



PEMBUATAN DESAIN MEDIA PROMOSI EVENT DI P.T. SUKSES BERSAMA KENCANA SATYA

KERJA PRAKTIK



Oleh:

NOVI NUR RAHMAWATI

16.42020.0032

**FAKULTAS TEKNOLOGI DAN INFORMATIKA
UNIVERSITAS DINAMIKA
2020**

PEMBUATAN DESAIN MEDIA PROMOSI EVENT DI P.T. SUKSES BERSAMA KENCANA SATYA

Diajukansebagai salahsatu

Syaratuntukmenyelesaikan Program Sarjana

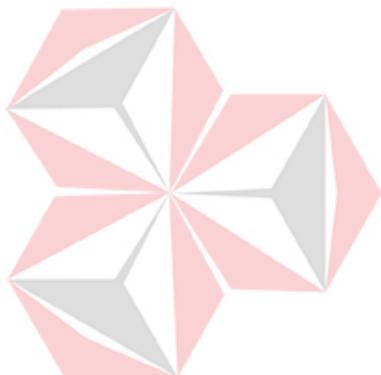
DisusunOleh :

Nama : NOVI NUR RAHMAWATI

Nim : 16.42020.0032

Program : S1 (Strata Satu)

Jurusan : Desain Produk



UNIVERSITAS
Dinamika

**FAKULTAS TEKNOLOGI DAN INFORMATIKA
UNIVERSITAS DINAMIKA
2020**

LEMBAR MOTTO



“Kegagalan bukan akhir dari segalanya dan usaha yang telah di buat belum tentu semuanya gagal.. selagi usaha itu diselingi dengan do'a dan usaha yang lebih, pasti akan membawa hasil yang lebih baik pula”

LEMBAR PERSEMBAHAN



**Saya persembahkan kepada Allah S.W.T yang telah memberikan segala
jalan untuk saya dan orang tua tercinta serta, semua pihak yang telah
membantunya selesaikan dari laporan ini.**

Terima Kasih banyak

LEMBAR PENGESAHAN

PEMBUATAN DESAIN MEDIA PROMOSI EVENT DI PT. SUKSES BERSAMA KENCANA SATYA

Laporan Kerja Praktik oleh

Novi Nur Rahmawati

NIM : 16.42020.0032

Telah diperiksa, diuji dan disetujui

Surabaya, 14 Januari2020

Disetujui :



Dosen Pembimbing

Penyelia

UNIVERSITAS
Dinamika

Darwin Y. R., ST., M. Med. Kom., ACA.
NIDN : 0716127501

Tri junianto

Mengetahui,

Ketua Program Studi S1 Desain Produk



Fakultas Teknologi dan Informatika
UNIVERSITAS

Dinamika

Yosef Richo Adrianto, S.T., M.SM.
NIDN : 0728038603

**SURAT PERNYATAAN
PERSETUJUAN PUBLIKASI DAN KEASLIAN KARYA ILMIAH**

Sebagai mahasiswa Universitas Dinamika, saya :

Nama : Novi Nur Rahmawati
NIM : 16.42020.0032
Program Studi : S1 Desain Produk
Fakultas : Fakultas Teknologi dan Informatika
Jenis Karya : Laporan Kerja Praktik
Judul Karya : PEMBUATAN DESAIN MEDIA PROMOSI EVENT DI
P.T. SUKSES BERSAMA KENCANA SATYA

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

1. Dengan pengembangan Ilmu Pengetahuan, Teknologi dan Seni, saya menyetujui memberikan kepada Universitas Dinamika Hak Bebas Royalti / Non-Eksklusif (Non-Exclusive Royalty Free Right) atas seluruh isi / sebagian karya ilmiah saya tersebut di atas untuk disimpan dialih mediakan 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
Karya tersebut di atas 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
2. Apabila dkmudian ditemukan dan terbukti 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, 12 Januari 2020



Novi Nur Rahmawati
NIM : 16.42020.0032

ABSTRAK

PT. Sukses Bersama Kencana Satya merupakan perusahaan jasa pembuat desain media promosi event Jasa media promosi event untuk memberikan kemudahan, dan dipercaya pada perusahaan dan instansi untuk melakukan promosi di Kota Mojokerto Untuk saat sekarang ini media promo sangat dibutuhkan untuk mempromosikan barang yang akan dipasarkan agar para konsumen tertarik dalam membeli barang dan dapat dikenal.

