



UNIVERSITAS  
**Dinamika**

**PERANCANGAN DESAIN BROSUR SAP *EXPRESS* FLAMBOYAN 6  
SEBAGAI MEDIA PROMOSI**



**Program Studi**

**S1 Desain Komunikasi Visual**

UNIVERSITAS  
**Dinamika**

**Oleh:**

**Wisnu Setya Wardana**

**15420100030**

---

---

**FAKULTAS DESAIN DAN INDUSTRI KREATIF**

**UNIVERSITAS DINAMIKA**

**2021**

**PERANCANGAN DESAIN BROSUR SAP *EXPRESS* FLAMBOYAN 6  
SEBAGAI MEDIA PROMOSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan

Mata Kuliah Kerja Praktik :

**Disusun Oleh :**



**Nama : Wisnu Setya Wardana**  
**NIM : 15420100030**  
**Program : S1 (Strata Satu)**  
**Jurusan : Desain Komunikasi Visual**

**FAKULTAS DESAIN DAN INDUSTRI KREATIF**

**UNIVERSITAS DINAMIKA**

**2021**

## LEMBAR MOTTO



UNIVERSITAS  
**Dinamika**

**“Tuntaskanlah apa yang sudah menjadi kewajibanmu”**

## LEMBAR PERSEMBAHAN



UNIVERSITAS  
**Dinamika**

**“Kupersembahkan untuk kedua orang tuaku, juga bagi Nusa dan Bangsa”**

## LEMBAR PENGESAHAN

### PERANCANGAN DESAIN BROSUR SAP EXPRESS FLAMBOYAN 6

#### SEBAGAI MEDIA PROMOSI

Laporan Kerja Praktik oleh:

**Wisnu Setya Wardana**

**NIM : 15420100030**

Telah diperiksa, diuji dan disetujui

Surabaya, 16 Juli 2021

Disetujui :

Pembimbing



Digitally signed  
by Dhika Yuan  
Yurisma  
Date: 2021.07.26  
13:24:33 +07'00'

**Dhika Yuan Yurisma, M.Ds., ACA.**  
NIDN. 0720028701

Penyelia



Digitally  
signed by  
Siswo  
Martono  
Date:  
2021.07.26  
12:39:31  
+07'00'

**Siswo Martono, S.Kom., M.M.**  
Owner

Mengetahui,

Ketua Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual

Digitally signed  
by Siswo  
Martono  
Date: 2021.07.26  
12:40:05 +07'00'

**Siswo Martono, S.Kom., M.M.**  
NIDN. 0726027101

## SURAT PERNYATAAN

### PERSETUJUAN PUBLIKASI DAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Sebagai mahasiswa Universitas Dinamika, Saya :

Nama : Wisnu Setya Wardana

NIM : 15420100030

Program Studi : S1 Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Fakultas Desain Dan Industri Kreatif

Jenis Karya : Laporan Kerja Praktik

Judul Karya : PERANCANGAN DESAIN BROSUR SAP EXPRESS

FLAMBOYAN 6 SEBAGAI MEDIA PROMOSI

#### Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa:

1. Demi pengembangan Ilmu Pengetahuan, Teknologi, dan Seni, Saya menyetujui memberikan kepada Universitas Dinamika Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (Non-Exclusive Royalti Free Right) atas seluruh isi / sebagian karya ilmiah Saya tersebut di atas untuk disimpan, dialihmediakan dan dikelola dalam bentuk pangkalan data (database) untuk selanjutnya didistribusikan atau dipublikasikan demi kepentingan akademis dengan tetap mencantumkan nama Saya sebagai penulis atau pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.
2. Karya tersebut di atas adalah karya asli Saya, bukan plagiat baik sebagian maupun keseluruhan. Kutipan, karya atau pendapat orang lain yang ada dalam karya ilmiah ini adalah semata hanya rujukan yang dicantumkan dalam Daftar Pustaka Saya.
3. Apabila dikemudian hari ditemukan dan terbukti terdapat tindakan plagiat pada karya ilmiah ini, maka Saya bersedia untuk menerima pencabutan terhadap gelar kesarjanaan yang telah diberikan kepada Saya.

Demikian surat pernyataan ini Saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 16 Juli 2021

Menyatakan,



Wisnu Setya Wardana

NIM. 15420100030

## ABSTRAK

Desain merupakan bentuk rancangan sebuah objek agar dapat menjadikan sebuah produk menjadi lebih menarik. Dengan adanya desain maka produk akan lebih mudah untuk dikenali masyarakat dan mencapai target konsumen. Oleh karena itu desain sangat penting bagi perkembangan sebuah usaha.

Permasalahan pada perusahaan SAP *Express* Flamboyan 6 adalah kurangnya promosi yang dilakukan oleh perusahaan, sehingga mengalami kesulitan dalam menghadapi persaingan pasar. Maka dari itu dibuatnya desain brosur sebagai media promosi bertujuan untuk meningkatkan daya saing dan minat konsumen untuk menggunakan SAP *Express* Flamboyan 6.

Hasil dari pembuatan desain brosur adalah sebagai upaya mengembangkan pendapatan SAP *Express* Flamboyan 6 dan kemudian memiliki daya saing yang tinggi dibanding perusahaan-perusahaan kurir yang lain. Sehingga masyarakat dapat mengenal dan mengingat SAP *Express* Flamboyan 6.

**Kata Kunci :** *Desain Brosur, Media Promosi, SAP Express Flamboyan 6.*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat dan rahmatNya penulis dapat menyelesaikan Laporan Kerja Praktik ini yang berjudul **“Perancangan Desain Brosur SAP *Express* Flamboyan 6 Sebagai Media Promosi”** sehingga dapat diselesaikan dengan baik.

Laporan Kerja Praktik ini disusun dalam rangka penulisan laporan untuk memperoleh gelar Sarjana Desain pada Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual Universitas Dinamika.

