
DESAIN MAJALAH PENUNJANG PROMOSI DAN INFORMASI PADA AFC INDONESIA

Andriyanto¹

Arfa²

Virhaz Kurnia³

Dosen STMIK Raharja¹, Magister Teknik Informatika STMIK raharja², STMIK Raharja Jurusan Sistem Informasi³

Jl. Jendral Sudirman No. 40, Modern Cikokol, Tangerang

Email : andri.yanto@raharja.info¹⁾, arfa@raharja.info²⁾, virhaz@raharja.info³⁾

ABSTRAK

Kebutuhan akan informasi untuk segala bidang maju begitu pesat, banyak pihak seperti perusahaan, instansi maupun organisasi melakukan pendekatan melalui bentuk - bentuk media cetakan, film ataupun media elektronik. Pendekatan dengan menggunakan sarana penunjang media dilakukan guna memperoleh nilai efektifitas dalam mencapai target yang diinginkan pada program promosi yang dipergunakan. Seperti halnya pada AFC Indonesia, sebuah perusahaan yang melaksanakan fungsi dan memberikan layanan jasa. Agar masyarakat atau customer dan tertarik untuk membeli produk di AFC Indonesia, diperlukannya media desain visual untuk membantu proses mempromosikan perusahaan tersebut kepada masyarakat luas. Sesuai dengan hasil wawancara, pihak perusahaan menyampaikan bahwa saat ini AFC Indonesia dalam mensosialisasikan dan mempromosikan baru menggunakan spanduk, dan juga baliho, belum adanya sarana promosi yang merangkum keseluruhan mengenai profile Perusahaan.

Kata Kunci : Multilevel Marketing, teknologi, Evaluasi

ABSTRACT

The need for information to all areas is progressing so rapidly, many parties such as companies, institutions or organizations approach through forms of media print, film or electronic media. The approach of using the means of supporting the media performed in order to obtain the value of effectiveness in achieving the desired targets on a promotion that is used. As is the case at AFC Indonesia, a company that carries out functions and provide services. In order for the community or customer and are interested in purchasing products in Indonesia, the need for AFC media visual design process to help promote the company to the public. In accordance with the results of the interview, the company says that the current AFC Indonesia in disseminating and promoting the use of new banners, and billboards, yet also the existence of means of promotion that encapsulates the entire profile The company.

Keywords: Multilevel Marketing, technology, evaluation of the

PENDAHULUAN

AFC Asayama Tadahiko terus berkembang, menjadi pemimpin industri makanan kesehatan fungsional Jepang dan mampu memahami kebutuhan dan kecantikan konsumen yang terus berubah menjadi lebih baik. Tim riset dan pengembangan AFC Japan dipilih dari yang terbaik di Jepang untuk melakukan penelitian, pengujian bahan dan mengontrol kualitas di setiap tahap produksi berjalan.

RUMUSAN MASALAH

Media promosi berkembang sangat pesat. Media yang dapat berupa media komunikasi visual. Banyak Perusahaan-perusahaan yang sudah menggunakan media visual salah satu cara mempromosikan instansi perusahaan. Media visual merupakan media yang paling dapat dimengerti calon Customer, karena di dalamnya terdapat unsur – unsur yang menarik, baik dari segi gambar yang di pahami. Permasalahan yang melatar belakangi penelitian ini adalah kurangnya media majalah yang digunakan oleh AFC Life Science dalam mempromosikan secara keseluruhan apa yang ada dan disediakan oleh AFC Life Science, karena dalam melaksanakan suatu promosi masih menggunakan sebuah media promosi berupa media cetak, maka dari itu dibuatlah suatu teknik promosi baru untuk AFC Life Science dengan menggunakan Media Majalah.

LANDASAN TEORI

Pengertian Perancangan

pengembangan sistem dari sistem yang sudah ada atau sistem yang baru, dimana masalah-masalah yang terjadi pada sistem lama diharapkan sudah teratasi pada sistem yang baru.

Konsep Dasar Media

Perantara atau pengantar pesan dari pengirim kepada penerima pesan.

Konsep Dasar Desain

Pengertian Desain

Merupakan art direction, yaitu penampilan visual secara menyeluruh dari iklan.

Pengertian Warna

Suatu keindahan yang terbentuk dari tiga unsur yaitu cahaya, objek dan observer.

Definisi Majalah Produk

Publikasi atau terbitan secara berkala yang memuat artikel-artikel dari berbagai penulis.

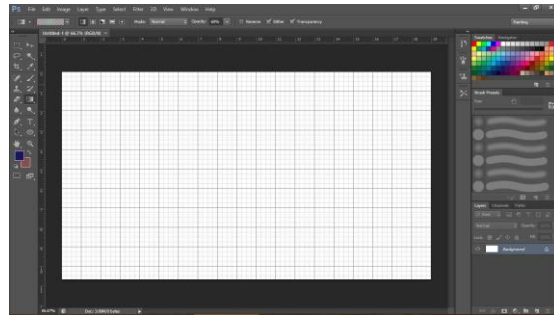
Konsep Dasar Promosi

suatu bentuk komunikasi pemasaran, yang dimaksud dengan komunikasi pemasaran adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk, dan mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.

