



**PERANCANGAN DESAIN MEDIA PROMOSI DINAS
KOMUNIKASI INFORMATIKA UNTUK MENYAMBUT HARI
PAHLAWAN 7 FEBRUARI 2019**

KERJA PRAKTIK



Oleh:

M RICARD PAHLEFI

16420100065

INSTITUT BISNIS
DAN INFORMATIKA

stikom
SURABAYA

FAKULTAS TEKNOLOGI DAN INFORMATIKA

INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA STIKOM SURABAYA

2019

**PERANCANGAN DESAIN MEDIA PROMOSI DINAS
KOMUNIKASI INFORMATIKA UNTUK MENYAMBUT HARI
PAHLAWAN 7 FEBRUARI 2019**

Diajukan sebagai salah satu

Syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana



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

2019

LEMBAR MOTTO



“Kesempatan bukanlah hal kebetulan... kau harus menciptakannya”

LEMBAR PERSEMBAHAN



Kupersembahkan kepada kedua Orang tuaku, Dosen Pembimbing, teman-teman seperjuangan DKV STIKOM SURABAYA, Serta pihak-pihak yang telah membantu menyelesaikan laporan ini. Terima Kasih

LEMBAR PENGESAHAN

PERANCANGAN DESAIN MEDIA PROMOSI DINAS KOMUNIKASI INFORMATIKA UNTUK MENYAMBUT HARI PAHLAWAN 7 FEBRUARI 2019

Laporan Kerja Praktik oleh :

M Ricard Pahlefi

NIM : 16420100065

Telah diperiksa, diuji dan disetujui

Surabaya, 23 April 2019



Ardian Jaya Prasetya, S.T., M.Ds

NIDN. 0714118806

Disetujui :

INSTITUT BISNIS
DAN INFORMATIKA



NIP. 198807212007011001

Mengetahui,

Ketua Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual



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



Scanned with
CamScanner

NIDN.0726027101

SURAT PERNYATAAN

PERSETUJUAN PUBLIKASI DAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Sebagai mahasiswa Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya, saya:

Nama : M Ricard Pahlefi

NIM : 16420100065

Program Studi : S1 Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Fakultas Teknologi dan Informatika

Jenis Karya : Laporan Kerja Praktik

Judul Karya : **PERANCANGAN DESAIN MEDIA PROMOSI**

**DINAS KOMUNIKASI INFORMATIKA UNTUK
MENYAMBUT HARI PAHLAWAN 7 FEBRUARI**

2019

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-Ekslusif (*Non-Ekslusif Royalti Free Right*) atas seluruh isi / sebagian karya ilmiah saya tersebut diatas untuk disimpan, dialih mediakan dan dikelola dalam bentuk pangkalan data (*database*) untuk selanjutnya didistribusikan atau di publikasikan demi kepentingan akademis dengan tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis atau pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta
2. Karya tersebut adalah karya asli saya, bukan plagiat baik sebagian maupun keseluruhan. Kutipan, karya atau pendapat orang lain yang ada dalam karya ilmiah ini adalah semata-mata hanya rujukan yang dicantumkan dalam Daftar Pustaka saya.
3. Apabila kemudian hari ditemukan dan terbukti terdapat tindakan plagiat pada karya ilmiah ini, maka saya bersedia menerima pencabutan terhadap gelar kesarjanaan yang telah diberikan kepada saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Surabaya, 30 Maret 2019



M Ricard Pahlefi

NIM : 16420100065

ABSTRAK

Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Tanah Bumbu Provinsi Kalimantan Selatan sebagai dinas yang bertanggung jawab atas pengolahan informasi dalam lingkungan, Dinas Komunikasi Dan Informatika Kabupaten Tanah Bumbu Provinsi Kalimantan Selatan Telah di percaya memberikan pelayanan publik berupa informasi kepada masyarakat

Dari permasalahan pada Kerja Praktik ini adalah bagaimana perancangan layout desain 7 februari 2019 untuk mengingat hari pahlawan dengan pembuatan media promosi poster, spanduk dan web yang diharapkan bermanfaat guna menambah pengetahuan dan wawasan bagi pembaca, terutama agar mengetahui pentingnya media promosi yang ada di sekitar masyarakat. Dan membantu memberikan kontribusi desain kepada pihak DISKOMINFO dalam bentuk desain sesuai kebutuhan acara

Kata Kunci : *perancangan, layout desain, media promosi*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah Yang Maha Esa, karena berkat rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan Laporan Kerja ini. 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 berbahagia ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada semua pihak yang telah membantu penyelesaian Laporan Kerja Praktik ini:

1. Allah Yang Maha Esa yang telah memberikan kemudahan dalam menyelesaikan Laporan Kerja Praktik ini.
2. Prof. Dr Budi Jatmiko, M.Pd Selaku rektor Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya.
3. Siswo Martono, S. Kom., M.M. selaku Kepala Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya.
4. Ardian Jaya Prasetya P.ST.,M.Ds selaku dosen pembimbing.
5. Julian Triadana,S.IP.,M.Sos, selaku pembimbing saat kerja praktek dan telah memberikan arahan selama proses kerja praktek berlangsung

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Halaman Form-3 (Surat Balasan KP).....	34
Lampiran 2 Halaman Form-4 (Surat Keterangan Selesai).....	35
Lampiran 3 Halaman Form-5 (Acuan Kerja).....	36
Lampiran 4 Halaman Form-6 (Log Harian dan Catatan Perubahan).....	38
Lampiran 5 Halaman Form-7 (Kehadiran KP)	40
Lampiran 6 Form Kartu Bimbingan Kerja Praktik.....	41
Lampiran 7 Biodata Penulis	42



DAFTAR ISI

LEMBAR PERSEMBAHAN	iii
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Batasan Masalah	3
1.4 Tujuan	3
1.5 Manfaat	4
1.5.1 Manfaat Teoritis	4
1.5.2 Manfaat Praktis	4
1.6 Pelaksanaan.....	5
1.7 Sistematika Penulisan	5
BAB II.....	7
GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	7
2.1 Profil Dinas Komunikasi Dan Informatika	7
2.2 Struktur Perusahaan	9
2.3 Visi dan Misi Dinas Komunikasi Dan Informatika.....	11
2.4 Logo Dinas Komunikasi Dan Informatika	12
2.5 Suasana ruang kerja	13
BAB III.....	15
LANDASAN TEORI.....	15
3.1 Desain	15
3.1.1 Unsur-Unsur Desain.....	16

3.2 Media Promosi	20
3.2.1 Definisi Media	20
3.2.2 Definisi Promosi	21
3.2.3 Definisi Media Promosi	22
BAB IV	23
DEKSRIPSI PEKERJAAN.....	23
4.1 Penentuan Konsep.....	23
4.2 Merancang Karya.....	23
4.3 Hasil Selama Kerja Praktek	24
4.4 Hasil Media Komunikasi Visual	24
4.4.1 Perancangan Konsep.....	24
4.4.2 Perancangan Media promosi 7 februari 2019	24
BAB V	35
PENUTUP	35
5.1. Kesimpulan	35
5.2 Saran	36
DAFTAR PUSTAKA	37



