Laporan kerja Praktek

PERANCANGAN IKLAN TERANG MULYA FABRIC OUTLET PADA MAJALAH SUAVE EDISI 70

DK 36502 kerja Praktek

Oleh :

Afrina Rahmaniar
51907051
Desain Komunikasi Visual

Dosen pembimbing :

M. Syahril Iskandar, S.Sn

FAKULTAS DESAIN
UNIVERSITAS KOMPUTER INDONESIA
BANDUNG
2010

Laporan kerja Praktek

PERANCANGAN IKLAN TERANG MULYA FABRIC OUTLET PADA MAJALAH SUAVE EDISI 70

DK 36502 kerja Praktek

Oleh :

Afrina Rahmaniar
51907051
Desain Komunikasi Visual

Disahkan Oleh :

Perusahaan	Pembimbing
Giovanni Pramudityo	M. Syahril Iskandar, S.Sn
Creative Direktor	NIP. 4127 32 06 012

Koordinator

Rini Maulina, S.Sn
NIP. 4127 32 06 011

KATA PENGANTAR

Bismillahirahmaanirrahim,

Puji Syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, atas limpahan rahmat dan karunia-Nya sampai saat ini, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan laporan kerja praktek ini yang bertempat di Suave Magazine Bandung dengan tepat waktu.

Pada dasarnya, laporan ini ditulis untuk memenuhi syarat kelulusan mata kuliah kerja praktek. Namun dalam proses pelaksanaan kerja praktek ini, penulis pun mendapatkan banyak sekali pengalaman yang mungkin tidak dapat dijabarkan lewat setiap kata dalam laporan ini. Berdasarkan tujuan mata kuliah ini, penulis dapat belajar banyak hal bagaimana kehidupan di dunia kerja yang sebenarnya. Dengan bekal ilmu yang didapat dari universitas, penulis berharap dapat memaksimalkan pengerjaan tugas – tugas yang diberikan.

Walaupun penulis berniat untuk membuat laporan ini dengan sempurna, penulis menyadari bahwa dalam laporan ini masih terdapat banyak kekurangan yang disengaja maupun tidak disengaja. Akhir kata, semoga laporan kerja praktek ini berguna bagi pembaca sekalian.

Juli 2010,

Penulis

DAFTAR ISI

- KATA PENGANTAR i
- DAFTAR ISI ii

BAB I. PENDAHULUAN 1

1.1 Latar Belakang Kerja Praktek 1

1.2 Waktu dan Tempat Pelaksanan Kerja Praktek 1

BAB II. Tinjauan Umum Perusahaan 2

2.1 Sejarah Singkat Suave 2

2.2. Profil Perusahan …… 3

2.2.1 Visi Misi ……. 4

2.2.2 Logo ……..... . 4

2.3 Struktur Organisasi 4

2.4 Detail Majalah 5

2.4.1 Spesifikasi Teknis …….. 5

2.4.2.Target Pembaca..... 5

2.4.3 Keunggulan Beriklan disuave 5

2.4.4 Content 8

2.4.5 Konsep suave..... 11

2.4.6 Influence Suave terhadap Industri Kreatif 12

2.4.7 Tampilan depan majalah..... 13

2.4.8 Circulation 14

2.4.9 Daftar Client 15

2.4.10 Rate Card 17

2.4.11 Deadline 2010 18

2.4.12 Tema Suave Magazine 2010 18

2.4.13 Dimensi 21

BAB III. Laporan Kerja Praktek 22

3.1 Peranan Praktikan Dalam Majalah Suave 22

3.2 Pekerja Praktikan Selama Kerja Praktek …….. 22
3.3 Metode Kerja Praktikan 22
3.4 Konsep Perancangan 23
3.5 Perancangan Media Cetak di Majalah Suave 23
3.5.1 Konsep Dasar Layout 24
3.5.2 Konsep Tipografi 24
3.5.3 Teknis Perancangan 24
3.5.4 Karya-Karya yang di buat 33

BAB IV. Kesimpulan 36
Daftar Pustaka 37
Lampiran

BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Kerja Praktek

Manusia sebagai makhluk sosial membutuhkan komunikasi sebagai media pemberian pesan dari komunikator kepada komunikan. Sukar untuk bekerjasama apabila komunikasi kurang lancar. Masalah yang mungkin timbul adalah tidak adanya kesesuaian paham atau tidak adanya timbal balik dari penerima pesan dari informasi yang diberikan. Untuk melancarkannya, unsur – unsur dari komunikasi harus diteliti dan ditingkatkan. Demikian pula dengan seberapa pentingnya komunikasi dalam mendapatkan maupun menyaring informasi dari berbagai sumber, hal itu menjadi latar belakang bagaimana cara yang efektif dalam memberikan suatu pesan informasi kepada masyarakat yang berbeda dari berbagai latar belakang pendidikan, keadaan sosial ekonomi, budaya dan lainnya.

Suave adalah majalah bulanan berskala nasional yang mensupport semua kegiatan komunitas kreatif pada umumnya. Suave merekam semua perkembangan fashion, budaya dan kreativitas kaum muda dengan gaya yang ringan, menghibur namun tetap terlihat cerdas.

Berdasarkan hal tersebut, maka penulis memilih Suave sebagai instansi untuk melaksanakan kerja praktek.

1.2 Waktu dan Tempat Pelaksanaan Kerja Praktek

Tanggal : 5 April – 31 Mei 2009
Hari : Senin – Minggu
Waktu : 09.00 – 17.00 WIB
Tempat : Suave Magazine Bandung.
Jalan Sido Mulyo no. 25 Bandung

BAB II
Tinjauan Umum Perusahaan

2.1 Sejarah Singkat Suave

Ide awal kemunculan *Suave magazine catalogue* ini adalah karena di Bandung belum banyak *free magazine catalogue* untuk local clothing yang digarap secara apik pada saat itu. Ada catalog distro (*rave*) tapi hanya iklan – iklan saja bukan catalog produk. Pernah juga ada *flava*, yg digarap sama anak – anak *trolley* juga, tapi hanya keluar 1 edisi saja. Pada waktu yang sama di Jepang juga ada yang namanya street brand catalogue yang berisikan tentang fashion yang ada di Jepang. Akhirnya setelah menganalisis kekurangan dan kelebihan dari ketiga majalah tadi maka terciptalah *Suave Magazine Catalogue* pada tahun 2004 pada waktu itu hanya ada tiga orang saja.

Suave adalah bisnis yang dijalankan secara indie. Pada hitungan awal dana yang di butuhkan sekitar 20 juta minus untuk sewa kantor, setelah dipilah – pilah dari pada Suave ini tidak berjalan akhirnya mereka mengutamakan Action, dan hasilnya mereka menjalankan bisnis ini hanya dengan 1,5 juta rupiah saja uang itu digunakan untuk uang itu hanya untuk membeli telepon seharga1 juta dan membeli printer seharga 500 ribu. Kantor yang mereka sewa mereka kontrakan dan semua properti yang dipakai adalah milik pribadi.

Pada edisi perdana mereka menyebutnya edisi 0 (nol) berisikan 24 halaman dan 14 klien clothing dari Jakarta – Bandung dan hanya mempunyai 1 orang karyawan saja. Jadi praktis nama di editorial Suave sebetulnya hanya nama dari ke Empat orang saja. Di edisi 0 atau perdana mereka langsung BEP. Tentu saja ke 14 klien disini sudah langsung bayar biaya iklan dan modal awal mereka yang 1,5 juta langsung kembali modal awal mereka.

Ditinjau dari perkembangannya setelah 4 tahun perjalanannya, di awal tahun 2004 mereka merubah Suave Catalogue menjadi Suave.

Magazine dengan lebih banyak artikel dan rubrik baru yang menarik. Dengan lebih banyak artikel, Suave lebih memberikan banyak artikel mngenai kultur anak muda masa kini. Perkembangan secara majalahnya, dari edisi awal yang hanya 14 klien dan 24 halaman dan dengan 1 orang karyawan. Kali ini Suave rata-rata perbulan mencapai 120 halaman dengan lebih dari 50 klien setiap bulannya dalam 1 tahun terakhir ini. Pekerja Suave juga saat ini 21 orang di 3 kota, Jakarta- Bandung- Jogja. Tentang jumlah halaman, pernah juga kami mencapai 206 halaman di bulan September 2008 lalu. Majalah gratis paling tebal.

2.2 Profil Perusahaan

- Nama perusahaan : CV.CAKRAWALA MEDIA
- Alamat perusahaan : Jln. Sidomulyo no. 25 Bandung
  Jawa Barat
  Ph. +62 22 2501627
  +62 22 2501662
  Fax. +62 22 2503026
- Alamat representative : Graha ROI formula suite 505
  Jln. Sultan Iskandar Muda 222
  Kebayoran Lama
  Jakarta Selatan Indonesia
  Ph. & Fax. +62-21-7232437
- Website : www.suavecatalogue.com
- Nama Majalah : Suave Magazine

2.2.1 Visi

Menjadikan Suave media promosi yang utama bagi *local clothing* di Indonesia. Selain itu juga membawa Suave ke tingkat internasional.

