

**LAPORAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN**

**IMPLEMENTASI GRAFIS SANITASI UNTUK STIKER LUAR RUANG  
DI PT SEWATOILET INDONESIA**

Laporan ini Disusun Guna Memenuhi Salah Satu Syarat Akademik untuk  
Memperoleh Gelar A.Md.I.Kom dalam Bidang Ilmu Komunikasi dengan  
Spesialisasi Periklanan



**Oleh:**

**Sanaa Izzatunnisa**

**21025542**

**PROGRAM STUDI DIPLOMA III PERIKLANAN**

**SEKOLAH TINGGI ILMU KOMUNIKASI**

**YOGYAKARTA**

**2024**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**LAPORAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN  
IMPLEMENTASI GRAFIS SANITASI UNTUK STIKER LUAR RUANG  
DI PT SEWATOILET INDONESIA**

Laporan ini Disusun Guna Memenuhi Salah Satu Syarat Akademik Untuk  
Memperoleh Gelar A.Md.I.Kom dalam Bidang Ilmu Komunikasi dengan  
Spesialis Periklanan

Disusun Oleh:  
Sanaa Izzatunnisa  
21025542

**STIKOM**  
SEKOLAH TINGGI ILMU KOMUNIKASI  
YOGYAKARTA

Disetujui Oleh:



Dosen Pembimbing

Rike Tias Permanis Sari, M.A.  
NIDN: 0505038503

**PROGRAM STUDI DIPLOMA III PERIKLANAN  
SEKOLAH TINGGI ILMU KOMUNIKASI  
YOGYAKARTA**

2024

**HALAMAN PENGESAHAN**  
**LAPORAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN**  
**IMPLEMENTASI GRAFIS SANITASI UNTUK STIKER LUAR RUANG**  
**DI PT SEWATOILET INDONESIA**

Laporan Praktek Kerja Lapangan ini telah diterima dan disahkan sebagai Laporan Tugas Akhir dan telah dipresentasikan dihadapan tim penguji Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Yogyakarta pada:

Hari : Jumat  
Tanggal : 26 Agustus 2024  
Waktu : 09.00 - Selesai  
Tempat : Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Yogyakarta

  
Penguji I  
  
Jatmiko Wicaksono, M.Sn.  
NIDN: 0506097901  
Penguji II  
  
Dhini Widyantika Ariesta, M.A.  
NIDN: 0510048803  
Penguji III Pembimbing  
  
Rike Tiastormantis Sari, M.A.  
NIDN: 0505038503

Mengetahui  
Ketua STIKOM Yogyakarta  
  
Karina Rima Melati, M. Hum.  
NIDN: 0530098201

Mengesahkan  
Kaprod D3 Periklanan  
  
Jatmiko Wicaksono, M.Sn.  
NIDN: 0506097901

## PERNYATAAN ETIKA AKADEMIK

Nama : Sanaa Izzatunnisa

NIM : 21025542

Judul Laporan : IMPLEMENTASI DESAIN GRAFIS DALAM PEMBUATAN VISUAL IKLAN KREATIF DI PT SEWATOILET INDONESIA

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Karya tulis yang saya buat dalam bentuk laporan ini bersifat orisinal tulisan saya. Laporan ini berisikan deskripsi atas Praktek Kerja Lapangan (PKL) yang saya laksanakan di industri kreatif dengan bimbingan dosen pembimbing.
2. Karya ini bukan merupakan plagiasi dari karya orang lain. Sumber-sumber lain yang saya baca digunakan sebagai referensi dalam pembuatan laporan ini, dan saya telah mencantumkan sumber-sumber tersebut secara lengkap dalam kutipan dan daftar pustaka sebagai rujukan ilmiah.
3. Apabila dikemudian hari saya terbukti melakukan plagiasi dan pelanggaran etika akademik, yang secara sah dan dapat dibuktikan dengan bukti-bukti yang kuat oleh pimpinan STIKOM Yogyakarta, maka saya bersedia jika pihak STIKOM Yogyakarta mencabut gelar yang saya peroleh. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh.

Yogyakarta, 26 Agustus 2024

Yang Membuat Pernyataan



Sanaa Izzatunnisa

## **MOTTO**

*Hidup kita memang tidak sempurna. Tapi kita bisa membuatnya lengkap dengan selalu berterima kasih.*

(Tere Liye)

*He or she who conquer himself is the mightiest warrior.*

(Confucius)

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Tugas akhir ini, penulis persembahkan kepada:

1. Allah SWT Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, atas rahmat dan hidayah-Nya yang senantiasa mengiringi setiap langkah dan usaha saya dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
2. Kedua orang tua atas doa, dukungan, kasih sayang, dan pengorbanan tanpa henti yang selalu menjadi sumber semangat bagi saya dalam menempuh masa perkuliahan.
3. Ibu Rike sebagai dosen pembimbing yang telah dengan sabar memberikan bimbingan, arahan, dan ilmu dalam proses penyusunan tugas akhir ini.
4. Teman-teman *advertising* angkatan 2021 yang selalu solid dalam kehidupan perkuliahan (Aradhea, Arrendra, Geri, dan Putra).

## KATA PENGANTAR

Dengan berkat dan rahmat dari Allah SWT, penulis akhirnya dapat menyelesaikan laporan Tugas Akhir (TA) dengan judul "IMPLEMENTASI DESAIN GRAFIS DALAM PEMBUATAN VISUAL IKLAN KREATIF di PT SEWATOILET INDONESIA". Laporan ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Ahli Madya (A.Md.) pada program studi Periklanan di Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Yogyakarta. Penyelesaian laporan ini tidak terlepas dari bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala hormat, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua yang terus berjuang tanpa henti agar anaknya dapat menyelesaikan pendidikan di perguruan tinggi.
2. Ibu Karina Rima Melati, M. Hum selaku Ketua Stikom Yogyakarta dan segenap civitas akademik STIKOM Yogyakarta.
3. Prodi Advertising, dan seluruh dosen jurusan Advertising yang mendidik dan mendampingi penulis selama perkuliahan.
4. Bapak Jatmiko Wicaksono, M.Sn, selaku Kaprodi Advertising, yang selalu memberikan nasihat berharga kepada penulis untuk menjalani hidup dengan lebih bijaksana.
5. Ibu Rike Tias Permanis Sari, M.A. selaku dosen pembimbing yang selalu meluangkan waktu, tenaga dan pikiran sehingga laporan saya terselesaikan.
6. Seluruh karyawan/ staff PT Sewatoilet Indonesia, yang sudah memberikan saya kesempatan untuk melaksanakan PKL.
7. Teman-teman D3 Periklanan STIKOM Yogyakarta 2021

Akhir kata penulis berharap semoga laporan Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi penulis maupun pembaca, terutama untuk Angkatan-angkatan baru mahasiswa STIKOM Yogyakarta.

