



**PERANCANGAN LOGO EVENT JAMBORE PETANI MUDA 1
(LOGO, PHOTOBOOTH, BACKDROP PRESS CONFERENCE,
SERTIFIKAT, DESAIN FONT KAOS)**

KERJA PRAKTIK



Program Studi

S1 Desain Komunikasi Visual

Oleh:

FAHMIFIRASIRABBANY

14420100031

UNIVERSITAS
Dinamika

**FAKULTAS TEKNOLOGI DAN INFORMATIKA
INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA STIKOM
SURABAYA
2017**

LAPORAN KERJA PRAKTIK
PERANCANGAN LOGO EVENT JAMBORE PETANI MUDA 1
(LOGO, *PHOTOBOOTH*, *BACKDROP PRESS CONFERENCE*,
SERTIFIKAT, DESAIN FONT KAOS)

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan
Program Sarjana Desain Komunikasi Visual



UNIVERSITAS

Dinamika

Oleh:

Nama : Fahmi Firasi Rabbany

NIM : 14420100031

Program Studi : S1 Desain Komunikasi Visual

FAKULTAS TEKNOLOGI DAN INFORMATIKA
INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA STIKOM SURABAYA

LEMBAR MOTTO



UNIVERSITAS
Dinamika

“If you never try, You’ll never know”

LEMBAR PERSEMBAHAN



UNIVERSITAS
Dinamika

“Aku persembahkan untuk kedua orang tua dan kekasih”

LEMBAR PENGESAHAN

**PERANCANGAN LOGO EVENT JAMBORE PETANI MUDA 1 (LOGO,
PHOTOBOOTH, BACKDROP PRESS CONFERENCE, SERTIFIKAT,
DESAIN FONT KAOS)**

Laporan Kerja Praktik oleh

Fahmi Firasi Rabbany

NIM: 14.42010.0031

Telah diperiksa, diuji dan disetujui

Surabaya, 7 Januari 2018

Disetujui :



Dosen Pembimbing

Florens Debora Patricia, M.Pd

NIDN. 07200489505

Penyelia



Adi Prasetyo, A.Md

NIP. 2156270

Mengetahui,

Ketua Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual



Siswo Martono, S.Kom., M.M.

NIDN. 0726027101

PERNYATAAN
PERSETUJUAN PUBLIKASI DAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Sebagai mahasiswa **Universitas Dinamika**, Saya :

Nama : **Fahmi Firasi Rabbany**
NIM : **14420100031**
Program Studi : **S1 Desain Komunikasi Visual**
Fakultas : **Fakultas Desain dan Industri Kreatif**
Jenis Karya : **Laporan Kerja Praktik**
Judul Karya : **PERANCANGAN LOGO EVENT JAMBORE PETANI MUDA 1 (LOGO, PHOTOBOOTH, BACKDROP PRESS CONFERENCE, SERTIFIKAT, DESAIN FONT KAOS)**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

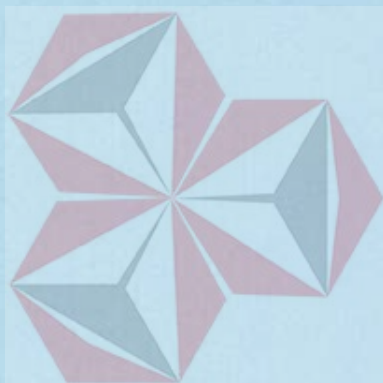
1. Demi pengembangan Ilmu Pengetahuan, Teknologi dan Seni, Saya menyetujui memberikan kepada **Universitas Dinamika** Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-Exclusive Royalty Free Right*) atas seluruh isi/sebagian karya ilmiah Saya tersebut diatas untuk disimpan, dialihmediakan, dan dikelola dalam bentuk 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.

Demikian surat pernyataan ini Saya buat dengan sebenar-benarnya.

Surabaya, 07 Januari 2018



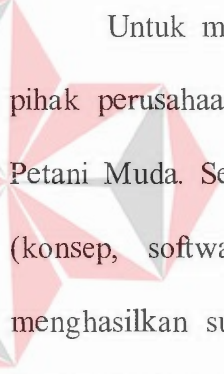
Fahmi Firasi Rabbany
NIM : 14420100031



UNIVERSITAS **ABSTRAK**
Dinamika

ABSTRAK

PT. Petrokimia Gresik adalah salah satu perusahaan di bawah naungan PT. Pupuk Indonesia yang bergerak di bidang produsen pupuk di Indonesia. Pada saat ini PT. Petrokimia Gresik sedang mengadakan acara jambore untuk para petani muda yang ada di kota Gresik. PT Petrokimia Gresik belum memiliki desain untuk mendukung acara tersebut. Untuk mengatasi permasalahan tersebut maka solusinya adalah membuat perancangan desain media untuk acara Jambore Petani Muda. Dengan membantu perancangan desain tersebut untuk memudahkan pelaksanaan acara Jambore Petani Muda 1.



Untuk merancang media acara tersebut, penulis menggunakan data dari pihak perusahaan agar desain tersebut dapat digunakan untuk acara Jambore Petani Muda. Setelah mendapatkan data-data, dilanjutkan dengan proses desain (konsep, software, warna, tipografi, dan lain-lain). Dari proses tersebut menghasilkan suatu media untuk “membungkus” acara Jambore Petani Muda menjadi lebih baik dan di dalam desain tersebut tetap mempertahankan karakter PT Petrokimia Gresik.

Media yang dibutuhkan di sini berupa file yang berbentuk (.ai) (Adobe Illustrator). Format ini dipilih agar dapat digunakan sewaktu-waktu oleh perusahaan jika mengadakan acara jambore untuk petani muda di lain waktu. Serta memudahkan pihak perusahaan ketika ingin mencetak secara langsung melalui jasa percetakan. KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan yang Maha Esa, karena berkat dan rahmatNya penulis dapat menyelesaikan Laporan Kerja Praktik yang

berjudul “Perancangan Logo *Event* Jambore Petani Muda 1 (Logo, *Photobooth*, *Backdrop Press Conference*, *Sertifikat*, *Desain Font Kaos Event* Jambore Petani Muda 1 PT. Petrokimia Gresik)” ini dapat terselesaikan.

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

Melalui kesempatan yang sangat berbahagia ini penulis menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu penyelesaian Laporan Kerja Praktik ini, terutama kepada yang terhormat :

1. Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan kemudahan dalam menyelesaikan Laporan Kerja Praktik ini.
2. Kedua Orangtua yang telah memberikan doa dan dukungannya.
3. Bapak Prof. Dr. Budi Jatmiko, M.Pd selaku rektor.
4. Ibu Florens Debora Patricia, M.Pd selaku dosen pembimbing.
5. Bapak Nugroho Christijanto selaku Direktur Utama PT. Petrokimia Gresik.
6. Ibu Tjaturtjitra Suhitarini, SE. MM selaku Manger Pengembangan SDM PT. Petrokimia Gresik.

7. Adi Prasetyo, A.Md selaku pembimbing yang telah mendampingi selama periode kerja praktik dimulai hingga berakhir di PT. Petrokimia Gresik.

8. Semua divisi promcansar yang tidak disebutkan satu persatu dalam kesempatan ini yang telah memberikan bantuan moral dan materil dalam proses penyelesaian laporan ini.

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



UNIVERSITAS
Dinamika

Surabaya, 7 Januari 2018

Penulis



UNIVERSITAS **DAFTAR ISI**
Dinamika

DAFTAR ISI

LEMBAR MOTTO	ii
LEMBAR PERSEMBAHAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
1.1 latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	3
1.3 Batasan Masalah	3
1.4 Tujuan	4
1.5 Manfaat	4
1.6 Pelaksanaan	4
1.7 Sistematika Penulisan	5
BAB II	9
GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	9
2.1 Profil Perusahaan	9
2.2 Sejarah PT. Petrokimia Gresik	9
2.3 Lokasi PT. Petrokimia Gresik	11
2.4 Visi Dan Misi PT. Petrokimia Gresik	12
2.5 Overview Perusahaan	12
2.5.1 Perkembangan Logo Perusahaan PT. Petrokimia Gresik dari tahun ke tahun	13
2.5.2 Beberapa Gambar Lokasi Kantor Dan Ruang Kantor Perusahaan PT. Petrokimia Gresik	15
2.6 Produk Pupuk Non Pupuk Dan Jasa Yang Ditawarkan Oleh PT. Petrokimia Gresik	17
2.6.1 Produk Pupuk Yang Ditawarkan Oleh PT. Petrokimia Gresik	17

2.6.2 Produk Non - Pupuk Yang Ditawarkan Oleh PT. Petrokimia Gresik ..	26
2.6.3 Jasa Yang Ditawarkan Oleh PT. Petrokimia Gresik	37
BAB III	38
LANDASAN TEORI	38
3.1 Media Promosi.....	38
3.2 Definisi Media Promosi	38
3.3 Tujuan Media Promosi	40
3.4 Definisi Desain	41
3.5 Elemen – Elemen Pada Dasar Desain	41
3.6 Prinsip Desain	43
3.7 Warna	44
3.8 Logo	49
3.9 Kriteria Logo	51
3.10 Layout	51
3.11 Tahapan Proses Layout	52
BAB IV	54
DESKRIPSI PEKERJAAN	54
4.1 Creative Brief	55
4.2 Observasi	56
4.3 Pengambilan Data	56
4.4 Penentuan Software	57
4.5 Perancangan Karya	57
4.5.1 Warna Corporate	59
4.6 Hasil Karya	59
4.7 Perancangan Logo <i>Event</i> Dan Media Promosi Jambore Petani Muda	1 60
BAB V	63
PENUTUP	63
5.1 Kesimpulan	63
5.2 Saran	64
DAFTAR PUSTAKA	65
LAMPIRAN	66
BIODATA PENULIS	74

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 2.1 Logo PT. Petrokimia Gresik pada 10 Juli 1972 – 24 Juni 1976	13
Gambar 2.2 Logo PT. Petrokimia Gresik pada 25 Juni 1976 – 13 Mei 1979	13
Gambar 2.3 Logo PT. Petrokimia Gresik pada 1 April– 13 Juli 2014	14
Gambar 2.4 Logo PT. Petrokimia Gresik pada 10 Juli 2014 hingga saat ini	14
Gambar 2.5 Ruang rapat divisi promcansar	15
Gambar 2.6 Suasana ruang kantor saat jam kerja berlangsung	15
Gambar 2.7 Suasana ruang kantor saat jam kerja berlangsung	16
Gambar 2.8 Saat pelaksanaan kerja praktik berlangsung	16
Gambar 3.1 Lingkaran Warna Teori Brewster	45
Gambar 3.2 Lingkaran Warna Primer Teori Brewster	45
Gambar 3.3 Lingkaran Warna Sekunder Teori Brewster	46
Gambar 3.4 Lingkaran Warna Tersier Teori Brewster	47
Gambar 3.5 Lingkaran Warna Netral Teori Brewster	47
Gambar 4.1 Supergrafis PT. Petrokimia Gresik	59
Gambar 4.2 Logo <i>Event</i> Jambore Petani Muda 1	60
Gambar 4.3 Desain <i>Photobooth Event</i> Jambore Petani Muda 1	61
Gambar 4.4 Desain <i>Backdrop Press Conference Event</i> Jambore Petani Muda 1	62
Gambar 4.5 Desain Sertifikat <i>Event</i> Jambore Petani Muda 1	63
Gambar 4.6 Desain <i>Font Kaos Event</i> Jambore Petani Muda 1	65

