

FINAL EXHIBITION

FINEK

CHAPTER 3



DKV FKOM UNIKU
TAHUN 2023

**Buku Katalog
Karya Tugas Akhir
DKV Universitas Kuningan
Periode ke-3**

Penanggung Jawab

Jerry Dounald Rahajaan, M.Sn

Koordinator Tugas Akhir

Sigit Setya Kusuma, M.Sn

Koordinator Buku Karya Tugas Akhir

Azhar Natsir Ahdiyat, S.Pd., M.Ds

Desain & Tata Letak

Muhamad Fadhil Fahrianto

Addin Mohammad Yafis

Kuningan, Juli 2023





PROFIL

Program Studi Desain Komunikasi Visual, secara umum membekali kemampuan yang bersifat pengetahuan, kreativitas, ketrampilan, kompetensi pendukung dan kompetensi soft-skill, sehingga dapat menghasilkan lulusan (Sarjana Desain) yang profesional dan memiliki kemampuan berwirausaha di bidang industri kreatif yang berlandaskan kecerdasan kreatif dalam mengantisipasi dan memecahkan permasalahan di bidang komunikasi visual, sehingga mampu mengolah data, mencari solusi akan kebutuhan desain meliputi penguasaan media informasi, publikasi, penerbitan, kampanye dan promosi, dengan penekanan pada Sisi invensi dan inovasi pribadi serta profesionalisme dengan mengedepankan budaya rupa nusantara, dalam tiga jalur pilihan: Desain (*Graphic Design*), Multimedia (*Multimedia Design*) dan Komunikasi Visual Periklanan (*Advertising*).

VISI

Menjadi Program Studi DKV yang menghasilkan *creativepreneur* dengan keunggulan lulusan yang berkomitmen pada Pemberdayaan Masyarakat (kewirausahaan) yang berbasis pada budaya lokal dan mumpuni dalam *Information and Communication Technology* (ICT), serta memiliki sikap kreatif dan mandiri.

MISI

Menyelenggarakan Tridharma Pendidikan di bidang DKV untuk menghasilkan lulusan berjiwa *Creativepreneur* yang menguasai *information and Communication Technology* (ICT) dan memahami budaya; Memperkuat penelitian di bidang DKV untuk menghasilkan karya yang berdampak pada pertumbuhan ekonomi kreatif Nasional; Melaksanakan kegiatan pengabdian pada Masyarakat melalui implementasi *Creativepreneur* yang mendukung peningkatan kualitas kehidupan dan pemberdayaan masyarakat.

JAJARAN DOSEN

PRODI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL FKOM – UNIVERSITAS KUNINGAN



Jerry Dounald Rahajaan, M.Sn

Desain Komunikasi Visual, Cultural Studies



Sigit Setya Kusuma, M.Sn

Fotografi, Videografi



Rika Nugraha, M.Sn

Art Fundamental, Cultural Studies



Elin Herlina, M.I.Kom

Komunikasi, Branding



Yulyanto, M.T.I

Animasi, Motion Graphic



Azhar N. Ahdiyat, S.Pd., M.Ds

Ilustrasi, Desain Grafis, Branding



Jerry Dounald Rahajaan, M.Sn

Ketua Program Studi
Desain Komunikasi Visual
FKOM - UNIKU

Di pertengahan tahun 2023 akhirnya Desain Komunikasi Visual berhasil melaksanakan Sidang Akhir Mahasiswa periode ke-3 dan meluluskan mahasiswa terbaiknya dari angkatan 2017, 2018, dan 2019. Para mahasiswa ini merupakan mahasiswa yang telah memenuhi 4 tahun pendidikan Strata 1 dengan berbagai proses akademik dan non-akademik yang telah membentuk lulusan terbaik dari Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Kuningan. Adapun profil lulusan Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Kuningan dijabarkan melalui kompetensi lulusan Program Studi Desain Komunikasi Visual sebagai berikut:

- Menghasilkan lulusan (Sarjana Desain) yang kreatif dan berjiwa entrepreneur.
- Mengeksplorasi dan memecahkan permasalahan di bidang komunikasi visual dengan penekanan pada sisi inovasi dan integrasi keilmuan dengan menghasilkan karya penelitian dan produk inovasi.

Semoga Buku Karya Tugas Akhir Mahasiswa Program Studi Desain Komunikasi Visual periode ke-3 ini dapat menjadi inspirasi bagi mahasiswa-mahasiswi peserta Tugas Akhir yang akan datang. Semoga menjadi pemicu untuk menciptakan karya yang lebih baik sehingga keilmuan Desain Komunikasi Visual ini dapat bermanfaat bagi kita semua.



“ ”

