

## PERANCANGAN MEDIA SOSIALISASI MANFAAT BUAH TOMAT DALAM BENTUK MEDIA TERCETAK BAGI MASYARAKAT JAWA TENGAH

**Kisrochah**

Jurusan Seni Rupa, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Semarang, Indonesia

### Info Artikel

*Sejarah Artikel:*

Diterima Agustus 2013

Disetujui September 2013

Dipublikasikan

November 2013

*Keywords:*

*Socialization Media, Printed  
Media*

### Abstrak

Tujuan proyek studi: untuk mengaplikasikan pengalaman dan pengetahuan selama masa perkuliahan ke dalam suatu bentuk karya komunikasi visual untuk membantu Dinas Kesehatan Provinsi Jawa Tengah dalam rangka mensosialisasikan manfaat buah tomat kepada masyarakat Jawa Tengah khususnya usia remaja yaitu antara 14 sampai 20 tahun, guna mendukung program gerakan sadar gizi. Media komunikasi visual tercetak merupakan salah satu media sosialisasi yang berfungsi sebagai alat penyampai pesan yang di dalamnya terdapat pesan visual maupun verbal yang dapat ditangkap dengan indra penglihatan, pesan yang disampaikan dituangkan ke dalam bentuk visual. Dalam berkarya desain, penulis mencoba untuk membuat karakter baru yang merupakan bentuk penggabungan dari buah tomat dan figur manusia yang menghasilkan karakter baru tangan teknik gambar berbasis vektor menggunakan *software* Corel Draw X4 dan mengaplikasikannya ke dalam bentuk media komunikasi visual tercetak. Media yang digunakan di antaranya adalah brosur, poster, dan *merchandise* yang berupa pembatas buku, stiker, mug, *T-Shirt* dan pin. Dalam proyek studi ini, penulis menyajikan delapan karya desain yang keseluruhannya menampilkan desain karya visual. Karya-karya tersebut merupakan daya kreativitas penulis, pada puncak bentuk penyampaian proyek studi ini adalah dengan melakukan pameran di kampus Seni Rupa Universitas Negeri Semarang.

### Abstract

*Study project objectives : to apply the experience and knowledge during the lectures into a form of visual communication work to help the Central Java Provincial Health Office in order to promote the benefits of tomatoes to the people of Central Java is especially teens between 14 to 20 years , in order to support the movement aware of nutrition . Printed visual communications media is one medium of socialization that serves as a messenger tool which there are visual and verbal messages that can be captured by the sense of sight , the message delivered is poured into a visual form . In design work , the author tries to make a new character that is a form of incorporation of tomato fruit and human figures that produces new characters amid a vector-based drawing techniques using Corel Draw X4 software and applying it to the printed form of visual communication media . Media used in antaranya are brochures , posters , and merchandise in the form of bookmarks , stickers , mugs , T - shirts and pins . In this study project , the author presents eight overall design work featuring the work of visual design . These works is the power of creativity the author , at the peak of form submission of this study project is to conduct on-campus exhibition of Fine Arts , State University of Semarang .*

© 2013 Universitas Negeri Semarang

✉ Alamat korespondensi:

Gedung B5 Lantai 2 FBS Unnes

Kampus Sekaran, Gunungpati, Semarang, 50229

E-mail: [senirupa@unnes.ac.id](mailto:senirupa@unnes.ac.id)

ISSN 2252-7516

## PENDAHULUAN

Tomat sangat bermanfaat bagi tubuh karena mengandung vitamin dan mineral yang diperlukan untuk pertumbuhan dan kesehatan. Buah tomat juga mengandung karbohidrat, protein, lemak dan kalori. Buah tomat bisa menjadi komoditas yang multiguna berfungsi sebagai sayuran, bumbu masak, penambah nafsu makan, minuman, bahan pewarna makanan, sampai kepada bahan kosmetik, obat-obatan, dan bahan baku industri saus.

Buah tomat mengandung alkaloid solanin (0,007%), saponin, asam folat, asam malat, asam sitrat, bioflavonoid (termasuk rutin), protein, lemak, gula (glukosa, fruktosa), adenin, trigonelin, kholin, tomatin, mineral (Ca, Mg, P, K, Na, Fe, sulfur, chlorine), vitamin (B1, B2, B6, C, E, likopen, niasin), dan histarin. Rutin dapat memperkuat dinding pembuluh darah kapiler. Klorin dan sulfur adalah *trace element* yang berkhasiat detoksikan (Fitriani, 2010:1).

Tomat kaya akan *lycopen* (suatu golongan karotenoid), yaitu salah satu antioksidan yang paling kuat, yang diduga dapat mencegah karsinogenesis. Penelitian Giovanucci menunjukkan bahwa asupan makanan yang kaya *lycopen* (misal jus tomat, saus tomat dan pizza) menurunkan kanker prostat. Dalam konteks yang sama, hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa antioksidan *lycopen* yang berada pada konsentrasi paling tinggi ketika tomat sudah dimasak (Kusumo, 2010:24).

Pengenalan akan kandungan nutrisi buah tomat kepada masyarakat Jawa Tengah ini belum dikatakan berhasil, karena pada kenyataannya instansi kesehatan yaitu Dinas Kesehatan Jawa Tengah belum mengadakan program sosialisasi secara khusus, sehingga informasi tentang manfaat buah tomat hanya bisa didapat melalui artikel di majalah/jurnal kesehatan. Dengan demikian perlu dilakukan upaya pengadaan media sosialisasi yang dapat menjangkau seluruh

lapisan masyarakat Jawa Tengah baik dari segi geografis maupun demografis.

