



**PERANCANGAN MEDIA PROMOSI DINAS KOMUNIKASI DAN
INFORMATIKA DALAM RANGKA MENYAMBUT ASIAN GAMES 2018**



Oleh:

Niken Dyah Kusuma Astuti

15420100031

**FAKULTAS TEKNOLOGI DAN INFORMATIKA INSTITUT
BISNIS DAN INFORMATIKA STIKOM SURABAYA
2018**

**PERANCANGAN MEDIA PROMOSI DINAS KOMUNIKASI DAN
INFORMATIKA DALAM RANGKA MENYAMBUT ASIAN GAMES 2018**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk

menyelesaikan Mata Kuliah Kerja Praktik



FAKULTAS TEKNOLOGI DAN INFORMATIKA

INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA STIKOM SURABAYA

2018

LEMBAR MOTTO



“Kesuksesan tak pernah dimiliki. Ia disewakan dan itu dibayar tiap hari.”

LEMBAR PERSEMPAHAN



“Kupersembahkan teruntuk Orang tua tercinta, serta pihak
yang telah membantu menyelesaikan laporan
ini”.

LEMBAR PENGESAHAN
PERANCANGAN MEDIA PROMOSI DINAS KOMUNIKASI DAN
INFORMATIKA DALAM RANGKA MENYAMBUT ASIAN GAMES 2018

Laporan Kerja Praktik Oleh

Niken Dyah Kusuma Astuti

NIM : 15420100031

Telah diperiksa, diuji dan disetujui

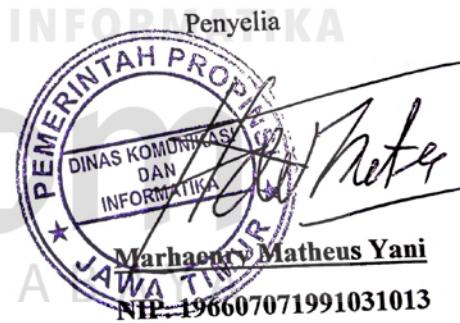


Dhika Yuan Yurisma, M.Ds., ACA
NIDN. 0720028701

Surabaya, 20 Desember 2018

Disetujui :

**INSTITUT BISNIS
DAN INFORMATIKA**



Mengetahui

Ketua Program Studi

S1 Desain Komunikasi Visual



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 : Niken Dyah Kusuma Astuti
NIM : 15420100031
Program Studi : S1 Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Fakultas Teknologi dan Informatika
Jenis Karya : Laporan Kerja Praktik
Judul Karya : **PERANCANGAN MEDIA PROMOSI DINAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA DALAM RANGKA MENYAMBUT ASIAN GAMES 2018**

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 Royalty 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 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, 20 Desember 2018

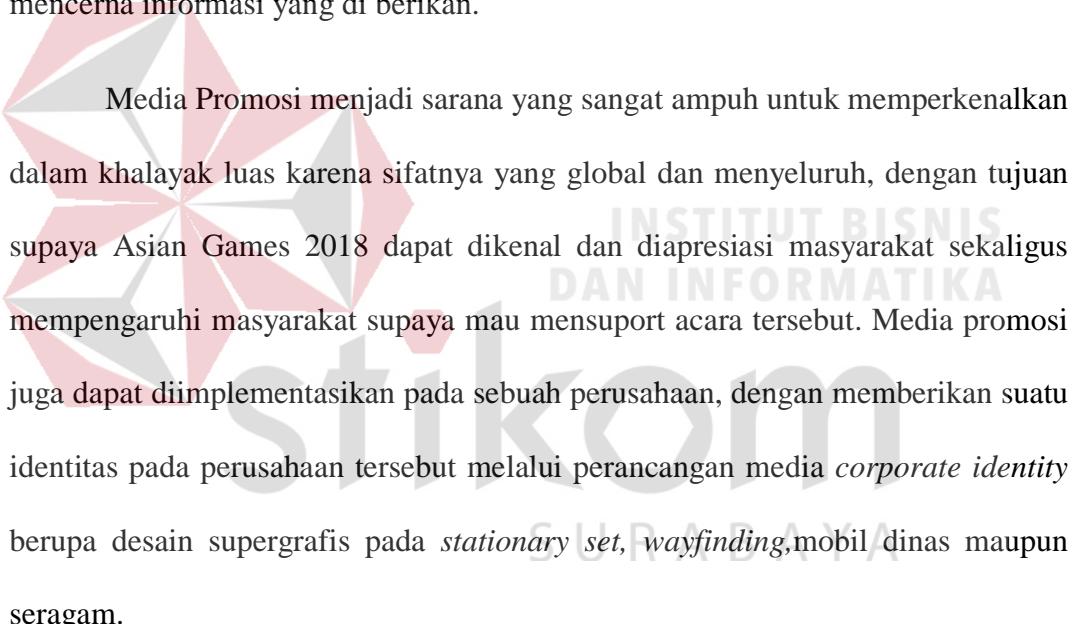
Yang menyatakan



Niken Dyah Kusuma Astuti
NIM : 15420100031

ABSTRAK

Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Jawa Timur mengapresiasi dengan adanya Asian Games 2018 yang diadakan di Jakarta dan Palembang dibantunya membuat media promosi agar masyarakat sekitar juga ikut adil dalam apresiasi Asian Games 2018. Unsur desain yang akan di terapkan pada media promosi adalah desain yang minimalis, sehingga konsumen/pembaca mudah untuk mencerna informasi yang di berikan.



Media Promosi menjadi sarana yang sangat ampuh untuk memperkenalkan dalam khalayak luas karena sifatnya yang global dan menyeluruh, dengan tujuan supaya Asian Games 2018 dapat dikenal dan diapresiasi masyarakat sekaligus mempengaruhi masyarakat supaya mau mensuport acara tersebut. Media promosi juga dapat diimplementasikan pada sebuah perusahaan, dengan memberikan suatu identitas pada perusahaan tersebut melalui perancangan media *corporate identity* berupa desain supergrafis pada *stationary set, wayfinding, mobil dinas maupun seragam*.

Kata kunci : *Media Promosi, Corporate Identity, stationary set, Design*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat dan rahmatNya penulis dapat menyelesaikan Laporan Kerja Praktik yang berjudul “Perancangan Media Promosi Dinas Komunikasi Dan Informatika Dalam Rangka Menyambut Asian Games 2018” ini dapat diselesaikan dengan baik.

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 terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu penyelesaian Laporan Kerja Praktik ini, terutama kepada yang terhormat:

1. Yang terhormat **Prof. Dr. Budi Jatmiko, M.Pd** selaku Rektor Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya
2. Yang terhormat **Siswo Martono, S.Kom., M.M** selaku Ketua Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual yang telah membimbing dan memberikan saran dalam mengerjakan laporan kerja praktik ini.
3. Yang terhormat **Dhika Yuan Yurisma, M.Ds., ACA** selaku dosen pembimbing yang telah membimbing dan mengarahkan serta memberi dukungan dalam pembuatan laporan kerja praktik ini.
4. Yang terhormat bapak **Marhaenry Matheus Yani** selaku

pembimbing di Dinas Komunikasi Dan Informatika yang telah membimbing dan dukungan dalam kerja praktik.

5. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu dalam kesempatan ini, yang telah memberikan bantuan moral dan materiil dalam proses penyelesaian laporan ini.

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



DAFTAR ISI

Halaman

KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah	3
1.3. Batasan Masalah	3
1.4. Tujuan	4
1.5. Manfaat	4
1.6. Pelaksanaan	4
1.7. Sistematika Penulisan	5
BAB II PROFIL PERUSAHAAN	7
2.1. Profil Perusahaan	7
2.2. Sejarah DINAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA	8
2.3. Tugas Dan Fungsi Dinas Komunikasi Dan Informatika	11
2.4. Visi Dan Misi Dinas Komunikasi Dan Informatika	12
2.4.1. Tujuan Dinas Komunikasi Dan Informatika	12
2.5. Struktur Organisasi	13
2.5.1. Beberapa Gambar Lokasi Kantor Dan Ruangan Kantor Dinas Komunikasi Dan Informatika	14
BAB III TINJAUAN PUSTAKA	16
3.1. Pengertian Desain	16
3.1.1. Proses Desain	17
3.1.2. Prinsip Desain	18
3.2. Media Promosi	20
3.2.1. Brosur	20
3.2.2. Flyer	21
3.2.3. Umbul-Umbul	21

3.2.4.	X-Banner	22
3.2.5.	Baliho	22
3.2.6.	Spanduk	22
3.3.	Media	23
3.3.1.	Jenis Media	23
3.4.	Promosi	24
3.5.	Warna	25
3.5.1	Warna primer additive (<i>additive color model</i>)	25
3.5.2	Warna primer subtraktif (<i>subtractive color model</i>)	26
3.6.	Tipografi	26
3.7.	Layout	28
3.7.1.	Grid System	28
3.7.2.	The Golden Section.....	29
BAB IV DESKRIPSI PEKERJAAN	30
4.1	Desain Media Promosi Asian Games 2018	30
4.2	Brief	30
4.3	Konsep	32
4.4	Perancangan Karya	32
4.5	Sketsa Kasar	33
4.6	Implementasi Karya	40
4.6.1	Desain Sketsa Terpilih	40
4.6.2	Implementasi Desain	47
BAB V PENUTUP	59
5.1	Kesimpulan	59
5.2	Saran	60
DAFTAR PUSTAKA	61
LAMPIRAN	Error! Bookmark not defined.
BIODATA	69

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 2.1 Struktur Organisasi Dinas Komunikasi Dan Informatika Provinsi Jawa Timur	13
Gambar 2.2 Ruang Rapat Dinas Komunikasi Dan Informatika	14
Gambar 2.3 Suasana Ruang Kantor Saat Jam Kerja Berlangsung	14
Gambar 2.4 Saat Pelaksanaan Kerja Praktik Berlangsung	15
Gambar 4.1 Sketsa Kasar Flyer A5	33
Gambar 4.2 Sketsa Kasar Brosur Tampak Depan	34
Gambar 4.3 Sketsa Kasar Brosur Tampak Belakang	35
Gambar 4.4 Sketsa Kasar Spanduk	36
Gambar 4.5 Sketsa Kasar Umbul-Umbul	37
Gambar 4.6 Sketsa Kasar X-Banner	38
Gambar 4.7 Sketsa Kasar Baliho	39
Gambar 4.8 Sketsa Terpilih Flyer A5	40
Gambar 4.9 Sketsa Terpilih Brosur Tampak Depan	41
Gambar 4.10 Sketsa Terpilih Brosur Tampak Belakang	42
Gambar 4.11 Sketsa Terpilih Spanduk	43
Gambar 4.12 Sketsa Terpilih Umbul-Umbul	44
Gambar 4.13 Sketsa Terpilih X-Banner	45
Gambar 4.14 Sketsa Terpilih Baliho	46
Gambar 4.15 Desain Flyer A5	47
Gambar 4.16 Desain Brosur A4 Bagian Depan	49

Gambar 4.17 Desain Brosur A4 Bagian Belakang	50
Gambar 4.18 Desain Spanduk	51
Gambar 4.19 Desain Umbul-Umbul	53
Gambar 4.20 Desain X-Banner	55
Gambar 4.21 Desain Baliho	57



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Surat Keterangan Kerja Praktik	62
Lampiran 2. Form KP-5 (Halaman 1)	63
Lampiran 3. Form KP-5 (Halaman 2)	64
Lampiran 4. Form KP-6 (Halaman 1)	65
Lampiran 5. Form KP-6 (Halaman 2)	66
Lampiran 6. Form KP-7 (Halaman 1)	67
Lampiran 7. Kartu Bimbingan	68



INSTITUT BISNIS
DAN INFORMATIKA
stikom
SURABAYA

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dinas Komunikasi Dan Informatika merupakan sebuah satuan kerja perangkat daerah di bidang komunikasi dan informatika melaksanakan tugas pokok dan fungsi penyebarluasan informasi, pengembangan dan pemberdayaan TIK serta pengendalian layanan jasa Pos dan telekomunikasi dituntut mampu memberikan pelayanan kepada masyarakat secara transparan dan akuntabel. Pada saat ini Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Jawa Timur mengapresiasi dengan adanya Asian Games 2018 yang diadakan di Jakarta dan Palembang di bantunya membuat media promosi agar masyarakat sekitar juga ikut adil dalam apresiasi Asian Games 2018. Unsur desain yang akan di terapkan pada media promosi adalah desain yang minimalis, sehingga konsumen/pembaca mudah untuk mencerna informasi yang diberikan.

Promosi adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi mempengaruhi atau membujuk dan mengingatkan pasar sasaran dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan. Tjiptono (2002: 219). Sedangkan media promosi merupakan alat atau sarana yang digunakan untuk promosi. Ada berbagai macam media promosi yang berkembang saat ini, dari media konvensional sampai media tidak konvensional. Media promosi yang paling tua adalah dari mulut ke mulut. Promosi ini banyak dijumpai pada zaman dahulu karena belum banyak media promosi yang maju seperti saat ini. Contoh media

promosi lainnya adalah brosur, leaflet, flyer, poster, billboard, iklan di Koran, televisi, gelas, jam dinding, kartu nama, sticker, dan lain sebagainya (Ardhi, 2013: 4).

Media Promosi menjadi sarana yang sangat ampuh untuk memperkenalkan dalam khalayak luas karena sifatnya yang global dan menyeluruh, dengan tujuan supaya produk atau jasa, merek dan nama perusahaan dapat dikenal masyarakat sekaligus mempengaruhi masyarakat supaya mau membeli serta menggunakan produk atau jasa perusahaan (<http://yoserizal.com>). Dalam perancangan media promosi kali ini yang digunakan adalah media *Below The Line (BTL) Through The Line (TTL)*. *Below the line* (BTL) adalah segala aktivitas pemasaran atau promosi yang dilakukan di tingkat retail/ konsumen dengan salah satu tujuannya adalah merangkul konsumen supaya aware dengan produk kita. sedangkan TTL adalah perantara yang menjembatani *above the line* (ATL) dengan *below the line* (BTL) Jefkins (1994: 86).

Dalam zaman modern seperti ini keefektifan pemilihan media promosi sangatlah berpengaruh, akan sangat baik jika pengeluaran dalam segi media promosi sangat minim dan feedback lebih banyak bagi perusahaan. Perancangan media lini bawah (BTL) dipilih karena dapat membantu untuk meningkatkan produktivitas dari perusahaan yang dimana tidak terlalu memerlukan budget terlalu mahal. Media yang digunakan dalam BTL contohnya media cetak, event, sponsorship, dan juga trade promotion. Media atau kegiatannya dalam BTL ialah memberikan audiens kesempatan untuk merasakan, menyentuh, dan juga berinteraksi, atau bahkan action

(<http://www.bitebrands.com>). Sedangkan wilayah abu-abu atau ‘Grey Area’ adalah media perantara dari ATL dan juga BTL, contohnya adalah media-media di dunia maya yang salah satunya ialah *Ads Banner*. Istilah TTL diperkenalkan untuk menjembatani pihak perusahaan jasa komunikasi periklanan yang ingin membuat gambaran konkret terhadap segmen jasa kreatif komunikasi yang ditawarkannya.

