

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Media Presentasi

2.1.1 Definisi Media

Media berasal dari bahasa Latin *medius*, secara harfiah memiliki arti tengah, perantara, atau pengantar. Dalam sebuah website dijelaskan bahwa Gerlach dan Ely (1971) mengatakan: “ media apabila dipahami secara garis besar adalah manusia, materi, atau kejadian yang membangun kondisi yang membuat siswa mampu memperoleh pengetahuan, keterampilan, dan sikap (*repository.upi.edu*)”

Media menurut pengertian kamus adalah sebuah alat, sarana komunikasi, penghubung, atau yang terletak diantara dua pihak. Media memiliki beragam pengertian, karena adanya perbedaan sudut pandang, maksud, dan tujuan. AECT (*Association for Education and Communication Technology*) dalam Harsono (2002) memaknai media sebagai suatu bentuk yang dimanfaatkan dalam proses penyauran informasi (*repository.upi.edu*).

2.1.2 Definisi Presentasi

Presentasi adalah suatu kegiatan yang tujuan utamanya adalah menyampaikan atau mengkomunikasikan suatu informasi kepada seseorang. Presentasi juga dapat diartikan memperkenalkan, menuntun, dan meyakinkan audience akan subjek yang dibicarakan.

Presentasi juga dapat digunakan sebagai suatu cara untuk memaparkan sebuah proposal, memperkenalkan ataupun menjual produk dan jasa. Jika seseorang ingin agar orang lain mengetahui hal-hal baru yang belum diketahui oleh orang lain, maka melalui sebuah presentasi ia dapat memperkenalkan ide, pemikiran, jasa, dan lain sebagainya secara efektif. Dari sini dapat disimpulkan bahwa inti dari presentasi agar audience mengerti dan memahami pesan yang ingin disampaikan.

Pengertian lain menyebutkan bahwa presentasi adalah suatu usaha yang dilakukan untuk memberikan informasi melalui suatu tampilan yang bersumber pada ide atau pemikiran seseorang, sehingga pembaca, pendengar, maupun audience dapat tertarik dengan apa yang diinformasikan.

2.1.3 Definisi Media Presentasi

Media presentasi disini memiliki arti umum suatu sarana atau alat yang digunakan untuk mempromosikan suatu produk unggulan dari suatu perusahaan dengan cara menampilkan suatu pengenalan melalui gambar dan tulisan yang dapat dengan mudah dimengerti oleh masyarakat umum, khususnya media presentasi dengan menggunakan komputerisasi.

2.1.4 Tujuan Media Presentasi

Media presentasi digunakan sebagai salah satu sarana atau alat promosi dalam bidang pemasaran yang ditampilkan melalui gambar dan tulisan. Promosi melalui media presentasi yang memiliki tampilan menarik bertujuan untuk:

- a. Mempromosikan produk atau jasa.
- b. Memberikan informasi yang lengkap tentang produk atau jasa yang ditawarkan.
- c. Mengajak konsumen untuk memakai atau menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan.

2.2 Company Profile

2.2.1 Definisi Company Profile

Menurut kamus Besar Inggris-Indonesia (John M.Echols dan Hassan Shadily), *company profile* berasal dari dua kata berbahasa Inggris yang memiliki pengertian yang berbeda tapi saling terkait, yakni kata "*company*" dan "*profile*", dimana kedua kata tersebut dapat diartikan berdasarkan kamus (Echols dan Shadily 131, 449). *Company* sendiri merupakan perusahaan, maskapai, firma. Perseroan, persekutuan, kompi, dan rombongan. Sedangkan *profile* merupakan tampang, penampang dan riwayat.

Dari situ dapat disimpulkan bahwa *company profile* merupakan gambaran umum mengenai suatu jati diri sebuah perusahaan yang berisi kebaikan sebuah perusahaan sehingga orang tertarik untuk melihatnya. *Company profile* dapat berupa buku, website, dan aplikasi yang dapat menjelaskan tentang bagaimana perusahaan atau organisasi tersebut.

