



**PEMBUATAN DESAIN MEDIA PROMOSI PADA
PT. ARMINAREKA PERDANA PERWAKILAN LAMONGAN**



KERJA PRAKTIK

Program Studi

DIV Komputer Multimedia

UNIVERSITAS
Dinamika

Oleh:

RYAN WIRA PERDANA

09510160008

**FAKULTAS TEKNOLOGI DAN INFORMATIKA
INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA STIKOM SURABAYA
2015**

**PEMBUATAN DESAIN MEDIA PROMOSI PADA
PT. ARMINAREKA PERDANA PERWAKILAN LAMONGAN**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan

Kerja Praktik



Disusun Oleh:

Nama : RYAN WIRA PERDANA

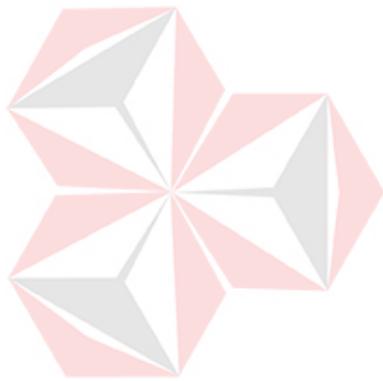
NIM : 09510160018

Program : DIV (Diploma Empat)

Jurusan : Komputer Multimedia

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

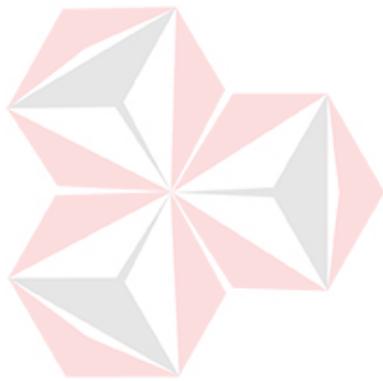
2015



UNIVERSITAS
Dinamika

“Sesungguhnya Allah tidak merubah keadaan sesuatu kaum sehingga mereka merubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri.”

Al-Qur'an (13:11)



UNIVERSITAS
Dinamika

**Kupersembahkan kepada Allah Tuhan Yang Maha Esa,
Kedua Orang Tua, Keluarga beserta seluruh pihak yang telah membantu.**

LEMBAR PENGESAHAN

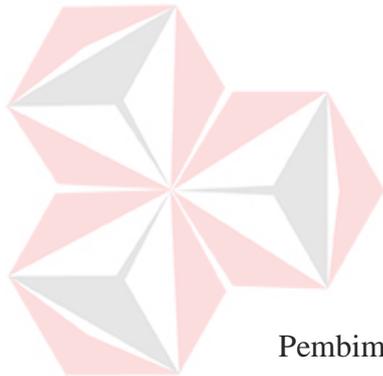
**PEMBUATAN DESAIN MEDIA PROMOSI PADA
PT. ARMINAREKA PERDANA PERWAKILAN LAMONGAN**

Laporan Kerja Praktik oleh

Ryan Wira Perdana

NIM: 09.51016.0018

Telah diperiksa, diuji dan disetujui



Pembimbing

Disetujui:

Surabaya, 1 Juni 2015

Penyelia

Karsam MA., Ph.D
NIDN 0705076802

Drs. H. Agus Yudi, M.Pd.
Pemilik

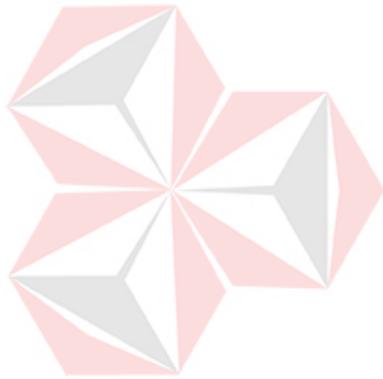
Mengetahui:

Ketua Program Studi DIV Komputer Multimedia

Karsam MA., Ph.D
NIDN. 0705076802

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan dengan benar, bahwa Laporan Kerja Praktik ini adalah asli hasil karya saya, bukan plagiat baik sebagian ataupun keseluruhan. Karya atau pendapat orang lain yang ada dalam Laporan Kerja Praktik ini adalah semata hanya rujukan yang dicantumkan dalam Daftar Pustaka saya. Apabila dikemudian hari ditemukan adanya tindakan plagiat pada Laporan Kerja Praktik ini, maka saya bersedia untuk dilakukan pencabutan terhadap gelar kesarjanaan yang telah diberikan kepada saya.