DAFTAR GAMBAR

<i>Gambar 1 Struktur Organisasi Dinas Komunikas Informatika</i>	9
<i>Gambar 2 Logo Dinas Komunikasi Dan Informatika.....</i>	12
<i>Gambar 3 Tempat Kerja Praktik</i>	13
<i>Gambar 4 kantor bupati tanah bumbu</i>	13
<i>Gambar 5 Suasana ruangan kerja praktik.....</i>	14
<i>Gambar 6.sketsa</i>	25
<i>Gambar 7 aplikasi.....</i>	26
<i>Gambar 8 aplikasi.....</i>	27
<i>Gambar 9 Warna</i>	28
<i>Gambar 10 Font.....</i>	29
<i>Gambar 11 Desain baliho</i>	30
<i>Gambar 12 Desain baliho yang terpilih</i>	31
<i>Gambar 13 Desain web.....</i>	32
<i>Gambar 17 Dokumentasi 7 februari 1</i>	33
<i>Gambar 17 Dokumentasi 7 februari 2</i>	34
<i>Gambar 17 Dokumentasi 7 februari 3</i>	35
<i>Gambar 17 Dokumentasi 7 februari 4.....</i>	36



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Tanggal 7 Februari 1946 merupakan hari dan tanggal yang sangat bersejarah bagi masyarakat di Kabupaten Tanah Bumbu terkhusus di Pagatan. Hari tersebut dikenang sebagai Proklamasi 7 Februari 1946. Proklamasi 7 Februari 1946 merupakan suatu usaha mempertahankan kemerdekaan Republik Indonesia (17 Agustus 1945) oleh rakyat di Kalimantan Selatan.

Pagatan menyatakan dukungan terhadap proklamasi kemerdekaan 17 Agustus 1945, sehingga wilayah Pagatan merupakan bagian dari Negara Kesatuan Republik Indonesia. Pagatan juga berusaha mempertahankan kemerdekaan para pejuang melewati serangkaian perjuangan fisik dalam kurun waktu tahun 1945 – 1949.

Semangat pantang menyerah dikorbankan oleh para pejuang. Mereka harus meninggalkan keluarga, saudara, istri, dan anak. Disisi lain, mereka juga harus mengorbankan tenaga, waktu, dan pikiran bahkan taruhan nyawa untuk dapat memperjuangkan kemerdekaan yang sudah di proklamasikan. Sehingga dapat terbebas dari belenggu penjajahan baik secara lahir maupun batin.

Tepat pada tanggal 7 Februari 1946 dengan gagah berani pejuang-pejuang kemerdekaan mewujukan sumpah “merdeka atau mati”. Tanggal 7 Februari 1946 juga merupakan salah satu bagian khasanah sejarah patriotisme bangsa Indonesia. Penduduk di daerah serempak bangkit dengan menggunakan senjata sederhana dan bambu runcing untuk menghadapi bala tentara Belanda yang bersenjata modern dengan maksud ingin kembali menanamkan kekuasaan.

Bukti sejarah, Pagatan mempersembahkan ke pangkuan ibu pertiwi tercinta, 37 orang syuhada sebagai kusuma bangsa. Mereka para pahlawan bangsa, gugurlah mereka dalam sumpah setia yang kemudian tak pernah kembali lagi. Darah dan air mata membasahi ibu pertiwi untuk mewariskan kepada generasi yang akan datang tentang semangat jiwa kepahlawanan di kota ini. Maka setiap tanggal 7 Februari selalu di peringati sebagai Hari Pahlawan Pagatan.

Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Tanah Bumbu Provinsi Kalimantan Selatan sebagai dinas yang menjalankan tugas pokok dan fungsi dalam memberikan pelayanan publik berupa informasi kepada masyarakat. Saat ini hal tersebut sudah dilaksanakan, namun pada pemberitahuan informasi tentang peristiwa 7 Februari 1946 yang menjadi hari Pahlawan di daerah Kalimantan Selatan, khususnya di Pagatan masyarakat belum dilakukan dengan maksimal. Karena dilakukan secara manual dalam pengelolaannya, sehingga sangat diperlukan adanya sistem pemberitahuan informasi yang cepat dan efisien. Maka dari itu, sangat dibutuhkan pemanfaatkan kemajuan Informasi dan Teknologi (IT) yang sudah sangat umum dikenal oleh masyarakat.

1.2 Rumusan Masalah

Melihat latar belakang yang telah dibahas pada sub bab 1.1, dapat diketahui bahwa permasalahan yang dimiliki oleh pihak Dinas Komunikasi dan Informatika (DISKOMINFO) adalah sebagai berikut:

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI DINAS KOMUNIKASI
INFORMATIKA UNTUK MENYAMBUT HARI PAHLAWAN 7 FEBRUARI
2019.

1.3 Batasan Masalah

Nantinya batasan masalah yang akan digunakan, adalah :

1. Hanya terbatas pada perancangan media desain baliho, desain web, Hari Pahlawan 7 Februari 2019.
2. Pembasahan masalah hanya tentang Hari Pahlawan 7 Februari 2019.
3. Daerah Kalimantan Selatan, Kabupaten Tanah Bumbu, Pagatan.

1.4 Tujuan

Tujuan dari kerja praktek yang dilakukan sebagai berikut:

1. Mengingatkan kembali tentang Hari Pahlawan 7 Februari 2019.
2. Memberi wawasan kepada masyarakat tentang Hari Pahlawan 7 Februari 2019.

1.5 Manfaat

Sesuai dengan tujuan yang diharapkan, maka manfaat dari perancangan desain ini adalah untuk menarik minat masyarakat agar lebih bersemangat dan memahami makna perjuangan para pahlawan Pagatan .

1.5.1 Manfaat Teoritis

Manfaat Teoritis sebagai berikut:

1. Sebagai refensi dan penambahan wawasan masyarakat dalam pembuatan media promosi Hari Pahlawan 7 Februari 2019.
2. Sebagai perbandingan untuk desain media promosi berikutnya.
3. Kerja praktik ini diharapkan dapat membantu proses pembelajaran, pengalaman, dan wawasan penulis dalam merancang sesuatu media promosi.

1.5.2 Manfaat Praktis

Manfaat Praktis sebagai berikut:

1. Kerja praktik ini diharapkan bermanfaat guna menambah pengetahuan dan wawasan bagi pembaca, terutama agar mengetahui pentingnya media promosi yang ada di sekitar masyarakat.
2. Kerja praktik ini diharapkan bermanfaat guna memberikan informasi kepada DISKOMINFO, yakni sebagai atribut perusahaan yang dapat mendukung desain media DISKOMINFO.

