BAB III
TINJAUAN KERJA PRAKTEK

3.1 Peranan Praktikan dalam Perusahaan

PR FM 107.5 *NEWS CHANNEL* adalah lembaga yang bergerak dibidang penyiaran elektronik konsumen, ada beberapa pembagian diantaranya yaitu penyiaran dan promosi.

Peranan praktikan selama pelaksanaan Kerja Praktek pada perusahaan PR FM 107.5 *NEWS CHANNEL* ditempatkan pada bagian promosi yang bertugas melakukan penglayoutan iklan PR FM 107.5 *NEWS CHANNEL* pada *space* Koran Pikiran Rakyat, yang berisi penyampaian informasi. Dalam praktiknya praktikan harus bisa menselaraskan elemen-elemen visual yang akan digunakan, objek visual, warna, serta tipografi yang dipilih.

3.2 Pekerjaan Praktikan Selama Kerja Praktek di Perusahaan

Selama kerja praktek di perusahaan PR FM 107.5 *NEWS CHANNEL,* praktikan diberi tugas untuk merancang *layout* iklan PR FM 107.5 *NEWS CHANNEL* yang akan terbit setiap harinya.

Praktikan bertugas membantu kepala bagian Promosi Desainer untuk mendesain atau merancang halaman *space* iklan. Kepala Promosi Desainer biasanya mengoreksi dan memberi saran dan masukan – masukan hasil perancangan praktikan terlebih dahulu sebelum diperlihatkan kepada pimpinan apakah hasil rancangan praktikan layak untuk dicetak atau tidak.

3.3 Metode Kerja praktikan

Saat berlangsungnya pelaksanaan proses kerja praktek, metode kerja praktikan yaitu melakukan *breafing* dahulu dengan pembimbing kerja praktek lalu setelah itu, pembimbing memberikan pengarahan, data-data, tugas dan referensi iklan yang harus di *layout* dan di redisain kembali. Pembimbing hanya memberikan waktu setengah hari untuk perancangan *layout* iklan dalam beberapa alternatif *digital* yang haris dibuat.

Kemudian praktikan membuat beberapa alternatif untuk posisi dan komposisi *layout* iklan. Setelah itu berlanjut ke tahap pencarian visual pendukung dengan data-data iklan yang telah diberikan oleh pembimbing. Lalu setelah visual siap dan telah ada selanjutnya adalah tahap penggabungan data-data dan visual-visual pendukung yang sudah dibuat pada *software* yang telah ditentukan.

Setelah proses perancangan *layout* iklan selesai kemudian praktikan menyerahkan dan dicek ulang kembali oleh pembimbing kerja praktek selaku desainer pada perusahaan tersebut sebelum iklan itu di cetak.

3.4 Perancangan *Layout* Media Cetak PR FM 107.5 *NEWS CHANNEL* Radio Bandung

Selama melaksanakan kerja praktek, penulis banyak memperoleh pengalaman dalam dunia kerja, diantaranya yaitu penulis dituntut agar mampu menyelesaikan pekerjaan dengan tepat waktu. Pada laporan kerja praktek ini, penulis akan mengutarakan proses perancangan layout "PR FM 107.5 *NEWS CHANNEL Talk Show On The Street* Tentang Piala Dunia".

Pada prakteknya praktikan membuat beberapa alternatif untuk posisi dan komposisi *layout* iklan. Setelah itu berlanjut ke tahap pencarian visual

pendukung dengan data-data iklan yang telah diberikan oleh pembimbing. Setelah visual siap dan telah ada selanjutnya adalah tahap penggabungan data-data dan visual-visual pendukung yang sudah dibuat pada *software* yang telah ditentukan.

Pada proses perancangan halaman iklan, terlebih dahulu praktikan harus mengetahui isi atau informasi apa yang akan disampaikan pada khalayak ramai agar informasinya sampai. Baru setelah itu, praktikan juga harus mengetahui ukuran *layout* halaman iklan agar pada saat proses produksi tidak salah.

Pertama-tama kumpulkan bahan data-data yang sudah ditentukan temanya. Setelah itu proses pengerjaanya menentukan ukuran halaman iklan 15 X 13.6 cm yang disesuaikan dengan format ukuran yang telah disediakan surat kabar Pikiran Rakyat pada *space* halamannya , lalu pemilihan warna dan *font* yang cocok dengan tema atau judul agar warna dan *font* bisa menyampaikan pesan dari isi iklan tersebut.

Setelah proses pewarnaan *background*, lalu tahapan selanjutnya adalah memasukkan visual yang diperlukan untuk isi informasi yang akan disampaikan serta mengatur posisi *layout* agar terlihat menarik. Menyesuaikan tipografi yang cocok untuk iklan tersebut. Seorang desainer harus mampu merancang dengan suatu konsep yang dibutuhkan agar antara tampilan dengan isi yang akan di informasikan terdapat kesinambungan.