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	ii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>HALAMAN ETIKA AKADEMIK</b> .....	iv
<b>HALAMAN MOTTO</b> .....	v
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	vi
<b>HALAMAN KATA PENGANTAR</b> .....	vii
<b>HALAMAN DAFTAR ISI</b> .....	viii
<b>HALAMAN DAFTAR GAMBAR</b> .....	xii
<b>HALAMAN DAFTAR TABEL &amp; BAGAN</b> .....	xiii
<b>ABSTRAK</b> .....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	2
C. Tujuan Praktek Kerja Lapangan (PKL) .....	2
D. Manfaat Praktek Kerja Lapangan (PKL) .....	3
E. Waktu dan Tempat Praktek Kerja lapangan (PKL) .....	3
F. Metode Perancangan dan Teknik Pengumpulan Data .....	3
<b>BAB II PENEGASAN JUDUL</b> .....	4
A. Penegasan Judul .....	5
B. Kerangka teori.....	6
B.1. Desain Grafis .....	6
B.2. Elemen Dalam Desain Grafis .....	6
a. Garis .....	6
b. Tekstur.....	7
c. Bentuk ( <i>Shape</i> ).....	7
d. Warna ( <i>Color</i> ) .....	8
e. Tipografi.....	10
B.3. Prinsip Desain Grafis.....	12
1. Keseimbangan ( <i>Balance</i> ) .....	12
2. Keselarasan ( <i>Alignment</i> ) .....	13



3. Pengulangan ( <i>Repetition</i> ) .....	14
4. Kesatuan ( <i>Unity</i> ) .....	14
5. Tekanan ( <i>Emphasis</i> ) .....	14
B.4. Layout .....	15
B.4.1. Prinsip Layout .....	16
1. Urutan ( <i>Sequence</i> ) .....	16
2. Penekanan ( <i>Emphasis</i> ) .....	16
3. Keseimbangan ( <i>Balance</i> ) .....	16
4. Kesatuan ( <i>Unity</i> ) .....	16
B.5. Above The Line (ATL) .....	17
B.5.1. Media Luar Ruang .....	17
B.5.2. Stiker .....	17
B.6. Perangkat Lunak .....	18
B.6.1. CorelDraw .....	18
<b>BAB III DESKRIPSI PERUSAHAAN .....</b>	<b>19</b>
A. Sejarah, Visi, dan Misi Perusahaan .....	19
A.1. Sejarah Perusahaan .....	19
A.2. Visi .....	21
A.3. Misi .....	21
B. Struktur Organisasi dan Deskripsi Pekerjaan .....	21
B.1. Struktur Organisasi .....	21
B.2. Alur Kerja Perusahaan .....	22
B.3. Alur Kerja Penulis .....	23
B.4. Deskripsi Pekerjaan .....	23
B.4.1. Admin .....	23
B.4.2. Sales Manager .....	23
B.4.3. Sales .....	24
B.4.4. <i>Operations</i> .....	24
B.4.5 Divisi Media .....	24
<b>BAB IV KEGIATAN PKL dan PEMBAHASANNYA .....</b>	<b>26</b>
A. Kegiatan PKL .....	26
B. Proses Pembuatan Karya .....	38

B.1. Desain Stiker “Transform Your Waste, Go Green” .....	40
B.1.1. Pra Produksi .....	40
B.1.2. Produksi .....	40
A. Mencari referensi .....	39
B. Sketsa Awal .....	41
C. Elemen Desain .....	41
B.1.3. Pasca Produksi .....	50
B.2. Desain Stiker Pada Alat atau Mesin <i>Cleaning</i> .....	45
B.2.1. Pra Produksi .....	45
B.2.2. Produksi .....	45
A. Mencari referensi .....	45
B. Elemen Desain .....	45
B.2.3. Pasca Produksi .....	44
B.3. Desain Stiker Toilet Portable.....	50
B.3.1. Pra Produksi .....	50
B.3.2. Produksi .....	51
A. Mencari referensi .....	51
B. Gambar/ Ilustrasi .....	51
C. Warna.....	52
D. Layout.....	53
B.1.3. Pasca Produksi .....	54
B.4. Desain Stiker “Know Your Waste Type” .....	55
B.4.1. Pra Produksi .....	55
B.4.2. Produksi .....	55
A. Mencari referensi .....	55
B. Sketsa Awal .....	56
C. Elemen Desain .....	56
B.4.3. Pasca Produksi .....	58
B.5. Desain Stiker “7 Types of Plastics” .....	59
B.1.1. Pra Produksi .....	59
B.1.2. Produksi .....	59
A. Mencari referensi .....	59

B. Sketsa Awal .....	60
C. Elemen Desain .....	61
B.1.3. Pasca Produksi .....	64
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	65
A. Kesimpulan .....	65
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	xv
Lampiran .....	xvi

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1: Warna primer, sekunder, tersier .....	9
Gambar 3.1: Produk toilet portable PT. Sewatoilet .....	20
Gambar 3.2: Logo PT Sewatoilet.....	21
Gambar 4.1: Icon Rekso App.....	34
Gambar 4.2: Referensi logo maskot perusahaan Event Bersih Indonesia .....	35
Gambar 4.3: Stiker bertemakan Bali.....	36
Gambar 4.4: Referensi logotype perusahaan Event Bersih Indonesia .....	37
Gambar 4.5: Konten lomba Instagram Mille Surabaya .....	38
Gambar 4.6: Alur kerja divisi media.....	39
Gambar 4.7: Referensi Desain Stiker “Transform Your Waste, Go Green” ...	40
Gambar 4.8: Sketsa Desain Stiker “Transform Your Waste, Go Green” .....	41
Gambar 4.9: Palet warna “Transform Your Waste, Go Green”.....	42
Gambar 4.10: Headline “Transform Your Waste, Go Green” .....	43
Gambar 4.11: Tipografi “Montserrat Semi Bold”.....	43
Gambar 4.12: Layout “Transform Your Waste, Go Green” .....	44
Gambar 4.13: Desain akhir stiker “Transform Your Waste, Go Green” .....	44
Gambar 4.14: Referensi Desain Stiker Pada Alat /Mesin Cleaning.....	45
Gambar 4.15: Template layout Desain Stiker Pada Alat/Mesin Cleaning.....	47
Gambar 4.16: Materi desain Stiker Pada Alat/ Mesin Cleaning .....	48
Gambar 4.17: Materi desain Stiker Pada Alat/ Mesin Cleaning .....	48
Gambar 4.18: Materi desain Stiker Pada Alat/ Mesin Cleaning .....	49
Gambar 4.19: Materi desain Stiker Pada Alat/ Mesin Cleaning .....	49
Gambar 4.20: Palet warna Desain Stiker Pada Alat/ Mesin Cleaning .....	49
Gambar 4.21: Hasil output stiker pada alat/ mesin cleaning.....	50
Gambar 4.22: Referensi Desain Stiker Toilet Portable.....	51
Gambar 4.23: Revisi gambar batu.....	52
Gambar 4.24: Gambar batu yang telah direvisi .....	52
Gambar 4.25: Setelah dan sebelum warna batu yang direvisi .....	53
Gambar 4.26: <i>Layout</i> desain stiker toilet portable .....	53
Gambar 4.27: Hasil akhir stiker toilet portable.....	54
Gambar 4.28: Referensi Desain Stiker “Know Your Waste Type” .....	55

