

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Desain Komunikasi Visual

Komunikasi adalah sebuah proses pemberian pesan yang diberikan oleh komunikator kepada komunikan, dengan itu menurut Effendy (1989), komunikasi adalah proses pernyataan antar seseorang, pernyataan yang disampaikan berupa gagasan, atau perasaan seseorang kepada pendengar, dengan menggunakan bahasa sebagai alat penyampaian. Dalam proses terjadinya komunikasi, tidak ada jaminan akan selalu berjalan dengan baik dan mulus, terkadang ada pesan yang disampaikan oleh komunikator yang mendapatkan ganggana saat di komunikasikan. Seiring dengan pengertian dari komunikasi, desain komunikasi visual adalah sebuah proses kreativitas yang mencampurkan seni dan kemajuan teknologi dengan tujuan mengkomunikasikan sebuah ide dan gagasan.

“Desain” adalah sebuah perancangan estetika dengan mengutamakan cita rasa dan kreativitas, “Komunikasi” ialah sebuah ilmu yang mempelajari cara menyampaikan sebuah pesan, dan “Visual” adalah unsur yang dapat dilihat. Ketiga kata ini dapat membentuk pengertian dari Desain Komunikasi Visual sebagai sebuah ilmu yang mempelajari seluruh usaha dalam membuat suatu rancangan yang bersifat visual, yang bisa dikomunikasikan maksudnya. Seperti yang disebutkan oleh Ughanwa dan Baker, *“The Role of Design in International Competitiveness”* (1989) Desain adalah inti dari inovasi sebuah pemecah masalah, sebuah hal baru yang diciptakan dengan proses pembayangan, perancangan, dan berfungsi sebagai inisiasi pada hal-hal buatan manusia. Desain dimulai dan diakhiri dengan pelanggan, dan seorang desainer bekerja menerjemahkan ide yang sudah dibayangkan menjadi inovasi.

2.2 Desain Grafis

Desain grafis merupakan sebuah istilah yang mewajibkan pemahaman terhadap dunia visual dan estetika. Desain grafis sendiri akan tercipta dari

kumpulan elemen – elemen desain dipadukan dengan prinsip kesenian (komposisi), perpaduan kedua itu akan menciptakan sebuah karya visual.

Dalam menciptakan sebuah desain grafis, ada lima prinsip yang harus diperhatikan dalam menciptakan sebuah grafis yaitu kesederhanaan, keseimbangan, kesatuan, penekanan, dan repetisi. Menurut Kartika (2004), dalam bukunya yang berjudul Pengantar 11 Estetika, kelima prinsip dalam sebuah grafis dapat dituangkan ke dalam tiga tingkatan dalam menciptakan estetika, yaitu

- 1) Pertama, pengawasan dengan kualitas dari material, warna, suara, dan elemen lainnya harus seimbang dengan jenis seni yang ingin diraih.
- 2) Kedua, perkumpulan dari hasil pengamatan. Perkumpulan ini merupakan bagian dari konfigurasi dari elemen-elemen yang menyiptakan keseimbangan.
- 3) Ketiga, susunan hasil persepsi. susunan tersebut di satukan dengan perasaan dan emosi, yang adalah hasil interaksi antara persepsi memori dengan persepsi visual.

2.2.1 Tipografi

Tipografi merupakan sebuah ilmu yang berkaitan dengan aksara (karakter/*type/typeface*), dan seiring berjalannya waktu ilmu Tipografi pun mencakup tulisan tangan (*hand writing*) dan seni melukis aksara (*calligraphy*) dapat dibahas dalam ilmu tipografi. Menurut Sihombing (2001), Huruf sendiri mempunyai hubungan yang kecil namun dampak yang besar di struktur Bahasa. Gabungan dari huruf akan membantu untuk membuat sebuah kalimat dengan baik yang akan mengacu pada suatu objek atau gagasan untuk membantu mempermudah pembaca. Menurut Ilene Strizver (2001), Huruf dapat di bagi dalam beberapa kategori, yaitu

1) *Serif*

Serif merupakan jenis huruf yang paling indah jika dibandingkan dengan lainnya. Jenis ini memiliki bentuk seperti tonjolan pada akhir huruf yang memanjang. Selain nilai

estetikanya jenis huruf *serif* juga membantu meningkatkan ketertarikan pembaca.



This is a
serif
font.

