



**PERANCANGAN MEDIA PROMOSI PT DARMAWANGSA MEDICAL
SUPPLIES**

LAPORAN KERJA PRAKTIK



**Program Studi
S1 Desain Komunikasi Visual**

Oleh :

Mochamad Raditya Nugraha

20420100023

**UNIVERSITAS
Dinamika**

FAKULTAS DESAIN DAN INDUSTRI KREATIF

UNIVERSITAS DINAMIKA

2024

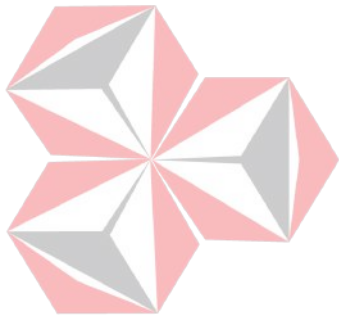
**Perancangan Media Promosi PT Darmawangsa
Medical Supplies**

LAPORAN KERJA PRAKTIK

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan
Mata Kuliah Kerja Praktik

Oleh:

Nama : Mochamad Raditya Nugraha
NIM : 20420100023
Program : S1 (Strata Satu)
Jurusan : Desain Komunikasi Visual

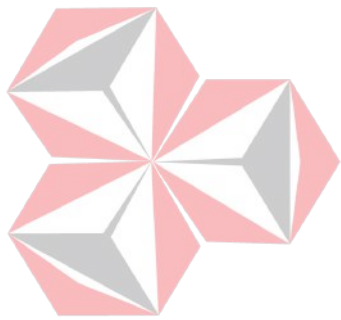


UNIVERSITAS
Dinamika

**FAKULTAS DESAIN DAN INDUSTRI KREATIF
UNIVERSITAS DINAMIKA**

2024

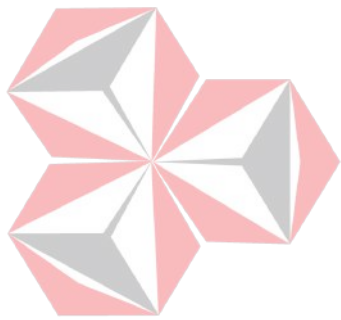
LEMBAR MOTTO



UNIVERSITAS
Dinamika

“Sedikit bicara, banyak bertindak”

LEMBAR PERSEMBAHAN



UNIVERSITAS
Dinamika

Laporan kerja praktik ini saya dedikasikan kepada bapak ibu dosen dan semua individu yang telah memberikan saya dorongan dan motivasi.

Terima Kasih

LEMBAR PENGESAHAN

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI PT. DARMAWANGSA MEDICAL SUPPLIES

Laporan Kerja Praktik oleh :

Mochamad Raditya Nugraha

NIM : 20420100023

Telah diperiksa, diuji dan disetujui

Surabaya, 10 Desember 2023

Pembimbing


Evi Farsiah Utami, S.Ds., MA.

NIDN.0717029106

Penyelia


Hargono

Mengetahui,

Ketua Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual


Fakultas Desain dan Industri Kreatif
UNIVERSITAS
Dinamika

Dhika Yuan Yurisma, M.Ds., ACA

NIDN. 0720028701

PERNYATAAN
PERSETUJUAN PUBLIKASI DAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Sebagai mahasiswa Universitas Dinamika, Saya :

Nama : Mochamad Raditya Nugraha
NIM : 20420100023
Program Studi : S1 Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Desain dan Industri Kreatif
Jenis Karya : Laporan Kerja Praktik
Judul Karya : PERANCANGAN MEDIA PROMOSI PT.
DARMAWANGSA MEDICAL SUPPLIES

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 keserjanaan yang telah diberikan kepada Saya.

Demikian surat pernyataan ini Saya buat dengan sebenar-benarnya.

Surabaya, 25 Januari 2024



Mochamad Raditya Nugraha
NIM : 20420100023

ABSTRAK

Media promosi merujuk pada alat komunikasi yang dimanfaatkan untuk mengenalkan produk dan layanan kepada calon pembeli. Dengan bantuan media promosi penjual dapat memberikan informasi dan gambaran yang komprehensif mengenai produk atau jasa yang ditawarkan, dengan tujuan membangkitkan minat dan mendorong calon konsumen untuk melakukan pembelian.

Dalam konteks pemasaran media promosi memegang peran krusial sebagai sarana untuk menyebarkan informasi terkait produk dari suatu bisnis. Semakin banyak Masyarakat yang mendapatkan pengetahuan mengenai produk atau layanan, semakin mudah pula proses pemasaran dan penjualan dilakukan. Oleh karena itu, strategi dan perencanaan yang matang menjadi kunci dalam penggunaan media promosi.

Jenis media promosi terdiri dari beberapa macam diantaranya adalah x-banner, brosur, poster, dan billboard yang selalu sering digunakan dalam promosi. Media promosi yang digunakan untuk mempromosikan PT Marthys Orthopaedic Indonesia berupa flyer, poster, dan x-banner. Dengan adanya promosi tersebut konsumen akan mengingat produk tersebut, dan dengan adanya promosi ini diharapkan produk dari PT Mrthys Orthopaedic Indonesia dapat dikenal Masyarakat seluruh Indonesia.

Kata Kunci : *Media Promosi Perusahaan*

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan berkat dan rahmat-Nya sehingga Laporan Kerja Praktik berjudul **“Perancangan Media Promosi PT Darmawangsa Medical Supplies”** dapat terselesaikan dengan tepat waktu dan lancar tanpa terkendala apapun.

Penyusunan Laporan Kerja Praktik ini dilakukan guna memenuhi ketentuan untuk menyelesaikan mata kuliah Kerja Praktik program Studi S1 Desain Komunikasi Visual di Universitas Dinamika.

Penyusunan Laporan ini dapat terwujud berkat bantuan dan dukungan yang diberikan oleh berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu saya ingin menyampaikan terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Budi Jatmiko, M.Pd selaku Rektor Universitas Dinamika.
2. Dhika Yuan Yurisma, M.Ds., ACA selaku Ketua Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual.
3. Evi Farsiyah Utami, S.Ds., ACA selaku Dosen Pembimbing yang telah membimbing serta memberikan arahan dan dukungan untuk menyelesaikan laporan kerja praktik.
4. Hargono selaku penyelia dan semua kolega dari PT DARMAWANGSA MEDICAL SUPPILES yang sudah memberikan izin untuk melaksanakan kerja praktik serta sudah memberikan motivasi serta ilmu.

Harapan penulis dalam Laporan Kerja Praktik ini agar dapat memberikan manfaat yang besar dan selaku penulis memohon maaf apabila terdapat kesalahan penulisan atau kata-kata yang kurang berkenan.