Gambar 4.29: Sketsa Desain Stiker “Know Your Waste Type” .....	56
Gambar 4.30: Materi desain “Know Your Waste Type” .....	56
Gambar 4.31: Palet warna “Know Your Waste Type” .....	57
Gambar 4.32: Tipografi “Subscriber” .....	57
Gambar 4.33: Layout “Know Your Waste Type” .....	58
Gambar 4.34: Desain akhir stiker “Know Your Waste Type” .....	59
Gambar 4.35: Referensi “7 Types of Plastics” .....	60
Gambar 4.36: Sketsa “7 Types of Plastics” .....	60
Gambar 4.37: Materi desain “7 Types of Plastics” .....	61
Gambar 4.38: Palet warna Desain Stiker “7 Types of Plastics” .....	62
Gambar 4.39: Tipografi “Futura Md Bt medium” .....	62
Gambar 4.40: Tipografi “Arial Bold” .....	63
Gambar 4.41: Layout “7 Types of Plastics” .....	63
Gambar 4.42 Desain akhir stiker “7 Types of Plastics” .....	64

## DAFTAR TABEL & BAGAN

Bagan 3.3: Struktur Organisasi PT. Sewatoilet .....	22
Bagan 3.4: Struktur Organisasi PT. Sewatoilet.....	22
Bagan 3.5: Alur Kerja Penulis .....	23
Tabel 4.1: Kegiatan selama PKL .....	33
Tabel 4.2: Alur kerja penulis.....	39
Tabel 4.3: Elemen Desain Stiker “Transform Your Waste, Go Green” .....	42
Tabel 4.4: Elemen Desain Stiker Pada Alat atau Mesin Cleaning.....	46

## ABSTRAK

Above the Line (ATL) merupakan strategis periklanan yang dapat digunakan untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Media luar ruang merupakan salah satu jenis ATL yang digunakan untuk menargetkan audiens secara spesifik dan menyampaikan pesan secara visual di berbagai lokasi strategis. Adapun jenis media luar ruang yang dikerjakan penulis saat PKL di PT Sewatoilet Indonesia adalah stiker toilet portable dan stiker pada kendaraan truck compactor. Dalam implementasinya, desain stiker dapat digunakan untuk kampanye sosial. Pada laporan ini, penulis akan memaparkan alur perancangan desain stiker pada di PT Sewatoilet Indonesia meliputi penentuan audiens, pengembangan konsep desain, membuat desain akhir, review, dan produksi.

**Kata Kunci:** Above the Line, Media Luar Ruang, Stiker, Media.

## Abstract

*Above the Line (ATL) and outdoor media are two strategic approaches in advertising used to reach a wider audience. ATL involves mass media aimed at creating broad brand awareness. Outdoor media is a form of ATL used to target specific audiences and deliver messages visually in various strategic locations. During the writer's internship at PT Sewatoilet Indonesia, the types of outdoor media worked on included portable toilet stickers and stickers on compactor truck vehicles. In its implementation, sticker design can be used for social campaigns. The sticker design process outlined in this report includes audience identification, concept development, final design creation, review, and production..*

**Keywords:** *Above the Line, Outdoor media, sticker, media.*

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Media luar ruang atau *Above The Line* (ATL) telah menjadi salah satu alat pemasaran untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Stiker sebagai media luar ruang memiliki peran yang sangat penting dalam strategi komunikasi visual, terutama di era digital yang semakin dinamis. Sebagai media yang bersifat langsung dan mudah diakses oleh berbagai kalangan, stiker mampu menyampaikan pesan secara efektif kepada audiens dalam berbagai situasi dan lokasi. Stiker sering kali ditempatkan di area publik membuatnya menjadi salah satu alat promosi yang memiliki daya tarik visual tinggi, serta mampu meningkatkan kampanye secara signifikan.

ATL adalah pendekatan pemasaran yang menggunakan media massal seperti televisi, radio, dan surat kabar untuk menjangkau audiens dalam skala besar. Keunggulan utama ATL adalah kemampuannya untuk menciptakan kesadaran merek yang luas dan konsisten, serta menjangkau audiens yang beragam secara efektif. Media luar ruang, seperti stiker, juga memiliki keunggulannya sendiri. Stiker mudah disebarluaskan dan diterapkan pada berbagai permukaan, memungkinkan pesan atau informasi untuk terus terlihat dalam waktu yang lama. Keunggulan ini membuat stiker menjadi alat yang efektif untuk komunikasi pemasaran dan promosi yang dapat memperkuat pesan ATL dengan cara yang lebih terfokus dan langsung.

Desain grafis untuk stiker berfungsi menciptakan tampilan visual yang mampu menarik minat dan memberikan informasi dengan jelas. Seperti mengkombinasikan elemen visual yang tepat mulai dari warna, tipografi, hingga tata letak pada stiker. Dengan membuat desain grafis secara informatif dan menarik dapat memengaruhi perilaku masyarakat dalam menjaga kebersihan lingkungan karena fungsi desain grafis pada stiker dapat mengedukasi secara efektif pada praktik sanitasi secara baik dan benar. Melalui penggunaan grafis sanitasi pada stiker, penulis dapat berkontribusi langsung dalam meningkatkan



kesadaran masyarakat akan pentingnya sanitasi, sekaligus mempromosikan perilaku hidup bersih.

PT Sewatoilet adalah perusahaan persewaan toilet portable yang turut mendukung kampanye kesehatan dan kebersihan. PT Sewatoilet tidak hanya menyediakan fasilitas toilet portable berkualitas, tetapi juga menawarkan layanan desain grafis sanitasi yang dapat disesuaikan dengan tema yang diinginkan oleh klien. Tampilan desain grafis yang menarik dan informatif menjadi elemen kunci untuk menarik perhatian publik melalui media luar ruang berbentuk stiker. Desain grafis yang dirancang dengan baik mampu membuat stiker pada toilet portable menjadi alat komunikasi visual yang dapat memengaruhi persepsi dan perilaku masyarakat terkait sanitasi.

Dari uraian latar belakang berikut, penulis akan membahas mengenai implementasi grafis sanitasi untuk stiker luar ruang di PT Sewatoilet Indonesia, baik untuk keperluan internal perusahaan maupun untuk klien yang menyewa fasilitas toilet portable. Periode waktu yang menjadi fokus dalam laporan ini adalah dari 1 Maret 2024 hingga 31 Mei 2024. Selama periode tersebut, proses perancangan desain dilakukan melalui tahapan analisis *brief*, pembuatan konsep visual, hingga penerapan desain untuk media stiker yang sesuai dengan tema dan tujuan kampanye sanitasi yang diusung.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas maka rumusan masalah yang akan dibahas dalam penulisan ini adalah bagaimana implementasi grafis sanitasi untuk stiker luar ruang di PT Sewatoilet Indonesia?

## **C. Tujuan Praktek Kerja Lapangan (PKL)**

1. Mengetahui bagaimana implementasi desain grafis sanitasi untuk stiker luar ruang di PT Sewatoilet Indonesia?
2. Memenuhi salah satu persyaratan kelulusan untuk program Diploma 3 jurusan Periklanan di STIKOM Yogyakarta.
3. Untuk Memperoleh Gelar Ahli Madya (A.Md) dalam Bidang Komunikasi dengan Spesifikasi Periklanan.

#### **D. Manfaat Praktek Kerja Lapangan (PKL)**

1. Memahami secara praktis bagaimana desain grafis sanitasi untuk stiker luar ruang diimplementasikan di PT Sewatoilet Indonesia, sehingga pengetahuan yang diperoleh di bangku kuliah dapat diterapkan dalam dunia kerja.
2. Menambah khazanah di bidang periklanan tentang penerapan desain grafis dalam media luar ruang, khususnya pada stiker sanitasi, yang berperan penting dalam menyampaikan pesan kesehatan dan kebersihan kepada masyarakat luas secara efektif dan menarik.

