BAB III
LAPORAN KERJA PRAKTEK

3.1 Peranan Praktikan Dalam Perusahaan

PT. Mitragamma Swara (Oz radio FM Bandung), merupakan perusahaan yang bergerak dibidang *broadcasting* (radio siaran). Yang didalamnya terdapat berbagai pembagian sistem kerja yang dilakukan oleh tiap karyawannya. Salah satunya adalah bagian *Creatif and Design* yang berada dibawah divisi *Off Air* dan *Event Organizer.* Dalam hal ini, tim *Creatif and Design* bertugas untuk membuat konsep kreatif produk jasa layanan komunikasi bisnis yang memungkinkan kepada perusahaan, juga memenuhi kebutuhan *client* serta meningkatkan produktifitas rancangan (konsep) produk jasa layanan komunikasi bisnis dari bahan-bahan, yang berasal dari internal perusahaan maupun *client*.

Dalam prosesnya praktikan ditempatkan sebagai *staff* visual / desainer dalam tim *Creatif and Desain* untuk membuat dan merancang berbagai produk jasa layanan komunikasi bisnis, dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan *Off Air* yang ditampilkan secara visual. Misalnya saja seperti perancangan media iklan pada majalah yang bertujuan sebagai salah satu bentuk strategi promosi yang dilakukan oleh perusahaan, yang dalam prosesnya dilakukan melalui bimbingan dari *staff* perusahaan, yaitu wakil *General Manager* .

3.2 Pekerjaan Praktikan Dalam Perusahaan

Tahap pertama adalah proses pengumpulan data dan informasi yang kemudian akan dianalisa sebagai konsep dalam perancangan iklan yang akan dibuat. Berikutnya adalah proses pengumpulan referensi yang dilakukan guna menambah wawasan dan pengembangan terhadap konsep

yang akan dibuat. Dalam prosesnya praktikan mendapat banyak referensi dari berbagai sumber seperti majalah, *internet* dan buku. Hal ini perlu di lakukan dengan maksud agar dalam prosesnya dapat menghasilkan iklan yang baik dan tepat sesuai dengan target *audience* yang diharapkan.

Dimana definisi iklan itu sendiri merupakan suatu bentuk komunikasi nonpersonal dalam menyampaikan informasi yang biasanya bersifat persuasi mengenai sebuah produk, barang atau jasa dari sebuah perusahaan melalui biro iklan yang di sampaikan melalui berbagai media baik itu elektronik, cetak maupun verbal. *(Albion dan Farris 1981)*

Berdasarkan pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa dalam proses kegiatannya, Iklan memiliki unsur penggunaan ruang dan waktu dalam bentuk sewa dari suatu media yang digunakan untuk menyebarkan pesan atau informasi.

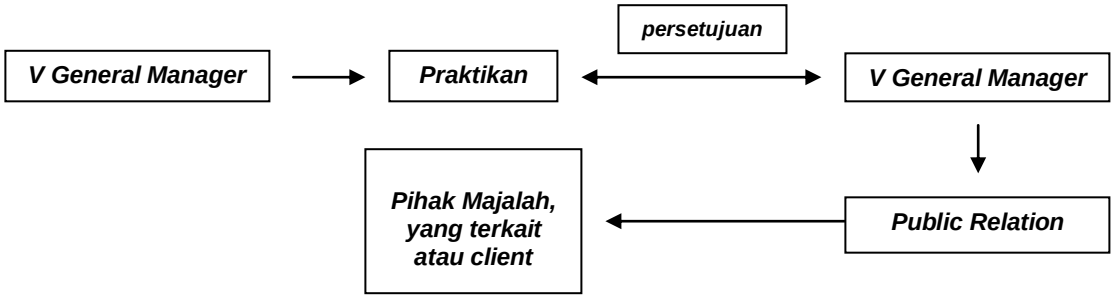
Iklan majalah adalah segala bentuk pesan tentang suatu produk yang disampaikan melalui suatu media, yaitu media cetak majalah. Iklan majalah ini adalah sebagai salah satu strategi promosi yang dilakukan oleh pihak perusahaan yang dalam pembuatannya dilakukan oleh biro iklan**.**

3.3 Metode Kerja Praktikan

Dalam proses pelaksanaan kegiatan Kerja Praktek, Praktikan mendapat berbagai pekerjaan yang diterima dari pembimbing di PT. Mitragamma Swara (Oz Radio FM Bandung) untuk membuat berbagai keperluan grafis yang dibutuhkan dalam pelaksaan kegiatan *Off Air*, misalnya seperti, iklan majalah, *banner, flyers, template* presentasi, *backdrop* panggung, *template corporate mobile*, dan berbagai keperluan grafis lainya.

