

BAB V PENUTUP

5.1 KESIMPULAN

Komunikasi visual dapat menghasilkan makna dan pesan terhadap audiens dengan perspektif berbeda beda. Hal ini karena dalam Desain Komunikasi Visual adalah ilmu yang menggunakan tanda menghasilkan makna tersendiri baik dari audiens maupun desainer. Hadirnya teori semiotika memudahkan audiens untuk menganalisa lebih dalam untuk dapat mengetahui makna yang terkandung dalam suatu desain. Ilmu Desain Komunikasi Visual terbagi sangat luas dan salah satunya yang dibahas dalam penelitian ini adalah adanya motion graphic pada bumper *TalkCation*. Struktur pesan pada bumper untuk menyampaikan identitas sebuah program disusun berdasarkan sesuatu hal yang berada di dalam lingkup program tersebut melalui pendekatan koneksitas dari filosofis, ideologi, visi dan misi program. Secara ilmu komunikasi bahwa komunikatif sebuah pesan harus ada sebagai kunci keberhasilan sebuah pesan tersebut sampai ke penerima pesan, begitupun dengan pesan yang ingin disampaikan oleh sebuah program kepada khalayak melalui bumper. Dengan visualisasi bumper yang sesuai dengan makna yang diharapkan maka mampu membuat khalayak mudah memahami pesan tanpa perlu penjelasan panjang lebar. Ditambah dengan visualisasi yang unik mampu menarik perhatian mencapai sensasi persepsi Logo yang terkandung dalam bumper *TalkCation*, sebagai contoh memiliki makna filosofis tersendiri bagi desainer dan menjadi sebuah identitas visual.

Dalam ilmu Desain Komunikasi Visual dengan Semiotika Charles Sandres Peirce dan melihat segmentasi televisi pada penelitian kali ini dapat dilihat bahwa desain yang dibawakan memiliki makna dan segmen target audiens adalah anak muda. Logo yang memiliki sebuah style visual yang berbeda dari generasi sebelumnya menjadi tanda bahwa *TalkCation* kali ini memiliki konsep baru yang mendukung generasi muda untuk menjadi generasi bintang yang menginspirasi seperti tamu undangan pada tiap episode *TalkCation*. Pembuatan logo perlu menerapkan beberapa unsur yang sering digunakan dan menurut David E Carter ada 6 prinsip dalam pembuatan logo, seperti originalitas, legible, simpel memorable

,*easy associated, easy adaptable*. Hal ini dapat dilihat jika sebuah logo memenuhi prinsip dasar dari David E Carter maka implementasi logo akan lebih efisien dan fleksibel, sehingga menjadi visual identitas yang melekat pada sebuah program. Unsur tanda generasi bintang yang terkandung dalam logo maupun bumper *TalkCation* sudah dapat mewakili tema dan konsep program acara tersebut.

5.2 SARAN

Saran yang peneliti berikan setelah melakukan analisa terhadap Desain Komunikasi Visual pada *TalkCation* batch 5 adalah sebagai berikut:

5.2.1 Saran Akademis

Saran untuk peneliti selanjutnya adalah lakukan analisa dengan lebih mendalam terhadap aspek visual dan konsep kreatif. Hal ini dapat dilihat bahwa produksi desain komunikasi visual pada stasiun televisi terus berkembang seiring kemajuan teknologi. Kreatifitas sangat diperlukan dalam penyusunan sebuah desain, peneliti harus dapat memahami makna yang tersirat secara tidak langsung dalam sebuah visual, terutama untuk program *TalkCation*

5.2.2 Saran Praktisi

Pihak RBTV sebagai instansi televisi lokal yang mendukung adanya program *TalkCation* dapat lebih memahami tiap desain atau sebuah visual yang dihasilkan oleh program *TalkCation*. Hal ini karena tetap ada ketidaksesuaian antara tema dan visualisasi hingga segmen pasar atau target audiens program *TalkCation*. *TalkCation* batch selanjutnya mungkin dapat meningkatkan kualitas secara desain visual agar dapat menjadi identitas visual yang mudah melekat terhadap audiens yang menyaksikan, juga memiliki nilai atau value yang tinggi.