

Perancangan Company Profile Desain Komunikasi Visual Universitas Negeri

Padang melalui CD Interaktif

Muhammad Dahnil¹, Ishakawi², Syafwandi³

Desain Komunikasi Visual

FBS Universitas Negeri Padang

dahnilmuhammad@gmail.com

Abstrack

In the days when this information is basic needs of society. In the development of teknologi information is very readily obtainable. The current condition dkv unp must have a media promotion better or effective from media promotion formerly in the form of company profile that are packaged through cd interactive.

Key word : UNP Padang, DKV UNP, Efektif, Company Profile

A. PENDAHULUAN

Universitas Negeri Padang (UNP) adalah hasil konversi IKIP Padang menjadi universitas, yang pada mulanya bernama Perguruan Tinggi Pendidikan Guru (PTPG) di Batusangkar. Semenjak didirikan pada tanggal 1 September 1954, UNP telah mengalami banyak perubahan.

Berdasarkan data yang diunduh dari situs resmi Universitas Negeri Padang (www.unp.ac.id) pada tanggal 23 januari 2013, Universitas Negeri Padang (UNP) memiliki beberapa fakultas seperti Fakultas Bahasa dan Seni (FBS), Fakultas Ilmu

¹ Mahasiswa penulis karya akhir prodi Desain Komunikasi Visual periode Maret 2013

² Pembimbing I, dosen FBS Universitas Negeri Padang

³ Pembimbing II, dosen FBS Universitas Negeri Padang

Keolahragaan (FIK), Fakultas Ilmu Pendidikan (FIP), Fakultas Ekonomi (FE), Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam (FMIPA), Fakultas Teknik (FT), dan Fakultas Ilmu Sosial (FIS). Pada saat ini mempunyai tujuh fakultas , 49 program studi, yang terdiri dari 28 program studi kependidikan, 19 program studi non-kependidikan dan 1 program pendidikan profesi konselor. Di tahun 2004 jurusan Seni Rupa Fakultas Bahasa dan Seni Universitas Negeri Padang membuka prodi Desain Komunikasi Visual yang pada saat itu masih berstatus konsentrasi.

Pada tahun 2010 program studi Desain Komunikasi Visual Universitas Negeri Padang dialihkan kejenjang pendidikan program Strata 1 (S1) berdasarkan surat keputusan (SK) Menteri Pendidikan Nasional Republik Indonesia nomor : 93/D/O/2010.

Keunggulan dari program studi DKV UNP ini adalah merupakan yang pertama di Sumatera Barat sebelum UPI Padang dan ISI Padang Panjang. Semenjak didirikan program studi DKV UNP, DKV UNP telah banyak perkembangan mulai dari peningkatan peminat DKV UNP dan fasilitas yang disediakan seperti labor komputer, studio fotografi dan 2 buah kamera video yang sesuai dengan standarisasinya. Dengan adanya perkembangan DKV UNP seperti hal tersebut diperlukanlah sebuah media yang memberikan informasi mengenai DKV UNP lebih rinci agar DKV UNP dapat memberikan image tersendiri kepada masyarakat umum.

Kehadiran DKV UNP dikalangan masyarakat umum belum begitu diketahui dan dipahami secara baik, dikarenakan kurangnya sebuah kegiatan promosi dalam bentuk media informasi mengenai DKV UNP tersebut kepada khalayak, oleh

sebab itu maka diperlukan sebuah media informasi mengenai keberadaan DKV UNP ini, agar masyarakat luas lebih mengenal dan mengetahui bahwasanya Universitas Negeri Padang telah membuka program studi Desain Komunikasi Visual. Salah satu wujud informasi yang efektif dan dapat dimanfaatkan penggunaannya kepada khalayak adalah dalam bentuk *Company Profile*.

Company profile adalah suatu media promosi dan komunikasi bagi perusahaan atau lembaga untuk memperkenalkan, baik itu produk maupun perusahaan itu sendiri, biasanya *company profile* memperlihatkan keunggulan atau data dari perusahaan atau lembaga itu sendiri, media yang digunakan pun bermacam baik itu media cetak maupun media *audio visual*.

Istilah *company profile* sendiri dalam buku video editing dan video production IKAPI (2008:8) adalah:

“Keberhasilan memperkenalkan diri (*public relation*) merupakan pintu awal dari kesuksesan selanjutnya. Untuk kebutuhan tersebut sekaligus sarana promosi perusahaan membutuhkan sebuah sarana yang dipakai sebagai *company profile*. Sarana ini dapat berupa *file* presentasi, media kertas atau video. Dengan sajian informasi yang lengkap, padat, menarik dan jelas. *Company profile* yang di buat dalam format video dapat berfungsi sebagai bahan pengenalan, presentasi, maupun display pameran. Lewat media tersebut klien dan masyarakat umum dapat memperoleh gambaran umum tentang perusahaan ataupun produk yang ditawarkan”.

