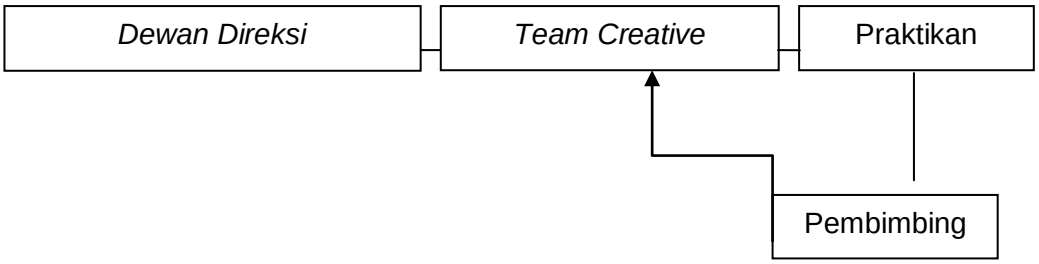
BAB III

Laporan Kerja Praktek

3.1 Peranan Praktikan Dalam Perusahaan

Dalam struktur organisasi di perusahaan J&C COOKIES terdapat bagian peranan profesi *Team Creative* yang dipimpin oleh Bapak Nomi Priyono, S.sn. *Team Creative* adalah orang kreatif yang tergabung dalam Tim dengan tugas menerjemahkan desain program menjadi desain produksi. Tugas Tim ini seperti yang telah disebutkan diatas diantaranya adalah mempelajari, mendalami, dan mengembangkan desain program. Tugas lanjutannya mengkaji/mengamati kecenderungan kemasan produksi yang sedang popular dan mengembangkan secara terus menerus beberapa alternatif kemasan. Menciptakan desain produksi yang dinamis, *visioner*, kompetitif, dan menjadi *trendcenter*. Melakukan evaluasi guna peningkatan kualitas hasil produksi berikutnya dan bertanggung jawab kepada *management.*



Dalam proses Kerja Praktek pada perusahaan tersebut praktikan diposisikan sebagai bagian dari *Team Creative,* berperan membantu Bapak Nomi Priyono, S.sn dalam membuat berbagai kebutuhan desain untuk perusahaan.

3.2 Pekerjaan Praktikan Selama Kerja Praktek

Tahap pertama, praktikan melakukan rapat yang dilakukan dengan *Team Creative,* membahas tentang apa yang akan dibuat oleh perusahaan dalam kebutuhan desain, selanjutnya dilakukan pembahasan struktur pembuatan desain, praktikan mulai melakukan pekerjaan dengan proses *digitalisasi,* terakhir di asistensikan kepada pembimbing di perusahaan, jika disetujui maka pembimbing langsung melakukan rapat yang dihadiri oleh *staff* dan pemilik perusahaan, lalu dilakukan proses produksi.

3.3 Metode Kerja Praktikan

Selama kerja praktek, praktikan diberikan pekerjaan oleh pembimbing di J&C COOKIES untuk membuat desain *flyers* sebagai salah satu media promosi J&C COOKIES.

Proses pertama yang dilakukan adalah rapat yang dilakukan bersama pembimbing perusahaan yang membicarakan tentang struktur desain yang akan di aplikasikan terhadap *flyers*, selanjutnya dilakukan proses *digitalisasi.* Selanjutnya asistensi kepada pembimbing, jika disetujui maka pembimbing melakukan rapat bersama *staff* dan pemilik perusahaan, kemudian dilanjutkan pada proses produksi.