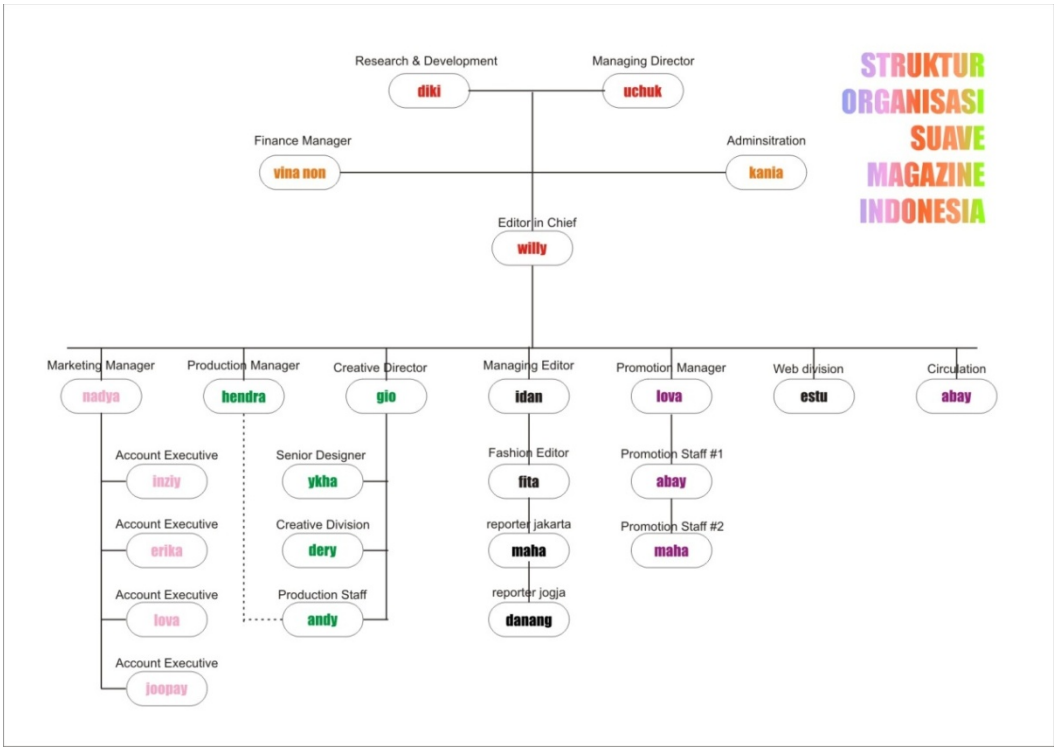
Misi

Everybody talking about Suave

2.2.2 Logo



2.3 Struktur organisasi



2.4 Detail Majalah

- Terbit tiap bulan
- 15000 eksemplar versi cetak (80% gratis, 20% jual)
- Unlimited eksemplar versi digital
- Rata-rata lebih dari 100 halaman

2.4.1 Spesifikasi Teknis

- Size : 17 cm x 24 cm
- Offset printing full colour
- Material :
- Cover : Art Carton 210 gr
- Content : Art paper 85 gr
- Saddle stiched (jahit kawat)

2.4.2 Target Pembaca

- Gender : 50% Pria
  50% Wanita
- Usia : 15% = 15-18 tahun
  75% = 18-27 tahun
  10% = > 27 tahun
- S.E.S : B dan C
- Profession : Mahasiswa, Pelajar, Profesional, dan Pekerja Muda.

2.4.3 Keunggulan Beriklan di Suave

2.4.3.1 **Market SUAVE adalah market kaum muda yang merupakan potensial buyer yang besar.**

Dengan kelas ekonomi menengah, market SUAVE adalah market yang konsumtif dan selektif dalam memilih produk.

2.4.3.2 Market SUAVE adalah market yang spesifik dan segmentasi yang jarang tersentuh media lain, berbasis dari komunitas – komunitas kreatif yang ada di Indonesia.

SUAVE berangkat dari basis komunitas kreatif, sehingga ada ikatan yang cukup kuat antara aspek-aspek yang berkaitan. SUAVE menjadi salah satu media terdepan dalam ruang industri kreatif di Indonesia.

2.4.3.3 Market SUAVE merupakan market yang loyal.

SUAVE mengakomodir kebutuhan kaum muda dari segmen pasar yang spesifik dan unik ini. Dengan tampilan yang layout dan artikel yang sangat catchy dan eksklusif, SUAVE menjadi produk yang collectible. Dengan tampilan katalog yang menghadirkan produk-produk fashion terbaru, maka kehadiran SUAVE selalu ditunggu oleh para penikmat fashion dan majalah SUAVE sendiri merupakan majalah yang dikoleksi oleh pembacanya, karena informasi di SUAVE sendiri penting tidak hanya untuk sekarang tetapi juga untuk di masa depan.

2.4.3.4 Market SUAVE tidak akan berhenti berkembang.

Suave berawal sebagai sebuah media yang mewadahi komunitas anak muda dengan gaya hidup kreatif independent yang memiliki eksklusifitas tersendiri. Kemudian, Seiring dengan waktu, gaya hidup tersebut berkembang dengan signifikan, dan dapat diterima menjadi sebuah trend gaya hidup

berskala nasional. Dan oleh karena itu, sebagai sebuah media yang dijadikan panutan komunitas kreatif independent, market suave akan terus berkembang seiring perkembangan gaya hidup tersebut.

2.4.3.5 SUAVE sangat berperan terhadap perkembangan industri kreatif indonesia .

SUAVE sangat identik dengan komunitas distro dan segala aspek yang berhubungan dengan komunitas ini , seperti musik, desain, seni atau fotografi. Dalam perjalanannya SUAVE sudah banyak membantu komunitas-komunitas kreatif ini berkembang secara professional.

2.4.3.6 SUAVE merupakan media yang sarat dengan informasi, edukasi dan menghibur.

Dengan tampilan layout yang asyik, menyegarkan dan editorial yang menggunakan bahasa yang ringan tapi tetap intelek, informasi yang SUAVE sampaikan lebih mudah diterima di pembaca. Tampilan image-image yang apik juga membuat SUAVE lebih enak dibaca.

2.4.3.7 SUAVE merupakan media dengan eksemplar yang tak terbatas.

SUAVE sejak Oktober 2006 sudah didukung oleh website www.suavecatalogue.com, dan menjadi media print lokal pertama yang menyediakan versi digital untuk didownload GRATIS, maka SUAVE menjadi media yang unlimited atau tidak terbatas.

Setiap orang bisa mendownload semua edisi SUAVE secara cuma-cuma. Lebih dari 5000 eksemplar digital version SUAVE dirunduh setiap bulannya.

2.4.4 Content

2.4.4.1 *The catalogue*

Content yang paling ditunggu setiap bulannya. Menghadirkan rata-rata lebih dari 500 produk baru setiap bulannya.

2.4.4.2 *Suave Fresh*

Rubrik ini menampilkan hal-hal yang terbaru dari berbagai hal seperti fashion, product, lifestyle, gadget, sampai dengan cool hangout spot yang menjadi rekomendasi dari SUAVE untuk para pembaca.

2.4.4.3 *People*

Menampilkan figure-figure muda yang berbakat dan berprestasi baik itu secara nasional dan internasional. Rubrik ini sangat inspiratif, diharapkan dapat memacu kaum muda pembaca Suave untuk lebih berprestasi.

2.4.4.4 *Suave Reviews*

Beberapa literature yang kami rekomendasikan. Ada film, buku dan musik yang wajib dikonsumsi oleh para pembaca Suave.

2.4.4.5 *Look who's talking*

Salah satu rubrik interaksi paling menarik di SUAVE. Dimana dalam rubrik ini, SUAVE secara spontan dan

acak memilih seseorang dengan penampilan stylish untuk diberikan pertanyaan trivia yang harus mereka jawab. Pertanyaan-pertanyaan ringan dengan topik unik yang kerap kali terlupakan.

2.4.4.6 *Showcase*

Rubrik ini ditujukan sebagai lahan untuk menampilkan karya-karya yang original dan fresh dari para seniman muda Indonesia. Dimana setiap edisinya SUAVE menampilkan setidaknya dua karya untuk menginspirasi pecinta seni lainnya untuk berkarya.

2.4.4.7 *Head To head*

Dalam rubrik ini SUAVE mempertemukan dua orang public figure yang dikenal oleh komunitas dan pembaca SUAVE untuk bermain tebak-tebakan. Setiap public figure harus memberikan lima pertanyaan kepada lawan mainnya dan sebaliknya menjawab lima pertanyaan dari lawan. Rubrik yang ringan dan menghibur dengan pertanyaan-pertanyaan unik yang dilontarkan.

Satu lagi artikel yang menghibur. Head to head berisi 2 orang public

2.4.4.8 Ad *Quiz*

Iklan yang semakin lama semakin membaik, dibuatnya juga semakin serius, maka sudah selayaknya diberikan penghargaan. Ad Quiz adalah salah satu penghargaan yang kami berikan untuk para pembuat iklan di SUAVE. Dengan system polling sms,

para pembaca dipersilakan memilih iklan terbaik di edisi itu menurut mereka. Terbukti dengan adanya rubrik ini, para pengiklan makin terpacu untuk membuat iklan yang lebih baik lagi di kemudian hari.

2.4.4.9 Fashion Ingredients

Rubrik ini akan mereview satu persatu fashion yang dikenakan model. Dari mulai topi, baju, rock, celana, sabuk, gelang dan aksesoris lainnya.

2.4.4.10 Check This Out!

Rubrik ini lebih bersifat informatif. Bebas mengangkat segala sesuatu yang perlu diketahui. Seperti website, band, dan lain-lain.

2.4.4.11 Music Profile

Rubrik ini mengupas sebuah group music-band ataupun musisi yang baru meriliskan album dalam bentuk sebuah interview.

2.4.4.12 Inspiring Brand

Dalam rubrik ini SUAVE mengupas brand-brand fashion yang kami anggap cukup banyak memberikan influence dan pengaruh untuk dunia fashion dan clothing line.

2.4.4.13 People

Rubrik ini dikhususkan untuk mengangkat seseorang yang kami pilih berdasarkan karya, prestasi dan

kemampuannya menginspirasi orang lain di bidangnya.

2.4.4.14 Event Review

Event review merupakan liputan acara-acara yang bekerjasama dengan pihak SUAVE dan acara-acara yang kami anggap bagus untuk diangkat.