Surabaya, 1 Juni 2015

UNIVERSITAS
Dinamika
Ryan Wira Perdana

**SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya, saya:

Nama : Ryan Wira Perdana
NIM : 09.51016.0018
Program Studi : DIV Komputer Multimedia
Jurusan/Fakultas : Fakultas Teknologi dan Informatika

Demi pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, menyetujui untuk memberikan kepada Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya ***Hak Bebas Royalty Non Eksklusif (Non-Exclusive Royalty Free Right)*** atas karya ilmiah yang berjudul:

**PEMBUATAN DESAIN MEDIA PROMOSI PADA PT. ARMINAREKA
PERDANA PERWAKILAN LAMONGAN**

Untuk disimpan, dialih mediakan, dikelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), untuk didistribusikan atau dipublikasikan untuk kepentingan akademis dengan tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis atau pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 20 Juni 2015

Ryan Wira Perdana
NIM : 09.51016.0018

ABSTRAK

PT. Arminareka Perdana adalah biro perjalanan haji dan umrah yang berdiri sejak tahun 1990. Dimulai pada 9 Februari 1990 hingga berjalan 24 tahun sampai sekarang, perusahaan ini telah memberangkatkan lebih dari enam puluh juta baik jamaah umrah maupun haji plus. Sebagai perusahaan biro perjalanan haji dan umrah yang besar, PT. Arminareka Perdana memiliki perwakilan-perwakilan yang tersebar seluruh Indonesia. Salah satu perwakilannya ada di Kabupaten Lamongan, ada perwakilan resmi yang berlokasi di Desa Pajangan, Kecamatan Sukodadi, Kabupaten Lamongan yang merupakan Provinsi Jawa Timur. Kantor perwakilan yang ada di Kabupaten Lamongan ini baru diketahui oleh masyarakat melalui mulut ke mulut saja. Karena itu penulis memutuskan untuk membuat desain media promosi sebagai media untuk mengenalkan diri dan mempromosikan diri kepada masyarakat agar perusahaan bisa berkembang. Untuk itu penulis menentukan konsentrasi topik yang dikerjakan dalam Kerja Praktik ini. Sehingga dalam penulisan laporan Kerja Praktik ini, judul yang diambil adalah Pembuatan Desain Media Promosi Pada PT. Arminareka Perdana Perwakilan Lamongan.

Kata Kunci: Media Promosi, PT. Arminareka Perdana, Perwakilan Lamongan.



UNIVERSITAS
Dinamika

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah, Tuhan semesta alam atas segala rahmat yang telah dilimpahkan kepada penulis selama penyusunan Laporan Kerja Praktik dengan judul **“Pembuatan Desain Media Promosi Pada PT. Arminareka Perdana Perwakilan Lamongan”** sehingga laporan ini dapat diselesaikan dengan baik.

Pengerjaan Laporan Kerja Praktik ini pun tidak terlepas dari semua pihak yang telah mendukung dan memberikan dukungan kepada penulis baik itu secara langsung ataupun tidak langsung. Karenanya, penulis mengucapkan terimakasih sebanyak-banyaknya kepada:

1. Orang Tua, Saudara dan Keluarga yang tidak berhenti mendo'akan dan memberikan dukungan selama dilaksanakannya kerja praktik hingga sampai selesainya penulisan Laporan Kerja Praktik ini.
2. Bapak Karsam, MA., Ph.D selaku Kepala Program Studi DIV Komputer Multimedia sekaligus dosen pembimbing Kerja Praktik yang telah memberikan banyak ilmu dan semangat baik secara langsung maupun tidak langsung kepada penulis.
3. Bapak Drs. H. Agus Yudi, M.Pd. selaku Pemilik PT. Arminareka Perdana Perwakilan Lamongan yang telah mau menerima dan menyediakan kesempatan bagi penulis untuk melaksanakan kerja praktik.
4. Teman-teman mahasiswa satu jurusan di Progam Studi DIV Multimedia dan S1 Desain Komunikasi Visual STIKOM Surabaya maupun di Pondok Pesantren Mahasiswa Khoirul Huda Surabaya atas dukungan, semangat dan do'anya.

5. Kawan-kawan penghuni (Ashabul) Masjid Luhur Al-Ikhlas di Semampir atas dukungan dalam bentuk apapun yang telah penulis terima, baik secara langsung maupun tidak langsung.
6. Dan lain sebagainya yang telah ikut membantu dan mendukung yang mungkin tidak dapat disebutkan satu persatu.

Demikianlah Laporan Kerja Praktik telah disusun. Jika terdapat beberapa kesalahan dalam hal penulisan atau pada penyusunan Laporan Kerja Praktik ini, penulis akan sangat terbuka untuk kritik dan saran demi Laporan Kerja Praktik ini dapat menjadi lebih baik. Harapan yang terpanjat, semoga Laporan Kerja Praktik ini bisa menjadi pembelajaran bersama dan bermanfaat untuk yang membaca, khususnya kepada teman-teman Program Studi DIV Komputer Multimedia STIKOM Surabaya, terima kasih.

