BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Kerja Praktek

Sekarang ini, banyak sekali televisi lokal yang bermunculan. Televisi lokal tersebut menyuguhkan berbagai acara yang menarik, mereka berkompetensi satu sama lain. Kualitasnya pun tidak kalah bagus dengan televisi nasional. Sehingga peminatnya pun terus bertambah dari waktu ke waktu. Persaingan antara televisi lokal terus berlanjut, mereka berlomba untuk menarik perhatian penonton televisi. Mulai dari tontonan yang mendidik sampai tontonan menghibur. Sampai akhirnya lahir televisi Islam lokal pertama yaitu Manajemen Qalbu Televisiom (MQTV). Basis dari televisi lokal ini yaitu Islam.

Manajemen Qalbu Television menampung acara yang mendidik dan berkualitas serta memiliki konsep yang berbeda. Saat ini kebanyakan acara televisi yang mengangkat tentang dakwah Islam sangat sedikit. Manajemen Qalbu Television mencoba menghadirkan acara tersebut. Diharapkan acara ini dapat menarik, untuk ditonton yaitu acara “Nutrisi Hati Lewat Dakwah” yang diberi judul “Ustad Jaga”. Program ini telah berjalan selama tiga bulan, tetapi belum bisa menjadi acara televisi yang memiliki nilai jual. Oleh sebab itu pada kesempatan ini praktikan diberikan amanah untuk mengubah acara “Ustadz Jaga” menjadi acara televisi yang mempunyai nilai jual. Praktikan memiliki tugas untuk memperbaiki tampilan studio untuk acara tersebut. Tampilan studio II saat ini kurang menarik, terlihat dari tampilan *roll banner* yang tidak sesuai dengan jenis acara. *Property* yang disediakan tidak mencukupi, karena hanya tersedia kursi dan meja. Oleh karena itu praktikan akan berbagi sedikit informasi dalam laporan ini dengan mengangkat judul “Perancangan Studio II PT. MQTV Bandung”. Konsep yang ingin praktikan buat yaitu konsep ruangan yang minimalis tetapi terkesan luas. Ustadz Jaga merupakan salah satu

acara dakwah yang disiarkan lansung setiap hari senin sampai jumat di MQTV. Isi dari acara ini membahas mengenai ilmu agama Islam, seperti Fiqih, Tauhid, Tajwid dan sebagainya.

1.2 Waktu dan Tempat Pelaksanaan Kerja Praktek

Pengajuan surat permohonan pelaksanaan kerja praktek diajukan pada tanggal **10 Mei 2008**, dan pelaksanaan kerja praktek itu sendiri dimulai pada :

Tanggal : Mei 2010 – Juni 2010

Tempat : PT. Management Qalbu Television

Alamat : Jl. Gegerkalong Girang Baru No.11 Bandung

BAB II

TINJAUAN PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Instansi

MQTV merupakan singkatan dari Manajemen Qolbu Television. Berdiri pada bulan Juni 2002 di lingkungan Pesantren Daarut Tauhiid Bandung yang beralamat di Jl. Pak Gatot IV No. 55 Bandung. Pada awal berdirinya, MQTV merupakan sebuah lembaga pendokumentasian ceramah-ceramah KH. Abdullah Gymnastiar (Aa Gym) yang mengusung tema tentang konsep-konsep Manajemen Qolbu. Seiring dengan semakin banyaknya undangan ceramah Aa Gym untuk stasiun televisi, maka terbentuklah MQTV sebagai sebuah Rumah Produksi (*Production House*). Pada awal pendiriannya MQTV mempunyai tenaga berjumlah 10 orang.

Memasuki tahun 2003, dengan perkembangannya MQTV sebagai Rumah Produksi, Sumber Daya Manusia yang terlibat menjadi 45 orang, 5 orang Manajemen, 23 orang tenaga Animator, dan 18 orang sebagai staff Administrasi dan Produksi, sehingga selama tahun 2003 Brand MQTV semakin dikenal di dunia pertelevisian nasional (*Board Casting*).

Pada tahun 2004, MQTV sudah menjadi sebuah Perseroan Terbatas (PT). Dengan demikian diharapkan MQTV menjadi Perusahaan *Board Casting* yang profesional. Tahun 2005, Program-program MQTV telah banyak mengisi acara dihampir seluruh televisi nasional.

Pertengahan Tahun 2006, tepatnya pada tanggal 23 Juli 2006, MQTV telah menjadi sebuah stasiun penyiaran untuk lokal, khususnya Bandung Raya, dengan mulai mengadakan siaran percobaan. Pada tanggal 27 Agustus 2006, MQTV mengadakan *Launching* sebagai Stasiun Penyiaran Lokal MQTV.Dengan kekuatan 105 orang terus bersiaran sampai tahun 2007. Memasuki tahun 2008 MQTV mengalami pasang surut, sehingga

kekuatan SDM tinggal 14 orang, tetapi sampai 2009 MQTV masih bersiaran dengan baik.

Logo Instansi



Gambar 2.1 Logo Berwarna untuk Cetakan dan *Super impose* Televisi



Gambar 2.2 Logo Berwarna tanpa *tagline*



Gambar Error! No text of specified style in document.**.3 Logo berwarna hitam putih**

Warna Biru, melambangkan kesejukan, persahabatan, perdamaian sehingga diharapkan MQTV ini menjadi pembawa kebenaran yang akan menyejukan masyarakat khususnya masyarakat Indonesia.

Huruf MQTV kokoh dan *Italic*, mengartikan bahwa MQTV ini mempunyai visi dan misi yang kuat dalam menyampaikan kebenaran namun dengan strategi yang tepat dengan menghadirkan program yang mengangkat syriat dan nilai-nilai Islam yang mengusung nilai *universal* dan sederhana.

Pada logo **MQTV** terdapat *tagline* Sahabat Penyejuk Hati, memberikan kejelasan bahwa MQTV hadir di tengah-tengah masyarakat sebagai sahabat penyejuk hati MQTV akan menjadi tempat saling memberi dan menerima kebaikan dan kesejukan.

Huruf Q biru bening, merupakan akumulasi berjuta sinar yang menggumpal membentuk huruf Q memberikan arti bahwa MQTV ini akan

mencetak biru prestasi di dunia sebagai pembawa dan penyampai risalah Rosulullah SAW. Dan mencerminkan perusahaan yang berjiwa dinamis, profesional yang memiliki semangat kebersamaan.

2.2 Profil Perusahaan

Badan Hukum Instansi

Nomor Akta Notaris

Nomor 7 tanggal 19 November 2002 Notaris Siti Mardiyah Mubarik, SH. Dengan SK Menkeh dan HAM RI No.C-659. HT. 03.02.Th.2000.