Sehubungan dengan latar belakang masalah tersebut penulis bermaksud untuk membantu Dinas kesehatan Jawa Tengah untuk membuat sebuah media sosialisasi yang memudahkan masyarakat untuk mengetahui manfaat buah tomat, yaitu berupa media komunikasi secara tercetak yang dekat dengan kehidupan mereka sehari-hari, sehingga masyarakat mendapatkan informasi tentang kandungan nutrisi buah tomat dengan akses yang lebih mudah.

Berdasarkan dari data yang didapat, perancangan media sosialisasi buah tomat ini merupakan bentuk iklan layanan masyarakat, sehingga klien yang dipilih adalah badan atau lembaga pemerintah yang bergerak dibidang kesehatan.

Karya dalam bentuk media tercetak dipilih karena kelebihan yaitu;

1. dapat dibaca berkali-kali dengan cara menyimpannya,
2. dapat membuat orang berfikir lebih spesifik tentang isi tulisan,
3. bisa disimpan/dikoleksi isi informasinya,
4. harganya lebih terjangkau,
5. mampu menjelaskan hal-hal yang bersifat kompleks.

Untuk itu penulis menentukan beberapa alternatif media tercetak yang mudah disebarluaskan kepada masyarakat Jawa Tengah, yaitu berupa brosur, poster dan *merchandise*. Untuk penyebarannya, brosur dan poster dapat dilakukan pada saat Dinas Kesehatan melakukan program/penyuluhan di puskesmas di wilayah Jawa Tengah, sedangkan untuk *merchandise* dapat dilakukan ketika Dinas Kesehatan mengadakan *event* seperti jalan sehat.

Tujuan pembuatan media sosialisasi manfaat buah ini adalah:

1. Mengaplikasikan pengalaman dan pengetahuan selama masa perkuliahan ke dalam suatu bentuk karya komunikasi visual yaitu perancangan media

sosialisasi yang diaplikasikan ke dalam media tercetak.

2. Membuat desain media komunikasi visual untuk membantu Dinas Kesehatan Provinsi Jawa Tengah dalam rangka mensosialisasikan manfaat buah tomat kepada masyarakat Jawa Tengah.

Manfaat pembuatan media sosialisasi buah tomat ini adalah:

1. Bagi Penulis  
Karya desain ini berguna sebagai acuan dalam meningkatkan kreativitas dan inovasi desainer dalam pembuatan karya visual yang diaplikasikan ke dalam media tercetak.
2. Bagi Dinas Kesehatan  
Membantu memberikan sarana sosialisasi kepada masyarakat agar termotivasi untuk mengkonsumsi buah tomat, setelah mengetahui kandungan dalam zat warna tomat yang memiliki khasiat bagi kesehatan tubuh.
3. Bagi masyarakat  
Masyarakat dapat memahami tentang pentingnya mengkonsumsi buah tomat guna menunjang kebutuhan tubuh akan nutrisi melalui media sosialisasi yang dikembangkan oleh penulis.

## METODE BERKARYA

### Teknik Berkarya

Dalam berkarya penulis menggunakan teknik cetak *Print-out*, *digital printing offset* dan *Mesin Press 4in1* untuk menghasilkan gambar yang besar dengan keakuratan warna yang baik. Desain karakter visual dibuat dengan referensi gambar yang diambil dari internet yang digambar ulang dengan menggunakan program Corel Draw X4. *Layout* desain dibuat dengan menggunakan program Corel Draw X4, dalam prosesnya juga Corel Photopaint untuk proses pengeditan gambar bitmap. Gambar kerja atau *artwork* disimpan dalam format CDR (Corel Draw), sedangkan gambar hasilnya

disimpan dengan format JPEG (*Joint Photographic Express Group*).

### Media Berkarya

Untuk mensosialisasikan tentang manfaat buah tomat ini kepada masyarakat Jawa Tengah ini, penulis memilih media komunikasi tercetak, dengan pertimbangan bahwa media tercetak dapat menjangkau semua lapisan masyarakat, selain itu juga dapat disimpan dalam kurun waktu tertentu, informasi dapat dibaca berulang sehingga tidak terlalu banyak menghabiskan biaya. Jenis media tercetak yang dipilih adalah brosur, poster dan *mechandise*.

### Penetapan Tujuan Berkarya

Tujuan dari proyek studi ini adalah menciptakan media sosialisasi untuk memberikan informasi tentang manfaat buah tomat kepada masyarakat Jawa Tengah khususnya mereka yang menginjak usia remaja yaitu usia 14 sampai dengan 20 tahun.

### Analisis Khalayak Sasaran

Dalam perancangan media sosialisasi manfaat buah tomat ini, khalayak sasaran yang dipilih oleh penulis adalah masyarakat Jawa Tengah, agar penyampaian pesan dari sosialisasi tentang manfaat buah tomat ini dapat tercapai secara efisien, maka penulis perlu memahami tentang khalayak sasaran, salah satunya dengan segmentasi dari segi:

#### 1. Geografis

Segmentasi pasar secara geografis merupakan segmentasi berdasarkan tempat tinggal khalayak sasaran. Secara geografis Jawa Tengah memiliki kondisi yang beragam, yakni daerah perkotaan, perdesaan, pegunungan, pesisir dan lain sebagainya. Penduduk Jawa Tengah belum menyebar secara merata di seluruh wilayah Jawa Tengah. Umumnya terkonsentrasi di perkotaan dengan dukungan aspek kegiatan ekonomi disertai sarana dan prasarana yang memadai.

