

LAPORAN KULIAH KERJA MEDIA 2009

**PERAN DESAIN GRAFIS DALAM DIVISI KREATIF
DI CV. SIMPUL COMMUNICATION**



Oleh
Nama : Laurentius Enriko Novendra
NIM : D1306 088

TUGAS AKHIR

Diajukan untuk melengkapi tugas-tugas dan memenuhi syarat-syarat guna
memperoleh sebutan Ahli Madya bidang Komunikasi Terapan

**PROGRAM DIPLOMA III KOMUNIKASI TERAPAN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SEBELAS MARET
SURAKARTA
2009**

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kebutuhan akan adanya periklanan berkembang seiring dengan kemajuan jaman sekarang ini. Hal inilah yang mendorong adanya kebutuhan promosi yang dianggap mampu untuk mempengaruhi konsumen guna meningkatkan jumlah penjualan dengan cara mempromosikan lewat biro iklan. Karena biro iklan dianggap paling jitu untuk mempromosikan dan memasarkan produk dan jasa dalam mencapai konsumen. Di jaman modern yang terus berkembang seperti saat ini berkembang, biro –biro advertising dituntut harus dapat mengikuti perubahan trend dan gaya hidup / lifestyle yang terjadi dimasyarakat saat ini, supaya iklan produk/jasa yang mereka ditawarkannya pada masyarakat dapat diterima secara efektif dan efisien sesuai tujuan. Prinsip yang penting adalah bagaimana caranya agar penjualan produk/jasa dapat terdongkrak naik dengan sentuhan kreatif yang unik, menarik dan komunikatif. Salah satu cara untuk memenuhi tujuan tersebut adalah dengan menciptakan desain grafis. Desain grafis merupakan salah satu unsur yang sangat penting untuk menawarkan suatu produk / jasa kepada masyarakat agar dapat mereka terima sesuai dengan tujuan sebab desain visual dapat menciptakan suatu image / gambaran yang mencerminkan keunikan atau perbedaan produk/jasa tersebut dengan produk/jasa lainnya yang sejenis atau dapat dikatakan sebagai pesaingnya, ide kreatif membuat suatu produk / jasa menjadi lebih mempunyai nilai jual, dengan desain grafis yang komunikatif dan konsep yang di desain sedemikian rupa akan membuat

suatu gambaran/image yang sesuai seperti yang diinginkan, sehingga konsumen yang melihatnya dapat tertarik. Dengan demikian dapat mempengaruhi perilaku konsumen yang cenderung berubah-ubah dan menyukai hal-hal baru yang unik, hal ini bisa membuat konsumen tertarik dan akhirnya membeli produk/jasa yang ditawarkan di dalamnya. Dengan demikian daya jual produk / jasa yang ditawarkan akan semakin meningkat, selain itu desain grafis juga akan memperkuat citra eksklusif yang selama ini ditonjolkan oleh toko / produsen melalui beragam iklannya.

Kuliah Kerja Media merupakan suatu pelatihan pada dunia kerja yang sesungguhnya. Kegiatan ini dilakukan oleh mahasiswa tingkat akhir di suatu instansi yang sesuai dengan jurusan / konsentrasinya. Pada pelaksanaan Kuliah Kerja Media antara mahasiswa dan instansi harus memiliki hubungan mutualisme / hubungan yang saling menguntungkan. Sebagai contoh, dari hubungan yang saling menguntungkan yaitu mahasiswa mempunyai kontribusi langsung untuk membantu pekerjaan di instansi tersebut sehingga pekerjaan di instansi tersebut menjadi lebih ringan, disamping itu mahasiswa mendapat ilmu dan pengetahuan yang bermanfaat dari perusahaan tersebut.

Berangkat dari alasan di atas, saya selaku mahasiswa Program Diploma III Jurusan Periklanan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sebelas Maret ingin mempersiapkan diri. Dengan mengikuti Kuliah Kerja Media (Magang). Agar dituntut untuk mampu menerapkan atau mempraktekkan pengetahuan dan teori di bidang media iklan yang selama ini telah saya pelajari selama berada di bangku perkuliahan. Sebagai mahasiswa yang berkeinginan untuk terjun langsung ke lapangan kerja desain grafis iklan, saya juga dituntut untuk memiliki kemampuan di lapangan sehingga tidak

hanya menguasai teori. Disamping itu, dengan terjun ke lapangan saya diharapkan mampu belajar secara langsung dan memahami realitas yang terjadi pada lingkungan kerja.

CV. Simpul Communication merupakan salah satu dari sekian banyak biro advertising yang berada di Yogyakarta. Biro periklanan yang memiliki kantor di Jl. Pandean UH V/ 684 Yogyakarta 55161 perusahaan yang bergerak dalam jasa Marketing Communication, pengembangan Teknologi Informasi dan Computer Graphic;

Dengan mengikuti praktek kerja di CV. Simpul Communication berharap dapat meningkatkan kemampuan praktek, sekaligus menyalurkan minat dan bakat dalam dunia desain grafis iklan. Dalam kaitannya dengan Kuliah Kerja Media (KKM) ini saya lebih memfokuskan diri pada desain grafis iklan

Sesuai dengan alasan di atas, maka saya mengambil judul PERAN DESAIN GRAFIS DALAM DIVISI KREATIF.

B. Tujuan

Dalam melaksanakan Kuliah Kerja Media ini penulis mempunyai tujuan sebagai berikut:

1. Tujuan Khusus

- a. Untuk mengetahui semua hal tentang desain grafis dan peranannya pada divisi kreatif di CV. Simpul Communication yang belum pernah didapat pada masa perkuliahan di FISIP UNS .

