

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam pengertian umum dari sebuah *company profile* dan brosur adalah sesuatu bentuk benda atau media yang dapat digunakan sebagai sarana informasi kepada masyarakat terhadap sebuah bentuk organisasi atau sebuah perusahaan. Dalam hal ini suatu media *company profile* dan brosur tidak hanya memberikan informasi terhadap keorganisasian suatu perusahaan tersebut namun juga media tersebut dapat juga memberikan informasi tentang hal-hal lain yang perlu disampaikan agar dapat lebih dipahami.

Company Profile dan brosur mempunyai berbagai fungsi di antaranya:

1. Sebagai sarana untuk memberikan suatu informasi kepada masyarakat luas tentang sebuah perusahaan tersebut.
2. Sebagai penawaran kerjasama terhadap suatu perusahaan dan instansi
3. Sebagai bahan promosi terhadap produk dan jasa perusahaan yang ditawarkan bagi *clien*.

Berdasarkan uraian diatas, *Company Profile* dan brosur dituntut tampil lebih baik dan dapat memenuhi syarat. Disamping bahan *Company Profile* dan brosur yang berfungsi juga tempat CD interaktif, faktor desain *Company Profile* dan brosur sangat menentukan daya tarik *clien* terhadap karakter perusahaan yang bergerak di bidang jasa.

Perkembangan perusahaan yang bergerak dibidang jasa *design* dan *printing* di Indonesia ternyata juga sedang berkembang dengan pesat seiring dengan persaingan sebagai macam jasa dibidang ini yang semakin banyak bermunculan, dengan kondisi seperti inilah *Company Profile* dan brosur yang menarik dan *inovatif* akan menjadi nilai tambah bagi *Company Profile* dan brosur yang ditawarkan tersebut. Yang mana dapat meningkatkan penjualan dari jasa yang ditawarkan.

Berkenaan pula dengan tugas akhir yang menjadi syarat kelulusan pada semester akhir DIII Kompuetr Grafis dan Cetak STIKOM. Maka kami sebagai penyusunan dalam kesempatan ini berinisiatif membuat sebuah *Company Profile* dan brosur dengan mengusung tema sebuah *Company Profile* dan brosur yang *eksklusif* untuk *Company Profile* dan brosur “**Micromedia**”. Kami selaku mahasiswa DIII KGC STIKOM termotivasi untuk membuat inovasi *Company Profile* dan brosur yang sesuai telah menjadi karakter tersendiri yang membedakan dengan perusahaan lainnya yang juga bergerak dibidang yang sama.

1.2 Permasalahan

Company Profile dan brosur pada umumnya dalam bentuk brosur biasa yang tidak ada variasi dan ciri khas tersendiri yang mencerminkan perusahaan yang bergerak di bidang jasa *design* dan *printing*. Dengan demikian kami mendapat ide untuk membuat *Company Profile* dan brosur yang akan di bentuk *2 in 1* sebagai brosur dan juga tempat CD interaktif yang bertujuan untuk mempermudah *clien* memahami jasa yang di tawarkan perusahaan.

Penggunaan *images dan color* yang sesuai dengan ciri khas warna perusahaan yang membedakan dengan *Company profile* dan brosur yang telah ada pada umumnya. Penulis berharap, *Company profile* dan brosur ini nantinya akan memiliki nilai fungsi dan nilai jual lebih terhadap produk yang ditawarkan.

1.3 Tujuan

Adapun tujuan yang ingin dicapai oleh para penulis dari kegiatan Tugas Akhir pembuatan desain *Company profile* dan brosur adalah sebagai berikut:

1. Sebagai salah satu syarat kelulusan untuk mata kuliah Proyek Akhir.

2. Sebagai syarat penerapan ilmu yang selama ini dipelajari di perkuliahan untuk diterapkan untuk membantu kemajuan suatu perusahaan dalam mengembangkan dan memasarkan produk dan jasa yang dimiliki.
3. Untuk menambah wawasan dan ilmu pengetahuan tentang suatu desain untuk *Company profile* dan brosur khususnya di perusahaan percetakan dan penerbitan.
4. Untuk menambah pengetahuan tentang bagaimana menentukan dan memilih macam-macam material yang sesuai dengan produk yang digunakan “ *Company profile* dan brosur “.

1.4 Manfaat

Adapun manfaat yang dapat diambil dari kegiatan ini adalah:

- a. Untuk pribadi/kelompok
 1. Dapat menambah pengalaman dan ilmu dalam mendesain, layout serta melakukan proses cetak (baik mulai dari *prepress, press, postpress*).
 2. Dapat menerapkan ilmu-ilmu yang selama ini sudah didapatkan semasa perkuliahan.
 3. Dapat menambah pengalaman dalam melakukan pemasaran dan penawaran atau negosiasi.

4. Dapat memperkenalkan pengetahuan tentang desain, material dan finishing yang tepat dan lebih baik kepada perusahaan.

b. Untuk Perusahaan

1. Dapat memperoleh nilai tambah untuk perusahaannya dari bidang pemasaran lewat desain *Company profile* dan brosur.
2. Memberikan ciri khas yang berbeda dengan *Company profile* dan brosur yang selama ini sudah ada agar dapat menarik minat konsumen dalam mengetahui produk-produk yang ditawarkan.



1.5 Ruang Lingkup

Ruang lingkup perancangan proyek akhir ini meliputi:

1. Desain dan ilustrasi Mockup *Company profile* dan brosur.
2. Melayout dan melakukan perhitungan material yang dibutuhkan.
3. *Montage* film.
4. Pembuatan *plate*.
5. Proses cetak.
6. *Finishing/post-press*.

1.6 Peralatan yang digunakan

Meliputi perangkat yang digunakan selama proses pengerjaan Proyek Akhir, yaitu adalah sebagai berikut:

1. *Hardware*

- a. Laptop (Intel Dual Core, HDD 250 Gb, RAM 1,5 GB).
- b. Konica Minolta Digital Proofing.
- c. Modem Smart EVDO.
- d. Peralatan untuk membuat mockup (kertas Art Paper 260gsm, penggaris, *cutter*, pensil).
- e. Mesin potong Polar Mohr Etromat 72.
- f. Mesin cetak Oliver 52 (1 warna) dan Mesin cetak Heidelberg GTO52 (1 warna) untuk brosur untuk pembuatan brosur.
- g. Mesin plong jenis degel.

2. *Software*

- a. Corel Draw X5.
- b. Adobe Photoshop CS5.

1.7 Metode Penelitian

Metode yang digunakan untuk menyelesaikan mata kuliah proyek ini dilakukan melalui tahapan sebagai berikut:

- Studi Observasi:

Dilakukan melalui survey ke tempat perusahaan **MICROMEDIA** mengenai semua informasi yang dibutuhkan untuk merancang desain *Company profile* dan *brosur*.

- Studi Rancangan:

Dilakukan dengan membuat sketsa terlebih dahulu, kemudian membuat desain dan ilustrasi serta perhitungan material dan biaya.

- Studi Komputasi:

Membuat desain *mock up* yang sesuai dengan permintaan dan kebutuhan dari aplikasi yang diinginkan. serta merancang ukuran *mock up* Company Profile. Rancangan *mock up* dan desain selanjutnya dikonsultasikan kepada pimpinan perusahaan untuk menyamakan rancangan ide yang telah dibuat.

- Studi Wawancara:

Dilakukan dengan mencatat hal- hal yang penting yang nantinya akan diaplikasikan sebagai isi ke dalam Company profile dan brosur dengan melakukan wawancara langsung kepada pihak perusahaan dan pihak percetakan yang bersangkutan.

1.8 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan merupakan rangkaian hasil teknis dari proses rancangan dan implementasi yang terstruktur. Dalam penulisan dokumen mengikuti sistematika sebagai berikut ini:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merumuskan dan menjelaskan gambaran umum mengenai seluruh penelitian yang dilakukan oleh penulis, yang meliputi (Latar Belakang, Masalah, Tujuan, Manfaat, Ruang Lingkup, Peralatan yang digunakan, Metode penelitian serta Sistematika penulisan laporan Tugas Akhir)

BAB II LANDASAN TEORI

Membahas tentang *hardware* dan *software* yang di gunakan penyusun.

