

Analisis Visual Media Promosi Konser Telkomsel Award 2023 Dalam Meningkatkan Loyalitas Konsumen

Dedy Tri Hudaya¹

¹)Program Studi Desain Komunikasi Visual, Sekolah Tinggi Media Komunikasi Trisakti

*Correspondence author: dedy.trihudaya@trisaktimultimedia.ac.id Jakarta, Indonesia

Abstrak. Telkomsel Award 2023 merupakan program penghargaan bagi pelaku industri musik, film maupun game yang semakin berkembang. Setelah pemerintah menyatakan Covid 19 bukan pandemi maka mendorong masyarakat maupun insan industri melakukan kreatifitas sesuai rencananya. Industri game berkembang sangat pesat dimana tersedia banyak varian pilihan platform game dan tersedia ajang kompetisi. Industri perfilman turut berkembang dengan pesat dimana masyarakat banyak melakukan eksplorasi dengan membuat video keseharian dan di upload ke media social. Untuk bisa melaksanakan kegiatan seperti bermain games maupun video dari berbagai platform membutuhkan jaringan internet yang dapat mengakses berbagai macam informasi maupun hiburan. Jaringan internet yang stabil dan berkualitas diharapkan memberi pelayanan pelanggan. Paket internet yang di tawarkan bervariasi sesuai kebutuhan pelanggan. Promosi paket internet yang disiarkan secara langsung melalui televisi dapat membawa dampak peningkatan Penjualan dan keuntungan dikarenakan saat tersebut memiliki penonton yang tinggi.

Kata Kunci : Key visual, promosi, Telkomsel Award 2023, Indihome

Abstract. *Telkomsel Award 2023 is award program for people contributed for music, film and game industry. After Government declared Covid 19 was not epidemic, it encouraged the public and industry to be creative according their plans. Game industry is growing very rapidly where there are many variant game platform options and available competition event. Film industry also developing rapidly where people doing a lot exploration by making daily video and uploading social media. To be able carry out activities such as playing Games or Videos from variant platform, they need an internet network that can be access various information and entertainments. Stabil and quality Internet network is expected to provide customer service. Internet packages offered vary according to customer needs. Internet package promotions broadcast live on television have impact increasing sales and profits because at that time they have a lot high audience.*

Keyword : Key visual, promotion, Telkomsel Award 2023, Indihome



This work is licensed under a CC-BY-NC, Dedy Tri Hudaya

A. PENDAHULUAN

Dalam rangka meningkatkan perekonomian Indonesia yang selama 2 tahun terkena dampak Covid 19, Pemerintah Pusat mulai melonggarkan aturan terkait pelaksanaan kegiatan event masyarakat. Pemerintah Pusat berkoordinasi dan menghimbau dengan seluruh pemerintah Daerah tetap memperhatikan protokol kesehatan khususnya pelaksanaan event di masyarakat.

Pemerintah Pusat dengan mempertimbangkan berbagai masukan informasi dari aspek Kesehatan masyarakat, pertumbuhan Ekonomi, dampak Sosial, interaksi lingkungan, perkembangan Pendidikan, Psikologi pada umumnya maka dinyatakan pembatasan perkumpulan masyarakat dinyatakan dicabut secara resmi. Hal ini bertujuan agar masyarakat dapat kembali beraktifitas normal dan dapat membangkitkan gairah ekonomi secara massal sehingga kehidupan masyarakat kembali Sejahtera.

Keputusan pemerintah pusat terhadap pencabutan PPKM mendapatkan sambutan positif dan antusias dari kalangan masyarakat hingga pelaku bisnis. Hal tersebut dapat membangkitkan kepercayaan masyarakat dalam menjalankan segala bentuk aktifitas regular secara normal serta pelaku bisnis dapat mengembangkan sektor bisnis secara menggeliat serta positif.

Program – program yang selama ini yang tertunda diakibatkan Covid – 19 membuat pihak penyelenggara program acara mencoba Kembali bangkit dalam menjalankan bentuk event ataupun bentuk kegiatan skala local maupun skala nasional. Untuk perizinan penyelenggaraan acara dilakukan secara bertahap mengingat banyak pihak terkait seperti pemerintah daerah, tenant event aparatur negara serta lainnya agar event acara dapat terlaksana. Hal ini bertujuan agar proses pelaksanaan mendapatkan izin dari seluruh pihak terkait sesuai berlaku prosedur yang berlaku baik sisi keamanan, keselamatan, kesehatan maupun dapat berjalan baik

Agenda event yang diselenggarakan dari berbagai macam kegiatan Brand Nasional maupun Brand Global baik bersifat online maupun offline. Masyarakat Indonesia cukup banyak menantikan kehadiran penyelenggaraan acara hiburan yang dapat menghibur dan menjadi trend anak muda. Ada pun acara hiburan bisa berupa pertunjukan musik, film, konser, pameran maupun *marketing sales*. Para artist, musisi, praktisi, ahli baik dari dalam negeri maupun luar negeri banyak mendapatkan kesempatan undangan event di waktu yang berdekatan bahkan waktu bersamaan karena .