Selama proses pengerjaanya ada beberapa tahap yang harus dilalui oleh praktikan yaitu, tahap pertama dimana praktikan harus mengumpulkan data dan informasi yang kemudian akan menjadi modal dasar ide kreatif dalam

pembuatan konsep dan sketsa. Setelah proses pembuatan konsep dan sketsa selesai kemudian praktikan membuat berbagai alternatif visual yang kemudian diberikan kepada pembimbimg untuk proses assistensi. Setelah mendapat izin dan asistensi, praktikan membuat eksekusi *digital* sesuai dengan format ukuran dari berbagai majalah yang nantinya akan menjadi media aplikasi dari iklan tersebut. Setelah semua proses tersebut selesai praktikan perlu melakukan *cek* dan *ricek* terhadap semua detailnya, guna menghindari kesalahan-kesalahan yang mungkin terjadi.



Tabel III.1 Bagan Metode Kerja Praktek

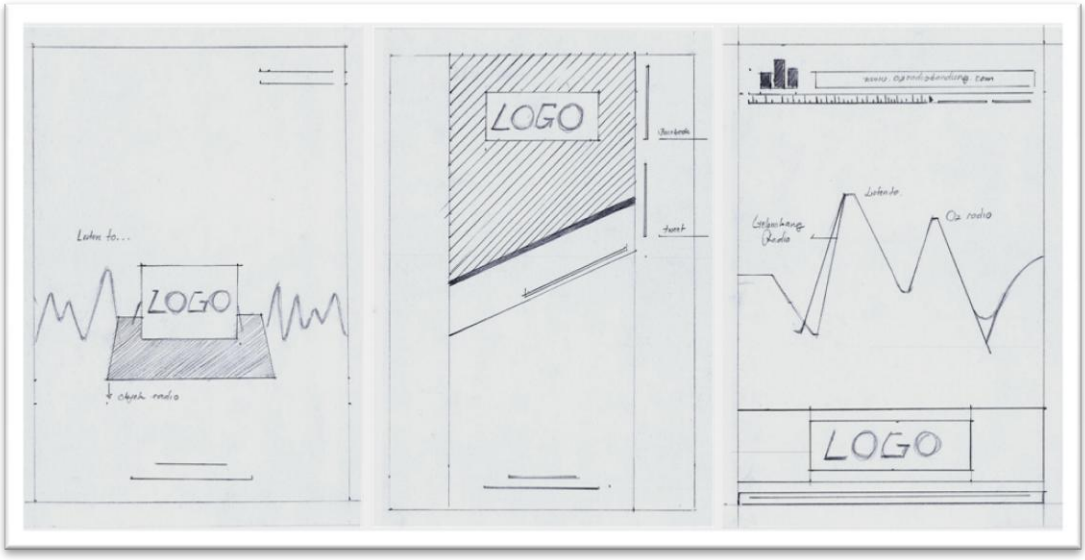
Catatan : dalam hal ini **Vice General Manager (Wakil Manajer Utama)** merupakan pembimbimbing langsung praktikan

3.4 Perancangan

Dalam prosesnya, perancangan iklan Oz Radio pada majalah dibuat melalui berbagai tahap dan proses pengerjaan. Dimulai dari proses pengumpulan data dan informasi yang dilakukan guna menambah wawasan dan pengembangan ide kreatif terhadap konsep iklan tersebut. Baru kemudian masuk kedalam proses sketsa yang merupakan tampilan visual kasar dari konsep dasar yang telah dikembangkan. Setelah konsep tersebut disetujui oleh pembimbing barulah sketsa tersebut dibuat dalam bentuk *digital* dengan menggunakan *software Coreldraw Graphic Suite X4* untuk merancang dan

menata keseluruhan iklan sesuai dengan ukuran majalah yang akan menjadi media aplikasi penempatan iklan tersebut. Begitu setelah proses ini selesai, praktikan mempresentasikan hasil rancangan tersebut kepada pembimbing untuk menyelesaikan proses akhir *artwork* iklan tersebut. Pada akhirnya setelah rancangan iklan disetujui, rancangan tersebut dibuat dalam format jpeg atau png dengan resolusi 300 dpi dengan format warna cetak *CMYK* sebagai *dummy* sebelum iklan tersebut dicetak.