Melalui kesempatan yang sangat berharga ini, penulis menyampaikan ucapan banyak terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dan penyelesaian Laporan Kerja Praktik ini, terutama kepada yang terhormat :

1. Bapak Prof. Dr. Budi Jatmiko, M.Pd selaku Rektor
2. Bapak Dhika Yuan Yurisma, M.Ds., ACA. Selaku dosen pembimbing
3. Bapak Siswo Martono selaku Owner *SAP Express* Flamboyan 6 beserta para karyawan
4. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu dalam kesempatan ini, yang telah memberikan dukungan moral dan materiil dalam proses penyelesaian laporan ini.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa memberikan imbalan yang setimpal atas segala bantuan yang telah diberikan kepada penulis.

Surabaya, 16 Juli 2021

Penulis



## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR MOTTO</b> .....	iii
<b>LEMBAR PERSEMBAHAN</b> .....	iv
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	v
<b>SURAT PERNYATAAN</b> .....	vi
<b>ABSTRAK</b> .....	vii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	viii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ix
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xi
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xii
<b>BAB I</b> .....	1
<b>PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	2
1.3 Batasan Masalah .....	2
1.4 Tujuan .....	3
1.5 Manfaat .....	3
1.6 Pelaksanaan .....	3
1.7 Sistematika Laporan .....	4
<b>BAB II</b> .....	6
<b>GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN</b> .....	6
2.1 Profil Perusahaan .....	6
2.2 Sejarah Perusahaan .....	7
2.3 Visi & Misi Perusahaan .....	7
2.4 Struktur Perusahaan .....	8
2.5 Nama Instansi Perusahaan .....	8
<b>BAB III</b> .....	10
<b>LANDASAN TEORI</b> .....	10
3.1 Perancangan .....	10
3.2 Media .....	10
3.2.1 Jenis-Jenis Media .....	11
3.3 Promosi .....	11

3.4	Media Promosi.....	12
3.5	Desain .....	13
3.5.1	Elemen-Elemen Desain.....	13
3.5.2	Prinsip Desain.....	15
3.6	Warna.....	16
<b>BAB IV</b>	.....	<b>18</b>
<b>DESKRIPSI PENDAHULUAN</b>	.....	<b>18</b>
4.1	Desain Brosur SAP <i>Express</i> Flamboyan 6.....	18
4.2	Hasil dan Analisis Data.....	19
4.3	Konsep .....	19
4.4	Perancangan Karya .....	20
4.5	Sketsa Karya.....	20
4.6	Implementasi Karya.....	22
<b>BAB V PENUTUP</b>	.....	<b>23</b>
<b>PENUTUP</b>	.....	<b>23</b>
5.1	Kesimpulan.....	23
5.2	Saran .....	23
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	.....	<b>25</b>
<b>LAMPIRAN</b>	.....	<b>27</b>
<b>BIODATA PENULIS</b>	.....	<b>33</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Lokasi SAP Express Flamboyan 6 .....	6
Gambar 2. 2 Struktur SAP Express Flamboyan 6 .....	8
Gambar 4. 1 Sketsa Brosur Depan.....	20
Gambar 4. 2 Sketsa Brosur Belakang .....	21
Gambar 4. 3 Sketsa Brosur 2.....	21
Gambar 4. 4 Brosur Depan Belakang .....	22
Gambar 4. 5 Brosur 2.....	22



UNIVERSITAS  
**Dinamika**

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Balasan Perusahaan.....	27
Lampiran 2 Form KP-5 (halaman 1).....	28
Lampiran 3 Form KP-5 (halaman 2).....	29
Lampiran 4 Form KP-6 (halaman 1).....	30
Lampiran 5 Form KP-7 (halaman 1).....	31
Lampiran 6 Kartu Bimbingan Dosen.....	32



UNIVERSITAS  
**Dinamika**

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Kurir atau juga dikenal sebagai jasa ekspedisi merupakan perusahaan atau perorangan yang bertugas mengirim pesan, paket dalam jumlah kecil hingga sedang, atau surat dari tempat yang satu ke tempat yang lain menggunakan jalur darat, air, maupun udara. Tidak seperti layanan pos surat-menyurat biasa, kurir juga memiliki fitur-fitur tambahan seperti mengutamakan kecepatan dan keamanan pengiriman, pelacakan, tanda tangan, spesialisasi jenis angkutan, dan individualisasi yang kilat, yang terkadang bisa juga diterapkan pada layanan pos biasa. Dengan pelayanannya yang cenderung premium, kurir lebih mahal daripada pos biasa dan hanya digunakan pada paket-paket tertentu saat satu atau lebih fitur-fitur ini dianggap cukup penting untuk menanggung biaya.

SAP *Express* Flamboyan 6 merupakan suatu perusahaan dibidang kurir yang beralamat di Jl. Flamboyan No.06, Krajan Wetan, Kureksari, Kec. Waru, Kab. Sidoarjo, Jawa Timur. SAP *Express* Flamboyan 6 merupakan cabang perusahaan kurir SAP *Express* Indonesia yang menonjolkan system *Cash On Delivery* (COD) sebagai faktor pelayanan utama, dan harga yang terjangkau untuk setiap pengantaran paket serta banyak aktivitas lainnya yang saling berkaitan satu dengan lainnya. Salah satunya ialah promosi jasa, kegiatan promosi ini adalah salah satu bagian dari pengenalan pemasaran perusahaan, yang isinya memberikan informasi kepada masyarakat atau konsumen tentang jasa yang ditawarkan perusahaan ini. Tidak hanya itu, kegiatan promosi merupakan kegiatan komunikasi antara

perusahaan dengan pelanggan maupun konsumen lainnya, sehingga kegiatan promosi yang dilaksanakan ini untuk mencapai hasil penjualan yang maksimal.

Pada saat ini perkembangan jaman mulai semakin maju *SAP Express* Flamboyan 6 mengalami kesulitan dalam menghadapi persaingan pasar sehingga mengalami penurunan. Terjadinya penurunan pada *SAP Express* Flamboyan 6 dikarenakan kurangnya media promosi yang dilakukan oleh *SAP Express* Flamboyan 6 sehingga menghambat kesadaran masyarakat dalam mengenal perusahaan *SAP Express* Flamboyan 6.

