



**PERANCANGAN DESAIN LOGO DAN MEDIA CETAK EVENT EXPO
PROPERTI 2020 OLEH CV CITRA PAMERINDO ABADI**

KERJA PRAKTIK

Program Studi

S1 Desain Komunikasi Visual

Oleh :

Bayu Aji Samudra

16420100052

**FAKULTAS TEKNOLOGI DAN INFORMATIKA
UNIVERSITAS DINAMIKA
2020**

**PERANCANGAN DESAIN LOGO DAN MEDIA CETAK EVENT EXPO
PROPERTI 2020 OLEH CV CITRA PAMERINDO ABADI**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan

Mata Kuliah Kerja Praktik



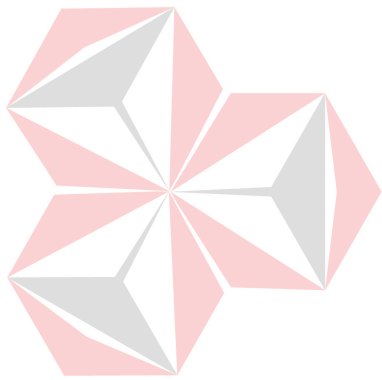
Disusun Oleh :

Nama : BAYU AJI SAMUDRA
NIM : 16420100052
Program : S1 (Strata Satu)
Jurusan : Desain Komunikasi Visual

**FAKULTAS TEKNOLOGI DAN INFORMATIKA
UNIVERSITAS DINAMIKA**

2020

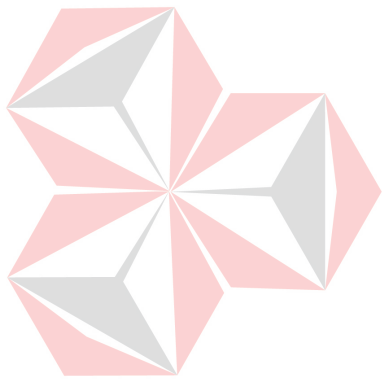
LEMBAR MOTTO



UNIVERSITAS
Dinamika

“Do. Or do not. There is no try.”

LEMBAR PERSEMBAHAN



UNIVERSITAS
Dinamika

*Saya persembahkan laporan kerja praktik ini terutama kepada diri
saya sendiri, kedua orangtua saya, keluarga, serta semua pihak
yang telah membantuku, Terima kasih.*

LEMBAR PENGESAHAN

PERANCANGAN DESAIN LOGO DAN MEDIA CETAK EVENT EXPO

PROPERTI 2020 OLEH CV CITRA PAMERINDO ABADI

Laporan Kerja Praktik oleh

Bayu Aji Samudra

NIM : 16420100052

Telah diperiksa, diuji dan disetujui



UNIVERSITAS

Dinamika

Surabaya, 15 Januari 2020

Disetujui :

Dosen Pembimbing

Florens Debora Patricia, M.Pd.

NIDN. 0720048905

Penyelia



H.M Zaenal Abidin Ir.

Mengetahui,



Ketua Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual
Fakultas Teknologi dan Informatika

UNIVERSITAS

Dinamika

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

NIDN. 0726027101

SURAT PERNYATAAN

PERSETUJUAN PUBLIKASI DAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Sebagai mahasiswa Universitas Dinamika, saya:

Nama : Bayu Aji Samudra

NIM : 16420100052

Program Studi : S1 Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Teknologi dan Informatika

Jenis Karya : Laporan Kerja Praktik

Judul Karya : **PERANCANGAN DESAIN LOGO DAN MEDIA CETAK
EVENT EXPO PROPERTI 2020 OLEH CV CITRA
PAMERINDO ABADI**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa:

1. Demi pengembangan Ilmu Pengetahuan, Teknologi dan Seni, saya menyetujui memberikan kepada Universitas Dinamika Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*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 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, 15 Januari 2020



METERAI
TEMPEK
788B7A1F119785855
6000
ENAM RIBU RUPIAH

Bayu Aji Samudra

NIM. 16420100052

ABSTRAK

Perusahaan EO (*Event Organizer*) adalah pengelola suatu kegiatan (Pengorganisir Acara). CV Citra Pamerindo Abadi merupakan sebuah EO yang memiliki tugas untuk menangani sebuah acara atau *event*. Seperti sebagian besar *event organizer* lebih mengarah pada profesi, yaitu suatu lembaga baik formal maupun non formal. Sebuah EO (*Event Organizer*) juga memiliki tugas untuk membuat logo dan media cetak untuk sebuah *event* yang akan di selenggarakan. Permasalahan tersebut diselesaikan dengan cara merancang desain media cetak serta merancang logo yang menarik dan sesuai dengan karakteristik *event* yang akan di selenggarakan sehingga dapat menarik minat para audiens. Proses perancangan logo dan media cetak pada sebuah *event* dibuat berdasar tahapan-tahapan berikut: sketsa, rancangan karya, logogram, warna dan tipografi. Dengan demikian pesan yang terdapat pada desain logo dan media cetak tersampaikan dengan efektif dan mudah diterima oleh calon audiens. Kerja praktik ini menghasilkan rancangan media cetak dan logo untuk digunakan pada *event* Expo Properti 2020 CV Citra Pamerindo Abadi. Selama pelaksanaan kerja praktik, Penulis mendapatkan pengetahuan tentang desain logo dan media cetak, serta mendapatkan pengalaman dalam dunia bekerja di perusahaan. Diharapkan hasil kerja praktik ini dapat menjadi referensi bagi mahasiswa dan masyarakat saat melakukan perancangan logo dan media cetak untuk *event-event* Properti yang lainnya.

Kata Kunci : *Perancangan Logo, Perancangan Media Cetak, Event Organizer, Event, Expo Properti.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Pelaksanaan Kerja Praktik ini. Kerja Praktik ini merupakan salah satu matakuliah yang wajib ditempuh di Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Dinamika. Laporan Kerja Praktik ini disusun sebagai pelengkap Kerja Praktik yang telah dilaksanakan lebih kurang 1 bulan di CV Citra Pamerindo Abadi. Dengan selesainya laporan Kerja Praktik ini tidak terlepas dari bantuan banyak pihak yang telah memberikan masukan-masukan kepada penulis. Untuk itu penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada :

1. Orang Tua yang telah memberikan dorongan dan bantuan baik moral maupun materi sehingga penulis dapat menempuh dan menyelesaikan Kerja Praktik maupun laporan ini
2. Yang terhormat Bapak Prof. Dr. Budi Jatmiko, M.Pd. Selaku Rektor Universitas Dinamika.
3. Yang terhormat Bapak Siswo Martono, S.Kom., M.M Selaku Ketua Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual Universitas Dinamika, yang selalu memberi dukungan dalam menyelesaikan laporan ini.
4. Yang terhormat Ibu Florens Debora Patricia. M.Pd. Selaku dosen pembimbing yang telah bersedia memberi masukan selama proses penyusunan Laporan Kerja Praktik ini.
5. Yang terhormat Bapak H. M. Zaenal Abidin Ir. selaku direktur CV Citra Pamerindo Abadi yang telah menerima saya untuk melaksanakan Kerja Praktik.
6. Staf CV Citra Pamerindo Abadi yang telah memberikan tempat Kerja Praktik dan menerima dengan baik.
7. Teman - teman seperjuangan Desain Komunikasi Visual dan semua pihak yang terlibat atas bantuan dan dukungan yang telah diberikan hingga tersusunnya laporan ini.

Semoga Allah SWT memberikan rahmat-Nya kepada semua pihak yang telah memberi bantuan maupun bimbingan dalam menyempurnakan Laporan Kerja Praktik ini.

Dalam menyusun laporan ini, penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan yang terdapat di dalam laporan ini. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran agar Laporan Kerja Praktik ini bisa lebih baik lagi untuk kedepannya dan dapat bermanfaat untuk semua orang.