BAB III ANALISA

Meliputi analisa kondisi eksisting, rumusan konsep desain analisa produk serta perhitungan biaya produksi dalam pembuatan desain company profile dan brosur.

BAB IV IMPLEMENTASI DESAIN

Membahas tentang langkah-langkah implementasi desain ke dalam ilustrasi serta pewarnaan dan efek-efek yang di gunakan dalam pembuatan *Company profile dan brosur*.

BAB V PENUTUP

Berisi tentang kesimpulan yang bermula dari permasalahan serta saran dari *Company profile dan brosur* yang dibuat.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 *HARDWARE*

Penulis menggunakan *Laptop* sebagai sarana menuangkan ide yang terpicir tentang pembuatan desain kemasan, *flashdisk* dan *Harddisk External* untuk meng-copy data dari *harddisk* ke *CD* yang dipergunakan untuk mencetak hasil desain ke cetak konvensional.

2.2 *SOFTWARE*

Adapun *software* yang digunakan adalah *Corel Draw X5* dan *Photoshop CS4 dan CS5*.

2.2.1 *Adobe Photoshop CS2 dan CS3*

Software ini digunakan untuk proses pengolahan *source* yang berupa *image digital*.

2.2.2 *Corel Draw X5*

Software ini digunakan untuk proses desain kemasan dan ilustrasi untuk kemasan serta untuk proses *layout*.

2.2.3 Peralatan pendukung lainnya

Untuk menyelesaikan desain kemasan dan brosur yang telah selesai dicetak penulis menggunakan alat bantu pendukung, yaitu:

1. Kertas Art Paper 260gsm.
2. Tinta cetak Cemani Toka(TC).
3. Bahan pendukung proses cetak (plat cetak, bensin, RWA, *developer*, *gum*, *spraypowder*, *platecleaner*, *corector*, dll).
4. Pisau dan papan *Die Cut*.



BAB III

ANALISA

3.1 Brosur Pesaing

Maksud dari studi eksisting ini adalah sebagai acuan atau tolak ukur bagi tugas akhir. Acuan tersebut berupa desain artwork, layout, jenis cetak hingga kualitas cetaknya yang meliputi *company profile* dan brosur dari jenis cetak hingga kualitas cetaknya.

3.1.1 Acuan Company Profile lama



Gambar 3.1 Acuan *company profile* dan brosur **Micromedia**

Selama ini *company profile* dan brosur “ **Micromedia**” yang ada hanya berupa *Map* yang terbuat dari bahan kertas art paper 260 gsm namun tidak ada tempat untuk CD interaktif perusahaan.

Kelompok kami menggunakan kertas art paper 260 gsm dengan dasar percobaan “*trial and error*”, dengan adanya tempat CD menjadi satu dengan *company profilenya*. Yang mana hasil tersebut tidak dapat diperoleh dengan menggunakan kertas art paper 260 gsm. Acuan yang digunakan untuk membuat *company profile* dan brosur “**Micromedia**”.

3.2 Konsep Desain Company Profile



Gambar 3.2 Konsep Desain *Company Profile* Micromedia

3.2.1. Warna

Untuk aplikasi warna pada *company profile* **Micromedia**, warna yang digunakan keseluruhannya merupakan perpaduan dari warna proses CMYK dan juga *special color* , namun lebih di dominasi warna special color . Hal ini dikarenakan untuk memenuhi permintaan dan warna yang telah menjadi ciri khas perusahaan, tanpa mengesampingkan mutu dan hasil artwork pada *company profile*.

Warna primer atau utama yang dominan diterapkan pada *company Profile* ini adalah menggunakan warna *Orange* atau *special color*. Hal tersebut dikarenakan warna orange memiliki banyak aplikasi menunjukan karakter terhadap *company profile* dan memiliki dampak psikologis sebagai identitas sebuah perusahaan tertentu. Warna *orange* juga merupakan salah satu warna karakter kuat perusahaan ini. Berikut ini merupakan keterangan dari masing – masing penggunaan warna terhadap bagian – bagian

Company Profile :

- Untuk warna backgroud *Company Profile* menggunakan *special color orange* . pemilihan warna orange ini adalah warna yang sesuai dengan spesifikasi warna perusahaan yaitu orange. Warna orange ini juga mampu memberikan pencitraan yang baik terhadap *Company Profile* itu sendiri.
- Untuk warna logo “Micromedia” menggunakan warna merah gradient kuning sebagai latar belakangnya (perpaduan dari , Magenta 83% dan Yellow 100%) dan orange (perpaduan dari , Magenta 39% dan Yellow 100). Pada huruf M sebagai logo perusahaan menggunakan warna gradient orange gelap ke hitam (perpaduan dari , Magenta 70% dan Yellow 100%) dan warna hitam (perpaduan dari , Cyan 74 % , Magenta 68% , Yellow 68% dan Black 88%). Penggunaan warna ini memiliki tujuan untuk mempertahankan warna khas dari Micromedia yang telah dipatenkan dan tidak boleh ada pengubahan.

- Untuk warna pada tulisan Micromedia menggunakan warna putih. Tujuan dari pemberian warna putih pada tulisan Micromedia adalah untuk menghindari kesan monoton pada tampilan Artwork utama kemasan, untuk memberikan perbedaan warna agar terlihat lebih kontras dengan warna background
- Untuk Artwork berbentuk gradasi dibelakang logo micromedia yang berfungsi untuk menonjolkan kesan tulisan Micromedia agar terlihat lebih kontras menggunakan warna sparasi orange (perpaduan antara Magenta 48% dan Yellow 100%).
- Untuk Artwork yang berbentuk garis lurus yang berfungsi untuk memberikan kesan elegan dan menarik pada company profile menggunakan warna putih dan hitam 100%
- Untuk gear adalah suatu gambaran yang menggambarkan suatu technology. Menggunakan warna putih dan hitam 100% untuk bagian shadow atau bayangan gear
- Untuk warna – warna teks informasi dan pendukung company profile digunakan warna putih. Warna putih pada tulisan digunakan untuk mampu memberikan efek kontras yang baik sehingga tetap mudah dibaca oleh mata konsumen atau client.

3.2.2 Trend

Trend yang sedang marak digunakan oleh company profile saat ini adalah berbagai macam bentuk dan design nya yang menarik dengan penggunaan artwork yang terdiri dari perpaduan antara vektor dan image. Hal tersebut juga memberikan pengaruh terhadap design artwork dari produk company profile yang menggunakan perpaduan vektor dengan image berupa foto untuk dapat mengikuti perkembangan trend yang sedang ramai diterapkan dipasaran.

Penggunaan artwork perpaduan antara vektor dan image ini juga memberikan keuntungan dengan biaya design artwork yang lebih murah dan juga penggunaan image adalah dengan maksud lebih menunjukkan hasil produk dari perusahaan tersebut. Hal ini disebabkan karena adanya pengurangan pemakaian dari tinta khusus atau special colour seperti Pantone (Design Artwork yang murni 100% dari vektor memiliki kecenderungan yang lebih besar dalam penggunaan warna – warna khusus).

