

ABSTRAK

Komunikasi tidak selalu dilakukan secara tatap muka tetapi dapat pula dengan menggunakan media, baik dalam konteks komunikasi interpersonal atau komunikasi massa. Proses yang membentuk hubungan antara produsen dengan individu atau kelompok dalam menyampaikan produk, yaitu barang dan jasa, dilakukan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan guna mencapai tingkat kepuasan yang lebih tinggi melalui penciptaan produk yang berkualitas.

Komunikasi visual mempergunakan mata sebagai alat penglihatan. Komunikasi visual adalah komunikasi menggunakan bahasa visual, dimana unsur bahasa visual (yang menjadi kekuatan utama dalam penyampaian pesan) adalah segala sesuatu yang dapat dilihat dan dapat digunakan untuk menyampaikan arti, makna, atau pesan.

Dalam melakukan promosi maupun pemasaran yang efektif, baik media cetak maupun elektronik, bukan hanya kata-kata yang perlu mengomunikasikan pesan, tetapi visual juga. Visual biasanya bekerja sama dengan kata untuk menghadirkan konsep kreatif. Namun visual melakukan beberapa hal dengan lebih baik dibandingkan kata-kata, seperti untuk menarik perhatian dan menunjukkan sesuatu.

Promosi sama seperti halnya komunikasi merupakan hal penting dalam kehidupan manusia. Sama seperti komunikasi, promosi juga memegang peranan penting dalam perkembangan perusahaan dan produk maupun jasa yang

ditawarkan, terutama dalam perusahaan yang berorientasi pada profit. Begitu pentingnya sebuah promosi, sehingga tanpa promosi sebuah perusahaan atau produknya belum tentu bisa diketahui atau dikenal dan diterima oleh masyarakat.

Luas cakupan kegiatan promosi tidak terlepas dari peran komunikasi, karena pada dasarnya, bentuk penyampaian informasi tentang apa yang ditawarkan oleh perusahaan pada konsumen tidak terlepas dari penetapan bentuk media penyaluran pesan dan pesan dalam komunikasi yang dilakukan itu sendiri.

Pentingnya pemahaman komunikasi ini bertujuan agar informasi yang disampaikan dapat memberikan dampak yang diinginkan, mencapai sebuah kesamaan kehendak. Segala jenis komunikasi, baik komunikasi yang bersifat instruksional maupun motivasional, bertujuan agar penerima pesan melakukan sesuatu seperti yang dikehendaki.