3.4.1 Konsep Perancangan



Gambar III.1 Konsep Perancangan Iklan Majalah Oz radio FM Bandung

Konsep dasar dari perancangan iklan majalah Oz Radio adalah "*simple is beautiful*". Perancangan Konsep ini sengaja dibuat berbeda dari desain sebelumnya dengan maksud mengikuti perkembangan desain modern saat ini. Dengan tidak banyak menggunakan warna dan bentuk yang dianggap rumit.

Alasan pengembangan konsep ini adalah dengan adanya sebuah pernyataan yang mengungkapkan bahwa “semua radio dan semua iklan radio pada majalah mempunyai target *audience* dan tema yang sama dengan *genre* music *R&B*, *Soul* dan musik malam sebagai tema yang menjiwai radio itu sendiri”. Secara tidak langsung hal itu telah menjadi *mind set* yang tertanam dibenak masyarakat. Selain itu, hal ini juga merupakan bukti bahwa selama ini desain iklan yang sebelumnya telah menyempitkan segmentasi pasar dari radio itu sendiri. Berangkat dari hal tersebut, praktikan ingin membuat sebuah pemahaman baru kepada masyarakat bahwa masih ada radio yang memiliki generalisasi genre terhadap *trend* dan *lifestyle* musik itu sendiri.

Objek yang dibuat sebagai *“point of view”* dari iklan tersebut adalah bentuk adaptasi dari gelombang sinyal radio yang dibuat secara bertumpuk sebagai bentuk dari asosiasi Oz Radio sebagai salah satu pelopor radio di Indonesia. Hal lain yang ditambahkan adalah penggunaan tipografi yang sederhana dengan alasan karena tipografi dianggap memiliki fungsi yang lebih fleksibel pada penerapanya sebagai media informasi dan aspek estetis pada sebuah iklan. Diluar daripada itu, elemen *grafis* yang gunakan hanyalah sebagai elemen penghias saja.

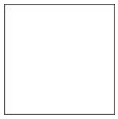
Grayscale / monochrome adalah tema yang digunakan pada warna iklan majalah ini. Dengan komposisi warna *CMYK* sebagai berikut*.:*

- *Untuk elemen grafis utama dan sebagian penghias*
  C : 69 M : 62 Y : 61 K : 53 | low black



- *Untuk outline logo Oz Radio FM Bandung*
  C : 84 M : 73 Y : 73 K : 31 | pure black





- *Untuk backround*
  C : 00 M : 00 Y : 00 K : 00 | white

Grayscale atau gradasi abu-abu pada sebuah *image digital* adalah *image* yang pada setiap pixelnya hanya berisikan informasi intensitas warna putih dan hitam. Alasan utama penggunaan warna *grayscale* itu sendiri adalah untuk menampilkan nuansa yang berbeda ketika disandingkan dengan image lain yang berwarna nantinya. Selebihnya adalah untuk memperlihatkan kesan dinamis dan sederhana dalam keseluruhan *layoutnya*.

Sedangkan *font*/jenis huruf yang digunakan dalam keseluruhan rancangan iklan ini adalah “Helvetica regular”. Karena “Helvetica” memiliki tingkat keterbacaan yang baik dan jelas meskipun ukuran *spacin*gnya diubah hingga 25%.