#### 2. Demografis

Segmentasi khalayak dari segi demografis adalah:

Usia : Remaja (14-20 tahun)  
Jenis Kelamin : Laki-laki dan perempuan  
Pendidikan : Remaja dengan jenjang pendidikan SLTP dan SLTA

### 3. Psikografis

Segmentasi khalayak dari segi psikografis adalah masyarakat Jawa tengah khususnya usia remaja, karena apada usia ini mereka mulai banyak aktifitas diluar ruangan yang dapat mengakibatkan menumpuknya radikal bebas dalam tubuh, selain itu juga pola makan yang tidak teratur yang dapat menyebabkan gangguan pencernaan dan obesitas.

Melalui aspek geografis, demografis dan psikografis yang telah dijabarkan, penulis mendapatkan ide untuk membuat konsep visual untuk perancangan media sosialisasi manfaat buah dalam bentuk media tercetak bagi masyarakat Jawa Tengah khususnya mereka yang menginjak usia remaja.

## Teknik Pengumpulan Data

### 1. Data Kepustakaan

Data kepustakaan didapat dari beberapa sumber, di antaranya adalah dengan jurnal kesehatan, majalah, referensi yang diunduh dari internet mengenai teori dasar desain, prinsip desain, pembentukan karakter, sistem identitas, teori warna *layout* dan aplikasi desain ke dalam media tercetak.

Data pendukung untuk konsep visual didapat dari beberapa buku bergambar dari artikel kesehatan dan gambar digital dari internet.

### 2. Observasi

Peneliti mencari data-data yang relevan tentang media sosialisasi dengan memperhatikan kaidah-kaidah yang ada. Observasi juga dilakukan untuk mengumpulkan data yang akurat mengenai profil, visi dan misi, tugas pokok serta prigram yang sudah dilaksanakan oleh Dinas Kesehatan Provinsi Jawa Tengah. Sesuai dengan instruksi dari Kepala Bagian Promosi Kesehatan data laporan maupun

dokumentasi program kesehatan dapat diunduh dari situs resmi Dinas Kesehatan Provinsi Jawa Tengah.

### 3. Wawancara

Wawancara dilakukan secara langsung dengan mengambil beberapa sampel beberapa 2 golongan. Golongan pertama adalah Ibu-ibu yang memiliki anak remaja, yang ke dua adalah golongan usia remaja, pertanyaan meliputi tentang sejauh mana mereka memperhatikan pola makan dan pengetahuan tentang nutrisi dari makanan yang mereka makan, dilanjutkan tentang suka atau tidak suka mereka akan buah tomat beserta alasannya, kemudian tentang seberapa jauh mereka tahu manfaat buah tomat bagi kesehatan tubuh.

### 4. Penelusuran Referensi Karya

Penelusuran referensi karya dilakukan dengan melihat beberapa karya desain media tercetak sudah ada, sebagai acuan bagi penulis dalam merancang media sosialisasi manfaat buah tomat yang akan diaplikasikan ke media tercetak.

### 5. Strategi Media

#### a) Brosur

Brosur biasanya memuat informasi yang urut. Brosur biasanya berupa lipatan dan gulungan. Brosur yang dibuat bertujuan untuk mengarahkan pembaca ke informasi yang telah disusun maka model lipatan digunakan dalam perancangan brosur tentang kandungan nutrisi dan manfaat buah tomat bagi kesehatan.

Brosur akan dibuat 29,7 cm x 10,5 cm dengan 3 lipatan. Brosur ini bisa diletakkan klinik kesehatan ataupun puskesmas di tiap-tiap daerah di Jawa Tengah.

#### b) Poster

Poster merupakan media grafis yang memuat unsur teks dan gambar/ilustrasi yang dipasang atau ditempel pada dinding. Visualisasi setiap unsurnya adalah rinci, jelas, realis, sederhana, dan singkat dengan warna yang mencolok sesuai dengan misinya. Poster akan dirancang dengan ukuran standar A2 yang memuat tentang asal buah tomat, kandungan nutrisi dan

manfaatnya bagi kesehatan. Poster ini bisa diletakkan klinik kesehatan ataupun puskesmas di tiap-tiap daerah di Jawa Tengah.

### c) *Merchandise*

*Merchandise* meliputi pembatas buku, stiker, mug, T-Shirt, pin. *Merchandise* dibagikan pada saat even-even kesehatan seperti jalan sehat atau pada saat penyuluhan gizi.

## Konsep Visual dan Konsep Desain

### Konsep Visual

Konsep visual dari perancangan ini adalah gubahan bentuk dari tomat, pada karakter visual desain merupakan transformasi bentuk dari gabungan buah tomat dan figur manusia untuk memberikan kesan hidup dengan menambahkan tangan, kaki mata dan mulut. Sedangkan untuk atribut desain merupakan bentuk stilisasi/penyederhanaan dari bentuk irisan tomat.

### Konsep Desain

Konsep desain dari perancangan ini adalah desain secara keseluruhan. Penggabungan dari karakter buah tomat dengan elemen visual *layout* yang berupa teks yang memuat informasi tentang kandungan dan manfaat buah tomat dengan tujuan agar pesan dapat disampaikan secara efektif kepada khalayak sasaran.