Surabaya, 1 Juni 2015

Penulis

DAFTAR ISI

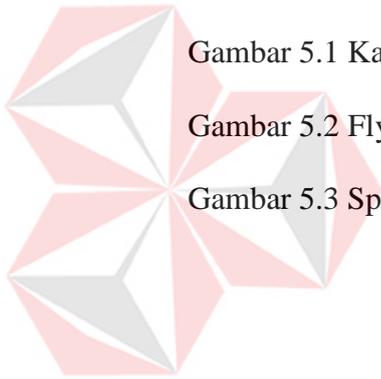
	Halaman
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Batasan Masalah	3
1.4 Tujuan	3
1.5 Manfaat	3
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	4
2.1 Sekilas Sejarah dan Profil Arminareka Perdana	4
2.2 Visi dan Misi Arminareka Perdana	5
2.3 Lokasi Arminareka Perdana Perwakilan Lamongan	5
BAB III TINJAUAN PUSTAKA	7
3.1 Promosi	7
3.1.1 Kartu Nama	8
3.1.2 Flyer	10
3.1.3 Spanduk.....	11
3.2 Multimedia	12

3.3 Desain.....	13
BAB IV METODOLOGI PENELITIAN	15
4.1 Metodologi	15
4.2 Analisa Data	17
4.3 Perancangan Karya	17
4.3.1 Konsep	18
4.3.2 Layout	18
4.3.3 Warna	18
4.3.4 Tipografi.....	18
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN	19
5.1 Hasil Karya.....	20
BAB VI PENUTUP	23
6.1. Kesimpulan	23
6.2. Saran.....	23
DAFTAR PUSTAKA	24
BIODATA PENULIS	25
LAMPIRAN	26



DAFTAR GAMBAR

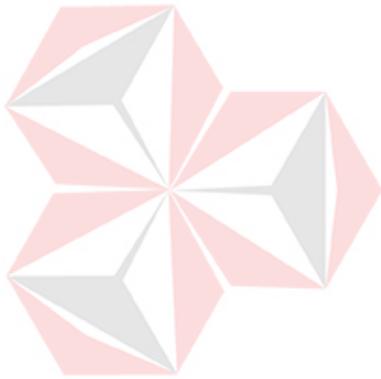
	Halaman
Gambar 2.1 Logo Arminareka Perdana	5
Gambar 2.2 Peta Lokasi PT. Arminareka Perdana Perwakilan Lamongan.....	6
Gambar 2.3 Foto Kantor PT. Arminareka Perdana Perwakilan Lamongan.....	6
Gambar 3.1 Contoh Kartu Nama	9
Gambar 3.2 Contoh Flyer.....	10
Gambar 3.3 Contoh Spanduk	11
Gambar 5.1 Kartu Nama	21
Gambar 5.2 Flyer	22
Gambar 5.3 Spanduk.....	23



UNIVERSITAS
Dinamika

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Surat Balasan Instansi.....	26
Lampiran 2 Acuan Kerja.....	27
Lampiran 3 Garis Besar Rencana Kerja Mingguan	28
Lampiran 4 Log Harian Dan Catatan Perubahan Acuan Kerja.....	29
Lampiran 5 Kehadiran Kerja Praktik	30
Lampiran 6 Kartu Bimbingan	31



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kerja Praktik merupakan salah satu nama mata kuliah dan merupakan program dari Prodi DIV Komputer Multimedia Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya yang harus diikuti oleh setiap mahasiswa sebagai syarat untuk kelulusannya. Mahasiswa merupakan generasi penerus yang pada gilirannya akan memikul tanggung jawab guna menyukseskan pembangunan nasional dan memajukan bangsa dan negara. Kebutuhan akan kemampuan dan profesionalisme menuntut adanya pelatihan dan usaha yang sungguh-sungguh. Oleh karena itu guna melatih kemampuan dan mengaplikasikan ilmu yang telah diperoleh penulis selama masa kuliah untuk bisa diterapkan dalam dunia kerja, yaitu di sebuah perusahaan PT. Arminareka Perdana Perwakilan Lamongan.

Suatu perusahaan membutuhkan media untuk dapat memperkenalkan dirinya dan mempromosikan produknya dengan tujuan untuk mendekati konsumen yang penting agar perusahaan bisa berkembang. Fungsi dari promosi adalah sebagai media komunikasi untuk meningkatkan, memperkenalkan, menawarkan, mengajak dan memberikan informasi kepada masyarakat selaku target sasaran agar dapat mengetahui dan memahami dari semua pesan-pesan yang disampaikan baik mengenai sebuah produk, barang atau jasa melalui berbagai macam media promosi. Promosi juga dapat berfungsi sebagai media informasi yang dapat mempengaruhi target sasaran untuk dapat menarik massa

agar berminat dengan mengenal dan memahami terhadap apa yang telah disampaikan melalui media-media promosi yang telah dibuat.

PT. Arminareka Perdana adalah biro perjalanan haji dan umrah yang berdiri sejak tahun 1990. Dimulai pada 9 Februari 1990 hingga berjalan 24 tahun sampai sekarang, perusahaan ini telah memberangkatkan lebih dari enam puluh juta baik jamaah umrah maupun haji plus. Sebagai perusahaan biro perjalanan haji dan umrah yang besar, PT. Arminareka Perdana memiliki perwakilan-perwakilan yang tersebar seluruh Indonesia. Salah satu perwakilannya ada di Kabupaten Lamongan, ada perwakilan resmi yang berlokasi di Desa Pajangan, Kecamatan Sukodadi, Kabupaten Lamongan yang merupakan Provinsi Jawa Timur.

