



**PERANCANGAN DESAIN MEDIA PROMOSI DI
CV.MAXIIDEA ARTA SUKSES**

LAPORAN KERJA PRAKTIK

Program Studi

S1 Desain Komunikasi Visual

Oleh :

FAHRIZAL DIDO RACHMANSYAH

18420100053

FAKULTAS DESAIN DAN INDUSTRI KREATIF

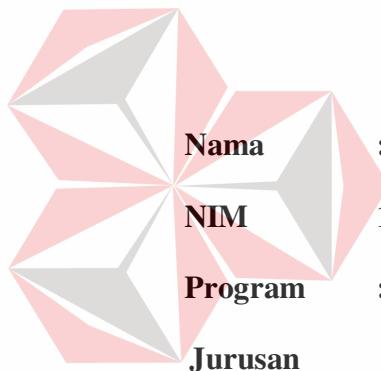
UNIVERSITAS DINAMIKA

2022

Perancangan Desain Media Promosi di CV.Maxiidea Arta Sukses

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan

Mata Kuliah Kerja Praktik



Disusun Oleh :

: FAHRIZAL DIDO RACHMANSYAH

18420100053

: S1 (STRATA SATU)

: Desain Komunikasi Visual

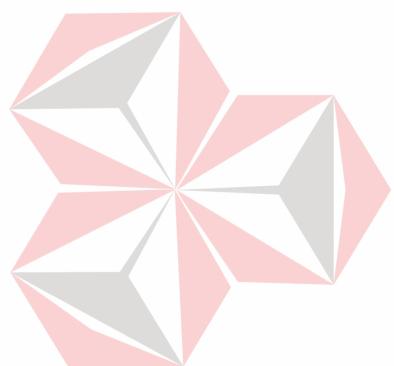
UNIVERSITAS
Dinamika

FAKULTAS DESAIN DAN INDUSTRI KREATIF

UNIVERSITAS DINAMIKA

2022

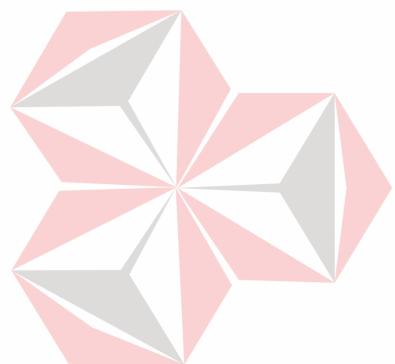
LEMBAR MOTTO



UNIVERSITAS
Dinamika

“ Yang Penting Yakin ”

LEMBAR PERSEMBAHAN



UNIVERSITAS
Dinamika

“Saya persembahkan untuk Orang tua, Sahabat dan para pembaca yang baik hati.”

LEMBAR PENGESAHAN

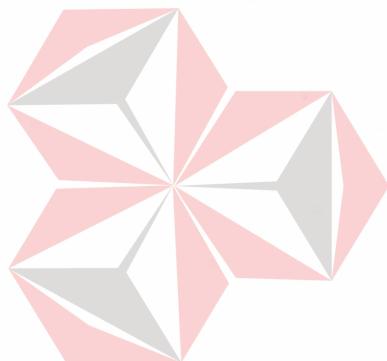
PERANCANGAN DESAIN MEDIA PROMOSI DI CV.MAXIIDEA ARTA SUKSES

Laporan Kerja Praktik Oleh :

Fahrizal Dido Rachmansyah

NIM: 18420100053

Telah diperiksa, diuji dan disetujui



UNIVERSITAS
Dinamika
Surabaya, 10 Januari 2022
Disetujui:

Pembimbing

Penyelia


Digitally signed
by Evi Farsiah
Utami
Date: 2022.01.11
15:08:24 +07'00'

Evi Farsiah Utami, S.Ds., MA.

NIDN: 0717029106

Juniarahan Bhagus

Wakil Direktur



Mengetahui,
Ketua Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual


Digitally signed by
Dhika Yuan
Yurisma, M.Ds
Date: 2022.01.11
15:57:46 +07'00'

Dhika Yuan Yurisma, M.Ds., ACA

NIDN: 0720028701

PERNYATAAN
PERSETUJUAN PUBLIKASI DAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Sebagai mahasiswa **Universitas Dinamika**, Saya :

Nama : **Fahrizal Dido Rachmansyah**
NIM : **18420100053**
Program Studi : **S1 Desain Komunikasi Visual**
Fakultas : **Fakultas Desain dan Industri Kreatif**
Jenis Karya : **Laporan Kerja Praktek**
Judul Karya : **PERANCANGAN DESAIN MEDIA PROMOSI DI CV MAXIIDEA ARTA SUKSES**

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 Royalty Free Right*) atas seluruh isi/sebagian karya ilmiah Saya tersebut diatas 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 diatas adalah hasil karya asli Saya, bukan plagiat baik sebagian maupun keseluruhan. Kutipan, karya, atau pendapat orang lain yang ada dalam karya ilmiah ini semata-mata hanya sebagai rujukan yang dicantumkan dalam Daftar Pustaka Saya.
3. Apabila dikemudian hari ditemukan dan terbukti terdapat tindakan plagiasi pada karya ilmiah ini, maka Saya bersedia untuk menerima pencabutan terhadap gelar kesarjanaan yang telah diberikan kepada Saya.

Surabaya, 30
Oktober 2021



Fahrizal Dido Rachmansyah
NIM : 18420100053

ABSTRAK

Media promosi merupakan salah satu wadah untuk memperkenalkan sebuah *brand* atau jasa kepada khalayak, Kegiatan promosi dapat dilakukan secara langsung atau dapat melalui media promosi. Media promosi adalah sarana pendukung dalam memperkenalkan sebuah produk atau jasa kepada masyarakat sedangkan promosi sendiri merupakan kegiatan dalam bidang komunikasi yang dilakukan oleh perusahaan sebagai salah satu cara untuk berkomunikasi dengan para konsumen atau pelanggan

Salah satu media promosi dari sebuah perusahaan adalah kalender perusahaan yang digunakan sebagai salah satu cara untuk memperkenalkan citra perusahaan kepada masyarakat, dan pada laporan ini penulis akan membahas tentang perancangan desain kalender sebagai salah satu media promosi yang dilakukan oleh salah satu *client* dari CV.MAXIIDEA ARTA SUKSES yaitu Bright

PLN BATAM.



Kata Kunci: *Promosi dan Media Promosi, Kalender*

UNIVERSITAS
Dinamika

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, sebab cinta kasih dan rahmat yang diberikan sehingga Peneliti dapat menyelesaikan Laporan Kerja Praktik yang berjudul “Perancangan Desain Media Promosi di CV.Maxiidea Arta Sukses”.

Laporan Kerja Praktik ini disusun dalam rangka penulisan laporan untuk menyelesaikan mata kuliah “Kerja Praktik” pada Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual di Universitas Dinamika.

Melalui kesempatan yang sangat berharga ini Peneliti menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang turut membantu dalam penyelesaian Laporan Kerja Praktik ini, terutama kepada yang terhormat :

1. Bapak Prof. Dr. Budi Jatmiko, M.Pd selaku Rektor Universitas Dinamika.
2. Bapak Dhika Yuan Yurisma, M.Ds.,ACA selaku Ketua Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual
3. Ibu Evi Farsiah Utami, S.Ds., MA. selaku Dosen Pembimbing
4. Bapak Juniarahman Bhagus selaku penyelia kerja praktik dan wakil direktur CV. MAXIIDEA ARTA SUKSES
5. Serta semua pihak CV. MAXIIDEA ARTA SUKSES dan rekan kerja praktik yang telah mendukung dan selalu memberikan masukan selama kerja praktik.
6. Kedua orang tua saya yang senantiasa memberikan dukungan dan semangat

Semoga Tuhan memberikan yang terbaik untuk kita semua terlebih yang terlibat dalam pelaksanaan Kerja Praktik ini.