- b. Untuk meningkatkan kemampuan dalam seni desain grafis melalui kegiatan KKM di CV Simpul Communication.
- c. Untuk memperoleh pengetahuan dan praktek dalam membuat desain grafis di CV.SIMPUL COMMUNICATION.
- d. Untuk mempersiapkan tenaga ahli yang professional di bidang periklanan.
- e. Untuk mengetahui cara dan system kerja dunia periklanan yang sesungguhnya khususnya untuk desain grafis iklan.

2. Tujuan Umum

- a. Pelaksanaan Kuliah Kerja Media sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar professional Ahli Madya (Amd) di bidang Komunikasi Terapan konsentrasi Periklanan Universitas Sebelas Maret.
- b. Untuk menambah pengetahuan dan pengalaman praktek tentang tugas dibagian *creative* dalam suatu biro advertising dan meningkatkan wawasan dan kemampuan tentang dunia kreatif sehingga dapat menjadi tenaga yang terampil dan professional.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Definisi Periklanan

Menurut beberapa ahli, periklanan memiliki beberapa definisi-definisi periklanan yang meliputi :

1. AMA (American Marketing Association)

Periklanan adalah setiap bentuk dari presentasi dan promosi non personal mengenai ide, barang, dan jasa, yang biasanya dibiayai oleh suatu lembaga sponsor yang dikenal. *Rhenald Kasali (1996 : 10)*

2. Institut praktisi Periklanan Inggris

Periklanan adalah penyampaian pesan penjualan yang paling persuasive, yang diarahkan pada calon pembeli paling potensial antara barang dan jasa tertentu dengan biaya yang semurah-murahnya. *Jefkins Frank (1996:5)*

Setelah mengetahui tentang definisi – definisi periklanan maka dapat membedakan antara iklan dengan periklanan. Iklan adalah usaha mencetak suatu ide yang strategis dan mudah dikenang dalam ingatan calon konsumen yang kemudian dituangkan dalam suatu media (Ahmat, Pradita Adi Pariwara), sedangkan menurut AMA (American Marketing Association) iklan merupakan suatu bentuk komunikasi pemasaran atas barang dan jasa dari produsen ke konsumen melalui media yang dibayar. Dari berbagai pendapat tersebut maka terdapat perbedaan antara periklanan dan iklan yaitu periklanan merupakan keseluruhan proses yang meliputi persiapan, perencanaan, pelaksanaan, pengawasan dan penyampaian iklan. Sedangkan iklan lebih mengacu pada

segala bentuk pesan tentang suatu produk atau jasa yang disampaikan lewat suatu media dan ditujukan kepada sebagian atau seluruh lapisan masyarakat. Tetapi pada dasarnya periklanan dan iklan memiliki point yang sama yaitu komunikasi persuasive, barang dan jasa produsen, konsumen, dan biaya promosi.

B. Definisi Desain Grafis.

Desain grafis adalah salah satu bentuk seni lukis (gambar) terapan yang memberikan kebebasan kepada sang desainer (perancang) untuk memilih, menciptakan, atau mengatur elemen rupa seperti ilustrasi, foto, tulisan, dan garis di atas suatu permukaan dengan tujuan untuk diproduksi dan dikomunikasikan sebagai sebuah pesan. Gambar maupun tanda yang digunakan bisa berupa tipografi atau media lainnya seperti gambar atau fotografi. Desain grafis umumnya diterapkan dalam dunia periklanan, packaging, perfilman, dan lain-lain.

Menurut Suyanto dikutip dari <http://id.wikipedia.org>, desain grafis didefinisikan sebagai ” *aplikasi dari keterampilan seni dan komunikasi untuk kebutuhan bisnis dan industri* “. Aplikasi-aplikasi ini dapat meliputi periklanan dan penjualan produk, menciptakan identitas visual untuk institusi, produk dan perusahaan, dan lingkungan grafis, desain informasi, dan secara visual menyempurnakan pesan dalam publikasi.

Sedangkan Jessica Helfand dalam situs <http://www.aiga.com/> mendefinisikan desain grafis sebagai kombinasi kompleks kata-kata dan

gambar, angka-angka dan grafik, foto-foto dan ilustrasi yang membutuhkan pemikiran khusus dari seorang individu yang bisa menggabungkan elemen-elemen ini, sehingga mereka dapat menghasilkan sesuatu yang khusus, sangat berguna, mengejutkan atau subversif atau sesuatu yang mudah diingat.

Menurut Danton Sihombing desain grafis mempekerjakan berbagai elemen seperti marka, simbol, uraian verbal yang divisualisasikan lewat tipografi dan gambar baik dengan teknik fotografi ataupun ilustrasi. Elemen-elemen tersebut diterapkan dalam dua fungsi, sebagai perangkat visual dan perangkat komunikasi. *Danton Sihombing. Jakarta, 2001:10*

Menurut Michael Kroeger dikutip dari <http://id.wikipedia.org>, visual communication (komunikasi visual) adalah latihan teori dan konsep-konsep melalui terma-terma visual dengan menggunakan warna, bentuk, garis dan penjajaran (juxtaposition).

Warren dalam Suyanto dikutip dari <http://id.wikipedia.org>, memaknai desain grafis sebagai suatu terjemahan dari ide dan tempat ke dalam beberapa jenis urutan yang struktural dan visual.

Sedangkan Blanchard dikutip dari <http://id.wikipedia.org>, mendefinisikan desain grafis sebagai suatu seni komunikatif yang berhubungan dengan industri, seni dan proses dalam menghasilkan gambaran visual pada segala permukaan.

Secara garis besar, desain grafis dibedakan menjadi beberapa kategori:

1. Printing (Percetakan) yang memuat desain buku, majalah, poster, booklet, leaflet, flyer, pamflet, periklanan, dan publikasi lain yang sejenis.
2. Web Desain: desain untuk halaman web.