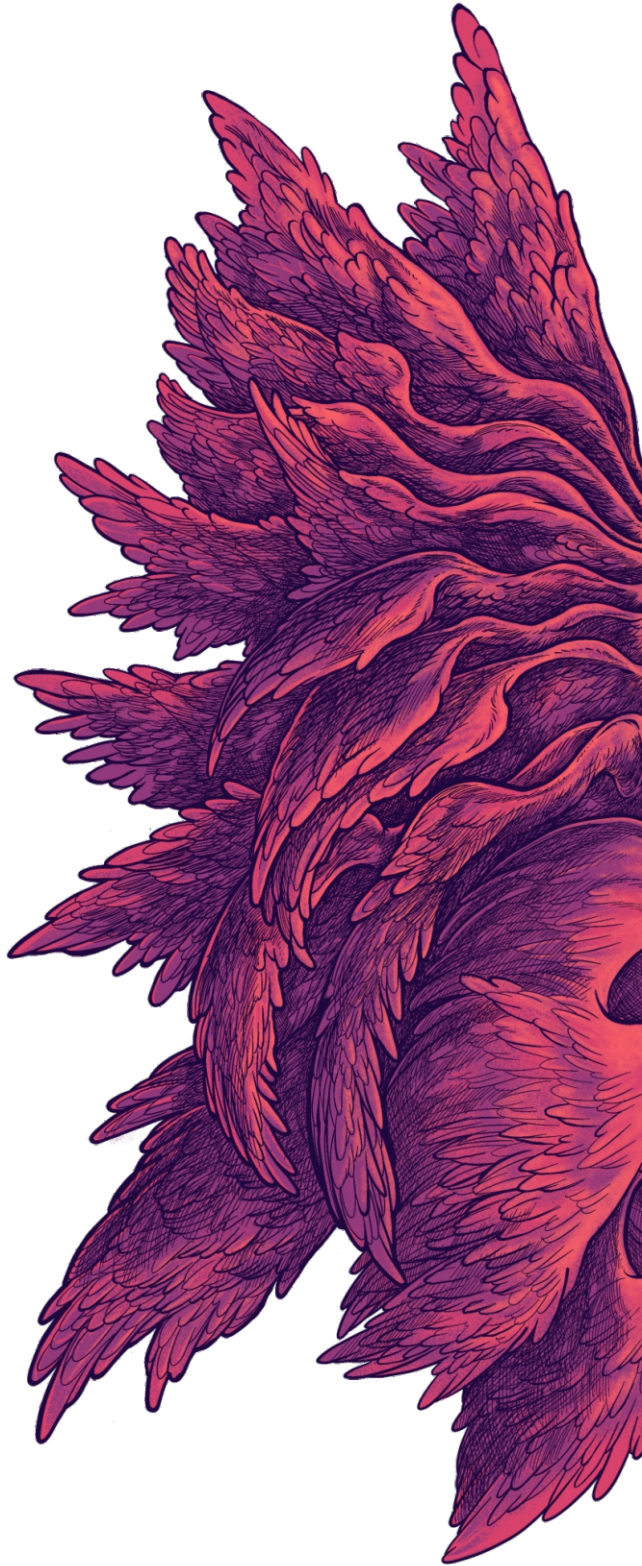


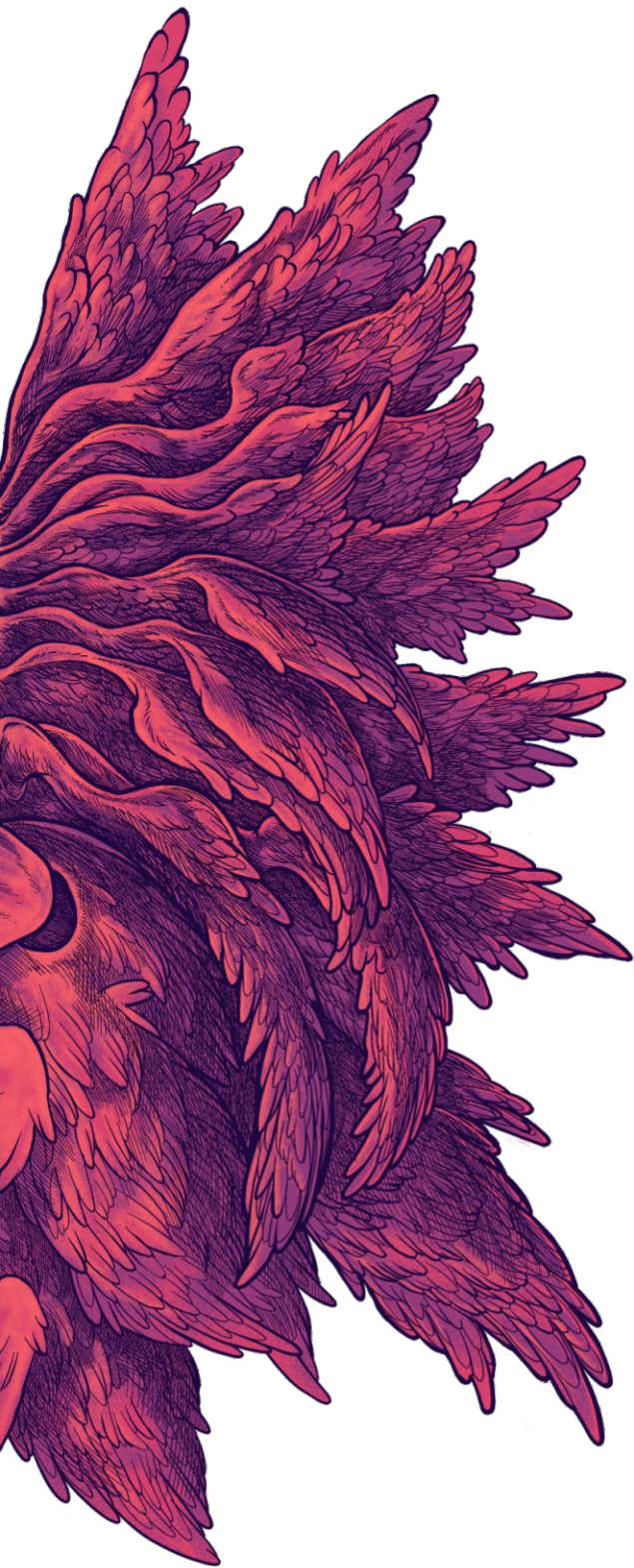
Sigit Setya Kusuma, M.Sn

Sekretaris Program Studi
Desain Komunikasi Visual
FKOM - UNIKU

Kepada mahasiswa/i Desain Komunikasi Visual 2017, 2018, dan 2019 yang telah berhasil melewati Sidang Akhir ini periode ke-3, saya ucapkan selamat atas pencapaian yang sangat luar biasa ini. Perjuangan serta do'a dari segenap keluarga, sahabat serta para dosen yang telah membimbing teman-teman selama 4 tahun ini berakhir dengan hasil yang membanggakan. Kalian sebagai lulusan DKV yang menjadi *role model* bagi adik-adik kelas, menjadi kebanggaan bagi Desain Komunikasi Visual yang akan menghasilkan lulusan berkualitas. Mampu berkembang di dunia kerja, tetap menebarkan kebaikan dengan ilmu pengetahuan dan berguna untuk orang banyak. Tetap semangat dalam mencapai cita-cita di masa depan. Sukses ya!

DAFTAR ISI





ABDUL LATIEF	- 2
ADE RIAN SETIAWAN	- 4
ALBY YOAN AMARDHAN	- 6
AMILATUN SAKINAH	- 8
ANJAS HARNEDIA	- 10
AYU SRI LESTARI	- 12
DEA INDRIA PUTRI	- 14
DHIKA YUDISTIRA P.	- 16
DILLA NURRIVA AMELIYA	- 18
ENCEP SETIANA	- 20
FIKRI FAUZAN MUSLIM	- 22
FITRIA SANDRA	- 24
GERAL DWI CAHYO	- 26
INTAN NURAZIZAH	- 28
IVAN YANUAR	- 30
LAKSMITA RATNA MIRATI	- 32
LATHIFAH NUR RAHYA	- 34
MEYLANI MAUDI CYNTIA	- 36
MUHAMAD FAHRUL WALIDAIN	- 38
MUHAMAD FAISHAL NOER	- 40
MUHAMAD ILYAS	- 42
MUHAMAD TRYRNA	- 44
PAKA PREDANA PURUSANINGSA	- 46
PRAYOGA YOANA	- 48
RADEN ANDRA YOGA PRASETYA	- 50
REGITA AYU PINASTI	- 52
SITI MASRAHATI	- 54
SITI SAIDAH ADAWIYAH	- 56
SUKMA MAULANA RIFAI	- 58
THARIQ ISMAN FAUZI	- 60
TIA SEFTIANI	- 62
YOGA NURUL MUTAQIN	- 64

DESAIN MEDIA KOMUNIKASI VISUAL ALBUM KISER KENAMAAN GRUP MUSIK LAIR



ABSTRAK

Eksistensi musik Tarling pada era saat ini mengalami penurunan karena kurangnya perhatian dari masyarakat khususnya generasi muda. Untuk mengatasi hal tersebut, grup musik Lair asal Jatiwangi, Majalengka, memasukkan unsur musik Tarling ke dalam lagu mereka. Sejak kemunculannya di tahun 2018, Lair sukses merilis album berjudul Kiser Kenamaan di tahun berikutnya. Dalam rangka memberikan alternatif visual untuk album Kiser Kenamaan, diperlukan perancangan media komunikasi visual. Perancangan media komunikasi visual album Kiser Kenamaan dilakukan melalui penerapan pendekatan design thinking dengan teknik ilustrasi. Teknik ilustrasi dipilih karena memiliki kemampuan untuk mengubah pesan verbal menjadi bentuk visual. Ilustrasi yang dibuat oleh peneliti yaitu menggunakan aplikasi procreate dan software photoshop. Sedangkan hasil penelitian ini yaitu ilustrasi sampul album Kiser Kenamaan serta ilustrasi dari masing-masing lagu yang ada pada album Kiser Kenamaan yang nantinya diterapkan di berbagai media, seperti sampul album, buklet, poster, t-shirt, pin button, dan sticker pack. Melalui upaya tersebut diharapkan perancangan ini dapat menjadi alternatif visual bagi grup musik Lair dalam album Kiser Kenamaan.