Sedangkan Zizer dalam blognya (<http://zizer.wordpress.com>) diakses 23 november 2012 mengatakan:

“*Company Profile* merupakan salah satu media *Public Relations* yang merepresentasikan sebuah perusahaan (organisasi). Produk *Public Relations* ini berisi gambaran umum perusahaan, di mana perusahaan bisa memilih poin-

point apa saja yang ingin disampaikan secara terbuka kepada publiknya disesuaikan dengan kepentingan publik sasaran, apakah *company profile* dibuat untuk konsumen, bank, pemasok, atau lembaga lain. Tujuan perbedaan tersebut tiada lain untuk menciptakan kepuasan publik. Publik puas jika kepentingannya terpenuhi. Salah satunya adalah kepentingan untuk mendapatkan informasi tentang aktivitas perusahaan”.

Dari beberapa pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwanya *Company Profile* adalah sarana untuk memperkenalkan perusahaan dengan berbagai media yang ada dimana media yang digunakan berupa media cetak maupun media audio visual. Pesan yang disampaikan sangatlah lebih detail dan jelas sehingga membuat informasi atau pesan yang disampaikan diterima dengan baik oleh konsumen.

Didalam perancangan *Company Profile* DKV UNP ini akan diaplikasikan kedalam media CD atau disebut dengan CD Interaktif. Menurut Arsyad (2006:3) “kata media berasal dari bahasa latin *medius* yang secara harfiah berarti tengah, perantara atau pengantar”.

Sedangkan dalam (wordpress.com yang diakses tanggal 14 desember 2012) mengatakan:

Media pembelajaran interaktif adalah suatu sistem penyampaian pengajaran yang menyajikan materi video rekaman dengan pengendalian komputer kepada penonton (siswa) yang tidak hanya mendengar dan melihat video dan suara, tetapi juga memberikan respon yang aktif, dan respon itu yang menentukan kecepatan dan sekuensi penyajian. Seels & Glasgow dalam Arsyad, 2002:36.

Dari paparan diatas dapat disimpulkan bahwa media interaktif merupakan sebuah media pengantar yang memberikan respon langsung kepada pemakainya.

Media ini dapat diduplikasi dalam jumlah yang diinginkan. Kontennya pun juga dapat dirubah sesuai dengan yang dibutuhkan. Seperti yang dijelaskan A'la Miftahul (2010:45) bahwa “Penyebaran pesan atau informasi yang ada dalam iklan sangat tergantung pada media yang digunakan. Jika media yang digunakan tidak mampu berjalan optimal, maka dapat dipastikan berbagai pesan iklan yang akan disampaikan juga tidak bisa secara cepat menjadi konsumsi publik”.

Dengan terwujudnya *Company Profile* DKV UNP ini, diharapkan masyarakat umum dan khalayak sasaran dapat lebih mengenal secara utuh dan komprehensif tentang keberadaan DKV UNP Padang tersebut. Dengan demikian, judul dari laporan Karya Akhir ini adalah ” **Perancangan *Company Profile* Desain Komunikasi Visual Universitas Negeri Padang dalam CD Interaktif**”.

Tujuan dari perancangan desain grafis ini adalah menghasilkan karya desain *Company Profile* serta aplikasi sebagai media promosi tidak langsung yang memuaskan bagi DKV UNP dan berhasil menciptakan citra DKV UNP yang lebih profesional dimata khalayak sasaran. Karena selama ini DKV UNP belum memiliki *Company Profile* yang ada hanya berupa spanduk dan brosur yang belum optimal fungsinya. Maka dari itu, perlu dibuat *Company Profile* agar DKV UNP lebih dikenal secara rinci dan komprehensif kepada khalayak sasaran.

B. PEMBAHASAN

1. Konsep Penciptaan

a. Konsep visual

Dalam proses perancangan *Company Profile* Desain Komunikasi Visual Universitas Negeri Padang melalui cd interaktif ini menggunakan warna seperti merah, kuning, hijau, pink, dan orange ditambah dengan tipografi dan ilustrasi-ilustrasi pendukung agar tampilan desain lebih menarik. Keseluruhan unsur-unsur warna, tipografi dan ilustrasi disatukan dengan teknik *layout* yang simple namun tetap memberikan kesan elegan dan dinamis.

