

BAB 4

Teknik Dasar Proses Produksi pada Industri Desain Komunikasi Visual



Tujuan Pembelajaran

Setelah mempelajari bab ini, kalian mampu:

- memahami konsep kreativitas;
- mengembangkan pola pikir kreatif melalui praktik secara mandiri;
- mengomunikasikan hubungan kreativitas dengan industri kreatif;
- menerapkan kreativitas dengan berpikir kritis tentang seluruh proses produksi dan teknologi; serta
- menerapkan budaya kerja dalam industri Desain Komunikasi Visual.



Pernahkah kalian melihat tayangan iklan yang sangat menarik? Pernahkah dalam benak kalian selalu teringat pesan yang disampaikan dalam sebuah iklan? Tayangan iklan yang menarik dan membekas di benak orang yang melihatnya merupakan satu bentuk produk kreatif dan inovatif. Untuk mengenal lebih jauh tentang konsep kreativitas di bidang Desain Komunikasi Visual, mari kita pelajari uraian materi yang ada di bab ini.



Desain pada dasarnya memiliki cakupan yang sangat luas. Awalnya desain merupakan metode berpikir yang terbagi menjadi dua proses berikut.

1. Proses belajar yang terdiri atas perumusan masalah, eksplorasi, dan analisis.
2. Proses pengambilan keputusan sebagai tahap akhir dari proses desain.

Desain Komunikasi Visual (DKV) diartikan sebagai proses perancangan yang memiliki tujuan utama menyampaikan suatu ide atau gagasan dengan menggunakan alat bantu visual. Tampilan visual desain harus mampu menciptakan lingkungan visualnya, pemahaman materi digital, dan konsep. Oleh karena itu, desain dihasilkan dari proses berpikir kreatif.

Proses berpikir seperti seorang desainer dapat mengubah cara kalian dalam mengembangkan produk, bahkan konsep. *Design thinking* atau pemikiran desain adalah cara berpikir terhadap permasalahan yang ada. *Design thinking* juga dikaitkan dengan inovasi produk dan jasa dalam lingkup bisnis atau peluang pasar.

Uraian berikut adalah beberapa karakteristik yang harus dicari oleh seorang pemikir desain.

A. Konsep Kreativitas

Kreativitas dibutuhkan ketika manusia menghadapi suatu masalah dan harus mencari solusi dari masalah tersebut. Masalah dapat berupa apa saja yang berasal dari sendi-sendi kehidupan masyarakat, baik masalah sosial, budaya, ekonomi, sains, dan teknologi. Solusi awalnya berangkat dari suatu ide untuk menjawab latar belakang permasalahan. Dari latar belakang permasalahan tersebut, dibuatlah rumusan-rumusan permasalahan untuk dicari solusi terbaiknya. Dari rumusan-rumusan permasalahan, dapat dilakukan penyusunan konsep kreativitas.

Seperti halnya ketika mesin cetak *press* pertama kali ditemukan oleh Johannes Gutenberg pada tahun 1450. Awal permasalahannya ketika

itu adalah bagaimana caranya memperbanyak salinan naskah tanpa menulis berulang kali atau membutuhkan banyak tenaga penulis serta tidak membutuhkan waktu yang lama. Johannes Gutenberg akhirnya menemukan ide bagaimana membuat suatu acuan cetak. Acuan ini dibuat berdasarkan pengalamannya saat bekerja di Kota Mainz, Jerman sebagai tukang emas. Johannes Gutenberg bukan penemu proses cetak yang pertama. Namun, beliau adalah penemu pertama yang menggunakan acuan cetak huruf logam dengan menggunakan timah hitam sebagai bahan membuat *lead* aksara latin. Dengan penemuan kreatif Johannes Gutenberg, maka masalah saat penyalinan naskah pada zaman itu bisa terjawab.