3. Film termasuk CD, DVD, CD multimedia untuk promosi.
4. Identifikasi (Logo), EGD (Environmental Graphic Design) : merupakan desain profesional yang mencakup desain grafis, desain arsitek, desain industri, dan arsitek taman.
5. Desain Produk, Pemaketan dan sejenisnya.

C. Peran Desain Grafis

Desain grafis adalah suatu bentuk komunikasi visual yang menggunakan gambar untuk menyampaikan informasi atau pesan seefektif mungkin. Dalam desain grafis, teks juga dianggap gambar karena merupakan hasil abstraksi simbol-simbol yang bisa dibunyikan. Desain grafis diterapkan dalam desain komunikasi dan *fine art*. Seperti jenis desain lainnya, desain grafis dapat merujuk kepada proses pembuatan, metoda merancang, produk yang dihasilkan (rancangan), atau pun disiplin ilmu yang digunakan (desain).

Seni desain grafis mencakup kemampuan kognitif dan keterampilan visual, termasuk di dalamnya tipografi, ilustrasi, fotografi, pengolahan gambar, dan tata letak. *Danton Sihombing. Jakarta, 2001: 1*

Sedangkan kreatif sendiri adalah kegiatan yang mendatangkan sifat:

1. Baru (inovatif, belum ada sebelumnya, segar, menarik, aneh, dan mengejutkan)
2. Berguna (lebih enak, lebih praktis, mempermudah, memperlancar, mendidik, memecahkan masalah, mengurangi hambatan, mengatasi kesulitan, mendatangkan hasil yang lebih baik/ banyak)

3. Dapat dimengerti (hasil yang sama dapat dimengerti dan dapat dibuat dilain waktu, peristiwa-peristiwa yang terjadi begitu saja, tidak dapat dimengerti, tidak dapat diramalkan, tidak dapat diulangi, mungkin saja *baru dan berguna*). *Campbell David .1986:11*

D. Batasan Media

Desain grafis pada awalnya diterapkan untuk media-media statis, seperti buku, majalah, dan brosur. Sebagai tambahan, sejalan dengan perkembangan zaman, desain grafis juga diterapkan dalam media elektronik, yang sering kali disebut sebagai desain interaktif atau desain multimedia.

Batas dimensi pun telah berubah seiring perkembangan pemikiran tentang desain. Desain grafis bisa diterapkan menjadi sebuah desain lingkungan yang mencakup pengolahan ruang.

E. Prinsip dan Unsur Desain

Setiap elemen desain grafis mempunyai sifat yang berbeda. Masing-masing sifat dari elemen perlu dipelajari sehingga untuk menggabungkan sekian banyak elemen menjadi bentuk yang serasi diperlukan pemahaman sifat atas setiap elemen. Menurut *Pujiriyanto (2005: 87)* , elemen-elemen tersebut antara lain :

- a. **Garis**, Suatu elemen desain grafis yang terdiri dari unsure titik yang memiliki peran untuk mendukung keindahan, keseimbangan, dan harmoni. Setiap bentuk garis yang berbeda memiliki karakter yang berbeda.
- b. **Bentuk**, merupakan suatu wujud yang menmpati ruang yang biasanya mempunyai dimensi dua atau tiga. Suatu bentuk dapat dibuat beraturan atau sebaliknya.
- c. **Tekstur**, merupakan keadaan atau gambaran yang menyangkut sifat dan kualitas fisik permukaan suatu benda, seperti kusam, mengkilap, kasar, halus yang dapat diaplikasikan dalam desain.

Untuk menghasilkan desain yang berkualitas diperlukan pertimbangan – pertimbangan yang cerdas dalam mengorganisasikan elemen-element grafis sesuai dengan prinsip-prinsip desain secara tepat dengan memperhatikan keterbatasan bahan. Untuk itulah diperlukan kreativitas untuk menghasilkan desain yang kreatif. Berikut ini adalah prinsip-prinsip desain menurut McElroy dalam (*Pujiriyanto.2005: 92*) adalah :

- a. *Keseimbangan, artinya halaman harus tampil seimbang dan harmonis.*
- b. *Penekanan, memberikan pengertian bahwa tidak semua unsue grafis adalah sama pentingnya dan perhatian pembaca harus difokuskan pada titik fokus.*
- c. *Irama, artinya pola yang diciptakan dengan mengulangi dan membuat variasi dari unsur grafis yang ada dan menggunakan ruangan diantaranya (unsur grafis) untuk memberikan kesan gerak.*

- d. *Kesatuan, mengandung pengertian semua bagian dan unsur grafis bersatu padu dan serasi sehingga pembaca memahaminya sebagai suatu kesatuan, Desain yang efektif meneraokan prinsip variasi dalam kontinuitas.*
- e. *Ruang atau Space, merupakan sesuatu yang terkait dengan tingkat kedalaman sehingga memberikan kesan jauh, dekat, tinggi, dan rendah. Hubungan antar ruang merupakan bagian dari perencanaan desain, apakah berupa jarak antar huruf atau huruf dengan gambar.*

F. Peralatan Desain Grafis

Peralatan yang digunakan oleh desainer grafis adalah ide, akal, mata, tangan, alat gambar tangan, dan komputer. Sebuah konsep atau ide biasanya tidak dianggap sebagai sebuah desain sebelum direalisasikan atau dinyatakan dalam bentuk visual.