Dalam permasalahan yang telah dipaparkan diatas, maka output yang akan dibuat sebagai media promosi Asian Games 2018 yakni, sebuah media promosi *below the line* (BTL) berupa brosur, flyer, umbul-umbul, x-banner, baliho dan spanduk. Dengan maksud dan tujuan agar masyarakat dapat mengapresiasi Asian Games 2018 di Indonesia.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan paparan latar belakang, maka permasalahan yang terdapat pada laporan kerja praktek ini dapat dirumuskan sebagai berikut “Bagaimana merancang media promosi Dinas Komunikasi Dan Informatika untuk menyambut Asian Games 2018?”

1.3 Batasan Masalah

Adapun batasan masalah yang nantinya akan digunakan, yaitu sebagai berikut :

1. Hanya sebatas pembuatan rancangan desain Media Promosi Asian Games 2018

2. Dalam bentuk file Adobe Ilustrator (Ai) saja.

1.4 Tujuan

Tujuan perancangan desain media promosi Asian Games 2018 adalah sebagai berikut :

1. Sebagai bentuk apresiasi Dinas Komunikasi dan Informatika untuk Asian Games 2018

1.5 Manfaat

Dengan kesesuaian terhadap tujuan yang diharapkan, maka manfaat dari perancangan ini adalah sebagai berikut :

1. Memberikan support kepada para atlet Indonesia Asian Games 2018

1.6 Pelaksanaan

- a. Detail Perusahaan

Nama perusahaan : Dinas Komunikasi Dan Informatika

Nama Penyelia : Marhaenry Matheus Yani

Jasa : Dinas Pemerintah

Alamat : Jl. Ahmad Yani No. 242-244, Gayungan Surabaya

Telepon : (031) – 8294608

Fax : (031) – 8294517

E-mail : kominfo@jatimprov.go.id

b. Periode

Tanggal pelaksanaan : 16 Juli 2018 – 15 Agustus 2018

Waktu : 07.00 – 16.00 WIB

1.7 Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan dalam memahami persoalan dan pembahasannya, maka penulisan laporan kerja praktek ini dibuat dengan sistematika sebagai berikut.



BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan yang ingin dicapai, dan kontribusi serta sistematika penulisan laporan kerja praktek.

BAB II GAMBARAN UMUM DINAS

Pada bab ini berisikan mengenai penjelasan secara singkat profil, sejarah atau struktur organisasi, fungsi dan tugas, tujuan, visi dan misi dari Dinas Komunikasi Dan Informatika.

BAB III LANDASAN TEORI

Pada bab ini berisikan tentang segala sesuatu teori penunjang yang diharapkan menjelaskan secara singkat mengenai landasan yang digunakan untuk mendukung pembuatan laporan kerja praktek dan segala keterkaitan.

BAB IV DESKRIPSI PEKERJAAN

Bab ini akan membahas karya yang dimana hasil selama perancangan pada masa kerja praktek di Dinas Komunikasi Dan Informatika yang berdasarkan permasalahan yang sudah dijelaskan sebelumnya nantinya akan di implementasikan.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini berisikan kesimpulan selama pembuatan media promosi Asian Games 2018 yang nantinya akan di publikasikan.

BAB II

PROFIL PERUSAHAAN

2.1 Profil Perusahaan

Nama Perusahaan : DINAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA

Produk : Majalah Potensi,

Alamat : Jl. Ahmad Yani No. 242-244, Gayungan Surabaya

Phone : (031) 8294608

Fax : (031) 8294517

Email : kominfo@jatimprov.go.id

Dinas Komunikasi Dan Informatika adalah satuan kerja perangkat daerah di bidang komunikasi dan informatika melaksanakan tugas pokok dan fungsi penyebarluasan informasi, pengembangan dan pemberdayaan TIK serta pengendalian layanan jasa Pos dan telekomunikasi dituntut mampu memberikan pelayanan kepada masyarakat secara transparan dan akuntabel.

Dengan pelayanan tersebut upaya pemerataan informasi dan pemenuhan hak publik masyarakat akan informasi dan komunikasi dapat dilaksanakan dengan optimal, sehingga diharapkan masyarakat lebih berdaya dalam memperoleh dan memanfaatkan informasi, yang pada gilirannya dapat meningkatkan kesejahteraannya. Sedangkan bagi jajaran pemerintah akan terwujud di dalam meng-implementasikan e-government dalam rangka mewujudkan good governance.

Program kegiatan pada tahun 2010 berpedoman pada **RPJMD Jatim 2009-2014** dengan agenda "**Mewujudkan Percepatan Reformasi Birokrasi dan Meningkatkan Pelayanan Publik Menuju Pelayanan Prima**" dan Sub Agenda "**Percepatan Pelaksanaan Reformasi Birokrasi, dan Peningkatan Pelayanan Publik**", maka program kegiatan Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Jawa Timur memiliki basis pendidikan dan di dukung kegiatan penunjang.

Pembangunan bidang Komunikasi dan Informatika di Jawa Timur selain sebagai pembuat kebijakan, regulasi dan fasilitasi juga menitikberatkan pemberdayaan dan peningkatan pelayanan kepada masyarakat pada 3 (tiga) layanan yakni ; Layanan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK), Layanan Pos - Telekomunikasi dan Layanan Informasi, termasuk peningkatan kualitas SDM aparaturnya.

2.2 Sejarah DINAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA

Dinas Komunikasi Dan Informatika adalah Sebelum reformasi, Kantor Wilayah Departemen Penerangan Provinsi Jawa Timur dengan Kakanwil Drs A. Sudiono memiliki kewenangan pengawasan, pembinaan, penindakan, pembedelan, sensor dan opstib radio, televisi dan film serta penerbitan, percetakan pers dan grafika, SIUPP pers, SIT, izin radio televisi dan peredaran film bioskop serta operasi peredaran ilegal jenis seluloid, PH, betamax, compact disk tatkala Menpen dijabat Ali Murtopo dan Harmoko sampai demokrasi kebebasan pers saat Letjen TNI Yunus Yosfiah sebagai Menteri Penerangan.

Pasca reformasi 1999 seiring dengan likuidasi Deppen, Depsol dan K/L lain oleh Presiden Gus Dur memasuki era otoda dengan terbitnya UU Pemda No 22 tahun 1999 maka dilimpahkannya sebagian kewenangan urusan Konkuren ke daerah. Kecuali untuk 5 urusan absolut (Luar Negeri, Fiskal Keuangan, Hankam, Agama dan Peradilan yang tetap urusan pusat).

Pada era otonomi daerah itu terbentuklah perangkat daerah termasuk Dinas Informasi dan Komunikasi (Infokom) Provinsi Jawa Timur dengan Perda Jatim No 11 tahun 2000 saat Gubernur Imam Utomo dan Direktur Publikasi Deppen RI Drs. Akhmad Syah Naina MSc sebagai Kepala Dinas Infokom pertama selang Jatim sebagai tuan rumah PON XV/2000. Tak lama kemudian Akhmad Syah Naina ke ArNas RI digantikan Drs Hari Sisworo hingga purnatugas. (Drs. Suprawoto, SH., MSi Kabid Pers dan sukses dengan Media Center PON 2000) sehingga Gub Imam Utomo melantiknya sebagai Kadis Infokom 2002-2006 dengan membangun Website www.din-infokom.go.id sebagai ikon layanan utama. Seiring terbitnya UU Pemda No 32 tahun 2004 sebagai perubahan UU Pemda No 22/1999 Dinas Infokom (belum mengakomodasi TIK, Drs. Suprawoto diminta Menteri Komunikasi dan Informasi Sofyan Djamil sebagai Kepala Badan Informasi Publik (ess I) dan mewujudkan Newsroom RI dan memberi anggaran APBN non dekon ke daerah hingga Menkominfo dijabat Muhamad Nuh seiring dengan reorganisasi Departemen Kominfo menjadi Kementerian.

Dibawah Kadis Drs. Suwanto, MSi (menggantikan Suprawoto) terbit PP Perangkat Daerah No. 41 Tahun 2007 daerah reorganisasi dgn integrasinya salah satu rumpunan urusan Perhubungan, Komunikasi dan Informatika (Hubkominfo)

sesuai PP No 38/2007 tentang Pembagian Urusan Pemerintah-Pemerintah Prov-PemKab/Kota. Namun Dinas Infokom Jatim tidak menggabungkan urusan dengan perhubungan, karena Dinas Perhubungan integrasi dengan DLLAJ, sedangkan urusan Infokom mengakomodasi TIK (yang saat itu ada di Badan Pengelolaan Data dan Elektronik/BPDE) dan Subdin Postel Dinas Perhubungan ke dalam Perda Jatim No. 1 Tahun 2008 tentang Organisasi Perangkat Daerah di lingkungan Pemprov Jatim yang ditindaklanjuti dengan terbitnya Peraturan Gubernur Jatim No. 83 Tahun 2009 terbentuk Dinas Komunikasi dan Informatika (Kominfo).

Kepala Dinas Kominfo Drs Suwanto MSi digantikan Drs. Sudjono, MM dan Drs. Suwanto, MSi menjadi Kepala Dinas Pendidikan. Kadis Drs. Sudjono, MM menjabat hingga tahun 2012 digantikan Harjogi, SH., MSi hingga purnatugas. Untuk mengisi kevakuman maka Drs. Sukardo, MSi sebagai Plt. Kadis Kominfo sampai bulan April 2015 yang selanjutnya digantikan oleh Ir. Eddy Santoso, MM sebagai Kadis Kominfo hingga sekarang.

Seiring dengan terbitnya UU Pemda No. 23 tahun 2014 dan mencabut UU 32/2004 dan PP No 38/2007 serta PP No 41/2007 maka untuk urusan bidang Kominfo sesuai UU No 23 bererta Lampiran (butir P) UU No 23/2014 mengatur urusan pemerintahan bidang kominfo dengan Sub Urusan: 1). Pengelolaan Informasi dan Komunikasi, 2). Sub Urusan Aplikasi Informatika dengan Pengelolaan egovernment dan Pengelolaan sub domain sesuai PP No 18/2016 ttg Perangkat Daerah maka Kominfo mendapat tambahan 2 urusan yaitu Urusan Persandian dan Urusan Statistik dan tambahan tersebut menjadi bagian rumpunan kominfo daerah menjadi Dinas Kominfo Provinsi Jawa Timur dengan pimpinan

tetap Kadis Kominfo Prov. Jatim Ir. Eddy Santoso, MM melalui Perda Jatim No, 11 tahun 2016 tentang Susunan Organisasi Perangkat Daerah di lingkungan Provinsi Jawa Timur dan Pergub Jatim No. 80 Tahun 2016 tentang Tata Kerja Dinas Kominfo. Sedangkan urusan Pos dan Telekomunikasi (Postel) tidak lagi menjadi urusan daerah karena menjadi kewenangan Pemerintah Pusat yang tertera dalam urusan kominfo Sub Urusan Penyelenggaraan Sumber Daya Perangkat Pos dan Informatika.

2.3 Tugas Dan Fungsi Dinas Komunikasi Dan Informatika

Adapun tugas dan fungsi di Dinas Komunikasi Dan Informatika Surabaya antara lain :

1. Tugas Dinas Komunikasi Dan Informatika

Membantu Gubernur menyiapkan bahan pelaksanaan urusan pemerintahan yang menjadi kewenangan Pemerintah Provinsi di bidang komunikasi dan informasi serta tugas pembantu.

2. Fungsi Dinas Komunikasi Dan Informatika

- Perumusan kebijakan di bidang komunikasi dan informasi
- Pelaksanaan kebijakan di bidang komunikasi dan informasi
- Pelaksanaan evaluasi dan pelaporan di bidang komunikasi dan informasi
- Pelaksanaan administrasi dinas di bidang komunikasi dan informasi, dan
- Pelaksanaan fungsi lain yang di berikan oleh Gubernur terkait dengan tugas dan fungsinya

2.4 Visi Dan Misi Dinas Komunikasi Dan Informatika

a. Visi Dinas Komunikasi Dan Informatika

Terwujudnya Penyebarluasan Informasi dan Pelayanan Publik melalui TI
K di Jawa Timur

b. Misi Dinas Komunikasi Dan Informatika

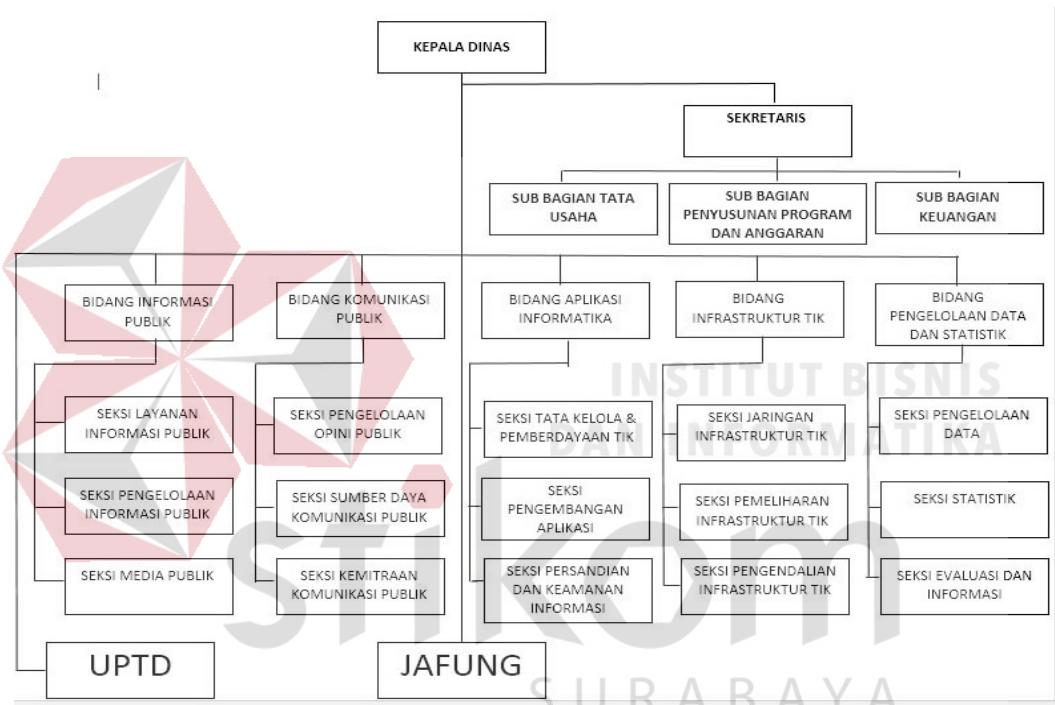
- Meningkatkan kapasitas layanan penyebaran informasi, memberdayakan potensi masyarakat serta kerjasama lembaga komunikasi dan informatika.
- Mengembangkan aplikasi, muatan layanan publik, standarisasi penyelenggaraan pos dan telekomunikasi serta pemanfaatan jaringan TIK dalam rangka peningkatan pelayanan publik.

2.4.1 Tujuan Dinas Komunikasi Dan Informatika

1. Meningkatkan kecerdasan, pemberdayaan dan kesejahteraan masyarakat melalui penyelenggaraan komunikasi dan informatika.
2. Meningkatkan sarana dan prasarana aparatur
3. Meningkatkan kapasitas SDM bidang komunikasi dan informatika dalam rangka peningkatan profesionalisme *dan e-literacy*.
4. Meningkatkan pengembangan dan pemanfaatan infrastruktur TIK dalam rangka memperluas aksesibilitas masyarakat memperoleh informasi dan peningkatan pelayanan publik.
5. Meningkatkan tertib penyelenggaraan usaha jasa titipan dan telekomunikasi.