3.4.1 Konsep Perancangan

Dalam proses perancangan sebuah desain tampilan halaman iklan diperlukan konsep dan langkah-langkah sebagai berukut :

a) Objek-objek visual dan *font* yang digunakan yaitu :

Logo PR FM 107.5 *NEWS CHANNEL*, Foto Para pembicara, logo Cipaganti, logo VXY *Digital Offset*, logo Dunia dan Bola Telkomsel.

Gbr III.1 Logo PR FM 107.5 *NEWS CHANNEL*

Sumber : Dokumen Pribadi PR FM News Channel.



Gbr III.2 Foto Para pembicara

Sumber : Dokumen Pribadi PR FM News Channel.

Gbr III.3 Logo Cipaganti

Sumber : Dokumen Pribadi PR FM News Channel.



Gbr III.4 Logo VXY *Digital Offset*

Sumber : Dokumen Pribadi PR FM News Channel.



Gbr III.5 Logo Dunia dan Bola Telkomsel

Sumber : Dokumen Pribadi PR FM News Channel.

b) Warna *background*

Warna *background* yang digunakan untuk halaman iklan ini adalah warna hitam, kuning dan gradasi dari merah ke putih, menggunkan warna – warna yang terdapat pada bendera jerman yang pada saat itu dipredeksi akan keluar sebagai pemenang sebagai juara Piala Dunia 2010 tetapi pada akhir final pertandingan piala dunia 2010 yang keluar sebagai juara yaitu Spanyol.



Gbr III.6 *Background*

c) *Font* dan warna pada judul acara iklan

Font yang digunakan pada judul adalah *Danley*. Judul pada iklan *Talkshow On The Street* tentang final piala dunia menggunakan *font Danley* yang melengkung sisi – sisinya (*san serif*). Untuk penggunaan warna pada *font*nya menggunakan warna yang tidak jauh berbeda dari warna kuning seperti agar terlihat kontras dengan *background*nya yaitu hitam.



Gbr III.7 Font dan Warna Judul Acara Iklan

d) *Font* dan warna pendukung pada pengguna iklan

Font pendukung pada pengguna iklan yang ingin mengiklankan produk, suatu lembaga atau suatu perusahaan seperti pada perusahaan Cipaganti menggunakan *font LithographLight*. Warna yang digunakan warna hitam agar terlihat kontras.



Gbr III.8 *Font* dan Warna Pendukung Pada Pengguna Iklan

e) *Font* dan warna *content* penjelasan

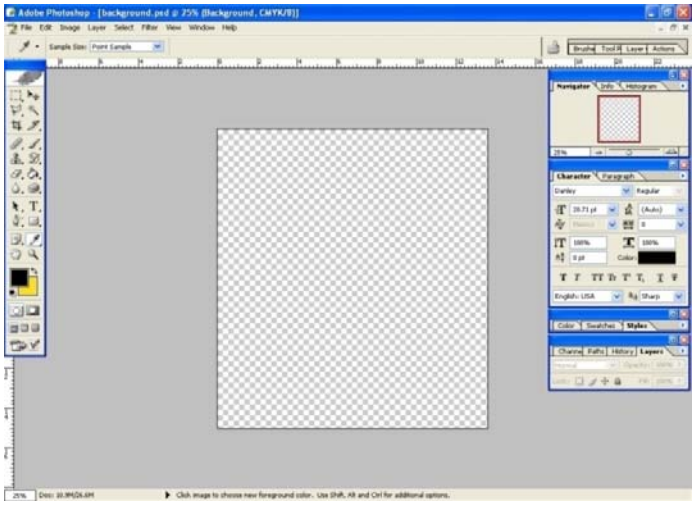
Font yang digunakan pada penjelasan, selebihnya menggunakan *font Arial* agar terlihat jelas. Warna yang digunakan disesuaikan dengan *background* pada tiap – tiap masing – masing kolom agar terlihat kontras.

