



**PERANCANGAN BUKU LAYOUT PORTOFOLIO UNTUK
PERUSAHAAN CONCEPTALK**



**Oleh:
STELL ALISIA**

14420100027

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

**PERANCANGAN BUKU LAYOUT
PORTOFOLIO UNTUK PERUSAHAAN
CONCEPTALK**



Diajukan sebagai salah satu syarat untuk
menyelesaikan Program Sarjana

INSTITUT BISNIS
DAN INFORMATIKA

stikom
SURABAYA

Disusun Oleh:

Nama : STELLA ALISIA

NIM : 14420100024

Program : S1 (Strata Satu)

Jurusan : Desain Komunikasi Visual

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

2017

LEMBAR MOTTO



“in this life, nothing is impossible”

LEMBAR PERSEMBAHAN



“Saya Persembahkan untuk Papa dan Mama serta Keluarga Tercinta”

LEMBAR PENGESAHAN

**PERANCANGAN BUKU LAYOUT PORTOFOLIO
UNTUK PERUSAHAAN CONCEPTALK**

Laporan Kerja Praktik oleh

Stella Alisia

NIM: 14420100024

Telah diperiksa, diuji dan disetujui

Surabaya, 7 November 2017

Disetujui:

Pembimbing

Florens Debora Patricia, M.Pd
NIDN.07200489505

Pengelia

Rian Rizmail Jyarno
Indonesia

Mengetahui

Ketua Program Studi

S1 Desain Komunikasi Visual



Stikora
SURABAYA

Siswo Martono, S.Kom., M.M.

NIDN-0726027101

SURAT PERNYATAAN
PERSETUJUAN PUBLIKASI DAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Sebagai mahasiswa Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya, Saya:

Nama : Stella Alisia
NIM : 14420100024
Program Studi : SI Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Fakultas Teknologi dan Informasi
Jenis Karya : Laporan Kerja Praktik
Judul Karya : **PERANCANGAN BUKU LAYOUT PORTOFOLIO
UNTUK PERUSAHAAN CONCEPTALK**

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-Ekklusif (*Non-Exclusive Royalti Free Right*) atas seluruh isi/sebagian karya ilmiah saya tersebut di atas untuk disimpan, dialihmediakan dan dikelola dalam bentuk pangkalan data (*database*) untuk selanjutnya didistribusikan atau dikelola 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 sebagai manapun 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, maa saya bersedia untuk menerima pencabutan terhadap gelar kesarjanaan yang telah diberikan kepada saya. Kutipan, karya atau pendapat orang lain yang ada dalam karya ilmiah ini adalah semata hanya rujukan yang dicantumkan dalam Daftar Pustaka saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 7 November 2017



Stella Alisia
NIM : 14420100024

ABSTRAK

ConcepTalk merupakan anak perusahaan PT Panca Gardana Indonesia yang bergerak di bidang *creative agency*. ConcepTalk PT Pancagardana Indonesia berdiri di Surabaya sejak tahun 2009. Jasa yang ditawarkan oleh ConcepTalk diantaranya adalah *brand development, research and strategy, print, digital, illustration, dan content*. Produk yang telah dihasilkan diantaranya adalah *brand name, brand identity design, brand guidelines, information design, brand language, brand environment, research and evaluation, website development, social media activation, SEO optimization, interactive multimedia, Android, iOS, Blackberry Application, logo design, company profile, calendar design, annual report design, packaging design, catalogue design, photography, print ad, dan digital ad banner*.

Sebagai salah satu *creative agency* yang sudah berdiri lama, Conceptalk memiliki klien yang beragam baik regional maupun nasional. Klien dari ConcepTalk sendiri rata-rata berasal dari kalangan korporat di sekitar Jawa Timur seperti Sripadi, Kabar Bisnis, Awing, Cosmopolis Apartement, Istiqomah, Akohdyat & Partner, Apkomindo Jawa Timur, Gardenville Residence, Landkrone, PT. Varia Usaha Beton, Dua Kelinci, Bangun Arta Group, Mi Burung Dara, Semen Gresik, YDSF, ITS, Indepth Research, KML, Dendy Purnama, LA Lights, Siantar Top, Brontoseno Coffee, Cemerlang Paint.

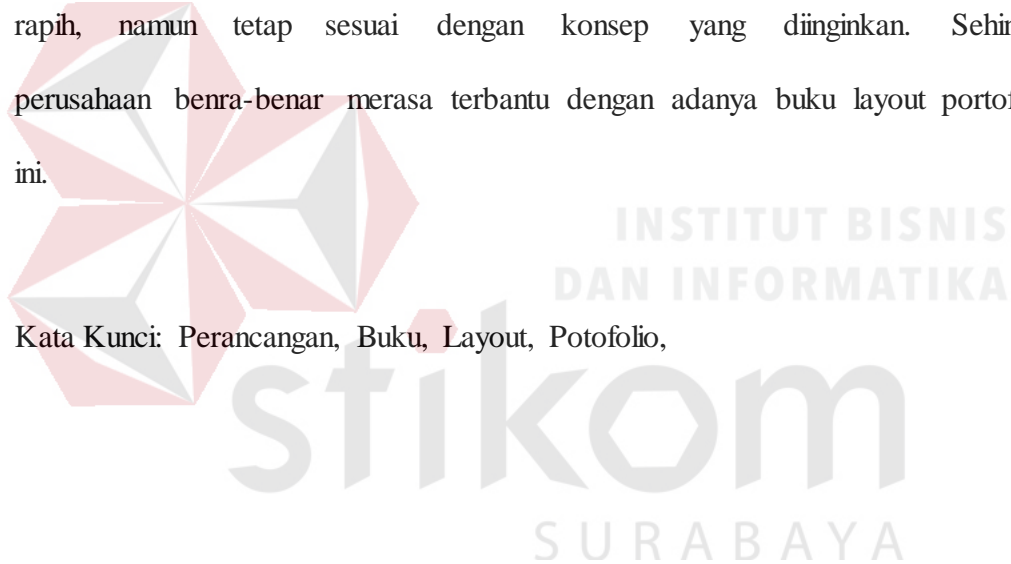
Untuk mencari cara agar proyek-proyek dari client-client tersebut tertata dan tersimpan rapih, maka perusahaan ConcepTalk sangat membutuhkan

buku layout

portofolio. Semua data dan file dari proyek-proyek tersebut di tata ulang dan di digital imagine kan, agar tampak lebih rapih dan enak dilihat.

Media yang di butuhkan adalah berupa file asli dari setiap perusahaan yang menjadi client, serta aplikasi yang digunakan adalah Adobe Illustrator dan Adobe Photoshop. Desain-desain yang di gunakan dalam perancangan buku layout portofolio untuk perusahaan ConcepTalk ini terkesan simple dan rapih, namun tetap sesuai dengan konsep yang diinginkan. Sehingga perusahaan benra-benar merasa terbantu dengan adanya buku layout portofolio ini.

Kata Kunci: Perancangan, Buku, Layout, Potofolio,



KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat dan rahmat Nya penulis dapat menyelesaikan Laporan Kerja Praktik yang berjudul “Perancangan Buku Layout Portofolio Untuk Perusahaan ConcepTalk” ini dapat diselesaikan. Laporan Kerja Praktik ini disusun dalam rangka penulisan laporan untuk memperoleh gelar Sarjana Desain pada Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual Stikom Surabaya.

Melalui kesempatan yang sangat berharga ini Penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu penyelesaian Laporan Kerja Praktik ini, terutama kepada yang terhormat:

1. Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan kemudahan dalam menyelesaikan Laporan Kerja Praktik ini.
2. Kedua Orangtua yang telah memberikan doa dan dukungannya.
3. Bapak Prof. Dr. Budi Jatmiko, M.Pd selaku rektor.
4. Ibu Florens Debora Patricia, M.Pd selaku dosen pembimbing.
5. Bapak Made Suwiryatara selaku Pimpinan Perusahaan ConcepTalk.
6. Bapak Rian Rizmail Tyarno selaku Senior Graphic Designer Perusahaan ConcepTalk.
7. Semua divisi Promcansar yang tidak dapat disebutkan satu persatu dalam

kesempatan ini yang telah memberikan bantuan moral dan materil dalam proses penyelesaian laporan ini.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa meberikan imbalan yang setimpal atas segala bantuan yang telah diberikan.

Di dalam Laporan Kerja Praktik ini, penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan, walaupun demikian penulis berharap laporan ini dapat memberikan manfaat bagi para pembacanya. Saran dan kritik dari semua pihak sangat berguna bagi penulis dalam rangka perbaikan dan penyempurnaan Laporan Kerja Praktik ini.



INSTITUT BISNIS
DAN INFORMATIKA
Surabaya, 7 November 2017

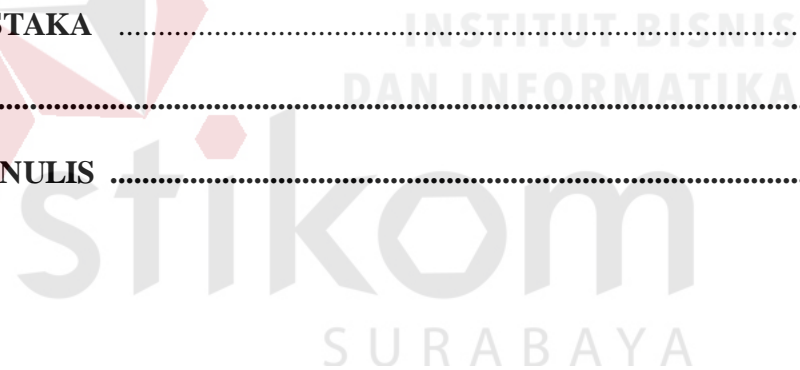
stikom
Penulis
SURABAYA

DAFTAR ISI

ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I : PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Batasan Masalah	2
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	
2.1 Profil Perusahaan	4
2.2 Sejarah Perusahaan	5
2.3 Visi Misi Perusahaan	5
2.4 Struktur Perusahaan	6
2.5 Alamat dan Kontak Perusahaan	6
BAB III : LANDASAN TEORI	
3.1 Marketing Communication	7
3.1.1 Definisi Marketing Communication	7

3.1.2 Fungsi Marketing Communcation	8
3.2 Prinsip Dasar Desain	9
3.2.1 Kesatuan (Unity) dan Keselarasan (Harmony)	9
3.2.2 Keseimbangan (Balance)	10
3.2.2.1 Proporsi (Proportion).....	11
3.2.3 Irama (Rhytm)	12
3.2.4 Penekanan/ focus dan Emphasis	13
3.2.5 Contras dan Variety	13
3.2.6 Repetisi (Repetition)	13
3.3 Layout	14
3.3.1 Prinsip.....	14
3.3.2 Elemen – elemen Layout	16
3.4 Tipografi	18
3.5 Warna.....	20
3.5.1 Pengelompokan Warna	20
3.5.2 Dimensi Warna	21
3.5.3 Karakter Warna	22
 BAB IV : DESKRIPSI PEKERJAAN	
4.1 Analisa Sistem	26
4.2 Pengumpulan Data	27
4.2.1 Brief Client.....	27
4.2.2 Wawancara	27
4.3 Penetuan Konsep.....	28