2.5 Struktur Organisasi

Di Dinas Komunikasi Dan Informatika ini ada layanan informasi publik yang merupakan tugas dari bidang Diseminasi Informasi Layanan Informasi Publik. Struktur organisasi Dinas Komunikasi Dan Informatika Jawa Timur dapat dilihat pada gambar 2.1

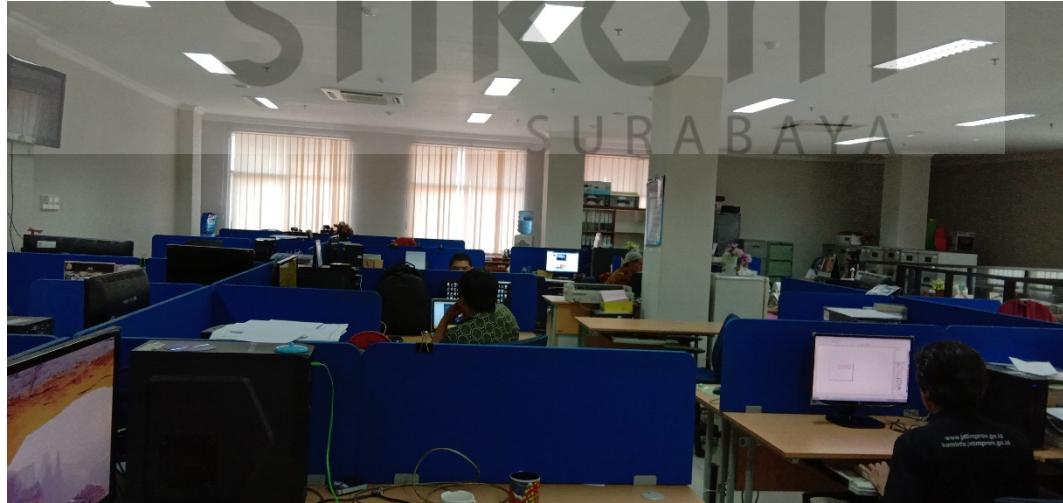


Gambar 2.1 Struktur Organisasi Dinas Komunikasi Dan Informatika Provinsi Jawa Timur

2.5.1 Beberapa Gambar Lokasi Kantor Dan Ruangan Kantor Dinas Komunikasi Dan Informatika



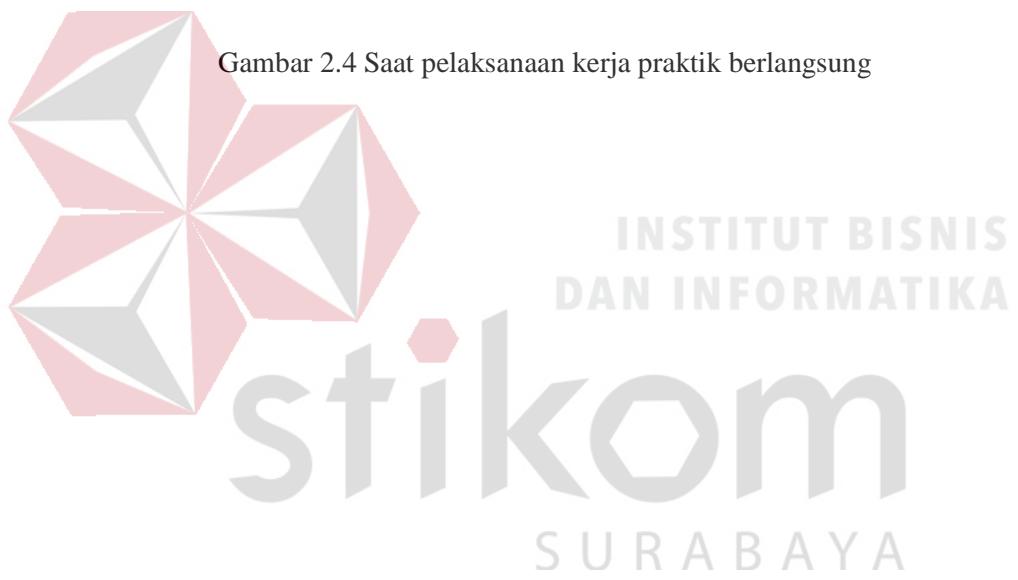
Gambar 2.2 Ruang rapat Dinas Komunikasi Dan Informatika



Gambar 2.3 Suasana ruang kantor saat jam kerja berlangsung



Gambar 2.4 Saat pelaksanaan kerja praktik berlangsung



BAB III

TINJAUAN PUSTAKA

3.1 Pengertian Desain

Desain merupakan perencanaan dalam pembuatan sebuah objek, sistem, komponen atau struktur. Kemudian, kata “Desain” dapat digunakan sebagai kata benda maupun kata kerja. Desain merupakan langkah awal sebelum memulai membuat suatu benda, seperti baju, furniture, bangunan, dll. Pada saat pembuatan desain biasanya mulai memasukkan unsur berbagai pertimbangan, perhitungan, cita rasa, dll. Sehingga bisa dibilang bahwa sebuah desain merupakan bentuk perumusan dari berbagai unsur termasuk berbagai macam pertimbangan di dalamnya, sehingga menjadikan suatu desain itu akan memiliki makna dan arti tersendiri.

Desain secara etimologi, istilah *Desain* berasal dari beberapa serapan bahasa, yaitu kata “*designo*” (Itali) yang secara gramatikal berarti gambar. Sebagai kata kerja, desain memiliki arti proses untuk membuat dan menciptakan obyek baru. Sebagai kata benda, desain digunakan untuk menyebut hasil akhir dari sebuah proses kreatif, baik itu berwujud sebuah rencana, proposal, atau berbentuk obyek nyata.

Desain ialah pola rancangan yang menjadi dasar pembuatan suatu benda buatan. Desain lazim dibuat di atas kertas ataupun alas gambar lainnya misalnya, di atas tanah tetapi sering pula cukup tergambaran di dalam pikiran saja. Satu hal yang pasti ialah bahwa desain dihasilkan melalui berbagai pertimbangan dan

perhitungan. Sehingga berdasarkan desain yang dituangkan diatas kertas atau alas gambar lain itu, orang lain dapat secara jelas menangkap maksudnya dan kemudian mengerjakan pembuatan benda yang dimaksud (Atisah Sipahelut, 1991: 9). Dari uraian diatas tersebut dapat disimpulkan :

- Desain merupakan bentuk rumusan dari suatu proses pemikiran.
- Desain yang dituangkan dalam wujud gambar merupakan pengalihan gagasan konkret dari sang perancang kepada orang lain.
- Setiap benda buatan mengungkapkan penampilan desain.

3.1.1 Proses Desain

Proses desain dapat sederhana, tetapi juga dapat pula pelik dan rumit. Sederhana apabila hanya menyangkut perumusan pola rancangan pembuatan benda itu saja. Tetapi akan semakin pelik dan rumit apabila harus menyangkutpula faktor-faktor lain seperti unsur-unsur tradisional, kultural, dan perlambangan (Simbolisme). Meskipun demikian, yang mana pun juga proses ini akan memberikan keasyikan tersendiri bagi seorang perancang. Oleh karena dalam pembuatan sesuatu desain, pertimbangan demi pertimbangan datang susul-menyusul seakan-akan tiada habis mengikuti pemikiran untuk merumuskan suatu pola rancangan atau desainnya. Penahapan pemikiran yang mengarah ke perwujudan suatu benda buatan, mulai dari kebutuhan fungsional bagi calon pemakai sampai dengan gambaran wujud jadinya, merupakan suatu proses tersendiri dibalik pelaksanaan pembuatan benda itu. Proses demikian lazim disebut sebagai proses desain.

3.1.2 Prinsip Desain

Dalam desain dikenal dengan prinsip-prinsip desain untuk dipergunakan sebagai panduan kerja maupun sebagai konsep desain. Andaipun desainer tidak memperhatikan prinsip tersebut biasanya ada tujuan tertentu yang ingin di capai ketika mengabaikan pakem karena ingin menarik perhatian audiencenya dan tampil beda dengan eye-grabber yang tidak biasa dan dramatis (Ni Nyoman Sri Witari, S.Sn., M.Ds dan Drs. I Gusti Nyoman Widnyana, M.Erg, 2014: 47). Tentunya prinsip-prinsip ini adalah:

1. Keseimbangan (Balance)

Keseimbangan atau balance adalah pembagian sama berat, baik secara visual maupun optik. Komposisi desain dapat dikatakan seimbang apabila objek dibagian kiri dan kanan terkesan sama berat. Ada dua pendekatan untuk menciptakan balance, yaitu:

a) Pertama, keimbangan formal (formal balance) yaitu dengan membagi sama berat kiri-kanan atau atas-bawah secara simetris atau setara. Keseimbangan simetris (formal) mempunyai kesan kokoh dan stabil, sesuai citra tradisional dan konservatif.

b) Kedua, keseimbangan asimetris (informal balance) yaitu penyusunan elemen-elemen desain yang tidak sama antara sisi kiri dan sisi kanan, namun terasa seimbang.

2. Tekanan (Emphasis)

Dalam desain dikenal istilah focal point atau fokus of interest yaitu penonjolan salah satu elemen visual dengan tujuan menarik perhatian. Focal point

juga sering center of interest, pusat perhatian. Ada beberapa cara untuk menonjolkan salah satu elemen desain, yaitu :

a) Kontras

Focal point dapat diciptakan dengan menunjukkan kontras antara objek yang dianggap penting dengan objek lain disekitarnya.

b) Isolasi

Focal point juga dapat diciptakan dengan cara memisahkan objek dari kumpulan objek yang lain. Secara visual objek yang terisolasi akan lebih menarik perhatian.

c) Penempatan Objek

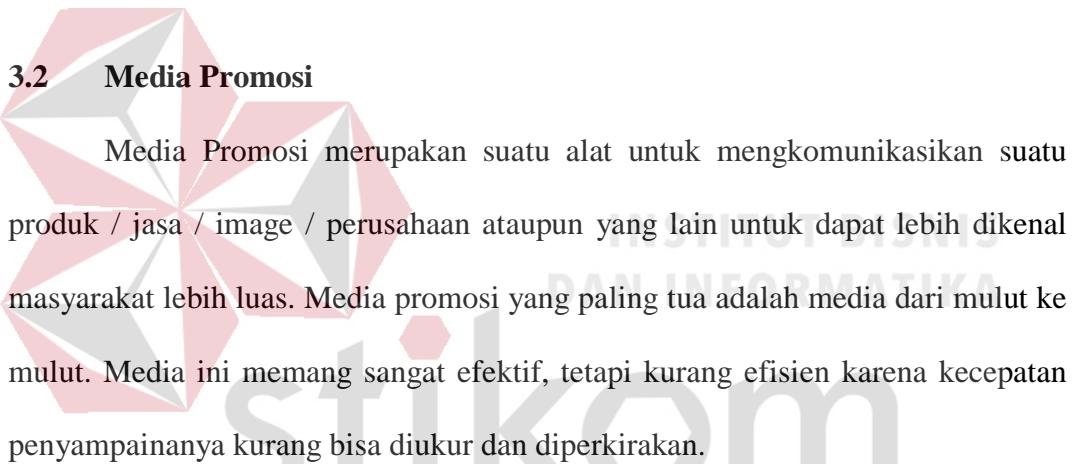
Objek yang ditempatkan ditengah bidang atau pusat garis perspektif akan menjadi focal point. Penonjolan elemen hendaknya bukan sekedar memperbesar foto atau menggemukkan huruf, namun perlu disesuaikan dengan elemen visual yang lain.

3. Irama

Irama adalah gerak pengulangan atau gerak mengalir yang ajek, teratur, terus menerus. Irama juga pola layout yang dibuat dengan cara menyusun elemen visual secara berulang-ulang. Irama visual dalam desain dapat berupa repetisi dan variasi. Repetisi akan menimbulkan kesan statis, kalem dan mungkin membosankan, karena hanya menyusun elemen secara berulang dan tanpa ada perubahan (konsisten). Variasi adalah perulangan elemen visual disertai perubahan bentuk, ukuran dan posisi.

4. Kesatuan (Unity)

Kesatuan merupakan salah satu prinsip yang menekankan pada keselarasan dari unsur-unsur yang disusun baik dalam wujudnya maupun dalam kaitannya dengan ide yang melandasi. Desain dikatakan menyatu apabila secara keseluruhan tampak harmonis, ada kesatuan antara tipografi, ilustrasi, warna dan unsur-unsur yang lain. Kesatuan dicapai dengan cara mengulang warna, bidang, garis atau elemen.



Media promosi yang klasik berupa; brosur, poster, booklet, leaflet, spanduk, baliho, *billboard*, *neon box*, *standing banner*, kartu nama, kop surat, seragam pegawai, jam dinding, poster di mobil/truk, piring/gelas, iklan di tv, radio, spanduk terbang (ditarik pesawat), balon udara, iklan di media cetak, daftar menu, daftar harga dan sebagainya.

3.2.1 Brosur

Brosur adalah suatu alat untuk promosi barang, jasa dan lain-lain, yang terbuat dari kertas yang dimana di dalamnya terdapat sejumlah informasi dan juga penawaran mengenai jasa atau produk tersebut. Atau definisi brosur yang lainnya

adalah suatu alat publikasi resmi dari perusahaan yang berbentuk cetakan, yang berisi berbagai informasi mengenai suatu produk, layanan, program dan sebagainya, yang dimana ditujukan kepada pasar sasaran atau sasaran tertentu. Cara menyampaikannya di bagikan secara gratis kepada pelanggan atau masyarakat dengan tujuan untuk memperkenalkan secara lebih jelas dan rinci mengenai produk, layanan, program dan sebagainya untuk membantu upaya pemasaran ataupun marketing public relations.

3.2.2 Flyer

Flyer merupakan bentuk iklan kertas ditunjukan untuk distribusi yang luas dan biasanya dipasang atau didistribusikan di tempat umum. Brosur dapat digunakan oleh individu, perusahaan atau organisasi untuk mempromosikan barang, kegiatan atau jasa atau bahkan untuk promosi percetakan yang mencetak brosur itu sendiri. Memberikan informasi menarik atau mengirim pesan sosial, agama atau politik. Flyer juga telah digunakan dalam konflik bersenjata, misalnya propaganda leaflet yang disebar lewat udara sebagai senjata taktik perang psikologis.

3.2.3 Umbul-Umbul

Umbul-umbul adalah media kain yang didirikan di pinggir jalan. Media ini biasanya digunakan sebagai penunjuk arah suatu acara. Dengan mengikuti umbul-umbul ini, maka kita akan sampai dilokasi suatu acara yang dipromosikan melalui media ini. Umbul-umbul ini biasanya diletakkan bersamaan dalam jumlah tertentu. Dengan jumlah yang banyak, umbul-umbul ini diharapkan mampu mencuri perhatian audiens.

Karakteristik dari media ini adalah atraktif dan informatif. Biasanya umbul-umbul ini menggunakan warna-warna yang cerah dan mengundang perhatian, sehingga mau tak mau akan “memaksa” mata kita untuk menengok dan ingin tahu. Ditambah lagi dengan jumlahnya yang tidak sedikit dan dipasang sepanjang jalan. Audiens akan disuguhkan informasi yang berulang dari umbul-umbul ini. Meski informative dalam menyampaikan pesan, tetapi media ini kurang bisa menampilkan informasi secara detail. Dalam umbul-umbul ini biasanya hanya memuat nama acara dan mungkin slogan serta warna corporate.