3.4 Perancangan

Dalam merancang sebuah desain promosi untuk pembuatan *flyers* yang baik, yang pertama harus dilakukan adalah mengumpulkan semua data dari pihak perusahaan dan target *audience* yang akan dituju*.* Setelah data-data terkumpul, kemudian melakukan proses pengerjaan dengan cara *digitalisasi* menggunakan *software* yang telah ditentukan yaitu *CorelDRAW X4* untuk menata gambar dan tulisan yang dengan hasil akhir berupa *jpeg.* Alasan mengapa dipilih format *jpeg* selain karena permintaan pembimbing format tersebut adalah salah satu format yang

umum dan sering digunakan untuk media *file* gambar format tersebut juga memiliki kapasitas yang rendah dibanding dengan format gambar lainnya selain itu kualitas gambar pun tidak buruk bahkan tergolong baik. Alasan tersebut dapat dibenarkan karena pada saat produksi tidak akan sulit dengan hal-hal teknis.

Ukuran *flyers* 30x10 cm dan *resolusi* 300dpi dengan format CMYK. Pengambilan format seperti itu dimaksudkan untuk menghindari turunnya kualitas gambar dan warna saat proses cetak. Format CMYK adalah format warna khusus untuk gambar yang akan dicetak, agar warna yang dihasilkan saat proses pencetakan gambar sama dengan apa yang dilihat ketika dilayar monitor saat proses *digitalisasi.*

3.4.1 Konsep Perancangan

Konsep perancangan adalah salah satu tahap yang dilakukan dalam membentuk sebuah karya desain yang menuntut kreativitas praktikan dalam membuat karya desain yang baik. Dalam merancang media promosi J&C COOKIES, praktikan menyesuaikan dengan permintaan klien dalam merancang *flyers* yaitu desain yang unik yang didalamnya berisi mengenai prestasi, produk, dan sertifikat yang telah didapat oleh J&C COOKIES.

Pertama praktikan harus melakukan proses analisa untuk mengetahui desain yang akan dibuat itu digunakan dimana dan siapa target *audience*-nya. Proses analisa disini sangat penting dalam melakukan pekerjaan desain karena proses ini dilakukan agar saat pembuatan karya desain, praktikan tidak melenceng dengan gaya perusahaan dan target *audience* yang dituju.

Langkah-langkah saat proses analisa: pertama, praktikan mencari data-data yang berhubungan dengan perusahaan. Melakukan analisis SWOT *(Strange, Weakness, Oportunity, Threatment)*, disini praktikan

dapat mengetahui hal-hal apa saja yang akan dilakukan dalam perancangan karya desain.

Setelah mengetahui akan digunakan dan disebarkan di *outlet*, kantor pemasaran, dan tempat-tempat acara yang disponsori J&C COOKIES, adapun langkah-langkah yang dilakukan praktikan setelah proses analisa adalah melakukan proses pembuatan media promosi *flyers*. Berikut proses yang dilakukan :

- Rapat dengan *Team Creative*
- Data berupa tulisan dan gambar dari klien
- Sketsa
- Pemilihan Tipografi
- Perancangan
- Layout
- Cetak

A.Rapat dengan *Team Creative*

Proses ini adalah proses yang penting untuk menentukan apa yang akan dibuat dan apa yang dibutuhkan oleh pihak klien untuk perancangan desain yang akan dikerjakan, yang didalamnya membahas tentang desain *flyers* sebelumnya dan desain baru yang akan dibuat oleh J&C COOKIES mengenai bahan – bahan yang akan digunakan. Saat proses diskusi, perbincangan tentang bahan yang akan digunakan begitu sangat diperhatikan, pasalnya pemilik perusahaan meminta kepada *Team Creative* agar membuat desain yang unik dengan biaya yang minimalis.

Dalam hal tersebut praktikan dituntut oleh pembimbing untuk memikirkan desain apa yang akan digunakan agar memenuhi kriteria yang diajukan pemilik perusahaan untuk desain *flyers* yang akan dibuat. Dalam proses rapat, praktikan mengajukan beberapa alternatif sebelum melanjutkan pada proses selanjutnya.

Dalam perbincangan tersebut, praktikan mengambil ide dari *flyers* sebelumnya dengan menambah elemen potongan pada *flyers* yang akan dibuat namun dengan konsep yang berbeda. Setelah melakukan proses perbincangan yang panjang mengenai konsep yang diajukan dan mendapat persetujuan dari pembimbing maka di lakukan proses selanjutnya.