Ilustrasi pada rancangan media ini menggunakan ilustrasi visual berupa image foto, antara lain seperti foto mahasiswa DKV, tekstur, dan image foto pendukung lainnya.

Dalam perancangan desain profil DKV UNP penulis membuat konsep yang bernuansa alam dengan kesan yang elegant dan sederhana agar para *user* terasa nyaman disaat menggunakannya sehingga *user* tertarik untuk melihat isi setiap detailnya. Kemudian penempatan tombol-tombol yang memudahkan *user/* pengguna, agar informasi yang diberikan diterima dengan baik oleh dan tersampaikan.

Tipografi yang digunakan pada *Company Profile* DKV UNP Padang menggunakan tipografi yang tegas dengan tingkat keterbacaannya yang baik agar informasi yang diberikan bisa diterima dan ditangkap oleh *user*. Selanjutnya penulis juga memberikan font

yang diolah, yang terdapat pada *Tagline* agar rancangan desain tidak monoton dan terlihat harmonis.

Dalam perancangan profile DKV UNP Padang ini, penulis menggunakan media interaktif sebagai media utamanya. Karena beberapa keuntungan dari media interaktif sangatlah banyak seperti :bisa dapat memuat semua informasi yang ada, tidak perlu memproduksi sebuah buku, menghemat biaya promosi, pemanfaatan teknologi yang maksimal, dan bisa disebarakan secara mudah.

b. Konsep Verbal

Konsep verbal yang terdapat pada perancangan ini meliputi semua informasi mengenai Desain Komunikasi Visual UNP Padang seperti:

1) Sejarah

Sejarah yang dibuat berupa video rekaman ketua prodi DKV UNP Padang yang menceritakan perjalanan awal terbentuknya prodi DKV UNP Padang.

2) Visi misi

Didalam visi misi terdapat visi, misi, kurikulum, dan staf pengajar

3) Fasilitas

4) Ruang lingkup Desain Komunikasi Visual

5) Galery

Pada informasi galery berisikan karya-karya dari mahasiswa DKV UNP Padang

- 6) Alamat atau denah lokasi DKV UNP Padang yang dibuat animasi atau *movie* klip

Pada rancangan ini penulis juga memberikan sebuah *Tagline* yang berbunyi “Awali desain yang baik di DKV UNP” yang akan ditempatkan di semua media pendukung. Awali desain yang baik di DKV UNP artinya mengajak khalayak untuk membuat desain yang mempertimbangkan prinsip-prinsip desain dan tidak hanya sekedar bisa membuat desain. Maka untuk mendapatkan desain yang baik mulailah belajar ilmu Desain Komunikasi Visual di Universitas Negeri Padang.

2. Proses Penciptaan

Didalam proses kreatif pembuatan *company Profile* DKV UNP dimulai dengan pengumpulan semua informasi yang akan dimasukkan. Informasi yang menjadi bahan utamanya adalah semua tentang DKV UNP. Selanjutnya penambahan video tentang perjalanan mahasiswa khususnya Seni Rupa atau DKV UNP serta beberapa kumpulan karya terbaik mahasiswa DKV UNP seperti audio visual, animas, dan digital art.

Selanjutnya dari semua informasi yang didapat tadi akan dilakukan beberapa alternatif desain untuk membuat *spacanya* masing-masing. Pembuatan desain-desain tersebut menggunakan dua software yaitu adobe illustrator dan adobe photosop. Desain-desain yang dibuat sesuai dengan konsep yang telah ada, mulai dari pemilihan warna, font, ilustrasi

pendukung, dan layout agar semuanya itu tersaji dengan baik dan seindah mungkin.

Kemudian hasil *layout* yang telah diwarnai dan dilengkapi dengan elemen-elemen yang diperlukan, kembali diproses dengan *software adobe flash*. Setiap bagian halaman nantinya akan *dilinkkan* dengan tombol navigasi yang menghubungkan tiap-tiap bagian halaman media interaktif ini. Sehingga pengguna media interaktif tersebut bisa mengakses bagian halaman mana saja yang diinginkan. Setiap bagian halaman tersebut diisi informasi-informasi dengan porsinya masing-masing.

3. Wujud Penciptaan

Didalam rancangan Profil Desain Komunikasi Visual Universitas Negeri Padang terdapat animasi/movie klip dan suara/musik agar menjadi lebih menarik dan membuat user lebih nyaman dan puas.

Dalam konsep rancangan ini dibuat sabaik mungkin sehingga informasi atan pesan yang akan disampaikan diterima dengan baik.