#### **E. Waktu dan Tempat Praktek Kerja Lapangan (PKL)**

Magang dilaksanakan pada:

1. Tempat

PT Sewatoilet Indonesia

Alamat : Ruko Panji, Makmur Blok B-27, Jl. Raya Panjang Jiwo 46  
48, Surabaya, Jawa Timur

No. Telepon : +62 31.99852789  
+62 31.99845747

Website : <https://www.sewatoilet.com/>

2. Waktu

Tanggal : 1 Maret 2024 – 31 Mei 2024

Hari : Senin - Sabtu

Waktu : Pukul 08.30 – 16.30 WIB

#### **F. Metode Perancangan dan Teknik Pengumpulan Data**

Metode perancangan yang digunakan oleh penulis dalam melaksanakan kegiatan praktek kerja lapangan di PT Sewatoilet adalah:

1. Metode deskriptif, metode yang digunakan untuk menggambarkan keadaan atau masalah yang sedang terjadi pada saat perancangan dilakukan. Metode ini mencakup deskripsi proses pembuatan dan penerapan desain grafis sanitasi pada stiker luar ruang di PT Sewatoilet.

2. Metode kualitatif, metode yang berfokus pada pengamatan mendalam terhadap fenomena sosial dan perilaku manusia. Metode ini dibuat untuk memahami dampak desain grafis sanitasi pada stiker luar ruang terhadap pengguna fasilitas di PT Sewatoilet.

Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh penulis dalam melaksanakan kegiatan praktek kerja lapangan di PT Sewatoilet adalah:

1. Observasi, mengamati proses system kerja dari divisi media di perusahaan PT Sewatoilet secara langsung untuk memahami alur kerja, budaya perusahaan, dan tantangan yang dihadapi.
2. Wawancara, melakukan percakapan langsung dengan *human resource* untuk mengumpulkan informasi mengenai sejarah perusahaan dan informasi lainnya terkait program PKL.

## **BAB II**

### **PENEGASAN JUDUL**

#### **A. Penegasan Judul**

Judul laporan yang penulis buat yaitu implementasi grafis sanitasi stiker luar ruang di PT Sewatoilet. Judul tersebut penulis ambil berdasarkan dari kegiatan Praktek kerja Lapangan (PKL) yang telah dilaksanakan di PT Sewatoilet dimana penulis membuat berbagai macam desain stiker sanitasi. Di sini dijelaskan bagaimana peran penulis dalam pembuatan visual iklan kreatif sesuai proyek yang ditugaskan.

**Implementasi** adalah proses mengubah rencana, desain, atau ide menjadi tindakan nyata atau produk akhir. Secara umum, implementasi berarti mewujudkan strategi atau keputusan menjadi langkah-langkah operasional yang konkret. Proses ini melibatkan berbagai kegiatan yang diperlukan untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan.

**Desain grafis** adalah seni dan praktik menciptakan konten visual untuk mengomunikasikan pesan. Desainer grafis menggunakan tipografi, fotografi, ilustrasi, dan warna untuk menciptakan berbagai bentuk komunikasi visual. Desain grafis dapat ditemukan dalam berbagai media, baik cetak maupun digital.

**Sanitasi** merujuk pada praktik menjaga kebersihan lingkungan untuk mencegah terjadinya penyakit dan mendukung kesehatan masyarakat seperti pengelolaan air bersih, pembuangan limbah, serta perilaku higienis sehari-hari dalam menjaga kesehatan individu maupun kelompok.

**Stiker** merupakan sarana komunikasi yang digunakan untuk mempromosikan atau menyebarkan informasi tentang produk, layanan, ide, atau acara kepada masyarakat umum berbentuk kertas yang memiliki perekat dibagian belakang.

Pada laporan ini, fokus penulisan adalah perancangan stiker sanitasi yang akan ditempatkan di area luar ruang dengan menggunakan alur kerja desain grafis yang terstruktur.

## **B. Kerangka Teori**

Dalam penulisan laporan tugas akhir ini, penulis menerapkan beberapa kerangka teori. Berikut adalah beberapa kerangka teori yang digunakan oleh penulis, antara lain:

### **B.1. Desain Grafis**

Desain grafis pada umumnya adalah proses komunikasi visual yang memanfaatkan elemen-elemen seperti gambar, ilustrasi, tipografi, dan tata letak untuk menyampaikan pesan kepada audiens. Menurut Jessica Helfand dalam bukunya yang berjudul *Design: The Invention of Desire* (2016:36) mendefinisikan desain grafis sebagai kombinasi kompleks kata-kata dan gambar, angka dan grafik, foto dan ilustrasi yang membutuhkan pemikiran khusus dari seorang individu yang bisa menggabungkan elemen-elemen ini sehingga mereka dapat menghasilkan sesuatu yang khusus, sangat berguna, mengejutkan, subversive, atau sesuatu yang mudah diingat.

Dalam dunia kreatif, desain grafis memiliki peran penting dalam berbagai bidang, seperti periklanan, branding, media cetak, dan digital. Dengan memanfaatkan warna, bentuk, dan komposisi yang tepat, desainer grafis mampu menghasilkan karya yang tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga efektif dalam menyampaikan informasi dan membangkitkan emosi. Oleh karena itu, desain grafis menjadi alat penting dalam membangun identitas merek, meningkatkan visibilitas produk atau layanan, serta menciptakan pengalaman pengguna yang memuaskan.

### **B.2. Elemen Dalam Desain Grafis**

#### **a. Garis**

Garis merupakan perluasan dari titik. Yang berarti, garis adalah bagian jalur yang dibuat oleh gerakan dari titik yang dicatat secara grafis (Kusnadi, 2018: 119).

Jenis garis dalam desain grafis dapat dibedakan menjadi beberapa kategori, yaitu:

1. **Garis Lurus:** Garis ini dapat berupa vertikal, horizontal, atau diagonal. Kesan yang diberikan garis lurus seperti stabilitas, ketegasan, dan teratur.
2. **Garis Lengkung:** Garis lengkung menciptakan kesan lembut, fleksibel, dan bergerak. Garis-garis ini sering dipakai untuk membentuk desain yang organik dan dinamis.
3. **Garis Patah-Patah:** Garis yang terbentuk dari segmen-segmen pendek yang terputus-putus. Garis ini dapat menciptakan kesan ritme atau ketidakpastian.
4. **Garis Kontinu:** Garis ini tidak memiliki putus-putus dan berkesinambungan. Garis kontinu menciptakan kesan kelancaran dan kesinambungan.
5. **Garis Tipis dan Tebal:** Variasi ketebalan garis digunakan untuk menciptakan efek visual yang berbeda. Garis tipis umumnya dipakai untuk detail yang halus, sementara garis tebal digunakan untuk menonjolkan elemen atau menciptakan kontras.
6. **Garis Zig-Zag:** Garis yang bergerak bergantian dengan sudut tajam. Garis ini menciptakan kesan energi dan gerakan yang kuat.

#### **b. Tekstur**

Tekstur adalah unsur rupa yang menunjukkan rasa permukaan bahan (material) yang sengaja dibuat dan dihadirkan dalam susunan untuk mencapai bentuk rupa, baik dalam bentuk nyata ataupun semu misalnya kesan tekstur kayu, bulu, atau gelas (Kusnadi, 2018: 121).

