

LAPORAN PELAKSANAAN KULIAH KERJA MEDIA 2010
KREATIVITAS DALAM PROSES PEMBUATAN COVER BUKU
DI PENERBIT GALANGPRESS
YOGYAKARTA



TUGAS AKHIR

Diajukan untuk melengkapi tugas-tugas dan memenuhi syarat guna memperoleh gelar Ahli madya (AMD) Bidang Komunikasi Terapan D-3 Periklanan Komunikasi Terapan FISIP UNS

Diajukan Oleh
YUDHI AGUNG WIJANARKO
NIM: D1307133

PROGRAM D3 KOMUNIKASI TERAPAN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SEBELAS MARET
SURAKARTA
2010

commit to user

PERSETUJUAN

Tugas Akhir berjudul:

KREATIVITAS DALAM PROSES PEMBUATAN COVER BUKU

DI PENERBIT GALANGPRESS

YOGYAKARTA

Karya

Nama : Yudhi Agung Wijanarko

Nim : D1307133

Konsentrasi : Periklanan

Disetujui untuk dipertahankan dihadapan Panitia, Penguji Tugas Akhir
Program D-3 Komunikasi Terapan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik
Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Surakarta, 24 Juni 2010

Menyetujui

Dosen Pembimbing,

Drs. Mursito, B.M, SU

Nip. 19530727198003 1 001

commit to user

PENGESAHAN

Tugas Akhir ini telah diuji dan disahkan oleh Panitia Ujian Tugas Akhir

Program D-3 Komunikasi Terapan

Fakultas Ilmu Sosial dan Politik

Universitas Sebelas Maret

Surakarta.

Hari : Kamis

Tanggal : 01 Juli 2010

Panitia Ujian Tugas Akhir

Ketua

Dra. Sri Urip Haryati, MSI

NIP. 195708211983032 001

Anggota

Drs. Mursito, B.M, SU

Nip. 19530727198003 1 001

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Sebelas Maret Surakarta

Dekan

Drs. Supriyadi, SN.Su

NIP. 195301281981031 001

commit to user

MOTTO

“Alloh memberikan hikmah kepada siapa saja yang dikehendakiNya. Dan barang siapa diberi hihmah, maka telah diberikan kepadanya kebajikan yang banyak; dan tiada yang dapat mengambil pelajaran dengan ilmu, kecuali orang-orang yang berakal”

(Q.S. Al- Baqarah; 289)

“Alloh tidak akan membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya. Ia mendapat pahala (dari kebajikannya) yang diusahakan dan ia mendapat siksa (dari kejahatannya) yang dikerjakannya”

(Q.S. Al-Baqarah; 186)

“sesungguhnya Alloh akan meninggikan orang-orang yang beriman dan berilmu diantara kamu beberapa derajat”

(Q.S. Mujadah; 11)

“Tiada hidup tanpa kegagalan, kekalahan dan kejatuhan

Air sungai menuju laut melewati jalan yang berliku

Berdirilah tegak kembali

Jangan memandang kebelakang, masa lalu telah berlalu

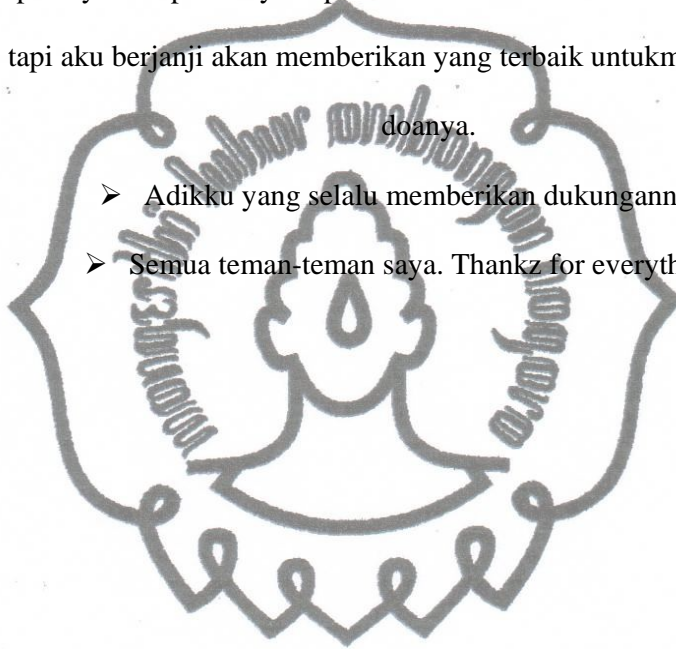
Hidup Berjalan Terus”

(Alexander Graham Bell)

commit to user

Karya yang sangat sederhana ini ku persembahkan untuk:

- Allah SWT
- Nabi Muhammad SAW
- Bapak dan IbuKu yang telah banyak mendukung dan memberi kepercayaan sepenuhnya kepadaku. Aku belum bisa memberikan apapun tapi aku berjanji akan memberikan yang terbaik untukmu. Trimakasih doanya.
- Adikku yang selalu memberikan dukungannya.
- Semua teman-teman saya. Thankz for everything.



commit to user

KATA PENGANTAR

Bismillaahirrahmaanirrohiim,

Puji syukur alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan Tugas Akhir ini dengan judul:

**“KREATIVITAS DALAM PROSES PEMBUATAN COVER BUKU
DI PENERBIT GALANGPRESS
YOGYAKARTA”**

Tugas Akhir ini diajukan untuk memenuhi syarat guna mencapai gelar madya (AMD) D3 Komunikasi Terapan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sebelas Maret Surakarta. Untuk itulah penulis berusaha semaksimal mungkin dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.

Keberhasilan penulis dalam menyelesaikan penulisan Tugas Akhir ini adalah tidak lepas dari bantuan dan amal baik dari berbagai pihak. Untuk itu perkenankanlah penulis mengucapkan terima kasih yang setulus hati dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada:

1. Drs. Supriyadi, SN.Su, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sebelas Maret Surakarta yang telah memberikan ijin kepada penulis untuk penyusunan Tugas Akhir ini.
2. Drs. A. Eko Setyanto, Msi, selaku ketua jurusan program D3 Komunikasi Terapan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sebelas Maret Surakarta.

commit to user

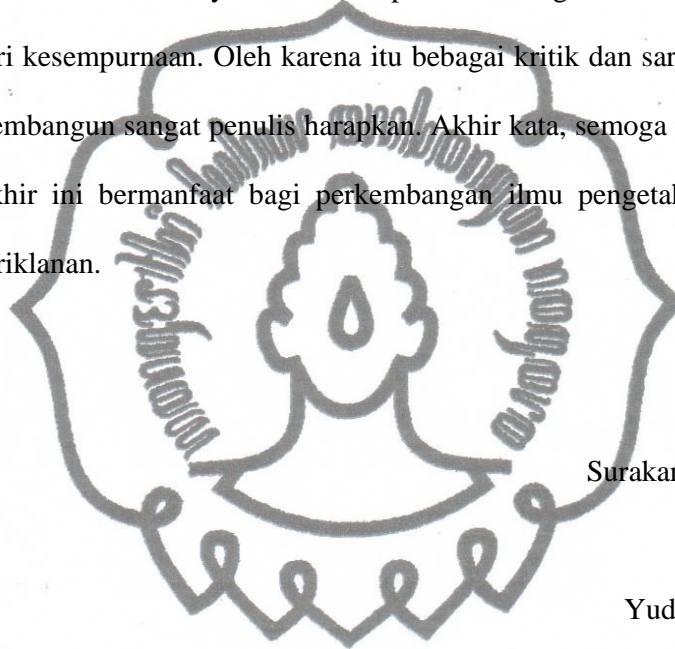
3. Bpk. Drs. Mursito, B.M, SU, selaku pembimbing yang telah membantu, mendukung, membimbing dan mengarahkan dengan penuh kesabaran kepada penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.
4. Drs. Sri Hastjarjo, S.sos, Ph.D, selaku pembimbing akademik yang telah memberikan saran dan nasehat kepada penulis selama belajar di Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sebelas Maret Surakarta.
5. Bapak dan ibu dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, yang selama ini telah banyak memberikan bekal ilmu yang tidak ternilai harganya bagi penulis selama penulis belajar di Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sebelas Maret Surakarta.
6. Seluruh staff dan karyawan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sebelas Maret Surakarta atas pelayanan selama penulis menyelesaikan study.
7. Direktur PT. Galangpress Media Utama yaitu Bpk. Julius Felicianus yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melaksanakan magang.
8. Pembimbing magang saya di Galangpress, Bpk. Teguh Prastowo, Bpk. Andy Suparwanto dan Bpk. Joko Supomo yang telah banyak memberikan ilmu dan pengarahan selama penulis melaksanakan kegiatan magang.

commit to user

9. Seluruh karyawan PT. Galangpress Media Utama yang telah membantu penulis.
10. Bapak dan ibu tercinta yang telah memberikan banyak kasih sayang, kesempatan, waktu dan tenaganya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir.
11. Rekan Bantjiro Area yang ajib-ajib. Semoga dapat bertemu lagi di lain kesempatan.
12. Rekan satu kost saya selama magang, Gani dan Fathur yang membantu dalam proses belajar. Semoga sukses selalu dab!!
13. Buat Ibu Widi dan Ibu Yuni makasih atas kiriman makanan, snack serta minumannya yang selalu datang di saat tepat..:D.
14. Buat seluruh sahabat Advertising angkatan '07, terimakasih atas dukungannya selama ini dan semoga kita bisa mencapai cita-cita kita. SEMANGAT!!!!
15. Buat teman kost jogja Ajik, Bujel Ikhwan, Dje, Dimas, Celeng, Defri, Kapuk, Kesya yang telah mendukung saya selama magang dan mendukung dalam proses pembuatan laporan Tugas Akhir.
16. Seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu karena keterbatasan penulis dalam mengingat, yang telah memberikan bantuan baik secara langsung maupun tidak langsung dalam penulisan Tugas Akhir ini.

Kepada semua pihak yang telah membantu diatas, penulis hanya dapat berdoa semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat dan karunia-Nya atas segala baik budi mereka.

Penulis menyadari bahwa penulisan Tugas Akhir ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu sebagai kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan. Akhir kata, semoga penulisan Tugas Akhir ini bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan khususnya periklanan.



Surakarta, 24 Juni 2010

Yudhi Agung W

DAFTAR ISI

	Halaman
JUDUL.....	i
PERSETUJUAN OLEH PEMBIMBING.....	ii
PENGESAHAN OLEH PEMBIMBING, PENGUJI DAN DIKETAHUI DEKAN.....	iii
MOTTO.....	iv
PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Tujuan KKM.....	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Definisi Periklanan.....	6
B. Desain Grafis.....	10
1) Desain.....	10
2) Dasar-dasar Desain.....	12
3) Desain Kreatif.....	14
BAB III DESKRIPSI PERUSAHAAN ATAU INSTANSI	
A. Profil Perusahaan.....	16
B. Sejarah Perusahaan.....	16

commit to user

	C. Semboyan PT. Galangpress Media Utama.....	21
	D. Visi dan Misi Perusahaan.....	21
	E. Board Of Director.....	22
	F. Struktur Organisasi.....	22
	G. Tugas Dari Masing-masing Jabatan.....	23
BAB IV	PELAKSANAAN MAGANG	
	A. Pelaksanaan KKM di PT. Galangpress.....	25
	B. Prosedur Kegiatan.....	26
	1) Job Deskripsi.....	26
	2) Alur Kerja PT. Galangpress.....	26
	3) Proses Desain.....	28
	4) Deskripsi Magang.....	29
BAB V	PENUTUP	
	A. KESIMPULAN.....	33
	B. SARAN.....	34
	DAFTAR PUSTAKA.....	36
	LAMPIRAN	

DAFTAR LAMPIRAN

1. Lampiran Surat Tugas.
2. Lampiran Surat Penerimaan KKM dari instansi.
3. Lampiran Laporan Periodik Minggu Ke I – VIII.
4. Lampiran Surat Penilaian Hasil KKM dari Instansi.
5. Lampiran Hasil Karya Selama KKM.



BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Memasuki era pasar bebas, persaingan di berbagai bidang terjadi secara ketat. Setiap perusahaan saling bersaing untuk menjadi yang terdepan di bidangnya, mulai dari perusahaan-perusahaan kecil yang baru akan muncul hingga perusahaan-perusahaan yang sudah mapan, saling bersaing mempromosikan perusahaannya serta produk dan jasanya agar dapat diterima ditengah-tengah masyarakat dan bahkan dunia. Begitu pula di dalam dunia periklanan saat ini, dimana setiap perusahaan dituntut untuk mengerahkan seluruh potensi yang dimilikinya untuk menarik minat khalayak ramai dengan menciptakan produk dan iklan-iklan kreatif yang bermutu tinggi. Begitu juga dengan di dunia media cetak, yaitu sebuah perusahaan penerbit dan percetakan. Disini departemen kreatif memiliki peranan vital untuk menciptakan suatu ide brilian. Selain itu juga, departemen kreatif dituntut memiliki kreatifitas yang tinggi dalam membaca situasi pasar. Kreatifitas di dalam departemen kreatif memiliki peranan yang sangat penting dalam keberhasilan sebuah karya. Bentuk karya yang kreatif, sederhana dan mudah dipahami konsumen, serta tepat sasaran dan efektif menjadi kunci sukses dalam sebuah karya produk jasa laku di pasaran.

commit to user

Berangkat dari alasan di atas, sang penulis selaku mahasiswa Program Diploma III Jurusan Periklanan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sebelas Maret ingin mempersiapkan diri. Dengan mengikuti Kuliah Kerja Media (Magang). Agar dituntut untuk mampu menerapkan atau mempraktekkan pengetahuan dan teori di bidang media iklan yang selama ini telah penulis pelajari di bangku perkuliahan. Sebagai mahasiswa yang berkeinginan untuk terjun langsung ke lapangan kerja media iklan, saya juga dituntut untuk memiliki kemampuan di lapangan sehingga tidak hanya menguasai teori. Disamping itu, dengan terjun langsung ke lapangan, diharapkan sang penulis mampu belajar secara langsung dan memahami realitas yang terjadi pada lingkungan kerja.

Oleh karena itu sang penulis memilih mengikuti KKM di PT. Galangpress Media Utama yang berlokasi di Jl. Mawar Tengah 72, Baciro, Yogyakarta. KKM ini dilaksanakan pada tanggal 8 Maret 2010 – 14 April 2010 yang ditempatkan pada Departemen Kreatif. Galangpress sendiri memproduksi berbagai macam buku yang telah populer di kalangan masyarakat dan merupakan salah satu dari sekian banyak penerbit dan percetakan buku yang berada di Yogyakarta.

Dengan mengikuti praktek kerja di PT. Galangpress sang penulis berharap dapat meningkatkan kemampuan praktek, sekaligus menyalurkan minat dan bakat dalam dunia desain dan media cetak. Di dalam keseluruhan divisi yang terdapat di Galangpress, tiap-tiap divisi memiliki peranan yang sangat vital dalam menunjang seluruh kegiatan perusahaan,

namun disini Departemen Kreatif bisa dikatakan berperan dalam menciptakan sebuah ide kreatif serta masukan kepada redaksi untuk sebuah buku agar menjadi suatu kemasan yang menarik. Untuk itu seorang desain grafis disini dituntut untuk menciptakan visualisasi kover dan layout buku yang menarik agar memancing perhatian konsumen untuk membeli sehingga kreatifitas yang tinggi sangat diperlukan. Kreatifitas di dalam departemen kreatif memiliki peran yang sangat penting dalam keberhasilan sebuah buku. Bentuk desain dan layout buku yang menarik, mudah dipahami konsumen, sederhana, efektif, tepat sasaran serta mewakili isi dari buku menjadi kunci sukses dalam penjualan sebuah buku. Selain itu kegiatan penulisan ini dimaksudkan untuk memberikan gambaran terhadap pelaksanaan kerja praktek di Galangpress, selain secara deskriptif tentang penerbit khususnya dalam bidang Creative. Selain itu untuk mengetahui bagaimana peran Departemen Kreatif dalam proses pembuatan cover buku di Galangpress.

PT. Galangpress memiliki beberapa lini produk atau imprint yaitu Indonesia Cerdas, Pustaka Anggrek, Pustaka Marwa, Multicom, New Merah Putih, Pustaka Grhatama, Great Publisher, Jogja Bangkit dan Best Publisher. Dalam kaitannya dengan KKM ini saya lebih memfokuskan diri dalam proses pembuatan desain grafis cover dan layout buku.

Sesuai dengan alasan di atas, maka saya mengambil judul KREATIVITAS DALAM PROSES PEMBUATAN COVER BUKU DI PT.GALANGPRESS. Seperti diketahui keberhasilan dari sebuah buku

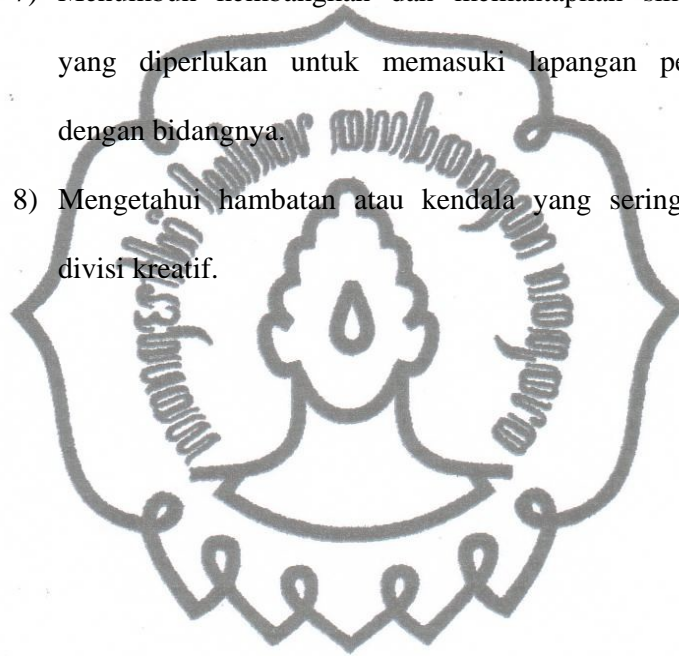
tidak hanya dari isinya yang bagus tapi juga didukung dengan kemasan buku yang menarik karena itu merupakan bagian penting dari sebuah buku. Oleh karena itu buku yang didukung dengan tampilan cover dan layout yang bagus dan mewakili dari isi buku dapat membuat konsumen menjadi tertarik membeli. Dalam pembuatan konsep desain kemasan buku sendiri masih terlihat unsur kuat AIDCA secara jelas untuk membantu perencanaan suatu cover secara menyeluruh.

B. TUJUAN KKM

Tujuan diadakannya KKM ini adalah untuk mempraktekkan segala ilmu yang telah didapatkan di dalam masa perkuliahan selama ini. Sehingga dengan adanya KKM ini dapat memberikan pengalaman kepada mahasiswa sebagai calon tenaga terampil agar siap dalam situasi kerja yang sesungguhnya. Adapun tujuan khusus dari diadakannya KKM di Galangpress antara lain:

- 1) Mendapatkan wawasan dan pengetahuan tentang bidang yang akan diambil oleh sang penulis.
- 2) Untuk menggali segala potensi di dalam diri agar dapat diaplikasikan ke dalam dunia kerja.
- 3) Untuk mengetahui segala proses dan seluk beluk desain kreatif di Galangpress.
- 4) Untuk mengukur segala kemampuan penulis dalam bidang periklanan.

- 5) Memahami tugas seorang kreatif dalam pembuatan kover buku dan layout buku.
- 6) Memberikan kesempatan pada mahasiswa untuk memasyarakatkan diri pada suasana lingkungan kerja yang sebenarnya.
- 7) Menumbuh kembangkan dan memantapkan sikap professional yang diperlukan untuk memasuki lapangan pekerjaan sesuai dengan bidangnya.
- 8) Mengetahui hambatan atau kendala yang sering dihadapi oleh divisi kreatif.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. DEFINISI PERIKLANAN

Periklanan adalah komunikasi non-individu, dengan sejumlah biaya melalui berbagai media yang dilakukan perusahaan, lembaga non-laba, serta individu-individu. Menurut beberapa ahli, periklanan memiliki beberapa definisi-definisi periklanan yang meliputi :

1. Institusi Praktis Periklanan

Periklanan adalah penyampaian pesan penjualan yang paling persuasive, yang diarahkan pada calon pembeli paling potensial antara barang dan jasa tertentu dengan biaya yang semurah-murahnya. (*Frank Jefkins, Periklanan, Devinisi-Devinisi, Jakarta, Erlangga, 1996, Hal:5*)

2. AMA (American Marketing Assosiation)

Periklanan adalah setiap bentuk dari presentasi dan promosi non personal mengenai ide, barang, dan jasa, yang biasanya dibiayai oleh suatu lembaga sponsor yang dikenal. (*Rhenald Kasali, Management Periklanan Dan Aplikasinya Di Indonesia, Jakarta, Grafiti, Hal : 10*)

3. Periklanan juga berarti suatu persuasi tak langsung yang didasari pada informasi manfaat keuntungan atau kelebihan produk yang disusun sedemikian rupa, sehingga menimbulkan rasa yang

commit to user

menyenangkan yang akan mengubah pikiran untuk melakukan tindakan atau pembelian. (*John. Ossiter And Larry Percy*)

Setelah mengetahui tentang definisi – definisi periklanan maka dapat membedakan antara iklan dengan periklanan. Iklan adalah usaha mencetak suatu ide yang strategis dan mudah dikenang dalam ingatan calon konsumen yang kemudian dituangkan dalam suatu media (Ahmat, Pradita Adi Pariwara), sedangkan menurut AMA (American Marketing Association) iklan merupakan suatu bentuk komunikasi pemasaran atas barang dan jasa dari produsen ke konsumen melalui media yang dibayar. Dari berbagai pendapat tersebut maka terdapat perbedaan antara periklanan dan iklan yaitu periklanan merupakan keseluruhan proses yang meliputi persiapan, perencanaan, pelaksanaan, pengawasan dan penyampaian iklan. Sedangkan iklan lebih mengacu pada segala bentuk pesan tentang suatu produk atau jasa yang disampaikan lewat suatu media dan ditujukan kepada sebagian atau seluruh lapisan masyarakat. Tetapi pada dasarnya periklanan dan iklan memiliki point yang sama yaitu komunikasi persuasive, barang & jasa produsen, konsumen, dan biaya promosi.

Periklanan memiliki beberapa tujuan antara lain :

1. Periklanan Informative

- Memberitahu pasar tentang satu produk baru dan membangun citra perusahaan.

commit to user

- Menyarankan penggunaan baru dari satu produk.
- Menginformasikan pasar tentang perubahan harga.

2. Periklanan Persuatif

- Mendorong untuk pindah ke produk kita.
- Membujuk pembeli untuk membeli sekarang.
- Mengubah persepsi pembeli tentang suatu produk.

3. Periklanan yang mengingatkan

- Mengingatkan kembali bahwa satu produk akan diperlukan di masa mendatang.
- Mengingatkan pembeli tentang tempat membeli produk tersebut.
- Memelihara ingatan tentang produk tersebut.

Periklanan sendiri sebagai media penyampai pesan dibedakan menjadi 2 pengertian yaitu :

- Media Lini Atas (Media Above The Line)

Yang terdiri dari iklan yang disampaikan lewat media cetak (surat kabar, majalah, brosur, leaflet, poster dll). Media elektronik baik media audio maupun audio visual (radio, televisi, film, video dll) serta media luar ruang atau outdoor terdiri dari billboard, spanduk, neon sign, painted bulletin, neon box dll.

- Media Lini Bawah (Media Bellow The Line)

commit to user

Yang terdiri dari media seperti direct mail, exhibition pameran, kalender, agenda, gift atau cinderamata, point of sale display.

Perkembangan iklan di Indonesia terbukti telah dimulai sejak koran beredar lebih dari 100 tahun yang lalu. Iklan-iklan pada waktu itu memang belum banyak menggunakan gambar atau ilustrasi, sehingga penetapan tarifnya cukup sederhana yaitu didasarkan atas banyaknya baris atau kata. Pada saat surat kabar dan majalah memperbanyak kapasitas iklan mereka media televisi juga mulai memuat iklan. Tetapi pada saat itu pemerintah Indonesia membatasi penayangan jumlah iklan pada surat kabar sebesar 35 % dan pada televisi sebanyak 15 % dari total jam siaran.

Tetapi keadaan tersebut sudah berubah sekarang, iklan bukan hanya di surat kabar saja tetapi hampir diseluruh media. Bahkan, segmentasi pengarahannya menjadi lebih terspesialisasi. Misalnya majalah wanita dewasa, remaja, anak-anak, pria eksekutif, ekonomi, olah raga, dll. Di sisi lain para pemasang iklan juga memulai memanfaatkan iklan luar ruang dengan teknologi yang lebih canggih.

Iklan media luar ruang dengan teknologi yang lebih canggih banyak diminati oleh para pengiklan karena dianggap lebih terjangkau dengan hasil timbal balik yang cukup baik dari konsumen yang dituju. Tetapi, iklan media luar ruang juga mempunyai beberapa kelemahan (negatif) dan kelebihan (positif) nya masing-masing, antara lain :

1. Positif :

- Frekwensi tinggi

commit to user

- Dipasang terus menerus
- Mampu tampil menyolok atau menarik perhatian
- Biaya produksi relative rendah
- Saingan terbatas

2. Negatif :

- Jangkauan terbatas
- Pesan terbatas atau singkat
- Mudah dikotori
- Kurang data Audience
- Sulit dipantau

B. DESAIN GRAFIS

1) Desain

Dalam pembuatan baik perencanaan dan perancangan iklan media cetak, tidak lepas dari apa yang namanya sebuah desain grafis. Adapun desain grafis didefinisikan sebagai berikut :

- Desain grafis adalah suatu proses menciptakan suatu pesan baru yang terdiri dari teks dan ilustrasi pada segala permukaan.
- Menurut Warren (1985, hal.5) desain grafis adalah “suatu terjemahan dari ide dan tempat ke dalam beberapa jenis urutan yang struktural dan visual”.
- Menurut Blanchard (1986, hal.6) mendefinisikan desain grafis sebagai “suatu seni komunikatif yang berhubungan dengan

commit to user

industri, seni dan proses dalam menghasilkan gambaran visual pada segala permukaan”.

Dari definisi itu dapat disimpulkan bahwa produk dari desain grafis merupakan gambar visual yang merupakan suatu karya seni yang komunikatif yang dapat digunakan pada segala permukaan. Pada desain grafis harus jelas tujuan, sasaran dan isi pesan yang dikandung melalui penggunaan susunan teks dan ilustrasi. Isi pesan di dalam karya desain grafis harus dapat menarik perhatian (*eye catching*) agar sasaran (*captive audience*) mau menyisihkan waktunya untuk membaca dan berkonsentrasi terhadap pesan yang sifatnya non verbal dan visual. Disamping itu isi pesan harus dapat menenangkan dirinya sendiri (*self-conscious*) karena pada karya desain grafis tidak mungkin ada jawaban seandainya terdapat pertanyaan setelah membaca atau melihat isi pesan yang diajukan sasaran.

Ada beberapa kriteria yang harus diperhatikan di dalam membuat suatu karya desain grafis, antara lain :

- Menimbulkan minat pada sasaran (melalui penggunaan susunan huruf-huruf cetak tertentu)
- Memberikan informasi atau keterangan bagi mereka yang ingin memiliki apa yang diperkenalkan.
- Menarik perhatian/ *eye catching* (melalui penggunaan ilustrasi, gambar atau foto)

commit to user

2) Dasar- Dasar Desain

Adapun isi dari desain dasar itu sendiri, yaitu :

1. Proses Desain

Adalah pengorganisasian suatu tahapan yang didalamnya terdapat komponen-komponen yang harus diperhatikan agar terwujud karya desain. Adapun bagian dari proses desain, yaitu :

- a) Ide
- b) Fungsi
- c) Bentuk
- d) Media

2. Prinsip-prinsip Desain

Adalah aturan yang digunakan dalam menata elemen desain.

Bagian dari prinsip-prinsip desain adalah :

- a) Balance (Keseimbangan)
- b) Harmoni (Keserasian)
- c) Ritme (Irama)
- d) Proportion (Proporsi)
- e) Skala (Ukuran)

3. Elemen-elemen Desain

Adalah semua hal yang ada dan mendukung terciptanya suatu karya seni desain. Adapun bagian dari elemen desain adalah :

- a) Garis
- b) Bentuk

- c) Ruang
- d) Tekstur
- e) Warna
- f) Ilustrasi

4. Teori Warna

Warna adalah elemen penting dalam merancang desain. Warna menjadi indikator pembeda antara satu obyek dengan yang lain. Di samping itu warna mempunyai dampak sugesti tersendiri.

Pada dasarnya seluruh warna yang ada di dunia diturunkan dari tiga warna dasar atau biasa disebut dengan warna primer. Dari warna primer ini dapat diperoleh kelompok warna lain, yaitu warna sekunder dan tersier.

- a. Primer : Merah (red)
Kuning (yellow)
Biru (blue)
- b. Sekunder : Biru + Kuning
Merah + Kuning
Merah + Biru
- c. Tersier : Hijau + Jingga
Hijau + Ungu
Jingga + Ungu

(Pujiriyanto, Desain Grafis Komputer)

3) Desain Kreatif

Bentuk kasar pertama sebuah iklan disebut visual, biasanya berupa kertas yang hanya berisi tulisan, gambar atau sketsa yang dibuat dengan tangan. Sedangkan bentuk rancangan yang lebih sempurna dinamakan tata letak (*layout*).

commit to user

Sebuah layout bagi iklan kadang-kadang dibuat mendekati iklan sebenarnya dengan cukup baik atau sering disebut komprehensif (*comprehensive*). Menurut Reichert, sebuah layout yang baik mampu membuat pembacanya menilai produk yang ditawarkan merupakan produk yang bagus dan bukan iklannya yang bagus. (*Gene Reichert, Advertising, A series Of Text Prepared as Part of the Modern Business Program, hal: 253*)

Secara keseluruhan prosedur pembuatan media cetak dengan mesin cetak offset adalah sebagai berikut :

- Desain kreatif
 - Membuat sketsa (thumbnails)
 - Membuat rough
 - Membuat komprehensif
- Pracetak
 - Paste up
 - Pembuatan film
 - Stripping
- Pencetakan
 - Offset
 - Letterpress

Adapun disini penulis hanya akan menuturkan pada bagian desain kreatifnya saja sesuai dengan bagian yang diambil penulis dalam kegiatan kuliah kerja media.

Proses ini merupakan perumusan dan penulisan dari pesan visual yang akan disampaikan dan ditampilkan melalui karya desain grafis. Ada 3 tahapan pembuatan desain kreatif, yaitu :

- Sketsa

Kegiatan ini merupakan pembuatan hasil karya desain yang dilakukan dengan cara mencoret-coret seperti yang terlintas dan terpikirkan secara kasar.

- *Rough*

Merupakan perbaikan dari sketsa/ thumbnails. Dalam pembuatan rough semua details dari apa yang akan disampaikan dan ditampilkan sudah dibuat menyamai hasil akhir baik ilustrasi atau gambar.

- Komprehensif

Berdasarkan rogh yang telah dibuat, maka langkah selanjutnya barulah dibuat desain komprehensifnya. Elemen yang ada harus dibuat sebagaimana karya desain nantinya dan sam/ serupa dengan apa yang akan diproduksi nantinya.

BAB III

DESKRIPSI PERUSAHAAN ATAU INSTANSI

A. LOGO PERUSAHAAN



B. PROFIL PERUSAHAAN

Nama: PT. Galangpress Media Utama

Alamat: Jl. Mawar Tengah No.72 Baciro Yogyakarta 55225-
Indonesia

No. Telepon: +62 274 554985, 554986

No. Faximili: +62 274 556086

Direktur Utama: Julius Felicianus

Contact Person:

Badan Usaha: Perseroan Terbatas (PT)

Jenis Usaha: Penerbitan Buku

commit to user

C. SEJARAH PERUSAHAAN

Penerbit Galangpres adalah sebuah usaha yang bergerak di bidang industri perbukuan. Nama “Galang” di ambil dari bahasa daerah Bali yang berarti keterang-benderangan dipilih dengan satu kesadaran akan pentingnya mengukuhkan kaki pada satu konsep keterangbenderangan cakrawala pengetahuan dalam dunia perbukuan.

Sebagai sebuah usaha yang bergerak di bidang perbukuan, Galangpress menyadari bahwa posisinya bukan saja pada aspek bisnis semata, tetapi juga meletakkan buku sebagai produk seni, budaya, dan intelektual yang memberikan kesaksian akan makna dan problematika zaman. Dengan filosofi “keterang-benderangan” itu, dimungkinkan bahwa subjek-subjek menjadi terbuka akan pelangi zaman dan sadar akan khittah hidup yang plural.

Dalam konteks itu, Galangpress hadir meracik buku sebagai satu bentuk olah hidup dengan kesadaran bahwa kehidupan ini seperti pelangi: warna-warni yang mesti saling menghargai. Di sinilah Galangpress memposisikan buku sebagai jendela dunia yang selalu terbuka. Buku sebagai medium pasar bebas ide dan sekaligus sebagai bentuk kesaksian hidup bagi setiap diri yang memasukinya. Secara segmentatif Galangpress mengabdikan diri pada karya-karya Budaya, Sastra, Politik, dan kajian-kajian ilmiah populer yang tengah mengemuka.

Pada bulan Mei 2006 lalu, Galangpress telah beranjak pada usia yang ke empat. Tentu, ini usia yang sangat muda bagi sebuah perusahaan

dan satu dedikasi. Namun, dalam usia yang masih muda itu Galangpress tetap ingin bersaksi dan mendokumentasikan berbagai wacana yang muncul dari ruang-ruang buku karya anak-anak bangsa. Pada tahun pertama, terbit *Memberi Suara pada yang Bisu* karya Dr.Dede Oetomo, yang mendiskusikan tema homoseksualitas secara ilmiah. Pada tahun kedua, lahir *Jakarta Undercover*, karya Moammar Emka, yang menyingkap dunia remang malan kota Jakarta dan *Garis Tepi Seorang Lesbian* karya Herlinatiens yang mengungkap dunia lesbian melalui karya fiksi. Dan pada tahun ketiga, lahir *Kisah Mata* karya Seno Gumira Ajidarma yang mengkaji foto dalam perspektif filsafat. Muncul juga tiga buku setema: *Jangan Lepas Jilbabku* karya Shuniyya Ruhama Habiiballah, *Jangan Lihat Kelaminku* karya Merlyn Sopjan, dan *Waria, Laknat atau kodrat?* karya Zunly Nadia yang ketiganya bicara seputar waria. Pada tahun ke empat diterbitkan pula buku yang cukup kontroversial tentang sejarah politik Indonesia di era 60-an, *Bung Karno Menggugat!* karya sejarawan besar Indonesia Baskara T. Wardaya.

Pada tahun yang ketiga secara intitusional penerbit Galangpress resmi bernaung dibawah PT. Galangpress Media Utama, Akte No. 07 tanggal 18 Mei 2005 yang membawahi bidang penerbitan, grafis, dan percetakan. Di bidang penerbitan, PT. Galangpress Media Utama memiliki Sepuluh buah lini perusahaan, dimana masing-masing lini memiliki karakteristik yang sangat kuat, *antara lain:*

1. **Galangpress:** Buku-buku terbitan galangpress boleh jadi merupakan pelopor bagi lini produk galangpress lainnya. Sesuai dengan semangat filosofis galang yang bermakna menyinari, maka tema-tema buku yang disuguhkan pun berkisah tentang sosial politik, kemanusiaan, inspirasi, dan sejarah. Hebatnya, buku-buku galang yang bermuatan sejarah dan politik belakangan sudah menjadi sebuah trensetter.
2. **Pustaka Marwa:** Pustaka Marwa merupakan salah satu imprint dari Galangpress Group, yang lahir setelah Penerbit Galangpress pada tahun 2002. Dengan mengusung tema-tema agama (Religiositas populer) seperti islam populer, islam anak, dan motivasi agama. Pustaka Marwa senantiasa menyuguhkan bacaan bermutu dan penuh gizi.
3. **Indonesia Cerdas:** Indonesia Cerdas merupakan lini produk Galangpress yang menampilkan karya-karya pendorong semangat untuk selalu berubah, maju dan berkembang. Tema buku yang diusung adalah penunjang pelajaran, manajemen, bisnis, peluang usaha, musik, bahasa, film, how to, inspirasi hidup, dan motivasi.
4. **New Merah Putih:** Setiap produk perundang-undangan wajib disosialisasikan. Misi itulah yang digenggam penerbit New Merah Putih. Salah satu lini produk PT. Galangpress Media Utama ini berdiri pada awal 2007. Buku-buku yang diterbitkan kebanyakan mengangkat tema undang-undang. Namun dalam

perkembangannya, penerbit New Merah Putih juga menerbitkan soal-soal tes CPNS, psikotes karyawan, dan ujian masuk STAN.

5. Pustaka Grhatama: Pustaka Grhatama mulai berdiri dan unjuk gigi di dunia penerbitan sejak desember 2007. Inspirasi Pagar merupakan terbitan pertamanya yang mengulas lengkap mengenai aneka desain pagar dan proses pembuatannya. Sesuai dengan namanya, Grhatama, penerbit ini memantapkan diri di ranah desain interior serta bisnis perumahan.

6. Multicom: Demi merespon gencarnya perkembangan teknologi informasi yang sangat kompetitif, PT. Galangpress Media Utama menciptakan lini produk ini pada tahun 2008, dimana menerbitkan buku spesialis dunia komputer dan IT.

7. Best: Best Publisher yang berdiri sejak April 2009 mengusung buku-buku motivasi, pengembangan diri, peluang usaha, dan penunjang pelajaran sebagai andalannya. Di samping itu juga mantab melemparkan buku komputer dan politik populer untuk meramaikan dunia baca indonesia.

8. Great!: Great! Publisher bagian dari Galangpress Group yang hadir membawa tema-tema segar seputar musik, kewanitaan, masakan, parenting, dan kesehatan. Buku “Kumpulan Resep Komplit Masakan Padang” yang terbit pada juni 2009 menjadi starting point penting Great! Untuk melaju mantap di rel penerbitan buku di Indonesia.

9. JB Publisher: Di bawah bendera PT. Galangpress Media Utama, Jogja Bangkit Publisher merupakan inti penerbitan termuda. Sejak awal April 2009, JB Publisher sudah memperkaya pembacanya dengan novel dan buku-buku bertema motivasi serta biografi populer.

10. Pustaka Anggrek: Pustaka Anggrek adalah lini penerbitan dari Galangpress Group yang menampilkan karya-karya seputar dunia remaja, anak-anak, wanita, kesehatan, dan hobi. Pustaka Anggrek berdiri tahun 2005 dan sampai sekarang sudah menerbitkan ratusan judul. Bahkan beberapa diantaranya telah menjadi best seller.

D. SEMBOYAN PT. GALANGPRESS MEDIA UTAMA

Semangat keutamaan yang dijunjung oleh Galangpress Group adalah cerdas, kritis, dan optimistis. Virus yang disebarkan kepada setiap pembacanya adalah keyakinan bahwa buku itu jendela ajaib yang bakal menyinari dan melesatkan kita semua ke ujung cakrawala, yaitu kehidupan yang lebih baik, lebih bermartabat. Persis dengan slogan yang dijunjung oleh perusahaan tersebut **”Buku adalah gizi, maka kami peduli”** dan **“Aku membaca maka aku ada”**.

E. VISI DAN MISI PERUSAHAAN

VISI

1. Menjadikan Galangpress menjadi salah satu penerbitan berskala internasional.

commit to user

2. Menjadikan personalia Galangpress berkualitas dalam berpikir dan bertindak.
3. Membangun jaringan dengan siapapun yang memberi manfaat bagi kemajuan perusahaan.
4. Membangun usaha non profit untuk kepentingan dan kemajuan masyarakat yang kurang mampu dan sangat membutuhkan bantuan.

MISI

Menjadi perusahaan penerbitan buku yang berskala internasional.

F. BOARD OF DIRECTOR

Direktur: Julius Felicianus

Wakil Direktur: Ida Prasetiowati

Manajer Akuntansi dan Keuangan: Galih Wibisono

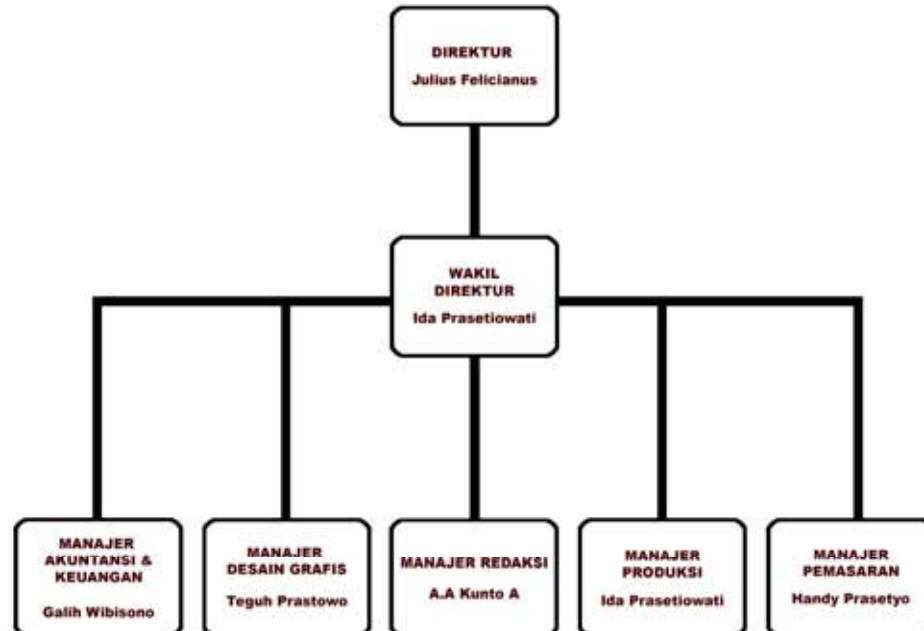
Manajer Desain Grafis: Teguh Prastowo

Manajer Redaksi: A.A. Kunto A

Manajer Produksi: Ida Prasetiowati

Manajer Pemasaran: Handy Prasetyo

G. STRUKTUR ORGANISASI



sumber: redaksi Galangpress

H. TUGAS DARI MASING-MASING JABATAN

1. Direktur:

Bertugas mengatur jalannya perusahaan dan sekaligus memiliki wewenang penuh dalam hal menjalankan perusahaan tersebut.

2. Wakil direktur:

Merupakan seseorang yang mengatur kepala bagian dari divisi-divisi bawahannya.

3. Manajer akuntansi:

Merencanakan dan mengkoordinasi keuangan untuk produksi dan keuangan untuk administrasi perusahaan.

4. Manajer disain grafis:

Mengkoordinasikan dan merencanakan desain grafis sesuai order produksi. Mendistribusikan pekerjaan sesuai spesialisasi desain kepada staf Disainer.

5. Manajer redaksi:

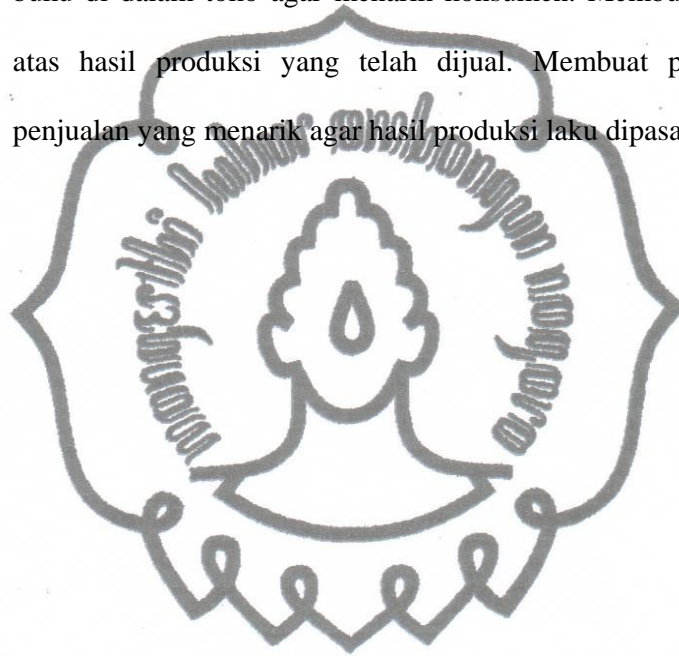
Menerima dan menyeleksi naskah-naskah yang masuk. Melakukan proses editing naskah bersama staf redaksi (editor). Mengkoordinasi pekerjaan dengan bagian desain grafis untuk membuat cover, lay-out serta keperluan-keperluan teknis lain. Bertanggung jawab sebagai koordinator Dewan Redaksi (Pemimpin, Divisi Redaksi, Divisi Pemasaran, dan Divisi Desain Grafis). Memberikan masukan tentang buku-buku baru.

6. Manajer produksi:

Mengkoordinasi pekerjaan yang masuk, mulai dari persiapan awal sampai pekerjaan selesai. Membuat harga jual dan harga kontrak serta surat-surat penawaran dan surat perjanjian sebelum disahkan oleh pimpinan. Membantu pimpinan dalam memutuskan dan melaksanakan pekerjaan sampai batas tertentu sesuai yang sudah didelegasikan oleh pimpinan.

7. Manajer pemasaran:

Melaksanakan perencanaan pemasaran dan distribusi hasil produksi perusahaan. Mengkoordinasikan pemasaran dan distribusi, yang pelaksanaannya dibantu oleh staf Pemasaran dan Distribusi. Memberikan pengarahan kepada staf pemasaran tentang tata letak buku di dalam toko agar menarik konsumen. Membuat analisa pasar atas hasil produksi yang telah dijual. Membuat program-program penjualan yang menarik agar hasil produksi laku dipasar.



BAB IV

PELAKSANAAN KULIAH KERJA MEDIA

A. Pelaksanaan Kuliah Kerja Media (KKM) di PT. Galangpress Media Utama Yogyakarta

Kuliah kerja media merupakan kesempatan bagi mahasiswa dimana mahasiswa dapat terjun langsung dalam dunia kerja yang sebenarnya. Kegiatan kuliah kerja media tersebut dapat digunakan oleh mahasiswa untuk mengetahui dan mengenal hal baru dan tantangan yang didapat di tempat magang. Hal ini semakin membuka mata penulis tentang dunia periklanan yang sebenarnya dan dunia kerja yang sesungguhnya.

Penulis melakukan kuliah kerja media pada PT. Galangpress Media Utama dan ditempatkan pada bagian Creative Design. Pada kegiatan magang di Galangpress penulis berada dibawah bimbingan Bpk Andy Suparwanto dan Bpk. Teguh Prastowo yang merupakan Creative Director di Galangpress. KKM ini sendiri dilaksanakan selama kurang lebih 1 bulan dan 7 hari dari tanggal 8 Maret s/d 14 April 2010. Dengan jam kerja mulai hari senin sampai sabtu pukul 09.00 – 17.00 WIB, kecuali hari sabtu dimana magang hanya setengah hari.

Selama proses magang berlangsung, penulis mempunyai banyak kesempatan untuk mempelajari kinerja dan tugas Creative Design. Semua ilmu yang telah penulis peroleh di kampus dapat penulis terapkan secara langsung dalam kegiatan magang ini.

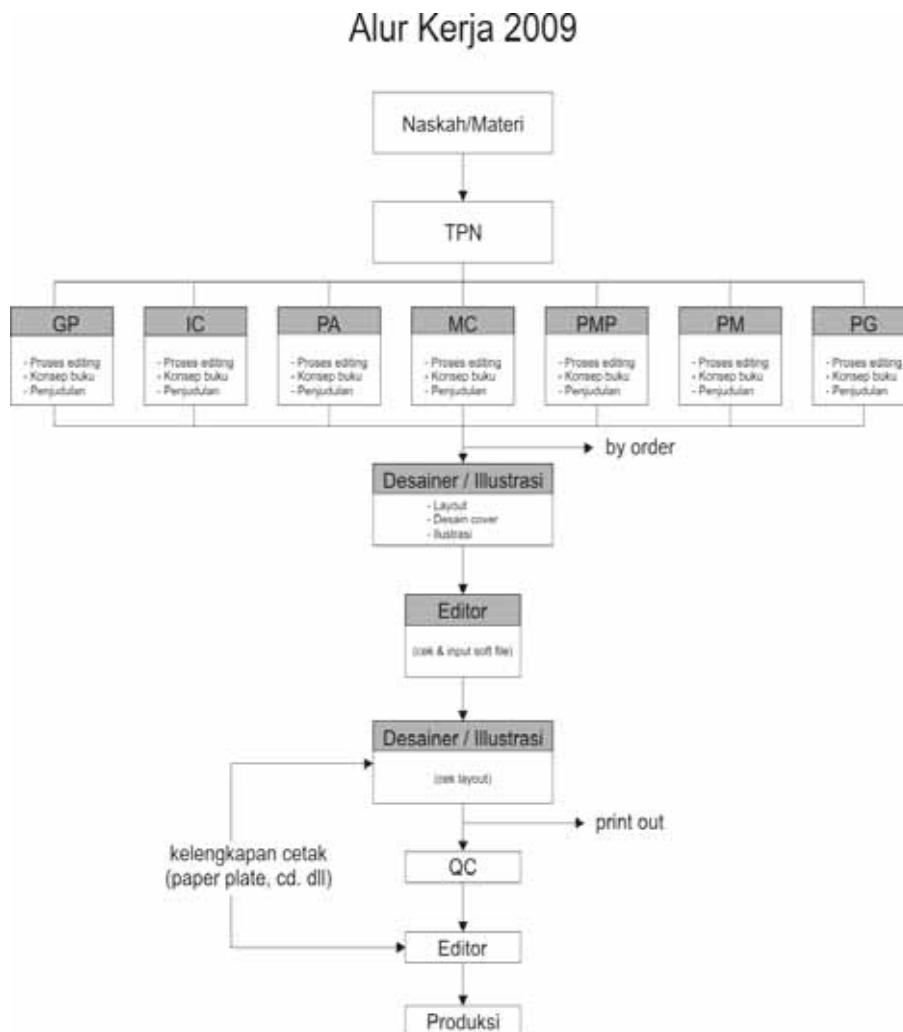
commit to user

B. Prosedur Kegiatan

1. Job Deskripsi

Ketika penulis diterima di divisi kreatif oleh Galangpress sebagai desainer, penulis memiliki rasa keingintahuan yang luar biasa tentang proses kerja dan alur-alurnya sehingga penulis melaksanakan Kuliah Kerja Media (KKM) ini dengan sungguh-sungguh dan penuh tanggung jawab untuk menjawab kepercayaan yang telah diberikan oleh perusahaan. Disini, PT. Galangpress Media Utama tidak menganggap mahasiswa hanya sebagai peserta KKM saja, namun penulis lebih dilibatkan sebagaimana seharusnya peran seorang desainer grafis yang mana seharusnya sudah mampu melaksanakan tugasnya dengan baik. Disini penulis dituntut untuk mampu bekerja sama dengan baik dalam satu tim yang solid, mulai dari divisi kreatif sendiri hingga rekan redaksi, sehingga dapat terjalin komunikasi yang baik.

2. Alur Kerja PT. Galangpress Media Utama



- GP: Galangpress
- IC: Indonesia Cerdas
- PA: Pustaka Anggrek
- MC: Multicom
- PMP: Pustaka New Merah Putih
- PM: Pustaka Marwa
- PG: Pustaka Grhatama

sumber: redaksi Galangpress

commit to user

3. Proses Desain

Di dalam proses pengerjaan eksekusi desain cover buku serta layout-nya, PT. Galangpress Media Utama menggunakan komputer jenis PC sebanyak 7 unit di divisi kreatif departemen. Spesifikasi *software* yang digunakan dalam proses pengerjaan / eksekusi antara lain :

a. Corel Draw

Versi : X3

Jenis File : CDR

Mode : CMYK (colour), Grayscale (B/W)

Text : Convert to curve

b. Photoshop

Versi : CS 2

Jenis File : PSD, TIFF, EPS

Mode : CMYK (colour), Grayscale (B/W)

Resolusi : min. 300 dpi

c. Adobe InDesign

Versi : CS3

Jenis File :

Mode :

Text :

4. Deskripsi Magang

Minggu I

Pada awal minggu pertama magang penulis melakukan pengakraban dengan para karyawan PT. Galangpress Media Utama. Awalnya penulis berkenalan dengan pembimbing magang di Galangpress yaitu Bpk.Andy Suparwanto yang kemudian diperkenalkan dengan Creative Director di PT. Galangpress Media Utama yaitu Bpk. Teguh Prastowo. Kemudian Bpk. Andy mengajak penulis untuk berkenalan dengan semua karyawan dari tiap divisi yang ada di PT. Galangpress Media Utama.

Pada minggu pertama ini penulis diberikan perkenalan dan pengajaran dasar tentang software Adobe InDesign yang digunakan oleh hampir seluruh karyawan Galangpress dalam membuat layout sebuah buku dan majalah yang akan diterbitkan. Setelah diberikan pengajaran yang secukupnya, penulis diberikan tugas pertama yaitu membuat sebuah cover desain buku yang berjudul "Super Pintar Menyelesaikan Soal Bahasa Inggris". Dalam pembuatan cover ini penulis diberikan beberapa materi yang akan digunakan dalam cover tersebut seperti point selling dan rangkuman dari buku itu sendiri sehingga penulis tinggal membuat ilustrasi serta penataan

layout-nya. Tugas berikutnya adalah penulis diberikan beberapa materi untuk membuat stand x-banner yang dimana akan digunakan Galangpress untuk promosi majalah di pameran buku yang sedang diselenggarakan di kota jogja. Dalam pembuatannya penulis tidak mengalami kesulitan dikarenakan bahan materinya sendiri yang sudah komplit sehingga tinggal membuat layout yang semenarik mungkin. Dan diakhir pekan, yaitu di hari sabtu penulis juga mengikuti meeting bersama dengan seluruh karyawan PT. Galangpress untuk saling sharing tentang berbagai permasalahan/ kendala yang dihadapi dan bagaimana penyelesaiannya seharusnya yang baik.

Minggu II

Pada minggu kedua ini penulis masih meneruskan pengerjaan cover buku "Super Pintar Menyelesaikan Soal Bahasa Inggris" yang dimana penulis membuat bermacam variasi cover untuk nantinya akan dikonsultasikan kepada Creative Director apabila cover desain dirasa sudah jadi. Dalam pembuatannya penulis mengalami hambatan yaitu untuk mengembangkan konsep cover buku anak-anak. Oleh karena itu penulis banyak bertanya dan meminta pendapat terhadap karyawan divisi kreatif dan browsing internet untuk mencari

referensi yang dirasa bagus dan sesuai dengan konsep anak-anak untuk kover tersebut.

Minggu III

Pada minggu ini penulis akhirnya mulai berkonsultasi dengan Creative director untuk buku "Super Pintar Menyelesaikan Soal Bahasa Inggris" dan setelah mendapat berbagai koreksi akhirnya desain cover buku tersebut telah di acc dan mulai diserahkan kepada redaksi. Setelah itu penulis mendapatkan tugas untuk membuat kover buku lainnya dikarenakan telah di acc nya cover buku yang sebelumnya. Penulis membuat cover desain buku "Meraih Berkah Dengan Menikah" dengan disertai materi selling point dari buku tersebut.

Minggu IV

Penulis pada minggu ini mendapatkan tugas untuk membuat desain cover buku berjudul "Complete and Easy English – Bahasa Inggris Lengkap dan Mudah" serta cover buku "Bisnis Internet". Penulis sedikit menemui hambatan terutama dalam penentuan visualisasi dalam cover buku tersebut.

Minggu V

Sebulan telah berlalu pada minggu kelima ini penulis masih terus mendesain untuk cover buku "Complete and Easy

English – Bahasa Inggris Lengkap dan Mudah” serta diberikan tambahan tugas dari redaksi untuk mendesain layout kartu untuk anak-anak yang berjudul ”Ayo Berdoa”.



BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Selama ini PT. Galangpress Media Utama sudah menjadi ikon penerbit yang populer di seluruh penjuru tanah air dimana telah banyak menelurkan bermacam-macam tema buku yang populer dan berguna bagi pembaca setianya. Galangpress adalah salah satu penerbit buku yang lebih menekankan pada tema buku sejarah serta sosial politiknya yang terkenal tajam, galak, dan proaktif sehingga sangat diminati oleh pembacanya.

Konsep kerja kreatif dari penerbitan buku dapat terwujud dengan baik apabila semua tim yang ada baik creative design maupun redaksi dapat bekerja sama dengan baik. Terciptanya sebuah buku yang bermutu, menarik dan laris penjualannya di masyarakat dapat terjadi salah satunya dikarenakan creative design membuat kover buku / tampilannya yang dapat mengundang konsumen untuk melihat dan tertarik untuk membelinya.

Jadi tugas Creative Design di penerbit buku sebenarnya sangat vital, dimana dituntut untuk dapat menciptakan layout buku dan visualisasi kover yang sesuai dengan isi buku serta terlihat menarik sehingga konsumen turut membeli buku tersebut.

Jadi untuk menjadi Creative Design yang professional diperlukan orang yang ahli dibidang desain dan kreatif, sebab kedua hal tersebut

commit to user

merupakan satu kesatuan didalam pembuatan desain buku yang sangat berguna bagi kelancaran pemasaran buku.

B. SARAN

Berdasarkan pengalaman yang didapatkan selama kuliah kerja media (KKM) 2010, penulis memberikan saran-saran:

1. Bagi pihak Fakultas Ilmu Sosial dan Politik khususnya komunikasi terapan, jurusan periklanan sebaiknya mengembangkan materi perkuliahan pada jurusan tersebut karena mata kuliah yang diajarkan sangatlah minim sekali walaupun sebagai anak periklanan namun tidak *familiar* dengan kegiatan ataupun istilah periklanan. Sebaiknya pihak jurusan memperbanyak praktek dan ketrampilan, agar dalam KKM dan masuk ke dunia kerja yang sesungguhnya dapat bersaing dengan senior-senior sesuai dengan bidang yang digelutinya. Dan menambah tenaga-tenaga praktisi periklanan untuk memberikan pengajaran yang optimal bagi mahasiswa.

2. Bagi instansi/ lembaga magang

Begitu banyak media cetak yang beredar di Yogyakarta, mereka berlomba-lomba untuk mendapatkan minat dari pelanggannya. Untuk saat ini langkah yang dilakukan PT. Galangpress Media Utama sudah tepat dengan memberikan pelayanan yang sangat baik terhadap para konsumen. Kekompakan, rasa persaudaraan antara karyawan. Sikap

saling membantu dan melengkapi, dan juga adanya program yang dapat membantu kepentingan masyarakat, merupakan pondasi kuat untuk tetap menjaga berdirinya perusahaan. Cara seperti itu merupakan cara yang tepat untuk mendapatkan simpati di hati masyarakat. Akan tetapi bukan hanya itu saja yang dapat dilakukan penerbit Galangpress. Dengan adanya perpustakaan keliling diharapkan perusahaan ini dapat memberi nilai tambah bagi kemajuan pendidikan di Indonesia. Saran penulis terhadap PT. Galangpress Media Utama adalah agar dapat memperluas jangkauan bantuan perpustakaan keliling tersebut, sehingga dapat terwujud masyarakat Indonesia yang pintar dan cerdas.