Surabaya, Januari 2022

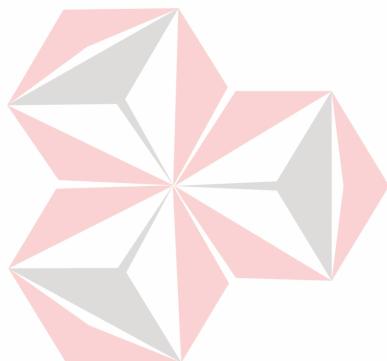
Peneliti

Daftar Isi

LEMBAR MOTTO	ii
LEMBAR PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
Daftar Gambar.....	vii
DAFTAR LAMPIRAN	i
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.3 Batasan Masalah	3
1.4 Tujuan	3
1.5 Manfaat	3
1.5.1 Manfaat Teoritis	3
1.5.2. Manfaat Praktis	4
1.6 Pelaksanaan.....	4
1.7 Sistematika Penulisan.....	4
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	6
2.1 Profil Perusahaan	6
2.2 Visi	6
2.3 Misi	7
2.4 Alamat dan Kontak Perusahaan	7
2.4.1 Foto Perusahaan	7
2.5 Struktur Organisasi Perusahaan.....	8
BAB III LANDASAN TEORI.....	9
3.1 Promosi.....	9
3.2 Komunikasi.....	9
3.3 Desain	11
3.3.1 Unsur-Unsur Desain	11
3.4 Layout	15
3.5 Tipografi.....	15
3.6 Kalender.....	16
BAB IV DESKRIPSI PEKERJAAN	19



4.1 Brief	19
4.2 Perancangan Karya	19
4.3 Diskusi	20
4.4 Konsep Visual	21
4.5 Pembagian Tugas	21
4.6 Pengumpulan Data	22
4.7 Warna.....	22
4.8 Tipografi.....	23
4.9 Proses Pengerjaan Desain	24
 BAB V PENUTUP	 28
5.1 Kesimpulan.....	28
5.2 Saran.....	28
 DAFTAR PUSTAKA	 30



UNIVERSITAS
Dinamika

Daftar Gambar

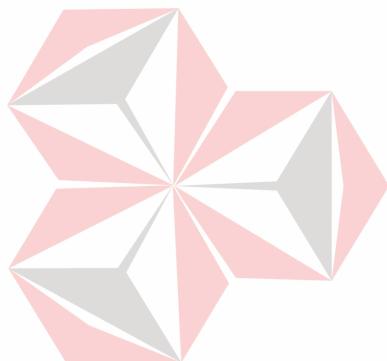
Gambar 2.1 Logo Perusahaan CV.MAXIIDEA ARTA SUKSES	6
Gambar 2.2 Suasana Kantor di CV.MAXIIDEA ARTA SUKSES	7
Gambar 2.3 Struktur Organisasi CV.MAXIIDEA ARTA SUKSES	8
Gambar 3.1 Komponen Garis	11
Gambar 3.2 Bidang	12
Gambar 3.3 Tekstur	12
Gambar 3.4 Ukuran	13
Gambar 3.5 Warna RGB	14
Gambar 3.6 Warna CMYK	14
Gambar 3.7 Kalender Dinding	17
Gambar 3.8 Kalender Duduk	18
Gambar 4.1 Logo Bright PLN Batam	19
Gambar 4.2 Kalender Bright PLN Batam 2021	20
Gambar 4.3 Warna Perusahaan Bright PLN Batam	22
Gambar 4.4 Gilroy ExtraBold	23
Gambar 4.5 Arial	24
Gambar 4.6 Pembuatan Layout dan Penempatan Material Kalender	25
Gambar 4.7 Peletakan Konten dan Ilustrasi Kalender	26
Gambar 4.8 Hasil Akhir Desain Kalender	27



UNIVERSITAS
Dinamika

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Keterangan KP (Surat Balasan)	32
Lampiran 2 Form KP 5 Hal.1 (Acuan Kerja).....	33
Lampiran 3 Form KP 5 Hal 2 (Garis Besar Rencana Kerja Mingguan).....	34
Lampiran 4 Form KP 5 Hal 3 (Garis Besar Rencana Kerja Mingguan).....	35
Lampiran 5 Form KP 6 Hal 1 (Log Harian).....	36
Lampiran 6 Form KP 6 Hal 2 (Log Harian).....	37
Lampiran 7 Form KP 7 Hal 1 (Kehadiran Kerja Praktik)	38
Lampiran 8 Form KP 7 Hal 2 (Kehadiran Kerja Praktik)	39
Lampiran 9 Kartu Bimbingan Kerja Praktik.....	40



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam dunia pemasaran kegiatan promosi digunakan sebagai salah satu cara untuk berkomunikasi yang dilakukan seseorang ataupun perusahaan kepada masyarakat luas, Menurut (Tjiptono, 2015) berpendapat bahwa kegiatan promosi merupakan sebuah bentuk komunikasi pemasaran yang dilakukan untuk menyebarkan informasi, mempengaruhi, atau membujuk untuk meningkatkan loyalitas pelanggan untuk menerima dan membeli produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan.

Kegiatan promosi sendiri bertujuan untuk meningkatkan dan memperkenalkan produk, brand, dan juga citra perusahaan kepada masyarakat, ada berbagai macam media untuk melakukan promosi yaitu media cetak dan media digital atau media elektronik, Kedua media tersebut dapat digunakan sebagai media dalam melakukan promosi.

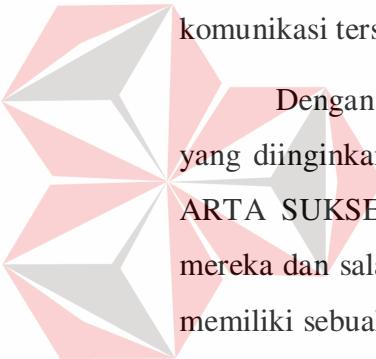
Pengertian media cetak adalah sebuah informasi yang ditempatkan pada sebuah media massa yang dicetak untuk memperkenalkan barang atau jasa kepada khalayak, pada media cetak sendiri berupa poster, brosur, banner, buku, majalah dan media cetak lainnya, sedangkan untuk media digital atau elektronik adalah sebuah informasi yang disebarluaskan secara digital dan biasanya melalui media sosial seperti instagram, facebook, twitter, dan media sosial lainnya untuk memperkenalkan barang atau jasa kepada khalayak.

Salah satu media cetak yang bisa digunakan sebagai promosi adalah kalender, Sebagai salah satu media promosi, kalender memiliki keuntungan tersendiri salah satunya adalah sebagai media promosi jangka panjang karena biasanya jika dibandingkan media cetak lainnya yang harus dibuat berulang kali agar konsumen mengingat jasa atau produk yang ditawarkan berbeda dengan kalender yang memiliki jangka waktu 12 bulan untuk memberikan informasi terkait barang atau jasa yang ingin dipromosikan dan hal tersebut tentu dapat menghemat biaya dalam melakukan promosi.

Dengan demikian masih banyak perusahaan yang menggunakan kalender sebagai media promosi karena kalender termasuk kedalam media promosi jangka panjang dan hal tersebut dapat menghemat biaya promosi yang dikeluarkan oleh perusahaan, selain itu juga kalender sangat berguna dan dibutuhkan oleh masyarakat.

Terkait dengan media promosi di CV.MAXIIDEA ARTA SUKSES sendiri seringkali mendapatkan permintaan untuk membuat sebuah media promosi dan biasanya permintaan tersebut didominasi dengan pembuatan kalender perusahaan sebagai upaya untuk mempromosikan citra perusahaan kepada para konsumen.

CV.MAXIIDEA ARTA SUKSES sendiri merupakan sebuah *creative agency* yang mana mereka membuat sebuah desain kreatif sebagai sarana komunikasi antara penjual dan pembeli baik itu sebuah perusahaan atau perorangan yang nantinya dari desain tersebut sebagai media komunikasi dan media komunikasi tersebut dapat berupa media cetak dan media digital.



Dengan menyajikan sebuah desain yang menarik dan sesuai dengan konsep yang diinginkan oleh klien hal tersebut sebagai salah satu cara CV.MAXIIDEA ARTA SUKSES untuk membangun sebuah hubungan yang baik dengan klien mereka dan salah satu klien mereka adalah BRIGHT.PLN BATAM yang dimana memiliki sebuah permintaan tentang pembuatan kalender dari tahun ke tahun.