DAFTAR TABEL

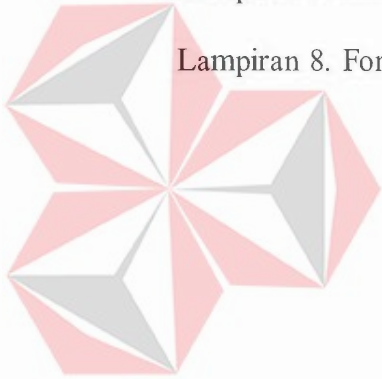
	Halaman
Tabel 1.1 Skema Penulisan	6
Tabel 4.1 Skema Konsep Perancangan	55



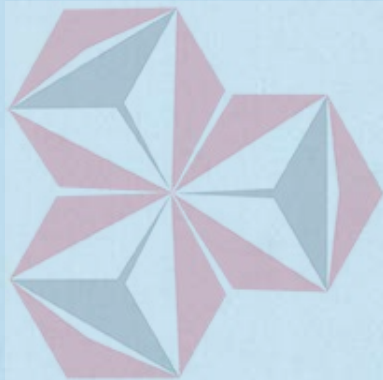
UNIVERSITAS
Dinamika

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Surat Balasan Kerja Praktik	66
Lampiran 2. Form KP-5 (Halaman 1)	67
Lampiran 3. Form KP-5 (Halaman 2)	68
Lampiran 4. Form KP-6 (Halaman 1)	69
Lampiran 5. Form KP-6 (Halaman 2)	70
Lampiran 6. Form KP-7	71
Lampiran 7. Kartu Bimbingan	72
Lampiran 8. Form Akhir Kerja Praktik	73



UNIVERSITAS
Dinamika



UNIVERSITAS BABI
Dinamika
PENDAHULUAN

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 latar Belakang Masalah

PT. Petrokimia Gresik merupakan produsen pupuk terlengkap di Indonesia yang memproduksi berbagai macam pupuk seperti: Urea, ZA, SP-36, ZK, NPK Phonska, NPK Kebomas, dan pupuk *organic* Petroganik. PT. Petrokimia Gresik merupakan pabrik pupuk yang awal berdirinya disebut Proyek Petrokimia Surabaya. Kontrak pembangunannya ditandatangani pada tanggal 10 Agustus 1964 dan mulai berlaku tanggal 8 Desember 1964. Proyek ini diresmikan oleh Presiden Republik Indonesia pada tanggal 10 Juli 1972, yang kemudian tanggal tersebut ditetapkan sebagai hari jadi PT Petrokimia Gresik. Saat ini PT. Petrokimia Gresik sedang mengadakan event jambore untuk para petani muda. Tujuan dari event Jambore Petani Muda ini bertujuan untuk mensosialisasikan atau mengkampanyekan seputar manfaat dari pupuk serta kualitas yang dimiliki oleh PT. Petrokimia Gresik serta melatih para petani muda menjadi lebih baik dan bangga menjadi petani.

Menurut website <http://constesis.blogspot.co.id/2011/12/definisi-event-special-event-dan-jenis.html> Getz (1997) mendefinisikan event itu sebagai “*Event are transient, and every event is a unique blending of its duration setting, management, and people.*” Yang diartikan *event* adalah hal yang fana, tidak abadi, dan setiap *event* merupakan suatu campuran unik dari durasi, pengaturan, pengurus, dan orang – orangnya. Sedangkan menurut Allen (2002) mendefinisikan

special event sebagai berikut “*Special Event are defined as specific rituals, presentation, performances or celebration that are consciously planned and created to mark special occasion or to archive particular social, cultural or corporate objective.* “Yang artinya *spesial event* adalah suatu ritual istimewa, penunjukan, penampilan, atau perayaan yang pasti direncanakan dan dibuat untuk menandai acara – acara khusus atau untuk mencapai tujuan sosial, budaya, atau suatu tujuan secara bersama – sama.

Jenis *event* dibedakan menjadi *public event* dan *private event*. Yang termasuk Dalam *public event* adalah : Perayaan budaya, seni atau hiburan, bisnis atau perdagangan, kompetisi olahraga, pendidikan dan ilmu pengetahuan, rekreasi, serta politik atau kenegaraan. Sedangkan *private event* meliputi perayaan pribadi seperti peringatan hari jadi liburan keluarga, pesta pernikahan, dan pesta ulangtahun, serta *event – event* sosial seperti pesta – pesta, gala, dan acara reuni (Getz, 1997).

Tujuan diadakannya *event* beraneka ragam, antara lain untuk bersosialisasi antar golongan atau kelompok, mengadakan acara yang bersifat kampanye agar masyarakat yang turut serta di dalamnya mendapatkan manfaat dari *event* tersebut, menyebarkan informasi kepada target, Memberikan pengetahuan/mindset yang lebih mendalam implementasi tentang *event* yang telah diselenggarakan, dan lain-lainnya.

PT. Petrokimia Gresik belum memiliki beberapa desain alternatif untuk mendukung *event* Jambore Petani Muda yang diselenggarakan pada tanggal 23 Juli 2017 yang berlokasi di wisma kebomas Gresik. Oleh karena itu diperlukan adalah desain yang dapat mendukung *event* petani muda seperti photobooth,

backdrop *press conference*, sertifikat, desain font kaos) untuk suksesnya *event* Jambore Petani Muda 1. Desain yang telah dibuat juga akan memberikan tambahan citra profesionalitas untuk perusahaan di mata para petani dan tentunya secara tidak langsung PT Petrokimia Gresik juga membutuhkan pembaharuan desain.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dibahas pada bab 1, maka dapat dirumuskan bahwa permasalahan PT. Petrokimia Gresik adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Perancangan Desain logo untuk event Jambore Petani Muda 1 PT. Petrokimia Gresik ?
2. Bagaimana Perancangan desain photobooth, backdrop *press conference*, sertifikat, dan desain font kaos yang menarik untuk *event* Jambore Petani Muda 1 ?

1.3 Batasan Masalah

Adapun batasan masalah yang nantinya akan digunakan yaitu :

1. Desain logo event Jambore Petani Muda 1 PT. Petrokimia Gresik.
2. Perancangan desain photobooth, backdrop *press conference*, sertifikat, dan desain kaos.
3. Berupa file (.ai).

1.4 Tujuan

Tujuan dari kerja praktik yang dilakukan adalah sebagai berikut :

“Membuat desain logo beserta stationery set yang menarik untuk *event* Jambore Petani Muda 1 PT. Petrokimia Gresik.“

1.5 Manfaat

Sesuai dengan tujuan yang diharapkan dari laporan Kerja Praktik ini, maka manfaat dari perancangan desain ini adalah :

1. Memberikan solusi perancangan desain yang menarik untuk *event* Jambore Petani Muda 1 PT. Petrokimia Gresik.
2. Memberikan kontribusi kepada perusahaan untuk berjalan dan suksesnya *event* Jambore Petani Muda 1 PT. Petrokimia Gresik.

1.6 Pelaksanaan

a) Detail Perusahaan

Nama Perusahaan	: PT. Petrokimia Gresik
Nama peneylia	: Nugroho Christijanto (Direktur Utama)
Produk	: Produsen Pupuk (Subsidi dan Non Subsidi)
	Non Pupuk
	Jasa
Alamat	: Jl. Jendral Achmad Yani
Telepon	: (031)3981811,3982100,398220
Fax	: (031)3981722,3982272
Email	: pkg@petrokimia-gresik.com

b) Periode

Tanggal Pelaksanaan : 03 Juli – 31 Juli 2017

Waktu : 07.00 – 15.00 WIB

1.7 Sistematika Penulisan

Agar para pembaca dapat memahami dengan mudah persoalan dan pembahasannya, maka penulisan dari laporan kerja praktik ini akan dibuat dengan sistematika yang nantinya dari beberapa bab yang di dalamnya terdapat penjabaran masalah, yakni:



UNIVERSITAS
Dinamika

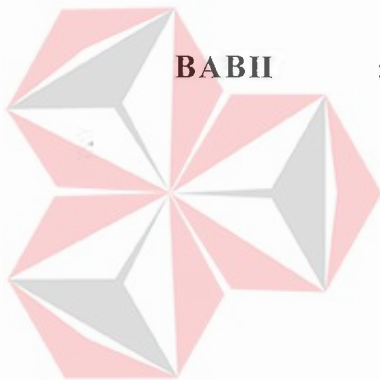


Tabel 1.1 Skema Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini akan membahas tentang perumusan dan penjelasan masalah umum, sehingga nantinya akan diperoleh suatu gambaran umum mengenai seluruh penelitian yang dilakukan oleh penulis.

Dalam bab ini akan menyangkut beberapa masalah yang nantinya akan meliputi tentang: Latar Belakang Masalah, Perumusan Masalah, Pembatasan Masalah, Tujuan, Kontribusi, dan dilanjutkan oleh Sistematika Kerja Praktik.

**BAB II : PROFIL PERUSAHAAN**

Pada bab ini akan membahas tentang informasi umum PT Petrokimia Gresik, visi dan misi serta motto PT Petrokimia Gresik, struktur organisasi PT Petrokimia Gresik, serta produk yang dihasilkan oleh PT Petrokimia Gresik.

BAB III : LANDASAN TEORI

Pada bab ini akan membahas mengenai metode pelaksanaan kerja praktik, mulai dari teknik hingga progress kerja.

BAB IV : DESKRIPSI PEKERJAAN

Pada bab ini akan membahas deskripsi pekerjaan, dimana hasil perancangan selama melaksanakan kerja praktik di PT Petrokimia berdasarkan permasalahan dan metode perancangan yang telah dikerjakan.

BAB V : KESIMPULAN

Pada bab ini akan membahas mengenai kesimpulan dari pembuatan perancangan media promosi yang terkait dengan tujuan dan permasalahan yang ada, serta saran untuk pengembangan perancangan media promosi bagi PT Petrokimia Gresik.



