BAB III. LAPORAN KERJA PRAKTEK

3.1 Peranan Praktikan Dalam CV. PROGRES VIDEOGRAPHY

Adapun proyek yang dikerjakan oleh praktikan adalah Perancangan Desain sebagai promosi ramah lingkungan dari Produk EcoBall dalam Media :

1. Perancangan Media Promosi *Online* berupa *Head Banner*
2. Perancangan Media Promosi Iklan Cetak Pada Majalah DUIT edisi April.
3. Perancangan, *redesign* Kemasan Produk.

Dalam Perusahaan Cv. Progres Videografi kali ini Praktikan ditugaskan untuk menjadi seorang desainer grafis sementara yang khusus menangani Produk EcoBall yang merupakan sebuah produk luar yang pada kali ini Progres Videographi menjadi reseler satu-satunya yang berlisensi di Indonesia. Dikarenakan minimnya tenaga desain grafis, karena kebanyakan adalah tenaga lapangan, maka praktikan kali ini dipersilahkan berkesamepatan untuk mendesain media Promosi yang bertemakan Eco Friendly atau Ramah Lingkungan, serta *redesign* dari kemasan EcoBall itu sendiri.

EcoBALL itu sendiri merupakan, Produk hasil inovasi baru dari teknologi Jerman, sebuah bola pencuci yang dapat digunakan untuk membersihkan noda dan mencuci pakaian. Saat Anda mencuci menggunakan EcoBALL akan menarik *makro molekul* padat yang menempel pada kain, sehingga secara perlahan akan membersihkan noda lain dari pakaian. Proses pelepasan makromolekul ini akan menyebabkan kadar *PH* dalam air meningkat, dan mengaktifkan *molekul*. Produk ecobal itu sendiri memiliki keunggulan yaitu ramah lingkungan. Produk ini tidak mengandung deterjen adalah penghematan proses mencuci. Oleh karena tidak

mengandung deterjen, maka tidak ada *residu* yang tertinggal setelah proses mencuci selesai. Produk ini juga tidak perlu dibilas sehingga dapat menghemat air. Serta turut mendukung program anti-pencemaran lingkungan. Bukankah selama ini limbah rumah tangga telah menghasilkan polusi air yang dapat mengancam lingkungan sekitar kita di masa depan oleh karena produk ini yang ramah lingkungan maka, promosi kali ini lebih kepada tema, *save earth* atau selamatkan Bumi.

3.2 Pekerjaan Praktikan Selama Kerja Praktek

Perancangan Desain sebagai promosi ramah lingkungan dari Produk EcoBall dalam Media :