Konsep kreativitas sejatinya ialah bagaimana cara kalian menentukan langkah-langkah sistematis agar suatu karya yang kreatif dapat terwujud. Konsep pada awalnya merupakan sebuah ide yang tidak nyata. Ide dapat berasal dari penggalian referensi kreativitas melalui riset dan penelitian atau hanya mengembangkan dari ide yang telah ada sebelumnya. Hal



Gambar 4.1 Ide/gagasan yang menjadi kreatif, inventif, hingga inovatif.

Sumber: Muhamad Isnaini (2022)

yang kreatif tidak mesti hal yang baru. Terkadang hanya memodifikasi dari ide yang sudah ada.

Bentuk ide kalian yang masih belum terlihat nyata, dapat diwujudkan dalam bentuk visual, berupa goresan sketsa dan catatan-catatan tertulis yang berkaitan dengan sistematika perwujudan ide kalian. Hasil sketsa dan catatan dikembangkan melalui metode-metode percobaan atau eksperimen berdasarkan referensi yang sudah ada. Pada akhirnya dapat terwujud suatu teknik pemecahan masalah secara kreatif. Dari teknik tersebut barulah dibuat suatu sarana dalam bentuk wujud nyata. Misalnya dalam bentuk peralatan, standar operasional, aplikasi atau peranti lunak, dan lain-lain.

Arah dari bentuk kreativitas nantinya dapat menjadi suatu penemuan (*invention*) atau temuan baru (*innovation*) bergantung pada hasil karya kreativitasnya. Menjadi penemuan atau temuan baru tidak saja hanya pada tingkatan berbeda atau unik dari yang lain. Penemuan atau temuan baru dilihat dari apakah kreativitasnya dapat memberikan nilai tambah atau manfaat sehingga diikuti oleh yang lainnya.

Suatu invensi dapat dikatakan sebagai inovasi apabila memberikan manfaat dan dibutuhkan atau diikuti oleh banyak orang. Sebagai contoh, pada gawai kalian terdapat aplikasi-aplikasi, baik permainan atau aplikasi lainnya. Akan tetapi, tidak semua aplikasi tersebut merupakan inovasi karena tidak selalu dibutuhkan oleh penggunanya. Pada karya inovasi, pengguna pasti akan selalu membutuhkannya, misalnya aplikasi media sosial, transportasi *online*, belanja *online*, dan lain-lain.

Ayo Berlatih!



Setelah kalian memahami konsep kreativitas, buatlah ide konsep desain dalam bentuk visual berupa goresan sketsa. Bisa berupa contoh desain logo atau desain baliho seperti yang terdapat pada gambar halaman 76. Ide konsep tersebut harus memiliki makna kreativitas atau belum pernah ada sebelumnya.

B. Berpikir Kreatif

Berpikir kreatif tidak selalu berpikir dengan angka-angka penjumlahan dan perkalian. Berpikir kreatif adalah cara berpikir dari sudut pandang yang berbeda dalam memecahkan masalah. Karena sudut pandang berbeda itulah kadang orang-orang kreatif dikatakan orang yang antik atau unik, asalkan memiliki alasan yang jelas dan dapat dipertanggungjawabkan. Tingkat efisiensi dan efektivitasnya dapat dibahas nanti sesuai dengan kebutuhannya.

Proses berpikir manusia memerlukan tahapan. Tahapan manusia dalam memikirkan suatu ide dapat melalui proses perjalanan masa lalu atau penggabungan dari berbagai macam sumber dan bentuk ide yang telah ada. Manusia dalam berpikir kreatif membutuhkan tahapan-tahapan. Menurut Wallas (Hawadi, 2004), proses berpikir kreatif meliputi tahap persiapan, inkubasi, iluminasi, dan verifikasi.



Gambar 4.2 Urutan tahapan berpikir kreatif menurut Wallas.

