

**LAPORAN AKHIR KULIAH KERJA MEDIA**  
**MEKANISME KERJA CREATIVE DESIGN**  
**DALAM SEBUAH PEMBUATAN IKLAN**  
**DI CV. CIPTA GRAHA SELARAS**  
**SURAKARTA**



**Disusun Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh**  
**Gelar Ahli Madya pada Jurusan Periklanan**  
**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**  
**Universitas Sebelas Maret**  
**Surakarta**

**Disusun Oleh:**  
**ARGO CHRISTIANTO YUWONO**  
**D 1307011**

**PROGRAM DIPLOMA III KOMUNIKASI TERAPAN**  
**KONSENTRASI PERIKLANAN**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**  
**UNIVERSITAS SEBELAS MARET**  
**SURAKARTA**

**2010**

**HALAMAN PERSetujuan**

Tugas Akhir Berjudul :

**MEKANISME KERJA CREATIVE DESIGN**

**DALAM SEBUAH PEMBUATAN IKLAN**

**DI CV. CIPTA GRAHA SELARAS**

**SURAKARTA**

Karya :

Nama : Argo Christianto Yuwono

NIM : D1307011

Konsentrasi : Periklanan

Disetujui untuk dipertahankan dihadapan Panitia Ujian Tugas Akhir Program DIII

Komunikasi Terapan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Surakarta, 28 Juni 2010

Menyetujui,

Dosen Pembimbing

**Sri Hastjarjo, S.Sos, Ph.D**

**NIP : 197102171998021001**

## HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini telah diuji dan disahkan oleh Panitia Ujian Tugas Akhir  
Program DIII Komunikasi Terapan, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Sebelas Maret

Surakarta

Hari :

Tanggal :

Panitia Ujian Tugas Akhir :

1. Susanto Karthubij, S.Sos, M.Si (.....)  
NIP. 197307101998021001
2. Sri Hastjarjo, S.Sos, Ph.D (.....)  
NIP. 197102171998021001

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Sebelas Maret

Surakarta

Drs. H. Supriyadi, SN, SU  
NIP.19530128 1981031 001

## MOTTO

Walau terkadang terasa sangat berat,tetapi semua ini adalah  
Rancangan Tuhan atas kehidupan kita

Jadi

Tetap Semangat dan Mengandalkan Tuhan Dalam Segala Hal

( Penulis )



## **PERS EMBAHAN**

Karya ini ingin kupersembahkan kepada :

1. Orang-orang yang telah memberi dukungan dan kasih sayang padaku (Ayahanda, Ibunda, Adikku, dan Pacarku )
2. Dosen pembimbing dan penguji yang telah berkenan meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam membantu penulis menyelesaikan tugas akhir.
3. Bapak. Candra Slikmeito selaku pimpinan CV.Cipta Graha Selaras yang memberi kesempatan kepada penulis untuk melaksanakan Kuliah Kerja Media di perusahaan yang beliau pimpin.
4. Semua karyawan CV. Cipta Graha Selaras yang telah membantu, memberikan bimbingan kepada penulis selama masa Kuliah Kerja Media.

## KATA PENGANTAR

Mengucap Syukur Kepada Bapak Tuhan Yesus yang selalu memberi Anugrah dan Berkat-Nya yang luar biasa kepada penulis, sehingga dapat menyelesaikan Tugas akhir yang berjudul *“Mekanisme Kerja Creative Design dalam sebuah Pembuatan Iklan di CV. Cipta Graha Selaras ”*.

Tugas Akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Ahli Madya (AMd ) dalam bidang studi Periklanan dan lebih dari itu sesungguhnya kuliah kerja media ini merupakan rangkuman dari proses pembelajaran yang telah ditempuh penulis selama masa perkuliahan. Sebagai manusia, penulis tahu betul bahwa dalam penyusunan laporan Tugas akhir ini masih banyak kekurangan dan kesalahan. Untuk itu, penulis memohon kepada pembaca sekalian sekiranya berkenan memberikan kritik dan saran yang bersifat membangun dan akhirnya dapat menjadi hal yang berguna bagi para pembaca.

Dalam penyusunan Tugas akhir ini, penulis juga tak lepas dari berbagai kesulitan dan kendala. Namun berkat bantuan dari berbagai pihak, maka penulis dapat melalui kesulitan-kesulitan tersebut. Untuk itu penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Tuhan Yesus, yang telah melimpahkan Anugerah, Berkat dan Bimbingan kepada penulis sehingga penulis secara sehat dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik.

2. Drs. H Supriyadi, SU, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sebelas Maret Surakarta.
3. Bapak Drs. A. Eko Setyanto, M,Si. Selaku Ketua Program D III Komunikasi Terapan.
4. Bapak Sri Harstjarjo, S.Sos,Ph.D selaku pembimbing Tugas Akhir yang telah rela meluangkan banyak waktu untuk memberikan bimbingan, dan pengarahan yang bermanfaat bagi penyusunan Tugas akhir ini.
5. Bapak Susanto Karthubij, S.Sos, M.Si. selaku dosen penguji yang telah meluangkan waktu bimbingannya dalam ujian Laporan Tugas akhir ini.
6. Seluruh staf pengajar DIII Komunikasi Terapan di FISIP.
7. Bapak Candra Slikmeito selaku pimpinan CV. Cipta Graha Selaras yang telah mengizinkan penulis melakukan kuliah kerja media serta kesabarannya dalam memberikan bimbingan dan pengarahan kepada penulis.
8. Seluruh staf karyawan CV. Cipta Graha Selaras yang telah banyak membantu dan memimbing penulis dalam kegiatan kuliah kerja media.
9. Papa dan Mamaku yang selalu memberikan cinta dan kasih sayang yang tiada tara, walau sekarang Papa dan Mama tak lagi menjadi satu. Sekiranya pencapaian ananda ini,dapat membahagiakan Papa dan Mama.
10. Adikku yang selalu menghiburku, canda tawamu adalah motivasiku.
11. Keluarga besar pacarku di Solo terimakasih atas doa dan dukungan terlebih buat kasih sayang yang telah dibrikan.

12. Teman-teman Advertising A: Kaesya, Riko, Gimbal, Djarwanto, Marsell, pokoknya semuanya tanpa terkecuali, terima kasih atas semua dukungan dan persahabatannya selama ini *Thanks Saudaraku*.
13. Buat Mas Seto, Terima kasih buat semua yang telah mas berikan kepada penulis, walau terkadang badai kehidupan teramat berat, tapi kita sebaiknya tetap berfikir bijak dan tetap semangat serta bersandar Kepada-Nya.
14. Teman-teman dari PR, Broadcasting, Perpus dan Ma angkatan 2007-2008, semuanya yang tidak mungkin disebutkan satu persatu, thanks buat dukungannya.
15. Buat “Initial V” thanks banget buat support nya, *‘u are my inspirat*
16. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu. Terima kasih untuk segala bantuan yang telah diberi kepada penulis dalam menyusun Tugas Akhir ini.