Gambar 2.1 Font Serif

Sumber: <https://glints.com/id/lowongan/huruf-serif-adalah/>

2) *Sans serif*

Sans serif diambil dari bahasa Prancis yaitu “*sans*” yang berarti "tanpa". Gaya huruf *sans serif* bertolak belakang dengan *serif*. Huruf ini memiliki tingkat kesederhanaan yang tinggi, oleh karena itu huruf ini sangatlah populer karena kesederhanaan dan bentuknya yang simple dan, strukturnya yang industrial.



Sans Serif

Gambar 2.2 Font Sans Serif

Sumber: <https://picsart.com/blog/post/what-is-a-sans-serif-font>

3) *Script*

Script merupakan jenis huruf yang sangat berbeda dengan *serif* maupun *sans serif*. Menurut Valention (2019), Jenis ini memiliki desain menyerupai tulisan tangan (*hand*

writing) atau kaligrafi. *Script* sendiri memiliki goresan yang lebih *natural* dibandingkan dengan jenis huruf lainnya.

Intro Script

Gambar 2.3 Font Script
Sumber: <https://www.fontfabric.com/script/>

2.2.2 Fotografi

Fotografi berasal dari kata Yunani “*photos*” yang memiliki arti Cahaya, dan “*Grafos*” yang memiliki arti melukis/menulis. Secara umum fotografi merupakan sebuah metode untuk membuat sebuah gambar dari suatu objek atau subjek dengan menggunakan media yang peka cahaya (kamera). Jelasnya fotografi merupakan sebuah jenjang melukis atau menulis dengan memanfaatkan kamera dan unsur cahaya.

Menurut Ensenberg (2011) dalam bukunya yang berjudul *Focus on Composing Photos*, ada jeni-jenis aturan dalam fotografi yang digunakan dalam sebuah komposisi foto yaitu:

1) *Rule of Third*

Rule of third aturan yang paling dasar dalam sebuah foto. Prinsip aturan ini merupakan komposisi untuk mengarahkan pandangan mata pengamat kepada titik pada garis pembagi. Objek pada foto dengan aturan rule of thirds diletakan sepanjang garis yang telah ditetapkan yaitu dimana terdapat dua garis yang saling berpotongan. Aturan pada rule of third bertujuan untuk menciptakan proporsi dan keseimbangan agar terciptanya hierarki yang baik, penempatan posisi elemen visual perlu diperhatikan dengan baik.

2) *Rule of Space*

Rule of space merupakan aturan untuk mengatur komposisi yang berlaku untuk jenis objek bergerak. Secara konsep, apabila terdapat objek yang menghadap ke suatu arah (kiri atau kanan) maka sisakan sebanyak dua pertiga dari frame sesuai dengan kemana arah objek tersebut mengarah. Ruang kosong pada bagian depan objek dapat menimbulkan ilusi yang membuat objek terlihat seperti sedang bergerak. Pada bagian frame, objek sebaiknya diarahkan kepada bagian frame yang paling luas.

3) *Rule off Odds*

Rule of odds merupakan aturan yang diterapkan kepada semua jenis foto. Secara dasar aturan ini menggunakan subjek yang berjumlah ganjil. Komposisi objek akan menghasilkan sebuah foto yang memiliki standar estetika yang baik. Secara teori, subjek dengan jumlah ganjil dalam sebuah komposisi dapat memberikan efek konflik dan tegang, sedangkan Komposisi dengan jumlah genap akan menciptakan efek tenang dan simetris yang akan mengurangi energi estetika dari sebuah komposisi foto.

4) *Gestalt Theory*

Gestalt theory adalah aturan yang bersifat abstrak yang diartikan bahwa sebuah objek secara keseluruhan akan terasa lebih besar dari apa yang dilihat. Teori Gestalt dapat diterapkan pada komposisi fotografi, dimana prinsip ini memudahkan seorang fotografer agar tidak perlu mengambil secara keseluruhan sebuah adegan secara langsung. Hukum ini membuktikan bahwa manusia dapat dengan mudah mengidentifikasi sebuah bentuk secara keseluruhan meskipun terdapat komposisi objek utama yang terpotong secara rapih.

Foto secara garis besar dapat di kelompokkan secara jenis jenisnya, hal ini akan mempermudah seseorang untuk memahami sebuah karya fotografi. Jenis-jenis foto ini diantara lain Fotografi Manusia, Fotografi *Nature*, Fotografi Arsitektur, Fotografi *Still Life*, Fotografi Jurnalistik, Fotografi Aerial, Fotografi Bawah Air, Fotografi Seni Rupa, Fotograafi Mikro.