### Penetapan *Tagline*, Tipografi, Warna, dan Pemberian Nama Karakter

#### *Tagline*

*Tagline* adalah salah satu atribut sistem identitas, berupa satu kata atau lebih yang menggambarkan esensi, *personality* maupun *positioning brand*. Dalam pembuatan media visual untuk mensosialisasikan manfaat buah tomat adalah kata-kata yang sifatnya menghimbau maka penulis memilih kata sederhana yang mudah dipahami yaitu 'sehat dengan tomat'

#### Pemberian Nama Karakter

Pemberian nama pada karakter ditujukan untuk memberikan atribut identitas yang membentuk *brand image* awal di benak masyarakat. Sebelum menentukan

nama, terlebih dahulu perlu ditentukan *skenario brand architecture* dari karakter tersebut, karena hal itu mempengaruhi konstruksi penamaan identitas visual. Pemberian nama pada karakter buah tomat ini merupakan jenis nama *metaphore*, yaitu nama diambil dari nama subjek maskot tomat. *Methapor* diambil dari benda tempat, orang hewan, tumbuhan, proses, tokoh mitologi, bahasa asing. (Rustan, 2009:60)

Konsep desain untuk kaum remaja ini terinspirasi dari *image* buah tomat dan tokoh pahlawan super, maka nama yang diberikan untuk karakter visualisasi buah tomat ini adalah "Supertom"

### Tipografi

Selain peranya sebagai penyampai pesan komunikasi, huruf juga mempunyai dampak pada ruang suatu *layout*. Huruf yang digunakan adalah huruf yang sesuai dengan karakter tomat itu sendiri, dalam hal ini penulis menggunakan jenis huruf sebagai berikut:

#### 1. *Alba*



Huruf *Alba* memiliki karakter tidak bersiku, sehingga satu nada dengan bentuk karakter tomat yang bulat. Jenis *font* *alba* super digunakan untuk *tagline* dan nama karakter.

#### 2. *Baskerville old face*



Huruf *Baskerville old face* digunakan penulis untuk *body text* dalam desain. Hal ini dilakukan untuk memberi perbedaan antara *heading* dan *body text*. Selain elemen visual, elemen teks juga memberi segala informasi yang dibutuhkan oleh *target audience*/masyarakat.

#### Warna

Warna yang digunakan dalam perancangan media sosialisasi buah tomat ini adalah warna subtraktif (CMTK). Untuk dapat mengekspresikan tentang buah tomat

maka penulis menggunakan warna dasar yang terkandung dalam buah tomat itu sendiri, yaitu warna merah dan warna hijau. Hal ini dimaksudkan untuk memberi kesan buah tomat secara nyata kepada khalayak sasaran. Dalam penerapannya, warna yang digunakan dalam visualisasi katakter buah tomat ini dikembangkan dengan penerapan warna secara bergradasi atau kombinasi analogus pada warna sejenis.

### Visualisasi Tagline

Visualisasi *tagline* yang digunakan adalah dengan format sebagai berikut:

Untuk menyesuaikan dengan *layout* pada media sosialisasi yang akan digunakan maka dari bentuk awal *tagline* dikembangkan dengan warna yang senada dengan karakter buah tomat yang akan digunakan, yaitu warna hijau sesuai dengan tangkainya dan merah sesuai dengan warnanya.



### Proses Pembentukan Karakter Visual

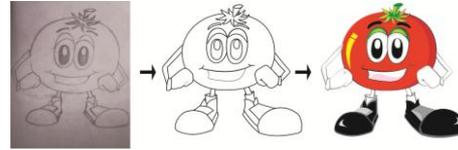
Tahap ini adalah mendesain karakter visual yang akan diterapkan pada media sosialisasi manfaat buah tomat. Langkah pertama adalah dengan mencari gambar referensi di internet yaitu buah tomat dan sosok figuratif pahlawan super. Hal ini dilakukan agar penulis mendapat gambaran karakter seperti apa yang akan dibuat.



Gambar 3.1. Pemilihan Gambar Referensi

Mengacu pada kedua gambar tersebut kemudian dibuat karakter baru dengan membuat sket kasar, kemudian di-*scan* sehingga dapat diolah menggunakan komputer dengan bantuan *software* CorelDraw X4. Tahap selanjutnya hasil *scan* digambar ulang menggunakan *software* CorelDraw X4 hingga pada proses *coloring*, setelah proses *coloring* selesai, maka karakter visual disimpan dalam format CDR (CorelDraw) yang nantinya akan digunakan

dalaam proses *me-layout* dan di-*export* ke format JPG (JPEG Bitmap) yang digunakan dalam menyusun laporan.



Gambar 3.2. Proses Pembentukan Karakter

Selanjutnya dari pembentukan karakter tersebut, dikembangkan menjadi beberapa bentuk guna menunjang proses tata letak dan perwajahan dalam media tercetak yang akan dikembangkan.

### Layout

Proses *me-layout* adalah tahapan untuk menyusun elemen-elemen visual dan teks yang berisi pesan. Tugas seorang desainer grafis adalah menyampaikan pesan-pesan kepada target audience melalui suatu karya grafis. Dalam suatu karya grafis besar kemungkinan tidak hanya memuat atau dua pesab saja.

