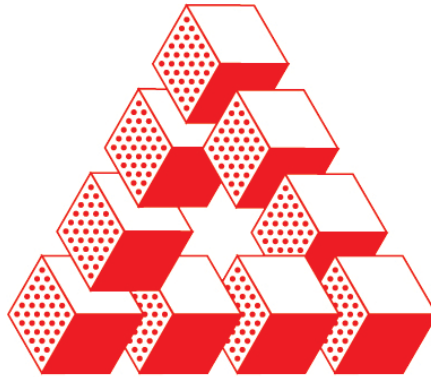


PEMBUATAN DESAIN BROSUR CV. DAUN MUDA

COMMUNICATION SIDOARJO

KERJA PRAKTEK



**STIKOM
SURABAYA**



UNIVERSITAS

Dinamika

Oleh :

Nama : **DWI AYU RAKHMAWATI**

Nim : **:09.42010.00100**

Program Studi: S1 Desain Komunikasi Visual

SEKOLAH TINGGI

MANAJEMEN INFORMATIKA & TEKNIK KOMPUTER

SURABAYA

2012

**PEMBUATAN DESAIN BROSUR CV. DAUN MUDA
COMMUNICATION SIDOARJO**

KERJA PRAKTEK

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk
Menyelesaikan mata kuliah kerja praktek



Nama : Dwi AyunRakhmawato
Nim : 09.42010.0010
Program studi : S1 Desain Komunikasi Visual

UNIVERSITAS
Dinamika

**SEKOLAH TINGGI
MANAJEMEN INFORMATIKA & TEKNIK KOMPUTER
SURABAYA
2012**

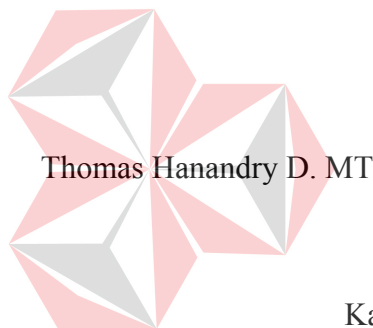
**Lembar Pengesahan
Laporan Kerja Praktek**

Pembuatan Desain Brosur CV. Daun Muda Communication. Diajukan sebagai syarat menempuh dan menyelesaikan matakuliah Kerja Praktek S1 Desain Komunikasi Visual.

Surabaya, 07 Oktober 2012

Mengetahui,
Dosen Pembimbing

Menyetujui,
Penanggung
Jawab Kerja Praktek

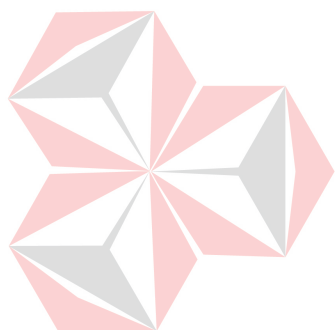


UNIVERSITAS
Dinamika
Kaprod S1 Desain Komunikasi Visual

Bpk. Karsam P.hD, S.Sn

Abstrak

Brosur ditunjuk untuk mempromosikan suatu produk perusahaan yang dapat ditemui dimana-mana. Brosur adalah alat pendukung utamapemasraan, sehingga, dalam perancangan, brosur dibuat secara hati-hati. Pertama, pihak perancang menganalisis kekuatan dan kelemahan perusahaan: kemudian mengamati kesempatan dan tentang yang ada dan akan dihadapinya. Lalu mempelajari apa yang diinginkan dan diharapkan oleh calon konsumen. Dipelajari juga budaya dari calon konsumen agar apa yang ditawarkannya dapat menyentuh hati mereka karena bagaimanapun budaya seseotang akan sangat menentukan pola pikir dan pola tindakannya. Setelah



UNIVERSITAS
Dinamika

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT karena atas rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Kerja Praktek yang berjudul “Desain Iklan Media Cetak Radar Surabaya”.

Laporan ini disusun sebagai bukti bahwa penulis telah menyelesaikan kerja praktek di studio CV. Daun MudaCommunication selama kurang lebih satu bulan terhitung mulai 26 september 2012 sampai 29 oktober 2012.

Pada kesempatan ini penulis juga hendak menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan ketabahan dan kemudahan dalam menyelesaikan laporan kerja praktek ini.
2. Bapak Prof. Dr. Budi Jatmiko, M.Pd. selaku Ketua Sekolah Tinggi Manajemen Informatika & Teknik Komputer Surabaya.
3. Bpk. Karsam P.hD, S.Sn. selaku Kepala Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual STIKOM Surabaya.
4. Thomas Hanandry D. MT selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan semangat dan meluangkan banyak waktu untuk bimbingan selama proses pembuatan laporan kerja praktek ini.
5. Bpk. Agus Wahyudi selaku Pimpinan Redaksi dari CV. Daun Muda Communication yang telah menyediakan tempat kerja praktek kepada penulis serta banyak memberikan ilmu-ilmu baru mengenai dunia periklanan di media cetak.
6. Segenap staff dan karyawan Studio C. Daun Muda Communication.

7. Orang Tua yang selalu mendoakan, mendukung dan memberikan semangat kepada penulis.
8. Semua pihak yang telah membantu baik secara moril maupun materi.

Didalam Laporan Kerja Praktek ini penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan, walaupun demikian penulis berharap ide dasar dari Kerja Praktek ini dapat memberi manfaat serta informasi bagi perusahaan dan pihak lain yang membutuhkan. Saran dan kritik dari semua pihak sangat berguna bagi penulis dalam rangka perbaikan dan penyempurnaan Laporan Kerja Praktek ini.

Surabaya,



UNIVERSITAS
Dinamika Penulis

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Brosur terbitan tidak berkala yang dapat terdiri dari satu hingga sejumlah kecil halaman, tidak terkait dengan terbitan lain, dan selesai dalam sekali terbitan. Halamannya sering dijadikan satu (antara lain dengan stapler, benang, atau kawat), biasanya memiliki sampul, tapi tidak menggunakan jilid kertas. Menurut definisi UNESCO, brosur adalah terbitan tidak berkala yang tidak dijilid kertas, lengkap (dalam satu kali terbitan), memiliki paling sedikit 5 halaman tetapi tidak lebih dari 48 halaman, di luar perhitungan sampul di Inggris dari abad ke-16 hingga ke-18, istilah *pamphlet* digunakan untuk ringkasan risalah yang konversial mengenai topic-topic actual, umumnya berhubungan dengan agama atau politik. Bila terdiri dari satu halaman, brosur atau pamflet umumnya dicetak pada kedua sisi, dan dilipat dengan pola lipatan tertentu hingga membentuk sejumlah panel yang terpisah. Kerja praktek ini hendak melaporkan bagaimana membuat desain brosur yang menarik dan sesuai bagi CV. Daun Muda Communication

Brosur merupakan alat promosi yang terbuat dari kertas yang didalamnya terdapat sejumlah informasi dan penawaran mengenai jasa atau produk. Brosur atau pamphlet memuat informasi atau penjelasan tentang suatu produk, layanan, fasilitas umum, profil perusahaan, sekolah atau dimaksud sebagai sarana beriklan informasi dalam brosur ditulis dalam bahasa yang ringkas, dan dimaksud muah dipahami dalam waktu singkat. Brosur juga didesain agar menarik perhatian, dan dicetak di atas kertas yang baik dalam usaha membangun citra yang baik terhadap layanan atau produk tersebut. Pada saat ini itu kerja praktek ini bertujuan membuat brosur yang

menarik dan sesuai dengan CV. Daun Muda Communication agar membantu untuk memperluas jaringan dan mengembangkan tempat-tempat ini bisa bersaing dengan para *competitornya*.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang diatas maka dapat diketahui permasalahan yang ada yaitu :

1. Bagaimana membuat desain brosur yang menarik dan sesuai bagi CV. Daun Muda Communication Sidoarjo?

1.3 Batasan Masalah

Supaya kendala-kendala yang dirumuskan diatas dapat terselesaikan dan dapat terselesaikan dan tidak menyimpang jauh dari lingkup permasalahan, maka dipandang perlu adanya pembatasan dalam pembahasannya. Dalam pembahasan ini penulis perlu membatasi permasalahan sebagai berikut :

1. Mendesain brosur sesuai konsep dan data-data CV. Daun Muda Communication Menambahkan beberapa desain yang menarik pada brosur.

1.4 Tujuan

Kerja praktek yang dilakukan selama 1 bulan ini bertujuan untuk :

1. Untuk membuat desain yang menarik dan sesuai CV. Daun Muda Communication Mendesain brosur sesuai konsep dan data-data CV. Daun Muda Communication Suabaya.

1.5 Manfaat

Sesuai dengan tujuan yang diharapkan, maka manfaat dari Kerja Praktek ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Membeikan masukan kepada pihak CV. Daun Muda Communication untuk lebih memperhatikan desain iklan yang klien berikan.

2. Manfaat Praktis

Menambah konsep atau teori yang menyongkong perkembangan ilmu pengetahuan desain komunikasi visual, khususnya yang terkait dengan pembuatan desain iklan pada media cetak.

1.6 Pelaksanaan

a. Detail Perusahaan

Nama perusahaan : CV. DAUN MUDA COMMUNICATION

Jasa : Foto

Alamat : Delta Sari Indah blok B1 28 Waru Sidoarjo

Phone : 085648111105

Email : Daunmudastudio@gmail.com

Website : www.daunmudastudio.com

Waktu : 08.00 – 17.00

1.7 Kontribusi

Pelaksanaan kerja praktek ini memiliki kontribusi untuk membantu mempromosikan jasa-jasa CV. Daun Muda Communication dan memudahkan pelajar

untuk mencari informasi tentang CV. Daun Muda Communication dan juga membantu menciptakan konsep desain yang baru.

1.8 Sistematika Penulisan

Laporan kerja praktek ini terbagi dari beberapa bab, dimana masing-masing bab terdiri dari sub-sub bab yang bertujuan dapat menjelaskan pokok-pokok bahasan dalam menyusun laporan ini. Adapun sistematika penulisan laporan ini adalah sebagai berikut :

- Bab I Pendahuluan

Dlam bab ini diuraikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan, kontribusi, sistematika penulisan.

- Bab II Gambaran umum perusahaan

Dalam bab ini berisi tentang gambaran umum CV. Daun Muda Communication

- Bab III Landasan teori

Dalam bab ini dibahas tentang dasar-dasar mendesain sebuah brosur sebagai dasar teori pembahasan bab V

- Bab IV Metode kerja praktek

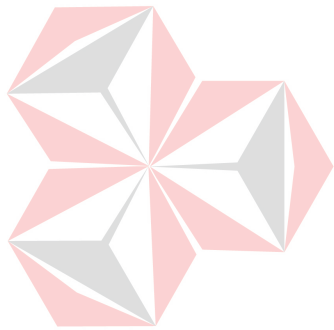
Dalam bab ini berisi tentang metode pelaksanaan kerja praktek dan perancangan brosur.

- Bab V Hasil dan pembahasan

Dalam bab ini berisi tentang hasil dan pemabahasan desain brosur yang dibuat saat kerja praktek.

- Bab VI Penutup

Dalam bab ini penulis mengemukakan kesimpulan dan saran dari kerja praktek.