UNIVERSITAS
Dinamika



UNIVERSITAS BABII
GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

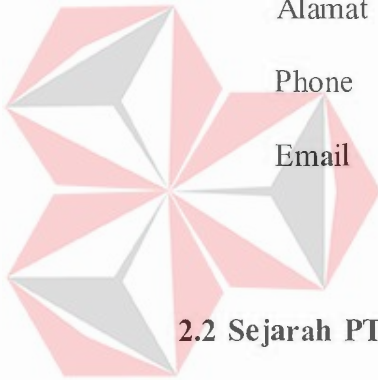
Dinamika

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil Perusahaan

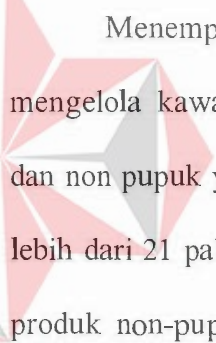
Nama Perusahaan	: PT. PETROKIMIA GRESIK
Produk	: Produsen Pupuk (Subsidi dan Non Subsidi), Non Pupuk Jasa
Alamat	: Jl. Jendral Achmad Yani Gresik 61119
Phone	: (031)3981811,3982100,3982200
Email	: pkg@petrokimia-gresik.com



2.2 Sejarah PT. Petrokimia Gresik

PT. Petrokimia Gresik adalah salah satu produsen pupuk yang mendapat amanah dari pemerintah untuk ikut memenuhi kebutuhan pupuk nasional dalam rangka mewujudkan kedaulatan dan kemandirian pangan nasional. Awalnya, proyek pembangunan pabrik pupuk di Kota Gresik – Jawa Timur dilakukan oleh pemerintah pada tahun 1964. Proyek pembangunan pabrik pupuk ini diberi nama Proyek Petrokimia Surabaya. Setelah beberapa tahun mengalami penundaan karena faktor kesulitan biaya, pembangunan pabrik pupuk ini akhirnya berhasil diselesaikan, dan pengoperasian perdananya secara resmi dilakukan pada tanggal 10 Juli 1972 oleh Presiden Republik Indonesia Soeharto. Tanggal 10 Juli kemudian ditetapkan sebagai hari jadi PT. Petrokimia Gresik.

Seiring dengan perjalanan waktu serta perkembangan perekonomian nasional dan global, PT. Petrokimia Gresik pun mengalami perubahan status perusahaan, pada tahun 2012 struktur korporasinya berada di bawah PT. Pupuk Indonesia (Persero) atau *Pupuk Indonesia Holding Company* (PIHC). Bermula dari produksi pupuk berbasis Nitrogen, PT. Petrokimia Gresik mengembangkan kemampuannya untuk memproduksi pupuk berbasis Fosfat, dan kemudian berkembang lagi ke arah produksi pupuk majemuk. Dari berbagai langkah inovasi dan pengembangan pabrik yang dilakukan, PT. Petrokimia Gresik telah bermetaformosis dari sekadar pabrik pupuk menjadi sebuah industri pupuk terlengkap dan terbesar di Indonesia.



Menempati areal seluas lebih dari 450 hektar, PT. Petrokimia Gresik mengelola kawasan industri secara terpadu, serta menghasilkan produk pupuk dan non pupuk yang berdaya saing tinggi. PT. Petrokimia Gresik mengoperasikan lebih dari 21 pabrik yang terdiri dari pabrik pupuk dan pabrik yang memproduksi produk non-pupuk, dengan kuantum produksi di atas 6 juta ton/tahun. Melalui kegiatan riset dan inovasi yang terus dilakukan, PT. Petrokimia Gresik berhasil menemukan dan mengembangkan produk-produk baru, antara lain pupuk NPK spesifik lokasi dan komoditi, pupuk hayati, biokomposer, probiotik, benih unggul, dan beras berindeks gilkemik renda. PT. Petrokimia Gresik juga mampu mengolah sisa produksi pupuk menjadi produk yang bermanfaat seperti Kapur Pertanian.

PT. Petrokimia Gresik adalah industri yang berbasis teknologi. Di tengah pesatnya kemajuan teknologi dan persaingan yang semakin tajam dalam industri pupuk dan produk kimia, PT. Petrokimia Gresik mampu membangun keunggulan

kompetitif melalui pengembangan produk-produk yang mampu bersaing di pasar global. Dikombinasikan dengan profesionalisme yang terus ditempa, keunggulan kompetitif ini menjadikan PT. Petrokimia Gresik sebagai pemimpin dalam industri yang ditekuninya.

2.3 Lokasi PT. Petrokimia Gresik

Kantor Pusat

Jl. Jendral Achamad Yani – Gresik 61119

Telp : (031)3981811,3982100,3982200

Fax : (031)3981722, 3982272

Email : pkg@petrokimia-gresik.com

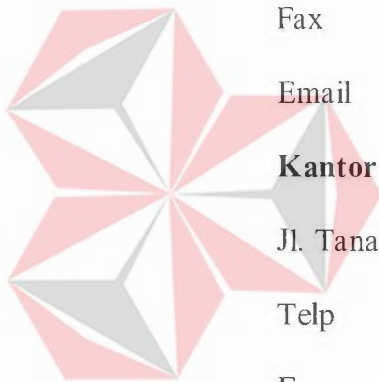
Kantor Perwakilan

Jl. Tanah Abang III No. 16, Jakarta 10160

Telp : (021) 3446459, 3446645

Fax : (021) 3841994

Email : perjaka@petrokimia-gresik.com



UNIVERSITAS
Dinamika

2.4 Visi Dan Misi PT. Petrokimia Gresik

Visi PT. Petrokimia Gresik

Menjadi produsen pupuk dan produk kimia lainnya yang berdaya saing tinggi dan produknya paling diminati konsumen.

Misi PT. Petrokimia Gresik

- Mendukung penyediaan pupuk nasional untuk tercapainya program swasembada pangan.
- Meningkatkan hasil usaha untuk menunjang kelancaran kegiatan operasional dan pengembangan usaha perusahaan.



2.5 Overview Perusahaan

Dalam melakukan sebuah kerja praktik, sangat penting sekali dalam mengenal dan menyesuaikan diri dari lingkungan perusahaan. Baik itu perorangan hingga dari segi lingkungan sekitar perusahaan. Karna hal ini sangat lah berguna ketika berjalannya masa kerja untuk kedepannya. Perusahaan PT. Petrokimia Gresik sendiri memiliki kantor pusat dan kantor perwakilan. Kantor pusat yang berlokasi di Jl. Jendral Achmad Yani – Gresik, dan kantor perwakilan yang berlokasi di Jl. Tanah Abang III No. 16, Jakarta.

2.5.1 Perkembangan Logo Perusahaan PT. Petrokimia Gresik dari tahun ke tahun



**PERUM
PETROKIMIA GRESIK**

Gambar 2.1 Logo PT. Petrokimia Gresik pada 10 Juli 1972 – 24 Juni 1976

(Sumber majalah GEMA PT. Petrokimia Gresik Desember 2014 edisi 255

hal.4)



Gambar 2.2 Logo PT. Petrokimia Gresik pada 25 Juni 1976 – 13 Mei 1979

(Sumber majalah GEMA PT. Petrokimia Gresik Desember 2014 edisi 255

hal.4)



Gambar 2.3 Logo PT. Petrokimia Gresik pada 1 April 1979 – 13 Juli 2014
(Sumber majalah GEMA PT. Petrokimia Gresik Desember 2014 edisi 255
hal.4)



Gambar 2.4 Logo PT. Petrokimia Gresik pada 10 Juli 2014 hingga saat ini
(Sumber majalah GEMA PT. Petrokimia Gresik Desember 2014 edisi 255
hal.4)

2.5.2 Beberapa Gambar Lokasi Kantor Dan Ruangan Kantor Perusahaan PT. Petrokimia Gresik



Gambar 2.5 Ruang rapat divisi promcansar



Gambar 2.6 Suasana ruang kantor saat jam kerja berlangsung



Gambar 2.7 Suasana ruang kantor saat jam kerja berlangsung



Gambar 2.8 Saat pelaksanaan kerja praktik berlangsung

2.6 Produk Pupuk Non Pupuk Dan Jasa Yang Ditawarkan Oleh PT. Petrokimia Gresik

2.6.1 Produk Pupuk Yang Ditawarkan Oleh PT. Petrokimia Gresik

PUPUK UREA (SNI 02-2801-1998)

Spesifikasi

- Kadar air maksimal 0,50%
- Kadar Biuret maksimal 1%
- Kadar Nitrogen minimal 46%
- Bentuk butiran tidak berdebu
- Warna putih (non subsidi)
- **Warna pink untuk Urea Bersubsidi**
- Dikemas dalam kantong dengan isi 50 kg

Sifat Pupuk Urea

- Higroskopis
- Mudah larut dalam air

PUPUK ZA (SNI 02-1760-2005)

Spesifikasi

- Nitrogen minimal 20,8%
- belerang minimal 23,8%
- Kadar air maksimal 1%

- kadar Asam Bebas sebagai H_2SO_4 maksimal 0,1%
- Bentuk kristal
- Warna putih
- **Warna orange untuk ZA bersubsidi**
- Dikemas dalam kantong bercap Kerbau Emas dengan isi 50 kg

Sifat dan keunggulan pupuk ZA

- Tidak higroskopis
- Mudah larut dalam air
- Digunakan sebagai pupuk dasar dan susulan
- Senyawa kimianya stabil sehingga tahan disimpan dalam waktu lama
- Dapat dicampur dengan pupuk lain
- Aman digunakan untuk semua jenis tanaman
- Meningkatkan produksi dan kualitas panen
- Menambah daya tahan tanaman terhadap gangguan hama, penyakit dan kekeringan
- Memperbaiki rasa dan warna hasil panen

PUPUK SP 36 (SNI 02-3769-2005)

Spesifikasi

- Kadar P_2O_5 total minimal 36%
- Kadar P_2O_5 larut Asam Sitrat minimal 34%
- Kadar P_2O_5 larut dalam air minimal 30%
- Kadar air maksimal 5%

- Kadar Asam Bebas sebagai H_3PO_4 maksimal 6%
- Bentuk butiran
- Warna abu-abu
- Dikemas dalam kantong bercap Kerbau Emas dengan isi 50 kg

Sifat, manfaat dan keunggulan pupuk SP 36

- Tidak higroskopis
- Mudah larut dalam air
- Sebagai sumber unsur hara Fosfor bagi tanaman
- Memacu pertumbuhan akar dan sistim perakaran yang baik
- Memacu pembentukan bunga dan masaknya buah/biji
- Mempercepat panen
- Memperbesar prosentase terbentuknya bunga menjadi buah/biji
- Menambah daya tahan tanaman terhadap gangguan hama, penyakit dan kekeringan

PUPUK ZK (SNI 02-2809-2005)

Spesifikasi

- Kalium (K_2O) : 50%
- Sulfur (S) : 17%
- Kadar Klorida (Cl) maksimal 2,5%
- Kadar air maksimal 1%
- Bentuk powder/serbuk

- Warna putih
- Dikemas dalam kantong bercap Kerbau Emas dengan isi 50 kg

Sifat, manfaat dan keunggulan pupuk ZK

- Tidak higroskopis
- Mudah larut dalam air
- Sumber unsur hara Kalium dan Belerang dengan kadar cukup tinggi
- Dapat dicampur dengan pupuk lain
- Aman digunakan untuk semua jenis tanaman
- Memperkuat daya tahan tanaman terhadap serangan hama penyakit
- Merupakan pilihan terbaik untuk memenuhi kebutuhan unsur hara Kalium
- Untuk tanaman **Tembakau**: memperbaiki kelenturan dan warna daun, meningkatkan produksi daun dan jumlah bulu serta minyak daun, memperbaiki aroma dan rasa rokok, meningkatkan daya bakar rokok
- Untuk tanaman **Kentang** : meningkatkan produksi umbi, dan daya tahan umbi selama penyimpanan
- Untuk tanaman **Nanas**: meningkatkan produksi buah, kadar gula, rasa dan aroma buah, meningkatkan daya tahan buah selama penyimpanan

PUPUK PHONSKA PLUS (SNI 2803-2012)

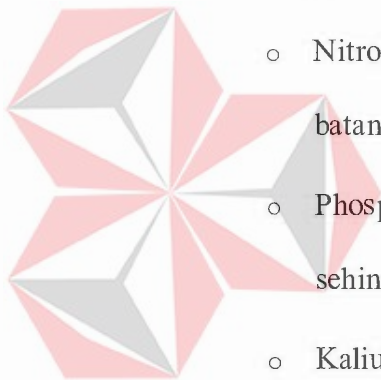
Spesifikasi

- Nitrogen (N): 15%
- Fosfat (P_2O_5): 15%
- Kalium (K_2O): 15%

- Sulfur (S) : 9%
- Seng (Zn) : 2.000 ppm
- Bentuk granul
- Warna putih
- Dikemas dalam kantong bercap kerbau emas dengan isi bersih 25 kg.