2.4.4.15 Komunitas

Rubrik komunitas mengulas tentang beragam komunitas anak muda yang ada di Indonesia. Keberadaan dan keunikan dari beragam komunitas yang ada kiranya menjadi informasi yang menarik untuk para pembaca SUAVE.

2.4.4.16 Tipsy

Berisi tips-tips menghibur sebagai penyegar untuk pembaca SUAVE.

2.4.4.17 Beautiful Old Days

Mengulas berbagai hal-hal di masa lalu yang kami anggap menarik dan berkesan. Seperti trend fashion, video game, gaya bahasa, serta hal-hal lainnya dari masa lalu.

2.4.5 Konsep Suave

Konsep dasar dari suave adalah media promosi yang punya visi dan misi memajukan *local clothing* secara professional. Artinya, sudah saatnya mereka harus berpromosi secara serius. Sudah saatnya *local clothing*

diketahui oleh khalayak ramai, bukan cuma orang - orang yang itu – itu lagi. Jadi visinya memang memajukan *local clothing*, secara *brand image* dan penghasilan juga tentunya.

Oleh karena itu suave dibikin dengan format yang cukup *simple*, berkesan ekslusif. Karena pasar yang mau dituju itu justru orang - orang diluar komunitas ini, diluar yang udah tau distro & *clothing.* Mereka hanya ingin memberikan informasi ke orang - orang bahwa *local clothing* sudah sebagus ini.

Kemasan dan tampilan mereka buat cukup *mainstream*, yang bagus dan bisa diterima oleh semua orang. Pertama dari kover, kover slalu dibuat semenarik mungkin, dengan kualitas foto yang bagus dan tidak seadanya. Jadi begitu melihat suave dari jauh, semua orang sudah tertarik.

Kedua dari *layout* didalamnya. Mereka mengamati & menganalisa dari *street brand catalog* yang tebel itu. Kenapa katalog itu tebal, tapi kita gak capek melihat produk - produknya? Makanya setiap halaman catalog produk mereka atur dengan sesimpel mungkin, dan dengan format yang sangat baku dan tidak bisa diubah - ubah. Semua sama. *Brief* untuk foto produk jg harus terlihat bagus dan tidak lecek. Tapi sampai saat ini pun mereka masih terus ngulik – ngulik tampilan apa saja yang menarik, dan mereka terus berusaha inovativ agar orang – orang tidak bosan.

2.4.6 *Influence* Suave terhadap industri kreatif

Dalam 1 tahun terakhir, perkembangan *clothing* mulai menggeliat lagi. Data mencatat setiap bulan minimal 2 label clothing baru pasti beriklan di Suave. Dengan

banyaknya *clothing* baru tentu saja banyak membuka lapangan pekerjaan baru, dan banyak pula tempat produksi *clothing* baru bermunculan. Selain itu dengan kualitas iklan dari *clothing* yang semakin berkembang, industri ini mulai menggandeng seniman-seniman desain grafis, fotografer sampai *stylist* untuk bekerja sama mengerjakan promosi *clothing* tadi. Makin terasa banyak desainer dan fotografer muda yang memulai karya mereka dari pengerjaan materi promosi clothing ini.

2.4.7 Tampilan depan majalah suave

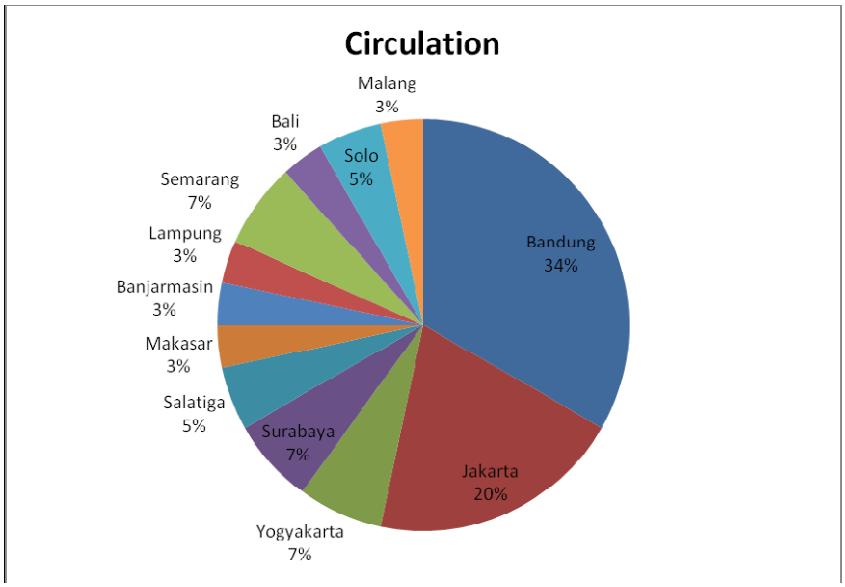


Gbr II.1 Gambar *cover* Suave edisi 69

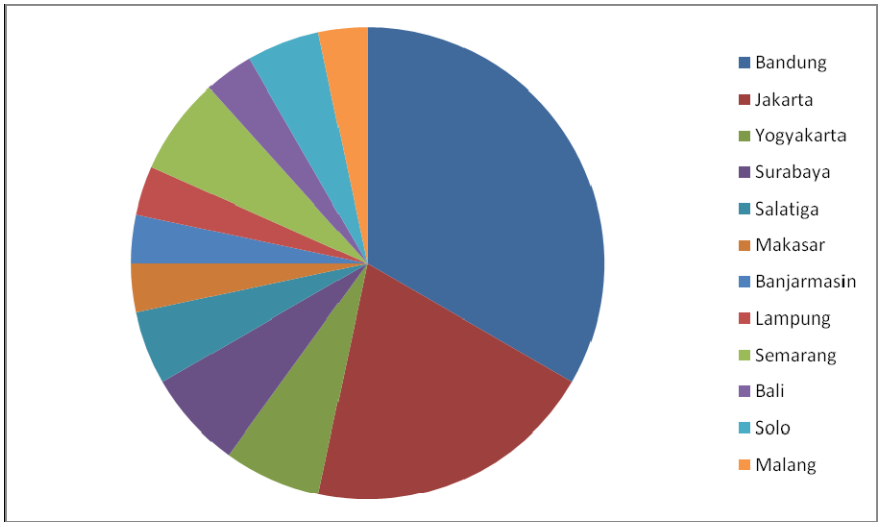


Gbr II.2 Gambar *cover* Suave edisi 70

2.4.8 Circulation



Tabel II.12



Tabel ll.13

2.4.9 Daftar *Client*

- **JAKARTA**

  10Dencies, Aksara Citos, Aksara Kemang, Anomali, Bloop, Blenger Burger, Endorse, FlashJack, Invictus, Level 3, Moose, Nanonine, Premium Nation, Replika, Prambors Radio, Score! Citos, Soho Music Citos, Trax FM.

- **BANDUNG**

  Airplane, Ahmed, Anonim, Arena, Badger/Antibeauty, Blackjack, Blankwear, Black Canyon PVJ, Black ID, Cosmic, D'Loops, Diery, Distro House, Evil Army, EAT Shop, Flashy, Gummo, Gee Eight, God Inc., Hard Rock FM, Jonas Photo, Invictus Inksomnia, Jail, Kuyagaya, Mighty, Neps, NL'S, Ouval Research, Order, Oglea, Oink!, OZ Radio, Post, Proshop, Prambors Radio, Proshop, Potluck, Rotten,

Screamous, Skaters, Soho Ciwalk, Two 17, UNKL347, Wadezig.

- **YOGYAKARTA**
  Two17, Cheers, Dixie, Kedai Kopi, Mailbox, Nichers, Own Café, Slackers, Triggers, Whatever Shop, Magnum, Starcross, Annybery, Syphylliz.

- **SURABAYA**
  Cosmic, House Of Rotten Apple, Coffe Bean, Lollypop, 13th Rock, EF, Element Café & Resto, Celebrity Fitness, Two 17.

- **MALANG**
  Revolver 99, Rock Bandits, Ecocid, House of Elevennine, Heroine, Horison, Hobid, Horison, Inspired, No Way Out, Otherside.

- **SEMARANG**
  Above, Brux, District Sides, Scriph, Recycle.

- **SOLO**
  Hoofd, Inside, Rown Division.

- **TANGERANG**
  Raxzel

- **SALATIGA**
  Clip, Fithyground, Skyward.

- **MEDAN**
  Orange

- **PEKANBARU**
  Rapid Store

- **LAMPUNG**
  Isthisit

- **Banjarmasin**
  Nonninth

- **MAKASSAR**
  Chambers Vool

- **BALI**
  Noize Pimp

- Also available at :
  TB Gunung Agung, TB Gramedia, TB Kharisma, Griya – Metro, Grand Aquila Hotel, Grand Serela Hotel, Jayakarta Hotel, Kedaton Hotel, Malya Hotel, Panghegar Hotel, Papandayan Hotel, Preanger Hotel, Mie Baso Akung, Sheraton Hotel, Savoy Homan Hotel, SMU N 3 BDG, SMU N 5.