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Teori Desain Grafis

Setiap mendengar kata desain, yang terlintas pastilah sebuah karya cipta yang indah, bagus, dan menarik. Pengertian desain adalah sebuah hasil akhir dari rangkaian proses kreatif seseorang (<http://niappa.wordpress.com>). Sedangkan menurut Suyanto, desain grafis didefinisikan sebagai aplikasi dari keterampilan seni dan komunikasi untuk kebutuhan bisnis dan industri (<http://slametriyanto.net>). Aplikasi-aplikasi ini dapat meliputi periklanan dan penjualan produk, menciptakan identitas visual untuk institusi, produk dan perusahaan, dan lingkungan grafis, desain informasi, dan secara visual menyempurnakan pesan dalam publikasi.

2.1.1 Elemen – Elemen Desain Grafis

Dalam buku *Aplikasi Desain Grafis Untuk Periklanan* (M. Suyanto, 2004). Menjelaskan elemen-elemen dasar grafis dua dimensi terdiri dari :

a. 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 3 macam bentuk, yaitu:

1. Garis Vertikal

Digunakan untuk mengarahkan mata dan sekelompok informasi ke informasi lainnya.

2. Garis Horizontal

Digunakan untuk mengarahkan mata agar bergerak mendatar.

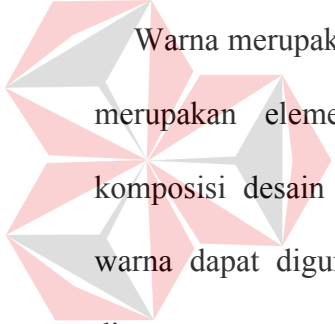
3. Garis Diagonal

Merupakan suatu ekspresi yang menggambarkan keadaan tertentu.

b. Bentuk

Merupakan suatu wujud yang memempati ruang dan biasanya memiliki dinamis dua atau tiga, yang biasanya disebut 2 dimensi (dwimatra) dan 3 dimensi (trimarta).

a. Warna



Warna merupakan elemen grafik yang sangat kuat dan provokatif. Warna juga merupakan elemen 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 realistis, 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.

c. Kontras nilai

Nilai digunakan untuk menggambarkan tentang kecerahan dan kegelapan sebuah elemen visual. Kontras nilai memberikan citra rasa dan persepsi secara rinci perbedaan kontras nilai akan memberikan efek yang berbeda baik visual maupun emosional.

d. Tekstur

Tekstur merupakan keadaan atau gambaran dari suatu permukaan benda atau bagian darinya. Tekstur dikategorikan menjadi dua yaitu :

a. Tekstur Tactile

Tekstur tactile adalah nyata, dapat dirasakan permukaannya tersebut dengan jari. Tekstur tactile dapat diciptakan dengan berbagai cara seperti memotong dan menempelkan pada tekstur.

b. Tekstur Visual

Tekstur visual adalah ilusi, tekstur tersebut memberikan impresi yang sederhana dari tekstur nyata. Tekstur visual diciptakan menggunakan garis, kontras nilai, dan warna. Tekstur visual dalam halaman elektronik dapat dibuat langsung dengan perangkat lunak computer, misalnya Corel Draw, Adobe Photoshop, Adobe After Effect, dan sebagainya.

e. Format

Elemen-elemen grafik seperti garis, bentuk, warna, tekstur, kontras nilai, format, video, dan audio dari multimedia membuat perbedaan terhadap dampak multimedia maupun biaya. Sedikit penataan ulang atas elemen-elemen mekanis dalam multimedia dapat meningkatkan kemampuannya

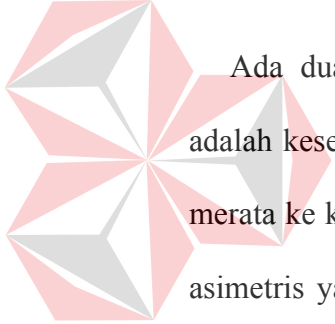
menarik perhatian, format terdiri dari ukuran dan ilustrasi. Brosur untuk ukuran besar lebih banyak perhatian dari pada brosur yang ukura kecil.

2.1.3 Prinsip Dasar Grafis

Dalam buku *Nirmana Dwimatra (Desain Dasar Dwimatra)*, Drs. Arfial Arsad Hakim, 1984). Menjelaskan prinsip desain yang ada yaitu:

1. Keseimbangan

Keseimbangan adalah kesamaan distribusi dalam bobot (Suyanto, 2004:57). Mendesain hendaknya dengan keseimbangan yang cenderung merasakan keterikatan bersama, kelihatan bersatu, dan perasaan harmonis.



Ada dua pendekatan dasar untuk menyeimbangkan. Yang pertama adalah keseimbangan simetris yang merupakan susunan dari elemen agar merata ke kiri dan ke kanan dari pusat. Yang kedua adalah keseimbangan asimetris yang merupakan pengaturan yang berbeda dengan berat benda yang sama di setiap sisi halaman. Warna, nilai, ukuran, bentuk dan tekstur dapat digunakan sebagai unsure *balancing*.

2. Ritme/irama

Di dalam desain grafis, ritme merupakan pola yang diciptakan dengan mengulang atau membuat variasi elemen dengan pertimbangan yang diberikan terhadap ruang yang ada di antaranya dan dengan membangun perasaan berpindah dari satu elemen ke elemen lainnya (Suyanto, 2004:88). Pengulangan (mengulangi unsur serupa dalam cara yang konsisten) dan variasi (perubahan dalam bentuk, ukuran, posisi atau elemen) adalah kunci untuk visual ritme.

3. Penekanan

Penekanan akan mendapatkan perhatian utama. Tata letak setiap kebutuhan sangat penting untuk menarik para pembaca dari mata ke bagian yang penting dari tata letak.

4. Kesatuan

Kesatuan atau *unity* merupakan salah satu unsur prinsip yang menekankan pada keselarasan dari unsur-unsur yang disusun, baik dalam wujudnya maupun keterkaitannya dengan ide yang melandasinya. Kesatuan diperlukan dalam suatu karya grafis yang mungkin terdiri dari beberapa elemen di dalamnya. Dengan adanya kesatuan itulah, elemen-elemen yang ada saling mendukung sehingga diperoleh focus yang dituju. Untuk mencapai kesatuan tersebut harus mengerti tentang garis, bentuk, warna, tekstur, kontras nilai, format, keseimbangan, titik focus, dan ritme.

2.1.4 Teori Tipografi

Tipografi adalah ilmu yang mempelajari tentang huruf, type family (huruf dalam suatu keluarga) yang digunakan, dan alternatif huruf yang digunakan dalam berbagai media.

Dalam buku pengantar Desain Komunikasi Visual (Adi Kusrianto, 191) Lazlo Maholy berpendapat bahwa tipografi adalah alat komunikasi. Oleh karena itu tipografi harus bisa berkomunikasi dalam bentuknya yang paling kuat, jelas, dan terbaca (legibility). Eksekusi terhadap desain tipografi dalam merancang grafis pada aspek legibility akan mencapai hasil yang baik bila melalui proses investigasi terhadap makna naskah, alasan kenapa naskah perlu dibaca, dan siapa yang membacanya.

2.15 Jenis-jenis Huruf

Untuk sebuah desain, pemakaian tipografi haruslah tepat. Menurut buku *Tipografi dalam Desain Grafis (Danton Sihombing, 2001)* dalam beberapa literatur tipografi, rupa huruf dapat digolongkan dalam beberapa klasifikasi yang berguna untuk mempermudah mengidentifikasi rupa huruf tersebut. Berdasarkan klasifikasi yang umum dan sering dipakai, rupa huruf digolongkan menjadi :

- a. Roman, pada awalnya adalah kumpulan huruf kapital seperti yang biasa ditemui di pilar dan prasasti Romawi, namun kemudian definisinya berkembang menjadi seluruh huruf yang mempunyai ciri tegak dan didominasi garis lurus kaku (www.speedstars.multiply.com).

- b. Serif, dengan ciri memiliki serif di ujungnya. Sehingga membantuketerbacaan. Font-font ini mencerminkan kualitas dan ketegasan. Surat kabar dan majalah sering sekali menggunakan font ini sebagai main tipografinya (www.gravisware.com).

Aa Bb Cc Dd Ee

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

(Poor Richard, Times New Roman, Perpetua Titiling MT)

- c. Egyptian, atau populer dengan sebutan slab serif. Cirinya adalah kaki/sirip/serif yang berbentuk persegi seperti papan dengan ketebalan yang sama atau hamper sama. Kesan yang ditimbulkan adalah kokoh, kuat, kekar dan stabil (id.wikipedia.org).

A B C D E

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

(Goudy Stout, Stencil STD)

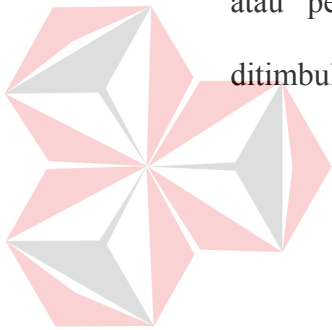
- d. Sans Serif, dengan ciri tanpa sirip/serif, dan memiliki ketebalan huruf yang sama atau hamper sama. Kesan yang ditimbulkan oleh huruf jenis ini adalah modern, kontemporer dan efisien (id.wikipedia.org).

Aa Bb Cc Dd Ee

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

(Franklin Gothic Book, Arial)

- e. Script, merupakan goresan tangan yang dikerjakan dengan pena, kuas atau pensil tajam dan biasanya miring ke kanan. Kesan yang ditimbulkan adalah sifat pribadi dan akrab (id.wikipedia.org).



UNIVERSITAS
Aa Bb Cc Dd Ee
Dinamika

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

(Vladimir Script, Script MT Bold)

- f. Miscellaneous, merupakan pengembangan dari bentuk-bentuk yang sudah ada. Ditambah hiasan dan ornamen, atau garis-garis dekoratif. Kesan yang dimiliki adalah dekoratif dan ornamental (id.wikipedia.org).

A a Bb Cc Dd Ee

1234567890

(Old English Text MT, Rosewood STD)

2.1.6 Legibility dan keterbacaan

Menurut buku *Tipografi dalam Desain Grafis* (Danton Sihombing, 2001) legibility adalah tingkat kemudahan mata mengenali suatu tulisan tanpa harus bersusah payah. Hal ini bisa ditentukan oleh:

1. Kerumitan desain huruf, seperti penggunaan serif, kontras stroke, dsb.
2. Penggunaan warna.
3. Frekuensi pengamat menemui huruf tersebut dalam kehidupan sehari-hari.

Keterbacaan adalah tingkat kenyamanan suatu susunan huruf saat dibaca, yang dipengaruhi oleh:

1. Jenis huruf.
2. Ukuran.
3. Pengaturan, termasuk di dalamnya alur, spasi, kerning, perataan, dsb.
4. Kontras warna terhadap latar belakang,

2.1.7 Layout

Dalam sebuah website (<http://library.binus.ac.id>) mendefinisikan layout sebagai penataletakan atau pengorganisasian dari beberapa unsur desain agar teratur dan tercipta hierarki yang baik guna mendapatkan dampak yang kuat dari orang yang melihat (Kamus Istilah Periklanan, Materi Advertising).

Proses layout adalah mengatur penempatan berbagai unsur komposisi, seperti misalnya huruf/teks, garis-garis, bidang, gambar/image dan sebagainya. Dalam sebuah website (<http://faculty.petra.ac.id>) disebutkan bahwa terdapat tiga kriteria sebuah layout dapat dikatakan baik, yakni mencapai tujuan, ditata dengan baik, dan menarik pengguna. Sebuah layout dapat bekerja dan mencapai tujuannya bila pesan-pesan yang disampaikan dapat segera ditangkap dan dipahami oleh pengguna dengan cara-cara tertentu.