4.3.1 Perancangan Karya	28
4.3.2 Digital Imagine	28
4.3.3 Layout	29
4.3.4 Warna	29
4.4 Implementasi Karya	30
4.4.1 Perusahaan Chicking	31
4.4.2 Castelle De Beaute	34
4.4.3 Bronto Seno (De' Bronto's)	38
5.1 Kesimpulan	40
5.2 Saran	41
DAFTAR PUSTAKA	43
LAMPIRAN	45
BIODATA PENULIS	54



Daftar Lampiran

Lampiran 1 Surat Balasan Instansi	45
Lampiran 2 Masa Akhir Kerja Praktik	46
Lampiran 3 Acuan Kerja	47
Lampiran 4 Garis Besar Rencana Kerja Mingguan	48
Lampiran 5 Log Harian 1	49
Lampiran 6 Log Harian 2	50
Lampiran 7 Form Kehadiran Kerja Praktik	51
Lampiran 8 Form Kehadiran Kerja Praktik	52
Lampiran 9 Kartu Bimbingan	53
Lampiran 10 Biodata Penulis	54

BAB I

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Layout adalah penyusunan dari elemen-elemen desain yang berhubungan kedalam sebuah bidang sehingga membentuk susunan artistik. Hal ini bisa juga disebut manajemen bentuk dan bidang. Tujuan utama layout adalah menampilkan elemen gambar dan teks agar menjadi komunikatif dalam sebuah cara yang dapat memudahkan pembaca menerima informasi yang disajikan.

Layout atau dalam bahasa Indonesia dikenal dengan tata letak adalah pengaturan tulisan-tulisan dan gambar-gambar. Sebuah layout dapat bekerja dan mencapai tujuannya bila pesan-pesan yang akan disampaikan dapat segera ditangkap dan dipahami oleh pengguna dengan suatu cara tertentu. Selanjutnya, sebuah layout harus ditata dan dipetakan secara baik supaya pengguna dapat berpindah dari satu bagian ke bagian yang lain dengan mudah dan cepat. Akhirnya, sebuah layout harus menarik untuk mendapatkan perhatian yang cukup dari penggunanya.

Layout di perlukan untuk membuat sebuah portofolio karena sebuah potofolio akan terlihat lebih menarik apabila di tata dengan rapih. Selain rapih, sebuah portofolio juga akan lebih mudah di pahami oleh si pembaca. Secara umum portofolio merupakan kumpulan dokumen seseorang, kelompok, lembaga, organisasi, perusahaan atau sejenisnya yang bertujuan untuk mendokumentasikan perkembangan suatu proses dalam mencapai tujuan yang

telah ditetapkan.

Dalam dunia desain, Layout berbicara mengenai bagaimana penataan elemen-elemen dalam sebuah halaman dengan benar. Sama seperti tipografi, terdapat sangat banyak elemen-elemen pada layout, yang tentunya tidak akan dapat dibahas pada bagian ini sendiri. Pembahasan layout secara menyeluruh akan memerlukan bukunya tersendiri. Kita akan hanya melihat elemen-elemen layout yang umumnya ditemukan pada dokumen web, dan bagaimana membuat elemen- elemen tersebut dengan HTML dan CSS.

Rumusan Masalah

Berdasarkan penjabaran latar belakang yang telah dijelaskan di atas, maka didapatkan rumusan masalah sebagai berikut :

“Bagaimana cara merancang buku layout portofolio untuk perusahaan Concep Talk ?”

Batasan Masalah

Dari rumusan masalah di atas, maka ditentukan batasan-batasan permasalahan agar laporan ini lebih fokus dan tidak meluas. Batasan-batasan masalah tersebut antara lain :

1. Merancang layout portofolio untuk Perusahaan Concep Talk
2. Membuat buku sebagai wadah layout portofolio untuk Perusahaan Concep Talk

Tujuan

Tujuan dari kerja praktek yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui proses bagaimana cara membuat layout portofolio

untuk sebuah perusahaan.

2. Membuat konsep dan penataan dalam pembuatan buku potofolio.

Manfaat

Manfaat Teoritis

- a) Manfaat teoritis dari perancangan buku layout portofolio pada media ini adalah dapat mampu mempersuasi pelanggan untuk mencoba produk dan jasa yang ditawarkan dengan potensi dan target pasar.
- b) Hasil perancangan ini diharapkan menjadi referensi bagi masyarakat serta mahasiswa yang ingin mengetahui tentang perancangan buku layout portofolio . Khususnya dalam perancangan buku layout portofolio pada Perusahaan Concep Talk.

Manfaat Praktis

- a. Penyebar luasan informasi terkait Portofolio Perusahaan Concep Talk
- b. Sebagai upaya menjaga sinergi dalam hal komunikasi antara konsumen dan Perusahaan Concep Talk.
- c. Memberikan gambaran pengalaman dalam proses Perancangan Buku Layout Portofolio Perusahaan Cocep Talk.

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil Perusahaan

ConcepTalk merupakan anak perusahaan PT Panca Gardana Indonesia yang bergerak di bidang *creative agency*. ConcepTalk PT Pancagardana Indonesia berdiri di Surabaya sejak tahun 2009. Jasa yang ditawarkan oleh ConcepTalk diantaranya adalah *brand development, research and strategy, print, digital, illustration, dan content*. Produk yang telah dihasilkan diantaranya adalah *brand name, brand identity design, brand guidelines, information design, brand language, brand environment, research and evaluation, website development, social media activation, SEO optimization, interactive multimedia, Android, iOS, Blackberry Application, logo design, company profile, calendar design, annual report design, packaging design, catalogue design, photography, print ad, dan digital ad banner*.

Sebagai salah satu *creative agency* yang sudah berdiri lama, Conceptalk memiliki klien yang beragam baik regional maupun nasional. Klien dari ConcepTalk sendiri rata-rata berasal dari kalangan korporat di sekitar Jawa Timur seperti Sripadi, Kabar Bisnis, Awing, Cosmopolis Apartement, Istiqomah, Akohdyat & Partner, Apkomindo Jawa Timur, Gardenville Residence, Landkrone, PT. Varia Usaha Beton, Dua Kelinci, Bangun Arta Group, Mi Burung Dara, Semen Gresik, YDSF, ITS, Indepth Research, KML, Dendy Purnama, LA Lights, Siantar Top, Brontoseno Coffee, Cemerlang Paint.

2.2 Sejarah Perusahaan

ConcepTalk PT Panca Gardana Indonesia terbentuk di Surabaya pada tahun 2009, pendirinya adalah 3 pemuda asal Surabaya yang terdiri dari desainer dan *strategist*. Pada mulanya ConcepTalk bernama Playground Creative Biro, lalu mengubah namanya pada tahun 2011. ConcepTalk memilih untuk beroperasi di Surabaya karena melihat pasar Surabaya yang masih dapat dikembangkan.

Saat ini ConcepTalk memiliki 7 karyawan, yang terdiri dari *managing director*, *account director*, *digital director*, copywriter, graphic designer, admin, dan bagian produksi. Conceptalk memiliki sistem *maintain relationship*, jadi meskipun *project* telah selesai komunikasi dengan klien tetap lancar sehingga hubungan dengan klien dapat berkelanjutan dari tahun ke-tahun.

2.3 Visi Misi Perusahaan

2.3.1 Visi Perusahaan

Visi dari ConcepTalk sendiri adalah menyediakan jasa yang disesuaikan dengan kebutuhan konsumen.

2.3.2 Misi Perusahaan

Adapun misi dari ConcepTalk diantaranya adalah:

- Mengumpulkan segenap informasi dari konsumen untuk mengetahui apa yang dibutuhkan oleh konsumen.
- Mengkolaborasikan antara kebutuhan konsumen dengan ide dan konsep

yang ditawarkan oleh ConcepTalk

- Menghasilkan brand klien yang dapat berkomunikasi

2.4 Struktur Perusahaan

Gambar 2.1 Struktur Perusahaan Sumber: Olahan Peneliti, 2017

2.5 Alamat dan Kontak Perusahaan

Tempat : ConcepTalk PT Panca Gardana Indonesia
Alamat : Bumi Pratama Asri B – 6, Gunung Anyar Tambak
Surabaya, 60294
Jam kerja : Senin – Jumat, 09.00 – 17.00 Phone/Fax : (031)
51512168, Faks. (031) 51512168
Website/E-mail : www.conceptalk.com/info@conceptalk.com



BAB III

LANDASAN TEORI

Dalam bab ini, berisi landasan teori yang relevan terhadap perancangan Perancangan Buku Layout Portofolio sebagai bagian dari media promosi untuk Perusahaan ConcepTalk. Kajian berupa teori, konsep, maupun prosedur yang berkaitan dengan perancangan akan dipaparkan dalam bab ini

Marketing Communication

3. 1. 1 Definisi *Marketing Communication*

Komunikasi Pemasaran adalah aspek penting dalam keseluruhan misi pemasaran serta penentu suksesnya pemasaran. Di era 1990-an, komponen atau unsur-unsur komunikasi pemasaran dalam bauran pemasaran (marketing mix) menjadi semakin penting, bahkan keduanya tidak terpisahkan karena diyakini bahwa komunikasi dalam pemasaran mampu untuk menjalin hubungan antara merk dengan konsumen (dan calon konsumen) dan pada akhirnya akan meningkatkan ekuitas merk. (Santi, 2006:62)

Unsur Komunikasi Pemasaran Model yang banyak diajukan dan diadaptasi dalam proses komunikasi pemasaran adalah bentuk komunikasi antarpribadi. Alasan mengapa model komunikasi sedemikian lebih diminati karena adanya faktor kedekatan dengan pelanggan yang merupakan kunci mutlak keberhasilan komunikasi pemasaran. Berikut adalah unsur-unsur (sarana-sarana) dari komunikasi pemasaran (Prayogo, 2015:4):

- a. Penjualan personal

- b. Periklanan
- c. Promosi penjualan
- d. Public Relations
- e. Publisitas

3. 1. 2 Fungsi *Marketing Communication*

Komunikasi pemasaran meliputi tiga tujuan utama, yaitu untuk menyebarkan informasi (komunikasi informatif), mempengaruhi untuk melakukan pembelian atau menarik konsumen (komunikasi persuasif), dan mengingatkan khalayak untuk melakukan pembelian ulang (komunikasi mengingatkan kembali). Komunikasi pemasaran dalam konteks ini juga harus lebih diartikan sebagai kemampuan manusia dalam menyatukan pemikiran antara komunikator dengan komunikan atau orang yang ditujukan dalam menerima pesan. Hasil akhir dari komunikasi adalah adanya perubahan sikap lawan bicara atau komunikasi yang diartikan sebagai sikap menerima komunikan akan pesan yang dibawa oleh komunikator dalam pertukaran dimaksud. Diharapkan, komunikan akan menerima pesan, terpengaruh, bahkan mengikuti apa yang diajukan oleh si komunikator yakni membeli atau mendapatkan barang tersebut dalam keperluan memuaskan keingintahuan dan rasa penasaran mereka. (Proyogo, 2015:5)

3. 2 Prinsip Dasar Desain

Dibutuhkan pertimbangan yang kompleks untuk melahirkan desain yang bermutu dan *worth it*. Hal ini dapat diperoleh dari kecermatan dalam mengoordinir elemen-elemen grafis dengan tepat berdasarkan prinsip-prinsip desain secara tepat dengan memerhatikan *material limits* yang dimiliki.