3. Memberikan kontribusi desain kepada pihak DISKOMINFO dalam bentuk desain sesuai kebutuhan acara.

1.6 Pelaksanaan

a. Detail Perusahaan

Nama Perusahaan : Komunikasi dan Informatika Tanah Bumbu
 Nama Penyelia : Julian Triadana,S.IP,M.SOS
 Alamat : Jl. DHARMA PRAJA NO.3, Tanah Bumbu, Kalimantan Selatan.



1.7 Sistematika Penulisan

Para pembaca dapat memahami dengan mudah persoalan dan pembahasan, maka penulisan dari laporan kerja praktik akan disusun sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini, akan membahas beberapa materi, seperti Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Batasan Masalah, Tujuan, Manfaat, Pelaksanaan dan Sistematika Penulisan yang menjelaskan tentang perancangan desain yang akan dilakukan di Kerja Praktik.

BAB II : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Pada bab ini, akan membahas tentang gambaran perusahaan tempat Kerja Praktik, yaitu gambaran umum tentang .Dinas Komunikasi dan Informatika Tanah Bumbu.

BAB III : LANDASAN TEORI

Pada bab ini, akan menjelaskan tentang jenis-jenis teori, konsep dan pengertian yang menjadi landasan dalam perancangan desain 7 Februari 2019, Hari Pahlawan Pagatan, Kalimantan Selatan.

BAB IV : DESKRIPSI PEKERJAAN

Pada bab ini, akan membahas deskripsi pekerjaan, yakni hasil perancangan selama melaksanakan kerja praktik di Dinas Komunikasi dan Informatika Tanah Bumbu, Kalimantan selatan berdasarkan kendala maupun tata cara perancangan yang telah dibuat dan dikerjakan.

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini, akan dijabarkan kesimpulan dan saran selama pembuatan desain Hari Pahlawan 7 Februari.

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil Dinas Komunikasi Dan Informatika

Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Tanah Bumbu dibentuk berdasarkan Peraturan Daerah Kabupaten Tanah Bumbu Nomor 19 Tahun 2016 tentang Pembentukan dan Susunan Perangkat Daerah Kabupaten Tanah Bumbu. Disebutkan dalam Pasal 2 ayat (2) huruf d, bahwa Dinas Komunikasi dan Informatika bertipe B yang melaksanakan fungsi urusan pemerintahan bidang komunikasi dan informatika, bidang persandian dan bidang statistik.

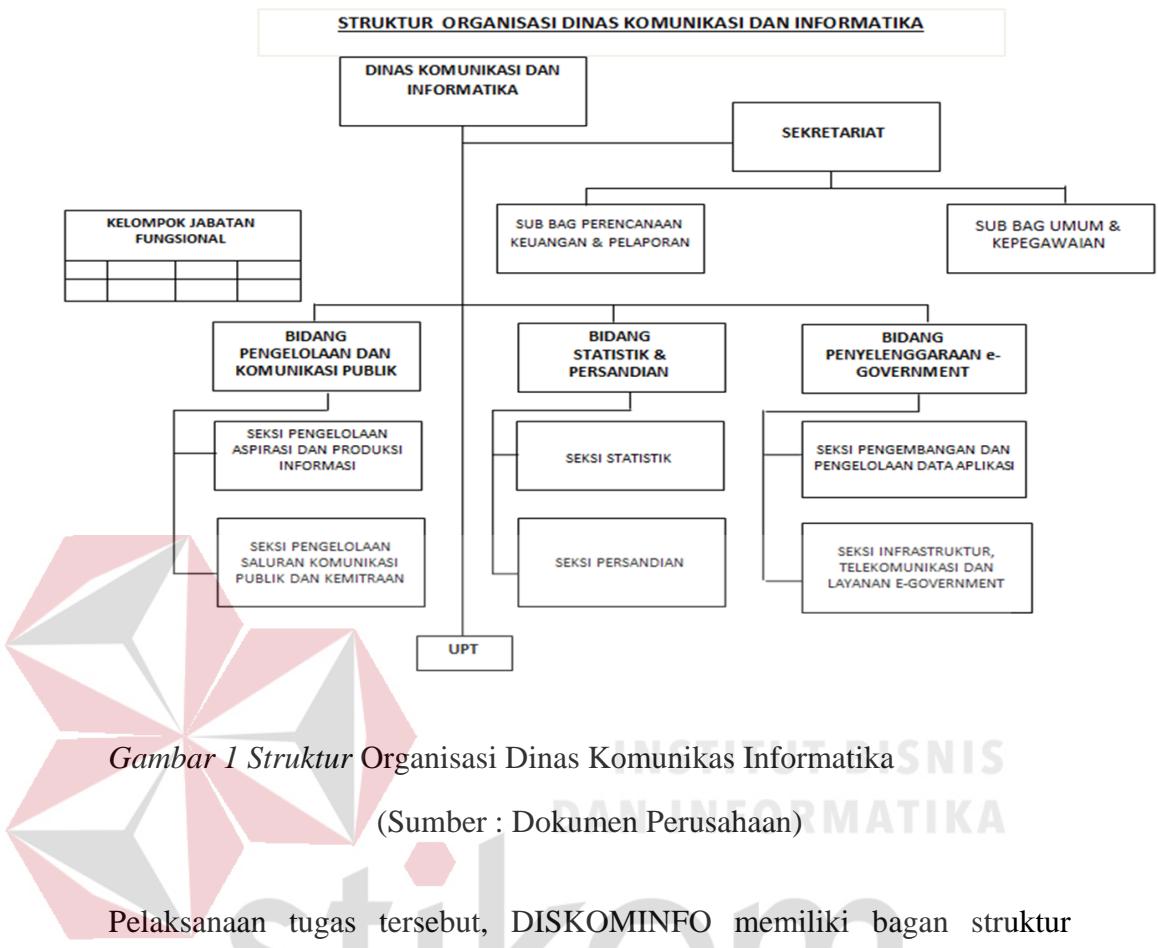
Keberadaan Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Tanah Bumbu sebagai salah satu komponen dijajaran Pemerintah Kabupaten Tanah Bumbu tergolong baru, karena awal mulanya dibentuk pada akhir tahun 2016 melalui proses yang cukup panjang. Dinas Komunikasi dan Informatika berasal adalah Satuan Kerja Perangkat Daerah pecahan dan gabungan dari beberapa Satuan Kerja Perangkat Daerah yang direvisi, yaitu Dinas Perhubungan Komunikasi dan Informatika (Dishubkominfo), bagian Humas Sekretariat Daerah dan Badan Perencanaan dan Pembangunan Daerah (Bappeda). Meskipun tergolong sangat baru, namun sudah banyak hasil kegiatan yang cukup membanggakan dan mengharumkan Kabupaten Tanah Bumbu dalam perjalannya.