Kata kunci: Tarling, Album Kiser Kenamaan, Ilustrasi, Lair, Sampul Album.

KESIMPULAN

Berdasarkan perancangan yang telah dilakukan oleh peneliti, dihasilkan kesimpulan yaitu, perancangan ini bertujuan untuk merancang media komunikasi visual yang sesuai dengan karakter grup musik Lair pada album Kiser Kenamaan dengan harapan agar dapat menjadi alternatif visualnya, untuk mencapai tujuan tersebut, peneliti menggunakan metodologi perancangan yang meliputi metode pengumpulan data yang terbagi menjadi data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui proses wawancara dengan personel grup musik Lair, sedangkan data sekunder diperoleh melalui observasi dan studi literatur terkait informasi yang relevan dengan perancangan ini. Setelah data terkumpul, peneliti menganalisis data menggunakan metode analisis data 5W+1H (What, Who, Where, When, Why, How). Metode ini membantu peneliti memahami informasi yang diperoleh dengan lebih mendalam. Sedangkan metode penyelesaian masalah yang digunakan adalah design thinking, yang terdiri dari tahapan empathize, define, ideate, prototype, dan test. Design thinking membantu peneliti dalam menghasilkan solusi kreatif yang sesuai dengan kebutuhan dan karakter grup musik Lair.

Selanjutnya yaitu proses pengolahan ide terkait visual, peneliti menghasilkan delapan ilustrasi yang mewakili lagu-lagu yang ada dalam album Kiser Kenamaan, serta satu ilustrasi yang mewakili keseluruhan album. Pemilihan warna dalam perancangan ini didasarkan pada karakter grup musik Lair, yaitu merah dan kuning. Sedangkan pemilihan teks, peneliti menggunakan font Britania Ligatura untuk headline dan Coolvetica untuk body text. Untuk visual dari hasil akhir perancangan ini diterapkan dalam berbagai media, termasuk sampul album, buklet, poster, t-shirt, sticker pack, dan pin button.



PERANCANGAN DESAIN KEMASAN ROTI MADONA SEBAGAI IDENTITAS MEREK



ABSTRAK

Roti Madona merupakan salah satu merek produk dari pabrik bapak Adnan yang telah berdiri sejak tahun 2010, tepatnya berada di Desa Karangmuncang Kecamatan Cigandamekar, Kabupaten Kuningan Jawa Barat. Perancangan desain kemasan yang efektif sangat penting untuk memperkuat identitas merek dan menarik perhatian konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk merancang desain kemasan yang menarik dan mempunyai ciri khas dari Roti Madona, dengan fokus membangun identitas merek yang kuat melalui desain kemasan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan penelitian metode kualitatif deskriptif. Pengumpulan data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dokumentasi dan studi literatur. Hasil dari penelitian ini berupa media utama yaitu desain kemasan roti Madona yang dapat memperkuat identitas merek pada roti Madona, meningkatkan daya tarik produk, meningkatkan nilai penjualan, serta membantu dalam membedakan merek dari kompetitor agar dapat meningkatkan kesadaran merek di kalangan konsumen dengan memadukan elemen-elemen desain secara harmonis. Media pendukung berupa Stiker label dan Box, Business card, T-shirt, Paper bag dan x-banner.

Kata Kunci : perancangan desain kemasan, identitas merek, roti Madona, industri roti, daya tarik produk.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan mengenai perancangan desain kemasan roti Madona sebagai identitas merek, maka mendapatkan beberapa kesimpulan yang dapat diambil, berikut kesimpulan dalam penelitian ini:

1. Merancang kemasan produk roti Madona yang menarik dan mempunyai ciri khas, yaitu desain kemasan yang dihasilkan dalam penelitian ini memuat nilai-nilai merek roti madona dengan baik yang mampu memperkuat identitas merek, sehingga dapat meningkatkan daya tarik produk di mata konsumen melalui desain kemasan dan menggambarkan karakteristik merek roti Madona.
2. Visualisasi desain kemasan roti Madona menggunakan elemen-elemen seperti warna, logo, tipografi dan ilustrasi sehingga dapat membangun identitas merek yang kuat secara harmonis dan sesuai dengan karakteristik dari roti Madona. Perancangan desain kemasan yang dihasilkan dapat membantu meningkatkan kesadaran merek di kalangan konsumen terhadap produk roti Madona melalui desain kemasan.



PERANCANGAN VIDEO IKLAN LAYANAN MASYARAKAT TENTANG BAHAYA MEROKOK SAAT BERKENDARA SEBAGAI MEDIA SOSIALISASI DI KABUPATEN KUNINGAN

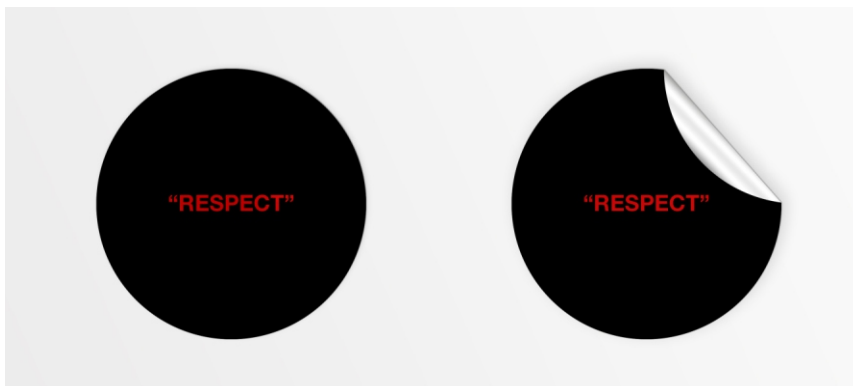


ABSTRAK

Video Iklan Layanan Masyarakat yang bertujuan untuk menyadarkan masyarakat akan bahaya merokok saat berkendara. Video Iklan Layanan Masyarakat ini sebagai media sosialisasi guna meningkatkan kesadaran masyarakat akan risiko merokok saat mengemudi dan mendorong mereka untuk mengubah perilaku merokok mereka. Isi didalamnya bertujuan untuk memberi himbauan dan juga menjadi sebuah media sosialisasi yang mengedukasi masyarakat. Dengan beberapa teori yang digunakan untuk keperluan penelitian ini, lalu untuk pengumpulan data menggunakan penelitian kualitatif dengan penerapan teori 5W+1H. Tentunya hasil dari perancangan ini di publikasikan pada Platform Youtube untuk menjangkau audiens secara luas memiliki media pengantar seperti Kaos, Totebag, Stiker, Video Trailer, dan Poster. Penulis menginginkan karya yang dibuat kedepannya dapat digunakan sebagai ajaran serta dapat memenuhi layaknya media sosialisasi yang mengedukasi audiens dalam penyampaian Video Iklan Layanan Masyarakat tersebut dan menyadarkan para pengendara yang melanggar peraturan lalu lintas.

KESIMPULAN

Upaya menyadarkan mengenai bahaya merokok melalui video iklan edukasi kepada masyarakat dan menyadarkan kepedulian, keamanan bagi pengendara untuk tidak merokok di saat berkendara dilakukan dengan memvisualisasikan Perancangan Video Iklan Layanan Masyarakat Tentang Bahaya Merokok Saat Berkendara Sebagai Media Sosialisasi Di Kabupaten Kuningan.