#### **c. Bentuk (*Shape*)**

Bentuk dihasilkan dari garis-garis yang tersusun sedemikian rupa. Bentuk dibagi menjadi 2 dimensi (dwimatra) dan tiga dimensi (trimatra). Masing masing bentuk mempunyai arti tersendiri, juga tergantung kepada budaya yang membentuknya (Kusnadi, 2018: 122-123).

Penggunaan bentuk dalam desain grafis terbagi menjadi dua kategori utama yaitu bentuk geometris dan bentuk organik. Keduanya

memiliki karakteristik dan fungsi yang berbeda dalam menciptakan komposisi visual yang efektif.

### **1. Bentuk Geometris:**

- a. Bentuk Dasar: Bentuk-bentuk seperti segitiga, lingkaran, persegi, dan poligon adalah bentuk dasar yang sering digunakan dalam desain grafis. Bentuk ini memberikan kesan keteraturan, stabilitas, dan kejelasan.
- b. Bentuk Simetris: Bentuk simetris memberikan rasa keseimbangan dan harmoni. Contohnya, lingkaran dan persegi sering digunakan untuk menciptakan struktur yang rapi dan formal.
- c. Bentuk Abstrak: Bentuk geometris yang lebih kompleks atau tidak beraturan dapat digunakan untuk menambahkan elemen visual yang menarik dan dinamis dalam desain.

### **2. Bentuk Organik:**

- a. Bentuk Alami: Bentuk yang terinspirasi dari alam, seperti daun, bunga, dan bentuk lainnya yang tidak memiliki garis lurus atau sudut tajam. Bentuk ini memberikan kesan alami, lembut, dan organik.
- b. Bentuk Bebas: Bentuk yang tidak mengikuti pola atau aturan tertentu, sering digunakan untuk menciptakan desain yang lebih bebas dan kreatif. Bentuk bebas memberikan kesan spontanitas dan kreativitas.
- c. Bentuk Fluktuatif: Bentuk yang memiliki garis-garis lengkung dan tidak beraturan menciptakan kesan gerakan dan fleksibilitas dalam desain.

### **d. Warna (*color*)**

Warna adalah sensasi yang ditimbulkan oleh otak sebagai akibat daripada sentuhan gelombang-gelombang cahaya pada retina mata. Kira-kira ada 10 juta warna yang berbeda dapat dilihat dari mata manusia. Warna dapat berupa warna alam maupun buatan. Pada warna alam, warna yang terlihat adalah warna asli dari bahan itu sendiri, sementara pada warna

buatan, warna asli ditutup dengan lapisan cat atau dimodifikasi dengan cara lain. Selain itu, terdapat warna pigmen, yang diperoleh dari campuran tinta atau cat, serta warna cahaya, yang dihasilkan dari sinar, seperti pada layar monitor, televisi, atau handphone. (Leonardo, Andreas, 2018: 30-31).

Teori yang menyederhanakan warna di alam biasanya mengelompokkan warna ke dalam beberapa kategori utama. Secara umum, warna-warna ini dapat dikelompokkan ke dalam empat kelompok besar yaitu primer, sekunder, tersier dan netral.



Gambar 2.1 : Warna primer, sekunder, tersier  
Sumber: kompas.com

### 1. Warna Primer

Warna-warna dasar yang tidak bisa dihasilkan dari pencampuran warna lain. Warna primer biasanya terdiri dari merah, biru, dan kuning.

### 2. Warna Sekunder

Warna yang dihasilkan dari pencampuran dua warna primer. Warna sekunder biasanya meliputi:

- a. Oranye (campuran merah dan kuning)
- b. Hijau (campuran biru dan kuning)
- c. Ungu (campuran merah dan biru)



### 3. Warna Tersier

Warna yang dihasilkan dari pencampuran satu warna primer dengan satu warna sekunder. Warna tersier termasuk:

- a. Merah-oranye
- b. Kuning-oranye
- c. Kuning-hijau
- d. Biru-hijau
- e. Biru-ungu
- f. Merah-ungu

### 4. Warna Netral/ *Achromatic*

Warna netral adalah warna-warna yang tidak cenderung ke arah warna primer atau sekunder dan biasanya tidak menimbulkan reaksi emosional yang kuat. Warna-warna ini sering digunakan sebagai latar belakang atau elemen pendukung dalam desain karena sifatnya yang serbaguna dan tidak mengganggu.

- a. Putih
- b. Hitam

### e. Tipografi

Definisi tipografi secara etimologi, tipografi/typografi berasal dari bahasa Yunani typos berarti bentuk dan graphein berarti menulis. Tipografi adalah ilmu yang mempelajari tentang seni dan desain huruf termasuk simbol dalam aplikasinya untuk media komunikasi visual melalui metode penataan tata letak, bentuk, ukuran, dan sifatnya sehingga pesan yang akan disampaikan sesuai dengan yang diharapkan (Kusnadi, 2018:79).

Tipografi dalam desain grafis memiliki fungsi utama untuk meningkatkan keterbacaan dan keterpahaman, menyampaikan suasana dan emosi, menciptakan hierarki visual, memperkuat identitas merek, meningkatkan estetika desain, dan membantu navigasi pengguna.

Perjalanan sejarah penciptaan dan pengembangan bentuk huruf mencerminkan evolusi teknologi, kebutuhan estetika, dan fungsionalitas.

Berikut klasifikasi perkembangan tipografi:

## 1. *Serif*

Huruf *serif* pertama kali muncul pada prasasti-prasasti Romawi kuno. *Serif* pada awalnya diduga berasal dari teknik ukiran batu, di mana goresan akhir pada huruf-huruf menghasilkan garis tambahan untuk memperindah dan menstabilkan bentuk huruf. Seiring waktu, penggunaan huruf *serif* meluas ke dalam berbagai medium, termasuk naskah manuskrip dan percetakan.

Jenis huruf *Serif* mempunyai kaki/sirip (*serif*) yang berbentuk lancip pada ujungnya. Huruf *Serif* memiliki ketebalan dan ketipisan yang kontras pada garis-garis hurufnya, sehingga memiliki kemudahan baca (*readability*) yang cukup tinggi.

*Serif* dapat memberi kesan klasik, resmi, dan elegan pada sebuah karya desain. *Serif* sering dipergunakan pada surat-surat resmi, buku-buku, surat kabar, dan lain-lain. Contoh jenis huruf *Serif* adalah *Times New Roman*, *Garamond*, *Bodoni* (Lia Anggraini S & Kirana Natalia, 2014:58).

## 2. *Sans Serif*

Huruf *Sans Serif* adalah salah satu kategori utama dalam tipografi yang tidak memiliki garis kecil atau sirip di ujung-ujung hurufnya, yang biasa disebut *serif*. Huruf ini dikenal dengan kesan modern dan bersih, sering digunakan dalam berbagai media, baik cetak maupun digital.

## 3. *Script*

Huruf *script* adalah salah satu kategori tipografi yang dirancang untuk menyerupai tulisan tangan yang mengalir. Huruf ini dikenal dengan kesan elegan dan artistik, sering digunakan dalam desain yang membutuhkan sentuhan personal dan dekoratif.