3.2.4 X-Banner

X-Banner adalah media yang digunakan untuk menyampaikan informasi, berbentuk banner dengan konstruksi penyangga berbentuk "X" sehingga banner bisa berdiri sendiri. Media ini juga menarik untuk digunakan karena keberadaannya mampu mencuri perhatian audiens.

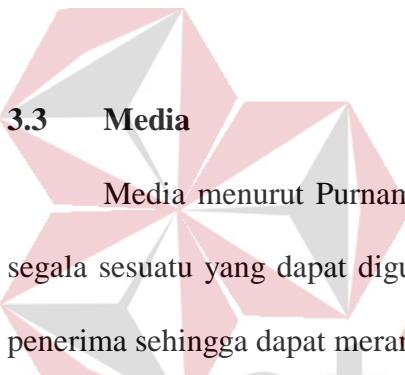
3.2.5 Baliho

Baliho adalah media luar ruangan yang sering dipakai untuk melakukan suatu promosi. Media ini seperti halnya poster, namun berbentuk sangat besar. Dijaman dimana teknologi berkembang begitu pesat seperti saat ini. Baliho sendiri merupakan sebutan dari billboard di Indonesia. Khusus untuk baliho ini, konstruksi tempatnya bersifat sementara (semi permanen). Informasi biasanya berupa acara tertentu dalam jangka pendek.

3.2.6 Spanduk

Spanduk adalah media yang sering ditemui di sepanjang jalan. Biasanya terlihat membentang di jalan-jalan yang strategis dan dilalui banyak orang. Selain

dijalan-jalan spanduk biasanya juga dijumpai ditempat khusus yang disediakan untuk memasang spanduk. Kadang-kadang ada juga spanduk yang sama terletak di beberapa tempat yang berlainan untuk menarik lebih banyak audiens karena belum tentu audiens melewati lokasi tertentu. Karakterisasi dari media ini adalah informasi yang singkat, padat, dan bisa dipahami secara cepat. Sebab spanduk sendiri biasanya terletak di jalan-jalan dan audiens sendiri tidak mempunyai banyak waktu untuk membaca dan memahami sekian banyak informasi yang ada saat itu.



Media menurut Purnamawati dan Eldarni (2001) yaitu media merupakan segala sesuatu yang dapat digunakan untuk menyalurkan pesan dari pengirim ke penerima sehingga dapat merangsang pikiran, perasaan, perhatian dan minat siswa sedemikian rupa sehingga terjadi proses belajar. Selain itu menurut Bove (1987) bahwa media adalah sebuah alat yang mempunyai fungsi menyampaikan pesan.

Jadi media merupakan alat perantara yang diciptakan untuk menyalurkan pesan dengan tujuan agar pemakai dapat lebih mudah dalam mencapai suatu tujuan.

3.3.1 Jenis Media

Secara umum, media dibagi menjadi 3, yaitu media visual yaitu media yang dapat dilihat (contohnya koran dan majalah), media audio yaitu media yang dapat didengar saja (radio dan mp3), media audiovisual adalah media yang dapat dilihat dan didegarkan (contohnya film dan video).

1. Media Visual

Media visual merupakan media yang bisa di lihat, di baca dan di baca. Media visual mengandalkan indera penglihatan dan indera peraba. Jenis media visual sangat banyak dan mudah untuk ditemukan, seperti media foto, gambar, komik, majalah, buku, alat peraga dan banyak contoh lainnya.

2. Media Audio

Media Audio merupakan media yang hanya bisa didengar saja. Contohnya suara, musik, lagu, siaran radio, kaset CD dan lainnya.

3. Media Audio Visual

Media Audio Visual merupakan media yang secara bersamaan bisa didengar dan dilihat menggunakan indera penglihatan dan indera pendengaran, seperti contohnya, media drama, pementasan, Film, Televisi dan lainnya. Internet juga termasuk dalam bentuk media audio visual, tetapi lebih lengkap dan menyertakan semua jenis format media, disebut Multimedia karena berbagai format ada dalam internet (www.pelajar.co.id).

3.4 Promosi

Promosi menurut Djaslim Saladin dan Yevis Marty Oesman (2002) yaitu promosi adalah suatu komunikasi informasi penjual dan pembeli yang bertujuan untuk merubah sikap dan tinakah laku pembeli, yang sebelumnya tidak mengenal menjadi mengenal sehingga menjadi pembeli dan mengingat produk tersebut”.

Selain itu pengertian promosi menurut Buchari Alma (2006) yaitu promosi adalah sejenis komunikasi yang memberi penjelasan dan meyakinkan calon konsumen mengenai barang dan jasa dengan tujuan untuk memperoleh perhatian, mendidik, mengingatkan dan meyakinkan calon konsumen”. Promosi merupakan

alat komunikasi dan penyampaian pesan yang dilakukan baik oleh perusahaan maupun perantara dengan tujuan memberikan informasi mengenai produk, harga dan tempat. Informasi itu bersifat memberitahukan, membujuk, mengingatkan kembali kepada konsumen, para perantara atau kombinasi keduanya.

3.5 Warna

Warna adalah simbol kehidupan dan warna adalah spektrum tertentu yang didalamnya terdapat warna dasar yang sempurna yaitu (berwarna putih). Identitas suatu warna ditentukan panjang gelombang cahaya tersebut. Model warna umumnya dibedakan atas 2 model dasar (hal ini sangat perlu untuk diketahui oleh desainer visual) (Anne Dameria, 2007: 28).

3.5.1 Warna primer additive (additive color model)

Yaitu model warna yang didasarkan dari pencampuran warna berdasarkan emisi cahaya. Alat/media yang menggabungkan pencerahan cahaya untuk menciptakan sensasi warna, menggunakan sistem warna additif. Televisi dan LCD, adalah contoh yang paling umum. Pencampuran warna *Red*, *Green* dan *Blue* akan menghasilkan warna putih (hal ini yang menjadikan warna putih sebagai warna yang kaya spektrum warna karena merupakan gabungan dari spektrum-spektrum cahaya). Campuran warna cahaya merah dan hijau, menghasilkan nuansa warna kuning atau orange. Campuran hijau dan biru menghasilkan nuansa cyan, sedangkan campuran merah dan biru menghasilkan nuansa ungu dan magenta. Campuran dengan proporsi seimbang dari warna additif primer menghasilkan nuansa warna kelabu; jika ketiga warna ini disaturasi kan

penuh, makahasilnya adalah warna putih. Ruang warna/model warna yang dihasilkan disebut dengan *RGB ColorSystem (red, green, blue)*. RGB didapatkan dari mengurai cahaya (Darwis Triadi, 2014: 30).

3.5.2 Warna primer subtraktif (*subtractive color model*)

Yaitu merupakan warna yang didapat daripencampuran warna berdasarkan media tinta pada kertas. Model ini disebut juga dengan istilah Merah, Kuning, Biru / RYB (*red, yellow, blue*) *color system*. Model ini biasa dipakai di industri Pigment,tinta,cat dan seni rupa (Darwis Triadi, 2014: 31).

3.6 Tipografi

Typhography merupakan salah satu elemen yang penting dalam desain, yaitu sebagai pelengkap pada desain. Tipografi (*Typography*) menurut Roy Brewer (1971) dapat memiliki pengertian luas yang meliputi penataan dan pola halaman, atau setiap barang cetak. Atau dalam pengertian lebih sempit hanya meliputi pemilihan, penataan dan berbagai hal bertalian pengaturan baris-baris susun huruf (*Typeset*), tidak termasuk ilustrasi dan unsur-unsur lain bukan susun huruf pada pada halaman cetak. *Typhography* yang sama artinya dengan *Visual Language* ini memiliki tahapan yang harus dilalui, sebagai berikut :

1. Pengenalan Anatomi Huruf.

Kita tidak mungkin dapat menilai seseorang itu cantik atau jelek, kalau kita tidak tahu apa itu wajah. Dan kita juga tidak bisa menilai seseorang itu anggun dan menarik, kalau kita tidak tahu apa itu tangan, kaki, badan, dsb. Begitu juga dengan Tipografi, Anda tidak mungkin dapat mengenali dengan baik sifat-sifat huruf yang

akan Anda gunakan apabila Anda tidak mengetahui unsur-unsur yang membentuknya (Roy Brewer, 1971).

2. Pengenalan Bentuk dan Penerapannya pada Publikasi.

Pemakaian baris-baris teks lalu disusun dalam format tertentu. Memberi efek pada tulisan dengan benar. Mengatur jarak antar huruf, jarak antar baris dan sebagainya sehingga tulisan dapat dibaca dengan baik oleh publik. Mengatur besar kecilnya tulisan yang sesuai. Mengatur perataan yang proporsional sesuai dengan sifat materi yang akan disampaikan dan sebagainya (Roy Brewer, 1971).

3. Mempelajari Legibility Teks dalam Publikasi.

Ada berbagai jenis keluarga tulisan (*Typeface*) dan penempatan huruf sesuai dengan citra yang akan ditampilkan. Eksperimen sangat diperlukan untuk menempatkan keahlian pada tahap ini.

Menurut Adi Kusrianto (2007: 45) ada beberapa juta (*Typeface*) yang sudah beredar di pasaran, maka sejak dulu para ahli tipografi mengelompokan sesuai dengan kriteria masing-masing, sehingga dapat dikenali dan dikelompokan dengan baik. Berikut ini beberapa poin utama sesuai bentuk anatomi, dengan harapan dapat membantu pembaca mengenalinya dan diapresiasikan secara benar sesuai dengan fungsinya :

a. Tipografi *Serif*

Jenis huruf *Serif* adalah huruf yang memiliki garis-garis kecil yang berdiri horizontal pada badan huruf. Garis-garis kecil ini biasa disebut juga counter stroke atau *Serif Bracketed*. Counter stroke inilah yang membuat jenis huruf serif lebih mudah dibaca karena garis tersebut

membantu menuntun mata pembaca melalui suatu garis teks. Sangat cocok digunakan untuk teks content atau isi karena nilai readability dan readability yang baik. Serif juga dapat disebut dengan *Old Style font*.

b. Tipografi *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 : *Helvetica (1957), Arial, Futura, Avant Garde, Bitstream Vera Sans, Century Gothic* dan lain sebagainya.

3.7 Layout

Layout dapat dijabarkan sebagai tata letak elemen-elemen desain terhadap suatu bidang dalam media tertentu untuk mendukung konsep/pesan yang dibawanya. Melayout adalah salah satu proses/tahapan kerja dalam desain. Dapat dikatakan bahwa desain merupakan arsiteknya. Namun definisi layout dalam perkembangannya sudah sangat meluas dan melebur dengan definisi desain itu sendiri, sehingga banyak orang mengatakan bahwa melayout itu sama dengan mendesain. Proses membuat layout adalah merengkaikan unsur-unsur tertentu menjadi susunan yang baik dan dapat mencapai tujuan tertentu (Surianto Rustan, 2014: 1).

3.7.1 Grid System

Sebuah grid diciptakan sebagai solusi terhadap permasalahan penataan elemen-elemen visual dalam sebuah ruang. Grid systems digunakan sebagai perangkat untuk mempermudah menciptakan sebuah komposisi visual. Melalui

grid system seorang perancang grafis dapat membuat sebuah sistematika guna menjaga konsistensi dalam melakukan repetisi dari sebuah komposisi yang sudah diciptakan. Tujuan utama dari penggunaan grid systems dalam desain grafis adalah untuk menciptakan suatu rancangan yang komunikatif dan memuaskan secara estetik.

3.7.2 The Golden Section

Sebelum kita bisa membuat grid, kita memerlukan sebuah halaman untuk meletakkannya. Di bidang seni grafis, proporsi agung menjadi dasar pembuatan ukuran kertas dan prinsip tersebut dapat digunakan untuk menyusun keseimbangan sebuah desain. Proporsi agung sudah ditemukan sejak jaman kuno untuk menghadirkan proporsi yang sangat sempurna dan indah.

Dalam semua kasus yang terjadi, layout seharusnya mempertimbangkan bagaimana cara mencapai

1. Pemanfaatan lebih tinggi atas ruang, fasilitas dan tenaga kerja.
2. Perbaikan aliran informasi, barang atau tenaga kerja.
3. Meningkatkan moral kerja dan kondisi keamanan yang lebih baik
4. Meningkatkan interaksi perusahaan dengan konsumen.
5. Peningkatan fleksibilitas.

Dari waktu ke waktu, desain layout perlu dipertimbangkan sebagai sesuatu yang dinamis dan punya fleksibilitas.

BAB IV

DESKRIPSI PEKERJAAN

4.1 Desain Media Promosi Asian Games 2018

Asian Games 2018 merupakan ajang para atlit untuk bertanding melawan berbagai negara. Sedangkan Dinas Komunikasi dan Informatika turut memeriahkan acara Asian Games 2018 dengan menggunakan media promosi agar masyarakat sekitar mengetahui bahwa ajang para atlit bertanding ini untuk mengharumkan nama bangsa Indonesia. Dengan beberapa media promosi seperti flyer, brosur, x-banner, spanduk, baliho dan umbul-umbul.

4.2 Brief

Merayakan acara Asian Games 2018 di Indonesia sebagai tuan rumah di tahun ini agar masyarakat luas ikut merayakan acara ini melalui desain media promosi. Gaya desain yang digunakan dapat dinikmati oleh semua masyarakat dan dapat membantu juga dalam acara Asian Games 2018. Desain media promosi yang digunakan ialah :

a. Brosur

Brosur berukuran A4 dengan lipatan 2 dengan bertemakan meriahkan Asian Games 2018 dengan desain model simple. Dan desain brosur ini menggunakan karakter Asian Games 2018 bernama Atung, Bhin Bhin, Kaka di tambah dengan warna identik Kominfo berwarna biru.

b. Flyer

Flyer merupakan media yang banyak dijumpai di banyak tempat, yaitu berbentuk selebaran kertas berukuran A5 dan dibagi-bagikan di tempat tertentu dan orang bebas bisa mengambil serta menyimpannya. Dan desain flyer ini menggunakan karakter Asian Games 2018 bernama Atung, Bhin Bhin, Kaka di tambah dengan warna identik dari Kominfo berwarna biru.

c. X-Banner

X-banner merupakan media promosi yang bisa diletakkan dimana saja dan x-banner itu berukuran 180 cm x 80 cm, tema yang diambil itu menggunakan karakter Asian Games 2018 bernama Bhin-Bhin ditambah dengan warna identik dari Kominfo berwarna biru.

d. Baliho

Baliho merupakan media luar ruang yang sering dipakai untuk melakukan suatu promosi dan baliho ini berukuran 500 cm x 300 cm. Desain Baliho ini menggunakan karakter Asian Games 2018 dan menggunakan foto Gubernur Jawa Timur dan Wakil Gubernur Jawa Timur ditambah dengan warna identik dari Kominfo berwarna biru.

e. Spanduk

Spanduk merupakan media yang sering kita temui di sepanjang jalan. Biasanya terlihat membentang di jalan-jalan yang strategis dan dilalui banyak orang dan spanduk ini berukuran 300 cm x 100 cm. Desain yang digunakan menggunakan karakter dari Asian Games 2018 bernama Bhin-

Bhin dan menggunakan foto Gubernur Jawa Timur dan Wakil Gubernur Jawa Timur.

f. Umbul-Umbul

Umbul-umbul merupakan media kain yang didirikan di pinggir jalan. Media ini biasa digunakan sebagai penunjuk arah suatu acara dan ukuran umbul-umbul ini berukuran 90 cm x 400 cm. Desain tema yang digunakan ini menggunakan karakter Asian Games 2018 bernama Bhin-Bhin ditambah dengan warna identik dari Kominfo berwarna biru dan berisi info tentang nama-nama karakter Asian Games 2018 itu sendiri.