Tahapan pertama dalam *me-layout* adalah memahami tentang tingkat keterbacaan pesan yang berkaitan dengan pengamat/pembaca, jenis dan cara membaca media, jarak media dan durasi membaca media. Untuk mengatur tingkat keterbacaanya, tahapan berikutnya dalam *me-layout* adalah mengatur informasi mana yang harus pertama kali dilihat oleh pembaca, yang mana kedua, ketiga dan seterusnya. Hal ini yang disebut dengan *sequence*/urutan, atau disebut juga dengan istilah hirarki/*flow*/aliran, dengan adanya *sequence* pembaca akan secara otomatis mengurutkan pandangan matanya sesuai alur baca yang sudah ditetapkan.

*Sequence* dapat dicapai dengan adanya *emphasis*/penekanan, *emphasis* dapat dicapai dengan beberapa cara, diantaranya dengan memberi ukuran yang jauh lebih besar dibandingkan elemen *layout* lainnya, warna yang kontras/ berbeda sendiri dengan latar belakang dan elemen lainnya, letakkan diposisi yang paling menarik perhatian.

Selain prinsip-prinsip tersebut yang perlu diperhatikan dalam komposisi *layout* adalah keseimbangan/*balance*. Hal ini berkaitan dengan pengaturan tata letak, ukuran arah, warna dan atribut-atribut lainnya. Ada dua macam keseimbangan yaitu keseimbangan yang simetris (*symmetrical balance/formal balance*) dan keseimbangan yang tidak simetris (*assymetrical balance/informal balance*). Supaya *layout* memberi efek yang kuat bagi pembacanya, maka hal berikutnya yang perlu diperhatikan adalah *unity/kesatuan*. Teks, gambar, warna, ukuran, posisi, dan elemn lainnya harus saling berkaitan dan disusun secara tepat.

## DESKRIPSI DAN ANALISIS KARYA

### 1. Karakter Visual



Karakter visual buah tomat dibuat dengan teknik digital menggunakan komputer dengan bantuan program Corel Draw 14. Penciptaan karakter sendiri terinspirasi dari tokoh pahlawan super atau superhero, dengan alasan bahwa sosok superhero memiliki karakter yang berbadan kuat dan sehat. Penciptaan karakter buah tomat dimulai dengan pemilihan gambar referensi yang dijadikan acuan untuk pembentukan karakter. Setelah mendapatkan gambar yang sesuai kemudian gambar di-*scan* untuk olah digital menggunakan program Corel Draw X4.

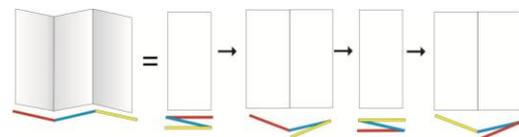
Karakter buah tomat adalah karakter visual yang dibuat untuk membantu penyampaian informasi/pesan kepada khalayak sasaran agar lebih menarik, karakter buah tomat dibuat dengan konsep kartunal yang menyerupai buah aslinya. Warna yang digunakan juga dibuat serupa yaitu dominasi warna merah pada buahnya dan hijau untuk tangkainya. Karakter visual

atau karakter visual yang diciptakan memiliki ekspresi yang ceria dan semangat, hal ini dimaksudkan untuk memberikan motivasi positif pada khalayak sasaran.

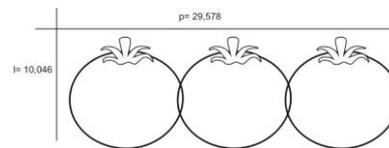
### 2. Brosur



Karya brosur didesain dengan stilisasi/penyederhanaan bentuk tomat, memiliki 6 panel dengan pengulangan bentuk, 3 panel pada bagian depan dan 3 panel pada bagian belakang. Brosur memiliki panjang keseluruhan 29,7 cm dan lebar 10,5 cm. Dicitak dengan *artpaper* dengan gramasi 150gram. Lipatan brosur menggunakan model lipatan *z-fold/zigzag/accordion*. Urutan membaca panel-panel tersebut adalah sebagai berikut:



Ukuran kertas yang digunakan adalah 2 bagian dari kertas A4 dengan pembagian bidang secara horisontal dibagi ke dalam 3 bagian/lipatan yang membentuk panel-panel dengan panjang keseluruhan 29,7cm dan lebar keseluruhan 10,5cm.



### Halaman Cover



Halaman *cover* merupakan panel yang tampak paling depan dalam lipatan, terletak pada panel ke tiga

(kiri) bagian depan brosur. Pada halaman *cover* terdapat karakter buah tomat yang berwarna merah yang memberi gambaran bahwa tomat yang berwarna merah adalah tomat yang sudah masak, selain itu warna merah juga menandakan kandungan *lycopen* yang ada di dalam buah tomat. Bulatan/lingkaran berwarna hijau di bawah karakter tomat berfungsi untuk memberikan aksent/bayangan pada karakter buah tomat.

*Tagline* yang berbunyi 'sehat dengan tomat' memberi dorongan positif kepada pembaca bahwa dengan mengkonsumsi buah tomat dapat membantu untuk tetap menjaga kesehatan tubuh.

### Halaman 1



Halaman 1, adalah halaman pertama isi pesan, di dalamnya terdapat teks yang menjelaskan tentang asal buah tomat kepada pembaca.