Huruf *script* berasal dari tulisan tangan manuskrip dan kaligrafi yang digunakan sejak zaman kuno hingga *Renaissance*. Dengan perkembangan teknologi percetakan, huruf *script* mulai diadaptasi ke dalam jenis huruf yang dapat digunakan dalam berbagai media cetak.

#### 4. Dekoratif

Huruf dekoratif adalah jenis huruf yang dirancang untuk menarik perhatian dengan bentuk yang unik dan mencolok. Berbeda dengan huruf *serif* dan *sans serif* yang lebih fungsional, huruf dekoratif sering digunakan dalam desain yang membutuhkan penekanan visual dan gaya yang khas.

### B.3. Prinsip Desain Grafis

#### 1. Keseimbangan (*Balance*)

Keseimbangan adalah prinsip desain yang berhubungan dengan distribusi visual elemen-elemen dalam sebuah desain untuk menciptakan stabilitas dan harmoni.

Keseimbangan dapat dicapai dengan menampilkan unsur-unsur desain, seperti bentuk dan ukuran, warna, tekstur dan sebagainya agar unsur-unsur yang ada di komposisikan dengan serasi, sepadan, dan memberi kesan mantap serta tepat pada tempatnya (Leonardo Adi Dharma Widya & Andreas James Darmawan, 2016:38).

##### a. Simetris

Keseimbangan simetris terjadi ketika elemen-elemen desain disusun secara merata di kedua sisi garis tengah (vertikal atau horizontal), menciptakan tampilan yang cermin atau reflektif.

Dalam konteks desain logo, keseimbangan simetris diterapkan untuk menciptakan logo dengan kedua sisi yang identik, seperti yang sering ditemui pada logo perusahaan atau institusi. Simetri ini memberikan kesan stabil, teratur, dan formal, yang umumnya digunakan dalam desain yang menuntut kesan profesional dan serius.

##### b. Asimetris

Dalam desain grafis, keseimbangan asimetris terjadi saat elemen-elemen desain ditempatkan secara tidak merata namun tetap menciptakan keseimbangan visual yang menarik. Elemen-elemen dengan visual yang berbeda, seperti ukuran, warna, dan bentuk,

diatur sedemikian rupa untuk mencapai harmoni dalam komposisi. Misalnya, dalam poster iklan, sebuah gambar besar di satu sisi bisa seimbang dengan teks kecil atau beberapa elemen kecil di sisi lainnya.

c. **Radial (*Radial Balance*)**

Keseimbangan radial dalam desain grafis terjadi ketika elemen-elemen disusun mengelilingi titik pusat, menciptakan pola melingkar atau spiral. Contoh penerapannya antara lain dalam desain mandala, logo berbentuk lingkaran dengan elemen tersebar dari pusat, atau tata letak yang berfokus pada pusat halaman.

2. **Keselarasan (*Alignment*)**

Keselarasan adalah prinsip desain grafis yang penting untuk menciptakan tampilan yang rapi, teratur, dan profesional. Prinsip ini memastikan bahwa elemen-elemen dalam desain ditempatkan secara sejajar atau berhubungan dengan baik satu sama lain.

a. **Vertikal**

Keselarasan vertikal dalam desain mengacu pada cara elemen-elemen disusun sejajar atau berhubungan dengan garis vertikal imajiner. Hal ini melibatkan penataan elemen seperti teks, gambar, atau blok konten agar sejajar vertikal satu sama lain. Contohnya, dalam suatu tata letak halaman, paragraf teks dan gambar yang sejajar vertikal akan menciptakan kesan keteraturan dan kesatuan yang lebih kuat.

b. **Horizontal**

Penataan elemen desain sejajar atau berhubungan dengan garis horizontal imajiner disebut sebagai keselarasan horizontal. Hal ini biasa diperhatikan dalam penataan elemen seperti *header*, *footer*, atau kolom-kolom dalam sebuah grid, untuk memastikan bahwa elemen-elemen tersebut terlihat seimbang dan rapi dalam tampilan keseluruhan desain.

### **3. Pengulangan (*Repetition*)**

Pengulangan/ repetisi adalah salah satu prinsip utama dalam desain grafis yang melibatkan penggunaan elemen yang sama atau serupa secara berulang dalam sebuah desain. Tujuannya adalah untuk menciptakan konsistensi, kesatuan, dan keterikatan visual. Pengulangan membantu memperkuat identitas visual dan memudahkan audiens dalam mengenali dan memahami pesan yang disampaikan.

Penggunaan repetisi dapat menciptakan keseragaman dalam penggunaan elemen-elemen seperti warna, tipografi, dan gaya visual di seluruh proyek desain. Selain itu dapat memperkuat identitas visual dan menciptakan pola grafis.

### **4. Kesatuan (*Unity*)**

Kesatuan merupakan salah satu prinsip yang menekankan pada keselarasan dari unsur-unsur yang disusun, baik dalam wujudnya maupun dalam kaitannya dengan ide yang melandasi. Desain dikatakan menyatu apabila secara keseluruhan tampak harmonis, ada kesatuan antara tipografi, ilustrasi, warna dan unsur-unsur yang lain. Kesatuan bisa dicapai dengan cara mengulang warna, bidang, garis atau elemen; memilih penggunaan font yang sejenis dengan variasi pada ukuran dan style-nya; menggunakan unsur-unsur visual yang warna, tema dan bentuknya sama (Supriyono, 2010:56)

### **5. Tekanan (*Emphasis*)**

Emphasis, atau penekanan, adalah prinsip desain grafis yang digunakan untuk menarik perhatian pada elemen tertentu dalam sebuah desain. Penekanan berfungsi untuk mengarahkan pandangan dan perhatian audiens ke bagian penting atau elemen kunci dari desain tersebut. Tujuan utama dari penekanan adalah untuk menciptakan titik fokus yang memandu mata audiens dan memastikan bahwa elemen-elemen yang paling penting dari desain tersebut diperhatikan terlebih dahulu. Dengan cara ini, penekanan membantu dalam menyampaikan pesan atau informasi utama secara efektif.

Dalam desain dikenal istilah *focal point* atau *focus of interest* yaitu penonjolan salah satu elemen visual dengan tujuan menarik perhatian. *Focal point* juga sering *center of interest*, pusat perhatian (Sriwitari & Widnyana, 2014:50). Ada beberapa cara untuk menonjolkan salah satu elemen desain yaitu:

**a. Kontras**

Desainer grafis menggunakan kontras sebagai alat yang kuat untuk menciptakan titik fokus (*focal point*) yang efektif. Dengan memanfaatkan perbedaan dalam warna, ukuran, bentuk, tekstur, dan gaya, desainer memastikan elemen-elemen penting dalam desain mereka menarik perhatian yang diinginkan. Hal ini meningkatkan keterbacaan dan memandu pengguna melalui elemen-elemen desain lainnya dengan cara yang terstruktur.

**b. Ukuran**

Salah satu metode yang paling efektif untuk menciptakan penekanan adalah melalui penggunaan ukuran. Dengan membuat elemen tertentu lebih besar atau lebih kecil daripada elemen lainnya, desainer dapat mengarahkan perhatian audiens ke area atau informasi yang paling penting. Contohnya penggunaan ukuran yaitu menggunakan judul yang lebih besar dibandingkan dengan teks tubuh pada poster atau brosur untuk menarik perhatian pertama kali pada judul.