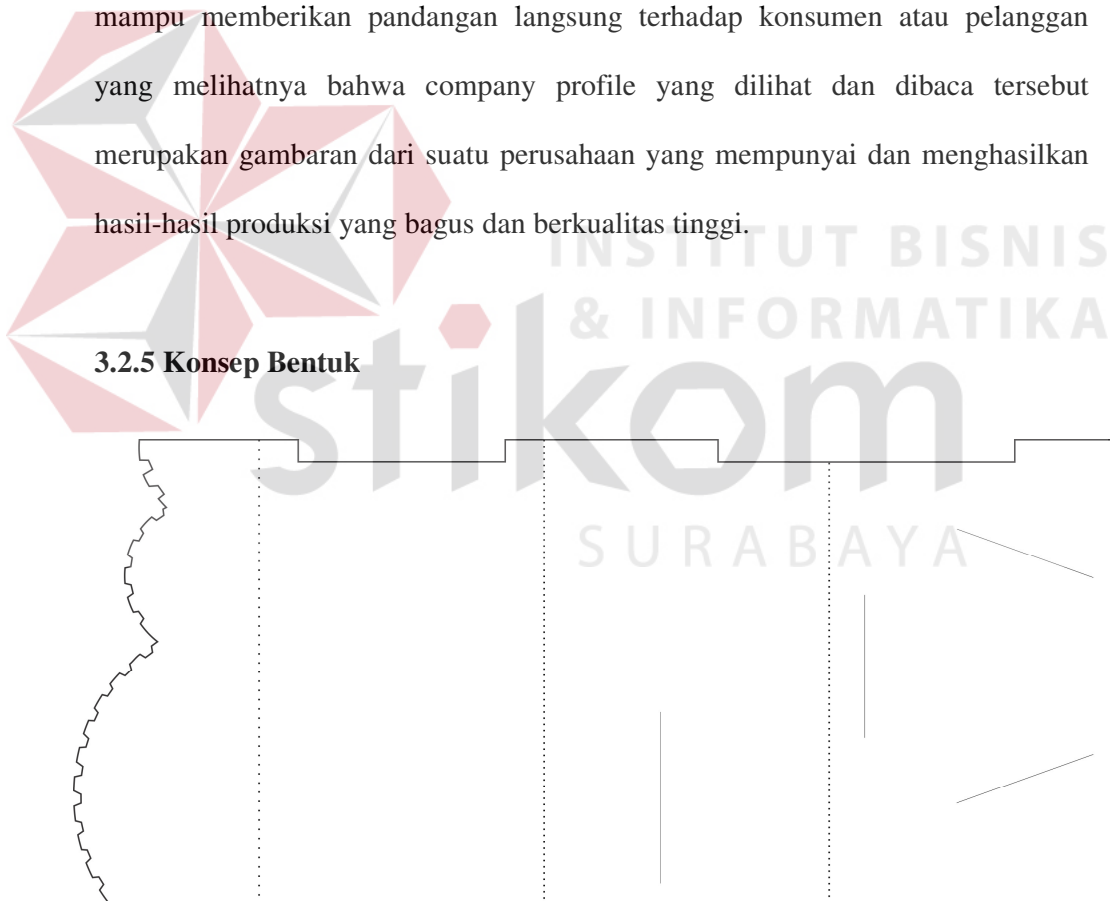
3.2.3. Visualisasi

Bentuk atau design visualisasi dari company profile yang menggunakan warna -warna dasar orange dan dipadukan dengan design artwork yang terbuat dari perpaduan vektor dengan image ini diharapkan mampu untuk lebih menunjukkan kesan eksklusif dan lebih dapat menunjukkan hasil produksi suatu perusahaan tersebut. Visualisasi dari kemasan ini juga diharapkan mampu untuk memberikan pencitraan terhadap produk suatu perusahaan yang berkualitas dan bermutu terbaik.

3.2.4 Penampilan

Penampilan keseluruhan dari company profile ini diharapkan mampu untuk memenangkan persaingan yang ketat ketika dilempar dipasaran, menarik perhatian konsumen atau pelanggan dan memberikan efek terhadap company profile tersebut untuk mampu menjual atau mempromosikan produk yang ditampilkan dalam company profile tersebut. Hal tersebut didukung dengan pemberian logo perusahaan yang memberikan ciri khas tersendiri dan bentuk design artwork utama yang berupa perpaduan vektor dan image yang diharapkan mampu memberikan pandangan langsung terhadap konsumen atau pelanggan yang melihatnya bahwa company profile yang dilihat dan dibaca tersebut merupakan gambaran dari suatu perusahaan yang mempunyai dan menghasilkan hasil-hasil produksi yang bagus dan berkualitas tinggi.

3.2.5 Konsep Bentuk



Gambar 3.3 Konsep Bentuk Company profile Micromedia

Konsep bentuk company profile yang diambil merupakan company profile yang memiliki bentuk horizontal yang lebih panjang daripada bentuk vertikal. Hal ini dikarenakan untuk menyesuaikan dengan CD interaktif perusahaan yang ada yang memuat penjelasan lebih detail mengenai produk produk perusahaan yang ada. Panjang, lebar dan tinggi kemasan disesuaikan dengan CD interaktif yang disertakan dalam company profile (sebesar keliling 12 cm). Pada sisi bagian samping, teknik penutup company profile menggunakan system lock yang bertujuan untuk melindungi isi CD interaktif agar tidak jatuh dan meningkatkan keefesienan pada saat membuka - tutup company profile, sedangkan pada bagian tempat CD interaktif memanfaatkan teknik lock yang bertujuan untuk mempertimbangkan aspek kekuatan penahan CD interaktif yang disertakan dalam isi company profile. Ukuran pada saat kerangka terbuka untuk company profile adalah sebesar 47,45 cm x 21,2 cm. Untuk kemasan jadi (yang sudah diplong dan dilipat), ukurannya adalah sebesar 13 cm x 21 cm x 0,3 cm (masing – masing untuk tinggi, panjang dan lebar). Nilai overlapping atau bleeding yang digunakan adalah sebesar 2 mm masing – masing untuk tiap sisi company profile.

3.3 Konsep Desain Brosur



Gambar 3.4 Konsep Design Brosur Micromedia

3.3.1. Warna

Untuk aplikasi warna pada brosur Micromedia, warna yang digunakan keseluruhannya merupakan perpaduan dari warna proses CMYK. Hal ini dikarenakan untuk menekan biaya ongkos cetak yang dibutuhkan dari faktor tinta tanpa mengesampingkan mutu dan hasil artwork pada brosur. Warna primer atau utama yang dominan diterapkan pada Company profile ini adalah menggunakan warna orange. Hal tersebut dikarenakan warna orange memiliki banyak aplikasi terhadap brosur (dalam hal ini berhubungan dengan ciri khas perusahaan) dan memiliki dampak psikologis yang baik ketika dibaca atau dilihat oleh konsumen atau pelanggan. Warna orange juga merupakan salah satu warna yang cukup

eksklusif. Berikut ini merupakan keterangan dari masing – masing penggunaan warna terhadap bagian – bagian brosur Micromedia:

- Untuk warna background brosur menggunakan warna separasi biru (perpaduan dari Cyan 86%, Magenta 33%, Yellow 4%, Black 2%). Penerapan warna ini bertujuan untuk memberikan rasa soft, hangat, dan sangat serasi sekaligus harmonis bila dipadukan dengan warna orange. Warna biru ini juga mampu memberikan warna yang kontras terhadap image produk yang di tampilkan atau digunakan.
- Untuk warna logo “Micromedia” menggunakan warna merah separasi (perpaduan dari Cyan 21%, Magenta 80% , Yellow 91%, Black 24%). Penggunaan warna ini memiliki tujuan untuk mempertahankan warna khas dari Micromedia yang sudah dipatenkan dan tidak boleh ada pengubahan.
- Untuk warna yang diterapkan pada bagian artwork garis lurus yang terletak diatas warna background utama biru dan image yang berfungsi untuk dapat memberikan kontras yang baik, digunakan warna separasi dari orange ke merah yang sangat serasi bila dipadukan (untuk warna orange perpaduan antara Magenta 48% dan Yellow 96%.
- Untuk warna pada tulisan Micromedia menggunakan warna hitam yang agak berbeda dengan warna logo Micromedia. Tujuan dari perbedaan warna pada tulisan Micromedia dengan warna logo micromedia adalah untuk menghindari kesan monoton pada tampilan Artwork utama brosur. Untuk memberikan kesan yang dinamis dan eksklusif, maka pada tulisan Micromedia dipilih bentuk font yang tidak berkaki .