Program Aplikasi Penunjang Desain

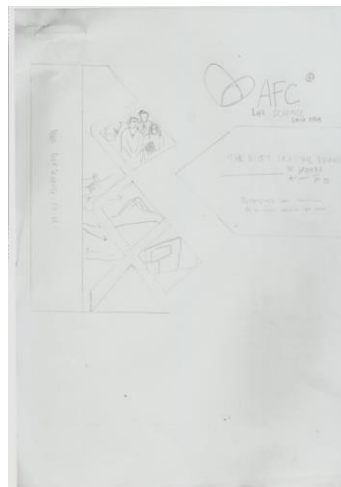
Adobe Photoshop CS6

The Application bar across the top contains a workspace switcher, menus (Windows only), and other application controls.

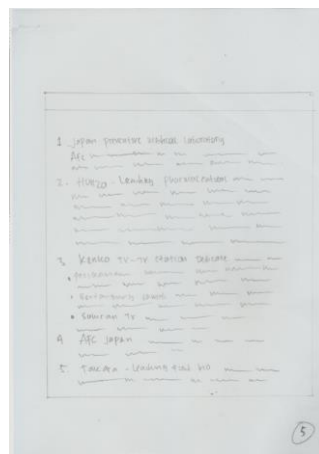


Gambar
Tampilan Area Kerja Adobe Photoshop CS6

Proses Desain (*Designing*)
Layout jadi



Gambar 4.1
Layout Kasar Cover Depan



Gambar 4.2
Layout jadi sejarah perusahaan



Gambar 4.3
Layout Jadi Gedung Perusahaan



Gambar 4.4
Layout Jadi History



Gambar 4.5
Layout Jadi Cara produksi



Gambar 4.6
Layout Jadi Awards



Gambar 4.7
Layout Jadi Visi dan Misi



Gambar 4.8
Layout Jadi Founders



Gambar 4.9
Layout Jadi Medical Expert



Gambar 4.10
Layout jadi Safety



Gambar 4.11
Layout Jadi Manfaat



Gambar 4.12
Layout Jadi Produk



Gambar 4.13
Layout Jadi gedung dan alamat lengkap

LITERATURE REVIEW

1. Penelitian yang dilakukan oleh Dewi Imaniar, dkk (2014), yang berjudul “*Enriching Media Merchandise Sarana Penunjang Promosi Studi Kasus Pada Book Store*” Biacara mengenai bisnis retail tidak lepas dari pentingnya pelayanan kepada konsumen dan kualitas barang yang baik. Tetapi pada masa sekarang ini seiring dengan Stidaklah cukup untuk bisa meningkatkan pendapatan dan menjaring konsumen yang loyal. Hal ini membuat perusahaan berfikir keras untuk bisa bertahan dan stabil dalam bisnisnya. Salah satunya dengan menggunakan media promosi dalam hal ini lebih kearah media cetak atau media visual yang secara tidak langsung nilai efektifitasnya terasa dalam mengkomunikasikan program-program pemasaran produk.
2. Penelitian yang di lakukan oleh Sunarya Lusyani, dkk (2015) dengan judul “Keefektifan media komunikasi visual sebagai penunjang promosi pada perguruan tinggi raharja” Perkembangan media komunikasi dapat diterapkan pada perguruan tinggi dalam memperkenalkan atau menaikkan citra dan popularitas atau mempromosikan dan memberi informasi kepada calon mahasiswa dan mahasiswi baru. Pada hakikatnya pada kasus ini keefektifan media promosi dinilai dalam menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk calon mahasiswa dan

mahasiswi baru untuk bergabung di perguruan tinggi tersebut. Metode penelitian yang digunakan dengan kuisioner untuk menilai keefektifan beberapa media promosi yang telah terimplementasi seperti brosur, spanduk, poster, billboard, katalog, paper bag, flyer maupun merchandise.