Sifat, manfaat dan keunggulan pupuk PHONSKA PLUS

- Higroskopis
- Larut dalam air
- Mengandung unsur hara makro primer
 - Nitrogen untuk memacu pertumbuhan vegetatif tanaman pada batang, daun, dan akar.
 - Fosfor yang berperan dalam pembentukan bunga dan buah sehingga dapat meningkatkan hasil panen
 - Kalium untuk meningkatkan ketahanan tanaman dari serangan hama/penyakit dan kekeringan
- Mengandung unsur hara makro sekunder berupa Sulfur yang berperan dalam meningkatkan kualitas dan daya simpan hasil panen
- Diperkaya dengan unsur hara mikro Zink (Zn), merupakan unsur hara mikro esensial yang dapat memaksimalkan pemanfaatan unsur hara N-P-K-S dalam membentuk daun, batang, akar, bunga dan buah serta meningkatkan ketahanan tanaman terhadap serangan hama/penyakit.



PUPUK PHONSKA / PUPUK MAJEMUK NPK (SNI 02-2803-2000)**Spesifikasi**

- Nitrogen (N): 15%
- Fosfat (P_2O_5): 15%
- Kalium (K_2O): 15%
- Sulfur (S) : 10%
- Kadar air maksimal 2%
- Bentuk butiran
- Warna merah muda
- Dikemas dalam kantong dengan isi bersih 50 dan 20 kg.

Sifat, manfaat dan keunggulan pupuk PHONSKA

- Higroskopis
- Mudah larut dalam air
- Mengandung unsur hara N, P, K dan S sekaligus
- Kandungan unsur hara setiap butir pupuk merata
- Larut dalam air sehingga mudah diserap tanaman
- Sesuai untuk berbagai jenis tanaman
- Meningkatkan produksi dan kualitas panen
- Menambah daya tahan tanaman terhadap gangguan hama, penyakit dan kekeringan
- Menjadikan tanaman lebih hijau dan segar karena banyak mengandung butir hijau daun

- Memacu pertumbuhan akar dan sistem perakaran yang baik
- Memacu pembentukan bunga, mempercepat panen dan menambah kandungan protein
- Menjadikan batang lebih tegak, kuat dan dapat mengurangi risiko rebah
- Memperbesar ukuran buah, umbi dan biji-bijian
- Meningkatkan ketahanan hasil selama pengangkutan dan penyimpanan.
- Memperlancar proses pembentukan gula dan pati.

Pupuk Petroganik



Spesifikasi:

- C-organik	Minimal 15%
- C/N ratio	15 – 25
- Kadar air	Maksimal 8-20%
- pH	4 – 9
- Warna	Coklat kehitaman
- Bentuk	Granul

Manfaat / Kegunaan:

Memperbaiki struktur dan tata udara tanah sehingga penyerapan unsur hara oleh akar tanaman menjadi lebih baik

Meningkatkan daya sangga air tanah sehingga ketersediaan air dalam tanah menjadi lebih baik

Menjadi penyangga unsur hara dalam tanah sehingga pemupukan menjadi lebih efisien

- Sesuai untuk semua jenis tanah dan jenis tanaman

Pupuk Petro Biofertil

Spesifikasi :

- o Mikroba penambat N dan penghasil zat pengatur tumbuh (Azospirillum sp, Azotobacter sp, Pseudomonas sp.)
- o Mikroba pelarut fosfat (Aspergillus sp, Penicillium sp.)
- o Mikroba perombak bahan organik (Streptomyces sp.)
- o Bahan pembawa : Mineral dan Organik



UNIVERSITAS
Dinamika

Manfaat / Kegunaan

- o Mengefektifkan penggunaan pupuk an-organik, khususnya N dan P
- o Meningkatkan Ketersediaan hara N dan P dalam tanah sehingga meningkatkan hasil panen.

Pupuk KCL

Spesifikasi:

- Kadar K_2O 60%
- Warna Merah / Putih

- Bentuk Kristal
- Sifat Larut dalam air

Keunggulan:

- Membuat tanaman lebih tegak dan kokoh
- Meningkatkan daya tahan tanaman terhadap serangan hama, penyakit, dan kekeringan
- Meningkatkan pembentukan gula dan pati
- Meningkatkan ketahanan hasil panen selama pengangkutan dan penyimpanan

Pupuk Rock Phosphate



Spesifikasi:

- Kadar P_2O_5 min. 28%
- Kadar air maks. 1,59%
- Warna kuning abu-abu
- Bentuk Tepung
- Kemasan karung plastik dengan herat 50 kg

Kegunaan

- o Memacu pertumbuhan akar dan pemhentukan perakaran yang baik
- o Mempercepat pemhentungan bunga serta masaknya buah dan hiji
- o Meningkatkan komponen hasil panen tanaman hiji-hijian

2.6.2 Produk Non - Pupuk Yang Ditawarkan Oleh PT. Petrokimia Gresik

CEMENT RETARDER (SNI 15-0715-1989)

Spesifikasi

- Kadar $\text{Ca}_2\text{SO}_4 \cdot 2\text{H}_2\text{O}$ minimal 91%
- Impuritis: P_2O_5 maksimal 0,5%, P_2O_5 Ws maks. 0,02%
- Kadar air bebas maks. 8%
- Fluor maks. 0,5%
- SO_3 minimal 42%
- Air kristal minimal 19%

- Bentuk butiran

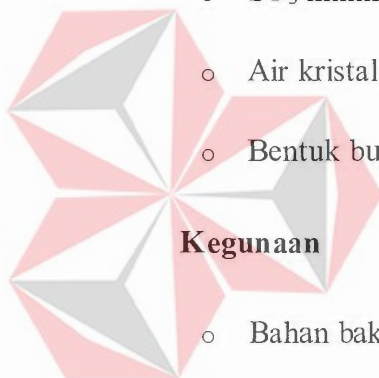
Kegunaan

- Bahan baku pembuatan semen

AMONIAK (SNI 06-0045-1987)

Spesifikasi

- Kadar Amoniak minimal 99,5%
- Impuritis H_2O maksimal 0,5%
- Minyak maksimal 10 ppm
- Bentuk cair



UNIVERSITAS
Dinamika

Kegunaan

- Industri pupuk (Urea, ZA, DAP, MAP, dan Phonska)
- Bahan kimia (Asam Nitrat, Amonium Nitrat, Soda Ash, Amonium Chlorida, dll)
- Media pendingin (pabrik es, cold storage, refrigerator)
- Industri makanan (MSG, Lysine.

ASAM SULFAT (SNI 06-0030-1996)

Spesifikasi



- Kadar H_2SO_4 minimal 98%
- Impuritis
Chlorida (Cl) maksimal 10 ppm, Nitrate (NO_3) maksimal 5 ppm, Besi (Fe) maksimal 50 ppm, Timbal (Pb) maksimal 50 ppm
- Bentuk cair

Kegunaan

- Industri pupuk (ZA, SP 36, SP 18)
- Bahan kimia (Asam Fosfat, Tawas, PAC, Serat Rayon, Alkohol, Detergen)
- Industri makanan (bumbu masak (MSG), Lysine, dll)
- Industri Tekstil, spiritus, utilitas pabrik, dan pertambangan

ASAM FOSFAT (SNI 06-2575-1992)

Spesifikasi

- Kadar P_2O_5 minimal 50%
- Impuritis: SO_3 maksimal 4%, CaO maksimal 0,7%, MgO maksimal 1,7%, Fe_2O_3 maksimal 0,6%, Al_2O_3 maksimal 1,3%, Chlor maks. 0,04%, Flour maks. 1%
- Suspended solid maks. 1%
- Specific gravity maks. 1,7%
- Warna coklat sampai hitam keruh

- Bentuk cair

Kegunaan

- Industri pupuk
- Bahan kimia
- Industri makanan (Lysine, MSG, pabrik gula, dll)

GRANULATED GYPSUM

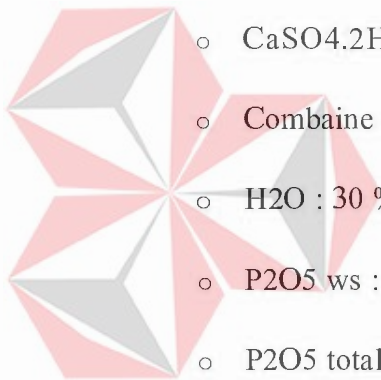
- $CaSO_4 \cdot 2H_2O$: 91 % min
- Combaine Water: 18 % min
- H_2O : 9% max
- P_2O_5 ws : 0.08 % max
- P_2O_5 total: 0.5 % max

PURIFIED GYPSUM

- $\text{CaSO}_4 \cdot 2\text{H}_2\text{O}$: 91 % min
- Combaine Water: 18 % min
- H_2O : 20 % max
- P_2O_5 ws : 0.5 % max
- P_2O_5 total : 1.0 % max

CRUDE GYPSUM

- $\text{CaSO}_4 \cdot 2\text{H}_2\text{O}$: 94 % min
- Combaine Water: 18 % min
- H_2O : 30 % max
- P_2O_5 ws : 0.08 % max
- P_2O_5 total : 1.0 % max



UNIVERSITAS
Dinamika

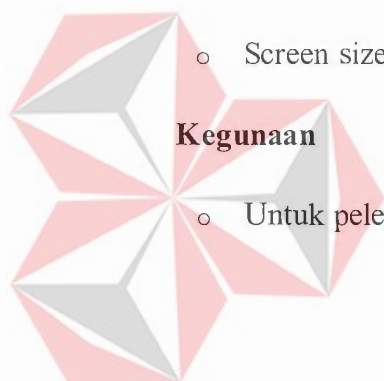
FLUOSILICIC ACID (H_2SiF_6)