*Heading* teks 'Asal buah Tomat' diberi warna kuning dan ukuran yang lebih besar dari *bodytext* yaitu 24pt bertujuan untuk memberikan penekanan pada teks, sedangkan *bodytext* berwarna putih. Perbedaan ukuran huruf pada kata 'Amerika tengah dan Selatan' yaitu 18pt juga bertujuan memberikan *emphasis*/penekanan yang menunjukkan tempat asal buah tomat. Angka 1 (satu) di bagian bawah panel menunjukkan nomor halaman.

### Halaman 2



Halaman 2 berisi tentang informasi nilai gizi buah tomat, yang memuat teks 'setiap 100gram tomat mentah mengandung rata-rata 3-5mg lycopene'. Artinya bahwa dalam 100gram buah tomat mentah, yaitu yang belum dimasak atau diolah rata-rata terkandung 3 sampai 5mg *lycopen*, yaitu zat antioksidan dalam tomat.

Perbedaan ukuran pada tulisan 'setiap 100 gram' yang berwarna kuning dan

'lycopen' yang berwarna merah bertujuan untuk memberikan *emphasis*/penekanan pada jumlah *lycopen* dalam tomat. Angka 2 (dua) pada bagian bawah panel menunjukkan nomor halaman.

### Halaman 3



Halaman 3 memuat tentang cara mengkonsumsi buah tomat, agar memberikan efek/mafaat yang baik bagi kesehatan, memuat teks 'mengonsumsi tomat yang sudah diolah/tomat matang 2x lebih efektif dibanding mengkonsumsi tomat mentah, *lycopen* pada tomat yang sudah diolah (seperti pasta tomat, saus tomat atau sup tomat, akan diserap tubuh dengan baik dibanding *lycopen* yang terkandung pada tomat segar'.

Hal ini menjelaskan bahwa buah tomat yang sudah diolah atau dimasak dapat memberikan manfaat dua kali lipat lebih baik bagi kesehatan tubuh dibandingkan buah tomat yang masih segar. Perbedaan warna dan ukuran pada tulisan 'tomat', '2x' dan 'lycopen' dimaksudkan untuk memberikan penekanan dalam hubungan *lycopen* yang diserap tubuh saat mengkonsumsi buah tomat. Angka 3 (tiga) pada bagian bawah panel menunjukkan nomor halaman.

### Halaman 4



Halaman 4 memuat teks 'tidak hanya kanker, *lycopen* yang terkandung di dalam tomat juga dapat melindungi kita dari serangan jantung'. Kalimat ini menjelaskan tentang manfaat *lycopen* yang terkandung dalam tomat bagi kesehatan tubuh, yaitu zat *lycopen* yang terkandung dalam buah tomat mampu membongkar tumpukan lemak dalam arteri. Sedangkan bagi penyakit kanker zat *lycopen* dalam tomat dapat membantu pencegahan penyakit kanker prostat.

Perbedaan ukuran huruf dan warnanya pada kata 'kanker' yang berwarna kuning, 'lycopen' yang berwarna merah, dan 'serangan jantung' jantung yang berwarna kuning, menunjukkan penekanan kata yang mengacu pada peranan *lycopen* terhadap ke dua penyakit tersebut. Angka 4 (empat) pada bagian bawah panel menunjukkan nomor halaman.

### Halaman 5



Halaman lima memuat 'tomat hijau; tomat yang belum masak, berwarna hijau juga mengandung sedikit racun, jadi sebaiknya tidak dimakan mentah, tetapi harus dimasak/diolah terlebih dahulu'. Tulisan tersebut menjelaskan tentang buah tomat yang belum masak, yaitu buah tomat yang masih berwarna hijau, setidaknya masih mengandung sedikit racun, jadi bila mengkonsumsi buah tomat yang masih berwarna hijau sebaiknya dimasak/diolah untuk mengurangi kadar racun yang terkandung di dalamnya,.

Perbedaan ukuran dan warna pada tulisan 'Tomat Hijau' dan 'racun' yang berwarna kuning, bertujuan untuk memberikan penekanan pada kata yang menjelaskan kaitan bahwa tomat yang berwarna hijau masih mengandung sedikit racun. Angka 5 (lima) pada bagian bawah panel menunjukkan nomor halaman.

### 3. Poster



Tanda verbal dalam poster menyampaikan tentang informasi singkat seputar buah tomat, yaitu meliputi *tagline* 'sehat dengan tomat', kata ini bersifat informatif, yaitu memberikan informasi yang sifatnya memerikan himbauan kepada para pembaca/khalayak sasar bahwa buah tomat bermanfaat bagi kesehatan tubuh manusia, pada baris berikutnya terdapat tulisan yang menjelaskan tentang negara asal buah tomat yaitu pada teks 'Tomat (*Solanum Lycopersicum syn*) yang menjelaskan bahwa tomat adalah tumbuhan dari keluarga Solanaceae, yaitu suku terung-terungan atau *Solanaceae*, salah satu [suku tumbuhan berbunga](#).

Pada baris berikutnya teks 'Tomat adalah buah yang banyak mengandung vitamin A. Kandungan vitamin A nya mencapai 100 IU yang dapat mencegah penyakit mata. Sedangkan kandungan vitamin C pada tomat dapat mencapai 35 mg. Pada tomat yang besarnya sedang, sedikitnya terkandung 30 kalori di dalamnya'. Bagian ini memberikan sedikit penjelasan mengenai nutrisi yang terkandung dalam buah tomat. Pada ilustrasi pohon tomat memuat tentang keterangan manfaat buah tomat yang ditempatkan pada tiap visualisasi buah tomat berwarna merah yang menempel pada pohon.

