

Desain Grafis Untuk Media Promosi Pada Nusantara English Centre

Maimunah¹⁾, Yusuf Hadi²⁾, Sartim³⁾

STMIK Raharja
Jl. Jenderal Sudirman No.40 Modern Cikokol
e-mail: maimunah@raharja.info

Abstrak

Promosi merupakan salah satu hal terpenting yang harus diterapkan dalam mengembangkan lembaga pendidikan, karena promosi adalah berkaitan langsung dalam upaya untuk memperkenalkan produk kepada konsumen dengan memikat hati mereka melalui pemberian kesan – kesan baik, yang mampu di ingat dan dirasakan oleh konsumen. Jika konsumen telah kenal terhadap produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan, maka diharapkan akan memiliki minat untuk mengambil suatu keputusan yang positif. Komunikasi visual merupakan media, sebagai alat bantu yang dapat digunakan untuk memberikan informasi kepada masyarakat mengenai bidang, karakteristik, visi dan misi sesuai dengan citra atau image dari lembaga pendidikan yang dijalankan. Melihat sangat pentingnya dalam perancangan komunikasi visual tersebut, maka menjadi suatu keharusan dalam menciptakan dan memberikan kesan terhadap produk – produk yang dipasarkan melalui kegiatan dan usaha – usaha dalam pemasaran ataupun bisnis. Dan semua itu tidak lepas dari perancangan komunikasi visual yang bisa diartikan sebagai ekspresi atau perancangan grafis dalam sebuah media, sehingga pesan yang hendak disampaikan oleh perusahaan atau instansi dapat diterima dengan baik dan komunikatif oleh masyarakat. Jika komunikasi visual tidak dibuat dengan perencanaan dan perancangan yang baik, hal tersebut akan menciptakan buruknya pesan yang akan disampaikan kepada masyarakat, dan hal tersebut akan berdampak negatif dalam kemajuan usaha perusahaan atau instansi. Desain komunikasi visual media promosi ini terdiri dari spanduk, brosur, flyer dan poster.

Kata kunci: promosi, produk, konsumen, komunikasi, visual

1. Pendahuluan

Dunia pendidikan merupakan salah satu kebutuhan yang sangat penting dalam memenuhi kebutuhan hidup. Wawasan dan ilmu pengetahuan sangat berperan penting sebagai penunjang kehidupan yang telah memasuki era modernisasi seperti sekarang ini, pendidikan formal maupun nonformal menjadi jalan untuk seseorang membentuk sebuah kepribadian yang terdidik serta berfikir sehat, sehingga pendidikan menjadi suatu keharusan bagi setiap orang. Dengan mempunyai tingkatan jenjang pendidikan formal maupun nonformal tersebut akan mengantarkan kita pada kehidupan yang lebih layak, menjadikan sumber daya manusia yang berkualitas, mampu berfikir secara sehat serta profesional dan siap bersaing di dunia kerja. Seiring dengan perkembangan dalam dunia pendidikan khususnya pada lembaga kursus maupun bimbingan belajar serta persaingan yang ketat di wilayah kota Tangerang. Dalam hal ini *image* sebuah lembaga menjadi sangat penting terhadap keberhasilan dalam proses belajar.

Nusantara English Centre merupakan lembaga dibidang pendidikan kursus bahasa Inggris dan matematika, yang berlokasi di wilayah kota Tangerang tepatnya Jl. Mendut Raya No.8 Perum II – Tangerang. Nusantara English Centre sebagai salah satu lembaga pendidikan yang sampai saat ini, media yang digunakan untuk promosi lembaga tersebut masih sangat sederhana dengan tampilan visual yang belum memenuhi kriteria sebagai media pendukung promosi secara ideal, sehingga informasi yang disampaikan kepada masyarakat belum maksimal.

Berdasarkan alasan – alasan tersebut diatas, penulis merasa tertarik untuk membuat Desain Komunikasi Visual Media Promosi Pada Nusantara English Centre, dengan maksud merancang komunikasi visual sebagai pendukung promosi yang dapat memberikan kemudahan dalam menyampaikan informasi atau pesan kepada khalayak serta dapat memberikan identitas grafik yang kuat dan khas, sesuai dengan citra dari Nusantara English Centre.

2. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini menggunakan metode konsep desain yang terdiri dari

2.1. Perencanaan media (konsep media)

Lembaga pendidikan kursus Nusantara English Centre berdiri sejak tahun 2002 yang lalu, dikenal sebagai lembaga pendidikan yang mengutamakan standar mutu pendidikan yang berkualitas, dan telah menciptakan *image* yang baik pada masyarakat terbukti dengan adanya kepercayaan yang diberikan orangtua siswa dalam menitipkan anak – anaknya untuk menuntut ilmu di Nusantara English Centre. Saat ini banyaknya lembaga – lembaga pendidikan di Kota Tangerang serta persaingan yang ketat kini mengalami penurunan minat masyarakat untuk bergabung di Nusantara English Centre. Agar hal ini tidak berkelanjutan maka pihak manajemen Nusantara English Centre harus mengatur strategi dalam pemasarannya serta meningkatkan promosi melalui media komunikasi visual yang dapat memberikan informasi kepada masyarakat dengan memikat hati mereka melalui pemberian kesan – kesan baik, guna meningkatkan *image* atau identitas Nusantara English Centre agar dapat dikenali dan dipercaya oleh masyarakat. Oleh karena itu perlu bentuk media promosi yang dapat dijadikan jembatan kepada calon siswa/i yang ingin kursus di Nusantara English Centre. Program promosi membutuhkan bentuk media komunikasi visual yang dapat digunakan untuk memberikan informasi kepada masyarakat mengenai bidang, karakteristik, visi dan misi sesuai dengan citra atau *image* yang dijadikan sebagai alat untuk pendekatan terhadap audien. Tujuan dari perancangan media pendukung promosi, dapat menjangkau 75 % (tujuh puluh lima persen) dari khalayak sasaran di wilayah Perum II-Tangerang, dengan frekuensi 2,9% (dua koma sembilan persen) per 4 (empat) minggu, selama 48 (empat puluh delapan) minggu masa promosi dari bulan Januari s/d Desember 2009. Dengan adanya media promosi tersebut dapat meningkatkan minat masyarakat per tahun hingga 35% (tiga puluh lima persen). Untuk menunjang program promosi tersebut penulis telah mempersiapkan perencanaan dan perancangan media yang tersusun dengan baik, guna menyesuaikan kebutuhan promosi.

2.2. Perencanaan pesan (konsep kreatif)

Membangun sarana komunikasi visual dengan tampilan yang artistik, komunikatif serta dapat memberikan identitas grafik yang kuat dan khas, yang dapat menyampaikan pesan secara efektif, kepada audien sesuai dengan citra dari Nusantara English Centre. Untuk mencapai tujuan promosi yang dijalankan harus bisa menyampaikan informasi yang tepat kepada masyarakat. Target utama dalam promosi ini adalah kalangan masyarakat ekonomi menengah kebawah yang secara faktual adalah kelompok masyarakat terbanyak di Indonesia. Dilihat secara psikologis masyarakat sangat senang adanya lembaga pendidikan kursus bahasa Inggris dan matematika yang menawarkan biaya pendidikan yang murah dan tetap menjaga kualitas pendidikannya. Sehingga isi pesan yang akan disampaikan dalam promosi ini adalah Nusantara English Centre memberi pilihan kepada masyarakat dengan kualitas pendidikan yang baik dengan biaya yang relatif murah dan terjangkau oleh masyarakat ekonomi menengah kebawah

2.3. Perencanaan visual (konsep visual)

Merancang desain komunikasi visual sebagai media pendukung promosi yang dapat memberikan kemudahan dalam menyampaikan informasi atau pesan kepada khalayak dengan menampilkan gambar aktifitas proses belajar – mengajar di ruang kelas dengan suasana yang nyaman dan harmonis. *Image* atau kesan yang akan ditonjolkan adalah warna merah yang dikombinasikan dengan beberapa warna, yang dijadikan sebagai warna identitas serta menampilkan logo pada setiap media. Pada tata letak atau layout penulis menempatkan *font* (huruf) sebagai elemen utama dengan pengembangan dari bentuk yang sudah ada, ditambah ornamen, atau garis serta pengaturan penyebarannya pada ruang – ruang yang tersedia, dalam menciptakan kesan tertentu, sehingga dapat mempermudah audien untuk mendapatkan kenyamanan membaca semaksimal mungkin.

2.4. Fungsi Desain Komunikasi Visual

Sebuah desain apapun medianya pada dasarnya berfungsi sebagai : *information*, *identification* dan *expression* atau *persuasion*.

1. *Information* desain selalu menyampaikan informasi dari pengirim pesannya secara visual.
2. *Identification* desain selalu menyiratkan atau menyuratkan identitas pengirim *pesannya* lewat karakter visual.