Peraturan Bupati Tanah Bumbu Nomor 29 Tahun 2016 tentang Kedudukan, Susunan Organisasi, Tugas, Fungsi dan Tata Kerja Perangkat Daerah Kabupaten

Tanah Bumbu, disebutkan bahwa Dinas Komunikasi dan Informatika mempunyai tugas-tugas pokok dalam membantu Bupati melaksanakan penyusunan dan pelaksanaan kebijakan daerah di bidang komunikasi, informatika, persandian dan statistik yang diberikan kepada Kabupaten Tanah Bumbu. Untuk melaksanakan tugasnya, Peraturan Bupati Nomor 29 Tahun 2016 memberikan fungsi kepada Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Tanah Bumbu sebagai berikut :

- a) Perumusan kebijakan daerah di bidang komunikasi dan informatika, persandian dan statistik;
- b) Pelaksanaan kebijakan daerah di bidang komunikasi dan informatika, persandian dan statistik;
- c) Pelaksanaan evaluasi dan pelaporan di bidang komunikasi dan informatika, persandian dan statistik;
- d) Pelaksanaan administrasi Dinas; dan pelaksanaan fungsi lain yang diberikan oleh Bupati terkait dengan tugas dan fungsinya.

2.2 Struktur Perusahaan



Pelaksanaan tugas tersebut, DISKOMINFO memiliki bagan struktur organisasi sebagaimana gambar 1, terdiri atas :

- a. Sekretariat;
- b. Bidang Pengelolaan dan Komunikasi Publik;
- c. Bidang Statistik dan Persandian;
- d. Bidang Penyelenggaraan e-Government;
- e. Unit Pelaksana Teknis;
- f. Kelompok Jabatan Fungsional.

Pemimpin perubahan yang menjabat sebagai Kepala Bidang Pengelolaan dan Komunikasi Publik, mempunyai tugas melakukan penyiapan perumusan kebijakan teknis dan penyelenggaraan kegiatan di bidang pengelolaan dan komunikasi publik. Uraian tugas tersebut adalah sebagai berikut :

- a. Menyiapkan bahan penyusunan rumusan kebijakan daerah di bidang pengelolaan dan komunikasi publik;
- b. Melaksanakan kebijakan di bidang pengelolaan dan komunikasi publik;
- c. Menyiapkan bahan penyusunan norma, standar, prosedur, dan kriteria serta pemberian bimbingan teknis di bidang pengelolaan dan komunikasi publik;
- d. Menyelenggarakan pengelolaan opini dan aspirasi publik;
- e. Menyelenggarakan pengelolaan informasi untuk mendukung kebijakan nasional dan Pemerintah Daerah;
- f. Melaksanakan penyediaan konten lintas sektoral dan pengelolaan media komunikasi publik;
- g. Melaksanakan pelayanan informasi publik;
- h. Melaksanakan layanan hubungan media;
- i. Melaksanakan penguatan kapasitas sumber daya komunikasi publik;
- j. Melaksanakan penyediaan akses informasi;
- k. Melaksanakan koordinasi dengan instansi terkait;
- l. Melaksanakan pemantauan, evaluasi, dan pelaporan pelaksanaan tugas; dan
- m. Melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh atasan sesuai dengan bidang tugasnya.

Unsur-Unsur Organisasi Bidang Pengelolaan dan Komunikasi Publik meliputi :

- a. Seksi Pengelolaan Aspirasi dan Produksi Informasi. Mempunyai tugas menyiapkan bahan penyusunan program, petunjuk teknis dan pengoordinasian penyelenggaraan kegiatan di bidang pengelolaan aspirasi dan produksi informasi.
- b. Seksi Pengelolaan Saluran Komunikasi Publik dan Kemitraan Mempunyai tugas menyiapkan bahan penyusunan program, petunjuk teknis, dan pengoordinasian penyelenggaraan kegiatan di bidang pengelolaan saluran komunikasi publik dan kemitraan.

2.3 Visi dan Misi Dinas Komunikasi Dan Informatika

2.3.1 Visi Dinas Komunikasi Informatika

- TERWUJUDNYA KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA YANG PRIMA DALAM MENYELENGGARAKAN PEMERINTAHAN DAERAH MENUJU TANAH BUMBU YANG MAJU, SEJAHTERA, DAN BERINTELEKTUAL TINGGI.

2.3.2 Misi Dinas Komunikasi Dan Informatika

Perwujudkan visi tersebut, Dinas Komunikasi dan Informatika melaksanakan misi sebagai berikut:

1. Meningkatkan kemampuan Sumber Daya Manusia (SDM) sesuai kompetansi dan kualifikasi komunikasi, informatika, statistik, dan persendian.
2. Meningkatkan dan mengembangkan layanan publik yang mendukung sektor pariwisata dan sektor lainnya serta pengembangan poros maritim.

3. Meningkatkan pemberdayaan dan pendayagunaan sarana dan prasarana komunikasi dan informatika.
4. Mewujukan budaya dan pengetahuan masyarakat berbasis teknologi informatika dan layanan informatika
5. Mewujudkan data dan informatika elektronik sebagai bahan kajian perumusan kebijakan dan pembangunan.

2.4 Logo Dinas Komunikasi Dan Informatika



Gambar 2 Logo Dinas Komunikasi Dan Informatika

(Sumber : Dokumen Perusahaan)

2.5 Suasana ruang kerja



Gambar 3 Tempat Kerja Praktik

(Sumber : Dokumentasi Penulis)



Gambar 4 kantor bupati tanah bumbu

(Sumber : Dokumentasi Penulis)



Gambar 5 Suasana ruangan kerja praktik

(Sumber : Dokumentasi Penulis)



BAB III

LANDASAN TEORI

3.1 Desain

Desain secara etimologi berasal dari beberapa bahasa serapan, yaitu kata “*desaigno*” (Itali) yang secara gramatikal berarti gambar, berasal dari kata bahasa Inggris “*design*”, dan dalam bahasa Indonesia sering digunakan padanan katanya, yaitu rancangan, pola atau cipta. Menurut Bruce Arcer (Nurhayati, 2004:78) desain adalah bidang keterampilan, pengetahuan dan pengalaman manusia yang mencerminkan keterikatan dengan apresiasi dan adaptasi lingkungannya ditinjau dari kebutuhan-kebutuhan kerohanian dan kebendaannya. Secara khusus desain dikaitkan dengan konfigurasi, komposisi, arti, nilai dan tujuan dari fenomena buatan manusia. Desain merupakan suatu proses pengorganisasian unsur garis, bentuk ukuran, warna, tekstur, bunyi, cahaya, aroma dan unsur-unsur desain lainnya, sehingga tercipta suatu hasil karya tertentu. Pada dasarnya desain merupakan rancangan yang menjadi dasar pembuatan suatu benda. 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.