Nomor Surat Keterangan Domisili Perusahaan

Nomor 06/DP/III/2004

Nomor Pengusaha Wajib Pajak (NPWP)

Nomor 02.244.398.0-428.000

Nomor Surat Pengukuhan Pengusaha Kena Pajak (PPKP)

Nomor PEM-040/WPJ.09/KP.0103/2004

Hari dan Tanggal Pendirian Perseroan Terbatas

Hari Selasa, Sembilanbelas Nopember tahun duaribu dua (19-11-2002)

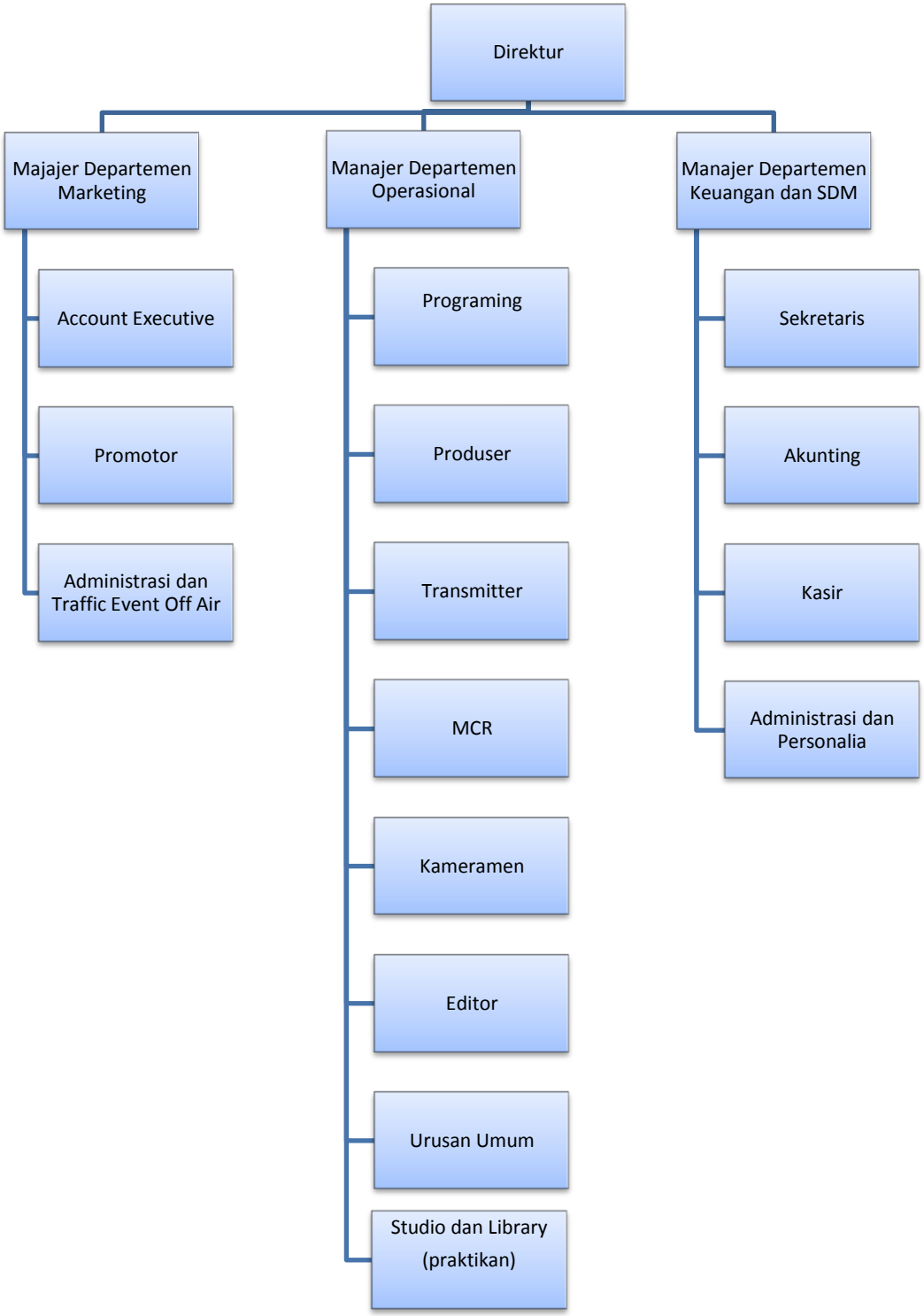
Para Pendiri

Tuan Haji Abdullah Gymnastiar yang lahir tanggal 29 Januari 1962 bertempat tinggal di Jl. Gegerkalong Girang No 30 D kelurahan Isola kecamatan Sukasari atas nama Pribadi dan atas nama PT. Manajemen Qolbu selaku Presiden direktur.

Nama dan Tempat

PT. Manajemen Qolbu Television dengan alamat Jln. Gegerkalong Girang Baru No.11

2.2.1 Struktur Organisasi dan *Job Description*



Gambar 2.4 Sruktur Organisasi Perseroan PT.MQTV Bandung

.

2.2.2 Badan Hukum Perusahaan

Perseroan Terbatas

Perseroan Terbatas yang selanjutnya disebut perseroan adalah badan hukum yang didirikan berdasarkan perjanjian, melakukan kegiatan usaha dengan modal dasar yang seluruhnya terbagi dalam saham, dan memenuhi persyaratan yang ditetapkan dalam Undang-undang ini serta peraturan pelaksanaannya. Perseroan Terbatas terdiri dari:

1. Organ Perseroan

Organ Perseroan adalah Rapat Umum Pemegang Saham, Direksi, dan Komisaris.

2. Rapat Umum Pemegang Saham

Rapat Umum Pemegang Saham yang selanjutnya disebut RUPS adalah organ perseroan yang memegang kekuasaan tertinggi dalam perseroan dan memegang segala wewenang yang tidak diserahkan kepada Direksi atau Komisaris.

3. Dewan Komisaris

Melakukan Pengawasan atas kebijakan direksi dalam memimpin dan mengelola perusahaan untuk mengurangi resiko kerugian dan kesalahkelolaan. Dan memberikan nasehat, masukan dan rekomendasi atas kebijakan direksi agar mendapatkan keuntungan yang maksimal.

4. Komisaris

Komisaris adalah organ perseroan yang bertugas melakukan pengawasan secara umum dan atau khusus serta memberikan nasihat kepada direksi dalam menjalankan perseroan. Berfungsi untuk memimpin dalam pembuatan kebijakan perseroan yang mengatur dewan direksi dalam mengelola perseroan, mengawasi dan mengendalikan garis Kebijakan yang telah ditetapkan dan dijalankan oleh Dewan Direksi serta mewakili Dewan Komisaris dalam mempertanggungjawabkan kepada Rapat Umum Pemegang Saham.

5. Direktur

Direktur adalah organ perseroan yang bertanggung jawab penuh atas pengurusan perseroan untuk kepentingan dan tujuan perseroan serta mewakili perseroan baik di dalam maupun di luar pengadilan sesuai dengan ketentuan Anggaran Dasar. Berfungsi untuk memimpin dan mengendalikan persoalan sesuai dengan garis Kebijaksnaan yang telah ditetapkan Dewan Komisaris dan berdasarkan keputusan direksi serta mewakili direksi dalam mempertanggungjawabkan kepada Komisaris dan Rapat Pemegang Saham.

