

Perancangan Media Komunikasi Visual Sebagai Sarana Promosi Sinar Surya Pelangi

Penulis / Kenny Joewono

1. Desain Komunikasi Visual/DKV, Fakultas Seni dan Desain, Universitas Kristen Petra,

Jl Krembangan Buyut no 24, Surabaya, Indonesia

Email: Kennyjoewono@gmail.com

ABSTRAK

Kenny Joewono:

Media promosi

Perancangan Media Komunikasi Visual Sebagai Sarana Promosi Sinar Surya Pelangi

Sinar Surya Pelangi adalah penyedia pigment yang sudah berdiri di Surabaya pada tahun 1997. Selama berdiri belum pernah melakukan promosi, maka Sinar Surya Pelangi membutuhkan perancangan media promosi yang efisien, efektif dan juga menarik agar Sinar Surya Pelangi ini dapat dikenal oleh *target audience* dan dapat bersaing dengan para kompetitornya. Perancangan ini menggunakan konsep "*The Exclusive*" yang bertujuan untuk menginformasikan pada *target audience* bahwa Sinar Surya Pelangi mengutamakan kualitas dan hasil yang bagus untuk para konsumen. Sinar Surya Pelangi juga mengharapkan agar bantuan promosi ini bisa memaksimalkan kinerja dari perusahaan itu sendiri yaitu sinar surya pelangi, dimana perusahaan ini memiliki potensi yang terbilang baik dengan standart sesuai dengan taraf internasional artinya perusahaan ini mampu menghasilkan barang yang tidak kalah dibandingkan dengan skala dunia. Perusahaan ini memiliki segi yang menarik dan berkualitas dikarenakan barang yang diproduksi oleh perusahaan memiliki nilai seni karena termasuk pada jajaran ilmu desain mengenai *colour* atau warna. Pada poin inilah menunjukkan kalau perusahaan ini memiliki tidak hanya kualitas dalam hasil barang melainkan juga dengan nilai seni didalamnya yang menjadikan perusahaan ini mampu menghasilkan beragam warna secara custom sesuai selera yang menjadi kata kunci di sini mengenai kekreatifan serta proses hasil.

Kata kunci:

Media Komunikasi Visual, Promosi, *pigment*, kreatif, nilai seni

ABSTRACT

Kenny Joewono:

Promotion Media

Designing Media Visual Communication As Promotion Sinar Surya Pelangi

Sinar Surya Pelangi is a pigment company which was established on 1997. Because Sinar Surya Pelangi has just established and never do promotions, then Sinar Surya Pelangi need an efficient, effective, and interesting promotional medias to introduce they're brand as the company to the target audience and to make this company able to compete with its competitors. This design's concept "*The Exclusive*" is used to inform that Sinar Surya Pelangi is able to make many pigment with great and stabilshed quality for they customers. Sinar surya pelangi as the produsen have such a great potensial about this job because this place will have awarned about great potensial same like International public have, so in this point can produce about they're priority object. Besides this place have big potensial about what they're can do, This place do produce by about some art fine, because in this place produce about some in the world of design have big meaning perhaps this is colour. This point show about this place company have such a great quality about produce the object but about the meaning beside that object make this company can have such about many colour which way about custom job as same like what really you want and in this case that"s as keywords about creativity and the they do.

Keyword:

Visual Communication Media, Promotion, *Pigment*.,Creative,Art fines

Pendahuluan

Sinar Surya Pelangi merupakan suatu perusahaan yang bergerak dibidang pigment industrial dimana secara keseluruhan sinar surya pelangi memiliki beberapa segi nilai-nilai yang cukup baik mengenai problem maupun fungsi dari pigment, selain itu juga Sinar Surya Pelangi memiliki beberapa pengertian mengenai pigment, dimana pigment juga disebutkan pewarna yang berupa seperti serbuk atau bubuk powder, dimana keseluruhannya bisa diterapkan untuk memberikan warna ke bidang seperti plastik, spons, fiber, dan juga bisa untuk pasta.

Khusus untuk Sinar Surya Pelangi juga memiliki kelebihan yaitu bisa membuat pasta sendiri, yang nantinya juga bisa digunakan sebagai bahan pelebur yang sebelumnya akan ditujukan untuk pabrik plastik, sehingga bisa memproduksi plastik. Sinar Surya Pelangi juga memiliki kelebihan juga bisa memproduksi pigment sendiri dengan kualitas yang bagus, dan juga mulai banyak yang mengenal di Surabaya

Pigmen atau zat warna adalah zat yang mengubah warna cahaya tampak sebagai akibat proses absorpsi selektif terhadap panjang gelombang pada kisaran tertentu. Pigmen tidak menghasilkan warna tertentu sehingga berbeda dari zat-zat pendar (*luminescence*). Molekul pigmen menyerap energi pada panjang gelombang tertentu sehingga memantulkan pajang gelombang tampak lainnya, sedangkan zat pendar memancarkan cahaya karena reaksi kimia tertentu. (<http://id.wikipedia.org/wiki/Pigmen>)

Di dalam dunia percetakan, pigmen dibagi dalam tiga

pigmen dasar yang mampu meniru pigmen-pigmen lain jika dicampurkan dengan proporsi tepat, yaitu pigmen cyan, magenta, dan kuning. Sebagai tambahan, untuk mendapatkan kedalaman warna ditambahkan pigmen hitam. Misalnya untuk mendapatkan sensasi warna merah, dicampurkan pigmen magenta dan kuning dengan proporsi tertentu.

Pigmen alami banyak yang dihasilkan oleh organisme, dan banyak yang bernilai ekonomi. Pigmen yang dihasilkan oleh organisme dikelompokkan sebagai pigmen hayati.