- H_2SiF_6 (Purity) : 16 % min
- HF (free) : 0.80 % max
- SO_4 : 0.25 % max
- Ca : 0.20 % max
- Pb: 0.01 % max

ALUMINIUM FLUORIDA (SNI 06-2603-1992)

Spesifikasi

- Kadar AlF_3 minimal 94%
- Impuritis: Silikat (SiO_2) maksimal 0,20%, P_2O_5 maks. 0,02%
- Besi (Fe_2O_3) maksimal 0,05%
- Air sebagai H_2O maksimal 0,35%
- Untamped density minimal 0,75 mg/ml
- Hilang pijar 110-500 C maks. 1,00 %
- Screen size+150 : 20-50 %
- Screen size +200 : 50-75 %
- Screen size +325: 75-96 %



Kegunaan

- Untuk peleburan Aluminium

UNIVERSITAS
Dinamika

KARBONDIOKSIDA CAIR (CO_2 CAIR) (SNI 06-2603-1992)

Spesifikasi

- Kadar CO_2 minimal 99,9%%
- Kadar H_2O maks. 150 ppm
- H_2S maksimal 0,1ppm
- Kadar SO_2 maksimal 1 ppm
- Benzene maksimal 0,02 ppm
- Asetaldehyde maksimal 0,2 ppm

- Total Hidrokarbon sebagai Metan maks. 50 ppm non Metan maks. 20 ppm
- Bentuk cair

Kegunaan

- Untuk industri minuman berkarbonat
- Industri logam dan karoseri sebagai pendingin pada logam (welding) dan pengecoran
- Industri pengawetan

KARBONDIOKSIDA KERING (DRY ICE) (SNI 06-0126-1987)

Spesifikasi

- Kadar CO₂ minimal 99,7%
- Kadar H₂O maks. 0,05%
- Karbon Monooksida maks. 10 ppm
- Minyak maks. 5 ppm
- Senyawa belerang dihitung sebagai H₂S maks. 0,5 ppm
- Arsen tak ternyata

UNIVERSITAS
Dinamika

Kegunaan

- Industri es krim sebagai pendingin
- Media pengawetan
- Pembuatan asap pada pementasan
- Cold storage (ekspor ikan tuna)

ASAM CHLORIDA (HCl) (SNI 06-2557-1992)

Spesifikasi

- Grade A kadar min. 32%, bentuk cair, tidak berwarna
- Grade B kadar min. 31%, bentuk cair, warna agak kekuningan
- Sisa pemi jaran maks. 0,1%
- Sulfat sebagai SO₄ maks. 0,012%
- Logam berat sebagai Pb maks. 0,0005%
- Chlor bebas sebagai Cl₂ maks. 0,005%

Kegunaan

- Industri makanan (lysine, dll)
- Industri kimia
- Bahan pembersih

OKSIGEN (SNI 06-0031-1987)

Spesifikasi

- Kadar Oksigen (O_2) minimal 99,50%

Kegunaan

- Industri logam (peleburan, pengelasan, pemotongan logam & perbengkelan)
- Keperluan medis
- Industri kaca, batubara, dll

NITROGEN (SNI 06-0042-1987)

Spesifikasi

- Kadar Nitrogen (N_2) minimal 99,50%
- Kadar Oksigen (O_2) maksimal 100 ppm

Kegunaan

- Industri kimia (bahan baku amoniak, dll)
- Industri pembersih peralatan pabrik.

HIDROGEN (SNI 06-0041-1987)

Spesifikasi

- Kadar Hidrogen (H_2) minimal 79%

Kegunaan



UNIVERSITAS
Dinamika



UNIVERSITAS
Dinamika

- Industri kimia (bahan baku amoniak, oktanol, hidrogen peroksida, dll)

Probiotik PETROFISH

Spesifikasi :

- Mengandung bahan aktif mikroorganisme Lactobacillus sp, Nitrosomonas sp, Bacillus Subtilis, Bacillus sp dll.

Manfaat dan Keunggulan :

- Prosentase kehidupan ikan/udang menjadi tinggi atau mortalitas benih ikan dan udang menurun.
- Pertumbuhan pakan alami lebih banyak.
- Menghambat pertumbuhan patogen merugikan.

KAPUR PERTANIAN (SNI 02-0482-1998)

Spesifikasi

- Kadar $\text{CaCO}_3 + \text{MgCO}_3 = 85\%$
- Ijin Edar: Surat Deptan No. 32/pupuk/PPI/2/2007
- Bentuk tepung halus
- Warna putih
- Dikemas dalam kantong bercap Kerbau Emas dengan isi 50 kg

Sifat, manfaat dan keunggulan Kapur Pertanian (KAPTAN)

- **Pada lahan Pertanian** : meningkatkan pH tanah menjadi netral, meningkatkan ketersediaan unsur hara dalam tanah, menetralkan senyawa-senyawa beracun baik organik maupun non anorganik, merangsang populasi & aktivitas mikroorganisme tanah
- **Pada Tanaman** : memacu pertumbuhan akar dan membentuk perakaran yang baik, membuat tanaman lebih hijau dan segar serta mempercepat pertumbuhan, meningkatkan produksi dan mutu hasil panen
- **Pada Tambak** : mempertinggi pH pada tambak yang rendah, menyediakan kapur untuk ganti kulit, memberantas hama penyakit, mempercepat proses penguraian bahan organik, meningkatkan kelebihan gas asam arang (CO_2) yang dihasilkan oleh proses pembusukan
- **Pada Ikan & Udang**: dengan kondisi air dan tanah yang baik akan mempercepat perkembangan ikan dan udang serta memudahkan reproduksi, meningkatkan produksi ikan dan udang

PETRO-CAS

Spesifikasi

- Kadar $\text{CaSO}_4 \cdot 2\text{H}_2\text{O}$: 90%
- Kadar CaO : 30%
- Kadar SO_3 : 42%
- pH: 6 – 7

- Bentuk : powder
- Warna putih kecoklatan

Kegunaan

- Menyediakan unsur hara Ca dan S bagi tanaman
- Memperbaiki sifat fisik dan kimia tanah sampai ke lapisan bawah (subsoil)
- Memperbaiki perakaran tanaman Dekomposer Petro Gladiator

Spesifikasi:

- Cendawan lignoselulolitik

Trichoderma sp. : 105 - 106 cfu/g

Pennicyllium sp. : 105 - 106 cfu/g

- Bakteri pengakumulasi logam berat

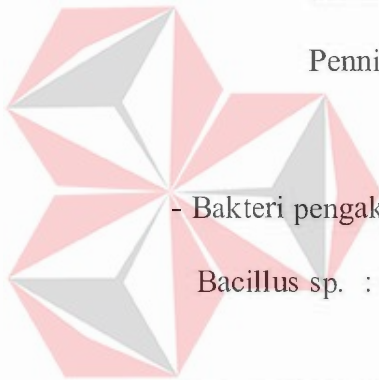
Bacillus sp. : 107 - 108 cfu/g

- Warna : Kehitaman

- Bentuk : Serbuk

Manfaat/Kegunaan:

- Untuk proses dekomposisi bahan-bahan organik menjadi kompos
- Meningkatkan kandungan hara kompos
- Menanggulangi masalah penumpukan sampah



UNIVERSITAS
Dinamika

2.6.3 Jasa Yang Ditawarkan Oleh PT. Petrokimia Gresik

- Rancang Bangun, Konstruksi dan Perencanaan
- Pemeliharaan dan fabrikasi Peralatan Pabrik
- Commissioning, Start Up, Pengoperasian Pabrik dan Supervis
- Laboratorium (Kimia, Mekanik, Listrik) dan Kalibrasi Instrumentasi
- Pemeriksaan dan Pengujian
- Pendidikan dan Pelatihan Bidang Teknik



UNIVERSITAS
Dinamika



UNIVERSITAS **BAB III**
Dinamika TINJAUAN PUSTAKA

BAB III

LANDASAN TEORI

Dalam BAB ini penulis menjelaskan tentang landasan teori yang akan digunakan untuk memecahkan masalah melalui pembahasan secara teoritis. Bab ini berisi tentang teori-teori dasar yang berkaitan dengan perancangan desain logo dan media promosinya lainnya yang mendukung acara tersebut.

3.1 Media Promosi

Menurut Gerlach dan Ely (1971:282) Media berasal dari bahasa Latin yaitu *medius*, yang secara harfiah mempunyai arti pengantar, perantara. Sedangkan menurut Djamarah (1995:136) pengertian media yaitu sebuah alat bantu apa saja yang dapat disajikan sebagai penyalur pesan guna mencapai tujuan pembelajaran.

3.2 Definisi Media Promosi

Definisi media promosi menurut beberapa ahli dalam buku Freddy Rangkuti (2009:49-50) :

1. Menurut Kotler, promosi melingkupi semua alat – alat bauran pemasaran (marketing mix) yang memiliki peran utama untuk mengadakan komunikasi yang memiliki sifat membujuk.

2. Menurut Swastha, promosi adalah suatu arus informasi satu arah yang berfungsi untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan untuk menciptakan pertukaran dalam pemasaran.
3. Menurut Zimmener, promosi adalah segala macam bentuk komunikasi persuasi yang dibuat untuk memberikan informasi kepada pelanggan tentang produk atau jasa dan untuk membuat mereka terpengaruh agar mau membeli barang atau jasa tercakup yang mencakup publisitas, penjualan, perorangan dan periklanan.

Media promosi terbagi menjadi 2 golongan dalam sebuah periklanan yaitu sebagai berikut:

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

Above The Line (ATL) merupakan pemasaran produk atau jasa yang menggunakan suatu media massa. Media yang biasa digunakan adalah media televisi, internet, radio, media cetak (koran, majalah, dll). Dan ciri – ciri dari Above The Line (ATL) sebagai berikut:

1. Target yang meluas.
 2. Lebih detail dan lebih rinci untuk menjelaskan sebuah ide konsepnya dan melalui perantara tidak dengan interaksi sesama audience secara bertatap muka.
 3. Media yang selalu digunakan adalah media massa yang berupa televise, internet, radio, media cetak seperti koran, majalah, dan lain – lainnya.
2. Media Lini Bawah atau *Below The Line* (BTL)

Below The Line (BTL) merupakan aktifitas marketing atau promosi yang dilakukan ditingkat retail atau konsumen dengan salah satu tujuannya adalah menarik dan bersifat mengajak atau memaksa konsumen agar tertarik dengan sebuah produk yang telah ditawarkan.

Ciri– ciri dari *Below The Line* (BTL) sebagai berikut :

1. Target audience yang sangat terbatas.
2. Media yang diterapkan adalah *event, sampling, point of sale, promotion,* dan lain – lainnya.
3. Kegiatan secara tatap muka dengan para *audience* dan memberikan kesempatan untuk menanyakan langsung tentang produk yang telah ditawarkan bahkan dapat langsung membeli ditempat lokasi tersebut.