Surabaya, 15 Januari 2020

Bayu Aji Samudra



UNIVERSITAS
Dinamika

DAFTAR ISI

LEMBAR MOTTO	iii
LEMBAR PERSEMBAHAN	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
SURAT PERNYATAAN	vi
ABSTRAK.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Batasan Masalah.....	2
1.4 Tujuan.....	2
1.5 Manfaat.....	2
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....	4
2.1 Profil Perusahaan.....	4
2.2 Sejarah singkat perusahaan CV Citra Pamerindo Abadi.....	4
2.3 Visi dan Misi CV Citra Pamerindo Abadi	5
2.4 Informasi Perusahaan	5
BAB III LANDASAN TEORI.....	7
3.1 Logo	7
3.1.1 Logogram	7
3.1.2 Logotype.....	8
3.1.3 Tahapan Desain Logo.....	8
3.2 Warna	9
3.3 Tipografi.....	10
3.4 Desain.....	12

3.5	Unsur-Unsur Visual.....	12
3.5.1	Titik	12
3.5.2	Garis	12
3.5.3	Bidang.....	13
3.5.4	Warna	14
3.5.5	Tekstur.....	14
3.6	Media Cetak	14
3.6.1	<i>Layout</i>	15
BAB IV PROSES KERJA		17
4.1	Penyusunan Rancangan Desain Logo <i>Event</i>	17
4.2	Pembuatan Desain Logo Event	17
4.2.1	Sketsa Konsep Logo	18
4.2.2	Penentuan Aplikasi.....	19
4.2.3	Rancangan Karya.....	21
4.2.4	Logogram	21
4.2.5	Warna	21
4.2.6	Tipografi	22
4.3	Pembuatan Desain Layout Media Cetak	23
4.4	Pemasangan Gambar Pendukung	27
4.5	Hasil Akhir	30
BAB V PENUTUP		33
5.1	Kesimpulan.....	33
DAFTAR PUSTAKA		34

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Lokasi CV Citra Pamerindo Abadi	6
Gambar 2.2 Logo CV Citra Pamerindo Abadi.....	6
Gambar 3.1 Lingkaran warna Gambar.....	10
Gambar 3.2 Titik.....	12
Gambar 3.3 Garis	13
Gambar 3.4 Bidang	13
Gambar 4.1 Sketsa pertama	18
Gambar 4.2 Sketsa kedua.....	19
Gambar 4.3 Aplikasi Adobe Illustrator.....	20
Gambar 4.4 Aplikasi Adobe Photoshop.....	20
Gambar 4.5 Desain logo Expo Properti	21
Gambar 4.6 font Gobold	22
Gambar 4.7 Cocogoose	23
Gambar 4.8 Hasil Tipografi	23
Gambar 4.9 Rancangan <i>layout</i> media cetak.....	24
Gambar 4.10 pembuatan desain <i>layout</i> media cetak pertama.....	25
Gambar 4.11 pembuatan desain <i>layout</i> media cetak lanjutan.....	25
Gambar 4.12 Proses pengeditan logo di photoshop.....	26
Gambar 4.13 Hasil <i>layout</i> media cetak di photoshop	26
Gambar 4.14 Hasil peletakkan teks informasi ke <i>layout</i> media cetak	27
Gambar 4.15 Peletakkan gambar pendukung ke <i>layout</i> media cetak	28
Gambar 4.16 Hasil gambar pendukung yang telah di edit.....	29
Gambar 4.17 Hasil poster <i>event</i> “Expo Properti”	30
Gambar 4.18 Hasil <i>x-banner event</i> “Expo Properti”.....	31
Gambar 4.19 Hasil billboard <i>event</i> “Expo Properti”.....	32

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini di era digital dan banyaknya perkembangan teknologi yang dilakukan di Indonesia maupun diluar negeri yang semakin tahun semakin meningkat, yang dimana kebutuhan pihak perusahaan untuk menarik para desainer muda dalam berlomba lomba membuat sebuah produk terutama pada pihak *event organizer*. Produk yang digunakan untuk memvisualisasikan sebuah *event* tersebut dengan berbagai macam mulai dari gambar sampai hasil jadi.

Perusahaan EO (*Event Organizer*) adalah pengelola suatu kegiatan (Pengorganisir Acara). Setiap kegiatan yang di selenggarakan bertujuan untuk memperoleh keuntungan di kedua belah pihak, baik penyelenggara maupun yang hadir pada saat kegiatan berlangsung. Keuntungan ini tidak harus bersifat material namun juga bisa bersifat non material. Dalam pengertian ini yang di maksudkan dengan *event organizer* lebih mengarah pada profesi, yaitu suatu lembaga baik formal maupun non formal, yang di percaya untuk melakukan kegiatan.

Perkembangan dunia usaha di Indonesia, dewasa ini telah memperlihatkan ke arah yang menggembirakan. Terbukti dengan semakin menjamurnya berbagai bentuk badan usaha yang bergerak dalam bidang barang maupun jasa, baik itu skala kecil maupun besar. Salah satunya adalah *event organizer*.

Adapun *event organizer* sebagai penyelenggara sebuah *event* atau acara lain, maka pasti di butuhkan pembuatan media cetak, dalam media cetak tersebut akan mencakup beberapa hal , termasuk logo , dan *layout*. Maka dapat disimpulkan bahwa perancangan logo dan media cetak dalam sebuah *event* berperan sangat penting dalam sebuah *event organizer*.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis akan merumuskan masalah, Bagaimana cara merancang desain logo menggunakan Adobe Illustrator dan *layout* media cetak menggunakan Adobe Photoshop di CV Citra Pamerindo Abadi?

1.3 Batasan Masalah

Adapun batasan masalah yang dibahas didalam Kerja Praktik ini adalah cara merancang desain logo menggunakan Adobe Illustrator dan *layout* media cetak menggunakan Photoshop di CV Citra Pamerindo Abadi.

1.4 Tujuan

Setelah mengetahui rumusan masalah, maka dapat ditentukan adapun tujuan dari Kerja Praktik ini, yaitu menghasilkan desain logo dan media cetak yang dapat disesuaikan dengan *event* yang diselenggarakan CV Citra Pamerindo Abadi.

Pada kesempatan Kerja Praktik di CV Citra Pamerindo Abadi yang bergerak di bidang *event organizer* sebagai menambah ilmu tentang pembuatan Desain logo dan media cetak.

Dari pembuatan desain logo dan media cetak event sebagai materi Kerja Praktik di CV CITRA PAMERINDO ABADI dapat menambah wawasan, pengalaman dan pengetahuan baru dalam bidang *softskill* diantara lain bersikap profesional, cara bekerja secara individu atau tim, mengetahui cara beretika di dalam lingkungan kerja dan berpikir kreatif.

1.5 Manfaat

Manfaat yang didapat dari Kerja Praktik diantaranya adalah :

1. Bagi Mahasiswa

Melalui Kerja Praktik tersebut, mahasiswa dapat memperoleh manfaat seperti berikut di bawah ini:

- a. Dapat mengetahui bagaimana proses pembuatan desain *logo* dan *media cetak* event.
- b. Mengetahui cara berkomunikasi dalam pekerjaan terhadap rekan kerja.
- c. Dapat mengetahui informasi dan sebuah gambaran desain *logo* layout media cetak pameran yang ingin dibuat dan sesuai dengan keinginan klien.
- d. Menambah sikap profesional terhadap inidividu.
- e. Melatih mentalitas diri saat bekerja.

2. Perusahaan

Melalui Kerja Praktik tersebut, pihak perusahaan dapat memperoleh manfaat seperti berikut di bawah ini:

- a. Menjalin hubungan antara perusahaan dengan Institusi.
- b. Perusahaan mendapatkan tenaga kerja ditingkat akademis.
- c. Memudahkan instansi / perusahaan tersebut dalam mencari tenaga kerja.

3. Akademis

Melalui Kerja Praktik tersebut, akademi dapat memperoleh manfaat seperti berikut di bawah ini:

- a. Pengetahuan / Pengalaman Kerja Praktik yang didapat bisa diterapkan pada perkuliahan.
- b. Tingkat detail dan akurasi pada pengerjaan dapat diterapkan didalam perkuliahan.
- c. Mengenalkan dunia *event organizer* ditingkat akademi.

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil Perusahaan

Tempat : CV Citra Pamerindo Abadi
Alamat : Jl. Bendul Merisi Airdas 64A, Wonocolo, Surabaya,
60239 Jawa Timur, Indonesia.
Telepon & Faks : (031) – 847 7788
Email : citrapamerindo.event@gmail.com
Website : www.cipa.co.id

2.2 Sejarah singkat perusahaan CV Citra Pamerindo Abadi

CV Citra Pamerindo Abadi adalah perusahaan yang bergerak di bidang *exhibition* (pameran). Pada awal berdirinya, tahun 1993, pameran yang diselenggarakan bersifat tematik dan sederhana. Lokasinya masih berkisar antara Surabaya dan Malang. Puncuk dicinta ulam tiba, momen untuk *go nasional* datang ketika mendapatkan kepercayaan sebagai pelaksana “Festival Walisongo” pada tahun 1999 dan “Pekan Raya PON XIV” pada tahun 2000 di Jawa Timur.

Kesuksesan demi kesuksesan telah diraih. Nama Citra Pamerindo semakin menggema di dunia *exhibition* dan *promotion*. Kepercayaan dari instansi pemerintah dan perusahaan swasta terus mengalir untuk mempromosikan produk unggulan mereka. Berbagai jenis pameran digelar, seperti pameran pembangunan, pameran perbankan atau pameran properti yang digelar secara periodik. Komitmen untuk menjadi mitra yang menguntungkan dan *event organizer* yang profesional menjadikan Citra Pamerindo tetap tampil terdepan dan terpercaya.