4.3 Konsep

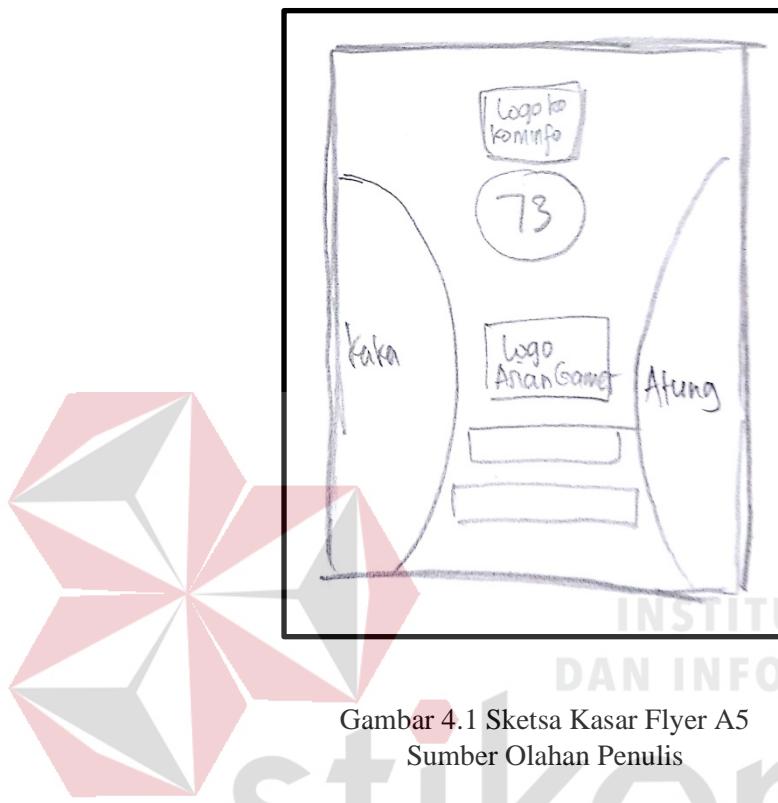
Konsep merupakan hal yang paling penting dalam pembuatan suatu desain, sebagai acuan dan terarah, sehingga menjadikan suatu desain itu memiliki nilai yang tinggi. Dalam pembuatan media promosi, sebelum dalam tahap desain, dirumuskanlah konsep terlebih dahulu dengan mengumpulkan data-data yang telah diperoleh dari brief yang sudah diberikan sebelumnya. Sehingga setelah dikumpulkannya data yang diperoleh maka dirumuskan konsep yaitu, media promosi bertema Asian Games 2018.

4.4 Perancangan Karya

Setelah mengetahui konsep yang akan dipakai, untuk perancangan karya awalnya dimulai dari mencari referensi melalui internet dan buku tentang media promosi.

4.5 Sketsa Kasar

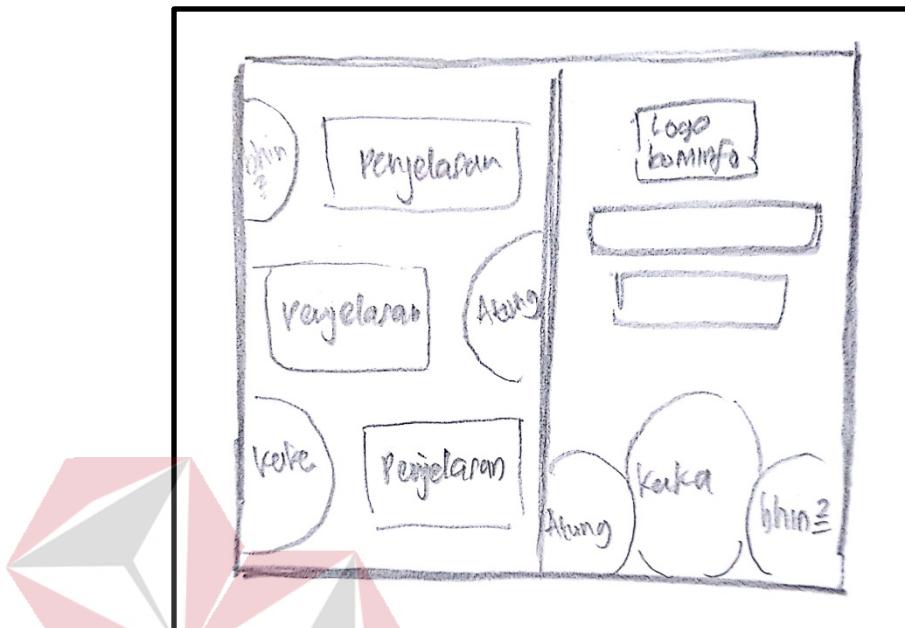
a. Sketsa Kasar Flyer A5



Gambar 4.1 Sketsa Kasar Flyer A5
Sumber Olahan Penulis

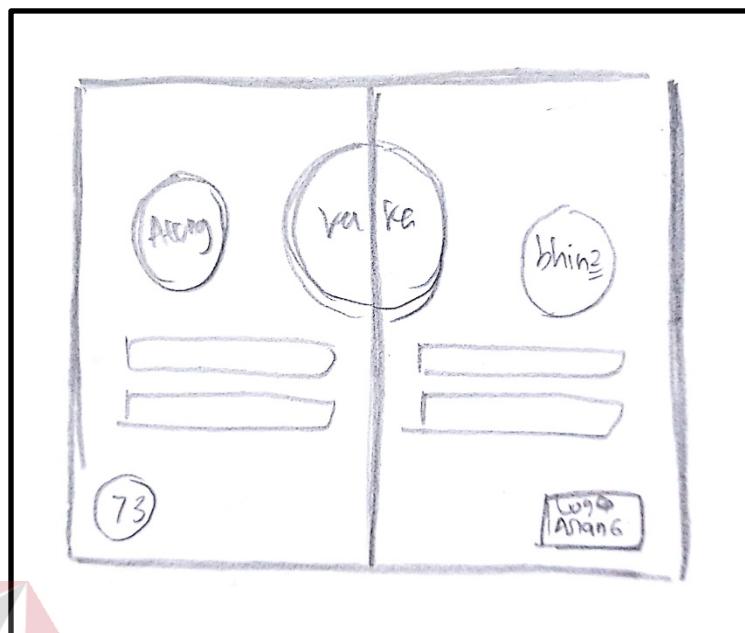
Desain flyer yang ada pada sketsa kasar ini menggunakan karakter Asian Games 2018 di bagian kanan kiri samping yang bernama Kaka dan Atung. Untuk bagian tengahnya diberikan logo Kominfo, logo Kemerdekaan, logo Asian Games 2018 dan diberikan penjelasan mengenai Asian Games 2018 kepada masyarakat sekitar.

b. Sketsa Kasar Brosur A4



Gambar 4.2 Sketsa Kasar Brosur Tampak Depan
Sumber Olahan Penulis

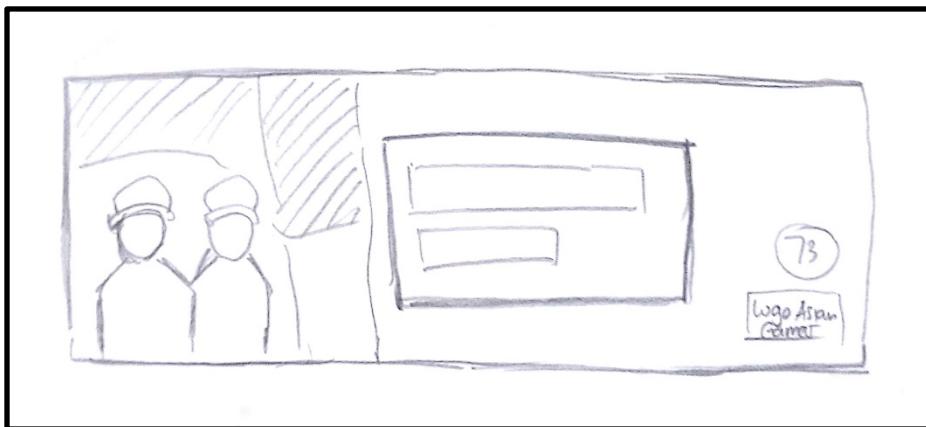
Desain yang ada pada sketsa kasar brosur tampak depan ini memiliki kesamaan seperti desain flyer hanya bagian sebelah kanan logo kominfo berada di atas dan di berikan penjelasan tentang Asian Games 2018. Sedangkan di bawahnya diberikan karakter Asian Games 2018 yang bernama Atung, Kaka, Bhin-Bhin. Untuk sebelah kiri diberikan karakter Asian Games 2018 juga dan di berikan penjelasan tentang karakter Asian Games 2018 yang bernama Bhin-Bhin, Atung, Kaka.



Gambar 4.3 Sketsa Kasar Brosur Tampak Belakang
Sumber Olahan Penulis

Desain yang ada pada sketsa kasar brosur tampak belakang ini diberikan karakter Asian Games 2018 yang bernama Kaka, Atung, Bhin-Bhin. Selain itu di berikan penjelasan untuk masyarakat yang ikut memeriahkan acara Asian Games 2018 dan di berikan logo Kemerdekaan dan logo Asian Games 2018.

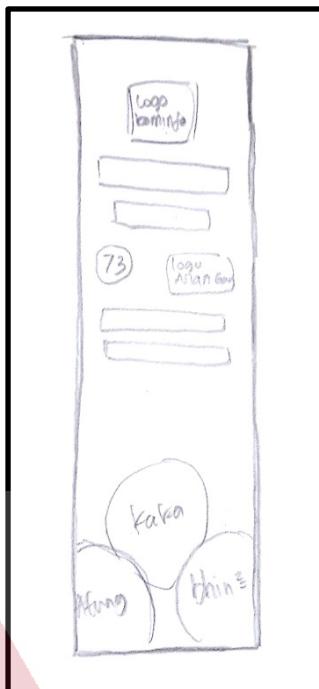
c. Sketsa Kasar Spanduk



Gambar 4.4 Sketsa Kasar Spanduk
Sumber Olahan Penulis

Pada desain yang digunakan untuk sketsa kasar spanduk ini menggunakan gambar Gubernur Jawa Timur dan Wakil Gubernur. Untuk bagian tengahnya di berikan informasi kepada masyarakat agar mematuhi peraturan selama acara berlangsung. Sedangkan bagian sebelah kanan bawah diberikan logo Kemerdekaan dan logo Asian Games 2018.

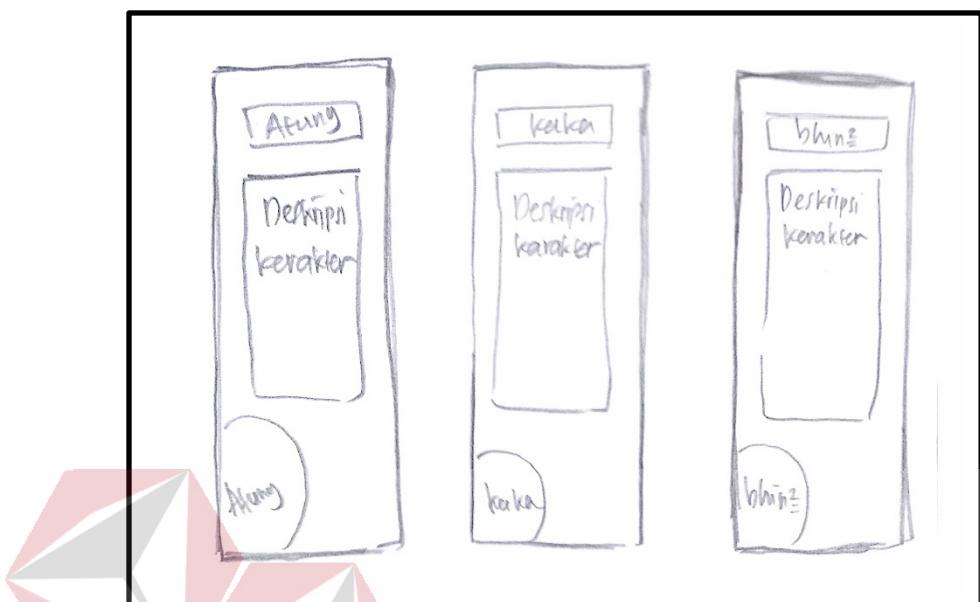
d. Sketsa Kasar Umbul-Umbul



Gambar 4.5 Sketsa Kasar Umbul-Umbul
Sumber Olahan Penulis

Desain yang disematkan pada sketsa kasar umbul-umbul ini hampir memiliki kesamaan dengan desain sketsa yang sebelumnya hanya letaknya saja yang berbeda. Untuk bagian atas diberikan logo Kominfo yang ikut serta andil dalam acara Asian Games 2018 dan diberikan penjelasan untuk masyarakat agar mematuhi peraturannya. Sedangkan bagian bawah di berikan logo Kemerdekaan, logo Asian Games 2018 dan karakter dari Asian Games 2018 yang bernama Atung, Kaka, Bhin-Bhin.

e. Sketsa Kasar X-Banner

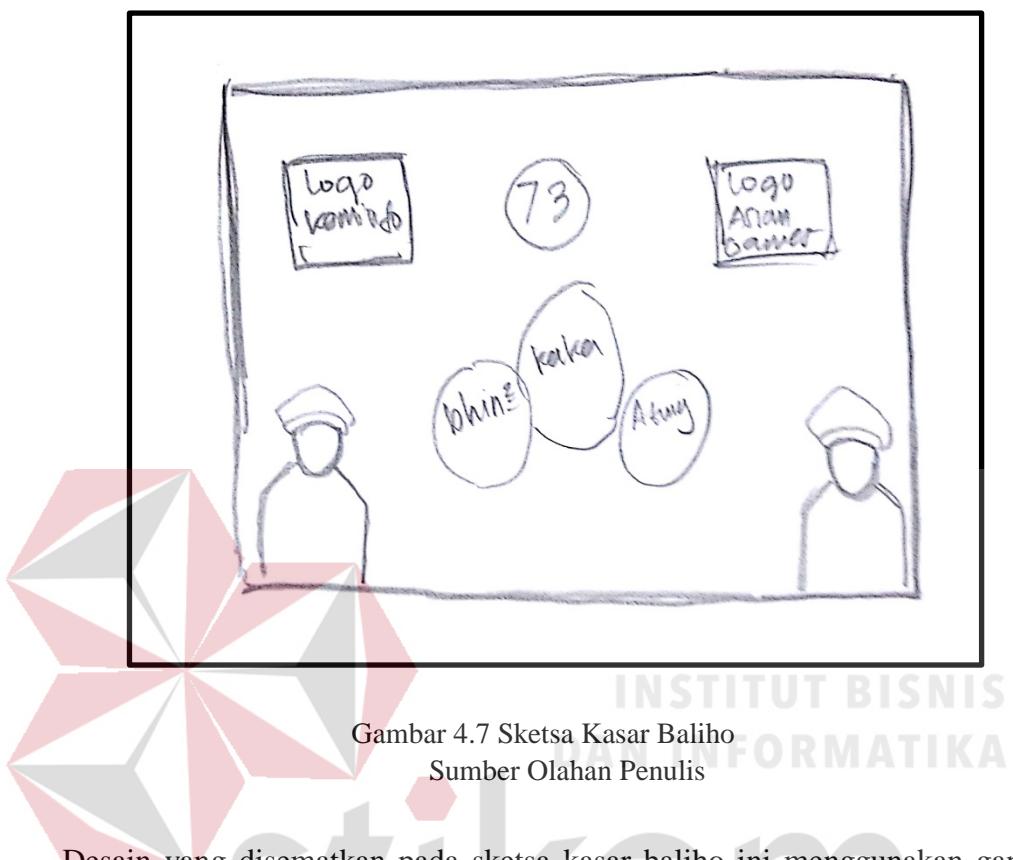


Gambar 4.6 Sketsa Kasar X-Banner

Sumber Olahan Penulis

Desain yang disematkan pada sketsa kasar x-banner ini menggunakan karakter berbeda-beda dan di berikan penjelasan tentang karakter Asian Games 2018 yang ada di desain x-banner tersebut.

f. Sketsa Kasar Baliho



Gambar 4.7 Sketsa Kasar Baliho
Sumber Olahan Penulis

Desain yang disematkan pada sketsa kasar baliho ini menggunakan gambar Gubernur Jawa Timur dan Wakil Gubernur. Di bagian tengahnya diberikan karakter Asian Games 2018 yang bernama Bhin-Bhin, Kaka, Atung dan diberikan logo Kemerdekaan dan logo Asian Games 2018.