Salah satu cara untuk menyampaikan sebuah informasi kepada orang lain yaitu melalui komunikasi dan dalam dunia pemasaran cara kita berkomunikasi dengan pelanggan adalah dengan melakukan promosi dan promosi sendiri membutuhkan sebuah media yang dinamakan media promosi.

Sebagai salah satu cara promosi, BRIGHT.PLN BATAM menggunakan kalender sebagai salah satu media promosi mereka, dan hal tersebut dikerjakan oleh CV.MAXIIDEA ARTA SUKSES dengan membuat sebuah desain kalender yang sesuai dan cocok dengan tema yang diinginkan dan menggunakan gaya desain yang tidak ketinggalan jaman.

1.2 Rumusan Masalah

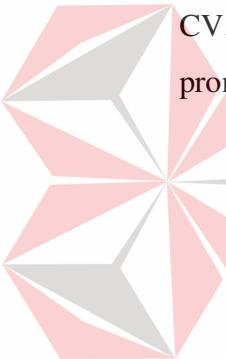
Berdasarkan latar belakang diatas maka dapat dirumuskan bahwa masalah yang ada adalah "Bagaimana cara membuat sebuah desain media promosi untuk meningkatkan citra perusahaan dimata publik ?".

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan masalah yang sudah ditentukan dalam laporan ini, penulis membatasi pembahasan dan lebih berfokus kepada desain kalender sebagai media promosi karena kalender lebih fungsional dan menjadi salah satu media promosi dengan jangka waktu yang lama. Dan disini penulis menggunakan *software* Adobe Photoshop dan Adobe Illustrator dalam membuat desain kalender.

1.4 Tujuan

Tujuan dari pembuatan laporan kerja praktik ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan meningkatkan kualitas mahasiswa maupun CV.MAXIIDEA ARTA SUKSES melalui *project* perancangan desain media promosi kalender BRIGHT PLN.BATAM

- 
1. Diharapkan dapat menambah ilmu di bidang desain yang akan diterapkan dalam dunia kerja
 2. Membantu perusahaan dalam membuat desain media promosi untuk meningkatkan citra perusahaan kepada masyarakat.

1.5 Manfaat

Laporan kerja praktik ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk berbagai pihak, manfaat tersebut antara lain.

1.5.1 Manfaat Teoritis

Laporan kerja praktik ini diharapkan dapat menambah ilmu mahasiswa dibidang desain khususnya tentang desain media promosi kalender dan dapat menambah informasi dan sebagai literatur yang bermanfaat dan sebagai referensi untuk mahasiswa desain komunikasi visual.

1.5.2. Manfaat Praktis

- a. Kerja praktik ini diharapkan dapat menambah ilmu dan menambah pengalaman baru bagi penulis untuk merasakan suasana di dunia kerja dan dapat menambah keterampilan dan kemampuan penulis di bidang desain.
- b. Melalui penggerjaan desain media promosi kalender diharapkan dapat membantu kinerja perusahaan dan memudahkan penggerjaan desain agar lebih efektif dan efisien.

1.6 Pelaksanaan



Informasi Perusahaan

Nama Perusahaan : CV. MAXIIDEA ARTA SUKSES

Telepon : (0877) - 7926 8772

Periode KP : 1 September s.d 31 Oktober 2021

Waktu : 09.00 – 17.00 WIB (Senin – Jum’at)

DINAMIK
UNIVERSITAS

1.7 Sistematika Penulisan

Laporan ini terdiri dari lima bab dan pada masing masing bab terdapat sub-bab yang menjelaskan inti pembahasan dalam penyusunan laporan.

Adapun sistematika penulisan laporan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini menjelaskan tentang latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian (terbagi menjadi dua sub-bab yaitu manfaat teoritis dan praktis), dan sistematika penulisan.

BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Pada bab ini menjelaskan gambaran umum perusahaan tempat pelaksanaan kerja praktik yaitu CV.MAXIIDEA ARTA SUKSES.

BAB III LANDASAN TEORI

Bab ini menjelaskan tentang teori, konsep, dan pengertian yang mendukung dalam penyelesaian masalah pada laporan.

BAB IV DESKRIPSI PEKERJAAN

Pada bab ini menjelaskan tentang pekerjaan yang dilakukan selama pelaksanaan kerja praktik di CV.MAXIIDEA ARTA SUKSES.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini akan membahas kesimpulan dari laporan kerja praktik dan saran dari penulis terkait permasalahan yang diangkat pada laporan kerja praktik.

DAFTAR PUSTAKA

Daftar pustaka berisi informasi terkait referensi yang digunakan penulis dalam menyusun laporan kerja praktik.

LAMPIRAN

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

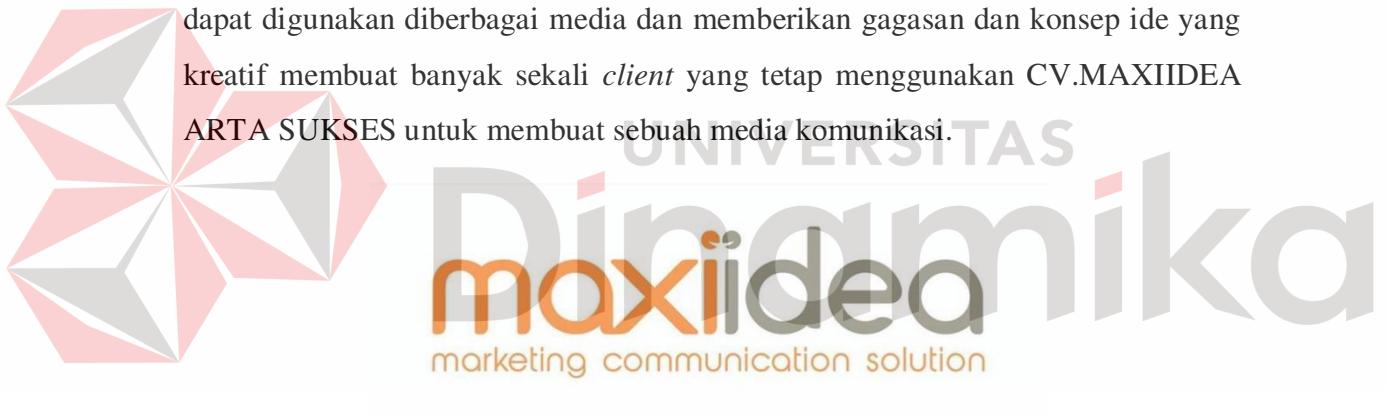
BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil Perusahaan

CV.MAXIIDEA ARTA SUKSES adalah sebuah *creative agency* yang bergerak dibidang konsultan komunikasi pemasaran yang telah berdiri sejak tahun 2011. mereka menawarkan dan melayani berbagai macam jasa yang berhubungan dengan komunikasi pemasaran mulai dari *branding, company profile, annual report, coorporate calender, coorporate profile video, website development, mobile application development, social media strategy, profesional photography, coorporate event organizer*, dan lain sebagainya.

Meskipun terletak di Surabaya CV.MAXIIDEA ARTA SUKSES memiliki berbagai macam *client* dari berbagai daerah, dengan memberikan sebuah ide yang dapat digunakan diberbagai media dan memberikan gagasan dan konsep ide yang kreatif membuat banyak sekali *client* yang tetap menggunakan CV.MAXIIDEA ARTA SUKSES untuk membuat sebuah media komunikasi.



Gambar 2.1 Logo Perusahaan CV.MAXIIDEA ARTA SUKSES

(Sumber: CV MAXIIDEA ARTA SUKSES,2021)

2.2 Visi

Menciptakan ide ide yang dapat bekerja di semua media dan menyatukan pemikiran strategis dengan konsep kreatif yang berwawasan luas untuk menghadirkan komunikasi yang efektif di berbagai media.