#### **B.4. Layout**

Pada dasarnya layout dapat dijabarkan sebagai tata letak elemen-elemen desain terhadap suatu bidang dalam media tertentu untuk mendukung konsep/ pesan yang dibawanya. namun definisi layout dalam perkembangannya sudah sangat meluas dan melebur dengan definisi desain itu sendiri, sehingga banyak orang mengatakan bahwa me-layout itu sama dengan mendesain (Surianto Rustan, S.Sn., 2009: 9).

## **B.4.1 Prinsip Layout**

### **1. Urutan (*Sequence*)**

Sequence atau urutan mengacu pada cara elemen-elemen visual dipresentasikan untuk memandu mata pemirsa melalui desain dalam urutan yang logis dan efektif. Dalam layout yang baik, elemen-elemen ditempatkan dengan cara yang memudahkan pemirsa untuk mengikuti aliran informasi dari satu elemen ke elemen berikutnya. Urutan ini bisa dicapai dengan menggunakan hierarki visual, arah baca, atau elemen penunjuk seperti panah atau garis. Misalnya ada sebuah halaman web, urutan biasanya dimulai dari atas ke bawah dan kiri ke kanan, dengan elemen-elemen penting seperti judul dan gambar utama ditempatkan di bagian atas untuk menarik perhatian pertama kali.

### **2. Penekanan (*Emphasis*)**

Penekanan dapat dicapai dengan menggunakan ukuran, warna, kontras, bentuk, atau posisi. Elemen yang diberi penekanan biasanya adalah yang paling penting dalam desain, seperti judul, tombol aksi, atau gambar utama.

### **3. Keseimbangan (*Balance*)**

Ada dua jenis keseimbangan: simetris dan asimetris. Keseimbangan simetris dicapai ketika elemen-elemen di satu sisi desain mencerminkan elemen-elemen di sisi lainnya, sementara keseimbangan asimetris menggunakan elemen dengan ukuran, warna, atau bentuk berbeda namun tetap menciptakan perasaan keseimbangan.

### **4. Kesatuan (*Unity*)**

Unity tidak berarti hanya kesatuan dari elemen-elemen yang secara fisik kelihatan, namun juga kesatuan antara yang fisik dan yang non-fisik yaitu pesan atau komunikasi yang dibawa dalam konsep desain tersebut (Suriyanto Rustan, S.Sn.,2009:84).

Kesatuan dicapai melalui penggunaan elemen yang konsisten, seperti skema warna, jenis huruf, dan gaya grafis.

Elemen-elemen yang serupa dan berulang membantu menciptakan hubungan visual yang kuat antar bagian desain. Seperti dalam branding perusahaan, penggunaan warna dan logo yang konsisten di semua materi pemasaran membantu menciptakan identitas visual yang kuat dan mudah dikenali.

## **B.5 Above The Line (ATL)**

Menurut Maria (2021), ATL (*Above The Line*) adalah “Pemasaran yang menggunakan media massa konvensional seperti, televisi, radio, surat kabar, majalah, *billboard*, dan media luar ruang. ATL bertujuan untuk meningkatkan kesadaran dan menarik perhatian massa. Secara sederhana, ATL mencakup strategi pemasaran yang berfokus pada pembangunan merk atau usaha branding. ATL tidak menentukan target pasar dalam menjalankan marketing karena ditujukan ke semua orang” (hal.1).

### **B.5.1 Media Luar Ruang**

Media luar ruang adalah sarana komunikasi visual yang ditempatkan di area publik terbuka untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Media ini meliputi berbagai format, seperti billboard, poster, baliho, dan stiker, yang dipasang di lokasi strategis seperti jalan raya, pusat perbelanjaan, dan tempat umum lainnya. Dengan kemampuan menarik perhatian dalam waktu singkat, media luar ruang memanfaatkan desain yang mencolok, ukuran besar, dan penempatan yang efektif untuk menyampaikan pesan iklan, informasi, atau promosi kepada masyarakat yang beraktivitas di luar rumah. Media ini harus dirancang agar tahan terhadap kondisi cuaca dan memiliki visibilitas yang optimal, sehingga pesan yang disampaikan dapat diterima dengan jelas oleh audiens yang beragam.

### **B.5.2 Stiker**

Stiker adalah media cetak yang biasanya mengandung gambar, teks, maupun kombinasi keduanya. Stiker memiliki perekat di bagian belakang berfungsi untuk ditempelkan pada berbagai permukaan, seperti kaca, plastik, atau kertas. Stiker sering digunakan untuk keperluan promosi, dekorasi, dan



identifikasi, membuatnya menjadi alat yang serbaguna dalam berbagai konteks.

## **B.6. Perangkat Lunak**

### **B.6.1 CorelDraw**

CorelDraw adalah merupakan salah satu aplikasi desain grafis yang telah begitu populer digunakan oleh para desainer grafis profesional ataupun desainer amatir yang mencoba mengeksplorasi kemampuan baru dari media yang relatif baru bagi para desainer grafis yaitu media digital dan multimedia (Edi S. Mulyanta, 2005:7). CorelDraw merupakan software *editing* desain grafis yang berbasis vector. Biasanya perangkat lunak ini digunakan untuk membuat media seperti stiker, *banner*, brosur, pamflet, baliho, dan lain-lain.

Tools yang biasa penulis gunakan antara lain:

- a. Pen tool: Untuk membuat garis kurva
- b. Pick Tool: Untuk memilih, memindahkan, mengubah ukuran, dan memutar objek dalam desain.
- c. Shape tool: Untuk mengubah kurva, sudut, dan garis pada objek vector
- d. Text tool: Untuk Menambah atau mengubah teks dalam desain
- e. Outline tool: Untuk menambahkan serta mengedit garis tepi pada objek desain
- f. Zoom tool: Untuk memperbesar maupun mengecilkan tampilan desain.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Selama proses perancangan desain stiker sanitasi di PT Sewatoilet Indonesia, penulis menghadapi beberapa kendala yang memerlukan penanganan khusus. Salah satu kendala utama adalah *brief* yang diberikan sering kali kurang rinci, sehingga sulit dipahami dengan jelas dan menghambat proses desain. Untuk mengatasi hal ini, penulis berinisiatif untuk melakukan komunikasi lebih intensif dengan ketua IT untuk meminta penjelasan tambahan, dan memastikan bahwa setiap detail *brief* dipahami dengan benar sebelum memulai pekerjaan. Selain itu, penulis juga dihadapkan pada masalah penjadwalan, di mana terdapat waktu kosong akibat deadline yang tidak tepat. Penulis menyikapi hal ini dengan mengalokasikan waktu yang ada untuk mengembangkan konsep desain yang lebih mendalam.

Sebagai seorang desainer grafis, tantangan terbesar yang dihadapi penulis adalah menyesuaikan *brief* dengan keinginan klien, terutama karena ini merupakan pengalaman pertama penulis bekerja di perusahaan besar. Tantangan lainnya adalah menyeimbangkan antara estetika visual yang menarik dengan pesan edukatif yang harus disampaikan melalui stiker. Penulis harus memastikan bahwa desain yang dibuat tidak hanya menarik secara visual tetapi juga efektif dalam menyampaikan pesan-pesan sanitasi yang diinginkan.