1) **Fotografi Manusia**

Jenis fotografi manusia merupakan junis foto yang menggunakan manusia sebagai objek utamanya. Fotografi manusiapun dapat dikategorikan lagi ke berbagai jenis diantaranya *Potrait*, *Human Intrerest*, *Stage Photography*, *Sport*, *Glomour Photography*, dan *Wedding Photography*.

2) **Fotografi Nature**

Jenis foto *nature* menjadikan makhluk hidup fauna (hewan) dan *flora* (tumbuhan) sebagai objek utamanya. Jenis fotografi ini bisa difotokan dengan berbagai cara maupun dengan cara *landscape*, yaitu dengan membentangkan alam yang terdiri dari unsur langit, daratan, dan air.



Gambar 2.10 Fotografi *nature*

Sumber: <https://stock.adobe.com/search?k=%22nature+landscape%22>

3) **Fotografi Arsitektur**

Jenis foto arsitektur ditujukan untuk menonjolkan keindahan sebuah bangunan dengan menampilkan sisi sejarah, budaya, desain dan juga konstruksi dari objek. Jenis fotografi

ini bisa dikategorikan menjadi tiga yaitu, fotografi eksterior, Interior dan Fotografi detail arsitektur.



Gambar 2.11 Fotografi Arsitektur

Sumber: <https://www.blibli.com/friends/blog/fotografi-arsitektur-03/>

4) Fotografi *Still Life*

Jenis fotografi *still life* merupakan foto yang menggunakan benda mati sebagai objek utamanya, yang disusun secara indah dan menarik agar memiliki kesan hidup, komunikatif, ekspresif, dan memiliki pesan. Fotografi still life kategorikan menjadi tiga jenis yaitu, makanan, produk, dan random found object.



Gambar 2.12 Fotografi Still Life

Sumber: <https://www.doss.co.id/news/serba-serbi-still-life-photography-yang-kamu-harus-tahu>

5) **Fotografi Jurnalistik**

Jenis foto jurnalistik merupakan foto yang diambil hanya untuk keperluan *pers* yang ditujukan untuk mengabadikan informasi penting. Fotografi jurnalistik harus disertai dengan keterangan (*caption*) jika digunakan pada media.



Gambar 2.12 Fotografi Jurnalistik

Sumber: <https://id.quora.com/Apa-saja-yang-harus-diperhatikan-dalam-pengambilan-jurnalistik-fotografi>

6) **Fotografi Aerial**

Jenis foto aerial merupakan cara spesialisasi pengambilan foto dari udara. Biasanya pengambil jenis foto ini harus menggunakan atau memakai kamera yang dipasangkan pada kendaraan udara seperti, pesawat terbang.



Gambar 2.13 Fotografi Aerial

Sumber: <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kanwil-suluttenggomalut/baca-artikel/13932/Aerial-Photography-Sebuah-Sudut-Pandang-yang-Berbeda.html>

7) **Fotografi Bawah Air**

Jenis fotografi bawah air, merupakan foto yang diambil dalam kedalaman air yang diambil dengan cara diving oleh penyelam. Fotografi bawah air biasanya dilakukan menggunakan kamera khusus yang bersifat *water resistance*.



Gambar 2.14 Fotografi Bawah Air

Sumber: https://www.tokopedia.com/blog/6-trik-mengambil-foto-bawah-air-yang-menakjubkan-hanya-bermodal-smartphone/?utm_source=google&utm_medium=organic

8) **Fotografi Seni Rupa**

Fotografi seni rupa dibuat untuk tujuan kesenian dengan murni estetika yang biasanya akan digunakan untuk mengekspresikan sebuah ide, pesan, dan emosi seseorang. Hasil fotografi ini biasanya akan dipajang dalam museum atau galeri.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