Dari permasalahan pada Kerja Praktik ini adalah bagaimana perancangan layout desain yang menarik perusahaan, dan instansi, dengan pembuatan media promosi brosur, stiker, banner dan desain booth yang diharapkan dapat menarik perusahaan, dan untuk mengetahui pentingnya media promosi yang ada di sekitar masyarakat. Dan membantu memberikan kontribusi desain kepada pihak Sunrise Mall di Kota Mojokerto.

Kata Kunci : *desain media promosi event, layout desain, desain booth.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat yang telah diberikan-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Kerja Praktik ini dengan judul **“Pembuatan Desain Media Promosi Event di PT. Sukses Bersama Kencana Satya”** dan Laporan Kerja Praktik ini sebagai salah satu syarat Menempuh Tugas Akhir pada Program Studi S1 Desain Produk Universitas Dinamika.

Dalam usaha menyelesaikan penulisan Laporan Kerja Praktik ini penulis banyak mendapat bantuan dari berbagai pihak baik moral maupun materi. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan setinggi-tingginya kepada :

1. Allah SWT atas rahmat dan kasih sayang-Nya, sehingga saya dapat menyelesaikan laporan kerja praktik ini dengan tepat waktu.
2. Bapak Prof. Dr. Budi Jatmiko, M.Pd. selaku Rektor Universitas Dinamika.
3. Tidak lupa dengan kedua Orang Tua yang telah memberikan dorongan dan bantuan baik moral maupun materi sehingga penulis dapat menempuh dan menyelesaikan Kerja Praktik maupun laporan ini.
4. Bapak Yosef Richo Adrianto, S. T., M.SM selaku Ketua Program Studi S1 Desain Produk Universitas Dinamika, yang selalu member dukungan dalam menyelesaikan laporan ini.
5. Darwin Y. R., ST., M. Med. Kom., ACA. Selaku dosen pembimbing yang telah bersedia memberi masukan selama proses penyusunan Laporan Kerja Praktik ini.

6. Tri Junianto selaku Penyelia PT. Sukses Bersama Kencana Satya yang telah menerima saya untuk melaksanakan Kerja Praktik.
7. Anna Anisa dan Puguh Amin selaku sahabat saya yang telah mengambil KP terlebih dahulu, dan membantu saya dalam penyusunan laporan ini.
8. Teman-teman seperjuangan Desain Produk dan semuapihak 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.

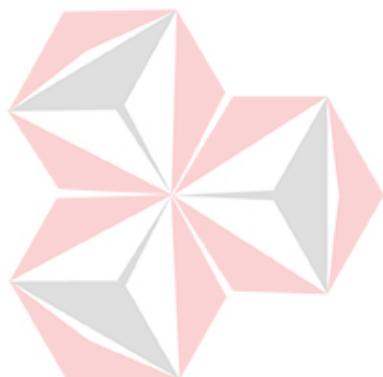
Surabaya, 12 Januari 2020

Novi Nur Rahmawati

DAFTAR ISI

ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vii
Novi Nur Rahmawati	viii
DAFTAR ISI.....	1
DAFTAR GAMBAR.....	3
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Batasan Masalah	5
1.4 Tujuan	5
1.5 Manfaat	5
1. Bagi Mahasiswa	6
2. Perusahaan	6
3. Akademis	6
BAB II.....	8
GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	8
2.1 Profil Perusahaan	8
2.2 Visi dan MisiPT. SUKSES BERSAMA KENCANA SATYA	8
2.4 Informasi Perusahaan.....	8
2.5 Logo Perusahaan	Error! Bookmark not defined.
BAB III.....	10
TINJAUAN PUSTAKA	10
3.1 Definisi Desain.....	10
3.2 Media Promosi	15
3.2.1 Definisi Media	15
3.2.2 Definisi Promosi	16
BAB IV	15
PROSES KERJA.....	15
Berikut proses kerja yang dimana akan menjelaskan secara rinci dan detail.....	15
4.1 Aplikasi yang digunakan.....	15