Disini praktikan mengajukan konsep dengan menonjolkan hasil foto produk karena praktikan mengetahui bahwa salah satu kebiasaan manusia diantaranya menginterpretasikan sesuatu secara visual lebih mudah daripada harus membayangkannya. (Gunandi, Tri.).

Sehingga saat *flyers* sampai pada target audience, informasi tentang produk lebih cepat tersampaikan. Selain itu, penggunaan foto produk menambah daya tarik target audience untuk lebih mengetahui tentang sumber produk. Alhasil, nama perusahaan pun akan dicari oleh target *audience*.

B.Data tulisan dan gambar dari klien

Data yang diberikan pihak klien yang ingin dicantumkan dalam pembuatan desain *flyers* adalah data yang berisikan tentang perusahaan, prestasi yang telah dicapai oleh perusahaan, dan foto-foto produk, sertifikat, dan karyawan.

Data yang diberikan oleh pihak klien kepada *Team Creative* adalah hal yang tidak kalah penting dari permintaan sebelumnya, karena data yang diberikan adalah apa saja yang ingin dikomunikasikan pihak perusahaan atau klien kepada target *audience.* Berikut adalah data-data yang diharuskan ada oleh pihak perusahaan atau klien, selain logo perusahaan.

Dalam *point* ini praktikan memahami informasi yang ingin disampaikan oleh klien dan apa saja yang ingin ditonjolkan oleh klien kepada target *audience.* Memahami keinginan klien adalah penting, dimana dalam proses ini klien mempercayakan *Team Creative* untuk mengemas semua informasi yang ingin mereka sampaikan secara menarik dan unik, agar kualitas dan *varian* produk yang mereka pasarkan dapat diketahui oleh target *audience* berikut gambar yang ingin dicantumkan pihak klien terhadap *flyers* yang akan dibuat.