4.6 Implementasi Karya

4.6.1 Desain Sketsa Terpilih

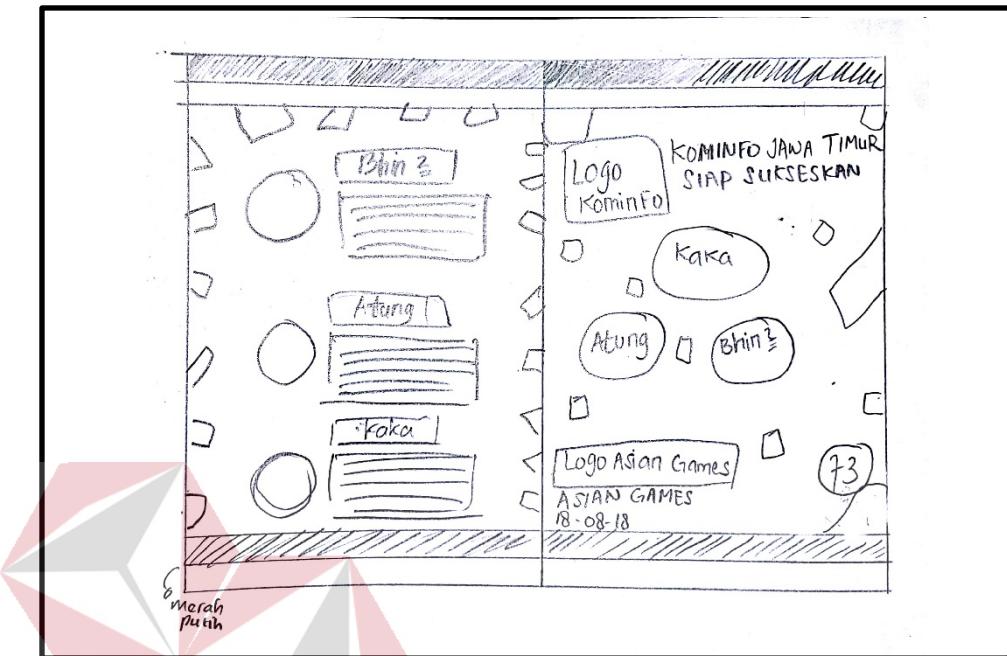
a. Desain Flyer A5



Gambar 4.8 Sketsa Terpilih Flyer A5

Sumber Olahan Penulis

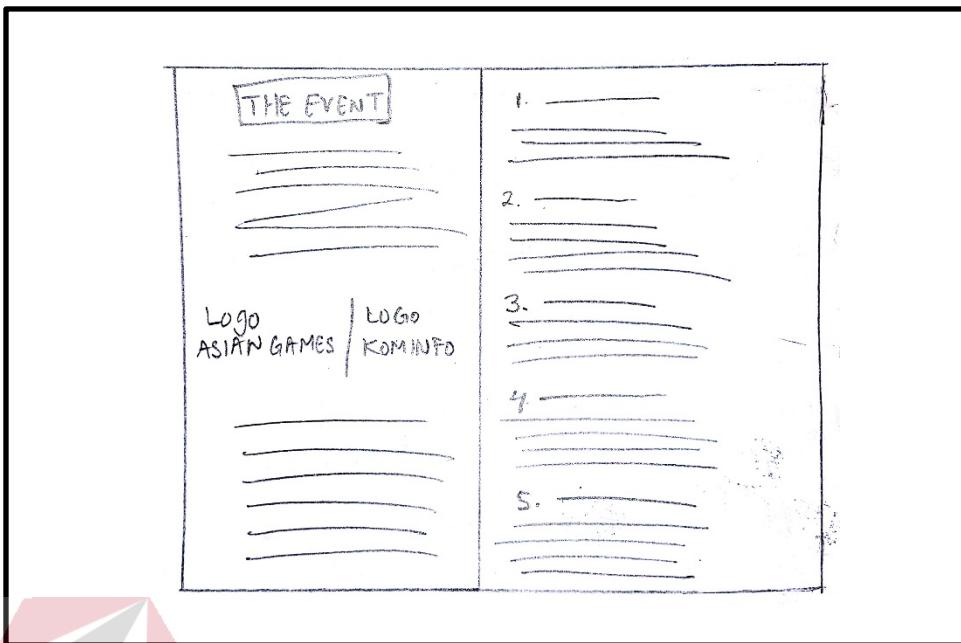
Sketsa flyer ini terpilih karena sesuai dengan tema Asian Games 2018 yang digunakan dan di beri karakter dari Asian Games 2018. Lalu di tampilkan logo Asian Games dan logo Kominfo sendiri yang ikut andil dalam mendukung/mensuport acara tersebut. Di bagian atas bawah di beri bendera merah putih tujuannya Indonesia memberikan support untuk acara Asian Games 2018 dan di beri logo Kemerdekaan Indonesia di bagian sebelah kanan bawah.

b. Desain Brosur A4

Gambar 4.9 Sketsa Terpilih Brosur Tampak Depan

Sumber Olahan Penulis

Pada sketsa brosur pada bagian sebelah kanan depan brosur secara keseluruhan sama seperti dengan sketsa flyer, namun yang menjadi pembeda hanya motif vector. Lalu pada tampak samping menampilkan 3 karakter yang masing-masing dari atas adalah Bhin-Bhin, Atung, Kaka, lalu diberikan deskripsi singkat mengenai nama-nama karakter Asian Games 2018. Lalu pada bagian background memiliki kesamaan warna, namun motif berbeda.

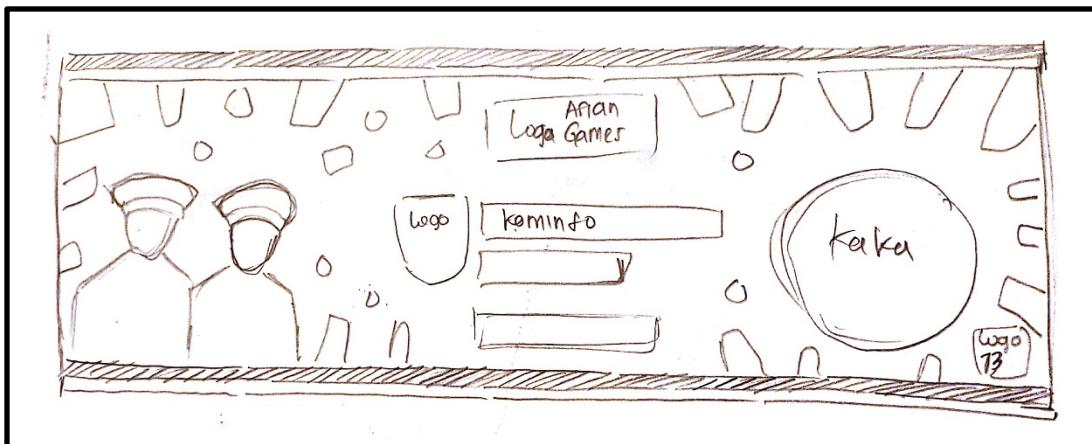


Gambar 4.10 Sketsa Terpilih Brosur Tampak Belakang

Sumber Olahan Penulis

Pada sketsa brosur bagian tampak belakang di sebelah kiri menjelaskan informasi mengenai event Asian Games 2018 dan sebelah kanan bagian belakang brosur juga memberikan informasi kepada masyarakat dan memberikan support untuk para atlit di Asian Games 2018.

c. Desain Spanduk

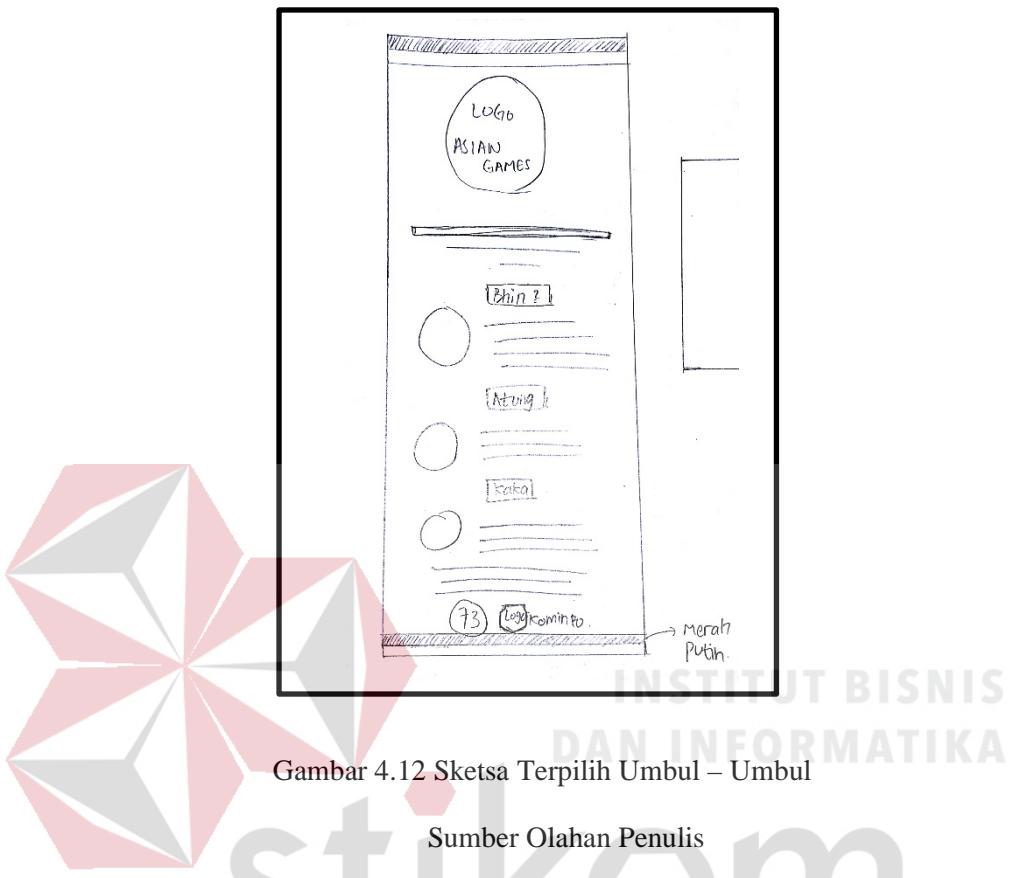


Gambar 4.11 Sketsa Terpilih Spanduk

Sumber Olahan Penulis

Pada bagian sketsa spanduk terpilih karena menonjolkan ada gambar gubernur dan wakil gubernur yang ikut serta meriahkan acara Asian Games 2018. Sedangkan sebelah kanan ada karakter bernama Kaka dan ada logo Kemerdekaan 17 an yang ikut serta mensupport dan meriahkan acara Asian Games 2018.

d. Desain Umbul - Umbul



Gambar 4.12 Sketsa Terpilih Umbul – Umbul

Sumber Olahan Penulis

Pada sketsa Umbul-umbul yang terpilih ini karena menjelaskan nama-nama karakter dari Asian Games 2018 itu sendiri. Di bagian atas bawah umbul-umbul di sematkan bendera merah putih dan pada desain umbul-umbul ini di berikan logo Kemerdekaan dan logo dari Kominfo sendiri yang ikut dalam andil dalam acara meriahkan atau mensuport Asian Games 2018.

e. Desain X-Banner

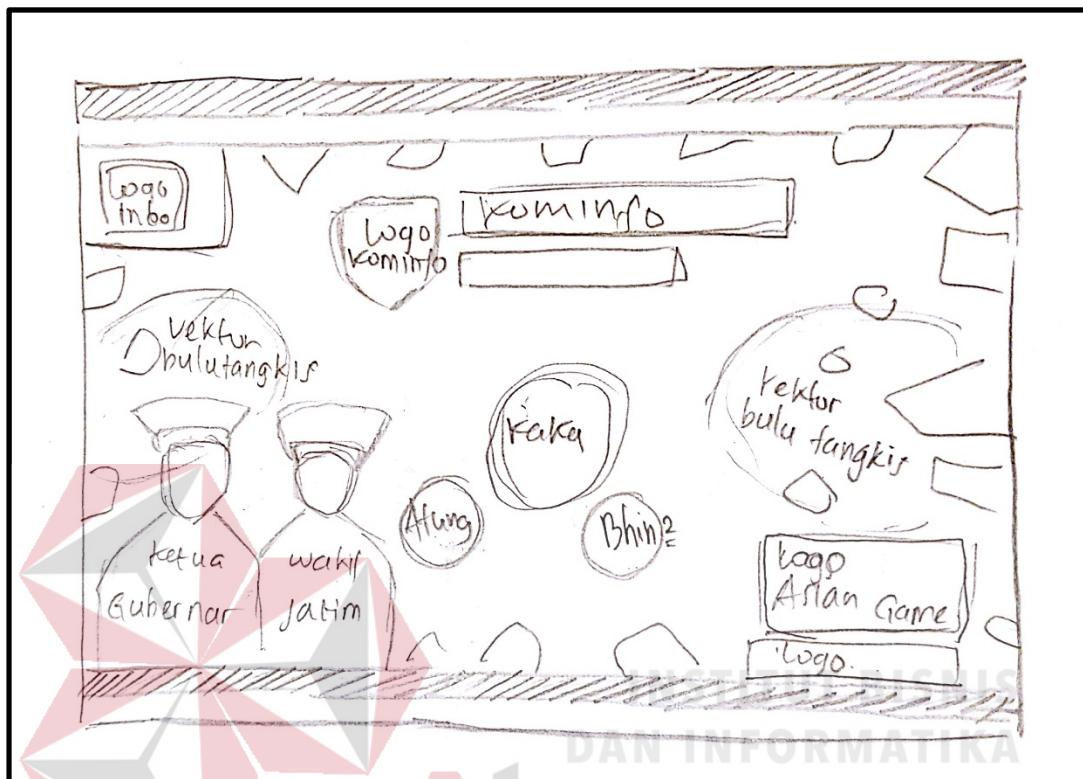


Gambar 4.13 Sketsa Terpilih X-Banner

Sumber Olahan Penulis

Pada sketsa x-banner yang terpilih ini menggunakan karakter dari Asian Games 2018 yang berbeda-beda dan di berikan logo dari Kominfo sendiri itu untuk mensuport dan meriahkan acara Asian Games 2018 yang ada di Indonesia. Untuk desain x-banner juga diberikan vector dari Asian Games 2018.

f. Desain Baliho



Gambar 4.14 Sketsa Terpilih Baliho

Sumber Olahan Penulis

Pada sketsa baliho yang terpilih ini menggunakan vector bulu tangkis dan gambar dari Gubernur Jawa Timur dan Wakil Gubernur. Di tengah-tengah di berikan karakter dari Asian Games 2018 dan di berikan logo dari Asian Games 2018 dan logo Kominfo yang ikut meriahkan acara/mensuport acara Asian Games 2018 itu sendiri.

