

BAB IV

IMPLEMENTASI KARYA

Dalam bab ini pembahasan implementasi desain meliputi pemilihan media iklan dan implementasi konsep pada setia media promosi. Media promosi yang dipilih merupakan perpaduan dari bentuk-bentuk media yang dapat mendukung upaya promosi.

4.1 Implementasi Media

Implementasi dari sketsa desain terpilih pada masing-masing media yang sudah ditetapkan pada perancangan media promosi Sahabat Medika Sejahtera ialah sebagai berikut:

1. Iklan Majalah

Konsep dari iklan majalah mengacu pada sketsa terpilih pada bab sebelumnya. Pada iklan majalah ini ditampilkan ilustrasi foto seorang pebisnis yang merepresentasikan partner dari perusahaan dengan penempatan *tagline* serta logo yang disesuaikan dengan kesesuaian sketsa. Penyajian iklan juga turut disertakan informasi bagaimana cara memesan atau mengetahui produk lebih lanjut. Penempatan iklan majalah pada buletin ataupun majalah terbitan dari rumah sakit dengan ukuran 167mm x 237mm. Pemilihan buletin ataupun majalah terbitan rumah sakit didasarkan pada pertimbangan buletin/majalah tersebut merupakan

majalah yang merepresentasikan tentang medis, baik segiperalatan maupun informasi serta penjelasan dari berbagai narasumber yang terpercaya.

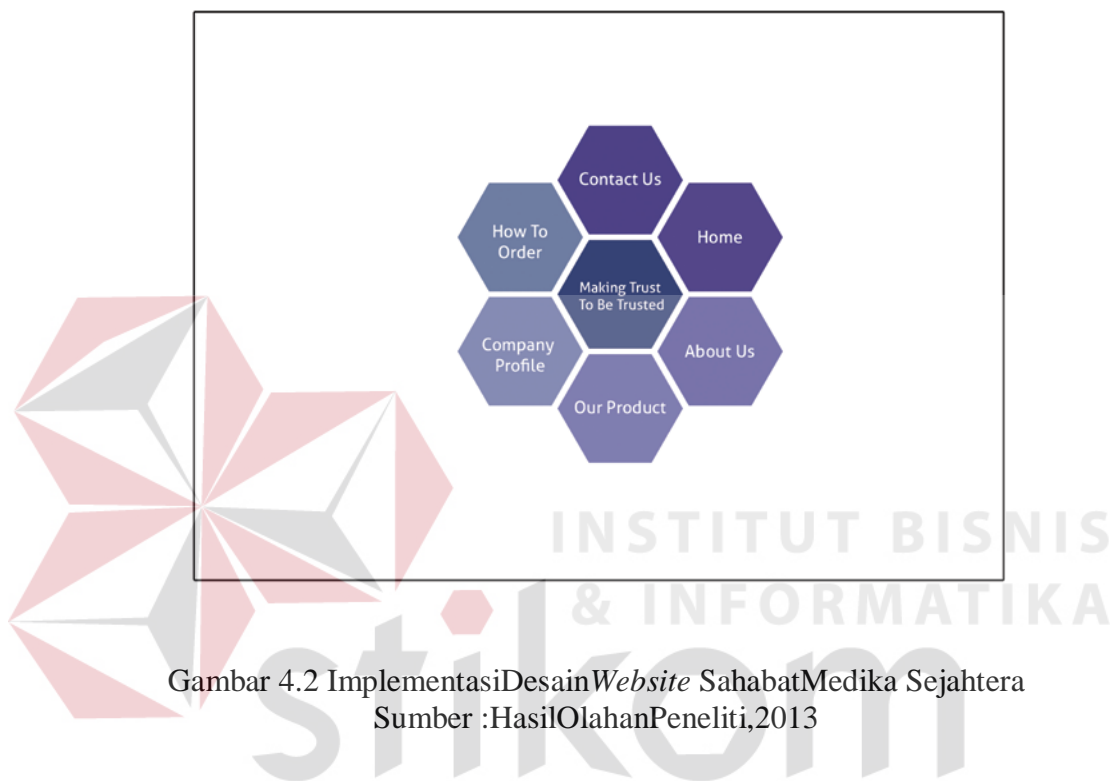


Gambar 4.1 Implementasi Desain Iklan Majalah Sahabat Medika Sejahtera dan Penempatan Iklan Majalah Pada Kolom Sajian Utama
Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2013

2. Website

Penggunaan *single page* dengan beberapa bentuk segienam yang berisi tentang konten-konten, penempatan *tagline* di tengah diharapkan mempunyai kesan positif yang ditampilkan oleh perusahaan. Alamat *domain website* yaitu *www.sahabatmeds.com* yang memiliki *domain* global dengan dasar pertimbangan agar *customer* dapat dengan mudah mengakses *website* tersebut. *Website* Sahabat Medika Sejahtera tersebut berisi konten tentang profil

perusahaan, galeri produk, cara pembelian, *contact us*, serta tampilan awal dari *website* tersebut.