Dunia Usaha terus berkembang. Peningkatan sumber daya manusia perlu mendapatkan perhatian yang lebih serius. Terhitung sejak tahun 2007, nama Citra Pamerindo berubah menjadi Citra Pamerindo Abadi (CPA). Dengan tidak meninggalkan komitmennya, CPA bertekad untuk semakin maju dalam usahanya sebagai *event organizer* dan *event properties*.

2.3 Visi dan Misi CV Citra Pamerindo Abadi

Visi

Menciptakan kualitas promosi yang kreatif dan inovatif, meningkatkan produk serta mendorong perekonomian bangsa.

Misi

- a. Meningkatkan nilai-nilai *stakeholders*.
- b. Menyediakan pelayanan terbaik untuk *client*, *customer*, dan *public*.
- c. Menyalurkan ide kreatif dalam perusahaan.
- d. Meningkatkan daya saing perusahaan melalui kreativitas dan inovasi.
- e. Menjalin hubungan baik dengan para media sponsor, *client*, *customer*, *public*, dan *vendor* serta memperluas jaringan kerjasama baik dalam maupun luar negeri.
- f. Memberikan kontribusi yang positif dalam lingkungan hidup.
- g. Menjadi perusahaan terbaik bagi semua tim kami di setiap komunitas.

2.4 Informasi Perusahaan

CV Citra Pamerindo Abadi adalah perusahaan yang berdiri di bidang jasa pembuatan *event* dengan mengerjakan berbagai jenis *event*. CV Citra Pamerindo Abadi mempunyai kantor yang bertempat di Jl. Bendul Merisi Airdas 64A, Wonocolo, Surabaya, 60239 Jawa Timur, Indonesia.

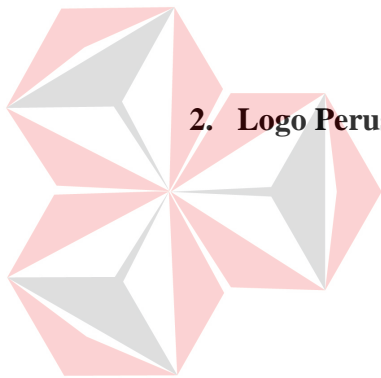
1. Lokasi CV Citra Pamerindo Abadi



Gambar 2.1 Lokasi CV Citra Pamerindo Abadi

(Sumber: Hasil olahan penulis)

2. Logo Perusahaan



Gambar 2.2 Logo CV Citra Pamerindo Abadi

(Sumber: Hasil olahan penulis)

BAB III

LANDASAN TEORI

3.1 Logo

Logo berasal dari bahasa Yunani *logos*, yang berarti kata, pikiran, pembicaraan, dan akal budi. Pada awalnya logo lebih dikenal dengan sebutan *logotype*. Logo itu sendiri adalah bentuk kata singkatan dari *logotype*. Pada tahun 1937 baru muncul istilah logo. Saat ini istilah logo lebih populer ketimbang *logotype* itu sendiri. Logo bisa menggunakan elemen apa saja: tulisan, *logogram*, ilustrasi, dan lain-lain.

Logo merupakan bentuk visualisasi dari visi, misi dan tujuan dari suatu *brand*. Logo biasanya terdiri dari 2 elemen, yaitu *logogram* dan *logotype*. Adapun fungsi utama dari logo adalah, sebagai identitas diri, yaitu untuk menjadi pembeda dengan identitas milik orang lain (Rustan, 2017). Ada beberapa pertimbangan-pertimbangan tentang logo yang baik sebagai berikut:

1. *Original*, yaitu memiliki nilai ciri khas, keunikan, dan memiliki pebeda dari logo lainnya.
2. *Simple* atau sederhana, yaitu mudah dimengerti dalam waktu yang singkat
3. *Legible*, yaitu memiliki tingkat keterbacaan yang tinggi meskipun pengaplikasiannya dalam media yang berbeda-beda dan dalam ukuran yang berbeda.
4. *Memorable*, yaitu mudah untuk diingan karena keunikan, dan ciri khasnya.
5. Mudah diasosiasikan dengan jenis usaha dan citra suatu perusahaan atau organisasi.
6. Mudah diaplikasikan ke dalam berbagai media.

3.1.1 Logogram

Logogram adalah salah satu elemen logo yang berupa bentuk atau lambang dalam mempresentasikan suatu perusahaan. Dengan melihat bentuk dari logo tersebut, konsumen bisa paham apa yang disampaikan oleh perusahaan tersebut. Bentuk logogram dari perusahaan besar biasanya memiliki ciri khas yang menyampaikan identitas mereka.

3.1.2 Logotype

Logotype merupakan elemen pembentuk logo yang berupa karakter huruf atau kata yang digunakan untuk mengkomunikasikan makna dari perusahaan. *Logotype* diartikan sebagai tulisan nama entitas yang di desain secara khusus menggunakan teknik *lettering* atau dengan menggunakan jenis karakter huruf tertentu (Rustan, 2011). Penggunaan *logotype* biasanya menggunakan karakter huruf yang sudah ada maupun membuat karakter huruf baru yang sesuai dengan apa yang ingin disampaikan perusahaan

3.1.3 Tahapan Desain Logo

Proses merancang sebuah logo memerlukan waktu yang tidak sedikit. Ada beberapa tahapan yang harus dilakukan dalam proses perancangan sebuah logo agar dapat menghasilkan desain logo yang dapat mengkomunikasikan serta dapat memberi gambaran dari perusahaan yang bersangkutan. Beberapa tahapan dalam merancang logo adalah sebagai berikut:

1. Riset dan Analisa

Riset dan analisa merupakan tahapan pertama yang harus dilakukan saat akan merancang logo. Riset dan analisa bisa meliputi tentang data-data yang dimiliki oleh perusahaan, seperti tujuan perusahaan, visi dan misi, analisis pasar, target pasar, keunggulan dan kelemahan, analisa S.W.O.T, dan data-data lain sesuai kebutuhan. Setelah seluruh data terkumpul, dilakukan pengambilan kesimpulan yang kelak akan dijadikan *creative brief* atau acuan utama dalam merancang logo tersebut.

2. Thumbnails

Setelah menghasilkan *creative brief*, dilakukan *brainstorming* untuk mengimplementasikannya ke dalam bentuk visual. Tahapan ini dilakukan dengan cara manual, yaitu berupa sketsa dari pensil atau bolpoin pada sebuah media kertas kosong. Tahapan ini dilakukan dengan cara manual dengan tujuan agar lebih bisa mengembangkan ide-ide yang didapat.

3. Komputer

Setelah beberapa *thumbnails* terpilih, kemudian diimplementasikan dalam bentuk vektor dengan bantuan software yang berbasis vektor seperti Adobe Illustrator atau Corel Draw. Dengan tahapan proses komputer ini bisa dilakukan pengembangan-pengembangan dari hasil *thumbnails* sebelumnya.

4. *Review*

Setelah terkumpul dari alternatif-alternatif desain yang telah dibuat, tahapan yang selanjutnya adalah dengan mengajukan kepada klien. Pada tahapan ini desain logo yang akan diajukan kepada klien baiknya tidak hanya satu desain saja, namun juga dengan beberapa pilihan alternatif. Di tahapan ini juga klien yang akan memutuskan akan memilih logo atau mengajukan revisi kepada desainer.

5. Pendaftaran Merk

Logo yang sudah selesai dan terpilih alangkah baiknya didaftarkan ke Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual (Dirjen HKI), Departemen Hukum dan HAM dengan tujuan agar mendapatkan perlindungan hak dari penggunaan secara tidak sah oleh orang lain.

6. Sistem Identitas

Tahapan ini adalah menentukan atribut-atribut dari identitas visual seperti sistem warna, tipografi, *supergrafis*, penerapan pada media, dan lain-lain.