Kantor perwakilan yang ada di Kabupaten Lamongan ini baru diketahui oleh masyarakat melalui mulut ke mulut saja. Karena itu penulis memutuskan untuk membuat desain media promosi PT. Arminareka Perdana Perwakilan Lamongan sebagai media untuk mengenalkan diri dan mempromosikan diri kepada masyarakat agar perusahaan bisa berkembang.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana membuat desain media promosi yang baik untuk PT. Arminareka Perdana Perwakilan Lamongan?
2. Bagaimana membuat media promosi yang mampu meningkatkan loyalitas PT. Arminareka Perdana Perwakilan Lamongan?

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah di atas, batasan masalahnya adalah:

“Merancang media promosi pada PT. Arminareka Perdana Perwakilan Lamongan berupa kartu nama, flyer dan spanduk”.

1.4 Tujuan

Tujuan yang ingin dicapai dalam Kerja Praktik ini adalah untuk menginformasikan para calon jamaah haji maupun umrah yang ingin menggunakan jasa perusahaan ini dan juga sebagai penerapan ilmu yang telah diperoleh dalam proses Kerja Praktik ini agar dapat bermanfaat bagi masyarakat.

1.5 Manfaat

Manfaat yang diharapkan dalam Kerja Praktik ini adalah:

1. Sebagai *portofolio* pribadi dan menambah ilmu pengetahuan dan pemahaman penulis tentang desain pembuatan media promosi.
2. Sebagai pelatihan langsung penulis untuk lebih mempunyai jiwa profesionalitas di dunia kerja.

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sekilas Sejarah dan Profil Arminareka Perdana

PT. Arminareka Perdana adalah perusahaan penyelenggara perjalanan haji dan umrah yang didirikan pada tanggal 9 Pebruari 1990 oleh Bapak Drs.H. Gurril Mz dan Ibu Hj Corry Mundzakkar di Jakarta. Sebagai perusahaan yang berpengalaman perusahaan ini telah memberangkatkan lebih dari enam puluh juta baik jamaah umrah maupun haji plus.

Perusahaan ini meningkatkan pemasaran jasa travel perjalanan ibadah umrah dan haji dengan membentuk Divisi Marketing pada tanggal 13 Mei 2008. Dan menerapkan Program LUAS (Lima Utama Sukses) sebagai bentuk inovasi strategi pemasaran dengan sistem kemitraan. Untuk menangani program ini perusahaan mendirikan PT. Lima Utama Sukses.

Arminareka perdana mengalami peningkatan yang luar biasa sejak diterapkannya program LUAS dengan bentuk pemberian kemitraan (hak usaha). Pada tahun 2012 travel berhasil memberangkatkan 25,000 jamaah umrah dan 925 jamaah haji plus. Hampir setara perjuangan selama 18 tahun pertama dengan 27,000 keberangkatan jamaah ketika menggunakan konsep pemasaran tradisional.

Dengan berhasil memberangkatkan lebih dari 125,000 jamaah, memiliki lebih dari 20,000 mitra perwakilan dan mengajak lebih dari 500,000 masyarakat muslim untuk menjalankan sistem kemitraan yang tersebar di seluruh pelosok nusantara. Arminareka Perdana membuka kantor perwakilan di seluruh wilayah

Indonesia. Salah satunya adalah milik Drs. H. Agus Yudi, M.Pd. di wilayah Lamongan.

2.2 Visi dan Misi Arminareka Perdana

Arminareka Perdana memiliki Visi dan Misi :

1. Mengajak masyarakat untuk ibadah ke Tanah Suci
2. Meningkatkan taraf hidup keluarga dan masyarakat
3. Memberikan Solusi



Gambar 2.1 Logo Arminareka Perdana

(Sumber: Google.com)

2.3 Lokasi Arminareka Perdana Perwakilan Lamongan

PT. Arminareka Perdana memiliki Perwakilan yang berlokasi di Desa Pajangan, Kecamatan Sukodadi, Kabupaten Lamongan.



Gambar 2.2 Peta Lokasi PT. Arminareka Perdana Perwakilan Lamongan

(Sumber: Olahan Sendiri)



Gambar 2.3 Foto Kantor PT. Arminareka Perdana Perwakilan Lamongan

(Sumber: Olahan Sendiri)

BAB III

TINJAUAN PUSTAKA

3.1 Promosi

Promosi adalah segala macam bentuk komunikasi persuasi yang dibuat untuk memberikan informasi kepada pelanggan tentang produk atau jasa dan untuk membuat mereka terpengaruh agar mau membeli barang atau jasa tersebut yang mencakup publisitas, penjualan, perorangan dan periklanan. Menurut Zimmener dalam buku karangan Freddy Rangkuti (2009: 49-50).