3.1.1 Unsur-Unsur Desain

a. Tipografi

Wirya (1999:32) Tipografi yang baik mengarah pada keterbacaan, kemenarikan, dan desain huruf tertentu, sehingga dapat menciptakan gaya (*style*) dan karakter atau menjadi karakteristik subjek yang diiklankan. Beberapa tipe huruf mengesankan nuansa-nuansa tertentu, seperti kesan berat, ringan, kuat, lembut, jelita, dan sifat-sifat atau nuansa yang lain.

Frank Jefkins (1997: 248) Tipografi merupakan seni memilih huruf; (1) dari ratusan jumlah rancangan atau desain jenis huruf yang tersedia; (2) menggabungkannya dengan jenis huruf yang berbeda; (3) menggabungkan sejumlah kata yang sesuai dengan ruang tersedia; (4) dan menandai naskah untuk proses *typesetting* dengan menggunakan ketebalan dan ukuran huruf yang berbeda.

b. LayOut

Pengertian layout menurut Graphic Art Encyclopedia (1992:296) “*Layout is arrangement of a book, magazine, or other publication so that and illustration follow a desired format*” yang artinya adalah merupakan pengaturan yang dilakukan pada buku, majalah, atau bentuk publikasi lainnya, sehingga teks dan ilustrasi sesuai dengan bentuk yang diharapkan.

Lebih lanjut dapat dikatakan bahwa: “*Layout include directions for marginal data, pagination, marginal allowances, center heading and side head,*

placement of illustration.” Layout juga meliputi semua bentuk penempatan garis tepi, penempatan ukuran dan bentuk illustrasi.

Menurut Smith (Sutopo, 2002:174) mengatakan bahwa proses mengatur hal atau pembuatan *layout* adalah merangkaikan unsur tertentu menjadi susunan yang baik, sehingga mencapai tujuan.

c. Warna

Warna merupakan elemen penting yang dapat mempengaruhi sebuah desain. Pemilihan warna dan pengolahan atau penggabungan satu dengan lainnya akan dapat memberikan suatu kesan atau *image* yang khas dan memiliki karakter yang unik. Karena setiap warna memiliki sifat yang berbeda-beda.

Danger (1992:51) menyatakan bahwa warna adalah salah satu dari dua unsur yang menhasilkan daya tarik visual, dan kenyataannya warna lebih berdaya tarik pada emosi daripada akal.

1. Kelompok Warna

(Adi Kusrianto, 2007) Warna terbagi atas tiga, yaitu :

a. Warna Primer

Merupakan tiga pigmen warna dasar yang tidak dapat dibentuk dengan campuran dari warna-warna lain, namun dapat membentuk warna lain dari kombinasi 3 warna ini. Warna yang termasuk dalam golongan warna primer adalah: merah, biru, dan kuning.

b. Warna Sekunder

Merupakan hasil pencampuran dua warna primer dengan proporsi. Misalkan warna jingga merupakan hasil campuran warna merah dengan kuning, hijau adalah campuran biru dan kuning, dan ungu adalah campuran merah dan biru.

c. Warna Tersier

Warna yang diperoleh dengan mencampur warna sekunder dan warna disebelahnya pada lingkaran warna atau campuran salah satu warna primer dengan salah satu warna sekunder. Misalnya warna jingga kekuningan didapat dari pencampuran warna kuning dan jingga. Warna coklat merupakan campuran dari ketiga warna merah, kuning, dan biru.

2. Dimensi Warna

a. Warna netral

Warna-warna yang tidak lagi memiliki kemurnian warna atau dengan kata lain bukan merupakan warna primer maupun sekunder. Warna ini merupakan campuran ketiga komponen warna sekaligus, tetapi tidak dalam komposisi tepat sama.

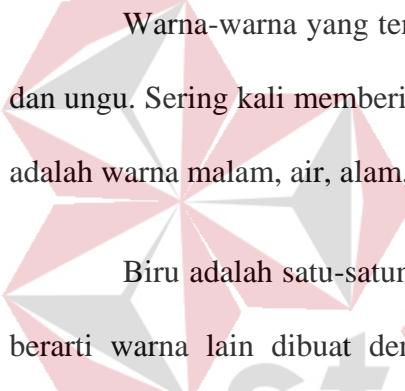
b. Warna kontras atau komplementer

Warna yang berkesan berlawanan satu dengan lainnya. Warna kontras bisa didapatkan dari warna yang berseberangan (memotong titik tengah segitiga) terdiri atas warna primer dan warna sekunder. Tetapi tidak menutup kemungkinan pula

membentuk kontras warna dengan nilai ataupun kemurnian warna. Contoh warna kontras adalah merah dengan hijau, kuning dengan ungu dan biru dengan jingga.

c. Warna dingin

Kelompok warna dalam rentang setengah lingkaran di dalam warna mulai dari hijau hingga ungu. Warna ini menjadi simbol kelembutan, sejuk, nyaman, dsb. Warna dingin mengesankan jarak yang jauh.



Warna-warna yang termasuk warna sejuk atau dingin adalah hijau, biru, dan ungu. Sering kali memberikan kesan pendiam daripada warna hangat. Mereka adalah warna malam, air, alam, dan biasanya membawa ketenangan dan rileks.

Biru adalah satu-satunya warna primer dalam spectrum yang sejuk, yang berarti warna lain dibuat dengan menggabungkan biru dengan warna hangat (kuning, hijau dan merah untuk ungu). Hijau mengambil beberapa atribut kuning dan ungu mengambil beberapa atribut merah. Gunakan warna-warna sejuk di desain untuk memberikan perasaan tenang atau profesionalisme. Dalam industri percetakan, untuk menghasilkan warna bervariasi, diterapkan pemakaian warna primer dan subtraktif. Contoh warna subtraktif adalah magenta dan kuning dalam ukuran yang bermacam-macam.

d. Warna panas

Kelompok warna dalam rentang setengah lingkaran di dalam lingkaran warna mulai dari merah hingga kuning. Warna ini ini menjadi simbol, riang, semangat, marah, dsb. Warna panas mengesankan jarak yang dekat. Merah dan kuning keduanya warna primer, dengan oranye jatuh di tengah, yang berarti semua benar-benar hangat dan tidak diciptakan dengan menggabungkan warna hangat dengan warna dingin. Gunakan warna hangat dalam desain untuk mencerminkan gairah, kebahagiaan, antusiasme, dan energi.