Dalam desain diketahui ada 5 (lima) prinsip utama seperti yang dikatakan oleh Tom Lincy dalam bukunya "*Design Principle for Desktop Publishing*". Lima prinsip tersebut adalah:

a. Keseimbangan (balancing)

Keseimbangan adalah pengaturan penempatan elemen-elemen yang ada dalam sebuah halaman (*page*). Merupakan keseimbangan yang membantu menentukan ukuran dan peraturan setiap bagian dalam layout.

b. Irama (rhythm)

Irama sebenarnya bermakna sama dengan *repetition* atau pola perulangan yang menimbulkan irama untuk diikuti. Merupakan bentuk

yang dihasilkan dengan melakukan pengulangan elemen secara bervariasi.

c. Proporsi (proportion)

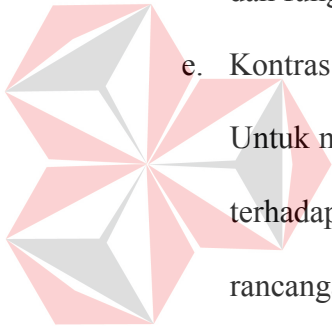
Proporsi adalah kesesuaian antara ukuran halaman dengan isinya, dikenal dengan ukuran kertas dan bidang kerjanya.

d. Kesatuan (unity)

Kesatuan dimaksudkan untuk membuat kontars yang mudah ditangkap oleh pembaca terhadap yang ditata seperti yang ditulis oleh Gerald A. Silver, dalam bukunya *Graphic Layout and Design*. Penerapan kesatuan dalam desain grafis juga harus memperhatikan karakteristik dan fungsi setiap elemen.

e. Kontras (contrast)

Untuk menampilkan sebuah titik perhatian perlu dibuat sebuah kontras terhadap elemen yang menarik perhatian dalam tata letak sebuah rancangan halaman. Keseluruhan elemen pada sebuah layout harus saling memiliki kesatuan satu sama lain.



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB III

METODE PERANCANGAN

Metode yang digunakan selama kerja praktek di CV. Daun Muda Communication Surabaya adalah :



Gambar 3.1 : Bagan Perancangan

3.1 Observasi

Obsrvasi merupakan langkah awal untuk menentukan permasalahan desain brosur sebelumnya serta bagaimana desain brosur sebelumnya serta bagaimana desain brosur yang cocok dan sesuai dengan CV. Daun Muda Communication. Dalam

langkah ini penulis melakukan pengamatan langsung mengenai profil CV. Daun Muda Communication lalu melakukan analisis terhadap desain iklan yang telah masuk di CV. Daun Muda Communication. Hal ini dilakukan untuk mengetahui bagian mana yang perlu diperbaiki dan bagian mana yang masih bisa dipakai dalam desain yang baru. Data dan gambar yang dibutuhkan diperoleh langsung dari perusahaan tersebut.

Observasi yang dilakukan yaitu dengan mencari referensi – referensi desain brosur seperti desain flyer, poster, dll di internet untuk dijadikan sebagai gambaran dalam pengerjaan desain brosur nantinya. Dengan melakukan observasi ini penulis menjadi mengerti tentang data – data apa saja yang perlu dan tidak perlu ditampilkan dalam membuat desain brosur.

3.2 Wawancara

Wawancara ini merupakan bagian dari observasi untuk menentukan apa yang diinginkan oleh CV. Daun Muda Communication Sidoarjo. Observasi dilakukan dengan bagian desain brosur perusahaan yang dalam posisinya merupakan mentor dari penulis. Dalam wawancara tersebut, penulis menggali informasi tentang detail ketentuan perusahaan dalam pembuatan desain brosur. Di antaranya apa yang ingin ditonjolkan, apa yang ingin dihindari, dan lain sebagainya.

3.3 Pengambilan data

Pada tahap ini penulis akan mengambil data apapun yang dibutuhkan untuk menunjang pembuatan desain brosur yang akan dilakukan. Data yang dibutuhkan berupa logo dan beberapa foto dan gambar.

3.4 Studi Literatur

Sayudjauhari (2010), menjelaskan dalam blognya bahwa studi literatur merupakan penelusuran literatur yang bersumber dari buku, media pakar ataupun hasil penelitian orang lain yang bertujuan untuk menyusun dasar teori yang digunakan dalam melakukan penelitian.

Salah satu sumber acuan dimana penulis dapat menggunakan sebagai petunjuk informasi dalam menelusuri bahan bacaan adalah dengan menggunakan buku referensi.

Menurut Sayudjauhari (2010), buku- buku referensi dapat dibagi dua jenis, yaitu :

1. Referensi yang memberikan informasi langsung.

Contoh : kamus, ensiklopedia, buku statistik.

2. Referensi yang memberikan petunjuk pada sumber informasi.

Contoh : buku-buku bibliografi, jurnal indeks, jurnal abstrak.

Buku-buku referensi yang digunakan penulis untuk mendukung dasar teori adalah sebagian berikut :

- Arsad Hakim, Arfial, 1987. Nirmana Dwimatra (Desain Dasar Dwimatra)
- Echolas, Jhon M dan Hassan Shadily. 1976. AN English-Indonesia Dictionary (Kamus Inggris-Indonesia). Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Shimp, Terence A. 2003. Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu. Jakarta: Erlangga
- Yunus Syarifudin . 2010. Jurnalistik terapan. Bogor: Ghalia Indonesia

3.5 Penentuan Konsep Desain

Dalam hal ini penentu konsep dibutuhkan untuk membentuk desain seperti apa yang akan ditampilkan dalam redesign desain brosur yang baru. Konsep diperoleh dari pengumpulan hasil observasi, wawancara, dan data-data yang ada. Konsep awal desain brosur dari klien banyak yang sangat tidak sesuai dengan image dari produk/jasa yang akan disebarluaskan bosurnya. Menurut mentor pada divisi desain brosur di Daun Muda Sidoarjo, dengan penataan teks yang tidak teratur membuat desain brosur tersebut tampak buruk/ oleh karena itu, penulis berkesempatan untuk meredesain tampilan desain brosur apapun sesuai dengan ketentuan yang didapat dari CV. Daun Muda Communication Sidoarjo.

Konsep desain yang baru untuk redesign brosur berdasarkan hasil diskusi dan wawancara. Gaya desain yang *simple* dipilih sebagai salah satu upaya untuk penyederhanaan desain agar mata konsumen tidak lelah saat melihat desain brosur yang tersebut tetapi tetap menonjolkan desain yang sesuai dengan image suatu produk atau jasa yang ditampilkan dibrosur.

Berikut ketentuan yang harus diperhatikan dalam membuat desain brosur dari pihak Daun Muda Communication Sidoarjo, yaitu:

1. Layout

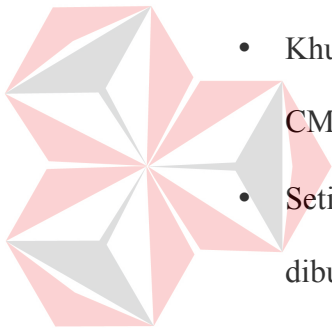
Untuk layout, Daun Muda Communication tidak terlalu memberi ketentuan yang rumit. Penulis dapat membuat layout apapun asalkan tetap menyatu dengan konsep brosur. Dengan desain yang *simple* (sederhana) agar informasi yang dicantumkan dalam brosur tersebut dapat terlihat jelas dan tersampaikan dengan baik. Pembuatan layout hanya bermain dengan tata letak teks, *headline*, dan peletakan semua unsur elemen grafis yang ada. Seluruh teks ditata dengan rapi sesuai dengan kemudahan tingkat keterbacaannya.

Untuk keseluruhan desainnya dibuat berbeda dengan desain brosur awal. Layoutnya dibuat lebih berwarna sesuai dengan image dan konsep yang akan ditampilkan.

2. Warna

Daun Muda Communication memiliki warna-warna acuan yang dijadikan standar warna aman (*safe colour*) dalam percetakan. Warna-warna ini memiliki sedikit kemungkinan terjadinya perubahan antara warna monitor dan warna cetak.

Berikut beberapa ketentuan yang dibuat oleh pihak Daun Muda Communication:



- Khusus warna hitam mempunyai ketentuan memakai format CMYK, dimana $C = 0$, $M = 0$, $Y = 0$, dan $K = 100$.
- Setiap layer (dalam photoshop) yang memakai warna hitam harus dibuat menjadi “multiply” agar ketika dicetak di kertas koran warna tersebut terlihat lebih tegas.

3. Tipografi

Untuk memudahkan keterbacaan dan karena alasan percetakan, seluruh tipografi dalam pembuatan desain brosur ini sudah ditentukan. Berikut beberapa ketentuan untuk pemakaian font:

- Jenis font: Times New Roman, Helvetica dan Arial. Jika menggunakan jenis font lain akan mengakibatkan *missing font* ketika dicetak. Bila terpaksa ingin menggunakan font yang berbeda, maka digunakan software vektor seperti Macromedia

Freehand atau Adobe Illustrator sehingga font tersebut dianggap sebagai objek grafis.

- Ukuran font: maksimal 8 pt, kecuali untuk penulisan judul (tetap memperhatikan proporsi dan keseimbangan).
- Dalam menulis naskah, dapat dirapatkan dengan pengurangan jarak spasi maksimum 3 kali perapatan atau 0,03 (normal 0).
- Dalam menulis judul, dapat diubah peregangan font hingga 120% dan perapatan font minimal 70% dari naskah normal. Bila lebih dari toleransi, maka huruf tersebut terlihat berhimpit atau melebar.



3.6 Pelaksanaan

Dalam pelaksanaannya, pengerjaan dituntut untuk mampu membuat desain brosur yang menarik dan mampu memuaskan hati klien sebagai pendesain. Untuk mendesain brosur tersebut agar terlihat menarik divisi brosur, mentor dan penulis harus selalu berkoordinasi.

BAB IV

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

4.1 Profile CV. Daun Muda Communication Sidoarjo

Daun Muda Communication adalah perusahaan yang bergerak dibidang advertaising, sebuah tempat dimana kreatifitas berlangsung. Sebuah tempat yang memberikan solusi clear bagi setiap project multimedia yang didirikan pada tahun 2012 oleh para praktisi yang berpengalaman dibidangnya masing-masing. Professional kerja serta komitmen atas setiap pelayanannya, percaya mampu memberikan jasa yang berkualitas, konsisten dan memiliki nilai tambah demi tercapainya tujuan bersama.

Daun Muda Communication memiliki misi untuk menghasilkan produk-produk multimedia yang memiliki kualitas serta memberikan pelayanan terbaiknya untuk tercapainya tingkat kepercayaan customer terhadap Daun Muda Communication.

Daun Muda Comunication bekerja focus untuk memberikan produk terbaik terhadap customer dengan memberikan solusi sederhana bagi customer. Daun Muda bisa memberikan kontribusi di dalamnya, yang bergantung juga pada kapabilitas Daun Muda.