Pada pertengahan 1980, kedatangan *desktop publishing* serta pengenalan sejumlah aplikasi perangkat lunak grafis memperkenalkan satu generasi desainer pada manipulasi image dengan komputer dan penciptaan image 3D yang sebelumnya adalah merupakan kerja yang susah payah. Desain grafis dengan komputer memungkinkan perancang untuk melihat hasil dari tata letak atau perubahan tipografi dengan seketika tanpa menggunakan tinta atau pena, atau untuk mensimulasikan efek dari media tradisional tanpa perlu menuntut banyak ruang.

Seorang perancang grafis menggunakan sketsa untuk mengeksplorasi ide-ide yang kompleks secara cepat, dan selanjutnya ia memiliki kebebasan untuk memilih alat untuk menyelesaikannya, dengan tangan atau komputer.

Desain grafis dengan menggunakan komputer dapat dibedakan menjadi 2 kategori yaitu :

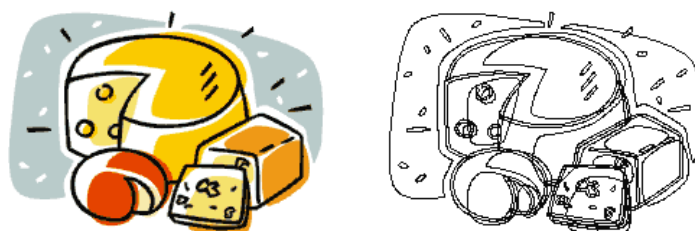
1. Vektor Graphic

Vektor Graphic atau grafis berbasis vektor adalah jenis grafis yang menggunakan perhitungan matematis dalam pembuatan obyek-obyeknya. Perhitungan matematis ini menyangkut bentuk, ukuran, garis luar (outline), warna isi dan segala atribut yang terkait dengannya. Grafis berbasis vektor ini juga umum disebut ilustrasi (*illustration*).

Sebuah ilustrasi sesungguhnya merupakan gabungan dari banyak obyek-obyek dasar, seperti lingkaran, kotak, polygon dan sebagainya. Oleh karena dibuat dengan menggunakan perhitungan secara matematis.

Berikut ini adalah penjelasan mengenai vektor graphic :

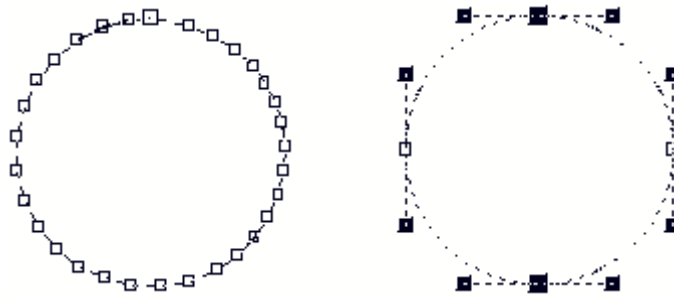
Grafis vektor adalah gambar yang ditampilkan menggunakan definisi matematis.



Gambar di atas menunjukkan prinsip kerjanya. Pada gambar sebelah kiri, adalah gambar yang dihasilkan, dan pada gambar di sebelah

kanan Anda dapat melihat garis-garis sesungguhnya yang menciptakan tampilan sebuah gambar.

Masing-masing garis terdiri dari cukup banyak titik-titik poin yang saling terhubung, atau dapat juga terdiri dari beberapa titik poin pengontrol yang saling terhubung menggunakan *bezier curves*. Ini adalah salah satu metode yang dapat menciptakan hasil terbaik dan digunakan oleh kebanyakan aplikasi gambar saat ini.



Gambar di atas menjelaskan kedua prinsip tersebut. Pada gambar kiri, lingkaran terbentuk oleh sejumlah titik-titik poin yang terhubung menggunakan garis lurus. Pada gambar kanan, Anda dapat melihat lingkaran yang sama, yang hanya dibentuk oleh 4 titik poin pengontrol saja.

a. **Karakteristik Gambar Vektor**

Gambar vektor biasanya memiliki bobot *file* yang cukup kecil karena hanya berisi data mengenai *bezier curves* yang membentuk sebuah gambar. Format *file* EPS seringkali digunakan untuk menyimpan gambar vektor yang dapat memberikan penampilan gambar bitmap (*bitmap preview image*) dalam data *bezier*. Bobot *file* dari gambar penampilan biasanya lebih besar dari data *bezier*-nya sendiri.

Dimensi gambar vektor biasanya dapat diubah tanpa mengurangi kualitas gambarnya sendiri. Hal ini yang menjadikannya ideal dalam pembuatan logo perusahaan, peta/denah, atau objek-objek lain yang seringkali membutuhkan perubahan skala/dimensi. Perlu diperhatikan, tidak semua gambar vektor dapat diubah skalanya sesuka Anda:

- Gambar hanya dapat diubah skalanya hingga 20 persen lebih besar atau lebih kecil
- Garis-garis tipis dapat menghilang jika gambar vektor diperkecil terlalu banyak
- Kesalahan-kesalahan kecil pada sebuah gambar dapat terlihat jelas ketika gambar diperbesar terlalu besar

Cukup mudah untuk membuat sebuah gambar vektor yang sulit untuk dibuahkan *output*-nya. Khususnya penggunaan *tiles* (objek-objek kecil yang diuat berulang-ulang) dan efek *lens* pada Corel Draw dapat membuat *file* yang sangat kompleks.

b. Aplikasi Data Vektor

Ada ratusan aplikasi di pasaran yang dapat digunakan untuk membuat atau memodifikasi data vektor. Dalam dunia percetakan, Adobe Illustrator, Freehand dan Corel Draw adalah aplikasi-aplikasi yang cukup populer.