4.2	Hasil Selama Kerja Praktek	17
BAB V		25
PENUTUP		25
5.1	Kesimpulan	25
5.2	Saran	25
DAFTAR PUSTAKA		26



UNIVERSITAS
Dinamika

DAFTAR GAMBAR

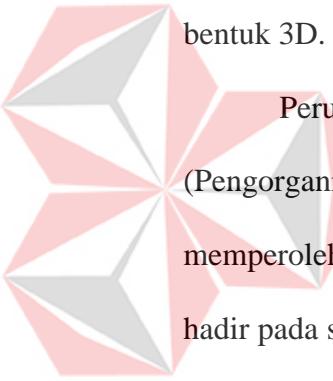
Gambar 2.1 Lokasi PT. Sukses Bersama Kencana Satya	9
Gambar 2.2 Logo PT. Sukses Bersama Kencana Satya.....	7
Gambar 4.1Logo Aplikasi SketchUp	9
Gambar 4.2Logo Aplikasi Corel Draw	7
Gambar 4.3Desain Brosur Perumahan	7
Gambar 4.4Desain BrosurAyola	7
Gambar 4.5Desain Booth Cafe	7
Gambar 4.6Denah Booth.....	9
Gambar 4.7Desain ID Card.....	7
Gambar 4.8(Desain 1) Loker Ayola.....	7
Gambar 4.9(Desain 2) Loker Ayola.....	7
Gambar 4.10Desain Loker Sunrise	7
Gambar 4.11Desain Menu	7
Gambar 4.12(Desain 1) Desain Stiker Booth Pisuke	7
Gambar 4.11Desain Menu	7
Gambar 4.12(Desain Rumah 1) Menggunakan SketchUp.....	7
Gambar 4.13(Desain Rumah 2) Menggunakan SketchUp.....	7
Gambar 4.14Desain Stiker Booth Pisuke.....	7
Gambar 4.15Desain Brosur Burger.....	7
Gambar 4.16Desain Banner X-Pose	7
Gambar 4.17Desain Give Away	7

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 dalam bentuk 3D.



Perusahaan EO (*EventOrganizer*) 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*.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis akan merumuskan masalah, “Bagaimana cara membuat desain media promosi event di PT. Sukses Bersama KencanaSatya?”

1.3 Batasan Masalah

Adapun batasan masalah yang dibahas didalam Kerja Praktik ini adalah membuat desain media promosi event diPT. Sukses Bersama KencanaSatya

1.4 Tujuan

Setelah mengetahui rumusan masalah,maka dapat ditentukan adapun tujuan dari kerja praktik ini, yaitu menghasilkan desain *media promosi event*di PT. Sukses Bersama Kencana Satya.

Pada kesempatan kerja praktik di PT. Sukses Bersama Kencana Satya yang bergerak di bidang *event organizer*sebagai menambah ilmu tentang pembuatan media promosi dengan cara yang lebih mudah dan cepat.

Dari pembuatan maket kerja praktik di PT. Sukses Bersama Kencana Satya dapat menambah wawasan, pengalaman dan pengetahuan baru dalam bidang *softskil* 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 *media promosi event* hingga pemilihan material yang digunakan
- b. Mengetahui cara berkomunikasi dalam pekerjaan terhadap rekan kerja.
- c. Dapat mengetahui informasi dan sebuah gambaran bentuk desain *media promosi event* yang ingin dibuat dan sesuai dengan keinginan klien.
- d. Menambah sikap profesional terhadap individu.
- 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 penggerjaan dapat diterapkan didalam perkuliahan
- c. Mengenalkan dunia *event organizer* ditingkat akademi



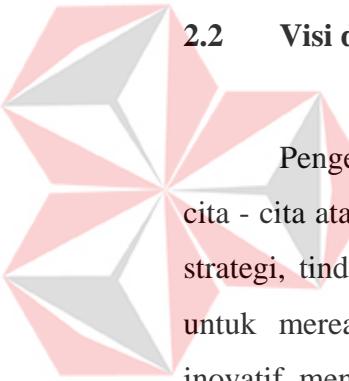
BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil Perusahaan

Tempat : **PT. SUKSES BERSAMA KENCANA SATYA**
Alamat : Jl. Benteng Pancasila No. 9 – Mojokerto
Telpon & Faks : (031) 8435392, Faks. (031) 8434649
Email : suksesbersamakencanasatya@yahoo.co.id

2.2 Visi dan Misi PT. SUKSES BERSAMA KENCANA SATYA



Pengertian visi adalah suatu gagasan yang dibuat secara tertulis tentang cita - cita atau tujuan utama para pendiri suatu organisasi. Sedangkan misi adalah strategi, tindakan, atau berbagai tahapan yang harus dilakukan suatu organisasi untuk merealisasikan visi. Menciptakan kualitas promosi yang kreatif dan inovatif, meningkatkan produk serta mendorong perekonomian bangsa.

