

LAPORAN KERJA PRAKTEK

GRAPHIC DESIGNER PROMOTOLS PT. SERAMBI ILMU SEMESTA



Oleh:

Nama : NUR WIDYANI KUSUMADEWI

NIM : 08.51016.0105

Program Studi : DIV Komputer Multimedia

SEKOLAH TINGGI
MANAJEMEN INFORMATIKA & TEKNIK KOMPUTER
SURABAYA
2012

Lembar Pengesahan Laporan Kerja Praktek

GRAPHIC DESIGNER PROMOTOOLS

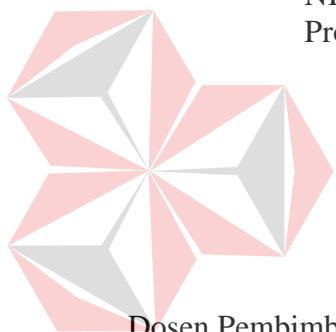
PT. SERAMBI ILMU SEMESTA

Diajukan sebagai syarat menempuh dan menyelesaikan
Mata Kuliah Kerja Praktek
Telah diperiksa, disetujui dan diuji

Surabaya 19 Maret 2012

Oleh :

Nama : NUR WIDYANI K.DEWI
NIM : 08.510160.105
Program Studi : DIV Komputer Multimedia



Dosen Pembimbing

UNIVERSITAS
Dinamika
Menyetujui:

Penanggung jawab Kerja Praktek

Ir. Hardman Budiharjo, M.Med.Kom,MOS
NIDN : 0711086702

M.Ali Mugni Labib
(MANAGER)

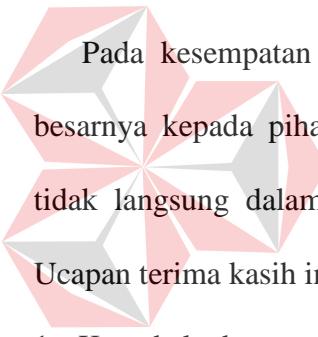
Mengetahui,
Kepala Program Studi DIV Multimedia

Abdul Aziz ,S.Sn.,M.Med.Kom
NIDN :

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas terselesaikannya Kerja Praktek beserta laporan ini dengan baik dan tepat waktu.

Laporan Kerja Praktek ini disusun berdasarkan Kerja Praktek yang telah Penulis lakukan guna menempuh dan menyelesaikan Mata Kuliah Kerja Praktek. Penulis berharap, dengan Laporan ini, Penulis dapat membagikan pengalamannya ketika bekerja di dunia kerja yang sesungguhnya, yang tidak akan pernah dirasakan ataupun diperoleh dalam perkuliahan baik itu ilmu maupun proses pendidikan mental dan moralnya.

Pada kesempatan ini, Penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung dalam menyelesaikan Kerja Praktek dan penyusunan laporan ini,. Ucapan terima kasih ini Penulis tujuhan kepada:

1. Kepada kedua orang tua, yang memberikan dukungan moral dan materil.
2. Bapak Ir.Hardman, M.Med.Kom,MOS selaku dosen pembimbing Kerja praktek yang telah memberikan bimbingan dan pengetahuan serta saran-saran bagi penulis
3. Bapak Abdul Aziz, S.Sn.,M.Med.Kom selaku KAPRODI DIV Multimedia
4. Bapak M.Ali Mugni Labib, selaku Manager PT. Serambi Ilmu Semesta yang memberikan kesempatan kerja praktek
5. Kepada keluarga Multimedia DIV khususnya mahasiswa angkatan 2008 yang banyak membantu baik secara langsung dan tidak langsung
6. Serta semua pihak baik secara langsung atau tidak langsung yang telah member bantuan kepada penulis

Penulis Menyadari, Sebagai seorang pembelajar yang pengetahuan nya belum seberapa dan masih perlu banyak belajar dalam hal kegrafikan laporan kerja praktek ini tentu masih banyak kekurangan.Oleh karena itu penulis sangat mengharapkan adanya kritik dan saran yang membangun atau positif agar laporan ini dapat menjadi lebih baik dan dapat berguna di masa yang akan datang.Harapan penulis , mudah-mudahan laporan kerja praktek yang sederhana ini bener-benar bisa bermanfaat dan berguna bagi pembacanya.Amin

Surabaya, Maret 2012

Penulis



DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PENGESAHAN	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR GAMBAR	vi
BAB I : PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	2
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Batasan Masalah	2
1.4 Tujuan	2
1.5 Kontribusi Produk	2
1.6 Sistematika Penulisan	3
BAB II : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	5
2.1 Sejarah Dan Perkembangan Perusahaan	5
2.2 Logo Perusahaan	7
2.3 Profil Perusahaan.....	7
2.4 Visi Dan Misi Perusahaan.....	7
2.5 Tujuan Perusahaan.....	8
2.6 Struktur Organisasi Perusahaan.....	9

BAB III : LANDASAN TEORI	10
3.1 Pengertian Graphic Desain.....	10
3.2 Peran Graphic Desainer Dalam Suatu Perusahaan Media desain...	10
3.3 Unsur Desain.....	11
3.4 Element Desain.....	11
3.5 Wawasan Desain.....	22
3.6 Macam Bentuk Media Informasi.....	22
BAB IV : DISKRIPSI PEKERJAAN	23
4.1 Prosedur Kerja Praktek	23
4.2 Pelaksanaan Kerja Praktek	23
4.3 Evaluasi Kerja Praktek.....	25
4.4 Hasil Pengerjaan Desain Promotolls.....	26
BAB V : PENUTUP	32
5.1 Kesimpulan	32
5.2 Saran	32

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Logo PT. Serambi Ilmu Semesta.....	7
Gambar 2.2 Struktur Organisasi PT. Serambi Ilmu Semesta.....	9
Gambar 4.1 Alur Kerja PT. Serambi Ilmu Semesta.....	26
Gambar 4.2 Desain Neon Box.....	27
Gambar 4.3 Desain Spanduk.....	28
Gambar 4.4 Desain Kalender.....	28
Gambar 4.5 Desain Pin.....	29
Gambar 4.6 Desain Pembatas Buku.....	29
Gambar 4.7 Desain Belakang Mug.....	30
Gambar 4.8 Desain Depan Mug.....	30
Gambar 4.9 Desain Pen.....	31
Gambar 4.10 Desain Flayers.....	31

SURAT KETERANGAN
NO : 011 /SIS / KK-PRES /1/2012

Yang bertanda tangan di bawah ini, atas nama Pimpinan Perusahaan menerangkan dengan sebenarnya bahwa :

Nama : Nur Widiyani K.Dewi

NIM : 08510160105

Program Studi : DIV Multimedia

Perguruan Tinggi : STMIK STIKOMP Surabaya



Demikian Surat Keterangan ini dibuat, untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 19 Maret 2012

PT. Serambi Ilmu Semesta

M.Ali Mugni Ladib
MANAGER

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam suatu perusahaan media desain, bagian *graphic designer* memegang peran yang sangat penting ,tugas dari bagian tersebut adalah melakukan segala upaya mendesain berbagai macam promotools yang dibutuhkan perusahaan baik itu promo produk baru ,stationary, dan merchandise.

Dalam kesempatan ini, Penulis bekerja sama dengan PT. Serambi Ilmu Semesta bergabung dalam team *Graphic Designer* dalam mendesain berbagai macam promotools, stationary,dan merchandise yang dibutuhkan perusahaan PT. Serambi Ilmu Semesta tersebut merupakan perusahaan penerbit dan distributor buku yang berlokasi di Jl. Jeruk purut RT 05 RW 03 No 51 Cilandak Jakarta Selatan. Perusahaan ini menangani penerbitan dan distributor buku sekaligus desain interaktifnya seperti pembuatan banner, neon box atau backlite, spanduk, brosur, flayer untuk promosi buku dan stationary perusahaan seperti company profile ,kop surat, amplop, kartu nama ,id card, dll

Dengan ini, Penulis telah belajar banyak dalam menangani berbagai macam permintaan client dalam hal desain grafis dan berharap dengan pengalaman yang telah Penulis peroleh, dapat berguna pada kesempatan bekerja di bagian media desain di masa yang akan datang.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah, maka Penulis mendapatkan rumusan masalah sebagai berikut: Bagaimana membuat desain promotoools PT.serambi ilmu semesta yang memiliki daya tarik desain dan mampu mempromosikan buku-buku baru,buku best seller dan pameran ?