2.2.2 Tujuan Company Profile

Menurut Muh. Akbar bidang Akademika dan Kemahasiswaan (<http://cetak.fajar.co.id/news.php?newsid=74528>) *company profile* memiliki berbagai fungsi dan tujuan, diantaranya:

1. Memberikan informasi tentang jati diri perusahaan atau organisasi.
2. Dapat mengkomunikasikan perusahaan atau organisasi pada khalayak umum sehingga masyarakat memiliki pandangan dan mengerti keberadaan perusahaan atau organisasi tersebut.
3. Dapat memperkenalkan profile perusahaan pada khalayak umum dengan mudah.
4. Untuk memudahkan audience dalam memahami dan mengenal lebih jauh tentang profile perusahaan atau organisasi, yang mana dalam pembuatannya meliputi beberapa media seperti cetak, interaktif, dan lain sebagainya.
5. Membangun citra perusahaan.

2.2.3 Unsur-Unsur Company Profile

Terdapat empat unsur yang harus diperhatikan dalam pembuatan *company profile*, diantaranya:

1. Hampir setiap perkenalan perusahaan diawali pemberian atau pengiriman profile.
2. Hampir semua kemitraan dibangun melalui perusahaan.
3. Profile perusahaan adalah penjelma perusahaan itu sendiri.

4. Profilw perusahaan adalah referensi atau bahan rujukan bagi perusahaan yang ingin bermitra dengan suatu perusahaan lain.

2.2.4 Kriteria Company Profile

Sebuah *company profile* harus singkat, padat, dan jelas. Dengan demikian khalayak akan dapat memahaminya dalam waktu yang relatif singkat. Hal-hal yang perlu dicantumkan dalam company profile meliputi latar belakang perusahaan, hasil karya, serta alamat perusahaan, diluar itu dapat ditambahkan sesuai kepentingan peusahaan.

Karena sifat masing-masing media yang unik, company profile sebaiknya dibuat dalam berbagai media, anatar lain:

1. Dalam bentuk cetakan yang mudah dibawa.
2. Dalam bentuk VCD dan CD-ROM yang mudah diupdate.
3. Dalam bentuk website yang mudah dilihat dari berbagai penjuru dunia.
4. Dalam bentuk PDF untuk memudahkan pengiriman file jika sewaktu-waktu dibutuhkan untuk dikirim.
5. Dalam bentuk audio visual.

2.3 Definisi Event organizer

2.3.1 Definisi Event

Event merupakan kegiatan yang diselenggarakan untuk memperingati hal-hal penting sepanjang hidup manusia, dengan tujuan tertentu, serta melibatkan masyarakat sekitar. Event merupaka salah satu kegiatan *public relations* yang

terjadi dalam waktu yang terbatas, kapan harus dimulai dan kapan harus diakhiri jelas.

Getz (1997) mendefinisikan event sebagai suatu hal yang fana, tidak abadi, dan setiap event merupakan campuran unik dari durasi, pengaturan, pengurus, dan orang-orangnya. (constesis.blogspot.com)

Jenis event dibedakan menjadi dua, yakni public event dan privat event. Yang termasuk dalam kategori public event diantaranya adalah perayaan budaya, seni, hiburan, bisnis, perdagangan, kompetisi, olahraga, ilmu pengetahuan, politik, dan lain-lain. Sedangkan yang termasuk dalam kategori privat event peringatan hari jadi, liburan keluarga, pesta pernikahan, pesta ulang tahun, serta event-event sosial seperti acara reuni.

Event merupakan sarana untuk menjalin berbagai kerjasama untuk publikasi dan promosi. Event yang tepat sasaran akan menjadi lebih efektif dan efisien dibandingkan dengan iklan.

2.3.2 Definisi *Event organizer*

Event organizer merupakan jasa penyelenggaraan sebuah acara atau kegiatan yang terdiri dari serangkaian mekanisme yang sistematis dan memerlukan ketekunan, kesungguhan, serta kekompakan tim.

Fungsi *event organizer* dalam mekanisme penyelenggaraan sebuah event adalah mengkoordinasi, melayani, dan menyupport kepentingan beberapa pihak. *Event organizer* dibentuk untuk menghemat anggaran dana konsumen, serta untuk menghemat sumber daya manusianya.

2.4 Desain

2.4.1 Elemen – Elemen Dasar Desain

Elemen atau unsur merupakan bagian dari suatu karya desain karena elemen-elemen tersebut saling berhubungan dan masing-masing memiliki sikap tertentu terhadap yang lainnya. Elemen-elemen visual tersusun dalam satu bentuk organisasi dasar prinsip-prinsip desain.