Kerinduan masyarakat terhadap hadirnya konser musik tampaknya semakin “terobati” di tahun 2023. Pemerintah sudah mencabut PPKM, sehingga penyelenggaraan konser musik di Indonesia semakin menggeliat. Namun, yang paling penting dan menjadi prioritas dari sebuah konser adalah faktor keselamatan, kesehatan, keamanan hingga kenyamanan penonton. Musik K-Pop memiliki *fanbase* yang tinggi dan setia yang mana setiap ada konser maupun tidak mereka akan loyal mengikutinya. Selain itu, hal-hal yang berkaitan dengan KPOP dapat dengan mudah dikerahkan mengikuti kegiatan tersebut seperti pameran ataupun koleksi K POP. Budaya Korea khususnya industri Musik mudah menyebar keseluruh dunia termasuk Indonesia karena perkembangannya *massive* dan Global. Informasi dari media digital sangat mempengaruhi pengetahuan remaja terhadap budaya Korea. Hal ini bisa berupa musik, drama, kuliner, *fashion*, perilaku, teknologi dan lainnya.

Telkomsel merupakan operator selular yang telah bertransformasi ke industri *digital* berkomitmen membangun layanan telekomunikasi terluas di Indonesia. Telkomsel Award 2023 merupakan bentuk penghargaan bagi para

musisi, *gamers* maupun insan sinema *streaming* yang mana saat ini sedang berkembang dengan pesat. Telkomsel Award dari tahun ke tahun merupakan wujud persembahan dan kepedulian terhadap seluruh insan yang berkontribusi terhadap para pelaku Industri seni, telekomunikasi maupun hiburan di Indonesia. Hal ini mendapat tanggapan yang positif dan antusias dari masyarakat Indonesia dan ini menunjukkan kepedulian Telkomsel dalam menyikapi perkembangan yang berkelanjutan.

Telkomsel Award merupakan acara tahunan yang telah dilakukan sejak tahun 2021 yang secara disiarkan secara live di stasiun televisi secara nasional. Tahun 2021 disiarkan secara live oleh stasiun televisi RCTI dari *International Convention Exhibition* (ICE) Bumi Serpong Damai (BSD). Pemilihan stasiun televisi karena memiliki rating program acara yang tinggi serta memiliki jaringan kerjasama group seperti Global televisi, MNC televisi serta iNews televisi . Tentunya, hal ini memberi keuntungan secara daya jangkauan yang luas hampir seluruh Indonesia serta memiliki penonton yang spesifik sesuai target segment. Untuk pemilihan jadwal waktu tayangnya ditentukan saat prime time malam hari di hari pukul 19:00 - 21:00 waktu Indonesia Barat saat masyarakat mayoritas saat itu status Covid nasional sehingga berada dirumah bersama keluarga cukup tinggi. Masyarakat Indonesia tahun 2021 mengalami kondisi fase yang mencekam karena banyak masyarakat terkena Covid 19 sehingga dengan event Telkomsel Award 2021 menjadi terhibur.

Tahun 2022 Telkomsel Award hadir kembali dalam memberi penghargaan kepada para insan industri hiburan musik, games maupun perfilman. Hal ini tidak terlepas dari hal yang berkaitan dengan kebutuhan telekomunikasi dan perkembangan digital yang sangat pesat sehingga masyarakat tertarik mengikuti hal tersebut. Saat itu, pemerintah masih memberlakukan PPKM dan masyarakat berusaha bangkit secara ekonomi, social yang berdampak terhadap seluruh industri. Dalam hal ini alam kondisi tertentu

Tahun 2023 Telkomsel Award hadir dengan tema yang berbeda dengan membawa konsep lebih modern, elengan, *grande, mature, solid*. Dikesempatan acara tersebut Telkomsel meluncurkan 3 produk yang mana memunculkan kegembiraan dengan memprioritaskan kepada pelayanan produk. Pesan yang disampaikan "Better As One" berupa menuju inovasi tanpa batas dengan memberikan sambungan antara *fixed* dan *wireless* yaitu dengan memperkenalkan Indihome dengan panggilan Telkomsel One yang menggabungkan seluruh asset dan memberikan akses rumah tangga menjadi negara digital. Selain itu, ada Veronika yaitu sosok layanan yang secara digital virtual yang dapat memberikan pelayanan serta menggambarkan dari sebuah MyTelkomsel maupun fixed mobile phone.