Sumber: Muhamad Isnaini (2022)

Tahapan persiapan meliputi latar belakang permasalahan, perumusan permasalahan, pengumpulan ide-ide temuan awal, langkah-langkah untuk mencari jawaban permasalahan, pengumpulan dan penyeleksian data, variasi jawaban, dan seterusnya. Misalnya dalam suatu permasalahan mencari bentuk kemasan. Kalian perlu melihat objek yang dikemas tersebut wujudnya apa, ukuran dan beratnya berapa, jumlahnya berapa, dan sebagainya. Kemudian dicari perumusan

jawabannya melalui pemilihan jenis bahan, kekuatan bahan, uji coba bentuk kemasan, dan sebagainya.

Tahap inkubasi merupakan tahap ketika kalian melakukan suatu penghentian dari pemecahan masalah tersebut dengan cara mengalihkan sejenak pada hal lain atau benar-benar berhenti. Tujuannya untuk melakukan penyegaran pikiran kembali. Pikiran manusia mengalami kelelahan setelah melalui banyak proses berpikir pada tahap sebelumnya. Suatu kegiatan yang menyegarkan terkadang memberikan jawaban di luar dugaan atas proses sebelumnya. Pada tahap inilah proses kreatif mulai muncul. Sampai sejauh mana bergantung pada seberapa jauh proses sebelumnya telah dilakukan.

Tahap iluminasi (pencerahan) merupakan tahap yang terang benderang pada suatu jawaban permasalahan. “Eureka!” Seperti kata ilmuwan yang bernama Archimedes ketika menemukan rumusan hukum fisiknya. Tahap ini merupakan tahapan gemilang atas ditemukannya solusi kreatif.

Tahap verifikasi merupakan tahap pengujian atas hasil temuan tersebut melalui peninjauan ulang dari awal tahapan proses. Tujuannya hanya untuk melihat sampai mana dampak keberhasilannya. Pengujian dapat berupa perhitungan angka-angka, pengukuran, atau catatan-catatan hasil pengamatan untuk sekadar menyempurnakan jawaban permasalahan tersebut. Sebagai contoh, kemasan diuji lagi bahannya dari segi kekuatan dan keamanannya. Dilihat bentuknya sudah sesuai atau belum dengan ukuran dan bentuk benda yang dikemas. Cara pembuatan kemasannya apakah mudah dilakukan atau tidak, efisien atau tidak dari bahannya.

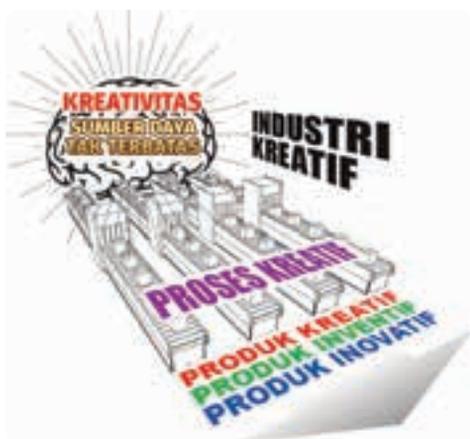
Ayo Berdiskusi!



Dapatkan kalian menganalisis desain kemasan atau *packaging* dari suatu produk dengan menggunakan tahapan proses berpikir kreatif? Buatlah kelompok yang terdiri atas 4–5 orang. Diskusikan dengan kelompok kalian.

C. Kreativitas dalam Industri Kreatif

Industri kreatif merupakan suatu industri yang menitikberatkan produksi melalui pemanfaatan sumber daya proses kreatif. Nilai jual dari industri kreatif sangat bergantung pada seberapa banyak kreativitas terlibat dalam industri tersebut. Semakin banyak kreativitas yang dilibatkan, maka akan semakin tinggi pula nilai jualnya.



Gambar 4.3 Kreativitas manusia adalah sumber daya yang tak terbatas.

Sumber: Subhan Yuliyanto (2021)



Gambar 4.4 Persentase kontribusi ekonomi kreatif terhadap PDB negara Indonesia tahun 2017.