Penulis berpendapat bahwa promosi adalah kegiatan yang dilakukan dengan tujuan untuk memperkenalkan suatu perusahaan atau produk dengan tujuan untuk mempopulerkan produk tersebut. Hal ini tentunya dilandasi dengan tujuan utama yaitu menarik minat konsumen dan pelanggan untuk menggunakan atau mengkonsumsi produk atau jasa yang dipromosikan tersebut. Perusahaan tentu juga memerlukan kegiatan promosi, untuk memperkenalkan produk dan jasa yang dimiliki untuk menarik perhatian klien.

Media promosi berfungsi sebagai suatu sarana untuk mengkomunikasikan suatu produk, jasa, image, perusahaan atau yang lain untuk dapat lebih dikenal masyarakat lebih luas. Media promosi juga sebagai sarana untuk komunikasi seperti teks atau gambar foto (Pujiryanto, 2005: 15).

Media promosi dibagi menjadi 2 jenis dalam periklanan yaitu:

1. Above The Line (ATL) atau Media Lini Atas.

Pemasaran atau marketing Above The Line (ATL) merupakan pemasaran produk atau jasa yang menggunakan media massa. Media yang digunakan biasanya adalah media televisi, radio, media cetak, internet, dan sebagainya.

2. Below The Line (BTL) atau Media Lini Bawah.

Below The Line (BTL) merupakan aktifitas marketing atau promosi yang dilakukan ditingkat retail atau konsumen dengan salah satu tujuannya adalah merangkul konsumen agar tertarik dengan suatu produk. Selain sifatnya lebih menjangkau konsumen, pertimbangan lain adalah efektifitas biaya dalam berpromosi. Materi promosi dari media lini bawah ini adalah jenis media promosi yang akan digunakan oleh penulis untuk merancang media promosi pada PT. Armininareka Perdana Perwakilan Lamongan. Media yang digunakan adalah kartu nama, flyer dan spanduk.

3.1.1 Kartu Nama

Kartu Nama adalah sebuah kartu yang menyampaikan informasi tentang sebuah perusahaan ataupun individu yang disampaikan hanya sebagai pengingat dalam sebuah perkenalan formal. Sebuah Kartu Nama biasanya berisi tentang nama perusahaan (termasuk logo perusahaan) dan alamat pos, nomer telepon, nomer fax dan e-mail, situs web. Secara tradisional banyak Kartu Nama yang menggunakan teks berwarna hitam dengan latar belakang putih, tetapi model Kartu Nama sekarang banyak menggunakan dan menerapkan aspek desain visual yang mencolok. Kartu Nama yang mempunyai desain pada beberapa bentuk efek visual, metode grafis biasanya harganya relatif lebih mahal dari pada kartu nama

tradisional. Berat dari Kartu Nama umumnya bervariasi tergantung dari jenis bahan yang digunakan seperti : Kertas BC, Glossy Photo Paper, Inkjet Paper dan Art Paper.



Gambar 3.1 Contoh Kartu Nama

(Sumber: Google.com)

Kartu Nama yang dicetak tanpa foto-foto biasanya dicetak dengan menggunakan warna spot pada lembaran offset. Dengan adanya era teknologi Digital Printing dan mesin Percetakan modern lainnya, sekarang Kartu Nama dapat juga dicetak dengan menggunakan mesin Digital Photocopy yang menggunakan toner laser dalam proses pencetakannya.

Pelapis UV dan Coating lainnya seperti pelapis berair digunakan untuk menghasilkan warna lebih cerah pada permukaan Kartu Nama. Jika kondisi basah lapisan UV kalau kena sidik jari akan membekas pada lapisannya, hal ini berbeda dengan pelapis berair yang tidak terlihat tetapi bisa bertahan lebih lama. Penggunaan UV Coating atau lapisan plastik (sejenis laminasi dingin) juga dapat digunakan pada Kartu Nama agar Kartu Nama tersebut lebih tahan lama.

Fungsi dari Kartu Nama itu sendiri adalah :

1. Sebuah kenang-kenangan dari anda untuk teman-teman anda, relasi bisnis bahkan untuk keluarga anda.

2. Kartu Nama juga berfungsi sebagai sarana promosi yang paling efektif untuk perusahaan ataupun usaha anda, dimana Kartu Nama dapat mengingatkan kembali pesan-pesan yang anda sampaikan kepada pelanggan anda.
3. Memberikan sedikit informasi berupa nama, alamat, telepon, e-mail, website dan produk anda.

3.1.2 Flyer

Flyer berupa secarik kertas yang umumnya berukuran standar kertas A4.

Flyer dipergunakan untuk promosi skala kecil dengan cakupan wilayah yang tidak terlalu besar. Karena untuk skala kecil, maka biasanya kualitas cetak dan kertasnya pun relatif lebih murah jika dibandingkan dengan brosur.