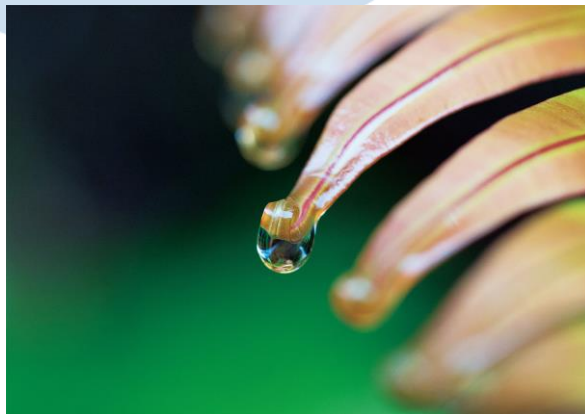


Gambar 2.15 Fotografi Seni Rupa

Sumber: <https://mamikos.com/info/karya-seni-rupa-murni-beserta-gambar-nya-pljr/>

9) **Fotografi Makro**

Fotografi makro merupakan jenis fotografi yang diambil dengan jarak dekat. Tujuan dari fotografi ini adalah untuk memperjelas objek foto dengan diperbesar agar terlihat maksud dan detail dari objek.



Gambar 2.16 Fotografi Makro

Sumber: <https://snapshot.canon-asia.com/id/article/indo/macro-photography-technique-creating-the-illusion-of-space-and-depth>

10) **Fotografi Mikro**

Fotografi mikro merupakan kebalikan dari makro dimana digunakan untuk menangkap objek yang sangat kecil menggunakan kamera khusus dan mikroskop. Fotografi ini dilakukan untuk mendapatkan detailing objek yang tidak terlihat pada mata manusia.



Gambar 2.17 Fotografi Mikro

Sumber: <https://www.blibli.com/friends/blog/apa-bedanya-fotografi-makro-dan-mikro-03/>

2.2.3 Grid

Grid adalah paduan yang membantu peletakan elemen-elemen dalam sebuah desain pada sebuah area agar penyampaian informasi dapat dilakukan secara 42 baik dan tepat (Tondreau, 2009, hlm.8). Dalam sebuah grid, terdapat 6 komponen yaitu sebagai berikut

1) Columns

Columns adalah garis pada grid yang membagi halaman secara vertikal dengan memiliki ukuran lebar dan jumlah grid yang berbeda-beda.

2) Modules

Modules merupakan bagian yang memiliki ukuran yang sama, yang terbentuk dari pertemuan garis horizontal dan vertikal

3) Margin

Margin adalah batas yang ada pada setiap sisi di antara ujung kertas dan sisi halaman.

4) Spatial Zones

Spatial zones merupakan kumpulan dari columns atau modules yang menjadi satu kesatuan untuk penempatan elemen desain.

5) **Flowlines**

Flowlines adalah garis yang dijadikan paduakn untuk meletak elemenelemen desain pada halaman.

6) **Markers**

Markers adalah area yang ada pada luar margin, yang mengarahkan pembaca kepada sebuah informasi.

Dengan itu menurut Tondreau (2009,hlm 11), grid dapat dibagi menjnadi 4 jenis, yaitu

1) **Single Column Grid**

Single column grid adalah grid yang memiliki bentuk area persegi panjang. Jenis grid ini umumnya digunakan dalam penataan tulisan yang panjang seperti laporan atau buku.

2) **Two Column Grid**

Two column grid adalah grid yang membagi halaman menjadi 2 kolom secara vertikal. Grid dengan jenis ini biasa digunakan dalam penataan teks yang banyak atau penampilan informasi yang berbeda.

3) **Multi Column Grid**

Multi column grid adalah grid yang membagi halaman menjadi beberapa kolom secara vertikal. Grid ini memiliki fleksibilitas yang tinggi.

4) **Modular Grid**

Modular grid adalah grid yang membagi halaman mejadi beberapa garis horizontal dan vertikal, sehingga terciptanya beberapa modul. Jenis grid ini biasanya digunakan dalam pengaturan informasi yang rumit seperti pada bagian tabel.

2.2.4 Layout

Layout adalah tata letak elemen-elemen desain, ruang atau bidang sehingga membentuk susunan yang indah dan artistik. Prinsip dasar pada layout ada empat yaitu *sequence/flow*, *emphasis*, *balance*, *unity*.

1) **Sequence/flow**

Sequence atau *flow* merupakan sebuah komponen dalam layout desain yang membantu pembaca atau pengamat untuk mengutamakan titik utama desain sesuai dengan yang pembuat inginkan.