Pigment juga memiliki beberapa kegunaan dimana keseluruhannya tidak hanya untuk memberikan warna, melainkan keterampilan suatu warna agar bisa menyatu sampai kesuatu sudut-sudut yang sulit agar bisa terlihat menarik. Pigment memiliki beberapa kegunaan dan fungsi yang bisa diterapkan ke suatu bidang tertentu seperti: spons, plastik, bahan cat, sampai fiber, dan masih banyak lagi kegunaannya. Pigment tentunya juga sudah memiliki nilai yang cukup tinggi mulai dari segi kepopulerannya sampai dari segi bidang apa saja yang bisa diterapkan. Sudut ini menyebabkan banyaknya persaingan yang bisa timbul melalui usaha ini, dimana seiring dengan pertambahan waktu, yang menggambarkan semakin bertambah tahun maka akan semakin banyak memberikan tambahan ilmu, tidak terkecuali untuk pigment.

Dewasa ini, bisnis *pigment* sangat dibutuhkan dalam dunia desain grafis maupun hanya sekedar untuk menambah nilai estetika akan suatu objek. Dalam dunia desain grafis misalnya, *pigment* dapat digunakan untuk membuat *cat*, pewarna industri ,

barang seni, misalnya yang diletakkan di media pendukung tertentu. Sedangkan penggunaan *pigment* yang ditujukan untuk menambah segi estetika misalnya dapat digunakan pada cat, cat tembok, tinta, plastik, spons, fiber, dan lain-lain agar dapat tampak lebih menarik dan *eye catching*.

Peluang usaha *pigment* sangatlah besar, meskipun banyaknya persaingan karena usaha ini lebih menekankan pada keahlian dari para individunya yang tentunya bergantung atas kualitas masing-masing individu itu sendiri. Hal ini disebabkan karena banyak masyarakat saat ini yang sangat memperhitungkan segi estetika dari sebuah objek, maka permintaan pasar terbilang cukup tinggi. Ditambah dengan keuntungan yang didapat dari bisnis *pigment* juga cukup besar. Tidak heran apabila bisnis *pigment* sangat diminati oleh masyarakat luas terutama bagi yang menyukai bisnis sendiri.

Sinar Surya Pelangi merupakan salah satu penyedia jasa *pigment* yang berada di kawasan Kedinding Surabaya yang berdiri pada tahun 1990 sehingga sudah tergolong senior pada bidang ini. Tetapi Sinar Surya Pelangi belum memiliki media komunikasi visual untuk mempromosikan usahanya tersebut, sehingga penulis ingin merancang media tersebut. Nama Sinar Surya Pelangi sendiri diambil karena menggambarkan bias cahaya dari pelangi yang menggambarkan keaneka ragam dari pigment dan juga menjadikan usaha ini bersinar atau berjaya terus.

Sinar Surya Pelangi masih memiliki kekurangan dalam berbagai segi permasalahan seperti kurang dikenal akibat tidak adanya promosi sekalipun, jadi hanya mengandalkan dari pelanggan saja dari mulut ke mulut, Sinar Surya Pelangi memiliki potensi yang cukup tinggi, karena Sinar Surya Pelangi memiliki beberapa potensi dengan usaha yang dibuat karena Sinar Surya Pelangi bisa memproduksi sekaligus bisa menghasilkan beberapa produksi dan hasil yang berkualitas.

Bisnis *pigment* juga banyak diminati karena menjanjikan pengalaman usaha yang cukup jarang untuk kawasan Surabaya dan pengalaman industri yang bermanfaat. Potensi yang dimiliki oleh Sinar Surya Pelangi sangatlah tinggi, dikarenakan kalau Sinar Surya Pelangi memiliki beberapa keunggulan yang menyebabkan kalau Sinar Surya Pelangi memiliki kekuatan. Sinar Surya Pelangi memiliki keunggulan dari kompetitornya seperti memproduksi warnanya sendiri, tidak sekedar mengambil barang kemudian dijual lagi, sereta bisa memberikan kecocokan warna seperti permintaan customer yang menginginkan suatu warna tertentu, Sinar Surya Pelangi sanggup untuk mencarikan dan membuatkan sampai benar-benar mendapatkan warna yang sesuai. Sinar Surya Pelangi juga memiliki keunggulan dari segi kualitas dimana semua barangnya bisa bersaing dengan barang-barang dari luar maupun dalam negeri, dengan kata lain bertaraf internasional, kemudian juga untuk harga memiliki pasaran yang terjangkau dan bisa bersaing dengan yang lain. Sehingga penulis menginginkan agar dilakukan pembuatan media promosi agar bisa membantu kelancaran Sinar Surya Pelangi dalam meningkatkan kualitas, dan juga kuantitas untuk memberikan gambaran sebagai perusahaan yang sudah besar dan maju sehingga bisa bersaing dengan perusahaan pigment yang lain, atau bahkan melebihi sehingga bisa menjadi pemasok untuk perusahaan lain.

Dengan kelebihan yang dimiliki oleh Sinar Surya Pelangi, maka perlu dibuatkan media promosi agar lebih dikenal oleh masyarakat dan memiliki image yang baik.

Metode penelitian

a. Metode penelitian Kualitatif

Tujuan utama penelitian dengan pendekatan kualitatif adalah mengembangkan pengertian dan konsep-konsep yang pada akhirnya menjadi teori baru (Sarwono & Lubis 1988:120). Penelitian ini dapat dilakukan dengan cara wawancara dan observasi.

b. *SWOT*

Analisa SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisa ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) dan ancaman (*Threats*). (Siregar, 2003; par.1)

- *Strength*

Untuk mengetahui kekuatan atau keunggulan jasa dan produk dibanding kompetitor. Dalam hal ini, kekuatan bisa diartikan sebagai kondisi yang menguntungkan untuk perusahaan tersebut.

