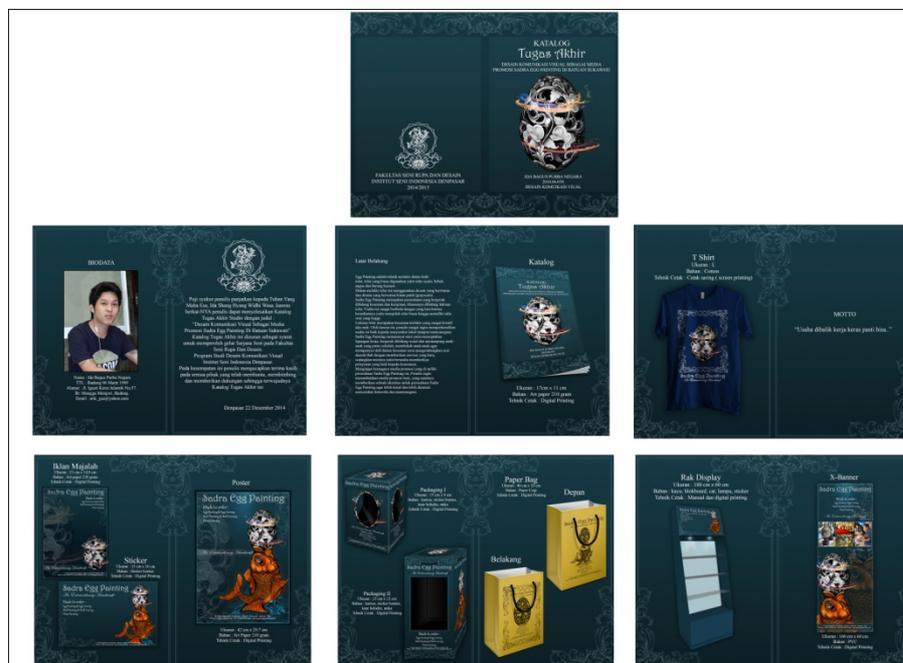
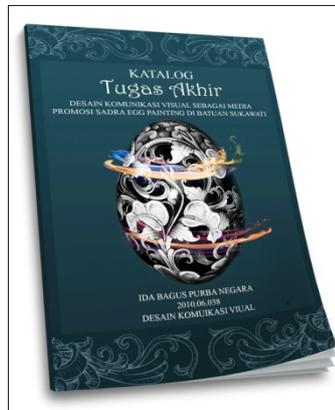
- Nama Media : *Packaging II*
- Ukuran : 25 cm x 12 cm
- Bahan : Karton, stiker bontax, kain beludru dan mika
- Huruf : Harrington, Edwardian Script ITC, Gabriola dan Arial
- Teknik cetak : *Digital printing*

4.9 T-shirt



Nama Media : *T-shirt*
Ukuran : Size L
Bahan : Cotton 32s
Huruf : Harrington, Edwardian Script ITC
Teknik cetak : Cetak saring (screen printing)

4.10 Katalog



Nama Media : Katalog

Ukuran : 11 cm x 17 cm

Bahan : *Artpaper* 210gsm untuk *cover* + *artpaper* 150gsm untuk isi

Huruf : Harrington dan Times new roman.

Teknik cetak : *Digital printing*

5. SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Setelah melakukan pengamatan dan penelitian pada studi kasus Desain Komunikasi Visual Sebagai Media Promosi Sadra *Egg Painting* Di Batuan Sukawati, maka berdasarkan uraian-uraian yang telah disampaikan pada bab-bab sebelumnya dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Media komunikasi visual yang efektif dan komunikatif yang sesuai untuk mempromosikan perusahaan Sadra *Egg Painting* ke konsumen dan masyarakat, adalah rak display, iklan majalah, *x-banner*, poster, *paper bag*, stiker, *packaging I*, *packaging II*, *t-shirt*, dan katalog. Setiap media memiliki fungsi masing-masing dan dirancang dalam satu kesatuan konsep dan elemen-elemen desain untuk mendapatkan media promosi yang efektif dan komunikatif sehingga ada satu - kesatuan antara desain yang satu dengan yang lain yang akan secara tidak langsung tertanam pada target *audience*.
2. Dalam perancangan media promosi perusahaan Sadra *Egg Painting* dimulai dari perumusan konsep kreatif yang kemudian didapat konsep “elegant” sebagai acuan dalam perancangan media promosi tersebut. Dimana konsep tersebut diperoleh melalui observasi, pengumpulan data, analisa data, ide dan penjabaran hal-hal yang berkaitan dengan objek kasus dimana sesuai dengan perusahaan, serta memperhatikan dan berpatokan pada prinsip desain dan unsur komunikasi visual yang sudah ada untuk menghasilkan media yang konsisten, efektif dan komunikatif.

5.2 Saran

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

1. Bagi perusahaan Sadra *Egg Painting* agar memaksimalkan fungsi dari setiap media promosi yang ada serta menjaga konsistensi promosi sehingga dapat lebih dikenal lagi oleh masyarakat dan konsumen.
2. Bagi para penulis selanjutnya agar lebih baik dalam merumuskan konsep kreatif serta menentukan media yang efektif dan komunikatif serta variatif dan juga tentunya menerapkan teori desain, prinsip desain pada setiap desain yang akan dibuat agar efektif, efisien dan mampu membentuk sebuah ciri khas.

- Anwar,Desy. 2003. *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia Terbaru*. Surabaya: Amelia.
- Jahja, Yudrik. 2011. *Psikologi Perkembangan*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Kusrianto, Adi. 2007. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: C.V. ANDI OFFSET.
- Pujiriyanto. 2005. *Desain Grafis Komputer (Teori Desain Grafis Komputer)*. Yogyakarta: C.V. ANDI OFFSET.
- Santosa, Sigit. 2009. *Creative Advertising*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Sanyoto, Sadjiman. E. 2006. *Metode Perancangan Komunikasi Visual Periklanan*. Yogyakarta: Dimensi Press.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.

SUMBER INTERNET

Wikipedia. Prilaku konsumen. (online), ([http://www.Wikipedia/perilaku konsumen.html](http://www.Wikipedia/perilaku_konsumen.html), diakses tanggal 12/04/2014)

Wikipedia. Semiotika. (online), (<http://id.wikipedia.org/wiki/Semiotika>, diakses tanggal 06/05/2014)

Kamus besar bahasa Indonesia online. Atraktif. (online),