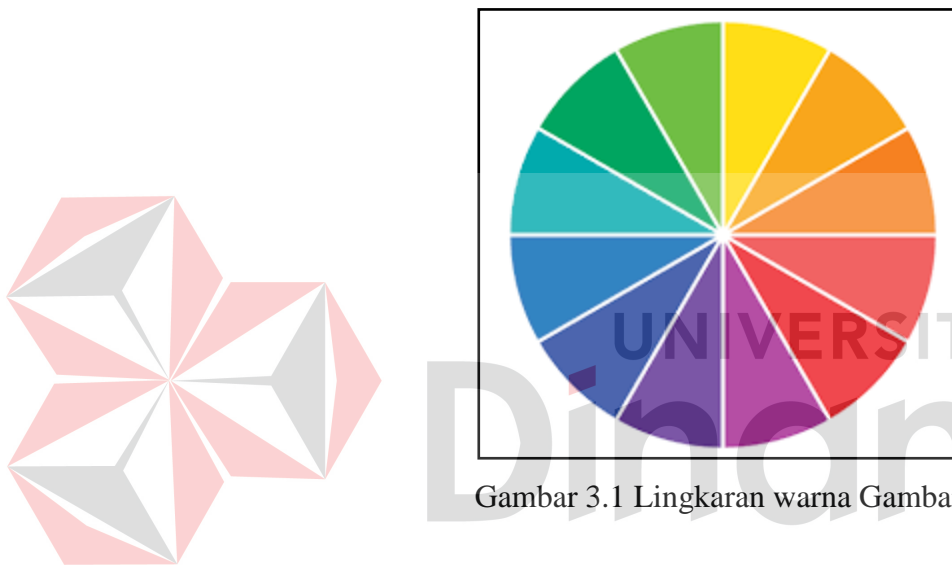
7. Produksi

Berdasarkan dari sistem identitas yang telah dipatenkan, dimulailah produksi berbagai media-media internal dan eksternal.

3.2 Warna

Warna merupakan salah satu unsur yang penting di dalam logo karena warna berfungsi untuk menyampaikan pesan dan kesan yang terdapat pada logo. Pemilihan warna pada logo tidak hanya berdasarkan selera, tapi juga butuh riset yang lebih mendalam lagi. Berdasarkan teori, warna terdiri dari 3 warna primer, 3 warna sekunder, dan 6 warna *intermediate* (Rustan, 2017). 12 jenis warna ini disusun dalam 1 lingkaran yang terdiri dari warna panas dan warna dingin. Pembagian warna panas dan dingin pada lingkaran ini adalah sebagai berikut:

1. Merah, jingga, dan kuning termasuk ke dalam golongan warna panas karena memiliki karakteristik, kesan, dan efek panas.
2. Biru, ungu, dan hijau termasuk ke dalam golongan warna dingin karena memiliki karakteristik, kesan, dan efek dingin.
3. Warna hijau akan memiliki kesan panas apabila berubah menjadi warna hijau kekuning-kuningan, serta warna ungu juga menjadi warna panas apabila berubah menjadi ungu kemerah-merahan.
4. Warna panas memberikan kesan yang kuat, semangat, ceria, dan aktif. Sedangkan warna dingin lebih cenderung kepada tenang, damai, dan pasif.



Gambar 3.1 Lingkaran warna Gambar

(Sumber: zonareferensi.com)

Selain itu, warna juga dapat dilihat dari tiga dimensi, yaitu:

1. *Hue* : pembagian warna berdasarkan namanya, seperti biru, kuning, merah, hijau, ungu, dan lain sebagainya.
2. *Value* : berdasarkan gelap atau terangnya warna.
3. *Intensity* : berdasarkan kejernihan warna.

3.3 Tipografi

Sama seperti warna, tipografi juga merupakan salah satu elemen yang penting di dalam logo. Penggunaan jenis huruf serta tata letak penataannya sangatlah berpengaruh karena hal ini yang menentukan dibaca atau tidaknya sebuah pesan.

Dengan tipografi yang menarik dan penggunaan jenis huruf serta penataan yang bagus sehingga mudah dibaca akan juga lebih mudah menarik perhatian masyarakat. Begitu juga sebaliknya, dengan penggunaan jenis huruf dan penataan yang asal-asalan sehingga sulit untuk dibaca akan lebih sering untuk diabaikan oleh masyarakat. Informasi yang menarik pun bisa tidak dilirik pembaca karena disampaikan dengan tipografi yang buruk (Supriyono, 2010).

Berdasarkan perkembangannya menurut sejarah, huruf dibedakan menjadi 7 jenis, yaitu:

1. Huruf Klasik (*Classical Typefaces*)

Ciri utama dari huruf klasik adalah memiliki kait/*serif*. *Classical Typeface* memiliki karakteristik kemudahan dibaca (*readability*) yang tinggi. Salah satu contoh *typeface* jenis ini adalah Garamond.

2. Huruf Transisi (*Transitional*)

Memiliki karakteristik yang hampir sama dengan *Old Roman Style* atau huruf klasik. Perbedaannya adalah terletak pada ujung *serif* yang lebih runcing dan adanya tebal tipis pada tubuh huruf. Yang termasuk dalam karakter huruf ini adalah font Century.

3. Huruf *Modern Roman*

Perbedaan tebal dan tipis pada bagian tubuh huruf yang sangat kontras dan memiliki *serif* yang lebih tipis.

4. Huruf *Sans Serif*

Ciri utama dari jenis huruf ini adalah tidak memiliki kait/*serif* serta bagian tubuh huruf yang memiliki ketebalan yang sama. Jenis font *sans serif* yang populer adalah Helvetica, Arial, dan Gill Sans.

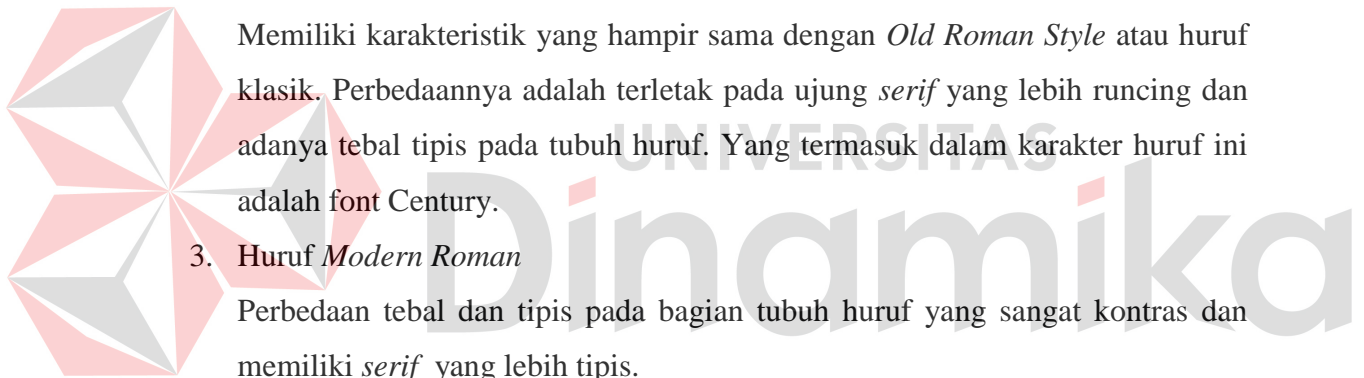
5. Huruf *Egyptian*

Jenis huruf ini memiliki ciri yaitu memiliki *serif* yang memiliki ketebalan hampir sama dengan ketebalan pada tubuh huruf. Huruf jenis ini memiliki kesan yang kaku, kuat, dan elegan.

6. Huruf *Script*

Jenis huruf ini memiliki ciri seperti bentuk tulisan tangan.

7. Huruf *Decorative*



Jenis huruf ini hanya cocok digunakan untuk satu kata atau digunakan sebagai judul yang pendek.

3.4 Desain

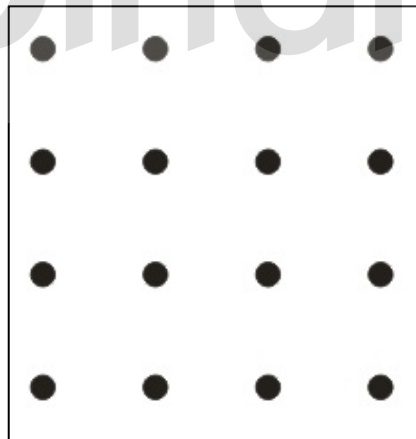
Desain adalah sebuah aktivitas menata atau mengaansemen unsur-unsur elemen dari karya seni dengan menggunakan pedoman azas-azas dari desain, seperti *unity*, *balance*, ritme, dan proporsi.

3.5 Unsur-Unsur Visual

unsur-unsur dalam visual meliputi Titik, Garis, Bidang, Warna, dan Tekstur. (Kusrianto, 2009)

3.5.1 Titik

Titik adalah salah satu unsur visual yang wujudnya relatif kecil, dimana dimensi memanjang dan melebarnya dianggap tidak berarti. Titik biasanya ditampilkan dalam bentuk kelompok dengan variasi jumlah, susunan, dan kepadatan tertentu.