2.3 Misi

Dengan memberikan hasil kinerja yang terbaik dan dengan pengalaman bekerja dengan berbagai klien,CV.MAXIIDEA ARTA SUKSES dapat menjaga hubungan baik dengan para kliennya dan memberikan kepercayaan untuk para klien CV.MAXIIDEA ARTA SUKSES

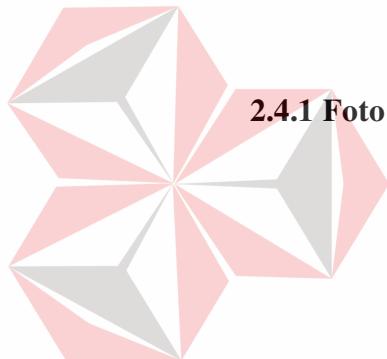
2.4 Alamat dan Kontak Perusahaan

Nama Perusahaan : CV.MAXIIDEA ARTA SUKSES

Alamat : Jl.Rungkut Permai IX No G19

Contact Person : (0877) - 7926 8772

E-mail : jun@maxiidea.com



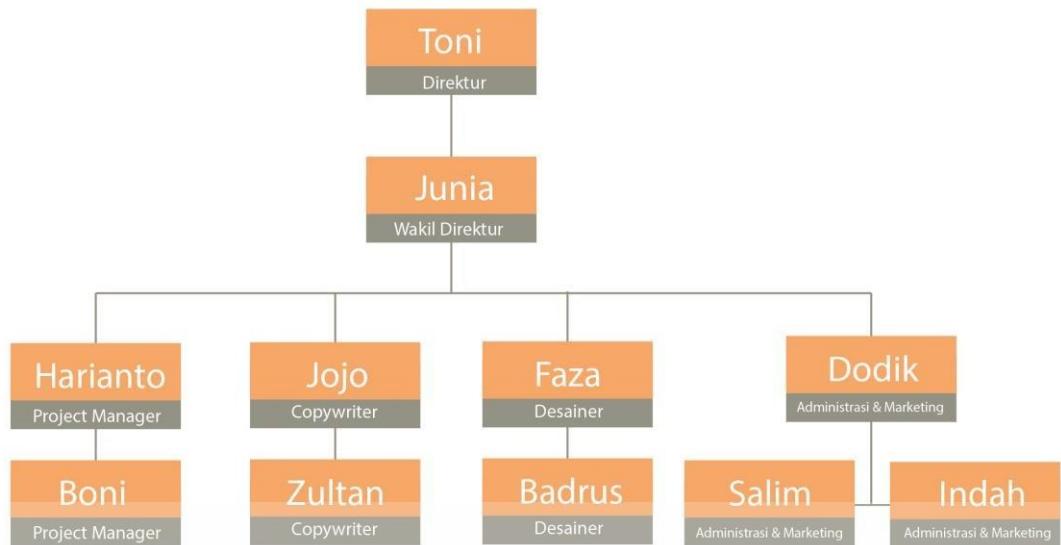
2.4.1 Foto Perusahaan



Gambar 2. 2 Suasana Kantor di CV.MAXIIDEA ARTA SUKSES

(Sumber: CV.MAXIIDEA ARTA SUKSES,2021)

2.5 Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 2.3 Struktur Organisasi CV.MAXIIDEA ARTA SUKSES

(Sumber: CV.MAXIIDEA ARTA SUKSES,2021)



BAB III

LANDASAN TEORI

3.1 Promosi

Promosi berasal dari kata *promote* dalam bahasa inggris yang diartikan sebagai mengembangkan atau meningkatkan dan dalam dunia pemasaran merupakan sebuah alat komunikasi antara penjual dan pembeli, melalui promosi penjual mencoba untuk mempengaruhi atau membujuk calon konsumen mereka untuk membeli produk yang dijual, Selain itu juga promosi dapat membantu menyebarkan informasi tentang produk atau brand perusahaan kepada masyarakat luas dan dapat juga menaikkan citra perusahaan dimata publik.

Menurut Kotler (1992) promosi mencakup seluruh bauran pemasaran (*marketing mix*) yang memiliki berperan sebagai komunikasi yang bersifat membujuk, Sedangkan menurut Tjiptono (2015) menyebutkan bahwa tujuan utama dari promosi adalah sebuah bentuk komunikasi pemasaran yang dilakukan untuk menyebarkan informasi, mempengaruhi, atau membujuk untuk meningkatkan loyalitas pelanggan untuk menerima dan membeli produk atau jasa yang ditawarkan.

Promosi pada dasarnya penting untuk dilakukan oleh sebuah perusahaan dalam memasarkan produk atau jasa yang bertujuan untuk memberitahu, memperkenalkan, menarik dan membujuk konsumen untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan.

Oleh karena itu sebuah perusahaan harus membuat kegiatan promosi yang lebih menarik dan kreatif, sehingga dapat menarik perhatian masyarakat dan kemudian mereka tertarik untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan.

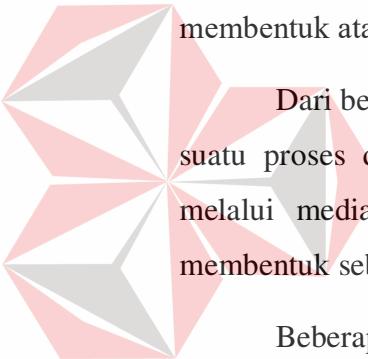
3.2 Komunikasi

Komunikasi adalah sebuah bentuk aktivitas dasar manusia untuk saling berkomunikasi, dengan berkomunikasi manusia dapat saling terhubung dan dapat juga saling bertukar informasi, komunikasi juga dapat mempengaruhi

perkembangan dalam kehidupan manusia dan juga dapat membentuk sebuah hubungan sosial antara satu sama lain, dengan demikian komunikasi dan masyarakat tidak dapat dipisahkan.

Pengertian komunikasi secara etimologis yang dijelaskan oleh Effendy dalam buku yang berjudul “Dinamika Komunikasi” (2008), menjelaskan bahwa komunikasi berasal dari bahasa latin *communicatio* yang merupakan bentuk penyempurnaan dari kata “*Communis*” yang memiliki arti “sama”. Kata “sama” yang dimaksud adalah “memiliki makna yang sama” dengan maksud bahwa orang-orang yang terlibat dalam sebuah komunikasi dapat saling memahami apa yang dikomunikasikannya sehingga tidak menimbulkan kesalahanpahaman makna.

Sedangkan definisi komunikasi secara terminologis menurut beberapa para ahli diantaranya yaitu *Janis* dan *Kelly* (1953), berpendapat bahwa “Komunikasi adalah proses individu mengirim stimulus berupa verbal yang bertujuan untuk membentuk atau mengubah perilaku orang lain (khalayak)”.



Dari beberapa pengertian diatas dapat dikatakan bahwa komunikasi adalah suatu proses dalam penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan melalui media tertentu yang bertujuan untuk menyampaikan informasi dan membentuk sebuah pemahaman.

Beberapa ahli juga mengklasifikasikan komunikasi berdasarkan konteksnya, selain istilah konteks (*context*) terdapat juga beberapa istilah lain untuk mengklasifikasikan komunikasi yaitu tingkat (*level*), bentuk (*type*), situasi (*situation*), keadaan (*setting*), jenis (*kind*), cara (*mode*), dan pertemuan (*encounter*) (Deddy Mulyana, 2000)

Susanto menyatakan bahwa ada lima konteks dalam komunikasi, yaitu komunikasi intrapersonal (*intrapersonal communication*), komunikasi antar personal (*interpersonal communication*), komunikasi kelompok (*group communication*), komunikasi organisasi (*organizational communication*), komunikasi massa (*mass communication*).

3.3 Desain

Kata desain merupakan sebuah kata serapan dari bahasa Inggris yaitu “*design*” yang dalam bahasa Indonesia memiliki arti “merancang” atau “rancangan”.

Menurut Ulrich dan Eppinger (2008) berdasarkan keterangan dari *Industrial Designers Society of America* (IDSA) mengatakan bahwa “desain merupakan layanan profesional dalam menciptakan dan mengembangkan konsep dan spesifikasi yang mengoptimalkan fungsi, nilai, dan tampilan produk dan sistem untuk saling menguntungkan antar pengguna dan produsen”.

