

**PERANCANGAN MEDIA PROMOSI
SEKOLAH MENENGAH ANALIS KIMIA PADANG (SMAKPA)
DALAM MEDIA CETAK (*PRINTED AD*)**

KARYA AKHIR

***Diajukan Kepada Universitas Negeri Padang
untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam Menyelesaikan
Program Sarjana Desain Komunikasi Visual***



**Oleh:
ARYONI ANANTA
76225/06**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN SENI RUPA
FAKULTAS BAHASA DAN SENI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2011**

PERSETUJUAN UNTUK UJIAN

Karya Akhir

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI SEKOLAH MENENGAH ANALIS KIMIA

PADANG (SMAKPA) DALAM MEDIA CETAK (*Printed ad*)

Nama : ARYONI ANANTA
Nim/Bp : 76225/2006
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Jurusan : Seni Rupa
Fakultas : Bahasa dan Seni

Padang, 6 Januari 2011

Disetujui untuk Ujian:

Dosen Pembimbing I,

Dosen Pembimbing II,

Drs. Syafwandi, M.Sn
NIP 19600624.198602.1.003

Drs. Syafwan, M.Si
NIP 19570101.198103.1.010

HALAMAN PENGESAHAN

**Dinyatakan lulus setelah dipertahankan di depan Tim Penguji
Karya Akhir Program Studi Desain Komunikasi Visual
Jurusan Seni Rupa, Fakultas Bahasa dan Seni
Universitas Negeri Padang**

**Judul : Perancangan Media Promosi Sekolah Menengah
Analisis Kimia Padang (SMAKPA) dalam Media
Cetak (*printed ad*)**

**Nama : Aryoni Ananta
Nim/Bp : 76225/2006
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Jurusan : Seni Rupa
Fakultas : Bahasa dan Seni**

Padang, 22 Januari 2011

Tim Penguji:

Nama/NIP

Tanda Tangan

- | | | |
|----------------------|------------------------------------|-------------|
| 1. Ketua | : Drs. Erwin A, M. Sn | : 1. |
| | NIP : 19590118.198503.1.007 | |
| 2. Sekretaris | : Drs. Suib Awrus, M. Pd | : 2. |
| | NIP : 19591212.198602.1.001 | |
| 3. Anggota | : Yulinafri, S. Pd | : 3. |
| | NIP : 19700505.199512.1.002 | |

ABSTRAK

Aryoni Ananta : Perancangan Media Promosi Sekolah Menengah Analis Kimia Padang (SMAKPA) dalam Media Cetak (*Printed Ad*)

SMAKPA merupakan satu-satunya SMK yang bergerak di bidang analisis kimia di Propinsi Sumatera Barat, karena lembaga pendidikan yang bergerak di bidang keahlian yang sama cuma ada tiga di Indonesia, yaitu SMAK Padang, Sekolah Menengah Analis Kimia Bogor (SMAKBO), dan Sekolah Menengah Analis Kimia Makassar (SMAKMA). Dimulai pada tahun ajaran 2009/2010, SMAKPA sudah menuju Rintisan Sekolah Bertaraf Internasional (RSBI). Visi dan misi SMAKPA sekarang pun telah diperbaharui untuk menunjang programnya, yaitu Menjadi Sekolah Analis Kimia bertaraf internasional pada tahun 2012 dan menghasilkan lulusan unggul dan mandiri.

SMAKPA memiliki potensi yang bagus dengan program RSBI yang dijalankan untuk perkembangan dunia pendidikan tetapi kurang promosi melalui media *printed ad*, di mana media promosi *printed ad* yang sudah ada kurang efektif dan variatif, dan kurang beragamnya penggunaan media promosi tersebut karena hanya sebatas pada *billboard*, *booklet*, spanduk, dan *leaflet*.

Tujuan yang ingin dicapai adalah terciptanya rancangan media promosi sebagai sarana komunikasi dalam menginformasikan seluruh potensi dan aspek profesionalitas SMAKPA kepada *target audience* yang akan menunjang tercapainya visi dan misi sekolah. Sedangkan proses perancangan yang digunakan adalah Model prosedural bersifat deskriptif melalui proses pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dokumentasi, identifikasi dan rumusan masalah yang selanjutnya dianalisis menggunakan teori analisis SWOT (*strength/kekuatan*, *weakness/kelemahan*, *opportunity/peluang*, *threat/ancaman*) dalam melakukan pendekatan kreatif untuk mencapai wilayah target audience agar promosi yang dilakukan tepat sasaran. selanjutnya membuat konsep strategi dan program kreatif dalam menghasilkan pemecahan masalah perancangan.

Proses perancangan telah menghasilkan media utama berupa *booklet profile*, yaitu sebuah media *printed ad* yang terdiri dari beberapa halaman yang dijilid hingga menyerupai buku. Dapat memuat informasi lebih banyak di antaranya berupa *history* SMAKPA, visi dan misi, sarana dan fasilitas, struktur organisasi, prestasi, lokasi, dan berupa informasi-informasi penting lainnya mengenai SMAKPA. Di samping itu juga dirancang media pendukung untuk penunjang dari media utama seperti *billboard*, *poster*, *business card*, *stationery set*, *x-banner*, *cd cover*, dan *pocket folder*.

Dengan menggunakan media promosi yang lebih bervariasi di dalam mengkomunikasikan berbagai informasi tentang SMAKPA dengan tujuan menjangkit minat masyarakat dan berpromosi secara efektif diharapkan dapat memberikan kontribusi positif dalam menjangkit minat masyarakat/*target audience* untuk memanfaatkan lembaga pendidikan SMAKPA sebagai pilihan sarana tempat untuk proses pendidikan dalam menciptakan tenaga terampil, siap kerja, dan mampu bersaing secara global khususnya di bidang analisis kimia.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirohim
Assalamu'alaikum wr.wb

Berkat limpahan rahmat Allah SWT yang maha kuasa sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan laporan karya akhir yang berjudul " ***Perancangan Media Promosi Sekolah Menengah Analis Kimia Padang (SMAKPA) dalam Media Cetak (printed ad)***". Laporan karya akhir ini disajikan dalam rangka memenuhi persyaratan untuk menyelesaikan studi Sarjana (S1) Program Studi Desain Komunikasi Visual Jurusan Seni Rupa Fakultas Bahasa dan Seni Universitas Negeri Padang.

Dalam penyusunan laporan karya akhir ini penulis banyak mendapat bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada bapak Drs. Syafwandi, M.Sn sebagai pembimbing I dan bapak Drs. Syafwan, M.Si sebagai pembimbing II yang telah memberikan petunjuk dan arahan kepada penulis dalam menyelesaikan laporan karya akhir ini.

Selanjutnya penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Ramalis Hakim, M.Pd dan Drs. Syafril selaku Ketua dan Sekretaris Jurusan Seni Rupa
2. Ibu Drs. Zubaidah.A, M.Sn. Selaku Penasehat Akademik yang telah membimbing dan memberi nasehat di dalam permasalahan akademik
3. Bapak dan Ibu staff pengajar Jurusan Seni Rupa Fakultas Bahasa dan Seni Universitas Negeri Padang

4. Kedua Orang Tua yang sangat penulis cintai, Kakak dan Adik yang telah memberikan Do'a nya yang tulus, kasih sayang, dukungan, dan semangat yang selalu menyertai setiap langkah hidup ananda.
5. Bapak Kepala sekolah, Waka Hubim, staff, dan seluruh siswa-siswi Sekolah menengah Analis Kimia (SMAK) Padang.
6. Teman-teman DKV 06 yang senasib dan seperjuangan , DKV 04, 05, 07, 08, 09 dan 10 yang tidak dapat penulis jabarkan satu persatu.
7. Teman-teman teamwork Luarkelas *design* studio.
8. Pihak-pihak terkait yang tak bisa dijabarkan satu persatu.

Penulis menyadari Laporan Karya Akhir ini masih banyak kekurangan dan masih belum sempurna. Untuk itu apabila ada kritik dan saran yang bersifat membangun, penulis terima dengan sangat senang hati. Atas kritikan dan saran yang diberikan penulis ucapkan terima kasih.

Padang, Januari 2011

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	5
C. Pembatasan Masalah.....	6
D. Rumusan Masalah.....	6
E. Orisinalitas.....	7
E. Tujuan Berkarya.....	7
 BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	 9
A. Kajian Praksis.....	9
1. Sekolah Menengah Kejuruan.....	9
2. Sekolah Menengah Analisis Kimia Padang.....	10
a. Visi dan Misi.....	12
b. Sarana dan Fasilitas Pendidikan.....	13
c. Struktur Organisasi.....	15
B. Kajian Teoritis.....	15
1. Desain Komunikasi Visual.....	15
a. Elemen dan Unsur Desain Komunikasi Visual....	18
b. Prinsip Dasar Desain.....	23
2. Komunikasi.....	27
3. Promosi.....	30
a. Pengertian Promosi.....	30
b. Fungsi Promosi.....	32

	c. Jenis-jenis Media Promosi Cetak (printed ad).....	33
	C. Karya Yang Relevan	38
	D. Kerangka Konseptual	41
BAB III	METODE PERANCANGAN	42
	A. Metode Pengumpulan Data	42
	B. Metode Analisis Data	46
	C. Pendekatan Kreatif	48
	1. Tujuan Kreatif.....	50
	2. Strategi Kreatif.....	51
	3. Program Kreatif.....	52
	D. Media	53
	1. Media Utama.....	53
	2. Media Pendukung.....	55
	E. Jadwal Kerja	56
BAB IV	PERANCANGAN VISUAL	57
	A. Teori Media	57
	1. Konsep Visual.....	57
	a. Format desain.....	57
	2. Konsep Verbal.....	61
	B. Program Kreatif	62
	1. Pembahasan Media Utama.....	62
	2. Pembahasan Media Pendukung.....	69
	C. Lay Out	76
	1. Lay Out kasar, Eksekusi, Komprehensif.....	76
	D. Final Desain	128
BAB V	PENUTUP	139
	A. Simpulan	139
	B. Saran-Saran	143

DAFTAR RUJUKAN.....	144
LAMPIRAN.....	

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1 Warna Dasar Pada Media Promosi SMAKPA	60
2 Psikologi Warna Pada Media Utama Booklet Profile	66
3 Teknik Warna CMYK Pada Media Utama Booklet Profile	67
4 Teknik Warna RGB Pada Media Utama Booklet Profile	68
5 Teknik Warna CMYK Pada Media Pendukung	74
6 Teknik Warna RGB Pada Media Pendukung	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1 Foto Billboard SMAKPA	44
2 Foto Booklet Profile SMAKPA (bagian luar)	44
3 Foto Booklet Profile SMAKPA (bagian dalam)	45
4 Foto Leaflet SMAKPA	45
5 Proses Penciptaan Simbolik	58
6 Logo SMAKPA	63
7 Logo Kementerian Perindustrian	64
8 Logo Quality System	64
9 Elemen Simbol Dalam media Promosi SMAKPA	65
10 Land-Mark SMAKPA	70

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sekolah Menengah Analis Kimia Padang (SMAKPA) adalah salah satu dari sekian banyak SMK (Sekolah Menengah Kejuruan) yang berada dikawasan kota Padang Provinsi Sumatera Barat, tepatnya di Jl. Alai Pauh V No.13 Kelurahan Kapalo Koto Kecamatan Pauh kota Padang. Didirikan pada tanggal 28 Oktober 1964 oleh Yayasan Imam Bonjol dengan nama Sekolah Analis Kimia Menengah Atas (SAKMA) Padang. SMAKPA Merupakan salah satu dari unit pusat pendidikan dan pelatihan industri yang berada di bawah Departemen Perindustrian. SMAKPA juga merupakan sekolah negeri program 4 (empat) tahun yang bertujuan untuk menyiapkan tenaga profesional di bidang kimia analisis dan untuk memasuki perguruan tinggi melalui jalur penelusuran minat dan bakat (PMDK) ke universitas-universitas ternama di Indonesia, dengan motto sekolah "jaminan mutu dan kepuasan konsumen". Visi baru sekolah ini adalah "Menjadi sekolah analis kimia bertaraf Internasional pada tahun 2012 dan menghasilkan lulusan yang unggul dan mandiri". Sementara visi sebelumnya adalah "Menjadi sekolah analis kimia terbaik dan menghasilkan lulusan yang kompeten di Indonesia pada tahun 2009". Lembaga pendidikan yang bergerak di bidang keahlian yang sama cuma ada tiga di Indonesia, yaitu SMAKPA itu sendiri, Sekolah Menengah Analis Kimia Bogor (SMAKBO), dan Sekolah Menengah Analis Kimia Makassar (SMAKMA).

Lulusan SMAKPA merupakan tenaga profesional di bidang kimia analisis dan telah mengabdikan diri di berbagai perusahaan dan lembaga-lembaga penelitian di dalam dan luar negeri. Sejak tahun 1968 sampai saat ini SMAKPA telah menghasilkan lulusan sebanyak 3871 orang tenaga analisis.

Misi SMAKPA pun sekarang ditambah dengan yang baru untuk meningkatkan profesionalitas dan mewujudkan visi sekolah antara lain : menerapkan kurikulum yang mengacu pada salah satu negara *Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD)* atau negara maju lainnya, menerapkan pembelajaran berbasis Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) dan bilingual, meningkatkan sistem administrasi akademik berbasis Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK), pendidik dan tenaga kependidikan bersertifikat nasional dan atau internasional, meningkatkan kualitas sarana prasarana pembelajaran berbasis Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK), menerapkan Sistem Manajemen Mutu ISO 9001:2008 secara berkelanjutan, menerapkan Sistem Manajemen laboratorium ISO/IEC 17025:2005 dan Sistem manajemen Lingkungan ISO 14001:2004, bekerjasama dengan sekolah, perguruan tinggi, Dunia Usaha (DU) / Dunia Industri (DI) dari negara-negara anggota OECD dan negara maju lainnya, meningkatkan pembinaan dan disiplin serta prestasi siswa dalam kegiatan ekstrakurikuler yang bertaraf nasional dan atau internasional, meningkatkan keimanan dan ketakwaan siswa kepada Tuhan Yang Maha Esa, dan membangun budaya kerja yang harmonis. Menjadikan SMAKPA sebagai salah satu pusat pendidikan yang pantas menciptakan

Sumber Daya Manusia (SDM) yang berkualitas, siap kerja, dan handal dalam persaingan global.

Di samping visi dan misi yang baru berusaha diterapkan dan dijalankan oleh SMAKPA, ada juga beberapa masalah yang dihadapi baik itu dari faktor internal maupun faktor pengenalan ke publik, di mana media promosi *printed ad* sekolah yang ada sekarang masih kurang efektif dan variatif, karena kurang memperhatikan *point of interest* objek dan kurang beragamnya penggunaan media promosi tersebut, karena terbatas hanya pada *billboard*, *booklet*, spanduk, dan *leaflet*. Di sisi lain transportasi umum ke sekolah juga masih kurang karena lokasi sekolah berada di pinggiran kota. Beberapa permasalahan ini cukup berpengaruh pada usaha untuk mewujudkan visi dan misi SMAKPA.

Berdasarkan data tersebut, penulis menyadari perlunya sebuah media promosi *printed ad* sekolah yang baru, lebih lengkap dan lebih beragam sebagai usaha menginformasikan semua potensi dan profesionalitas sekolah dalam memajukan dunia pendidikan di Indonesia dan juga menginformasikan visi dan misi SMAKPA yang baru kepada *target audience*. Karena dalam media promosi *printed ad* sebelumnya masih tercantum visi dan misi SMAKPA yang lama. Pada media *printed ad*, hanya di bahan promosi brosur penerimaan siswa baru tahun ajaran 2010 dicantumkan visi dan misi SMAKPA yang baru saat sekarang. Media promosi berguna agar *target audience* mengetahui, memahami, dan mengenal lembaga pendidikan SMAKPA dan informasi yang menyangkut segala kegiatan dan usahanya. SMAKPA sebelumnya sudah melakukan kegiatan promosi sekolah. Berdasarkan wawancara dengan Kepala Sekolah bahwa,

promosi sekolah yang dilakukan dengan menggunakan bahan media *printed ad* hanya sebatas pada penyebaran *leaflet*, *billboard*, dan profil sekolah dalam format buku (*booklet*), itupun secara pengemasan dan penerapan medianya belum efisien dan kurang menarik secara prinsip dasar desain komunikasi visual. Selanjutnya, promosi dilakukan dengan cara presentasi guru pada sekolah-sekolah favorit se-Sumatera Barat, dan melalui mulut ke mulut dari orang tua siswa.

Untuk menjangkit minat calon siswa dalam memilih sebuah lembaga pendidikan dapat ditempuh melalui berbagai cara, salah satunya promosi dengan menggunakan media cetak (*printed ad*) yang lebih variatif seperti penggunaan *billboard*, *stationery set*, *leaflet*, *poster*, *flayer*, *pamflet*, *sign system*, *banner*, *sticker*, *marchandise*, dan media promosi lain yang efisien. Yang perlu diperhatikan adalah bahwa tidak ada satupun media yang sangat tepat, masing-masing memiliki kelebihan dan kekurangan. Artinya, jika sebuah kegiatan promosi hanya menggunakan satu media untuk mempromosikan produk atau jasa, jelas secara pasti efektifitasnya menjadi terbatas. Efektifitas promosi sangat tergantung medianya, isi pesannya, jumlah dan durasi penyampaian serta kecerdasan untuk memasuki alam dasar pikiran banyak orang. Disisi lain, adalah kenyataan semua manusia modern sudah memasuki era *over-comunicate* (kelebihan informasi). Peranan media promosi yang efisien akan mewakili SMAKPA dalam menginformasikan visi dan misi pada *target audience*.

Untuk itulah penulis memilih akan membahas promosi SMAKPA sebagai subyek Tugas Akhir dengan harapan dapat membantu pihak sekolah dalam

upaya mempromosikan sekolah demi kelancaran dalam melaksanakan visi dan misi dari SMAKPA sebagai salah satu lembaga pendidikan dan pelatihan industri di bidang Kimia Analisis. Dengan demikian, penulis mengajukan judul Karya Akhir sebagai berikut : **"Perancangan Media Promosi Sekolah Menengah Analis Kimia Padang (SMAKPA) dalam Media Cetak (*printed ad*)"**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang diutarakan di atas ditemukan beberapa masalah yang dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Karena perubahan program visi dan misi SMAKPA, media *printed ad* apa saja yang dibutuhkan dalam kegiatan promosi.
2. Media promosi *printed ad* yang ada kurang efektif dan variatif, hanya sebatas penggunaan *billboard*, *leaflet*, spanduk, dan *booklet profile* dan informasi yang ditampilkan masih berupa informasi yang lama.
3. Media promosi sebelumnya kurang memperhatikan *poin of interest* objek.
4. Program visi dan misi SMAKPA yang baru belum diaplikasikan ke berbagai bahan promosi *printed ad*, dan akan dijadikan *point of interest* dalam menjaring *target audience*.
5. Transportasi umum ke sekolah masih sangat kurang karena lokasi sekolah berada di pinggiran kota.
6. Pada media promosi sebelumnya, secara pengemasan dan penerapan medianya belum efisien dan kurang menarik secara prinsip dasar desain komunikasi visual.

C. Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah dikemukakan di atas, maka perancangan ini dibatasi dengan permasalahan yaitu:

1. Karena perubahan program visi dan misi SMAKPA, media *printed ad* apa saja yang dibutuhkan dalam kegiatan promosi.
2. Pada media promosi sebelumnya, secara pengemasan dan penerapan medianya belum efisien dan kurang menarik secara prinsip dasar desain komunikasi visual.
3. Program visi dan misi SMAKPA yang baru belum diaplikasikan ke berbagai bahan promosi *printed ad*, dan akan dijadikan *point of interest* dalam menjaring *target audience*.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah yang diuraikan di atas, maka dapat dirumuskan masalah perancangan sebagai berikut:

1. Media promosi *printed ad* apakah yang akan dirancang sebagai media utama ?.
2. Media promosi *printed ad* apa-apa saja yang dirancang sebagai media pendukung sebagai penunjang dari media utama ?.
3. Bagaimanakah proses perancangan media promosi *printed ad*?

E. Orisinalitas

Orisinalitas perancangan, dimana masalah yang diangkat adalah sesuatu yang faktual bukan fiktif, dan pemecahan masalah perancangan yang dikemukakan jauh dari duplikasi atau penjiplakan.

Perancangan tugas akhir ini adalah suatu rancangan yang orisinal, karena dalam sebuah kegiatan promosi dalam memberikan informasi kepada target audience akan sebuah pelayanan jasa dalam ruang lingkup pendidikan diperlukan sebuah bentuk promosi yang efektif, dan juga penciptaan brand image (pencitraan identitas) yang positif di masyarakat. Perancangan promosi pencitraan selama ini lebih banyak kepada perusahaan berskala besar dan multi nasional. Maka dari itu diperlukan suatu bentuk promosi yang efisien dan optimal bagi sebuah lembaga pendidikan agar sebuah pelayanan jasa dalam bidang pendidikan tersebut berjalan lancar dan berkembang sesuai harapan dalam mencapai tujuan yang diharapkan.

F. Tujuan Berkarya

1. Tujuan umum:

- a. Keberadaan media promosi akan menjadi sebuah sarana komunikasi dalam menginformasikan seluruh aspek profesionalitas SMAKPA kepada *target audience* demi menunjang tercapainya visi dan misi sekolah.
- b. Fungsi media promosi diharapkan dapat memberikan kontribusi positif dalam menjangkau minat masyarakat/*target audience* untuk memanfaatkan lembaga pendidikan SMAKPA sebagai pilihan sarana tempat untuk

proses pendididkan dalam menciptakan tenaga terampil, siap kerja, dan mampu bersaing secara global khususnya di bidang analisis kimia.

- c. Penggunaan media promosi yang lebih bervariasi di dalam mengkomunikasikan berbagai informasi tentang SMAKPA dengan tujuan menjangkit minat masyarakat dan berpromosi secara efektif, dapat mencerminkan peran serta dari SMAKPA di dalam mendukung program pemerintah untuk meningkatkan kualitas SDM (Sumber Daya Manusia) khususnya melalui jalur Sekolah Menengah Kejuruan (SMK).

2. Tujuan khusus:

- a. Merancang media promosi *printed ad* dalam bentuk *booklet profile* sebagai media utama.
- b. Merancang media promosi *printed ad* dalam bentuk *billboard*, poster, *leaflet*, *flayer*, *stationery set*, *banner*, dan *merchandise* sebagai media pendukung.
- c. Menjelaskan proses perancangan media promosi *printed ad*.