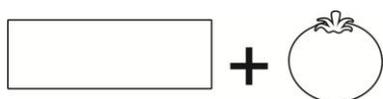
Pada bagian bawah terdapat visualisasi karakter buah tomat yang menghadap ke atas dengan posisi tangan yang menunjuk pada cabang-cabang buah tomat yang di dalamnya memuat tentang manfaat buah tomat bagi kesehatan, karakter visual menunjukkan kepada para pembaca tentang manfaat yang bisa dipetik dari buah tomat. *Background* yang berpetak petak bertujuan untuk membantu pembaca dalam pengelompokan tanda verbal.

### 4. Merchandise Pembatas Buku



Karya pembatas buku dibuat dengan menggunakan *artpaper* dengan gramasi 200gram. Memiliki ukuran panjang 17,6cm dan lebar 5cm. Rancangan desain dibuat dengan teknik digital menggunakan *program* Corel Draw X4.

Pembuatan desain pembatas buku ini diawali dengan pembuatan bentuk dasar, yaitu penggabungan stilisasi buah tomat dengan bidang persegi panjang



Karakter visual dalam desain karya poster ini mengalami perubahan posisi, yaitu duduk dengan wajah yang menghadap ke atas dan jari tangan yang menunjuk pada ilustrasi pohon tomat, ekspresi yang ditampilkan adalah ekspresi penuh semangat, tujuannya untuk memberikan imajinasi positif pada saat pesan itu dibaca oleh pembaca/khalayak sasaran. Lingkaran hijau di bawah karakter buah tomat bertujuan untuk memberikan aksen dan efek bayangan.

Tanda verbal berupa teks ' zat anti oksidan yang dikandung tomat bisa menetralsir berbagai radikal bebas yang dianggap bisa merusak sel dan bisa meningkatkan terjadinya peradangan' menjelaskan kepada para pembaca atau khalayak sasaran tentang kandungan anti oksidan dalam buah tomat yang dapat menetralsir dampak radikal bebas pada kesehatan tubuh.

## Stiker



Desain karya stiker dibuat dengan ukuran 7x7 cm, dicetak menggunakan kertas stiker dengan teknik *digital printing*. Desain karya stiker dibuat dengan menggunakan program Corel Draw X4. Desain karya pin dibuat dengan bentuk dasar raut geometris berupa lingkaran yang berupa stilisasi bentuk tomat.

Lingkaran dan raut organik yang melambungkan buah tomat ini adalah untuk memberikan sebuah gambaran visual buah tomat kepada pembaca/khalayak sasaran. Buah tomat yang berwarna merah melambungkan tomat yang sudah masak. Pada bagian tengahnya terdapat *tagline*'sehat dengan tomat' yang menghimbau kepada masyarakat untuk memelihara kesehatan yang salah satunya dengan mengkonsumsi buah tomat.

## Mug



Mug untuk media sosialisasi buah tomat dirancang dengan menggunakan program Corel Draw X4. Mug untuk sosialisasi buah ini diproduksi dengan teknik *digital printing*. Mug yang digunakan merupakan mug dengan ukuran standar, yaitu memiliki berat kurang lebih 400gram, diameter 8,3cm, tinggi 9,6cm pada badan mug, sedangkan pada tangkainya memiliki tinggi 6,7 cm dan lebar 4cm.



Desain mug menggunakan komposisi yang cenderung simetris dengan penempatan *tagline* di sisi kanan dan isi pesan di sebelah kiri. Warna yang digunakan adalah warna merah, *background* pada teks merupakan penampang buah tomat yang berwarna merah melambangkan buah tomat yang sudah masak. Teks yang memiliki penekanan makna makan dibedakan ukuran dan warna teksnya. Penempatan *tagline* bersinggungan dengan irisan tomat, hal ini irisan tomat tidak hanya berfungsi untuk memberi aksentuasi pada desain, tetapi juga untuk memberikan visualisasi yang lebih menarik.

Dari segi komunikasi, isi pesan yang berbunyi 'setiap 100gram tomat segar rata-rata mengandung 3-5mg lycopen' menjelaskan kepada pembaca bahwa dalam setiap 100 gram buah tomat segar yang sudah masak setidaknya mengandung zat *lycopen* sebanyak 3-5mg di dalamnya.

### T-Shirt



Desain karya T-Shirt dibuat dengan menggunakan teknik *digital printing* dengan ukuran M, L dan XL. Karya T-Shirt diproduksi dengan menggunakan *cotton combed 30s*, bahan ini merupakan bahan yang tidak panas ketika dipakai, sehingga nyaman dipakai sehari-hari. T-Shirt diproduksi dengan warna putih, warna putih

dipilih karena warna ini tergolong warna yang netral, jadi cocok untuk dipakai oleh orang dengan warna kulit yang beragam.



Visualisasi yang dipakai dalam desain T-shirt adalah karakter visual buah tomat. Karakter ini memberikan ekspresi yang ceria dan senyum yang lebar kepada pembaca, sehingga diharapkan dapat memberikan sinergi yang positif bagi pemakainya, tangan yang mengepal memberikan gambaran karakter yang sehat dan kuat.



*Tagline* diletakkan di bagian dada sebelah kanan dan di bagian punggung, tagline dibuat dengan komposisi yang bersinggungan dengan visualisasi irisan buah tomat, penempatan irisan buah tomat yang bersinggungan dengan tagline selain memberi efek visual yang kuat juga memberikan aksentuasi estetis.