- *Weakness*

Untuk mengetahui kelemahan jasa dan produk dibanding kompetitor. Dalam hal ini, kelemahan bisa diartikan sebagai suatu kondisi yang merugikan perusahaan tersebut.

- *Opportunity*

Untuk mengetahui peluang pasar. Dalam hal ini bisa diartikan sebagai suatu hal yang bisa menguntungkan jika dilakukan namun jika tidak diambil bisa merugikan, atau sebaliknya.

- *Threat*

Untuk mengetahui apa yang menjadi ancaman terhadap jasa dan produk yang ditawarkan. Dalam hal ini bisa diartikan sebagai suatu hal yang akan menghambat atau mengancam selama perjalanan suatu perusahaan.

c. *USP (Unique Selling Proposition)*

USP atau *Unique Selling Proposition* digunakan untuk menganalisa keunikan jasa dan produk yang dapat diangkat menjadi nilai lebih dibandingkan dengan kompetitor. (Saputra, 2005 ; par.1)

Pengertian Pigment

Pigmen atau zat warna adalah zat yang mengubah warna cahaya tampak sebagai akibat proses absorpsi selektif terhadap panjang gelombang pada kisaran tertentu. Pigmen tidak menghasilkan warna tertentu sehingga berbeda dari zat-zat pendar (*luminescence*). Molekul pigmen menyerap energi pada panjang gelombang tertentu sehingga memantulkan pajang gelombang tampak lainnya, sedangkan zat pendar memancarkan cahaya karena reaksi kimia tertentu. (<http://id.wikipedia.org/wiki/Pigmen>)

Di dalam dunia percetakan, pigmen dibagi dalam tiga pigmen dasar yang mampu meniru pigmen-pigmen lain jika dicampurkan dengan proporsi tepat, yaitu pigmen cyan, magenta, dan kuning. Sebagai tambahan, untuk mendapatkan kedalaman warna ditambahkan pigmen hitam. Misalnya untuk mendapatkan sensasi warna merah, dicampurkan pigmen magenta dan kuning dengan proporsi tertentu.

Pigmen alami banyak yang dihasilkan oleh organisme, dan banyak yang bernilai ekonomi. Pigmen yang dihasilkan oleh organisme dikelompokkan sebagai pigmen hayati.

Pigment juga memiliki beberapa kegunaan dimana keseluruhannya tidak hanya untuk memberikan warna, melainkan keterampilan suatu warna agar bisa menyatu sampai kesuatu sudut-sudut yang sulit agar bisa terlihat menarik. Pigment memiliki beberapa kegunaan dan fungsi yang bisa diterapkan ke suatu bidang tertentu seperti: spons, plastik, bahan cat, sampai fiber, dan masih banyak lagi kegunaannya.

Pigment tentunya juga sudah memiliki nilai yang cukup tinggi mulai dari segi kepopulerannya sampai dari segi bidang apa saja yang bisa diterapkan. Sudut ini menyebabkan banyaknya persaingan yang bisa timbul melalui usaha ini, dimana seiring dengan pertambahan waktu, yang menggambarkan semakin bertambah tahun maka akan semakin banyak memberikan tambahan ilmu, tidak terkecuali untuk pigment.

Dewasa ini, bisnis *pigment* sangat dibutuhkan dalam dunia desain grafis maupun hanya sekedar untuk menambah nilai estetika akan suatu objek. Dalam dunia desain grafis misalnya, *pigment* dapat digunakan untuk membuat *cat*, pewarna industri, barang seni, misalnya yang diletakkan di media pendukung tertentu. Sedangkan penggunaan *pigment* yang ditujukan untuk, menambah segi estetika misalnya dapat digunakan pada cat, cat tembok, tinta, plastik, spons, fiber, dan lain-lain agar dapat tampak lebih menarik dan *eye catching*.

Bisnis Pigment

Untuk memulai usaha ini haruslah kita benar-benar memiliki tempat yang cukup luas, dengan mesin yang cukup beragam seperti pasta machine, Powder machine, masterbatch / biji plastik

Jika perangkat untuk memulai bisnis *pigment* telah dimiliki. Selanjutnya anda akan mempelajari proses kerja pembuatan pigment hingga sampai ke tangan konsumen. Berikut tahapannya.

1. Membuat contoh warna

Tahap awal yang harus anda lakukan adalah membuat contoh warna terlebih dahulu. Pembuatan contoh warna harus dilakukan secara manual dengan mengombinasikan beberapa partikel pigment, bisa dari organik maupun kimiawi, ataupun dengan gun check partikel alat menyerupai tembak yang bisa

menganalisis kandungan warna yang ada, biasanya alat ini sering digunakan pada warna bodi mobil.

2. Membuat pasta

Proses selanjutnya yang harus dilalui adalah Peleburan suatu pigment dengan menggunakan mesin pemanas yang berupa mesin pasta, yang kegunaannya adalah sebagai bagian dasar sebelum hendak dilebur ke beberapa media industri tertentu seperti: plastik, spons, fiber, resin, dan lain sebagainya.