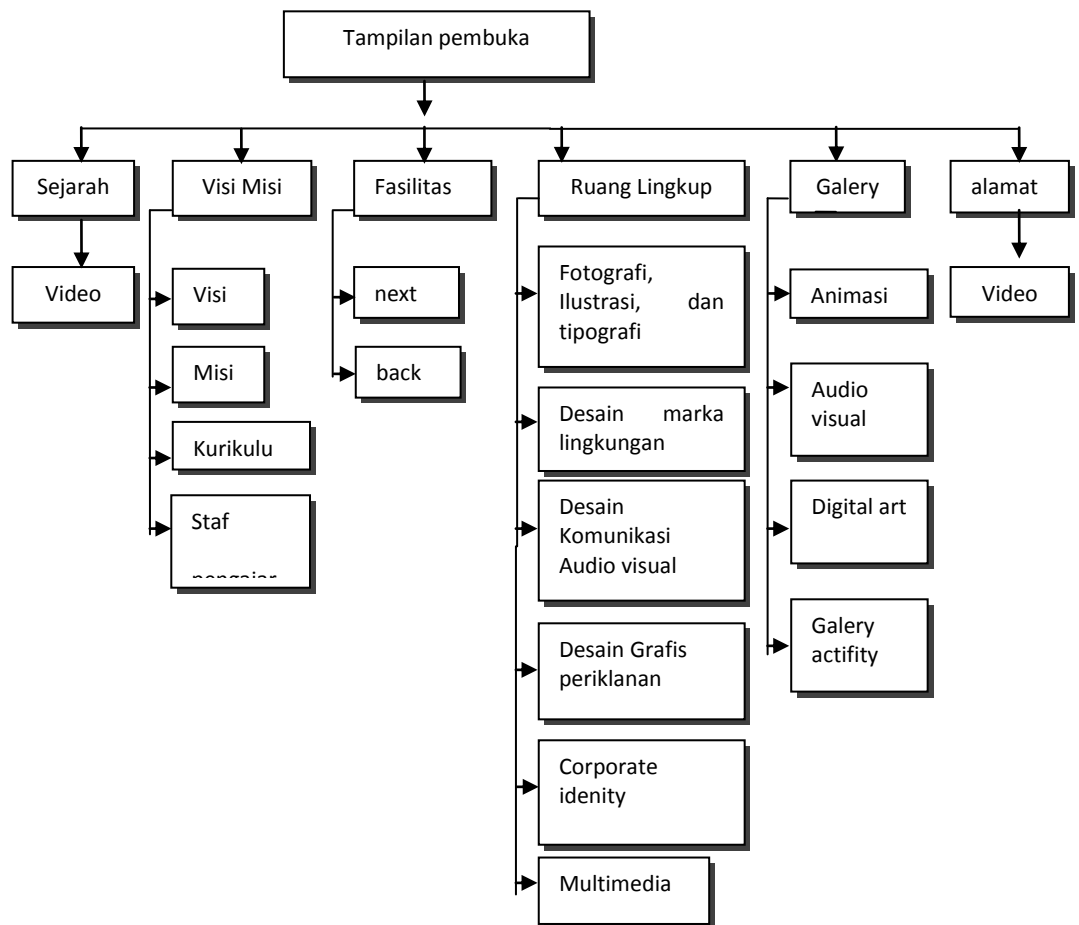
Berikut story board dan alur Company Profil DKV UNP :

Tabel 1 Story Board

NO	Kegiatan	Visual	Audio	Durasi/klik
1	pembukaan	<i>Tagline</i>	Cached earthquake	3 detik
2	Home	Desain beranda	depape	
3	sejarah	Video		± 10 menit
4	Visi	Tekstur kayu, burung, rumput dan papan tombol		1 klik
5	Misi	Tekstur kayu, burung, rumput dan		1 klik

NO	Kegiatan	Visual	Audio	Durasi/klik
		papan tombol		
6	kurikulum	Tekstur kayu, burung, rumput dan papan tombol		5 klik
7	Staf pengajar	Tekstur kayu, burung, rumput dan papan tombol		5 klik
8	fasilitas	Tekstur kayu, langit, elemen grafis 2 dimensi		5 klik
9	Ruang lingkup	Tekstur kertas, resleting		7 klik
10	Galeri	Langit, burung, rumput, daun, balon udara, kamera, gedung fbs, tekstur kain, dan pena		5 klik
11	Animasi	Elemen grafis 2 dimensi, daun		4 klik a. 59 detik b. 1 menit 36 59 detik c. 41 detik d. 1 menit 34 detik
12	Audio visual	Kertas, daun, clipboard		4 klik a. 4 menit 14 detik b. 4 menit 57 detik c. 6 menit 41 detik d. 56 detik
13	Digital art	Daun dan elemen grafis 2 dimensi		17 klik
14	komik	Daun dan elemen grafis 2 dimensi		4 klik
15	fotografi	Daun dan elemen grafis 2 dimensi		10 klik
16	Galery actifity	Tekstur kayu, daun, elemen grafis 2 dimensi	Tipe x (reuni)	2 menit 31 detik
17	alamat	Google map FBS		7 detik

