

BAB IV

IMPLEMENTASI KARYA

Setelah proses penelitian dan pembuatan sketsa yang telah diterangkan pada bab III, pada bab ini membahas mengenai proses dan implementasi desain pada berbagai media yang telah ditentukan sebelumnya.

4.1 Implementasi Desain

Dari sketsa desain terpilih pada masing-masing media diimplementasikan pada setiap media yang telah dipilih. Untuk membuat media promosi Diva *snack frozen food* yang tepat dan mampu meningkatkan *brand awareness*, maka pada setiap desain dirancang sebagai berikut:

1. Desain pada setiap media dirancang dengan menggunakan foto ilustrasi yang menjadi bagian adegan dari video dimana ada seorang pria membawa produk Diva dan menjadikannya sebagai solusi. Tampilan tersebut bertujuan agar audiens yang melihat tertarik dan bertanya-tanya akan maksud dari foto tersebut dan meneruskan untuk membaca informasi yang ada pada iklan tersebut. Garis lengkung yang dibuat pada setiap media memberikan kesan dinamis dan agar desain terlihat luwes, berwarna gradasi jingga dan kuning yang diambil dari konsep yang telah ditemukan.
2. Pesan yang disampaikan singkat dan mudah diingat, dengan konsep penyampaian yang seragam.

3. Penggunaan *headline* “*Cepat Delay Laparmu*” dan “*Tunda Lapar Tanpa Buffering*” membantu menjelaskan kepada konsumen maksud dari foto ilustrasi yang dipakai dan juga berhubungan dengan iklan internet yang merupakan media promosi utama.
4. Desain media promosi dirancang dengan konsep dan layout yang konsisten. Desain yang konsisten diharapkan mampu membuat konsumen merasa familiar dengan produk yang ditawarkan.
5. Adapun layout yang konsisten pada setiap media disajikan sebagai berikut:
 - a. Tipografi yang digunakan pada *tagline* dan *headline* selalu menggunakan huruf berjenis *Sans Serif*.
 - b. Menggunakan ilustrasi foto dan gambar yang sama pada setiap media.
 - c. Menggunakan warna jingga dan kuning sebagai utamanya yang selalu ada di desain setiap media.
 - d. Menggunakan garis lengkung berwarna gradasi jingga dan kuning, dipadukan dengan garis lengkung lainnya yang warnanya berbeda.

Berikut disajikan implementasi

final

desain beserta rancangan penempatannya pada masing-masing media.

1. Iklan Internet

Iklan internet dengan durasi 30 detik. Dengan 2 tema dan menggunakan satu konsep, yang pada intinya adalah sesuatu yang menunda.



Gambar 4.1 Story board iklan internet dengan tema “Buffering”

Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2013

Pada tema “*buffering*” digambarkan dengan suasana kantor, dan seorang karyawan wanita yang karena datang terlalu pagi maka dia mengisi waktunya dengan *streaming* video untuk menunggu jam masuk kerja. Saat sedang mengakses video, jaringan internet mengalami gangguan sehingga yang terjadi adalah *buffering* yang tidak kunjung selesai. Saat karyawan wanita ini mengeluh lapar, mendadak dari samping mejanya muncul seorang pria yang menawarkan produk Diva sebagai solusi penunda lapar. Lalu untuk video dengan tema “*Delay*” digambarkan dengan settingan di dalam mobil. Jalan cerita dari tema ini adalah ada seorang wanita yang akan menjemput teman di bandara, sesampainya di bandara dengan tergesa-gesa, si wanita mendapat kabar bahwa teman yang akan dijemput mengalami *delay*. Sesaat setelah mendengar kabar tersebut si wanita mengeluh “Sudah buru-buru kesini, yang dijemput kena *delay*, Aduuh .. laper lagi”. Tiba-tiba dari belakang kursi muncul seorang pria yang menawarkan produk Diva sebagai solusi penunda lapar.





Gambar 4.2 Story board iklan internet dengan tema “Delay”

Sumber: HasilOlahanPeneliti, 2013

Buffering dan *Delay* identik dengan remaja saat ini. Remaja salah satu kalangan yang dominan menggunakan gadgetnya untuk browsing. Situs website *youtube* merupakan website yang paling sering diakses oleh kalangan remaja, maka dari itu sistem *buffering* yang sering dijumpai saat melakukan browsing menjadi *familiar* dengan target audience, sehingga tema ini dapat lebih mengena terhadap terget audience. *Delay* sangat identik sekali dengan keberangkatan pesawat yang terhambat. Seringnya seseorang mengalami ataupun mendengar keluhan tentang *delay*, membuat orang tersebut menjadi *familiar* jika mendengar ataupun mengalami *delay*. Hal ini akan menjadikan tema ini juga lebih mengena terhadap target audiencenya.