Sedangkan menurut Sri Widarwati (2002) berpendapat bahwa desain merupakan rancangan atau gambaran suatu objek atau benda yang dibuat berdasarkan susunan garis, bentuk, warna dan tekstur.

Dari pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa desain merupakan sebuah proses perancangan dan penciptaan yang berdasarkan pada sebuah aspek teknis, fungsi, dan material.

3.3.1 Unsur-Unsur Desain

1. Garis



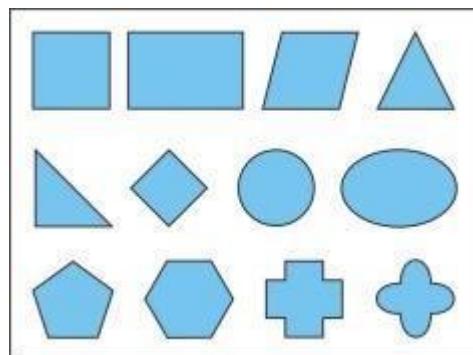
Gambar 3.1 Komponen garis

(Sumber: <http://fathimubarak.blogspot.com>, 2020)

Garis merupakan gabungan dari beberapa titik yang saling sejajar sehingga membentuk sebuah kesatuan, unsur garis akan selalu ada dalam sebuah desain, dapat berupa garis panjang, pendek, tebal, tipis, putus putus, melengkung dan lain sebagainya.

Dalam sebuah desain, garis dapat digunakan sebagai elemen utama maupun elemen pendukung (aksen) untuk mengkomunikasikan suatu makna pada sebuah desain.

2. Bidang

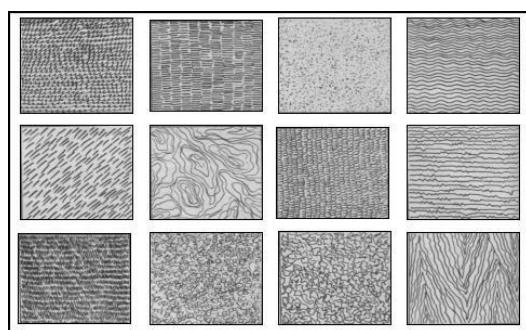


Gambar 3.2 Bidang

(Sumber: <https://pustakamateri.web.id/>, 2015)

Bidang merupakan segala sesuatu yang memiliki lebar, tinggi, dan diameter, bidang berawal dari titik awal garis yang bertemu dengan titik akhir garis. Bentuk bidang secara umum yang banyak diketahui adalah persegi, lingkaran, segitiga, lonjong, dan sebagainya. Bidang sendiri memiliki peran yang penting untuk membantu komunikasi pada sebuah desain.

3. Tekstur



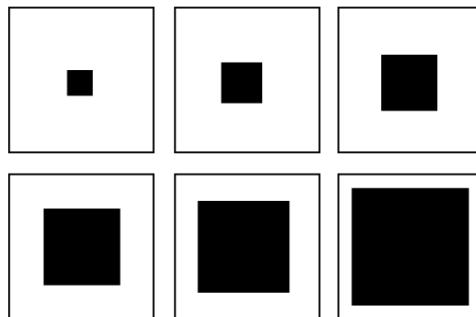
Gambar 3.3 Tekstur

(Sumber: <https://www.fesyendesign.com/>, 2020)

Pada sebuah desain, tekstur merupakan karakteristik permukaan pada sebuah benda yang dapat dilihat dan diraba atau dapat diartikan kasar atau halusnya

permukaan pada sebuah benda. Dalam sebuah desain, tekstur dapat menambah nilai estetika dan juga dapat menambah kesan pada sebuah desain visual.

4. Ukuran



Gambar 3.4 Ukuran

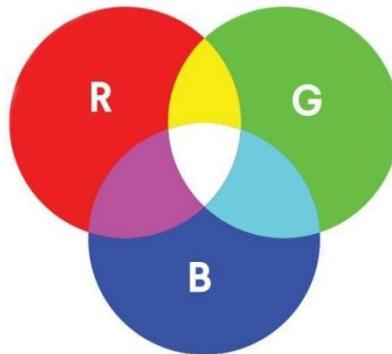
(Sumber: <https://saveasbrand.com/>, 2015)

Ukuran merupakan komponen desain yang berfungsi untuk memberikan penekanan pada besar kecilnya suatu benda atau pada elemen visual, sehingga makna atau pesan pada sebuah objek visual lebih jelas dan mudah dipahami. Contohnya seperti sebuah objek yang berukuran besar pastinya akan lebih dulu terlihat oleh *audience* daripada objek yang berukuran kecil, hal tersebut berguna untuk menentukan objek mana yang harus dilihat terlebih dahulu agar pesan yang ingin disampaikan lebih mudah dipahami.

5. Warna

Dalam sebuah desain warna memiliki berfungsi untuk memberikan makna dan tema pada sebuah desain. Dan pada umumnya warna dibagi menjadi dua kategori warna yaitu;

a. RGB (*Red, Green, Blue*)

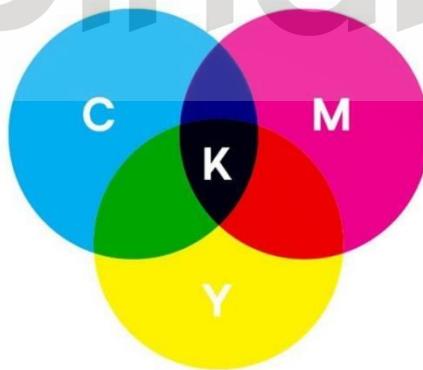


Gambar 3.5 Warna RGB

(Sumber: <http://artdesignconcept.blogspot.com/>, 2017)

Warna ini merupakan model warna yang bersifat *additive* yang biasanya digunakan untuk layar digital seperti komputer, televisi, dan *handphone*. Warna ini disebut juga sebagai warna pencahayaan karena warna yang ditampilkan cenderung terang dan apabila warna-warna tersebut dikombinasikan maka akan semakin terang dan tercipta warna baru yaitu putih. Dengan demikian warna RGB digunakan untuk warna digital dan bukan untuk warna cetak.

b. CMYK (*Cyan, Magenta, Yellow, Key/Black*)



Gambar 3.6 Warna CMYK

(Sumber: <https://www.grafis-media.website/>, 2018)

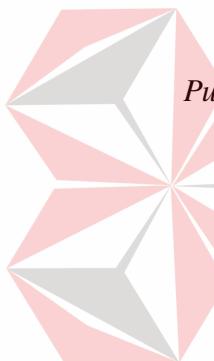
Warna CMYK merupakan sebuah model warna yang berbasis pada pengurangan gelombang cahaya (*subtractive color*) warna jenis ini pada umumnya digunakan dalam warna percetakan karena warna CMYK dapat menyerap struktur

panjang cahaya tertentu yang terdapat pada warna putih oleh karena itu warna jenis ini biasanya digunakan dalam percetakan.

3.4 Layout

Layout secara bahasa merupakan “Tata Letak”, menurut Hendratman (2008) layout adalah kegiatan untuk menyusun, mengatur ataupun memadukan unsur elemen komunikasi grafis seperti gambar, teks, table, illustrasi, dan lain sebagainya agar elemen tersebut menjadi lebih komunikatif, menarik, dan estetik.

Menurut Surianto Rustan dalam bukunya yang berjudul *Layout, Dasar dan Penerapannya*, (2008) mendefinisikan layout sebagai tata letak dari elemen-elemen desain terhadap suatu bidang dalam media tertentu untuk mendukung konsep atau pesan yang dibuat.



Dilansir dalam sebuah buku berjudul *Design Principle for Desktop Publishing*, Tom Lincy menyatakan bahwa ada 5 prinsip layout yang baik yaitu:

1. Proporsi
2. Keseimbangan
3. Kontras
4. Irama
5. Kesatuan

UNIVERSITAS
Dinamika

3.5 Tipografi

Tipografi berasal dari bahasa yunani yaitu *typos* (*mould, impression, shape*) dan *graphein* (*writing, carving*). Tipografi merupakan sebuah seni dan teknik cara menyusun, merancang, dan mengatur tata letak huruf untuk menciptakan kesan tertentu dan memberikan kenyamanan untuk pembaca dari segi keterbacaan huruf dan estetika.