4.6.2 Implementasi Desain

a. Desain Flyer A5 (20 cm x 15 cm)



Gambar 4.15 Desain Flyer A5

Sumber Olahan Penulis

Spesifikasi Karya :

Karya : Flyer A5

Konsep Kemasan : Media promosi dengan desain modern yang memiliki tema

Asian Games 2018

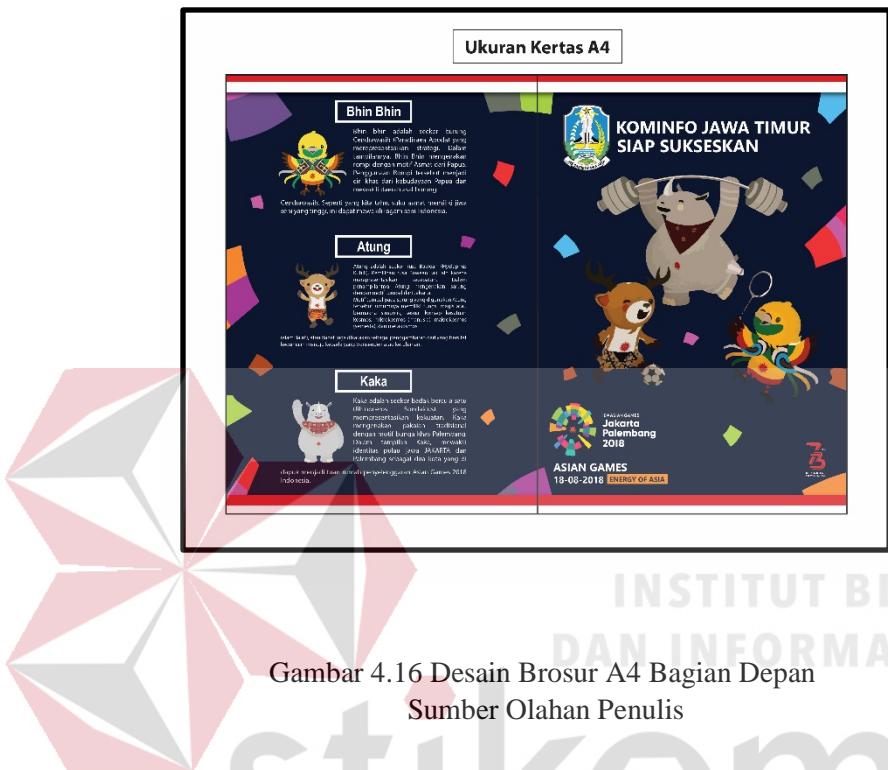
Ukuran : 20 cm x 15 cm

Media : HVS Paper

Menampilkan desain media promosi Flyer dengan menggunakan ukuran A5, dengan ukuran 20 cm x 15 cm. Pada desain Flyer ini menggunakan karakter dari Asian Games 2018 sebagai objek utama pada media Flyer ini. Dengan menampilkan 3 karakter yang masing – masing dari kiri adalah Atung, Kaka dan Bhin-bhin. Pemilihan gambar tersebut karena mewakili dari cabang olahraga yang ada di Asian Games 2018. Lalu ditampilkannya juga logo dan nama dari Kominfo Jawa Timur, sebagai bentuk pengenal diri bahwa pagelaran Asian Games ini Kominfo turut ikut serta mendukung dan mensupport acara tersebut. Penggunaan warna dasar biru gelap tersebut bermaksud memberikan *contrast* sehingga isi dari konten media promosi tersebut sangat terlihat dan mudah dibaca jelas. Pada bagian ujung atas dan ujung bawah disematkannya sebuah bendera merah putih memanjang dari kanan ke kiri, memberikan tanda bahwa bendera Indonesia Raya harus berkibar. Lalu pada bagian *background* di sematkan sebuah vector dari beberapa warna dan bentuk yang menjadi simbol atmosfer atau aura kemeriahinan atau ikut memeriahkan pagelaran acara Asian Games 2018 ini.

b. Desain Brosur A4 (21 cm x 30 cm)

Bagian Depan



Gambar 4.16 Desain Brosur A4 Bagian Depan
Sumber Olahan Penulis

Spesifikasi Karya :

Karya

: Brosur A4 Bagian Depan

Konsep Kemasan : Media promosi dengan desain modern yang memiliki tema

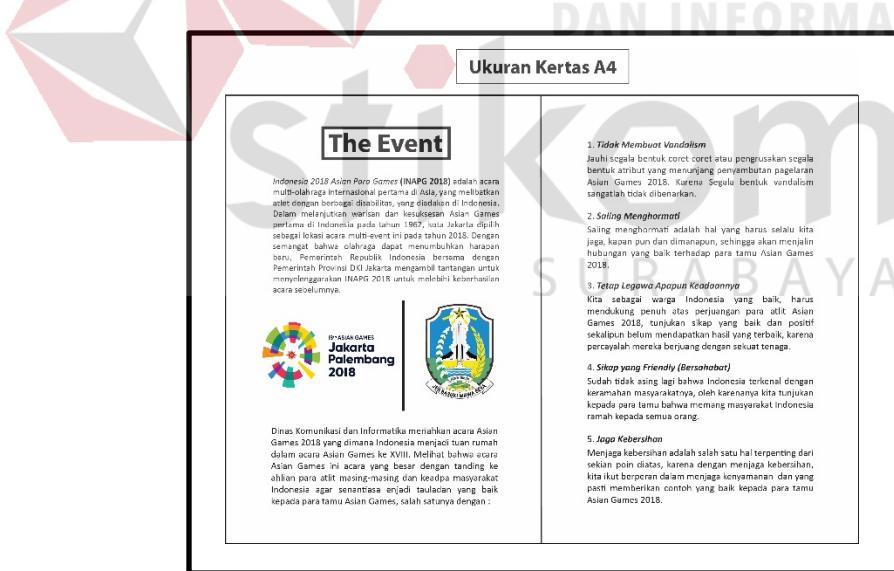
Asian Games 2018.

Ukuran : 21 cm x 30 cm

: HVS Paper

Menampilkan desain media promosi Brosur dengan menggunakan ukuran A4, dengan ukuran 21 cm x 30 cm. Desain ini memiliki 4 sisi, dengan 2 didepan dan 2 dibelakang, Pada desain Brosur ini juga menggunakan karakter dari Asian Games 2018 sebagai objek utama. Pada bagian ini memiliki desain yang sama dengan Flyer sebelumnya, dengan menampilkan 3 karakter yang masing – masing dari kiri adalah Atung, Kaka dan Bhin-bhin. Penyematan logo, pemilihan warna dan sebagainya.

Setelahnya pada bagian kiri depan Brosur terdapat penjelasan singkat dari setiap masing-masing karakter dari Asian Games 2018 tersebut. Sehingga memberikan informasi yang jelas untuk masyarakat yang memiliki keingintahuan penjelasan mengenai karakter tersebut.



Gambar 4.17 Desain Brosur A4 Bagian Belakang
Sumber Olahan Penulis

Pada tampilan belakang Brosur A4 bagian belakang, terdapat informasi mengenai *event* Asian Games 2018 dan juga informasi berupa himbauan kepada

masyarakat untuk dapat merayakan dan memberikan *support* pagelaran Asian Games 2018 dengan baik.

c. Desain Spanduk (300 cm x 100 cm)



Gambar 4.18 Desain Spanduk
Sumber Olahan Penulis

Spesifikasi Karya :

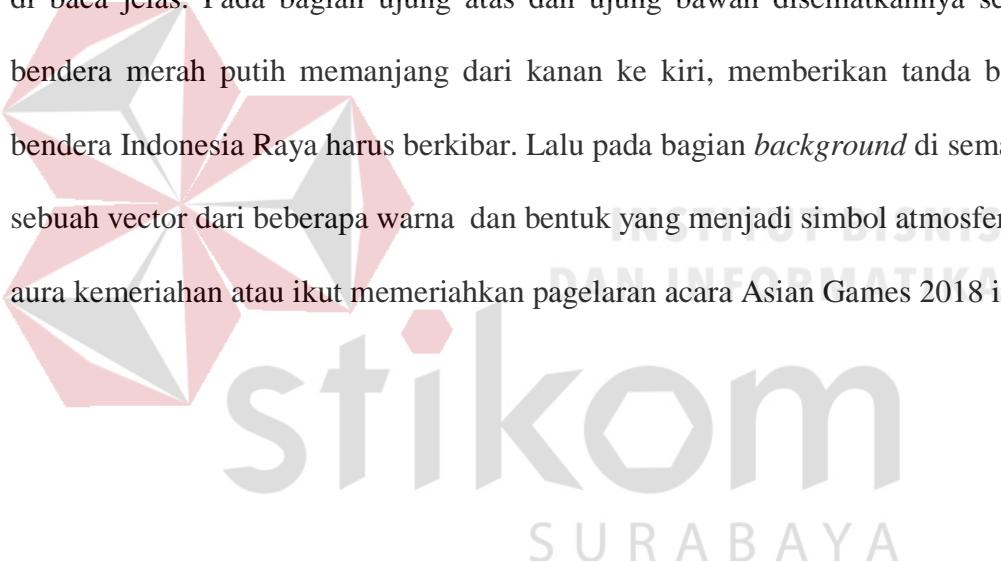
Karya : Desain Spanduk

Konsep Kemasan : Media promosi dengan desain modern yang memiliki tema Asian Games 2018..

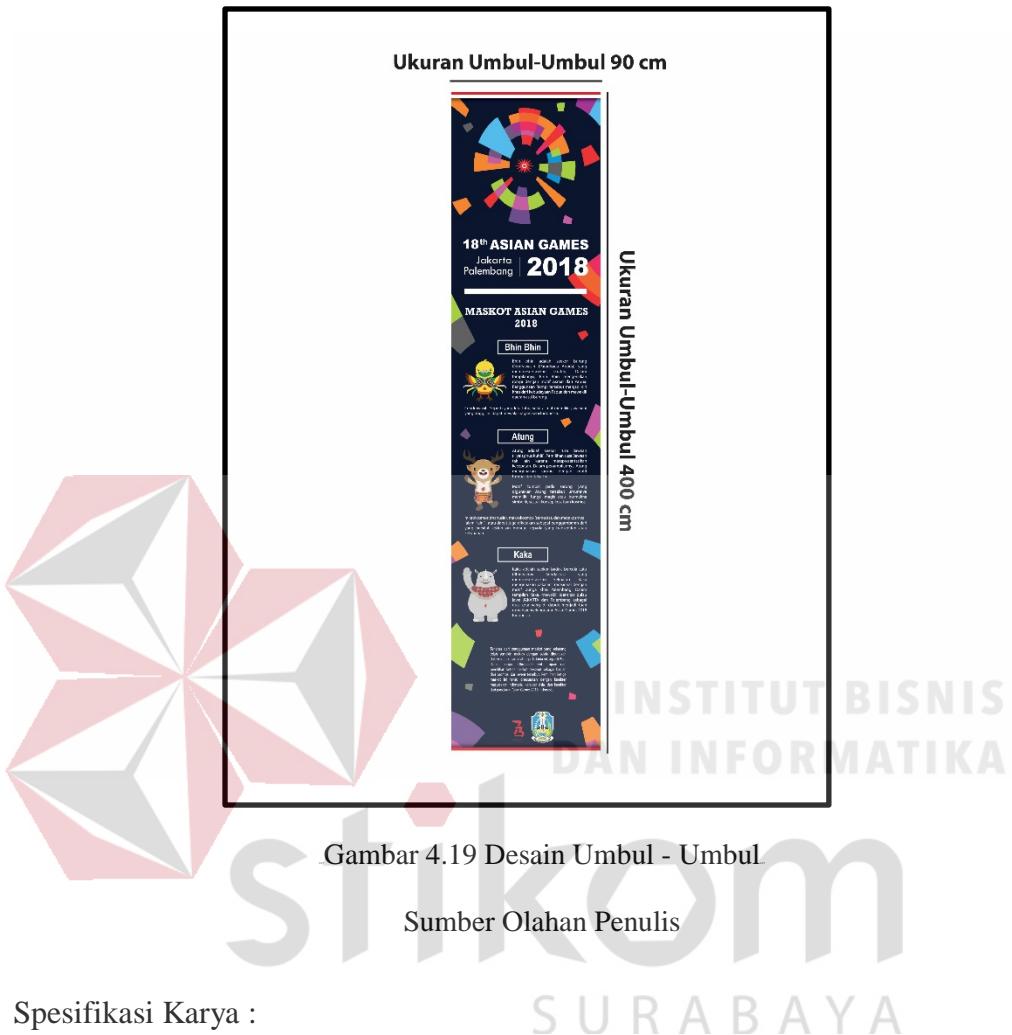
Ukuran : 300 cm x 100 cm

Pembuatan desain Spanduk ini masih memiliki kesamaan tema dengan media yang lain, namun untuk desain Spanduk sendiri memakai karakter dari Asian

Games 2018 ini bernama Kaka aja di tambah sebelah kiri dengan ada foto dari Gubernur dan Wakil Gubernur. Pemilihan gambar tersebut karena mewakili dari cabang olahraga yang ada di Asian Games 2018. Lalu ditampilkannya juga logo dan nama dari Kominfo Jawa Timur, sebagai bentuk pengenal diri bahwa pagelaran Asian Games ini Kominfo turut ikut serta mendukung dan mensupport acara tersebut. Penggunaan warna dasar biru gelap tersebut bermaksud memberikan *contrast* sehingga isi dari konten media promosi tersebut sangat terlihat dan mudah di baca jelas. Pada bagian ujung atas dan ujung bawah disematkannya sebuah bendera merah putih memanjang dari kanan ke kiri, memberikan tanda bahwa bendera Indonesia Raya harus berkibar. Lalu pada bagian *background* di sematkan sebuah vector dari beberapa warna dan bentuk yang menjadi simbol atmosfer atau aura kemeriahan atau ikut memeriahkan pagelaran acara Asian Games 2018 ini.



d. Desain Umbul-Umbul (90 cm x 400 cm)



Gambar 4.19 Desain Umbul - Umbul

Sumber Olahan Penulis

Spesifikasi Karya :