3. Pengemasan produk

Pada tahap ini, sebenarnya untuk tahap pasta sudah bisa diserahkan ke konsumen untuk dilebur yang ingin membuat industri plastik, maupun bidang media tertentu, hanya saja pada tahap pengemasan ini haruslah hati-hati, mengapa? Dikarenakan pada proses satu ini diharuskan profesional dengan package barang, karena jika tidak hati-hati seperti kurang rapat pengemasan ataupun juga dengan penjagaan kadar barang juga, jadi pada tahap ini pigment maupun pasta yang diinginkan nantinya akan dibungkus oleh sak-sakan ataupun plastik yang berbentuk seperti bahan karung, yang nantinya berguna juga untuk mengatur kadar pigment berkualitas, dikarenakan jika pada tahap ini tidak hati-hati akan menimbulkan efek-efek yang berpengaruh pada kualitas pigment, seperti jika didalam sak tidak diberi plastik lagi ataupun pada pill/ kemasan berupa tabung plastik maka, pigment akan menempel dipermukaan sak ataupun pill yang nantinya akan berpengaruh pada pengurangan bahan sehingga untuk bahan sekitar 25 kg dikatakan sebagai 1 sak maka jika tidak hati-hati bisa menyusut sampai 15 kg yang akan merugikan kita sendiri. Jadi harus benar-benar teliti agar meminimalisir kerugian.

Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran menggunakan 4P yaitu *Price*(harga), *Place*(Lokasi), *Product*(Produk), *Promotion*(Promosi)

1. Strategi Harga

Strategi harga yang digunakan oleh Sinar Surya Pelangi merupakan memberikan harga yang bersaing dan cukup murah jika dibandingkan dengan kompetitor-kompetitornya. Dan terlebih lagi jika memesan lebih dari satu maka dapat diberikan potongan harga lagi.

2. Strategi Lokasi

Strategi lokasi yang diberikan berupa kenyamanan karena meskipun untuk mencapai lokasi cukup susah karena berada di lokasi pabrik atau industri, akan tetapi lokasi tersebut cukup nyaman karena tidak ramai dengan kendaraan yang lalu lalang. Bahkan Sinar Surya Pelangi juga mampu memberikan pelayanan berupa *delivery order* atau mengirim pesanan kepada pelanggannya.

3. Strategi Produk

Sinar Surya Pelangi memberikan kepuasan pada konsumen karena bahan yang digunakan dapat disesuaikan dengan keinginan konsumen dan juga dengan kualitas pengerjaan yang stabil hasilnya selang beberapa waktu lamanya.

4. Strategi Promosi

Strategi yang digunakan saat ini hanya menggunakan kartu nama dan *mouth calling* ataupun antar telepon

Kesimpulan Analisis Data

Kesimpulan Sinar Surya Pelangi memiliki kelemahan selain dari waktu yang merupakan faktor penghambat,

dikarenakan sudah membuang waktu tanpa promosi, sehingga menjadikan berkurang dibandingkan dengan kompetitor pembanding karena sudah berpromosi dan akhirnya banyak yang mengenal yang menyebabkan nama perusahaan bisa dikenal dan pasti akan bertambah nilai kuantitas yang bertujuan untuk menunjang pendapatan yang diinginkan, melalui data yang saya peroleh saya berasumsi dengan promosi dan pembenaran dibeberapa subjek berhubungan dengan pemasaran barang yang digenjar barulah semuanya pasti akan bisa terwujud. Pada pendasaran Sinar Surya Pelangi ini juga memiliki keseriusan yang mendasar dari semua sektor yang ada yaitu mengenai pemasaran yang diyakini bisa menambahkan beberapa sektor selain yang terutama untuk penambahan omset. Pemasaran ini akan dibahas melalui pengerjaan saya pada konsep yang akan saya jelaskan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala petunjuk, kritik, dan saran yang membangun dari pembaca agar dapat menunjang pengembangan dan perbaikan penulisan selanjutnya.

Akhir kata penulis mohon maaf atas kekurangan dalam penulisan tugas akhir ini dan penulis dengan senang hati menerima saran dan kritik yang membangun dari pembaca.

Semoga tugas akhir ini dapat berguna untuk menambah wawasan dan wacana bagi rekan-rekan mahasiswa.

Surabaya, Juni 2015



Kenny Joewono

Kesimpulan

Setelah melakukan berbagai penelitian, analisa data, dan perencanaan sebuah prose's kreatif, ada banyak pengalaman dan hal-hal baru yang diperoleh penulis, yang meliputi cutting sticker dan juga berbagai macam kegunaanya.

Sinar Surya Pelangi merupakan salah satu perusahaan pigment yang sedang berkembang di Surabaya.

Karena Sinar Surya Pelangi belum pernah sekalipun melakukan promosi selama beberapa tahun, sehingga butuh media promosi yang kreatif dan edukatif agar dapat merangkul target audience yang lebih banyak dibandingkan dengan kompetitornya. Berdasarkan hasil survey maka didapat dapat ditarik kesimpulan bahwa media yang cocok yaitu media ATL(Above The Line) dan BTL(Below The Line yang cukup efektif dan mencapai tujuan yang dikehendaki oleh Sinar Surya Pelangi dengan biaya yang cukup efisien. Karena Sinar Surya Pelangi memiliki target yaitu orang-orang yang bergerak di bidang industri dan kreatif oleh karena itu desain yang ditampilkan dirancang secara simplicity dan elegan baik dari elemen desain dan juga ilustrasinya yang dapat meningkatkan keexclusivefitas dari Sinar Surya Pelangi.

Saran

Perancangan dan media promosi yang digunakan oleh suatu perusahaan hendaknya yang berdesain unik dan berbeda dibandingkan dengan kompetitor-kompetitornya agar perusahaan itu menjadi semakin dikenal dan tertanam dalam benak konsumen. Gaya desain yang digunakan juga harus yang sesuai dengan target audience yang dituju oleh suatu perusahaan agar dapat sesuai dengan selera dan kebiasaan target audience.