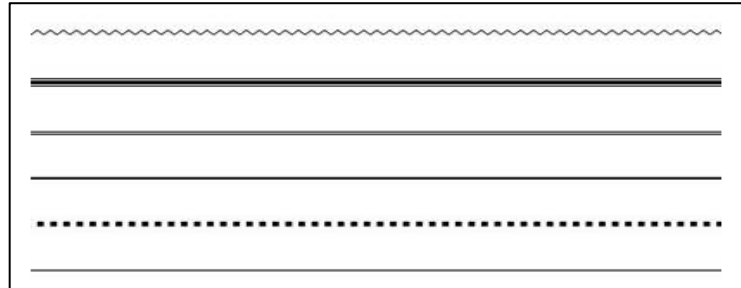
Gambar 3.2 Titik

(Sumber: zonareferensi.com)

3.5.2 Garis

Garis adalah unsur visual yang berpengaruh terhadap pembentukan suatu objek. Ciri dari garis adalah terdapatnya serta dimensi memanjang. Garis tampil

dalam bentuk lurus, lengkung, bergelombang, *zigzag*, dan lain-lainnya. Kualitas dari garis ditentukan oleh 3 hal, yaitu orang yang membuatnya, alat yang digunakan, dan bidang dasar yang digunakan.

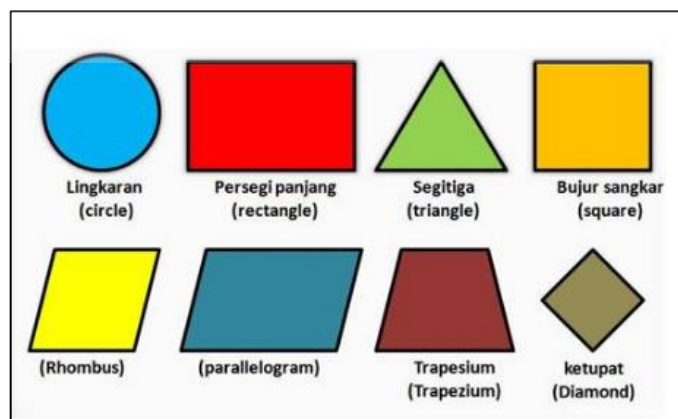


Gambar 3.3 Garis

(Sumber: zonareferensi.com)

3.5.3 Bidang

Bidang adalah unsur visual yang berdimensi panjang dan lebar. Bidang dikelompokkan menjadi 2, yaitu bidang geometri dan bidang non-geometri. Bidang terdiri dari titik maupun garis dalam kepadatan tertentu, dan dapat juga dihadirkan dengan mempertemukan potongan dari satu garis atau lebih.



Gambar 3.4 Bidang

(Sumber: zonareferensi.com)

3.5.4 Warna

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

3.5.5 Tekstur

Tekstur adalah nilai raba dari suatu permukaan. Tekstur juga merupakan gambaran dari suatu permukaan benda. Ada 2 jenis tekstur, yaitu tekstur nyata dan tekstur semu. Tekstur nyata adalah ketika ada kesamaan dari hasil raba dan bentuk visual. Sementara tekstur semu adalah ketika hasil raba dan bentuk visual tidak ada kesamaan. Dalam penerapannya tekstur dapat berpengaruh terhadap unsur visual lainnya, yaitu kejelasan titik, kualitas garis, keluasan bidang dan ruang, serta intensitas warna.

3.6 Media Cetak

Beberapa bentuk media massa saat ini disebarakan melalui saluran penyiaran yang berbeda. Salah satunya adalah media cetak. Media cetak merupakan sarana atau perantara komunikasi yang di cetak pada bahan dasar kertas dan kain untuk menyampaikan pesan atau informasi. Unsur utama dari media cetak adalah teks dan gambar visual. Jenis media cetak yang termasuk di dalam media massa adalah surat kabar atau koran, majalah, tabloid dan lain sebagainya.

Peran media cetak sangatlah penting, selama berabad-abad media cetak menjadi satu-satunya alat pertukaran dan penyebaran informasi, gagasan dan hiburan, yang sekarang ini dilayani oleh aneka media komunikasi. Selain menjadi alat utama menjangkau publik, media cetak juga menjadi sarana utama untuk mempertemukan para pembeli dan penjual (Rivers, dkk :2008). Media cetak adalah suatu media yang statis dan mengutamakan pesan-pesan visual.

Media ini terdiri dari lembaran dengan sejumlah kata, gambar, atau foto, dalam tata warna dan halaman putih.

Media cetak dibuat dengan tujuan menarik pengunjung pameran agar mendatangi event yang diselenggarakan. Sebuah kesalahan di bidang ini dapat dengan mudah merusak persepsi masyarakat yang melihat media cetak yang di tebitkan. Unsur-unsur ini adalah peletakan layout, pemilihan font yang tepat dan gambar yang di pilih.

3.6.1 *Layout*

Layout merupakan sebagai tata letak elemen-elemen desain terhadap suatu bidang dalam media tertentu untuk mendukung konsep atau pesan yang dibawanya (Rustan, 2008).

Terdapat beberapa prinsip-prinsip yang dapat dianalogikan sebagai suatu formula untuk membuat suatu layout yang baik. Berikut adalah prinsip dasar layout:

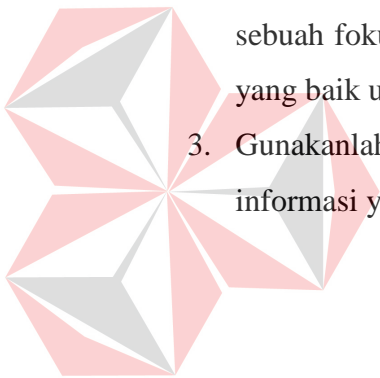
1. *Sequence*, Yaitu bisa disebut juga dengan *hierarki* atau *flow*. Artinya di dalam suatu karya sering kali terdapat lebih dari informasi yang ingin disampaikan. Untuk itu kita perlu membuat suatu urutan atau prioritas dari yang harus dibaca pertama sampai yang boleh dibaca paling akhir. Dengan adanya *sequence* maka akan membuat pembaca secara otomatis mengurutkan pandangan matanya sesuai dengan yang kita inginkan serta lebih memudahkan juga bagi para pembaca.
2. *Emphasis Sequence*, dapat dicapai dengan adanya *emphasis*. Dimana *emphasis* merupakan penekanan yang mencakup elemen-elemen seperti: ukuran, warna, letak/posisi, bentuk.
3. *Balance*, Yaitu merupakan keseimbangan, pembagian berat yang merata pada suatu bidang layout. Pembagian berat yang merata bukan berarti seluruh bidang layout harus dipenuhi dengan elemen, tetapi lebih pada menghasilkan kesan seimbang dengan menggunakan elemen sesuai kebutuhan dan meletakkan di posisi yang tepat.
4. *Unity*, Merupakan prinsip kesatuan elemen-elemen desain dalam layout. Tidak hanya dalam hal penampilan tetapi juga mencakup selarasnya elemen-elemen yang terlihat secara fisik dan pesan yang ingin disampaikan dalam konsepnya.

Layout memiliki peran penting pada media cetak, memungkinkan masyarakat dapat melihat dengan jelas apa yang disampaikan dan membantu menciptakan minat untuk datang ke *event* yang dilaksanakan. Fungsi layout :

1. Memberi fokus perhatian pada pengunjung pameran,
2. Menciptakan nuansa ruangan tertentu (misalnya lampu berwarna kuning dapat menciptakan suasana hangat dan nyaman).

Ada pula beberapa aturan yang sederhana lainnya. Aturan ini berbicara mengenai dasar-dasar desain seperti:

1. Buatlah perhatian pembaca mengarah ke elemen penting dengan menggunakan kontras skala, warna dan posisi halaman seperti artikel Sribu mengenai perbedaan kontras. Pastikan elemen tersebut memiliki fungsi yang mendukung konten.
2. Gunakan huruf besar, tebal, miring atau grafis apapun yang menciptakan sebuah fokus. Gunakanlah elemen dengan bobot visual, intensitas, dan warna yang baik untuk menciptakan fokus yang baik.
3. Gunakanlah beberapa kolom untuk mengatur teks dan visual ke dalam blok informasi yang lebih kecil agar lebih mudah dibaca.



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB IV

PROSES KERJA

Dalam Bab IV ini menjelaskan tentang proses kerja praktik dalam perancangan logo dan media cetak *event* expo properti yang di selenggarakan oleh CV Citra Pamerindo Abadi. Pengerjaan dilakukan di CV Citra Pamerindo Abadi selama satu bulan. Serangkaian pengumpulan data dari proses kerja praktik yang diperoleh yaitu hasil observasi, wawancara, dan *study literature*.