6. Departemen

Departmen adalah sebuah bagian organisai di perusahaan PT. Manajemen Qolbu Television yang mendukung penuh (*Supporting*) kelancaran dibisnis inti yang dikelola perusahaan. Departemen ini hanya menangani satu bidang kegiatan perusahaan. Dipimipin oleh seorang manajer departemen yang bertanggungjawab secara langsung kepada Direktur Operasional.

7. Departemen Marketing

Departmen Marketing, adalah sebuah bagian perusahaan di perusahaan PT. Manajemen Qolbu Television yang memfokuskan kegiatannya pada memasarkan secara sinergis produk atau program yang diproduksi perusahaan baik dengan menjual hak siar atau pencarian iklan dan *sponsorship*. Dipimpin oleh seorang Manager.

8. Departemen Operasional

Departmen Teknik, Fasilitas dan *General Affairs* adalah sebuah bagian perusahaan di perusahaan PT. Manajemen Qolbu Television yang memfokuskan kegiatannya pada pengelolaan aspek teknis, transmitter, IT (*information technology*), *programming*, produksi dan teknologi, Mengatur lalulintas fasilitas *board casting* dan studio dan mengelola urusan umum perusahaan. Dipimpin oleh seorang manajer.

9. Departement Keuangan dan SDM

Department Keuangan, SDM dan Administrasi adalah sebuah bagian perusahaan di perusahaan PT. Manajemen Qolbu Television yang memfokuskan kegiatannya pada pengelolaan secara efektif dan efisien keuangan perusahaan untuk men*support* kelancaran operasional keseluruhan perusahaan, mengelola sumber daya Manusia yang berkualitas dan Mengelola administrasi perkantoran. Dipimpin oleh seorang Manajer.

BAB III

LAPORAN KERJA PRAKTEK

3.1 Peranan Praktikan Dalam Perusahaan

Dalam pelaksanaan kerja praktek selama dua bulan, praktikan diberikan kesempatan dibidang program dan produksi, dimana tugas praktikan yaitu membuat program mulai dari konsep acara, desain tampilan acara hingga produksi acara televisi tersebut, sampai acara tersebut layak untuk ditayangkan di televisi. Tentunya pelaksanaan tugas ini dibimbing oleh pihak PT.Manajemen Qalbu Television.

3.2 Pekerjaan Praktikan Selama Kerja Praktek

Selama menjalani kerja praktek selama dua bulan, praktikan diberikan tanggung jawab yaitu membuat suatu tampilan studio II Manajemen Qalbu Television (MQTV), mulai dari konsep, desain tampilan acara sampai dapat diproduksi sehingga layak untuk dikonsumsi masyarakat umum.

3.3 Metode Kerja Praktikan

Metode kerja praktek yaitu cara praktikan mendapatkan informasi dan dapat mengimplementasikan informasi tersebut dalam wujud nyata. Adapun yang menjadi metode parktek kerja di MQTV yaitu:

a. Metode Observasi

Metode observasi atau pengamatan merupakan salah satu teknik pengumpulan data dengan pengamatan secara langsung suatu kegiatan yang sedang dilakukan.

Pengumpulan data yang dilakukan oleh praktikan yaitu dengan cara terjun langsung dalam pembuatan program televisi tersebut, sehingga praktikan dapat mengetahui secara langsung proses pembuatan program dan produksi dari awal hingga akhir.

b. Metode Wawancara

Metode wawancara merupakan salah satu teknik pengumpulan data secara langsung dengan cara melakukan tanya jawab dengan pihak yang terkait dalam pelaksanaan kerja praktek dengan tujuan mendapatkan data yang dibutuhkan berdasarkan landasan teori yang benar.

Pengumpulan data yang praktikan lakukan melalui pengajuan pertanyaan kepada pihak – pihak yang bersangkutan dalam perusahaan yang berhubungan dengan konsep produksi dan produksi.

3.4 Perancangan Program

3.4.1 Konsep Perancangan

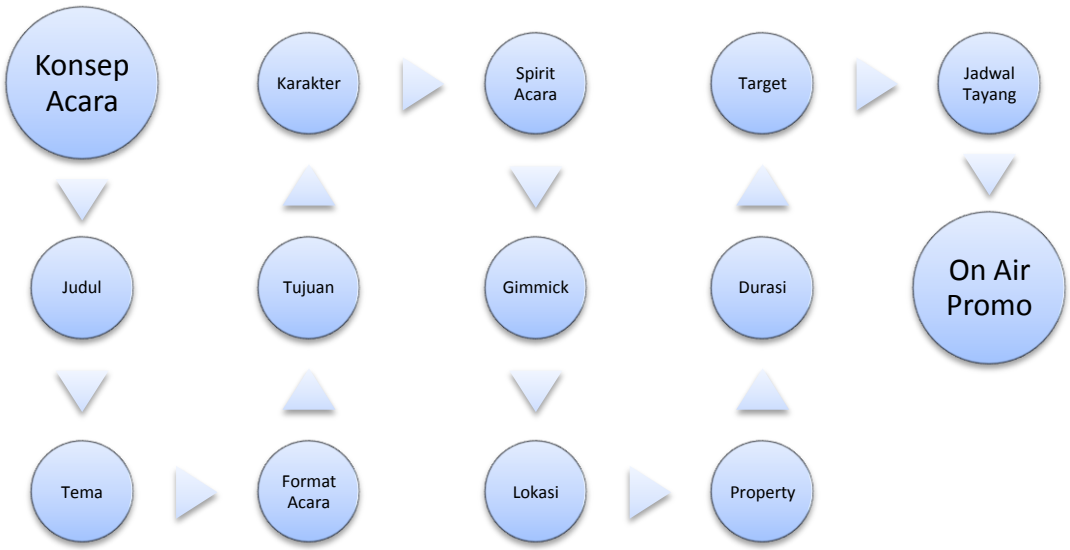
Dalam pelaksanaan kerja praktek, praktikan dan pihak perusahaan melakukan beberapa pembicaraan dan diskusi mengenai konsep program acara televisi. Hasil akhir dari proses tersebut yang nantinya akan menentukan layak atau tidaknya program tersebut diproduksi. Adapun beberapa *point* yang menjadi penilaian terhadap konsep program yang akan terpilih, yaitu:

- Tetap menjaga identitas televisi Islam dalam setiap program yang akan dibuat.
- Dapat mudah diterima oleh penonton sebagai konsumen televisi lokal.
- Konsep yang dibuat tidak keluar dari judul acara yaitu “Ustadz Jaga” yang diminta oleh pihak PT. MQTV
- Konsep program acara dibuat sedemikian mungkin sehingga menjadi acara yang mendidik dan dapat menjadi solusi bagi penontonnya.