- Untuk Artwork berbentuk kotak yang berfungsi untuk menonjolkan macam-macam hasil produksi perusahaan. Warna yang digunakan pada kotak tersebut adalah warna gradasi dari abu-abu ke warna white (putih) (perpaduan warna menggunakan warna putih (inner), warna sparasi abu-abu (perpaduan antara Cyan 11%, Magenta 8% , Yellow 7, Black 16%) dan warna putih (perpaduan antara Cyan 11%, Magenta 8% dan Yellow 7%).
- Untuk warna – warna teks informasi dan pendukung company profile digunakan warna hitam 100 % dan warna putih. Warna hitam digunakan untuk mampu memberikan efek overprint dan kontras yang baik sehingga tetap mudah dibaca oleh mata konsumen. Warna putih berfungsi untuk memberikan kesan pembeda dan elegan terhadap artwork company profile.

3.3.2 Trend

Trend yang sedang marak digunakan oleh brosur – brosur saat ini adalah dengan penggunaan artwork yang terdiri dari perpaduan antara vektor dan image. Hal tersebut juga memberikan pengaruh terhadap design artwork dari brosur Micormedia yang menggunakan perpaduan vektor dengan image berupa foto untuk dapat mengikuti perkembangan trend yang sedang ramai diterapkan dipasaran. Penggunaan artwork perpaduan antara vektor dan image ini juga memberikan keuntungan dengan biaya design artwork yang lebih murah. Hal ini disebabkan karena adanya pengurangan pemakaian dari tinta khusus atau special colour seperti Pantone (Design Artwork yang murni 100% dari vektor memiliki

kecenderungan yang lebih besar dalam penggunaan warna – warna khusus dan sangat jarang sekali aplikasi brosur yang menggunakan tinta khusus). Penggunaan artwork yang berjenis ini juga berfungsi untuk memberikan kesan yang elegan dan menonjol terhadap citra produk Micromedia yang berkualitas.

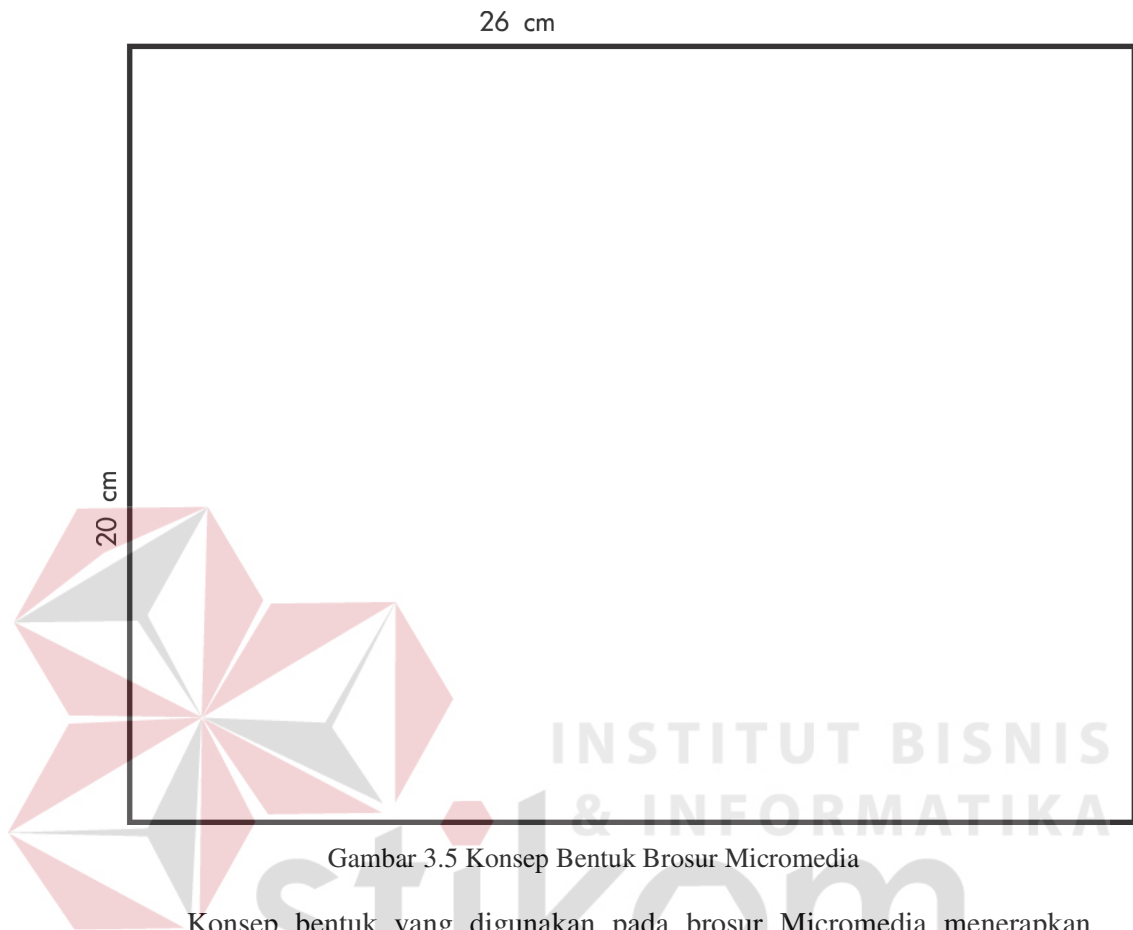
3.3.3. Visualisasi

Bentuk atau design visualisasi dari brosur Micromedia yang menggunakan warna -warna dasar orange dan dipadukan dengan design artwork yang terbuat dari perpaduan vektor dengan image ini diharapkan mampu untuk memberikan pandangan yang elegan dan pembeda ketika dibaca. Visualisasi dari brosur ini juga diharapkan mampu untuk memberikan pencitraan terhadap produk Micromedia yang berkualitas dan bermutu terbaik.

3.3.4 Penampilan

Penampilan keseluruhan dari brosur Micromedia ini diharapkan mampu untuk memberikan informasi , menarik perhatian konsumen atau client dan memberikan efek terhadap penjualan atau promosi produk yang ditawarkan tanpa adanya perantara sales. Hal tersebut didukung dengan pemberian logo perusahaan yang memberikan ciri khas tersendiri dan bentuk design artwork utama yang berupa perpaduan vektor dan image yang diharapkan mampu memberikan pandangan langsung terhadap konsumen yang melihatnya bahwa informasi produk dalam brosur yang dilihat atau dipegangnya tersebut merupakan contoh produk Micromedia yang bermutu dan berkualitas tinggi.

3.3.5 Konsep Bentuk



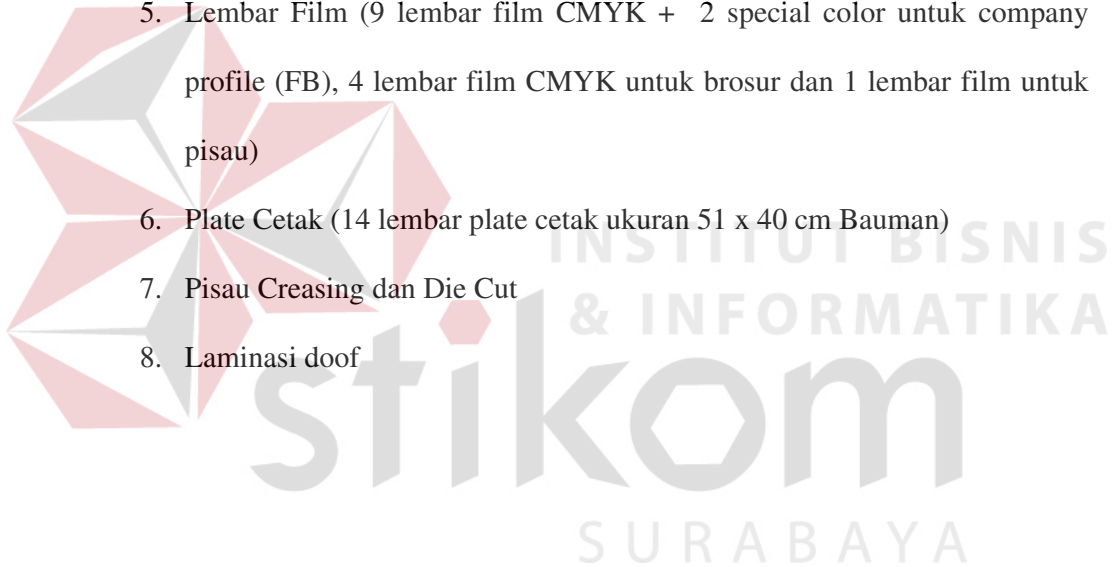
Gambar 3.5 Konsep Bentuk Brosur Micromedia

Konsep bentuk yang digunakan pada brosur Micromedia menerapkan bentuk persegi panjang ke arah horizontal (dengan lebar 26 cm dan tinggi 20 cm). Dengan penerapan bentuk ini, diharapkan artwork dan informasi yang ada di dalam brosur dapat disampaikan secara maksimal kepada pembacanya sekaligus memberikan rasa yang nyaman dan dapat memancing daya tarik ketika dilihat dan dibaca. Nilai overlapping atau bleeding yang digunakan pada brosur ini adalah sebesar 2 mm masing – masing untuk tiap sisi.