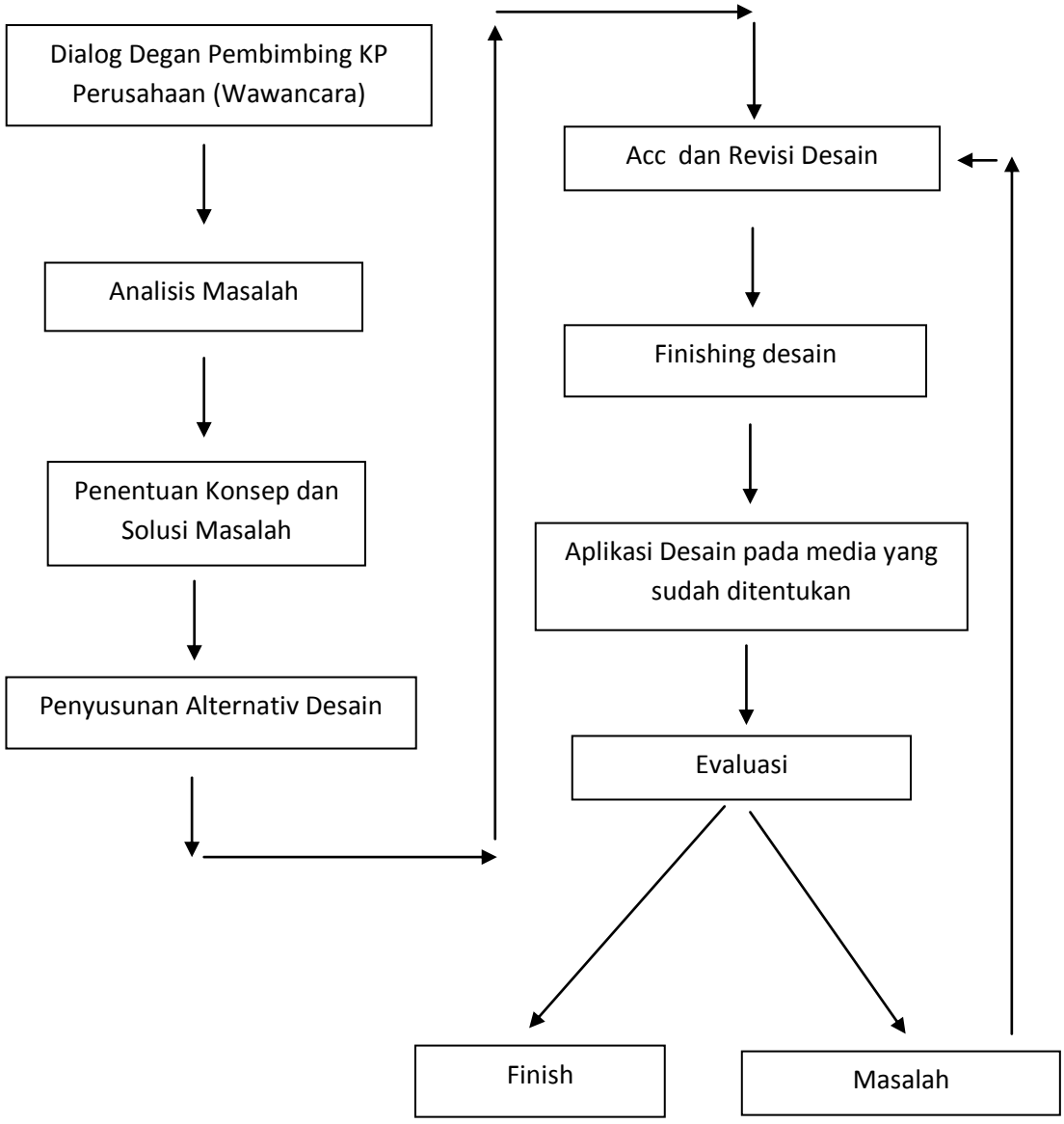
1. Perancangan Media Promosi *Onlin*e berupa *Head Banner* dalam berbagai Ukuran format animasi Gif, serta Jpg, dan lain sebagainya.
2. Perancangan Media Promosi Iklan Cetak Pada Majalah DUIT edisi April.
3. Perancangan, *redesign* Kemasan Produk.

3.3 Metode Kerja Praktikan

Metoda Kerja yang dipakai adalah metode *deskriptif* dengan memaparkan dan menguraikan data secara jelas dan terperinci. Tahap-tahap yang dilakukan adalah sebagai berikut

1. Dialog Langsung kepada pembimbing KP di Perusahaan, untuk mengetahui secara umum memahami prinsip kerja praktek perusahaan dan jenis proyek yang ditangani.
2. Pengumpulan data-data dan Analisis Masalah Produk, dan gambaran proyek yang ditangani oleh CV. Progress Videography sebelumnya mengenai Produk EcoBall.
3. Peran serta Praktikan dalam proyek yang ditangani oleh CV. Progress Videography dalam Desain Promosi serta Kemasan Produk EcoBall.

Bagan Metode Pengarjaan Proyek



bagan III.1

Bagan metode pegerjaan proyek

Pertama praktikan melakukan analisis masalah dan dialog dengan koordinator KP perusahaan, lalu setelah itu pembuatan desain serta konsep dan alternatif, bila desain telah di acc, selanjutnya pengaplikasian dalam media yang telah ditentukan, bila masih memiliki masalah maka akan kembali ke proses revisi dan acc desain.

3.4 Perancangan Iklan Media Cetak, Online dan Kemasan Sebagai sarana Promosi Produk Ecoball

3.4.1 Konsep Perancangan

Produk EcoBall merupakan Produk yang ramah .lingkungan, oleh karena itu Praktikan menetapkan Unsur Bumi sebagai Konsep Utama dan daun sebagai Penegas dari konsep kelansungan Hidup, serta Penerpan dari konsep Konsep *Recycle, Reuse, Reduce* dalam konsep visual, untuk sementara Praktikan memilih Berbagai Ide Visual yang Nantinya akan di jadikan sebagai Visualisasi dari Iklan, diantaranya :

Warna :

Biru Tua, Merupakan warna cirikhas atau identitas Visual yang sudah diterapkan dalam produk oleh desainer sebelumnya.