“RESPECT”

“NGEROKOKNYA NANGGUNG, JADINYA SEKALIAN JALAN AJA”
(KATA ORANG YANG BERKENDARA SEMBARI MEROKOK)

MAU SAMPAI KAPAN KEBIASAAN BURUKMU ITU DILAKUKAN?

Secara detail, larangan merokok sambil berkendara itu diatur dalam Permenhub No. 12 Tahun 2019 Pasal 6 huruf c dan UU No. 22 Tahun 2009 Pasal 283 jo Pasal 106 ayat 1. Bagi pengendara yang masih melanggar, bisa dikenai hukuman pidana kurungan tiga (3) bulan, serta denda Rp 750.000. Maka sangat lah merugikan orang lain karena bukan

APA MAU DI JERAT DULU PAKE HUKUM YANG BERLAKU AGAR ADA RASA JERA?

CONTOH PERISTIWA YANG MUNGKIN TERJADI KALAU KAMU MEROKOK SAAT BERKENDARA



SCAN AJA!!




REPRESENTASI FATHER'S ROLE DALAM FILM ANIMASI "TURNING RED"



ABSTRAK

Peran ayah memiliki beragam realitas dalam keluarga. Di Indonesia, ayah berperan menjadi pemimpin keluarga yang dipengaruhi posisinya oleh pemahaman patriarki, nilai agama, dan peraturan perundang-undangan. Di samping itu, terdapat fenomena fatherless family di mana ayah tidak hadir terutama dalam kehidupan remaja. Realitas peran ayah yang berbeda-beda ini juga terdapat dalam film, di antaranya adalah film animasi *Turning Red*. Pada film tersebut, peran ayah tidak dominan dibandingkan peran ibu, namun mendapatkan sorotan yang baik dari khayalak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui representasi father's role dalam film animasi *Turning Red* melalui pendekatan kualitatif deskriptif dengan batasan masalah adalah pada tokoh Jin Lee. Penelitian dilakukan menggunakan analisis strukturalisme Levi-Strauss terhadap adegan-adegan yang mengandung peran ayah. Berdasarkan hasil tersebut, Jin Lee merupakan ayah yang merepresentasi father's role berupa provider atau provision (penyedia kebutuhan nafkah dan hidup), protector (pelindung), educator dan endowment (pendidik dan pengasuh), nurtured mother (pendamping dan pemerhati ibu), dan modeling (teladan bagi anak).

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana representasi father's role dalam film animasi *Turning Red* dengan pendekatan kualitatif deskriptif menggunakan analisis visual, analisis isi, dan teori strukturalisme Levi Strauss terhadap scene yang memunculkan tokoh Jin Lee. Berdasarkan analisis dan pembahasan yang dilakukan, representasi father's role dalam film animasi *Turning Red* terwujud pada tokoh Jin Lee yang menjadi ayah Meilin Lee. Peran ayah yang terepresentasi pada Jin Lee antara lain adalah provider atau provision (penyedia kebutuhan nafkah dan hidup), protector (pelindung), educator dan endowment (pendidik dan pengasuh), nurtured mother (pendamping dan pemerhati ibu), dan modelling (teladan bagi anak). Penelitian ini juga menunjukkan bahwa peran ayah yang terepresentasi pada film animasi *Turning Red* dapat mencakup segala aspek meskipun dalam film sosok Jin Lee tidak menunjukkan sisi dominasi ayah dalam keluarga.

Representasi Father's Role dalam Film Animasi *Turning Red*

AMILATUN SAKINAH

Prodi Desain Komunikasi Visual
Fakultas Ilmu Komputer
Universitas Kuningan



LATAR BELAKANG

Terdapat keragaman peran ayah dalam keluarga yang dipengaruhi oleh berbagai faktor. Di Indonesia sendiri, peran ayah dalam keluarga adalah sebagai kepala rumah tangga karena peraturan Undang-Undang Perkawinan No. 1 Tahun 1974, pengaruh patriarki dan nilai Islam. Meskipun demikian, Indonesia adalah negara dengan fatherless family di mana ayah tidak hadir dalam kehidupan anak terutama usia 7-14 tahun dan usia 8-15 tahun (Kemenpppa.go.id, 2020). Beragamnya realitas peran ayah tersebut tersajikan juga dalam film, salah satunya adalah film animasi *Turning Red* (2022). Di samping kesuksesan filmnya secara umum, *Turning Red* menjadi film yang diperbincangkan karena keberadaan Jin Lee, ayah dari tokoh utama Meilin Lee, mendapatkan sorotan publik terlepas peran dirinya yang tidak lebih dominan dari Ming Lee, ibunya Meilin Lee.

TUJUAN PENELITIAN

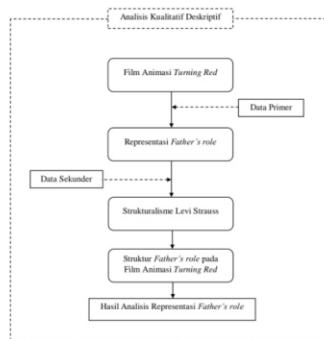
Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui representasi father's role dalam film animasi "*Turning Red*".

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yang akan menganalisis representasi father's role dalam film animasi *Turning Red*.

Ruang lingkup penelitian ini dibatasi pada ayah tokoh utama yaitu Jin Lee. Pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, dokumentasi, wawancara terstruktur, dan studi pustaka, lalu dianalisis dengan teknik analisis visual, isi, & analisis strukturalisme Levi-Strauss dengan menentukan miteme-miteme dan oposisi biner.

Representasi adalah bagaimana seseorang atau suatu kelompok, gagasan atau pendapat tertentu ditampilkan dalam suatu pesan media, baik dalam bentuk pemberitaan maupun wacana media lainnya (Wahyuningsih, 2019). Strukturalisme Levi Strauss adalah teori untuk menggali sebuah struktur dalam suatu realitas, objek, maupun produk budaya dengan anggapan bahwa struktur yang diciptakan oleh nalar manusia dan relasinya dapat ditemukan pada realitas, objek, dan produk budaya yang berbeda yang tidak terkait satu sama lain (Strinati, 2010).



HASIL ANALISIS



OPOSISI BINER

Berperan Domestik	><	Bekerja
Support Sistem Mei	><	Support Sistem Ming
Pasif	><	Inisiatif
Protektif	><	Memberikan Kebebasan

Miteme adalah unit terkecil cerita yang memperlihatkan hubungan antar individu pada tokoh-tokoh cerita yang menunjukkan status individu tersebut. (Angelina, 2018). Oposisi biner adalah hubungan dua hal yang memiliki sifat berpasangan, sebab-akibat, atau berlawanan yang dapat menyebarkan struktur dalam cerita (Asiyah, 2017).

KESIMPULAN

Representasi father's role dalam film animasi *Turning Red* terwujud dengan baik pada tokoh Jin Lee yang menjadi ayah Meilin Lee. Peran ayah yang direpresentasi pada Jin Lee antara lain adalah provider atau provision (penyedia kebutuhan nafkah dan hidup), protector (pelindung), educator dan endowment (pendidik dan pengasuh), nurtured mother (pendamping dan pemerhati ibu), dan modeling (teladan bagi anak).