3.4 Analisa Kebutuhan Material

Dalam tugas akhir pembuatan Company profile Micromedia beserta media promosi pembantu (brosur) dalam jumlah mass production, kebutuhan material atau bahan baku yang dibutuhkan adalah sebagai berikut:

1. Kertas artpaper 260 gsm (50 lembar ukuran plano 109 x 79 cm)
2. Kertas Artpaper 150 gsm (30 lembar ukuran plano 100 x 65 cm)
3. Tinta Process Colour CMYK
4. Tinta Special color
5. Lembar Film (9 lembar film CMYK + 2 special color untuk company profile (FB), 4 lembar film CMYK untuk brosur dan 1 lembar film untuk pisau)
6. Plate Cetak (14 lembar plate cetak ukuran 51 x 40 cm Bauman)
7. Pisau Creasing dan Die Cut
8. Laminasi doof



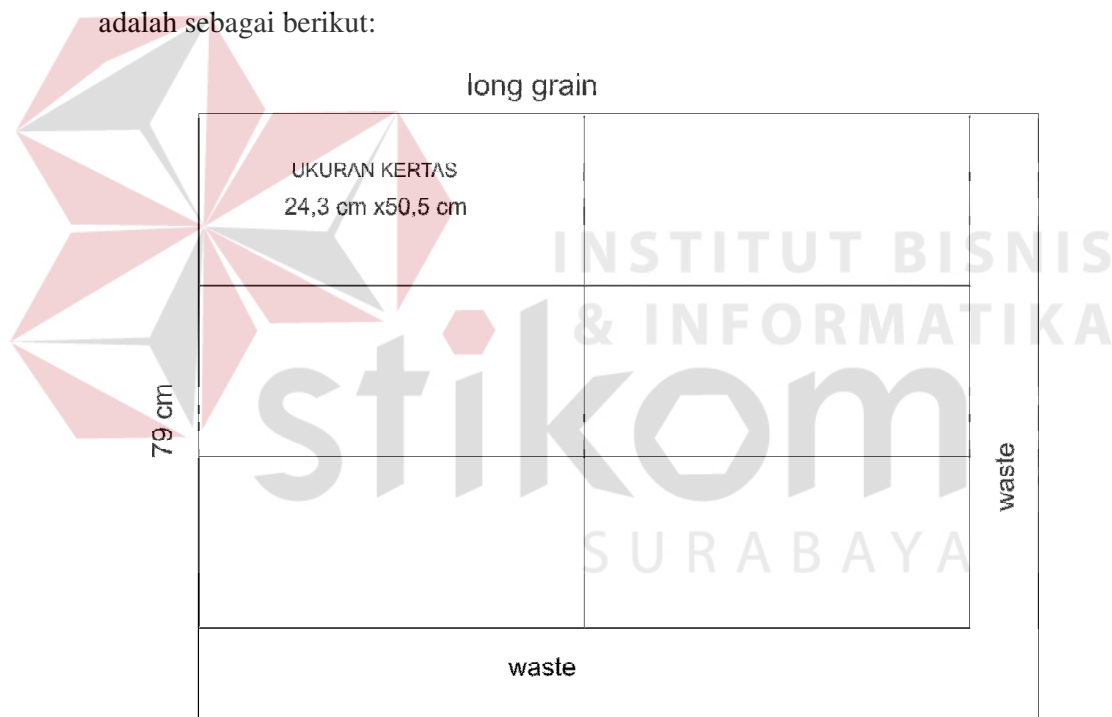
3.5 Analisa Biaya Produksi

3.5.1 Company profile

A. Kertas

Kertas plano yang digunakan merupakan ukuran 79 x 109 cm artpaper 260 gsm. Pemakaian ukuran 79 x 109 cm dikarenakan ukuran kertas artpaper plano 79 x 109 cm dirasa cukup efisien dalam penggunaannya karena dapat menghasilkan 6 sheet sesuai dengan layout design dan area kertas yang digunakan. Layout potong kertas artpaper ukuran 79 x 109 cm dengan area kertas cetak 24,3 x 50,5 cm

adalah sebagai berikut:



Gambar 3.6 Layout Ukuran Kertas Cetak Company profile

Harga kertas untuk ukuran 79 x 109 cm didapat seharga Rp 80.000,- dengan jumlah yang didapat sebanyak 50 lembar plano. Sehingga didapatkan ukuran kertas 24,3 x 50,5 cm sebanyak 300 lembar (satu lembar plano ukuran 79 x 109 cm didapatkan sebanyak 6 up 24,3 cm x 50,5 cm).

B. Plate Cetak

Kebutuhan plate cetak yang dibutuhkan untuk mencetak company profile adalah sebanyak 10 lembar plate (FB) masing – masing untuk warna Cyan, Magenta, Yellow, Black dan Special color. Merk plate yang digunakan merupakan Bauman dengan ukuran untuk mesin cetak Oliver 52 (51 x 40 cm) dengan ketebalan 0.25. Harga satu lembar plate cetak didapat seharga Rp 10.000,- sehingga total harga yang didapat untuk kebutuhan plate cetak company profile adalah sebesar Rp100.000,-.

C. Film

Kebutuhan film yang diperlukan untuk company profile adalah sebanyak 11 lembar (10 lembar untuk artwork company profile (FB) dan 1 lembar untuk kerangka pisau potong). Proses pembuatan film dilakukan di “MULTIGRAF” yang merupakan spesialis didalam bidang color separation. Berikut merupakan perincian biaya atau harga untuk output proses film:

Film Company profile (FB) (Untuk warna CMYK)

- Rp 55 x 49.2 x 23 cm x 2 = Rp 124.476,-

Film Special color Company profile

- Rp 14 x 49.2 x 23 cm x 2 = Rp 31.684,-

Film Kerangka Pisau Potong

- Rp 55 x 49.2 cm x 23 cm = Rp 15.842,-

Pelaksanaan proses cetak dilakukan di CV. Lintas Nusa jln kalidami no 51, dengan menggunakan mesin Oliver 52. Biaya proses cetak yang dikeluarkan adalah sebesar Rp 736.240,- yang sudah mencakup biaya untuk tinta cetak, OPV, RWA (Roll Washer Agent), Plate Cleaner, Powder dan kain Majun. Bahan untuk proses copier plate yang meliputi gum dan corrector plate sudah termasuk kedalam biaya proses cetak. Berikut merupakan perincian biaya dari proses cetak:

- Tinta Cetak Cemani Toka Best One

Tinta Cyan	:	Rp 87.200,-
Tinta Magenta	:	Rp 87.200,-

E. Proses Cetak

- Tinta Cetak Cemani Toka Best One

Tinta Black : Rp 72.000,-

Rp 489.200,-⁺

27

- Bahan Pembantu Cetak

Gum	:	Rp 20.000,- / liter
RWA	:	Rp 9.000,- / liter
Corector Plate	:	Rp 47.000,- / botol
Plate Cleaner	:	Rp 16.000,- / liter
Developer	:	Rp 35.000,- / liter
Powder	:	Rp 50.000,- / kg
Kain Majun	:	Rp 15.000,-
		<hr/> + Rp 192.000,-