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka Penulis memberikan batasan masalah sebagai berikut: Bentuk desain promotoools PT.serambi ilmu semesta yang memiliki daya tarik desain dan mampu mempromosikan buku-buku baru,buku best seller dan pameran.



Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka yang hendak Penulis capai dalam pekerjaan media grafik desainer tersebut adalah sebagai berikut:

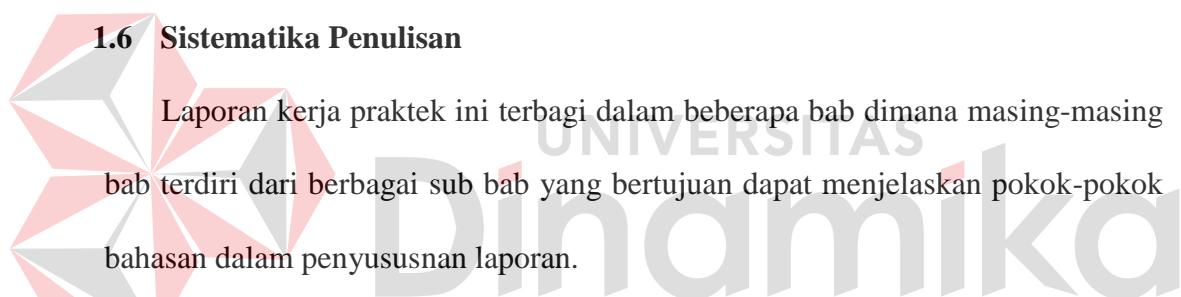
1. Belajar membuat desain promotoools yang memiliki daya tarik desain dan mampu mempromosikan buku-buku baru, best seller dan pameran
2. Mendapatkan pengalaman belajar dalam menangani permintaan desain dari berbagai macam client.

1.5 Kontribusi Produk

PT.Serambi Ilmu Semesta perusahaan yang menangani penerbitan dan distributor buku seperti pembuatan banner, neon box, spanduk, brosur, dll,

untuk media promosi buku baru, buku bestseller untuk menyapaikan pengetahuan dan memberikan kentungan pada masyarakat sebagai berikut :

1. Memberikan media informasi dan pengetahuan kepada masyarakat, target marketing yaitu anak-anak sampai orang tua , dari kalangan bawah sampai menengah keatas
2. Sebagai wadah orang-orang yang hobi menulis untuk menerbitkan karya nya Dimana media cetak dapat menjadi tempat penerus pesan berupa pengetahuan atau informasi



1. Bab I. Pendahuluan

Menjelaskan tetang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, kontribusi produk, sistematika penulisan.

2. Bab II. Gambaran Umum Lokasi perusahaan

Menjelaskan gambaran umum tentang perusahaan mulai sejarah perusahaan hingga struktur perusahaan dan pembagian kerja.

3. Bab III. Landasan Teori

Membahas tetang metode-metode yang digunakan untuk menyusun dan melayout media cetak. Metode- metode yang mendukung dalam penggerjan proyek dalam kerja praktek.

4. Bab IV. Diskripsi Pekerjaan

Pelaksanaan kerja yang dilandasi oleh metode-metode yang sudah dijelaskan di landasan teori. Penerapan teori pada pelaksanaan kerja praktek.

5. Bab V. Penutup

Membahas kesimpulan dan saran dari laporan kegiatan kerja praktek selama satu bulan.



BAB II

GAMBARAN UMUM LOKASI PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Perusahaan

PT. Serambi Ilmu Semesta adalah salah satu perusahaan yang bergerak di bidang penerbitan pertama kali didirikan pada tahun 1978 oleh Dr. Kresno Mulyadi. Awalnya perusahaan ini didirikan dengan berbagai kondisi dan keadaan teknologi yang kurang canggih, dan keterbatasan peralatan serta jumlah karyawan pada saat itu kurang memadai. Awalnya perusahaan ini hanya bergerak di bidang penerbitan Kemudian mulai dikembangkan lagi menjadi distributor yang memiliki cabang di Surabaya dan Bandung.

Menyadari bahwa kompleksitas dilema dan problema bangsa mesti dihadapi dengan SDM yang memiliki kematangan emosional, intelektual, dan spiritual, Serambi didirikan sebagai salah satu penebar informasi dan ilmu yang mendukung terwujudnya cita-cita tersebut .Serambi memfokuskan geraknya di bidang penerbitan buku.

Serambi menerbitkan buku-buku yang bertema agama maupun non agama, fiksi maupun nonfiksi. Tema agama meliputi *keislaman, spiritualitas, teologi*. Non agama meliputi *filsafat, sains, budaya, ilmu-ilmu sosial, kesehatan, pengembangan diri, keluarga, pengasuhan anak (parenting), keuangan, bisnis, dan keindonesiaaa*. Berdasarkan program penerbitannya itu, maka terbitan Serambi dibagi ke dalam lini-lini produk. Lini bisa didasarkan pada tema bahasan, kawasan yang menjadi subjek bahasan, masa penulisan, bentuk tulisan, dll.

Saat ini tersedia delapan lini yang mewadahi terbitan-terbitan Serambi.

Lini-lini ini bisa bertambah, berkurang, dimekarkan, ataupun dileburkan sesuai dengan perkembangan dan kebutuhan. Berikut adalah nama-nama lini tersebut dan bidang terbitannya:



nerbitikan buku-buku tentang berbagai aspek Islam dan umat Islam rangan pemikir Islam kontemporer, muslim maupun nonmuslim.



Menerbitkan buku-buku tentang berbagai aspek Islam dan umat Islam yang dikarang oleh ulama sebelum abad XII Hijriah.



Menerbitkan buku-buku tentang spiritual, pengembangan diri/kepribadian, kesehatan, makanan (diet), dll.

Menerbitkan buku-buku seputar persoalan keluarga dan parenting.

Menerbitkan buku-buku fiksi (novel, cerpen), drama, pop, misteri, thriller, komedi, spiritual, fiksi sains, fantasi, dan memoir.



Menerbitkan buku-buku populer di bidang ekonomi, manajemen, keuangan, dan bisnis.



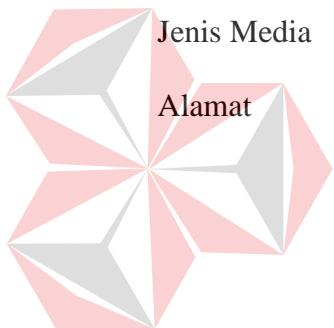
Menerbitkan buku-buku tentang keindonesiaan-politik, budaya.

2.2 Logo Perusahaan



Gambar 2.1 Logo Perusahaan

2.3 Profil Perusahaan



Nama Perusahaan : PT. Serambi Ilmu Semesta
 Jenis Perusahaan : Penerbit dan distributor buku
 Jenis Media : Media Cetak
 Alamat : Kantor dan Toko Buku Offline
 Jl. Kemang Timur Raya No.16 Jakarta12730
 Indonesia Phone. (021)7199621 (Hunting)
 Fax.(021)7199623
 Mail: Redaksi: redaksi@serambi.co.id
 Copyrights: copyright@serambi.co.id
 Umum dan lain-lain: info@serambi.co.id

2.4 Visi dan Misi

1. Visi
 - a. Buku-buku yang diterbitkan diharapkan menjadi *garda depan* penyedia kebutuhan intelektual masyarakat dan penggulir wacana demokratis, pluralis, dan terbuka serta gagasan-gagasan yang menekankan kesetaraan, kebebasan, dan *trust society* lintas agama, ras, kultur, dan gender

1. Misi

- b. Dapat menjadikan SDM yang memiliki kematangan emosional, intelektual, dan spiritual