PUSTAKA

Angelina, D. (2018). Mito Radhin Saghara Kajian Strukturalisme Levi Strauss. Semiotika, 18(2).
Asiyah, N. (2017). Legenda di Tulungagung (Kajian Strukturalisme Levi Strauss) (Doctoral dissertation, State University of Surabaya).
NN. (2020). Perkuat Peran Ayah untuk Meningkatkan Kualitas Pengasuhan Anak, <https://www.kemendiknas.go.id>, diakses pada 19 Januari 2023.
Strinati, D. (2010). Popular Culture: Pengantar Menuju Teori Budaya Populer. Ar Ruzz Media, Yogyakarta.
Wahyuningsih, S. (2019). Film dan Dakwah: Memahami Representasi Pesan-Pesan Dakwah dalam Film Melalui Analisis Semiotik. Media Sahabat Cendekia.

REDESAIN KATALOG MUSEUM TAMAN PURBAKALA CIPARI SEBAGAI SARANA EDUKASI



ABSTRAK

Museum Taman Purbakala Cipari merupakan gambaran kehidupan purbakala pada zaman megalitikum, dimana manusia sudah mampu menciptakan budaya menggunakan batu-batu besar. Museum ini sering menjadi tempat pembelajaran sejarah bagi pelajar dan masyarakat umum. Dalam fungsi tersebut, diperlukan media yang dapat mendukung transfer informasi tentang koleksi museum kepada pengunjung. Salah satu media pembelajaran yang dimiliki oleh Museum Taman Purbakala Cipari adalah katalog koleksi museum. Namun, menurut hasil survei melalui kuisioner yang dilakukan penulis, katalog tersebut dianggap kurang optimal, dari visualnya yang kurang menarik, tata letak gambar dan teksnya tidak teratur, dan tidak menggunakan ruang kosong (white space) sehingga mata menjadi lelah saat melihat desain yang terlalu padat. Hal ini mengurangi minat pengunjung untuk membaca katalog tersebut. Oleh karena itu, Museum Taman Purbakala Cipari membutuhkan pengembangan katalog koleksinya agar pembelajaran dan akses informasi bagi pengunjung menjadi lebih optimal. Dari penjelasan sebelumnya, muncul ide untuk melakukan perancangan ulang katalog di Museum Taman Purbakala Cipari yang bertujuan sebagai sarana edukasi. Perumusan masalah dalam perancangan ini mencakup konsep redesain katalog di Museum Taman Purbakala Cipari sebagai sarana edukasi, serta visualisasi dan media penerapan desain katalog tersebut sebagai sarana edukasi. Konsep katalog yang diusulkan adalah pendekatan minimalis untuk memperbaiki tata letak gambar dan teks, serta menggunakan ruang kosong (white space) guna meningkatkan keterbacaan layout dan memberikan kenyamanan saat dibaca. Teknik yang digunakan adalah teknik desain grafis dan teknik fotografi, dengan pengolahan digital menggunakan Adobe Illustrator cc 2020, dan hasilnya dicetak dalam format katalog landscape ukuran A4. Visualisasi desain katalog tersebut melalui media penerapan yang menarik, informatif dan efektif. Diantaranya katalog cetak, katalog digital, Leaflet, poster, stiker, dan x-Banner. Penulis berharap katalog ini akan menjadi media edukasi yang informatif, menarik, dan optimal bagi pengunjung Museum Taman Purbakala Cipari.

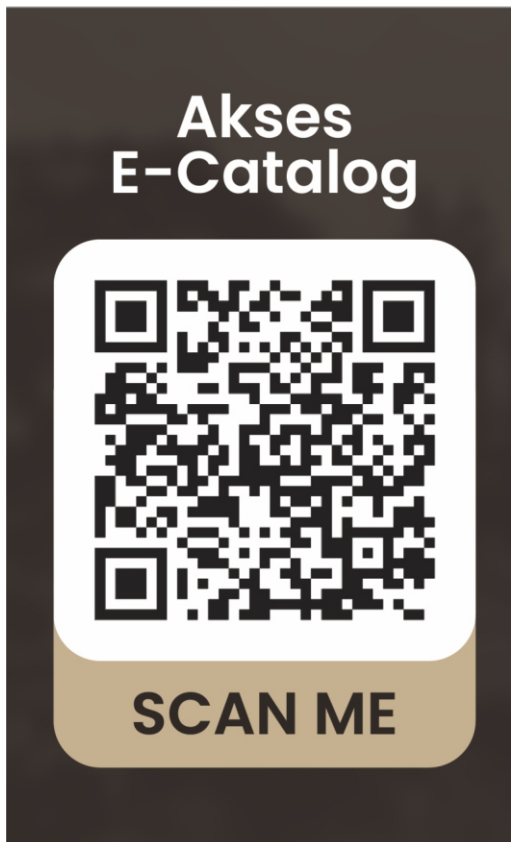
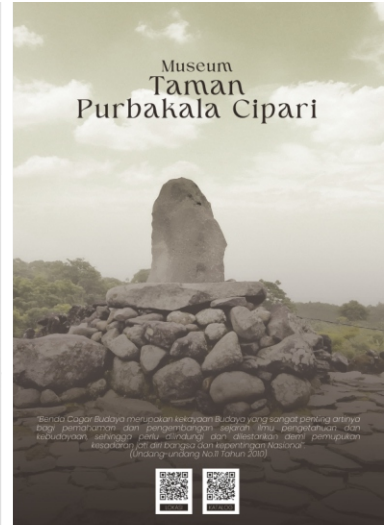
KESIMPULAN

Konsep Redesain Katalog

Pada skripsi perancangan ini penulis melakukan redesain katalog Museum Taman Purbakala Cipari dengan fokus utama tentang katalog yang kurang efektif dan optimal dalam menyampaikan informasi. Hal tersebut didasari oleh ide penulis dari hasil kuisioner terhadap visual katalog pada saat ini yang dirasa masih kurang optimal, karena dari segi visualnya yang kurang menarik dan tata letak gambar maupun teks tidak beraturan serta tidak menggunakan white space (Ruang kosong) yang menyebabkan mata menjadi lelah ketika melihat desain yang terlalu padat. Kemudian, ide tersebut dikembangkan menjadi sebuah konsep karya dengan menerapkan konsep desain minimalis untuk memperbaiki tata letak gambar dan teks, serta menggunakan ruang kosong (white space) guna meningkatkan keterbacaan layout. Selain itu, proses ini juga bertujuan menciptakan struktur informasi yang rapi, menjaga keseimbangan komposisi layout agar terlihat lebih segar dan tidak membosankan, serta memberikan kenyamanan saat dibaca.

Visualisasi dan Media Penerapan Desain Katalog

Katalog ini digunakan sebagai sarana edukasi bagi pengunjung Museum Taman Purbakala Cipari dan memvisualisasikan desain katalog tersebut melalui media penerapan yang menarik, informatif dan efektif. Beberapa media penerapan ini yaitu akan dibuatkannya antara lain, katalog cetak, katalog digital, leaflet, poster, stiker, x-Banner. Beberapa media tersebut bertujuan sebagai media pendukung pembelajaran di Museum Taman Purbakala Cipari.