Semoga dengan terselesaikannya Laporan Kuliah Kerja Media dapat berguna bagi kita semua, dan bagi pembaca pada khususnya.

Surakarta, Mei 2010

Penulis



**DAFTAR ISI**

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
MOTTO.....	iv
PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang.....	1
B. Tujuan kuliah Kerja Media.....	4
C. Waktu dan Tempat pelaksanaan Kuliah Kerja Media.....	5
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>6</b>
A. Definisi Periklanan.....	6
B. Fungsi Periklanan.....	7
C. Cerative design.....	8
<b>BAB III DESKRIPSI CV. CIPTA GRAHA SELARAS</b> .....	<b>11</b>

A. Company Profile .....	11
B. Sejarah Berdirinya CV. Cipta Graha Selaras .....	12
C. Visi dan Misi CV. Cipta Graha Selaras .....	20
D. Jenis Pelayanan yang ditawarkan .....	13
E. Jenis Produk yang ditawarkan.....	14
F. Jenis Pilihan Sarana Promosi .....	14
G. Struktur Organisasi.....	14
H. Deskripsi Jabatan .....	15
<b>BAB IV PELAKSANAAN KULIAH KERJA MEDIA.....</b>	<b>19</b>
A. Waktu dan Tempat Pelaksanaan KKM.....	19
B. Deskripsi Kuliah kerja Media.....	19
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>27</b>
A. Kesimpulan.....	27
B. Saran.....	28
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar belakang

Pesatnya perkembangan dunia bisnis pada saat ini mengharuskan setiap pelaku usaha untuk bersaing dengan sangat ketat. membanjirnya produk-produk baru mengakibatkan semakin ketatnya persaingan diantara para pelaku bisnis, masyarakat pun semakin selektif dalam memilih produk yang akan digunakannya. Semakin ketatnya persaingan membuat para pengelola bisnis melihat dengan sangat jeli dengan keunggulan produk dalam perusahaannya, dan dapat memanfaatkan sebaik-baiknya setiap celah dan peluang pasar yang ada untuk memperoleh hasil yang maksimal, sehingga menempatkan produknya dalam posisi yang utama. Untuk dapat mempertahankan posisinya, sebuah perusahaan dituntut untuk dapat menemukan inovasi baru sebagai strategi kreatifnya, salah satunya dalam bidang promosi produknya karena dengan melakukan promosi produk merupakan salah satu upaya mempertahankan keunggulan produk dan merebut pangsa pasar yang dituju. Meski tanpa disadari para insan di dunia periklanan pun saling berusaha untuk bersaing kreatifitas secara positif untuk dapat memberikan suatu karya yang terbaik bagi para kliennya. Dengan demikian periklanan di Indonesia akan semakin maju dan berkembang terus dari masa ke masa, serta mampu menghasilkan para kreator-kreator di dunia karya seni iklan yang semakin baik dan berkualitas.

Seiring dengan hal itu, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik program D3 Komunikasi Terapan jurusan Periklanan Universitas Sebelas Maret Surakarta, mengadakan Kuliah Kerja Media (KKM), Kuliah Kerja Media ini sendiri merupakan dasar pelaksanaan kerja nyata untuk para mahasiswa yang tengah menempuh tahap akhir dalam masa perkuliahannya.

Kuliah Kerja Media ini juga dijadikan sarana latihan dimana mahasiswa diharapkan mampu mengenal dunia kerja nyata dan mempraktekkan apa yang telah didapatkan selama kuliah ke dalam dunia kerja secara langsung. Pelaksanaan Kuliah Kerja Media ini juga merupakan peranan penting untuk mahasiswa, dimana mahasiswa dapat belajar dengan masyarakat, dan membangun kerjasama dan kepercayaan dengan orang lain (dalam dunia nyata dengan segala realita aktifitas yang ada), selain itu Kuliah Kerja Media juga merupakan salah satu syarat kelulusan bagi mahasiswa.

Penjelasan penulisan laporan Kuliah Kerja Media ini lebih tertuju pada bagian *creative*. Karena setelah satu bulan ini penulis telah melaksanakan Kuliah kerja Media di CV Cipta Graha Selaras, suatu *Perusahaan Pemasaran Perumahan* di kota solo, yang beralamatkan , Jl Adi Sucipto no 345, Surakarta ( Pojok selatan Tugu Adipura). dimana penulis di tempatkan pada bagian *creative design*.

Selama melaksanakan Kuliah Kerja Media ini penulis memang dituntut untuk lebih kreatif, karena pada masa tersebut bertepatan dengan dihadirkannya dua produk baru perusahaan ini, oleh karena itu bagian kreatif dituntut untuk menyajikan tampilan desain iklan produk yang lebih menarik dibandingkan desain iklan produk yang sebelumnya sudah diluncurkan perusahaan ini. bertepatan dengan hal ini, penulis ingin lebih mempelajari lebih dalam bagaimana tugas serta tanggung jawab seorang *creative design* serta bagaimana proses dapur kreatif dalam suatu Perusahaan Pemasaran serta program – program dan strategi yang dipersiapkan sebelum proses peluncuran produk baru. Sebuah bentuk desain sangatlah berpengaruh dalam sebuah promosi dan pengenalan *brand name*, apalagi bentuk-bentuk desain yang unik dan menarik dapat mendongkrak angka penjualan produk tersebut, sebuah

desain yang menarik juga akan mampu mengundang dan memberikan rasa ingin tau kepada masyarakat untuk lebih mengenal produk atau barang tersebut secara lebih detail. Tugas dan tanggung jawab ini tidak lepas dari seorang *creative design* yang ditunjang pula dengan kemampuan kreatifitas yang mampu memberikan hasil akhir yang memuaskan dan berkualitas. Jika sebuah desain iklan yang dipromosikan dapat dikatakan berhasil atau sempurna, apabila desain tersebut memenuhi syarat-syarat sebagai berikut:

1. Desain tersebut mampu menarik perhatian publik serta mudah untuk diterima dengan segala bentuk penyampaian desain iklan tersebut.
2. Menampilkan ide-ide penggunaan ilustrasi, warna, gambar, atau foto.
3. Adanya keseimbangan penggunaan jenis dan huruf yang tepat, serta stuktur teks yang jelas, singkat, dan komunikatif
4. Mampu menciptakan adanya kebutuhan rasa untuk memiliki produk tersebut, dan mengengangnya.