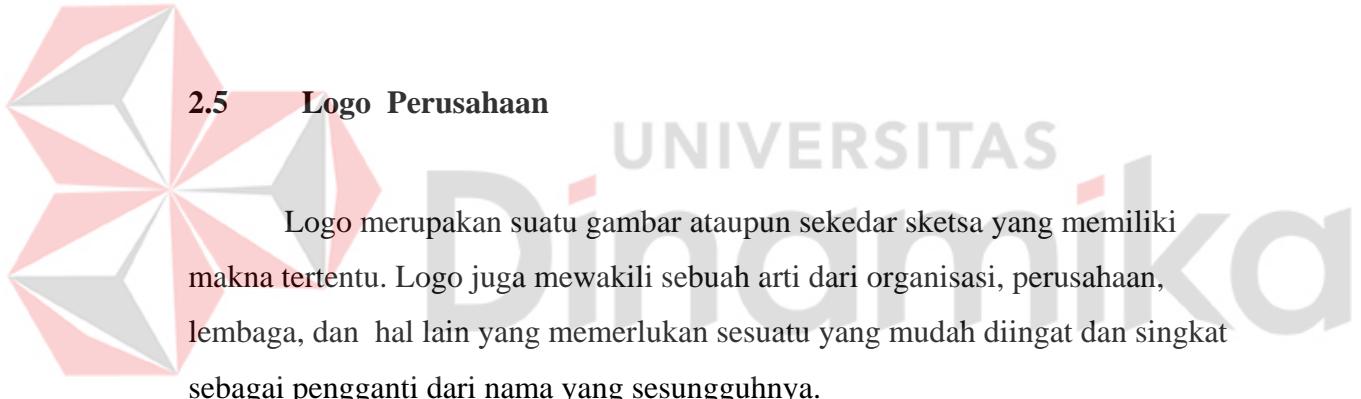
2.4 Informasi Perusahaan

PT. SUKSES BERSAMA KENCANA SATYA adalah perusahaan yang berdiri di bidang event pembuatan desain media promosi event dengan mengerjakan. PT. SUKSES BERSAMA KENCANA SATYA mempunyai kantor yang bertempat di Jl. Benteng Pancasila No. 9 – Mojokerto.



Gambar 2.1Lokasi PT. SUKSES BERSAMA KENCANA SATYA

(Sumber : Dokumen Pribadi)



Gambar 2.2 Logo PT. SUKSES BERSAMA KENCANA SATYA

(Sumber : Dokumen Pribadi)

BAB III

TINJAUAN PUSTAKA

Dalam tinjauan pustaka di Bab III ini, penulis akan menjelaskan berbagai sumber - sumber teoritis secara detail yang berhubungan dengan pembuatan desain media promosi seperti pembuatan desain brosur, desain bangunan dan event menggunakan photoshop, coreldraw dan autocat yang disesuaikan dengan kebutuhan event perusahaan.

3.1 Definisi Desain

Desain secara etimologi berasal dari beberapa bahasa serapan, yaitu kata “desaigno” (itali) 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 kebendaanya. 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, binyi, cahaya, aroma dan unsur-unsur desain lainnya, sehingga tercipta suatu hasil karya tertentu. Pada dasarnya desain merupakan rancangan yang menjadi dasar pembuatan 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*

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 *hypesetting* dengan menggunakan ketebalan dan ukuran huruf yang berbeda.

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.

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 yang diharapkan.

Lebih lanjut dapat dikatakan bahwa *“layout include directions for marginal data, pagination, marginal allowwances, center heading and side head, placement of illustration.”* Layout juga meliputi semua bentuk penempatan garis tepi, penempatan ukuran dan bentuk ilustrasi

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

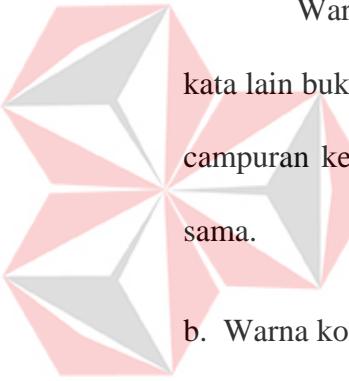
Merupakan hasil pencampuran dua warna primer dengan proporsi. Misalkan warna jingga merupakan hasil campuran warna merah dengan kuning, hijau adalah campuran biru dan kuning, dan ungu adalah campuran merah dan biru.