Surabaya, Januari 2024

Mochamad Raditya Nugraha

DAFTAR ISI

LEMBAR MOTTO	II
LEMBAR PERSEMBAHAN	III
LEMBAR PENGESAHAN	IV
LEMBAR PERNYATAAN	V
ABSTRAK	VI
KATA PENGANTAR.....	VII
DAFTAR ISI.....	VIII
DAFTAR GAMBAR.....	X
DAFTAR LAMPIRAN	XI
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Batasan Masalah.....	2
1.4 Tujuan	2
1.5 Manfaat	2
1.5.1 Bagi mahasiswa.....	2
1.5.2 Bagi akademik.....	3
1.5.3 Bagi perusahaan	3
1.6 Pelaksanaan	3
1.7 Sistematika penulisan.....	3
BAB II GAMBARAN UMUM INSTANSI.....	5
2.1 Sejarah perusahaan.....	5
2.2 Profil perusahaan.....	5
2.3. Visi dan Misi	6
2.4. Logo perusahaan	6
2.5. Lokasi perusahaan PT. DARMAWANGSA MEDICAL SUPPLIES.....	7
2.6. Struktur organisasi	7
2.7. Deskripsi pekerjaan.....	8

BAB III LANDASAN TEORI.....	9
3.1 Media promosi	9
3.2 Brosur	9
3.3 Banner	9
3.4 Baliho	9
3.5 Media Sosial.....	10
3.6 Logo.....	10
3.7 Prinsip desain	10
3.7.1 Unity.....	10
3.7.2 Balance	10
3.7.3 Rhytm and Repetition.....	11
3.7.4 Proportion.....	11
3.8 Warna.....	11
3.9 <i>Typography</i>	12
3.10 <i>Layout</i>	12
BAB IV SEJARAH PERUSAHAAN.....	14
4.1 Penjelasan pekerjaan	14
4.2 Brief.....	14
4.3 Konsep Typhography	14
4.4 Software	16
4.5. Refrensi	16
4.6. Desain Brosur.....	17
4.1 Proses Brosur	17
4.2 Final Desain Brosur	18

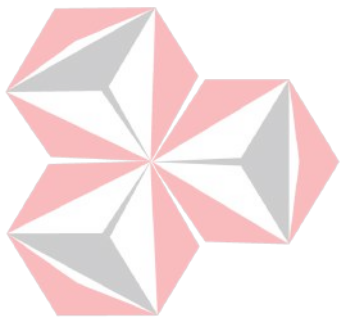
4.7.	Desain catalog	18
3.1	Sketsa catalog	18
3.2	Proses catalog	19
3.3	Final catalog	20
3.4.2	Desain X-Banner	20
3.1	Sketsa X-Banner	20
3.2	Proses X-Banner	21
3.3	Final X-Banner	22
3.4.2	Desain Logo	23
3.1	Sketsa Logo	23
3.2	Proses Logo	23
3.3	Final Logo	24
BAB V PENUTUP		26
4.3	kesimpulan	26
4.4	Saran	26
4.5	Bagi perusahaan	26
4.6	Bagi mahasiswa	26
DAFTAR PUSAKA		27
LAMPIRAN		27
2.1	Lampiran 1 Surat Balasan Kerja Praktik Perusahaan	28
2.2	Lampiran 2 Form Kerja Praktik 5 (Halaman 1)	29
2.3.	Lampiran 3 Form Kerja Praktik 5 (Halaman 2)	30
2.4.	Lampiran 5 Form Kerja Praktik 7 (Halaman 1)	31
2.7.	Lampiran 7 Form Bimbingan Dosen	32
2.6.	Lampiran 8 Biodata Penulis	33

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kantor PT. DARMAWANGSA MEDICAL SUPPLIES.....	5
Gambar 2.2 Logo Perusahaan PT. DARMAWANGSA MEDICAL SUPPLIES...	6
Gambar 2.3 Lokasi Kantor PT.DARMAWANGSA MEDICAL SUPPLIES.....	7
Gambar 2.3 Struktur Organisasi PT.DARMAWANGSA MEDICAL SUPPLIES..	7
Gambar 3.1 Pengertian Warna.....	11
Gambar 3.2 Pengertian Tipografi.....	12
Gambar 3.3 Layout.....	13
Gambar 4.1 Font Myriad Variable Bold.....	14
Gambar 4.2 Font Myriad Variable REGULAR.....	15
Gambar 4.3 Font bd BT BOLD.....	15
Gambar 4.4 Font Acumin Variable Concept.....	15
Gambar 4.5 Pinterest Keyword Brosur.....	16
Gambar 4.5 Canva Keyword Katalog.....	16
Gambar 4.6 Google X-Banner	17
Gambar 4.7 Proses Brosur.....	17
Gambar 4.8 Final Brosur.....	17
Gambar 4.9 Skesta Katalog.....	18
Gambar 4.10 Proses Katalog.....	19
Gambar 4.11 Final Katalog.....	20
Gambar 4.12 Sketsa X-Banner.....	21
Gambar 4.13 Proses X-Banner.....	20
Gambar 4.14 Final X-Banner.....	22
Gambar 4.14 Sketsa Logo.....	23
Gambar 4.15 Proses Desain Logo.....	24
Gambar 4.16 Final Desain Logo.....	24
Gambar 4.17.Final Desain Logo.....	25

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Balasan Kerja Praktik Perusahaan	28
Lampiran 2 Form Kerja Praktik 5 (Halaman 1)	29
Lampiran 3 Form Kerja Praktik 5 (Halaman 2)	30
Lampiran 5 Form Kerja Praktik 7 (Halaman 1)	31
Lampiran 7 Form Bimbingan Dosen.....	32
Lampiran 8 Biodata Penulis	33



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi komunikasi di masa modern ini semakin berkembang. Banyak persaingan akan dapat dipenuhi apabila Perusahaan bisa menciptakan dan mempertahankan pelanggan. Untuk mencapai tujuan tersebut maka Perusahaan memerlukan berbagai inovasi dan perancangan demi kemajuan sebuah Perusahaan.

PT. Marthys Orthopaedic Indonesia adalah sebuah Perusahaan yang bergerak dibidang manufaktur dan distribusi peralatan ortopedi. Dalam beberapa tahun terakhir, Perusahaan ini telah berhasil memperluas jangkauan produk dan layanannya, yang mencakup berbagai perangkat medis ortopedi seperti implan tulang, alat bedah, peralatan rehabilitasi, serta perangkat lunak khusus untuk pemantauan dan manajemen pasien.