Dalam sebuah desain terdapat beberapa unsur atau elemen yang diperlukan, diantaranya:

1. Titik

Titik merupakan salah satu unsur visual yang dimensi memanjang dan melebarnya dianggap tidak berarti. Titik merupakan bagian kecil dari garis, karena pada dasarnya suatu garis dibentuk oleh adanya hubungan titik-titik yang sangat dekat.

2. Garis

Garis dikenal sebagai goresan atau coretan, dan batas limitsuatu bidang atau warna. Ciri khas dari garis adalah terdapatnya arah serta dimensi memanjang. Garis memiliki fungsi tertentu yang pada dasarnya digunakan untuk mengarahkan gerakan mata. Garis terdiri dari empat macam, yakni garis vertical, horizontal, diagonal, dan garis yang berbentuk gelombang

3. Bidang

Bidang merupakan unsure visual yang berdimensi panjang dan lebar. Bidang bisa dihadirkan dengan menyusun titik maupun garis dalam kepadatan tertentu, serta dengan mempertemukan potongan hasil goresan serta garis.

4. Ruang

Ruang lebih mengarah pada perwujudan tiga dimensi sehingga ruang dapat dibagi dua, yaitu ruang nyata dan semu.

5. Warna

Warna merupakan elemen desain yang sangat berpengaruh terhadap desain, karena akan membuat suatu komposisi desain tampak lebih menarik.

6. Tekstur

Tekstur adalah nilai raba dari suatu permukaan. Pengertian lain menyebutkan bahwa tekstur merupakan gambaran dari suatu permukaan benda. Dalam penerapannya tekstur dapat berpengaruh terhadap unsure visual lainnya, yaitu kejelasan titik, kualitas garis, keluasan bidang dan ruang, serta intensitas warna.

2.4.2 Prinsip – Prinsip Desain

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 kekiri dan kekanan dari pusat. Kedua merupakan keseimbangan asimetris yang merupakan pengaturan yang berbeda dengan berat benda yang sama disetiap sisi halamannya.

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

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.

2.4.3 Typografi

Dalam dunia desain, tipografi didefinisikan sebagai suatu proses seni untuk menyusun bahan publikasi dengan menggunakan huruf cetak. Rangkaian huruf dalam sebuah kata atau kalimat bukan saja bisa berarti suatu makna yang mengacu pada suatu objek atau gagasan, tetapi juga memiliki kemampuan untuk

menyuarakan suatu citra ataupun kesan secara visual. Pemilihan jenis huruf disesuaikan dengan citra yang ingin diungkapkan.

Dalam buku pengantar Desain Komunikasi Visual (Adi Kusrianto, 191) Lazlo Maholy berpendapat bahwa tipografi adalah alat komunikasi. Oleh karena itu tipografi harus bisa berkomunikasi dalam bentuknya yang paling kuat, jelas, dan terbaca (legibility). Eksekusi terhadap desain tipografi dalam merancang grafis pada aspek legibility akan mencapai hasil yang baik bila melalui proses investigasi terhadap makna naskah, alasan kenapa naskah perlu dibaca, dan siapa yang membacanya.

2.4.4 Layout

Dalam sebuah website (<http://library.binus.ac.id>) mendefinisikan layout sebagai penataletakan 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-prinsip sebuah layout:

a. Balance (seimbang)

Merupakan keseimbangan yang membantu menentukan ukuran dan perauran 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.

2.5 PDF Making

Pembuatan file PDF (*Portable Document Format*) merupakan salah satu langkah penting dalam tahap akhir pengolahan desain. Kelebihan PDF adalah sebagai berikut:

1. Besar data file relatif lebih kecil dibandingkan besar data file yang asli.
2. File PDF dapat dibuka di PC manapun, karena aplikasi untuk membukanya mudah didapat.

3. File PDF berupa single file karena dapat meng-embed font, image, dan vector didalam satu file, sehingga tidak perlu dilampirkan lagi.
4. Tidak memerlukan software asli atau mentahannya untuk membuka file PDF.
5. File PDF bersifat independent dan universal file, sehingga file yang sama tidak dapat digunakan untuk berbagai keperluan.

STIKOM SURABAYA