VISUALISASI VIDEO PRODUK KOPI LUWAK MELALUI EDITING COLOR GRADING



ABSTRAK

Video Produk merupakan salah satu upaya menarik minat para konsumen untuk membeli produk atau jasa yang kita tawarkan. Penggunaan warna dalam video produk sangat penting menyesuaikan dengan tema yang digunakan, salah satunya gaya retro dalam videografi. Gaya retro sendiri menggambarkan gaya yang meyerupai seperti video masa lalu. Gaya retro menjadi sebuah fenomena tersendiri dalam dunia videografi karena seolah membawa dan menghadirkan kembali kesan masalalu ke era saat ini. Untuk dapat menghasilkan warna dengan gaya retro maka memerlukan proses color grading guna mengatur warna pada gambar untuk mencapai suatu looks yang diinginkan. Color grading memiliki tujuan utama yaitu menyeimbangkan warna dari hasil gambar yang tidak sempurna. Hal itu dapat dipengaruhi faktor kamera, pencahayaan, lensa, hari pengambilan gambar yang berbeda setiap shotnya. Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu sebagai bentuk informasi bagaimana teknik Color Grading yang digunakan hingga menghasilkan nuansa retro. Dalam penciptaan karya videogafi ini, pencipta menggunakan sejumlah properti sebagai penunjang konsep yang telah disertakan. Media pendukung yang digunakan diantaranya video digital, X banner, t-shirt, stiker dan cover CD.

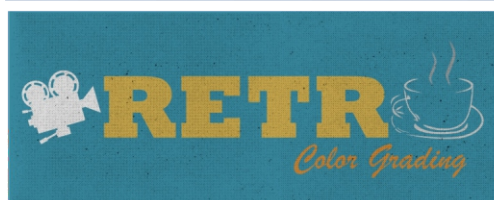
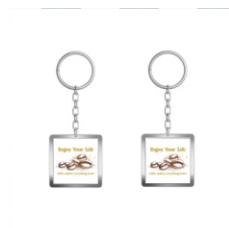
Kata kunci: Video Produk, Retro, Color Grading, Videografi.

KESIMPULAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang diawali peneliti dengan melakukan proses pengumpulan data yang didapat dari studi pustaka yang berkaitan dengan warna dan gaya retro dalam penerapan color grading. Tahapan selanjutnya yang dilakukan yaitu melakukan observasi terhadap warna yang dikemukakan oleh Brewster yang kemudian dilakukan eksplorasi terhadap objek serta menganalisa warna retro untuk diterapkan dalam proses color grading.

Sebuah color grading yang baik harus memperhatikan semua aspek, pemilihan warna, serta komposisi-komposisi yang dibutuhkan dalam proses color gading. Warna merupakan elemen visual yang paling sulit diarahkan atau diatur karena selalu harus melewati proses percobaan dan proses konsep yang jelas untuk mengetahui kesesuaian antara warna-warna yang dipakai dengan target yang akan dituju. Ketika warna yang diinginkan sudah didapat, maka keseluruhan color grading akan berhasil menyampaikan pesannya. Efek psikologis warna memang berbeda pada tiap orang yang melihatnya. Namun ada beberapa warna universal yang memberikan efek hampir sama pada setiap orang. Dan ini menjadi panduan bagi editor dalam pemilihan warna yang digunakan. Sebuah videografi yang menarik akan dilihat bahkan ditanggapi audience jika emosi mereka ikut tergugah dan pesan yang tersirat pada desain tersebut dapat sampai ke otak mereka, sehingga dapat mendongkrak penjualan atau promosi barang atau jasa yang diiklankan.

Pada penelitian ini mengangkat sebuah masalah tentang perancangan video produk dengan tujuan untuk mengenalkan bahwa dengan teknik color grading dapat menghasilkan sebuah video produk dengan baik menyesuaikan tema yang akan digunakan.



FOTOGRAFI DOKUMENTER RITUAL ADAT KAWIN CAI



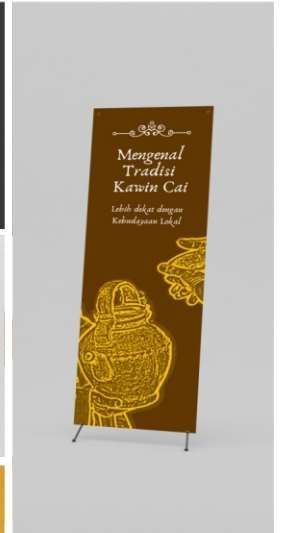
ABSTRAK

Tradisi merupakan warisan budaya yang diturunkan dari generasi ke generasi, diteruskan melalui lisan, tulisan, maupun praktik praktik yang dilakukan secara terus menerus. Tradisi sering kali menjadi identitas budaya dari suatu kelompok masyarakat atau komunitas. Peranan masyarakat menjadi sangat penting dalam upaya mempertahankan dan melestarikan kebudayaan disekitarnya. Tradisi Kawin Cai merupakan salah satu kebudayaan lokal yang ada di daerah Kuningan, Jawa Barat. Tujuan dari perancangan ini adalah untuk memperkenalkan kepada masyarakat mengenai tradisi Kawin Cai sebagai salah satu upaya untuk mempertahankan warisan budaya, dengan memvisualisasikan serangkaian proses ritual adat Kawin Cai melalui fotografi dokumenter. Dalam proses penciptaan foto menggunakan teknik fotografi dengan jenis fotografi documenter menggunakan pendekatan metode EDFAT (Entire, Detail, Frame, Angle, Time) untuk menghasilkan gambar yang dapat bercerita, serta dapat menampilkan keadaan sebenarnya di lapangan. Hasil perancangan akan disajikan dalam bentuk media buku fotografi dengan visualisasi konten menggunakan fotografi. Diharapkan perancangan ini dapat menjadi media informasi dalam upaya memperkenalkan budaya lokal kepada masyarakat dan dapat menjadi inspirasi bagi perancangan karya selanjutnya.

Kata kunci: Kawin Cai, Ritual Adat, Fotografi Dokumenter.

KESIMPULAN

Tradisi Kawin Cai merupakan kebudayaan lokal yang berada di Kecamatan Jalaksana, pelaksanaannya dilakukan satu tahun sekali lebih tepatnya pada bulan Oktober pada musim kemarau atau mendekati musim penghujan. Pada hasil penelitian ini ditemukan bahwa generasi muda di daerah Kuningan masih banyak yang belum mengetahui adanya tradisi Kawin Cai di Kuningan. Pada perancangan Fotografi Dokumenter Ritual Adat Kawin Cai, penulis berharap perancangan ini dapat menjadi sarana dalam upaya memperkenalkan tradisi ini kepada masyarakat di daerah Kuningan. Bertujuan agar masyarakat dapat mengetahui dan mengenali keberadaan budaya lokal yang ada disekitarnya melalui media Buku Fotografi. Dalam media Buku Fotografi yang berjudul "Buku Foto Kawin Cai" mendeskripsikan alur mengenai prosesi ritual adat pada Kawin Cai melalui visualisasi menggunakan teknik fotografi dengan jenis fotografi dokumenter. Buku Foto Kawin Cai disajikan menggunakan konsep desain dengan tema Vintage, menggunakan warna, tata-letak, tipografi dan elemen visual yang disesuaikan dengan tema Vintage itu sendiri.