Indikator desain yang kreatif dapat menarik perhatian audiens, konten dalam desain memiliki tingkat keterbacaan yang memadai, terdapat visualisasi yang memudahkan audiens untuk memahami, dan dapat mencerminkan intisari desain tersebut. Putri (2016: 38) menjelaskan bahwa prinsip desain tergolong menjadi beberapa kategori di bawah ini:

Kesatuan (*Unity*) dan Keselarasan (*Harmony*)

Kesatuan merupakan salah satu prinsip dasar tata rupa yang sangat penting. Tidak adanya kesatuan dalam sebuah karya rupa akan membuat karya tersebut terlihat cerai-berai, kacau-balau yang mengakibatkan karya tersebut tidak nyaman dipandang. Prinsip ini sesungguhnya adalah prinsip hubungan. Jika salah satu atau beberapa unsur rupa mempunyai hubungan (warna, raut, arah, dan lain-lain), maka kesatuan telah tercapai. Kesatuan membantu semua elemen seperti milik mereka bersama. Pembaca harus *visual cues* untuk memberitahu mereka tahu potong merupakan salah satu unit-teks, *headline*, foto, gambar, dan keterangan semua pergi bersama-sama.

Menyatukan elemen elemen oleh kelompok yang saling berdekatan sehingga mereka terlihat seperti milik mereka bersama. Ulangi warna, bentuk,

dan tekstur. Gunakan kotak (dengan struktur yang halaman) untuk membuat kerangka untuk *margin*, kolom, jarak, dan proporsi. Dengan kata lain, seorang desainer harus mengetahui cara mengorganisasi elemen dan membangun ikatan atau hubungan.

Sedangkan keselarasan dapat berupa bentuk, warna, tekstur pola, material, tema, gaya, ukuran dsb. Seperti dalam keselarasan warna dapat ditingkatkan dengan menggunakan warna-warna komplementer atau warna analog.

Keselarasan dan kesatuan dalam desain kadang memunculkan keseimbangan, seperti keseimbangan dalam hal rancangan, furnitur, pemilihan aksesoris, atau sering juga dalam pengaturan tata letak *furniture*.

Keseimbangan (*Balance*)

Karya seni dan desain harus memiliki keseimbangan agar nyaman dipandang dan tidak membuat gelisah. Seperti halnya jika kita melihat pohon atau bangunan yang akan roboh, kita merasa tidak nyaman dan cenderung gelisah. Keseimbangan adalah keadaan yang dialami oleh suatu benda jika semua dayan yang bekerja saling meniadakan. Dalam bidang seni keseimbangan ini tidak dapat diukur tapi dapat dirasakan, yaitu suatu keadaan dimana semua bagian dalam sebuah karya tidak ada yang saling membebani. Setiap elemen pada susunan visual berat yang telah ditentukan oleh ukurannya, kegelapan atau keringanan, dan ketebalan dari baris.

Ada dua pendekatan dasar pendidikan desain untuk menyeimbangkan. Yang pertama adalah keseimbangan simetris yang merupakan susunan dari

elemen agar merata ke kiri dan ke kanan dari pusat. Selanjutnya adalah keseimbangan asimetris yang merupakan pengaturan yang berbeda dengan berat benda yang sama di setiap sisi halaman. Warna, nilai, ukuran, bentuk, dan tekstur dapat digunakan sebagai unsur keseimbangan. Untuk menciptakan keseimbangan diperlukan langkah di bawah ini

- a. Ulangi bentuk tertentu secara berkala, baik secara vertikal maupun horizontal.
- b. Pusat elemen pada halaman.
- c. Menempatkan beberapa visual kecil di satu daerah untuk menyeimbangkan satu blok besar gambar atau teks.
- d. Gunakan satu atau dua bentuk aneh dan membuat bentuk biasa.
- e. Keringanan teks potong-berat dengan terang, berwarna-warni visual.
- f. Meninggalkan banyak spasi besar sekitar blok teks atau foto gelap.
- g. Offset besar, gelap foto atau ilustrasi dengan beberapa lembar teks kecil, masing-masing dikelilingi oleh banyak spasi.

Proporsi (*Proportion*)

Proporsi digunakan dalam menggambarkan hubungan ukuran antara objek satu dan yang lainnya. Dalam merancang suatu ruangan diperlukan proporsi yang sesuai seperti ukuran *furniture*, tinggi langit-langit dan sebagainya.

Proporsi termasuk prinsip dasar tata rupa untuk memperoleh keserasian. Untuk memperoleh keserasian dalam sebuah karya diperlukan perbandingan – perbandingan yang tepat. Pada dasarnya proporsi adalah perbandingan matematis dalam sebuah bidang. Proporsi Agung (*The Golden*

Mean) adalah proporsi yang paling populer dan dipakai hingga saat ini dalam karya seni rupa hingga karya arsitektur. Konon proporsi ini adalah perbandingan yang ditemukan di benda- benda alam termasuk struktur ukuran tubuh manusia sehingga dianggap proporsi yang diturunkan oleh Tuhan sendiri.

Irama (*Rhythm*)

Irama adalah pengulangan gerak yang teratur dan terus menerus. Dalam bentuk –bentuk alam bisa kita ambil contoh pengulangan gerak pada ombak laut, barisan semut, gerak dedaunan, dan lain-lain. Prinsip irama sesungguhnya adalah hubungan pengulangan dari bentuk –bentuk unsur rupa. Pengulangan (mengulangi unsur serupa dalam cara yang konsisten) dan variasi (perubahan dalam bentuk, ukuran, posisi atau elemen) adalah kunci untuk visual ritme.

Menempatkan elemen dalam sebuah layout secara berkala membuat halus, dan bahkan ritme yang tenang, santai moods.perubahan pada ukuran dan jarak antara unsur membuat cepat, ritme hidup dan suasana hati yang menyenangkan. Kunci sukses membangun sebuah desain berdasarkan ritme adalah mengerti perbedaan antara pengulangan dan variasi. Pengulangan adalah mengulang elemen beberapa visual atau seluruhnya secara konsisten sedangkan variasi adalah perubahan sejumlah elemn, misalnya warna, ukuran, bentuk, ruang, posisi, dan bobot visual dari sebuah elemen. Ritme atau nada terbagi menjadi 3 jenis yaitu:

- a. Nada suara, tingkatan perbandingan contohnya dalam tinggi rendahnya suara.
- b. Nada warna, tingkatan perbandingan antara warna yang satu dengan warna

yang lain.

- c. Nada garis, tingkatan perbandingan tebal tipisnya garis, panjang pendeknya garis, atau kasar halusnya garis.

Penekanan/ fokus dan *Emphasis*

Fokus difungsikan sebagai objek utama, untuk menarik perhatian. Biasanya yang diberi penekanan atau fokus cukup satu, karena terlalu banyak fokus dapat mengurangi penekanan dari objek yang ingin ditonjolkan tersebut.

Emphasis merupakan area yang dianggap menarik, dominan. Dominansi dari suatu objek layaknya fokus dapat ditingkatkan dengan membuat objek tampak lebih besar, lebih indah, dengan penempatan yang pas

Contrast dan Variety

Maksud prinsip kontras adalah menghindari elemen desain dalam halaman yang tampak serupa. Apabila elemen (jenis tulisan, warna, ukuran, tebal tulisan, spasi, dan lain-lain) tidak diingkan serupa maka buat elemen desain tersebut saling membedakan. Kadang, dalam sebuah halaman, kontras menjadi visualisasi yang paling menarik perhatian. Kontras adalah penyebab awal pembaca membaca halaman tersebut.

Sedangkan *variety*, atau keanekaragaman digunakan untuk menghindari dari kesan monoton atau membosankan. Contohnya seperti penggunaan dari elemen yang tidak sama dapat memberikan sesuatu yang lebih menarik atau unik.

Repetisi (*Repetition*)

Elemen visual yang berulang dalam sebuah desain. Kamu dapat mengulang ulang warna, bentuk, tekstur, ketebalan garis, jenis tulisan, ukuran, konsep grafis, *etc.* Pengulangan elemen visual ini mengembangkan komposisi dan memperkuat desain dalam kesatuan komposisi.

3.3.1 3.3 Layout Layout

Layout atau dalam bahasa

Menurut Surianto Rustan dalam bukunya yang berjudul *Layout, Dasar & Penerapannya*, layout merupakan tata letak elemen-elemen desain terhadap suatu bidang dalam media tertentu untuk mendukung konsep atau pesan yang dibawanya. Dalam sebuah perancangan buku layout memiliki banyak elemen yang mempunyai peran yang berbeda-beda dalam membangun keseluruhan layout hal ini bertujuan agar tata letak antara elemen visual dan teks dapat terbaca dengan jelas oleh audien. (Rustan, 2009: 9).

3.3.2 Prinsip

Indonesia dikenal dengan tata letak adalah pengaturan tulisan-tulisan dan gambar-gambar. Definisi layout adalah penataletakan atau pengorganisasian atau strukturisasi dari beberapa unsur desain agar teratur dan tercipta hirarki yang baik guna mendapatkan dampak yang kuat dari yang melihat (Kamus Istilah Periklanan, Matari Advertising). Prinsip-prinsip sebuah layout menurut Rustan (2009: 27) terbagi menjadi 4:

1. *Balance* (seimbang)

Keseimbangan membantu menentukan ukuran dan peraturan setiap

bagian dalam layout, layout tidak seimbang membuat pembaca kesulitan membaca dan akan merasakan sesuatu yang salah pada hal yang ia baca. Ada dua jenis *balance*, yaitu *symmetric balance* (kuat, stabil) dan *asymmetric balance* (variatif, bergerak).