Menurut Brewer (1971) dalam buku “Pengantar Tipografi” mengatakan bahwa tipografi memiliki arti luas, yang meliputi penataan dan pola halaman, atau

cetakan atau dalam arti yang lebih sempit hanya mencakup pemilihan, pengaturan, dan berbagai hal yang berkaitan dengan pengaturan jalur huruf (*set*), tidak termasuk ilustrasi dan elemen lainnya.

Dalam sebuah desain, penggunaan tipografi mampu mempengaruhi pesan yang ingin disampaikan kepada target market atau orang yang dituju, dengan menggunakan tipografi yang tepat dapat mempengaruhi pesan yang ingin disampaikan, dan dalam penyampaian pesan pemakaian tipografi dipengaruhi oleh beberapa prinsip tipografi, yaitu:

1. *Clarity*

Kejelasan pada huruf yang digunakan

2. *Readibility*

Kualitas huruf yang dapat dibaca

3. *Fonts*

Pemilihan Jenis huruf yang sesuai dan harus mudah dibaca

4. *Visibility*

Terbaca atau tidaknya suatu huruf

Dari beberapa penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa penggunaan tipografi dalam sebuah desain dapat mempengaruhi penyampaian pesan yang ingin disampaikan, selain itu dengan menggunakan tipografi yang tepat pembaca bisa mendapatkan kesan tertentu serta merasa nyaman ketika membaca, Tipografi tidak hanya menekankan pada penataan huruf, namun juga termasuk penyebaran huruf tersebut pada ruang yang tersedia.

3.6 Kalender

Istilah kalender berasal dari bahasa inggris “*calendar*” dan bahasa perancis lama “*calendier*” yang asal mulanya dari bahasa latin “*kalenderium*” yang memiliki arti buku catatan pinjaman uang.

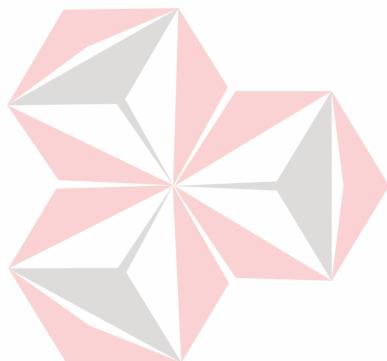
Kalender dalam bahasa indonesia adalah penanggalan dan menurut istilah, kalender diartikan sebagai suatu tabel atau deret halaman halaman yang memperlihatkan hari, pekan, dan bulan dalam satu tahun.

Menurut Azahri (2008) mengatakan bahwa kalender adalah sistem pengorganisasian satuan-satuan waktu, untuk tujuan penandaan serta perhitungan waktu dalam jangka panjang.

Dari penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa kalender berfungsi sebagai media untuk melihat, menghitung, dan menandai hari, pekan, dan bulan dalam jangka waktu satu tahun.

Kalender juga terdiri dari beberapa jenis, antara lain:

- a. Kalender Dinding



Gambar 3.7 Kalender Dinding

(Sumber: <https://www.printerous.com/>, 2022)

Kalender dinding merupakan salah satu jenis kalender yang paling banyak diminati, kalender dinding biasanya terdiri dari 2 sampai 12 halaman per kalender, dan biasanya kalender dinding menggunakan bahan kertas yang lebih tipis seperti kertas HVS 80 Gsm, HVS 100 Gsm, Art Paper 120, dan Art Paper 150.

b. Kalender Duduk



Gambar 3.8 Kalender Duduk

(Sumber: <https://www.printerous.com/>, 2022)

Kalender duduk memiliki bentuk yang lebih simpel jika dibandingkan dengan kalender dinding, kalender duduk biasanya terdiri dari 4 sampai 13 halaman. Dan biasanya dihalaman depan digunakan sebagai cover kalender dan dihalaman kedua dan seterusnya digunakan sebagai tempat penanggalan. Material kertas yang digunakan juga lebih tebal seperti kertas Art Carton 210, Art Carton 230, dan Art Carton 260.

BAB IV

DESKRIPSI PEKERJAAN

4.1 Brief

Dari beberapa *project* yang telah dikerjakan penulis pada masa kerja praktik, Penulis memilih salah satu *project* pembuatan *prototipe* kalender untuk Bright PLN Batam sebagai salah satu upaya mempromosikan citra perusahaan dimata publik.

Brief yang diberikan adalah membuat sebuah *prototipe* kalender dinding dan kalender duduk untuk tahun 2022 dengan tema adaptif dan kolaboratif dalam mengatasi perubahan (karena isu covid masih mendominasi kendala global dan pertumbuhan ekonomi), dan dengan target konsumen B2B, B2C, dan karyawan, dan dengan menggunakan warna perusahaan yaitu abu-abu, orange, putih dan biru sebagai warna pada kalender.



4.1 Logo Bright PLN Batam

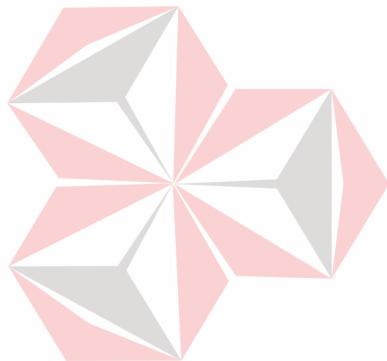
(Sumber: CV.MAXIIDEA ARTA SUKSES, 2021)

4.2 Perancangan Karya

Dalam proses perancangan karya yang sesuai dengan konsep dan brief yang telah diberikan, penulis mencari beberapa refrensi dari internet yang berkaitan dengan desain kalender seperti layout, tipografi, dan gaya desain kalender yang sesuai dengan konsep pada brief yang telah diberikan.

Selain refrensi dari internet, penulis juga menggunakan kalender tahun lalu dari Bright PLN Batam yang telah dibuat oleh CV.MAXIIDEA ARTA SUKSES

sebagai salah satu ide penulis dalam perancangan konsep desain kalender Bright PLN Batam untuk tahun 2022 mendatang.



Gambar 4.2 Kalender Bright PLN Batam 2021

(Sumber: CV.MAXIIDEA ARTA SUKSES, 2021)

4.3 Diskusi

Diskusi dilakukan dengan rekan rekan desainer dari CV.MAXIIDEA ARTA SUKSES setelah mencari berbagai refrensi desain kalender agar mempermudah proses perancangan desain kalender dan agar sesuai dengan target market, dan tema yang diinginkan oleh klien. Diskusi juga bertujuan untuk mengetahui dan menambah ilmu bagi penulis tentang bagaimana membuat sebuah desain kalender yang menarik dan juga sesuai dengan tema dan konsep yang diinginkan oleh klien.

4.4 Konsep Visual

Setelah melakukan diskusi dengan rekan rekan desainer akhirnya telah ditetapkan bahwa perancangan desain kalender menggunakan ilustrasi sebagai penyampaian pesan pada konten kalender. Maka dari itu penulis dan rekan magang penulis merancang sebuah konsep visual yang manarik dan sesuai dengan tema pada brief yang telah diberikan.

Konsep visual ini dapat mempermudah penulis dalam memvisualisasikan desain kalender yang akan dirancang, pada proses ini penulis mampu mencari desain yang sesuai dan menarik untuk para pelanggan dari Bright PLN Batam dan dapat menyesuaikan gaya desain dengan tema yang ada dalam brief.

Konsep visual dari perancangan desain kalender berdasarkan beberapa refensi dari internet dan desain kalender Bright PLN Batam tahun sebelumnya yang digunakan penulis sebagai ide dalam membuat sebuah desain kalender, penggunaan ilustrasi bertujuan untuk membantu dan memudahkan dalam penyampaian pesan yang ingin disampaikan kepada pelanggan dari Bright PLN Batam.