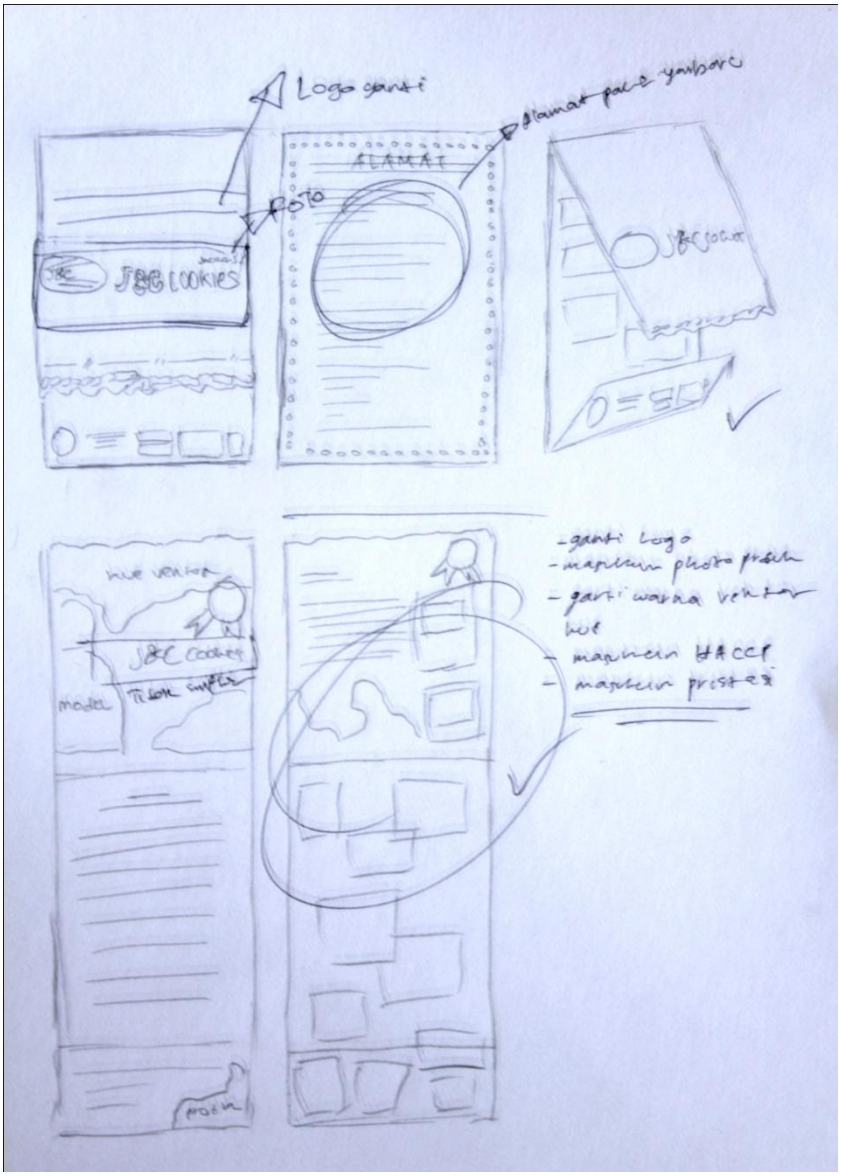


GAMBAR III.1. Gambar dari Klien

Sumber: J&C COOKIES

C. Sketsa

Tahap pembuatan sketsa sebelum dilanjutkan pada proses selanjutnya adalah hal yang penting. Karena dalam proses ini praktikan mulai memberi gambaran visual secara abstrak untuk diajukan pada pembimbing, sehingga memudahkan untuk proses selanjutnya pada tahap *digitalisasi.*



GAMBAR III.2.Sketsa

D.Pemilihan Tipografi

Pemilihan tipografi dalam desain *flyers* harus sangat diperhatikan karena didalam *flyers* terdapat informasi-informasi berupa tulisan. Agar target *audience* mudah untuk mengetahui dan tidak sulit ketika dibaca, maka dipilih font *Arial.* Pemilihan *font* tersebut dipilih karena *font* tersebut umum dan mudah untuk dibaca. Selain itu *font* ini adalah *font* umum yang biasa digunakan dalam berbagai hal, contoh : karya tulis, laporan, buku.

“Arial”

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890,.;:’”?!()

The Quick Brown Fox Jumps Over The Lazy Dog

3.4.2 Teknis Perancangan

Teknis perancangan merupakan penjabaran mengenai proses pembuatan media promosi. Dalam hal ini praktikan membuat media promosi *flyers* dengan menggabungkan gambar-gambar dan tulisan yang telah diberikan oleh klien untuk dirancang sedemikian rupa agar enak dipandang dan tentunya memiliki nilai jual bagi produk yang dipromosikan.

a. Merancang gambar / menggabungkan *image*

Praktikan menggunakan *software CorelDraw X4* karena *CorelDraw X4* adalah *software* yang direkomendasikan pembimbing dalam melakukan pekerjaan desain. Selain itu *software* tersebut memiliki fasilitas yang mumpuni untuk mengolah gambar dan me *layout*-nya dengan tulisan.

Pada tahap awal, praktikan menggunakan format ukuran yang disediakan pada *software* dengan memilih ukuran A3 untuk media kerja didalam *software*. Selanjutnya membuat bentuk persegi panjang kembar dengan ukuran 30x10cm dan memberikan garis bantu disetiap tepinya agar ukuran saat me-*layout* dan pelipatan terjaga keakuratannya lalu pemberian warna gradasi utuk bagian dalam dan coklat untuk bagian luar.