c. Kelebihan dan kekurangan Grafis Vektor

Kelebihan Grafis Vektor

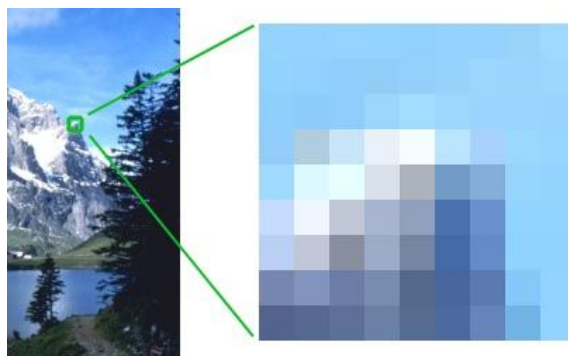
- Ruang penyimpanan untuk objek gambar lebih efisien
- Objek gambar vektor dapat diubah ukuran dan bentuknya tanpa menurunkan mutu tampilannya
- Dapat dicetak pada resolusi tertinggi printer Anda
- Menggambar dan menyunting bentuk vektor relatif lebih mudah dan menyenangkan

Kekurangan Grafis Vektor

- Tidak dapat menghasilkan objek gambar vektor yang prima ketika melakukan konversi objek gambar tersebut dari format bitmap/pixel.

2. Pixel/Bitmap Graphic

Seperti namanya, gambar bitmap adalah kumpulan *bit* yang membentuk sebuah gambar. Gambar tersebut memiliki kandungan satuan-satuan titik (atau *pixels*) yang memiliki warnanya masing-masing (disebut dengan *bits*, unit terkecil dari informasi pada komputer).



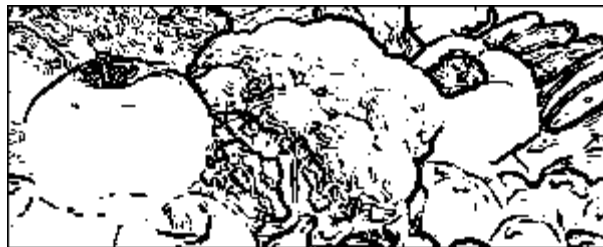
Pada gambar *sebelah* kiri, Anda dapat melihat sebuah pemandangan, dan di sebelah kanannya merupakan pembesaran 250 persen dari puncak salah satu gunung. Gambar tersebut terdiri dari ratusan baris dan kolom elemen-elemen kecil yang memiliki warnanya masing-

masing. Masing-masing elemennya disebut *pixel* (singkatan dari *picture element*). Mata manusia tidak mampu melihat masing-masing *pixel*-nya sehingga kita menangkapnya sebagai gradasi yang halus.

Semakin banyak jumlah *pixel* yang ada pada sebuah gambar, maka semakin halus dan realistik gambar tersebut.

a. Jenis Gambar Bitmap

- *Line-art*



Merupakan gambar yang hanya terdiri dari dua warna, biasanya hitam dan putih. Biasanya gambar jenis ini dijadikan gambar bitmap karena komputer hanya menggunakan 1 *bit* (warna hitam yang membentuk gambar, warna putih sebagai latar) untuk mendefinisikan masing-masing *pixel*-nya.

- *Grayscale Images*



Yang terdiri dari bermacam warna abu-abu dalam menghasilkan warna hitam dan putih.

- ***Multitones***



Terdiri dari dua warna atau lebih. Gambar *multitones* yang biasa digunakan adalah duotones, yang biasanya terdiri dari paduan warna hitam dengan warna khusus (*Pantone colour*). Warna yang digunakan pada gambar di atas adalah paduan dari warna hitam dengan *Pantone Warm Red*.

- ***Full Colour Images***



Merupakan gambar yang memiliki warna yang tampak realistis. Informasi warna dijelaskan menggunakan jenis-jenis standar warna seperti **RGB**, **CMYK** atau **Lab**.

b. Karakteristik Data Bitmap

Gambar yang menggunakan data bitmap akan menghasilkan bobot *file* yang besar. Sebagai contoh, sebuah gambar dengan standar warna CMYK berukuran A4 yang memiliki kualitas cetak menengah (medium) menghasilkan bobot *file* sebesar 40 MB. Dengan menggunakan kompresi dapat memperkecil bobot sebuah *file*.

Perbesaran dimensi gambar merupakan salah satu kekurangan jenis gambar bitmap ini. Begitu sebuah gambar diperbesar terlalu banyak, akan terlihat tidak natural dan pecah. Begitu juga dengan memperkecil sebuah gambar, akan memberikan dampak buruk seperti berkurangnya ketajaman gambar tersebut.

Bitmap cukup simpel untuk pencetakan selama *printer* yang digunakan memiliki *memory* yang cukup. Mesin cetak *PostScript* level 1 jaman dulu akan mengalami masalah ketika mendapatkan sebuah gambar (khususnya *Line-art*) yang dirotasi, tapi *hardware* dan *software* jaman sekarang dapat menangani berbagai efek manipulasi gambar apapun tanpa masalah.

c. Kelebihan dan kekurangan Grafis Bitmap/pixel

Kelebihan Grafis Bitmap

- Dapat ditambahkan efek khusus tertentu sehingga dapat membuat objek tampil sesuai keinginan.
- Dapat menghasilkan objek gambar bitmap dari objek gambar vektor dengan cara mudah dan cepat, mutu hasilnya pun dapat ditentukan

Kelemahan Grafis Bitmap

- Objek gambar tersebut memiliki permasalahan ketika diubah ukurannya, khususnya ketika objek gambar diperbesar.
- Efek yang didapat dari objek berbasis bitmap yakni akan terlihat pecah atau berkurang detailnya saat dicetak pada resolusi yang lebih rendah.