4.5 Pembagian Tugas

Setelah membuat konsep visual pada kalender, penulis dan rekan magang penulis melakukan pembagian tugas dalam perancangan desain kalender Bright PLN Batam. Pada proses ini penulis mengerjakan perancangan desain *layout* kalender untuk Bright PLN Batam dan untuk perancangan desain ilustrasi pada konten kalender dikerjakan oleh rekan magang penulis.

Pengerjaan desain *layout* kalender yang dikerjakan oleh penulis meliputi penempatan konten kalender, pemilihan *font*, penggunaan warna pada kalender, pembuatan dan penempatan penanggalan, dan penempatan data data perusahaan Bright PLN Batam seperti logo perusahaan, alamat perusahaan, dan website perusahaan pada kalender.

4.6 Pengumpulan Data

Proses pengumpulan data dilakukan agar pesan yang ingin disampaikan pada desain kalender dapat tersampaikan dengan baik kepada konsumen, pengumpulan data juga berupa logo perusahaan, kontak perusahaan, tagline, dan konten yang nantinya diterapkan pada desain kalender, Hal tersebut penting untuk memperkenalkan perusahaan Bright PLN Batam dan juga sebagai salah satu cara perusahaan untuk berkomunikasi dengan para pelanggannya.

4.7 Warna

Warna yang digunakan pada desain kalender adalah warna abu-abu, orange, putih, dan biru yang merupakan warna perusahaan Bright PLN Batam, warna tersebut juga memiliki makna tersendiri seperti warna orange yang memiliki makna kehangatan dan keoptimisan dan warna ini mengkomunikasikan aktifitas dan energi.

Selanjutnya warna biru memiliki arti yaitu komunikatif dan dapat dipercaya dan warna biru cocok digunakan sebagai warna perusahaan, warna putih memberikan kesan simpel dan minimalis dan dapat memberikan makna kesempurnaan, dan yang terakhir adalah warna abu-abu yang memberikan kesan canggih dan elegan dan perpaduan warna tersebut sangat cocok menggambarkan Bright PLN Batam.



Gambar 4.3 Warna Perusahaan Bright PLN Batam

(Sumber: Olahan Penulis, 2021)

4.8 Tipografi

Penggunaan tipografi dalam sebuah desain komunikasi sangatlah penting untuk menyampaikan informasi, menggunakan tipografi yang tepat dapat mempengaruhi sebuah pesan yang ingin disampaikan, dan dalam desain kalender Bright PLN Batam, penulis menggunakan jenis huruf *sans serif* agar memiliki kesan yang santai.

Penulis memilih tipe huruf *bold* pada penulisan *headline* dan untuk penulisan isi konten pada kalender penulis memilih tipe huruf *regular*, jenis font yang digunakan juga menyesuaikan dengan tema, warna, dan ilustrasi pada kalender, jenis font yang digunakan pada desain kalender yaitu:

1. Gilroy ExtraBold

Pada penulisan *Headline* penulis menggunakan *font* gilroy extrabold, font jenis ini memiliki huruf yang tebal dan jelas dengan tujuan agar para pembaca dapat membaca dengan jelas dan mendapatkan kenyamanan dalam membaca, dan juga para pembaca dapat langsung tertuju pada pesan yang ingin disampaikan pada konten kalender.



Gambar 4.4 Gilroy ExtraBold

(Sumber: Olahan Penulis, 2021)

2. Arial

Pada penulisan isi konten kalender, penulis menggunakan *font* Arial, font ini berjenis *sans serif* dan memiliki bentuk huruf yang tipis daripada *font* pada *headline/judul* pada konten kalender.

Font ini digunakan penulis untuk menjelaskan isi konten yang ada di kalender dan menyampaikan informasi pada konten tersebut, penggunaan font Arial juga bertujuan untuk mempermudah pembaca dalam membaca sebuah informasi yang mengandung banyak kalimat



Gambar 4.5 Arial

(Sumber: Olahan Penulis, 2021)

4.9 Proses Penggerjaan Desain

Pada proses penggerjaan desain, penulis menggunakan *software* Adobe Illustrator dalam membuat desain kalender Bright PLN Batam, sebelumnya penulis telah melakukan diskusi dengan rekan rekan desainer dari CV. MAXIIDEA ARTA SUKSES terkait dengan desain kalender dan telah disepakati dan telah disetujui oleh penulis dan rekan desainer CV.MAXIIDEA ARTA SUKSES terkait perancangan desain kalender Bright PLN Batam.

Dan pada tahap ini penulis memvisualisasikan perancangan desain kalender tersebut kedalam bentuk *digital* dengan menggunakan *software* Adobe Illustrator yang merupakan *software* berbasis *vector*.

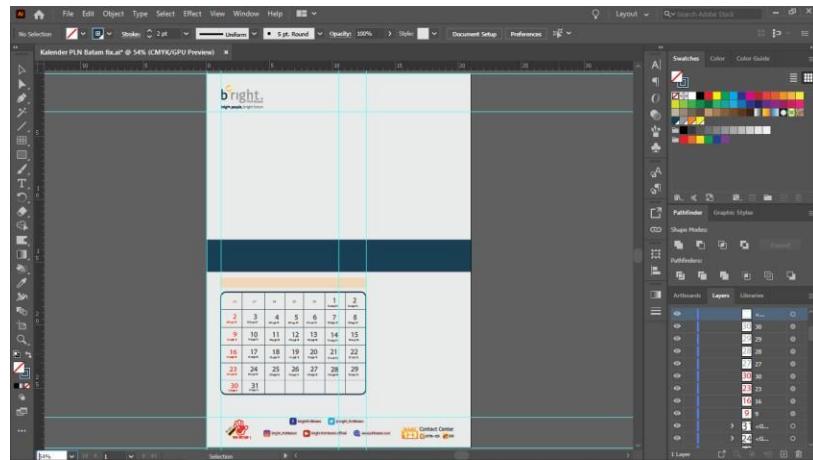
Penulis akan menjelaskan tahapan tahapan dalam pembuatan desain kalender dari salah satu klien CV.MAXIIDEA ARTA SUKSES yaitu Bright PLN Batam, tahapan yang harus dilewati antara lain:

1. Pembuatan layout dan Penempatan Material pada Konten Kalender

Berdasarkan warna dan tipografi yang telah ditentukan dan disetujui, penulis membuat layout dan penempatan material yang dibutuhkan dalam kalender Bright PLN Batam.

Pada gambar dibawah ini penulis akan menampilkan proses pembuatan tata letak/*Layout* yang telah dirancang dengan menggunakan warna yang telah disepakati sebelumnya yaitu abu-abu, orange, putih, dan biru, selain itu penulis juga

menampilkan tata letak dari material yang dibutuhkan dalam kalender seperti logo perusahaan Bright PLN Batam, alamat perusahaan, kontak perusahaan, website, dan sosial media perusahaan Bright PLN Batam.



Gambar 4.6 Pembuatan Layout dan Penempatan Material Kalender

(Sumber: Olahan Penulis, 2021)



Pada gambar diatas penulis menggunakan warna abu-abu sebagai warna background pada kalender agar terlihat lebih simpel dan lebih elegan, logo perusahaan ditempatkan pojok kiri atas kalender agar terlihat jelas dan untuk website, sosial media, dan kontak perusahaan diletakkan dibagian bawah kalender agar lebih rapi dan teratur.

Pada bagian tengah kalender penulis menggunakan *shape* persegi panjang berwarna biru yang digunakan sebagai tempat untuk konten pada kalender Bright PLN Batam dan diatasnya digunakan sebagai tempat untuk ilustrasi kalender.

Bagian penanggalan pada kalender ditempatkan dibagian kiri dan pada bagian penanggalan penulis menggunakan *shape* persegi berwarna biru sebagai pembatas dan agar terlihat lebih rapih, disebelah kanan pada bagian penanggalan tersisa ruang kosong yang nantinya digunakan penulis sebagai tempat kalender kecil tahun sebelumnya yang bertujuan untuk mengisi bagian kosong kalender dan agar terlihat lebih menarik.