## **B. Tujuan Kuliah Kerja Media**

Bagian kreatif pada Perusahaan Pemasaran lebih pada pembuatan desain tampilan produk yang tentunya akan disampaikan pada khalayak umum melalui berbagai media, dimulai dari proses peninjauan ke lapangan untuk melihat bentuk – bentuk produk

yang sudah terlebih dahulu muncul, bertujuan sebagai bahan referensi sebelum menentukan bentuk dasar produk baru, proses pembuatan desain berbagai media yang digunakan, seperti brosur, spanduk, baliho, slebaran yang disusun sebegitu rapi sehingga dalam peluncuran produk baru nanti proses promosinya barjalan dengan lancar.

Adapun tujuan pelaksanaan Kuliah Kerja Media adalah sebagai berikut ini :

1. Agar mahasiswa mampu menerapkan ilmu pengetahuan yang telah di dapatkan semasa Kuliah Kerja Media untuk di praktekkan ke dalam dunia kerja.
2. Untuk lebih mengenal dan mengetahui tugas dan tanggung jawab seorang *creative design* dalam dunia kerja nyata.
3. Untuk mengembangkan kemampuan pribadi mahasiswa dalam kreatifitas, adaptasi, dan interaksi sesama rekan kerja dalam realita dunia kerja.

### **C. Waktu dan tempat Pelaksanaan Kuliah Kerja Media**

Kuliah Kerja Media yang dilakukan penulis adalah antara bulan Februari sampai Maret 2010, KKM dilakukan secara mandiri atau individu oleh tiap mahasiswa mulai dari proposal pengajuan permohonan magang, waktu pelaksanaan magang hingga konsentrasi yang dipilih.

Penulis melaksanakan KKM selama 1 bulan antara bulan Februari sampai dengan bulan Maret 2010. Adapun data mengenai perusahaan tempat KKM adalah sebagai berikut :

Nama Perusahaan : CV. Cipta Graha Selaras

Alamat : Jl. Adi Sucipto no 345 ( Pojok Selatan Tugu Adipura)  
Surakarta,Indonesia

Telp : (0271) 733448/ 7990001

Fax : (0271) 733448

E-mail : candra\_slikmeito@gmail.com

Bidang usaha : *Pemasaran*

Waktu pelaksanaan : Februari – Maret 2010

Waktu kerja : Senin – Sabtu

Konsentrasi : Bagian Kreatif

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Definisi Periklanan

Dengan berkembangnya periklanan di Indonesia, kebutuhan komunikasi merupakan kebutuhan yang sangat penting, karena pada dasarnya periklanan merupakan media komunikasi untuk menyampaikan pesan dalam sebuah iklan. Sebuah perusahaan yang telah memiliki *Brand image* yang positif dan ternama dimata konsumennya merupakan sebuah hal yang sangat penting, karena sebuah citra perusahaan mampu membangun sebuah loyalitas daripada konsumen. Pengamat sebuah perusahaan sangat tahu betul realita persaingan dalam dunia usaha ini semakin ketat, oleh karena itu membangun loyalitas konsumen merupakan hal yang sangat penting.

Beberapa pendapat mengenai definisi periklanan :

1. (Jefkins, 1995: 5) mengutarakan, bahwa periklanan merupakan proses penyampaian pesan-pesan penjualan yang paling persuasif yang diarahkan kepada para calon pembeli yang paling potensial atas produk, barang atau jasa tertentu dengan biaya yang semurah-murahnya.
2. (Lwin dan Aitchhison, 1997: 3) mengatakan, iklan adalah kandungan utama dari manajemen promosi yang menggunakan ruang media bayaran untuk menyampaikan pesan.

Dari definisi iklan tersebut pada dasarnya terkandung 4 ciri-ciri dasar advertising :

#### 1. Paid

Bahwa agen periklanan tentu akan memperoleh imbalan jasa/pembayaran dari perusahaan yang menyerahkan order periklanannya menurut tarif tertentu dari agen periklanan.

#### 2. Non personal communication

Bahwa komunikasi dalam advertising mengikutsertakan banyak orang/masyarakat luas (mass communication).

#### 3. Media



Menjelaskan komunikasi dilakukan melalui saluran media tertentu (majalah, radio, televisi, reklame dan lainnya) yang jenis dan jumlahnya disesuaikan menurut jenis dan target audience.

#### 4. Identified

Menjelaskan bahwa sang penerima pesan iklan akan dapat mengidentifikasi atau mengenali sang pemasang (advertiser) melalui pesan yang diterimanya.

### **B. Fungsi Periklanan**

Banyak fungsi yang didapat dari penggunaan periklanan. Namun demikian dari banyaknya fungsi dan maksud dari pengiklan dapat ditarik menjadi beberapa fungsi, seperti yang dikemukakan oleh Rhenald Khasali (1995 : 16) berikut :

#### 1. Fungsi pemasaran (marketing)

Membantu produsen selaku pembuat produk untuk memasarkan produk yang dihasilkan, inilah yang dimaksud bahwa periklanan tidak terlepas dari rantai ekonomi pemasaran.

#### 2. Fungsi pendidikan

Ini lebih cocok disebut fungsi informative sebab di dalam fungsi pendidikan hanya terdapat informasi mengenai produk baru atau improvement (pengembangan) produk yang sudah ada kepada masyarakat khususnya konsumen.

#### 3. Fungsi ekonomi

Memacu persaingan antar produsen sehingga berakibat pada perbaikan dan penurunan harga produk yang ditawarkan dan pada akhirnya akan menguntungkan bagi konsumen.

#### 4. Fungsi social

Meningkatkan produktivitas perusahaan yang pada akhirnya mampu mendongkrak taraf kehidupan perusahaan itu sendiri dan bagi konsumen akan lebih banyak pilihan yang diperoleh. (Rhenald Kasali, 1995 : 16)

Sebuah perusahaan pemasaran dalam mempromosikan produknya, perusahaan tersebut bisa melalui media elektronik dan media cetak, dan dalam proses promosi tersebut tak mungkin lepas dari peran penting bagian *Creative design*

### C. *Creative design*

(Firman, 2006: 25)

*Creative design* merupakan elemen penting dalam sebuah perusahaan periklanan maupun perusahaan pemasaran, *Creative* menurut bahasa adalah menciptakan sesuatu yang baru tanpa ada contoh sebelumnya. Karena menghasilkan sesuatu yang bersifat kreatif itu bentuk akhirnya akan mempunyai ciri-ciri kebaruan dan keunikan meskipun unsur-unsur dasarnya sudah ada sebelumnya. Karena dari sinilah sebuah ide atau gagasan hasil desain muncul yang nantinya akan ditawarkan kepada klien. Kreatifitas dan ide-ide inilah yang nanti akan mendukung keberhasilan *branding activation*, untuk menciptakan ingatan daripada konsumen. seorang kreator juga dituntut untuk mampu menciptakan sebuah desain yang memiliki karakteristik dan kualitas yang bagus, karena dari terciptanya sebuah ingatan konsumen, hal ini akan membangun loyalitas daripada konsumen.

Dalam berkomunikasi, seorang *Creative design* menggunakan kata (huruf) dan symbol serta elemen-elemen grafis. Seperti halnya komunikator yang lain, *Creative design* memiliki tugas dan tanggung jawab menciptakan pesan yang efektif, jelas dan mudah dimengerti. Adapun elemen-elemen grafis meliputi garis, bentuk, volume, tekstur dan warna.

Desain dapat diartikan sebagai gabungan dari beberapa elemen-elemen yang didasari prinsip-prinsip desain, sehingga tercipta sebuah kesatuan karya seni yang memiliki nilai estetis dan kualitas. Sebuah proses pembentukan yang diawali dari pencarian ide, memilih dan menyusun elemen-elemen grafis (garis, bidang, warna, tekstur) sehingga tercipta suatu kesatuan bentuk yang memiliki cita rasa, kualitas dan nilai keindahan. (Hahn, 1999: 185)

Suatu proses desain dapat dikatakan selesai jika sang kreator telah selesai dengan sempurna dalam mempertimbangkan semua komponen desain secara seimbang. (Hahn, 1999: 188), Komponen proses desain antara lain :

1. *Ide*

2. *Fungsi*
3. *Media (alat dan bahan)*
4. *Metode / tehnik*

Setiap karya seni memiliki elemen-elemen desain visual, elemen-elemen tersebut terdiri dari dua elemen, diantaranya :

**1. *Elemen Visual Materi***

- a. Titik dan garis (dot and line)
- b. Bidang dan bentuk (shape and form)
- c. Nada dan warna (tone and colour)
- d. Jejak dan tekstur (spot and texture)
- e. Ruang (space)

**2. *Elemen Visual Variabel***

- a. Ukuran (size)
- b. Jumlah (number)
- c. Penempatan (position)
- d. Jarak (distance)
- e. Arah (direction)

Seorang desainer juga harus mempertimbangkan prinsip-prinsip atau tata nilai desain untuk dapat menciptakan sebuah karya yang memiliki nilai estetis, adapun prinsip-prinsip tersebut, meliputi :

( Hann, 1999: 189-190)

**1. *Kesatuan ( Unity)***

Kualitas hubungan antara elemen desain yang membentuk kesatuan yang utuh dan tidak dapat dipisahkan lagi kedalam komponen penyusun perwujudannya.

**2. *Keseimbangan (Balance)***

Kualitas hubungan antar elemen desain yang membangun keseimbangan kekuatan (equilibrium) dari kesan tarikan, tolakan, gaya berat dan perhatian.

### 3. *Keselaran (Harmony)*

Kualitas hubungan antar elemen yang membentuk suatu hubungan yang saling mendukung, terpadu dan selaras. Adapun unsur yang dapat membentuk keselarasan adalah :

a. *Nada (tone)*

Karakter elemen desain akan menimbulkan perbedaan tingkat kekuatan dan perhatian yang berbeda, namun perbedaan tersebut harus terpadu dan selaras

b. *Irama (Rhythm)*

Pengulangan elemen-elemen desain yang teratur

c. *Pergerakan (movement)*

Kesan gerak dari gambar yang pada dasarnya statis akan memberikan kesan hidup.

### 4. *Penonjolan (Emphasis)*

Sebuah karya seni harus mempunyai karakteristik yang unik dan dapat membangun sebuah pemusat perhatian

### 5. *Kesederhanaan (Simplicity)*

Suatu tindakan mempertimbangan penggunaan suatu elemen desain dalam membangun nilai estetis, sehingga tidak terkesan kacau (*crowded*)

### 6. *Kejujuran (Honesty)*

Sebuah keaslian merupakan nilai utama dari sebuah karya seni.

Dari semua elemen-elemen dan prinsip-prinsip desain inilah seorang *Creative design* harus mampu menguasai dan memahami seluruh unsur-unsur kaidah tersebut yang nantinya akan diaplikasikan dalam sebuah bentuk desain grafis guna menciptakan sebuah karya seni yang berkualitas.

### BAB III

#### DESKRIPSI CIPTA GRAHA SELARAS

##### A. Company Profile

Nama Perusahaan : CV. Cipta Graha Selaras

Alamat : Jl. Adi Sucipto no 345 ( Pojok Selatan Tugu Adipura)  
Surakarta.Indonesia

Telp : ( 0271 ) 733448 / 7990001

Fax : ( 0271 ) 733448

E-mail : candra\_slikmeito@gmail.com

Bidang usaha : Jasa Periklanan Dan Promosi Pemasaran

Jasa spesifik : *Pemasaran Perumahan, Jasa Periklanan Rumah  
Second.*

Pimpinan : Bpk. Candra Slikmeito. SPsi

Wakil Pimpinan : Ir. Aaron Surya Wijaya

Bagian Keuangan : Lina W  
dan Administrasi

Bagian Kreatif : Argo Christianto

Desain

Bagian Marketing : Kusti Hendarsih

Bagian Pengawas : Joko Suprianto  
Supardi

## **B. Sejarah Berdirinya CV. Cipta Graha Selaras**

CV Cipta Graha Selaras adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang properti. Perusahaan ini didirikan pada tahun 2007 oleh Bapak Candra Slikmeito, S.Psi dan Ir. Aaron Surya Wijaya. Pada awal berdirinya, CV Cipta Graha Selaras mengerjakan proyek Griya Padma 1 yang berlokasi di Puspan RT 06 RW 08, Blulukan, Colomadu, Karanganyar.

Surat ijin yang dimiliki perusahaan untuk mendirikan CV Cipta Graha Selaras adalah sebagai berikut :

- a. Akta Notaris nomor 1 tanggal 10 September 2007 yang disahkan oleh Irene Vera Purba, SH
- b. Surat Ijin Usaha Perdagangan (SIUP) dengan nomor 503/ 724/ 11.34/ SIUP – PK/ XI/ 2007
- c. Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) yaitu 21.014.430.9-528.000

## **C. Visi dan Misi CV.Cipta Graha Selaras**

Visi : Menjadi Pengembang Pemasaran Perumahan Yang Berkualitas.

Misi : Memberikan produk layanan yang berkualitas sehingga mampu meningkatkan penjualan, *image* yang tinggi, dan memperkuat *brand image* produk dari klien.

#### **D. Jenis Pelayanan yang Ditawarkan**

Pemilik atau pimpinan perusahaan merasa bahwa sekarang ini telah banyak perusahaan yang bergerak dalam bidang properti, khususnya dalam pengembangan *real estate*. Untuk dapat bersaing dengan perusahaan lainnya maka CV Cipta Graha Selaras harus meningkatkan kualitas dan pelayanannya. Peningkatan pelayanan dapat dilakukan dengan cara, antara lain :

- a. Memberikan potongan harga kepada konsumen sebesar Rp 5.000.000 untuk pembelian secara tunai.
- b. Memberikan fasilitas KPR di belakang sehingga keamanan dan kenyamanan konsumen dapat dijamin, dalam arti konsumen belum diwajibkan mengangsur di bank apabila rumah belum jadi.
- c. Memberikan berbagai macam pilihan hadiah kepada konsumen pada saat perusahaan mengikuti pameran.
- d. Memberikan keleluasaan kepada konsumen untuk membuat *design* dan denah rumahnya sendiri.
- e. Memberikan kemudahan dan membantu konsumen dalam proses KPR di bank.

### **E Jenis Produk yang Ditawarkan**

- a. Griya Padma 1, yang berlokasi di Tohudan, Colomadu ( Selatan Soto Sawah ), Karanganyar.
- b. Perumahan Griya Padma 2, yang berlokasi di Tohudan, Colomadu (Selatan Soto Sawah ), Karanganyar.
- c. Perumahan Permata Jingga, yang berlokasi di Pucangan Kartasuro (Depan Kopassus Kartasuro) Baru
- d. Perumahan Padma Regency, yang berlokasi di Malangiwan , Colomadu, Karanganyar.
- e. Perumahan Griya Padma Bolon, yang berlokasi di selatan POM Bensin Bolon Colomadu, Karanganyar.

### **F. Jenis Pilihan Sarana Promosi**

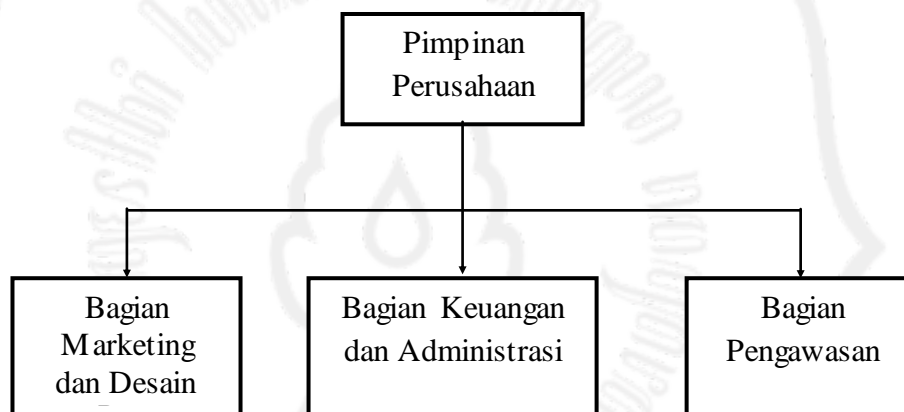
1. Promosi dan pameran
2. Marketing service
3. Graphic design
4. Iklan media

### **G. Struktur Organisasi**

Setiap perusahaan mempunyai struktur organisasi agar tujuan perusahaan dapat berjalan dengan lancar. Struktur organisasi menunjukkan batasan-batasan tugas, wewenang, dan tanggung jawab yang dimiliki oleh bagian-bagian yang ada pada perusahaan. CV Cipta Graha Selaras



menggunakan struktur organisasi lini atau garis di mana pelimpahan wewenang dan tanggung jawab mengalir langsung dari atas ke bawah dan dalam pelaksanaannya segala pengambilan keputusan dilakukan oleh pimpinan, sedangkan teknik pelaksanaan dikerjakan oleh tiap-tiap bagian. Adapun struktur oraganisasi CV Cipta Graha Selaras adalah sebagai berikut :



Gambar I.1

Bagan Struktur Organisasi CV Cipta Graha Selaras

## H. Deskripsi Jabatan

- a. Pimpinan perusahaan adalah pendiri perusahaan sekaligus pemilik perusahaan. Adapun tugas dari pimpinan perusahaan adalah sebagai berikut :
  - 1) Memimpin perusahaan dan mengkoordinasi bagian-bagian yang berada di bawahnya agar tercapai suatu efisiensi dan efektivitas antar bagian.

- 2) Menciptakan tujuan perusahaan dan membuat keputusan strategis.
- 3) Merencanakan, merumuskan, dan menciptakan rencana, program kerja, anggaran, kebijakan umum yang diperlukan sebagai pedoman di dalam menjalankan operasi perusahaan.
- 4) Melakukan evaluasi atas pelaksanaan rencana, program kerja secara berkala.
- 5) Mengamati perkembangan perusahaan, mengambil keputusan, mempertimbangkan dan menyetujui penambahan pegawai, promosi dan pemberhentian pegawai.
- 6) Memberikan otorisasi pada setiap kegiatan perusahaan.
- 7) Mengatur pembukuan cek di bank dan mempunyai wewenang dalam pengambilan uang di bank.
- 8) Memberitahukan kepada bagian keuangan bila ada transfer dari pelanggan.
- 9) Melakukan perencanaan dan menentukan anggaran yang diperlukan untuk realisasi proyek.
- 10) Menentukan sub kontraktor yang akan melaksanakan proyek sesuai dengan ketentuan perusahaan.

b. Bagian Keuangan

- 1) Memeriksa kebenaran dan kelengkapan pencatatan seluruh harta, kewajiban dan transaksi keuangan perusahaan.

- 2) Membuat laporan keuangan mengenai seluruh kegiatan perusahaan, menganalisis, dan menginterpretasikan hasil analisis tersebut kepada direktur.
  - 3) Menyetujui dan menandatangani bukti pengeluaran kas sampai dengan jumlah tertentu yang sudah ditetapkan.
  - 4) Melakukan tugas pengetikan dan korespondensi.
  - 5) Menyimpan dokumen-dokumen perusahaan dengan aman, baik dan benar.
  - 6) Melakukan pembayaran kepada sub kontraktor setelah mendapatkan otorisasi dari pimpinan.
- c. - Bagian Marketing
- 1) Memasarkan produk yang dibuat perusahaan (dalam hal ini perumahan).
  - 2) Merencanakan, mengorganisir, melaksanakan penjualan dan promosi agar mencapai target penjualan.
- Bagian Desain
- 1) Merancang tampilan desain brosur produk, iklan produk
  - 2) Merancang semua desain tampilan dalam pameran, maupun berkas-berkas yang dibawa bagian marketing.
  - 3) Ikut merancang tampilan display pameran.
- d. Bagian Pengawasan
- 1) Mengawasi jalannya proyek dan mengamati secara langsung pelaksanaan pekerjaan, serta kemajuan tiap tahap pekerjaan.

- 2) Menjaga agar pengendalian bisa berjalan sesuai dengan daya proyek secara berkala.
- 3) Memberikan nasehat untuk penunjukkan konsultan kontraktor, ataupun *supplier* yang layak.





## BAB IV

### PELAKSANAAN KULIAH KERJA MEDIA

#### A. Waktu dan Tempat Kuliah Kerja Media

Salah satu syarat untuk memperoleh gelar professional mahasiswa tingkat akhir adalah Kuliah Kerja Media (KKM). Praktek Kuliah Kerja Media merupakan salah satu sarana untuk mengenal lebih jauh dunia kerja nyata bagi mahasiswa. Genap satu bulan penulis melaksanakan Kuliah Kerja Media (KKM) yang dilaksanakan di CV. Cipta Graha Selaras Surakarta, yang dilaksanakan pada bulan Februari sampai dengan Maret 2010. Pada saat pelaksanaan KKM, penulis mengambil konsentrasi di bagian creative. Pelaksanaan magang dilaksanakan pada hari Senin - Sabtu mulai pukul 09.00 – 17.00 WIB. Pertama kali penulis datang ke kantor instansi, penulis mendapat sambutan baik oleh pimpinan perusahaan bapak Candra Slikmeito.S, Psi serta seluruh staf kantor.

#### B. Deskripsi Kuliah Kerja Media

Pelaksanaan magang dilaksanakan mulai tanggal 1 Februari – 1 Maret 2010, Pertama kali penulis melaksanakan Kuliah Kerja Media, penulis di beri penjelasan langsung Oleh Bapak Candra Slikmeito S, Psi tentang perusahaan dan diperkenalkan kepada seluruh karyawan perusahaan tersebut, karena bertepatan dengan peluncuran produk baru perusahaan ini, penulis juga

doberi penjelasan media iklan apa saja yang biasanya digunakan untuk memperkenalkan produk baru kepada khalayak umum. Misalnya : Brosur, Spanduk, Banner, Umbul – umbul, Slebaran, Baliho.

Setelah mendapatkan penjelasan tersebut penulis mulai mendapatkan tugas pertama, yaitu penulis harus melakukan peninjauan ke produk yang terlebih dahulu diluncurkan perusahaan ini, untuk digunakan sebagai bahan referensi untuk nantinya menentukan gambar dasar produk yang akan diluncurkan, setelah memperoleh bentuk gambar yang kemungkinan digunakan sebagai gambar dasar produk baru, penulis mengajukan gambar tersebut kepada pimpinan perusahaan untuk disetujui.

Setelah gambar disetujui oleh pimpinan, selanjutnya penulis mendapatkan tugas yang harus dilaksanakan berikutnya, penulis mendapatkan tugas untuk membuat desain brosur salah satu produk yang akan diluncurkan, yaitu desain brosur perumahan Griya Padma Bolon, dalam brosur tersebut terdapat beberapa desain khusus elemen yang lebih kompleks, seperti desain cover depan brosur, desain site plan perumahan, desain denah lokasi perumahan, desain denah dalam rumah, serta desain spesifikasi struktural dalam perumahan tersebut, penulis dijelaskan dalam pembuatan tugas tersebut, setelah menyelesaikan desain setiap elemen khusus, penulis diwajibkan mengajukan desain yang sudah jadi tersebut kepada pimpinan untuk disetujui, baru setelah disetujui baru diperkenankan melanjutkan membuat desain berikutnya.

Setelah memahami penjelasan tersebut, penulis melaksanakan tugas, seperti tugas yang telah diselesaikan terlebih dahulu, tugas yang dibuat penulis terlebih dahulu adalah membuat desain tampilan depan brosur perumahan Padma Regency, setelah selesai membuat desain tampilan depan. penulis membuat desain denah rumah, denah lokasi perumahan, site plan perumahan, spesifikasi struktur, dan pembuatan desainnya tentunya dengan proses persetujuan terlebih dahulu oleh pimpinan perusahaan, proses pengajuan ini bertujuan agar pimpinan dapat memantau hal apa saja yang dilakukan penulis, dan mengantisipasi apabila penulis melakukan kesalahan, agar bisa secepatnya dilakukan pembenahan, setelah jadi sebuah brosur produk perumahan Griya Padma Bolon dan telah disetujui pimpinan perusahaan, selanjutnya brosur ini siap untuk dicetak.

Penulis telah menyelesaikan tugas pembuatan brosur salah satu produk baru perusahaan, selanjutnya penulis kembali mendapatkan tugas kembali, yaitu membuat Baliho, Spanduk, Umbul – umbul perumahan Griya Padma Bolon, setelah mendapatkan tugas tersebut penulis melakukan peninjauan ke lokasi yang nantinya akan di pasang baliho, spanduk, dan umbul – umbul, dengan tujuan penulis dapat membuat desain yang sesuai dengan tempat dimana media tersebut ditempatkan.

Setelah dua pekan penulis melaksanakan kuliah kerja media, banyak ilmu yang didapatkan penulis, seperti tugas yang baru yaitu membuat desain Baliho perumahan Griya Padma Bolon, dalam pembuatan desain baliho penulis tidak



hanya dituntut menghasilkan suatu tampilan desain yang bagus dan menarik, tetapi penulis juga harus mempertimbangkan, ukuran baliho yang tepat dan tentunya juga mempertimbangkan lokasi penempatan baliho, dan dari sisi apakah baliho tersebut dilihat, seperti karya sebelumnya dalam pembuatan desain setelah penulis menyelesaikan suatu karya, penulis harus terlebih dahulu mengajukan kepada pimpinan perusahaan untuk dievaluasi terlebih dahulu sebelum disetujui.

Tugas pembuatan desain iklan baliho telah diselesaikan penulis dengan baik, selanjutnya penulis di beri tugas selanjutnya oleh pimpinan, untuk membuat spanduk dan umbul – umbul, tugas ini difungsikan untuk lebih melengkapi media iklan yang digunakan dalam peluncuran produk baru perusahaan khususnya Griya Padma Bolon. Dalam pembuatan spanduk dan umbul – umbul, penulis diberi pengertian oleh pimpinan perusahaan agar desain kedua media tersebut tidak harus rumit, tetapi pimpinan perusahaan menginginkan desain yang sederhana tetapi media ini dapat dilihat khalayak umum secara jelas, dan produk dapat dikenal khalayak umum secara jelas pula. Desain kedua media ini telah diselesaikan secara baik oleh penulis, seperti biasanya penulis mengajukan karya tersebut terlebih dahulu kepada pimpinan perusahaan, setelah keseluruhan desain iklan dalam berbagai media Produk Perumahan Griya Padma Bolon telah disiapkan dan siap untuk dipublikasikan, selanjutnya tinggal menunggu proses peluncuran salah satu produk baru perusahaan ini.

Penulis telah menyelesaikan tugas dalam pembuatan desain iklan bagi salah satu produk yang diluncurkan oleh perusahaan ini, selanjutnya penulis diberikan tugas baru yaitu pembuatan desain iklan bagi produk baru lain yang diluncurkan oleh perusahaan ini, yaitu produk Perumahan Padma Regency, sebelum melaksanakan tugas ini penulis terlebih dahulu diberikan penjelasan tentang produk baru ini. Setelah memahami penjelasan tersebut, penulis melaksanakan tugas, tugas yang dibuat penulis terlebih dahulu, adalah membuat desain tampilan depan brosur perumahan Padma Regency, setelah selesai membuat desain tampilan depan. Penulis membuat desain denah rumah, denah lokasi perumahan, site plan perumahan, spesifikasi struktur, dan pembuatan desainnya tentunya dengan proses persetujuan terlebih dahulu oleh pimpinan perusahaan, proses pengajuan ini bertujuan agar pimpinan dapat memantau hal apa saja yang dilakukan penulis, dan mengantisipasi apabila penulis melakukan kesalahan, agar bisa secepatnya dilakukan pembenahan, setelah jadi sebuah brosur produk perumahan Padma Regency dan telah disetujui pimpinan perusahaan, selanjutnya brosur ini siap untuk dicetak.

Seperti pembuatan desain iklan pada produk baru yang lain, setelah penulis menyelesaikan tugas pembuatan brosur salah satu produk baru perusahaan, selanjutnya penulis kembali mendapatkan tugas kembali, yaitu membuat Baliho, Spanduk, Umbul – umbul perumahan Padma Regency, setelah

mendapatkan tugas tersebut penulis melakukan peninjauan ke lokasi yang nantinya akan di pasang baliho, spanduk, dan umbul – umbul, dengan tujuan penulis dapat membuat desain yang sesuai dengan tempat dimana media tersebut ditempatkan. Setelah melakukan peninjauan penulis melaksanakan tugas ini, dalam pembuatan desain baliho penulis tidak hanya dituntut menghasilkan suatu tampilan desain yang bagus dan menarik, tetapi penulis juga harus mempertimbangkan, ukuran baliho yang tepat dan tentunya juga mempertimbangkan lokasi penempatan baliho, dan dari sisi apakah baliho tersebut dilihat, seperti karya sebelumnya dalam pembuatan desain setelah penulis menyelesaikan suatu karya, penulis harus terlebih dahulu mengajukan kepada pimpinan perusahaan untuk dievaluasi terlebih dahulu sebelum disetujui.

Tugas pembuatan desain iklan baliho telah diselesaikan penulis dengan baik, selanjutnya penulis di beri tugas selanjutya oleh pimpinan, untuk membuat spanduk dan umbul – umbul, tugas ini difungsikan untuk lebih melengkapi media iklan yang digunakan dalam peluncuran produk baru perusahaan khususnya Padma Regency. Dalam pembuatan spanduk dan umbul – umbul, penulis diberi pengertian oleh pimpinan perusahaan agar desain kedua media tersebut tidak harus rumit, tetapi pimpinan perusahaan menginginkan desain yang sederhana tetapi media ini dapat dilihat khalayak umum secara jelas, dan produk dapat dikenal khalayak umum secara jelas pula. desain kedua media ini telah diselesaikan secara baik oleh penulis, seperti

biasanya penulis mengajukan karya tersebut terlebih dahulu kepada pimpinan perusahaan, setelah keseluruhan desain iklan dalam berbagai media Produk Perumahan Padma Regency telah disiapkan dan siap untuk dipublikasikan, selanjutnya tinggal menunggu proses peluncuran salah satu produk baru perusahaan ini.

Tiga pekan telah dilalui penulis dalam Kuliah Kerja Media di Perusahaan Pemasaran dan Periklanan Perumahan dengan baik, banyak ilmu yang didapatkan penulis di perusahaan ini. Di pekan keempat ini setelah pimpinan perusahaan puas dengan karya penulis, pimpinan memberikan dua tugas baru, yang pertama penulis mendapatkan tugas membuat album foto produk yang telah diproduksi perusahaan ini, sehingga dapat dijadikan referensi untuk perkembangan perusahaan ini kedepannya, dalam pembuatan album ini penulis melakukan peninjauan ke lapangan untuk melihat produk – produk terdahulu untuk proses pengambilan gambar, setelah melakukan peninjauan ke lapangan penulis kembali ke dapur kreatif untuk membuat desain album foto tersebut. Setelah pembuatan desain album foto, layaknya karya sebelumnya penulis harus mengajukan berkas kepada pimpinan untuk disetujui. Tugas berikutnya adalah pembuatan banner yang digunakan bila melakukan pameran produk. Proses pembuatan banner juga tak jauh beda dengan proses pembuatan iklan di media iklan lainnya.

Genap satu bulan penulis melakukan Kuliah Kerja Media di CV. Cipta Graha Selaras, banyak ilmu yang didapatkan disini,yang tidak penulis dapatkan di dunia perkuliahan, pengalaman yang sangat berarti.





## BAB V

### PENUTUP

#### A. KESIMPULAN

Dalam perkembangannya, sebuah *Perusahaan Pemasaran dan Periklanan* harus dapat menarik konsumen melalui strategi promosi yang dikemas dengan begitu menarik, sehingga dapat diterima khalayak umum dengan baik.

Kemudian perusahaan ini harus dapat mencapai *brand activation* dengan sempurna agar khalayak tahu akan apa keunggulan produk (*brand image*) dari klien yang telah memakai biro jasa periklanan. Adapun salah satu *brand activation* dapat melalui pembuatan iklan media, maupun berbagai cara lainnya.