Setelah melakukan pengumpulan data kerja praktik, maka dapat dijelaskan bagaimana proses pembuatan desain logo dan media cetak dengan urutan kerja mulai dari awal hingga akhir, yaitu sebagai berikut :

- a. Pencarian referensi berdasarkan dengan *event* tersebut
- b. Menyusun rancangan desain logo *event*
- c. Pembuatan desain logo *event*
- d. Pembuatan desain *layout* dan grafis pendukung media cetak
- e. *Finishing*

Berikut proses kerja yang dimana akan menjelaskan secara rinci dan detail.

4.1 Penyusunan Rancangan Desain Logo Event

Proses ini dimana perusahaan telah menerima gambaran rancangan dari klien, dan siap untuk didesain visual. Proses rancangan desain ini setidaknya dilakukan selama empat hari atau lebih kembali lagi melihat saat hasil rancangan direvisi oleh perusahaan, dan sebelum memulai pekerjaan perusahaan juga memberi referensi tentang desain logo *event* yang akan dibuat sebelum menuju proses pembuatan desain. Setelah proses perancangan, dilanjutkan dengan proses pembuatan desain logo *event* yang divisualisasi dengan Adobe Illustrator.

4.2 Pembuatan Desain Logo Event

Tujuan pembuatan *sketch* dasar logo *event* yaitu berfungsi sebagai pemberi gambaran bagaimana desain yang cocok untuk logo *event* yang akan dirancang sesuai dengan *event* yang menyungsung tema properti, hal ini dilakukan karena *event* ini sebagai pembeda dengan *event property* lain

Proses pertama sebelum pembuatan *sketch* dasar logo *event* yaitu dengan melakukan *brainstorming*.

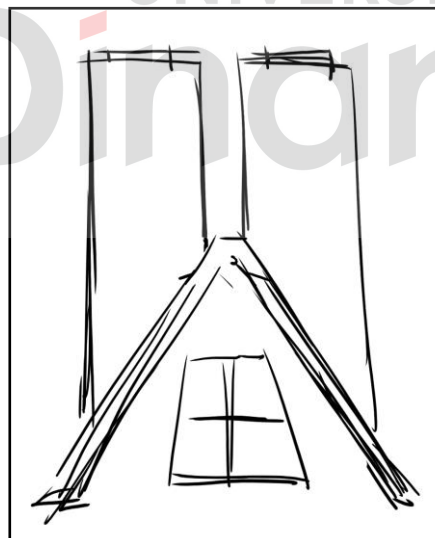
Setelah melakukan *brainstorming*, dapat diambil kesimpulan :

- Desain logo *event* harus ada unsur bangunan berupa hunian.
- Desain logo *event* harus memiliki *logotype*.

Selanjutnya setelah mendapatkan hasil dari *brainstorming* maka akan dilanjutkan ke tahap berikutnya yaitu membuat desain dasar logo event “Expo Properti” yang diselenggarakan oleh CV Citra Pamerindo Abadi tersebut menggunakan aplikasi *Adobe Illustrator*.

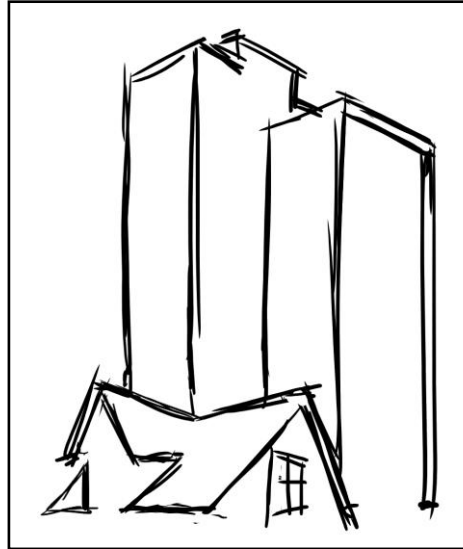
4.2.1 Sketsa Konsep Logo

Ada dua alternatif sketsa bentuk dari logo yang akan di rancang untuk *Event Expo Properti 2020*, dua konsep tersebut membawa unsur properti yaitu rumah dan apartemen.



Gambar 4.1 Sketsa pertama

(Sumber: Hasil olahan penulis)



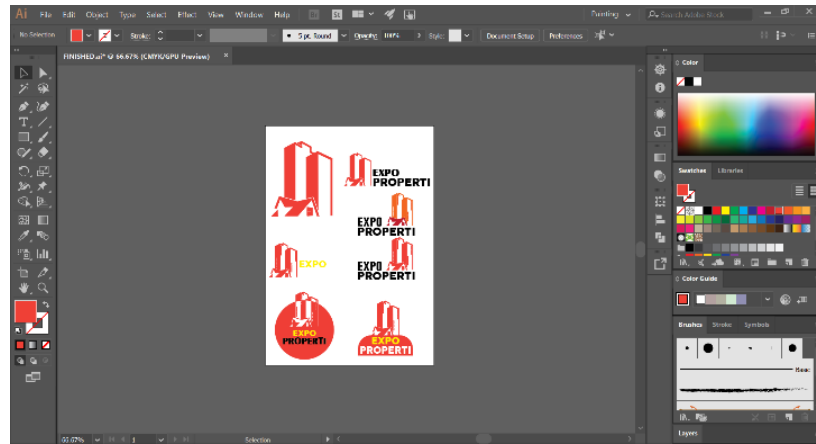
Gambar 4.2 Sketsa kedua
(Sumber: Hasil olahan penulis)

4.2.2 Penentuan Aplikasi

Dalam membuat desain logo dan *layout* media cetak tidak lepas seperti pembuatan karya digital pada umumnya, yaitu membutuhkan aplikasi/*software* sebagai penunjang dalam hal pengerjaan. Aplikasi untuk pembuatan *logo* dan *layout* media cetak antara lain sebagai berikut :

1. Adobe Illustrator

Aplikasi Adobe Illustrator adalah sebuah program atau aplikasi untuk membuat desain visual berbasis *vector* yang biasanya digunakan untuk membuat desain logo maupun *icon*, dan juga pembuatan karya *vector* lainnya. Aplikasi ini sebuah *software* yang dikembangkan oleh perusahaan *software* terkemuka Adobe System. Fitur dan kemudahan yang ditawarkan membuat para pengguna menjadi termanjakan untuk terus berkarya.

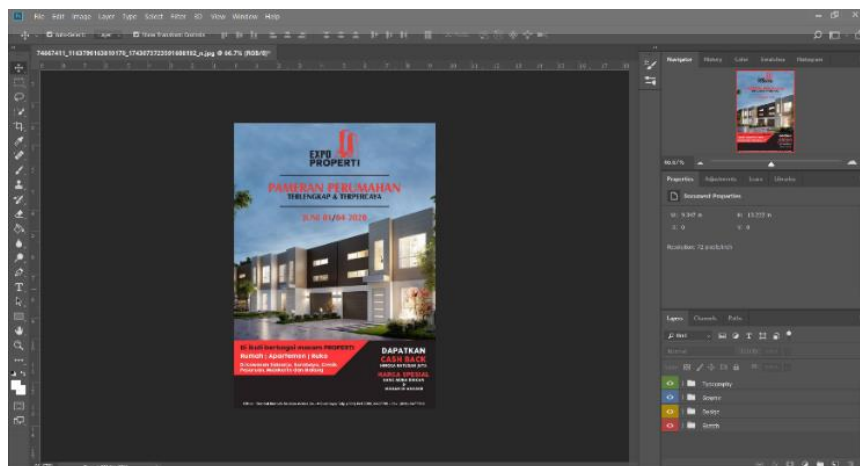


Gambar 4.3 Aplikasi Adobe Illustrator

(Sumber: Hasil olahan penulis)

2. Adobe Photoshop

Aplikasi Photoshop adalah salah satu komponen tambahan yang biasa digunakan dalam pembuatan desain visual pada media cetak. Aplikasi ini digunakan untuk memberi warna, corak, ataupun motif pada desain *layout* media cetak. Ini dibutuhkan untuk memberikan daya tarik tersendiri bagi orang yang ingin melihatnya.



Gambar 4.4 Aplikasi Adobe Photoshop

(Sumber: Hasil olahan penulis)

4.2.3 Rancangan Karya

Setelah konsep dan sketsa sudah disetujui, tahapan selanjutnya yaitu merancang desain logo sesuai dengan konsep dan sketsa yang telah disetujui dengan hasil akhir berupa logo Expo Properti yang berbasis *vector*.



Gambar 4.5 Desain logo Expo Properti
(Sumber: Hasil olahan penulis)

4.2.4 Logogram

Pada logogram desain logo *Event* Expo Properti terdapat ilustrasi berupa atap rumah dan apartemen dengan maksud untuk memberi informasi bahwa Expo Properti adalah acara tentang properti khususnya hunian rumah dan apartemen.