2.5 Tujuan Perusahaan

a. Tujuan Jangka Pendek

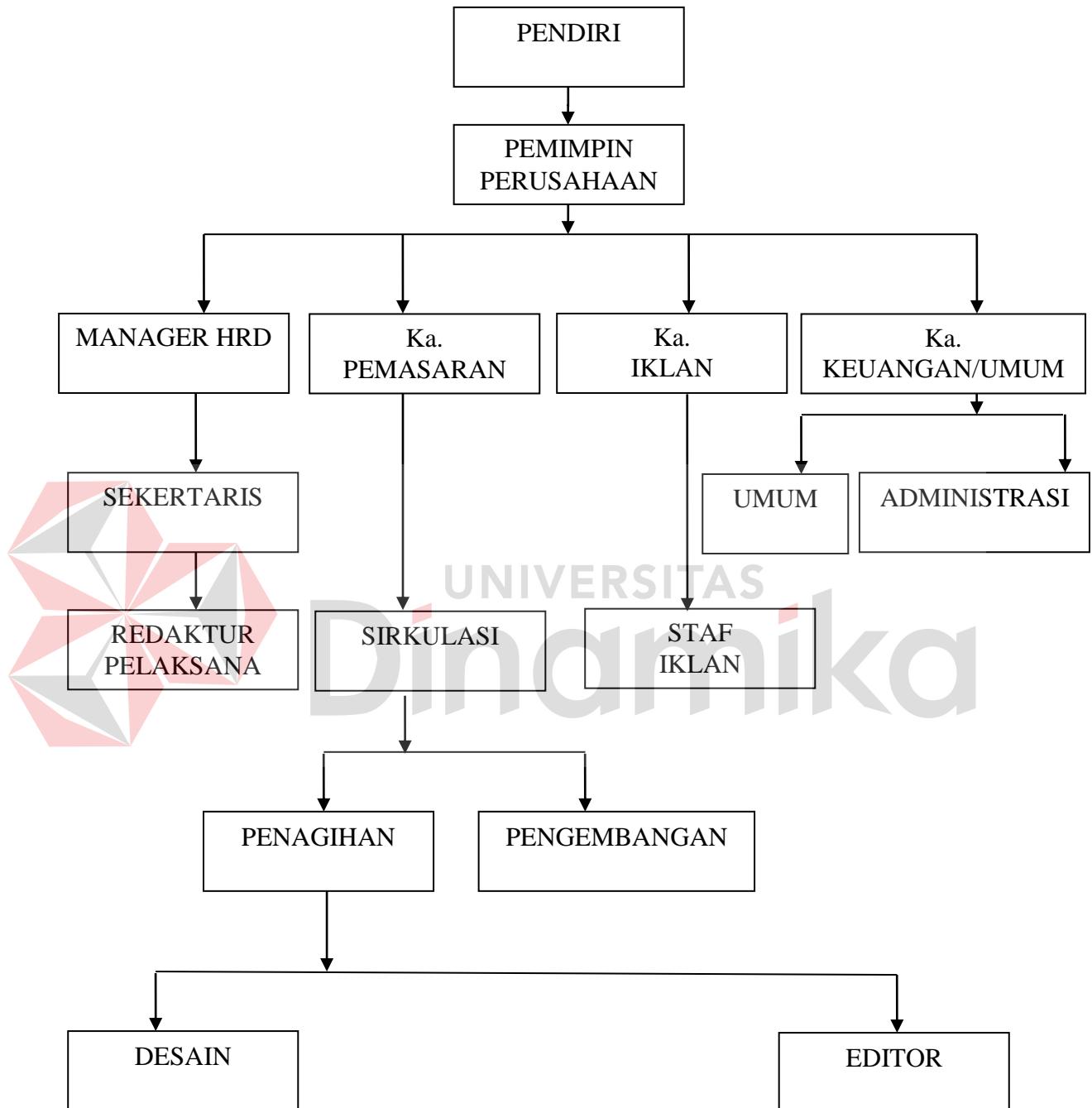
PT. Serambi Ilmu Semesta mempunyai tujuan jangka pendek yaitu berusaha mempertahankan loyalitas konsumen. Dalam hal ini. Memperhatikan dan meningkatkan loyalitas pelanggan.Mengingat persaingan yang cukup ketat untuk itu PT.Serambi Ilmu Semesta menjamin kelangsungan hidup perusahaan., demi kelancaran produksi itu sendiri, dan dapat memenuhi omset penjualan.

b. Tujuan Jangka Panjang

PT. Serambi Ilmu Semesta mempunyai tujuan jangka panjang yaitu,

- 1. Memperluas daerah pemasaran di toko buku yang telah ada pada peningkatan pada daerah yang potensial.
- 2. Mengadakan pengembangan perusahaan baik didalam dan diluar perusahaan.

2.6 Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 2.2 Struktur Organisasi PT. Serambi Ilmu Semesta

BAB III

LANDASAN TEORI

3.1 Pengertian *Graphic Design* (Desain Grafis)

Grafis berarti:

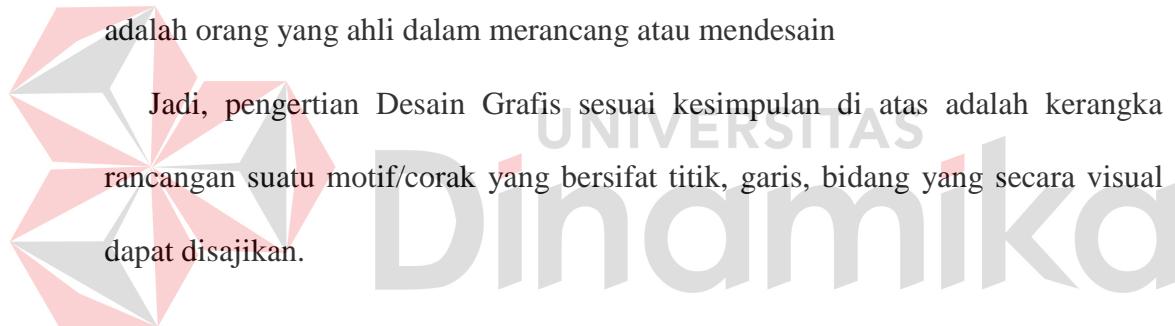
“...bersifat titik-titik, garis-garis, atau bidang-bidang yang secara visual dapat menjelaskan hubungan yang ingin disajikan secara terbaik...”

(Ali. 1993: 325)

Desain berarti kerangka bentuk, rancangan, motif, pola, corak. Desainer

adalah orang yang ahli dalam merancang atau mendesain

Jadi, pengertian Desain Grafis sesuai kesimpulan di atas adalah kerangka rancangan suatu motif/corak yang bersifat titik, garis, bidang yang secara visual dapat disajikan.



3.2 Peran *Graphic Designer* dalam suatu perusahaan media desain

Peran *Graphic Designer* dalam suatu perusahaan media desain adalah bekerja mendesain berbagai macam produk-produk grafik desain sedemikian rupa sesuai dengan permintaan dan selera dari para client sehingga tidak saja terciptanya ikatan hubungan dengan para client yang sudah ada tetapi juga dapat menarik minat orang/organisasi lain untuk juga tertarik menjadi client dari perusahaan media desain tersebut dalam menangani kebutuhan desain grafik mereka.

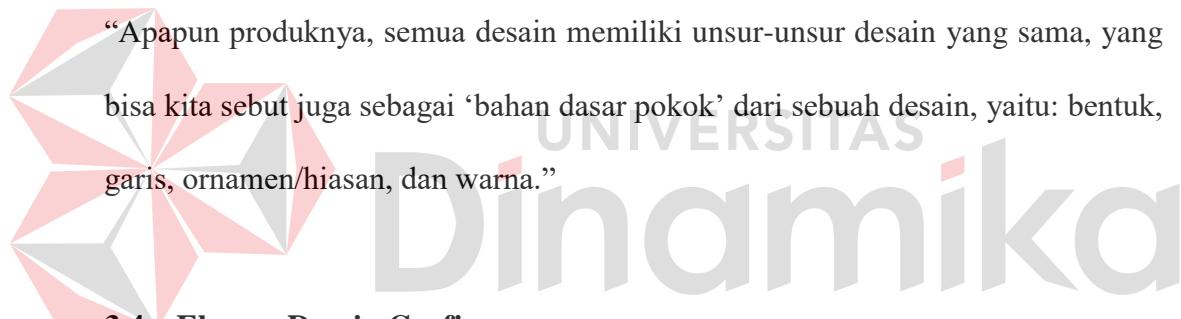
3.3 Unsur Desain

Menurut David Laurer dalam bukunya *Design Basics*, mengenai unsur desain adalah sebagai berikut:

“Regardless of the product, all design has certain elements in common, which can be thought of as the raw ingredients of the design. They are: form, line, ornament, and color.”