R/G/B : 65/ 73/ 146 C/M/Y/K : 88 /83/9/1

#414992

Biru Muda, digunakan karena Merupakan warna yang diterapkan dari unsur air, yang merupakan elemen utama dalam produk, yaitu pencuci,



R/G/B : 64/ 157/191 C/M/Y/K : 72 /23 /13/0

#409dbf

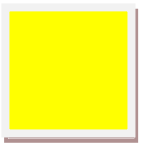
Merah, digunakan sebagai Penegas kata-kata dalam Media Promosi



R/G/B : 230/ 0/ 0 C/M/Y/K : 3/100/100/1

#e60000

Kuning, sebagai warna selingan, seperti sisipan promo,dl



R/G/B : 254/ 242/ 58 C/M/Y/K :4/0/85/0

#fef23a

Hijau, merupakan elemen warna baru dalam produk yang ditambahkan dalam rangka menegaskan sisi kampanye nya, yaitu ramah lingkungan, diambil, dari Unsur alam



R/G/B : 97/ 179/ 69 C/M/Y/K : 67/5/100/0

#61b345

Ide Visual :

Busa dan gelembung udara, merupakan element yang sangat penting, untuk menegaskan bahwa ini adalah produk pencuci pakaian,

Daun, sebagai simbol dari alam, sebagai elemen yang menggambarkan ramah lingkungan,

Bola Dunia, merupakan segi yang ditonjolkan,untuk memberi kesan produk ini alternativ bagi mereka yang ingin menyelamatkan lingkungan

Cipratan air, merupakan visual yang menegaskan bahwa produk ini berkaitan erat degan elemen air, dalam kasus dan tujuan penghematan air

3.4.2 Teknis Perancangan

Setelah Penetapan Konsep Visual, selanjutnya Praktikan melakukan pemotoan terhadap Produk yang nantinya akan di buat digitalisasinya. Karena dalam rangka promosi, produk mendapatkan sebuah produk pelengkapnya yng bernama Ecospot, Merupak Produk pemutih pakaianyang menjadi daya tarik nantinya dalam media Promosi yang akan Praktikan buat.

Setelah itu selanjutnya Praktikan melakukan revisi mengenai *layout* dari Peletakan Posisi Produk, serta Tesk dan image, serta pengambilan data teks dari *copywriter*, setelah semua data lengkap, maka dirancanglah desain yang telah mengalamai proses evaluasi dan revisi bekali-kali hingga pada akhirnya desain dari media promosi pun sudah siap di

aplikasikan, berikut beberapa finalisasi dari media promosi yang telah di aplikasikan dari berbagai media

3.4.2.2 Proses pembuatan Sketsa Desain

Dalam proses awal pembuatan sketsa desain, praktikan pertama-tama mengumpulkan konsep-konsep yang telah di uraikan dalam konsep perancangan sebelumnya, lalu ketika sudah menemukan gambaran yang tepat untuk memasuki proses digitalisasi, maka praktikan memebuat sketsa beradasarkan gamabr daun, air dan busa, serta elemant lainya secara tepat.

3.4.2.2 Proses pembuatan Alternatif Desain

Pada tahap awal Praktikan melakukan diskusi dengan pemilik perusahaan dan koordinator KP di perusahaan, lalu praktikan mengumpulkan data seperti penelitian terhadap produk Ecobal dan chirikhas dari produk itu sendiri, selanjutnya praktikan membuat alternatif desain, menggunakan beberapa software design seperti adobe ilustrator untuk membuat ilustrasi desain, dan Phoyosop untuk mengolah hasil pemotoan dan sedikit pengoreksian warna, serta Flash untuk melakukan animasi, atau pembuatan gif aimasi untuk media head banner, serta beberapa *software* pendukung lainya. yang pada nantinya akan di pilih dan di berikan bimbingan untuk memasuki tahapan pemantapan desain.