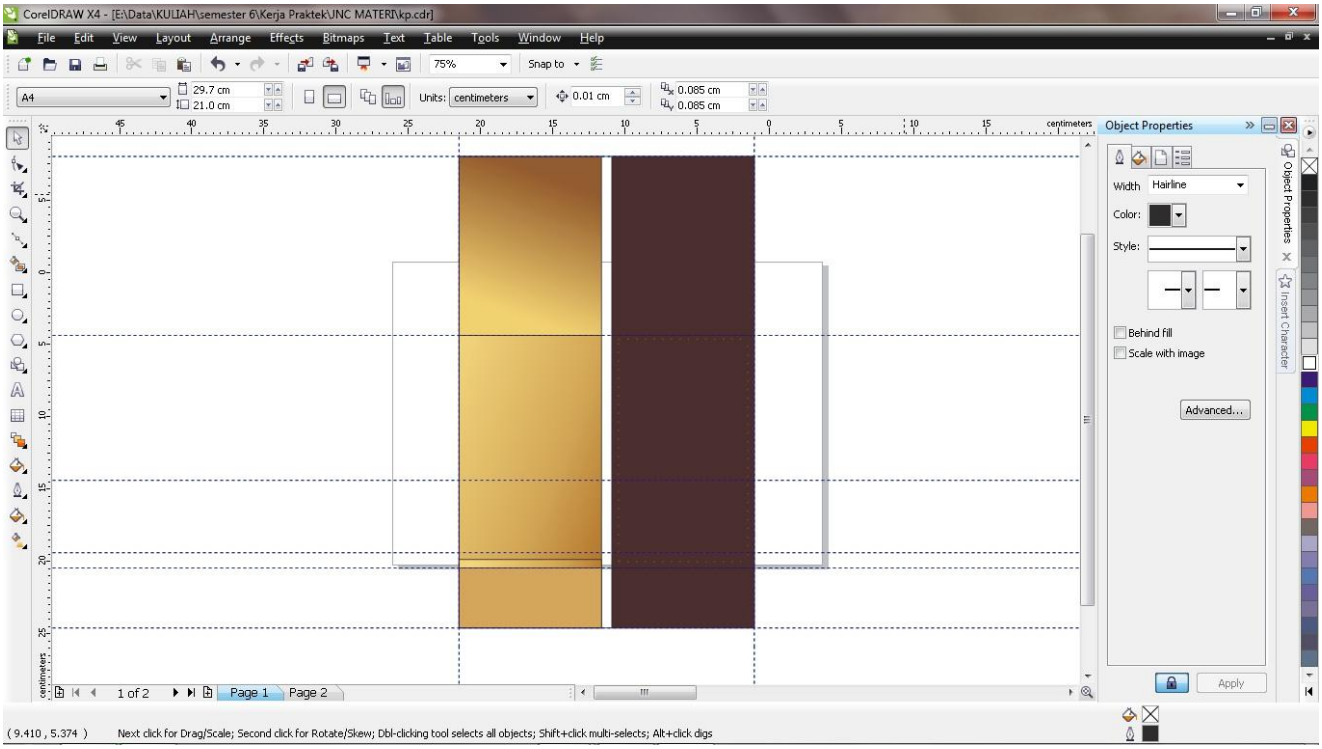
Warna yang di gunakan :