(Laurer. 1979: 55)

Dari pengertian di atas, Penulis mengartikan sebagai berikut:



3.4 Elemen Desain Grafis

1. Titik

Titik merupakan bagian terkecil dari garis, karena pada dasarnya suatu garis dibentuk oleh adanya hubungan titik-titik yang sangat dekat.

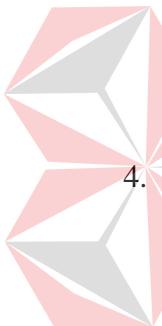
2. Garis

Garis merupakan dasar yang dapat dibentuk untuk membuat huruf, grafik dan elemen desain grafis lainnya. Garis mempunyai fungsi tertentu yang pada dasarnya digunakan untuk mengarahkan arah dari gerakan mata yang melihat elemen dalam suatu karya desain grafis.

Garis terdiri dari 4 macam bentuk, yaitu:

- a. Garis Vertikal : Digunakan untuk mengarahkan mata dan sekelompok informasi ke informasi lainnya.
 - b. Garis Horizontal: Digunakan untuk mengarahkan mata agar bergerak mendatar.
 - c. Garis Diagonal: Merupakan ekspresi yang menggambarkan keadaan tak menentu.
 - d. Garis yang berbentuk gelombang: Merupakan adanya suatu irama.
3. Bentuk

Bentuk merupakan suatu wujud yang menempati ruang dan biasanya memiliki dimensi dua atau tiga, yang biasanya disebut 2 dimensi (dwimatra) dan 3 dimensi (trimatra).



Tekstur merupakan keadaan, atau gambaran dari suatu permukaan benda atau bagian darinya.

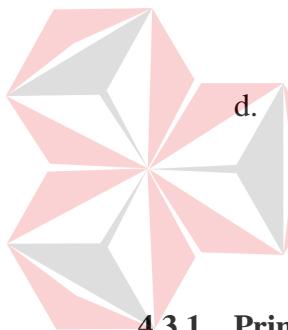
Ada beberapa jenis tekstur, diantaranya adalah:

- Tekstur Halus: tekstur dengan kualitas permukaan datar yang berkarakter halus. Seperti kain, kertas, dan plat logam
- Tekstur Semu: tekstur dengan kualitas permukaan datar yang memiliki kesan keras, menonjol dan memiliki kesan dalam.
- Tekstur Nyata: tekstur dengan kualitas permukaan bidang yang menonjol atau memiliki nilai raba kuat di atas permukaan bidang datar, seperti relief.

5. Warna

Warna merupakan elemen desain yang sangat berpengaruh dalam membantu menjadi komposisi desain menjadi menarik. Menurut Russel dan Verrill (1986, 416) warna dapat digunakan untuk beberapa alasan, khususnya dalam periklanan, diantaranya:

- a. Warna merupakan alat untuk menarik perhatian.
- b. Beberapa produk akan menjadi realistik, jika ditampilkan dengan menggunakan warna.
- c. Dapat memperlihatkan atau memberikan suatu penekanan pada elemen tertentu dalam karya desain.
- d. Warna dapat memperlihatkan suatu *mood* tertentu yang menunjukkan akan adanya kesan psikologis tersendiri



4.3.1 Prinsip Desain Grafis

Dalam membuat suatu desain yang mampu menarik perhatian orang yang melihat, tentunya harus mengikuti prinsip desain, yaitu:

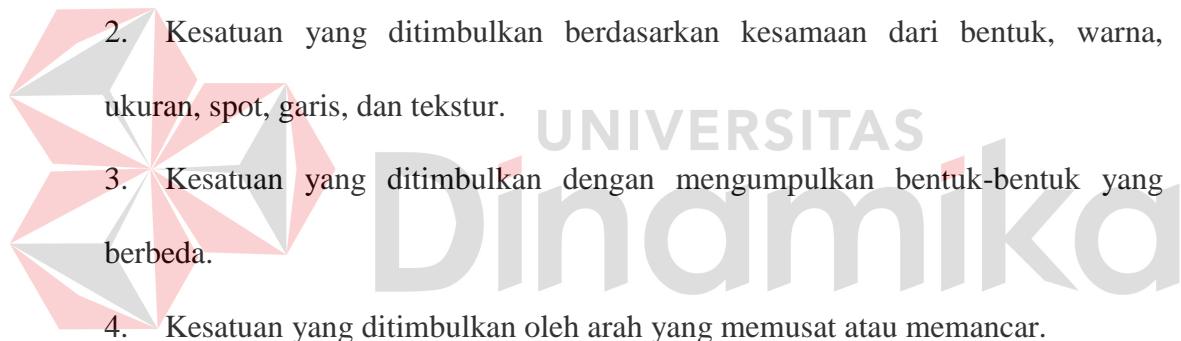
A. Kesatuan (Unity)

Dalam mendesain, pasti terjadi suatu proses dimana unsur-unsur yang mendukung desain tersebut mengalami penyatuan secara utuh, yang akhirnya menggambarkan hubungan individu terhadap objek-objek visual. (*Nirmana Dwimatra (Desain Dasar Dwimatra)*,

Drs. Arfial Arsal Hakim, 1984

1. Kesatuan yang ditimbulkan oleh dominasi pada suatu bagian atau unsur, sedangkan pada bagian yang lain lemah, antara lain:

- a. Jika Ukuran: lebih besar, maka lebih cepat menarik perhatian dari pada yang kecil.
- b. Intensitas warna: Warna yang lebih terang akan lebih menonjol dibandingkan dengan yang lebih gelap.
- c. Cara penempatan: Mata penonton selalu tertarik pada pusat dari suatu pengamatan, sehingga yang di tengah akan selalu menarik perhatian utama.



B. Keselarasan

Untuk mendapatkan keadaan yang harmoni perlu memperhatikan atau menggunakan beberapa teknik, yaitu:

1. Ritme, repitisi, dan dominasi

Ritme, repitisi, dan dominasi merupakan transisi, penghubung bagi tercapainya suatu kesatuan hubungan dari unsur-unsur sehingga terwujudnya harmoni dalam bidang gambar. Harmoni menyebabkan tercapainya kesatuan, sedangkan ritme, repitisi, dan dominasi merupakan

faktor yang esensi untuk mencapai harmoni. (*Nirmana Dwimatra (Desain Dasar Dwimatra)*, Drs. Arfial Arsad Hakim, 1984)

Ritme dalam seni rupa adalah suatu susunan teratur yang ditimbulkan dari pengulangan sebuah atau beberapa unsur sehingga menimbulkan atau memberi kesan keterhubungan yang kontinyu dan kesan gerak. (*Nirmana Dwimatra (Desain Dasar Dwimatra)*, Drs. Arfial Arsad Hakim, 1984)

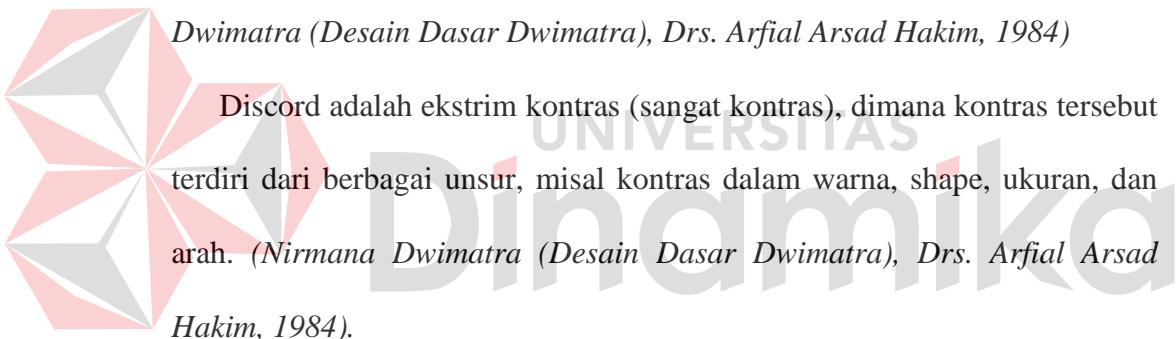
Repetisi merupakan metode yang menarik perhatian penonton secara terus menerus terhadap unit-unit visual pada suatu pola, dan merupakan cara yang mudah untuk mengikat keseluruhan unsur-unsur desain kedalam suatu kesatuan. (*Nirmana Dwimatra (Desain Dasar Dwimatra)*, Drs. Arfial Arsad Hakim, 1984)