Gambar 3.2 Contoh Flyer

(Sumber: Google.com)

Flyer dibagikan dengan cara diberikan langsung (hand-to-hand) atau disebar di kerumunan orang banyak. Informasi dalam flyer hanya dilihat sekilas oleh orang yang membacanya kemudian dibuang begitu saja. Proses sebar-buang inilah yang kemudian menjadikan namanya flyer (terbang).

3.1.3 Spanduk

Spanduk adalah suatu kain rentang yang isinya propaganda, slogan ataupun berita yang perlu diketahui oleh umum. Atau spanduk yaitu kain membentang yang biasanya berada di tepi jalan yang berisi text, berwarna serta bergambar. Spanduk sebagai suatu media informasi, bisanya dibuat dengan menggunakan cat, sablon (screen printing) atau dengan cara cat mesin.



Gambar 3.3 Contoh Spanduk

(Sumber: Google.com)

Spanduk pada jaman sekarang ini sebagai media promosi yang cukup populer, karena harganya yang cukup murah serta proses pengerjaannya yang sangat cepat. Jaman Sekarang ini Sudah banyak sekali perusahaan yang bergerak di bidang periklanan serta memiliki mesin Digital Print Sendiri untuk membuatnya. Spanduk sangat dibutuhkan khususnya dalam promosi baik itu untuk memperkenalkan ataupun mempuat masyarakat umum untuk mengetahui

suatu perusahaan atau produk, melalui spanduk juga kamu dapat menampilkan gambar sekaligus informasi yang menunjang minat pembeli atau konsumen.

Fungsi Spanduk, diantaranya sebagai berikut ini:

1. Bukan hanya sekedar untuk dipandang saja, spanduk dapat mempengaruhi citra produk suatu perusahaan.
2. Menimbulkan kepercayaan orang banyak, khususnya konsumen terhadap suatu produk ataupun bisnis.
3. Selalu mengingatkan masyarakat umum pada produk atau perusahaan.
4. Menimbulkan atau membangun loyalitas masyarakat umum atau konsumen terhadap bisnis.



3.2 Multimedia

Melihat perkembangan teknologi yang semakin pesat, kemudahan akan informasi semakin dibutuhkan, salah satunya penyampaian informasi yang paling efektif dengan menggunakan multimedia. Multimedia menggunakan beberapa media berbeda untuk menyampaikan informasi antara lain : teks, audio, grafis, animasi, video, dan interface. Multimedia biasanya digunakan sebagai informasi dalam berbagai format digital dan seni visual untuk menjelaskan suatu karya menggunakan media lebih dari satu.

Mengutip dari Robin dan Linda, Suyanto (2003: 21) mengartikan Multimedia adalah alat yang dapat menciptakan presentasi yang dinamis dan interaktif yang mengkombinasikan teks, grafik, animasi, audio, dan gambar video.

3.3 Desain

Tanpa menekankan pada fungsi keindahan atau estetika, desain akan tidak menarik sehingga hasilnya tidak komunikatif. Menarik atau indah bisa diukur melalui mata (lahir), atau dengan hati (batin). Ibaratnya anda jika tertarik pada seorang wanita bisa karena pandangan pertama (mata) atau dari kepribadianya (hati). Desain bisa menarik karena indah atau dipandang konsepnya yang kreatif (Hendratman, 2008: 13).

Keindahan yang dibahas lebih menekankan pada kemampuan mata sebagai pengukur dan penilai. Agar desain dapat menarik mata diperlukan pengetahuan tentang komponen desain grafis, antara lain :

1. Garis
2. Bentuk
3. Warna, Tekstur dan cahaya
4. Ilustrasi / Gambar
5. Huruf / Tipografi

Jika dianalogikan dalam sebuah masakan komponen ini bisa dianggap sebagai resep bahan & bumbu masak. Namun tidak semua komponen harus ada dan diprioritaskan agar desain menarik, komponen tersebut harus diedit dan dikomposisikan di layout dengan prinsip desain antara lain :

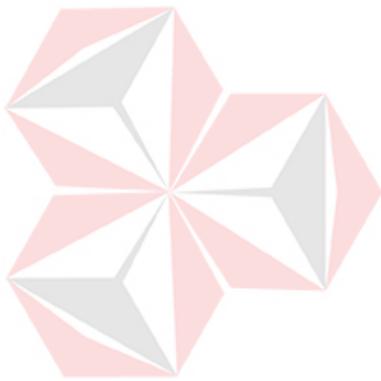
1. Keseimbangan
2. Keserasian / harmoni
3. Proporsi & skala
4. Irama



5. Kesatuan

6. Ruang

Dengan mempelajari komponen desain dan prinsip desain maka penulis akan mengetahui lebih jauh tentang faktor yang membuat desain menjadi menarik secara visual. Pemilihan warna dapat ditentukan dari konsep dan analisa strategi yang sudah ditentukan.