C : 46 M : 84 Y : 75 K : 72

C : 29 M : 67 Y : 88 K : 19

C : 2 M : 14 Y : 51 K : 0

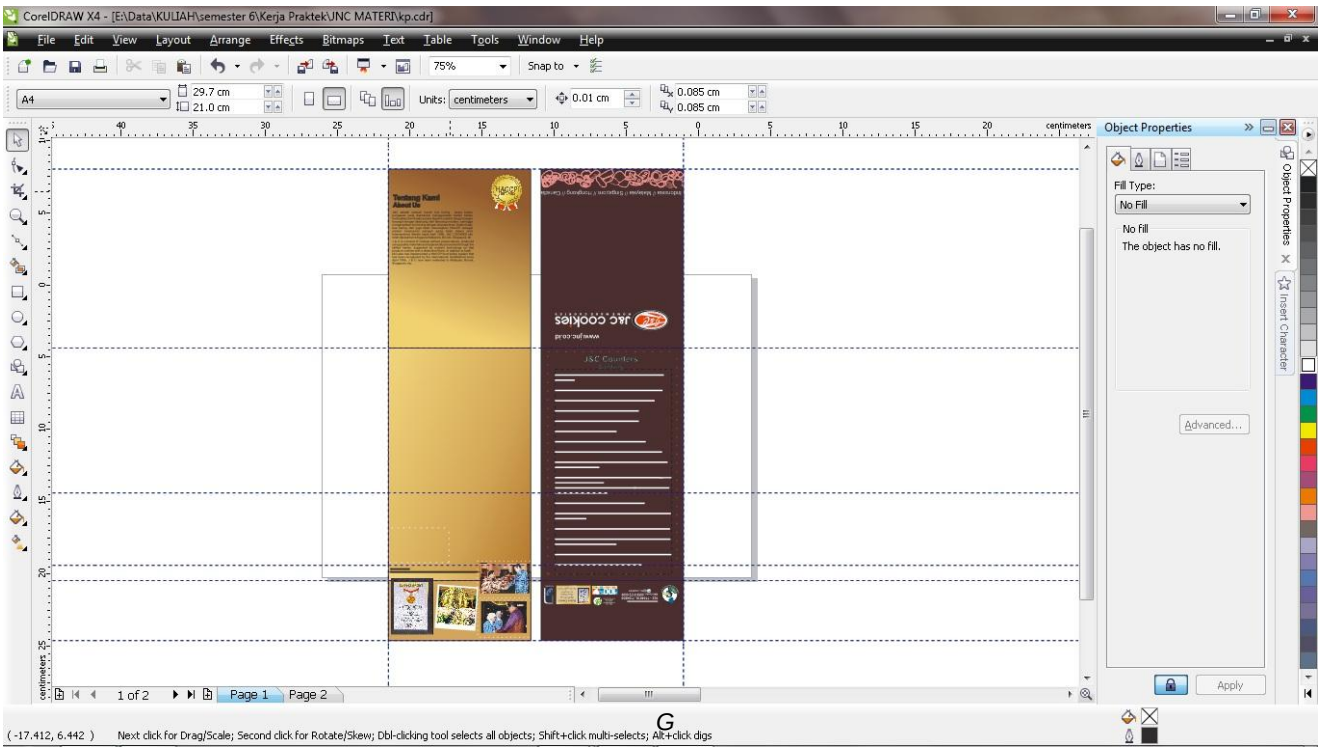
C : 2 M : 9 Y : 19 K : 0



GAMBAR III.3. Proses 1

b. Penambahan Tulisan Konten dan Logo

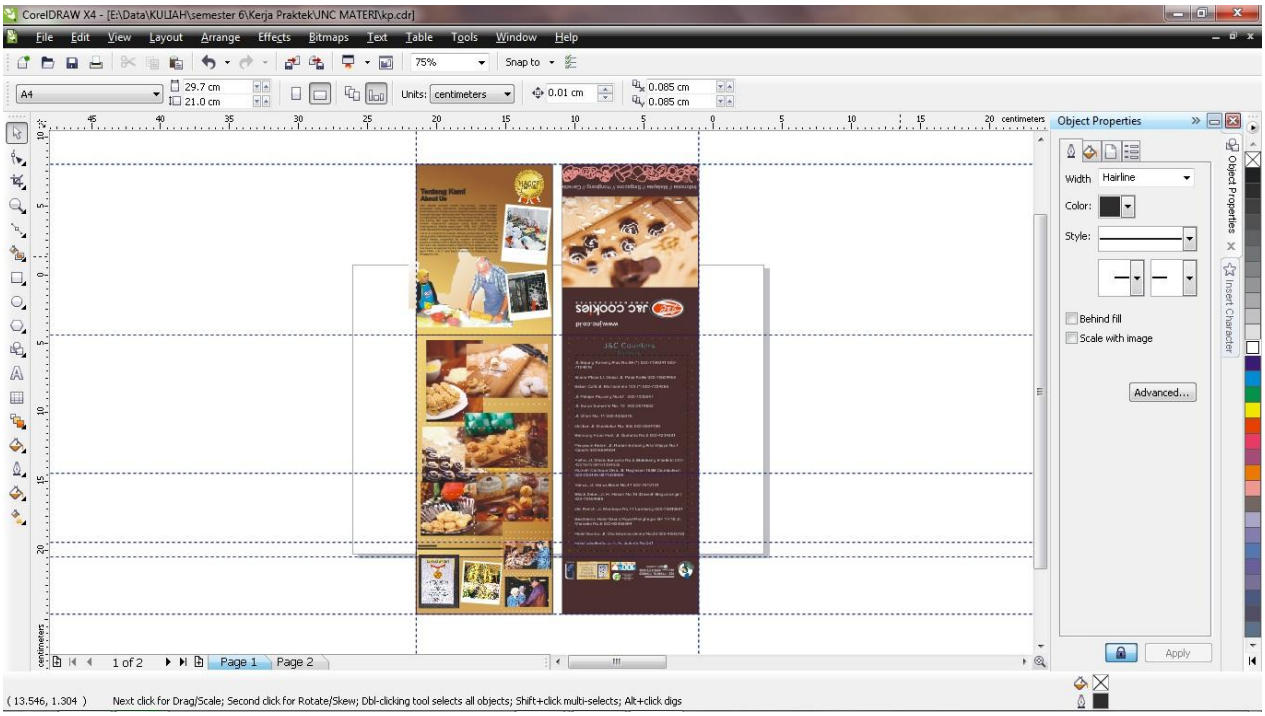
Dalam proses ini praktikan menambahkan tulisan yang diminta oleh klien untuk disertakan dalam desain f*lyers* yang akan dibuat dan beberapa konten gambar yang juga disertakan didalamnya berikut logo perusahaan. Penyusunan gambar dan tulisan ini dilakukan agar terjadinya keselarasan antara tulisan, gambar dan *background* warna yang digunakan. Praktikan juga menambahkan beberapa ilustrasi kue yang disimpan pada ujung lipatan depan agar menambah kesan manis, dan unik dari *flyers* yang akan dibuat.



GAMBAR III.4. Proses 2

c. Penambahan Foto Produk dan Elemen Visual

Proses akhir dari *digitalisasi* ini adalah proses dimana penambahan foto produk dan elemen-elemen visual yang menambah kesan lebih dari *flyers* tersebut, dimana penambahan tersebut selain memberikan informasi produk yang diperkenalkan juga menambah nilai jual bagi produk tersebut karena adanya dukungan elemen-elemen visual yang ditambahkan. Seperti dibawah ini, praktikan menambah titik-titik pada bagian tertentu untuk memperjelas produk dan menambah keindahannya. Selain itu disini juga dilakukan penyempurnaan pada bagian depan *flyers* atau *cover* dengan menambahkan salah satu foto produk yang dipilih praktikan yang dalam segi keindahaaannya paling menjual.



GAMBAR III.5. Proses 3

d. Dummy

Dummy adalah contoh produk yang akan dicetak yang bertujuan sebagai alternatif bagi produk yang akan diproduksi atau untuk alternatif pengajuan persetujuan terhadap pihak yang ditunjuk sebagai pengambil keputusan. Berikut adalah contoh yang praktikan buat untuk *flyers* yang akan diproduksi perusahaan:



GAMBAR III.6. Dummy 1



GAMBAR III.7. Dummy 2

GAMBAR III.8. Dummy 3

f. Hasil Akhir

Setelah melalui proses persetujuan dari pembimbing, karya langsung diajukan kepada pihak klien untuk persetujuan cetak format diberikan berupa *jpeg* berikut *file* mentah dari *software* yang digunakan.



GAMBAR III.9. Dummy 1