2.4.10 RATE CARD

Page	Price	***Size***
Front Cover – folded (spread)	Rp 30.250.000	34 x 24cm
Back Cover	Rp 19.360.000	17 x 24cm
Front Page (spread)	Rp 21.780.000	34 x 24 cm
Inside Cover Catalogue	Rp 11.495.000	17 x 24cm
Double Page	Rp 17.600.000	34 x 24 cm
Single Page	Rp 9.075.000	17 x 24 cm
1/2 Page	Rp 5.087.500	17 x 12cm 8,5 x 24 cm
1/3 Page	Rp 3.646.500	17 x 8 cm 6 x 24 cm
1/4 Page	Rp 2.915.000	17 x 6 cm 8,5 x 12 cm
Advertorial- FP	Rp 9.515.000	17 x 24 cm
Advertorial- HP	Rp 5.885.000	17 x 12 cm
Separation	Rp 18.000.000	17 x 24 (2 sides)

2.4.11 Deadline 2010

- **Februari** -Deadline materi : 11 Januari (Edar : 1 Februari)
- **Maret** -Deadline materi : 1 Februari (Edar : 1 Maret)
- **April** -Deadline materi : 1 Maret (Edar : 1 April)
- **Mei** -Deadline materi : 1 April (Edar : 1 Mei)
- **Juni** -Deadline materi : 1 Mei (Edar : 1 Juni)
- **Juli** -Deadline materi : 1 Juni (Edar : 1 Juli)
- **Agustus** -Deadline materi : 1 Juli (Edar : 2 Agustus)
- **September** -Deadline materi : 2 Agustus (Edar : 1 September)
- **Oktober** -Deadline materi : 1 September (Edar : 4 Oktober)
- **November** -Deadline materi : 1 Oktober (Edar : 1 November)

- **Desember** -Deadline materi : 1 November (Edar : 1 Desember)
- **Januari (2011)** -Deadline materi : 1 Desember (Edar : 4 Januari 2011)

2.4.12 TEMA SUAVE MAGAZINE

2.4.12.1 PREDIKSI 2010 (JANUARI)

Edisi ini memprediksi apa saja yang akan hype/hot di 2010. Bisa artist, band, fashion, trend dan lain-lain.

2.4.12.2 GUILTY PLEASURE (FEBRUARI)

Di Edisi ini kita mencoba mengeksplorasi sesuatu yang dibenci tapi diam-diam disukai. Semacam memecahkan tabu terhadap sesuatu yang kita tidak suka.

2.4.12.3 ADDICT (MARET)

Edisi ini membahas semua tentang rasa candu. Bisa berupa candu terhadap makanan, drugs, benda dll. Dan dibahas dengan sudut pandang yang fun dan entertaining.

2.4.12.4 KONTRVERSIX: (APRIL)

Masuk ke edisi ulang tahun Suave yang ke 6. Edisi ini membahas sesuatu yang kontroversi di scene, artist, band, fashion dll.

2.4.12.5 HOLIDAY (MEI)

Edisi ini membahas tentang apa-apa saja yang bisa membantu liburan kita menyenangkan. Dari mulai venue, peralatan liburan, fashion dll.

2.4.12.6 WORLD CUP: (JUNI)

Disesuaikan dengan issue dunia yang pasti membahas World Cup. Dan kita akan membahas dari sudut pandang Suave.

2.4.12.7 ANIMAL (JULY)

Edisi ini bahasannya lebih ke sesuatu yang bersifat kampanye tentang animal friendly.

2.4.12.8 NASIONALISME (AGUSTUS)

Edisi ini akan membahas Nasionalisme dari sudut pandang anak muda kreatif yang berkecimpung di subkutur.

2.4.12.9 HAIR ISSUE (SEPTEMBER)

Khusus membahas model rambut dari jaman ke jaman.

2.4.12.10 ALL ABOUT FESTIVAL (OKTOBER)

Terinspirasi dari istilah Oktoberfest!, Edisi ini kita akan membahas berbagai jenis festival yang popular di dunia.

2.4.12.11 SEX (NOVEMBER)

Membahas sex dari sisi yang fun, edukatif dan fair.

2.4.12.12 DREAMS (DESEMBER)

Edisi ini sedikit psychedelic, melibatkan artis/public figure, band yang menuliskan mimpi-mimpinya tentang hidup. Mencoba intuk menjadi edisi yang inspiratif di akhir tahun.

2.4.13 Dimensi

Dimensi



DOUBLE SPREAD
Dimension : 340mm x 240mm (Bleed)
(L dan P) : 324mm x 224mm (Trimmed)
Safety Copy : 320mm x 220mm

FULL PAGE
Dimension : 170mm x 240mm (Bleed)
(L dan P) : 152mm x 224mm (Trimmed)
Safety Copy : 150mm x 220mm



1/2 PAGE LANDSCAPE
Dimension : 170mm x 120mm (Bleed)
(L dan P) : 152mm x 112mm (Trimmed)
Safety Copy : 150mm x 105mm



1/2 PAGE PORTRAIT
Dimension : 85mm x 240mm (Bleed)
(L dan P) : 77mm x 224mm (Trimmed)
Safety Copy : 75mm x 220mm



1/3 PAGE LANDSCAPE
Dimension : 170mm x 80mm (Bleed)
(L dan P) : 152mm x 72mm (Trimmed)
Safety Copy : 150mm x 70mm



1/3 PAGE PORTRAIT
Dimension : 56mm x 240mm (Bleed)
(L dan P) : 48mm x 224mm (Trimmed)
Safety Copy : 46mm x 220mm



1/4 PAGE LANDSCAPE
Dimension : 170mm x 60mm (Bleed)
(L dan P) : 152mm x 52mm (Trimmed)
Safety Copy : 150mm x 50mm



1/4 PAGE PORTRAIT
Dimension : 85mm x 120mm (Bleed)
(L dan P) : 77mm x 112mm (Trimmed)
Safety Copy : 70mm x 110mm

***Semua teks berada dalam garis ini**
Semua matri Iklan harus mempunyai 3mm Bleed di setiap sisinya

BAB III
Laporan Kerja Praktek

3.1 Peranan Praktikan Dalam Majalah Suave

Selama proses kerja praktek berlangsung, praktikan merupakan bagian dari staf kreatif mendapatkan jabatan sebagai Desainer Grafis. Praktikan bertanggung jawab kepada Koordinator kreatif dalam pengerjaan tugas–tugas yang diberikan. Praktikan diberikan kepercayaan untuk membuat media cetak dari TERANG MULIA *Fabric Outlet*, produk dari klien clothing dari Bandung.

3.2 Pekerjaan Praktikan Selama Kerja Praktek

Praktikan berkesempatan untuk membuat media cetak dari TERANG MULIA untuk majalah Suave.

3.3 Metode Kerja Praktikan

Proses pengerjaan pada setiap *desain*, didapatkan praktikan melalui Koordinator kreatif yang merupakan atasan dari praktikan sebagai desainer. Melalui instruksi yang diberikan, praktikan memulai
terlebih dahulu pemahaman tentang tugas yang diberikan.

Dalam keseluruhan praktek, praktikan diberi keleluasaan tentang cara penempatan produk sesuai dengan selera praktikan tidak ada aturan dari koordinator dalam me*layout* atau penempatan produk pada *templet* yang sudah ada. Sebelum kita masuk kedalam proses *layout* terlebih dahulu kita ambil gambar produk, setelah itu gambar memasuki proses *retouch*. Setelah proses *retouch* selesai produk mulai di atur dalam kotak yang sudah di sediakan. Dalam setiap halaman terdiri dari 12 produk dan hanya di isi oleh 1 perusahaan saja. Setelah proses *layout* selesai kemudian setiap produk harus di tata sesuai dengan keinginan praktikan.

3.4 Konsep Perancangan

Konsep perancangan dari iklan Terang Mulia ini yaitu *Full Color.* Tema dari *full color* diambil dari warna kain-kain yang di miliki oleh perusahaan Terang Mulia yang memiliki banyak warna. Dari keaneka ragaman warna kain yang di miliki oleh Perusahaan Terang Mulia dan tema iklannya akan menberikan kesan yang sesuai dengan produk utama dari Terang Mulia.

3.5 Perancangan Media Cetak di Majalah Suave



Tabel III.1 Hasil akhir

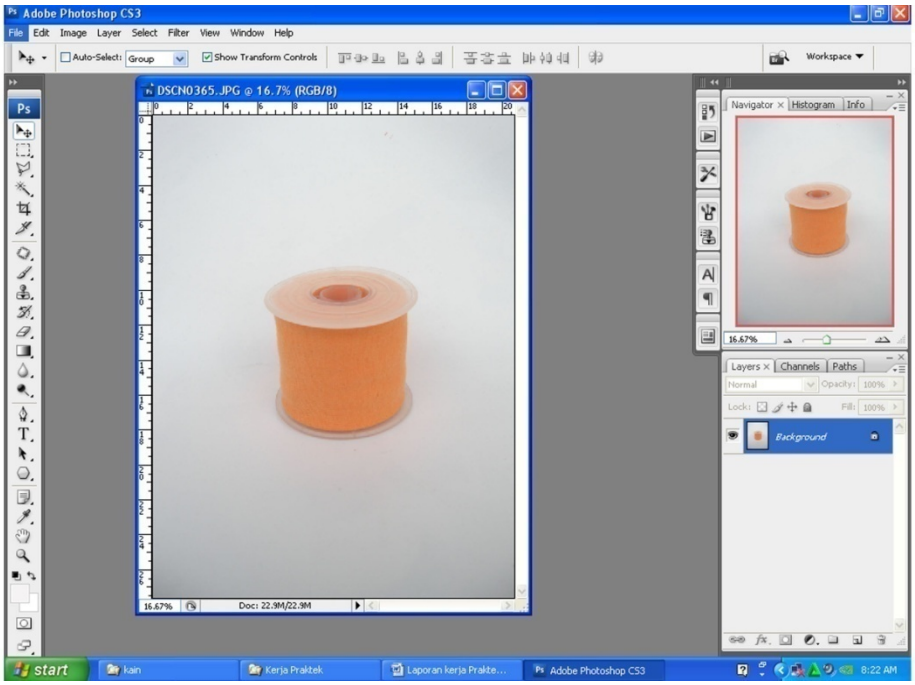
3.5.1 Konsep Dasar Layout

Praktikan membuat rancangan Media Cetak yang ditujukan untuk memberikan informasi yang berguna bagi pengunjung masyarakat khususnya orang–orang yang menyukai produk *clothing*, dimana memberikan kemudahan kepada mereka mengenai produk baru yang dikeluarkan oleh *clothing* tersebut.