G. Penggunaan Rumus AIDCA

Untuk membuat visual merchandising yang efektif dan efisien maka harus memperhatikan elemen dasar pembuatan iklan yang dikenal dengan rumus AIDCA, yang terdiri dari :

- **Attention (perhatian)**

Iklan harus menarik perhatian khalayak sasaran. Untuk menarik perhatian iklan memerlukan bantuan antara lain berupa ukuran untuk media cetak, air time untuk media penyiaran, warna spot atau full color, lay out, typografi, ataupun sound efek.

- **Interest (minat)**

Memerlukan rangsangan untuk menimbulkan daya tarik orang terhadap iklan.

- **Desire (kebutuhan / keinginan)**

Iklan harus bisa membangkitkan keinginan konsumen untuk menikmati iklan sehingga tertarik.

- **Conviction (rasa percaya)**

Pada tahap ini harus bisa memberikan kepercayaan pada calon konsumen , misalkan dengan cara testimonial atau yang lain.

- **Action (tindakan)**

Pada tahap akhir ini kita harus bisa membuat calon konsumen melakukan suatu tindakan terhadap produk yang diiklankan.

BAB III

DESKRIPSI LEMBAGA / INSTANSI

A. Sejarah Simpul Communication

Perkembangan Teknologi Informasi telah membawa ke sebuah dunia baru yang menyajikan berbagai macam informasi tanpa batas wilayah, negara, budaya, sosial, ekonomi, bahkan batas ruang dan waktu. Fenomena yang terjadi sudah seharusnya menjadi landasan berpikir untuk terus maju dan terus menciptakan kreasi dan inovasi baru yang memajukan Perusahaan dengan bertindak cerdas untuk memenangkan persaingan yang semakin ketat di era informasi ini.

Simpul Communication, sangat memahami hakikat fenomena ini. Untuk itulah perusahaan ini membangun bisnis yang bernuansa Teknologi Informasi, bisnis yang akan menjadi partner yang peduli, teman untuk berbagi dan perusahaan yang mau peduli dengan kebutuhan perusahaan yang mau berkembang bersama kami. Simpul Communication adalah bisnis yang dinamis, selalu berkembang dengan cepat dan sadar bahwa setiap perubahan di dunia yang dinamis ini, kami harus terus bekerja keras untuk selalu menjadi bagian dari perubahan itu.

Simpul Communication adalah perusahaan yang bergerak dalam jasa Marketing Communication, pengembangan Teknologi Informasi dan Computer Graphic;

- *Graphic Design and Promotion Concept*, adalah bidang di perusahaan ini untuk mewujudkan Design dengan media kertas seperti; Pamphlet,

Brochure, Poster, Card. Juga media lain seperti Banner, Billboard, Product Image. Promotion Concept yang memahami dan membantu klien dalam Marketing Plan, Riset dan Konsultasi, Corporate ID, Annual Report, Marketing Kit dan kebutuhan lain yang berhubungan dengan Design dan Promosi.

- *Web Development, Flash Animation, Interactive Program dan CD Production*, adalah bidang kami untuk melayani kebutuhan Web Design, Web Consultant, Intranet Integration, CD Interactive, Multimedia Presentation, E- Commerce, Software House.
- *3D / 2D Animatin dan Motion Graphic* adalah layanan kami untuk Klien yang membutuhkan TV Commercial, Video Presentation, Product Design dan Presentation.

CV.SIMPUL COMMUNICATION tidak memandang besar kecilnya klien, tapi perusahaan ini berusaha untuk memahami klien tidak saja dari sudut apa yang menjadi keinginan mereka tetapi juga apa yang seharusnya menjadi kebutuhan mereka. Karena perusahaan ini selalu menjadikan mereka sebagai bagian dari visi dan misi kami dalam berkarya. Komitmen CV.SIMPUL COMMUNICATION adalah untuk terus dekat, peduli, saling berbagi dan terus berinovasi untuk mengembangkan potensi klien kami melalui karya yang kami hasilkan.

B. Profil Perusahaan

Nama Perusahaan : **Simpul Communication**

Pimpinan Perusahaan : **Syamsul Hadi**

Bentuk Badan Hukum : **CV (Perseroan Komanditer)**

Alamat Perusahaan : **Jl. Pandean UH V/ 684 Yogyakarta 55161**

Telp/Faks. : **0274-413713 / 0274-380764**

Bidang Usaha : Periklanan, Percetakan, IT Developer, Event Organizer, Rumah Produksi.

No. TDP : 120537401528

No. SIUP : 311/12-05/PK/XI/2003

No. HO : 503-1443/1186.UH/2003

NPWP : 02.264.970.1-541.000

Assosiasi/Himpunan : - Kadin (Kamar Dagang & Industri)
 - Ardin (Assosiasi Rekanan Distributor Indonesia)
 - PPPI (Perhimpunan Perusahaan Periklanan Indonesia)
 - IMA (Indonesia Marketing Association)

C. Pengalaman Pekerjaan

1. Pembuatan Aplikasi Brand “Jogja Never Ending Asia “
2. Pembuatan Iklan cetak & TV “Jogja Never Ending Asia “
3. Pembuatan Multimedia “Jogja Never Ending Asia”
4. Pemasangan Iklan TV “Jogja Never Ending Asia” di TPI, TVRI, RCTI, Lativi, TV 3 Malaysia dan SBS Television Australia