Namun pertumbuhan dan kesuksesan PT Marthys Orthopaedic Indonesia tidak hanya bergantung pada kualitas produknya, tetapi juga pada kemampuannya untuk mencapai dan mempertahankan pangsa pasar yang kuat. Dalam Upaya ini PT Marthys Orthopaedic Indonesia menggunakan berbagai media promosi seperti brosur, flyer, mini catalog, x-banner dan media lainnya. Dengan ini PT Marthys Orthopaedic Indonesia berharap dapat terus tumbuh dan berkembang dalam industry peralatan ortopedi yang kompetitif.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, rumusan masalah yang diangkat dalam laporan ini adalah

“Bagaimana merancang media promosi yang menarik agar dapat mencapai konsumen untuk pada produk “Marthys”

1.3 Batasan Masalah

Dalam konteks ini, beberapa batasan masalah yang akan dijabarkan sebagai berikut:

1. Merancang media promosi menggunakan software Adobe Illustrator dan Adobe Photoshop.
2. Pengaplikasian media berupa brosur, flyer, mini catalog, x-banner dan media lainnya.

1.4 Tujuan Kerja Praktik

Untuk membuat promosi PT Marthys Orthopaedic Indonesia diharapkan dapat meningkatkan promosi penjualan dari PT Marthys Orthopaedic Indonesia. Dengan pelaksanaan kerja praktik ini, diharapkan mahasiswa dapat memberikan dampak yang baik terhadap Perusahaan.

1.5 Manfaat

Dalam laporan kerja praktik yang telah disusun oleh penulis terdapat beberapa manfaat, yaitu :

1.5.1 Bagi Mahasiswa

1. Mendapatkan pengalaman dan pengetahuan melalui pelaksanaan kerja praktik.
2. Dapat menerapkan sekaligus mengembangkan ilmu yang dipelajari selama perkuliahan dengan kerja praktik.
3. Meningkatkan kemampuan dalam bekerja secara professional dan mengembangkan keterampilan yang relevan.

1.5.2 Bagi Akademik

1. Kerja Praktik yang telah dilaksanakan dapat ditambahkan kedalam portofolio, serta melengkapi pengalaman dan menjadi nilai tambah saat memasuki dunia pekerjaan.
2. Menjadi landasan untuk menjadi seorang professional dalam dunia kerja.
3. Memberikan citra positif terhadap perguruan tinggi dengan menunjukkan kualitas dan kontribusi mahasiswa di tempat kerja praktik.

1.5.3 Bagi Perusahaan

1. Meningkatkan minat masyarakat terhadap produk dari PT Marhys Orthopaedic Indonesia melalui promosi yang kreatif dan interaktif.
2. Memberikan kontribusi dalam pembuatan media promosi untuk mendukung upaya pemasaran Perusahaan.
3. Meningkatkan ketenaran dan citra positif perguruan tinggi melalui keterlibatan dalam kegiatan kerja praktik.

1.5.4 Waktu Pelaksanaan

a) Detail Perusahaan

Nama Perusahaan : PT DARMAWANGSA MEDICAL SUPPLIES
Alamat : Jl. Comal No.8, keputran, Kec. Tegalsari, Surabaya,
Jawa timur 60265

Telepon : 031-5683160, 5676136

Email : dms_sby63@yahoo.com

b) Tanggal Pelaksanaan : 11 Agustus – 11 September 2023

Waktu : 07.30 – 12.00 WIB

1.5.5 Sistematis Penulisan

Laporan ini diharapkan memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis bagi pihak-pihak yang membutuhkan, antara lain:

BAB 1 PENDAHULUAN

Bab 1 ini mencakup pembahasan mengenai latar belakang kerja praktik, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan, manfaat, pelaksanaan kerja praktik, dan sistematika pelaksanaan kerja praktik.

BAB 2 GAMBARAN UMUM

Bab 2 membahas secara rinci mengenai instansi tempat kerja praktik, mencakup profil, logo, visi, misi, struktur organisasi, dan deskripsi pekerjaan dari instansi tersebut.

BAB 3 LANDASAN TEORI

Bab 3 berisi rangkuman berbagai teori yang relevan dan sesuai dengan topik untuk mendukung penulisan laporan kerja praktik ini.

BAB 4 DESKRIPSI PEKERJAAN

Bab 4 membahas secara rinci pekerjaan yang telah dilaksanakan selama kerja praktik di PT Darmawangsa Medical Supplies, yang diuraikan secara detail dalam laporan ini.

BAB 5 PENUTUP

Bab 5 berisi kesimpulan menyeluruh terkait hasil laporan kerja praktik, serta memberikan saran sebagai masukan terkait permasalahan yang diangkat.

DAFTAR PUSTAKA

Daftar Pustaka berisi daftar referensi yang digunakan dalam penulisan laporan kerja praktik ini.

BAB II

GAMBARAN UMUM INSTANSI

2.1 Sejarah Perusahaan

PT DARMAWANGSA MEDICAL SUPPLIES berdiri sejak tahun 1999, yang beralamat di jalan Comal no. 8 Surabaya, yang bergerak dibidang Alat Kesehatan khususnya Orthopaedi. Kemudian pada tahun 2002 membuka kantor cabang di Bandung dan diawal tahun 2003 berhasil mendirikan kantor cabang baru lagi di Yogyakarta. PT Darmawangsa Medical Supplies didirikan oleh tiga orang dokter spesialis orthopaedi yang berpengalaman. Ketiganya berasal dari perguruan tinggi ternama di Surabaya, yaitu Universitas Airlangga. Produk dari PT Darmawangsa Medical Supplies ini memberikan Solusi terlengkap berupa alat Kesehatan yang berhubungan dengan orthopaedic dan fisiotherapu dengan wilayah pemasaran seluruh Indonesia.

2.2 Profil Perusahaan



Gambar 2.1 Kantor PT Darmawangsa Medical Supplies

(sumber : dokumentasi pribadi)

PT Darmawangsa Medical Supplies adalah sebuah Perusahaan yang berfokus di bidang Alat Kesehatan, sebagai produsen dari brand Marthys, Perusahaan ini membutuhkan distributor untuk mendistribusikan produknya ke seluruh Indonesia.

Nama Perusahaan : PT DARMAWANGSA MEDICAL SUPPLIES
Alamat : Jl. Comal No.8, keputran, Kec. Tegalsari, Surabaya,
Jawa timur 60265
Telepon : 031-5683160, 5676136
Email : dms_sby63@yahoo.com
Hari Kerja : Senin – Sabtu
Jam Kerja : 07.30 – 12.00 WIB

2.3 Visi & Misi

1. Visi

PT Darmawangsa Medical Supplies bertujuan untuk menjadi Perusahaan yang memenuhi kebutuhan rumah sakit dan dokter di Indonesia, sekaligus mampu bersaing di pasar global.