Daftar Referensi

Acuan dari jurnal online

Afnarius, Surya. (2010). "Perancangan Sistem". *Kompasiana*, (Online). 2008. 12 Oktober 2010. <<http://edukasi.kompasiana.com/2010/05/03/perancangan-sistem/>>

Anonim. (2008). "Media Promosi". *Dimensi Graphic*, (Online). AskGraphics. 2010. 12 Oktober 2010. <<http://www.dimensigraphic.com/infront/brochure-brosure.htm>>

Saputra, I Made Wiryana. (2009). "USP Untuk Memenangkan Persaingan". *Blogspot*. 2009. Proff Office Blogger Template. 19 Januari 2011. <<http://wiryasaputra.blogspot.com/2009/06/unique-selling-proposition-usp-untuk.html>>

Acuan dari tugas akhir

Budiarta, Fendy. "Perancangan Komunikasi Visual Salon Nensy di Ponorogo". (Tugas Akhir/Karya Desain : No.00110618/DKV/2005). Universitas Kristen Petra, Surabaya. 2005.

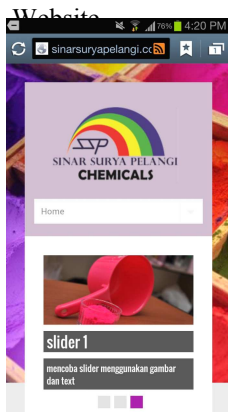
Acuan dari buku

Rangkuti, Freddy. *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2009.

Sarwono, Jonathan. dan Lubis, Hary. *Metode Riset untuk Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Andi, 2007.

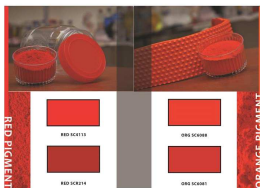
Sutojo. (2009). "Bentuk-Bentuk Promosi". *Shvoong*. (Online). 2005. 12 Oktober 2010. <<http://id.shvoong.com/business-management/marketing/1912045-bentuk-bentuk-promosi/>>

Eksekusi Final Desain/Executions Final Design



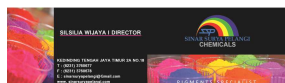
Gambar 4.3.1 Final desain website

Buku Katalog



Gambar 4.3.2 Final desain buku katalog

Kartu nama



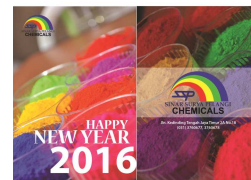
Gambar 4.3.3 Final desain kartu nama

Seragam karyawan



Gambar 4.3.4 Final desain seragam karyawan

Kalender



Gambar 4.28. Final desain kalender

LAMPIRAN

Hasil kuesioner yang telah dibagikan ke 20 responden pada tanggal 18 februari hari Rabu :

Menurut hasil kuisisioner masih banyak orang yang tidak mengetahui mengenai Sinar Surya Pelangi, semua dari 20 responden tidak mengetahui, kemudian mengenai beberapa responden terdapat jawaban mengenai apa kegunaan dari pigment, 10 responden menjawab untuk keperluan fiber, 4 responden menjawab untuk spons, 2 responden menjawab plastik, kemudian 4 responden yang lain ada yang menjawab untuk makanan dan juga untuk cat tembok. Kemudian mengenai responden yang pernah memesan pigment responden banyak yang menjawab kalau mereka biasanya membeli pigment makanan di pabrik-pabrik seperti penuh food industri, sedangkan yang sisanya

ada yang menjawab HCA dan Sumber sebagai pabrik pigment. Pada keterangan responden dikatakan kalau sebagian besar mereka mengetahui tempat adalah dari relasi, kebanyakan dari teman dan sanak saudara kemudian ada yang dari yellow page ataupun pada waktu berkeliling melihat perusahaan tertentu. Responden memberikan jawaban mengenai pertimbangan dalam memilih pigment yang pertama adalah harga terjangkau, kemudian kualitas dan lokasi yang tidak susah dicari, kemudian juga ada yang melihat koran ataupun *yellow page*. Kemudian dari persentase hampir 90% responden mengetahui pigment hanya untuk fiber dan makanan dan mereka pun juga mengetahui dari relasi mereka seperti teman dan sanak saudaranya, sisanya mereka ada yang mengetahui lewat pengalaman mereka dan ada juga yang dari kopran dan sebagainya. Responden menunjukkan mengenai media promosi apa saja yang cocok untuk Sinar Surya Pelangi yang pertama buku identitas/Company profile, Kartu nama, Web, Majalah, Koran, Radio, Katalog. Surat kabar yang sering dibaca ada Jawa pos, Kompas dan Surya. Kemudian untuk radio mereka kebanyakan mendengarkan Suara Surabaya, Suzanna, Female FM. Usia untuk tiap responden berkisar antara 17-35 tahun, kebanyakan dari mereka adalah lulusan s1 dan Smu.

Tabulasi Data Wawancara

Wawancara dilakukan dengan ibu Silsilia Wijaya pada hari kamis 7 februari 2015 sebagai pemilik dari Sinar Surya Pelangi

Awal berdirinya Sinar Surya Pelangi didirikan oleh seorang wanita yang bernama Silsilia Wijaya, pada awalnya ibu Silsilia sudah cukup sering berbisnis dengan berbagai macam usaha, kemudian melihat pigment sebagai mangsa pasar yang cukup menjanjikan akhirnya ibu Lusia memutuskan untuk mulai bergelut di bidang pigment, dikarenakan juga usaha sebelumnya mengalami masalah. Ibu Silsilia

juga terap menambahkan kalau menyukai investasi sebagai hobby dan kebetulan juga ibu Lusia menyukai warna dengan corak tertentu yang menyebabkan ibu Silsilia menyukai pekerjaan bidang ini. Pada pekerjaan sebelumnya ibu Silsilia mengalami masalah pada pekerjaan makelar jual beli mobil, dikarenakan ada problem internis dengan partner bisnisnya. Awal mula Sinar Surya Pelangi berdiri pada tahun 1997, tepatnya beliau berusia 20 tahun, pada tahapan intern Sinar Surya Pelangi memiliki 9 pegawai dikarenakan lemahnya promosi menyebabkan orderan dirasa kurang cukup, kedepannya pasti akan bertambah singkatnya. Sinar Surya Pelangi memiliki potensi besar dikarenakan bisa memberikan harga terbaik atau terjangkau dan juga custom dengan artian menerima media apapun yang memerlukan pigment, yang bisa menjadikan Sinar Surya Pelangi lebih unggul. Tentunya perusahaan ini memiliki visi sebagai perusahaan yang bisa mengekspor sendiri. Sinar Surya Pelangi tidak pernah berpromosi jadi selama ini hanya dikenal antar mulut saja