2. Iklan Koran

Desain pada media koran tetap konsisten dengan desain pada media lainnya. Tetap menggunakan elemen-elemen yang terdapat pada desain lainnya. Kesamaan antar desain koran dengan majalah bertujuan agar audiens yang melihat mudah mengenal produk Diva.

Pemasangan iklan ditempatkan pada koran Jawa Pos Surabaya yang beredar di daerah kota Surabaya dan sekitarnya (Kab. Sidoarjo dan Gresik). Pemasangan iklan produk Diva akan dipasang di koran Jawa Pos pada segmen Metropolis tepatnya halaman ke 7 dalam rubrik 'Around Surabaya'. Iklan akan dipasang *full colour* dengan ukuran 12cm x 8cm.



Gambar 4.3 Desain Iklan Koran Tema "Buffering"

Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2013



Gambar 4.4 Desain Iklan Koran Tema “Delay”

Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2013



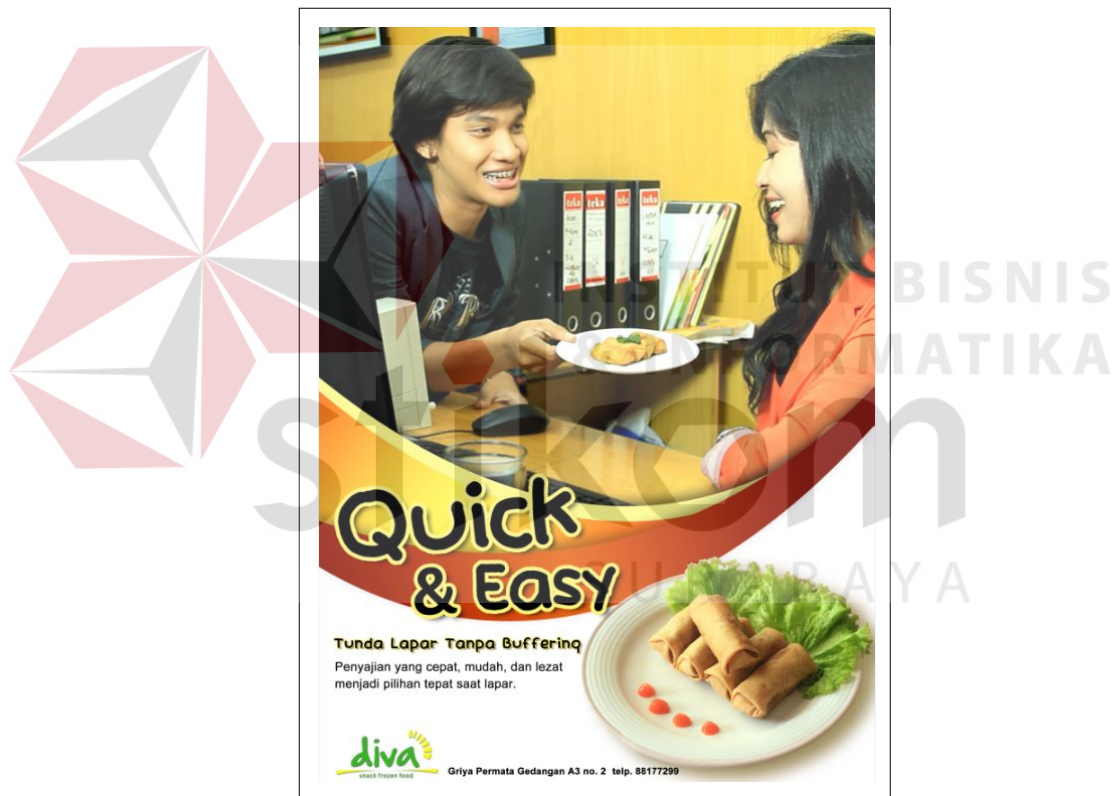
Gambar 4.5 Ilustrasi Penempatan Iklan Koran

Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2013

Dengan ukuran yang cukup kecil, jika desain menggunakan warna-warna yang terang dan cerah, maka akan dapat menarik perhatian pembaca karena warnanya yang mencolok. Desain iklan koran dibuat lebih *simple* agar tidak terlalu banyak kata-kata yang masuk didalamnya. Hanya ada foto ilustrasi yang menjadi *point interest*, *tagline*, *sub headline*, gambar produk, logo dan alamat produksi saja.