Dominasi, setiap bagian dari suatu bentuk karya hendaknya mendapat perhatian atau tingkat kekuatan yang layak. Kelayakan tingkat dominasi dari unsur-unsur pendukung suatu desain akan mencapai harmoni, dan akhirnya kesatuan hubungan. (*Nirmana Dwimatra (Desain Dasar Dwimatra)*, Drs. Arfial Arsad Hakim, 1984)

2. Gradasi, kontras, dan discord

Gradasi adalah suatu deret tangga dimana suatu kekontrasan telah dijembatani oleh suatu rangkaian dari suatu kesamaan, peralihan atau langkah yang selaras. (*Nirmana Dwimatra (Desain Dasar Dwimatra)*, Drs. Arfial Arsad Hakim, 1984)

Kontras merupakan hal yang esensial untuk mencapai kesatuan dalam desain, sebagai suatu variasi, rangsangan perhatian dan untuk membangkitkan kehangatan. Beberapa sifat kontras mengalahkan dan menekan harmoni, selain sebagai suatu tuntutan yang diperlukan. (*Nirmana Dwimatra (Desain Dasar Dwimatra)*, Drs. Arfial Arsad Hakim, 1984)



Discord adalah ekstrim kontras (sangat kontras), dimana kontras tersebut terdiri dari berbagai unsur, misal kontras dalam warna, shape, ukuran, dan arah. (*Nirmana Dwimatra (Desain Dasar Dwimatra)*, Drs. Arfial Arsad Hakim, 1984).

3. Keseimbangan (Balance)

Dalam desain keseimbangan adalah suatu kondisi atau kesan berat, tekanan, tegangan, sehingga menghasilkan kesan stabil. (*Nirmana Dwimatra (Desain Dasar Dwimatra)*, Drs. Arfial Arsad Hakim, 1984)

Faktor yang mendukung keseimbangan yaitu posisi atau penempatan, proporsi, kualitas, dan arah dari unsur-unsur pendukungnya. Komposisi yang bagus, artinya yang indah dipandang mata merupakan keharusan dalam mendesain. Tata letak sangatlah penting karena itu akan membuat orang yang melihatnya terkagum-kagum. Jadi tata letak yang benar menentukan

bagaimana nilai dari karya desain tersebut. (*Nirmana Dwimatra (Desain Dasar Dwimatra)*, Drs. Arfial Arsad Hakim, 1984)

Komposisi adalah suatu realisasi dari sudut bentuk aktivitas pencipta dalam mewujudkan idenya, merupakan suatu bentuk pernyataan yang dapat ditanggapi oleh lawanya. (*Nirmana Dwimatra (Desain Dasar Dwimatra)*, Drs. Arfial Arsad Hakim, 1984)

Pada dasarnya komposisi menyangkut tata letak dalam melahirkan suatu bentuk ungkapan atau ide, di mana kesatuan hubungan, keserasian merupakan hakikat utama dalam sebuah komposisi. Hal yang tak kalah pentingnya adalah keseimbangan, akan ada atau tidaknya tekanan (*aksen, emphasis*) atau pusat perhatian (*center of view*) dalam komposisi. (*Nirmana Dwimatra (Desain Dasar Dwimatra)*, Drs. Arfial Arsad Hakim, 1984)

Jadi pada dasarnya komposisi adalah kesatuan, dan kesatuan merupakan organisasi dalam unsur-unsur desain. Jadi komposisi adalah desain itu sendiri.

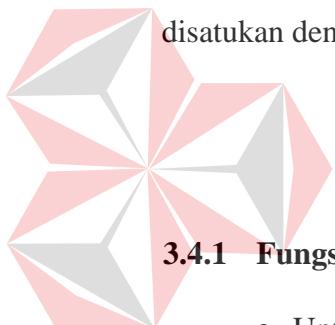
(*Nirmana Dwimatra (Desain Dasar Dwimatra)*, Drs. Arfial Arsad Hakim, 1984)

Konsep yang benar pada suatu desain menjadi nilai tersendiri pada karya desain. Artinya yang pertama kali kita perhitungkan, sebelum kita membuat suatu produk desain adalah konsep apa yang akan digunakan. Mulai dari tema, kemudian alur yang bagus, maka otomatis hasil akhir menjadi bagus, dan juga akhirnya mudah dimengerti oleh yang menikmati produk tersebut. (*Nirmana Dwimatra (Desain Dasar Dwimatra)*, Drs. Arfial Arsad Hakim, 1984)

4. Teori Warna

Warna itu sendiri adalah kesan yang diperoleh mata dari cahaya yang dipantulkan benda-benda yang dikenainya; corak rupa, seperti: merah, biru, hijau, dan lain-lain. Peranan warna sangat penting dominan pada karya seni rupa, hal ini dapat dikaitkan dengan upaya menyatakan gerak, jarak, tegangan, (*tension*), deskripsi alam (*naturalisme*), ruang, bentuk, ekspresi, atau makna simbolik dan justru dalam kaitan yang beraneka ragam ini akan melihat betapa kedudukan warna dalam seni lukis (rupa). Zat warna didapatkan dari perpaduan dari pigmen yang berupa bubuk halus, yang disatukan dengan *binder* (zat pegikat) atau *paint vehicle* (pembawa pigmen).

(Mikke Susanto, *Diksi Rupa*, Jogjakarta: Kanisius, 2002.)



3.4.1 Fungsi Warna Dalam Desain

- Untuk identifikasi
 - Menarik perhatian
 - Menimbulkan pengaruh psikologis
 - Pengembangan asosiasi
 - Menciptakan citra
 - Sebagai unsur dekoratif
 - Memberi kesan terhadap temperatur
 - Serta membangkitkan trend
- a. Tingkatan Warna
1. warna primer

UNIVERSITAS
Dinamika

2. warna sekunder
3. warna tertier

Dari buku *Dasar-Dasar Tata Rupa dan Desain, Drs. Sadjiman Ebdi Sanyoto, Yogyakarta 2005* menuliskan:

Warna dapat didefinisikan secara obyektif/fisik sebagai sifat cahaya yang diapancarkan, atau secara subyektif/psikologis sebagai bagian dari pengalaman indera pengelihatan. Secara obyektif atau fisik, warna dapat diberikan oleh panjang gelombang. Dilihat dari panjang gelombang, cahaya yang tampak oleh mata merupakan salah satu bentuk pancaran energi yang merupakan bagian yang sempit dari gelombang elektromagnetik.

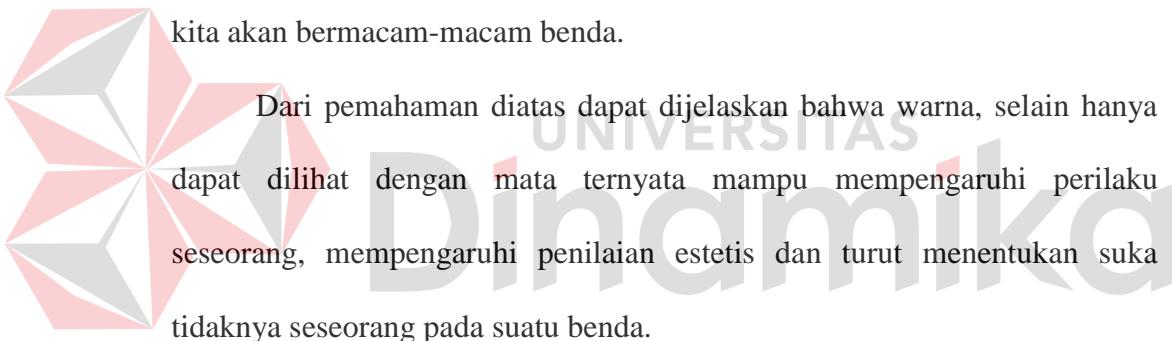


Proses terlihatnya warna adalah dikarenakan adanya cahaya yang menimpa suatu benda, dan benda tersebut memantulkan cahaya ke mata (retina) kita hingga terlihatlah warna. Benda berwarna merah karena sifat pigmen benda tersebut memantulkan warna merah dan menyerap warna lainnya. Benda berwarna hitam karena sifat pigmen benda tersebut menyerap semua warna pelangi. Sebaliknya suatu benda berwarna putih karena sifat pigmen benda tersebut memantulkan semua warna pelangi.