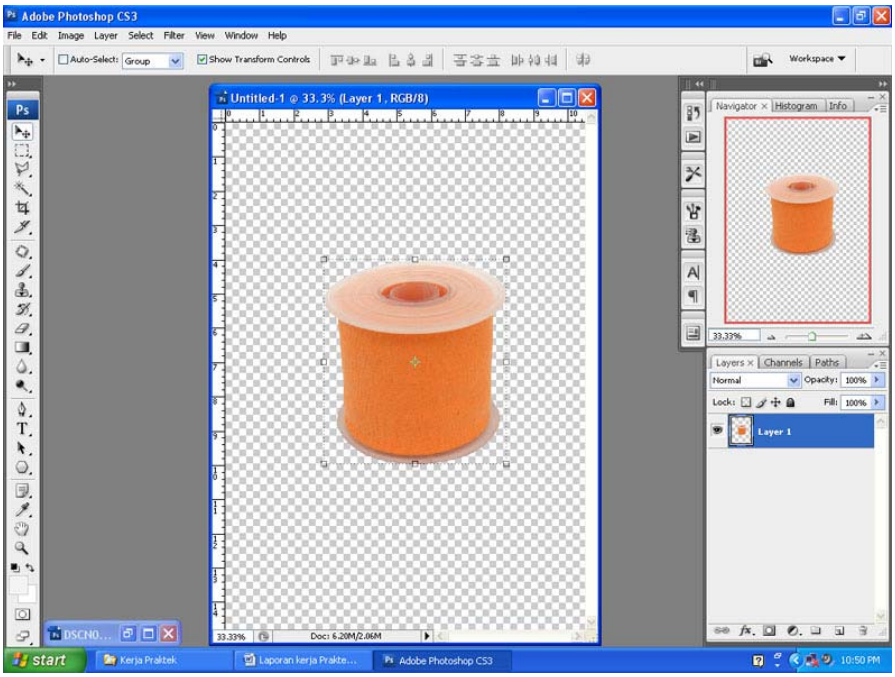
3.5.2 Konsep Tipografi

Untuk Tipografinya tidak ada ketentuan dari koordinator karena Tipografi yang digunakan sudah di berikan jadi satu dengan *templet*nya. Jadi Praktikan hanya membuat desin media cetaknya saja tanpa tipografi.

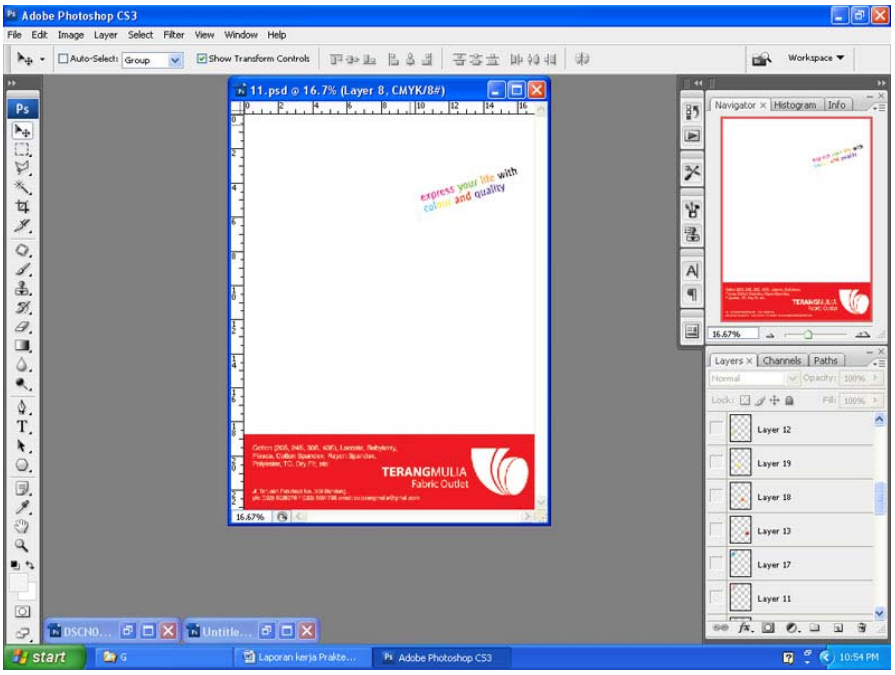
3.5.3 Teknis Perancangan



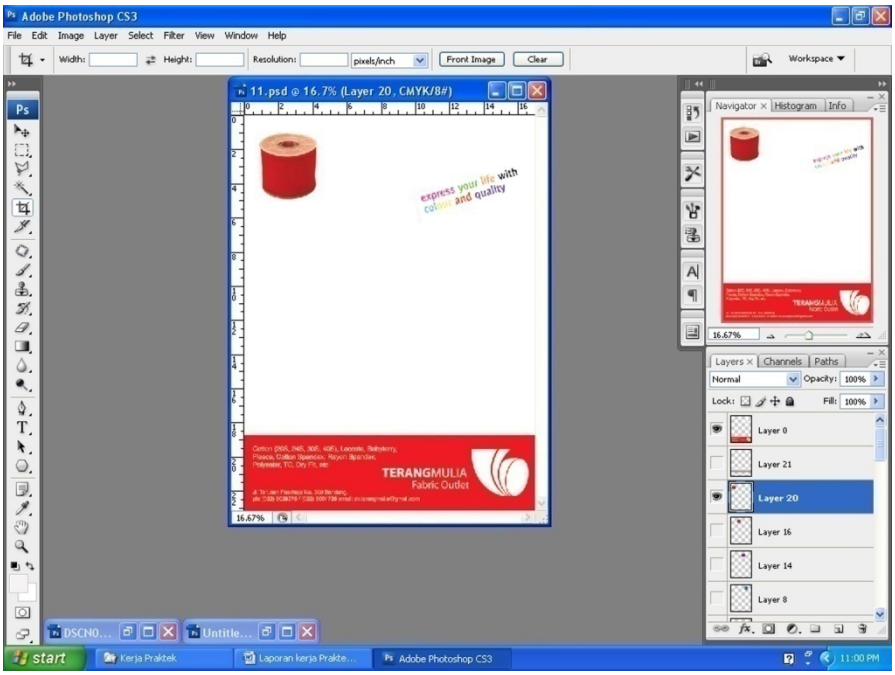
Gbr III.1 Gambar sebelum memasuki proses *retouch*



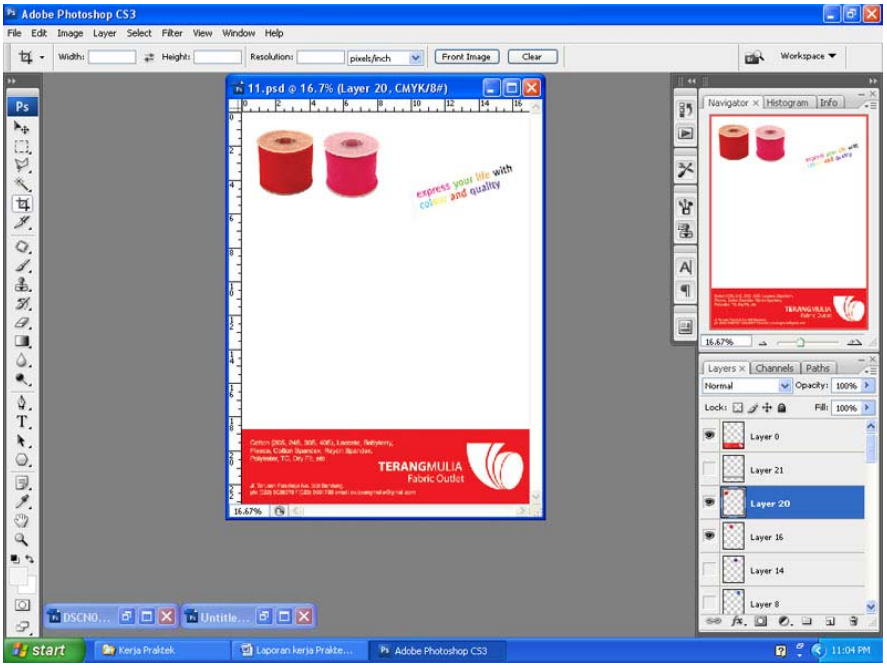
Gbr III.2 Gambar setelah memasuki proses *retouch*



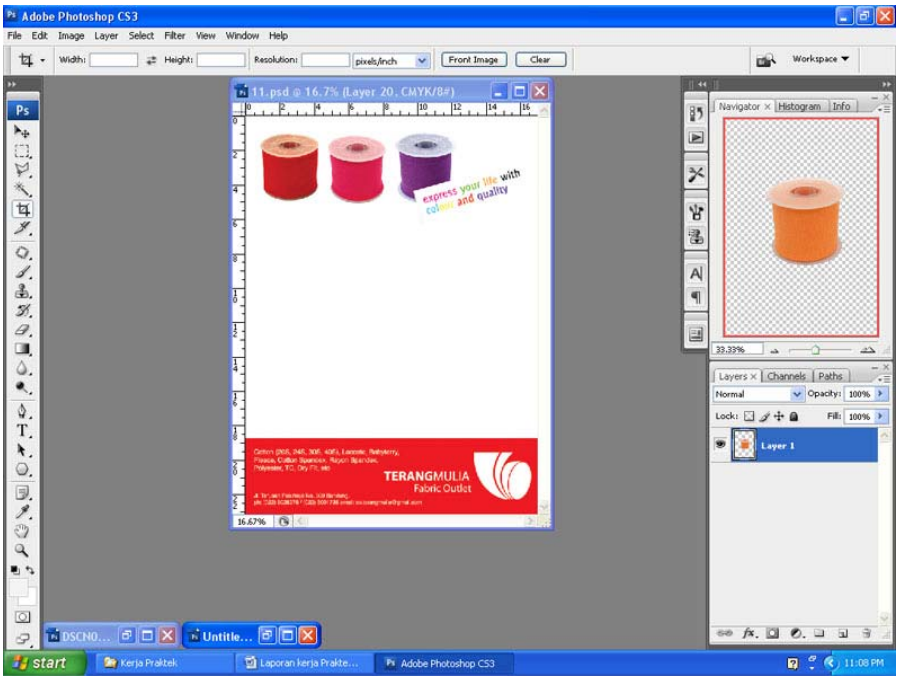
Gbr III.3 Gambar templet untuk penataan produk