Helvetica Regular
A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 & ! ? # $ % . , : ; ‘ “ ^ * | = (/) [\ ] { - } _ +

Helvetica Regular Bold
A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 & ! ? # $ % . , : ; ‘ “ ^ * | = (/) [\ ] { - } _ +

Helvetica Regular Italic
A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y
*1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 & ! ? # $ % . , : ; ‘ “ ^ * | = (/) [\ ] { - } _ +*

Helvetica Regular Bold Italic

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 & ! ? # $ % . , : ; ‘ “ ^ * \| = (/) [\ ] { - } _ +

3.4.2 Teknis Perancangan

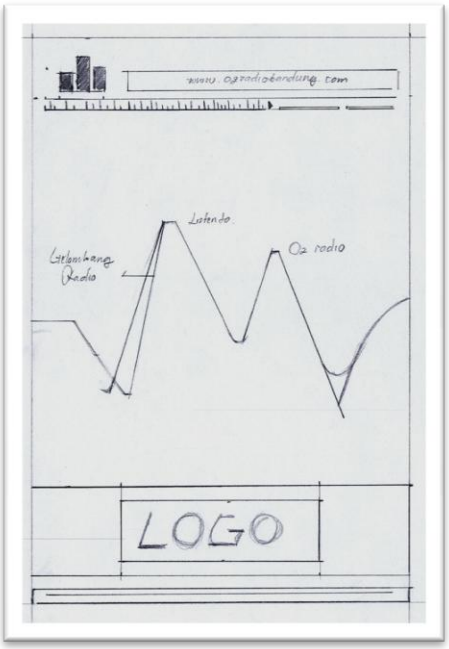
Secara umum teknis perancangan merupakan sebuah pemaparan mengenai proses perancangan dan pembuatan yang dalam hal ini dikaitkan pada pokok permasalahan, yakni iklan pada media cetak. Dalam prosesnya, praktikan dituntut untuk dapat membuat sebuah iklan dengan konsep dan visualisasi yang menarik, dan tepat sesuai dengan *target audience*nya “ remaja muda “.

Dengan bermodalkan hal tersebut maka praktikan menentukan konsep dengan tema *“simple is beautiful”* Perancangan Konsep ini sengaja dibuat berbeda dari desain sebelumnya dengan maksud mengikuti perkembangan modern desain saat ini. Dengan tidak banyak menggunakan warna dan bentuk yang dianggap rumit. Selain itu dengan konsep ini, diharapkan Oz Radio akan memiliki kesan yang lebih istimewa dibanding dengan Radio lainya (kompetitor).

Pada tahap pertama setelah praktikan mendapat data dan informasi dari pembimbing, praktikan mengumpulkan data dan informasi tersebut yang kemudian dianalisis untuk dijadikan sebuah ide kreatif dalam konsep yang akan ditampilkan. Proses berikutnya adalah membuat sketsa manual sebagai gambaran dasar yang kemudian akan diassistensi oleh pembimbing, selanjutnya adalah tahapan eksekusi *digital* yang akan menjadi *final artwork* iklan tersebut.

Berikut proses dan penjelasan tahapan pembuatan iklan majalah Oz Radio Bandung :