2. Misi

1. menyediakan produk dengan standar kualitas tinggi
2. Memenuhi kebutuhan pasar dengan produk yang sesuai dan inovatif
3. Memberikan pelayanan yang maksimal untuk memastikan kepuasan pelanggan



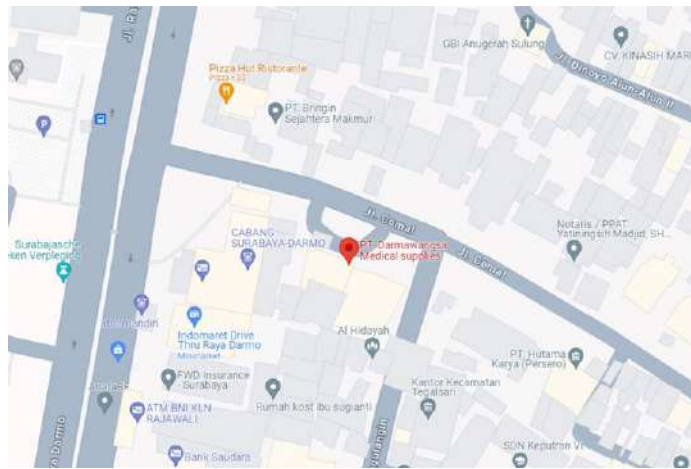
2.4 Logo Perusahaan



**Gambar 2.2 Logo Perusahaan PT darmawangsa Medical
Supplies**

(sumber : dokumentasi pribadi)

2.5 Lokasi Perusahaan

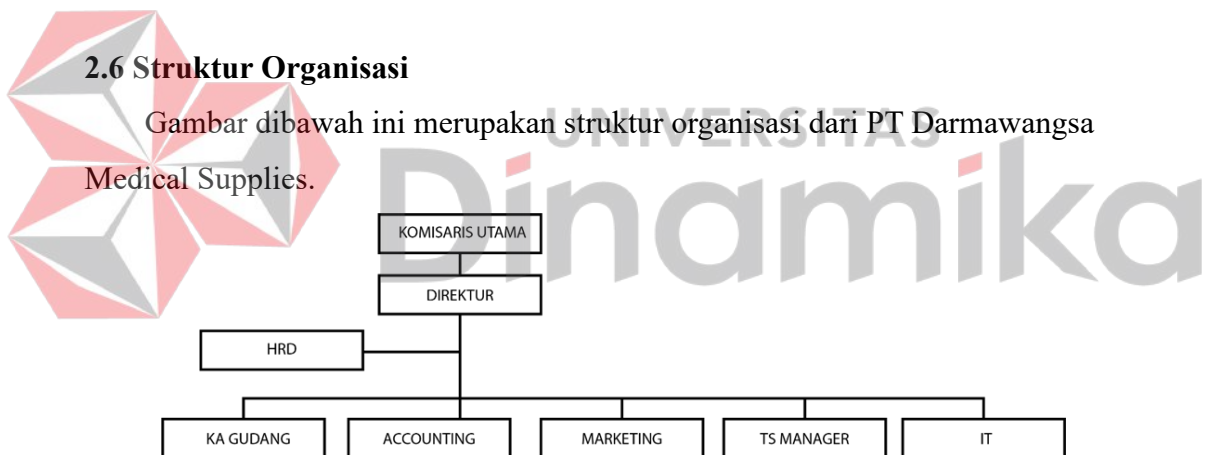


Gambar 2.3 Lokasi Kantor PT darmawangsa Medical Supplies

(sumber : dokumentasi pribadi)

2.6 Struktur Organisasi

Gambar dibawah ini merupakan struktur organisasi dari PT Darmawangsa Medical Supplies.



Gambar 2.4 Struktur Organisasi PT Darmawangsa Medical Supplies

(sumber : dokumentasi pribadi)

2.7 Deskripsi Pekerjaan

1. Komisaris Utama

Melakukan pengawasan terhadap pengurusan Perusahaan. Memberikan naasih dengan kebijakan pada direksi dalam menjalankan Perusahaan.

2. Direktur

Menangani dan mengelola kepentingan Perusahaan sesuai dengan niat dan tujuan yang telah ditetapkan, dengan mengacu pada kebijakan yang telah ditetapkan sebelumnya, selain itu tanggung jawab ini melibatkan penilaian terhadap kinerja karyawan dengan tujuan meningkatkan kualitas kerja secara keseluruhan.

3. HRD

Divisi yang memiliki tanggung jawab mengatur dan mengembangkan sumber daya serta kemampuan seluruh karyawan dalam suatu Perusahaan. Tugas utama divisi ini adalah mengelola aspek-aspek terkait SDM termasuk rekrutmen, pelatihan, pengembangan, manajemen kerja, dan kebijakan karyawan.

4. KA GUDANG

Divisi ini bertanggung jawab untuk mengelola dan mengontrol staf Gudang, kendaraan, serta peralatan lainnya. Selain itu, mereka juga mengawasi aspek keamanan dan fungsi administratif terkait dengan logistic dan asset Perusahaan.

5. MARKETING

Melakukan riset pasar untuk mengetahui harga jenis suatu produk melibatkan analisis tren pasar, perilaku konsumen, dan penilaian terhadap produk sejenis.

6. TS MANAGER

Pekerjaan melibatkan Upaya menjangkau calon konsumen dengan mengoptimalkan produk dan jasa untuk meningkatkan penjualan.

7. IT

Melakukan instalasi aplikasi, menangani eror, mengelola login karyawan, melakukan pembaruan (software) dan menangani aspek teknis lainnya.

BAB III

LANDASAN TEORI

3.1 Media Promosi

Menurut (Lupiyoadi,2013) promosi menjadi elemen krusial dalam strategi pemasaran suatu Perusahaan untuk mengenalkan produk atau jasa. Selain berperan sebagai sarana komunikasi antara Perusahaan dan konsumen, kegiatan promosi juga memiliki fungsi sebagai upaya memengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian atau pemanfaatan jasa, disesuaikan dengan preferensi dan kebutuhan mereka.

3.2 Banner

Brosur adalah media promosi yang sering digunakan dalam ruangan, menjadi efektif dengan desain menarik dan dimensi yang cukup besar, sehingga sesuai untuk ditempatkan dilokasi yang ramai. Penggunaan gambar yang menarik dan teks yang singkat dapat menjadi daya Tarik untuk mendorong pembelian sebuah produk.

3.3 Brosur

Brosur adalah media promosi untuk edukasi dan memberikan informasi rinci produk atau layanan, termasuk cara penggunaan harga, dan panduan pembelian. Ukurannya kecil memudahkan distribusi ke target konsumen di tempat ramai. Brosur yang informatif dan jelas membantu mengurangi pertanyaan konsumen, meningkatkan keyakinan, dan mendorong pembelian.