5. Pembuatan & Pemasangan Billboard “ Jogja Never Ending Asia “ di Jogja & Batam
6. Pembuatan Sarana Promosi PT. Taman Wisata Candi Prambanan-Borobudur
7. Pembuatan Sarana Promosi Hyat Hotel Timika & Yogyakarta
8. Pembuatan Sarana Promosi Sheraton Mustika Hotel Jogjakarta
9. Pembuatan Sarana Promosi Melia Purosani Hotel Jogja
10. Pembuatan Profil Pemerintah Kota Jogjakarta
11. Pembuatan Sarana Promosi Dinas Pariwisata Prov. RIAU
12. Pembuatan Sarana Promosi Disperindagkop DIY
13. Pembuatan Sarana Promosi Disperindagkop Prov. Kalimantan Tengah
14. Pembuatan Sarana Promosi Disperindagkop Kalimantan Timur
15. Pembuatan Multimedia Borobudur
16. Pembuatan Multimedia “ Profil Investasi Kabupaten Belitung “
17. Pembuatan Multimedia ” Visualisasi Hasil Pembangunan Ekonomi DIY Th. 2003 ”
18. Pembuatan Multimedia “Visualisasi Hasil Pembangunan Ekonomi DIY Th. 2004 “
19. Pembuatan Buku Kumpulan Pidato Sambutan Gubernur D.I.Y Th. 2005
20. Pembuatan Buku Data dan Informasi Tentang Instansi Pemerintah Dan Media Massa D.I.Y
21. Kajian Strategi Pemasaran Potensi Investasi Daerah dan Pembuatan Media Promosi Potensi Investasi Daerah Kab. Kulonprogo 2005

D. Wilayah Bisnis

- *Periklanan*

Graphic design, Above the line (iklan tv, radio, media cetak), Below the line (POP, POS, Poster, Liflet, brosur dll), Media Luar Griya (Billboard), Display Exhibition (Standing Banner, Rotation Barner, Back Wall, dll).

- *Komunikasi Perusahaan*

Corporate Identity, Company Profile, Annual Report, Prospektus, Inhouse media (Newsletter, jurnal, Majalah Perusahaan), Merchandise (kalender, stasionery kit, agenda dll), Pameran.

- *Promosi Multimedia*

Multi media interaktif.

- *Perencanaan media dan pembelian iklan media massa*

Perencanaan iklan media massa, Desain iklan media massa, Pembelian ruang iklan media massa.

- *Web Design dan Hosting*

Desain situs web, Hosting

E. Klien CV Simpul Communication

- *Institusi Pendidikan*

Primagama, Universitas Gajah Mada, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Universitas Sanata Dharma, Universitas Atmajaya, AMP YKPN, STP AMTA, STTNAS, AMIK ASTER.

- *Coorporate*

Indosat, Margaria Group, Catalunya Group, London Beauty Center (LBC),
Gama Techno, Gama Multi Mandiri.

- *Property dan Developer*

PT. Waskita Karya, Asaland-Citra Nusa, Blutimindo, Tri Putra Mulia,
Merapi Arsita Graha, Pujatama, Kaltim Ciptarasa, Graha Terasama, dll.

- *Manufacture*

Mondrian Group, Sasa Design Hand Bag, Jawa Products, Mandiri Abadi
Furniture, Prama Gallery, Quira Terastika Furniture.

BAB IV

PELAKSANAAN KULIAH KERJA MEDIA

A. Waktu Pelaksanaan Magang

Kuliah Kerja Media (KKM) dilaksanakan di CV. Simpul Communication selama kurang lebih 2 bulan mulai dari tanggal 2 Februari s/d 27 Maret 2009. Dengan jam kerja mulai hari senin sampai jumat pukul 09.00 – 17.00 WIB.

B. Posisi Dalam Perusahaan

Selama pelaksanaan Kuliah Kerja Media (KKM) penulis bekerja di bagian kreatif yang membuat desain grafis iklan. Selama melaksanakan magang penulis dapat mempelajari banyak hal yang tidak didapatkan dalam perkuliahan. Disamping mempelajari banyak hal, disana juga mengamati bagaimana proses pembuatan desain grafis dari proses awal sampai akhir. Di dalam melaksanakan magang penulis dibimbing oleh pak Anung Pamadya beserta team kreatif.

Untuk membuat membuat desain grafis suatu iklan, penulis menggunakan software Adobe Photoshop untuk mengedit gambar (foto) dan Corel draw untuk membuat layout desain grafis iklan tersebut.

C. Deskripsi Pekerjaan

Adapun berbagai macam proses produksi yang dilakukan penulis selama KKM di CV. Simpul communication antara lain :

- Pembuatan desain grafis visual merchandising Indosat edisi Valentine, gapura, x-banner, dan spanduk.
- Membuat desain papan nama playgroup dan TK.
- Pembuatan desain grafis banner fakultas farmasi Universitas Sanata Dharma.
- Pembuatan desain kartu ucapan untuk Pramita lab.
- Pembuatan desain grafis banner fakultas farmasi Universitas Sanata Dharma.
- Pembuatan logo Simpul Communication Fest.

Secara lebih rinci kegiatan KKM di diskripsikan seperti dibawah ini :

1. Pembuatan desain grafis visual merchandising Indosat edisi Valentine, gapura, x-banner, dan spanduk. (2 Februari s/d 13 Februari 2009)

Tahap-tahap yang dilakukan :

- ❖ Berkonsultasi dengan pembimbing tentang desain merchandising Indosat edisi Valentine.
- ❖ Mencari referensi gambar dari internet.
- ❖ Membuat desain gapura, x-banner, dan spanduk menggunakan Corel draw.

- ❖ Mengedit foto menggunakan Adobe Photoshop.
- ❖ Mengaplikasikan foto yang telah di edit dalam desain gapura, x-banner, dan spanduk.

2. Pembuatan desain papan nama playgroup dan Tk. (16 Februari s/d 6 Maret 2009)

Tahap-tahap yang dilakukan :

- ❖ Berkonsultasi dengan pembimbing tentang desain papan nama playgroup dan Tk.
- ❖ Mencari referensi gambar di internet.
- ❖ Membuat sketsa gambar.
- ❖ Membuat desain papan nama playgroup dan Tk menggunakan Corel draw.