Konsep acara yang dipilih oleh praktikan yaitu “Nutrisi Hati Lewat Dakwah”, hal ini dikaitkan dengan judul acara yang akan diproduksi yaitu “ Ustadz Jaga”. Acara tersebut merupakan sejenis acara dakwah Islam. Harapan dari pihak perusahaan acara ini dapat menjadi sarana penyampaian ilmu agama, solusi permasalahan hidup, menjadi tayangan

alternatif masyarakat, dan media dakwah yang tidak menggurui. Sehingga dipilih tema yang tadi disebutkan dengan alasan masyarakat dalam menjalankan kehidupan senantiasa dihadapkan banyak masalah, yang kadang masalah tersebut dianggap beban hidup serta tidak membawa perubahan kedewasaan dalam berfikir. Jiwa manusia diibaratkan seperti tubuh yang setiap hari harus diisi dengan nutrisi supaya tubuh tersebut sehat dan terbebas dari penyakit, sama halnya dengan jiwa manusia. Setiap hari harus diisi dengan nutrisi hati agar jiwa tersebut sehat. Sampai akhirnya manusia tersebut siap menghadapi dan menyelesaikan masalah hidup yang tengah dialami. Maka tema yang diangkat yaitu “Nutrisi Hati Lewat Dakwah” yang diharapkan acara ini menjadi *nutrisi* hati untuk penontonnya yaitu dengan dakwah Islam.

3.4.2 Teknis Perancangan



Gambar 3.1 Teknis Perancangan Acara

- **Konsep Acara**

1 . Judul

“Ustadz Jaga”

2. Tema

Nutrisi Hati Lewat Dakwah

3. Format Acara

Live Interaktif

4. Tujuan

- Mengajak masyarakat untuk memperdalam dan saling berbagi keilmuan agama
- Membuat tayangan yang mempunyai nilai pendidikan dan menjadi solusi
- Menjadikan tayangan alternatif yang ringan
- dan media dakwa yang sifatnya tidak menggurui

5. Karakter

Talent **:** Para ustadz muda dari berbagai lembaga pendidikan dakwah yang memiliki prestasi terbaik.Sehingga materi yang di sampaikan dapat mudah di serap oleh para penontonnya.

6. Spirit Acara

Membuat program acara penyejuk hati dan juga memberikan solusi atas masalah yang mungkin sedang di hadapi penonton**.**

7. Gimmick

Bahwa dakwah adalah solusi, tidak selalu berhubungan dengan celaan, makian dan cacian yang dapat mengotori hati.

8. Lokasi

Studio2 MQTV

9. Durasi

48” *Body Program (*8*” Commercial Break)*

11. *Target Audience*

1.Target Demografi

Laki-laki dan wanita mulai umur 20th sampai 50th

Pekerjaan : mahasiswa,guru,wiraswasta,dll

2.Target menurut status ekonomi

Semua kalangan mulai dari kalangan bawah sampai kalangan atas.

3.Psikografi

Target Audience dari program ini biasanya mempunyai gaya hidup yang sederhana dan praktis.

4.Geografis

Lokasi *target audience* di antaranya di daerah Bandung lokal, sebagian Cianjur, sebagian Tanjungsari Sumedang, Kab Bandung, Kota Cimahi.

12. Jadwal Tayang

Pukul 21.00-22.00 WIB setiap Hari Senin – Jumat

13. On air promo

Setiap Klien yang akan menjadi sponsor, akan mendapat keuntungan karena selain iklannya dimuat, produknya akan di promosikan langsung oleh *talent* PT Manajemen Qalbu di sela acara.

3.4.3 Desain Produksi

Pada tahapan ini praktikan melaksanakan tiga tahapan, diantaranya sketsa, pembuatan alternatif, dan tahap desain akhir.

a. Sketsa

Pada tahapan ini praktikan membuat desain yang masih manual, artinya pembuatan desain menggunakan tangan dengan media

tertentu, diantaranya dengan menggunakan kertas, pensil dan alat bantu lainnya.

Konsep pembuatan acara “Ustadz Jaga” yaitu menampilkan kesan modern, minimalis, dan menarik. Selain itu kesan yang ingin disampaikan bahwa dakwah itu tidak selamanya membosankan, ditunjukan dengan tampilan desainnya. Selain itu *property* yang digunakan tidak terlalu formal, karena acara ini merupakan acara yang bisa dibilang ‘ringan’ tetapi berbobot.

DESAIN

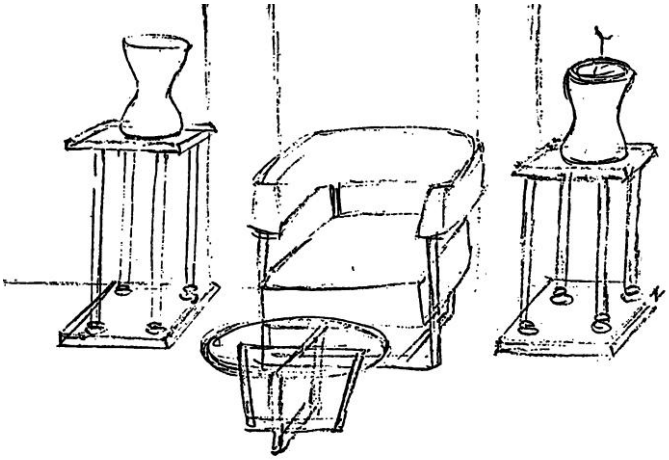
Dengan mengangkat tema desain minimalis tetapi modern, berikut akan diuraikan tinjauan desain tampilan acara “Ustadz Jaga”:

1. Bentuk

   Bentuk yang diambil kebanyakan tidak mempunyai bentuk yang kaku, seperti bentuk kursi yang melengkung, ditambah meja dan hiasan dipinggir kursi. Hal ini untuk memberikan kesan nyaman dan santai. Untuk media promosi sponsor, dapat menggunakan *roll banner* dan *x-banner*. Media promosi ini dipilih karena dirasa lebih efektif pada ruangan yang tidak besar.

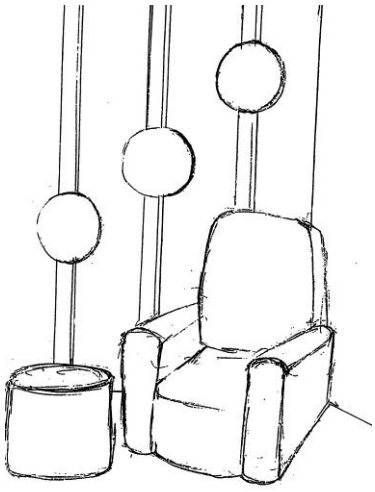
2. Warna

   Karena konsep awal acara “Ustadz Jaga” ini yaitu sebagai nutrisi hati, maka warna yang dipilih yaitu warna yang mendekati kealam. Seperti, cokelat, hijau, krem, abu dan hitam. Selain dikaitkan dengan konsep acara, pemilihan warna juga disesuaikan dengan *target audience* dari acara ini.