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 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,television,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)

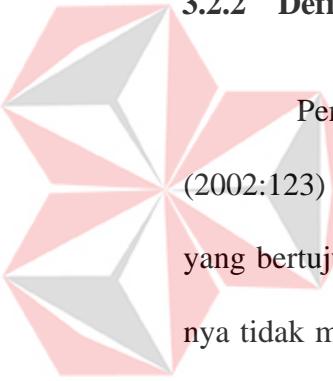
Media lini bawah terdiri dari seluruh media selain media lini atas, seperti *directmail*, pameran, brosur, sample produk, *point of sale display material*, spanduk, umbul-umbul, dan lainnya.

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 pembelian yang bertujuan untuk merubah sikap dan tingkah laku pembeli yang sebelumnya tidak mengenal menjadi mengenal sehingga menjadi pembeli dan mengingat produk tersebut"

Sedangkan 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

PROSES KERJA

Dalam Bab IV ini menjelaskan tentang proses Kerja Praktik dalam perancangan desain *media promosi event*. Penggerjaan dilakukan di PT. SUKSES BERSAMA KENCANA SATYA 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 panggung dengan urutan kerja mulai dari awal hingga akhir, yaitu sebagai berikut :

- a. Pencarian referensi berdasarkan dengan *Event* tersebut
- b. Menyusun rancangan desain yang diinginkan
- c. Pembuatan desain yang dibutuhkan
- d. Pembuatan desain properti pendukung dan pencahayaan
- e. *Finishing*

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

4.1 Aplikasi yang digunakan

Dalam membuat desain *media promosi event* tidak lepas seperti pembuatan karya digital pada umumnya, yaitu membutuhkan aplikasi/program sebagai penunjang dalam hal penggerjaan. Aplikasi untuk pembuatan *media promosi event* antara lain sebagai berikut :

1. *SketchUp 2016*

Program *SketchUp* adalah sebuah program atau aplikasi untuk membuat desain visual tampak 3D yang biasanya digunakan untuk memproyeksikan desain arsitektur, *prototype* produk, dan juga pembuatan animasi 3d. Aplikasi ini digunakan untuk memperlihatkan hasil desain yang dibuat setelah diukur dan disesuaikan dengan ukuran aslinya. Selain untuk kegunaan 3d aplikasi ini juga dapat membantu untuk penggerjaan ukuran layout *booth* makanan atau desain rumah.



Gambar 4.1 Logo Aplikasi *SketchUp*

(Sumber : <https://www.pngdownload.id/download/sketchup.html>)

2. *Corel Draw*

Aplikasi *Corel Draw* adalah salah satu komponen tambahan yang biasa digunakan dalam pembuatan desain visual pada panggung. Aplikasi ini digunakan untuk desain grafis, vector, ataupun penambahan motif pada desain. Motif ini dibutuhkan untuk memberikan daya tarik tersendiri bagi orang yang ingin melihatnya.



Gambar 4.2 Logo Aplikasi CorelDraw X7

(Sumber :<https://bmvektor.blogspot.com>)

4.2 Hasil Selama Kerja Praktek

Selama kerja praktek, penulis merancang semua konsep atribut media promosi acara sesuai tema yang di berikan di PT. Sukses Bersama Kencana Satya.