1. **Sketsa Perancangan Iklan Majalah Oz radio FM Bandung**

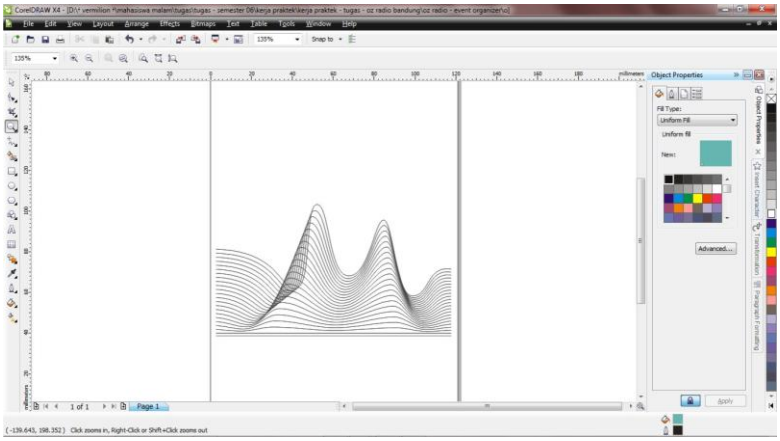


Gambar III.1 Sketsa Perancangan Iklan Majalah Oz radio FM Bandung

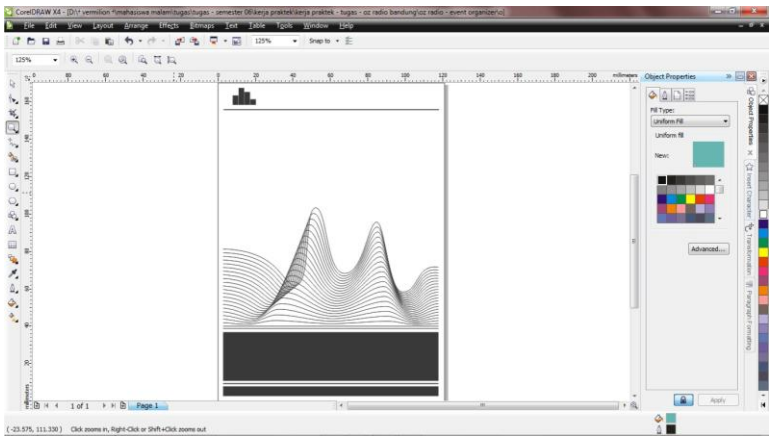
2. **Sketsa *Digital* Perancangan Iklan Majalah Oz Radio FM Bandung**

   Setelah mendapat persetujuan dan asistensi dari pembimbing, barulah praktikan membuat sketsa digital Iklan majalah ini, dengan menggunakan *softwere Coreldraw Graphic Suite X4* sebagai s*oftwere* pengolah image *bitmap* dan *vector* yang cukup baik dengan segala fasilitas yang ada didalamnya. Pada tahap awal pengerjaanya, praktikan mulai melakukan *tracing* (menggambar ulang) terhadap sketsa manual yang telah di*scan* sebelumnya. Baru kemudian masuk ke tahap penambahan elemen-elemen grafis yang sifatnya hanya sebagai penghias *layout* saja.

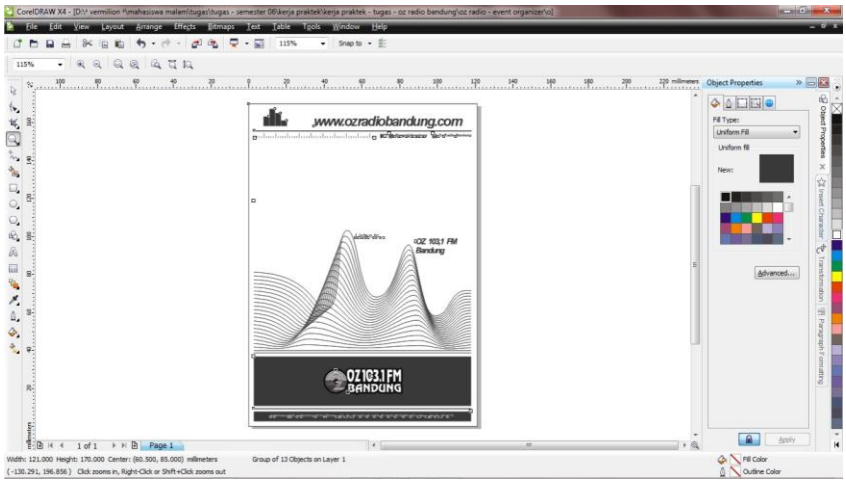
Selanjutnya merupakan proses penambahan dan pemilihan tipografi dan logo yang berfungsi sebagai media informasi dalam iklan tersebut. *font*/jenis huruf yang digunakan dalam keseluruhan rancangan iklan ini adalah “Helvetica regular”. Karena “Helvetica” memiliki tingkat keterbacaan yang baik dan jelas walau ukuran *spacing*nya telah diubah hingga 25%. Setelah tipografi dan logo masuk kedalam proses penataan barulah komposisi peletakan dan warnanya diatur sedemikian rupa agar tampil dengan baik. Berikut proses pengerjaan sketsa *digital* iklan majalah Oz Radio FM Bandung :