Sumber: Badan Ekonomi Kreatif/The Asean Post (2017)

Kreativitas yang dibutuhkan dalam industri kreatif merupakan sumber daya industri tersebut. Suatu industri bisa dikatakan berhasil berproduksi apabila bisa memberdayakan sumber dayanya dengan baik. Sumber daya dikatakan sangat berguna untuk suatu industri apabila menjadi sumber daya pokok industri tersebut dan tidak bisa tergantikan. Industri minyak goreng dikatakan berhasil berproduksi apabila mampu menghasilkan minyak goreng dari bahan baku kelapa sawit. Jika tidak ada kelapa sawit, industri tersebut akan terhenti.

Kreativitas dalam industri kreatif dapat berupa apa saja dan bersumber dari mana saja. Syaratnya dapat memberikan kontribusi pada industri tersebut dalam meningkatkan kesejahteraan dan memberikan peluang lapangan perekonomian yang baru. Sekarang ini pemanfaatan teknologi masih menjadi daya tarik tersendiri

sebagai sumber kreativitas. Namun, sektor yang lain seperti seni dan budaya juga dapat menjadi pembentuk tren baru di sektor ekonomi kreatif. Seperti halnya *British Invasion* ke industri Amerika melalui bidang seni musik pada tahun 1960-an. *Manga Invasion* dari Jepang ke berbagai belahan negara di dunia termasuk Indonesia melalui bidang seni rupa. Begitu pun dengan *K-wave* dari Korea Selatan ke berbagai belahan negara di dunia.



Gambar 4.5 Kesuksesan anime AKIRA tahun 1988 sebagai salah satu penanda dimulainya *Manga Invasion* ke seluruh dunia termasuk Indonesia pada tahun 1990.
Sumber: Akira Comittee/Kaori Nusantara (1987)

Kreativitas dalam industri kreatif seperti halnya sebuah lokomotif dan gerbong kereta. Setelah bagian lokomotif industri tersebut mulai masuk ke pasar perdagangan, maka akan diikuti oleh industri kreatif lainnya yang berada pada gerbong di belakangnya. Meledaknya *Korean wave* (*K-wave*) dalam bidang seni musik di suatu belahan dunia, kemudian membawa masuk industri kreatif Korea yang lainnya, seperti bidang *fashion*, makanan, teknologi, dan lain-lain yang berbau Korea.

Kreativitas yang diharapkan dalam industri kreatif adalah kreativitas tanpa batas yang dimiliki oleh anak muda. Dengan jumlahnya yang tanpa batas, maka akan menjadi sumber daya yang kaya dan melimpah. Diharapkan kreativitas yang dihasilkan merupakan suatu bentuk produk inovasi kreatif sehingga memiliki jangka umur manfaat yang lebih panjang. Beberapa contoh kreativitas dalam industri kreatif yang inovatif dan digawangi oleh anak muda adalah:

1. Gojek, Grab, dan Maxim sebagai aplikasi berbasis moda transportasi *online*;
2. Tokopedia, Shopee, dan Bukalapak sebagai aplikasi berbasis bisnis perdagangan *online*; serta
3. Traveloka dan tiket.com sebagai aplikasi berbasis biro perjalanan *online*.

D. Kreativitas Proses Produksi dan Teknologi

Kreativitas proses produksi dan teknologi akan memberikan suatu mutu kreativitas produk yang dihasilkan. Produk yang dihasilkan tidaklah selalu produk yang baru, tapi bisa juga hanya mengembangkan produk yang sudah ada.



Gambar 4.6 Ojek Pangkalan versus Ojek Online

Sumber: Maylinda Ambarwati (2022)

Produk dikatakan kreatif apabila dalam kegiatannya menggunakan sumber daya kreatif dan cara-cara produksi yang kreatif pula. Sebelumnya apabila ingin bepergian menggunakan moda transportasi ojek, kita harus mencari pangkalan ojek terlebih dahulu. Sekarang dengan sebuah aplikasi saja, ojek *online* mudah kita gunakan, tidak perlu ke mana-mana. Proses penggunaan aplikasi ini tidak ada sebelumnya. Pengembangan aplikasi ini berawal dari perkembangan panggilan nomor pelayanan pelanggan yang diinformasikan melalui media informasi dan publikasi lainnya.