Sebagai bagian dari elemen tata rupa, warna memegang peran sebagai sarana untuk lebih mempertegas dan memperkuat kesan atau tujuan dari sebuah karya desain. Dalam perencanaan corporate identity, warna mempunyai fungsi untuk memperkuat aspek identitas. Lebih lanjut dikatakan oleh Henry Dreyfuss , bahwa warna digunakan dalam simbol-simbol grafis untuk mempertegas maksud dari simbol-simbol tersebut .

Sebagai contoh adalah penggunaan warna merah pada segitiga pengaman, warna-warna yang digunakan untuk traffic light merah untuk berhenti, kuning untuk bersiap-siap dan hijau untuk jalan. Dari contoh tersebut ternyata pengaruh warna mampu memberikan impresi yang cepat dan kuat.

Kemampuan warna menciptakan impresi, mampu menimbulkan efek-efek tertentu. Secara psikologis diuraikan oleh J. Linschoten dan Drs. Mansyur tentang warna sbb: Warna-warna itu bukanlah suatu gejala yang hanya dapat diamati saja, warna itu mempengaruhi kelakuan, memegang peranan penting dalam penilaian estetis dan turut menentukan suka tidaknya kita akan bermacam-macam benda.

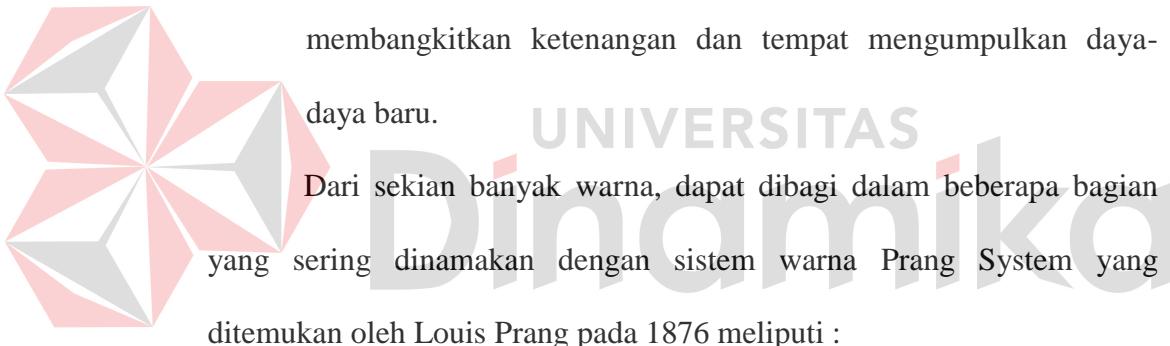


Dari pemahaman diatas dapat dijelaskan bahwa warna, selain hanya dapat dilihat dengan mata ternyata mampu mempengaruhi perilaku seseorang, mempengaruhi penilaian estetis dan turut menentukan suka tidaknya seseorang pada suatu benda.

3.4.2 Karakter Warna

- Hitam, sebagai warna yang tertua (gelap) dengan sendirinya menjadi lambang untuk sifat gulita dan kegelapan (juga dalam hal emosi).
- Putih, sebagai warna yang paling terang, melambangkan cahaya, kesucian.
- Abu-abu, merupakan warna yang paling netral dengan tidak adanya sifat atau kehidupan spesifik.

- Merah, bersifat menaklukkan, ekspansif (meluas), dominan (berkuasa), aktif dan vital (hidup).
- Kuning, dengan sinarnya yang bersifat kurang dalam, merupakan wakil dari hal-hal atau benda yang bersifat cahaya, momentum dan mengesankan sesuatu.
- Biru, sebagai warna yang menimbulkan kesan dalamnya sesuatu (dediepte), sifat yang tak terhingga dan transenden, disamping itu memiliki sifat tantangan.
- Hijau, mempunyai sifat keseimbangan dan selaras, membangkitkan ketenangan dan tempat mengumpulkan daya-daya baru.



- Hue, adalah istilah yang digunakan untuk menunjukkan nama dari suatu warna, seperti merah, biru, hijau dsb.
- Value, adalah dimensi kedua atau mengenai terang gelapnya warna. Contohnya adalah tingkatan warna dari putih hingga hitam.
- Intensity, seringkali disebut dengan chroma, adalah dimensi yang berhubungan dengan cerah atau suramnya warna.

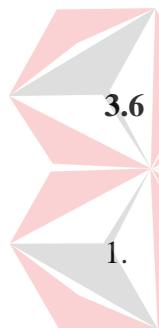
Selain itu terdapat beberapa sistem warna lain yakni, CMYK atau Process Color System, Munsell Color System, Ostwald Color System,

Schopenhauer/Goethe Weighted Color System, Substractive Color System serta Additive Color/RGB Color System.

3.5 Wawasan Desain

“Agar seorang desainer dapat membangun wawasan yang luas sebagai partner teknologi dalam menghadapi persoalan-persoalan yang ada, maka minimal harus ditopang oleh lima dimensi keilmuan lain yaitu: Wawasan Teknologi, Wawasan Sains, Wawasan Seni, Wawasan Sosial dan Budaya, Wawasan Filsafat dan Etika.”

(Karsam.2007: 7)



3.6 Macam Bentuk Media Informasi

Bentuk media informasi berdasarkan media visual dapat berupa:

1. Brosur/Booklet/Pamflet

Cetakan informasi tertulis yang berisi keterangan singkat (tetapi lengkap) tentang perusahaan atau organisasi yang disusun secara dinamis dan menarik, dapat disertai gambar/foto yang bersangkutan.

2. X-Banner/Poster

Cetakan informasi yang berisi gambar/foto berukuran besar (lebih besar/sama dengan A4) dengan sedikit informasi/berita yang sekiranya perlu diketahui umum.

BAB IV

DISKRIPSI PEKERJAAN

4.1 Prosedur Kerja Praktek

Pelaksanaan kerja praktek di PT. Serambi Ilmu Semesta dilakukan dalam waktu 1 bulan (4 minggu)

Waktu kerja praktek dimulai pukul 08-16.00 wib , dimulai dengan melakukan absensi yang terbagi menjadi dua yaitu absensi yang diberikan oleh kampus untuk ditanda tangani oleh pelaksanaan kerja praktek dan pembimbing kerja praktek di perusahaan maupun absensi yang diberikan oleh perusahaan sebagai prosedur standart atau resmi terhadap semua karyawan perusahaan

4.2 Pelaksanaan Kerja Praktek

Pelaksanaan kerja praktek semua berdasarkan atas ketentuan dan peraturan yang berlaku di perusahaan yaitu oleh PT. Serambi Ilmu Semesta penulis diberikan kesempatan untuk bertanya langsung serta menyaksikan desain promotolls dan proses percetakan buku

Dalam kerja praktek selama 1 bulan di PT. Serambi Ilmu Semesta beberapa tahapan yang di lakukan untuk mendapatkan informasi yaitu:

- a. Survei lapangan/ observasi, kegiatan ini ditujukan untuk mengamati proses pembuatan produksi multimedia berupa desain layout majalah.