3.3 Tujuan Media Promosi

Tujuan dari sebuah media promosi adalah :

1. Sebagai pengenalan kepada pelanggan atau konsumen terhadap barang atau jasa yang telah ditawarkan sebagai peningkatan dari *brand awareness* sebuah instansi.
2. Menumbuhkan rasa kepercayaan kepada instansi tersebut.
3. Menumbuhkan persepsi perindividu maupun kelompok terhadap suatu kebutuhan.
4. Membujuk konsumen untuk membeli suatu produk yang telah ditawarkan.
5. Menumbuhkan citra dari suatu produk maupun jasa yang ditawarkan.

3.4 Definisi Desain

Menurut Suryanto (2007 : 112) menyatakan bahwa “Desain merupakan totalitas keistimewaan yang mempengaruhi cara penampilan dan fungsi suatu produk dalam hal kebutuhan pelanggan.”

Desain juga merupakan aktivitas menata unsur – unsur karya seni yang memerlukan pedoman azas – azas desain seperti *unity*, *balance*, *rhythm* dan proporsi. Desain juga mempunyai beberapa komponen visual seperti garis, warna, bentuk, tekstur, value. Desain pada saat – saat tertentu memang telah dianggap sebuah karya seni yang telah selesai, hal ini tergantung pada persoalan konsep penciptanya sendiri. Ini semua juga terkait dengan desain grafis dimana sebuah rancangan maupun karya desain yang menggunakan media, untuk kepentingan dalam komunikasi visual, hal ini berguna untuk kepentingan promosi, dekorasi, iklan, dalam sebuah perusahaan.

(Susanto, 2011 : 102)

3.5 Elemen – Elemen Pada Dasar Desain

Menurut Andy (2005:46) Didalam suatu karya desain, elemen atau unsur merupakan bagian yang sangatlah penting. Elemen – elemen tersebut sangatlah berkaitan satu sama yang lainnya dan masing – masing memiliki sikap tertentu terhadap yang lainnya. Elemen – elemen visual yang tersusun membentuk suatu bentuk suatu bentuk organisasi dasar prinsip – prinsip desain.

Elemen yang terkandung dalam sebuah desain adalah sebagai berikut :

1. Garis

Garis dikenal dengan suatu goresan dan batas pada limit sebuah bidang. Fungsi dari suatu garis itu sendiri adalah untuk mengarahkan gerakan mata dan sebagai penghubung antara garis satu dengan yang lainnya. Macam – macam garis dibagi menjadi beberapa golongan yaitu garis horizontal, vertical, dan diagonal.

2. Titik

Titik adalah sebuah bagian kecil dalam suatu unsur visual. Suatu garis yang

memanjang secara vertikal, horizontal, maupun diagonal didalamnya terdapat sebuah kumpulan dari beberapa titik yang berjarak berdekatan yang saling berhubungan antara satu dengan yang lainnya.

3. Bidang

Bidang adalah dimensi panjang dan lebar. Dengan menyusun sebuah garis yang berdekatan dengan mempertemukan suatu titik awal dan titik akhir dari suatu garis dan membentuk suatu kepadatan tertentu maka bidang akan terbentuk.

4. Ruang

Ruang adalah wujud bentuk bidang yang tiga dimensi, dan terbentuk dengan adanya perspektif dari suatu bidang.

5. Warna



UNIVERSITAS
Dinamika

Warna merupakan elemen desain yang sangat inti dan berpengaruh terhadap dunia desain, karena hal tersebut akan membuat seberapa menariknya komposisi desain yang telah tercipta. Warna terbagi menjadi dua yaitu warna panas dan warna dingin. Contoh dari warna panas yaitu warna merah, kuning, orange, dll. Dan contoh dari warna dingin itu sendiri biru, hijau, abu – abu, dll.

6. Tekstur

Tekstur adalah suatu nilai raba dari permukaan suatu bidang. Dalam penerapan suatu desain sebuah tekstur juga sangatlah berpengaruh terhadap penilaian seseorang terhadap estetika sebuah desain ataupun dalam dunia seni rupa.

3.6 Prinsip Desain

Prinsip dasar desain merupakan prinsip keseimbangan, titik *focus*, irama, dan kesatuan.

a. Keseimbangan

Keseimbangan (*Balance*) adalah pembagian sama berat, baik secara visual maupun optik.

b. Titik Fokus (*Focus*)

Pusat perhatian, didalam bentuk desain tersebut harus ada sesuatu yang menjadi pusat perhatian dari yang lainnya (*Point Of Interest*).

c. Irama

Irama (*Rhythm*) adalah pola layout yang dibuat dengan cara menyusun elemen -elemen visual secara berulang – ulang.

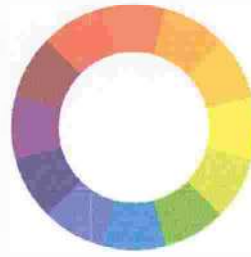
d. Kesatuan

Kesatuan (*Unity*) adalah suatu bentuk yang mengandung unsur saling berhubungan dengan yang lainnya.

3.7 Warna

Warna adalah suatu unsur desain yang sangat penting dan banyak kegunaan serta penerapannya. Terkadang seseorang melihat kualitas baik atau buruknya desain dari segi pewarnaannya, hal tersebut sangatlah mempengaruhi dan membuat respons seseorang pada setiap sebuah karya desain. Setiap warna memiliki suatu makna dan identitas tertentu yang terkandung didalamnya. Hal tersebut dapat mewakili suatu identitas utama, terutama pada penerapan warna disaat penggunaan warna disetiap logo.

Menurut (Nugroho,2008:1-2) Warna adalah salah satu inspirasi paling berharga yang paling mudah didapat. Warna merupakan satu hal yang sangat penting dalam menentukan respons dari seseorang. Setiap warna memberikan kesan dan identitas tertentu, walaupun hal ini tergantung pada latar belakang pengamatnya.



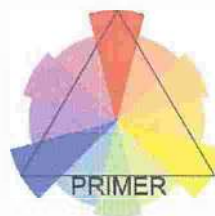
Gambar 3.1 Lingkaran Warna Teori Brewster

Sumber: Teori Warna Brewster

Dalam teori Brewster, adanya penyederhanaan warna dan dibagi menjadi empat kelompok warna yaitu warna primer, warna sekunder, warna tersier, dan warna netral.

1. Warna Primer

Warna primer adalah dasar dari sebuah warna. Bukan berasal dari suatu campuran warna lain. Yang terdiri dari warna merah, biru, dan kuning.



Gambar 3.2 Lingkaran Warna Primer Teori Brewster

Sumber: Teori Warna Brewster

2. Warna Sekunder

Warna sekunder adalah hasil dari pencampuran dari warna – warna primer dengan perbandingan 1:1. Contohnya hasil sample dari pencampuran warna primer yang menghasilkan warna sekunder. Contohnya sebagai berikut : warna merah dan kuning menghasilkan warna orange, kemudian warna biru dan merah sehingga menghasilkan warna ungu, dan warna kuning dan biru menjadi warna hijau.



Gambar 3.3 Lingkaran Warna Sekunder Teori Brewster

Sumber: Teori Warna Brewster

3. Warna Tersier

Warna tersier adalah hasil dari pencampuran satu warna primer dengan salah satu dari warna sekunder. Contoh hasil pencampuran warna tersebut adalah warna kuning dengan warna orange menghasilkan orange kekuningan, warna orange dengan merah menghasilkan warna orange kemerahan – merahan, warna ungu dan biru menghasilkan warna ungu kebiru – biru, dan masih banyak contoh lainnya. Namun adanya beberapa nama warna sesuai dengan pencampuran dari warna primer dan

warna sekunder yakni warna chartreuse, warna lime, warna spring bud, warna law green dan sejenisnya.



Gambar 3.4 Lingkaran Warna Tersier Teori Brewster

Sumber: Teori Warna Brewster

4. Warna Netral

Warna netral adalah hasil dari pencampuran ketiga golongan warna dasar dalam perbandingan 1:1:1. Warna netral biasa disebut sebagai warna putih dan hitam. Dan secara teori dari perbandingan 1:1:1 yaitu dari ketiga golongan warna primer, sekunder, dan warna tersier yaitu menghasilkan warna hitam atau putih.

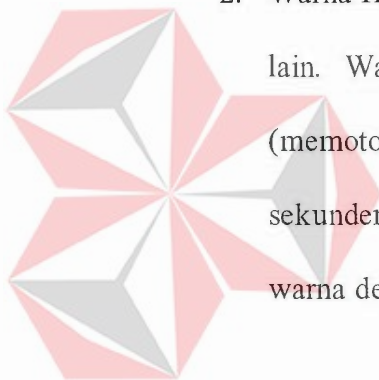


Gambar 3.5 Lingkaran Warna Netral Teori Brewster

Sumber: Teori Warna Brewster

Menurut (Nugroho,2008:35) mengungkapkan bahwa warna diyakini memiliki dampak psikologis terhadap manusia. Dampak tersebut dapat dipandang dari berbagai aspek. Salah satunya adalah sebagai berikut :

1. Warna Netral, adalah warna – warna yang tidak lagi mempunyai kemurnian warna atau dengan kata lain bukan merupakan warna primer maupun sekunder. Warna ini merupakan campuran ketiga komponen warna sekaligus, tetapi tidak dalam komposisi tepat sama.
2. Warna Kontras, adalah warna yang berkesan berlawanan satu dengan yang lain. Warna kontras bisa didapatkan dari warna yang berseberangan (memotong titik tengah segitiga) terdiri atas warna primer dan warna sekunder. Tetapi tidak menutup kemungkinan pula membentuk kontras warna dengan mengolah nilai ataupun kemurnian warna.
3. Warna Panas, adalah kelompok warna dalam rentang setengah lingkaran didalam lingkaran warna mulai dari merah hingga kuning. Warna ini menjadi simbol riang, semangat, marah, dan lain sebagainya.
4. Warna Dingin, adalah kelompok warna dalam rentang setengah lingkaran di dalam lingkaran warna. Mulai dari hijau hingga ungu. Warna ini menjadikan simbol kelembutan, ketentraman, rasa nyaman, sejuk, dan lain sebagainya.



3.8 Logo

Asal kata logo dari bahasa Yunani Logos, yang berarti kata, pikiran, pembicaraan akal budi. Pada awalnya yang lebih dulu populer adalah istilah *logotype*, bukan logo. Logo adalah penyingkatan dari *logotype*. Istilah logo baru muncul tahun 1937 dan kini istilah logo lebih populer daripada *logotype*. Logo bisa menggunakan elemen apa saja: tulisan, *logogram*, gambar, ilustrasi, dan lain - lain (Surianto Rustan, 2009:13).