4.2.5 Warna

Penggunaan warna pada logo *Event* Expo Properti ini menggunakan warna jingga. Warna jingga mewakili karakteristik Kehangatan, Kenyamanan, Keceriaan, Optimisme, Percaya diri dan Kemampuan dalam bersosialisasi. Membuat warna ini cocok dengan produk yang di tawarkan dalam *event* Expo Properti itu sendiri. Warna yang di gunakan dalam perancangan ini tidak

menggunakan warna gradasi dan hanya menggunakan satu warna flat karena mendukung konsep perancangan logo ini, yaitu minimalis, elegan, dan modern.

4.2.6 Tipografi

Pemilihan jenis dan karakter huruf sangat berpengaruh dalam keberhasilan suatu desain. Dengan tipografi yang menarik dan penggunaan jenis huruf serta penataan yang bagus sehingga mudah dibaca akan juga lebih mudah menarik perhatian masyarakat. Begitu juga sebaliknya, dengan penggunaan jenis huruf dan penataan yang asal-asalan sehingga sulit untuk dibaca akan lebih sering untuk diabaikan oleh masyarakat.

Untuk font tipografi logo *event*, klien menginginkan font yang berkesan minimalis, elegan dan modern dengan memilih font yang tidak terlalu tebal, serta memberikan sedikit kekuatan dalam font kedua dengan memilih font yang tebal sehingga memberikan kesan logo *event* yang kokoh dan modern.

Jenis tipografi yang digunakan dalam perancangan logo ini berjenis *sans serif* dengan nama Gobold dan Cocogoose. Font dipilih karena sifat yang cocok dengan keinginan klien, dimana Gobold memiliki bentuk yang modern dan tidak terlalu tebal. Serta Cocogoose yang memiliki bentuk yang tebal dan kokoh. Sehingga perpaduan kedua jenis font ini sangat cocok memberikan kesan kokoh dan modern.



Gambar 4.6 font Gobold

(Sumber: Hasil olahan penulis)

The logo for Cocogoose, featuring the word "COCOGOOSE" in a bold, black, sans-serif font, enclosed within a thin black rectangular border.

Gambar 4.7 Cocogoose
(Sumber: Hasil olahan penulis)

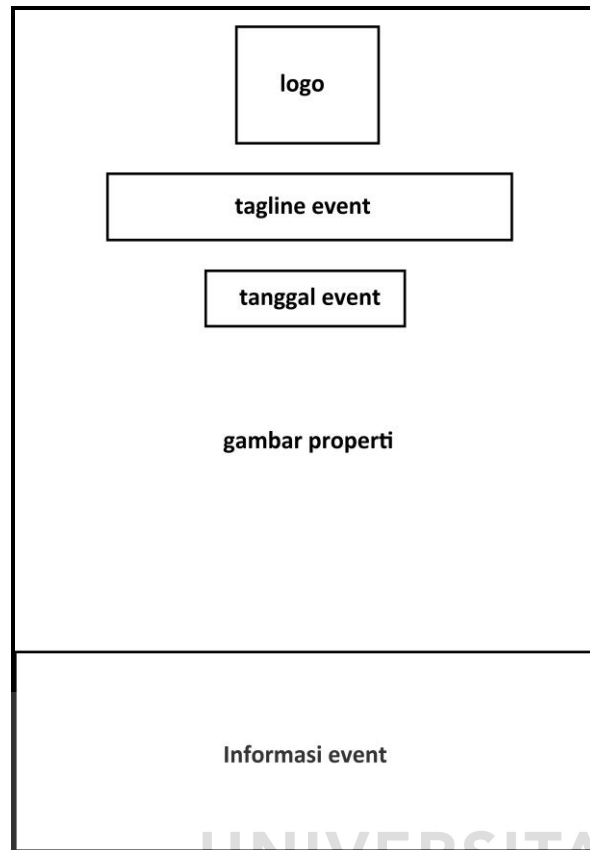
The logo for Expo Properti, featuring the words "EXPO" and "PROPERTI" in a bold, black, sans-serif font, stacked vertically and enclosed within a thin black rectangular border.

Gambar 4.8 Hasil Tipografi
(Sumber: Hasil olahan penulis)

The logo of Universitas Dinamika, featuring a stylized red and white geometric design resembling a flower or a star.

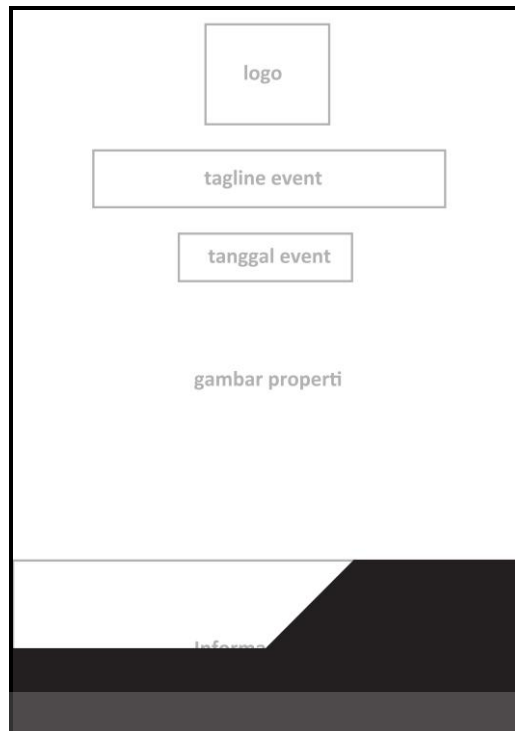
4.3 Pembuatan Desain Layout Media Cetak

Setelah desain logo sudah didesain dan disetujui, maka langkah selanjutnya adalah membuat *layout* media cetak. Sebelum mendesain penulis membuat rancangan *layout* agar mempermudah dalam pembuatan desain.

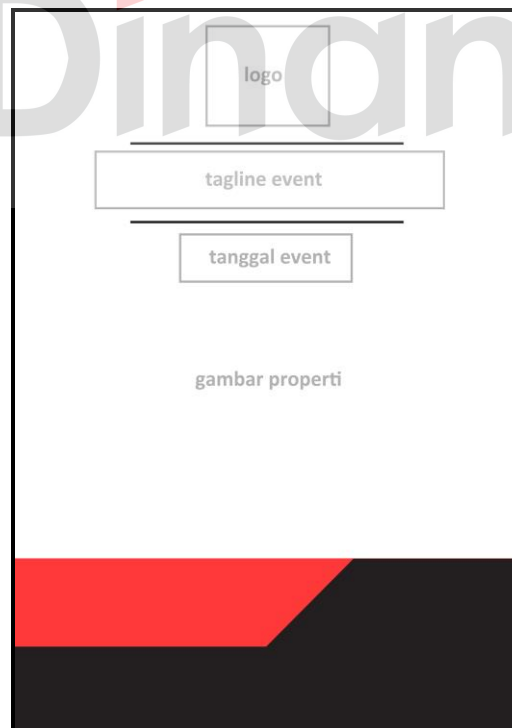


Gambar 4.9 Rancangan *layout* media cetak
(Sumber: Hasil olahan penulis)

Setelah rancangan *layout* sudah dibuat maka selanjutnya adalah pembuatan desain untuk *layout*. Penulis diminta oleh klien untuk membuat desain *layout* yang memiliki nuansa minimalis, elegan, dan modern. Perancangan dilakukan di Adobe Illustrator.

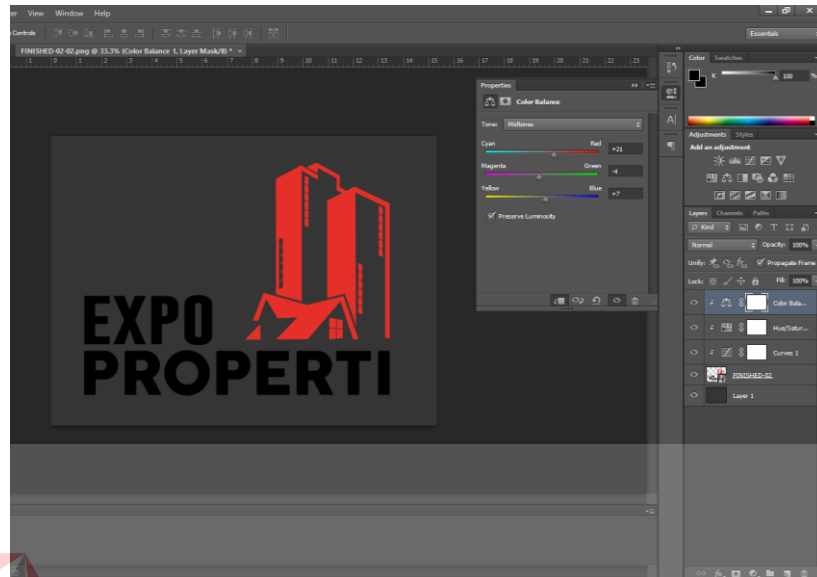


Gambar 4.10 pembuatan desain *layout* media cetak pertama
(Sumber: Hasil olahan penulis)