Maka dari itu agar mampu membantu menaikkan proses penjualan, dibutuhkan adanya inovasi baru pada setiap promosi yang dilakukan *SAP Express* Flamboyan 6 guna meningkatkan pemasukan perusahaan. Pemberian inovasi pada pembuatan brosur juga disertakan dengan konsep yang kuat sehingga brosur tidak hanya meningkatkan penjualan namun dengan mudah dapat dikenal serta diingat oleh masyarakat.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Dari latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, rumusan masalah dalam laporan kerja praktik adalah :

Bagaimana merancang desain brosur sebagai media promosi *SAP Express* Flamboyan 6?

## **1.3 Batasan Masalah**

Berdasarkan permasalahan pada latar belakang penelitian di atas, maka batasan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Perancangan brosur hanya dibatasi oleh sistem yang dijalankan oleh perusahaan *SAP Express Flamboyan 6*.
2. Membuat desain brosur yang bersangkutan pada fitur-fitur yang ada pada perusahaan.

#### **1.4 Tujuan**

Berdasarkan rumusan masalah dan batasan masalah di atas, tujuannya, yaitu bagaimana merancang desain brosur dapat meningkatkan penjualan *SAP Express Flamboyan 6*.

#### **1.5 Manfaat**

1. Menambah referensi bagi mahasiswa Desain Komunikasi Visual dalam melakukan perancangan yang serupa dan meningkatkan kemampuan dalam memberikan solusi terhadap perancangan yang serupa.
2. Memberikan kontribusi kepada pihak *SAP Express Flamboyan 6* dalam mempromosikan fitur-fitur yang ada di perusahaan dan sebagai atribut perusahaan yang dapat diimplementasikan untuk menarik minat konsumen dalam menggunakan jasa *SAP Express Falmboyan 6*.

#### **1.6 Pelaksanaan**

Kerja Praktik ini dilaksanakan di *SAP Express Flamboyan 6* yang beralamat di Jl. Flamboyan No.06, Krajan Wetan, Kureksari, Kec. Waru, Kab. Sidoarjo, Jawa Timur, Telp. 081234500294. Waktu pelaksanaannya dimulai dari tanggal 10 Juni 2021 sampai 10 Juli 2021 dari hari Senin sampai Jumat, mulai dari pukul 08.00

WIB – 17.00 WIB. Adapun kegiatan yang dilakukan selama melaksanakan Kerja Praktik di *SAP Express Flamboyan 6* adalah:

1. Mengumpulkan referensi tentang perusahaan.
2. Membuat konsep/perancangan desain, membuat sketsa desain brosur, dan melakukan revisi.
3. Membuat media promosi sebagai pendukung.

### **1.7 Sistematika Laporan**

Sistematika penulisan Laporan Kerja Praktik ini akan disusun sebagai berikut:

#### **BAB I : PENDAHULUAN**

Pada Bab pertama ini ada beberapa materi yang akan diuraikan, seperti Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Batasan Masalah, Tujuan, Manfaat, Pelaksanaan dan Sistematika Penulisan yang menjelaskan tentang permasalahan yang ada di dalam perusahaan sehingga menjadi penyebab dilakukannya Kerja Praktik.

#### **BAB II : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

Pada Bab kedua ini berisi tentang penjelasan umum tentang gambaran perusahaan tempat Kerja Praktik ini, yaitu gambaran umum tentang *SAP Express Flamboyan 6*.

#### **BAB III : LANDASAN TEORI**

Pada Bab ketiga ini akan dijelaskan tentang berbagai macam teori, konsep dan pengertian yang menjadi dasar dalam pembuatan ilustrasi produk.



#### **BAB IV : DESKRIPSI PEKERJAAN**

Pada Bab keempat ini akan dijabarkan metode penelitian yang sesuai dengan metode perancangan kerja yang akan dikerjakan pada Kerja Praktik.

#### **BAB V : PENUTUP**

Pada Bab kelima ini akan dijelaskan beberapa hal, meliputi:

#### **DAFTAR PUSTAKA**

Daftar pustaka berisi mengenai informasi-informasi yang di ambil untuk menjadi acuan dalam pembuatan laporan kerja praktik ini. Daftar pustaka yang di ambil berupa buku, website, jurnal, artikel dan lain lain.

#### **LAMPIRAN**

Berisi keterangan tambahan yang berkaitan dengan isi karya ilmiah seperti dokumen khusus, instrumen/quesioner/alat pengumpul data, ringkasan hasil pengolahan data, tabel, peta atau gambar. Keterangan tambahan ini dimaksudkan agar pembaca mendapat gambaran lebih menyeluruh akan proses dari penyusunan karya ilmiah.

## BAB II

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

#### 2.1 Profil Perusahaan



Gambar 2. 1 Lokasi SAP Express Flamboyan 6

SAP Express Flamboyan 6 merupakan suatu perusahaan dibidang kurir yang beralamat di Jl. Flamboyan No.06, Krajan Wetan, Kureksari, Kec. Waru, Kab. Sidoarjo, Jawa Timur. SAP Express Flamboyan 6 merupakan cabang perusahaan kurir SAP Express Indonesia yang menonjolkan system *Cash On Delivery* (COD) sebagai faktor pelayanan utama, dan harga yang terjangkau untuk setiap pengantaran paket serta banyak aktivitas lainnya yang saling berkaitan satu dengan lainnya. Salah satunya ialah promosi jasa, kegiatan promosi ini adalah salah satu bagian dari pengenalan pemasaran perusahaan, yang isinya memberikan informasi kepada masyarakat atau konsumen tentang jasa yang ditawarkan perusahaan ini.

## 2.2 Sejarah Perusahaan

*SAP Express Flamboyan 6* didirikan pada tahun 2020 oleh Bapak Siswo Martono dan telah dibangun sebagai jasa kurir yang berkualitas dan terpercaya. Kantor *SAP Express Flamboyan 6* melayani pelanggan untuk melakukan pengiriman paket, dokumen, barang, sepatu, ecommerce dan lainnya. Kantor ini juga melayani cek resi *SAP Express* atau no resi *SAP Express*, lacak kiriman atau cek pengiriman, cek status pengiriman dan lainnya.