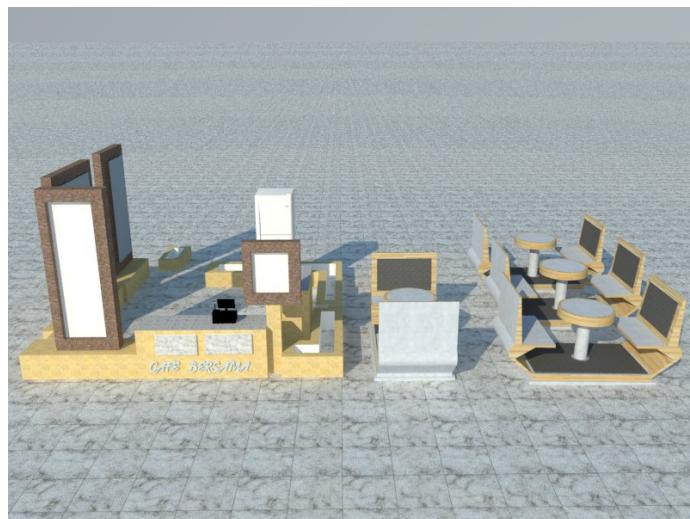
Gambar 4.3 Desain Brosur Perumahan

(Sumber :Dokumen Prbadi)



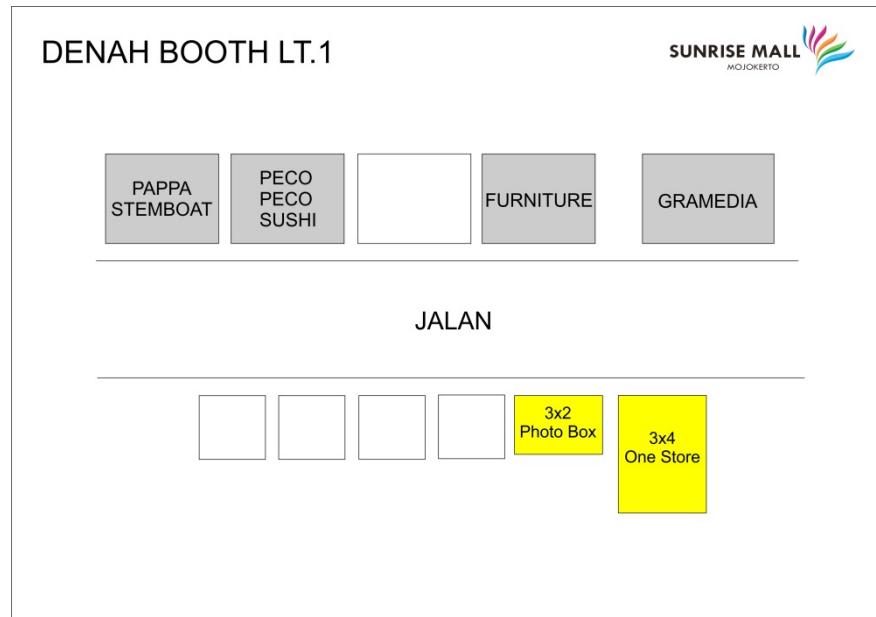
Gambar 4.4 Desain Brosur Ayola

(Sumber :Dokumen Prbadi)



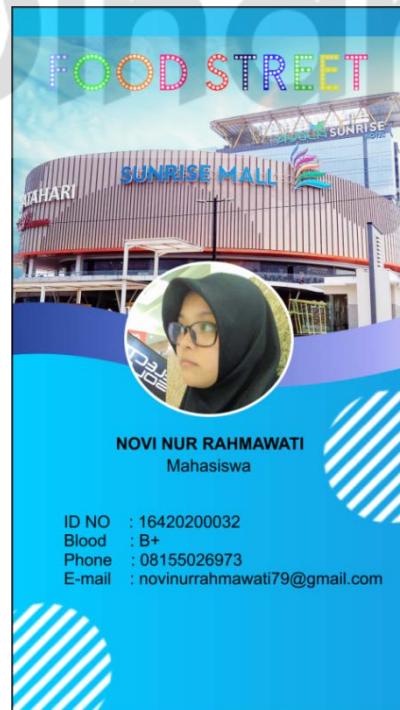
Gambar 4.5 Desain Booth Cafe

(Sumber :Dokumen Prbadi)



Gambar 4.6 Denah Booth

(Sumber :Dokumen Prbadi)



Gambar 4.7 Desain ID Card

(Sumber :Dokumen Prbadi)



Gambar 4.8 (Desain 1) Loker Ayola

(Sumber :Dokumen Prbadi)



Gambar 4.9 (Desain 2) Loker Ayola

(Sumber :Dokumen Prbadi)