2) **Emphasis**

Emphasis merupakan sebuah tekanan pada layout bagian tertentu. Penekanan ini berfungsi untuk membantu penulis lebih terarah dan fokus pada bagian yang ingin disampaikan. Penciptaan *emphasis* bisa dilakukan dengan berbagai cara contohnya dengan cara berikut:

1. Memainkan permainan dalam ukuran huruf, menekankan huruf yang jauh lebih besar untuk informasi yang lebih penting.
2. Penggunaan variasi warna kontras dan berbeda.
3. Tata letak ornament pada posisi yang menarik perhatian.

3) **Balance**

Keseimbangan pada layout terbagi menjadi dua jenis, simetris dan asimetris.

1. Keseimbangan simetris memiliki arti bahwa, objek sisi yang berlawanan harus sama untuk menciptakan sebuah keseimbangan.
2. Sedangkan asimetris berarti objek sisi yang berlawanan tidak harus. Hal ini bisa di capai dengan meminikan ukuran dan jumlah objek pada salah satu sisi.

4) Unity

Unity merupakan penciptaan kesatuan pada desain. Seluruh elemen dan objek dalam desain harus memiliki kesatuan yang berkaitan dan disusun secara tepat.

2.3 Elemen Desain Grafis

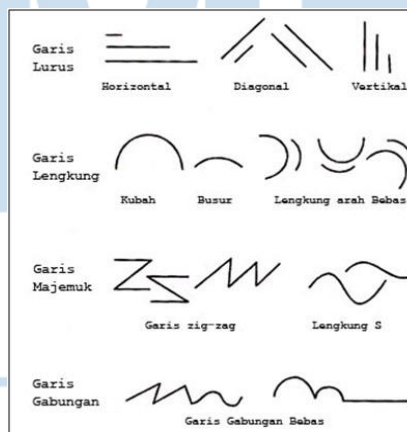
Elemen – elemen dalam desain adalah salah satu unsur terpenting dalam desain grafis. Untuk mewujudkan sebuah ide dan inovasi baru, elemen merupakan tulang punggung dari desain tersebut agar tetap kokoh. Elemen dalam desain sendiri terdiri dari titik, garis, bentuk, tekstur, ruang, dan warna.

1) Titik

Merupakan elemen dalam bentuk yang kecil, dimensi yang memanjang dan melebar. Titik sering di visualisasikan dalam bentuk kelompok dalam variasi jumlah, susunan dan kepadatan tertentu.

2) Garis

Merupakan sebuah unsur desain yang berguna untuk menyalurkan antara titik satu dan lainnya. Sehingga dapat menjadi sebuah bentuk beragam seperti, lengkung (*curve*), dan lurus (*straight*). Garis berguna untuk membuat sebuah keteraturan, mengarahkan pandangan, dan memberikan kesan bergerak dengan karakter tertentu.

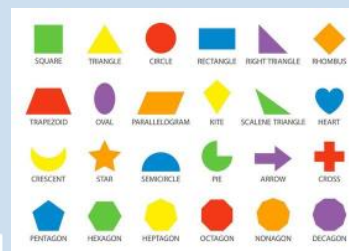


Gambar 2.18 Garis

Sumber: <https://sulartopo.wordpress.com/2013/10/11/elemen-desain-grafis/>

3) Bidang

Merupakan sebuah unsur yang sudah berbentuk visual dimana dapat dilihat dimensi panjang dan lebar pada unsur tersebut. Bidang sendiri bisa di bagi menjadi dua yaitu, bidang geometri/beraturan dan bidang non geometri/tidak beraturan. Bidang geometri adalah bidang yang tergolong mudah untuk diukur luasnya, sedangkan bidang non geometri merupakan bidang yang relatif sulit untuk diukur luasnya karena bentuknya yang tidak beraturan.



Gambar 2.19 Bidang

Sumber: <https://www.filemagz.com/elemen-desain-yang-wajib-diketahui-desainer/>

4) Tekstur

Merupakan sebuah unsur permukaan pada sebuah bidang yang dapat di nilai dengan indra berupa di lihat atau di raba. Secara tidak langsung tekstur dapat menambah dimensi dan kekayaan suatu bidang, seperti memberi aksen yang menegaskan atau membawa kedalam sebuah rasa/emosi tertentu.