3.4.2 Teknis Perancangan

Selanjutnya adalah Tahapan-tahapan perancangan untuk membuat iklannya yaitu sebagai berikut:

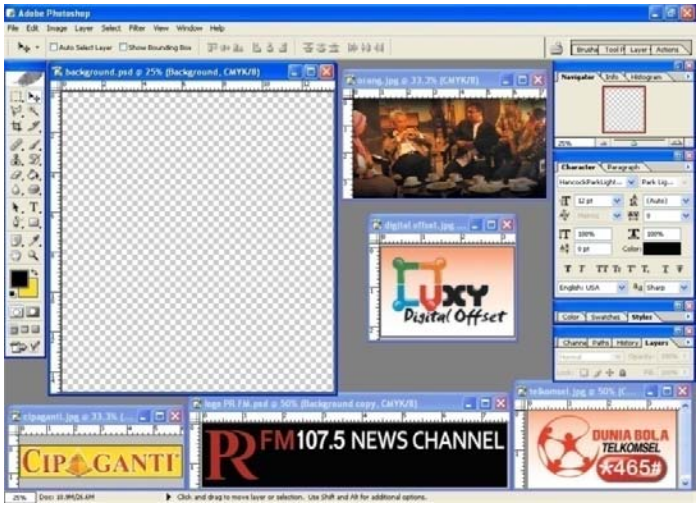
a) Membuat Ukuran Halaman Iklan

Pertama-tama menentukan ukuran halaman iklan 15 x 13.6 cm. Ukuran ditentukan sesuai dengan *space* yang telah disediakan oleh surat kabar Pikiran Rakyat (PR).



Gbr III.9 Ukuran Halaman Iklan

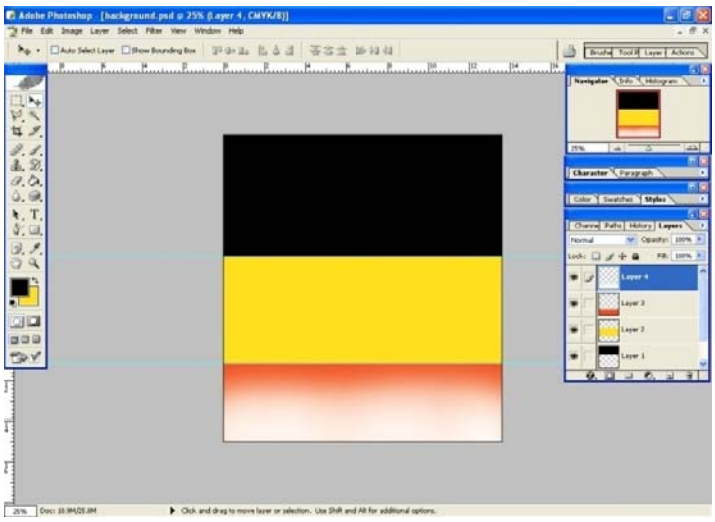
b) Membuat Ukuran Halaman Iklan



Gbr III.10 Menyiapkan objek visual

c) Menyiapkan Objek-objek Visual yang akan Dipergunakan

Mentukan warna background yang sesuai dengan tema judul acara atau isi iklan.

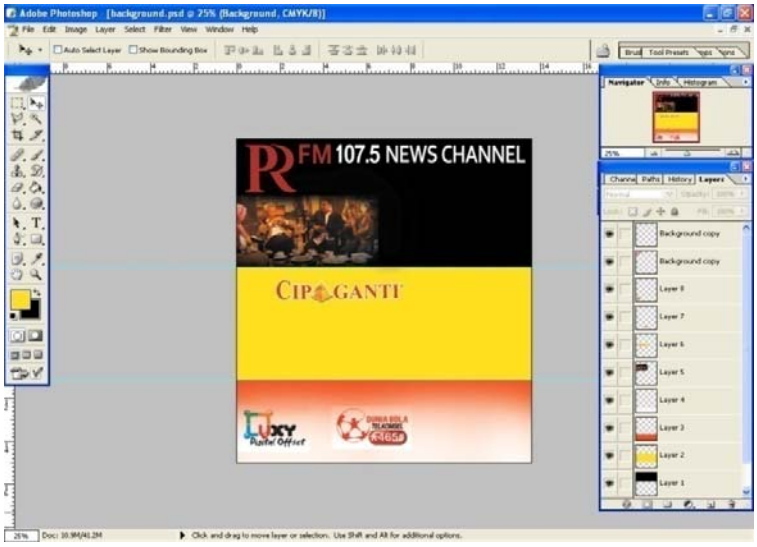


Gbr III.11 Warna *Background*

Karena tema judul acaranya pada saat pembuatan iklan ini yaitu saat – saat piala dunia akan usai maka menggunakan warna hitam, kuning dan gradasi dari merah ke putih, menggunkan warna – warna yang terdapat pada bendera jerman yang pada saat itu dipredeksi akan keluar sebagai pemenang sebagai juara Piala Dunia 2010 tetapi pada akhir final pertandingan piala dunia 2010 yang keluar sebagai juara yaitu Spanyol.