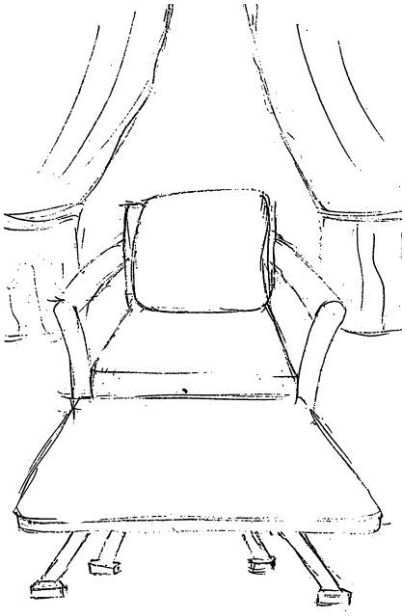
Gambar 3.2 Sketsa 1

Untuk menampilkan kesan yang luas, maka dipilih *property* yang tidak terlalu menghabiskan ruang. Seperti, dalam pemilihan kursi, dipilih kursi minimalis. Untuk menghindari kesan kaku maka dipinggir kursi diletakan vas bunga.



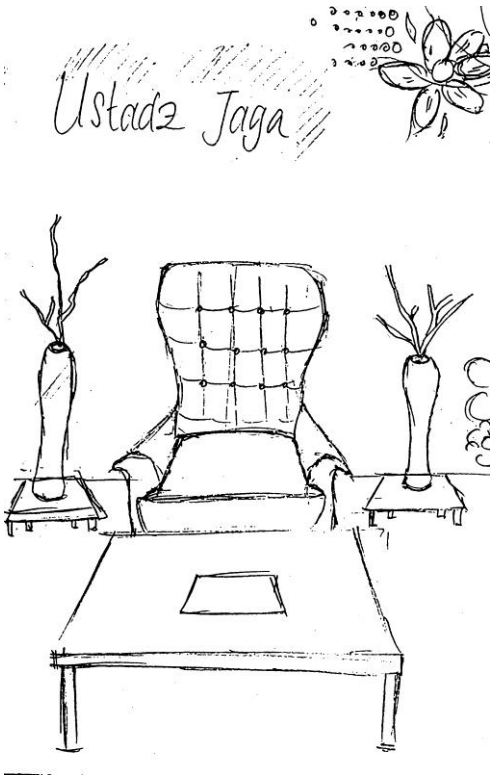
Gambar 3.3 Sketsa 2

Pada gambar ini yang ingin ditampilkan yaitu bahwa acara Ustadz Jaga ini bersifat tidak formal. Hal tersebut didukung oleh tampilan *background* yang dibuat seolah-olah berada di rumah. Dan terdapat *frame* foto, yang digunakan untuk menampilkan sponsor acara.



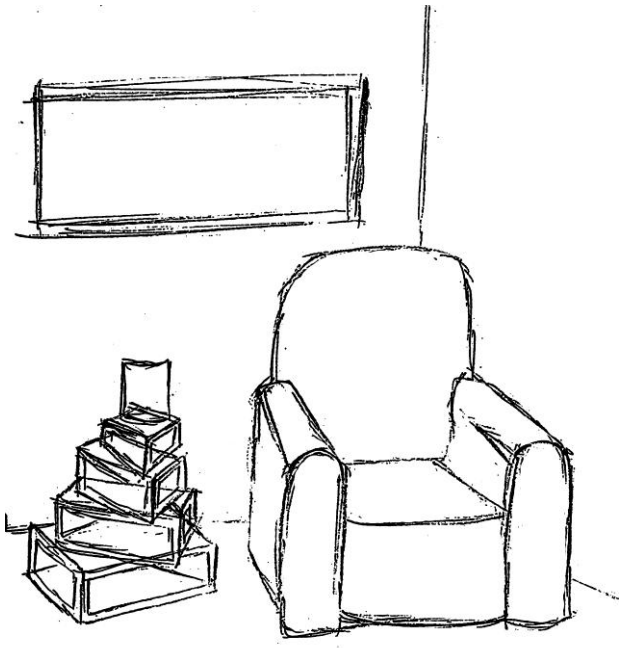
Gambar 3.4Sketsa 3

Masih mempunyai konsep sama yaitu sebagai acara yang tidak formal, maka desain tampilan dibuat dengan menampilkan sebuah kursi dan tirai yang sering digunakan di dalam rumah.



Gambar 3.5 Sketsa 4

Dengan adanya vas bunga minimalis ditambah dengan meja kayu, diharapkan dapat memberi kesan ruangan yang lebih luas. Untuk *background* praktikan mencoba membuat sebuah *banner* yang nantinya di tempel. Tujuannya sama yaitu ingin memberi kesan luas.



Gambar 3.6 Sketsa 5

Acara Ustadz Jaga ini diharapkan menjadi acara yang mempunyai nilai jual, itu artinya pihak Manajemen Qalbu Televisin menginginkan ada sponsor acara. Maka dibuatlah sebuah ruang untuk menampilkan sponsor acara dalam bentuk *frame* foto.

b. Desain Digital

   Pada tahap ini praktikan mulai menggambar secara digital. Pada kesempatan ini praktikan menggunakan komputer sebagai media desain digital. Adapun *software* yang digunakan yaitu 3D Max 8, Corel Draw X4, dan Adobe Photoshop CS.

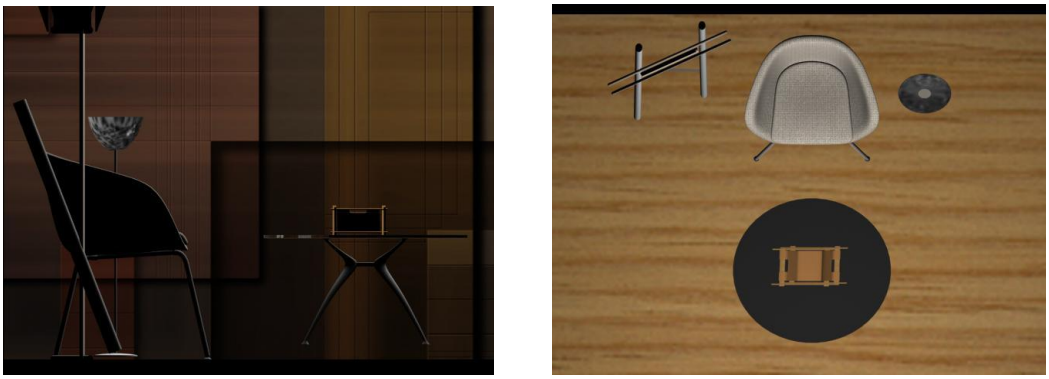
c. Alternatif Desain

   Pembuatan desain untuk tampilan acara “Ustadz Jaga” dibuat dalam beberapa alternatif, sehingga klien dapat memilih desain mana yang cocok dengan acara tersebut.