Gambar 2.20 Tekstur

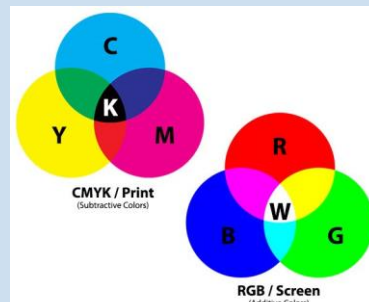
Sumber: <https://www.jagadmedia.id/2024/04/pentingnya-elemen-tekstur-dalam-desain.html>

5) Ruang

Adalah unsur yang berupa jarak yang berguna untuk memisahkan antara sesuatu unsur lainnya. Biasanya elemen ini digunakan untuk memisahkan atau menyatukan elemen – elemen bidang.

6) Warna

Elemen ini bisa dibagi menjadi dalam dua *section*. Warna yang timbul karena sinar (RGB), dan warna yang dibuat dalam unsur tinta atau cat (CMYK). Dengan elemen warna seorang desainer dapat menampilkan identitas, menyampaikan pesan, menarik perhatian, dan menegaskan gagasan.



Gambar 2.21 Warna

Sumber: <https://glints.com/id/lowongan/warna-cmyk/>

Jika diklasifikasikan terdapat lima warna yaitu Primer, Skunder, Intermendiate, Tersier, Dan Kuarter.

- 1) Warna primer merupakan warna pokok yang tidak bisa dibentuk dengan warna-warna lain. Warna ini merupakan warna pokok yang digunakan sebagai percampuran untuk memperoleh warna lain. Warna tersebut ialah biru, merah, kuning.



Gambar 2.22 Warna Primer

Sumber: <https://glints.com/id/lowongan/warna-cmyk/>

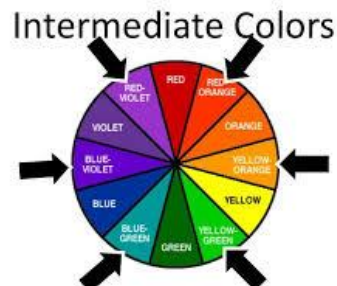
- 2) Warna skunder merupakan warna secondary yang merupakan percampuran dua warna primer. Warna skunder ini merupakan, orange, ungu, dan hijau. Ketiga warna primer dan tiga warna skunder sering juga dikatakan enam warna standar.



Gambar 2.23 Warna Skuder

Sumber: <https://www.idntimes.com/life/education/sierra-citra/perbedaan-warna-primer-dan-sekunder>

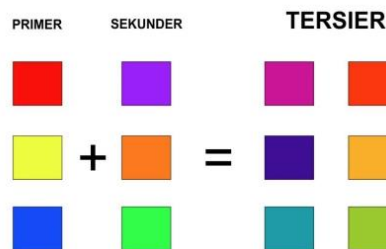
- 3) Warna Intermediate merupakan warna perantara, antara primer dan skunder. Jenis warna ini menjangkup kuning hijau, kuning jingga, merah jingga, merah ungu, biru violet, dan biru hijau.



Gambar 2.24 Warna Intermediate

Sumber: https://www.dictionio.id/t/apa-yang-dimaksud-dengan-warna-intermediate/22836/2#google_vignette

- 4) Warna tersier merupakan warna ketiga dalam percampuran dua warna skunder, yaitu coklat kuning, coklat merah, coklat biru.



Gambar 2.25 Warna Tersier

Sumber: <https://www.indrak.eu.org/2022/11/warna-tercier-merupakan-perpaduan-antara-warna.html>

- 5) Terakhir warna kuartier merupakan hasil pencampuran dua warna tersier, seperti coklat jingga, coklat hijau, coklat ungu.



Gambar 2.26 Warna Kuartier

Sumber: <https://kauartgallery.com/pengertian-warna-kuarter-serta-contohnya/>

2.4 Media Promosi

Media Promosi merupakan sebuah saluran terpenting dalam promosi. Promosi sendiri merupakan tindakan terpenting yang harus dilakukan sebuah perusahaan. Tindakan promosi merupakan tindakan penyampaian pesan yang memikat dan efektif dengan tujuan untuk menarik perhatian target sasaran.

Menurut Rangkuti (2009), Promosi dilakukan dengan tujuan memasarkan keberadaan produk yang ingin disampaikan. Dengan menerapkan kegiatan promosi barang atau sebuah perusahaan maupun kampanye akan memiliki peningkatan volume *audiens* yang signifikan.