3.4 Baliho

Baliho menjadi media promosi yang populer saat ini. Biasanya ditempatkan dipinggir jalan dengan dimensi yang besar, baliho strategis ditempatkan dilokasi yang sering dilalui oleh konsumen. Media ini efektif untuk menarik perhatian konsumen baru dan mempertahankan kesadaran produk dikalangan konsumen setia. Penting untuk menyampaikan pesan secara singkat, padat, dan jelas di baliho menghindari kalimat atau kata-kata sulit dibaca.

3.5 Media Sosial

Media sosial seperti Instagram, Tiktok, Facebook, dan twitter cocok untuk promosi dengan kelebihan masing-masing. Instagram dan Tiktok sesuai untuk segmen anak muda, Twitter untuk professional. Pilihan platform disesuaikan dengan target pasar. Dan pemasaran dapat gratis dengan konten menarik. Viralitas konten dapat meningkatkan awareness tanpa biaya besar. Media sosial juga berperan dalam menanggapi keluhan pelanggan dan menarik konsumen baru.

3.6 Logo

Logo adalah representasi visual berupa huruf atau gambar yang memiliki makna khusus. Dalam pandangan Rustan (2013:13), logo merupakan singkatan dari logotype. Logo dapat menggunakan berbagai elemen, seperti tulisan, logogram, gambar, ilustrasi, dan sebagainya. Banyak yang menganggap logo sebagai elemen gambar atau symbol dalam identitas visual.

3.7 Prinsip Desain

3.7.1 Unity

Kesatuan atau harmoni dalam desain adalah prinsip yang menggabungkan semua elemen sehingga menciptakan persaaan dan makna yang utuh. Setiap elemen saling bersinergi untuk membentuk kesatuan dalam karya.

3.7.2 Balance

Desain yang berhasil harus memiliki keseimbangan antar elemen, Dimana setiap bagian tidak dominan atau mencolok lebih dari yang lainnya. Keseimbangan ini menciptakan kesan visual yang menyenangkan dan harmonis. Kemampuan desainer untuk menciptakan karya yang seimbang merupakan keterampilan yang esensial dalam menghasilkan desain yang estetis dan menarik.

3.7.3 Rhythm and Repetition

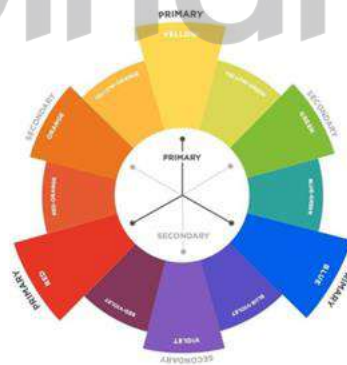
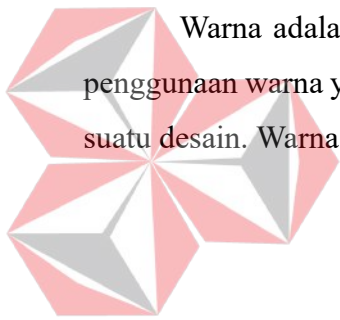
Prinsip desain Rhythm (irama) dan Repetition (pengulangan) merupakan dua konsep yang saling terkait dan tidak dapat dipisahkan. Irama berfungsi sebagai pengatur pengulangan, menciptakan pola yang terstruktur. Disisi lain, pengulangan digunakan untuk memperkuat tampilan keseluruhan desain. Menciptakan kesan kekuatan dan konsistensikeduanya bekerja bersama untuk menciptakan desain yang koheren dan estetis.

3.7.4 Proportion

Proporsi dalam desain merujuk pada hubungan perbandingan antara satu bagian dengan lainnya, prinsip ini mengatur dimensi keseluruhan objek dalam suatu karya, seperti Panjang, tinggi, lebar, dan sebagainya. Proporsi yang tepat memberikan keseimbangan visual dan estetika yang menyeluruh dalam suatu desain.

3.8 Warna

Warna adalah unsur yang sangat visual dan memiliki dampak emosional, penggunaan warna yang tepa dapat memengaruhi persepsi, suasana, dan daya Tarik suatu desain. Warna memiliki jenis yaitu warna primer dan sekunder.

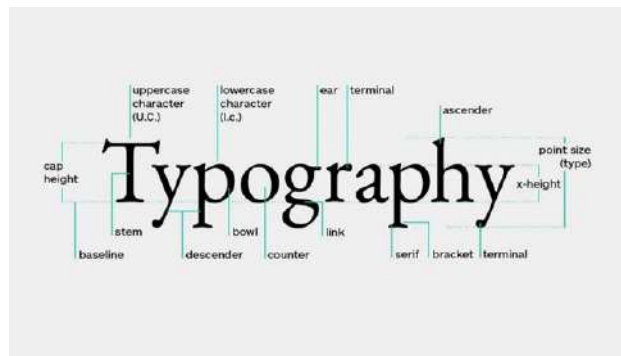


Gambar 3.1 Pengertian Warna

(sumber : pinterest)

3.9 Tipografi

Buku “Manuale Typhographicum” karya Herman Zapf, seorang desainer huruf Jerman pada 1954, menjelaskan bahwa tipografi adalah seni dan teknik penataan huruf untuk menciptakan kesan tertentu. Zapf menekankan pentingnya pengaturan huruf dengan memperhatikan ruang yang tersedia untuk meningkatkan kenyamanan membaca. Para ahli lain juga memberikan pandangan mereka mengenai define tipografi.

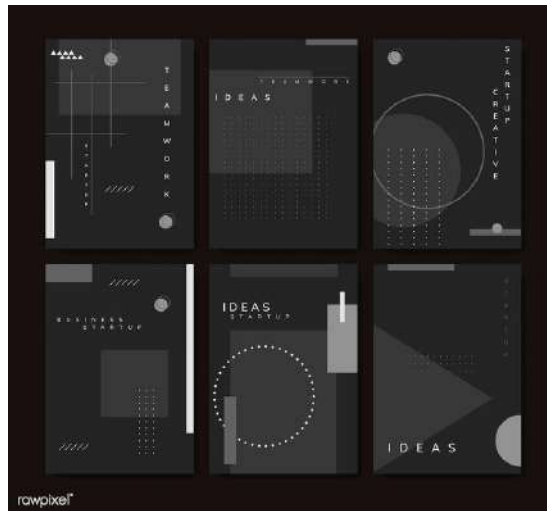


Gambar 3.2 Pengertian Tipografi

(sumber : solusiprinting.com)

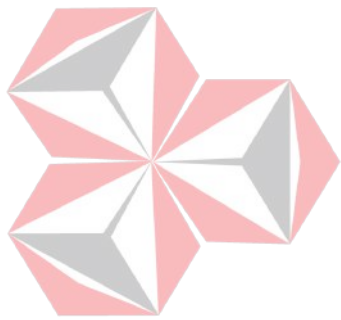
3.10 Layout

Layout adalah tata letak elemen desain dalam satu bidang media yang bertujuan menciptakan visual menarik. Menurut Rustan Surianto, layout merupakan tata letak elemen desain terhadap suatu media dengan tujuan mendukung konsep. Layout berperan sebagai elemen kunci dalam menciptakan tampilandesain yang menarik dan efektif menyampaikan informasi kepada audiens.