3.4.2.3 Proses pembuatan finalisasi Desain

Pada tahap ini setelah melakukan proses revisi yang panjang, selanjutnya praktikan melakukan pemantapan desain setelah melakukan diskusi lagi kepada koordinator KP perusahaan, dan desain final telah diseleksi selanjutnya praktikan mengaplikasikannya pada ukuran media-media yang telah ditentukan. Dengan menggunakan software Adobe Ilustrator yang merupakan software yang paling sering digunakan praktikan untuk *digitalisasi* dari proyek ini an dibantu oleh software – software pendukung lainya, seperti adobe photoshop sebagai *retouching* foto dan

adobe flash sebagai pembuatan animasi, maka jadilah desain final seperti gambar berikut ini

3.4 Gambar Desain Alternatif Media Iklan EcoBall



Gambar III.1

Alternatif media banner *online* ukuran 300 x 300 px



Gambar III.2

Alternatif desain kemasan / packaging



Gambar III.3

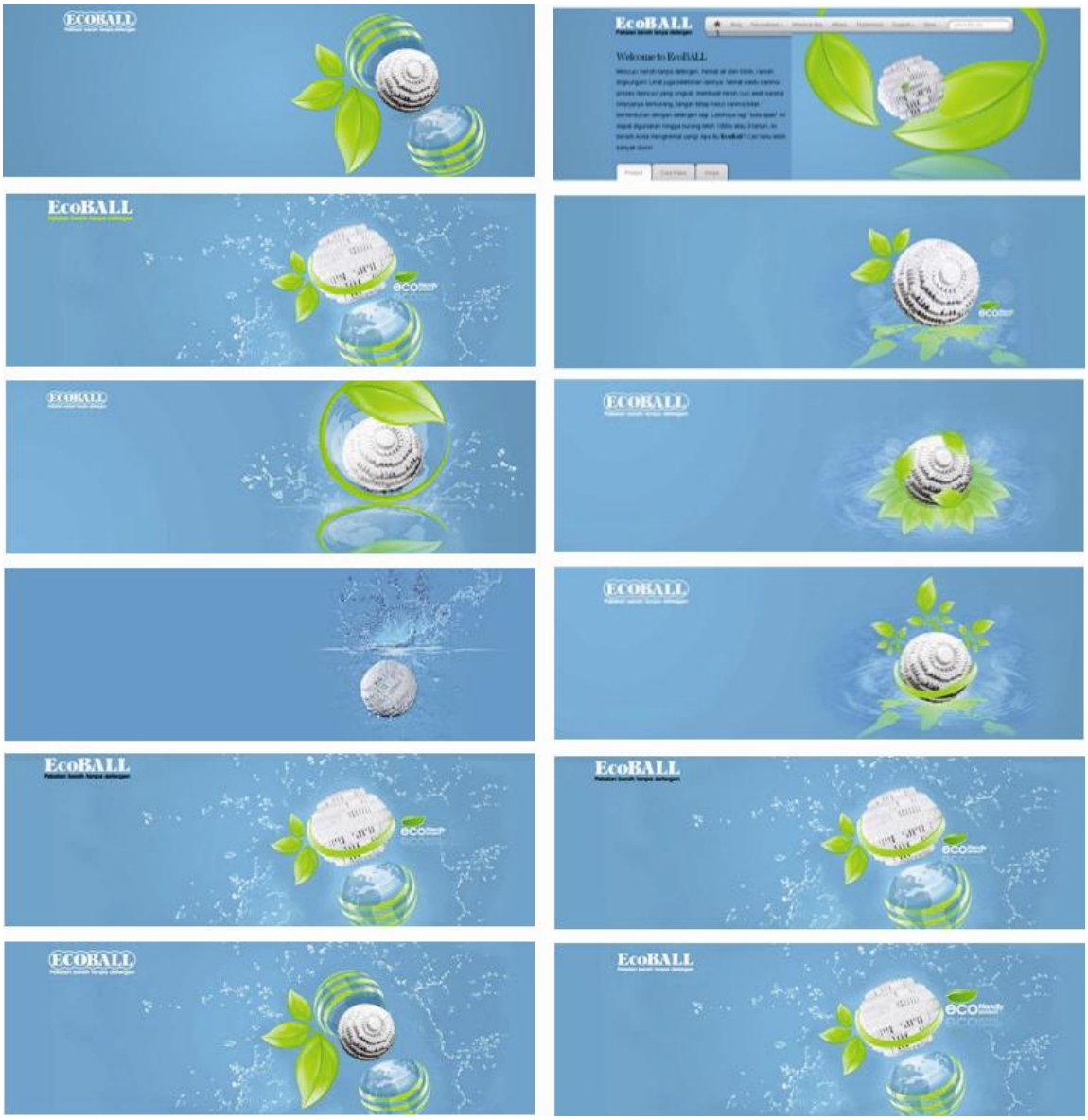
Alternatif desain aplikasi flying banner berukuran 468x60 px