Berikut merupakan beberapa alternate desain tampilan untuk studio II:



Gambar 3.7 Alternatif 1





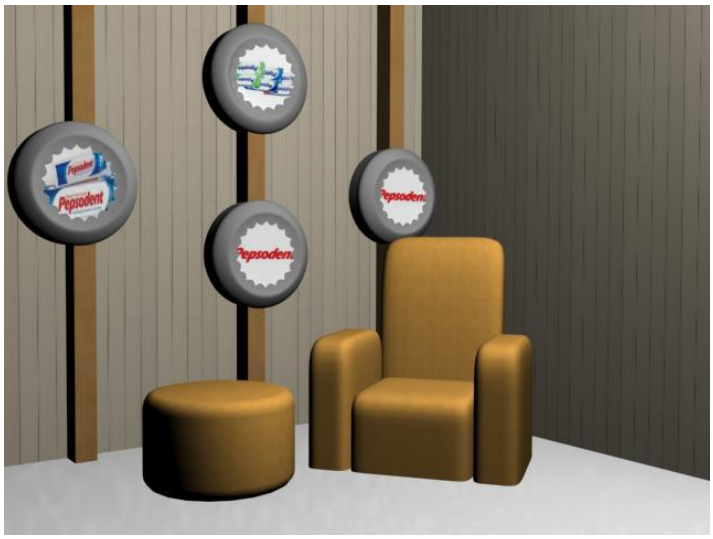
Gambar 3.8 Alternatif 2



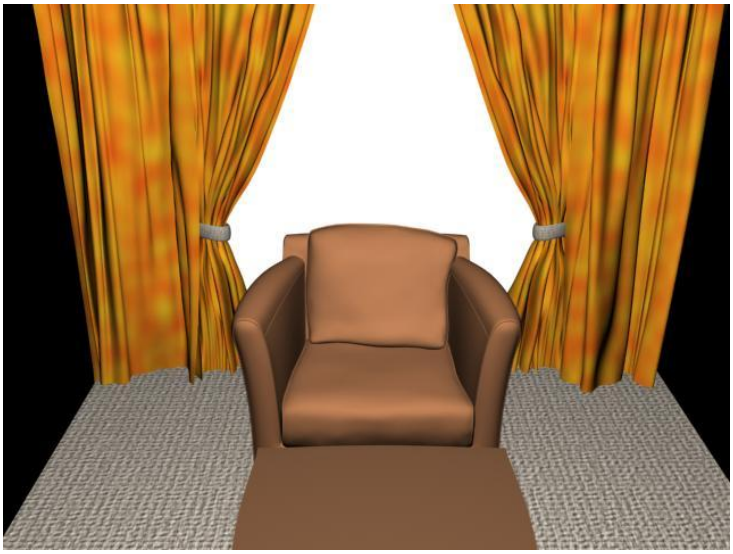
Gambar 3.9 Alternatif 3



Gambar 3.10 Alternatif 4

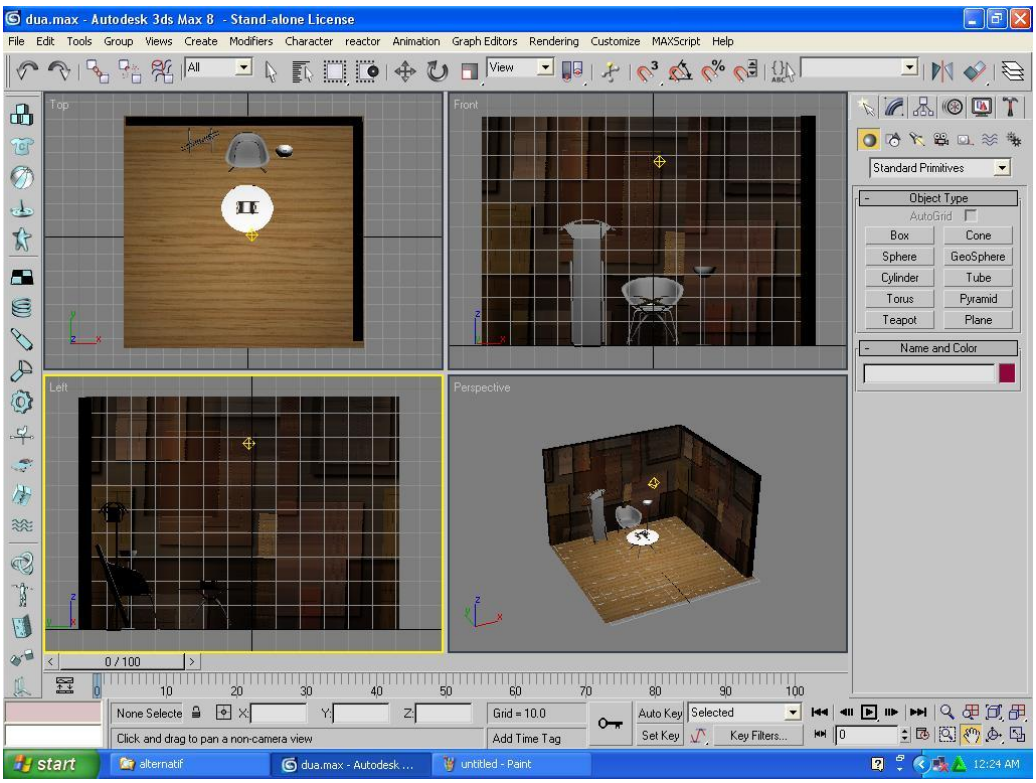