Sementara ini baru 9 orang karena memang belum pernah berpromosi sehingga orderan memang belum terlalu banyak tapi ke depannya pasti akan bertambah. Sinar Surya Pelangi bisa membuat pigment untuk keinginan konsumen seperti plastik, fiber, spons, cat dan lain-lain, semua yang tergolong bidang industri. Sinar Surya Pelangi memiliki beberapa mesin yang canggih seperti mixer, pencampur, pasta, dan lain-lain yang nantinya juga ada mesin masterbatch atau biji plastik dengan minimal sehari orderan mencapai 5 ton.

Introductions

Sinar Surya Pelangi is a company engaged in industrial pigment which overall solar rays rainbow has some respects the values are quite good about the problem as well as a function of the pigment, but it also Sinar Surya Pelangi has some understanding of the pigment, which is also mentioned pigment dyes

which form such as powder or powder powder, where the whole can be applied to provide color to areas such as plastics, sponge, fiber, and also can be used for pasta. Especially for Sinar Surya Pelangi also has the advantage that can make their own pasta, which will also be used as an ingredient previously fuser will be devoted to the plastic factory, which can produce plastic. Sinar Surya Pelangi also has advantages also can produce the pigment itself with good quality, and also started many know in Surabaya

Pigment or dye are substances that change the color of visible light as a result of the process of selective absorption wavelength in a certain range. Pigment does not produce a specific color that is different from the substances glow (luminescence). Pigment molecules absorb energy at specific wavelengths that reflect other visible wave display, while the fluorescent substances emit light due to certain chemical reactions.

([Http://id.wikipedia.org/wiki/Pigmen](http://id.wikipedia.org/wiki/Pigmen))

In the world of printing, the pigment is divided into three basic pigments are capable of imitating other pigments when mixed in the proper proportions, ie the pigment cyan, magenta, and yellow. In addition, to get the color depth of black pigment added. For example to get the sensation of red, magenta, and yellow pigments mixed with a certain proportion.

Many natural pigments produced by the organism, and a lot of economic value. Pigment produced by the organism classified as a biological pigment.

Pigment also has several uses in which the whole is not only to provide color, but keterapan a color that can blend up to a certain corners that are difficult to be able to look attractive. Pigment has multiple uses and functions that can be applied to a specific field such as: sponges, plastic, paint materials, to fiber, and many more uses. Pigment must also already have a high enough value to start in terms of its popularity in terms of areas of what can be applied. This angle causes the amount of competition that could arise

through this effort, which along with the increase of time, illustrating the growing year it will be more and more give additional knowledge, no exception to pigment.

Today, business pigment is needed in the world of graphic design and also just to add aesthetic value to be an object. In the world of graphic design, for example, the pigment can be used to make paint, dye industry, art objects, such as those laid out in particular supporting media. While the use of pigment that is intended to add to the aesthetics for example can be used in paints, paint, ink, plastic, sponge, fiber, and others in order to look more attractive and eye catching.

Pigment business opportunities are enormous, though the amount of competition for this business is more emphasis on the expertise of the individuals who must rely on the quality of each individual. This is because many of today's society that is taking into account the aesthetics of an object, then the market demand is quite high. Coupled with the benefits of a pigment business is also quite large. No wonder if the pigment business is in great demand by the public, especially those who love the business itself.

Sinar Surya Pelangi is one of the service providers in the area of pigment Kedinging Surabaya, established in 1990 that has been classified as a senior in this field. But Sinar Surya Pelangi not have the visual communication media to promote his business, so the authors would like to design the media. Sinar Surya Pelangi name itself is taken as the light of a rainbow illustrates the bias that illustrate the diversity of the pigment and also make it shine or victorious effort continues.

Sinar Surya Pelangi still have deficiencies in various aspects such as the lesser known problems due to lack of promotion though, so just rely on any customer word of mouth, Sinar Surya Pelangi have the potential is high enough, because the Sinar Surya Pelangi has some potential to the effort made because Sinar Surya

Pelangi can produce and also can produce some of the production and quality results.

Business pigment is also much in demand as a promising business experience which is quite rare for Surabaya region and industry experience helpful. The potential of the Sinar Surya Pelangi is very high, because if Sinar Surya Pelangi has some advantages that led to that Sinar Surya Pelangi has power. Sinar Surya Pelangi has the advantage of producing color kompetitornya like himself, not just about taking things then sold again, sereta can provide color matching as demand costumer who want a certain color, Sinar Surya Pelangi able to find and make up to really get the color sesauai , Sinar Surya Pelangi also has advantages in terms of quality where all goods can compete with goods from outside and within the country, in other words, international, and also to have a market price that is affordable and can compete with the others. So I wanted to do the manufacture of a media campaign in order to help smooth the Sinar Surya Pelangi in meningkatkan quality and quantity also to m, emberikan picture of a company that has a large and developed so that it can compete with other pigment company, or even exceed that could be a supplier for other companies.

With the advantages possessed by the Sinar Surya Pelangi, then the media campaign needs to be made to be more known by the public and has a good image.