Disadari atau tidak, Kuliah Kerja Media telah banyak memberikan manfaat bagi penulis. Manfaat yang dimaksud antara lain :

1. Bahwa Kuliah Kerja Media banyak memberikan manfaat bagi penulis untuk dapat lebih meningkatkan kreatifitas, yang mungkin penulis tidak mendapatkannya dari bangku perkuliahan.
2. Dengan Sebuah *desain seorang Creative design* harus mampu mengkomunikasikan pesan dengan jelas, akurat, dan mudah dimengerti oleh konsumen.
3. Seorang *Creative design* juga harus mampu mengkomunikasikan, mengenalkan, menanamkan sebuah *brand image* dalam benak konsumen melalui sebuah desain promosi, guna membangun loyalitas konsumen.

4. Melalui Kuliah Kerja Media yang dilaksanakan penulis di CV. Cipta Graha Selaras. penulis mendapatkan tempat praktek dan sarana untuk menerapkan dan mengaplikasikan apa yang telah diperoleh penulis selama masa perkuliahan kedalam dunia kerja nyata.
5. Penulis menjadi tahu apa tugas dan tanggung jawab seorang *creative design* dalam sebuah *Perusahaan Pemasaran dan Periklanan*.
6. Melalui sebuah Perusahaan pemasaran dan periklanan, Penulis jadi mengetahui promosi atau aktivasi sebuah produk.
7. Penulis menjadi tahu bagaimana aktifitas dapur kreatif dalam sebuah *perusahaan pemasaran dan periklanan*, dan bagaimana memposisikan diri di dalamnya. Karena seorang kreator ternyata sangat berpengaruh dalam membangun sebuah *brand image* bagi khalayak dan bagaimana cara mencari solusi untuk setiap kesulitan yang ada.

## **B. SARAN**

Berdasarkan dari pelaksanaan Kuliah Kerja Media di CV. Front Line Indonesia, penulis dapat memberikan saran-saran yang mungkin bisa bermanfaat untuk CV Front Line Indonesia :

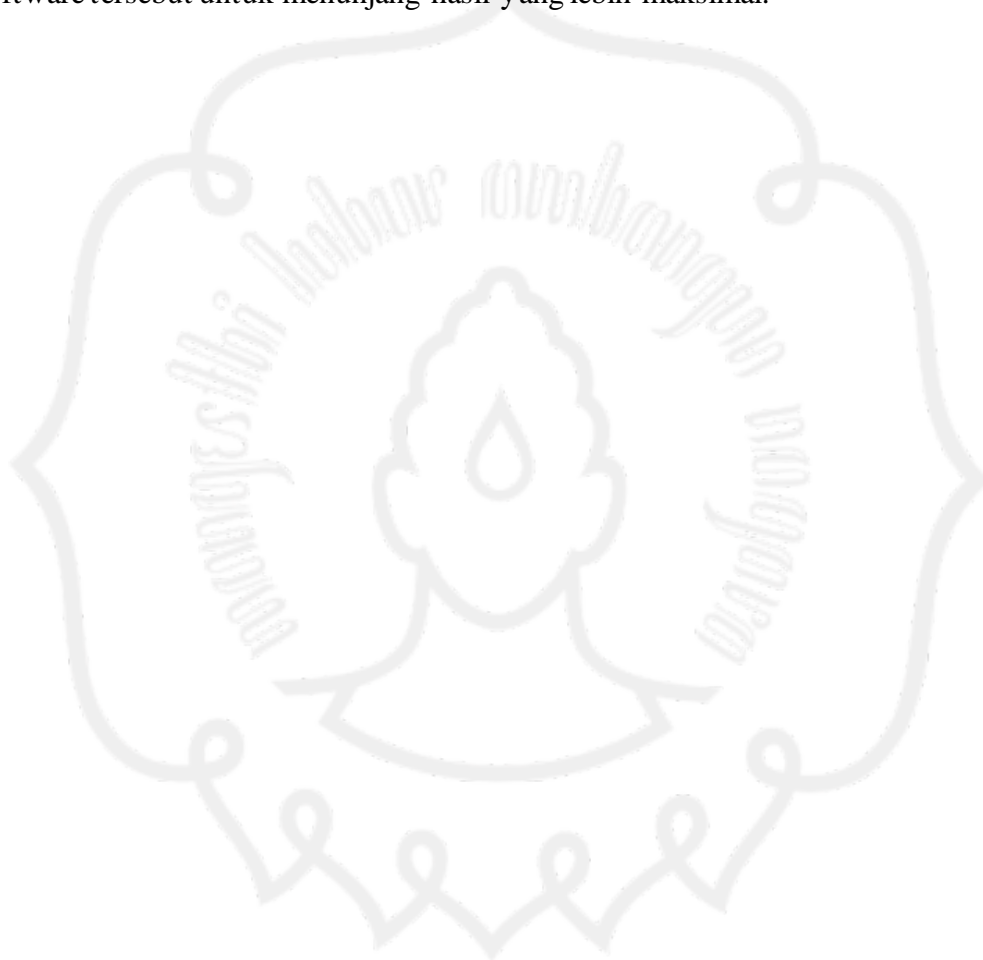
43

1. Melihat kinerja Divisi kreatif dalam CV. Cipta Graha Selaras selama ini, Penulis berharap agar CV Cipta Graha Selaras dapat memberikan pengetahuan tentang apa tugas dan tanggung jawab seorang *creative design* secara lebih kompleks lagi
2. Penulis juga berharap agar CV. Cipta Graha Selaras dapat memberikan sarana pekerjaan yang memadai untuk menunjang kinerja yang lebih cepat dan lebih baik dari seorang *creative design*.

Adapun saran dari penulis untuk Fakultas yang mungkin bisa bermanfaat antara lain:



1. Penulis berharap praktikum dalam perkuliahan haruslah ditambah dan diperbanyak karena masih banyak kekurangan-kekurangan saat pelaksanaan dalam dunia kerja nyata.
2. Penulis berharap sebaiknya pengetahuan di bidang desain grafis dapat ditambah lagi, terutama tentang software-software yang digunakan. Penulis rasa ini penting, karena dalam membuat sebuah desain, kita harus mampu menguasai dan mengoperasikan software tersebut untuk menunjang hasil yang lebih maksimal.



## DAFTAR PUSTAKA

- Hann, Fred A. Dan Mangun Kenneth G. *Beriklan dan Berpromosi sendiri*. Jakarta: Grasindo. 2005
- Jefkins, Frank. *Periklanan Edisi 3*. Jakarta: Erlangga, 1995.
- Kasali, Rhenald. 1995. *Manajemen Periklanan*. Jakarta : PT. Pustaka Utama Graffiti
- Lwin, May dan Aitchhison, Jim. *Clueless in Advertising*. Jakarta: PT. Bhuana Ilmu Populer, 2005.
- Yulianto, Firman Asep. *Kreatif yang Islami*. Bandung : PT. Media Pustaka Utama. 2006.