CV.Daun Muda Communication Sidoarjo

Delta Sari Indah blok B1 28 Waru Sidoarjo

Phone : 085648111105

Fax : -

Email : daunmudastudio@gmail.com

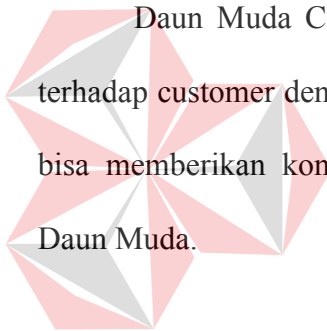
4.2 Visi dan Misi CV. Daun Muda Communication

Visi CV. Daun Muda Communication

Daun Muda Communication memiliki misi untuk menghasilkan produk-produk multimedia yang memiliki kualitas serta memberikan pelayanan terbaiknya untuk tercapainya tingkat kepercayaan customer terhadap Daun Muda Communication.

Misi CV. DAunMuda Communication

Daun Muda Communication bekerja focus untuk memberikan produk terbaik terhadap customer dengan memberikan solusi sederhana bagi customer. Daun Muda bisa memberikan kontribusi di dalamnya, yang bergantung juga pada kapabilitas Daun Muda.

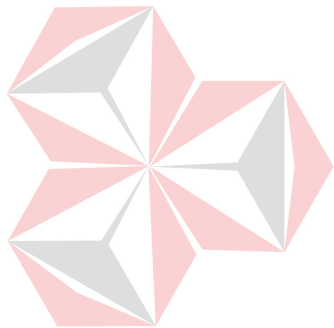


UNIVERSITAS
Dinamika

4.3 Struktur Perusahaan

Nama	Jabatan
Rizal Roshady	Komisaris
Achmad Hafid	Direktur
Rudolf Christian	Art Director

Nastiti Swargani	Staff Administrasi
Falis Rohman	Marketing Executive
Raditya Turki	Editor



UNIVERSITAS
Dinamika

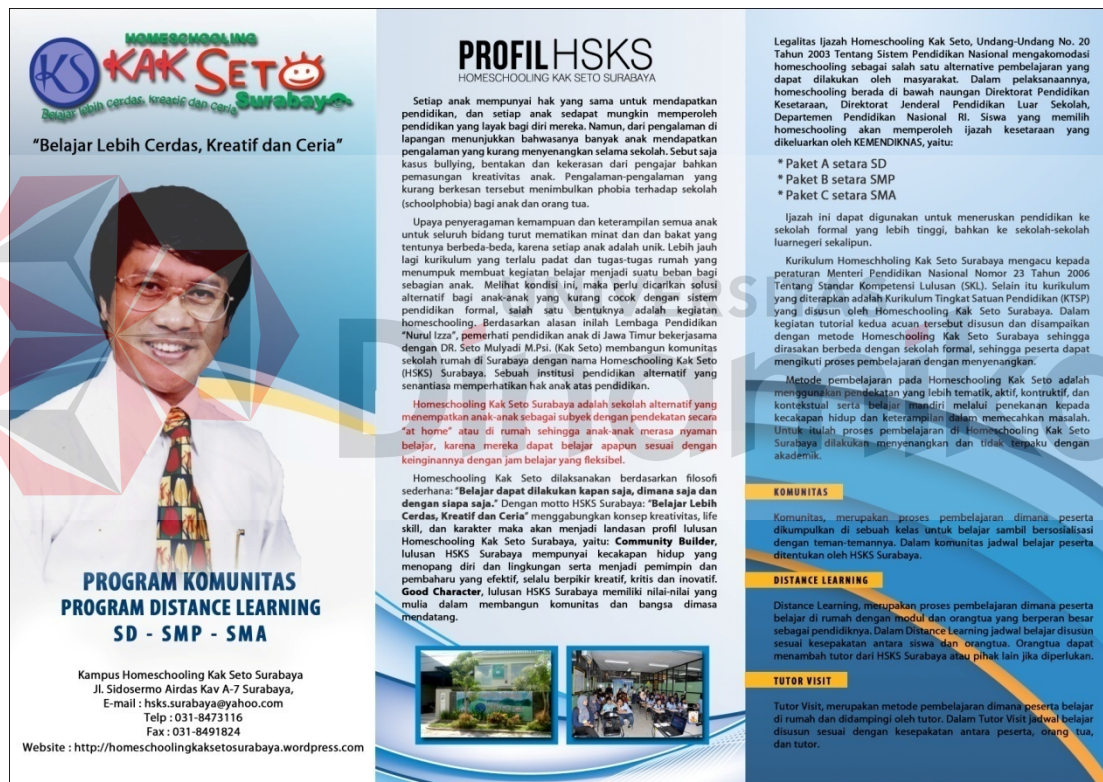
BAB V

IMPLEMENTASI KARYA

5.1 Hasil Karya

Selama peruses kerja peraktek dengan kurun waktu satu bulan, memperoleh hasil sebagai berikut :

1. Desain Brosur Homeschooling KAK SETO Surabaya (Desain awal)

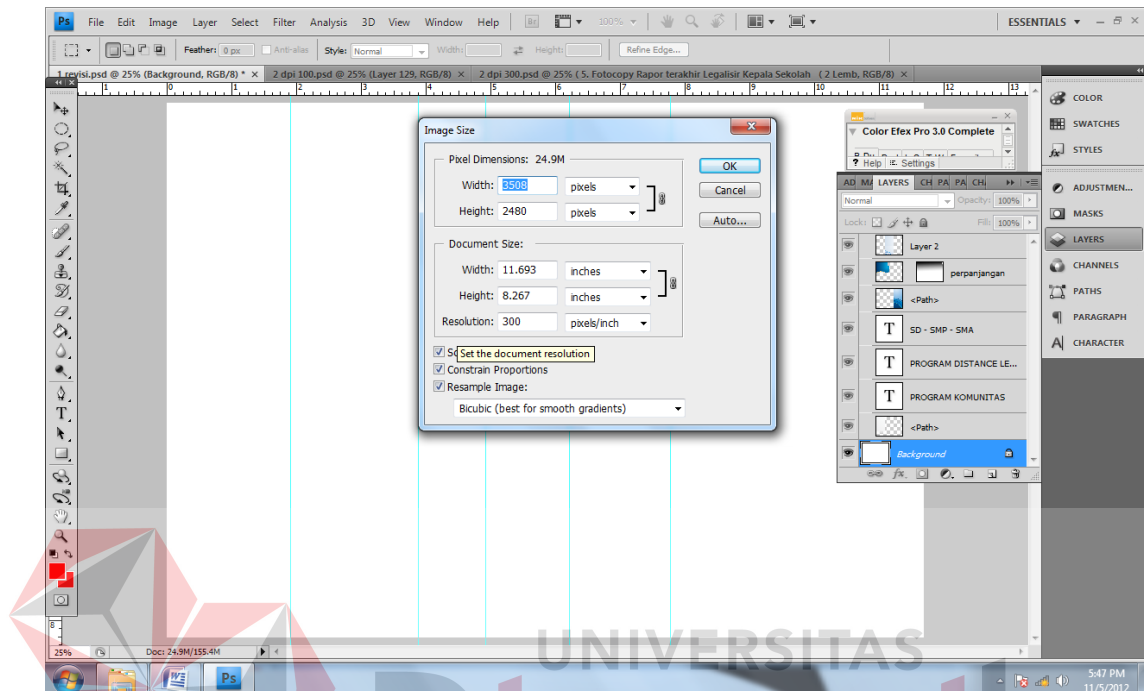


Gambar 5.1 Desain Brosur (Desain awal)

Pada gambar 5.1 merupakan tampilan desain awal desain brosur homeschooling KAK SETO Surabaya. Konsep desainnya tidak menggambarkan image sebuah homeschooling. Backgroun biru polos dan tata letak tulis yang yidak

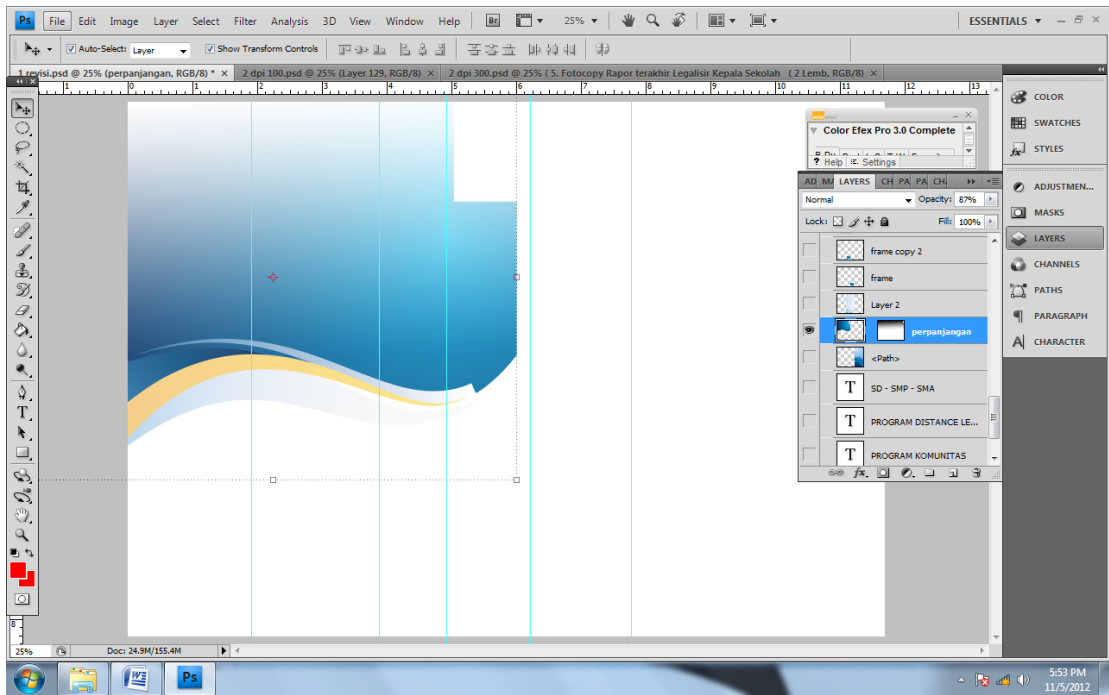
pasmenjadikan desain tersebut tidak enak dilihat sehingga perlu dilakukan redesan pada brosur tersebut.

2. Desain Brosur Homeschooling KAK SETO Surabaya (Alternatif Desain 1)

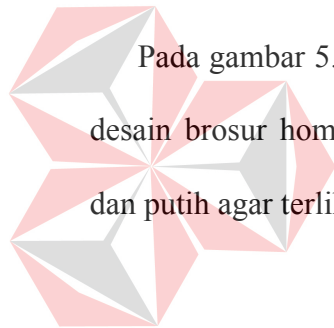


Gambar 5.2

Pada gambar 5.2 merupakan alternative desain brosur yang pertama. Penulis menggunakan software adobe photoshop untuk mendesain layout dari brosur Homeschooling KAK SETO menurut komposisinya yang sudah ditentukan oleh CV. Daun Muda Communication Sidoarjo. Pertama penulis membuat ukuran sesuai dengan ukuran desain brosur Homeshcooling KAK SETO.