Proses kreatif tentunya selalu diikuti dengan perkembangan teknologi kreatif pula. Teknologi menjadi suatu kemajuan yang harus dicapai dalam mengembangkan proses kreatif. Tidak adanya perkembangan teknologi akan sulit mewujudkan proses kreatif tersebut. Contohnya produk berbahan baku kaus memerlukan proses kreatif dan teknologi dalam memproduksinya. Proses pembuatan desain kaus manual tidak sama dengan desain kaus yang menggunakan mesin. Contohnya desain kaus berbahan DTF, DTG, dan *cutting polyflex*.

Ayo Bereksplorasi!



Carilah informasi di internet tentang perkembangan produk DKV yang merupakan perwujudan dari kreativitas dan menggunakan teknologi terbaru dalam proses pembuatannya.

E. Budaya Kerja Desainer Komunikasi Visual

Desainer komunikasi visual sebagai bagian dari perkembangan industri kreatif diharapkan mampu memecahkan masalah secara kreatif, melalui penggunaan berbagai media komunikasi visual. Media komunikasi yang digunakan dapat berupa media konvensional maupun nonkonvensional. Contoh media konvensional adalah media cetak poster, *leaflet*, brosur, katalog, baliho, dan media penyiaran seperti televisi. Media

nonkonvensional meliputi media baru. Contohnya media *digital banner* pada sosial media, baik yang bersifat gambar diam (statis) maupun animasi, video pendek, videotron, dan lain-lain.

Budaya kerja yang diciptakan bersifat budaya kerja yang kreatif. Memproduksi produk kreatif tanpa adanya proses dan budaya kerja yang kreatif tidaklah mungkin. Dengan adanya budaya kerja yang kreatif, maka kalian akan menghasilkan suatu karya yang inovatif. Karya inovatif akan memberikan manfaat yang lebih luas dan lebih lama. Berbeda dengan *trendsetter* (pencetus tren) yang hanya berlangsung masif tapi hanya sebentar saja. Budaya kerja yang inovatif dan kreatif dapat memberikan solusi permasalahan secara tepat. Selain itu, menghasilkan produk baru dan bermutu tinggi, serta selalu melakukan pembaruan secara dinamis sesuai perkembangan masalah setiap waktu.

Persaingan pasar membutuhkan trik jitu untuk memenangkan kompetisi perdagangan dan industri. Konsumen yang datang kepada kalian nantinya pasti akan menanyakan solusi komunikasi visual yang bagaimanakah yang mampu menempatkan citra produk mereka di kalangan khalayak pasar. Sikap ini tidak bisa tiba-tiba muncul dan bukan pula berdasarkan faktor keturunan. Sikap budaya kreatif merupakan talenta yang semestinya selalu dilatih dan dikembangkan.

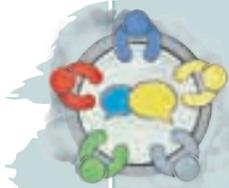
Modal untuk menjadi desainer komunikasi visual yang kreatif ialah memahami kebutuhan khalayak. Apa yang akan disampaikan harus bisa tersampaikan secara tepat kepada khalayak. Pesan visual yang baik sebagai berikut.

1. *What to say* (apa yang akan disampaikan).
Pesan yang akan disampaikan apakah bersifat ajakan, perintah, larangan, imbauan, atau informasi.
2. *Who to say* (kepada siapa akan disampaikan).
 - a. Secara demografis: usia, tingkatan pendidikan, dan tingkatan ekonomi.
 - b. Secara geografis: di mana wilayah tempat tinggalnya.