2. *Rhythm* (irama)

Irama merupakan bentuk yang dihasilkan dengan mengulang elemen secara bervariasi. Pengulangan secara konsisten dan bervariasi adalah kata kunci utamanya, keduanya saling melengkapi karena tanpa adanya variasi, pengulangan akan tampak membosankan. Setiap variasi elemen yang mengalami pengulangan juga harus memiliki kesatuan yang utuh.

3. *Emphasis* (titik berat)

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

4. *Unity* (kesatuan)

Keseluruhan elemen pada sebuah layout harus saling memiliki satu dengan yang lainnya. Hal ini membantu menentukan banyaknya elemen yang ingin digunakan atau bagaimana penggunaannya.

Selain prinsip-prinsip layout yang diatas, ada beberapa teori layout menurut Frank F. Jefkin (1997: 245), yaitu :

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*, perpaduan warna terang dan gelap akan menghasilkan sesuatu yang kontras. Hal ini dapat dipakai untuk memberi tekanan pada bagian-bagian tertentu dalam layout.

Ada tiga kriteria dasar untuk sebuah layout yang dikatakan baik, yaitu: *It Works* (mencapai tujuannya), *It Organizes* (ditata dengan baik) dan *It Attracts* (menarik bagi pengguna) (faculty.petra.ac.id). Sebuah layout dapat bekerja dan mencapai tujuannya bila pesan-pesan yang akan disampaikan dapat segera ditangkap dan dipahami oleh pengguna dengan suatu cara tertentu. Selanjutnya, sebuah layout harus ditata dan dipetakan secara baik supaya pengguna dapat berpindah dari satu bagian ke bagian yang lain dengan mudah dan cepat. Akhirnya, sebuah layout harus menarik untuk mendapatkan perhatian yang cukup dari penggunanya (Rustan, 2009: 30).

3.3.3 Elemen-elemen Layout

Rustan dalam bukunya yang berjudul *Layout Dasar dan Penerapannya* kembali memaparkan tentang layout berkaitan dengan elemen-elemen yang ada di dalam sebuah layout. Elemen-elemen ini nantinya memiliki tujuan untuk menyampaikan informasi dengan lengkap dan tepat, serta melahirkan kenyamanan ketika membacanya. Selain itu, kemudahan dalam mencari informasi juga diperlukan dalam sebuah layout terkait dengan navigasi dan estetika (Rustan, 2009: 27). Rustan membagi elemen layout menjadi :

a. Elemen Teks, yakni komponen-komponen dalam sebuah layout

yang meliputi *deck*, *byline*, *bodytext*, subjudul, *pull quotes*, *callouts*, *kickers*, *mutual caps*, *indent*, *lead line*, spasi, *header & footer*, *running head*, catatan kaki, nomor halaman, *jumps*, *signature*, *nameplate*, dan *masthead*.

b. Elemen Visual, yakni elemen-elemen dalam sebuah layout meliputi foto, *artwork*, *infographics*, garis, kotak, inset poin.

c. *Invisible Element*, yakni elemen-elemen yang berfungsi sebagai acuan penempatan sebuah elemen. *Invisible Element* ini meliputi *margin* dan *grid*. Margin menentukan jarak antara pinggir kertas dengan ruang yang akan ditempati oleh elemen-elemen layout. Margin juga mencegah resiko kesalahan potong pada saat proses cetak. Selain itu margin memberikan kesan rapi dan enak dilihat secara estetika. Grid memudahkan audiens menentukan peletakan elemen layout dan mempertahankan konsistensi dan kesatuan layout.

d. *Negative Space* atau *White Space*, yaitu ruang kosong yang ditujukan agar penempatan karya tampak tidak terlalu penuh pada suatu bidang, ruang kosong ini juga digunakan untuk memberikan *emphasis* atau penekanan pada objek-objek tertentu. Selain itu, dapat membuat audiens menjadi lebih nyaman dan lebih mudah memahami isi dalam layout. Ruang kosong ini memberikan kesan aliran dalam desain dan sekaligus akan membangun keseimbangan dalam desain jika dikomposisikan secara pas.

e. *Visual Hierarchy*, yakni suatu cara untuk memberikan arahan pada pembaca kepada suatu hal. Juga merupakan salah satu cara untuk menggambarkan tingkat kekrusialan suatu informasi. Desainer dapat

memberikan kontras untuk menuntun pembaca dalam memahami informasi dan gambar pada susunan yang diinginkan.

f. Gestalt, yaitu elemen yang erat kaitannya dengan teori psikologi yang mengatakan bahwa seseorang akan mempersepsikan apa yang terlihat dari lingkungannya sebagai satu-kesatuan yang utuh. Dikembangkan oleh Maz

Wertheimer dan rekan-rekannya, teori ini dapat menjelaskan kecenderungan persepsi yang terbentuk dibenak seseorang.

Tipografi

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), Tipografi berarti “ilmu cetak” atau “seni percetakan”. Ilmu cetak dalam hal ini yang dimaksud adalah huruf yang tersusun dalam sebuah alphabet yang merupakan media penting komunikasi visual. Sedangkan dalam *Cambridge “Typography”* memiliki arti “*the design of the writing in a piece of printing or on a computer screen*” yang

berarti desain dalam menulis di selembar cetakan atau digital. Tipografi belakangan menjadi media yang membawa manusia mengalami perkembangan dalam cara berkomunikasi. Komunikasi yang berakar dari simbol-simbol yang menggambarkan sebuah objek (*pictograph*), berkembang menjadi simbol-simbol yang merepresentasikan gagasan yang lebih kompleks serta konsep abstrak yang lain (*ideograph*). Kemudian berkembang menjadi bahasa tulis yang dapat dibunyikan dan memiliki arti (*phonograph*-setiap tanda atau huruf menandakan bunyi).

Bentuk huruf tak hanya berkaitan dengan indentifikasi bunyi yang

bersasal suatu objek melankan juga meliputi aktivitas menangkap realitas dalam bunyi. Bentuk huruf lebih dari sekedar lambang bunyi, huruf juga bisa melahirkan kesan khusus yang bida memudahkan audiens menangkap *messages* atau *idea* yang ada dalam sebuah frase atau kalimat. Apabila huruf tidak pernah eksis di dunia ini, bisa dibayangkan betapa sulitnya penyampaian informasi yang pasti akan memerlukan waktu yang lebih lama. Selain itu, apabila morfologi semua huruf adalah sama. Akan timbul kemungkinan ketidakterbacaan karena keseragaman

tersebut. Huruf menjadi sesuatu yang memiliki makna ganda, huruf dapat menjadi sesuatu yang dapat dilihat (bentuk atau rupa huruf) dan dapat menjadi sesuatu yang dapat dibaca (kata atau kalimat).

Selain itu huruf memiliki makna yang tersurat (gagasan) dan makna yang tersirat (kesan). Selain itu pengaruh perkembangan teknologi digital yang sangat pesat pada masa kini membuat makna tipografi semakin meluas. Menurut Rustan (2001:16) tipografi dimaknai sebagai “segala disiplin yang berkenaan dengan huruf”.

Seperti yang dijelaskan oleh J.Ben Lierman (Lia Anggraini & Kirana Nathalia, 2014) pada buku *Types of Typeface* “Tipografi sebagai salah satu elemen desain pada ilustrasi yang mempengaruhi dan dipengaruhi oleh elemen desain yang lain, serta dapat mempengaruhi keberhasilan suatu karya desain secara keseluruhan”. Ia menyatakan ada dua hal yang menentukan kesuksesan desain dengan penggunaan tipografi, yaitu *legibility* dan *readability*.

- a. *Readability*, berhubungan dengan bagaimana huruf-huruf tersebut disusun.

Faktor yang mempengaruhi tingkatan keterbacaan sebuah jenis huruf adalah ukuran, *leading*, *line length*, *alignment*, *letter space* dan *word spacing* (Ilene 2006: 59)

- b. *Legibility*, saat memilih tipografi untuk anak-anak harus yang sederhana dan tampak mudah dibaca dengan counter bentuk sebaiknya bulat, pada bagian sudutnya disarankan mempunyai ujung yang tumpul, bukan bersudut lancip maupun kotak. Contoh yang baik adalah *Sassoon* yang dibuat secara khusus untuk anak-anak. (Ilene 2006: 60)

Menurut Sihobing (2001:58), dalam pembuatan desain sebuah buku, dibutuhkan jenis huruf yang memiliki tingkat *legability* tinggi. Dalam desain tipografi, *legability* memiliki pengertian sebagai kualitas huruf atau naskah dalam tingkat kemudahannya untuk dibaca. Tingkat kejelasan ini tergantung pada bentuk fisik huruf itu sendiri, ukuran, serta penataannya dalam sebuah naskah.

Warna

Pada dasarnya warna adalah suatu mutu cahaya yang dipantulkan dari suatu objek ke mata manusia. Hal ini menyebabkan kerucut-kerucut warna pada retina bereaksi, yang memungkinkan timbulnya gejala warna pada objek-objek yang dilihat sehingga dapat mengubah persepsi manusia (Junaedi, 2003: 14). Warna bersifat subjektif karena warna memiliki hubungan yang sangat kuat dengan setiap individu yang melihatnya. Adams (Ramanda, 2011) mengungkapkan dalam hubungannya dengan logo, warna merupakan

elemen yang sangat penting dalam peranannya sebagai media pengingat. Warna juga merupakan unsur yang sangat tajam untuk menyentuh kepekaan penglihatan sehingga mampu menstimuli perasaan, perhatian dan minat seseorang (Kusrianto, 2007: 46).

Pengelompokan Warna

Sir David Brewster (Kusrianto, 2007: 48) membagi warna menjadi tiga kelompok warna, yaitu warna primer, warna sekunder dan warna tersier, dengan penjelasan sebagai berikut:

- a. Warna primer adalah warna yang menjadi pedoman setiap orang untuk menggunakannya, yaitu warna merah, kuning dan biru.
- b. Warna sekunder merupakan percampuran antara warna primer: 1. Merah + Biru = ungu/violet 2. Merah + Kuning = oranye/jingga 3. Kuning + Biru = hijau.
- c. Warna tersier merupakan percampuran antara warna sekunder dengan primer.

Dimensi Warna

Menurut Edith Anderson Feisner (Hosana, 2006), setiap warna memiliki 4 dimensi, yaitu:

- a. *Hue*, istilah untuk menunjukkan nama dari suatu warna, seperti merah, biru, hijau dan warna lainnya.
- b. *Value*, dimensi kedua dari suatu warna yang berkaitan dengan terang

gelapnya warna. Contohnya adalah tingkatan warna dari putih ke hitam.

c. *Intensity*, sering juga disebut *chroma*, adalah dimensi yang berhubungan dengan cerah atau suramnya warna.

d. *Temperature*, dimensi yang berhubungan dengan panas dinginnya suatu warna.