PERANCANGAN USER INTERFACE WEBSITE KATALOG PRODUK PT. BAPLI BERBASIS WEBSITE



ABSTRAK

Website mulai menjadi kebutuhan para pembisnis untuk mempromosikan dan menjual produk melalui internet dengan mudah dan murah. Eksistensi website telah menyampaikan kemudahan bagi penggunanya yaitu pengguna tidak perlu tiba ke suatu daerah secara eksklusif untuk mencari informasi terkait dengan tempat tersebut. Walaupun PT. BAPLI bergelut di bidang aplikasi dan web tetapi PT. BAPLI belum memiliki desain interface yang baik. Penulis mengasumsikan hal tersebut berdasarkan survei sederhana bersama 75 responden yang berasal dari sekolah menengah kejuruan swasta di Kabupaten Kuningan. Bertujuan merancang user interface website PT. BAPLI yang informatif sehingga dapat memudahkan costumers untuk mendapatkan informasi terkait perusahaan dan produk yang ditawarkan dan memvisualisasikan katalog produk pada website PT. BAPLI. Penelitian dilakukan dengan beberapa tahapan yaitu Tahap Pengumpulan Data. Tahap perancangan desain dikembangkan berdasarkan metode User Centered Design (UCD). Penelitian ini menghasilkan perancangan UI website yang informatif serta visual pada katalog website PT. BAPLI.

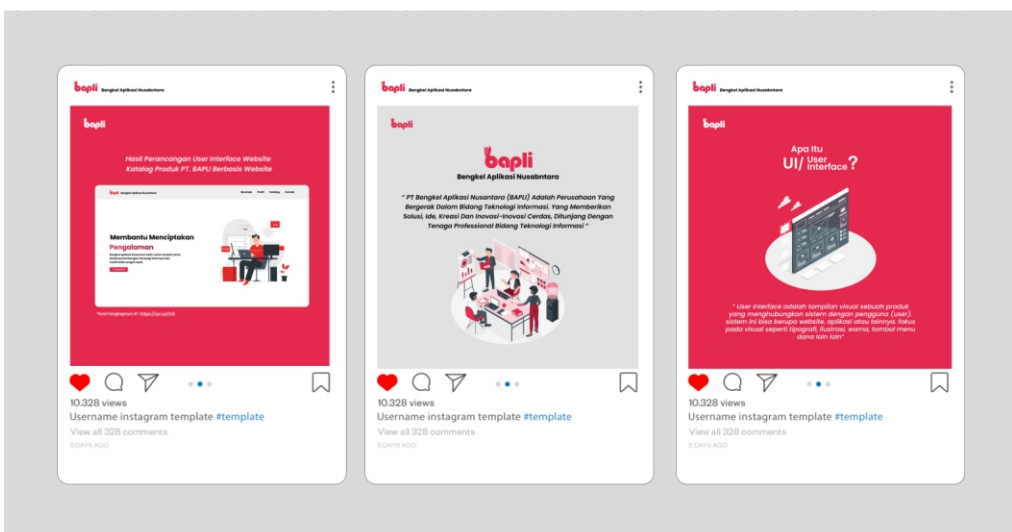
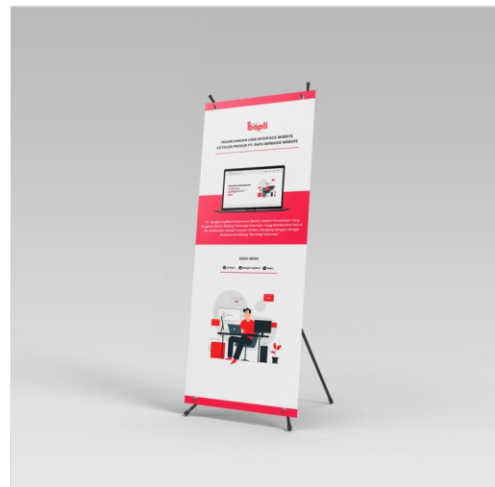
Kata-kata kunci: Website, Tampilan antarmuka, Perancangan

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan mengenai perancangan user interface website katalog produk PT. BAPLI berbasis website. Bertujuan merancang user interface website PT. BAPLI yang informatif sehingga dapat memudahkan costumers untuk mendapatkan informasi terkait perusahaan dan produk yang ditawarkan dan memvisualisasikan katalog produk pada website PT. BAPLI. Perancangan UI website ini merupakan upaya untuk memberikan solusi terhadap permasalahan yang ingin diselesaikan dalam berbagai kondisi pengguna dalam menjalankan sebuah website. Dalam merancangan UI website dan memvisualisasikan katalog pada website tersebut dilakukan dengan langkah terstruktur dalam perancangan ini.

Dengan metode “User Centered Design” Tahapan perancangan yaitu pengambilan data, analisis data calon pengguna menggunakan kuesioner, user persona, menyusun user case, Information Architecture, wireframe, visual user interface dan prototype dilakukan secara digital dengan menggunakan perangkat lunak (software) Figma. Dalam perancangan UI website PT. BAPLI ini disesuaikan dengan target audiens objek yang telah ditentukan melalui studi literatur dan analisis. Pada konsep perancangan memusatkan objek dan pengguna sebagai subjek dari pemakai sebuah website berdasarkan perilaku mereka. Penggunaan ilustrasi yang dibuat yaitu flat desain yang sederhana yang digunakan untuk gambar bagian landing page berfungsi untuk memperjelas pesan atau konten pada website, menggunakan icon-icon flat yang simpel dan mudah dikenali. Dengan ukuran dan gaya ikon konsisten. Pada perancangan UI ini banyak menggunakan warna merah, warna tersebut menggambarkan dari identitas logo PT. BAPLI dan rekomendasi dari hasil kuesioner. Bentuk desain yang dihasilkan berbentuk perancangan beserta dengan asetnya. Pengujian sederhana perancangan dilakukan dengan menyebarkan kuesioner pada hari Kamis tanggal 08 Februari 2023 kepada target audiens.

bapli
Bengkel Aplikasi Nusantara
Teknologi Informasi Dan Multimedia



MEDIA EDUKASI SKIZOFRENIA MELALUI FOTOGRAFI



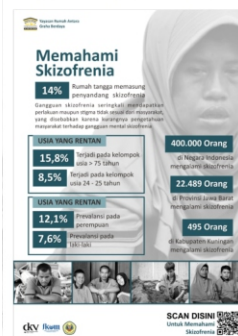
ABSTRAK

Skizofrenia adalah gangguan mental kompleks yang mempengaruhi cara seseorang dalam berpikir, merasakan, dan berperilaku. Untuk meningkatkan kesadaran dan pemahaman masyarakat tentang skizofrenia, maka diperlukan media yang efektif untuk menyampaikan edukasi tentang skizofrenia. Fotografi mengalami perkembangan seiring berjalannya waktu, sehingga perkembangannya diharapkan dapat digunakan sebaik mungkin untuk membawa kemajuan di bidang lain, khususnya terkait dengan permasalahan psikologis atau gangguan mental. Fotografi merupakan media yang dapat menyampaikan edukasi tentang skizofrenia secara visual sehingga dapat meningkatkan kesadaran dan pemahaman masyarakat terhadap gangguan mental skizofrenia. Penelitian ini dilakukan melalui metode kualitatif dengan pendekatan sosial komunikasi, yang akhirnya menghasilkan media edukasi berupa booklet yang menggambarkan fotografi dokumenter aktivitas penyandang skizofrenia di Yayasan Rumah Antara Graha Berdaya disertai dengan deksripsi singkat yang menjelaskan tentang skizofrenia, seperti faktor, gejala, pengobatan, dan informasi terkait skizofrenia. Dengan adanya media ini, diharapkan dapat memberikan bukti bahwa media edukasi skizofrenia melalui fotografi efektif dalam meningkatkan kesadaran dan pemahaman masyarakat terhadap gangguan mental skizofrenia.