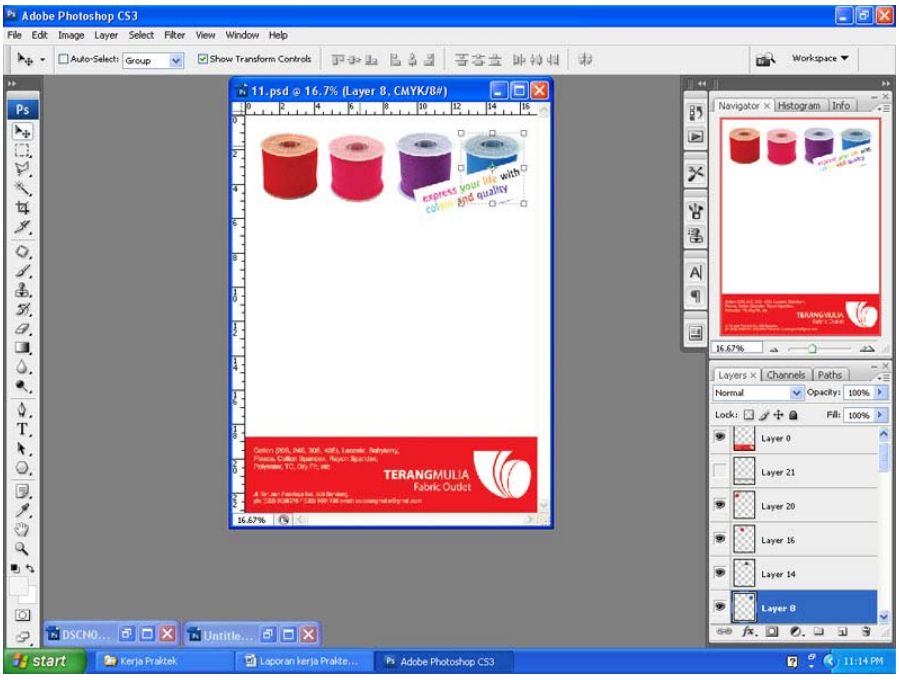
Gbr III.4 Gambar templet yang sudah diberi produk



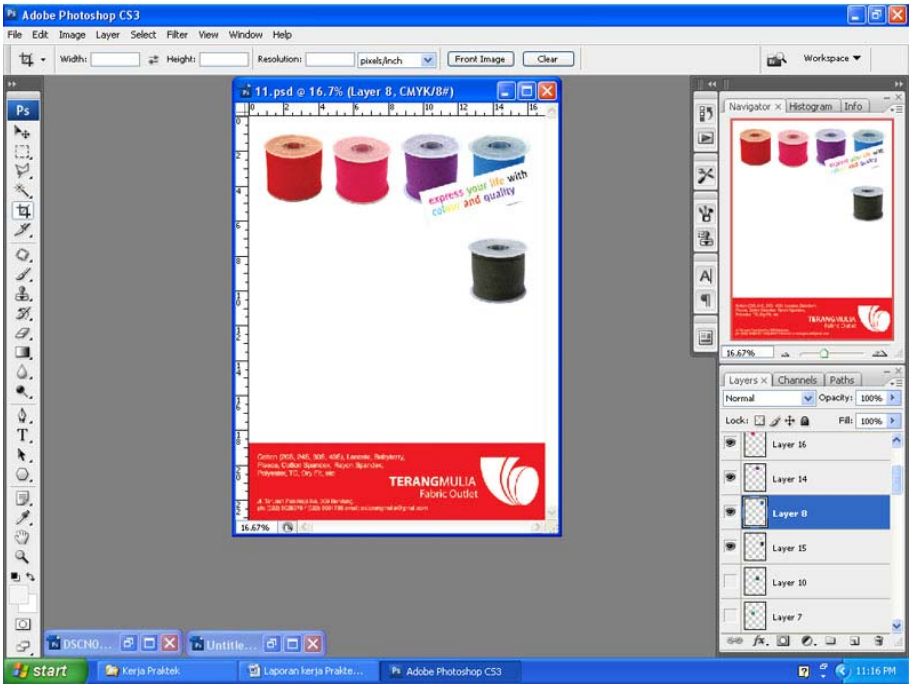
Gbr III.5 Gambar templet yang sudah diberi dua produk



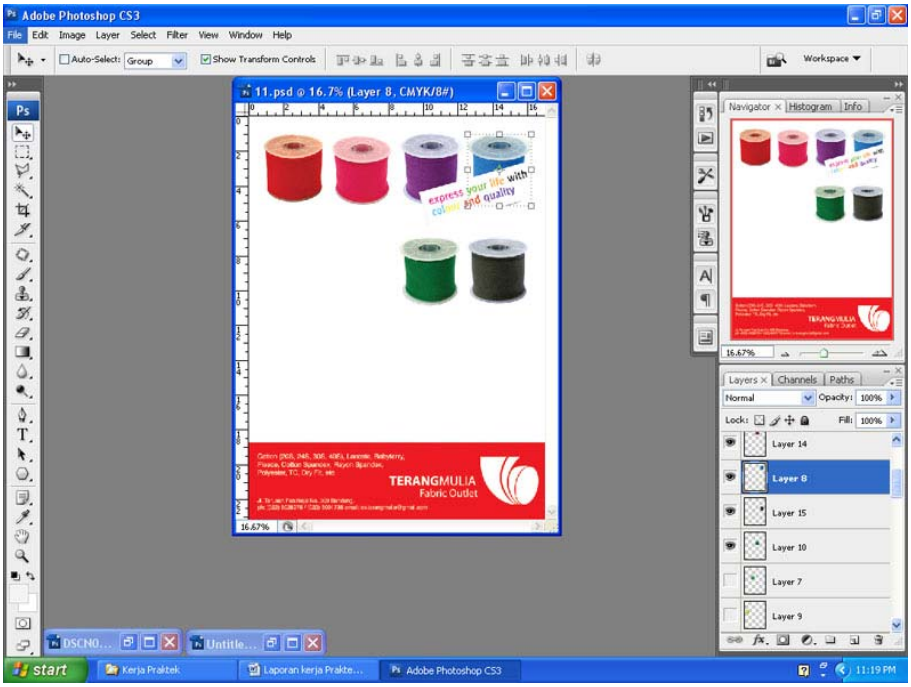
Gbr III.6 Gambar templet yang sudah diberi tiga produk



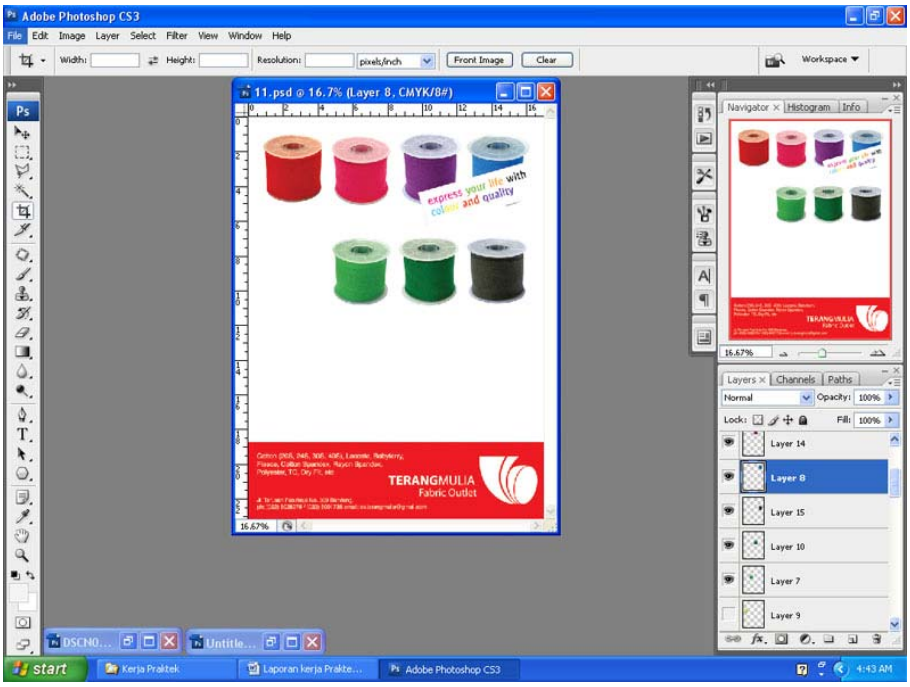
Gbr III.7 Gambar templet yang sudah diberi empat produk