Saat ini terdapat beberapa sistem warna yaitu, *CMYK* atau *Process Color System*, *Munsell Color System*, *Ostwald Color System*, *Schopenhauer/Goethe Weighted Color System*, *Subtractive Color System* serta *Additive Color/RGB Color System*. Di antara bermacam sistem warna yang telah disebutkan, kini yang banyak dipergunakan dalam industri media visual cetak adalah *CMYK* atau *Process Color System* yang membagi warna dasarnya menjadi *Cyan*, *Magenta*, *Yellow* dan *Black*. Sedangkan *RGB Color System* dipergunakan dalam industri media visual elektronik.

Karakter Warna

Junaedi (2003: 14) menjelaskan bahwa sifat warna dapat digolongkan menjadi dua golongan diantaranya:

a. Warna panas, yang termasuk warna panas adalah keluarga merah atau jingga yang memiliki sifat dan pengaruh hangat segar atau menyenangkan, merangsang dan bergairah.

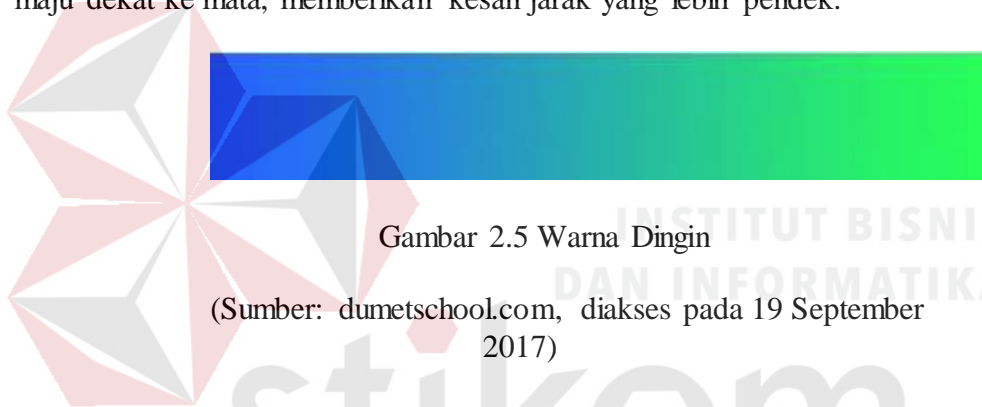


Gambar 2.4 Warna Panas

(Sumber: dumetschool.com, diakses pada 19 September

2017)

b. Warna dingin: yang termasuk warna dingin adalah kelompok biru atau hijau yang memiliki sifat dan pengaruh sunyi, tenang, makin tua makin gelap arahnya makin tenggelam dan depresi. Warna dingin bila digunakan untuk mewarnai ruangan akan memberikan ilusi jarak, akan terasa tenggelam atau mundur. Sebaliknya warna hangat terutama merah akan terasa seolah-olah maju dekat ke mata, memberikan kesan jarak yang lebih pendek.



Gambar 2.5 Warna Dingin

(Sumber: dumetschool.com, diakses pada 19 September 2017)

Secara ilmiah pengertian warna merupakan gelombang elektromagnetik yang menuju ke mata kita dan kemudian diterjemahkan oleh otak sebagai warna.

Dengan kata lain arti warna adalah juga sesuatu yang berhubungan dengan emosi manusia dan dapat menimbulkan pengaruh psikologis.

Sean Adams (Ramanda, 2011) menjelaskan beberapa sifat dan kesan yang ditimbulkan oleh warna, yaitu sebagai berikut:

- a. Merah: Hasrat, amarah, perhentian, perkelahian, cinta dan darah.
- b. Kuning: Kegembiraan, kecerdasan, peringatan, pengecut dan muda.
- c. Hijau: Kesuburan, uang, kesehatan, kesuksesan, pertumbuhan.

- d. Putih: Kesempurnaan, kesucian, pernikahan, bersih, kebaikan.
- e. Biru: Pengetahuan, nyaman, tenang, damai dan dingin.
- f. Hitam: Ketakutan, negatif, kematian, kejahatan, kerahasiaan.
- g. Ungu: Mewah, kebijaksanaan, kerohanian, imajinasi.
- h. Jingga: Kreatifitas, kehidupan, unik, energi.
- i. Abu-abu: Netral, tidak berpihak, bimbang, ragu-ragu, samar.

Sedangkan menurut Suriyanto Rustan (2009: 17), beberapa sifat yang ditimbulkan oleh warna adalah sebagai berikut:

- a. Merah memberikan kesan perayaan, kekayaan, nasib baik (Cina), suci, tulus, perkawinan (India), perkabungan (Afrika Selatan), setan (tradisi modern barat), gairah, kuat, energi, api, cinta, roman, gembira, cepat, panas, sombong, ambisi, pemimpin, maskulin, tenaga, bahaya, menonjol, darah, perang, marah, revolusi, radikal, sosialisme, komunisme, agresi, penghormatan, martir, roh kudus.
- b. Kuning merefleksikan sinar matahari, gembira, bahagia, tanah, optimis, cerdas, idealisme, kaya (emas), musim panas, harapan, udara, liberalisme, pengecut, sakit (karantina), takut, bahaya, tidak jujur, serakah, lemah, feminin, bergaul, persahabatan, zodiak gemini, taurus, leo, april, bulan September, kematian (abad pertengahan), perkabungan (Mesir), berani (Jepang), Tuhan (kuning emas).
- c. Hijau menggambarkan kecerdasan tinggi, alam, musim semi, kesuburan, masa muda, lingkungan hidup, kekayaan, uang (Amerika), nasib baik, giat, murah hati, pergi, rumput, agresi, dingin, cemburu, malu (Cina),

sakit, rakus, narkoba, korupsi (Afrika Utara), abadi, udara, tanah, tulus, zodiak cancer, pembaruan, pertumbuhan, kesehatan, bulan Agustus, keseimbangan, harmoni, stabil, tenang, kreatif, Islam.

d. Putih menunjukkan rendah hati, suci, netral, tidak kreatif, masa muda, bersih, cahaya, penghormatan, kebenaran, salju, damai, *innocence*, simpel, aman, dingin, penyerahan, takut, tanpa imajinasi, udara, kematian (tradisi Timur), kehidupan, perkawinan (tradisi Barat), harapan, lemah lembut, kosong, bulan Januari.

e. Biru merefleksikan laut, manusia, produktif, isi, dalam, langit, damai, kesatuan, harmoni, tenang, percaya, sejuk, kolot, air es, setia, bersih, teknologi, musim dingin, depresi, idealisme, udara, bijaksana, kerajaan, bangsawan, bumi, zodiak virgo, *pisces*, *aquarius*, kuat, tabah, cahaya, ramah, perkabungan (Iran), kebenaran, cinta, keagamaan, mencegah roh jahat, kebodohan, kesialan.

f. Hitam melambangkan klasik, baru, ketakutan, depresi, kemarahan, kematian (tradisi Barat), kecerdasan, pemberontakan, misteri, ketiadaan, modern, kekuatan, hal-hal duniawi, formal, elegan, kaya, gaya, kejahatan, serius, mengikuti kecenderungan sosial, anarki, kesatuan, dukacita, profesional.

g. Ungu bermakna bangsawan, iri, sensual, spiritual, kreativitas, kaya, kerajaan, upacara, misteri, bijaksana, pencerahan, sombong, flamboyan, menonjol, perkabungan, berlebihan, tidak senonoh, biseksual, kebingungan, harga diri, zodiak scorpio, bulan Mei, November, romantis, kehalusan, penebusan dosa.

h. Jingga menggambarkan Hinduisme, Buddhisme, kebahagiaan, energi, keseimbangan, panas, api, antusiasme, flamboyan, kesenangan, agresi, sombong, menonjol, emosi berlebih, peringatan, bahaya, musim gugur, hasrat, zodiak sagitarius, bulan September, kerajaan (Belanda), protestanisme (Irlandia).

i. Abu-abu mencerminkan dapat diandalkan, keamanan, elegan, rendah hati, rasa hormat, stabil, kehalusan, bijaksana, masa lalu, bosan, kebusukan, renta, polusi, urban, emosi yang kuat, seimbang, netral, perkabungan, formal, bulan Maret.

j. Cokelat berarti tenang, berani, kedalaman, makhluk hidup, alam, kesuburan, desa, stabil, tradisi, ketidaktepatan, fasisme, tidak sopan, bosan, cemar, berat, miskin, kasar, tanah, bulan Oktober, zodiak capricorn, scorpio, tabah.

Pink menimbulkan kesan musim semi, rasa syukur/terimakasih, penghargaan, kagum, simpati, feminin, kesehatan, cinta, roman, bulan Juni, perkawinan, sukacita, *innocence*, kekanakan.

BAB IV

DESKRIPSI PEKERJAAN

4.1 Analisa Sistem

Kerja praktik yang dilaksanakan penulis di:

Nama Perusahaan : ConcepTalk PT Panca Gardana

Indonesia Tempat : Bumi Pratama Asri B – 6,

Gunung Anyar

Tambak, Surabaya 60294

Kerja praktik ini dilaksanakan oleh penyusun selama dua bulan, dimulai pada 5 Juli 2017 dan berakhir pada 5 September 2017, dengan alokasi perminggu sebagai berikut:

Senin – Jumat : Pukul 09.00 – 17.00 WIB

Sabtu – Minggu :

Libur (dengan jam istirahat pukul 12.00
– 13.00)

Pada pelaksanaan kerja praktik penulis diberi pekerjaan yang berhubungan dengan program studi Desain Komunikasi Visual dengan perancangan *company profile* sebagai media promosi ConcepTalk PT Panca Gardana Indonesia.

4.2 Pengumpulan Data

Proses pengumpulan data dilakukan dengan metode *brief client*, wawancara dengan *graphic designer*, studi literatur dan mempelajari

identitas

desain yang selama ini dibangun terdahulu agar diperoleh hasil akhir yang sesuai dengan keinginan perusahaan tersebut.

4. 2. 1 Brief Client

Brief Client adalah data-data perusahaan yang akan digunakan untuk suatu *project* yang berupa tulisan atau lisan. *Brief Client* merupakan tuntunan untuk menentukan desain yang berisi langkah-langkah yang harus dikerjakan dalam *project* tersebut. Dalam hal ini, *brief client* yang diperoleh oleh penulis diberikan langsung secara lisan dari *senior graphic designer* ConcepTalk PT Panca Gardana Indonesia.