3.2 Media Promosi

3.2.1 Definisi Media

Menurut Hasan (2002:726) media adalah sarana komunikasi, seperti koran, majalah, radio, televisi, film, poster, dan spanduk yang terletak di antara dua pihak (orang, golongan, dsb.). Dalam periklanan, media dibagi menjadi dua jenis, yaitu:

a. Media Lini Atas (Above The Line Media)

Media lini atas terdiri dari iklan-iklan yang dimuat dalam media cetak, media elektronik (radio, TV, bioskop), dan media luar ruang (papan reklame dan angkutan).

b. Media Lini bawah (Below the Line)

Media lini bawah terdiri dari seluruh media selain media lini atas, seperti *directmail*, pameran, brosur, sample produk, *point of sale display material*, spanduk, umbul-umbul, dan lainnya.

Dalam perancangan ini media promosi yang akan digunakan adalah dengan menggunakan media *print out* meliputi *above the line* (iklan majalah) yang ditujukan untuk menjangkau klien dalam skala besar dan *below the line* (brosur dan katalog) sebagai sarana promosi yang bertujuan untuk klien yang memiliki mobilitas tinggi. Tujuan dari beberapa media promosi adalah :

1. Untuk mencapai ‘orang yang memiliki pengaruh dalam pembelian’ yang tidak terjangkau sebelumnya dan yang tidak diketahui sebelumnya (iklan majalah serta brosur).
2. Katalog berfungsi untuk mengetahui para supplier atau klien dengan produk atau jasa yang ditawarkannya serta membantu penjual untuk membuat kontak dengan orang-orang teknis dalam organisasi panitia pembelian tersebut.
3. *Website* atau biasa disebut pemasaran *online* merupakan salah satu dari pemasaran langsung (*direct marketing*) keuntungan dari pemasaran *online* adalah akses informasi dan retrieval yang dan tidak ada pembatasan materi promosi yang dilakukan dengan biaya yang relatif murah

3.2.2 Definisi Promosi

Pengertian promosi menurut Djaslim Saladin dan Yevis Marty Oesman (2002:123) “Promosi adalah suatu komunikasi informasi penjualan dan pembeli yang bertujuan untuk merubah sikap dan tingkah laku pembeli yang sebelumnya tidak mengenal menjadi mengenal sehingga menjadi pembeli dan mengingat produk tersebut”

Pengertian promosi menurut Buchari Alma (2006:179) "promosi adalah sejenis komunikasi yang memberinya penjelasan dan meyakinkan calon konsumen mengenai barang dan jasa dengan tujuan untuk memperoleh perhatian, mendidik, mengingatkan, dan menyampaikan pesan yang dilakukan baik oleh perusahaan maupun perantara dengan tujuan memberikan informasi mengenai produk, harga, dan tempat. Informasi itu bersifat memberitahukan, membujuk, dan mengingatkan kembali kepada konsumen, para perantara, atau kombinasi keduanya (<http://elib.unikom.ac.id>)

3.2.3 Definisi Media Promosi

Promosi memiliki beberapa bauran promosi. Frank Jefkins (1995:84) menyebutkan bahwa media promosi meliputi seperangkat yang dapat memuat atau membawa pesan-pesan penjualan kepada calon pembeli. Aplikasi media dalam promosi tergantung pada strategi dan tujuan yang ingin dicapai. Promosi menjadi lebih efektif jika digabungkan dengan iklan (Kotler dan Keller,2007:234).

BAB IV

DEKSRIPSI PEKERJAAN

4.1 Penentuan Konsep

Melakukan pembuatan perancangan desain, diperlukan penentuan konsep sebagai dasar utama ,yaitu dengan beberapa tahapan-tahapan penting yang harus dilalui antara lain :

- a. Konsep ditentukan dengan cara observasi, yakni melakukan pengumpulan data dan informasi berkaitan dengan acara yang akan dilaksanakan
- b. Merancang Konsep dari tema acara yang akan dilaksanakan.
- c. Mengerjakan media promosi yang sudah di tetapkan oleh perusahaan dan membuat desain dengan observasi yang sudah di lakukan.

4.2 Merancang Karya

Tahap setelah menentukan konsep, yakni melakukan pembuatan perancangan media promosi dari *sketch* yang terpilih pada masing-masing media dan diimplementasikan pada setiap desain media promosi yang telah di pilih :

- a. Desain baliho
- b. Desain web

4.3 Hasil Selama Kerja Praktek

Selama kerja praktek, penulis merancang semua konsep atribut media promosi acara sesuai tema yang di berikan di Dinas Komunikasi dan Informatika Tanah Bumbu, Kalimantan Selatan .

4.4 Hasil Media Komunikasi Visual

4.4.1 Perancangan Konsep

Pelaksanaan media komunikasi visual tentunya diperlukan bebagai macam perancangan konsep media komunikasi visual yang dibutuhkan sebagai media promosi beserta atribut acara. Banyak sekali media yang dapat digunakan sebagai pendukung pelaksanaan acara seperti media seperti poster, spanduk, baleho, dll. Hal tersebut untuk menunjang acara dan menginformasi kan kepada masyarakat tentang acara tersebut.

4.4.2 Perancangan Media promosi 7 februari 2019

Konsep yang sudah matang, dapat dilakukan pencarian bahan dibeberapa situs kreatif di internet berupa referensi desain, gambar vektor yang bersangkutan dengan desain yang akan dikerjakan dan ditambah dengan tifografi serta ikon untuk dipadukan menjadi satu element media komunikasi visual. Elemen visual harus di sesuaikan dengan semua atribut media promosi DISKOMINFO.