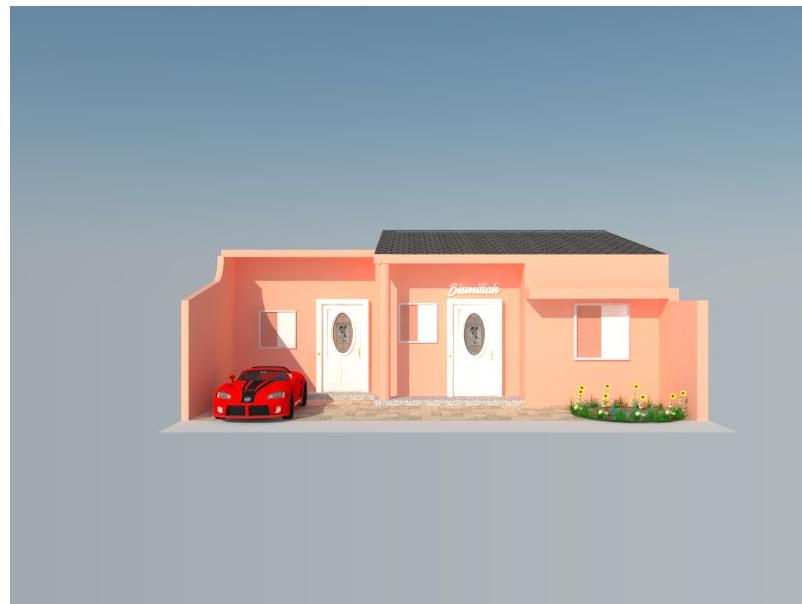
Gambar 4.10 Desain Loker Sunrise

(Sumber :Dokumen Prbadi)



Gambar 4.11 Desain Menu

(Sumber :Dokumen Prbadi)



Gambar 4.12 (DesainRumah1) Menggunakan SketchUp

(Sumber :Dokumen Prbadi)



Gambar 4.13 (DesainRumah 2) Mengguankan SketchUp

(Sumber :Dokumen Prbadi)



Gambar 4.14 Desain Stiker Booth Pisuke

(Sumber :Dokumen Prbadi)



Gambar 4.15 Desain Brosur Burger

(Sumber :Dokumen Prbadi)



Gambar 4.16 Desain BannerX-Pose

(Sumber :Dokumen Prbadi)



Gambar 4.17 Desain Give Away

(Sumber :Dokumen Prbadi)

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pengalaman yang saya dapat selama melaksanakan kerja praktik selama satu bulan di PT. SUKSES BERSAMA KENCANA SATYA, maka dapat disimpulkan beberapa hal yaitu :

1. Mengetahui tentang dunia permaketan mulai proses awal hingga proses akhir.
2. Mendapatkan pengetahuan bahwa media promosi dapat dijadikan senjata utama dalam proses pemasaran.
3. Mendapatkan pengalaman dalam dunia bekerja disebuah perusahaan.
4. Mendapatkan pengetahuan tentang bahan dan material yang digunakan untuk membuat sebuah maket yang layak dipamerkan.

5.2 Saran

Adapun saran yang dapat disampaikan berkaitan dengan penulisan laporan kerja praktik ini sebagai berikut :

1. Bagi perusahaan (Divisi media promosi)

Untuk lebih baiknya area pengerjaan lebih baiknya diperluas sehingga nyaman saat mengerjakan dan didepan kantor/perusahaan alangkah baiknya membuat plakat agar orang tahu bahwa tempat itu adalah PT. SUKSES BERSAMA KENCANA SATYA

Untuk mahasiswa yang melakukan kerja praktik di PT. SUKSES BERSAMA KENCANA SATYA khususnya didevisi media promosi, diperlukan kerjasama tim yang bagus dan komunikasi yang bagus pula sesama tim agar dapat menjadikan media promosi yang layak untuk dipamerkan.

DAFTAR PUSTAKA

Rustan, Surianto. 2013. *Mendesain Logo*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama

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

Kusrianto, A. 2007. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Andi Jefkins, Frank. 1992. *Public Relation*. Jakarta: PT. Mandar Maju.

Ruslan, Rosady. 2008. *Manajemen Public Relation & Media Komunikasi*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.

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

Anggraeni, Anesia. 2006. *Pengaruh perubahan logo PT Indosat Terhadap Reputasi Perusahaan Pada Pelanggan Kartu Mentari Surabaya*. Universitas Petra: Surabaya

Graphic Art Encyclopedia. 1992. *Pengertian Layout..*