3. IklanMajalah

Desainpada media inimenggunakanteknikfotografi. Foto yang diambil menggunakan foto ilustrasi yang menjadi bagian dari adegan video yang menggambarkan suatu keadaan. Foto dibuat lebih mendominasi agar dapat menarik perhatian pembaca, grafis garis lengkung menjadi pemisah antara foto dan *white spaced* dengan warna yang cerah sesuai dengan konsep yakni gradasi warna jingga dan kuning.

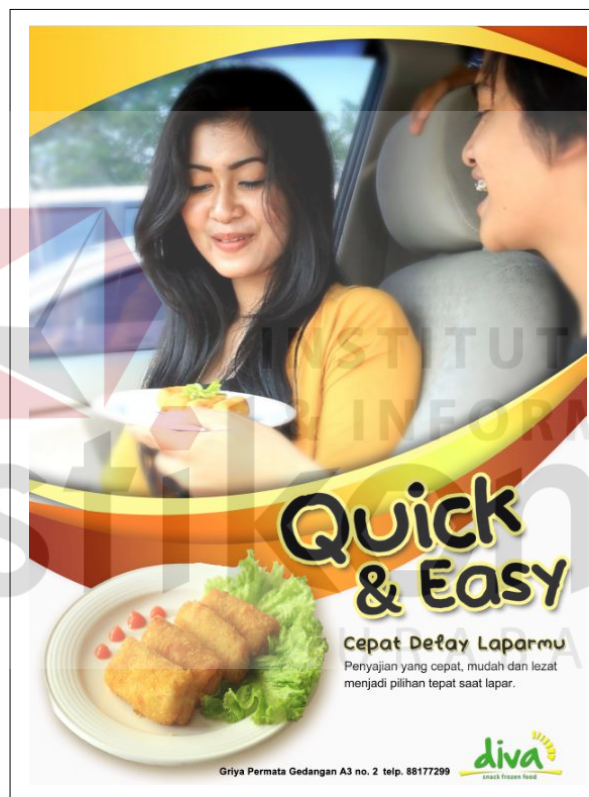


Gambar4.6 DesainIklanMajalah Tema “Buffering”

Sumber: HasilOlahanPeneliti, 2013

Tagline “*Quick and Easy*” diletakkan diantara foto dan garis lengkung, *tagline* dibuat dengan ukuran yang lebih besar agar dapat menggiring pembaca untuk dapat melihat *tagline* setelah melihat foto ilustrasi.

Lalu dilanjutkan dengan membaca keterangan penjelas. Elemen-elemen lainnya juga dicantumkan di desain majalah seperti logo dan alamat. iklan majalah ditempatkan di majalah Femina pada rubrik “Rupa-rupa”. Iklan didesain 1 Halaman *full color*, ditempatkan pada halaman dalam majalah, pada halaman *content* kuliner. Untuk majalah Femina 1 halaman dalam (FC), ukuran 21,5cm x 28,5cm.



Gambar 4.7 Desain Iklan Majalah Tema “Delay”
Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2013



Gambar 4.8 Ilustrasi Penempatan Iklan Majalah

Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2013

Gambar 4.8 adalah contoh implementasi desain majalah yang di pasang pada majalah Femina letaknya pada rubrik rupa-rupa segmen kuliner. Warna yang cerah akan dapat menarik perhatian pembaca untuk mengarahkan pandangan melihat iklan produk Diva tersebut.

4. Flyer

Sesuai dengan sketsa dan konsep yang terpilih, maka desain flyer diimplementasikan pada media ukuran 14,8 cm x 21 cm, satusisi, dicetak *full color* dengan menggunakan kertas *art paper*. Flyer dengan foto dari produk Diva dibuat semenarik mungkin agar dapat mempengaruhi emosi rasa lapar audiens yang melihatnya. Untuk menambah keluwesan desain dan kesandinamis yang menarik maka ditambahkan garis lengkung berwarna gradasi jingga dan kuning, sebagai kombinasi dibuat garis lengkung berwarna jingga gelap kemerahan. Dicantumkan pula alamat tempat dimana produk Diva diproduksi.



Gambar 4.9Desain Flyer

Sumber: HasilOlahanPeneliti, 2013

Foto setiap varian makanan dibuat dan ditata menjadi kotak-kotak dengan garis tepi yang semu agar terlihat lebih luwes dan menyatu dengan *white space*. Terdapat dua piring dengan ukuran yang lebih besar yang berada di sebelah kiri, yang menjadi perwakilan diantara produk lain karena merupakan produk *best seller*.



Gambar 4.10Hasil Cetak Desain Flyer

Sumber: HasilOlahanPeneliti, 2013