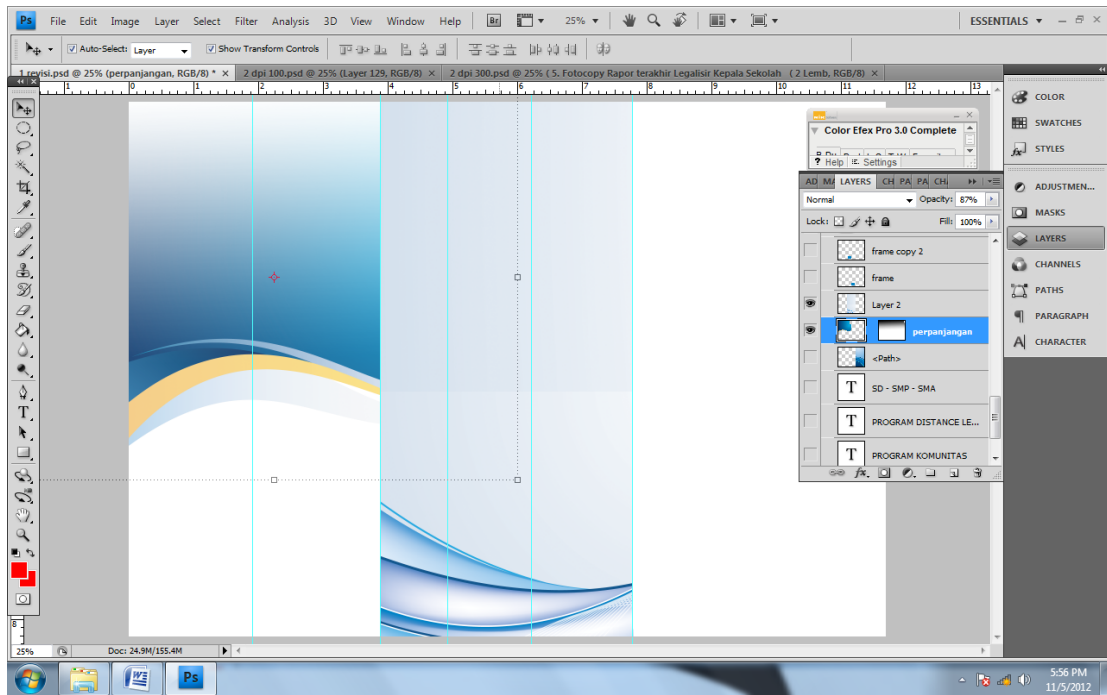


Gambar 5.3



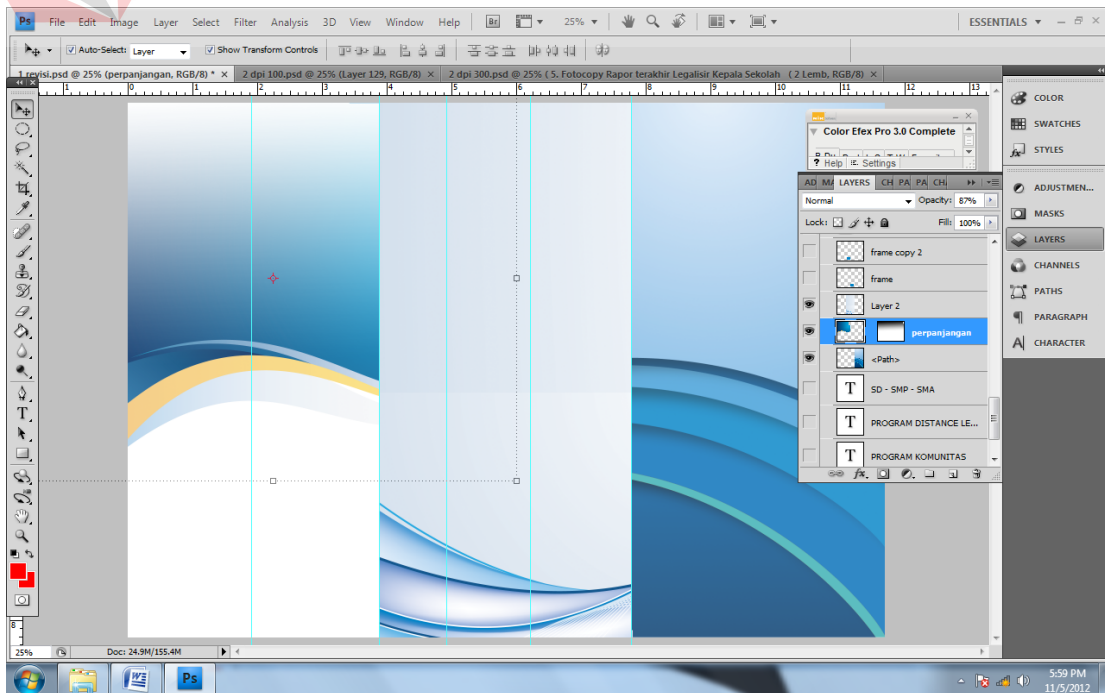
Pada gambar 5.3 di atas, penulis member efek gradasi pada background untuk desain brosur homeschooling KAK SETO Surabaya. Gradasi diberi warna biru dan putih agar terlihat lebih berwarna.

UNIVERSITAS
Dinamika



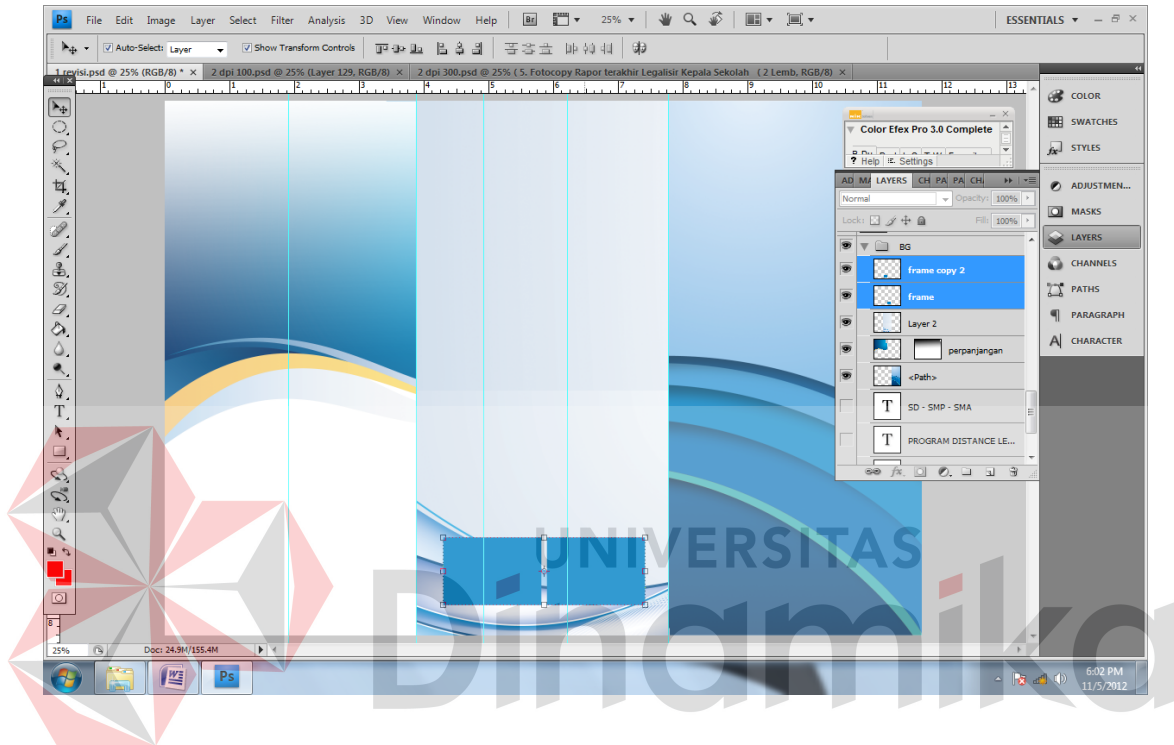
Gambar 5.4

Setelah itu penulis memasukkan efek selanjutnya pada Homeschooling KAK SETO Surabaya untuk perpaduan warna yang bagus dilihat agar tidak terlihat biasa. Dan komposisi warna yang pas antara putih dan biru.



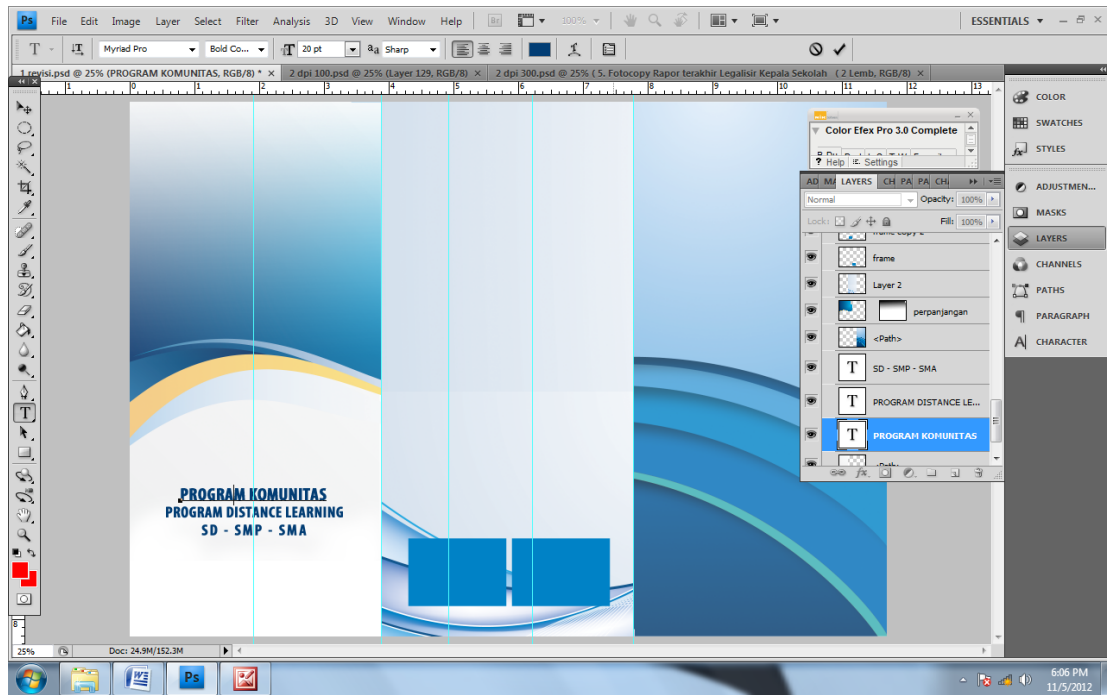
Gambar 5.5

Pada gambar 5.5 tetap diberi efek yang berbeda tapi dengan komposisi warna yang tetap. Itu sambungan dari efek-efek sebelumnya. Efek yang dipakai pada gambar seperti aluran yang indah dilihat.