4. 2. 2 Wawancara

Wawancara salah satunya dilakukan langsung dengan *senior graphic designer* ConcepTalk PT Panca Gardana Indonesia. Wawancara digunakan untuk mendapatkan informasi yang lebih mendalam mengenai identitas visual yang digunakan pada karya karya portofolio pada Perusahaan Concep Talk tersebut. Wawancara dilakukan untuk memperoleh data berkaitan dengan desain seperti tipografi, elemen visual, warna, *copywriting* dan lain sebagainya.

4. 3 Penentuan Konsep

Penentuan konsep dilakukan setelah pengambilan kesimpulan dari hasil pengumpulan data. Konsep merupakan dasar utama dalam membuat perancangan desain sebagai acuan sebuah desain. (sir.stikom.edu).

Perancangan Karya

Setelah mengetahui konsep sebagai acuan perancangan karya, maka

pada tahap berikutnya akan mulai dilakukanlah tahap perancangan karya. Dimulai dari pencarian referensi desain *marketing communication media* yang ingin digunakan sesuai dengan konsep.

Digital Imagine

Digital Imagine menunjukkan karakteristik desain yang selama ini telah dibangun oleh perusahaan Concep Talk yakni menggunakan warna-warna yang soft, warna yang cocok sesuai dengan gambar yang di butuhkan, dan interaktif.

Jenis Digital Imagine yang dipilih dalam perancangan ini adalah dipilih dalam bentuk layout, untuk mempertahankan konsistenitas desain yang selama ini dibangun oleh perusahaan Concep Talk. *Digital Imagine* adalah gaya desain yang memiliki konsep sederhana dengan menyusun gambar gambar mentah yang belum sesuai, di padu padankan dengan gambar gambar benda yang ingin di tambahkan di dalamnya, dan di atur se *real* mungkin, agar konsumen tidak tahu bahwa itu adalah hasil *digital imagine*. menggunakan efek-efek pada sebuah desain seperti bavel, tekstur, bayangan, dan lebih berfokus pada penentuan letak dan bayangan agar terlihat lebih nyata

Sedangkan teknik digital imagine yang digunakan adalah teknik digital photoshop. Setelah proses pengambilan bahan bahan foto potofolio yang ingin di digital imagine kan, maka foto foto terserbut akan di susun sesuai yang di harapkan oleh pihak Perusahaan Concep Talk.

Layout

Tujuan layout adalah menampilkan elemen gambar dan teks agar

menjadi komunikatif dalam sebuah cara yang dapat memudahkan pembaca menerima informasi yang disajikan. Pemilihan layout yang baik akan berdampak bagi tingkat keterbacaan (*readability*). Layout dalam portofolio Perusahaan Concep Talk ini secara keseluruhan mempertimbangkan prioritas dan intensitas informasi yang akan disampaikan kepada klien.

Dalam marketing communication Perusahaan Concep Talk akan menggunakan layout dan digital imagine. layout pada potofolio ini adalah berupa menata letak letak gambar, sesuai dengan tempat yang sesuai. Kemudian dengan bantuan digital imagine, tata letak yang tampak kurang masuk akal akan di edit dengan detail, agar tampak lebih nyata.

Warna

Berdasarkan konsep *soft* atau *clasic* yang diangkat dalam perancangan ini. *Colour Palette* yang digunakan adalah warna-warna yang terkesan dewasa, soft, dan netral.



Gambar 4.1 Soft Colour Pallete

4. 4 Implementasi Karya

Dalam pelaksanaan kerja praktik selama dua bulan yang telah terselesaikan, telah dihasilkan beberapa karya salah satunya adalah buku layout

portofolio untuk Perusahaan Concep Talk. Dalam pembuatan buku layout tersebut diadakan analisa produk, keunggulan, karakter, dan profil perusahaan yang nantinya di masukkan dalam portofolio Perusahaan Concep Talk untuk membangun konsep dari Marketing Communication itu sendiri.

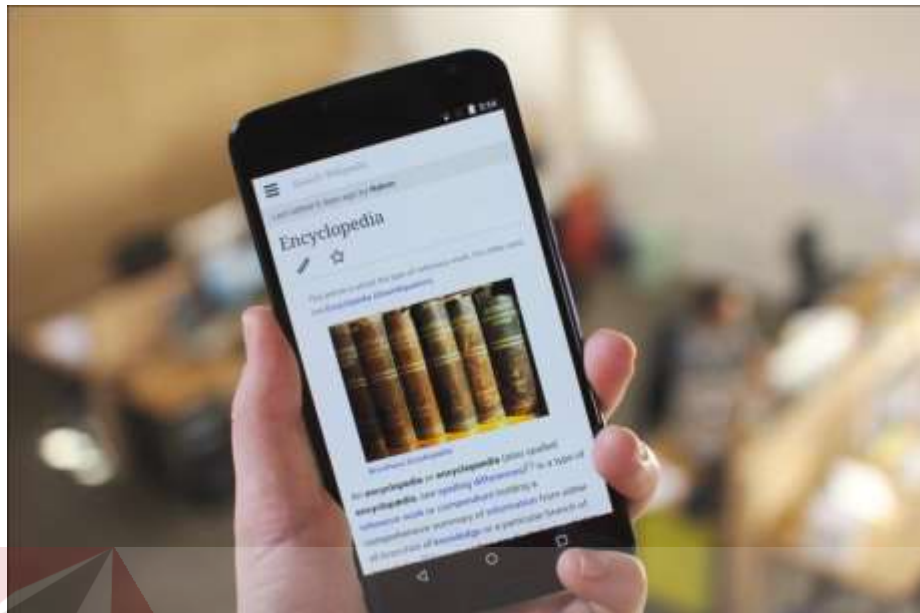
Layout Portofolio dibuat untuk berdasarkan brief yang telah diberikan oleh pihak Perusahaan Concep Talk. Brief tersebut memuat beberapa gambar gambar yang masih mentah dan belum di olah kembali. Dalam brief tersebut juga terdapat penjabaran tentang layout seperti apa yang di inginkan oleh perusahaan Concep Talk terhadap setiap portofolio yang harus di desain.

Perusahaan Chicking.



Gambar 4.2 Gambar Logo yang akan di pasang pada layout portofolio.

Sumber : Perusahaan Concep Talk



Gambar 4.3 Foto asli tangan memegang smartphone.
Sumber : Hasil Olahan Penulis





Gambar 4.4 Foto asli wanita sedang menggigit ayam.
Sumber : Hasil Olahan Penulis



Gambar 4.5 Foto screenshot akun instagram chicking sebagai portofolio
Perusahaan Concep Talk.
Sumber : Hasil Olahan Penulis



Gambar 4.6 Hasil Jadi Media Promosi Chicking.

Sumber : Hasil Olahan Penulis

Ini adalah hasil jadi dari beberapa gambar mentah sebelumnya. Gambar gambar tersebut di olah. Seperti di potong sesuai letak maupun sesuai ukuran. Peletakan gambar gambar tersebut juga harus sesuai, agar tidak mengganggu gambar yang lainnya. Porsi gambar juga harus sesuai, mana gambar yang harus sangat di tonjolkan, mana gambar yang bersifat pendukung saja. Warna pada gambar tersebut jelas sangat terlihat berbeda di setiap elemennya, sehingga warna dari beberapa gambar tersebut harus di sesuaikan agar dapat menyatu dan selaras. Digital Imagine dalam gambar tersebut juga harus benar benar detail, agar hasil akhir dari susunan layout gambar gambar tersebut terlihat nyata. Contohnya pada bagian bayangan, atau tata kontras warna. Potongan potongan saat memotong elemen elemennya pun harus detail, agar tidak ada missed pada gambar hasil akhir dari gambar tersebut

Castelle De Beaute.



Gambar 4.7 Gambar Poster yang akan di pasang pada layout portofolio.
Sumber : Perusahaan Concep Talk



Gambar 4.8 Foto asli sebuah ruang tunggu atau tempat bersantai.Sumber : Hasil Olahan Penulis



Gambar 4.9 Foto asli meja yang digunakan untuk mengganti atas meja yang akan di digital imagine.

Sumber : Hasil Olahan Penulis



Gambar 4.10 Foto asli phigora dinding.

Sumber : Hasil Olahan Penulis.



Gambar 4.11 Foto asli pigora duduk yang di letakkan di atas meja yang telah di digital imagine.

Sumber : Hasil Olahan Penulis.



Gambar 4.12 Hasil Jadi Media Promosi Castelle De Beaute.

Sumber : Hasil Olahan Penulis

Ini adalah hasil jadi dari beberapa potongan gambar yang di padukan dan di selaraskan, agar tampak lebih bagus dan tampak lebih masuk akal, serta lebih enak dilihat. Seperti pada gambar poster "Castelle De Beaute" , pada

awalnya poster tersebut hanyalah sebuah potongan gambar poster biasa. Namun poster tersebut di digital imagine kan, dimasukkan kedalam bagian dari phigora dinding agar tampak lebih indah dilihat. Kemudian ketika poster tersebut sudah menyatu dengan phigora dinding tersebut, phigora tersebut di letakkan pada dinding. Ditata sedemikian rupa agar tampak masuk akal dan terlihat nyata. Dengan diberi sedikit bayangan dan kilauan agar terlihat nyata. Kemudian pada bagian meja pada ruang tunggu, di digital imagine kan dengan di tambahkan potongan permukaan meja, agar meja yang gambar awalnya berantakan dengan banyak sekali barang, tampak polos dan bersih dari berbagai pernik pernik. Ketika meja tersebut sudah tampak bersih dan polos. Baru lah di digital imagine kan kembali dengan diletakkannya phigora duduk dengan tulisan reward tentang "Castelle De Beaute" sebagai promosi memberikan diskon. Dan untuk yang terakhir, sofa pada bagian ruang tunggu. Sofa pada ruang tunggu yang awalnya berwarna hijau kekuningan, di digital imagine kan menjadi warna pink sesuai dengan warna awal dari poster. Sehingga warna poster dan sofa menjadi selaras dan cocok. Jadi hasil dari digital imagine ini lebih menarik untuk dilihat.

Bronto Seno {de' BRONTO'S).