- b. Wawancara, kegiatan ini dilakukan untuk memperoleh keterangan yang lebih mendalam tentang kegiatan-kegiatan yang akan dilakukan dan mengetahui hal teknis dari sebuah pekerjaan.
- c. Studi keputusan, dilakukan untuk mendapatkan landasan teori yang sesuai dengan permasalahan dan dapat menjadi referensi tersendiri. Untuk perencanaan pengembangan sistem.
- d. Analisa permasalahan, menganalisa permasalahan ditujukan untuk menetapkan kebutuhan klien atau kebutuhan intalasi dan menetukan bagaimana solusi terbaik yang akan diterapkan.
- e. Pembuatan produk multimedia, pada pembuatan produk sendiri terdapat beberapa tahapan, antara lain :
 - 1. Pendahuluan, identifikasi permasalahan yang ada, evaluasi, alternatif, solusi, dan prioritas pengembangan.
 - 2. Tahapan analisa ruang lingkup permasalahan, ruang lingkup dan sasaran yang akan dikembangkan, identifikasi permasalahan yang lebih rinci, evaluasi, perumusan dan penyusunan untuk menujung desain.
 - 3. Tahap analisa kebutuhan pembaca, mendefinisikan kebutuhan fungsional dan non fungsional untuk menujung informasi yang akurat.
 - 4. Tahap spesifikasi media, dialakuakan untuk melakukan spesifikasi fungsional, konfigruasi hardware atau software.
 - 5. Revisi, melakukan perbaikan dan pemantauan baik dari segi desain maupun tata letaknya.

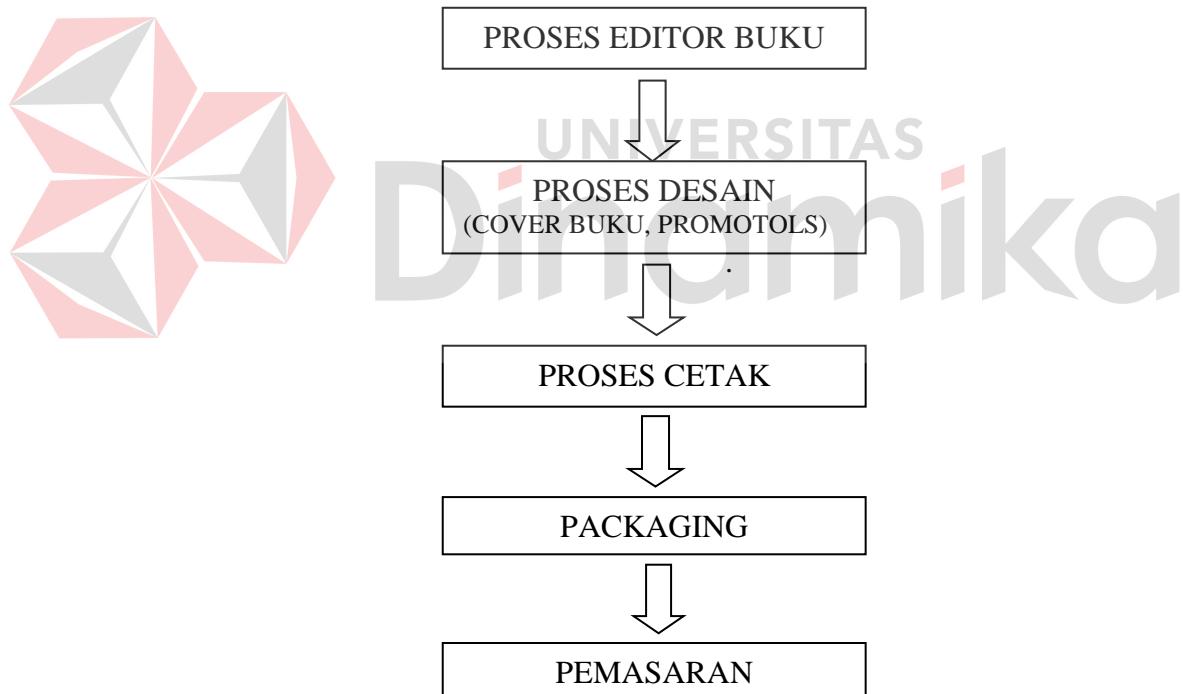
6. Pembuatan laporan, semua dokumentasi pekerjaan dan pembuatan produk multimedia tersebut, sebagai hasil dari proyek Disusun dalam sebuah laporan

4.3 Evaluasi Kerja Praktek

Hasil dari pelaksanaan kerja praktek di PT. Serambi Ilmu Semesta bagian product development

4.3.1 Gambaran Umum Alur Kerja

Alur Kerja PT.Serambi Ilmu Semesta :



Gambar 4.1 Alur Kerja Penerbitan PT. Serambi Ilmu Semesta

4.4 Hasil Pengerjaan Desain Promotolls

A. Perancangan Konsep

Konsep dari desain promotolls seperti pembuatan neon box,fleyers, spanduk, merchandise bertujuan untuk mempromosikan buku baru dan buku best seller sehingga dapat menarik para konsumen . Dengan menggunakan konsep desain kearah warna dan bentuk yang di inginkan oleh client

B. Perancangan Desain

Dengan mengacu pada konsep yang sudah ditentukan sebelumnya oleh client, Setelah mencari seluruh data yang diperlukan untuk membuat promotolls seperti data informasi dan gambar.

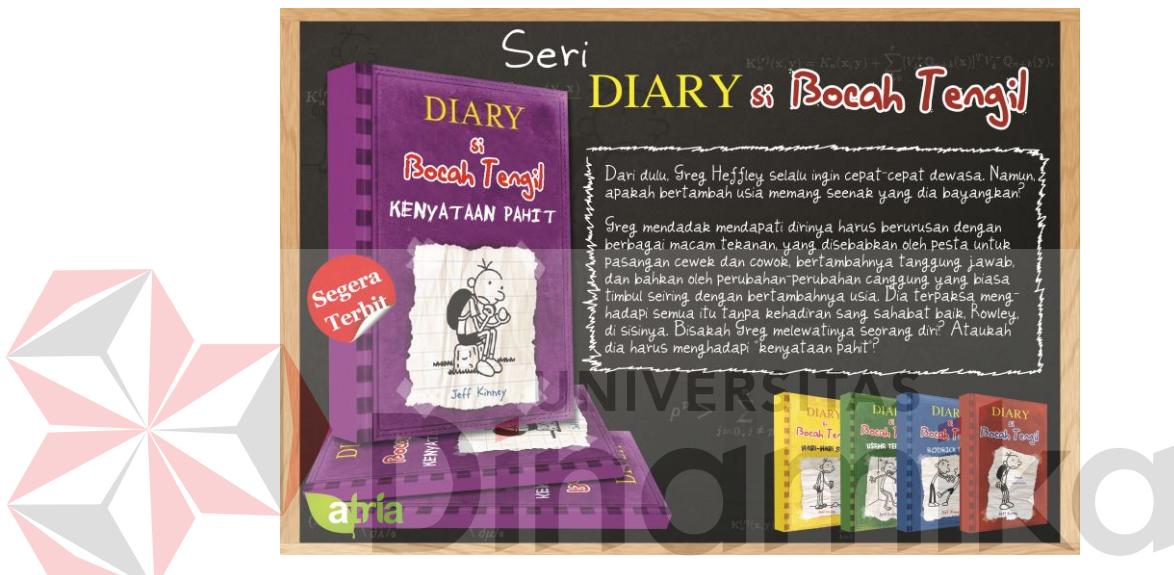
C. Pembuatan Final Desain

Membuat karya dengan menggunakan sofware adobe photoshop CS4 proses ini memakan waktu selama satu minggu untuk menentukan konsep sesuai dengan tema itu sendiri. Dalam pembuatan desain promotolls setiap minggunya. Dimana beberapa buku baru, buku best seller akan di distributorkan ke toko-toko buku seluruh Indonesia setiap satu minggu sekali

D. Hasil Karya

1. Desain Neon Box\

Desain Neon Box ini menggunakan software photoshop dengan ukuran width 97 cm , height 66.5 dengan colours mode 150 CMYK , konsep desain neon box di desain dengan layout anak-anak, sesuai dengan tema buku itu sendiri



Gambar 4.2 Launching buku baru berjudul Diary si Bocah Tengil

2. Desain Spanduk

Desain spanduk menggunakan software photoshop dengan ukuran width 4 m dan height 1 m dengan colours mode 150 CMYK , konsep desain spanduk ini di desain dengan layouts ceria, sesuai tema buku anak-anak