Logo memiliki berbagai macam elemen dan bentuk yang kesemuanya itu memiliki kesatuan yang membentuk suatu identitas. Secara umum, BIRD (*Board of International Research In Design*) menyebutkan bahwa logo biasanya mengandung teks, gambar atau kombinasi keduanya. Berbagai macam pengertian tentang logo dan elemennya menimbulkan pemahaman yang berbeda - berbeda terhadap logo. Dalam sebuah artikelnya, *Design Institute of Australia* mendefinisikan logo sebagai sebuah simbol atau sebuah simbol atau gambar pengidentifikasi perusahaan tanpa kehadiran nama perusahaan. Berikut terdapat beberapa istilah tentang logo yang saling terkait satu dengan yang lainnya:

a. Logotype, berasal dari kata Yunani “*Logos*“ yang berarti kata, pikiran, pembicaraan, akal budi. Istilah ini muncul sekitar tahun 1810 – 1840, yang diartikan sebagai tulisan nama entitas desain yang didesain secara khusus dengan menggunakan teknik lettering atau memakai jenis huruf tertentu. Karena brand merupakan sebuah persaingan, maka para desainer membuatnya dengan kreatif

dan seunik mungkin sehingga membedakan dengan yang lainnya. Berikut fungsi dari *Logotype* sebagai berikut :

1. Sebagai identitas diri. Membedakan dengan milik yang lainnya.
2. Tanda jaminan kualitas.
3. Mencegah adanya peniruan dan pembajakan.

b. Entitas atau *Entity*, adalah objek sebenarnya yang dimaksudkan.

c. Logogram, berbeda dengan *logotype* kebanyakan orang beranggapan bahwa logogram adalah suatu elemen pada logo. Kemungkinan besar istilah tersebut telah mengalami perubahan makna karena suatu kemiripan dengan kata *logotype* itu sendiri. Pengertian yang sebenarnya adalah logogram berupa sebuah simbol yang mewakili sebuah kata atau makna.

d. Signature, berasal dari bahasa latin *signare*, yang berarti to mark, sign. Selain itu mengartikan tanda tangan , signature secara umum juga berarti karakteristik, identitas, atau tanda, ciri khusus yang diterapkan pada sebuah objek. Logo merupakan signature dari sebuah entitas.

e. Mark, berarti tanda, sebuah lambang, simbol atau sign. Sebagian orang menyebut elemen gambar pada logo sebagai mark.

f. Wordmark, adalah logo yang terdiri dari tulisan, serupa dengan logotype. Namun diperluasnya tentang istilah ini dikarenakan sebagian orang mengatakan hanya elemen tulisannya saja disebut wordmark.

3.9 Kriteria Logo

Mengutip dari buku “Mendesain Logo“ karya (Surianto Rustan), logo yang baik secara umum harus mencakup beberapa kriteria berikut :

1. Original dan Distinctive, atau memiliki nilai kekhasan, keunikan dan daya pembeda yang jelas.
2. Legible, atau memiliki tingkat keterbacaan yang tinggi, meskipun diaplikasikan dalam berbagai ukuran dan media yang berbeda – beda. Simple atau sederhana dengan pengertian yang cukup mudah ditangkap dan dimengerti dalam waktu relatif singkat.
3. Memorable, atau cukup mudah untuk di ingat, karena keunikannya, bahkan dalam waktu yang cukup lama.
4. Easily associated with the company, dimana logo yang baik akan mudah dihubungkan atau diasosiasikan dengan jenis usaha dan citra suatu perusahaan, institusi, maupun suatu organisasi.

3.10 Layout

Menurut (Susanto,2011:237) mengungkapkan bahwa layout merupakan tata letak yang dipakai untuk mengatur sebuah komposisi dalam sebuah desain, seperti huruf teks, garis, bidang, gambar, bentuk pada konteks tertentu.

Menurut (Rustan,2008:1) bahwa layout adalah penyusunan dari elemen elemen desain yang berhubungan kedalam sebuah bidang sehingga membentuk susunan artistik. Hal ini bisa juga disebut dengan manajemen bentuk dan bidang. Tujuan utama layout adalah menampilkan elemen gambar dan teks agar menjadi komunikatif dalam sebuah cara yang dapat memudahkan pembaca menerima informasi yang telah disajikan.

Beberapa faktor yang harus diperhatikan disaat dalam perancangan membuat sebuah layout :

1. Jenis *font* dan *size* nya
2. Komposisi dalam layout
3. White space agar memudahkan para pembaca menerima informasi yang telah disajikan
4. Pemilihan warna, size kertas bila dicetak.

3.11 Tahapan Proses Layout

Menurut (Rustan,2010:10) mengungkapkan bahwa proses dalam layout memiliki beberapa proses tahapan yang harus dilakukan antara lain :

1. Konsep Desain
2. Media dan Spesifikasinya
3. *Thumbnails* dan *Dummy*
4. *Dekstop Publishing*

Setelah seluruh tahapan proses layout sudah diaplikasikan maka barulah kita dapat mengeksekusi layout desain yang akan kita buat. Beberapa desktop publishing yang sudah beredar yang dapat digunakan untuk pembuatan suatu desain layout contohnya : Adobe Illustrator, Adobe Photoshop, Adobe Indsign, CorelDraw, dan lain



UNIVERSITAS
Dinamika



UNIVERSITAS **BAB IV**
Deskripsi Pekerjaan

BAB IV

DESKRIPSI PEKERJAAN

Dalam proses pengumpulan data untuk penyusunan laporan kerja praktik, Kegiatan yang dilakukan meliputi wawancara dan proses observasi untuk mendapatkan permasalahan yang terdapat pada bagian desain serta menganalisis permasalahan. Tahap proses wawancara berfokus pada yang diinginkan oleh pihak PT. Petrokimia Gresik yang mana akan diterapkan sebuah logo untuk sebuah event Jambore Petani Muda 1 dan media pendukung lainnya yang berupa photobooth, backdrop press conference, sertifikat, desain font kaos. Sedangkan pada proses observasi difokuskan pada permasalahan desain logo yang belum terbuat dan desain pendukung dari media promosi lainnya termasuk desain photobooth, backdrop press conference, sertifikat dan desain font kaos untuk event Jambore Petani Muda 1 tersebut. Sebelum melakukan eksekusi penulis membuat konsep berupa perancangan. Ide konsep dari rancangan dibuat secara sederhana namun detail dengan menyesuaikan beberapa unsur dari hasil briefing. Konsep yang ditonjolkan dalam proses perancangan desain logo beserta media promosi pendukung lainnya mengambil dari warna dasar dari corporate perusahaan PT. Petrokimia Gresik. Warna dasar sekaligus ciri khas dari karakteristik PT. Petrokimia Gresik. Adalah warna hijau dan kuning, sehingga 90% dari desain logo event dan media promosi pendukung lainnya yang akan penulis implementasikan akan berdominan berwarna hijau dan kuning.



Tabel 4.1 Skema Konsep Perancangan

Sumber: Hasil Olahan Penulis, 2017

4.1 Creative Brief

Pihak PT. Petrokimia Gresik menginginkan sebuah desain logo untuk sebuah event Jambore Petani Muda 1 yang akan diselenggarakan pada tanggal 23 Juli 2017. Desain logo yang diinginkan harus mencakup kriteria sebagai berikut:

1. Desain yang modern.
2. Menunjukkan semangat petani muda.
3. Desain logo yang *simple* atau sederhana sehingga dapat mudah dipahami.
4. Font yang *simple* sehingga dapat mudah dibaca.
5. Pemilihan warna mewajibkan memakai dari salah satu warna corporate atau warna dari identitas logo PT. Petrokimia Gresik.

Sedangkan untuk desain pendukung lainnya yang berupa desain photobooth hanya mencantumkan ketiga logo yaitu logo utama dari event Jambore Petani Muda 1 yang berposisi center dibagian tengah, kemudian logo PT. Petrokimia Gresik dan logo Pupuk Indonesia. Desain backdrop press conference yang , sertifikat dan desain font kaos yang bertuliskan Jambore Petani Muda 1 dengan style tipografi yang kekinian.

4.2 Observasi

Proses observasi sangatlah penting untuk menentukan letak dari permasalahan desain yang akan digunakan disaat event Jambore Petani Muda 1. Penulis melakukan analisis dengan metode wawancara dari creative brief sebelumnya. Observasi penting untuk dilakukan untuk menentukan permasalahan desain yang akan digunakan di acara Jambore Petani Muda 1. Penulis melakukan analisis serta membandingkan media promosi yang dimiliki dan yang pernah dipakai oleh PT. Petrokimia Gresik untuk acara-acara yang sudah dilaksanakan.

Hal ini penting untuk dilakukan, karena pihak PT. Petrokimia Gresik memberikan desain promosi yang pernah mereka pakai sekaligus memberikan kemudahan untuk mendesain media promosi *event* Jambore Petani Muda 1.

4.3 Pengambilan Data

Setelah melakukan wawancara dan observasi, penulis mengambil beberapa data yang dibutuhkan untuk mempermudah perancangan desain media promosi event Jambore Petani Muda 1. Data-data tersebut diantaranya:

1. GSM (Graphic Standart Manual) PT. Petrokimia Gresik.
2. Hasil desain promosi yang sudah pernah dibuat oleh perusahaan sebagai acuan.
3. Logo PT. Petrokimia Gresik dan logo Pupuk Indonesia

4.4 Penentuan Software

Penentuan software yang akan digunakan merupakan langkah awal yang diperlukan sebelum melakukan perancangan desain event Jambore Petani Muda 1. Karena desain yang akan dibuat tergantung pada software apa yang akan dipergunakan. Penentuan software juga penting karena menyesuaikan software yang dimiliki oleh perusahaan.

Dalam hal ini penulis menggunakan software Adobe Illustrator untuk membuat desain media promosi dan Adobe Photoshop untuk editing gambar.

Dalam perancangan ini penulis menggunakan Adobe Illustrator untuk mendesain logo event Jambore Petani Muda 1, photobooth, backdrop press conference, sertifikat, dan desain font kaos yang menarik untuk *event* Jambore Petani Muda 1 dan kemudian disimpan dalam bentuk (.ai).

Output desain disimpan dengan format .png untuk mempermudah proses percetakan media promosi, karena file yang berupa (.png) warnanya tidak akan berubah saat dicetak.

4.5 Perancangan Karya

Berdasarkan konsep desain maka akan digunakan bidang-bidang geometris dan garis untuk menunjang konsep semangat petani muda modern.

Berikut rincian layout yang akan digunakan :

1. Logo, Desain yang modern, lalu desain logo yang menunjukkan semangat dari petani muda, merancang desain logo yang *simple* atau sederhana sehingga dapat mudah dipahami oleh semua orang, font yang *simple*

sehingga dapat mudah dibaca, pemilihan warna mewajibkan memakai dari salah satu warna corporate atau dari warna dari identitas logo PT. Petrokimia Gresik.