Terdapat beberapa pilihan paket pengiriman *SAP Express* yang tersedia seperti paket kilat untuk 1 hari sampai dan pengiriman reguler untuk lama pengiriman diestimasi 3-6 hari tergantung dari jaraknya. Ongkir atau ongkos kirim yang dikenakan untuk pengiriman barang bervariasi tergantung pada paket pengiriman yang dipilih serta berat dan besar barang. Tarif tersebut juga dipengaruhi jarak pengiriman. *SAP Express* juga mendukung sistem tracking paket online yang dapat dilakukan melalui website dan aplikasinya dengan memasukkan nomor resi *SAP Express*. Kunjungi kantor *SAP Express* terdekat ini atau kantor agen terdekat lainnya untuk informasi lainnya seperti cek status kiriman *SAP Express*, daftar lokasi pengiriman didukung, daftar harga atau ongkos kirim, dan lainnya.

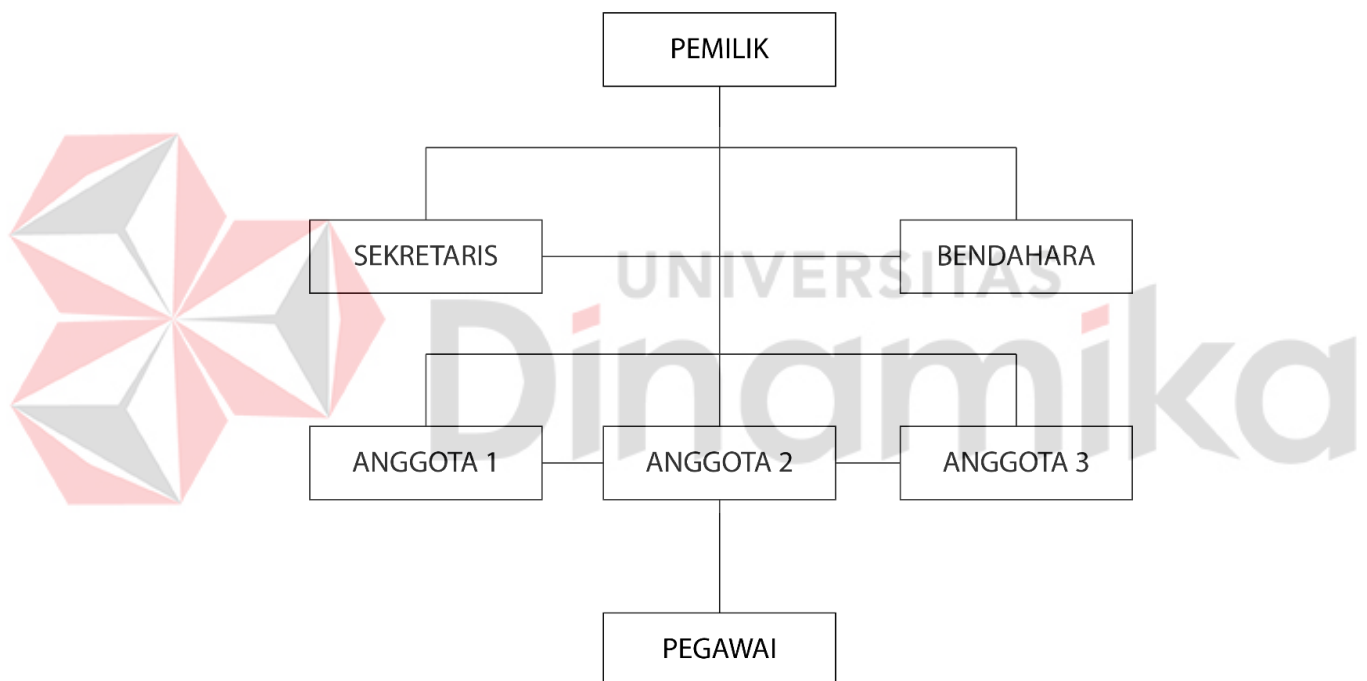
## 2.3 Visi & Misi Perusahaan

*SAP Express Flamboyan 6* Menerapkan Tata Kelola Perusahaan yang baik untuk meraih kinerja, profit, kualitas, dan pertumbuhan yang optimal secara berkesinambungan untuk menciptakan nilai lebih bagi pemangku kepentingan. Menerapkan dan mengembangkan teknologi terkini yang berkesinambungan.

Memperkuat jaringan pengiriman di seluruh Nusantara. Mengembangkan organisasi yang dapat beradaptasi dengan baik dengan menjaga dan meningkatkan kompetensi dan kesejahteraan karyawan, fokus pada pelanggan, saling menghormati, saling percaya, terbuka, memiliki integritas, dan jujur.

## 2.4 Struktur Perusahaan

Struktur Perusahaan yang ada di SAP *Express* Flamboyan 6 adalah sebagai berikut:



Gambar 2. 2 Struktur SAP Express Flamboyan 6

## 2.5 Nama Instansi Perusahaan

Nama Instansi Perusahaan : SAP *Express* Flamboyan 6

Alamat : Jl. Flamboyan No.06, Krajan Wetan,  
Kureksari, Kec. Waru, Kab. Sidoarjo,  
Jawa Timur

Kelurahan : Kureksari  
Kecamatan : Waru  
Kota : Sidoarjo  
Kode Pos : 61256  
Facebook : SAP Flamboyan  
Instagram : sap\_sidoarjo  
Telepon : 081234500294  
Website : [www.sap-express.id](http://www.sap-express.id)  
Hari Kerja : Senin s.d. Jumat  
Jam Kerja : 09.00 s.d. 17.00 WIB



UNIVERSITAS  
**Dinamika**

## **BAB III**

### **LANDASAN TEORI**

#### **3.1 Perancangan**

Perancangan adalah kegiatan yang memiliki tujuan untuk mendesain sistem baru sehingga mampu menyelesaikan masalah-masalah yang dihadapi perusahaan yang diperoleh dari pemilihan alternatif sistem yang terbaik (Latjamudin, 2005). Perancangan berasal dari kata dasar rancang atau istilah lainnya disebut dengan desain. Desain merupakan kata baru berupa peng-Indonesiaan dari kata *design* dalam bahasa Inggris, istilah ini meliputi kata rancang/rancangan/merancang yang dinilai kurang mengekspresikan keilmuan, keluasan, dan kewibawaan profesi (Sachari, 2005: 3).

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa perancangan merupakan suatu pola yang dibuat untuk mengatasi masalah yang dihadapi oleh perusahaan atau organisasi setelah melakukan analisis terlebih dahulu.