3. Membuat desain kartu ucapan untuk Pramita lab. (6 Maret s/d 13 Maret 2009)

Tahap-tahap yang dilakukan :

- ❖ Berkonsultasi dengan pembimbing tentang desain kartu ucapan Pramita lab.
- ❖ Mencari referensi gambar di internet.
- ❖ Mengedit foto-foto tentang Pramita lab. menggunakan Adobe Photoshop.
- ❖ Mengaplikasikan foto-foto Pramita lab. kedalam sebuah desain menggunakan Corel draw.

4. Membuat desain banner Universitas Sanata Dharma. (13 Maret s/d 20 Maret 2009).

Tahap-tahap yang dilakukan :

- ❖ Berkonsultasi dengan pembimbing tentang desain banner Universitas Sanata Dharma.
- ❖ Mencari referensi gambar di internet.
- ❖ Mengedit foto-foto tentang Universitas Sanata Dharma menggunakan Adobe Photoshop.
- ❖ Mengaplikasikan foto-foto Universitas Sanata Dharma kedalam sebuah desain menggunakan Corel draw.

5. Membuat logo CommFest. (23 Maret s/d 27 Maret 2009).

Tahap-tahap yang dilakukan :

- ❖ Berkonsultasi dengan pembimbing mengenai event CommFest.
- ❖ Mencari referensi gambar di internet.
- ❖ Membuat sketsa logo.
- ❖ Mengaplikasikan sketsa logo tersebut menggunakan Corel draw.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Selama melaksanakan Kuliah Kerja Media di CV. Simpul Communication yang terhitung mulai tanggal 2 Februari 2008 sampai tanggal 27 maret 2008 penulis banyak mendapatkan pengalaman dan pengetahuan baru yang tidak didapat dibangku kuliah. Dan dengan melalui Kuliah Kerja Media inilah penulis dapat menerapkan dan mengaplikasikan ilmu teori dan praktek yang selama ini didapat dibangku perkuliahan, walaupun banyak sekali perbedaan dalam kenyataannya. Penulis juga merasakan manfaat lain yaitu pengalaman berorganisasi dengan rekan kerja lain dalam satu team work yang saling berhubungan antara satu dengan yang lainnya di dalam pembuatan desain grafis iklan di CV. Simpul Communication. Kerjasama antar rekan kerja harus selalu dipupuk guna mempererat hubungan dalam sebuah team work.

Dengan terselesainya Kuliah Kerja Media dan penyusunan Laporan Tugas Akhir ini, maka penulis dapat mengambil beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Telah mengetahui semua hal tentang desain grafis dan peranannya pada divisi kreatif di CV. Simpul Communication yang belum pernah didapat pada masa perkuliahan di FISIP UNS .

2. Telah dapat meningkatkan kemampuan dalam seni desain grafis melalui kegiatan KKM di Simpul Communication.
3. Telah memperoleh pengetahuan dan praktek dalam membuat desain grafis di CV.SIMPUL COMMUNICATION.
4. Telah dapat mempersiapkan tenaga ahli yang professional di bidang periklanan.
5. Telah mengetahui cara dan system kerja dunia periklanan yang sesungguhnya khususnya untuk desain grafis iklan.

B. Saran – saran

Penulis banyak sekali mengalami kekurangan – kekurangan selama melaksanakan Kuliah Kerja Media, dengan melihat kenyataan tersebut ada beberapa hal yang patut dijadikan pertimbangan baik pihak Fakultas maupun DIII Komunikasi Terapan agar lebih baik lagi dimasa mendatang.

1. Saran bagi DIII Komunikasi Terapan
 - a. Praktikum dalam perkuliahan haruslah di tambah dan diperbanyak karena banyak sekali kekurangan dan perbedaan dalam dunia kerja yang sebenarnya.
 - b. dalam memberikan materi kuliah diharapkan dapat lebih mendalam sehingga mahasiswa dapat memperoleh ilmu yang lebih, khususnya untuk mata kuliah praktek.
 - c. Sebaiknya panitia KKM lebih jeli dalam melaksanakan tugasnya.

- d. DIII Komunikasi Terapan sebaiknya membuat laboratorium produksi untuk mahasiswa D-3 periklanan.
2. Saran bagi CV. Simpul Communication
 - a. Penambahan computer dalam divisi kreatif untuk mahasiswa yang magang.
 - b. Sebaiknya memberanikan diri mengambil resiko / spekulasi dengan biaya yang relative besar dalam pembuatan iklan / event untuk CV. Simpul Communication supaya lebih cepat berkembang.
 - c. Diharapkan kerja divisi kreatif dalam CV. Simpul Communication ditingkatkan agar selalu kompak dan dinamis.

DAFTAR PUSTAKA

- Campbell, David .1986 . Kanisius : Jakarta . *Mengembangkan Kreatifitas*.
- Christopher Gilson dan Harold W Berkman. “*Advertising : Concepts and Strategies*” (New York, Random House, Inc, 1980)
- Jefkins, Frank . 1996 . Erlangga : Jakarta . *Periklanan*.
- Kasali, Rhenald . 1992 . Grafiti : Jakarta . *Management Periklanan Dan Aplikasinya Di Indonesia*.
- Pujiriyanto. 2005. *Desain Grafis Komputer*. Yogyakarta. CV Andi Offset
- Sihombing, Danton . 2001 .. Gramedia Pustaka Utama : Jakarta . *Tipografi dalam Desain Grafis*.

www.aiga.com

<http://id.wikipedia.org>