2. *Photobooth*, didalam desain photobooth yang akan diterapkan adalah logo utama Jambore Petani Muda 1 yang berposisi ditengah dan diselipkan tempat dan tanggal pada bagian bawah logo. Lalu mencantumkan logo instansi PT. Petrokimia Gresik, logo Jambore Petani Muda 1, dan Pupuk Indonesia yang ditata dengan ukuran yang kecil secara berurutan hingga memenuhi pada layout *Photobooth*.
3. *Backdrop Press Conference*, susunan dan konsep hampir sama dengan konsep pada layout *Photobooth*. Tidak ada perbedaan yang spesifik hanya berbeda pada letak susunan dibagian tengah yang beruliskan “*Press Conference* Jambore Petani Muda 1” kemudian lokasi dan tanggal diselenggarakannya acara tersebut.
4. Sertifikat, dibuat dengan layout berwarna putih, dan dibagian atas mencantumkan dibagian paling atas logo Pupuk Indonesia, Jambore Petani Muda 1 dibagian tengah, dan PT. Petrokimia Gresik. Kemudian dibagian bawah terdapat tanda tangan pengesahan dari Kadek K. Laksana (General Manager Pemasaran dan Logistik).
5. Desain font kaos, terdapat 8 font alternatif yang berkonsep menggunakan tipe huruf *script* yang terkesan lebih fleksibel dan berjiwa kekinian sehingga terkesan semangat anak muda yang diinginkan oleh instansi tersebut.



4.5.1 Warna Corporate

Warna yang digunakan sesuai dengan konsep PT. Petrokimia Gresik. Penulis menggunakan warna dari supergrafis PT. Petrokimia Gresik karena tetap ingin menampilkan identitas perusahaan.



Gambar 4.1 Supergrafis PT. Petrokimia Gresik

4.6 Hasil Karya

Dalam melaksanakan kerja praktik selama satu bulan yang telah terselesaikan, penulis menghasilkan beberapa karya yang diimplemetasikan pada laporan ini. Materi desain media promosi beserta logo *event* Jambore Petani Muda 1 terdiri dari 5 materi, yaitu:

- a. Desain logo event Jambore Petani Muda 1.
- b. Desain *photobooth*.
- c. Desain *backdrop press conference*.

- d. Desain sertifikat.
- e. Desain *font* kaos.

4.7 Perancangan Logo *Event* Dan Media Promosi Jambore Petani Muda 1

PT. Petrokimia Gresik merupakan perusahaan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang produsen pupuk dan non-pupuk yang terkenal di Indonesia. PT. Petrokimia Gresik mengadakan *event* Jambore Petani Muda 1 yang ditargetkan untuk para petani muda. Berikut desain media promosi yang telah dihasilkan oleh penulis:



Gambar 4.2 Logo *Event* Jambore Petani Muda 1

Logo adalah : Sebagai sarana identifikasi (branding). Sebagai sarana identifikasi, logo mampu berfungsi sebagai wujud pengenalan atau identitas baik bagi produk, jasa, atau identitas seseorang. Fungsinya sebagai identitas tentu menuntut logo untuk mampu menjiwai dan mencerminkan karakter seseorang, perusahaan, produk, atau jasa yang diwakilinya. Ini bertujuan membuat apa yang diwakilinya tersebut mudah untuk dikenali, diingat, dan mudah untuk dibedakan dengan identitas lainnya. Desain logo yang berkonsep modern, lalu desain logo yang menunjukkan semangat dari petani muda, merancang desain logo yang *simple* atau sederhana sehingga dapat mudah dipahami oleh semua orang, font yang *simple* sehingga dapat mudah dibaca, pemilihan warna mewajibkan memakai dari salah satu warna corporate atau dari warna dari identitas logo PT. Petrokimia Gresik.

2. Desain Photobooth



Gambar 4.3 Desain *Photobooth* Event Jambore Petani Muda 1

Photobooth adalah : sebuah area yang disediakan oleh penyelenggara acara dimana tamu dapat berpose untuk difoto dan langsung mendapatkan hasilnya saat itu juga. Didalam desain photobooth yang akan diterapkan adalah logo utama Jambore Petani Muda 1 yang berposisi ditengah dan diselipkan tempat dan tanggal pada bagian bawah logo. Lalu mencantumkan logo instansi PT. Petrokimia Gresik, logo Jambore Petani Muda 1, dan Pupuk Indonesia yang ditata dengan ukuran yang kecil secara berurutan hingga memenuhi pada layout *Photobooth*.

3. Desain *Backdrop Press Conference*



Gambar 4.4 Desain *Backdrop Press Conference Event Jambore Petani Muda 1*

Konferensi Pers, adalah acara / hajatan media, dimana sumber berita (narasumber) mengundang wartawan dan perwakilan media massa untuk menyampaikan suatu informasi atau pernyataan (statement). Seringkali dalam konferensi pers

berlangsung tanya jawab. Joint Conference, hampir sama dengan Konferensi Pers tetapi melibatkan beberapa narasumber. Konferensi pers biasanya diberitahukan (undangan kepada media) dengan mengirimkan surat resmi kepada redaksi. Terkadang pemberitahuan disampaikan secara spontan ketika beberapa wartawan sedang berkumpul bersama narasumber. susunan dan konsep hampir sama dengan konsep pada layout *Photobooth*.

Tidak ada perbedaan yang spesifik hanya berbeda pada letak susunan dibagian tengah yang beruliskan “*Press Conference Jambore Petani Muda 1*” kemudian lokasi dan tanggal diselenggarakannya acara tersebut.



Gambar 4.5 Desain Sertifikat *Event* Jambore Petani Muda 1



UNIVERSITAS BABV
Dinamika
PENUTUP

BAB V

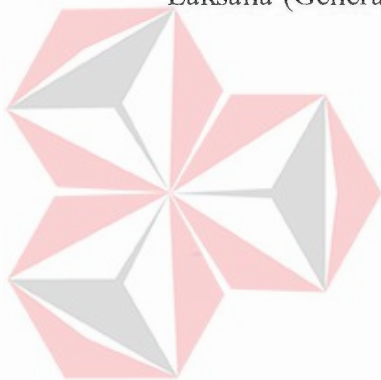
PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil perancangan media promosi event Jambore Petani Muda 1 dan selama penulis melaksanakan kerja praktik, maka pada bab ini akan ditarik kesimpulan, yaitu :

1. Dalam perancangan logo event Jambore Petani Muda 1 dan media promosinya pendukung lainnya yaitu : *photobooth*, *backdrop press conference*, sertifikat, dan desain *font* kaos merupakan media komunikasi yang cocok untuk mempromosikan suatu instansi, mampu dijadikan media promosi yang komunikatif dan mampu menunjang instansi tersebut.
2. Selama penulis melaksanakan kerja praktik di PT. Petrokimia Gresik, penulis dapat berkerjasama dengan baik dengan seluruh divisi maupun karyawan yang berada di instansi tersebut.
3. Didalam proses perancangan logo *event* Jambore Petani Muda 1 beserta media promosi pendukung lainnya, desain yang penulis buat hingga final tidak sepenuhnya digunakan oleh perusahaan. Desain yang diaplikasikan hanya berupa logo dan sertifikat.
4. Selama masa kerja praktik di PT. Petrokimia Gresik, dapat melatih kerjasama dan melatih cara berkomunikasi yang baik dan sopan antar penulis dengan seluruh karyawan serta staff yang ada di instansi PT.

Sertifikat adalah suatu bentuk desain dan dicetak yang didalamnya memiliki struktur dan keterangan tertentu dari suatu pembuat sertifikat. Diberikannya sertifikat sendiri pasti mempunyai maksud dan tujuan tertentu. Tujuan diberikannya sertifikat tidak lain adalah untuk memberikan kenang-kenangan bagi para peserta atau sebagai barang bukti kalau kita pernah mengikuti acara tersebut. Sertifikat ini dibuat dengan layout berwarna putih, dan dibagian atas mencantumkan dibagian paling atas logo Pupuk Indonesia, Jambore Petani Muda 1 dibagian tengah, dan PT. Petrokimia Gresik. Kemudian dibagian bawah terdapat tanda tangan pengesahan dari Kadek K. Laksana (General Manager Pemasaran dan Logistik)



UNIVERSITAS
Dinamika

Petrokimia Gresik, dan melatih untuk me *minute* waktu dibawah tekanan *deadline* yang sangat singkat.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan dari pembahasan, diajukan saran kepada pihak yang berkepentingan, yaitu :

a. Mahasiswa

Dalam pelaksanaan kerja praktik yang ditempuh dengan waktu 1 bulan, hendaknya disaat perkenalan awal tentang perusahaan, dari pihak instansi tersebut mengajak para mahasiswa untuk pengenalan mengelilingi perusahaan tersebut. Agar mahasiswa memahami tentang lingkungan kerja dan mampu beradaptasi dan bekerjasama dengan baik bersama seluruh para karyawan maupun staff yang berada di instansi tersebut.

b. Perusahaan

Event yang diselenggarakan di PT. Petrokimia Gresik tidak hanya Jambore Petani Muda 1, hendaknya dari pihak instansi tersebut melakukan *open recruitment* untuk para desainer baru, agar kinerja desainernya dapat maksimal dikarenakan banyaknya tenaga kerja desainer sehingga seluruh kerjaan yang berhubungan dengan desain dapat cepat terselesaikan dengan maksimal dan dapat selesai sesuai *deadline* yang diberikan.

5. Desain *Font* Kaos



Gambar 4.6 Desain *Font* Kaos Event Jambore Petani Muda 1

Font adalah Huruf (*Tipo/Typeface/Type/Font*) adalah bentuk visual yang dibunyikan sebagai kebutuhan komunikasi verbal. Desain *font* kaos, terdapat 8 font alternatif yang berkonsep menggunakan tipe huruf *script* yang terkesan lebih fleksibel dan berjiwa kekinian sehingga terkesan semangat anak muda yang diinginkan oleh instansi tersebut.



UNIVERSITAS
Dinamika

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku

Rustan, Surianto. 2011 *Layout*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama

Anbrose, G dan P. Harris. 2005 *Basics Design 02 –Layout*. Lausanne : AVA Publishing.

Rustan, Surianto. 2009. *Mendesain Logo*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama

Nugroho, Eko. 2008. *Pengenalan Teori Warna*. Yogyakarta : ANDI.

Arsad, Arfial. 1984. *Nirmana Dwimatra (Desain Dasar Dwimatra)*. Yogyakarta: ANDI

Andy. 2005. *Menjadi Seorang Desainer (Elemen-elemen Dasar Desain Grafis)*.

Semarang: Wahana Komputer

Sumber Internet

<https://www.seputarevent.com/single-post/2009/02/12/Press-Conference-Konferensi-Pers-Apa-Sih>
Diakses 9 Januari 2018

<http://agungteageorge.blogspot.co.id/2014/12/pengertian-dan-fungsi-sertifikat-oleh.html>
Diakses 8 Januari 2018

https://id.wikipedia.org/wiki/Rupa_huruf
Diakses 10 Januari 2018

pembuatanlogo.com/fungsi-logo/
Diakses 10 Januari 2018

www.newlifeimage.com/mengenal-apa-itu-photobooth-dan-bagiannya/
Diakses 10 Januari 2018