Gambar 4.13 Hasil Jadi Media Promosi Kopi Bronto Seno (de' BRONTOS'S).
Sumber : Hasil Olahan Penulis

Ini adalah hasil jadi dari beberapa potongan gambar yang telah di sediakan oleh pihak pemilik produk "Bronto Seno". File asli dari gambar ini sebenarnya hanyalah potongan potongan cup dari kopi Bronto Seno itu sendiri. Namun agar promosi dari Bronto Seno ini lebih menarik, maka tatanan media promosinya dibikin sedemikian rupa agar tampak lebih enak dilihat dan masuk akal peletakannya. Seperti pada dua cup bronto seno. Dua cup tersebut di digital imagine kan kedalam phigora duduk agar lebih tertata rapih dan tidak terlalu berserakan saat dilihat. Kemudian ada salah satu cup dari bronto seno yang di letakkan di belakang phigora, guna sebagai penyangga agr phigora tersebut tidak jatuh, atau terkesan mengambang tanpa adanya media untuk di dudukkan. Itu salah satu cara agar media promosi bonto seno ini tampak lebih masuk akal dilihat. Kemudian 4 cup dari brontoseno tersebut di susun agar terlihat rapih dan tidak berantakan. Serta di beri sentuhan bayangan yang bergradasi agar lebih tampak nyata. Jadi lah hasil dari Kopi Bronto Seno in

BAB V

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil perancangan buku layout portofolio untuk perusahaan ConcepTalk dan selama penulis melaksanakan kerja praktik, maka pada bab ini akan ditarik kesimpulan, yaitu:

1. Dalam perancangan potofolio tentang perusahaan Chicking, digital imagine sangatlah diperlukan. Agar susunan antara gambar yang ingin di tonjolkan dan gambar pendukung memiliki porsi yang sesuai. Contoh pada gambar wanita yang sedang menggigit ayam. Sebenarnya gambar tersebut hanyalah objek pendukung, sehingga gambar tersebut sedikit di blur agar tampak tidak terlalu menonjol. Sedangkan untuk gambar promosi dan gambar handphone lebih di tonjolkan. Meskipun sekilas tampak kecil, namun di olah sedemikian rupa agar tampak lebih menonjol dan menarik perhatian public.
2. Selama penulis melaksanakan kerja praktik di Perusahaan ConcepTalk, penulis dapat bekerjasama dengan baik dengan perusahaan. Baik untuk berkerja dalam team atau individu.
3. Di dalam perancangan buku layout portofolio untuk perusahaan ConcepTalk, desain yang penulis buat tidak semuanya dipakai oleh perusahaan. Desain yang dipakai oleh perusahaan dan diaplikasikan hanya

desain untuk perusahaan Chicking, Castelle de Beaute, dan kopo Bronto Seno.

4. Kelebihan selama kerja praktik di perusahaan CocepTalk ini adalah dapat melatih kerjasama tim dengan karyawan perusahaan ConcepTalk, dapat melatih komunikasi agar tidak terjadi miss communication, dapat merasakan suasana bekerja di dalam kantor yang penuh dengan tekanan atau penuh dengan deadline yang singkat.
5. Kekurangan selama kerja praktik di perusahaan ConcepTalk adalah penulis tidak bisa sewaktu-waktu datang konsultasi desain karena dari staff desain di bagian promosi juga sedang sibuk mengerjakan proyek proyek desain yang lain.

Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan dari pembahasan, diajukan saran kepada pihak berkepentingan, yaitu:

- a. Mahasiswa

Dalam pelaksanaan kerja praktik 2 bulan ini, hendaknya untuk minggu minggu awal mahasiswa lebih diberi ilmu yang sebelumnya mahasiswa tersebut kurang memahami. Agar disaat diberi tugas yang sedikit berbeda dengan bidang, mahasiswa dapat mengerti sedikit sedikit harus mengerjakan bagian mana dulu yang dipahami.

- b. Perusahaan

Untuk job dalam magang, hendaknya setiap mahasiswa yang magang di perusahaan tersebut di beri pekerjaan yang berbeda dari awal. Agar setiap mahasiswa dapat dengan mudah menentukan judul apa yang akan di angkat untuk laporan mahasiswa

tersebut. Bukan justru di berikan pekerjaan yang setelah stengah dalam banyak aspek, sehingga itu menyulitkan mahasiswa untuk menentukan judul laporan agar setiap mahasiswa memiliki judul yang berbeda.



Daftar pustaka

Sumber Buku :

Rabas, Rizal. 2015. *Desain Grafis*. Tangerang: Amik Wahana Mandiri.

Rustan, Suriyanto. 2008. *Mendesain Layout*. Tasikmalaya: PT. Gramedia Pustaka Utama

Sofyan, Ivan. 2012. *Mendesain Layout Arsitektur dan Interior* .Jakarta: Ivan Publisher

Sumber Diambil dari Internet :

[http://hopscotchthe-globe.com/wp-content/uploads/2015/11/Eating-food-with-your-](http://hopscotchthe-globe.com/wp-content/uploads/2015/11/Eating-food-with-your-hands.png)

[hands.png](http://hopscotchthe-globe.com/wp-content/uploads/2015/11/Eating-food-with-your-hands.png) Diakses pada tanggal 22 Agustus 2017.

<https://i.pinimg.com/736x/a3/b4/63/a3b463aec81756ca3560eba97dbf820c.jpg>

Diakses

pada tanggal 22 Agustus 2017.

<https://i.pinimg.com/736x/a3/b4/63/a3b463aec81756ca3560eba97dbf820c.jpg>

Diakses

pada tanggal 29 Agustus 2017.

<http://images.mobile-patterns.com/1386265820748-2013-12-03%2021.40.13.png>

Diakses

pada tanggal 29 Agustus 2017.

<http://ww2.forte.com.pl/uploads/nagrody/p19rhprk1hc93t5urs9qt14r4k.png>

Diakses pada

tanggal 30 Juli 2017.

http://www.lovethepic.com/uploaded_images/208310-Origami-Coffee-Table.jpg

Diakses

pada tanggal 30 Juli 2017.

<https://i.pinimg.com/736x/c0/8c/64/c08c64edf91e55bce3131208f140259e--quote-posters->

quote-art.jpg Diakses pada tanggal 30 Juli 2017.

<http://www.brusselnepal.com/imgs/dazzling-42-round-coffee-table-mid-century-round->

[dining-table-images-danish-modern-furniture-large-travertine-20171220091225-](#)

[808x710.jpg](#) Diakses pada tanggal 31 Juli 2017.



LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat balasan Instansi



Surabaya, 5 Juli 2017

Nomor Perihal : 13/ADM/SKPM/VI/2017
Konfirmasi Kerja Praktik

Kepada Yth :
Dr. Susak
Dekan Fakultas Teknologi dan Informatika
Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya

Dengan Hormat,
Berdasarkan Surat Nomor 1367/KP/ST-01/VI/2017 Tanggal 30 Juni 2017 Perihal Permohonan, Tim Kerja Praktik kepada mahasiswa:

Nama : Stella Alina
NIM : 14.42010.0024
Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Bersama ini kami sampaikan, bahwa mahasiswa tersebut di atas dapat kami terima untuk melaksanakan kerja praktik di perusahaan kami terhitung mulai 5 Juli s.d 5 September 2017.

Atas Perhatian dan kerjasamanya, kami ucapkan terima kasih.

Pimpinan Conceptalk
(PT. Panca Garuda Indonesia)



Madei Suwiryantara
Managing Director



Creative Hub :
Bumi Prakasa Aar: D6
Gunung Anyar Tambak
60294 Surabaya

Telp / Fax :
031.61512168

email :
info@conceptalk.com

Lampiran 2 Masa Akhir Kerja Praktik

Form. KP-4

Nama Instansi : PT Panca Garuda Indonesia
 Alamat Instansi : Bumi Pratama Auri Dlt - Caturtunggal Luthak
 Kota : Surabaya
 Nama Bagian : Managing Director
 Tanggal : 5 9 2017 s.d. 5 9 2017
 Waktu : 1 bulan
 Penyalin : Rian Rizmail Tyono

FORMULIR AKHIR MASA KERJA PRAKTIK

Kepada :
 Yth. Ketua STIKOM
 Di tempat

Dengan Hormat,

Dengan ini kami memberitahukan bahwa mahasiswa Saudara :

NIM	NAMA	PROGRAM STUDI
14420100024	Stella Albia	SI Desain Komunikasi Visual

Telah melaksanakan Kerja Praktik pada perusahaan kami.
 Atas perhatian Saudara, kami ucapkan terima kasih.

Surabaya, 13 DESEMBER 2017
 Pimpinan Perusahaan / Instansi
Made Rullyatama
 PT PANCA GARUDA INDONESIA

Lampiran 3 Acuan Kerja

Lampiran 3 Acuan Kerja

Nama Instansi/Perusahaan : PT. PANCA GARDANA / CONCEPTALK
(Bag/Divisi)

Nama Penyelia : Rian Rizmail Tyarno

Jabatan Penyelia : Senior Graphic Designer

Alamat Instansi/Perusahaan : Bumi Pratama Asri B6 – Gunung Anyar Tambak

Telepon/Hp. : (085) - 733273143

Fax : (031) - 51512168

E-mail : RianConceptalk@gmail.com

Nama Mahasiswa : Stella Alisia

NIM Mahasiswa : 14420100024

Telepon/Hp. : (031) - 7505981 / 081230838257

Fax : -

E-mail : Stellalisiastell@gmail.com

Nama Dosen Pembimbing : Florens Debora Patricia, M.Pd

Telepon/Hp. : (085) - 733408189

Fax : -

E-mail : -

Judul/Topik/Tema : PERANCANGAN BUKU LAYOUT POTOFOLIO UNTUK PERUSAHAAN CONCEPTALK

Uraian Singkat : Membuat buku layout portofolio untuk perusahaan ConcepTalk adalah suatu pekerjaan yang menyenangkan. Sata merasa dapat lebih mencoba banyak hal yang sebelumnya belum saya mengerti dan dapat semakin mengasah kemampuan saya dalam berbagai bidang.

Perkiraan Jangka Waktu : 4 Juli 2017 s.d. 5 September 2017
(dd-mm-yyyy)

Hal 1 dari 2

Lampiran 4 Garis Besar Rencana Kerja Mingguan

Lampiran 4 Garis Besar Rencana Kerja Mingguan

No.	Waktu (Hari & Jam)	Uraian Rencana Kerja
1	Minggu I Tanggal : 5 Juli s.d 11 Juli 2017 Hari Kerja : Rabu s.d Selasa Jam Kerja : 09.00 s.d 17.00 WIB	Pembuatan Kalender untuk 2018
2	Minggu II Tanggal : 12 Juli s.d 18 Juli 2017 Hari Kerja : Rabu s.d Selasa Jam Kerja : 09.00 s.d 17.00 WIB	Melanjutkan pembuatan Kalender hingga genap dari Januari sampai Desember
3	Minggu III Tanggal : 19 s.d 25 Juli 2015 Hari Kerja : Rabu s.d Selasa Jam Kerja : 09.00 s.d 17.00 WIB	Melanjutkan pembuatan kalender tetapi sudah hampir selesai
4	Minggu IV Tanggal : 26 Juli s.d 1 Agustus 2017 Hari Kerja : Rabu s.d Selasa Jam Kerja : 09.00 s.d 17.00 WIB	Membahas tentang Job untuk 17 Agustus 2017

Yang bertandatangan di bawah ini menyatakan telah membaca dan memahami isi dari Acuan Kerja.