Gambar 3.3 Pengertian Layout

(sumber : pinterest)



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB IV

DESKRIPSI PEKERJAAN

4.1 Penjelasan Pekerjaan

Penulis melaksanakan kegiatan kerja praktik di PT Darmawangsa Medical Supplies sebagai desainer grafis untuk mendukung promosi PT Marthys Orthopaedic Indonesia. Kegiatan tersebut mencakup pembuatan media promosi sebagai persiapan sebelum mengerjakan tugas utama, bertujuan agar Langkah-langkah yang diambil dapat dilakukan dengan tepat. Dibawah ini ada beberapa brief yang diberikan Perusahaan kepada penulis saat melaksanakan kerja praktik.

1. Desain brosur digunakan untuk keperluan promosi Perusahaan
2. Desain Katalog menunjukkan spesifikasi yang ada dalam produk
3. Desain X-Banner digunakan pada saat acara pameran
4. Desain Logo sebagai alternatif identitas perusahaan

4.2 Konsep Typografi

Tipografi yang digunakan penulis dalam pembuatan desain grafis untuk media promosi yaitu sebagai berikut :

1. **Myriad Variable Concept BOLD**

**ABCDEFGH
IJKLMNOP
OPQRSTU
VWXYZ
1234567890**

Gambar 4.1 Myriad Variable Concept BOLD

(sumber : dokumentasi penulis)

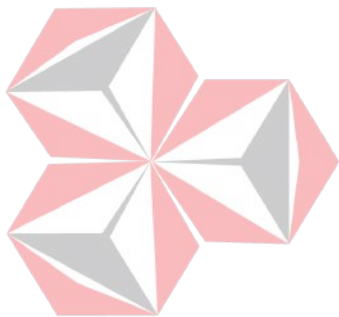
2. Myriad Variable Concept REGULAR

ABCDEFGH
HIJKLMN
OPQRSTU
VWXYZ
1234567890

Gambar 4.2 Myriad Variable Concept REGULAR

(sumber : dokumentasi penulis)

3. Exotc350 Bd BT BOLD



**ABCDEFGH
HIJKLMN
OPQRSTU
VWXYZ
1234567890**

Gambar 4.3 Exotc350 Bd BT BOLD

(sumber : dokumentasi penulis)

4. Acumin Variable Concept

**ABCDEFGH
HIJKLMN
OPQRSTU
VWXYZ
1234567890**

Gambar 4.4 Acumin Variable Concept

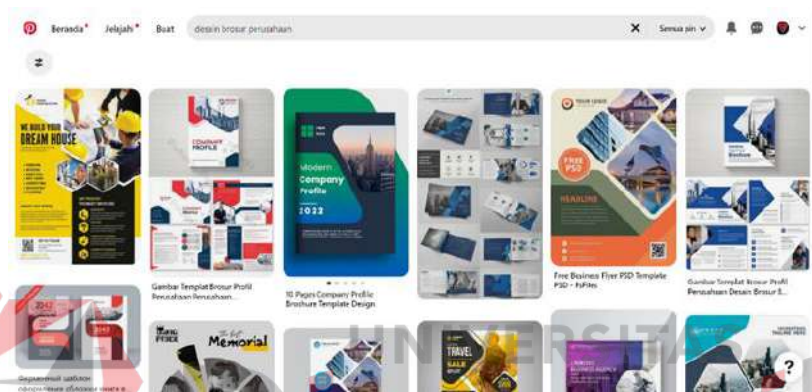
(sumber : dokumentasi penulis)

4.3 Software

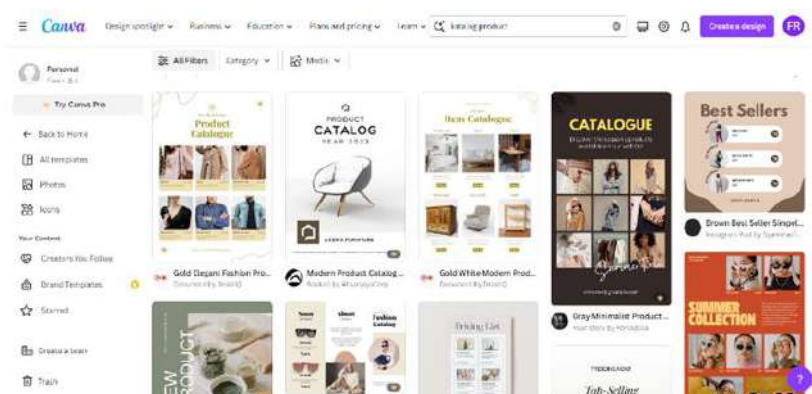
Penulis menggunakan software Adobe Illustrator dan Adobe Photoshop saat menyelesaikan tugas dari Perusahaan. Adobe Photoshop digunakan untuk memotong foto, sementara Adobe Illustrator digunakan untuk membuat desain media.

4.4 Referensi

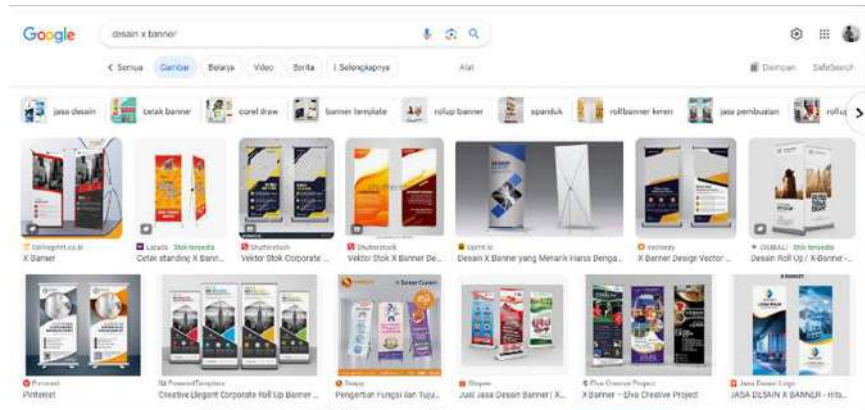
Referensi merupakan elemen penting dalam proses menciptakan suatu karya karena dapat membantu penulis dalam menemukan ide. Dalam hal ini, penulis memperoleh inspirasi melalui platform media sosial pinterest, canva, google.