3. *Expression atau Persuasion* desain mampu mengekspresikan isi pesan dan menghadirkan resonansi atau getaran emosi lewat bahasa visualnya (seperti emosi dalam bahasa musik) sehingga dapat menimbulkan efek persuasi.[1]

2.5. Proses Desain Komunikasi Visual

1. *Riset* pada tahap ini, *desainer* mengumpulkan seluas mungkin dan mempelajari informasi.
2. Analisa *desainer* menganalisa isi pesan (subyek) dan karakteristik audiens (obyek).
3. Masalah dan tujuan definisi masalah (kurang informatif, identical atau ekspresif) dan tujuan (titik berat fungsi desain).[2]

3. Hasil dan Pembahasan

3.1. Proses Desain (Designing).

Proses desain komunikasi visual media promosi pada Nusantara English Centre dibuat dengan proses yang bertahap untuk mendapatkan kesempurnaan desain yang diinginkan. Perencanaan yang teratur sebelum melakukan proses desain merupakan sebagian hal yang sangat penting untuk dipertimbangkan. Pada tahapan pelaksanaan pengembangan desain yang baik harus melalui 3 tahapan yaitu: layout kasar (layout kasar merupakan tahapan rancangan yang sudah berwujud gambar dan teks), layout komprehensif (layout komprehensif merupakan tahapan rancangan dimana keseluruhan unsur sudah tersusun dengan baik yang sudah mendekati komposisi (final art work), dan yang terakhir final art work (tahap akhir dimana keseluruhan unsur-unsur sudah tersusun dengan baik dan siap untuk dicetak (dipublikasikan).

3.2. Hasil Design

3.2.1. Design Spanduk

Media desain spanduk adalah media komunikasi visual yang dibuat dari kain panjang dan dipasang dengan direntangkan diatas atau ditepi jalan secara horizontal, pesannya singkat mengingat formatnya relatif terbatas, dan yang harus cepat terbaca, hurufnya harus besar dengan warna mencolok dan komunikatif.[3]

Desain yang ditampilkan pada media ini memuat informasi mengenai program belajar yang ada pada Nusantara English Centre yaitu Bahasa Inggris dan Matematika untuk Siswa SD, SLTP, SLTA dan umum. Desain spanduk ini ditampilkan pada gambar 1.



Gambar 1 Desain Spanduk

3.2.2. Design Brosur

Desain yang ditampilkan pada media ini memuat informasi yaitu : Info NEC, pilihan program, Biaya pendaftaran, biaya kursus, dan jadwal belajar serta menampilkan foto Ilustrasi kegiatan belajar – mengajar di ruang kelas dan *moving class*. Desain brosur ini ditampilkan pada gambar 2



Gambar 2 Desain Brosur

3.2.3. Desain flyer

Flyer merupakan media komunikasi visual yang dibuat dengan ukuran relatif kecil dan biasanya hanya satu lembar. Penyebarannya dilakukan dengan dibagi-bagikan.[4]

Desain yang ditampilkan pada media ini memuat informasi yaitu : Info NEC, pilihan program, jadwal belajar serta menampilkan foto Ilustrasi kegiatan belajar – mengajar di ruang kelas dan *moving class*. Desain flyer ini ditampilkan pada gambar 3



Gambar 3 Desain Flyer

3.2.4. Desain Poster

Desain yang ditampilkan pada media ini berisi mengenai Keunggulan NEC, pilihan program, jadwal belajar serta menampilkan foto Ilustrasi kegiatan belajar-mengajar di ruang kelas dan *moving class*. Desain poster ini ditampilkan pada gambar 4



Gambar 4 Desain Poster

4. Simpulan

Media pendukung promosi yang digunakan saat ini oleh lembaga pendidikan Nusantara English Centre (NEC) belum sepenuhnya mewakili keseluruhan seperti yang diinginkan, sehingga masyarakat belum dapat memahami bagaimana program yang ditawarkan serta kualitas dari NEC melalui media promosi yang digunakan selama ini. Media yang baik seharusnya dapat memperhatikan aspek-aspek yang mampu memberikan ciri yang khas dari media tersebut, seperti aspek tampilan dan citra maupun unsur-unsur visual yang terstruktur, sehingga mampu mewakili atau menggambarkan *image* dari apa yang ingin dicapai oleh NEC sebagai salah satu lembaga pendidikan yang menawarkan program kursus bahasa Inggris dan matematika. Agar lembaga pendidikan kursus Nusantara English Centre memperkaya dari unsur –unsur elemen pendukung media atau penambahan media promosi, dimana aspek identitas dan aspek visual lainnya disesuaikan dengan *image* NEC dari perkembangan yang ada. Agar lembaga kursus pendidikan Nusantara English Centre ”Me-Redesign” media yang lama dengan media yang baru dari aspek tampilan visual, dan unsur-unsur visual yang dapat memberikan kemudahan dalam menyampaikan informasi atau pesan kepada khalayak serta dapat memberikan identitas grafik yang kuat dan khas, sesuai dengan citra dari Nusantara English Centre.

Daftar Pustaka

- [1] Susanto. Mikke. Diksi Rupa. Yogyakarta : Kanisius : 2002:47
- [2] Hendratman. Hendi. Computer Graphic Design. Bandung:Informatika:2006:29-42
- [3] Pujirianto. Desain Grafis Komputer. Yogyakarta : Andi Offset. 2005:22
- [4] Pujirianto. Desain Grafis Komputer. Yogyakarta : Andi Offset. 2005:19