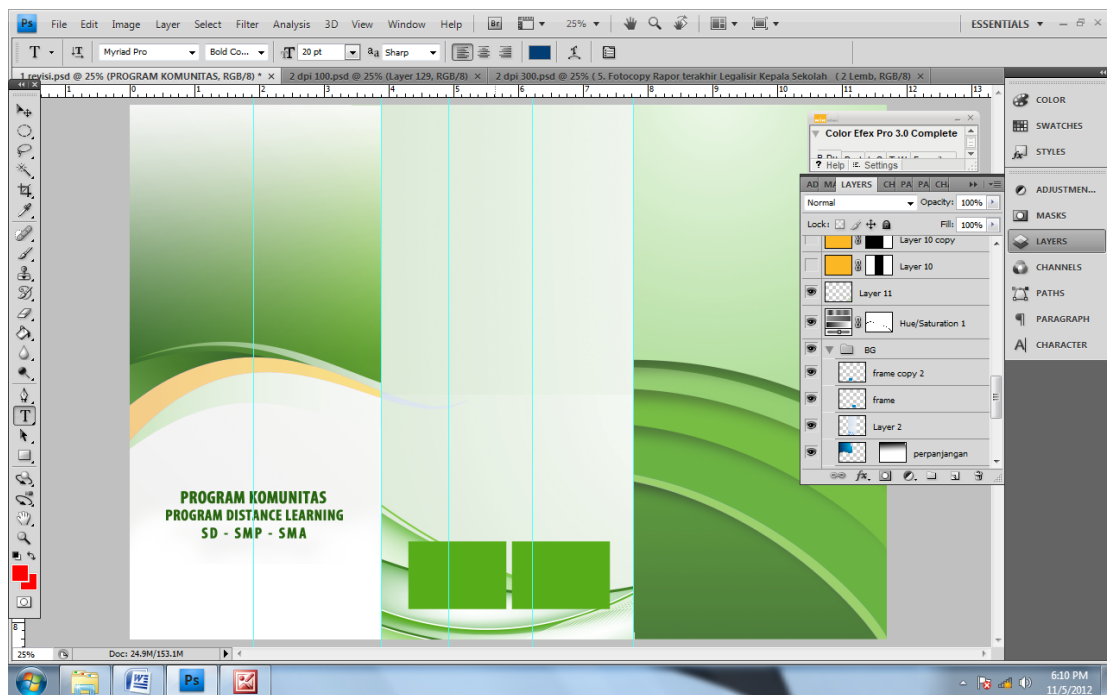
Gambar 5.6

Pada gambar 5.6 diberi dua kotak dengan warna yang sama yaitu biru. Kotak tersebut akan di isi foto dari Homeschooling KAK SETO Surabaya.



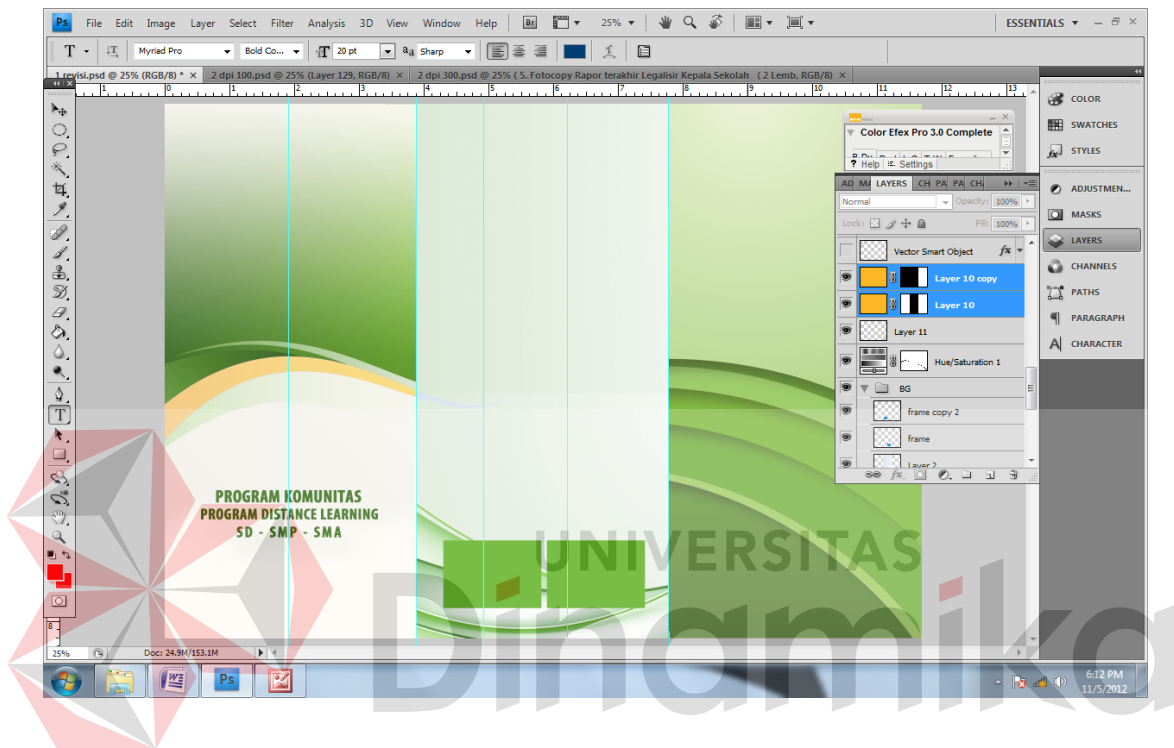
Gambar 5.7

Pada gambar selanjutnya, teks tersebut menggunakan font *myriad pro* diberi warna yang sama yaitu biru. Diletakkan di bawah dengan menggunakan ukuran teks sesuai ketentuan CV. Daun Muda Communication yaitu 20pt.



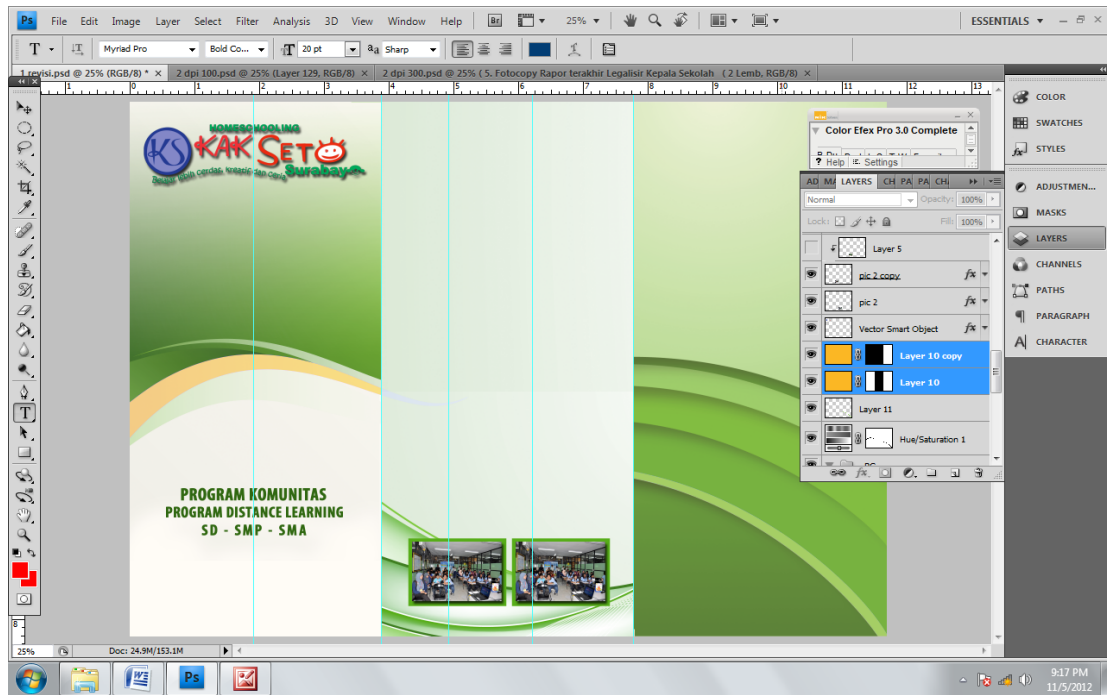
Gambar 5.8

Pada gambar 5.8 penulis merubah efek yang awalnya biru, sekarang menjadi warna hijau ataspermintaan Hoomschooling KAK SETO. Dengan perpadua yang sama, tanpa merubah efek-efek sebelumnya.



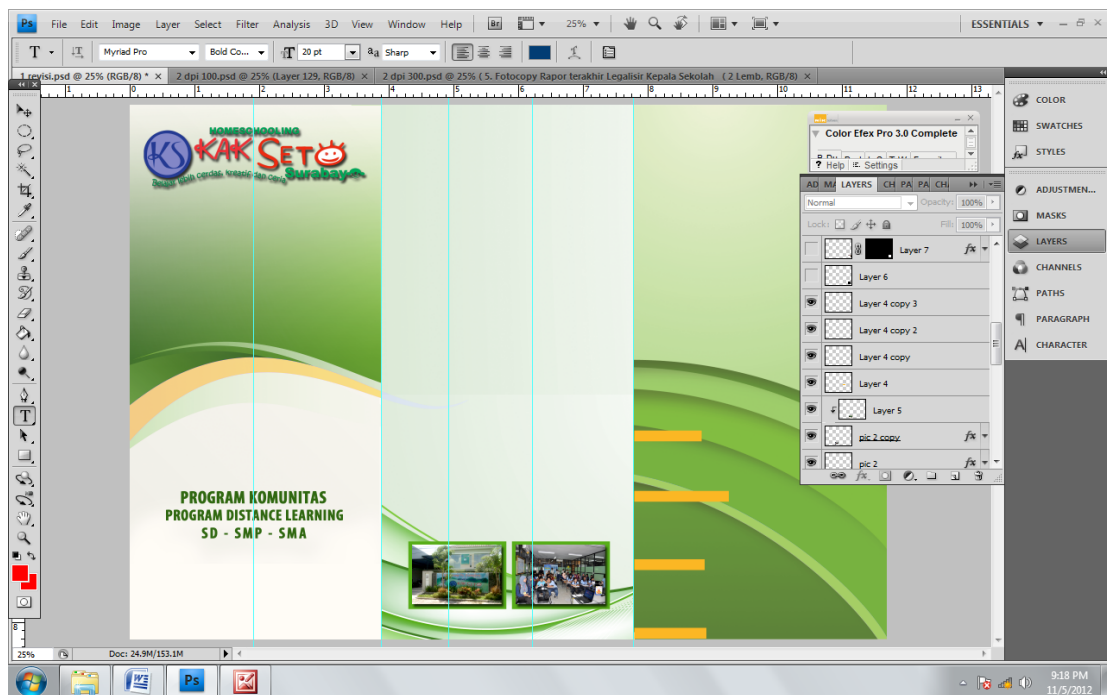
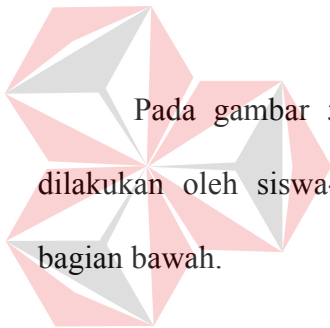
Gambar 5.9

Pada gambar 5.9 diberi efek warna orange untuk perpaduan warna hijau agar terlihat berwarna, dan tidak terlihat biasa. Warna tersebut hanya ditumpuk diatas warna hijau dengan menggunakan *hue/saturation*.