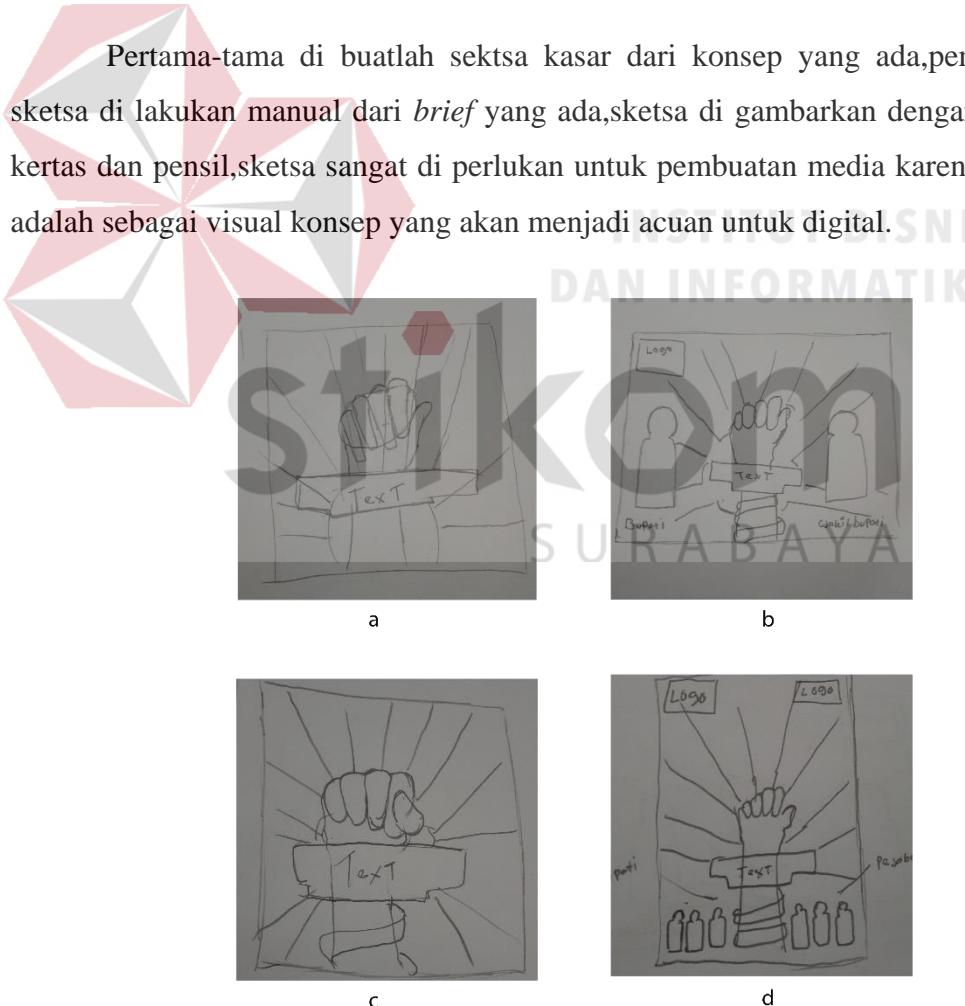
4.4.3 Pembuatan Hasil Akhir

Mengacu pada bahan yang didapat, mulai dari referensi di internet, *brief*, dan wawancara akhirnya penulis membuat atribut media promosi. Proses tersebut memakan waktu kurang lebih 1 bulan penggerjaanya dan melalui beberapa tahap proses diantaranya penentuan tema, pencarian data, perancangan konsep, konsultasi, dan refisi desain.

4.4.4 Hasil Akhir

A. Sketsa kasar desain 7 februari 2019

Pertama-tama di buatlah sketsa kasar dari konsep yang ada, pembuatan sketsa di lakukan manual dari *brief* yang ada, sketsa di gambarkan dengan media kertas dan pensil, sketsa sangat di perlukan untuk pembuatan media karena sketsa adalah sebagai visual konsep yang akan menjadi acuan untuk digital.



Gambar 6 sketsa

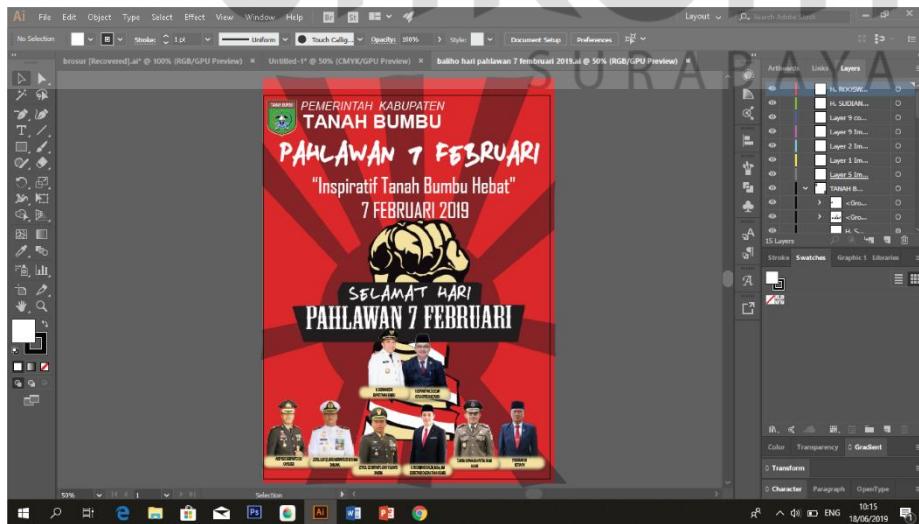
(Sumber : Dokumentasi Penulis)

Dari sketsa ini di temukan lah 4 sketsa dasar A,B,C,D yang memvisualkan konsep yang akan di sampaikan:

- a. tangan kanan memvisualkan kebaikan ketulusan,genggaman tangan berarti gigih kerja keras kuat dan pantang menyerah,dan background yang akan di gunakan adalah bergaya art deco agar lebih classic seni Yang berfungsi sebagai hiasan
- b. desain yang akan di gunakan untuk web tanah bumbu yang akan menggunakan bupati dan wakil bupati
- c. desain a mendapatkan penambahan 26rnament yaitu bendera yang melilit tangan yang menggambarkan tahap-tahap kemerdekaan yang di perjuangkan
- d. desain gabungan dari a,c yang akan di gunakan di padukan modeling

B.Sketsa Digital

Selanjutnya dilakukan Digitalisasi dari sketsa yang telah di dapat Dengan menggunakan *software* adobe illustrator berbasis vector ,pada tahap ini akan dilakukan proses pewarnaan,objek-objek yang di perlukan.



Gambar 7 aplikasi

(Sumber : Dokumentasi Penulis)

Adobe Illustrator merupakan sebuah software yang dikembangkan oleh perusahaan software terkemuka Adobe System yang dapat digunakan untuk pembuat desain berbasis vector yang di peruntungkan pekerjaan seperti desainer.

Ukuran kertas yang akan di gunakan untuk desain background ukuran A4 mm 210x297,cm 21,0x29,7 agar implementasi karya lebih mudah,background menggunakan warna merah ,merah adalah warna beraura kuat,memberi energy,simbo keberanian,kekuatan cocok dengan parapahlawan yang berani pantang menyerah.yang di kalaborasikan dengan style art deco yang classic membuat desain lebih menarik. dalam desain 7 februari 2019 ini menggunakan ilustrasi tangan yang menggenggam erat yang di lilit dengan mendera merah putih menggambarkan kekuatan keteguhan kerja keras yang di barang dengan lilitan bendera merah putih yang sebagai pengingat bahwa kemerdekaan itu di dapat dengan kerja keras pantang menyerah parapahawan.



Gambar 8 aplikasi

(Sumber : Dokumentasi Penulis)

C.Filosofi Warna

Warna yang digunakan dalam ilustrasi ini adalah warna hitam,merah,cream ,putih yang memiliki filosofi :



Gambar 9Warna

(Sumber : Dokumentasi Penulis)

Merah

: Pemberi energy,melambangkan semangat,membangkitkan energy,merah meningkatkan emosi dan memotivasi.

Putih

: Menggambarkan kesederhanaan,kemurnian,kesempurnaan.