Gambar 4.4 Pinterest keyword brosur
(sumber : dokumentasi penulis)



Gambar 4.5 Canva Katalog Produk
(sumber : dokumentasi pribadi)



Gambar 4.6 Google X-Banner
(sumber : dokumentasi penulis)

4.5 Desain Brosur

Penulis merancang desain brosur PT Marthys Orthopaedic Indonesia melalui serangkaian tahapan, termasuk pengambilan foto produk dan pembuatan rancangan desain menggunakan Adobe Illustrator.

4.5.1 Proses Brosur

Proses brosur ini dibuat menggunakan software Adobe Illustrator, dengan 3 alternatif melalui beberapa tahapan proses yaitu foto produk dan membuat rancangan desain melalui Adobe Illustrator.



Gambar 4.7 Proses Brosur
(sumber : dokumentasi penulis)

4.5.2 Final Desain Brosur

Proses berlanjut pada tahap final desain setelah mendapat persetujuan dari Perusahaan. Berikut adalah gambar dari desain akhir:



Gambar 4.8 Final Brosur

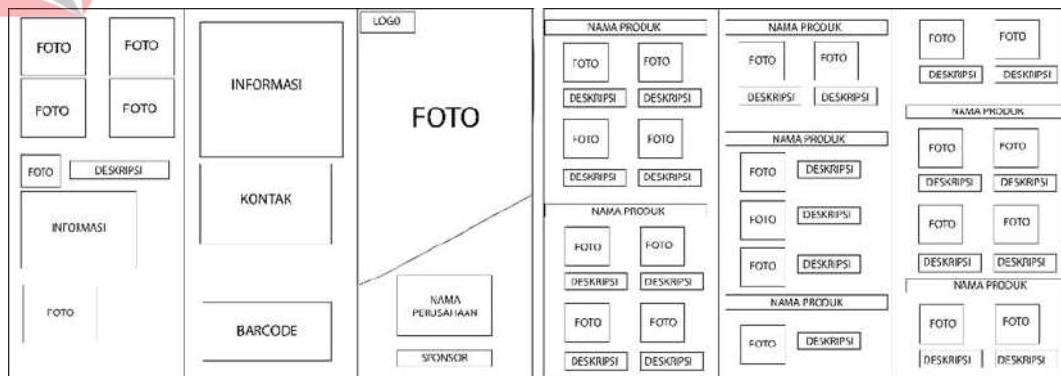
(sumber : dokumentasi penulis)

4.6 Desain Katalog

Penulis merancang katalog ini melalui beberapa Langkah proses termasuk pengambilan foto produk dan pembuatan desain menggunakan Adobe Illustrator.

4.6.1 Sketsa Katalog

Sketsa yang telah dibuat oleh penulis menggunakan teknik digital.

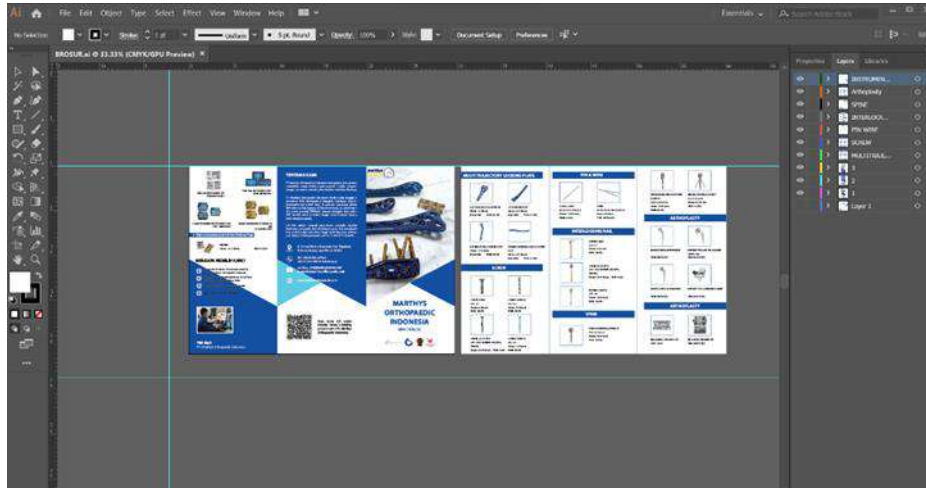


Gambar 4.9 Sketsa Katalog

(sumber : dokumentasi penulis)

4.6.2 Proses Katalog

Pembuatan katalog ini melibatkan penggunaan software Adobe Illustrator. Bagian depan brosur menampilkan nama Perusahaan, sementara dibagian belakang terdapat rincian spesifikasi produk.



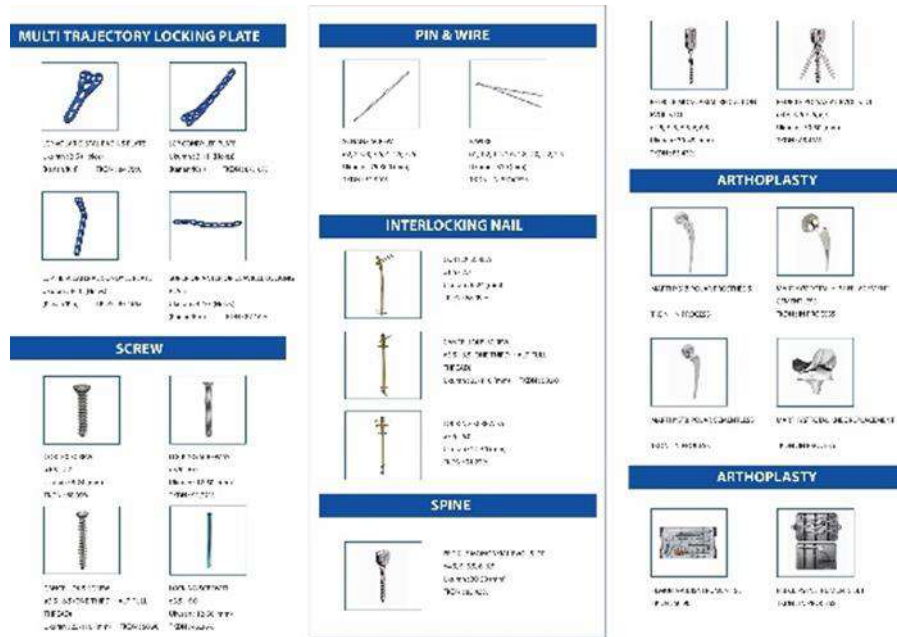
Gambar 4.10 Proses Katalog

(sumber : dokumentasi pribadi)

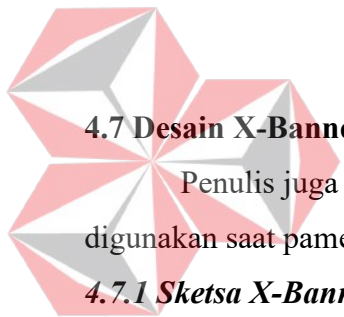
4.6.3 Final Katalog

Pada tahap ini yaitu final katalog yang telah diselesaikan oleh penulis.