Peserta Kerja Praktik,

Stella Alisia
NIM. 14420100024

Dosen Pembimbing,

Florens Debora Patricia, M.Pd
NIK. 17082

Surabaya, 7 November 2017
Penyelia (Pihak Instansi/Perusahaan)

Risa Rizka Lyarno
Senior Graphic Designer

PT PANCA BARDAS
INDUSTRI

Lampiran 5 Log Harian 1

Form KP-6

LOG HARIAN DAN CATATAN PERUBAHAN ACUAN KERJA

Halaman :
 Nama/NIM : Stella Alisia
 Instansi/Bagian/Divisi : Conceptalk (PT Panca Garuda Indonesia)
 Judul : Perancangan Layout Portofolio Conceptalk

No.	Hari/Tanggal	Jam Kerja (Datang & Pulang)	Uraian / Catatan / Perubahan	Paraf
1	Rabu, 5 Juli 2017	09.12 - 19.11	" Pembuatan Kalender "	[Signature]
2	Kamis, 6 Juli 2017	09.11 - 19.49	" Pembagian team untuk kalender "	[Signature]
3	Jumat, 7 Juli 2017	09.22 - 17.49	" Pembagian Job desk kalender "	[Signature]
4	Sabtu, 10 Juli 2017	09.48 - 17.52	" Pembuatan gambar cover kalender "	[Signature]
5	Selasa, 11 Juli 2017	09.46 - 17.11	" Pembuatan kalender Januari "	[Signature]
6	Rabu, 12 Juli 2017	09.41 - 19.11	" Pembuatan kalender Februari "	[Signature]
7	Kamis, 13 Juli 2017	09.48 - 19.41	" Pembuatan kalender Maret "	[Signature]
8	Jumat, 14 Juli 2017	09.24 - 19.00	" Pembuatan kalender April "	[Signature]
9	Sabtu, 15 Juli 2017	09.36 - 17.12	" Pembuatan kalender Mei "	[Signature]
10	Selasa, 18 Juli 2017	09.53 - 17.13	" Pembuatan kalender Juni "	[Signature]
11	Rabu, 19 Juli 2017	09.46 - 17.47	" Pembuatan kalender Juli "	[Signature]
12	Kamis, 20 Juli 2017	09.00 - 17.34	" Pembuatan kalender Agustus "	[Signature]
13	Jumat, 21 Juli 2017	09.11 - 17.58	" Pembuatan kalender September "	[Signature]
14	Sabtu, 22 Juli 2017	09.14 - 17.49	" Pembuatan kalender Oktober "	[Signature]
15	Selasa, 25 Juli 2017	09.02 - 17.26	" Pembuatan kalender November "	[Signature]
Jumlah Jam				

* Paraf dilakukan oleh penyelia atau orang yg mewakili instansi/perusahaan.

Peserta Kerja Praktek, **Stella Alisia**
 NIM. 1442010.0024

Penyelia, **Rian Riemail Tyarno**
 SENIOR GRAPHIC DESIGNER

Dosen Pembimbing, **Florens Debora Patricia, M.Pd**
 NIK.170862

PT PANCA GARUDA INDONESIA

Lampiran 6 Log Harian 2

Form KP-6

LOG HARIAN DAN CATATAN PERUBAHAN ACUAN KERJA

Halaman :

Nama/NIM : Stella Alisia

Instansi/Bagian/Divisi : Conceptalk (PT Panca Gardana Indonesia)

Judul : Perancangan Layout Portofolio Conceptalk

No.	Hari/Tanggal	Jam Kerja (Datang & Pulang)	Uraian / Catatan / Perubahan	Pamf ^{*)}
1	Senin, 4 September 2017	09.00 - 17.00	" Test desain untuk layout BENTOL "	☑
2	Selasa, 5 September 2017	09.00 - 17.00	" Kerja ke BENTOL selanjut "	☑
3				
4				
5				
6				
7				
8				
9				
10				
11				
12				
13				
14				
15				
Jumlah Jam				

*) Pamf dilakukan oleh peserta atau orang yg mewakili instansi/perusahaan.

Peserta Kerja Praktek, Penyelia Dosen Pembimbing,

STIKOM SURABAYA

Stella Alisia Rian Ramadh Tyarno Florens Debora Patricia, M.Pd
 NIM. 1442010.0024 SENIOR GRAPHIC DESIGNER NIK. 170862

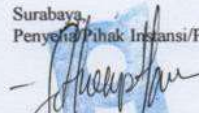
Lampiran 7 Form Kehadiran Kerja Praktik

Form KP-7

KEHADIRAN KERJA PRAKTIK

Nama Instansi : Conceptalk (PT PANCA GARDANA INDONESIA)
 Alamat Instansi : Bumi Pratama Asri B6, Gunung Anyar, Kota SBY, Jawa Timur
 Contact Person/Telepon : (031) 51512168
 Topik/Judul KP : Perancangan Layout Portofolio Conceptalk
 Nama Mahasiswa : Stella Alisia
 NIM : 14420100024

TANGGAL	HARI	JAM KERJA (Datang & Pulang)	TANDA TANGAN		KETERANGAN
			MAHASISWA	PIHAK PERUSUL	
5 Juli 2017	Rabu	09.12 - 18.11	A	[Signature]	
6 Juli 2017	Kamis	09.11 - 17.49	A	[Signature]	
7 Juli 2017	Jumat	09.22 - 17.44	A	[Signature]	
10 Juli 2017	Senin	09.48 - 19.52	A	[Signature]	
11 Juli 2017	Selasa	09.46 - 17.11	A	[Signature]	
12 Juli 2017	Rabu	09.41 - 19.11	A	[Signature]	
13 Juli 2017	Kamis	09.48 - 17.49	A	[Signature]	
14 Juli 2017	Jumat	09.24 - 17.00	A	[Signature]	
17 Juli 2017	Senin	09.36 - 17.12	A	[Signature]	
18 Juli 2017	Selasa	09.53 - 17.17	A	[Signature]	
19 Juli 2017	Rabu	09.46 - 17.47	A	[Signature]	
20 Juli 2017	Kamis	09.00 - 17.36	A	[Signature]	
21 Juli 2017	Jumat	09.11 - 17.58	A	[Signature]	
24 Juli 2017	Senin	09.14 - 17.40	A	[Signature]	
25 Juli 2017	Selasa	09.52 - 17.26	A	[Signature]	
26 Juli 2017	Rabu	09.24 - 18.00	A	[Signature]	
27 Juli 2017	Kamis	09.31 - 17.58	A	[Signature]	
28 Juli 2017	Jumat	09.35 - 17.00	A	[Signature]	
31 Juli 2017	Senin	09.28 - 17.18	A	[Signature]	
1 Agustus 2017	Selasa	09.44 - 19.00	A	[Signature]	
2 Agustus 2017	Rabu	09.41 - 17.45	A	[Signature]	
3 Agustus 2017	Kamis	09.22 - 17.16	A	[Signature]	

Surabaya, 2017
 Penyelia Pihak Instansi/Perusahaan

Rian Rizmail Tyarno
 Senior Graphic Designer


PT PANCA GARDANA INDONESIA

Lampiran 8 Form Kehadiran Kerja Praktik

Form KP-7

KEHADIRAN KERJA PRAKTIK

Nama Instansi : Conceptalk (PT PANCA GARDANA INDONESIA)
 Alamat Instansi : Bumi Pratama Asri B6, Gunung Anyar, Kota SBY, Jawa Timur
 Contact Person/Telepon : (031) 51512168
 Topik/Judul KP : Perancangan Layout Portofolio Conceptalk
 Nama Mahasiswa : Stella Alisia
 NIM : 14420100024

TANGGAL	HARI	JAM KERJA (Datang & Pulang)	TANDA TANGAN		KETERANGAN
			MAHASISWA	KHIAR PERUSAHA	
4 September 2017	Juma	09.00 - 17.00			
5 September 2017	Sabtu	09.00 - 17.00			

INSTITUT BISNIS
DAN INFORMATIKA
stikom
SURABAYA

Surabaya, 2017
Penyelia Pihak Instansi/Perusahaan

Rini Rismail Tyarno
Senior Graphic Designer

Lampiran 9 Kartu Bimbingan

**SEMESTER
KP 171**

stikom SURABAYA **KARTU BIMBINGANKERJA PRAKTIK**


Nama Instansi	Perusahaan CONCEPTALK PT Panca Gardner Indonesia
Alamat Instansi	Bumi Pratama Astri B-6, Gunung Anyor Tambak Surabaya 60299
Contact Person	(031) 51512168, Faks (031) 51512168
Judul Kerja Praktek	PERANGANGAN BUKU LAYOUT PORTOFOLIO UNTUK PERUSAHAAN CONCEPTALK
Nama Mahasiswa	Stella Alisia
NIM	1420100024

JADWAL BIMBINGAN

Tanggal	Jam (mulai - selesai)	Materi Bimbingan	Tanda Tangan Mhs	Paraf Dosen
4 Nov 2017	10.10 - 11.12	Bab 1	AA	De
8 Nov 2017	13.11 - 13.58	Revisi Bab 1	AA	De
12 Nov 2017	11.00 - 11.45	Bab 2	AA	De
17 Nov 2017	09.00 - 10.16	Bab 3	AA	De
20 Nov 2017	14.10 - 15.00	Bab 4	AA	De
24 Nov 2017	08.30 - 09.10	Revisi Bab 4	AA	De
27 Nov 2017	11.15 - 12.13	Bab 5	AA	De
28 Nov 2017	08.30 - 09.30	Revisi Bab 5	AA	De
28 Nov 2017	14.11 - 15.00	Bab 5 fix	AA	De

Surabaya, 28 November 2017

Menyetujui,
Hasil Laporan KP


Florens Debora Patricia, M.Pd.
Dosen Pembimbing

Lampiran 10 Biodata Penulis**BIODATA PENULIS**

Nama : Stella Alisia
 Tempat, Tanggal Lahir : Sidoarjo, 30 September 1996
 Jenis Kelamin : Perempuan
 Agama : Islam
 Kewarganegaraan : Indonesia
 No. Telp/HP : 081230838257

**Nama Orang Tua**

Bapak : Kuntoyono
 Ibu : Lailatunisfyah
 Alamat C58 : Gresik, Jl. Granit Nila 3 blok 12D nomor
 Agama : Islam
 Email : 14420100024@stikom.edu

Riwayat Pendidikan

SDN Geluran 2	2003– 2006
SDN Petiken 2	2006 - 2008
MtsN 2 Surabaya	2008 - 2011
SMAN 1 Driyorejo	2011 – 2014
Institut Bisnis Dan Informatika STIKOM Surabaya	2014 – Sekarang
Prodi S1 Desain Komunikasi Visual	