Media Promosi bisa di artikan sebagai alat untuk membantu menyalurkan produk atau jasa yang dimiliki sebuah perusahaan atau kampanye kepada *audiens* atau targetnya. Bedararkan jenisnya media promosi bisa di bagi menjadi tiga, yaitu

2.4.1 Media ATL (*Above The Line*)

Media *Above The Line* merupakan kelompok media-media promosi yang bisa tergolong media utama. Biasanya media yang tergolong ATL memerlukan biaya yang cukup besar, namun walaupun biayanya yang besar media ATL dapat menjangkau target pasar yang sangat luas. Contoh media ATL yaitu televisi, koran, radio, billboard. Kelebihan dari memilih media ATL sebagai media untuk melakukan promosi adalah meningkatkan

kesadaran merek dimata kosumen, sehingga dapat membantu menumbuhkan persepsi dan preferensi konsumen terhadap merek.



Gambar 2.28 *Media ATL*

Sumber: <https://glints.com/id/lowongan/above-through-below-the-line/>

2.4.2 *Media BTL (Below The Line)*

Media *Below The Line* merupakan kelompok media-media promosi pilihan. Media BTL tidak memerlukan biaya yang besar namun media ini memiliki jangkauan target pasarnya kecil atau hanya di satu daerah saja. Contoh media BTL yaitu *Pamflet, flyer, poster, brosur, Social Media*. Walaupun jangkauannya yang kecil media btl memiliki keunggulan berupa berhasil meraih targeted marketing kepada konsumen yang spesifik, sehingga lebih efektif dalam melakuka kegiata promosi.



Gambar 2.29 *Media BTL*

Sumber: <https://edition.cnn.com/style/article/portuguese-artist-vhils-hong-kong/index.html>

2.4.3 Media TTL (*Trough The Line*)

Media *Trough The Line* merupakan media promosi yang memadukan ATL dan BTL. Jenis media TTL adalah kegiatan *event* kampanye yang disebarluaskan lewat iklan radio dan sosial media. Dengan itu kelebihan yang dapat diambil dengan memilih jenis *media TTL* adalah meningkatkan brand awareness yang lebih efektif, Memantau arus perkembangan traffic dari penjualan, dan dapat mempertahankan konsumen baru sekaligus mempertahankan konsumen lama.



Gambar 2.30 *Media TTL*

Sumber: <https://www.bhinneka.com/blog/pengertian-atl-btl-dan-ttl-dalam-marketing/>

2.4.4 Pemasaran *Online*

Dengan kemajuan teknologi yang terus berkembang kegiatan promosi *online* merupakan salah satu kegiatan paling efektif dalam berbisnis. Selain kemajuan teknologi kesuksesan promosi *online* juga dibantu dengan prosesnya yang mudah dilakukan. Media promosi *online* sendiri merupakan *platform* untuk mempromosikan sebuah barang atau jasa secara online. Biasa pemasaran *online* dilakukan melalui media berupa sosial media seperti, Instagram, Tiktok, Twitter dan Facebook.

Dengan itu dalam perancangan media promosi ini akan dirancangnya sebuah media promosi berbasis online yaitu dengan aplikasi sosial media khususnya Instagram. Instagram merupakan sebuah aplikasi yang memperbolehkan penggunaanya untuk membagikan foto, video, pendapat apapun, dengan ini sesama pengguna instagram dapat saling mempelajari

satu sama lain melawati foto, video, pendapat yang dibagikan. Dengan itu perancangan ini akan memanfaatkan Instagram sebagai bahan utama perancangan. Perancangan pada aplikasi Instagram akan dimulai dari pembuatan *feeds*, *story*, dan *reels*.

2.4.5 Promosi Offline

Pemasaran *offline* merupakan tindakan yang dilakukan secara langsung atau tatap muka. Berbeda dengan pemasaran *online*, strategi pemasaran secara *offline* dilakukan dengan media cetak seperti brosur, spanduk, poster, billboard, *flyer*, dan sejenisnya. Biasanya media-media ini disebar luaskan sekitar tempat yang memiliki potensi terhadap *audiens* yang dituju. Tidak hanya dengan media cetak, menggunakan televisi ataupun radio juga termasuk kedalam pemasaran secara *offline*.

Dalam perancangan ini penulis akan merancang sebuah promosi *offline* bersifat BTL (*below the line*), seperti pembuatan *poster*, *x-banner*, *pamflet* yang akan dibagikan ke toko-toko sepeda yang menjual produk Outskirts Cycling.