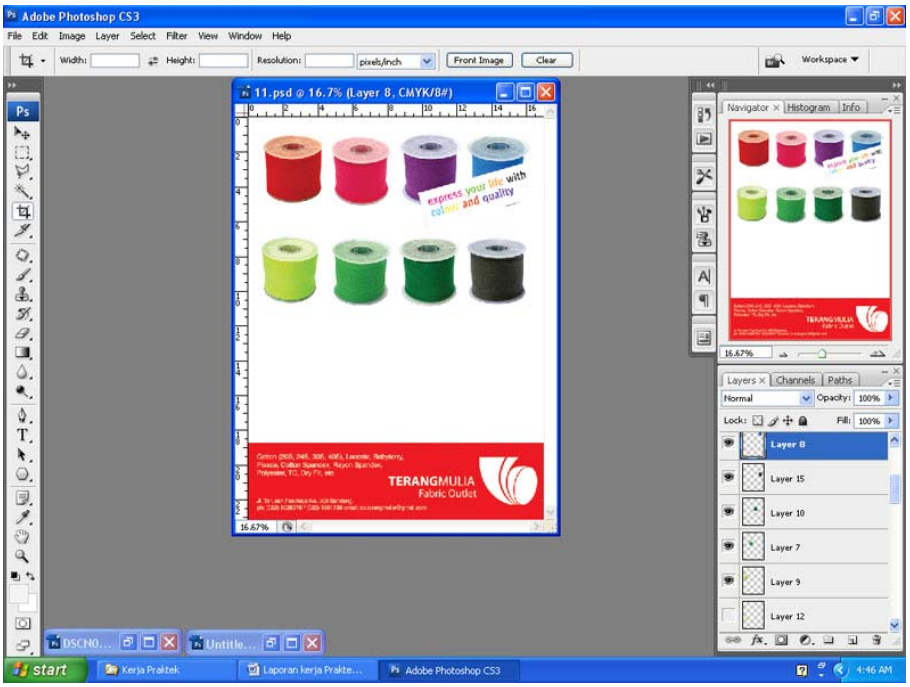
Gbr III.8 Gambar templet yang sudah diberi lima produk



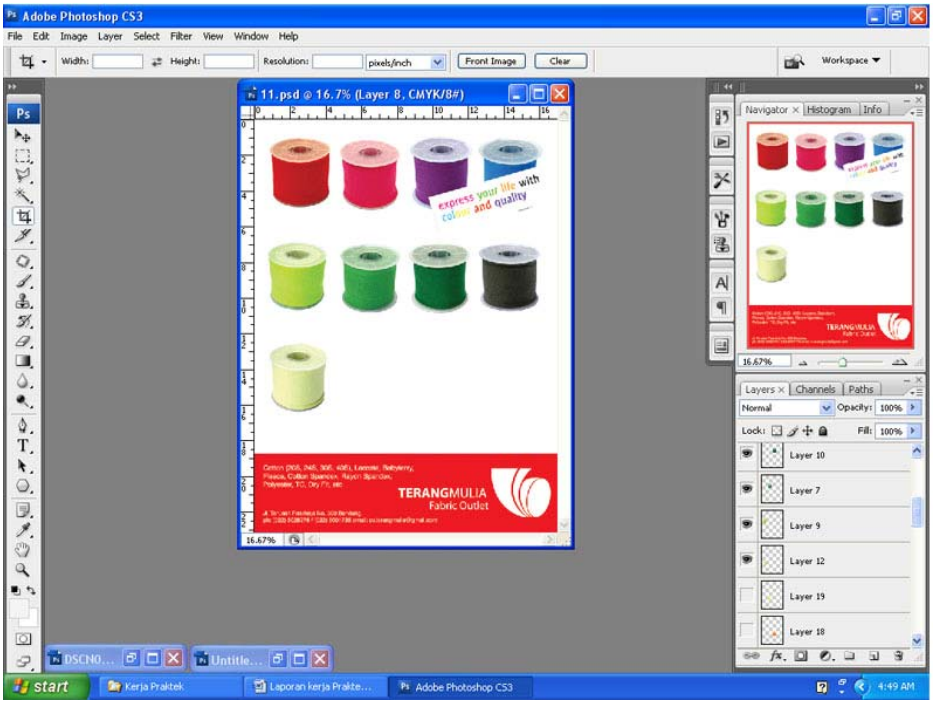
Gbr III.9 Gambar templet yang sudah diberi enam produk



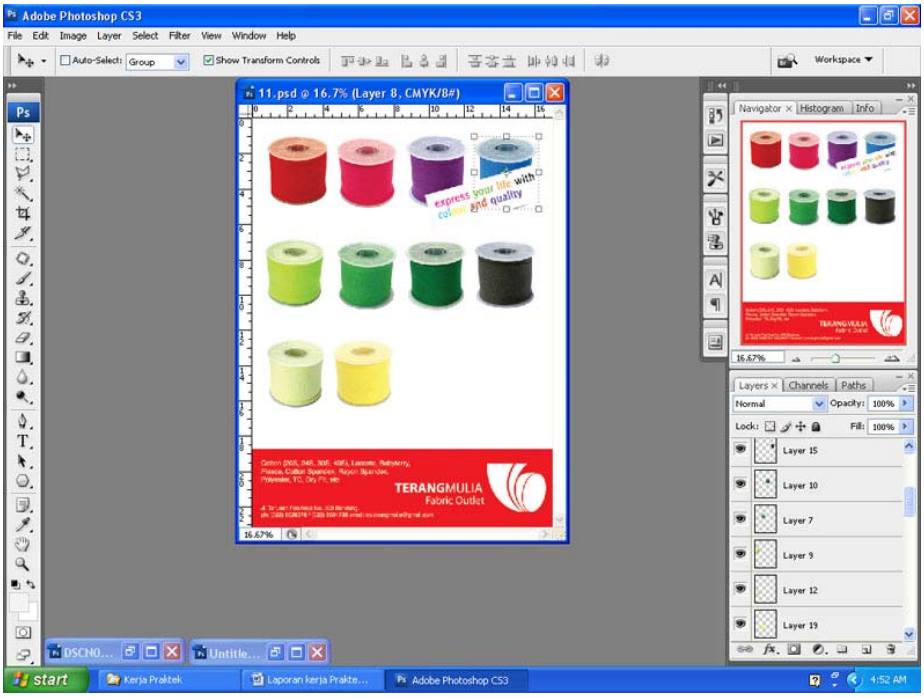
Gbr III.10 Gambar templet yang sudah diberi tujuh produk



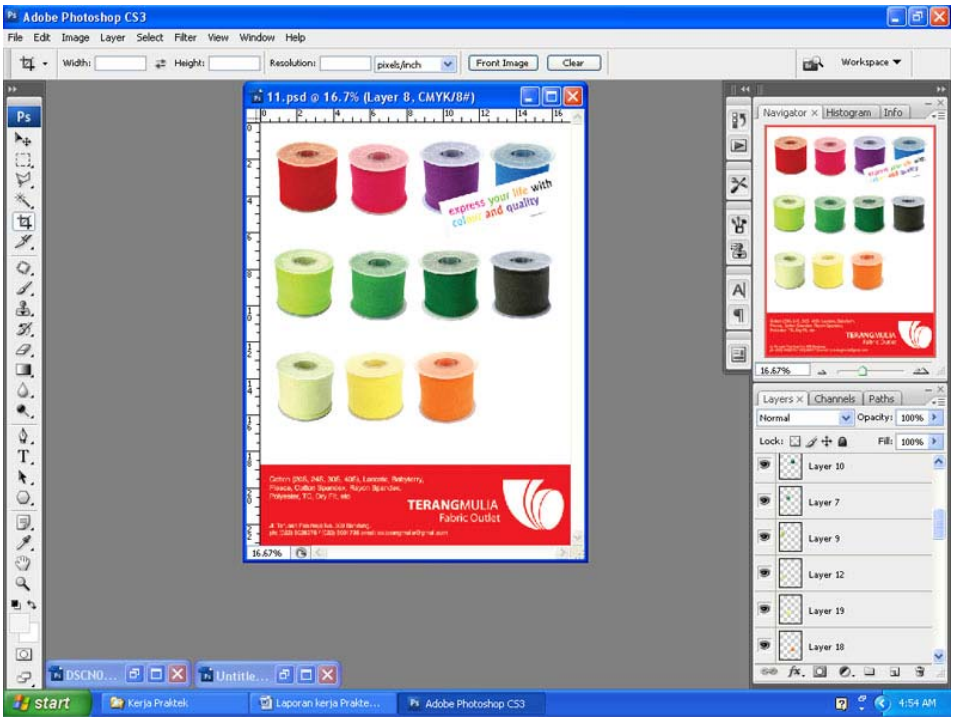
Gbr III.11 Gambar templet yang sudah diberi delapan produk



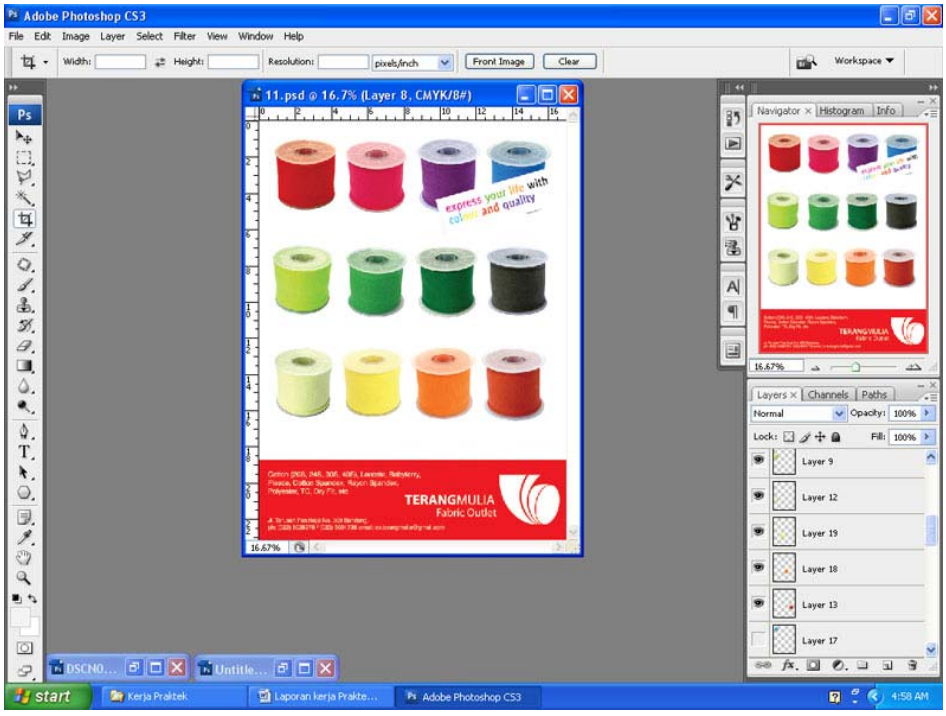
Gbr III.12 Gambar templet yang sudah diberi sembilan produk