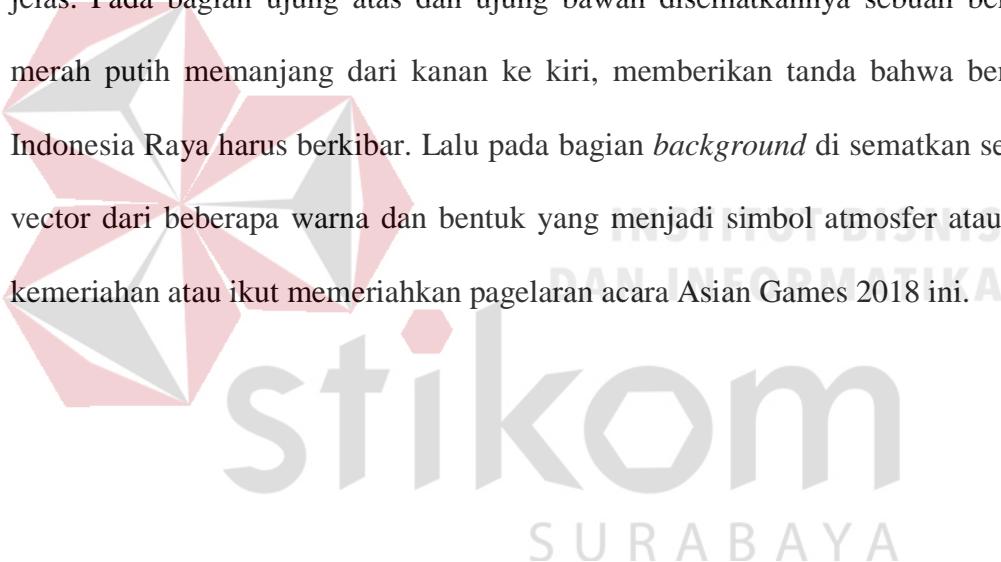
Karya : Umbul - Umbul

Konsep Kemasan : Media promosi dengan desain modern yang memiliki tema
Asian Games 2018

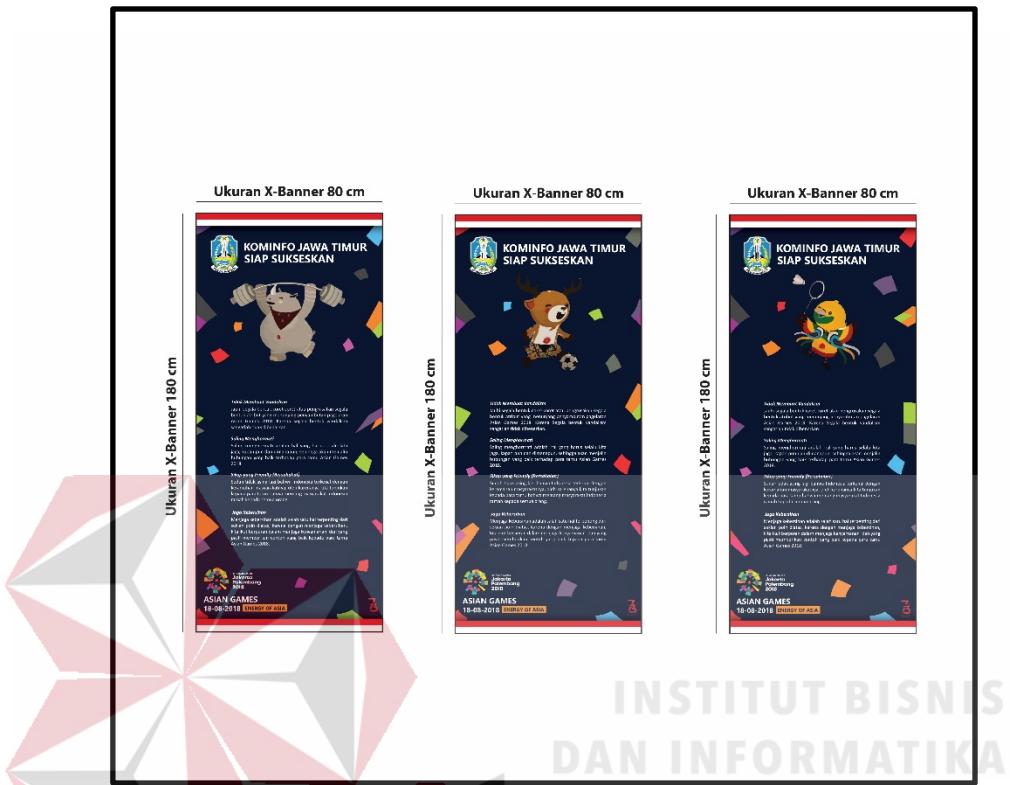
Ukuran : 90 cm x 400 cm

Menampilkan desain media promosi Umbul-Umbul dengan menggunakan ukuran 90 cm x 400 cm. Tema yang digunakan adalah Asian Games 2018 dengan

menggunakan karakter Bhin-Bhin, Atung dan Kaka, tema yang digunakan itu juga di jelaskan nama Bhin-Bhin sendiri berasal dari mana sebaliknya Atung dan Kaka juga sama di jelaskan berasal dari mana. Lalu ditampilkan juga logo dan nama dari Kominfo Jawa Timur, sebagai bentuk pengenal diri bahwa pagelaran Asian Games ini Kominfo turut ikut serta mendukung dan mensupport acara tersebut. Penggunaan warna dasar biru gelap tersebut bermaksud memberikan *contrast* sehingga isi dari konten media promosi tersebut sangat terlihat dan mudah di baca jelas. Pada bagian ujung atas dan ujung bawah disematkannya sebuah bendera merah putih memanjang dari kanan ke kiri, memberikan tanda bahwa bendera Indonesia Raya harus berkibar. Lalu pada bagian *background* di sematkan sebuah vector dari beberapa warna dan bentuk yang menjadi simbol atmosfer atau aura kemeriahan atau ikut memeriahkan pagelaran acara Asian Games 2018 ini.



e. Desain X-Banner (180 cm x 80 cm)



Gambar 4.20 Desain X-Banner.

Sumber Olahan Penulis

Spesifikasi Karya :

Karya : X-Banner

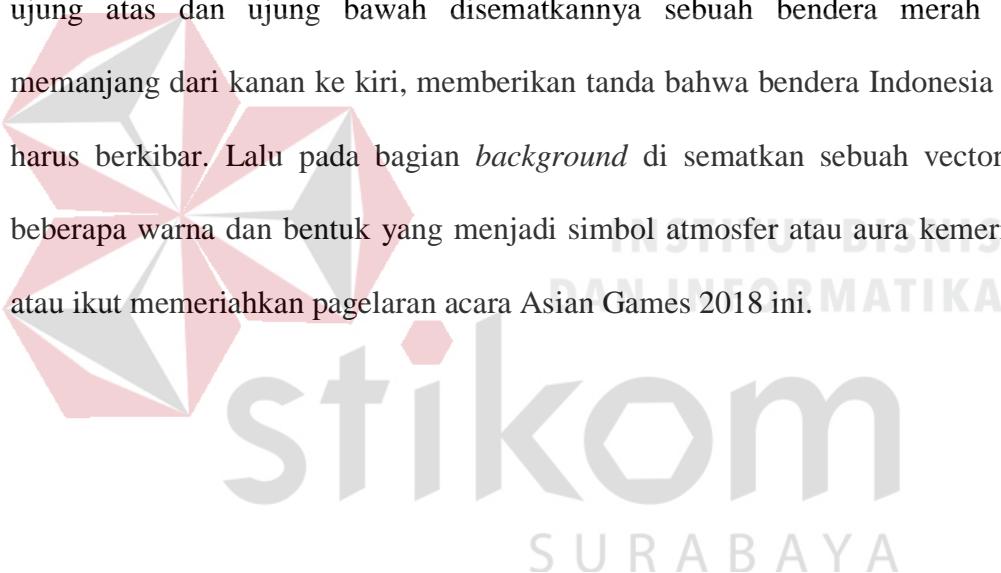
Konsep Kemasan : Media promosi dengan desain modern yang memiliki tema

Asian Games 2018

Ukuran : 180 cm x 80 cm

Dalam pembuatan 3 (tiga) desain x-banner ini sama dengan desain promosi lainnya, cuman bedanya tiap x-banner berbeda-beda karakter dari Asian Games

2018. Isi dari x-banner itu menjelaskan tentang untuk saling menjaga kebersihan, saling bersahabat, tidak membuat vandalism, dan saling menghormati kepada para tamu di Asian Games 2018. Lalu ditampilkannya juga logo dan nama dari Kominfo Jawa Timur, sebagai bentuk pengenal diri bahwa pagelaran Asian Games ini Kominfo turut ikut serta mendukung dan mensupport acara tersebut. Penggunaan warna dasar biru gelap tersebut bermaksud memberikan *contrast* sehingga isi dari konten media promosi tersebut sangat terlihat dan mudah di baca jelas. Pada bagian ujung atas dan ujung bawah disematkannya sebuah bendera merah putih memanjang dari kanan ke kiri, memberikan tanda bahwa bendera Indonesia Raya harus berkibar. Lalu pada bagian *background* di sematkan sebuah vector dari beberapa warna dan bentuk yang menjadi simbol atmosfer atau aura kemeriahinan atau ikut memeriahkan pagelaran acara Asian Games 2018 ini.



f. Desain Baliho (500 cm x 300 cm)



Gambar 4.21 Desain Baliho.

Sumber Olahan Penulis

Spesifikasi Karya :

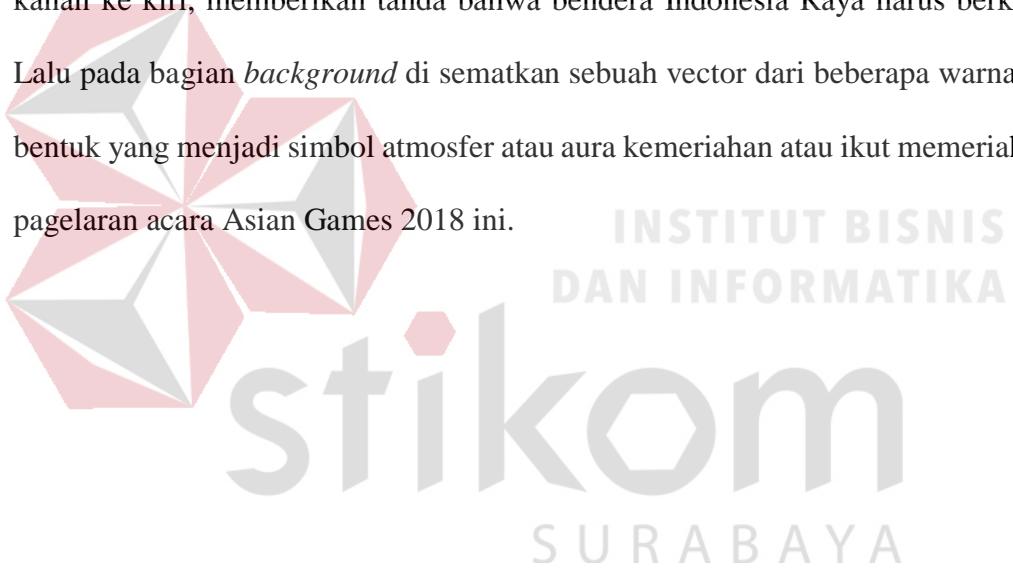
Karya : Baliho

Konsep Kemasan : Media promosi dengan desain modern yang memiliki tema Asian Games 2018

Ukuran : 500 cm x 300 cm

Menampilkan desain media promosi Baliho dengan menggunakan ukuran 500 cm x 300 cm dan menggunakan tema Asian Games 2018 dengan menggunakan

karakter Bhin-Bhin, Atung dan Kaka ditambah kanan kirinya di beri vector olahraga. Lalu ditampilkannya juga logo dan nama dari Kominfo Jawa Timur, sebagai bentuk pengenal diri bahwa pagelaran Asian Games ini Kominfo turut ikut serta mendukung dan mensupport acara tersebut. Penggunaan warna dasar biru gelap tersebut bermaksud memberikan *contrast* sehingga isi dari konten media promosi tersebut sangat terlihat dan mudah di baca jelas. Pada bagian ujung atas dan ujung bawah disematkannya sebuah bendera merah putih memanjang dari kanan ke kiri, memberikan tanda bahwa bendera Indonesia Raya harus berkibar. Lalu pada bagian *background* di sematkan sebuah vector dari beberapa warna dan bentuk yang menjadi simbol atmosfer atau aura kemeriahinan atau ikut memeriahkan pagelaran acara Asian Games 2018 ini.



BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dari proses pembuatan media promosi Asian Games 2018 dari Kominfo Jawa Timur, dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Media Promosi merupakan suatu alat untuk mengkomunikasikan suatu produk / jasa / image / perusahaan ataupun yang lain untuk dapat lebih dikenal masyarakat lebih luas. Pada acara Asian Games 2018 ini, Kominfo Jawa Timur juga turut mensupport dan meramaikan acara tersebut dengan menggunakan media promosi dengan diantaranya adalah Brosur, Flyer, X-Banner, Spanduk, Umbul-umbul dan Baliho. Dari media promosi tersebut ada yang berisikan mengenai penjelasan informasi acara, penjelasan informasi dari karakter dan juga himbauan untuk masyarakat terkait acara Asian Games 2018.
2. Untuk Konten yang ada pada media promosi terdapat beberapa macam, seperti konten yang bermuatkan informasi acara adalah sebagai bentuk informasi singkat mengenai acara pagelaran Asian Games 2018, dengan begitu masyarakat mengetahui dengan baik dan jelas acara tersebut. Lalu untuk konten yang bermuatkan penjelasan dari karakter Asian Games 2018 adalah sebagai bentuk rincian dari masing-masing karakter, sehingga tidak menimbulkan tanda tanya dikalangan masyarakat mengenai maksud dari karakter tersebut. Lalu untuk informasi himbauan kepada masyarakat adalah bentuk *support* yang baik dan bijak yang harus dilakukan oleh masyarakat untuk para atlit Asian Games 2018. Sehingga masyarakat dapat

merespon dengan baik dan bijak saat para atlit yang mendapatkan juara ataupun bahkan saat terpaksa kalah dari tim lawan.

5.2 Saran

Dari desain media promosi yang dibuat ini, masih terdapat beberapa kekurangan yang diharapkan di kemudian hari dapat diperbaiki oleh pihak lain. Beberapa kekurangan tersebut antara lain :

1. Desain dapat sewaktu-waktu bertambah, mengingat desain media promosi yang dapat dikembangkan lagi menjadi beberapa alternatif desain media



DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku :

Cangara, Hafied H, 2006, Pengantar Ilmu Komunikasi, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.

Dameria, Anne. 2007. Color Basic : Panduan Dasar Warna Untuk Desainer & Industri Grafika. Jakarta. Link Match Graphic

Djaslim Saladin . 2003. Manajemen Pemasaran (Analisis, Perencanaan,

Pelaksanaan dan Pengendalian). Bandung : Linda Karya.

Kusrianto, Adi. 2007. Pengantar Desain Komunikasi Visual. Andi Publisher

M. Ds Ni Nyoman Sri Witari, S. Sn. Dan Drs. I Gusti Nyoman Widnyana, M. Eg. 2014. *Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta. Graha Ilmu.

Rustan, Surianto, Ssn. 2014. Layout, Dasar & Penerapannya. Jakarta. PT. Gramedia

Pustaka Utama

Sipahelut, Atisah. 1991. Dasar-Dasar Desain. Jakarta. CV. Gravik Indah

Tjiptono, Fandy. 2002. Strategi Pemasaran.Yogyakarta: Penerbit Andi.

Triadi, Darwis. 2014. Color Vision (Panduan Bagi Fotografer Dalam Memahami Dan Menggunakan Warna). Jakarta. PT Kompas Media Nusantara

Sumber Internet :

www.pelajar.co.id

www.bitebrands.com