Tabel 2 Alur Desain Interaktif



Dari struktur desain media interaktif profil Desain Komunikasi Visual UNP Padang ini, dapat dilihat media interaktif ini jika dioperasikan akan diawali dengan pembukaan (*bumper*). Selanjutnya didalam opening atau *bumper* terdapat tombol yang akan *dilinkkan* ke beranda. Pada bagian beranda tersebut terdapat tombol close berbentuk pintu yang bertujuan untuk keluar dari program tersebut dan lima menu utama yaitu: sejarah, visi misi, fasilitas, ruang lingkup, dan galeri. Di Setiap menu tersebut akan *dilinkkan* kembali ke informasi yang telah dipersiapkan sesuai dengan judul menu tersebut.

Pada setiap bagian isi dari menu utama tersebut terdapat sebuah tombol yang berfungsi untuk kembali masuk ke bagian menu utama atau beranda. Selain itu, pada setiap bagian halaman terdapat juga sebuah tombol yang berfungsi untuk masuk kembali ke halaman yang telah ditempuh sebelumnya. Sehingga pengguna dapat mereview informasi yang telah dilihat sebelumnya. Didalam semua *link* tersebut terdapat tombol close untuk menutup program

Hasil perancangan profil DKV UNP tersebut dikemas dalam CD lengkap dengan desain cover dan sampul CD tersebut. Informasi yang dikemas dalam CD interaktif tersebut berupa sejarah, visi misi, fasilitas, ruang lingkup, galari dan alamat DKV UNP.

C. Simpulan

Kegunaan dan manfaat dari *Company Profile* sangat banyak salah satunya yaitu sebagai alat marketing untuk memperoleh klien, dan disetiap manfaat dan kegunaannya nanti dipengaruhi oleh bentuk desain dan kelengkapan data. Sehingga pada dasarnya *Company Profile* yang menariklah yang akan banyak pengunjung/klien, baik menarik dari segi *image* maupun tulisan.

Perancangan *Company Profile* Desain Komunikasi Visual UNP Padang bertujuan memberikan informasi lebih rinci mengenai Desain Komunikasi Visual UNP Padang seperti sejarah, visi misi, fasilitas, galeri, dan ruang lingkup Desain Komunikasi Visual.

Dalam perancangan desain profil DKV UNP konsep yang digunakan bernuansa alam agar para user nyaman saat berinteraksi dengan komputer.

Dengan menggunakan ilustrasi pendukung seperti rumput, burung, tekstur kayu awan, dan pemberian warna hijau yang dominan memperkuat kesan alam pada setiap desainnya.

Sedangkan pembuatan *Company Profile* ini menggunakan tiga *software* yaitu adobe illustrator yang berfungsi sebagai pembuatan desain yang menggunakan garis vektor seperti pembuatan *Tagline* dan elemen grafis 2 dimensi lalu dilanjutkan menggunakan adobe photoshop. Sedangkan adobe photoshop berfungsi untuk menggabungkan elemen-elemen yang terdapat didalam desain selanjutnya untuk menghubungkan setiap halaman yang telah dipersiapkan diproses lagi melalui *software adobe flash*.

Hasil dari *Company Profile* ini diaplikasikan melalui cd interaktif yang lengkap dengan sampul serta media pendukung dari profil Desain Komunikasi Visual Universitas Negeri Padang.

Catatan: artikel ini disusun berdasarkan tugas akhir penulis dengan Pembimbing I Ishakawi, S.Pd, M.Ds, dan Pembimbing II Drs. Syafwandi, M.Sn.

Daftar Rujukan

A'la, Miftahul.2010.*Super Kreatif Gokil & Murah Membuat Iklan*: Jakarta: Gramedia

Arsyad, Azhar. 2006. *Media pengajaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Wahana Komputer. (2008). *Video Editing dan Video Production*. Jakarta : PT. Elex Media Komputindo.

wordpress.com diakses tanggal 14 desember 2012

www.zizer.wordpress.com diakses pada tanggal 23 januari 2013