Gambar III.2 Sketsa Digital Perancangan Iklan Majalah Oz radio FM Bandung



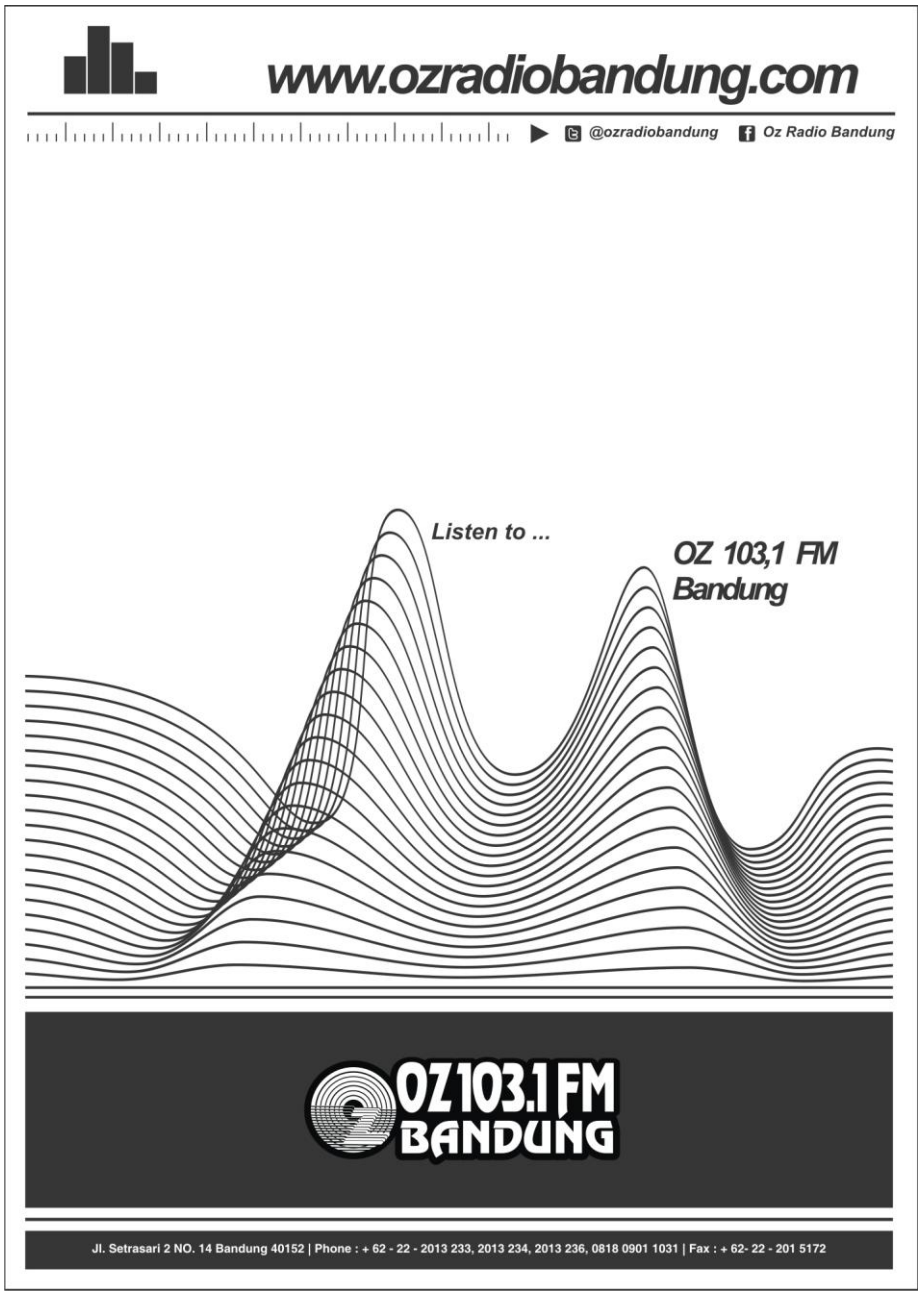
Gambar III.3 Sketsa Digital Perancangan Iklan Majalah Oz radio FM Bandung



Gambar III.4 Sketsa Digital Perancangan Iklan Majalah Oz radio FM Bandung

1. Dummy

Setelah selesai membuat layout, langkah selanjutnya adalah membuat *dummy* dengan mencetaknya dalam resolusi 300 dpi (resolusi cetak). Hal ini perlu dilakukan untuk mencegah hal-hal yang tidak diinginkan seperti perbedaan warna objek dilayar komputer dengan hasil cetak atau bahkan yang lebih buruk. Selanjutnya *dummy* diberikan kepada pembimbing untuk dikoreksi dan diperiksa agar layak cetak.



Gambar III.5 Dummy Iklan Majalah Oz radio FM Bandung