Menurut Wilbur Schramm (Effendy 1994, Komunikasi akan berhasil apabila pesan yang disampaikan oleh komunikator memiliki keseusaian dengan kerangka acuan (Frame of Referenece), yaitu panduan pengalaman dan pengertian (collection of experiences and meanings) yang dipereloh oleh Komunikant. Schramm menambahkan, bidang (field of experience) merupakan faktor penting.

Menurut Rahmat, definisi Komunikasi Massa dirumuskan Bittner "*Mass Communication is messages communicated through a mass medium to a large number of people*" (Komunikasi massa adalah pesan yang di komunikasikan melalui media massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang.

Menurut Saussure, tanda (sign) ini terbagi menjadi tiga komponen terdiri dari:

- Tanda (sign) mencakup aspek material berupa suara, huruf, gambar, gerak, dan bentuk
- Penanda (Signifier) mencakup aspek material Bahasa, yakni apa yang dikatakan atau didengarkan dan apa yang ditulis atau dibaca
- Petanda (Signified) mencakup aspek mental Bahasa yakni gambaran mental, pikiran dan konsep

Ketiga komponen tersebut harus memiliki eksistensi yang secara utuh. Apabila salah satu komponennya tidak ada maka tandanya tidak dapat dibicarakan atau dibayangkan di benak manusia. Jadi petanda (signified) adalah konsep yang nantinya akan dipresentasikan oleh penanda (signifier). Hubungan antara petanda dengan penanda harus berkaitan satu sama lain agar dapat menghasilkan makna tersebut.

Menurut Tinarbuko (2008) Semiotika adalah ilmu yang mempelajari tentang tanda supaya dapat mengetahui bagaimana tanda tersebut berfungsi dan menghasilkan suatu makna. Dalam hal ini, tanda yang dimaksud nantinya dapat menunjukkan pada makna atau sesuatu hal lainnya yang tersembunyi dibalik tanda itu sendiri. Dengan kata lain, keberadaan tanda ini nantinya akan mewakili suatu hal yang berkaitan dengan objek tertentu. Objek - objek tersebut dapat membawa informasi dan mengkomunikasikan dalam bentuk tanda.

Menurut Claire Diaz Ortiz dalam buku *Social Media Success for Every Brand*, model SHARE yang terdiri beberapa langkah seperti berikut :

- Story
- How
- Audience
- Reach
- Excellence

Pemasaran dengan media social Anda hendaknya soal Audience bukan Brand Anda. Ingat beberapa hal seperti :

Brand bukanlah Pahlawan Anda; Konsumen adalah Pahlawan Anda
 Konsumen (Konsumen Potensial) Anda adalah pengikut Anda. Bingkai ulang akun social media Anda untuk menjadikan lebih focus pada mereka
 Memperkuat empati di media social lebih penting untuk membangun relasi dengan konsumen Anda, serta meraih kesuksesan jangka Panjang. Ingat persamaan berikut : Empati + Koneksi = keterlibatan media social
 Bangkitkan empati (dan keterlibatan) dengan cara menceritakan story yang hebat, membantu seseorang dan mengajukan pertanyaan
 Jangan mengirimkan (posting) kemudian tidak peduli. Pemasaran dengan media social yang baik membutuhkan koneksi real time dan keterlibatan dengan audiens Anda.

Faktor yang mempengaruhi strategi media adalah proses keputusan pembelian dan sikap penerimaan konsumen. Ada pun pembagiannya sebagai berikut :

Proses keputusan pembelian. Strategi media juga harus ditentukan oleh proses keputusan pembelian konsumen. Proses keputusan pembelian produk dengan keterlibatan tinggi terdiri atas empat tahap yaitu perhatian, minat, keinginan dan tindakan pembelian yang sering disebut AIDA (Attention, Interest, Desire, Action). Setiap tahap proses AIDA membutuhkan strategi media yang berbeda. Perusahaan dapat mempromosikan produknya pada media massa tertentu untuk menarik perhatian dan memberikan citra produk di benak

konsumen. Strategi lain yang perlu diperhatikan pemasaran dalam mempromosikan produksinya adalah pada sikap penerimaan konsumen yang memiliki pengertian :*Any situation in which the target audience is highly receptive to a brand message* (setiap situasi yang mana target audiensi memiliki sikap penerimaan tinggi terhadap suatu pesan merk).

Daya Tarik iklan (advertising appeal) mengacu kepada pendekatan yang digunakan untuk menarik perhatian konsumen dan atau mempengaruhi perasaan mereka terhadap suatu produk)barang dan jasa. Suatu daya Tarik iklan dapat pula di pahami sebagai something that moves people, speak to their want to needs and excites their interest (sesuatu yang menggerakkan orang, berbicara mengenai keinginan atau kebutuhan mereka dan membangkitkan ketertarikan mereka).

Pada dasarnya terdapat berbagai daya Tarik yang dapat digunakan sebagai dasar dalam mempersiapkan suatu pesan iklan. Menurut Morrison dalam buku Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu, daya Tarik itu dapat dikelompokkan kedalam dua kategori :

Daya tarik informatif / rasional (informational/rational appeal)

Daya Tarik emosional (emotional appeal)

Daya Tarik informatif/rasional. Daya Tarik informatif atau rasional menekankan pada pemenuhan kebutuhan konsumen terhadap aspek praktis, fungsional dan kegunaan suatu produk dan juga menekankan pada atribut yang dimiliki suatu produk dan atau manfaat atau alasan memiliki atau menggunakan produk tertentu. Isi pesan iklan dengan daya Tarik informatif atau rasional menekankan pada fakta, pembelajaran serta logika yang disampaikan suatu iklan. Daya Tarik iklan dengan basis rasionalitas cenderung bersifat informatif dan pemasang iklan menggunakan daya Tarik ini untuk meyakinkan konsumen bahwa produk memiliki atribut tertentu atau produk bersangkutan memberi manfaat tertentu yang dapat memuaskan kebutuhan konsumen. Iklan dengan daya Tarik rasional bertujuan membujuk target konsumen untuk membeli karena produk bersangkutan adalah yang terbaik atau produk yang paling dapat memenuhi kebutuhan konsumen.

Daya Tarik emosional. Daya Tarik emosional adalah daya Tarik yang terkait atau berhubungan dengan kebutuhan social dan psikologi konsumen dalam pembelian suatu produk. Tidak sedikit motif pembelian konsumen bersifat emosional karena perasaan mereka terhadap suatu merek dapat menjadi lebih penting dari pada pengetahuan yang mereka miliki terhadap merek. Dalam hal ini kebutuhan dan perasaan konsumen dapat digunakan sebagai dasar daya Tarik iklan yang berfungsi mempengaruhi konsumen pada level emosional sebagaimana ditunjukkan pada tabel berikut ini.

Michael Hunter berpendapat bahwa perdebatan mengenai regulasi internet pada intinya mengarah pada tiga pengaturan yaitu :

- Navigasi
- Isi (Content)
- Transaksi komersial melalui internet (transaksi elektronik)

Pengaturan teknis seperti ini dirasakan perlu dilakukan untuk menata arus atau "lalu lintas" pesan ada didunia maya. Adapun pengaturan masalah isi ini hingga saat ini masih menjadi perdebatan karena sering kali mempertentangkan perlindungan warga negara dengan kebebasan berpendapat. Di lain sisi transaksi komersial dirasakan perlu di atur untuk melindungi pelaku pasar dan konsumen dari Tindakan Tindakan yang merugikan seperti penipuan dan sejenisnya. Adam Thieere and Clyde Wayne Crews Jr menjelaskan dengan sangat baik dalam bukunya The Net, Internet Governance and Jurisdiction

mengenai prinsip pengelolaan atau penataan internet. “Penataan” atau “governance” adalah *terminology* yang memiliki arti memberikan perhatian pada struktur aturan, baik yang bersifat implisit ataupun eksplisit. Dalam penataan mengenai internet menurut penulisannya dikenal dua kecenderungan penjelasan.

Pertama, dua faktor penjas mengenai efisiensi dan keberlanjutan merupakan factor yang sangat berperan. Hasilnya mengonfirmasi bahwa efisien merupakan faktor penjas yang sangat relevan dengan fenomena penyesuaian aturan – aturan hukum swasta akibat perubahan biaya transaksi. Adapun karakter keberlanjutan dari organisasi public dan swasta merupakan pejelasan pelengkap. Agen swasta memiliki kecenderungan mengikuti hukum efisiensi sedangkan agen public cenderung meyakini evolusi hukum keberlanjutan.

Kedua, penataan internet membutuhkan banyak kolaborasi dari banyak komponen yang terlibat. Internet tidak berfungsi tanpa kerja sama dan kolaborasi dari banyak komponen yang terlibat. Internet tidak bisa berfungsi tanpa kerja sama dan kolaborasi dari keseluruhan entitas yang memiliki berbagai kepentingan dalam operasinya. Dengan di iringi teknologi yang semakin berkembang jumlah pengguna internet pun semakin melonjak. Bertambahnya jumlah pengguna internet di dunia salah satunya dipicu dengan kemudahan aksesnya seperti yang di tawarkan industry telepon seluler dalam kurun waktu beberapa tahun terkahir ini. Lembaga suevey Nielsen pun mencatat saat ini sekitar 48% penggun internet di Indonesia menggunakan ponsel untuk mengakses internet. Jika dibandingkan negara lain di Asia Tenggara, Indonesia mengalami pertumbuhan pesat dalam hal pengguna Internet Mobile.

Larry A Samovar dan Richard E Porter mengemukakan terdapat enam unsur budaya yang secara langsung mempengaruhi persepsi kita ketika berkomunikasi dengan orang dari budaya lain yakni:

Kepercayaan (beliefs), nilai (values) dan sikap (attitudes)

Pandangan dunia (worldview)

Organisasi social (social organization)

Tabiat manusia (human nature)

Orientasi kegiatan (activity orientation)

Persepsi tentang diri dan orang lain (perception of self and others) Metodologi penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif yaitu suatu metode yang meneliti dan menganalisis suatu objek dengan alur metode kualitatif. Dalam hal ini meneliti unsur – unsur desain sebagai bentuk komunikasi pada desain key visual Telkomsel Award 2023.

B. HASIL dan PEMBAHASAN

Telkomsel Award 2023 merupakan ajang penghargaan bagi insan industri yang berkecimpung dalam dunia hiburan seperti music, video, games maupun konten. Telkomsel sebagai penyedia layanan jenis data internet menghadirkan berbagai macam program melalui platform yang dimiliki agar senantiasa dapat memberikan pelayanan ke pelanggan dengan baik. Kehadiran produk Indihme pada acara Telkomsel Award 2023 menandakan layanan internet Telkomsel tidak terbatas kepada mobile melainkan layanan fixed home mobile sehingga masyarakat di seluruh Indonesia dapat memilih sesuai kebutuhan.

Key visual yang ditampilkan menyesuaikan content produk yang di tawarkan mulai dari penawaran paket internet, loyalty program hingga *launching* produk indihome. Pada kesempatan tersebut, produk produk yang terpilih di optimalkan melalui tayangan TV secara langsung seperti penawaran paket Video

paket Nonton Sepuasnya, paket Flash Sale Dunia, Halo, Indihome, orbit, Byu, Dyanastones dan beberapa produk lainnya. Beberapa key visual produk menggunakan *template guide line* resmi Telkomsel Award 2023 dan beberapa key visual menggunakan *guide line regular* sesuai yang berlaku agar tetap memiliki identitas.

Acara Telkomsel Award 2023 menghadirkan para artist terkenal dalam negeri hingga Korea seperti Xodiac, Zico, Andien, Putri Ariani, Maliq & D'Essentials, Diskoria, happy Asmara, Ran, Tulus, Hesty Purwadinata, Adikara Fardy, Rigen, Boris Bokir dan lain – lain. Secara garis besarnya, acara Telkomsel Award 2023 ingin menginformasikan kepada pelanggan Telkomsel bahwa Indihome sebagai perusahaan yang bergerak dipelayanan jasa internet secara resmi telah bergabung dengan Telkomsel. Hal ini di tandai dengan berbagai macam produk yang di tawarkan kepada masyarakat saat acara launching di Telkomsel Award 2023. Konsep design stage dan performance di ditampilkan secara modern dengan berbagai penampilan artis dalam negeri maupun luar negeri. Telkomsel award menampilkan berbagai bervariasi seperti Indihome, Video, Prabayar, Maxstream, Dunia Games.

Untuk key visual, warna yang digunakan berbeda dengan tahun – tahun sebelumnya dimana saat itu warna cerah dan terang mencerminkan semangat, gairah, harapan, optimis, keberlangsungan ditengah terpuruknya kondisi Covid 19. Konsep warna Telkomsel Award 2023 terdiri unsur warna Hitam, merah, perak dimana masing - masing unsur komposisi diberi warna gradasi warna hitam maupun putih. Penggunaan Warna hitam sebagai background memperkuat nuansa ketegasan, kedewasaan maupun eksklusifitas yang mana kombinasi warna – warna tersebut menjadi hal yang berdampak terhadap suatu image. Penggunaan warna pada talent menggunakan warna putih ke abu abuan agar menyatu dengan warna *background* serta kontras yang simple sehingga lebih tegas.

Penggunaan warna Huruf yang putih mencerminkan sebuah simpel, anggun dan estetik bagi yang melihat. Hasil warna tersebut menggambarkan keselarasan dan keserasian terhadap dari *headline, subheadline* hingga *body text* yang terdapat pada kata yang ditampilkan. Warna emas pada Huruf kata seperti Telkomsel. Awards, 2023 mencerminkan sebuah persembahan acara pertunjukan yang besar yang di dedikasikan kepada industri musik, video, games. Penggunaan warna Emas dengan gradasi abu – abu yaitu perubahan dari warna ke warna lain membuat gradasi agar tidak terlihat reaktif maupun offer dalam gambar.

Portal merupakan bagian informasi lebih bagi pelanggan yang hendak mengakses layanan melalui mekanisme *channel* maupun persyaratan yang berlaku dari suatu program. Warna pada portal terdiri dua warna yaitu, warna merah pada zona kiri yang melambangkan nama *brand* produk sedangkan warna putih menginformasikan mekanisme dan akses yang dapat digunakan pelanggan. Perbedaan warna memperlihatkan dua hal informasi yang berbeda sehingga pelanggan dapat mengetahui dengan jelas dari zona yang terpisah. Huruf yang digunakan merupakan jenis batik Telkomsel dengan ukuran 12-18 menyesuaikan penggunaan maupun penempatan pada design. Ukuran Huruf menyesuaikan komposisi informasi dimana headline menjadi pusat perhatian sehingga perlu mendapatkan perhatian dan *focus* bagi yang melihat. Untuk kerning atau jarak pada Huruf dibuat rapat agar memiliki *focus* perhatian pada informasi tinggi dan ditampilkan cukup banyak. Selain itu, jarak yang rapat dikarenakan jumlah artis yang disebutkan cukup banyak dan keterbatasan area kosong.

Penggunaan Huruf pada key visual terdapat dua macam yaitu full Kapital lengkap dan non kapital. Pembagian ini dimaksudkan agar kategori informasi yang disampaikan memiliki pesan yang berbeda. Jika berkaitan informasi artis maka huruf yang digunakan full kapital karena hal tersebut menjadi daya tarik bagi pelanggan, sedangkan berkaitan informasi lokasi, ketentuan yang berlaku maupun lokasi menggunakan huruf non kapital. siapa saja yang hadir di implementasikan semua Huruf karena ingin memberi penegasan dan keseriusan informasi bagi yang melihat.

Informasi "Tukar 100 Poin Dapatkan akses nonton" menggunakan huruf non kapital serta ukuran huruf yang berbeda. Khusus kata 100 Poin menggunakan ukuran huruf 16 agar berbeda dengan huruf lainnya dengan tujuan menginformasikan pelanggan berkesempatan mendapatkan akses nonton dengan cara tukar 100 Poin. Artinya, bagi pelanggan yang memiliki 100 Poin dapat menukarkan Poin yang dimiliki sesuai kuota yang tersedia. Untuk informasi seperti "Tiket berlaku 2 pelangga

Lay out yang diterapkan pada tulisan maupun gambar berada fokus di bagian tengah agar bisa mendapatkan perhatian. Ruang sisi kiri kanan Diberi ruang kosong agar memberi kesan luas sehingga fokus perhatian informasi maupun gambar berada di tengah. Jika sewaktu waktu ada penambahan informasi terbaru pada layout maka masih dapat di implementasikan pada wilayah lay out yang kosong. Penempatan headline, sub headline, image artist, maupun informasi lainnya berada di bagian tengah agar audience dapat dengan mudah membaca informasi secara terstruktur dan hierarki.

Lay out piala Telkomsel Award 2023 ditempatkan sebelah sisi kiri *key visual* agar audience melihat objek tersebut sesuai arah membaca. Jika ditempatkan pada bagian tengah key visual sudah tertutup dengan image talent. Ukuran Piala Penghargaan Telkomsel Award dibuat vertical dan sejajar dengan bidang luas image para artist sehingga dapat menjangkau area bidang tinggi.

Image pada key visual terdiri photo para artis pengisi acara maupun piala Telkomsel Award 2023 sebagai symbol dari penghargaan yang diberikan kepada nominator. Ukuran Piala Telkomsel Award 2023 sebidang vertical dengan tinggi yang sejajar *image artist* yang bertujuan memperlihatkan ikon yang *prestigious* bagi industri.

Image artist disusun berdasarkan artist bintang tamu utama hingga artis pendukung yang mana masing - masing memiliki keunikan dan daya tarik bagi penonton. Susunan *Image* penyanyi wanita ditempatkan di bagian baris tengah dan bagian baris depan yang dikombinasikan artis band maupun artis laki - laki sehingga menghasilkan susunan para bintang terkenal.

Ilustrasi pada *key visual* secara keseluruhan menggunakan treatment pencahayaan putih dan warna gradasi pada *image* artis. Untuk piala Telkomsel Award 2023 terdapat sorot cahaya dan pantulan piala yang menggambarkan memiliki nilai berharga saking mengkilap ditengah suasana gelap. Pada bagian area sudut bawah terdapat warna gradasi warna putih agar warna hitam terlihat kontras sehingga *key visual* terlihat lebih hidup.

Ilustrasi sorot cahaya ditempatkan dibagian atas sisi kiri yang menyorot secara vertikal ke arah piala sebagai pencahayaan dan penegasan terhadap objek tersebut. Selanjutnya disisi kanan pencahayaan ke arah logo Telkomsel yang memberi *highlight* terhadap penyelenggara acara.

Semiotika pada *key visual* Telkomsel Award 2023 berupa penulisan Telkomsel Awards 2023 dan Tulisan Telkomsel pada piala penghargaan, dimana penggunaan warna emas memberi penekanan yang signifikan. Penggunaan warna emas melambangkan ajang penghargaan memiliki makna suatu citra,

prestasi, kesuksesan, kemewahan, kemenangan dan kemakmuran. Piala merupakan sebuah simbol penghargaan yang diberikan kepada seseorang yang telah melakukan kemajuan dan dedikasinya bagi industri secara konsisten sesuai kategori yang telah ditentukan. Pada bagian kanan atas piala, terdapat cahaya bintang yang melambangkan sebuah kecermelangan prestasi yang dilakukan seseorang ataupun kelompok terhadap di bidang industri.



1. *Launching* FMC product, MyTelkomsel reborn, Virtual KOL
2. Penghargaan hiburan music, Film Maxstream atau partner lainnya, kategori games, content creator , lifetime achievement
3. Hiburan musik kolaborasi music
4. Hiburan komedi seperti host, preesnetor, musisi
5. Telkomsel journey, Fixed mobile content, penghargaan nominator, sambutan Direksi, pembukaan video

Pada key visual Majamojo pada produk Dyanastones menggambarkan simbol animasi berupa karakter animasi kartun pada games. Karakter tersebut menggunakan atribut sesuai karakter permainan tersebut. Penulisan Dynastones berupa bentuk karakter batu yang d implementasikan pada gambar dengan kombinasi unsur alami warna coklat.



Semiotika pada key visual Indihome, mencerminkan ikon – ikon jenis hiburan yang bisa di akses melalui program menarik. Ikon bola menggambarkan sebuah bola yang sedang di pertandingan bola dan di gambarkan keseruan penonton menyaksikan pertandingan tersebut. Hal tersebut terlihat saking menariknya dan eforia saat pertandingan tersebut. Ikon televisi, meja televisi mencerminkan target produk pelanggan keluarga. Menggambarkan suasana kondisi ruangan keluarga yang nyaman dalam melakukan aktifitas Bersama. Pada implementasi warna menggambarkan komposisi warna yang mencerminkan Telkomsel dengan Indihome.

Pada keyvisual Paket Dynamic di cerminan berupa suasana keluarga seperti sofa, meja kecil maupun kepala keluarga. Lalu terdapat ikon – ikon yang menggambarkan program acara yang berbasis platform. Ambience warna kombinasi warna coklat muda dengan warna abu abu. Wardrobe yang digunakan talent menggunakan warna yang stand out



Untuk promosi program Telkomsel Award 2023 menggunakan media komunikasi yang memiliki jaungkauan personal yaitu media digital. StrategiMedia digital menggunakan own channel asset, digital paid maupun influencer atau key opinion leader dan ini dilakukan sejak bulan Mei akhir hingga Juli. Para artist sudah dilakukan pengecekan jadwal kehadiran sehingga foto – foto para artist mulai dapat di ditampilkan pada key visual.

Treatment tampilan key visual pada Televisi dibuatka squeeze fram yang mengikuti frame Televisi penonton. Squeeze frame akan muncul secara bergantian dalam waktu tertentu dengan menampilkan produk sales yang berlaku selama periode Telkomsel Award 2023. Produk Utama yang di tawarkan

berupa Indihome, Orbit, maupun penawaran lainnya. Key visual Indihome ditampilkan dengan warna hitam gelap dipadukan dengan merah muda. Untuk key visual Orbit menggunakan warna dominan merah jambu karena ditujukan ibu rumah tangga yang perlu menggunakan akses internet secara mobile bagi kegiatannya. Key Visual Byu menggunakan colour palet biru dimana Byu merupakan produk yang menawarkan paket internet anak muda.

Secara umum, key visual ditampilkan dalam bentuk media promosi above the line, below the line serta digital. Untuk master key visual menggunakan template *guide line* Telkomsel Award 2023. Untuk key visual Video menggunakan warna hitam dan dikombinasikan warna merah sebagai warna pendukung yang di implementasikan pada ilustrasi. Warna merah pada latar belakang dibuat tipis dan memiliki effect glowing dimana mencerminkan unsur modern dan futuristik. Kontras warna hitam dengan merah memadukan sikap elegan dan sikap optimis sehingga memberikan sentuhan warna anak muda.

Penggunaan warna Huruf pada key visual Video di implementasikan warna putih agar semuanya seragam. Selain itu, Huruf warna putih membuat efek keteraturan warna pada tulisan sehingga audience dapat dengan mudah membaca seluruh informasi.

Penggunaan jenis Huruf yaitu Batik Telkomsel dengan ukuran 12- 18 yang mana di implementasikan disesuaikan informasi yang ditampilkan. Pada Headline menggunakan ukuran yang lebih besar agar mendapatkan perhatian dari audience sehingga akan dibaca dan diharapkan dapat membeli paket yang ditawarkan. Informasi harga, menggunakan ukuran Huruf yang sedang 10rb dan mulai 10Gb sehingga audience lebih mudah membaca secara tenang.

Key visual Games dengan headline Flash Sale menggunakan warna hitam abu – abu. Hal ini bertujuan agar memusatkan perhatian terhadap paket dan Diamond yang ditawarkan. Huruf pada penawaran menggunakan warna putih agar lebih bersih dalam membaca informasi tersebut.

C. SIMPULAN

Berdasarkan analisa pada key visual program Telkomsel Award 2023 dapat disimpulkan bahwa tanda signifier dan signified memiliki hubungan yang saling berkaitan. Hal ini terlihat dalam komposisi warna, pesan maupun konsep yang dibuat saling melengkapi dan memperkuat objek satu sama lain. Seluruh *image artist* yang ditampilkan secara elegant dengan warna yang gelap abu – abu sehingga sehingga kontras dengan warna latar belakang. Selain itu, unsur objek piala dan logo Telkomsel Award 2023 mempertegas bahwa event ini merupakan acara yang bergengsi dengan menghadirkan para artis.

Sesuai Tinarbuko, bahwa semiotika mempelajari tanda supaya dapat mengetahui bagaimana tanda tersebut menghasilkan suatu makna. Artinya, *key visual* yang dibuat seperti Telkomsel Award, Indihome, Dynastone, Video, Games, menginformasikan berupa penawaran produk, paket data, paket games serta paket menarik lainnya. Hal ini terlihat pada key visual seperti jumlah paket internet, benefit yang ditawarkan dan bertujuan agar audience tertarik membeli produk tersebut. Pesan yang disampaikan menggunakan Huruf yang besar serta komposisi warna yang terlihat.

Key visual berupa gambar objek seperti artist, suasana rumah, diamond games memiliki makna yang jelas dari seluruh informasi. Peran semiotika dalam key visual sangat besar dimana gambar tersebut muncul secara digital dan disiarkan secara langsung dari televisi membutuhkan kesempatan yang instant dalam memahami produk yang di tawarkan.

D. DAFTAR PUSTAKA

- Drs Tatang S, MSI,(2016) *Dinamika Komunikasi*. Bandung: Pustaka Setia
- Morissan, MA (2014) *Periklanan komunikasi pemasaran terpadu* Jakarta : Prenadamedia Group.
- Claire Diaz Ortiz (2019) *Social Media Success For Every Brand* Jakarta : Buana Ilmu Populer.
- Prof Deddy Mulyana M.a, Ph.D (2017) *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar* Bandung :Rosada Karya.
- Rhenald Kasali PhD *Manajemen Periklanan* Jakarta :Pusat Antar Universitas, bidang ilmu ekonomi universitas Indonesia.