#### **3.2 Media**

Media adalah segala bentuk dan saluran yang digunakan untuk menyampaikan informasi atau pesan. Kata media berasal dari kata Latin, merupakan bentuk jamak dari kata “*medium*”. Secara harfiah kata tersebut mempunyai arti "perantara" atau "pengantar", yaitu perantara sumber pesan (*a source*) dengan penerima pesan (*a receiver*). Jadi, dalam pengertian yang lain, media adalah alat atau sarana yang dipergunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak.

### **3.2.1 Jenis-Jenis Media**

#### **1. Media Visual**

Media visual merupakan media yang memiliki bentuk fisik yang nyata jika dibandingkan dengan media-media lainnya, media visual cenderung lebih mudah ditemukan. Contoh media visual seperti gambar, foto, dan sebagainya.

#### **2. Media Audio**

Media audio merupakan media yang tidak memiliki bentuk fisik namun memiliki bentuk audio atau suara yang dapat diakses oleh organ pendengaran. Beberapa bentuk media audio yaitu lagu, siaran radio, audio CD, dan sebagainya.

#### **3. Media Audio Visual**

Media audio visual merupakan jenis media yang mencakup dari media visual yang dapat dilihat maupun media audio yang dapat didengarkan. Beberapa contoh dari media audio visual yaitu siaran televisi, pertunjukan teater, film layar lebar, dan sebagainya.

### **3.3 Promosi**

Suatu perusahaan banyak aktivitas yang dilakukan tidak hanya menghasilkan produk atau jasa, menetapkan harga, dan menjual produk atau jasa, tetapi banyak aktivitas lainnya yang saling berkaitan satu dengan lainnya. Salah satunya adalah promosi, kegiatan promosi adalah salah satu bagian dari bauran pemasaran perusahaan, yang isinya memberikan informasi kepada masyarakat atau konsumen tentang produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan. Menurut Tjiptono (2008:219), promosi adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi, dan mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan

produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.

### 3.4 Media Promosi

Media promosi adalah sarana atau tempat media yang dibutuhkan untuk mendukung sebuah realisasi dan pemantapan dari promosi sendiri. Media Promosi dalam dunia marketing dibagi menjadi dua bagian yaitu ATL dan BTL. ATL atau *Above The Line* merupakan sebuah media promosi dengan segmentasi luas. Mengapa dikatakan luas karena media promosi ATL sendiri meliputi televisi, radio, majalah, Koran dan *billboard*. ATL merupakan cara promosi lebih kepada menjelaskan ide atau konsep terhadap masyarakat tanpa melakukan tindakan atau interaksi secara langsung.

Sedangkan BTL atau *Below The Line* adalah media promosi yang memiliki segmentasi terbatas. Mengapa dikatakan terbatas? Karena BTL merupakan media promosi atau cara promosi yang kegiatannya memberikan kesempatan kepada audience untuk berinteraksi, merasakan, menyentuh, hingga melakukan *action* membeli. Beberapa media BTL antara lain seperti *event*, *sponsorship*, *sampling*, *point of sale material*, *consumer promotion* dan lain-lain (Bambang, 2011: 23).

Ada salah satu istilah lagi dalam media promosi, yaitu TTL atau *Trough The Line*. TTL adalah gabungan atau *compare* antara ATL dan BTL. Yang dimana pada jaman modern ini, ATL dan BTL sudah terjadi pergeseran dalam ranah masing-masing. Terkadang di dalam ATL terdapat unsur BTL, begitu juga sebaliknya. Namun media promosi apapun, tetap menjadi sebuah alat yang menjadi pendukung dari kegiatan promosi tersebut. Salah satunya adalah *ambient* media.



### 3.5 Desain

Desain merupakan rancangan sebuah objek, pada dasarnya desain dibuat saat awal mau membuat sebuah objek dan saat pembuatan desain mulai memasukan unsur pertimbangan dan perhitungan sehingga bisa dibilang desain merupakan bentuk perumusan dari berbagai unsur didalamnya. Dalam artian yang lebih luas, desain merupakan seni terapan yang berintegrasi dengan teknologi.

Menurut Bruce Arcer (1977) desain adalah bidang keterampilan, pengetahuan dan pengalaman manusia yang mencerminkan keterikatan terhadap apresiasi dan adaptasi lingkungannya.

#### 3.5.1 Elemen-Elemen Desain

Menurut Rakhmat Supriyono (2010:57), dalam pembuatan sebuah desain perlu mengenal beberapa materi-materi dasar dan cara penataannya sehingga dapat menghasilkan komposisi desain yang harmoni, menarik, komunikatif, dan menyenangkan pembaca. Berikut elemen-elemen desain yang perlu kita ketahui terdiri dari:

##### 1. Garis

Garis dianggap sebagai unsur visual yang berpengaruh terhadap pembentukan suatu objek sehingga garis, selain dikenal sebagai goresan atau coretan, juga menjadi batas suatu bidang atau warna. Garis memiliki ciri khas yaitu terdapatnya arah serta dimensi memanjang. Garis dapat tampil dalam bentuk lurus, lengkung, gelombang, zig-zag, dan lainnya. Kualitas garis ditentukan oleh tiga hal, yaitu orang yang membuatnya, alat yang digunakan serta bidang dasar tempat garis digoreskan (Indrojarwo 2006:30).

## 2. Bidang

Bidang merupakan unsur visual yang berdimensi panjang dan lebar. Ditinjau dari bentuknya bidang bisa dikelompokkan menjadi dua, yaitu bidang geometri dan bidang non-geometri. Bidang geometri adalah bidang yang relatif mudah diukur luasannya, sedangkan bidang non geometri merupakan bidang yang relatif sulit untuk diukur luasannya. Bidang bisa dihadirkan dengan menyusun titik maupun garis dalam kepadatan tertentu, dan dapat pula dihadirkan dengan mempertemukan potongan hasil goresan satu garis atau lebih (Indrojarwo 2006:30).

## 3. Warna

Warna adalah kualitas dari mutu cahaya yang dipantulkan suatu obyek ke mata manusia. Setiap warna memiliki daya tarik yang berbeda-beda, dalam penggunaannya diharapkan menciptakan keserasian dan membangkitkan emosi (Wirya, 1999:26).