Hitam

: Keberanian,ketenangan,keteguhan,kekuatan

Cream

: Elegan,antic,tenang dan nyaman

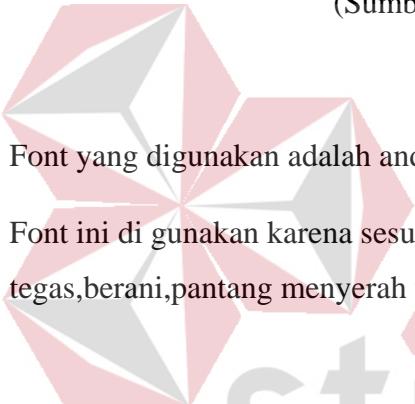
D.Filosofi Font

ABCDEF~~GHIJKL~~MNOPQRSTUVWXYZ 1234567890
 ABCDEF~~GHIJKL~~MNOPQRSTUVWXYZ 1234567890
ABCDEF~~GHIJKL~~MNOPQRSTUVWXYZ 1234567890

ANDYFONT AGENCY FB MESQUITE STD MEDIUM

Gambar 10 Font

(Sumber : Dokumentasi Penulis)



Font yang digunakan adalah andy font,agency fb,mesquite std medium :

Font ini di gunakan karena sesuai dengan tema 7 februari 2019
 tegas,berani,pantang menyerah yang menurut saya sudah di dapat kan di font ini.



Desain baleho 7 februari 2019

Desain 7 februari yang telah di digitalkan :



Gambar 11 Desain baliho

(Sumber : Dokumentasi Penulis)

Dari sekian banyak desain di pilih satu untuk di implementasi kan untuk media promosi hari pahlawan 7 februari 2019 :



Gambar 12 Desain baliho yang terpilih

(Sumber : Dokumentasi Penulis)

Desain web 7 februari 2019

Desain web 7 februari untuk web pemerintah tanah bumbu :



Gambar 13 Desain web

(Sumber : Dokumentasi Penulis)



4.4.5 Implementasi Karya



Gambar 14 Dokumentasi 7 februari 1

(Sumber : Dokumentasi kominfo)



Gambar 15 Dokumentasi 7 februari 2

(Sumber : Dokumentasi Kominfo)



Gambar 16 Dokumentasi 7 februari 3

(Sumber : Dokumentasi Kominfo)



Gambar 17 Dokumentasi 7 februari 4

(Sumber : Dokumentasi Kominfo)

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

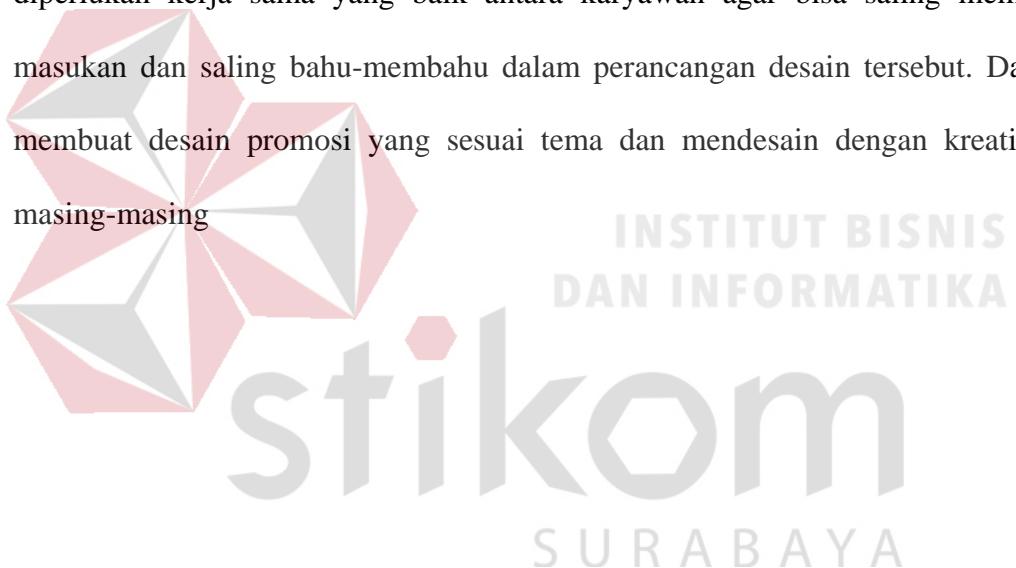
Hasil perancangan desain media promosi Dinas Komunikasi Informatika tema menyambut Hari Pahlawan 7 Februari 2019, dapat ditarik kesimpulan, yaitu:

1. Dibutuhkan kerja sama yang baik antara mahasiswa magang dengan pihak perusahaan untuk sering mengkonsultasikan hasil kerja dan selalu bertanya bila ada hal yang belum dipahami, sehingga proses kerja praktik dapat ditempuh dengan efisien.
2. Untuk menyambut dan memeriahkan hari pahlawan 7 februari 2019 di Kalimantan di rancanglah desain media promosi berupa baliho dan web yang bertujuan untuk mengingatkan kembali peristiwa yang terjadi pada tanggal tersebut.
3. Dalam perancangan desain media promosi tentang hari pahlawan 7 februari di Kalimantan ini di perlukan komunikasi yang baik dengan pihak perusahaan agar mendapatkan bentuk visual yang sesuai.
4. Dalam desain media promosi ini di ilustrasikan untuk memicu semangat pantang menyerah dalam berjuang, sehingga warna dan objek yang dapat memvisualkan hal tersebut yaitu didominasi warna merah yang memiliki karakteristik memberi energy, melambangkan semangat, meningkatkan emosi

dan memotifasi, serta objek berupa tangan dengan bendera yang melilit sebagai gambaran semangat dalam meraih kemerdekaan.

5.2 Saran

Saran dari penulis berdasarkan kerja praktik yang telah dilaksanakan dengan judul “Perancangan Desain Media Promosi Dinas Komunikasi dan Informatika untuk Menyambut Hari Pahlawan 7 Februari 2019” adalah agar dapat membuat sebuah desain yang menarik terutama desain baleho dan desain web, diperlukan kerja sama yang baik antara karyawan agar bisa saling memberi masukan dan saling bahu-membahu dalam perancangan desain tersebut. Dalam membuat desain promosi yang sesuai tema dan mendesain dengan kreatifitas masing-masing



DAFTAR PUSTAKA

Cangara, Hafied. 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada

Kusrianto, A. 2007. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*.

Yogyakarta: Andi Rustan, Surianto. 2013. *Mendesain Logo*. Jakarta:

Gramedia Pustaka Utama.

Jefkins, Frank. 1992. *Public Relation*. Jakarta: PT. Mandar Maju.

Ruslan, Rosady. 2008. *Manajemen Public Relation & Media Komunikasi*.

Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.

Kusrianto, Adi. 2006. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Surabaya. ANDI Yogyakarta.

Graphic Art Encyclopedia. 1992. *Pengertian Layout*.

H.B. Sutopo. 2002. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Surakarta : UNS Press.