- c. Secara *behavior*: perilaku atau tindakan yang dibuat oleh individu, organisme, sistem, atau entitas buatan dalam hubungannya dengan dirinya sendiri atau lingkungan sekitarnya.
3. *How to say* (bagaimana cara menyampaikan).
 - a. Media konvensional, seperti televisi, koran, dan lain-lain.
 - b. Media nonkonvensional, seperti video *online*, *e-book*, dan lain-lain.

Setelah desainer memahami kebutuhan khalayak, maka diperlukan suatu proses berpikir kreatif. Dengan melakukan proses berpikir kreatif, diharapkan hasilnya akan menjadi suatu hasil yang kreatif dan inovatif. Suatu hasil yang dapat memberikan solusi kepada konsumen secara tepat dan penuh dengan pembaruan ide. Bayangkan bila seorang desainer tidak memiliki proses berpikir kreatif, tentunya akan ditinggalkan oleh konsumen atau kliennya karena selalu itu-itu saja solusinya.

Ayo Berdiskusi!



Uraikan salah satu produk industri kreatif bidang DKV yang ada di daerah kalian masing-masing. Uraikan juga apa yang menjadi daya tarik produk kreatif tersebut secara gambaran suatu pesan visual. Diskusikan dengan teman kalian.



Rangkuman

- Desain merupakan metode berpikir yang terbagi menjadi dua proses berikut.
 1. Proses belajar, terdiri atas perumusan masalah, eksplorasi, dan analisis.
 2. Proses pengambilan keputusan sebagai tahap akhir dari proses desain.

- *Design thinking* atau pemikiran desain adalah cara berpikir terhadap permasalahan yang ada. *Design thinking* dikaitkan dengan inovasi produk dan jasa dalam lingkup bisnis atau peluang pasar.
- Konsep kreativitas sejatinya ialah bagaimana cara menentukan langkah-langkah sistematis agar suatu karya kreativitas dapat terwujud.
- Menurut Wallas, proses berpikir kreatif meliputi sebagai berikut.
 1. Persiapan, meliputi latar belakang permasalahan, perumusan permasalahan, dan pengumpulan ide-ide temuan awal.
 2. Inkubasi, yaitu tahap ketika kalian melakukan suatu penghentian dari pemecahan masalah tersebut dengan cara mengalihkan sejenak pada hal yang lain.
 3. Iluminasi (pencerahan), yaitu tahap yang terang benderang pada suatu jawaban permasalahan.
 4. Verifikasi, yaitu tahap pengujian atas hasil temuan tersebut melalui peninjauan ulang dari awal tahapan proses.
- Industri kreatif merupakan suatu industri yang menitikberatkan produksi melalui pemanfaatan sumber daya proses kreatif.



Refleksi

Setelah mempelajari materi tentang konsep kreatif dan berpikir kreatif di industri DKV kalian diharapkan memiliki sikap budaya kerja yang kreatif dalam melaksanakan pekerjaan. Semua yang telah kalian pelajari dapat langsung dipraktikkan dalam situasi pembelajaran di sekolah setiap saat sehingga akan tertanam sikap budaya kerja kreatif sejak dini.



Asesmen

Kerjakan tugas mandiri, tugas kelompok, dan penilaian mandiri di buku tugas kalian!

A. Tugas Mandiri

Judul tugas	Menguraikan Kreativitas Suatu Produk Industri Kreatif
Alat dan bahan	Referensi produk industri kreatif bidang apa saja yang ada di sekitar kalian
Langkah pengerjaan: <ol style="list-style-type: none">1. Carilah satu contoh hasil karya produk industri kreatif bidang apa saja yang ada di lingkungan sekitar kalian.2. Sebutkan nama dan jenis produk tersebut.3. Amati dan perhatikan unsur kreativitas yang ada pada produk tersebut.4. Uraikan apa yang menjadi daya tarik produk kreatif tersebut.	