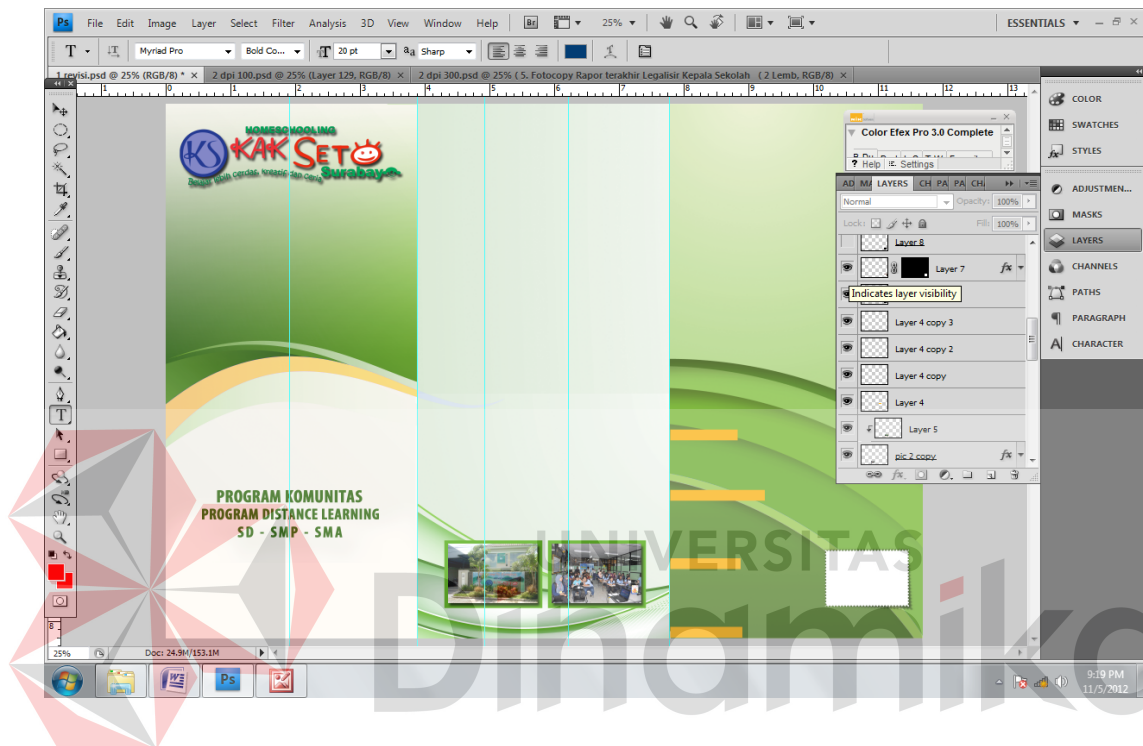
Gambar 5.10

Pada gambar 5.10 terdapat kotak yang berisi foto tentang kegiatan yang dilakukan oleh siswa-siswa Homeschooling KAK SETO. Gambar diletakan pada bagian bawah.



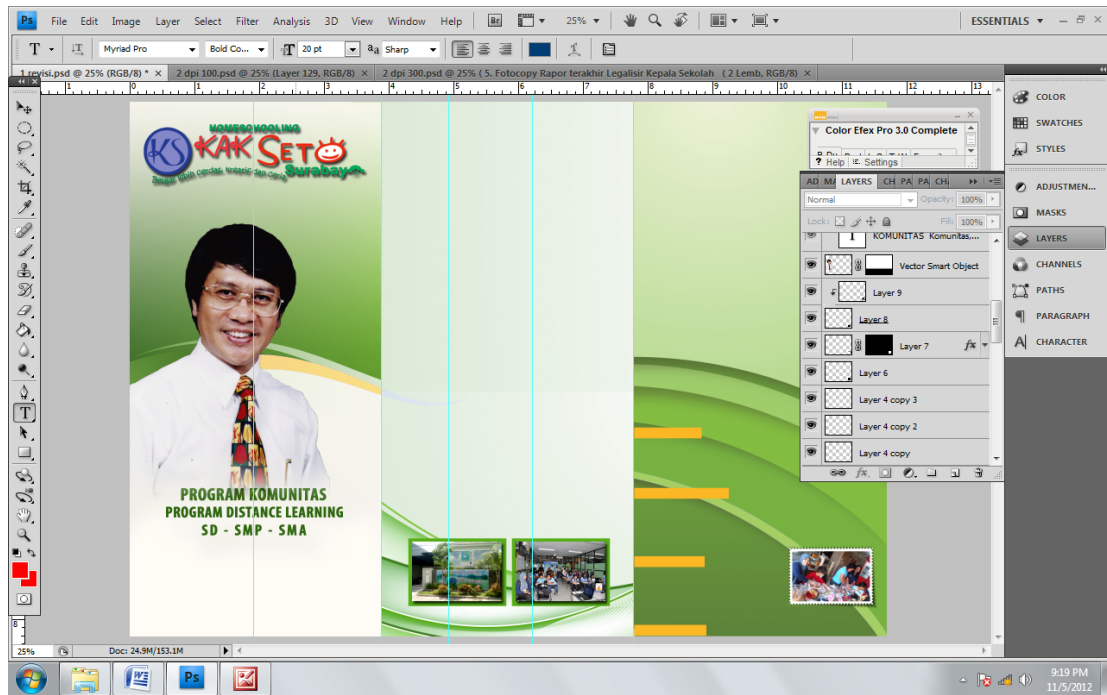
Gambar 5.11

Pada gambar di atas ada kotak kecil-kecil yang berwarna orange itu dibuat tanda atau untuk sekatan kata-kata yang memisahkan antar paragraph diatas dan bawah.



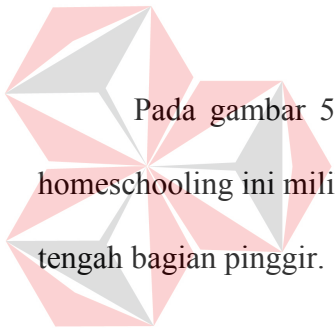
Gambar 5.12

Setelah itu diberi kotak putih lagi dibagian bawah untuk menambahkan foto kegiatan siswa homeschooling KAK SETO Surabaya.

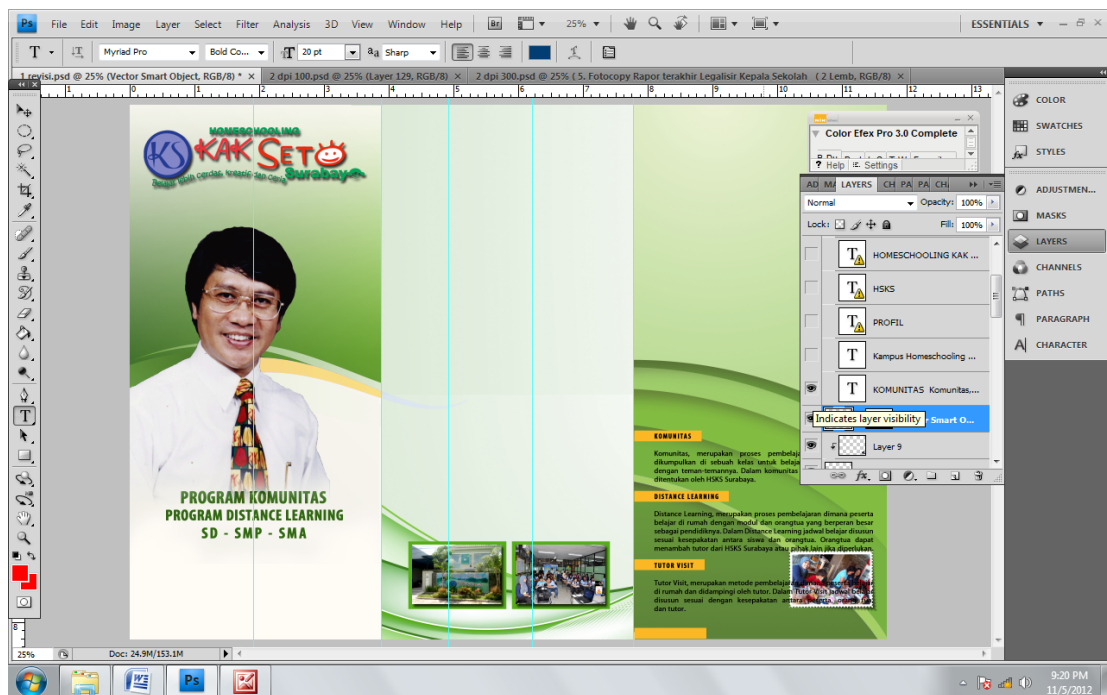


Gambar 5.13

Pada gambar 5.13 ini dipasang foto KAK SETO sendiri yang menandakan homeschooling ini milik KAK SETO dan mengikuti desain awal. gambar diletakkan di tengah bagian pinggir.



UNIVERSITAS
Dinamika



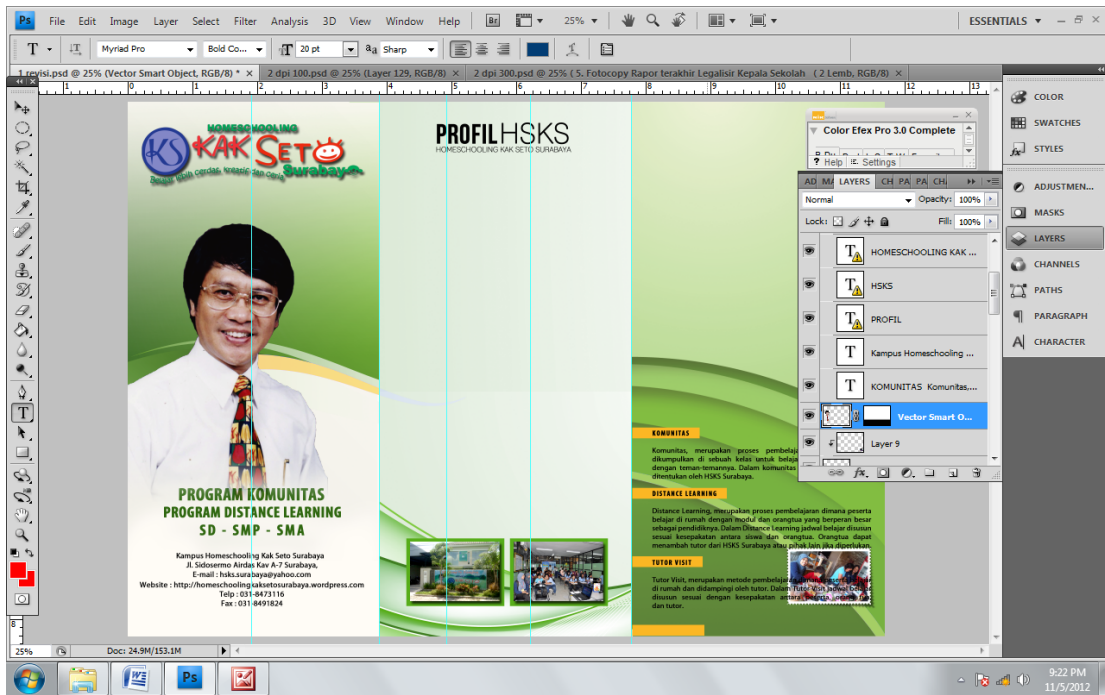
Gambar 5.15

Pada gambar 5.15 ini, teks tersebut menggunakan font *Myriad Pro* dan diberi warna hitam agar lebih mudah dibaca. diletakkan pada bagian bawah kotak-kotak orange tersebut dengan bagian-bagiannya sendiri. Dan menggunakan ukuran yaitu minimal 7 pt maka penulis menggunakan teks berukuran 8 pt.