Gambar III.4

Gambar di atas merupakan alternatif desain untuk

media cetak, iklan pada mejalah duit edisi April



Gambar III.5

Gambar di atas merupakan alternatif desain untuk media aplikasi header web http://eco-ball.biz/, yang berukuran 600x332 px,

3.6 Gambar Desain Final Media Iklan EcoBall



Gambar III.6

hasil Foto yang telah dilakukan oleh Praktikan, 1. Produk Ecoball, 2. Produk Ecospot dan selanjutnya foto diolah dengan ide visual lalu diterapkan dalam Media aplikasi







Gambar III. 7

Aplikasi konsep visual dalam media Gif Berukuran 250x250 px Image yang akan di tampilkan pada media *online* Google





Gambar III.8

penerapan dalam media aplikasi flying banner berukuran 468x60 px





Gambar III.9

penerapan pada media cetak brosur yang berukuran ½ kertas A4







Gambar III.10

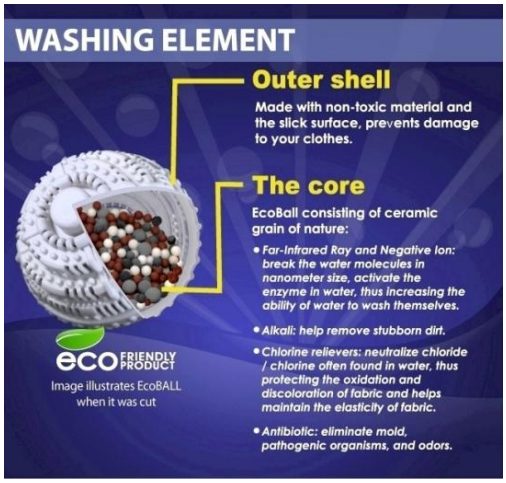
penerapan konsep dalam media aplikasi header web http://eco-ball.biz/, yang berukuran 400x332 px,



Gambar III.11

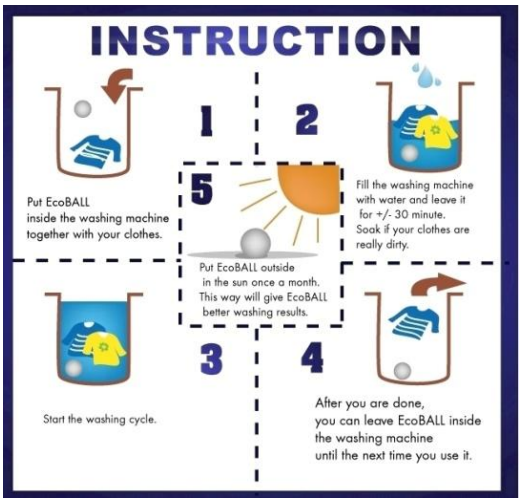
penerapan konsep dalam media cetak, iklan pada mejalah duit edisi April











Gambar III.12

redesign kemasan ecoball,

BAB IV. KESIMPULAN

Dapat disimpulkan bahwa produk ecoball ini sangat erat dengan konsep ramah lingkugan, yang apabila kita lihat dari segi manffat serta keunggulan produk ini yang dapat menghemat air, waktu, serta tidak mengeluarkan limbah yang berbahaya, serta produk ini dapat mengurangi penggunaan detergen yang dapat menyebabkan kerusakan lingkungan, dalam sisi lain, penggunaan produk ini juga dapat secara tidak langsung membaa konsumen aktiv dan turut serta dalam pembangunan lingkungan yang lebih baik bagi bumi kita, makadapat disimpulkan konsep visual dengan tema hijau dan bersahabat degan alam, yang ramah lingkungan merupakan elemen desain yang sangat tepat untuk digunakan dalam media aplikasi Promosi dalam produk ini.

DAFTAR PUSTAKA

Referensi dari Elektronik atau Web :

Dian, Thomas. (2007) Teori Warna Aditif & Subtractve secara Verbal. Diakses pada 6 juni 2011, WWW.bougexhibition.com

Referensi dari Laporan ilmiah :

Iredenta, Untung, Kriteria Desain. Universitas ITS, PT. Garam Indonesia

Wibowo, Tri, (2010) Warna Hangat Untuk Desainer, diakses pada 6 Juni 2011, WWW.triwibowo.com

Referensi dari buku :

Rachmat, Supriyano (2011). Desain Komunikasi Visual Teori dan Aplikasi : Andi Yogyakarta

Zakiyan, Ahlan. (2011) Teori Warna dan Collor Management. Ahlanzakiyan.wordpres.com