2. Peletakan Konten dan Ilustrasi Kalender

Pada proses ini penulis menentukan tata letak konten kalender yang berupa judul konten dan isi, Konten pada kalender bertujuan untuk meningkatkan citra perusahaan Bright PLN Batam dimata masyarakat, dan juga peletakan desain ilustrasi yang sebelumnya telah dirancang oleh rekan magang penulis, penggunaan ilustrasi pada kalender bertujuan untuk memudahkan penyampaian pesan pada konten kalender.



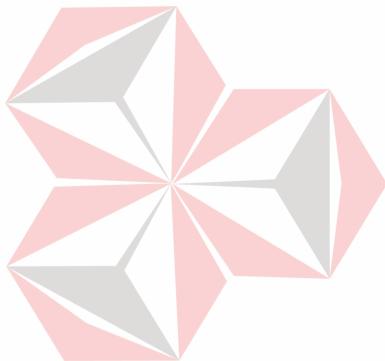
Gambar 4.7 Peletakan Konten dan Ilustrasi Kalender

(Sumber: Olahan Penulis, 2021)

3. Hasil Akhir

Proses ini merupakan hasil akhir dari perancangan desain kalender Bright PLN Batam, dalam tahap sebelumnya penulis telah melakukan diskusi dengan rekan rekan desainer dari CV.MAXIIDEA ARTA SUKSES terkait dengan desain kalender dan hasil dari diskusi tersebut telah disetujui oleh pihak terkait. Setelah perancangan desain telah disetujui sampailah pada hasil akhir yang nantinya akan dikirimkan ke klien.

Pada tahap ini masih bisa dilakukan revisi apabila klien ingin merubah, menambahi, atau mengurangi aspek desain pada kalender, file hasil akhir di *save* dengan format *RGB* untuk dikonsultasikan kepada pihak klien terlebih dahulu dan jika sudah mencapai kesepakatan antara klien dan pihak CV.MAXIIDEA ARTA SUKSES file hasil akhir akan dikirim dengan format *CYMK* karena file tersebut akan dicetak menjadi kalender perusahaan.



Gambar 4.8 Hasil Akhir Desain Kalender

(Sumber: Olahan Penulis, 2021)

UNIVERSITAS
Dinamika

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

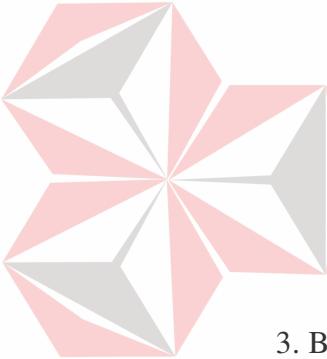
Dalam perancangan desain media promosi dari salah satu klien CV.MAXIIDEA ARTA SUKSES penulis memperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Promosi merupakan hal yang sangat penting dalam memperkenalkan sebuah produk atau jasa untuk meningkatkan penjualan, dan bagi perusahaan kegiatan promosi dapat meningkatkan citra perusahaan dimata publik
2. Kalender dapat digunakan sebagai salah satu media promosi dan merupakan media promosi berjangka panjang, oleh karena itu masih banyak perusahaan yang menggunakan kalender sebagai salah satu media promosi guna meningkatkan citra perusahaan di mata publik
3. Dalam proses pengerjaan desain media promosi kalender dibutuhkan kerja sama tim dari penulis dan rekan rekan dari CV.MAXIIDEA ARTA SUKSES agar desain yang dihasilkan menarik dan sesuai dengan keinginan klien.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil uraian laporan kerja praktik diatas, adapun beberapa saran yang dapat penulis berikan, sebagai berikut:

1. Bagi Mahasiswa
 - a) Mahasiswa harus mencari tempat kerja praktik yang sesuai dengan bidang dan keahlian yang dimiliki
 - b) Mahasiswa harus beradaptasi dengan baik pada lingkungan perusahaan dan mematuhi aturan yang ada dalam perusahaan dengan baik
 - c) Adanya kewajiban untuk mengerjakan pekerjaan yang diberikan dengan penuh tanggung jawab

- 
- d) Mahasiswa berkewajiban untuk mempelajari, meningkatkan, dan mengasah *soft skill* maupun *hard skill* yang telah diajarkan oleh perusahaan selama masa kerja praktik maupun setelahnya
 - e) Mahasiswa perlu merasakan bagaimana bekerja di sebuah *creative agency* agar mendapatkan pengalaman dan lebih siap saat memasuki dunia kerja
 - f) Mahasiswa wajib menjaga sikap dan nama baik dari kampus agar hubungan baik antara pihak perusahaan dan pihak kampus dapat terjaga dengan baik

2. Bagi Universitas

- a) Menjaga hubungan baik dengan perusahaan sehingga dapat mempermudah mahasiswa generasi selanjutnya dalam mencari tempat kerja praktik
- b) Memaksimalkan sosialisasi dan pelatihan sebagai bekal mahasiswa untuk melaksanakan kegiatan kerja praktik

3. Bagi Perusahaan

- a) Tetap memberikan bimbingan dan arahan pekerjaan dengan baik kepada peserta kerja praktik sehingga dapat membantu pekerjaan dalam perusahaan dengan maksimal
- b) Tetap menciptakan lingkungan kerja yang baik, ramah, dan harmonis untuk menciptakan kenyamanan bagi pegawai maupun peserta kerja praktik
- c) Tetap memberikan pelayanan dan hasil kerja yang baik demi kemajuan perusahaan kedepannya

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku

- Djuarsa Sendjaja. (1994). *Materi Pokok : Teori Komunikasi*, Universitas Terbuka, Jakarta.
- H, A, W Widjaya. (1997). *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*, PT. Bumi Aksara, Jakarta.
- Tonuny Suprapto, M. Si. (2009). *Pengantar Teori dan Manajemen Komunikasi*, Meclia Pressind, Yogyakarta.
- Onong Uchjana Effendy, (2008). *Dinamika Komunikasi*, Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Surianto Rustan, (2008). *Layout, Dasar & Penerapannya*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

Sumber Artikel Jurnal

- Norma Amaliah, Achmad Yanu, Sigit Prayitno. (2015). *Perancangan Media Promosi PT Petronika Sebagai Upaya Pembentukan Citra Perusahaan dalam Jurnal Desain Komunikasi Visual*, Institut Bisnis dan Informatika STIKOM Surabaya, Surabaya.
- Nurhadi, Z., & Kurniawan, A. (2017). KAJIAN TENTANG EFEKTIVITAS PESAN DALAM KOMUNIKASI. *Jurnal Komunikasi Hasil Pemikiran dan Penelitian*, 90-95.
- Laksana, D. (2010). *Pengantar Desain Grafis. D3-T.I UDINUS*, 1-15
- Sudiana, D. (2001). *Pengantar Tipografi*. 325-326

Sumber Internet

<https://belajarekonomi.com/promosi/> (diakses pada 11 November 2021)

<https://www.maxmanroe.com/pengertian-promosi.html> (diakses pada 20 November 2021)

<https://daridesignstudio.com/pengertian-layout/> (diakses pada 05 Desember 2021)

<http://kreasipresentasi.com/unsur-unsur-desain-grafis/> (diakses pada 12 Desember 2021)

<https://www.gurupendidikan.co.id/pengertian-tipografi/> (diakses pada 12 Desember 2021)

<https://blog.porinto.com/keuntungan-promosi-menggunakan-kalender/> (diakses pada 13 Desember 2021)

<https://www.soocadesign.com/blog/perbedaan-kalender-dinding-meja-dan-poster/> (diakses pada tanggal 14 Desember 2021)

<https://tandahijau.com/kalender-sebagai-media-promosi/> (diakses pada tanggal 14 Desember 2021)

<http://repository.radenfatah.ac.id/5121/3/BAB%20II.pdf> (diakses pada 15 Desember 2021)

<http://repository.unpas.ac.id/28874/1/BAB%20II.pdf> (diakses pada 15 Desember 2021)

<https://repository.dinamika.ac.id/id/eprint/5704/2/18420100086-2021-UNIVERSITASDINAMIKA.pdf> (diakses pada 16 Desember 2021)

<http://eprints.unm.ac.id/4229/1/unsur-unsur%20desain.pdf> (diakses pada 17 Desember 2021)