## 4. Gelap-Terang

Gelap-terang merupakan salah satu cara untuk menciptakan kemudahan baca yaitu dengan menyusun unsur-unsur visual secara kontras. Kontras dalam desain komunikasi visual dapat digunakan untuk menonjolkan pesan atau informasi, sekaligus menciptakan citra. Penggunaan warna-warna yang tidak kontras memiliki makna kalem, damai, dan sebagainya, sedangkan penggunaan warna-warna yang kontras memiliki makna semangat, periang, dan sebagainya. (Rakhmat Supriyono 2010:78).

## 5. Tekstur

Tekstur merupakan nilai pada suatu permukaan, tekstur dibagi menjadi tekstur kasar dan halus sesuai bentuk tampilannya. Tekstur dibagi menjadi beberapa

golongan yaitu tekstur nyata dan tekstur semu. tekstur nyata bila ada kesamaan antara hasil raba dan penglihatan. Sementara pada tekstur semu terdapat perbedaan antara hasil penglihatan dan perabaan, bila dilihat tampak kasar, tetapi ketika diraba ternyata terasa halus. (Indrojarwo 2006:32).

#### 6. Ukuran

Ukuran adalah unsur lain dalam desain yang mendefinisikan besar kecilnya suatu obyek. Dengan menggunakan unsur ini dapat menciptakan kontras dan penekanan pada obyek desain sehingga orang akan tahu mana yang akan dilihat atau dibaca terlebih dahulu. (Rakhmat Supriyono 2010:85).

### 3.5.2 Prinsip Desain

Ada beberapa jurus layout yang dalam ilmu desain komunikasi visual sering disebut prinsip-prinsip desain. Rumus klasik ini perlu dipahami karena cukup efektif sebagai panduan kerja maupun sebagai konsep desain. Prinsip-prinsip desain tersebut adalah :

1. Keseimbangan (*balance*): pembagian sama berat, baik secara visual maupun optik. Komposisi desain dapat dikatakan seimbang apabila objek di bagian kiri dan kanan terkesan sama berat. Ada dua pendekatan untuk menciptakan balance yaitu dengan membagi sama berat kiri-kanan atau atas-bawah secara simetris atau setara, disebut keseimbangan formal. Keseimbangan yang kedua adalah keseimbangan asimetris.
2. Tekanan (*emphasis*): Penekanan atau penonjolan objek ini bisa dilakukan dengan beberapa cara seperti dengan menggunakan warna mencolok, ukuran foto / ilustrasi dibuat paling besar, menggunakan huruf sans serif ukuran

besar, arah diagonal, dan dibuat dan dibuat berbeda dengan elemen-elemen desain lain.

3. Irama (*Rhythm*): Irama adalah pola layout yang dibuat dengan cara menyusun elemen-elemen visual secara berulang-ulang yang berupa repetisi dan variasi.
4. Kesatuan (*unity*): Desain dikatakan menyatu apabila secara keseluruhan tampak harmonis, ada kesatuan antara tipografi, ilustrasi, warna dan unsur-unsur desain lainnya (Supriyono, 2010:105).

### 3.6 Warna

Warna memainkan peran yang sangat besar dalam pengambilan keputusan saat membeli barang. Penelitian yang dilakukan oleh Institute for Color Research di Amerika (sebuah Institut penelitian tentang warna) menemukan bahwa seseorang dapat mengambil keputusan terhadap orang lain, lingkungan maupun produk dalam waktu hanya 90 detik saja. Dan keputusan tersebut 90%-nya didasari oleh warna (Rustan, 2013:72). Sudah umum diketahui bahwa warna dapat mempengaruhi jiwa manusia dengan kuat atau dapat mempengaruhi emosi manusia. Warna dapat pula menggambarkan suasana hati seseorang. Pada seni sastra baik sastra lama maupun sastra modern, puisi atau prosa, sering terungkap perihal warna baik sebagai kiasan atau sebagai perumpamaan (Dramaprawira, 2002:30). Warna dapat dilihat dari tiga dimensi yaitu :

1. *Hue* : pembagian warna berdasarkan nama-nama warna seperti merah, biru, hijau, kuning dan seterusnya.
2. *Value* : terang gelapnya warna.
3. *Intensity*: tingkat kemurnian atau kejernihan warna.

Secara visual warna dapat dibagi menjadi dua golongan yaitu warna dingin dan warna panas. Warna-warna dingin seperti hijau, biru, biru-hijau, biru-ungu, dan ungu dapat memberikan kesan pasif, statis, kalem, damai dan secara umum kurang mencolok. Warna-warna panas seperti merah, merah-oranye, oranye, kuning-oranye, kuning, kuning-hijau, dan merah-ungu memiliki kesan hangat, dinamis, aktif dan mengundang perhatian (Dramaprawira, 2002:77-81).



UNIVERSITAS  
**Dinamika**

## BAB IV

### DESKRIPSI PENDAHULUAN

#### 4.1 Desain Brosur SAP *Express* Flamboyan 6

SAP *Express* Flamboyan 6 merupakan cabang perusahaan kurir SAP *Express* Indonesia yang menonjolkan system *Cash On Delivery* (COD) sebagai faktor pelayanan utama, dan harga yang terjangkau untuk setiap pengantaran paket serta banyak aktivitas lainnya yang saling berkaitan satu dengan lainnya. Pada saat ini perkembangan jaman mulai semakin maju SAP *Express* Flamboyan 6 mengalami kesulitan dalam menghadapi persaingan pasar sehingga mengalami penurunan. Terjadinya penurunan pada SAP *Express* Flamboyan 6 dikarenakan kurangnya media promosi yang dilakukan oleh SAP *Express* Flamboyan 6 sehingga menghambat kesadaran masyarakat dalam mengenal perusahaan SAP *Express* Flamboyan 6.

Maka dari itu agar mampu membantu menaikkan proses penjualan, dibutuhkan adanya inovasi baru pada setiap promosi yang dilakukan SAP *Express* Flamboyan 6 guna meningkatkan pemasukan perusahaan. Pemberian inovasi pada pembuatan brosur juga disertakan dengan konsep yang kuat sehingga brosur tidak hanya meningkatkan penjualan namun dengan mudah dapat dikenal serta diingat oleh masyarakat.