Gambar 4.11 Final Katalog
(sumber : dokumentasi penulis)



4.7 Desain X-Banner

Penulis juga membuat x-banner sesuai petunjuk yang diberikan, yang akan digunakan saat pameran.

4.7.1 Sketsa X-Banner

Dalam sketsa ini penulis menggunakan teknik digital dan setelah mencari berbagai referensi penulis kemudian membuat sketsa tersebut seperti gambar dibawah ini :



Gambar 4.12 Sketsa X-Banner

(sumber : dokumentasi penulis)



4.7.2 Proses X-Banner

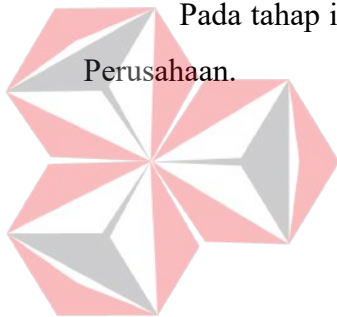
Dalam pembuatan desain, penulis menggunakan software Adobe Illustrator untuk x-banner, x-banner tersebut menampilkan gambar utama produk dibagian Tengah, dengan logo Perusahaan dan sponsor dibagian atas, informasi produk ini disampaikan dibagian bawah, sementara alamat dan barcode ditempatkan di bagian paling bawah, sementara alamat dan barcode ditempatkan bagian atas.



Gambar 4.13 Proses X-Banner
(sumber : dokumentasi penulis)

4.7.3 Final X-Banner

Pada tahap ini yaitu final x-banner yang telah mendapatkan acc dari pihak Perusahaan.



Gambar 4.14 Proses X-Banner

(sumber : dokumentasi penulis)

4.9 Desain Logo

Penulis menciptakan desain logo sebagai opsi untuk Perusahaan melalui serangkaian Langkah proses, dimulai dengan brainstorming dari logo yang sudah ada, kemudian membuat rancangan menggunakan Adobe Illustrator.

4.9.1 Sketsa Logo

Dalam membuat sketsa, penulis menggunakan teknik sketsa digital. Dibawah ini gambaran sketsa dari logo tersebut.



4.9.2 Proses Desain Logo

Dalam proses pembuatan logo ini, penulis diminta untuk membuat 2 logo alternatif untuk Perusahaan kemudian penulis langsung melakukan proses brainstorming dan terpilihah 2 logo tersebut.



Gambar 4.15 Proses Desain Logo 1&2

(sumber : dokumentasi penulis)



4.9.2 Final Desain Logo

Berikut adalah final desain logoyang telah diselesaikan oleh penulis.



Gambar 4.16 Final Desain Logo 1

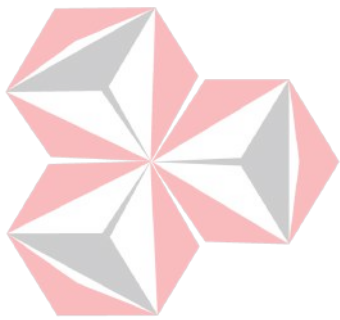
(sumber : dokumentasi penulis)



**MARTHYS
ORTHOPAEDIC**

Gambar 4.17 Final Desain Logo 2

(sumber : dokumentasi penulis)



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pengalaman yang telah saya peroleh selama menjalani kerja praktik di PT Darmawangsa Medical Supplies, dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Menerapkan pengetahuan yang diperoleh dari Lembaga atau instansi.
2. Memperluas pengetahuan dan pemahaman mengenai lingkungan kerja sehari-hari.
3. Memperoleh pengalaman tambahan dalam dunia pekerjaan.

Dengan demikian, penulis berharap pengalaman yang telah diperoleh dapat menjadi landasan yang mendukung perjalanan sebagai mahasiswa dan menjadi bekal berharga di masa mendatang ketika terjun ke dunia kerja.

5.2 Saran

Saran yang dapat disampaikan berdasarkan pengalaman kerja praktik di PT Darmawangsa Medical Supplies. Antara lain sebagai berikut:

5.2.1 Bagi Perusahaan

1. harapannya, melalui pelaksanaan kerja praktik ini Perusahaan dan Universitas dapat menjalin kerja sama.
2. Melalui pengalaman kerja praktik di Perusahaan tersebut, diharapkan penulis dapat terus meningkatkan kreativitas dan inovasi dalam pembuatan desain.

5.2.2 bagi Mahasiswa

1. Membawa dan menjaga nama baik Universitas ditempat Perusahaan.
2. Menjadikan sumber inspirasi bagi Mahasiswa yang akan menjalani kerja praktik di Perusahaan tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

Jatmika, S. E. D., Jatmika, S. E. D., Maulana, M., KM, S., & Maulana, M. (2019). Pengembangan Media Promosi Kesehatan.

https://eprints.ukh.ac.id/id/eprint/852/1/6_PERENCANAAN%20MEDIA%20PROMOSI%20KESEHATAN_1.pdf

Oscario, A. (2013). Pentingnya peran logo dalam membangun brand. *Humaniora*, 4(1), 191-202.

<https://journal.binus.ac.id/index.php/Humaniora/article/view/3429/2815>

Rustan, S. (2008). *Layout dasar dan penerapannya*. Gramedia Pustaka Utama.

https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=31hjDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=Layout+Dasar+dan+Penerapannya&ots=SeqxPp9awm&sig=02nkEle3qSg8GJd2oYbpY8SrzeM&redir_esc=y#v=onepage&q=Layout%20Dasar%20dan%20Penerapannya&f=false

Rustan, S. (2013). *Mendesain logo*. Gramedia Pustaka Utama.

https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=hVdjDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=desain+logo+&ots=MkpkYUZWBA&sig=IRkEVHk92ne9j0uBOZ63WrB5jCo&redir_esc=y#v=onepage&q=desain%20logo&f=false

Sihombing, D. (2001). *Tipografi dalam desain grafis*. Gramedia Pustaka Utama.

https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=OzMNi7W2S9QC&oi=fnd&pg=PA7&dq=tipografi&ots=6TGGqTip0m&sig=Y5Ztt_xx715gcpwnQGc2oBLFcGM&redir_esc=y#v=onepage&q=tipografi&f=false

Widya, L. A. D., & Darmawan, A. J. (2019). *Pengantar Desain Grafis*.

<https://repositori.kemdikbud.go.id/26631/>