Gbr III.13 Gambar templet yang sudah diberi sepuluh produk



Gbr III.14 Gambar templet yang sudah diberi sebelas produk



Gbr III.15 Gambar templet yang sudah diberi duabelas produk

Perancangan hasil akhir diolah dengan menggunakan software Adobe Photoshop yang diaplikasikan untuk file gambar berbentuk jpeg. Dalam prosesnya, ukuran akhir layout ini adalah 17 cm x 24 cm. Warna CMYK sebagai warna untuk percetakan dijadikan acuan. Menggunakan material kertas art Carton 210 gram pada cover dan art paper 85 gram pada *content* dengan metode *offset printing full colour*.



Gbr III.16 Gambar poster yang sudah jadi



Gbr III.17 Gambar poster pada halaman majalah

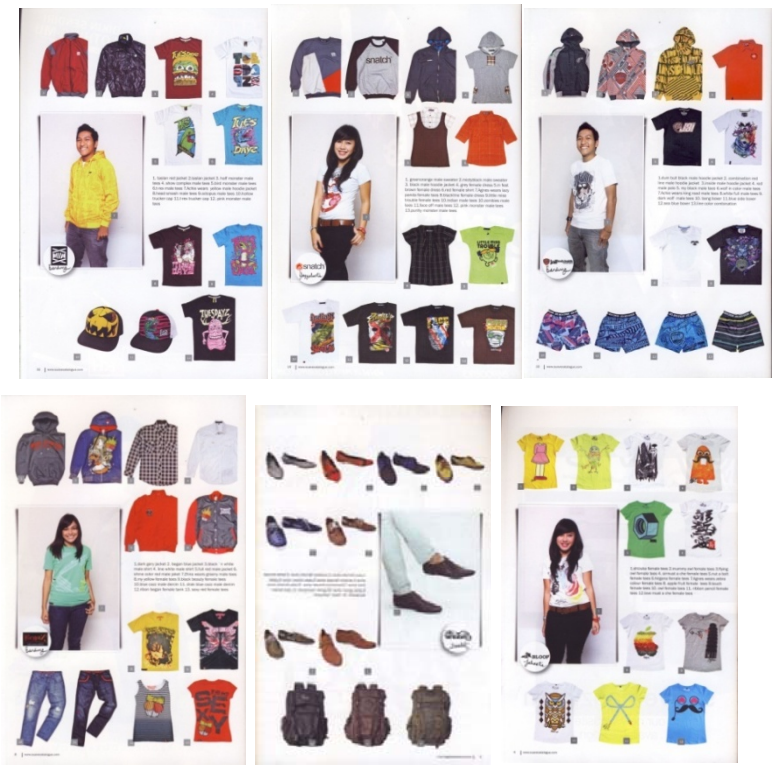
3.5.4 Karya-karya yang di buat



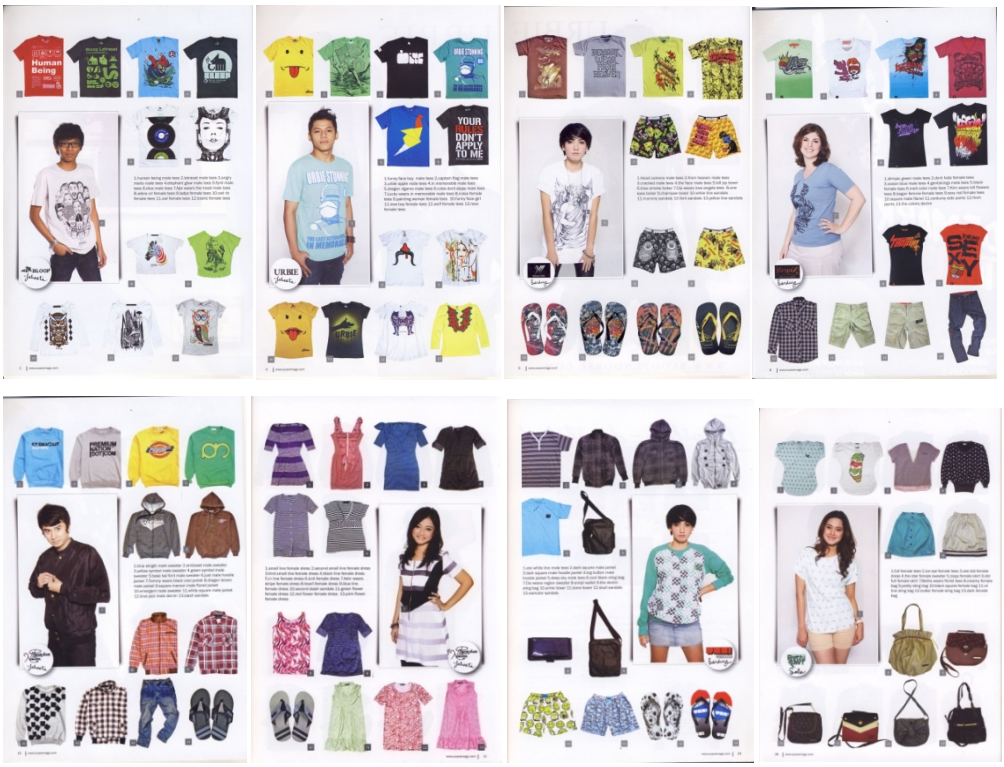
Gbr lll.18 Layout *clothing* majalah Suave edisi 69



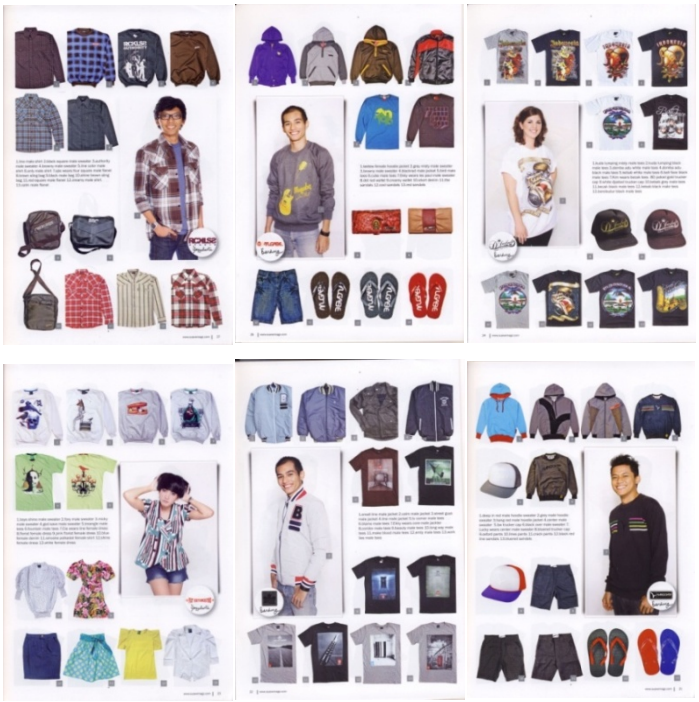
Gbr lll.19 Layout *clothing* majalah Suave edisi 69



Gbr lll.20 Layout *clothing* majalah Suave edisi 69



Gbr lll.21 Layout *clothing* majalah Suave edisi 69



Gbr lll.22 Layout *clothing* majalah Suave edisi 69

BAB IV
KESIMPULAN

Selama proses kerja praktek di Suave Magazine, penulis telah mendapatkan berbagai pengalaman kerja dengan segala permasalahannya. Hal itu yang melatarbelakangi penulis untuk berusaha mengaplikasikan ilmu yang didapat selama mengikuti perkuliahan Desain Komunikasi Visual, dimana sangat berhubungan dengan masalah penyampaian informasi Fashion di instansi ini.

Selain itu, dalam kerja praktek ini penulis belajar bagaimana cara berorganisasi yang merupakan sistem dalam dunia kerja. Perbedaan ini dirasakan saat penulis bertanggung jawab atas hasil karya yang telah dibuat harus melalui persetujuan yang bersifat lebih kompleks dibandingkan pada saat perkuliahan.

Dengan segala kelebihan dan kekurangan penulis sebagai desainer grafis, kegiatan selama kerja praktek ini menciptakan suatu pengalaman yang sangat berharga. Semua ini adalah hal – hal yang penulis dapatkan selama bekerja di Suave Magazine.

DAFTAR PUSTAKA

- Santana K, Septiawan. (2005). *Jurnalisme Kontenpoler*. Jakarta : yayasan Obor indonesia.
- Gondokusumo, A. A., M.A.,Ph. D. (1980). Komunikasi penugasan. Jakarta: PT. Gunung Agung.
- Iqbal. Muhammad. (2006). Kebutuhan Dokumentasi. Diakses pada 15 Juli 2008.
- Suave Magazine. Profil Perusahaan. (2010).