2.5 Cycling Apparel

Bersepeda merupakan olahraga yang sangat populer di kalangan masyarakat, hal ini dikarenakan banyaknya manfaat yang bisa diperoleh badan kita dalam bersepeda, selain itu juga bersepeda bisa menjadi solusi untuk penghematan biaya sekaligus melindungi lingkungan dari udara kotor. Dengan itu diperlukannya pakaian khusus bersepeda yang bisa merealisasikan seluruh kebutuhan pesepeda secara estetis dan ekspresif. Sebagai contoh, pesepeda di perkotaan memerlukan pakaian yang efisien dimana mereka dapat bersepeda dengan aman dan tetap mempertahankan identitas mereka sebagai pesepeda profesional, dengan itu banyaknya *brand* yang menciptakan baju sepeda dengan model yang cocok menyesuaikan pesepeda perkotaan.

Dengan itu, diciptakannya material khusus pada pesepeda yang berguna untuk meningkatkan kecepatan (*speed*) dan estetis pada pesepeda. Bahan ini diciptakan untuk olahraga yang bersifat *aerodynamic*, seperti bersepeda, sepatu

roda, berlari. Dalam buku, *Impact of Technology on Sport III*, (pp.131-137) disebutkan bahwa telah di uji cobanya dasar bahan yang digunakan dalam pakaian bersepeda pada uji coba *wind tunnel testing* untuk membuktikan teori *aerodynamic*.

2.5.1 Aerodynamics on Cycling Clothing

Pada tingkat pesepeda elitis dampak dari *aerodynamic* sangatlah besar pada performa mereka. Dengan sepeda saja teori *aerodynamic* bisa membantu hingga 31-39% dalam kecepatan sesuai dengan posisi badan mereka. Hampir semua *equipment* bersepeda mayoritas menggunakan teori *aerodynamic*, sepeda, helm, roda, dan juga pada pakaian. Tekstur pada permukaan pakaian pesepeda telah mengalami kemajuan signifikan untuk mengurangi hambatan *aerodynamic* total. Penelitian saat ini menunjukkan bahwa hal ini dapat merugikan efisiensi pada *aerodynamic*.



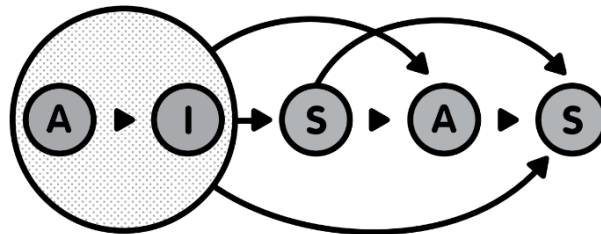
Gambar 2.31 *Aerodynamic* Fabrics

Sumber: <https://www.lapierrebikes.com/fr-en/o/lapierre-aero-drs-cycling-jersey/>

2.6 Strategi Komunikasi

Dalam perancangan ini penulis akan menggunakan teori AISAS untuk membantu penyampaian pesan dalam perancangan desain, menurut Sugiyama & Andree dalam bukunya *The Dentsu Way*, model komunikasi AISAS memiliki peran penting dalam sebuah desain dengan *AISAS model*, perancang bisa menciptakan sebuah perancangan *design* yang akan mengenang lekat pada hati target. AISAS sendiri memiliki kepanjangan dari *Attention, Interest, Search, Action*, dan *Share*.

Tahap diawali dengan *attention*, tahap ini akan membantu menarik perhatian target audiens pada perancangan *design*. Kedua, berupa *interest*, seperti artinya tahap ini akan menumbuhkan rasa ketertarikan dan empati terhadap perancangan *design*. Selanjutnya tahapan *search*, pada tahap ini audiens akan mencari informasi terhadap perancangan yang dimintai, Setelah itu, tahap *action*, yaitu aktifitas yang akan dilakukan audiens. Terakhir merupakan tahapan *share*, yaitu audiens akan membagikan pengalamannya terhadap perancangan yang diminatinya. Namun, menurut Sugiyama & Andree dalam bukunya *The Dentsu Way* akan ada beberapa tahapan yang terlewat atau terlupakan, seperti seseorang yang menonton *live* pada aplikasi Tiktok akan langsung melakukan kegiatan jual beli pada produk yang dia tertarik (*Action->Interest->Action*), namun hal itu tidak apa-apa dan masih masuk dalam rangkaian AISAS.



Gambar 2.32 AISAS
Sumber : Sugiyama & Andree (2011)

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA