



**PERANCANGAN COMPANY PROFILE POLITEKNIK KESEHATAN
MAJAPAHIT MOJOKERTO**

KERJA PRAKTIK

**Program Studi
S1 Desain Komunikasi Visual**

Oleh:

Ali Abdullah


10420100007

INSTITUT BISNIS
DAN INFORMATIKA
stikom
SURABAYA

**FAKULTAS TEKNOLOGI DAN INFORMATIKA
INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA STIKOM SURABAYA
2017**

**PERANCANGAN COMPANY PROFILE POLITEKNIK KESEHATAN
MAJAPAHIT MOJOKERTO**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan
Mata Kuliah Kerja Praktik :



Disusun Oleh :

Nama : Ali Abdullah
NIM : 10420100007
Program : S1 (Strata Satu)
Jurusan : Desain Komunikasi Visual

INSTITUT BISNIS
DAN INFORMATIKA
STIKOM
SURABAYA

**FAKULTAS TEKNOLOGI DAN INFORMATIKA
INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA STIKOM SURABAYA**

2017

LEMBAR MOTTO



“DON’T JUDGE BOOK BY THE COVER”

LEMBAR PERSEMBAHAN



Kupersembahkan kepada kedua Orang tua, Serta pihak yang telah membantu menyelesaikan laporan ini terima kasih banyaK

LEMBAR PENGESAHAN
PERANCANGAN COMPANY PROFILE POLITEKNIK
KESEHATAN MAJAPAHIT MOJOKERTO

Laporan Kerja Praktik

Ali Abdullah

Nim : 10420100007

Telah diperiksa, diuji dan disetujui

Surabaya, 5 Januari 2017

Disetujui :

Dosen Pembimbing,



Wahyu Hidayat, S.Sn., M.Pd

NIDN. 0710057804

Penyelia



Dr. Achmad Husin

NIK.220250089

Mengetahui,

Kepala Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual



**FAKULTAS TEKNOLOGI
DAN INFORMATIKA**

stikom
SURABAYA



Siswo Martono, Skom., M.M.

NIDN :0726027101

SURAT PERNYATAAN
PERSETUJUAN PUBLIKASI DAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Sebagai mahasiswa Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya, saya :

Nama : Ali Abdullah
NIM : 10420100007
Program Studi : S1 Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Fakultas Teknologi dan Informatika
Jenis Karya : Laporan Kerja Praktik
Judul Karya : **PERANCANGAN COMPANY PROFILE POLITEKNIK
KESEHATAN MAJAPAHIT MOJOKERTO**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa:

1. Demi pengembangan Ilmu Pengetahuan, Teknologi dan Seni, saya menyetujui memberikan kepada Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-Exclusive Royalti Free Right*) atas seluruh isi/ sebagian karya ilmiah saya tersebut di atas untuk disimpan, dialih mediakan dan dikelola dalam bentuk pangkalan data (*database*) untuk selanjutnya didistribusikan atau dipublikasikan demi kepentingan akademis dengan tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis atau pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta
2. Karya tersebut di atas adalah karya asli saya, bukan plagiat baik sebagian maupun keseluruhan. Kutipan, karya atau pendapat orang lain yang ada dalam karya ilmiah ini adalah semata hanya rujukan yang dicantumkan dalam Daftar Pustaka saya
3. Apabila dikemudian hari ditemukan dan terbukti terdapat tindakan plagiat pada karya ilmiah ini, maka saya bersedia untuk menerima pencabutan terhadap gelar kesarjanaan yang telah diberikan kepada saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 5 Januari 2017

Yang menyatakan

Ali Abdullah
NIM : 10420100007

ABSTRAK

Politeknik Kesehatan Majapahit Mojokerto merupakan Lembaga pendidikan dalam Bidang keperawatan beragamnya proses bisnis yang di gunakan oleh berbagai perusahaan tersebut membutuhkan tenaga-tenaga terampil dan kompeten di bidangnya update teknologi terkini mutlak dibutuhkan untuk mendukung proses Implementasi tersebut agar dapat lebih efisien, efektif dan tepat sasaran

Kata kunci : Perancangan Media Promosi, Booklet



DAFTAR ISI

Halaman

KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii

BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	3
1.3 Batasan Masalah	3
1.4 Tujuan	3
1.5 Manfaat	3
1.5.1 Manfaat Teoritis.....	3
1.5.2 Manfaat Praktis	3

BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	4
2.1 Profil Politeknik Kesehatan Majapahit Mojokerto	4
2.2 Sejarah Politeknik	4
2.3 Visi dan Misi Politeknik	5
2.4 Struktur Perusahaan	6
2.5 Alamat dan Kontak Politeknik.....	6

BAB III TINJAUAN PUSTAKA.....	7
3.1 Media Promosi	7
3.1.1 Definisi <i>Booklet</i>	7
3.1.2 Keunggulan <i>Booklet</i>	8
3.1.3 Penyampaian Pesan Melalui <i>Booklet</i>	9
3.2 Promosi	9
3.2.1 Pengertian Promosi	9
3.2.2 Fungsi Promosi	10
3.2.3 Tujuan Promosi.....	10

3.2.4 Jenis-Jenis Promosi	11
3.2.5 Perbedaan Promosi Dengan Iklan	12
3.3 Elemen Desain	13
3.3.1 Elemen Dasar Desain	13
3.3.2 Prinsip Dasar Desain	15
3.3.3 Layout	16
3.3.4 Jenis Layout	18
3.3.5 Warna	20
3.3.6 Tipografi	23
3.4 EXE Making	24
BAB IV METODE PERANCANGAN	26
4.1 Penentuan Konsep	26
4.2 Perancangan Karya	26
4.3 Brief Client	26
4.4 Observasi	27
4.5 Wawancara	27
4.6 Brainstorming	27
4.7 Proses Desain	27
4.7.1 Penentuan Software	27
4.8 Finishing	28
BAB V PENUTUP	31
5.1 Kesimpulan	31
5.2 Saran	31
DAFTAR PUSTAKA	32
LAMPIRAN	3

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 4.1 Screenshot Project Cover Depan.....	29
Gambar 4.2 Foto informasi Politeknik.....	29



DAFTAR LAMPIRAN

Halaman

Lampiran 1. Surat Keterangan Kerja Praktik.....	33
Lampiran 2. Form KP-5 (Halaman 1).....	34
Lampiran 3. Form KP-5 (Halaman 2).....	35
Lampiran 4. Form KP-6 (Halaman 1).....	36
Lampiran 5. Form KP-6 (Halaman 2).....	37
Lampiran 6. Form KP-7.....	38
Lampiran 7. Kartu Bimbingan	40
Lampiran 8. Form Akhir Kerja Praktik.....	41
Lampiran 9. Form KP-3A	42
Lampiran 10. Form KP-3B	43
BIODATA PENULIS	44



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Penerapan booklet banyak digunakan sebagai bentuk media promosi perusahaan, sebagai alternatif menjual produk-produknya. Akan tetapi, desain booklet sering kali disepelekan oleh perusahaan yang menjual produk-produknya kepada calon konsumen. Booklet dengan desain yang tidak informatif, dan desain yang tidak simpel menjadi salah satu masalah yang membuat calon konsumen tidak tertarik kepada produk perusahaan tersebut. Dengan kurangnya informasi dan desain yang mengurangi *point of interest* pada booklet produk, calon konsumen tidak tertarik dengan produk tersebut, meski produk dari perusahaan tersebut sangatlah bagus. Tujuan Kerja Praktik ini adalah, untuk merancang media promosi Politeknik Kesehatan Majapahit Mojokerto melalui Booklet.

Politeknik Kesehatan Majapahit Mojokerto yang didirikan di Mojokerto tersebut merupakan lembaga pendidikan dibidang kesehatan yang lebih mengedepankan pada tenaga kesehatan seperti bidan yang sangat membutuhkan tenaga-tenaga terampil dan kompeten di bidangnya. Media promosi terkini mutlak dibutuhkan untuk mendukung proses mengenalkan politeknik tersebut agar dapat lebih efisien, efektif dan tepat sasaran kepada masyarakat.

Media promosi adalah sarana mengomunikasikan suatu produk atau jasa atau brand atau perusahaan dan lainnya agar dapat dikenal masyarakat lebih luas. Media promosi yang paling tua adalah dari mulut ke mulut, dilanjutkan dengan media promosi konvensional berupa brosur, poster, katalog, pamflet, booklet, spanduk, billboard, banner, flyer, reklame, kartu nama, iklan TV, radio, media cetak (koran/majalah) dan sebagainya.

Media promosi berkembang dengan maraknya promosi ranah digital seperti promosi melalui jejaring sosial di Facebook dan Twitter. Namun, tidak satu pun media

yang benar-benar dikategorikan mutlak dari segi ketepatan dan efektivitas. Masing-masing memiliki kelebihan dan kekurangan.

Booklet merupakan sebuah buku kecil yang terutama digunakan untuk mewakili perusahaan dan rincian produk. Booklet juga ibaratnya sebuah utusan yang membawa pesan penting. Penampilan dan desain booklet adalah mewakili gambaran sebuah perusahaan. Seorang marketing sangatlah penting memiliki tools untuk membantu meningkatkan penjualan. Booklet adalah solusi ideal untuk meningkatkan bisnis Anda karena buku itu sendiri menjelaskan setiap segala sesuatu dan tentang produk dengan bantuan gambar. Sebuah booklet yang mempunyai desain dan kualitas yang baik selalu menjadi titik untuk menarik perhatian sejumlah besar klien dalam bidang, Profesi atau dalam Industri apapun. Maka sudah seharusnya setiap perusahaan dalam bidang apapun harus memiliki booklet sebagai alat untuk mengingatkan klien. Setelah marketing meninggalkan klien, booklet adalah solusi terbaik agar klien tetap ingat dengan penawaran yang telah dilakukan

Politeknik Kesehatan Majapahit Mojokerto menjadi lembaga pendidikan penyedia tenaga kesehatan yang berkualitas, handal & terpercaya.

Politeknik Kesehatan Majapahit Mojokerto yang inovatif dan kompetitif serta berkontribusi secara efektif terhadap kinerja memberikan layanan yang terbaik kepada masyarakat. Menjamin profesionalisme dan kerjasama yang baik untuk menghasilkan layanan yang berkualitas. Mengembangkan kerjasama dan kemitraan usaha yang saling menguntungkan.

Pada Penelitian ini digunakan suatu media promosi cetak yang khusus mengenalkan lembaga pendidikan politeknik kesehatan. Oleh karena itu dengan adanya media promosi cetak peneliti ingin membuat suatu media promosi melalui media cetak berupa *booklet* agar dapat menjadi alternatif utama bagi para calon tenaga kesehatan yang membutuhkan pendidikan yang berkualitas.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka permasalahan pada laporan kerja praktik ini dapat dirumuskan sebagai berikut *“Bagaimana merancang sebuah Product Overview Booklet yang dapat menyampaikan informasi lembaga pendidikan politeknik kesehatan majapahit Mojokerto.*

1.3 Batasan Masalah

Agar pembahasan dalam laporan kerja praktik ini dapat terfokus dan tidak terlalu meluas, maka diperlukan batasan-batasan mengenai permasalahan yang ada yaitu:

Hanya merancang sebuah booklet politeknik kesehatan majapahit Mojokerto tanpa mengubah informasi yang ada pada perusahaan tersebut.

1.4 Tujuan

Tujuan yang ingin dicapai dari pembuatan laporan kerja praktik ini adalah untuk merancang media promosi di Politeknik Kesehatan Majapahit Mojokerto melalui *booklet*.

1.5 Manfaat

1.5.1 Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dari perancangan media promosi ini adalah dapat menambah pengetahuan umum akan pentingnya media cetak, layout, ilustrasi untuk mahasiswa desain komunikasi visual dan masyarakat umum. Khususnya dalam perancangan media promosi Politeknik Kesehatan Majapahit Mojokerto

1.5.2 Manfaat Praktis

Manfaat praktis yang dihasilkan dari penelitian ini diharapkan dapat diaplikasikan pada media cetak yaitu booklet produk yang sudah dirancang. Dan juga diharapkan dapat memberikan informasi mengenai Politeknik Kesehatan Majapahit Mojokerto

BAB II

GAMBARAN UMUM POLITEKNIK

2.1 Profil Perusahaan

Poltekkes Majapahit adalah Perguruan Tinggi yang mengemban amanat menyelenggarakan pendidikan untuk membentuk tenaga kesehatan (Keperawatan, kebidanan dan kesehatan masyarakat) yang berakhlak mulia dalam peningkatan pelayanan kesehatan yang bermutu dan profesional. Sebagai salah satu Institusi perguruan tinggi dibawah Departemen Pendidikan Nasional, maka Stikes-Poltekkes Majapahit Mojokerto harus dapat mengupayakan sendiri bentuk kurikulum akademis, dll, yang paling tepat dan sesuai guna memenuhi kebutuhan tersebut agar dapat berdaya guna maksimal. Disamping ketrampilan profesional, lulusannya juga diharapkan memiliki rasa etis tinggi dan berjiwa nasional dalam peranannya selaku petugas kesehatan. Hal tersebut tidak terlepas dari kompetisi yang tertinggi dalam hal pemberian layanan kesehatan, seiring dengan makin majunya ilmu pengetahuan dan teknologi kesehatan serta semakin tingginya tingkat kesadaran masyarakat atas pentingnya peningkatan mutu kesehatan untuk itu disusun peraturan bagi seluruh civitas akademik Poltekkes Majapahit Mojokerto yang sesuai dengan Pancasila, UUD 1945, Tri Dharma Perguruan Tinggi, Visi Misi Poltekkes Majapahit Mojokerto

2.2 Sejarah

Sejarah Poltekkes Majapahit Mojokerto

Dilatar belakang oleh peran serta dalam kegiatan program pembangunan dibidang

pendidikan kesehatan serta banyaknya lulusan sekolah lanjutan tingkat atas atau sederajatnya di Jawa Timur yang ingin menempuh pendidikan kesehatan yang tidak bisa terwujud karena keterbatasan kuota penerimaan mahasiswa, atas prakarsa beberapa orang terutama Bapak Nurwidji merintis Politeknik Kesehatan Majapahit pada tahun 2001 yang disingkat dengan nama Poltekkes Majapahit.

Dalam mewujudkan cita-cita tersebut para pemrakarsa yang tergabung dalam Yayasan Kesejahteraan Warga Kesehatan (YKWK) Kab. Mojokerto pada tanggal 5 Desember 2001 mengajukan ijin kepada Ditjen Dikti Depdiknas RI melalui surat nomor : 069/YKWK/XII/2001 untuk mendirikan lembaga pendidikan tenaga kesehatan Poltekkes Majapahit. Ijin pendirian diajukan ke Ditjen Dikti Depdiknas RI dengan berpedoman pada Peraturan Pemerintah Nomor : 60 Tahun 1999 dimana untuk ijin pendirian dan pengelolaan pendidikan nasional merupakan tanggung jawab Menteri yang membawahi Departemen Pendidikan Nasional.

Setelah itu pada tanggal 7 Juni 2002 adanya Surat pertimbangan Ditjen Dikti Nomor : 1696/D2/2001 dan Rekomendasi Depkes RI No. TU.009.06.5.358, serta berdasarkan evaluasi akademik dan administratif yang dilakukan Ditjen Dikti, maka pada tanggal 2 Agustus 2002 Mendiknas RI mengeluarkan Keputusan No. 155/D/O/2002 tentang pemberian ijin penyelenggaraan program studi dan pendirian Politeknik Kesehatan Majapahit di Mojokerto yang diselenggarakan oleh Yayasan Kesejahteraan Warga Kesehatan (YKWK) Kab. Mojokerto. Adapun Program studi jenjang Diploma III yang diselenggarakan antara lain: Elektro Medik, Kebidanan, dan Keperawatan.

Berkat kegigihan pengelola dan mahasiswa, ujian-ujian tersebut dapat dilalui sehingga bisa tetap eksis dan berkembang. Ternyata tidak mudah untuk mendirikan institusi pendidikan kesehatan di bawah perijinan Departemen Pendidikan Nasional (sekarang Kementerian Pendidikan Nasional). Hal tersebut merupakan sesuatu yang baru dan masih dianggap hal yang tidak lazim, bahkan lebih ekstrem dianggap illegal. Ujian terhadap keberadaan Poltekkes Majapahit datang silih berganti. Namun berkat kegigihan pengelola dan mahasiswa, ujian-ujian tersebut dapat dilalui sehingga bisa tetap eksis dan berkembang.

Sejak turunnya SK. Pendirian tersebut maka dibukalah seleksi penerimaan mahasiswa

baru (PMB) tahun akademik 2002/2003. Pendaftaran dibagi dalam 2 (dua) gelombang dimana dapat diterima sebanyak 188 orang pendaftar prodi D-III Kebidanan & Keperawatan. Proses PMB dilaksanakan cukup selektif karena mahasiswa yang diterima harus melalui 3 (tiga) tahap, yaitu tes tulis, tes kesehatan, dan interview. Sedangkan prodi D-III Elektromedik masih kurang peminatnya sehingga belum memenuhi syarat untuk dapat diselenggarakan.

Sebagai tempat untuk menyelenggarakan proses pendidikan dan pelayanan administrasi, untuk sementara Poltekkes Majapahit menyewa kampus UNIM Mojokerto. Ternyata perkembangan Poltekkes Majapahit begitu pesat sehingga perlu diupayakan untuk membangun kampus sendiri. Pada akhirnya Poltekkes Majapahit mampu membeli lahan untuk lokasi pembangunan kampus. Tentunya ini merupakan tonggak sejarah bagi perkembangan Poltekkes Majapahit selanjutnya dan memberikan rasa kebanggaan tersendiri bagi segenap civitas akademika. Seiring dengan perkembangan pendidikan tenaga kesehatan di tanah air, Yayasan mengajukan ijin pendirian sekolah kesehatan yang berjenjang S-1 ke Ditjen Dikti. Melalui SK. Mendiknas RI Nomor : 09/D/O/2004, maka berdirilah Sekolah Tinggi Kesehatan (Stikes) Majapahit Mojokerto pada tanggal 5 Januari 2004. Yang sekarang berkembang memiliki dua Prodi yakni Keperawatan sekaligus juga pendidikan profesinya, yakni Ners dan Kesehatan Masyarakat.

Pada tanggal 11 Juli 2005 Dirjen Dikti Depdiknas RI memberikan Perpanjangan Ijin Penyelenggaraan Program Studi pada Poltekkes Majapahit melalui Surat Nomor : 2130/D/T/2005 untuk Prodi Keperawatan dan Surat Nomor : 2155/D/T/2005 untuk Prodi Kebidanan. Dalam tahun 2005 dibentuklah Tim Task-Force guna mengikuti Program Hibah Kompetisi (PHK) yang diselenggarakan Dirjen Dikti, yang akhirnya berhasil mendapatkan Dana PHK-A1 pada tahun 2006 dan dilanjutkan PHK-PMP (Peningkatan Mutu Pendidikan) pada tahun 2007. Dana-dana tersebut dapat membantu bagi penambahan sarana & prasarana dan juga untuk meningkatkan SDM pengelola sesuai aturan yang ditetapkan Dirjen Dikti. Pada bulan Desember 2005 dilakukan perpindahan kampus dari UNIM Mojokerto ke gedung sendiri yang letaknya bersebelahan di samping Barat UNIM, yakni di Jl. Raya Jabon – Gayaman Km. 02 Kec. Mojoanyar Kab. Mojokerto (terletak di Jalan Raya Mojokerto – Mojosari). Dengan

menempati kampus milik sendiri tersebut tentunya memberikan rasa kebanggaan tersendiri bagi warga Stikes-Poltekkes Majapahit untuk meningkatkan pelaksanaan Tri Dharma Perguruan Tinggi. Upaya pengembangan dan pembangunan sarana dan prasarana terus dilaksanakan menuju standarisasi mutu pendidikan. Untuk meningkatkan kualitas sumber daya tiap prodi menuju standarisasi mutu pendidikan, maka Stikes-Poltekkes Majapahit mengajukan akreditasi ke Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi (BAN-PT) Depdiknas RI.

2.3 Visi dan Misi Perusahaan

VISI

“Perguruan Tinggi yang menghasilkan lulusan vokasi Keperawatan dan Kebidanan berkarakter dan berdaya saing tinggi di wilayah Asia Tenggara pada tahun 2018.”

MISI

1. Menyelenggarakan pendidikan dan pembelajaran yang unggul dan berkualitas yang berorientasi pada perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi.
2. Menyelenggarakan penelitian yang unggul dan bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan kesejahteraan masyarakat.
3. Menyelenggarakan pengabdian kepada masyarakat yang unggul dan berorientasi pada pemberdayaan masyarakat melalui penerapan ilmu keperawatan dan kebidanan.
4. Menyelenggarakan tata kelola kampus yang otonom, akuntabel dan transparan yang menjamin peningkatan kualitas.
5. Menyelenggarakan kerjasama dengan stakeholders dalam dan luar negeri.

2.5 Alamat dan Kontak Perusahaan

Tempat : Politeknik Kesehatan Mojokerto

Alamat : Jl Raya Gayaman Km.02, Mojoanyar - Mojokerto

Telp. (0321) 329915/Fax.(0321) 331736



BAB III TINJAUAN PUSTAKA

3.1 Media Promosi

3.1.1 Definisi Booklet

Booklet adalah media komunikasi massa yang bertujuan untuk menyampaikan pesan yang bersifat promosi, anjuran larangan-larangan kepada khalayak massa, dan berbentuk cetakan. Sehingga akhir dari tujuannya tersebut adalah agar masyarakat yang sebagai objek memahami dan menuruti pesan yang terkandung dalam media komunikasi massa tersebut. (<http://digilib.petra.ac.id.4> Januari 2011).

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2000 : 537) *booklet* merupakan buku kecil atau merupakan suatu konsep fungsional untuk mempromosikan suatu produk atau tempat. Desain *booklet* yang baik dapat menciptakan suatu dorongan bagi konsumen untuk tertarik oleh apa yang dipromosikan *booklet* tersebut.

Desain *booklet* merupakan bagian dari desain komunikasi visual yang termasuk pada salah satu desain produk, estetika dan *usability* (menggunakan dalam suatu barang) suatu barang disempurnakan. Desain tersebut menghasilkan kreasi tentang bentuk, komposisi garis atau warna atau garis dan warna atau gabungannya yang berbentuk 2 dimensi atau 3 dimensi yang memberi kesan estetik atau indah (Sejati, 2008 : 2).

Menurut Sholeh dalam bukunya “Periklanan di Era Masa Kini”, menyebutkan, bahwa *booklet* adalah suatu sarana periklanan yang mampu menarik lebih banyak konsumen-konsumen produktif. Hal ini disebabkan oleh adanya *booklet* yang bisa mencakup tidak hanya satu produk saja, akan tetapi dapat mencakup berbagai jenis-jenis produk yang tu bisa membuat konsumen melakukan perbandingan dalam hal *marketing* (Wicaksono, 2011 : 38).

Dari sisi produksi dapat diambil pengertian bahwa *booklet* adalah sebuah media massa cetak yang bertujuan untuk menyebarkan informasi, memberitahukan informasi. Sehingga pandangan umum masyarakat mengatakan bahwa *booklet* tidak jauh beda dengan promosi atau sponsor-sponsor. Sedangkan jika ditinjau dari penyebarluasannya, *booklet* mempunyai pengertian bahwa sebuah media dari komunikasi massa yang tidak hanya menyiarkan, memberitahukan, dan memasarkan, akan tetapi *booklet* ini juga bisa berupa sebuah perwujudan dari sebuah informasi yang bisa berupa pengertian-pengertian asal usul berdirinya organisasi, penyuluhan dari organisasi-organisasi, serta pemberitahuan masyarakat yang biasanya bersifat umum.

Karya *booklet* dibuat dalam berbagai macam bentuk dan tampilan yang dimaksudkan untuk memenuhi fungsi sebagai penunjang kegiatan dalam penyampaian informasi, sehingga beberapa komponen seperti teks dan gambar memiliki peranan penting terhadap fungsi dan tampilannya. Dalam hal ini, tipografi merupakan hal yang sangat penting dalam karya *booklet* dan memiliki peranan penting sebagai komponen utama penyampaian pesan secara verbal yang ditampilkan secara menarik (Yudiantoro, 2013 : 16).

3.1.2 Keunggulan Booklet

Booklet sebagai media sarana komunikasi massa sangat berperan dalam masa modern. Tawaran-tawaran yang menggiurkan dan dengan harga pembuatan yang relatif rendah menjadi alternatif pilihan bagi masyarakat.

Dalam *booklet* ada beberapa keunggulan-keunggulan, diantaranya:

- a. Menggunakan media cetak sehingga biaya yang dikeluarkannya itu bisa lebih murah jika dibandingkan dengan menggunakan media audio dan visual serta juga audio visual.
- b. Proses *booklet* agar sampai pada objek atau masyarakat bisa dilakukan sewaktu-waktu.
- c. Proses penyampaiannya juga bisa disesuaikan dengan kondisi yang ada lebih terperinci dan jelas, karena lebih banyak bisa mengulas tentang pesan yang disampaikan. (https://booklet-sebagai-alat-promosi_file/htm.4 januari 2011).

3.1.3 Penyampaian Pesan Melalui *Booklet*

Booklet memuat informasi yang menjelaskan tentang suatu produk, layanan, fasilitas umum, profil perusahaan, sekolah atau tempat hiburan lainnya dengan maksud memperkenalkan produk atau saran berikut informasi dalam *booklet* ditulisa dalam bahasa yang ringkas yang dimaksudkan mudah dipahami dalam waktu singkat.

Booklet juga didesain agar menarik perhatian dan dicetak di atas kertas yang baik agar terbangun citra baik produk yang dipromosikan. *Booklet* dapat menjelaskan dengan detail apa saja kelebihan suatu produk, keuntungan apa saja yang didapat konsumen bila membeli produk tersebut, bentuk fisik, warna, ukuran, serta bagaimana mendapatkan produk tersebut.

Ada beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam membuat *booklet* yang baik, diantaranya:

- a. Dapat menarik perhatian orang untuk membaca lebih lama.
- b. Menggunakan bahasa singkat, jelas, dan sederhana agar mudah dimengerti.
- c. Pesan atau isi yang disampaikan harus relevan dengan gambar atau ornamen pada *booklet*.
- d. Pesan yang disampaikan harus mendetail tetapi dengan proporsi yang berimbang sehingga dapat mencakupi semuanya.
- e. Pencahayaan pada gambar produk pada saat pengambilan gambar harus lebih diperhitungkan agar tidak terlalu berbeda jauh dengan aslinya.

3.2 Promosi

3.2.1 Pengertian Promosi

Promosi adalah aktifitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk, dan atau mengingatkan pasar sasaran atau perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan. (Tjiptono, 2002 : 219).

3.2.2 Fungsi Promosi

Promosi memiliki lima fungsi yang sangat penting bagi suatu perusahaan / lembaga. Kelima fungsi tersebut dijabarkan sebagai berikut:

- a. *Informing* (informasi)

Promosi menampilkan peran informasi bernilai lainnya, baik untuk merk yang diiklankan maupun kosumennya, dengan mengajarkan manfaat-manfaat baru dari merk yang telah ada.

- b. *Persuading* (membujuk)

Media promosi atau iklan yang baik akan mampu mempersuasi pelanggan untuk mencoba produk dan jasa yang ditawarkan.

- c. *Reminding* (mengingat)

Iklan menjaga agar merk perusahaan tetap segar dalam ingatan para konsumen. Saat kebutuhan muncul, yang berhubungan dengan produk dan jasa

yang diiklankan, dampak promosi di masa lalu memungkinkan merk pengiklan hadir di benak konsumen.

d. *Adding Value* (menambah nilai)

Terdapat tiga cara mendasar diaman perusahaan bisa memberi nilai tambah bagi penawaran-penawaran mereka, inovasi, penyempurnaan kualitas, atau mengubah persepsi konsumen. Promosi yang efektif menyebabkan merk dipandang lebih elegan, lebih bergaya, lebih bergengsi, dan bisa unggul dari tawaran pesaing. (www.//.downloads fungsipromosi.htm.4 januari 2011).

3.2.3 Tujuan Promosi

Dalam Aropah (2011 : 26), tujuan promosi adalah sebagai berikut:

- a. Menyebarkan informasi produk kepada target pasar potensial.
- b. Untuk mendapatkan kenaikan penjualan dan profit.
- c. Untuk mendapatkan pelanggan baru dan menjaga kesetiaan pelanggan.
- d. Untuk menjaga kestabilan penjualan ketika terjadi lesu pasar.
- e. Membedakan serta mengunggulkan produk dibanding produk pesaing.
- f. Membentuk citra produk di mata konsumen sesuai dengan yang diinginkan.

3.2.4 Jenis-Jenis Promosi

Menurut Kotler (2001 : 98 – 100), jenis-jenis promosi ada lima macam:

- a. Periklanan (*Adverdtising*), merupakan bentuk promosi non-personal dengan menggunakan berbagai media yang ditujukan untuk merangsang pembelian.
- b. Penjualan Tatap Muka (*Personal Selling*), merupakan bentuk promosi secara *personal* dengan peserta lisan dalam suatu percakapan dengan calon pembeli yang ditujukan untuk merangsang pembelian.
- c. Promosi Penjualan (*Sale Promotion*), adalah suatu bentuk promosi diluar ketiga bentuk diatas yang ditujukan untuk merangsang pembelian.
- d. Pemasaran Langsung (*Direct Selling*), merupakan suatu bentuk penjualan perorangan secara langsung ditujukan untuk mempengaruhi pembelian konsumen.

Menurut Kusriyanto (2007 : 330) bahwa media promosi memiliki bentuk-bentuk-bentuk beragam, diantaranya:

- a. *Booklet*

Bahan cetak yang terdiri dari beberapa halaman yang dijilid sehingga menyerupai buku. Biasanya *booklet* berukuran lebih kecil daripada buku pada umumnya.

b. Katalog

Sejenis brosur yang berisi rincian jenis produk atau jasa atau layanan usaha dan dilengkapi dengan gambar.

c. *Leaflet* (Selebaran)

Lembaran kertas cetak yang dilipat menjadi 2 atau lebih .

d. *Selftalker*

Media cetak yang mempromosikan suatu produk dengan menempatkan secara langsung di rak.

e. *Folder*

Lembaran bahan cetak yang dilipat menjadi 2 seperti map atau buku agar mudah dibawa.

3.2.5 Perbedaan Promosi Dengan Iklan

Iklan adalah semua bentuk penyajian dan promosi *non-personalitas* ide, barang atau jasa yang dilakukan oleh perusahaan sponsor tertentu dengan menggunakan media perantara, didalamnya berdaya sebar luas yang memungkinkan penjual mengulang pesan berkali-kali. Iklan juga memungkinkan pembeli membandingkan pesan dari berbagai pesaing.

Peiklanan berskala besar oleh seorang penjual menguatkan hal yang positif tentang ukuran, kekuatan dan keberhasilan penjual. Periklanan memberi peluang untuk mendramatisasi perusahaan dan produknya melalui penggunaan cetakan, suara dan warna yang penuh seni.

Iklan tidak bersifat pribadi, audien tidak harus memperhatikan atau menanggapi. Iklan hanya merupakan monolog, bukan dialog dengan *audience*. Sementara promosi lebih luas dari iklan, dan iklan merupakan bagian dalam promosi. Penyampaian promosi dapat dilakukan sendiri atau perorangan.

Iklan adalah semua bentuk penyajian dan promosi nonpersonal atas ide, barang atau jasa yang dilakukan oleh perusahaan sponsor tertentu dengan menggunakan media serta perantara didalamnya. Berdaya sebar luas yang memungkinkan penjual mengulang pesan berkali-kali. Iklan juga memungkinkan pembeli menerima dan membandingkan pesan dari berbagai pesaing. Periklanan berskala besar oleh seorang

penjual menyiratkan hal positif tentang ukuran, kekuatan, dan keberhasilan penjual. Ekspresi lebih kuat : periklanan memberi banyak peluang untuk mendramatisasi perusahaan dan produknya melalui penggunaan cetakan, suara, dan warna yang penuh seni. Tidak bersifat pribadi : *audience* tidak merasa wajib untuk memperhatikan atau menanggapi. Iklan hanya mampu melakukan monolog, bukan dialog, dengan *audience*.

Promosi aktifitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk, dan atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.

Jadi perbedaan promosi dengan iklan terdapat pada penyampaianannya yaitu promosi yang dapat dilakukan sendiri atau perorangan jika sebuah iklan memerlukan bantuan dari sebuah *advertising* agensi atau biro iklan. (Kotler 2001 : 100 – 105).

3.3 Elemen Desain

3.3.1 Elemen Dasar Desain

Menurut Arsad 1984:20, desain merupakan salah satu cabang seni yang bentuk karyanya dinikmati dengan indera penglihatan dan rabaan. Oleh karena itulah, seni rupa dalam bahasa Inggris disebut *visual art*. Artinya karya seni yang dapat dilihat, memiliki wujud yang nyata (kasat mata).

Sebagai salah satu cabang seni, karya seni rupa memiliki beberapa elemen yang membentuknya, bagaimanapun sederhananya karya tersebut. Elemen-elemen pembentuk tersebut dalam dunia desain disebut dengan elemen desain. Dalam sebuah buku karangan Atisah Sipahelut yang berjudul *Seni Rupa dan Desain* menjelaskan unsur-unsur tersebut meliputi:

1. Garis

Garis merupakan deretan titik yang menyambung dengan kerapatan tertentu, atau dapat pula berupa dua buah titik yang dihubungkan. Garis memiliki sifat memanjang dan memiliki arah tertentu. Walaupun memiliki unsur ketebalan, namun sifat yang paling menonjol adalah dimensi panjangnya. Dari bentuknya, garis dibedakan atas garis lurus, garis lengkung, dan garis patah (zig zag). Garis juga memiliki karakter tertentu tergantung pada media, teknik, dan tempat membuatnya.

2. Bidang / Bentuk

Bidang merupakan unsur rupa yang memiliki dimensi panjang dan lebar, sedangkan bentuk memiliki dimensi panjang, lebar, dan tinggi. Atau dengan kata lain bidang bersifat pipih, sedangkan bentuk memiliki isi atau volume. Dari bentuknya bidang maupun bentuk terdiri dari beberapa macam, yakni; bidang geometris, bidang biomorfis (organis), bidang bersudut, dan bidang tak beraturan. Bidang dapat terbentuk karena kedua ujung garis yang bertemu, atau dapat pula terjadi karena sapuan warna.

3. Tekstur

Tekstur merupakan sifat permukaan sebuah benda. Sifat permukaan dapat berkesan halus, kasar, kusam, mengkilap, licin, berpori dan sebagainya. Kesan-kesan tersebut dapat dirasakan melalui penglihatan dan rabaan. Oleh karena itu terdapat dua jenis tekstur, yaitu tekstur nyata, yaitu sifat permukaan yang menunjukkan kesan sebenarnya antara penglihatan mata dan rabaan, dan tekstur semu (maya), yaitu kesan permukaan benda yang antara penglihatan dan rabaan dapat berbeda kesannya.

4. Warna

Secara teori warna dapat dipelajari melalui dua pendekatan, yaitu teori warna berdasarkan cahaya (dipelopori Isac Newton), dan teori warna berdasarkan pigmen warna (Goethe) Teori warna berdasarkan cahaya dapat dilihat melalui tujuh spectrum warna dalam ilmu Fisika seperti halnya warna pelangi. Untuk kepentingan pembelajaran seni rupa, artikel ini membahas teori warna berdasarkan pigmen, yakni butiran halus pada warna.

Beberapa istilah yang perlu diketahui dalam teori warna pigmen diantaranya; 1) .Warna Primer, yakni warna dasar atau warna pokok yang tidak dapat diperoleh dari campuran warna lain. Warna primer terdiri dari merah, kuning, dan biru, 2). Warna Sekunder, yaitu warna yang diperoleh dari campuran kedua warna primer, misalnya warna ungu, oranye (jingga) , dan hijau, 3). Warna Tersier, yakni warna yang merupakan hasil percampuran kedua warna sekunder, 4). Warna analogus, yaitu deretan warna yang letaknya berdampingan dalam lingkaran warna, misalnya deretan dari warna ungu menuju warna merah, deretan warna hijau menuju warna kuning, dan lain-lain, 5). Warna komplementer, yakni warna kontras yang letaknya berseberangan dalam lingkaran warna, misalnya, kuning dengan ungu, merah dengan hijau, dan lain-lain.

5. Gelap Terang

Dalam karya seni rupa dua dimensi gelap terang dapat berfungsi untuk beberapa hal, antara lain: menggambarkan benda menjadi berkesan tiga dimensi, menyatakan kesan ruang atau kedalaman, dan memberi perbedaan (kontras). Gelap terang dalam karya seni rupa dapat terjadi karena intensitas (daya pancar) warna, dapat pula terjadi karena percampuran warna hitam dan putih.

6. Ruang (kedalaman)

Ruang dalam karya tiga dimensi dapat dirasakan langsung oleh pengamat seperti halnya ruangan dalam rumah, ruang kelas, dan sebagainya. Dalam karya dua dimensi ruang dapat mengacu pada luas bidang gambar. Unsur ruang atau kedalaman pada karya dua dimensi bersifat semu (maya) karena diperoleh melalui kesan penggambaran yang pipih, datar, menjorok, cembung, jauh dekat dan sebagainya.

Oleh karena itu dalam karya dua dimensi kesan ruang atau kedalaman dapat ditempuh melalui beberapa cara, diantaranya: 1). Melalui penggambaran gempal, 2). Penggunaan perspektif, 3) Peralihan warna, gelap terang dan tekstur, 4). Pergantian ukuran, 5). Penggambaran bidang bertindih, 6) Pergantian tampak bidang, 7). Pelengkungan atau pembelokan bidang, dan 8). Penambahan bayang – bayang.

3.3.2 Prinsip Dasar Desain

Sebuah desain harus memenuhi beberapa prinsip desain agar menghasilkan sebuah desain yang menarik. Dalam buku Nirmana Dwimatra (Drs. Arfial Arsad Hakin, 1984) dijelaskan bahwa prinsip-prinsip desain diantaranya:

1. Keseimbangan

Terdapat dua pendekatan dasar untuk menyeimbangkan. Pertama merupakan keseimbangan simetris yang merupakan susunan dari elemen agar merata ke kiri dan ke kanan dari pusat. Kedua merupakan keseimbangan asimetris yang merupakan pengaturan yang berbeda dengan berat benda yang sama di setiap sisi halamannya.

Simetris bisa menjadi kekuatan dan stabilitas publikasi, presentasi, dan situs website. Asimetris dapat menyiratkan kontras, berbagai gerakan, mengejutkan, dan lainnya.

2. Irama atau ritme

Irama atau ritme adalah penyusunan unsure-unsur dengan mengikuti suatu pola penataan tertentu secara teratur agar didapatkan kesan yang menarik. Penataannya dapat dilaksanakan dengan mengadakan pengulangan maupun pergantian secara teratur.

3. Penekanan atau Fokus

Focus atau pusat perhatian selalu diperlukan dalam suatu komposisi untuk menunjukkan bagian yang dianggap penting dan diharapkan menjadi bagian utama.

4. Kesatuan

Kesatuan atau unity merupakan salah satu prinsip yang menekankan pada keselarasan dari unsure-unsur yang disusun, baik dalam wujudnya maupun kaitannya dengan ide yang melandasinya. Dengan adanya kesatuan ini, elemen-elemen yang ada saling mendukung sehingga diperlukan focus yang dituju.

3.3.3 Layout

Dalam sebuah website (<http://library.binus.ac.id>) mendefinisikan layout sebagai penataan atau pengorganisasian dari beberapa unsur desain agar teratur dan tercipta hierarki yang baik guna mendapatkan dampak yang kuat dari orang yang melihat (Kamus Istilah Periklanan, Materi Advertising).

Proses layout adalah mengatur penempatan berbagai unsur komposisi seperti text, garis, bidang, gambar, dan sebagainya. Hal-hal yang harus jelas pada layout adalah:

1. Huruf dan ukurannya
2. Bentuk, ukuran, dan komposisi
3. Warna
4. Ukuran kertas cetak (bila dicetak)

Dalam sebuah website (<http://faculty.petra.ac.id/>) disebutkan bahwa terdapat tiga kriteria sebuah layout dapat dikatakan baik, yakni: mencapai tujuan, ditata dengan baik, dan menarik pengguna. Sebuah layout dapat bekerja dan mencapai tujuannya bila pesan-pesan yang disampaikan dapat segera ditangkap dan dipahami oleh pengguna dengan cara-cara tertentu.

Dalam layout terdapat beberapa unsur penting, diantaranya: huruf/tipografi, kata, baris, kolom, garis, ornamen, gambar, foto, dan warna. Sebuah layout yang menarik bisa jadi merupakan layout yang cantik, mengejutkan menghibur, aneh, bisa jadi malah sederhana dan lugas. Untuk pemilihan image yang akan ditampilkan dalam sebuah layout dapat melakukan pendekatan melalui target audience yang akan melihat layout tersebut.

Prinsip dari sebuah layout adalah :

a. Balance (seimbang)

Merupakan keseimbangan yang membantu menentukan ukuran pada setiap bagian dalam layout.

b. Rhythm (irama)

Merupakan bentuk yang dihasilkan dengan melakukan pengulangan elemen secara bervariasi.

c. Emphasis (tidak berat)

Dalam upaya menarik perhatian pembaca, setiap pesan pada layout harus memiliki daya tarik yang tinggi, agar khalayak yang melihatnya tidak cepat berpaling.

d. Unity (kesatuan)

Keseluruhan elemen pada sebuah layout harus saling memiliki kesatuan satu sama lainnya.

Frank F. Jefkin (1997) dalam <http://library.binus.ac.id>, menyebutkan bahwa prinsip-prinsip desain diantaranya adalah:

a. *The Law of Variety* : sebuah layout harus dibuat bervariasi untuk menghindari kesan monoton.

b. *The Law of Balance* : dalam sebuah layout mata pembaca sebaiknya bergerak secara wajar, jadi sebaiknya dimulai dengan urutan yang ada.

c. *The Law of Harmony* : bagian dari layout sebaiknya dirancang secara harmonis dan tidak meninggalkan kesan monoton.

d. *The Law of Scale* : paduan warna terang dan gelap akan menghasilkan sesuatu yang kontras, hal ini dapat dipakai untuk memberikan tekanan pada bagian-bagian tertentu pada layout.

3.3.4 Jenis Layout

Sebuah buku Pengantar Desain Komunikasi Visual (Adi, 2007:143) menjelaskan bahwa dalam dunia desain, dikenal beberapa jenis layout dan diantaranya adalah:

1. Mondrian

Mengacu pada konsep pelukis belanda bernama Piet Mondrian, yaitu: penyajian iklan yang mengacu pada bentuk-bentuk kotak/ landscape/ portrait. Dimana masing-masing bidangnya sejajar dengan bidang penyajian.

2. Grid

Suatu tata letak layout yang menggunakan grid atau skala dalam setiap penataannya. Sehingga seolah-olah bagian dalam layout tersebut terkesan teratur dan berada di dalam skala.

3. Picture Windows

Tata letak layout yang menampilkan gambar secara close up. Dalam layout ini, gambar mendominasi seluruh layout.

4. Silhouette

Dalam layout siluet biasanya gambar umumnya lebih besar dalam layout. Kecuali jika gambar tersebut diletakkan tanpa background dan tulisan biasanya mengikuti garis dari bentuk yang tidak beraturan. Space putih pada layout digunakan sebagai penekanan dramatik.

5. Specimen type

Karakteristik dari gaya ini adalah headline yang besar dengan atau tanpa sentuhan art. Headline mendominasi dan digunakan sebagai penarik perhatian utama. Oleh karena itu, jenis tulisan yang dipilih sangat penting.

6. Color field

Gaya ini sering menggunakan dua halaman, dengan satu halaman didominasi

oleh foto yang besar. Gaya ini selalu berwarna, bergantung pada besar area warna untuk memberikan kesan yang diinginkan.

7. Band

Layout band menggunakan elemen di ketiga sisinya, sedangkan satu sisi diisi dengan tulisan. Keuntungan dari penataan ini adalah kesederhanaannya. Ketika meletakkan elemen, pastikan meletakkan beberapa jarak diantaranya. Setiap komponen dalam layout ini harus memiliki hubungan yang kuat satu sama lain.

8. Axial

Layout band menggunakan elemen di ketiga sisinya, sedangkan satu sisi diisi dengan tulisan. Keuntungan dari penataan ini adalah kesederhanaannya. Ketika meletakkan elemen, pastikan meletakkan beberapa jarak diantaranya. Setiap komponen dalam layout ini harus memiliki hubungan yang kuat satu sama lain.

3.3.5 Warna

Warna-warni tercipta karena adanya cahaya. Tanpa adanya cahaya, manusia tidak akan dapat membedakan warna. Seperti halnya jika kita memasuki sebuah ruangan yang gelap dan tertutup tanpa adanya cahaya, maka mata kita tidak akan dapat membedakan warna-warni yang ada di dinding tersebut. Pada tahun 1666 pengetahuan tentang warna didefinisikan oleh Sir Isaac Newton. Dimana ketika itu Newton secara tidak sengaja melihat spectrum warna yang dihasilkan oleh cahaya yang terpancar melalui sebuah gelas prisma. (Nuryawan:101)

Perasaan nyaman dan tidak nyaman akan timbul saat kita dihadapkan pada beberapa karya desain baik poster, lukisan, flyer, ataupun karya desain dan media promosi lainnya. Salah satu penyebabnya adalah penggunaan warna yang terdapat dalam desain tersebut tidak tepat. Penerapan warna pada sebuah desain akan menimbulkan kesan dan perasaan tertentu. Dalam dunia desain grafis, warna menjadi hal yang sangat penting dan juga sangat berpengaruh terhadap sebuah karya desain.

Oleh karena itu, seorang desainer juga harus mengerti tentang kaitan-kaitan warna dalam desain grafis sebagai berikut :

1. Color Wheel (Roda Warna)

Teori dasar warna yang digambarkan dalam bentuk lingkaran (roda) atau yang

biasa disebut dengan Color Wheel (roda warna) ini terdiri dari tiga warna dasar, yaitu merah, biru, dan kuning yang biasa disebut sebagai warna Primer. Kemudian pencampuran dari dua warna dasar ini melahirkan warna baru berupa warna sekunder. Selanjutnya warna primer yang dicampur dengan warna sekunder akan menghasilkan warna tersier. Warna-warna tersebut digambarkan dalam sebuah lingkaran warna yang lebih dikenal dengan sebutan Color Wheel. Adapun beberapa aturan dasar yang terkait dengan Color Wheel :

a. Monochromatic color

Merupakan perpaduan warna dari beberapa warna yang bersumber dari satu warna dengan nilai dan intensitas yang berbeda.

b. Warna Analog

Merupakan kombinasi dari warna – warna terdekat

c. Warna Pelengkap

Digunakan saat dimana beberapa desain membutuhkan sebuah nilai kontras yang cukup untuk menarik perhatian lebih dari pembaca visual. Misal :biru dan orange, merah dan hijau.

d. Warna Triad

Teori roda warna menjelaskan bagaimana warna-warna dasar mampu melahirkan berbagai warna baru disekitarnya. Terdapat sangat banyak sekali kombinasi warna selain dari warna-warna dasar untuk dapat membuat sebuah desain tampak unik dan berbeda.

2. Ruang pada Warna

Selain dapat mempengaruhi ruang dan bentuk, warna juga dapat mempengaruhi kesan yang disampaikan pada warna. Atau dapat juga disebut sebagai respon naluriah pada mata dalam menyikapi suatu kesan pada sebuah visual.

3 Kontras Warna

Kontras warna dapat dipengaruhi oleh warna-warna yang ada disekitarnya. Teorinya sangat sederhana : Kontras = Gelap VS Terang.

4. Psikologi Warna

Warna dapat memberikan kesan serta mewakili karakter dan perasaan-perasaan tertentu. Oleh sebab itu psikologi warna memiliki peranan yang sangat penting dalam dunia desain. Dimana dapat membantu seorang desainer untuk memilih dan visual yang efektif, dan dapat membangun kesatuan rasa kepada pembaca visual.

5. Bidang Warna

Garis Outline pada sebuah bidang berfungsi sebagai pembatas warna agar tidak terlihat menyebar keselilingnya. Semakin tipis garis outline yang diberikan, maka semakin tersebar warna ke area luar bidang. Begitu pula sebaliknya.

6. Skema Warna

Skema warna adalah beberapa warna yang dikombinasikan sedemikian rupa sehingga mampu menciptakan nuansa tertentu. Istilah skema warna ini biasanya digunakan dalam dunia desain interior. Skema Warna dibedakan menjadi dua jenis, yaitu :

a. Skema Warna komplementer

Skema warna komplementer atau kontras adalah suatu skema warna yang merupakan perpaduan antara dua warna yang terletak bersebrangan satu sama lain pada lingkaran warna. Skema warna komplementer atau kontras yang umum adalah perpaduan antara satu warna primer dengan satu warna sekunder yang terletak bersebrangan.

b. Skema Warna Split Komplementer

Skema warna split komplementer adalah satu jenis skema warna yang didasari oleh skema warna komplementer yang sudah baku namun memiliki variasi yang berbeda. Split Komplementer adalah suatu skema warna yang menggunakan kombinasi dari satu warna yang dipadukan dengan dua warna lain yang letaknya berdekatan atau bersebelahan atau mengapit warna yang letaknya tepat bersebrangan dengan warna tersebut. Jadi pada skema warna split komplementer terdapat tiga warna yang dipadukan.

3.3.6 Tipografi

Menurut Danton dalam bukunya yang berjudul *Tipografi dalam Desain Grafis*, tipografi merupakan salah satu elemen yang penting dalam desain. Tipografi berfungsi sebagai elemen pelengkap dalam desain, bisa dikatakan tipografi merupakan visual language atau bahasa yang dapat dilihat. Dianggap sebagai elemen pelengkap karena tipografi berfungsi untuk menjelaskan elemen desain yang lain seperti konsep dan ilustrasi dalam desain. Tipografi terdistribusi susunan huruf yang membentuk rangkaian kata. Berdasarkan garis besarnya jenis huruf dalam tipografi dapat diklasifikasikan menjadi tiga jenis yaitu Blackletter, Serif dan Sans Serif.

Blackletter, dikenal juga sebagai naskah Gothic, adalah jenis typeface dalam naskah yang digunakan di penjuru Eropa Barat, dari sekitar tahun 1150 sampai akhir abad ke-17. Blackletter terus digunakan dalam bahasa Jerman sampai dengan abad ke-20. Fraktur adalah salah satu jenis naskah yang terkenal dalam jenis ini, dan kadang-kadang seluruh keluarga blackletter disebut Fraktur. Kadang blackletter disebut Old English, tapi istilah ini bukan berarti blackletter adalah huruf yang digunakan dalam naskah literatur Inggris Kuno. Bahasa Inggris Kuno atau Anglo-Saxon yang jauh lebih tua beberapa abad dari naskah-naskah blackletter.

Serif, Jenis huruf Serif adalah huruf yang memiliki garis-garis kecil yang berdiri horizontal pada badan huruf. Garis-garis kecil ini biasa disebut juga *counterstroke*. *Counterstroke* inilah yang membuat jenis huruf serif lebih mudah dibaca karena garis tersebut membantu menuntun mata pembaca melalui suatu garis teks meskipun dalam komposisi teks yang panjang. Sangat cocok digunakan untuk teks content atau isi. Font Serif cenderung digunakan untuk hal-hal yang bersifat formal. Font Serif sering sekali digunakan sebagai body text dan headline. Hal ini yang menyebabkan koran-koran memakai Font Serif untuk setiap artikelnya. Contoh font yang dapat dikelompokkan pada jenis huruf serif adalah : Times New Roman, Garamond, Book Antiqua, Palatino Linotype, Bookman Old Style, Calisto MT, Dutch, Euro Roman, Georgia, Pan Roman, Romantic, Souvenir, dan lain-lain.

Sans Serif, Jenis huruf sans serif adalah jenis huruf yang tidak memiliki garis-garis kecil dan bersifat solid. Jenis huruf seperti ini lebih tegas, bersifat fungsional dan lebih modern. Contoh font yang digolongkan kepada sans serif adalah : Arial, Futura, Avant Garde, Bitstream Vera Sans, Century Gothic dan lain sebagainya. Pada masa Revolusi Industri huruf ini hanya digunakan sebagai display type (huruf yang bentuk

fisik dan ukurannya hanya layak digunakan untuk headline). Huruf ini merupakan simbolisasi penolakan terhadap gaya-gaya huruf lama Blackletter ataupun Serif yang dianggap tidak lagi mewakili semangat modernisme. Melihat dari pertimbangan fungsional. Huruf Sans Serif dianggap sebagai pilihan sempurna karena lebih mudah dibaca.

Dalam dunia desain, typography terdiri dari berbagai macam jenis huruf. Tampilan fisik dari jenis-jenis huruf yang berbeda dan memiliki karakter masing-masing memiliki potensi dalam merefleksikan sebuah kesan. Jenis-jenis huruf tersebut digunakan sesuai dengan kebutuhan dan karakter dari sebuah desain. Adapula huruf-huruf yang khusus diciptakan untuk keperluan sebuah rancangan grafis, huruf ini disebut dengan custom typefaces. (Tipografi dalam Desain Grafis. 2001:53-71)

3.4 EXE Making

Menurut wikipedia.com exe adalah nama umum ekstensi file yang menunjukkan sebuah *executable file* (Program) di DOS , OpenVMS , Microsoft Windows , Symbian dan OS / 2 . Selain program executable, banyak file EXE mengandung komponen lain seperti grafis bitmap dan ikon yang program *executable* dapat digunakan dalam pembuatan multimedia interaktif.

Kelebihan export dalam bentuk EXE adalah mampu dimainkan dalam *semua* jenis komputer dengan syarat telah menginstall software Adobe Flash Player walaupun tidak menginstall software pembuatan animasi flash. Selain itu terdapat kelebihan lainnya dari file exe yaitu: (1) Bisa menggunakan lebih dari 1 segment, (2) Ukuran berkas tidak terbatas (sesuai kemampuan memori), (3) Mudah mengakses data/prosedur di segment lain, (4) Source file boleh memakai data segment, (5) Source file boleh memakai stack segment.

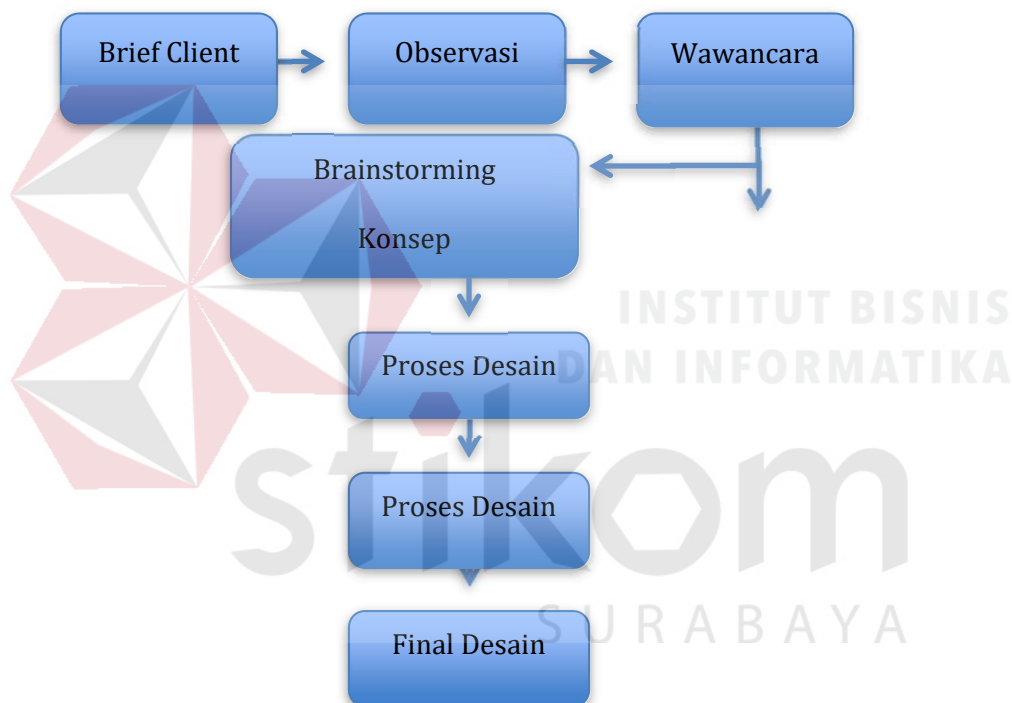
BAB IV

DESKRIPSI PEKERJAAN

4.1 Penentuan Konsep

Dalam merancang laporan ini, penulis mengemukakan beberapa permasalahan terkait dengan perancangan *booklet* Politeknik Kesehatan Majapahit Mojokerto. Penulis berusaha untuk mempelajari dan menganalisis permasalahan yang timbul yaitu desain *booklet* yang selama ini digunakan oleh Politeknik Kesehatan Majapahit Mojokerto belum dapat menjadi marketing tool yang bisa menunjang sebagai media presentasi singkat tentang produk dan jasa yang ditawarkan bagi klien.

4.2 Perancangan Karya



4.3 Brief Client

Brief Client berisi data-data politeknik yang akan di iklankan, dipresentasikan kepada masyarakat, presentasi berupa *brief client*.

Dalam dunia desain, brief ini sudah tidak asing lagi, karena memang sangat dibutuhkan untuk bisa menentukan desainnya akan dibuat seperti apa. Selain itu brief ini pun berfungsi untuk mengurangi sisi subjektif dari pekerjaan tersebut.

4.4 Observasi

Observasi merupakan sebuah cara pengumpulan data yang dilakukan dengan melakukan pengamatan langsung terhadap suatu obyek. Dengan adanya observasi, akan diperoleh gambaran tentang obyek tersebut yang tidak akan diketahui apabila menggunakan metode lainnya. Dari hasil observasi tersebut nantinya akan diperoleh gambaran yang jelas tentang masalah-masalah yang dihadapi obyek serta didapatkan petunjuk-petunjuk tentang cara pemecahannya. Observasi dilakukan adalah untuk memperoleh berbagai data konkret secara langsung di lapangan atau tempat penelitian.

4.5 Wawancara

Wawancara ini juga merupakan bagian dari observasi untuk menentukan apa yang akan diinginkan oleh Politeknik Kesehatan Majapahit Mojokerto. Diantaranya apa yang ditonjolkan dalam pembuatan company profile ini, apa yang ingin ditampilkan dalam pembuatan company profile, dan apa yang harus dihindari dalam pembuatan company profile.

Wawancara dibutuhkan untuk mendapatkan data dengan tatap muka dengan pihak-pihak yang terkait pada Politeknik Kesehatan Majapahit Mojokerto tersebut. Dari hasil wawancara, diketahui bahwa Rockinvisual membutuhkan perancangan ulang atau yang disebut meredesain pembuatan sesuai dengan konsep yang diinginkan.

4.6 Brainstorming

Untuk menentukan keyword yang akan diambil dari hasil Brief client, observasi pengumpulan data serta wawancara sebuah brainstorming. Dari brainstorming ini mendapatkan sebuah keyword dan ide konsep beserta beberapa layout untuk di desain.

4.7 Proses Desain

4.7.1 Penentuan Software

Penentuan software apa yang digunakan merupakan langkah awal yang diperlukan sebelum melakukan pembuatan desain. Karena desain yang akan dibuat tergantung pada software apa yang dipergunakan dalam pembuatan desain layout pembuatan *booklet* produk.

Dalam mendesain layout untuk pembuatan *booklet* produk menggunakan software Adobe Illustrator dan Adobe Indesign. Adobe Illustrator mengolah gambar berjenis vektor, dimana gambar tersebut akan tetap bagus walaupun dilakukan proses zooming atau scaling (diperbesar). Karena Adobe Illustrator mengolah gambar berjenis vektor, maka Adobe Illustrator secara tidak langsung mempunyai kegunaan untuk memproduksi hasil karya yang khusus, yaitu gambar dengan tipe vektor. Hasil karya yang dimaksud misalnya seperti pembuatan logo perusahaan, media promosi, media promosi bisa berbentuk hasil print maupun dalam bentuk digital.

Jadi fungsi dan kegunaan dari aplikasi Adobe Illustrator sangat banyak, jika kita lihat dari beberapa hasil karya yang disebutkan tadi. Mungkin anda masih belum paham karena di situ hanya disebutkan dalam segi sempit beberapa hasil karya yang bisa dibuat dengan Adobe Illustrator, kalau diperluas atau secara umum maka hasil karya yang bisa dibuat oleh Adobe Illustrator ialah Grafik, Watermark, Desain aplikasi, Logo perusahaan, Logo website / blog, Banner / spanduk, Desain gambar, Ikon aplikasi, Desain kaos, Wallpaper, Diagram, Ilustrasi, Kartun, dan Tabel.

Sedangkan Indesign merupakan sebuah program komputer yang berfungsi untuk melakukan *editing layout*. Aplikasi ini biasanya digunakan untuk membuat berbagai desain seperti logo, kartu nama, kalender, poster, vector design, dan lain sebagainya. Dalam perancangan ini digunakannya Indesign untuk membuat layout yang berupa kumpulan grafis.

4.8 Finishing

Tahap finishing merupakan tahap terakhir yakni penyatuan foto dalam bentuk digital yang dilakukan dengan software Adobe Indesign. Tahapan ini termasuk dalam pembuatan gambar dan pemilihan serta pengeditan gambar. .



Gambar 4.1

Karya yang dihasilkan untuk Poltekkes Majapahit

Sumber ; dokumentasi penulis



Gambar 4.2

Foto informasi Politeknik yang digunakan untuk isi booklet

Sumber ; dokumentasi penulis

Setelah pengumpulan informasi tentang apa yang ingin ditonjolkan dan foto-foto Politeknik Kesehatan Majapahit Mojokerto terkumpul, maka proses pengolahan digital dimulai dengan penggunaan software Adobe Photoshop oleh tim fotografi dan di layout melalui Adobe Illustrator.



BAB V

PENUTUP

Pada bab ini penulis akan menjelaskan beberapa teknik dalam perancangan pembuatan corporate identity dan aplikasinya, seperti yang telah terencana pada

analisis data dan konsep desain yang tertulis pada bab sebelumnya. Berikut ini perancangan berupa Perancangan Company Profile Politeknik Kesehatan Majapahit Mojokerto melalui *Booklet*.

5.1 Kesimpulan

Beberapa kesimpulan yang dapat penulis ambil dari perancangan media promosi Politeknik Kesehatan Majapahit Mojokerto melalui *booklet* produk ini adalah :

1. Agar dapat menginformasikan suatu lembaga pendidikan secara meluas. Perlu adanya suatu media yang diciptakan untuk menyampaikan kepada masyarakat, *booklet* adalah pilihan yang tepat untuk mempromosikan dan menginformasikan secara detail.
2. Untuk merancang katalog tersebut di tentukannya konsep desain yang *simple* dalam semua bentuk desain yang di lampirkan pada *booklet* produk. *Simple* sendiri berarti adalah tidak berbelit, tidak rumit, mudah dipahami oleh masyarakat.
3. Perancangan *Booklet* Politeknik Kesehatan Majapahit Mojokerto ini diharapkan dapat mencerminkan seperti apa gambaran lembaga pendidikan politeknik agar lebih jelas, dan dapat memberikan kepercayaan kepada.

5.2 Saran

Adapun saran penulis setelah melakukan kerja praktik di Politeknik Kesehatan Majapahit Mojokerto adalah :

1. Agar politeknik lebih memperhatikan tentang hal promosi, karena nanti promosi akan menjadi kekuatan kuat yang pasti di butuhkan oleh politeknik dalam mendapatkan kepercayaan masyarakat.
2. Untuk mempromosikan Politeknik baiknya untuk setiap tahun di buat desain baru karena perkembangan desain akan sangat pesat dan masyarakat pasti akan melihat desain dahulu sebelum membaca kontent yang ada di *Booklet* Politeknik .



DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku

Lance, S., & Woll, J. 2006. *The Little Blue Book Of Advertising*. Jakarta: PT. Bhuana Ilmu Populer.

Danton Sihombing, MFA, Wagiono Sunarto, Msc 2001. *Tipografi dalam Desain Grafis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka

Prabowo. 1996. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Andi Offset

Arsad Drs, Arfial Hakim. 1984. *Nirmana Dwimatra* (Desain dasar Dwimatra)

Prisma Haris Nuryawan, Winny Gunarti, Sri Rahayu Dawmawani. 2009. *Kombinasi Warna Komplementer*. Jakarta Barat: PT Gramedia Pustaka

Djamarah, Syaiful Bahri, 1995. *Strategi Belajar Mengajar*. Banjarmasin. Rineka Cipta.

Purnamawati dan Eldani 2001. *Media Pembelajaran*. Jakarta

Sumber Internet

<http://www.smashing-magazine.net>

<http://www.design-inspiration.com>

<http://inspirationhut.net>

<http://id.wikipedia.org/wiki/Logo>

<http://artikata.com/arti-327848-garis.html>

<http://sondis.blogspot.com/2013/03/pengertian-penentuan-prinsip-desain.html>

<http://helliumworks.blogspot.com/2010/12/tipografi-arti-dan-fungsinya.html>