Sebagai bagian dari inisiatif pribadi, penulis mengambil langkah untuk merancang stiker bertema lingkungan yang tidak hanya memenuhi kebutuhan klien tetapi juga berfungsi sebagai alat edukasi bagi masyarakat. Dengan demikian, penulis tidak hanya fokus pada permintaan klien, tetapi juga berkontribusi terhadap peningkatan kesadaran publik akan pentingnya menjaga kebersihan dan sanitasi melalui desain yang informatif dan estetis. Kesimpulan ini menunjukkan bahwa penulis mampu mengatasi berbagai kendala dan tantangan yang dihadapi, sekaligus mengambil inisiatif untuk memberikan nilai tambah dalam pekerjaan sebagai desainer grafis.

### **Saran untuk Almamater**

1. Membangun koneksi dengan alumni untuk menciptakan hubungan dan jaringan yang saling bermanfaat. Dengan menjadikannya alumni sebagai mentor dapat membuka peluang kerja dan dapat bekolaborasi dalam berkarya.
2. Terus mengembangkan kurikulum yang relevan dengan kebutuhan industri agar mahasiswa siap menghadapi tantangan dunia kerja dengan lebih baik.
3. Tenaga pengajar perlu memahami potensi setiap mahasiswanya, mengingat tidak semua mahasiswa memiliki kemampuan dan minat yang sama. Setelah memahami potensi tersebut, kampus sebaiknya lebih menyesuaikan metode pengajaran dan materi pelajaran agar sesuai dengan kekuatan dan minat masing-masing mahasiswa, sehingga mereka dapat berkembang secara optimal sesuai dengan potensinya.

### **Saran untuk Perusahaan**

1. Memperluas jaringan promosi, tidak hanya melalui relasi tetapi juga dalam dunia digital.
2. Memberikan *brief* dengan lebih rinci agar tujuan dapat dipahami dengan jelas dan langsung fokus pada hasil *brief* yang diberikan.

## DAFTAR PUSTAKA

### **Buku:**

- Anggraini Lia, Nathaia Kirana. 2014. Desain Komunikasi Visual Panduan Untuk Pemula. Bandung: Nuansa Cendekia.
- Hendratman, Hendi (2008). Computer Graphics Design, Bandung: Informatika Bandung.
- Jessica Helfand. 2016. Design: The Invention of Desire. London: Yale University Press.
- Kusnadi. 2018. Dasar Desain Grafis. Tasikmalaya: Edu Publisher.
- Leonardo Adi Dharma Widya, Andreas James Darmawan. 2019. Pengantar Desain Grafis Direktorat Pembinaan Kursus dan Pelatihan, Direktorat Jenderal PAUD dan DIKMAS, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan.
- Moriarty, Wells, Mitchell; Triwibowo. 2011. Advertising. Jakarta: Kencana.
- Mulyanta. 2005. Trik & Teknik Profesional CorelDraw 12. Yogyakarta: ANDI.
- Rustan, Suriyanto. 2009. Layout, Dasar & Penerapannya. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sriwitari, Ni Nyoman, Widnyana, I Gusti Nyoman. 2014. Desain Komunikasi Visual. Yogyakarta: GRAHA ILMU.
- Supriyono, Rakhmat. 2010. Desain Komunikasi Visual. Teori dan aplikasi. Yogyakarta: Andi.

### **Website:**

- Maria Ulfa.2021. “Kenali Media Promosi, Bentuk & Contohnya: Media ATL, BTL Serta TTL”. [www.tirto.id](http://www.tirto.id)  
Diakses pada Juli 2024

## LAMPIRAN KARYA-KARYA SELAMA PKL

- Icon aplikasi “Rekso App”



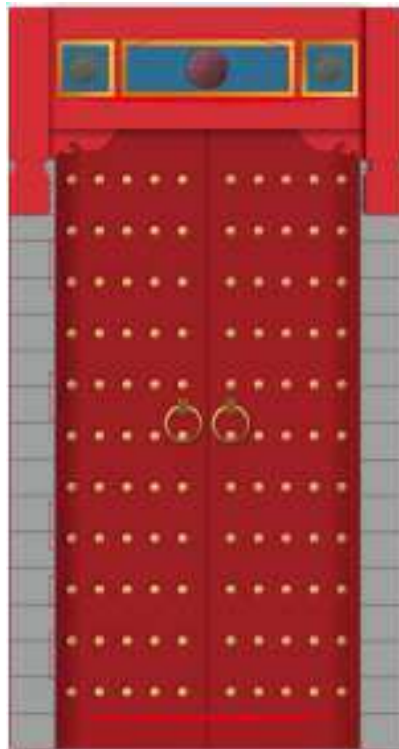
- Icon Aplikasi “Serva”



- Katalog produk yang diajukan “Sona & Urinal”



- Desain Stiker toilet portable bertemakan China



- Desain stiker toilet portable bertemakan China tampak samping



- Desain stiker pickup bertemakan Bali



- Desain stiker *truck compactor* “Green Streets, Clean Streets”



- Desain stiker *truck compactor* “Let’s Nurture the Nature For a Beter Future”





- Desain stiker *truck compactor* “Zero Waste Maximum Impact”



- Desain stiker *truck compactor* “Choose Reusable, Refuse Plastic Bags!”



- Desain stiker *truck compactor* “Choose Reusable, Refuse Plastic Bags!”



- Desain stiker *truck compactor* “Choose Reusable, Refuse Plastic Bags!”



- Desain stiker *truck compactor* “Reduce, Reuse, Recycle”



- Desain stiker *truck compactor* “Don’t Be Trashy”



Foto bersama staff dan karyawan PT Sewatoilet Indonesia di kantor



## FORMULIR PENILAIAN

Nama Instansi / Perusahaan : PT Securitorbet Indonesia  
 Nama Penilai : Rivaldy Setiawan  
 Jabatan : IT Supervisor  
 Alamat Kantor / Perusahaan : Ruko Panti Makmur Blok B1, Pangaj Jruo, Sumbaya  
 Nomor Telephon : 031 99852789  
 Nama Mahasiswa yang dinilai : Sanan Izzaturrisa  
 PKL/ Magang di bagian : MEDIA SPECIALIST & DESIGN  
 Mulai PKL/ Magang Sejak : 01 Maret 2024 - 31 Mei 2024

Jenis Kemampuan	Tanggapan / Komentar Pihak Pengguna **				
	Sangat Baik	Baik	Cukup	Kurang	Sangat Kurang
Komunikasi		✓			
Kerjasama		✓			
Kemandirian		✓			
Kreativitas	✓				
Kemampuan menggunakan alat modern		✓			

\*\* Mohon diisi dengan tanda (✓) pada kolom yang ditunjuk

Komentar lain / saran – saran :  
 PERLU UNTUK DI TINGKATKAN LAGI TENTANG  
 PENGELOLAAN SOFTWARE TERKAIT UI/UX  
 THANK YOU, BUNTU KEPERUSAHAAN SELAMA 3 BULAN.

28 Mei 2024  
 Penilai

  
 Tanda Tangan & Cap Instansi / Perusahaan

### SEKOLAH TINGGI ILMU KOMUNIKASI YOGYAKARTA

Jl. Laksda Adisudipto Km. 6,5 No.279, Caturtunggal Kec. Depok, Kabupaten Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta 55281  
 Telp. 0274-4533864. Website: www.stikom.yogyakarta.ac.id, Email: humas@stikom.yogyakarta.ac.id