### Pin



Karya pin didesain dalam bentuk dasar lingkaran, karya pin diproduksi dengan 3 ukuran yaitu dengan diameter 6cm, 4cm, dan 3cm. Dicitak dalam plakat bahan pin dengan teknik *digital printing*. Desain pin

dibuat dengan menggunakan *program* Corel Draw X4.

Tanda verbal pada desain pin hanya berupa teks *tagline* 'sehat dengan tomat' yang memberi himbauan kepada masyarakat untuk mengkonsumsi buah tomat, dan memberi pengertian bahwa dengan mengkonsumsi tomat, dapat membantu untuk tetap menjaga kesehatan tubuh.

## SIMPULAN

Dalam pembuatan laporan proyek studi ini, penulis dapat menarik simpulan berupa:

- a) Pembuatan karya proyek studi yang berupa media sosialisasi dengan judul "perancangan media sosialisasi manfaat buah tomat bagi masyarakat Jawa Tengah" ini merupakan aplikasi dari pengetahuan keterampilan, dan pemahaman yang diperoleh dari bangku perkuliahan ke dalam bentuk karya yang berhubungan dengan dunia desain komunikasi visual. Penulis memanfaatkan mata kuliah ilustrasi dan mata kuliah gambar yang penulis dapatkan selama masa kuliah dalam membuat karakter visual buah tomat. Dalam karya ini penulis juga mengaplikasikan mata kuliah lain yaitu Komputer Grafis 1 yaitu pengolahan gambar vektor, komputer Grafis 2 dan 3 yaitu pengolahan grafis untuk media tercetak serta Desain Grafis 2 dalam pembuatan media sosialisasi.
- b) Penulis dapat menyajikan sebuah karya desain tentang sosialisasi manfaat buah tomat dalam karya media tercetak untuk mendukung Program Gerakan Sadar Gizi Dinas Kesehatan Jawa Tengah dan memberikan informasi guna meningkatkan pengetahuan kandungan nutrisi buah tomat serta manfaatnya bagi kesehatan tubuh, khususnya bagi para remaja.

## DAFTAR PUSTAKA

- Departemen Kesehatan Republik Indonesia.1979. *Daftar Komposisi Bahan Makanan*.
- Dinas Kesehatan Provinsi Jawa Tengah. 2012. Artikel *Online*. ([http://www.dinkesi Jatengprov.go.id/dokumen/KIP2012/kip\\_25Sept12.pdf](http://www.dinkesi Jatengprov.go.id/dokumen/KIP2012/kip_25Sept12.pdf), diakses pada tanggal 7 februari 2013)
- Fitriani, Emi. 2012. *Untung Berlipat Budidaya Tomat*. Yogyakarta: Penerbit Pustaka Baru Press.
- Kusrianto, Adi. 2009. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Andi.
- Kusumo, Romli Ainul. 2010. *Sayur + Buah = Sehat*. Yogyakarta: Pionir Media.
- Nugroho, Eko. 2008. *Pengenalan Teori Warna*. Yogyakarta: Andi.
- Prasetyono, Dwi Sunar. 2012. *A-Z Daftar Tanaman Obat Ampuh di Sekitar Kita*. Yogyakarta: FashBook.
- Rusminto. 2010. *Pengertian Media Visual*. Artikel *Online*. (<http://drusminto.blogspot.com/2011/06/pengertian-media-visual.html>. (diakses tanggal 2 september 2013)
- Rustan, Suriyanto. 2010. *Layout: Dasar dan Penerapannya*. Jakarta : Penerbit Gramedia.
- Sachari, Agus. 1999. *Paradigma Desain Indonesia*. Jakarta: Rajawali.
- Safanayong, Yongki. 2006. *Desain komunikasi Visual Terpadu*. Jakarta : Arte Intermedia.
- Sunardi. 2005. Tersedia pada (<http://sumardimw.blogspot.com>. (diakses pada tanggal 16 Maret 2011)
- Suryantoro, Vega Bayu. 2012. *Proyek Study Prodi Seni Rupa Kons.DKV*. Perancangan Media Pembelajaran Bahasa Inggris Berbasis Multimedia Untuk Anak Kelas 4 Sekolah Dasar. UNNES
- Syamri. 2010. *Pengertian Konsep*. Artikel *Online* (<http://id.shvoong.com/writing-and-speaking/2035426-pengertian-konsep/>. (diakses tanggal 25 Februari 2011).
- Wanasaba. 2012. *Jenis-jenis Media Komunikasi dan Peranannya*. Artikel *Online*. (<http://rohadiwanasaba.vv.si/2012/12/jenis-jenis-media-sosialisasi-dan-peranannya-sos-x-2>. diakses tanggal 10 september 2013)
- Wikipedia Bahasa Indonesia. *Maskot*. Artikel *Online*. (<http://id.wikipedia.org/wiki/Maskot>, diakses pada tanggal 7 Februari 2013)

Yoga. 2005. *Coreldraw Untuk Bisnis*. Jakarta :  
Gramedia  
[http://elib.unikom.ac.id/files/disk1/563/ibptunikom  
pp-sdl-revimidian-28121-4-bab2-reg-a.pdf](http://elib.unikom.ac.id/files/disk1/563/ibptunikom<br/>pp-sdl-revimidian-28121-4-bab2-reg-a.pdf)  
(diakses tanggal 12 september 2013)