Gambar 4.3 Desain Spanduk Promo Buku Anak-Anak

3. Marchandise

a. Kalender GRANADA



Gambar 4.4 Desain Kalender Granada

Desain Kalender menggunakan software corel draw dengan ukuran left per salting nya/ bagian-bagian kalender hight 13.2 dan width 11.1 cm dengan colours mode 300 CMYK kosep desain kalender ini berbentuk kerucut

b . Pin GRANADA

Desain Pin Granada menggunakan software photoshop dengan ukuran height 5.8 dan width 5.8 dengan colours mode 300 CMYK, konsep Pin Granada di desain dengan layouts dan tulisan menyindir tapi mengandung ajakan untuk membaca



Gambar 4.5 Desain Pin Granada

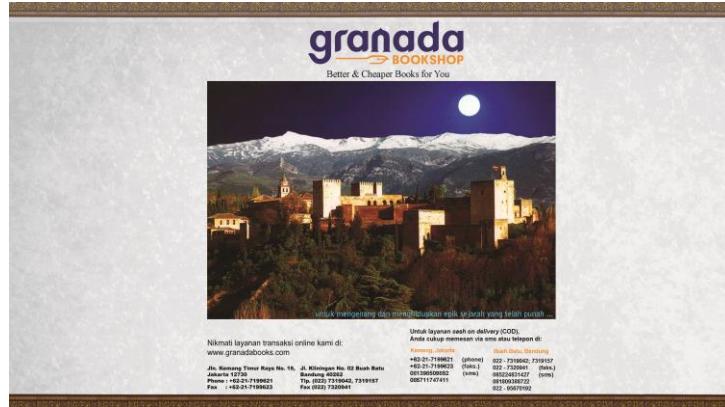
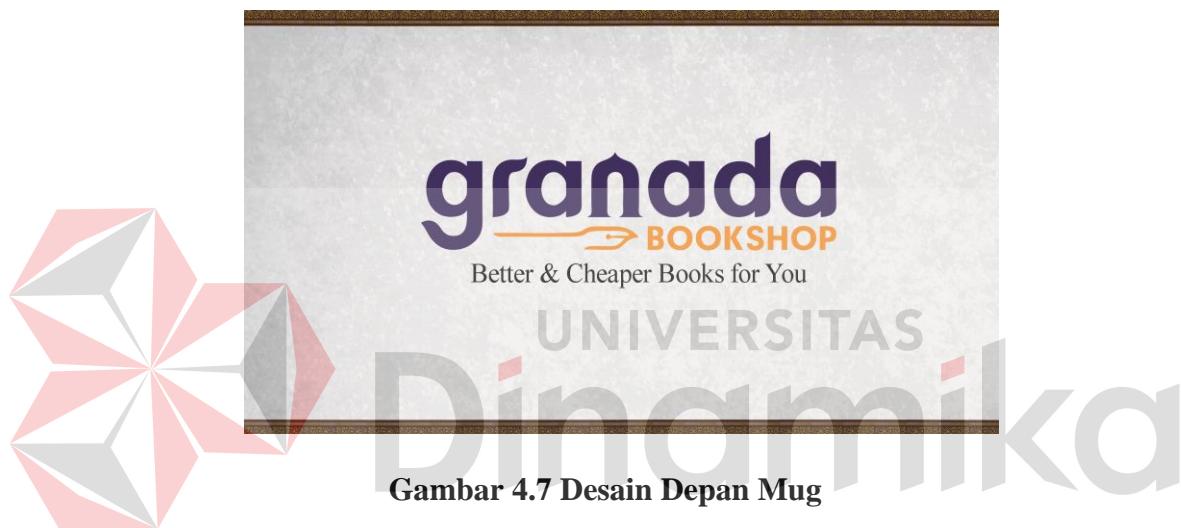
c. Pembatas Buku



Gambar 4.6 pembatas buku

d. Desain Mug Granado

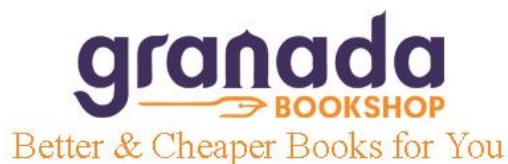
Desain mug granada menggunakan software photoshop dengan ukuran width 29.7 dan height 16,7 dengan colours mode 300 CMYK konsep mug di desain dengan layouts simple tapi elegant



Gambar 4.8 Desain Pen Granada

e .Dasain Pen Granada

Desain Pen Granada menggunakan software photoshop dengan ukuran widht 3.5 m dan hight 1 m, dengan colours mode 150 CMYK



Gambar 4.9 Desain Pen Granada

f. FLAYERS

Desain Flayers menggunakan software photoshop dengan ukuran A5 dengan colours mode 300 CMYK , konsep flayer di desain dengan layouts parsel buku sesuai tema untuk promosi buku edisi lebaran



Gambar 4.10 Promosi paket hemat “ PARCEL BUKU “



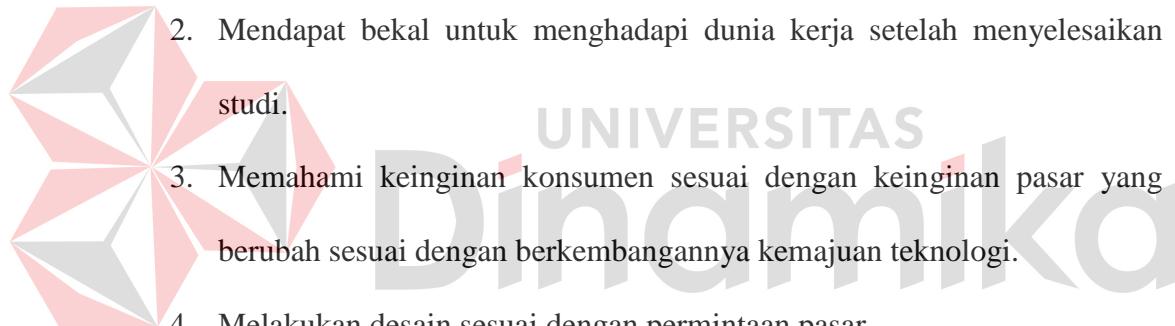
BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Melaksanakan mata kuliah kerja praktek ini penulis dapat menyimpulkan beberapa hal dibawah ini:

1. Memengetahui dunia kerja sesungguhnya dengan melakukan program kerja praktek ini dan juga dapat menyesuaikan diri dengan kedisiplinan dunia kerja.
2. Mendapat bekal untuk menghadapi dunia kerja setelah menyelesaikan studi.
3. Memahami keinginan konsumen sesuai dengan keinginan pasar yang berubah sesuai dengan berkembangnya kemajuan teknologi.
4. Melakukan desain sesuai dengan permintaan pasar.



5.2 Saran

Penulis menyarankan perlu adanya konsep yang matang dalam melakukan pekerjaan. Karya dibuat sesuai dengan kemauan yang diinginkan pasar serta sesuai dengan visi misi perusahaan. Karena konsep itu merupakan dasar dalam pembuatan suatu desain. Dengan konsep yang matang maka hasil desain sesuai dengan apa yang yang diminta oleh pasar.

DAFTAR PUSTAKA

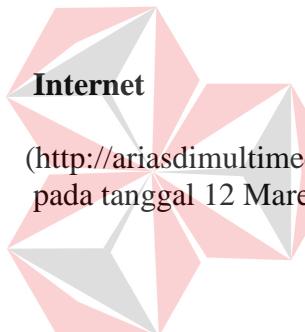
Diambil Dari Buku:

Ali, Lukman.1993. *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Kedua*. Jakarta: Balai Pustaka.

Karsam. 2007. *Tinjauan Desain dari Zaman PraSejarah hingga PostModern*. Surabaya: Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Teknik Komputer (STIKOM) Surabaya.

Laurer, David. 1979. *Design Basics*. New York: Holt, Rinehart and Winston.

Mikke Susanto. 2002. *Diksi Rupa*. Jogjakarta: Kanisius.



([http://ariasdimultimedia.wordpress.com/macam-macam bentuk media informasi/](http://ariasdimultimedia.wordpress.com/macam-macam_bentuk_media_informasi/)) Diakses pada tanggal 12 Maret 2012.

UNIVERSITAS
Dinamika