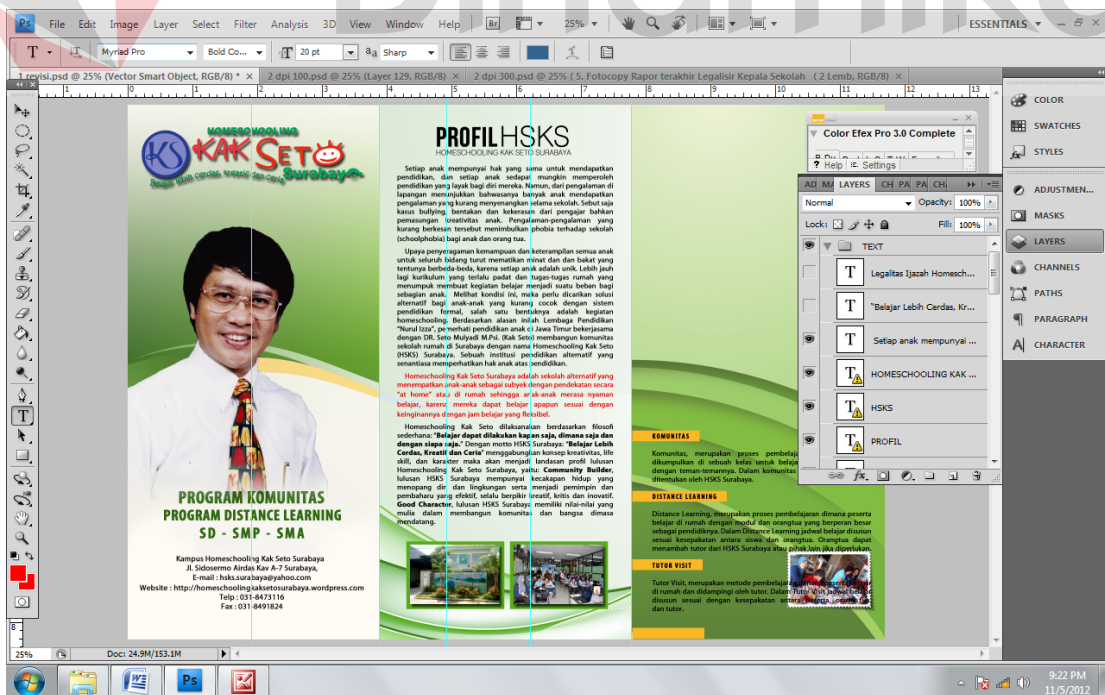
Gambar 5.16

Pada gambar diatas 5.16, teks yang berisi alamatoleh penulis diletakkan pada bagian paling bawah dengan menggunakan jenis font *Myriad Pro* dan ukuran teks paling kecil yaitu 7 pt dan ditebalkan (bold)



Gambar 5.17

Gambar diatas penulis mulai menambahkan logo-logo pendukung pada desain brosur Homeshcooling KAK SETO Surabaya.



Gambar 5.18

Pada halaman ini dilanjutkan paragraf-paragraf yang dibutuhkan brosur untuk melengkapi brosur Homeschooling KAK SETO Surabaya. Dengan menggunakan font yang sama yaitu *Myraid Pro* dengan ukuran yang sesuai atau minimal yaitu 7 pt.



Gambar 5.19

Pada gambar 5.19 jadilah brosur yang di inginkan Homeschooling KAK SETO Surabaya. Gambar di atas sudah disetujui atau sudah dipilih juga oleh perusahaan CV. Daun Muda Communication Sidoarjo.

5.2 Hasil Akhir

HOMESCHOOLING KAK SETO SURABAYA
Belajar lebih cerdas, kreatif dan ceria

"Belajar Lebih Cerdas, Kreatif dan Ceria"

**PROGRAM KOMUNITAS
PROGRAM DISTANCE LEARNING
SD - SMP - SMA**

Kampus Homeschooling Kak Seto Surabaya
Jl. Sidoserma Airdas Kav A-7 Surabaya,
E-mail : hsk.surabaya@yahoo.com
Telp : 031-8473116
Fax : 031-8491824
Website : <http://homeschoolingkaksetosurabaya.wordpress.com>

PROFIL HSKS

HOMESCHOOLING KAK SETO SURABAYA

Setiap anak mempunyai hak yang sama untuk mendapatkan pendidikan, dan setiap anak sedapat mungkin memperoleh pendidikan yang layak bagi diri mereka. Namun, dari pengalaman di lapangan menunjukkan bahwasanya banyak anak mendapatkan pengalaman yang kurang menyenangkan selama sekolah. Sebut saja kasus bullying, bentakan dan kekerasan dari pengajar bahkan pemasangan kreativitas anak. Pengalaman-pengalaman yang kurang berkesan tersebut menimbulkan phobia terhadap sekolah (schoolphobia) bagi anak dan orang tua.

Upaya penyeragaman kemampuan dan keterampilan semua anak untuk seluruh bidang turut mematenkan minat dan dan bakat yang tentunya berbeda-beda, karena setiap anak adalah unik. Lebih jauh lagi kurikulum yang terlalu padat dan tugas-tugas rumah yang menumpuk membuat kegiatan belajar menjadi suatu beban bagi sebagian anak. Melihat kondisi ini, maka perlu dicarikan solusi alternatif bagi anak-anak yang kurang cocok dengan sistem pendidikan formal, salah satu bentuknya adalah kegiatan homeschooling. Berdasarkan alasan inilah Lembaga Pendidikan "Nurul Izza", pemerhati pendidikan anak di Jawa Timur bekerjasama dengan DR. Seto Mulyadi M.Psi. (Kak Seto) membangun komunitas sekolah rumah di Surabaya dengan nama Homeschooling Kak Seto (HSKS) Surabaya. Sebuah institusi pendidikan alternatif yang senantiasa memperhatikan hak anak atas pendidikan.

Homeschooling Kak Seto Surabaya adalah sekolah alternatif yang menempatkan anak-anak sebagai subyek dengan pendekatan secara "at home" atau di rumah sehingga anak-anak merasa nyaman belajar, karena mereka dapat belajar apapun sesuai dengan keinginannya dengan jam belajar yang fleksibel.

Homeschooling Kak Seto dilaksanakan berdasarkan filosofi sederhana: **"Belajar dapat dilakukan kapan saja, dimana saja dan dengan siapa saja"**. Dengan motto HSKS Surabaya: **"Belajar Lebih Cerdas, Kreatif dan Ceria"** menggabungkan konsep kreativitas, life skill, dan karakter maka akan menjadi landasan profil lulusan Homeschooling Kak Seto Surabaya, yaitu: **Community Builder**, lulusan HSKS Surabaya mempunyai kecakapan hidup yang menopang diri dan lingkungan serta menjadi pemimpin dan pembaharu yang efektif, selalu berpikir kreatif, kritis dan inovatif. **Good Character**, lulusan HSKS Surabaya memiliki nilai-nilai yang mulia dalam membangun komunitas dan bangsa dimasa mendatang.

Legalisasi Ijazah Homeschooling Kak Seto, Undang-Undang No. 20 Tahun 2003 Tentang Sistem Pendidikan Nasional mengakomodasi homeschooling sebagai salah satu alternative pembelajaran yang dapat dilakukan oleh masyarakat. Dalam pelaksanaannya, homeschooling berada di bawah naungan Direktorat Pendidikan Kesetaraan, Direktorat Jenderal Pendidikan Luar Sekolah, Departemen Pendidikan Nasional RI. Siswa yang memilih homeschooling akan memperoleh ijazah kesetaraan yang dikeluarkan oleh KEMENDIKNAS, yaitu:

- * Paket A setara SD
- * Paket B setara SMP
- * Paket C setara SMA

Ijazah ini dapat digunakan untuk meneruskan pendidikan ke sekolah formal yang lebih tinggi, bahkan ke sekolah-sekolah luar negeri sekalipun.

Kurikulum Homeschooling Kak Seto Surabaya mengacu kepada peraturan Menteri Pendidikan Nasional Nomor 23 Tahun 2006 Tentang Standar Kompetensi Lulusan (SKL). Selain itu kurikulum yang diterapkan adalah Kurikulum Tingkat Satuan Pendidikan (KTSP) yang disusun oleh Homeschooling Kak Seto Surabaya. Dalam kegiatan tutorial kedua acuan tersebut disusun dan disampaikan dengan metode Homeschooling Kak Seto Surabaya sehingga dirasakan berbeda dengan sekolah formal, sehingga peserta dapat mengikuti proses pembelajaran dengan menyenangkan.

Metode pembelajaran pada Homeschooling Kak Seto adalah menggunakan pendekatan yang lebih tematik, aktif, konstruktif, dan kontekstual serta belajar mandiri melalui penekanan kepada kecakapan hidup dan keterampilan dalam memecahkan masalah. Untuk itulah proses pembelajaran di Homeschooling Kak Seto Surabaya dilakukan menyenangkan dan tidak terpa dengan akademik.

KOMUNITAS
Komunitas, merupakan proses pembelajaran dimana peserta dikumpulkan di sebuah kelas untuk belajar sambil bersosialisasi dengan teman-temannya. Dalam komunitas jadwal belajar peserta ditentukan oleh HSKS Surabaya.

DISTANCE LEARNING
Distance Learning, merupakan proses pembelajaran dimana peserta belajar di rumah dengan modul dan orang tua yang berperan besar sebagai pendidiknya. Dalam Distance Learning jadwal belajar disusun sesuai kesepakatan antara siswa dan orang tua. Orang tua dapat menambah tutor dari HSKS Surabaya atau pihak lain jika diperlukan.

TUTOR VISIT
Tutor Visit, merupakan metode pembelajaran dimana peserta belajar di rumah dan didampingi oleh tutor. Dalam Tutor Visit jadwal belajar disusun sesuai dengan kesepakatan antara peserta, orang tua, dan tutor.

Gambar 5.20

Gambar diatas atau brosur diatas adalah hasil akhir yang dikerjakan oleh penulis untuk Homeschooling KAK SETO.

BAB VI

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Kesimpulan dari pembuatan desain brosur media cetak Daun Muda Communication Sidoarjo adalah komposisi layout harus sesuai dengan standar desain yang telah ditentukan oleh perusahaan dengan proporsi dan keseimbangan antara warna, teks, tata letak gambar, dan unsur-unsur yang ingin ditonjolkan sehingga dengan komposisi desain seperti itu dapat menarik konsumen.

6.2 saran

Berdasarkan penjelasan pembuatan desain brosur diatas maka dapat diberikan saran yaitu sebaiknya lebih memperhatikan komposisi layout yang terdiri dari warna, teks, kejelasan informasi, tata letak gambar, dan unsur-unsur yang ingin ditonjolkan terutama untuk Daun Muda Communication dan umum.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Dwi Ayu Rakhmawati

Tanggal lahir : 28 Agustus 1990

DAFTAR PUSTAKA

- Arsad Arfial, Drs. 1984. *Nirmana Dwimatra (Desain Dasar Dwimatra)*
- Kusrianto, Adi. 2007. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Andi
- Echolas, John M dan Hassan Shadily. 1976. *AN English-Indonesian Dictionary (Kamus Inggris-Indonesia)*. Jakarta: PT Gramedia
- Sihombing, Danton. 2001. *Tipografi dalam Desain Grafis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Shimp, Terence A. 2003. *Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Erlangga
- Yunus, Syarifudin. 2010. *Jurnalistik terapan*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Sumber Website :
- http://faculty.petra.ac.id/dwikris/docs/desgrafisweb/layout_design/layout_baik.html
(diakses pada tanggal 29 September 2012)
- <http://library.binus.ac.id/eColls/eThesis/Bab4/2008-1-00031-DS%20Bab%204.pdf>
(diakses pada tanggal 29 September 2012)
- http://belajar_desain.wordpress.com/2009/07/28/tipografi/ (diakses pada tanggal 29 September 2012)
- <http://www.gravisware.com/tutorial/128-dasar-dasar-tipografi-dalam-web-design.html>
(diakses pada tanggal 24 Oktober 2012)
- <http://www.anneahira.com/pengertian-media-cetak.htm> (diakses pada tanggal 25 Oktober 2012)