Total pemakaian 10% dari harga total bahan pembantu cetak

$$= \text{Rp } 192.000,- \times 10\% \times 2$$

$$= \text{Rp } 38.400,-$$

Total Biaya Tinta, dan bahan pembantu cetak : Rp 136.240,-

- Biaya listrik, cetak dan potong : Rp 600.000,-

- Total Biaya proses cetak keseluruhan = Rp 600.000,- + Rp 136.240,-

$$= \text{Rp } 736.240,-$$

F. Pemberian Laminasi Doff

Pemberian laminasi pada cetakan dimaksudkan agar menghindari terjadinya cetakan yang pecah saat dilakukan proses pelipatan. Proses pemberian laminasi dilakukan di CV Delson yang beralamatkan di JL. Manyar Tirtomoyo no 5, Surabaya (60129). Besarnya biaya dalam pemberian laminasi diperoleh sebesar Rp. 275.000,-

G. Pembuatan Pisau dan Proses Plong

Pembuatan pisau dan proses plong dilakukan di CV. Lintas Nusa yang beralamatkan Jln. kalidami no 51 di Surabaya. Besarnya biaya dalam pembuatan pisau diperoleh sebesar Rp 100.000,- dan biaya untuk proses plong didapat sebesar Rp 75.000,-.

H. HPP

Berdasarkan perincian biaya dari data sebelumnya maka didapat HPP untuk company profile dengan perincian sebagai berikut:

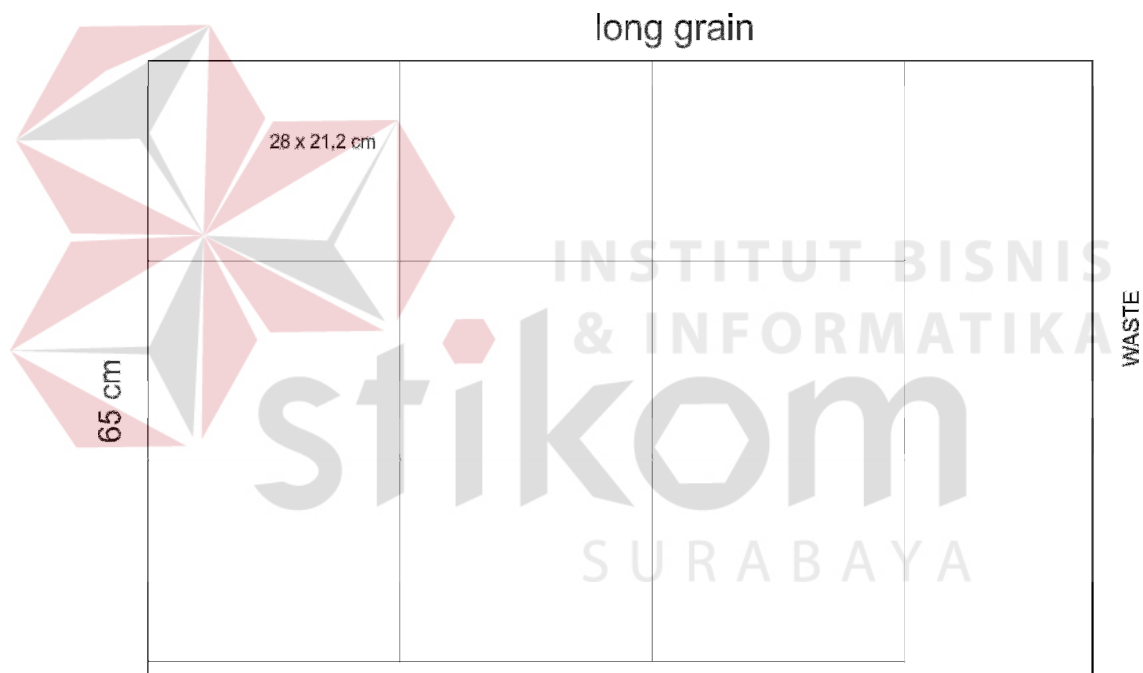
- Kertas Artpaper 79 x 109 cm 260 gsm (50 lembar)	Rp 80.000,-
- Plate Cetak Bauman (51 x 40 cm) 5 lembar	Rp 50.000,-
- 10 lembar film Artwork Company profile	Rp 124.476,-
- 1 lembar film Kerangka Pisau Potong	Rp 15.842,-
- Profing Digital	Rp 100.000,-
- Biaya Proses Cetak + Potong	Rp 736.240,-
- Proses pembuatan pisau potong	Rp 91.000,-
- Biaya proses plong	Rp 75.000,-
- Biaya proses laminasi	Rp 275.000,-
	<hr/>
	+
	Rp 1.547.558,-

Jumlah cetakan kemasan yang didapat sebanyak 300 pcs dengan pembuangan waste sebanyak 30 pcs. HPP per company profile yang didapat adalah sebesar $\text{Rp}1.547.558,- / 380 = \text{Rp } 5.158,52$ yang jika dibulatkan menjadi Rp 5.200,00.

3.5.2 Brosur

A. Kertas

Kertas plano yang digunakan merupakan ukuran 65 x 100cm Artpaper 150 gsm. Pemakaian ukuran 65 x 100 cm dikarenakan akan sangat lebih efisien dalam bentuk layout dan untuk waste yang dibuang juga tidak terlalu banyak bila dibandingkan menggunakan kertas ukuran 79 x 109. Layout potong kertas Artpaper 150 gsm ukuran 65 x 100 cm dengan area kertas cetak 28 x 21.2 cm adalah sebagai berikut:



Gambar 3.7 Layout Ukuran Kertas Cetak Brosur Micromedia

Harga kertas untuk ukuran 65 x 100 cm 150 gram didapat seharga Rp .39.000,- dengan jumlah yang didapat sebanyak 30 lembar plano (1 lembar plano seharga Rp 1300,-). Sehingga didapatkan ukuran kertas 28 x 21.2 cm sebanyak 270 lembar (satu lembar plano ukuran 65 x 100 cm didapatkan sebanyak 9 up 28 x 21.2 cm).

B. Plate Cetak

Kebutuhan plate cetak yang dibutuhkan untuk mencetak brosur Micromedia adalah sebanyak 4 lembar plate masing – masing untuk warna Cyan, Magenta, Yellow dan Black. Merk plate yang digunakan merupakan bauman dengan ukuran untuk mesin cetak Heidelberg Printmaster GTO 52 (51 x 40 cm) dengan ketebalan 0.25. Harga satu lembar plate cetak didapat seharga Rp 10.000,- sehingga total harga yang didapat untuk kebutuhan plate cetak brosur Micromedia adalah sebesar Rp 40.000,-.

C. Film

Kebutuhan film yang diperlukan untuk brosur keripik pisang adalah sebanyak 4 lembar. Proses pembuatan film dilakukan di “MULTIGRAF” yang merupakan spesialis didalam bidang color separation. Berikut merupakan perincian biaya atau harga untuk output proses film:

Film Brosur Micromedia (Untuk warna CMYK)

- Rp 14 x 4 x 28 cm x 21.2 cm = Rp 33.241,-

D. Profing Digital

Proses proofing digital dilakukan di “CIDO DIGITAL OFFSET” dengan menggunakan mesin HP Indigo 1000 Series pada bahan kertas Artpaper 150 gsm. Hasil proofing digital digunakan untuk acuan pencarian warna pada saat proses cetak. Biaya yang dikeluarkan untuk proses proofing digital adalah sebesar Rp 15.000,-.