d) Memasukkan Objek Visual dan Mengatur *Layout*nya

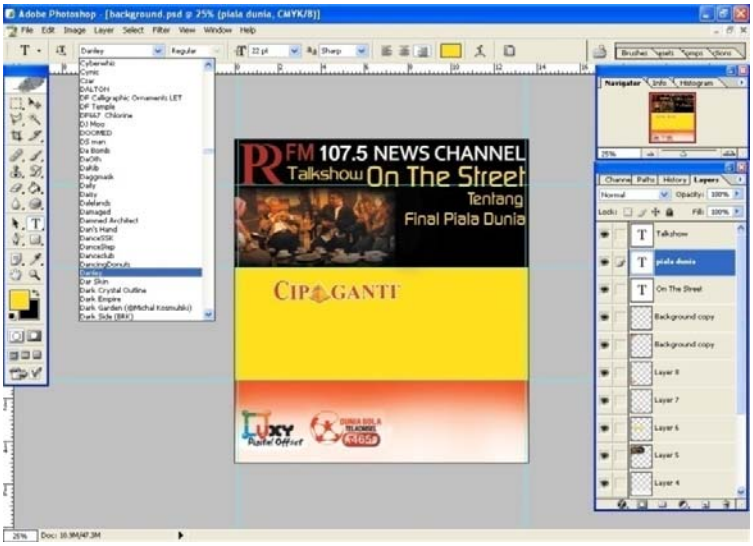
Tahap selanjutnya adalah memasukkan objek-objek visual lalu mengatur posisi *layout*nya.



Gbr III.12 Memasukkan Objek Visual dan Mengatur *Layout*nya.

e) Menentukan Jenis *Font* pada Judul dan Pewarnaannya

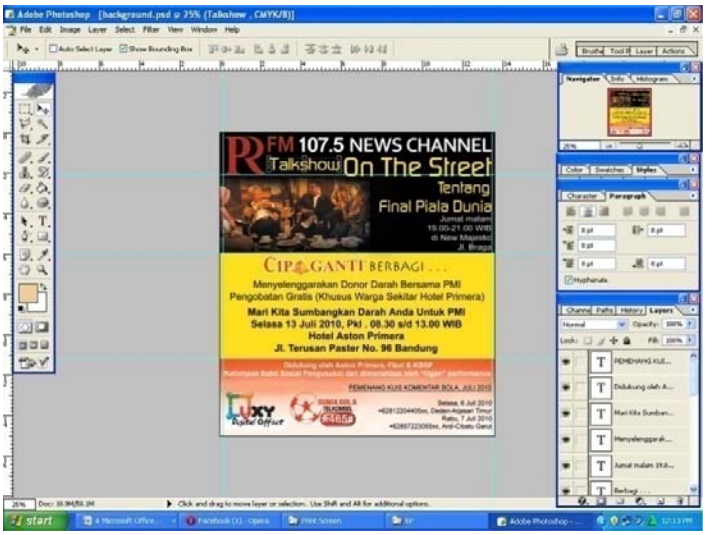
Setelah memasukkan objek-objek visual dan mengatur *layout*nya, menentukan jenis *font* yang cocok dengan judul.



Gbr III.13 Menentukan Jenis *Font* pada Judul.

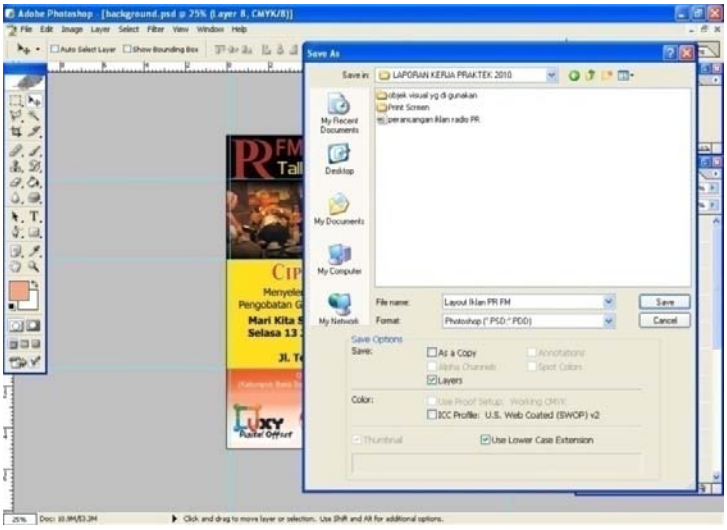
f) Pengetikan Isi Iklan, Teks-teks Lainnya beserta Elemen Visual yang Dipergunakan, beserta Pengaturan *Layout* Halaman Iklan

Selanjutnya adalah tahap pengetikan isi iklan yang akan di informasikan berserta teks-teks lainnya seperti isi informasi atau iklannya.



Gbr III.14 Isi, Visual yang Dipergunakan, Pengaturan *Layout* Halaman Iklan.

g) Save Hasil Perancangan



Gbr III.15 Menyimpan Hasil Perancangan

h) Hasil Perancangan