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB IV

METODOLOGI PENELITIAN

4.1 Metodologi

Dalam kerja praktik ini, penulis berusaha menemukan permasalahan yang ada dan mempelajari serta menganalisis permasalahan yang ada di PT. Arminareka Perdana Perwakilan Lamongan. Permasalahan yang ada di perusahaan ini yaitu kurangnya media promosi yang mendukung perusahaan untuk menjual jasa yang ditawarkan serta masih kurang mampu untuk menarik lebih banyak konsumen agar menggunakan jasa yang mereka tawarkan.

Untuk merancang media promosi berupa kartu nama, flyer dan spanduk pada PT. Arminareka Perdana Perwakilan Lamongan, metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif sehingga dapat menjadi dasar dan sumber dalam penyusunan laporan. Diharapkan dengan metode kualitatif penelitian ini, dapat menghasilkan data yang sifatnya deskriptif, seperti hasil wawancara, catatan lapangan, gambar, dan lain-lain.

Metode penelitian kualitatif ini diperlukan kedekatan dengan pihak-pihak yang ahli di bidangnya, sehingga mendapatkan pemahaman yang jelas mengenai keadaan dan kenyataan yang ada di lapangan.

Beberapa teknik pengambilan data yang digunakan dalam penyusunan laporan ini adalah:

1. Observasi

Metode observasi merupakan suatu cara pengumpulan data dengan mengadakan pengamatan langsung terhadap suatu obyek dalam suatu periode tertentu dan mengadakan pencatatan secara sistematis tentang hal-hal tertentu yang diamati.

Observasi dalam penyusunan laporan ini dilakukan dengan cara mengumpulkan data perusahaan yang diperoleh dari klien dan mengumpulkan data kompetitor perusahaan klien melalui internet maupun dokumen-dokumen yang ada di perusahaan.

2. Studi Pustaka

Studi pustaka merupakan metode pengumpulan data dengan cara mencari referensi, literatur atau bahan-bahan teori yang diperlukan melalui berbagai sumber wacana yang berkaitan dengan penyusunan laporan.

Studi pustaka dalam penyusunan laporan ini dilakukan dengan cara mengumpulkan data melalui internet, mencari buku-buku yang membahas tentang media promosi.

3. Wawancara

Wawancara adalah metode pengambilan data dengan cara menanyakan sesuatu kepada seorang responden melalui proses percakapan secara tatap muka, karena itu metode ini memerlukan kedekatan dengan narasumber.

Metode wawancara ini dilakukan oleh penulis guna mencari informasi mengenai media promosi yang dibutuhkan perusahaan. Adapun narasumber yang dituju ialah Bapak Drs. H. Agus Yudi, M.Pd. merupakan pimpinan dari PT. Arminareka Perdana Perwakilan Lamongan. Beliau menjelaskan

mengenai media promosi yang dibutuhkan oleh PT. Arminareka Perdana Perwakilan Lamongan berupa kartu nama, flyer dan spanduk.

4.2 Analisa Data

Proses analisis data dimulai ketika semua data telah terkumpul. Data yang masih bersifat acak ini kemudian dipelajari dan ditelaah sesuai dengan kebutuhannya. Dengan ditatanya data-data yang didapat kedalam beberapa kelompok informasi yang berurutan maka bisa diambil kesimpulan dari data yang telah dikumpulkan tersebut.

Dari data-data yang telah diperoleh dari observasi, studi pustaka, dan wawancara dianalisis agar mudah dipahami. Sehingga bisa digunakan untuk menunjang kebutuhan dalam perancangan desain media promosi untuk perusahaan. Jika masih terdapat data yang penting dan belum dimasukkan, maka dilakukan kembali dimulai dari pengumpulan data, pemeriksaan data dan seterusnya. Ini merupakan proses yang simultan dari satu tahap ke tahap lainnya.

4.3 Perancangan Karya

Perancangan karya merupakan tahapan yang penting dalam pembuatan sebuah desain media promosi. Berikut dibawah ini adalah tahapan-tahapan perancangan karya.

4.3.1 Konsep

Berdasarkan data yang telah diperoleh pada analisa data, ditambah dengan permintaan perusahaan membutuhkan konsep yang sederhana dan mudah difahami oleh masyarakat di sekitar perusahaan. Khususnya masyarakat yang ada di Lamongan, sebagai lokasi perusahaan.

4.3.2 Layout

Berdasarkan konsep desain yang telah ditentukan sebelumnya, maka akan digunakan bidang bentuk dan garis yang sesuai dengan konsep, yaitu sederhana dan mudah difahami oleh masyarakat umum.

Seluruh tampilan layout media promosi disesuaikan dengan jenis media promosinya.

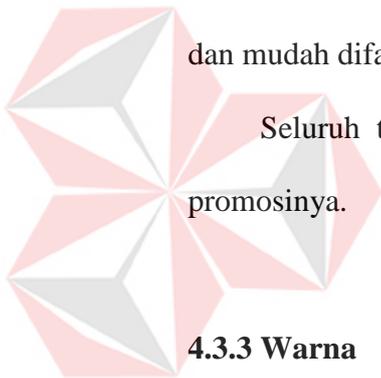
4.3.3 Warna

Sesuai dengan konsep sebelumnya, maka desain media promosi yang ditampilkan dominan menggunakan warna biru dan putih, dan juga menggunakan kombinasi warna yang lain untuk tulisan menyesuaikan desain.