Focus of discussions

Research methods

Qualitative research methods

The main purpose of research with a qualitative approach is to develop understanding and concepts which eventually become the new theory (Sarwono & Lubis 1988: 120). This research can be done by means of interviews and observation.

SWOT

SWOT analysis is to identify the various factors systematically to formulate the corporate strategy. This analysis is based on the logic that maximizes the strengths (Strengths) and opportunities (Opportunities), but simultaneously can minimize your weaknesses (Weaknesses) and threats (Threats). (Siregar, 2003; par.1)

- Strength

To determine the strength or excellence services and products compared to competitors. In this case, the power can be interpreted as favorable conditions for the company.

- Weakness

To know the weaknesses of the services and products compared to competitors. In this case, the weakness could be defined as a condition that is detrimental to the company.

- Opportunity

To determine market opportunities. In this case can be interpreted as something that could be profitable if done but if not taken could be detrimental, or vice versa.

- Threat

To find out what is becoming a threat to the services and products offered. In this case can be interpreted as something that would hamper or threaten during the course of a firm.

USP (Unique Selling Proposition)

USP or Unique Selling Proposition is used to analyze the uniqueness of services and products that can be promoted to more value compared to competitors. (Saputra, 2005; par.1)

Understanding Pigment

Pigment or dye are substances that change the color of visible light as a result of the process of selective absorption wavelength in a certain range. Pigment does not produce a specific color that is different from

the substances glow (luminescence). Pigment molecules absorb energy at specific wavelengths that reflect other visible wave display, while the fluorescent substances emit light due to certain chemical reactions.

([Http://id.wikipedia.org/wiki/Pigmen](http://id.wikipedia.org/wiki/Pigmen))

In the world of printing, the pigment is divided into three basic pigments are capable of imitating other pigments when mixed in the proper proportions, ie the pigment cyan, magenta, and yellow. In addition, to get the color depth of black pigment added. For example to get the sensation of red, magenta, and yellow pigments mixed with a certain proportion.

Many natural pigments produced by the organism, and a lot of economic value. Pigment produced by the organism classified as a biological pigment.

Pigment also has several uses in which the whole is not only to provide color, but keterampilan a color that can blend up to a certain corners that are difficult to be able to look attractive. Pigment has multiple uses and functions that can be applied to a specific field such as: sponges, plastic, paint materials, to fiber, and many more uses. Pigment must also already have a high enough value to start in terms of its popularity in terms of areas of what can be applied. This angle causes the amount of competition that could arise through this effort, which along with the increase of time, illustrating the growing year it will be more and more give additional knowledge, no exception to pigment.

Today, business pigment is needed in the world of graphic design and also just to add aesthetic value to be an object. In the world of graphic design, for example, the pigment can be used to make paint, dye industry, art objects, such as those laid out in particular supporting media. While the use of pigment that is intended to, add to the aesthetics for example, can be used in paints, paint, ink, plastic, sponge, fiber, and others in order to look more attractive and eye catching.

Pigment Business

To begin this endeavor we should actually have a fairly broad, with a fairly diverse machines such as pasta machine, Powder machine, masterbatch / plastic pellets

If the device to start the business has been owned pigment. Next, you will learn the process of making pigment work up to consumer. The following stages.

Make color samples

Early stage you have to do is membuat contoh color first. Making the color samples must be done manually by combining some pigment particles, can be of organic or chemical, or by check particle gun resembling a tool that can analyze the content of firing the existing color, usually the tool is often used in car body color.

Make pasta

The next process to be followed is the fusion of a pigment by using a heat engine in the form of pasta machines, whose usefulness is as a basic part before going to be melted to some media specific industries such as: plastics, sponge, fiber, resin, and so forth.

Packaging products

At this stage, actually to the stage of pasta can already handed over to the consumer to be melted who want to make the plastics industry, as well as certain areas of the media, only at the stage of this packaging must be careful, why? This is because the process required a professional to package goods, because if not careful as less dense packaging or also secure content items as well, so at this stage the desired pigment or pasta will be wrapped by sak-sakan or plastic that are shaped like sack material, which will be useful also to regulate the levels of quality pigment, because if at this stage are not careful will cause effects that affect

the quality of pigment, as if inside plastic bags are not given anymore or the pill / packaging in the form of a plastic tube then , pigment will stick to the surface of the sack or pill that will affect the reduction of material so as to approximately 25 kg material is said to be one sack then if not careful can shrink up to 15 kg that would harm us sendiri. Jadi must be really careful to minimize losses.

Argument and Comment

Marketing Strategy

Using the 4P marketing strategy, namely Price (price), Place (location), Product (Product), Promotion (Promotion)

Pricing Strategies

Pricing strategies used by Sinar Surya Pelangi is to provide competitive prices and reasonably priced when compared to competitors-competitors. And moreover if the order more than one, it can be given a discount again.

Strategy Locations

Strategic location given in the form of comfort because even though the location is quite difficult to reach because it is located in a factory or industrial location, but the location is quite convenient because it is not crowded with passing vehicles. Even Sinar Surya Pelangi is also able to provide services such as delivery order or send the order to the customer.

Product Strategy

Sinar Surya Pelangi give satisfaction to the consumer because of the materials used can be tailored to the desires of consumers and also with the quality of workmanship that results are stable for a considerable time lapse.

Promotion Strategy

The strategy used currently only using calling cards and mouth or between the phone

Conclusions Data Analysis

Conclusion Sinar Surya Pelangi has drawbacks apart from the time an inhibiting factor, is due to waste time without promotion, making reduced compared with competitors comparison because it is promoted and ultimately causes many know that the company name be known and would have increased the value of the quantity which aims to support the desired revenue, through the data I get I assume the promotion and justification in some subjects related to the marketing of goods which digenjar then everything would have been able terwujud. Pada grounding Sinar Surya Pelangi also has a fundamental seriousness from all sectors that there is about marketing that is believed to add some sectors other than those primarily to the addition of turnover. This marketing will be discussed through my workmanship on the concept that I will explain.