Gambar 4.2 Implementasi Desain *Website* Sahabat Medika Sejahtera
Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2013

Tampilan awal *website* Sahabat Medika Sejahtera dengan bentuk segienam serta penempatan tagline di tengah. Warna gradasi dari bentuk segienam tersebut mempunyai arti keberagaman target *audience* yang dituju. Pemilihan warna putih pada *background* dari *website* tersebut mempunyai arti harapan akan loyalitas dari perusahaan terhadap *partner* atau *customer* tidak akan hilang dan mampu meningkat.



Gambar 4.3 Tampilan *Home* dari *Website Sahabat Medika Sejahtera*
 Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2013

3. Katalog

Pada desain katalog yang berukuran kantong ini berisi tentang info perusahaan yang barangnya dipasarkan oleh Sahabat Medika Sejahtera, produk-produk beserta spesifikasi dan informasi dari produk tersebut. Pada halaman setelah *cover* merupakan halaman berisi *partner* produk yang bekerja sama dengan Sahabat Medika Sejahtera serta informasi bagaimana cara memesan dan *contact person* yang dapat dihubungi untuk lebih mengetahui tentang produk-produk yang ada di katalog tersebut. Di akhir halaman terdapat *quote* yang merepresentasikan citra dari perusahaan dengan didukung bentuk segienam yang mempunyai ciri desain modern.



Gambar 4.4 Implementasi Desain Cover Depan Katalog Sahabat Medika Sejahtera
 Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2013

Gambar 4.4 di atas merupakan implementasi desain *cover* yang dipakai. Penempatan foto dari orang tersebut di dalam bentuk segienam, mempunyai arti dukungan dari *partner* maupun *customer* terhadap perusahaan yang tidak pernah hilang. Penempatan beberapa partner perusahaan di bagian bawah merupakan bentuk apresiasi dari Sahabat Medika Sejahtera terhadap para perusahaan yang membuat produk-produk dari alat kesehatan yang di pasarkan oleh Sahabat Medika Sejahtera selaku distributor di daerah Jawa Timur.



Gambar 4.5 Tampilan Sebagian Isi Katalog Sahabat Medika Sejahtera
Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2013

4. Brosur

Desain brosur Sahabat Medika Sejahtera menggunakan jenis brosur tiga bagian dengan ukuran 33 cm x 21 cm. Tampilan dari bagian dalam brosur menampilkan deretan produk-produk unggulan dari Sahabat Medika Sejahtera, serta adanya informasi singkat dari produk-produk tersebut. Pada bagian luar brosur peletakan logo di bagian atas dari foto mempunyai harapan agar *customer* paham dan melekat di benak mereka pada brand dari perusahaan. Peletakan *tagline* di tengah-tengah berguna untuk memperkuat kesan yang ditimbulkan dari penjabaran konsep dalam perancangan ini.



Gambar 4.6 Tampilan Desain Brosur Pada Bagian Isi Sahabat Medika Sejahtera
Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2013

Bentuk brosur yaitu tiga bagian mempunyai fungsi ekonomis namun tidak melupakan unsur dari keefektifan dari desain tersebut. Ilustrasi yang ada di bagian dalam brosur ini, memiliki orientasi produk serta sifat dari perusahaan. Penempatan beberapa gambar produk unggulan dari perusahaan tidak hanya memiliki arti efektif dari segi *layout*, namun juga efisien dalam segi target *audience*. Nantinya desain tersebut diharapkan mampu mendongkrak keuntungan perusahaan, serta mempertahankan loyalitas dari pelanggan.



Gambar 4.7 Desain Brosur Pada Bagian Depan Sahabat Medika Sejahtera
Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2013

Pada gambar di atas menunjukkan *final artwork* dari desain brosur Sahabat Medika Sejahtera. Penempatan *layout* yang baik, serta penambahan bentuk segienam yang terdapat foto dari seorang *partner* dari perusahaan mewujudkan loyalitas dari *partner* tersebut terhadap Sahabat Medika Sejahtera. *Tagline* yang berada di tengah dengan ukuran *font* yang cukup besar, memiliki arti lebih terhadap *audience*, yaitu agar mereka mengingat tujuan dari perusahaan yang mengutamakan kepercayaan pelanggan.