Warna biru agar sesuai dengan logo perusahaan. Warna putih yang berarti netral dan sesuai dengan nilai ibadah yang berarti suci dalam agama islam.

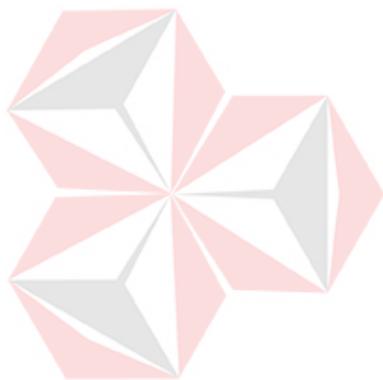
4.3.4 Tipografi

Agar tulisan yang terlihat menjadi sederhana dan mudah difahami oleh masyarakat, maka keseluruhan jenis huruf yang digunakan adalah sans serif yang



UNIVERSITAS
Dinamika

berkesan lebih tegas, fungsional dan efisien. Arial adalah jenis sans serif yang umum digunakan pada media promosi ini.



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB V

HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Hasil Karya

Adapun hasil karya berupa desain media promosi dari PT. Arminareka Perdana Perwakilan Lamongan adalah sebagai berikut:

1. Kartu Nama



Gambar 5.1 Kartu Nama

(Sumber: Olahan Sendiri)

Pada gambar 5.1 merupakan tampilan dari kartu nama dari PT. Arminareka Perdana Perwakilan Lamongan sebagai tanda pengenal dari pemilik perusahaan.

2. Fliyer



Gambar 5.2 Fliyer

(Sumber: Olahan Sendiri)

Pada gambar 5.2 merupakan tampilan dari fliyer dari PT. Arminareka Perdana Perwakilan Lamongan untuk disebarakan kepada masyarakat sekitar.

3. Spanduk

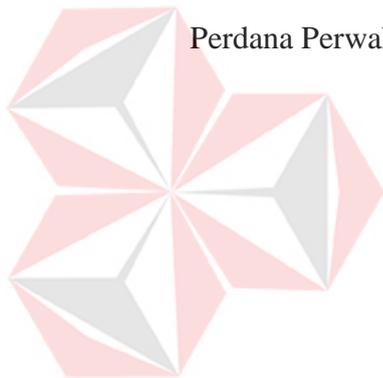


Gambar 5.3 Spanduk

(Sumber: Olahan Sendiri)

Pada gambar 5.3 merupakan tampilan dari spanduk dari PT. Arminareka

Perdana Perwakilan Lamongan untuk dipasang di lokasi kantor.



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB VI

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diambil dari pembuatan Perancangan Media Promosi pada PT. Arminareka Perdana Perwakilan Lamongan adalah sebagai berikut:

1. Membuat desain media promosi yang baik untuk PT. Arminareka Perdana Perwakilan Lamongan dicapai dengan mengumpulkan data dari perusahaan dan mendesainnya dengan konsep yang telah dipilih.
2. Membuat media promosi yang mampu meningkatkan loyalitas PT. Arminareka Perdana Perwakilan Lamongan dicapai dengan menunjukkan pengalaman perusahaan yang lebih daripada perusahaan lain pada desain media promosi.

6.2 Saran

Adapun saran penulis setelah melakukan kerja praktik di Arminareka Perdana Perwakilan Lamongan:

1. Bagi teman-teman yang akan melakukan Kerja Praktik, persiapkan bekal wawasan yang matang, karena persiapan tersebut akan sangat membantu pada saat pelaksanaan.

DAFTAR PUSTAKA

Bungin, B. 2003. *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. PT Rajagrafindo Persada: Jakarta.

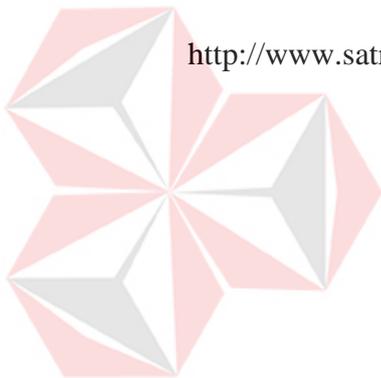
Bungin, B. 2007. *Penelitian Kualitatif*. Prenada Media Group: Jakarta.

Creswell, J. W. 1998. *Qualitatif Inquiry and Research Design*. Sage Publications, Inc: Califo.

Suyanto, M. 2003. *Multimedia Alat untuk Meningkatkan Keunggulan Bersaing*. Yogyakarta: Andi.

Suyanto, M. 2004. *Analisis & Desain Aplikasi Multimedia untuk Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.

http://www.satriamultimedia.com/artikel_apa_itu_multimedia.html



UNIVERSITAS
Dinamika