E. Proses Cetak

Pelaksanaan proses cetak dilakukan di SDPC (Stikom Design and Printing Center) dengan menggunakan mesin Heidelberg Printmaster GTO 52. Biaya proses cetak yang dikeluarkan adalah sebesar Rp 177.700,- yang sudah mencakup biaya untuk tinta cetak, RWA (Roll Washer Agent), Plate Cleaner, Powder, kain Majun dan potong. Bahan untuk proses copier plate yang meliputi gum dan corrector plate sudah termasuk kedalam biaya proses cetak. Berikut merupakan perincian biaya dari proses cetak:

- Tinta Cetak Cemani Toka Best One

Tinta Cyan : Rp 15.000,-

Tinta Magenta : Rp 15.000,-

Tinta Yellow : Rp 15.000,-

Tinta Black : Rp 15.000,-

jumlah Rp 60.000,- +

Total pemakaian 10% dari harga total tinta cetak = Rp 60.000,- x 10% = Rp 6000,-

- Bahan Pembantu Cetak

Gum : Rp 20.000,- / liter

RWA : Rp 9.000,- / liter

Corector Plate : Rp 47.000,- / botol

Plate Cleaner : Rp 16.000,- / liter

Developer : Rp 35.000,- / liter

Powder : Rp 50.000,- / kg

Kain Majun : Rp 15.000,-

Jumlah Rp 192.000,- +

Total pemakaian 10% dari harga total bahan pembantu cetak

= Rp 192.000,- x 10%

= Rp 19.200,-

Total Biaya Tinta dan bahan pembantu cetak : Rp 25.200,-

- Biaya listrik, cetak dan potong : Rp 152.500,-

- Total Biaya proses cetak keseluruhan = Rp 152.500,- + Rp 25.200,-

= Rp 177.700,-

F. HPP

Berdasarkan perincian biaya dari data sebelumnya maka didapat HPP untuk brosur dengan perincian sebagai berikut:

- Kertas Artpaper 65 x 100 cm 150 gsm (30 lembar)	Rp 39.000,-
- Plate Cetak bauman (51 x 40 cm) 4 lembar	Rp 40.000,-
- 4 lembar film Brosur	Rp 33.241,-
- Profing Digital	Rp 15.000,-
- Biaya Proses Cetak + Potong	Rp 177.700,-

Jumlah⁺ Rp 304.941,-

Jumlah cetakan brosur yang didapat sebanyak 270 pcs dengan pembuangan waste sebanyak **30** pcs. HPP cetakan brosur yang didapat adalah sebesar Rp 304.941,- / 270 = Rp 1.129 yang jika dibulatkan menjadi Rp 1.200,-.

3.6 Analisa Waktu Pelaksanaan

Lama pelaksanaan pengerjaan dari proyek akhir pembuatan company profile dan brosur bagi produk perusahaan dikerjakan selama 2 bulan (Mei – Juni)

dengan batas waktu pengumpulan yang dilakukan pada tanggal **02 Juni 2011**.

Untuk perincian jalannya alur kerja dapat diperhatikan melalui tabel berikut:

No.	Kegiatan	PIC	Waktu
1	Observasi dan negosiasi dengan UKM.	Prima Danny.	10 – 12 Mei 2011
2	Diskusi konsep bentuk dan material yang digunakan untuk kemasan.	Seluruh anggota Kelompok.	12 - 13 Mei 2011
3	Pembuatan desain kemasan.	Seluruh anggota Kelompok.	17 - 5 Juni 2011
4	Pendataan harga material	Seluruh anggota Kelompok.	1 Juni 2011
5	Pembuatan proposal	Seluruh anggota Kelompok.	23 April 2011
6	Pembuatan Film	Didik S.	11 Juni 2011
7	Proses cetak Company Profile & brosur	Seluruh anggota Kelompok.	15 Juni 2011
8	Proses pembuatan pisau <i>die cut</i>	Ubaidillah A.	20 Juni 2011
9	Pembuatan Buku laporan Proyek Akhir	Seluruh anggota kelompok	13 juni 2011

Tabel 3.1 Pelaksanaan Waktu Proyek Akhir.

BAB IV

IMPLEMENTASI DESAIN

Dalam implementasi desain, kegiatan yang dilakukan terdiri dari tahapan sebagai berikut :

1. Tahap Persiapan.
2. Tahap Implementasi konsep ke dalam desain.
3. Separasi Warna.
4. Montage.
5. Pembuatan Plat.
6. Tahap Mencetak.
7. Tahap Finishing.

4.1 Tahap Persiapan

Pada tahap ini yang dilakukan adalah :

1. Menentukan terlebih dahulu format, ukuran serta warna yang digunakan pada *Company profile* dan brosur Micromedia yang akan dibuat.
2. Pengumpulan materi yang digunakan sebagai bahan untuk menyusun atau membuat *Company profile* dan brosur Micromedia yang diantaranya dilakukan dengan cara sebagai berikut:
 - a. Pengumpulan data primer melalui tatap muka dan wawancara dengan pemilik perusahaan *Company profile* dan brosur Micromedia.
 - b. Pengumpulan data sekunder yang terdiri dari data literatur *Company profile* yang lama sebagai bahan referensi. Selain itu juga dilakukan pengumpulan foto pendukung yang digunakan sebagai bahan untuk mendesain yang diambil dari internet dan foto digital dari obyek.

4.2 Tahap implementasi konsep ke dalam desain

Berdasarkan pada konsep desain yang telah dibuat, maka implementasi yang diterapkan kedalam *Company profile* dan brosur Micromedia merupakan perpaduan artwork antara penggunaan vektor dan image. Pengimplementasian konsep desain yang diterapkan pada *Company profile* dan brosur telah mendapatkan persetujuan terlebih dahulu dari pemilik *Company profile* dan brosur Micromedia. Software yang digunakan dalam proses ini meliputi Adobe Illustrator CS3 dan Adobe Photoshop CS3.

4.3 Separasi Warna

Merunut dari pemakaian warna yang digunakan (warna proses CMYK) dan satu warna khusus sebagai warna ciri khas dari perusahaan Micromedia, maka output film yang dihasilkan dari imagesetter adalah sebagai berikut :

Company Profile

- 5 lembar film artwork kemasan folding box proses CMYK dan khusus.
- 1 lembar film untuk kerangka pisau potong
- ukuran film untuk company profile : 24,3 cm x 50,5 cm
- ukuran film untuk kerangka pisau potong : 49.2 cm x 23 cm

Brosur

- 4 lembar film artwork brosur proses CMYK
- ukuran film untuk brosur : 24 x 38 cm

Proses untuk menghasilkan output film (baik untuk kemasan folding box, brosur dan pisau potong) dilakukan di tempat "Multigraf" yang beralamatkan di Jl. Villa Kalijudan No. A5 Surabaya. Format file design artwork yang diberikan kepada pihak "Multigraf" adalah PDF (Portable Document Format). Alasan dari pemakaian format PDF sebagai bentuk output terakhir ke proses pembuatan film adalah sebagai berikut:

- Besar data file PDF relatif jauh lebih kecil dibandingkan besar data file asli atau native file-nya.
- File PDF bersifat cross platform, artinya dapat dibuka di PC maupun di Macintosh.
- File PDF berupa single file karena dapat meng-embed font, image dan vektor didalam satu file.
- Tidak diperlukan software aslinya lagi.
- File PDF bersifat independent dan universal file, sehingga dengan file yang sama dapat digunakan untuk berbagai keperluan.

4.4 Montage

Tujuan dari dilakukannya proses montage adalah untuk mendapatkan hasil cetakan yang maksimal, layout yang sudah sesuai dengan plate mesin cetak yang digunakan (dalam hal ini merupakan Heidelberg Printmaster GTO 52) dan untuk mendapatkan efisiensi hasil cetakan semaksimal mungkin. Faktor – faktor yang harus diperhatikan dalam proses montage adalah sebagai berikut:

- Ukuran / Format kertas.
- Area lipatan / potongan.
- Area Cetak.
- Awal Cetak.
- Batas pegangan mesin cetak.
- Area Plate Cetak (berdasarkan mesin cetak yang digunakan).