B. Tugas Kelompok

Di bawah ini ada beberapa produk industri kreatif. Pada kolom sebelah kanan, uraikan apa saja unsur kreativitasnya apabila dibandingkan dengan produk lain yang sudah ada.

No.	Nama Produk	Unsur Kreativitas pada Produk
1.	Komik digital (<i>Webtoon</i>)
2.	Fotografi bayi (<i>New born photography</i>)
3.	Media Baru (<i>New Media</i>)

C. Penilaian Mandiri

Jawablah pertanyaan di bawah ini dengan tepat!

1. Kreativitas dibutuhkan ketika manusia menghadapi suatu masalah untuk mencari solusi masalah tersebut. Masalah dapat berupa apapun dari semua sendi-sendi kehidupan masyarakat. Apa pengertian dari konsep kreatif?

2. Kreativitas diharapkan dapat terus dikembangkan dalam industri kreatif agar dapat menjadi produk yang inventif dan inovatif. Apakah yang dimaksud dengan inovatif dan inventif?
3. Berpikir kreatif memerlukan suatu proses tahapan sehingga tidak serta-merta kreatif itu bisa muncul dengan sendirinya. Menurut Wallas ada beberapa tahapan dalam berpikir kreatif. Jelaskan tahapan berpikir kreatif!
4. Tahapan berpikir kreatif seseorang akan menentukan hasil pemikiran kreatifnya dalam menemukan sebuah solusi permasalahan. Salah satu tahapan berpikir kreatif menurut Wallas ialah tahapan persiapan. Apakah yang dimaksud dengan tahapan persiapan dalam tahapan berpikir kreatif?
5. Dalam melakukan proses kreatif untuk memberikan kebutuhan produk yang solutif atas suatu permasalahan dibutuhkan budaya kerja berpikir kreatif. Berpikir kreatif tidak selalu berpikir dengan angka-angka penjumlahan dan perkalian. Apakah yang dimaksud dengan berpikir kreatif?
6. Industri kreatif membutuhkan kreativitas sebagai sumber dayanya yang tidak terbatas. Sumber daya tersebut diharapkan muncul dari jiwa anak muda. Dalam bekerja di dunia industri kreatif dibutuhkan suatu budaya pekerjaan yang kreatif pula. Apa saja budaya kerja yang kreatif dalam dunia industri kreatif?
7. Kreativitas bukanlah sesuatu yang diturunkan dan bukan pula sebagai suatu talenta yang tiba-tiba muncul dan dimiliki semua orang. Dibutuhkan latihan dan kegiatan yang dapat mendukung kreativitas seseorang pada bidang industri kreatif. Kegiatan apa saja untuk meningkatkan kreativitas dalam bidang DKV?
8. Persaingan pasar produk industri kreatif secara global sudah tidak ada batasan lagi. Suatu produk agar bisa laku di pasaran harus memiliki daya inovatif dan kreatif. Apa saja daya tarik kreativitas sebagai produk inovatif?

9. Dalam menyusun konsep kreatif media DKV, desainer dituntut untuk bisa memahami khalayak. Unsur kreatif pesan dalam DKV memiliki beberapa tujuan. Apa tujuan suatu pesan disampaikan?
10. Pemahaman khalayak dapat mempermudah bagaimana cara menyampaikan pesan. Setiap khalayak memiliki unsur pesan yang unik sesuai demografis dan geografis. Tuliskan unsur khalayak bila dilihat dari segi demografis!



Pengayaan

Pindai kode QR di bawah ini menggunakan *Scan QR* pada ponsel kalian, atau langsung ketikkan alamat tautan ke dalam *browser* untuk menambah wawasan tentang konsep kreatif dan berpikir kreatif di dunia industri DKV.



<https://bit.ly/3ajU0oZ>



<https://bit.ly/3gQbhQX>



<https://bit.ly/3yMmcVS>