## 4.2 Hasil dan Analisis Data

Berdasarkan metode penelitian yang telah diuraikan di bab sebelumnya, penulis menguraikan data dan hasil penelitian tentang Perancangan Desain Brosur SAP *Express* Flamboyan 6 sebagai media promosi.

Hasil penelitian ini diperoleh melalui teknik observasi yang dilakukan penulis untuk mencari tahu informasi mengenai SAP *Express* Flamboyan 6 dengan cara mengunjungi perusahaan dan observasi perusahaan, lalu dilanjutkan dengan teknik wawancara secara mendalam dengan informan sebagai bentuk pencarian data, dokumentasi langsung lapangan yang kemudian penulis menganalisis serta berdiskusi dengan pihak perusahaan untuk mengetahui apa yang diinginkan oleh pihak perusahaan. Analisis ini sendiri terfokus pada media promosi, yang dikaitkan dengan unsur atau identifikasi masalah yang ada di dalam perusahaan.

Lalu penulis mencari data-data yang dibutuhkan untuk membuat brosur. Dari hasil data yang didapatkan melalui metode-metode yang telah dilakukan, maka terbentuklah konsep untuk pembuatan brosur yang sesuai, serta data-data lain yang diperlukan dalam penentuan konsep, terutama yang paling menentukan dalam menemukan konsep yaitu dengan berdiskusi dengan pihak perusahaan agar hasil data yang diperoleh dengan keinginan perusahaan bisa sesuai.

## 4.3 Konsep

Konsep untuk perancangan desain brosur SAP *Express* Flamboyan 6 sebagai media promosi adalah “*Friendly*”. Deskripsi dari kata “*Friendly*” adalah sikap yang menunjukkan sesuatu yang disesuaikan untuk hal-hal tertentu yang tidak berbahaya, baik, menyenangkan, dan menguntungkan atau berguna. Konsep “*Friendly*”

bertujuan untuk menunjukkan bahwa perancangan desain brosur SAP *Express* Flamboyon 6 ini dapat membantu konsumen dalam mengenal, mengingat, dan memahami SAP *Express* Flamboyon 6.

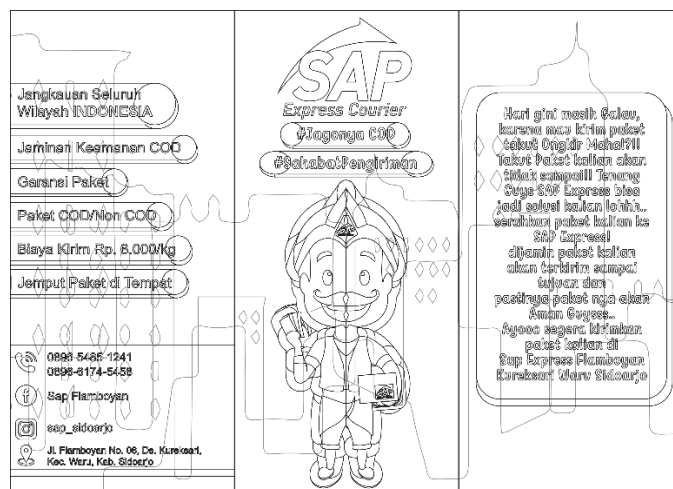
Maka dari itu diharapkan perancangan desain brosur SAP *Express* Flamboyon 6 sebagai media promosi ini dapat mengenalkan identitas yang dimiliki oleh SAP *Express* Flamboyon 6 untuk mendorong minat pengunjung agar tetap mengingat, mengenal, dan memahami perusahaan ini.

#### 4.4 Perancangan Karya

Setelah mengetahui konsep yang dipakai untuk perancangan karya, maka dilakukanlah tahap perancangan karya. Dimulai dari pencarian referensi melalui internet dan katalog yang ada di perusahaan SAP *Express* Flamboyon 6, kemudian dilakukanlah sketsa kasar dan sampai akhir desain.

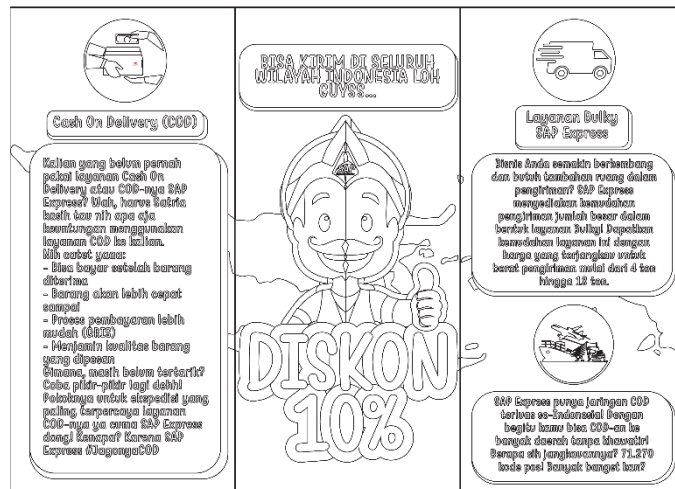
#### 4.5 Sketsa Karya

##### 1. Sketsa Brosur SAP *Express* Flamboyon 6



Gambar 4. 1 Sketsa Brosur Depan





Gambar 4. 2 Sketsa Brosur Belakang

Pada desain brosur ini akan dimuat serbagai informasi terkait SAP *Express* Flamboyant 6 beserta visualisasi berupa ilustrasi gambar yang menggambarkan karakteristik perusahaan ini. Selain itu brosur mencantumkan berbagai informasi terkait tentang SAP *Express* Flamboyant 6, berupa contact person, deskripsi SAP *Express* Flamboyant 6, paket harga, beberapa fasilitas yang ada di SAP *Express* Flamboyant 6.