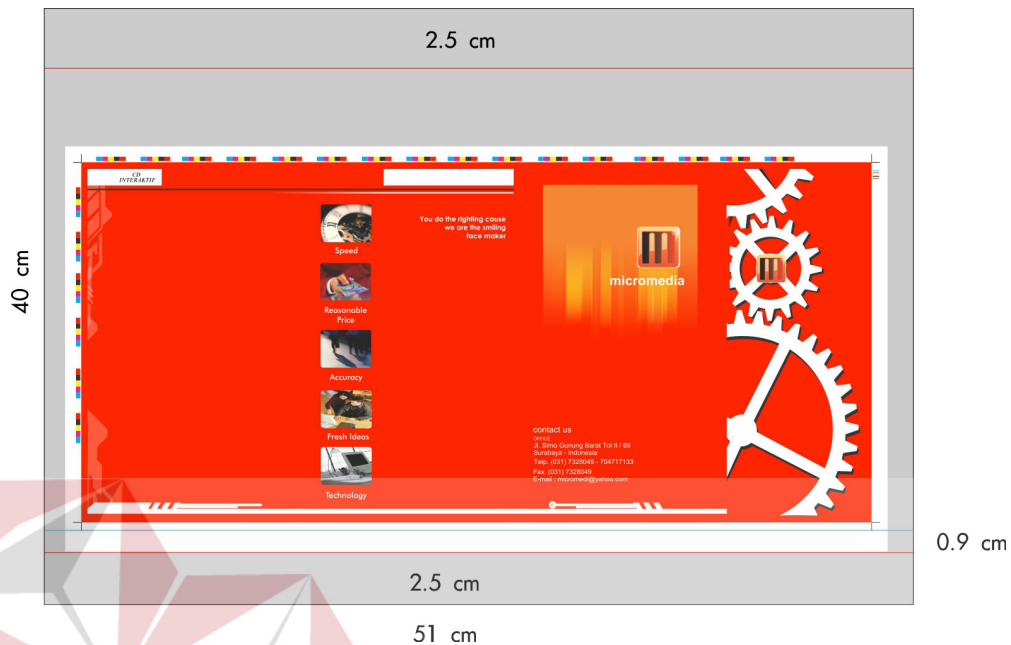
Berdasarkan faktor – faktor diatas, maka didapat keterangan sebagai berikut (baik untuk *Company profile* dan brosur Micromedia) :

Company Profile.

- Ukuran / Format Kertas : 24,3 cm x 50,5 cm.
- Area Cetak : 22,3 x 49,2 cm
- Awal Cetak : 3,5 cm
- Area Plate Cetak : 51 cm x 40 cm (Oliver 52)



Layout Plate Cetak Oliver 52 Company Profile.



Gambar 4.1 Layout Plate Cetak *Company profile* Micromedia

Brosur

- Ukuran / Format Kertas : 27,9 cm x 21,5 cm.
- Area Cetak : 27,5 x 20,2 cm
- Awal Cetak : 3.5 cm
- Batas pegangan mesin cetak : 0.9 cm (Heidelberg Printmaster GTO 52)
- Area Plate Cetak : 40 x 51 cm (Heidelberg Printmaster GTO 52).

Layout Plate Cetak GTO 52 Brosur



Gambar 4.2 Layout Plate Cetak Brosur

Proses pengerjaan proses montage dilakukan selama kurang lebih satu jam masing – masing untuk 4 lembar film kemasan folding box dan 4 lembar film brosur. Peralatan yang digunakan dalam proses montage meliputi meja montage, astralon, lup, penggaris, gunting, cutter, spray mount dan selotip.

4.5 Pembuatan *Plate*

Pembuatan *plate* merupakan proses mentransfer *image* yang ada pada lembaran film yang sudah dilayout pada astralon ke *plate* melalui penyinaran dengan waktu tertentu (Dalam pelaksanaanya waktu yang dibutuhkan untuk tiap 1 kali *copier plate* kurang lebih 15 menit) baru kemudian dilanjutkan dengan proses pencucian *plate* dengan *developer* sampai area *image* mulai terlihat dan area non-*imagenya* luntur.

Untuk menghilangkan atau merontokkan area non cetak maka *plate* yang sudah disinari tersebut dilarutkan kedalam larutan *developer* yang komposisi perbandingannya adalah 1 : 3 *develpoer* untuk 50 cc airan *developer* dengan 150 cc air.

Setelah *plate* kering dilakukan proses *corector*, untuk memperbaiki jika ada bagian hasil *copier* yang tidak diinginkan, misal seperti serangga atau debu. Hati-hati saat menggunakan *corector*, karena bisa menghapus *raster image* yang lainnya.

Plate selesai dicorector, dibersihkan dengan *sponge* bersih yang sudah dicuci terlebih dahulu dengan air biasa. Lalu digum, untuk melindungi *plate* agar tidak teroksidasi. Proses *gum* dilakukan jika proses cetak masih dilakukan dalam waktu lain tidak secara langsung bersamaan.

4.6 Proses Cetak

Proses cetak adalah proses mentransfer *image* yang terdapat pada *plate* untuk ditransfer pada acuan cetak sesuai dengan ukuran yang diinginkan. Caranya yaitu dengan memasang *plate* terlebih dahulu ke dalam mesin dan diatur sesuai dengan keinginan.

4.7 Tahap Finishing

Dalam proses finishing hasil cetakan, terdapat perbedaan antara *company profile* dan brosur. Dimana untuk brosur, setelah proses cetak selesai dilakukan tahap finishing (atau post press) pemotongan dengan mesin potong polar sesuai dengan tanda potong yang ada pada hasil cetakan brosur sehingga didapat hasil cetakan brosur yang sudah jadi. Sedangkan untuk *company profile*, tahap finishing setelah proses cetak adalah dengan melakukan proses plong. Proses plong cetakan kemasan folding box sendiri dilakukan di CV. Lintas Nusa yang beralamatkan Jln. kalidami no 51 di Surabaya berikut dengan pembuatan pisau potongnya (sesuai dengan film pisau potong yang diberikan). Setelah dilakukan proses plong, maka tahapan terakhir dari proses finishing Company Profile adalah dilakukannya proses pengeleman sesuai dengan tanda pavorasi yang ada pada company Profile. adalah dilakukan proses sortir untuk menyeleksi hasil cetakan.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dari pengerjaan tugas akhir pembuatan company profile dan media promosi bagi Perusahaan dalam jumlah mass production (dalam hal ini *Company profile* dan brosur Micromedia),didapatkan kesimpulan sebagai berikut:

1. *Company Profile* sangat berpengaruh dalam meningkatkan citra dan nilai dari suatu jasa yang ditawarkan kepada clien.
2. Media Promosi Cetak (seperti brosur dan banner) sangat membantu dalam proses marketing dan peningkatan image dari jasa tersebut.
3. *Company profile* yang baik adalah *Company profile* yang mampu menampilkan jasa apa saja yang ditawarkan kepada client dengan penyampai yang mudah dipahami.

5.2 Saran

1. Persiapan yang matang dan terencana sangat diperlukan dalam melakukan proses pembuatan *Company profile* dan brosur sebuah Perusahaan yang menawarkan jasa.
2. Pembuatan mock up *Company profile* dan brosur perlu diperhatikan untuk menghindari terjadinya kesalahan baik pada *company profile* maupun media promosi sebelum dilakukannya proses cetak dengan jumlah massal.
3. Analisa biaya produksi sangat penting dilakukan guna mendapatkan hasil yang efisien dalam hal pengadaan bahan baku dan biaya proses produksi.

DAFTAR PUSTAKA

- Wattimena, Kristian.S. 2006. *Materi Kuliah Pengantar Teknologi Grafis dan Cetak*, STIKOM. Surabaya.
- Wattimena, Kristian.S. 2006. *Materi Kuliah Pracetak I*, STIKOM. Surabaya.
- Wattimena, Kristian.S. 2006. *Materi Kuliah Pracetak II*, STIKOM. Surabaya.
- Rahardjo, Budi. 2007. *Materi Kuliah Teknik Cetak I*, STIKOM. Surabaya.
- Rahardjo, Budi. 2007. *Materi Kuliah Teknik Cetak II*, STIKOM. Surabaya.
- Soendjaja, Onny. 2007. *Manajemen Proses Produksi II*, STIKOM. Surabaya.
- Dameria, Anne. 2008. *BASIC PRINTING*, Link & Match Graphic. Jakarta.
- Kipphan, Helmut. 2001. *Handbook Of Print Media*. Springer-Verlag. Berlin.