Gambar 3.11 Alternatif 5

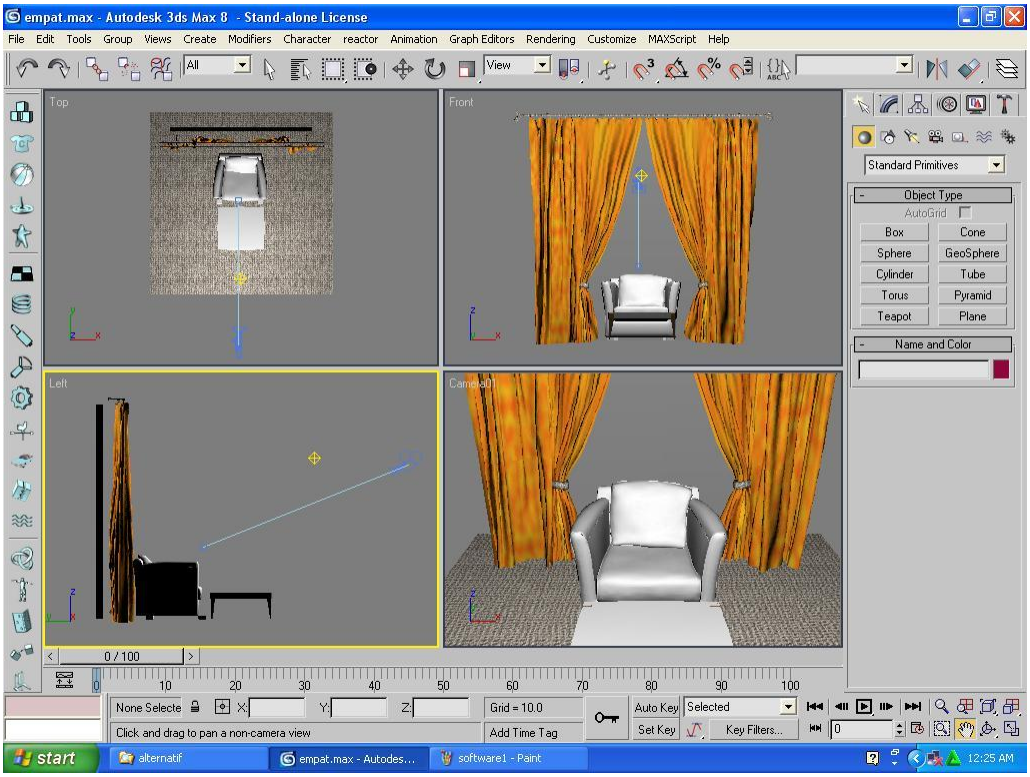


Gambar 3.12 Alternatif 6

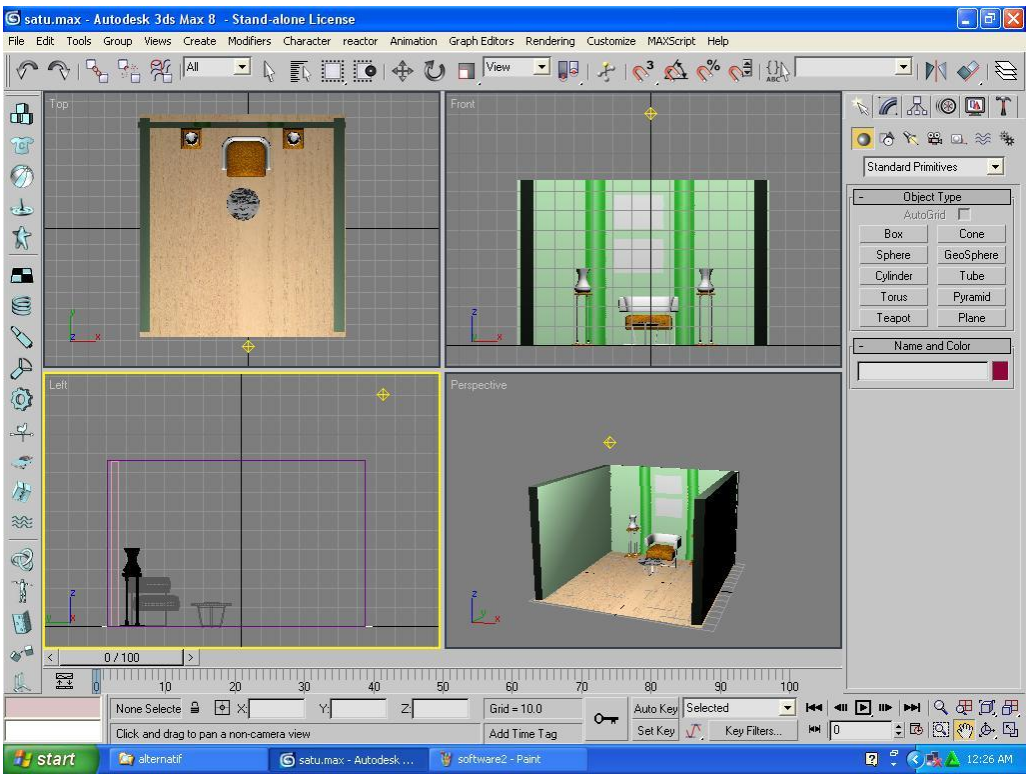
Dalam pembuatan desain, praktikan lebih banyak menggunakan *software* 3D Max 8. Berikut beberapa tampilan *snapshot* proses pembuatan desain studio II untuk PT. Manajemen Qalbu Television:



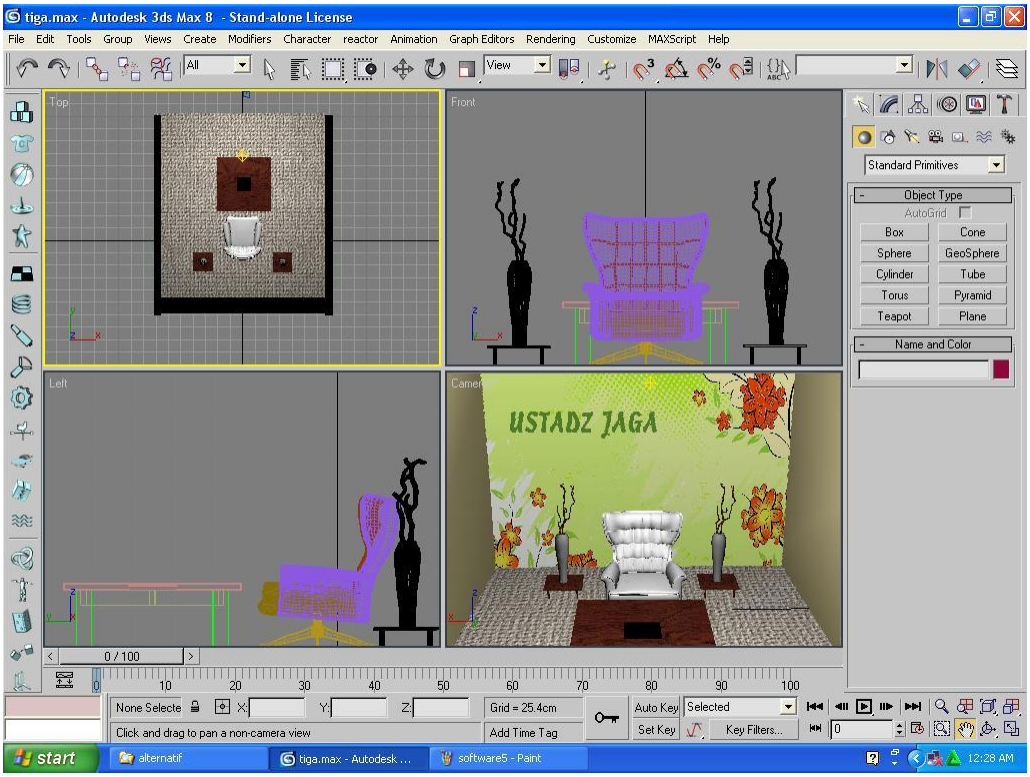
Gambar 3.13 *snapshot* 1



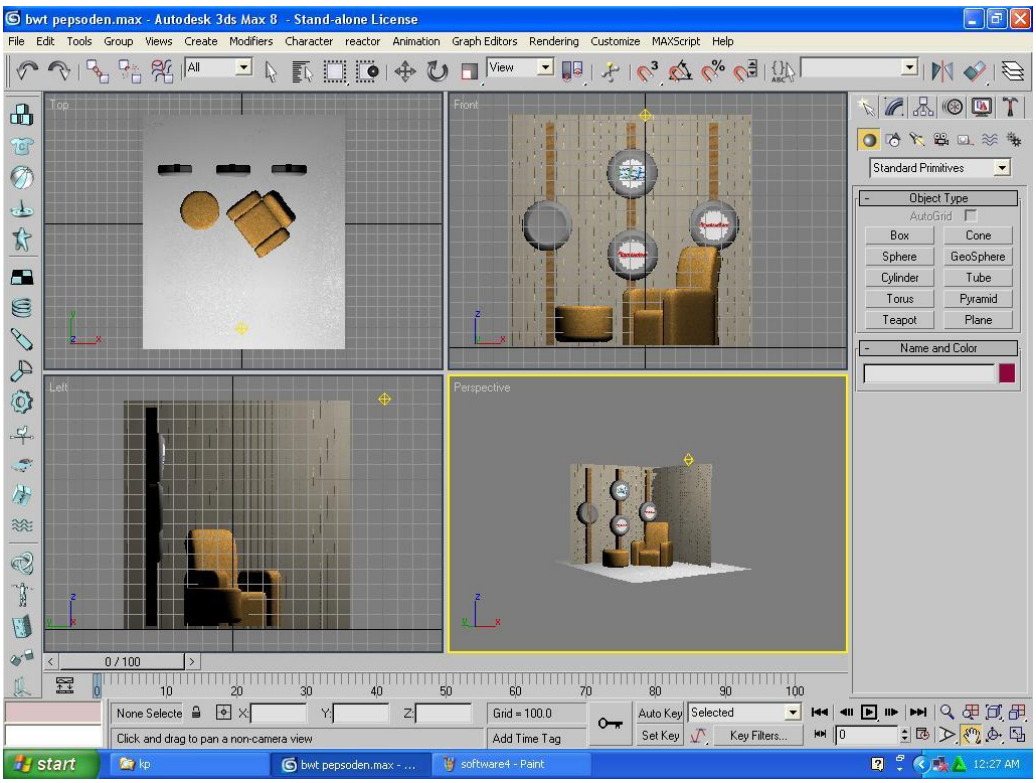
Gambar 3.14 *snapshot* 2



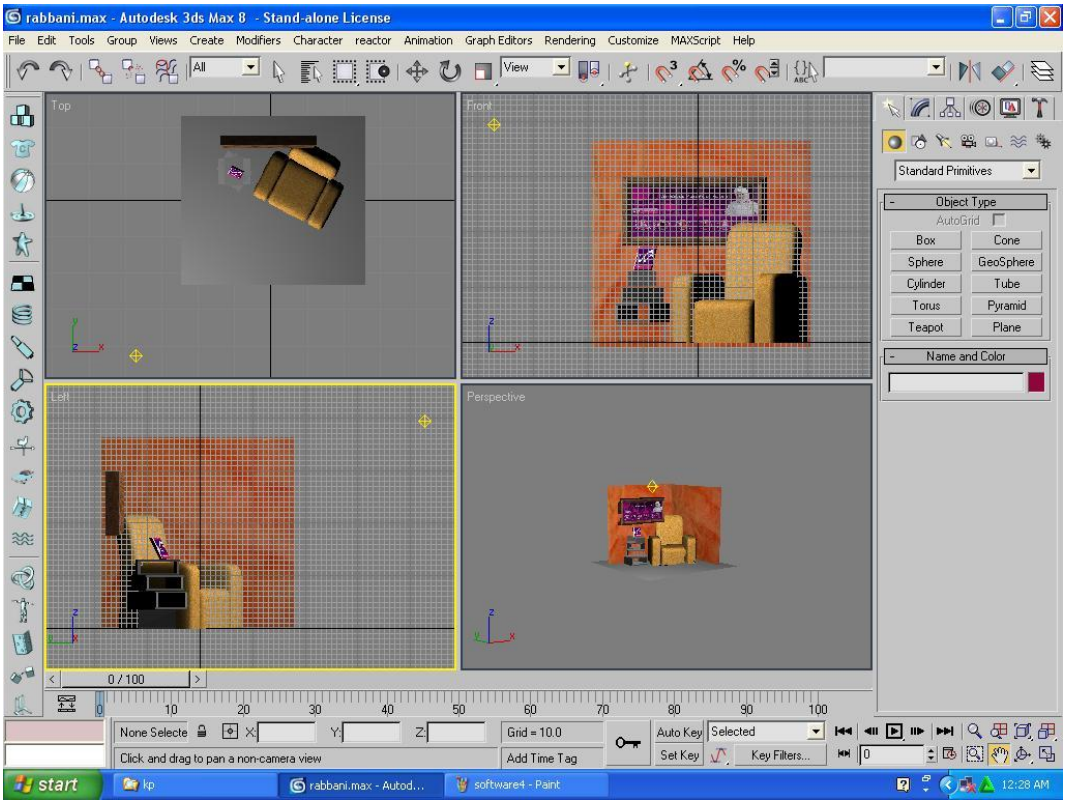
Gambar 3.15 *snapshot* 3



Gambar 3.16 *snapshot* 4



Gambar 3.17 *snapshot* 5



Gambar 3.18 *snapshot* 6

BAB IV

KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan pada bab-bab sebelumnya praktikan dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

- Seorang desainer dalam membuat suatu karya ataupun desain yang ditujukan untuk suatu perusahaan harus lebih mengedepankan keinginan dari perusahaan tersebut. Yaitu dengan cara asistensi terlebih dahulu ketika membuat desain. Seorang *desaigner* tidak mempunyai hak sepenuhnya dalam mendesain.
- Ilmu yang didapat dari lingkungan pendidikan tidak mencukupi saat praktikan di lepas kedunia kerja yang sebenarnya. Materi perkuliahan yang diberikan tidak lengkap, sehingga saat berada di dunia kerja praktikan tertinggal jauh. Ilmu yang ada hampir sebanding dengan lulusan setingkat Sekolah Menengah Kejuruan. Bahkan untuk hal-hal tertentu, mereka jauh lebih ahli.
- Selama kerja praktek, praktikan diberikan teori maupun praktek di bidang *board casting.* Sehingga pengetahuan praktikan dapat sejalan antara praktek dan teori. Praktikan diberi keleluasaan untuk belajar langsung secara perorangan, sehingga lebih efektif.
- Suatu konsep desain harus mempunyai nilai keindahan dan mempunyai nilai jual. Jika dalam sebuah desain hanya mementingkan nilai keindahannya saja, maka desain tersebut terasa hambar, begitu pun sebaliknya. Jadi desain komunikasi visual harus dapat menyeimbangkan antara kebutuhan nilai keindahan dan nilai komersial.
- Dalam dunia kerja, praktikan dituntut dapat bekerja dalam tim, untuk mencapai tujuan.

Daftar Pustaka

Hendratman, Hendi. (2008). *The Magic of 3D Studio Max*. Bandung: Informatika.

Kusrianto, Adi. (2007). *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Andi.

Apriyatno, Veri. (2004). *Cara Mudah Menggambar Dengan Pensil*. Jakarta: Kawan Pustaka.

Soeryanto, Eddy. (2009). *Entrepreneurship Menjadi Pebisnis Ulung*. Bandung: Elex Media Komputindo.