## 2. Sketsa Brosur SAP *Express* Flamboyant 6



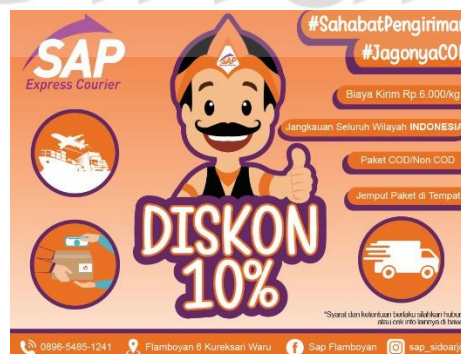
Gambar 4. 3 Sketsa Brosur 2

Pada desain brosur ini akan dimuat lebih banyak informasi visual berupa ilustrasi gambar yang menggambarkan karakteristik perusahaan ini. Selain itu brosur mencantumkan berbagai informasi terkait tentang SAP *Express* Flamboyen 6, berupa *contact person*, deskripsi SAP *Express* Flamboyen 6, paket harga, beberapa fasilitas yang ada di SAP *Express* Flamboyen 6.

#### 4.6 Implementasi Karya



Gambar 4. 4 Brosur Depan Belakang



Gambar 4. 5 Brosur 2

Brosur ini dirancang sesuai dengan konsep “*Friendly*” yang memuat informasi terkait SAP *Express* Flamboyen 6 dan juga merupakan komponen utama dalam perancangan desain brosur SAP *Express* Flamboyen 6 sebagai media promosi. sehingga konsumen dapat mengenal SAP *Express* Flamboyen 6.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Kesimpulan yang dapat diambil dari perancangan desain brosur *SAP Express* Flamboyan 6 sebagai media promosi adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil dari observasi selama kerja praktik berlangsung, Untuk merancang desain brosur dibutuhkan sebuah riset dan analisis yang mendalam untuk menentukan konsep desain yang akan diterapkan pada perancangan suatu media.
2. Desain yang dibuat menggunakan elemen-elemen desain yang sesuai dengan pembuatan desain brosur, seperti keseimbangan, kesederhanaan, warna, tipografi, *layout* dan gambar yang sesuai dengan karakteristik perusahaan.
3. Berdasarkan kebutuhan desain tersebut, maka dibuatlah brosur sebagai media promosi perusahaan dan juga mengenalkan identitas pembeda antara *SAP Express* Flamboyan 6 dengan perusahaan kurir yang lain.
4. Secara umum, hasil dari desain brosur yang telah dirancang secara unik dan menarik akan memberikan hasil yang inovatif bagi perusahaan sehingga dapat menaikkan jumlah penjualan dan menjadikan bentuk promosi bagi perusahaan *SAP Express* Flamboyan 6 agar dapat dikenal oleh konsumen.

#### **5.2 Saran**

Adapun saran dari penulis berdasarkan “perancangan desain brosur *SAP Express* Flamboyan 6 sebagai media promosi” adalah:

1. Pihak perusahaan harus selalu memperbarui desain yang dibuat agar sesuai dengan perkembangan jaman tetapi tetap mempertahankan karakteristik perusahaan dan tidak menghilangkan identitas dari perusahaan, seperti warna, lambang ataupun gaya desain perusahaan.
2. Bagi mahasiswa yang akan bekerja dalam bidang kreatif ataupun digital agensi harus benar-benar memahami situasi pemasaran modern dan perilaku masyarakat pada era digital, terutama dalam bidang desain visual. Seorang desainer harus memahami benar Media apa yang dibutuhkan oleh klien untuk memasarkan produknya dengan lebih baik.



UNIVERSITAS  
Dinamika

## DAFTAR PUSTAKA

### Sumber Buku

Durianto, Darmadi Sugiarto, dan Tony Sitinjak. 2001. *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuisitas & Perilaku Merk*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Anggraini, Lia dan Kirana Nathalia. 2014. *Desain Komunikasi Visual; Dasar-Dasar Panduan Untuk Pemula*. Bandung: Nuansa Cendekia.

Kusrianto, Adi. 2007. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Andi Offset.

Tinarbuko, Sumbo. 2012. *Semiotika Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Jalasutra.

Rahman, Arif. 2010. *Strategi Dahsyat Marketing Mix for Small Business*. Jakarta Selatan: Trans Media Pustaka.

Dramaprawira, Sulasmi. 2002. *Warna; Teori dan Kreativitas Penggunaannya*. Bandung: Penerbit ITB.

Indrojarwo, Baroto Tavip. 2006. *Panduan Desain Komunikasi Visual*, Surabaya:

Penerbit ITS

Kristianto, Paulus Lilik. (2011). *Psikologi Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS

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

Tjiptono, Fandy. (2000). *Prinsip- Prinsip Total Quality Service*. Yogyakarta: Andi

### Sumber Jurnal

Rifai, Endra Ahmad (2014) *Perancangan Media Promosi Restoran Ikan Bakar Gambiran Yogyakarta* (S1 thesis). Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.

Ahmad, Huda Samsul (2014) *Pengaruh Pelayanan, Promosi, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Toko Joko Elektronik Di Pati* (Skripsi). Fakultas Ekonomi & Bisnis.

### **Sumber Internet**

<https://id.wikipedia.org/wiki/Kurir> (Diakses pada tanggal 10 Juli 2021)

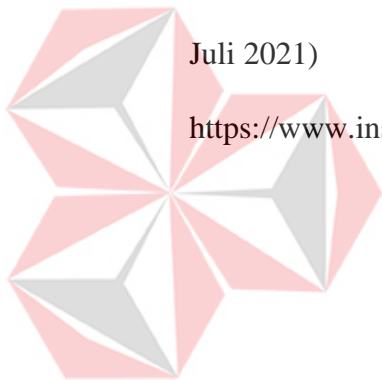
[https://jam-buka.com/014026796/SAP\\_Express\\_Kureksari\\_Waru\\_Sidoarjo](https://jam-buka.com/014026796/SAP_Express_Kureksari_Waru_Sidoarjo)

(Diakses pada tanggal 10 Juli 2021)

<https://www.sap-express.id/layanan/lokasi> (Diakses pada tanggal 10 Juli 2021)

<https://www.facebook.com/SAPkureksariwarusidoarjo/> (Diakses pada tanggal 10 Juli 2021)

[https://www.instagram.com/sap\\_sidoarjo/](https://www.instagram.com/sap_sidoarjo/) (Diakses pada tanggal 10 Juli 2021)



UNIVERSITAS  
**Dinamika**