Conclusions

Conclusion

After conducting various studies, data analysis, and planning a prose's creative, there are lots of experiences and new things obtained by the authors, which include cutting sticker and also various kinds of role.

Sinar Surya Pelangi is one company that is growing pigment in Surabaya. Because Sinar Surya Pelangi never once did the promotion for several years, so it took a creative media and educational campaign in order to embrace a target audience that is more than the kompetitornya. Berdasarkan the importance of the survey results can be concluded that the appropriate media is media ATL (Above The Line) and BTL (Below The Line) are quite effective and achieve the

desired goal by Sinar Surya Pelangi at considerable cost efisien. Karena Sinar Surya Pelangi has a target of people who are engaged in the creative industries and therefore design shown designed both simplicity and elegance of the design elements and illustrations also can increase keexclusiveness of Sinar Surya Pelangi.

Suggestion

Design and media campaign that used by a company which design should be unique and different compared to competitors-competitors that the company is becoming increasingly well known and embedded in the minds konsumen. Gaya designs used should also be in accordance with the intended target audience by a company in order to according to the tastes and habits of the target audience.

APPENDIX

Results of the questionnaire that was distributed to 20 respondents on 18 February Wednesday:

According to the results of the questionnaire are still many people who do not know about the Sinar Surya Pelangi, all of the 20 respondents did not know, then the respondents there were some answers about what the use of pigment, 10 respondents for the purposes of fiber, 4 respondents answered for sponges, 2 respondents answered plastic, then there are 4 other respondents who answered for food and also for paint tembok. Kemudian the respondents who had ordered many pigment respondents who answered that they usually buy food pigment in plants such as industrial food vendor directly, while the rest is the answer HCA and Source as factory pigment. Pada statement that most of the respondents said they know the place is out of relationships, mostly from friends and relatives then there are of yellow page or at the time of a tour of the particular company. Respondents provide answers regarding consideration in choosing a

first pigment which is reasonably priced, then the quality and location is not hard to find, then there is also a look at the newspaper or yellow page. Then the percentage of nearly 90% of respondents knew pigment only for fiber and food and were well aware of their relationship as friends and relatives, the rest of them were aware through their experience and also from kopran and so on. Respondents indicate on any promotional media suitable for Sinar Surya Pelangi first book identity / Company profile, cards, Web, Magazines, Newspapers, Radio, Catalog. Newspapers are often read existing posts Java, Compass and Surya. Then they mostly listen to radio Suara Surabaya, Suzanna, Female FM. Usia to each of the respondents ranged from 17-35 years, most of them are graduates of s1 and Smu.

Data Tabulation Interview

Interviews were conducted with mothers Silsilia Wijaya on Thursday 7 February 2015 as the owner of Sinar Surya Pelangi

Sinar Surya Pelangi inception founded by a woman named Silsilia Wijaya, the mother initially Silsilia often enough to do business with a wide range of business, then look at the pigment as prey promising market Lusiana's mother finally decided to start wrestling in the field of pigment, because also the business previous experience problems. Mother Silsilia also arranging adding that like investment as a hobby and incidentally also the mother Lusiana like color with a particular pattern which causes the mother Silsilia like this field of work. At a previous job Silsilia mother having problems on the job brokering buying and selling cars, because there are problems internist with his business partner. Beginning of Sinar Surya Pelangi established in 1997, precisely he was 20 years old, at the stage of internal Sinar Surya Pelangi has 9 employees due to a weak promotional caused orderan considered insufficient,

the future will certainly increase in short. Sinar Surya Pelangi has great potential due to give the best price or affordable and also the custom to accept the terms of any media that requires pigment, which can make the Sinar Surya Pelangi superior. The company certainly has a vision as a company that can export its own. Sinar Surya Pelangi not been promoted so far only known between the mouth only

While this new 9 because it has not been promoted so that orders are not too much in the future but will definitely increase.

Sinar Surya Pelangi can make pigment for consumers desire such as plastic, fiber, sponge, paint and others, all of which belong to the field of industry. Sinar Surya Pelangi has some advanced machines such as mixers, mixer, pasta, and others that will affect juiga no machine masterbatch or plastic pellets with minimum daily orders up to 5 tons.

Reference List

Reference of the online journal

Afnarius, Surya. (2010). "System Design". Kompasiana, (Online). 2008. October 12, 2010. <<http://edukasi.kompasiana.com/2010/05/03/design-system/>>

Anonymous. (2008). "Media Campaign". Graphic dimensions, (Online). AskGraphics. 2010. October 12, 2010. <<http://www.dimensigraphic.com/infront/brochure-brosure.htm>>

Saputra, I Made Wirya. (2009). "USP To Win Competition". Blogspot. 2009. Proff Office Blogger Template. January 19, 2011. <<http://wiryasaputra.blogspot.com/2009/06/unique-selling-proposition-usp-untuk.html>>

Reference of the final project

Budiarta, Fendy. "Visual Communication Design Salon NENSY in Ponorogo". (Final / Work Design: No.00110618 / DKV / 2005). Petra Christian University, Surabaya. 2005.

A reference from the book

Rangkuti, Freddy. Promotion of Creative Strategies and Case Analysis Integrated Marketing Communication. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama 2009.

Sarwono, Jonathan. and Lubis, Hary. Research Methods for Visual Communication Design. Yogyakarta: Andi 2007.

Sutojo. (2009). "Forms of Promotion". Shvoong. (On Line). 2005. October 12, 2010. <<http://id.shvoong.com/business-management/marketing/1912045-bentuk-bentuk-promosi/>>