3. Penelitian yang di lakukan oleh Soraya Fatmawati dan Ali Muhtadi (2016) dengan judul “EVALUASI PELAKSANAAN PEMBELAJARAN PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL MSD YOGYAKARTA” Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kesesuaian antara pelaksanaan pembelajaran Program Studi (Prodi) DKV di ASRD MSD Yogyakarta dengan standar atau kriteria yang telah dirumuskan. Penelitian ini merupakan penelitian evaluasi dengan menggunakan model evaluasi kesenjangan. Subjek atau responden adalah Ketua Program Studi, dosen dan mahasiswa Prodi DKV MSD Yogyakarta. Penelitian ini dilaksanakan dengan menempuh 5 tahap, yaitu: penyusunan desain, penetapan kelengkapan program, pengumpulan data, pengukuran tujuan atau analisis data, dan perbandingan.
4. Penelitian yang dilakukan oleh Banulnanc Uyan Dur (2014) dari United States yang berjudul “*Data Visualization and Infographics in Visual Communication Design Education at the Age of Information*” . Penelitian ini menjelaskan bahwa: *Information design has become much more important as a result of the chaos created by the processed data and stack rising to ensure easier understood through the presentation of information. The visual design of the information and data is important not only to improve perceptibility but also revealed a pattern of complex information, and instructive, persuasive and guides depending on its content and purpose. In this study, combining data visualization and graphic info worked into visual communication design education will have significant contributions to train designers with enough qualifications to meet the requirements of today's world by using comparative analysis examines the use of linguistic differences and a systematic analysis of the documents that make use of large data sets to identify cultural specific conventions in the category of design).*

(Desain informasi telah menjadi jauh lebih penting sebagai akibat dari kekacauan yang dibuat oleh diproses tumpukan data dan meningkat untuk memastikan lebih mudah dipahami melalui presentasi informasi. Desain visual dari informasi dan data penting tidak hanya untuk meningkatkan perceptibility tetapi juga mengungkapkan pola kompleks informasi, dan instruktif, persuasif dan panduan tergantung pada isi dan tujuan. Dalam penelitian ini, menggabungkan visualisasi data dan info grafis bekerja ke pendidikan desain komunikasi visual akan memiliki kontribusi yang signifikan untuk melatih desainer dengan cukup kualifikasi untuk memenuhi persyaratan dari dunia sekarang ini dengan menggunakan analisis komparatif mengkaji perbedaan penggunaan fitur linguistic dan analisis sistematis dokumen yang memanfaatkan kumpulan data besar untuk mengidentifikasi budaya desain konvensi dalam kategori tertentu).

KESIMPULAN

Media yang tepat untuk mempromosikan AFC Life Science adalah *Majalah AFC Life Science*. Dimana setiap media tersebut memberikan promosi dan informasi sesuai dengan fungsinya masing-masing menarik dan efektif digunakan dalam melengkapi media promosi dan informasi pada AFC Life Science. Sehingga Merancang media komunikasi visual agar efektif dengan cara media komunikasi cetak berbentuk media desain promosi

dan informasi visual dirancang dengan mempertimbangkan teori-teori desain dan kasus yang diangkat, serta berisi pesan yang tidak terlalu rumit, tetapi singkat, padat, jelas dan mudah di pahami. Agar hasil rancangan dapat menarik perhatian masyarakat, perancangan konsep produksi media hendaknya ditujukan hal-hal yang saat ini sedang diminati oleh masyarakat dan kreatifitas yang dapat memanjakan masyarakat diantaranya media desain promosi dan informasi tersebut terdapat desain menarik dan informatif.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Anto, Puji. M. Sjafei Andrijanto dan Taufiq Akbar. 2017. **Perancangan Buku Pedoman Umum Ejaan Bahasa Indonesia Sebagai Media Pembelajaran Ejaan di Sekolah**. Jakarta : Universitas Indraprasta PGRI. Jurnal Desain.ISSN: 2339-0107. Vol.4 No.2 : 97
- [2] Anindita, Marsha dan Menul Teguh Riyanti, 2016, **Tren Flat Design Dalam Desain Komunikasi Visual, Dimensi DKV**. Vol.1 No.1 : DKV,FSRD Universitas Trisakit.
- [3] *Baweja, Naveen. 2015. International Business-Management of Marketing. An Ambitious work for the Academic style know-how for the Courseware of International Marketing. New Delhi : Dr. Naveen Baweja.*
- [4] *Chris Hackley, and Runpaka Amy Hackley. 2015. Advestising and promotion. London : Sage*
- [5] Halim, Gabby Thanissia. Obed Bima Wicandra dan Asthararianty. 2016. **Perancangan Buku Tentang Tradisi Patehan di Kraton Jogjakarta**. Jurnal DKV Vol. 1(2016). Surabaya: Universitas Kristen Petra Surabaya.
- [6] Hatmansyah, Syaipul Hadi dan Jumi Herlita. 2015. **Analisis SWOT dalam Rangka Meningkatkan Kuantitas dan Kualitas Mahasiswa Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi IAIN Antasari**. Banjarmasin : Institut Agama Islam Negeri Antasari
- [7] Hutahaean, Jeperson. 2014. **Konsep Sistem Informasi**. Yogyakarta: Deepublish.
- [8] Janich, Peter dan Eric Hayota. 2018. **What is information?**. Univ Of Minnesota Press.
- [9] Apriani, D., Haerul, H., & Febriana, Y. A. (2016). MEDIA VIDEO PROFILE SEBAGAI MEDIA PROMOSI DAN INFORMASI PADA SMK BINA AM MA'MUR. CICES, 2(1), 12-23.