Gambar 4.11 pembuatan desain *layout* media cetak lanjutan
(Sumber: Hasil olahan penulis)

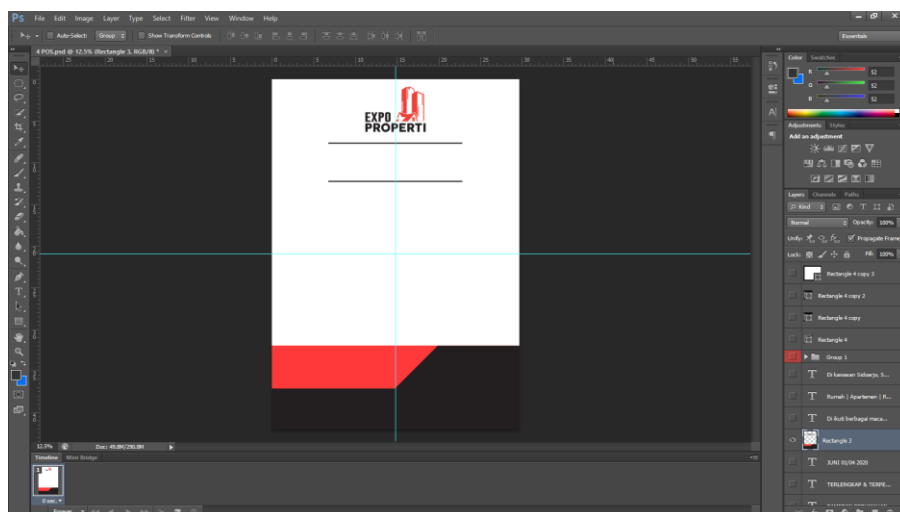
Setelah proses perancangan *layout* media cetak selesai, maka proses selanjutnya adalah menambahkan pada desain *layout* media cetak yang sudah dibuat. Langkah awal sebelum memasukkan logo ke desain *layout* media cetak yaitu dengan cara memasukkan logo *event* ke dalam aplikasi photoshop.



Gambar 4.12 Proses pengeditan logo di photoshop

(Sumber: Hasil olahan penulis)

Setelah memasukkan logo pada *layout* media cetak ke photoshop selanjutnya yaitu memilih area yang akan dimasukkan teks informasi ke desain *layout*.



Gambar 4.13 Hasil *layout* media cetak di photoshop

(Sumber: Hasil olahan penulis)

Proses selanjutnya adalah meletakkan teks informasi yang telah ditentukan oleh klien pada *layout* media cetak,.



Gambar 4.14 Hasil peletakkan teks informasi ke *layout* media cetak
(Sumber: Hasil olahan penulis)

4.4 Pemasangan Gambar Pendukung

Setelah melakukan berbagai proses pembuatan desain *layout* media cetak yang telah disetujui, maka selanjutnya yaitu pemasangan gambar pendukung yang terdapat di *layout* media. Gambar pendukung juga berperan penting untuk desain *layout* media cetak *event*, karena gambar adalah sebagai penarik perhatian audiens dan bumbu pelengkap untuk desain *layout* media cetak yang dapat memberikan kesan *eye catching*. Untuk gambar tambahan yang digunakan yaitu seperti *render 3D Property* yang di berikan oleh klien



Gambar 4.15 Peletakkan gambar pendukung ke *layout* media cetak
(Sumber: Hasil olahan penulis)

Setelah peletakan gambar pendukung kedalam *layout* media cetak, penulis mendapati bahwa gambar yang di kirim oleh klien tidak sesuai ukuran *layout*. Penulis melakukan pengeditan pada gambar yang telah dikirimkan oleh klien agar gambar terlihat memenuhi ruang kosong.



**EXPO
PROPERTI**

PAMERAN PERUMAHAN
TERLENGKAP & TERPERCAYA

JUNI 01/04 2020

Di ikuti berbagai macam PROPERTI
Rumah | Apartemen | Ruko
Di kawasan Sidoarjo, Surabaya, Gresik,
Pasuruan, Mojokerto dan Malang

**DAPATKAN
CASH BACK**
HINGGA RATUSAN JUTA

HARGA SPESIAL
UANG MUKA RINGAN
&
MUDAH DI ANGSUR

Office : Bendul Merisih Selatan Airdas 64 - A Surabaya Telp. (031) 8417788, 8477788 - Fax. (031) 8477788

Gambar 4.16 Hasil gambar pendukung yang telah di edit
(Sumber: Hasil olahan penulis)

4.5 Hasil Akhir



Gambar 4.17 Hasil poster event “Expo Properti”

(Sumber: Hasil olahan penulis)



**EXPO
PROPERTI**

**PAMERAN PERUMAHAN
TERLENGKAP & TERPERCAYA**

JUNI 01/04 2020

Di ikuti berbagai macam PROPERTI
Rumah | Apartemen | Ruko
 Di kawasan Sidoarjo, Surabaya, Gresik,
 Pasuruan, Mojokerto dan Malang

**DAPATKAN
CASH BACK
HINGGA RATUSAN JUTA**

HARGA SPESIAL
 UANG MUKA RINGAN
 &
 MUDAH DI ANGSUR

Office : Bendul Merisih Selatan Airdas 64 - A Surabaya Telp. (031) 8417788, 8477788 - Fax. (031) 8477788

Gambar 4.18 Hasil *x-banner* event “Expo Properti”

(Sumber: Hasil olahan penulis)



Gambar 4.19 Hasil billboard *event* “Expo Properti”

(Sumber: Hasil olahan penulis)



UNIVERSITAS
Dinamika

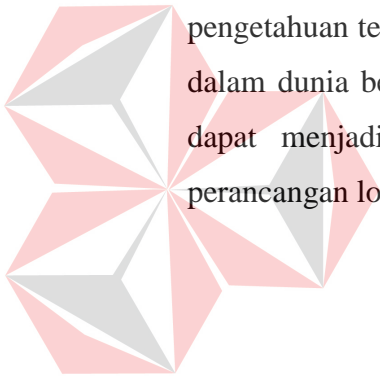
BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Kerja praktik merupakan kegiatan mahasiswa yang terjun langsung ke dunia kerja. Di dalam kegiatan kerja praktitk ini diharapkan mahasiswa dapat mengimplementasikan ilmu yang didapat ke dalam dunia kerja sehingga mampu bersaing di dunia kerja. Melalui kegiatan kerja praktik ini, diharapkan dapat memberikan manfaat yang sangat berarti bagi mahasiswa dan mendapatkan sebuah pengalaman di dunia kerja.

Berdasarkan pengalaman yang penulis dapat selama melaksanakan Kerja Praktik selama satu bulan di CV Citra Pamerindo Abadi, Penulis mendapatkan pengetahuan tentang desain logo dan media cetak, serta mendapatkan pengalaman dalam dunia bekerja di perusahaan. Selain itu, diharapkan perancangan logo ini dapat menjadi referensi bagi mahasiswa dan masyarakat saat melakukan perancangan logo untuk *event-event* Properti yang lainnya.



UNIVERSITAS
Dinamika

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku

Kusrianto, Adi. 2009. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Jakarta: CV Andi Offset.

Rivers, William L., Theodore Peterson, and Jay W. Jensen. 2008. *Media Massa & Masyarakat Modern*. Translated by Haris Munandar and Dudy Priatna. Jakarta: Kencana.

Rustan, Surianto. 2011. *Font dan Tipografi*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

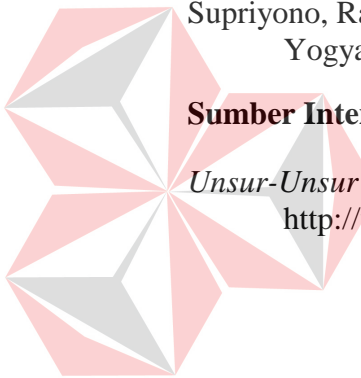
—. 2008. *Layout: Dasar & Penerapannya*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

—. 2017. *Mendesain Logo*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Supriyono, Rakhmat. 2010. *Buku Desain Komunikasi Visual (Teori dan Aplikasi)*. Yogyakarta: CV Andi Offset.

Sumber Internet

Unsur-Unsur Seni Rupa. Zakky. 2019 Januari 1. Diakses Desember 22, 2019.
<http://www.zonarefrensi.com>.



UNIVERSITAS
Dinamika