

PERANCANGAN IKLAN KOMERSIAL SEBAGAI SARANA MEMPERKENALKAN SUPLEMEN BIONICOM-C KEPADA MASYARAKAT INDONESIA

PRIMADINA OKTARIA HERLAMBANG

(Pembimbing : Khamadi, M. Ds, Godham Eko Saputro, S.Sn., M.DS)

Desain Komunikasi Visual - S1, FIK, Universitas Dian

Nuswantoro

www.dinus.ac.id

Email : 114201201443@mhs.dinus.ac.id

ABSTRAK

Bionicom-C yang diproduksi oleh PT. Sampharindo Perdana Semarang merupakan suplemen dengan kadar vitamin C sesuai yang diperlukan tubuh, yaitu 150 mg. Jika dibandingkan dengan merk lain yang sejenis, Bionicom-C memiliki takaran vitamin C sesuai anjuran menurut dunia medis untuk konsumsi sehari-hari. Namun banyak masyarakat yang belum mengetahui adanya suplemen Bionicom-C dan pentingnya memahami takaran vitamin C yang sesungguhnya sesuai kebutuhan tubuh, terlebih Bionicom-C belum beredar di semua apotek. Dalam hal ini maka perlu dibuat sebuah media informasi berupa iklan komersial agar hal-hal tersebut dapat tersampaikan. Tujuan dibuatnya iklan komersial guna memperkenalkan Bionicom-C kepada masyarakat Indonesia sekaligus mengedukasi masyarakat tentang pentingnya memahami takaran vitamin C pada produk suplemen untuk dikonsumsi sehari-hari. Iklan dirancang dengan cara mengumpulkan data melalui proses wawancara dengan pihak perusahaan pemroduksi dan observasi non-partisipatif guna memperoleh data-data yang valid sebagai informasi pada sebuah iklan, serta mencari referensi edukatif dari beberapa sumber, seperti buku dan internet, sebagai informasi tambahan yang kemudian dianalisis dengan metode analisis SWOT. Hasil dari analisis tersebut adalah sebuah iklan komersial dalam bentuk TVC yang menginformasikan tentang kandungan vitamin C yang terdapat pada suplemen Bionicom-C serta pemakaian dosis vitamin C yang tepat untuk konsumsi sehari-hari. Selain TVC, iklan juga disampaikan melalui media pendukung lainnya, seperti billborad, majalah lifestyle, dan koran. Sementara itu untuk poster, brosur, dan X-banner akan diletakkan di apotek yang memasang mini display Bionicom-C. Dengan adanya perancangan iklan komersial Bionicom-C diharapkan mampu meningkatkan kesadaran masyarakat Indonesia tentang pentingnya memilih suplemen dengan dosis vitamin C yang tepat serta agar masyarakat dapat mengenal dan mengetahui adanya suplemen Bionicom-C sebagai suplemen yang aman untuk konsumsi sehari-hari.

Kata Kunci : Bionicom-C, iklan TVC, suplemen makanan, vitamin C

DESIGN OF COMMERCIAL ADVERTISING AS A MEANS OF INTRODUCING BIONICOM-C SUPPLEMENTS TO INDONESIAN PEOPLE

PRIMADINA OKTARIA HERLAMBANG

(Lecturer : Khamadi, M. Ds, Godham Eko Saputro, S.Sn., M.DS)

*Bachelor of Visual Communication Design - S1, Faculty of
Computer Science, DINUS University*

www.dinus.ac.id

Email : 114201201443@mhs.dinus.ac.id

ABSTRACT

Bionicom-C produced by PT. Sampharindo Perdana Semarang is a supplement with vitamin C levels in accordance necessary body, i.e. 150 mg. In comparison with the other similar brands, Bionicom-C has a measure of vitamin C as recommended by according to the medical world for daily consumption. But many people are not yet aware of any supplement Bionicom-C and the importance of understanding true measure of vitamin C the body according to needs, especially Bionicom-C has not been circulated in all pharmacies. In this case, it needs to be made a media information in the form of commercial advertising so that such matters can be carried. The purpose of establishing commercial advertising to introduce Bionicom-C to Indonesia while educating the community about the importance of understanding the varying quantities of vitamin C supplement on a product to be consumed daily. The ads are design by means of collecting data through the interview process with the companies and non-participatory observation in order to obtain valid data as information on an advertisement, as well as seeking educational reference from several sources, such as books and the internet, as the additional information that is then analyzed by the method of SWOT analysis. The result of the analysis is a commercial advertising in the form of TVC which inform about the content of vitamin C contained in supplement Bionicom-C as well the use of vitamin C dose is right for daily consumption. In addition to TVC, the ad also delivered through the medium of other supporters, such as the billboard, lifestyle magazine, and a newspaper. Meanwhile for posters, brochures, and X-banner will be placed in the pharmacy who put up the mini display of Bionicom-C. With the design of commercial ads of Bionicom-C are expected to increase community awareness about the importance of Indonesia choose a supplement with the right dose of vitamin C and so that the public can know of any Bionicom-C as a supplement that is safe for daily consumption.

Keyword : Bionicom-C, ad TVC, food supplements, vitamin C