KESIMPULAN

Visualisasi media edukasi melalui fotografi memiliki potensi yang signifikan dalam menyampaikan edukasi tentang gangguan mental skizofrenia secara efektif. Melalui fotografi dokumenter yang disajikan dalam booklet 'Memahami Skizofrenia' pada penelitian ini menunjukkan bahwa visualisasi aktivitas penyandang skizofrenia dapat membantu meningkatkan kesadaran dan pemahaman masyarakat mengenai skizofrenia, karena fotografi yang kuat dapat memicu perasaan empati dan keinginan dalam memahami skizofrenia lebih lanjut. Dalam konteks edukasi, visualisasi media edukasi melalui fotografi efektif dalam mengurangi stigma sosial terhadap skizofrenia, karena mampu menggambarkan aktivitas penyandang skizofrenia yang tidak jauh berbeda dengan orang tanpa skizofrenia. Dengan memanfaatkan teknologi dan media sosial, visualisasi media edukasi ini dapat dengan mudah diakses oleh masyarakat Kuningan, termasuk oleh penyandang skizofrenia itu sendiri.

Pendekatan sosial komunikasi pada penelitian ini menunjukkan pentingnya interaksi antara individu yang mengalami skizofrenia, keluarga, dan masyarakat dalam menyampaikan edukasi tentang skizofrenia, sehingga penyebarannya akan semakin meluas dan mampu mengurangi stigma yang tidak sesuai tentang skizofrenia.



PERANCANGAN BRAND IDENTITY WISATA BUKIT PANEMBONGAN



ABSTRAK

Objek wisata bukit panembongan adalah salah satu objek wisata alam yang ramah lingkungan dan memiliki potensi alam seperti area camping ground, ayunan, flying fox, dan hammock. Metode kualitatif ini dipilih karena pengumpulan data yang digunakan berasal dari kata-kata dan gambar yang didapatkan dari pengelola bayu (LMDH) objek wisata bukit panembongan. Objek wisata ini belum banyak diketahui oleh Masyarakat Kuningan Jawa Barat karena minimnya identitas visual yang dimiliki serta tidak adanya karakter atau kesan yang ditonjolkan dari objek wisata bukit panembongan tersebut, dilihat dari tidak adanya visual branding berupa logo yang berkarakter. Dengan identitas visual yang dapat menggambarkan bagaimana keunggulan, keunikan dan perbedaan pariwisata objek wisata bukit panembongan dengan wisata lainnya diharapkan masyarakat atau konsumen lebih tertarik dan beranggapan bahwa objek wisata bukit panembongan merupakan wisata yang lebih baik dengan konsep yang akan diterapkan yaitu "identitas merek dengan warna identik hijau, pantone 362 c, hitam dan warna primer putih untuk membantu warna media penunjang. Objek Wisata Bukit Panembongan" pada perancangan brand identity ini meliputi perancangan logo dengan konsep yang telah ditentukan yaitu "identitas merek Objek Wisata Bukit Panembongan" disertai perancangan Graphic Standard Manual (GSM) sebagai aturan atau pedoman dalam penggunaan logo hingga pengimplementasian desain identitas visual pada media-media, diantaranya adalah instagram, brosur, stiker, x-banner, poster, dan t-shirt.

KESIMPULAN

Objek wisata ini belum banyak diketahui oleh Masyarakat Kuningan Jawa Barat karena minimnya identitas visual yang dimiliki serta tidak adanya karakter atau kesan yang ditonjolkan dari objek wisata bukit panembongan tersebut, dilihat dari tidak adanya visual branding berupa logo yang berkarakter.

Dengan identitas visual yang dapat menggambarkan bagaimana keunggulan, keunikan dan perbedaan pariwisata Objek Wisata Bukit Panembongan dengan wisata lainnya diharapkan masyarakat atau konsumen lebih tertarik dan beranggapan bahwa Objek Wisata Bukit Panembongan merupakan wisata yang lebih baik dengan konsep yang akan diterapkan yaitu "identitas merek. Objek Wisata Bukit Panembongan" Pada Perancangan Brand Identity ini meliputi perancangan logo dengan konsep yang telah ditentukan yaitu "identitas merek" dalam penggunaan logo hingga pengimplementasian desain identitas visual pada media-media, diantaranya adalah instagram, brosur, stiker, x-banner, poster, dan t-shirt.



PERANCANGAN CORPORATE IDENTITY LIWET BAKAR GALUH



ABSTRAK

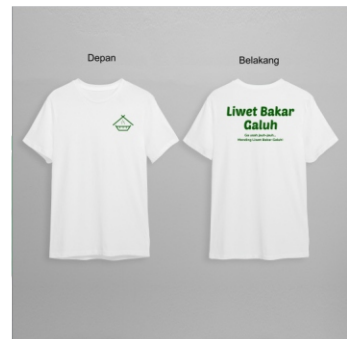
Liwet Bakar Galuh merupakan suatu usaha yang belum mempunyai identitas secara visual, maka dari itu diperlukan sebuah Corporate Identity untuk menunjukkan citra dari perusahaan agar mempunyai ciri dan pembeda dari perusahaan lain. Metode penelitian yang digunakan dalam perancangan ini adalah metode kualitatif deskriptif, yaitu sebuah metode dengan teknik pengumpulan data dan analisis data. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis 5W+1H dan analisis SWOT. Untuk metode penyelesaian masalah dalam penelitian ini menggunakan teori Glass Box digunakan sebagai penyelesaian masalah selama perancangan, dan dalam proses visualisasi menggunakan software CorelDraw X7. Hasil dari penelitian ini yaitu berupa logo yang sesuai dengan citra dari perusahaan Liwet Bakar Galuh yang dituangkan kedalam media utama Brand Book berfungsi sebagai buku panduan untuk logo perusahaan, kemudian diterapkan ke beberapa media pendukung seperti X-Banner, Poster, T-Shirt, Celemek, dan Label.

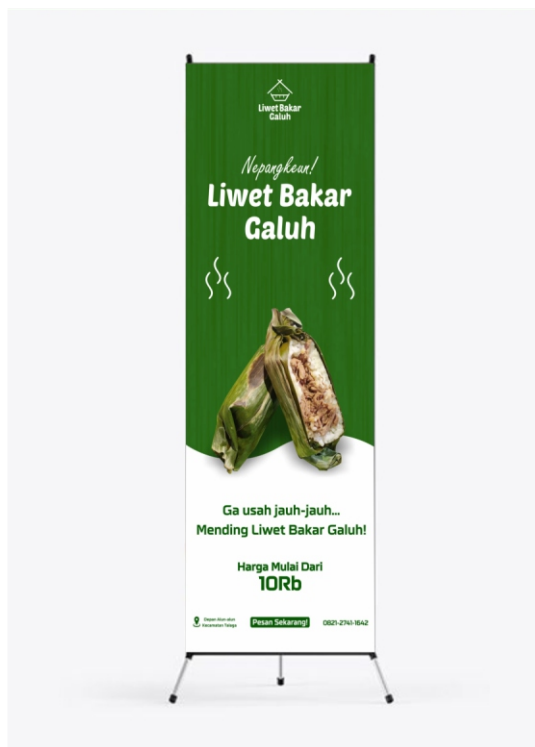
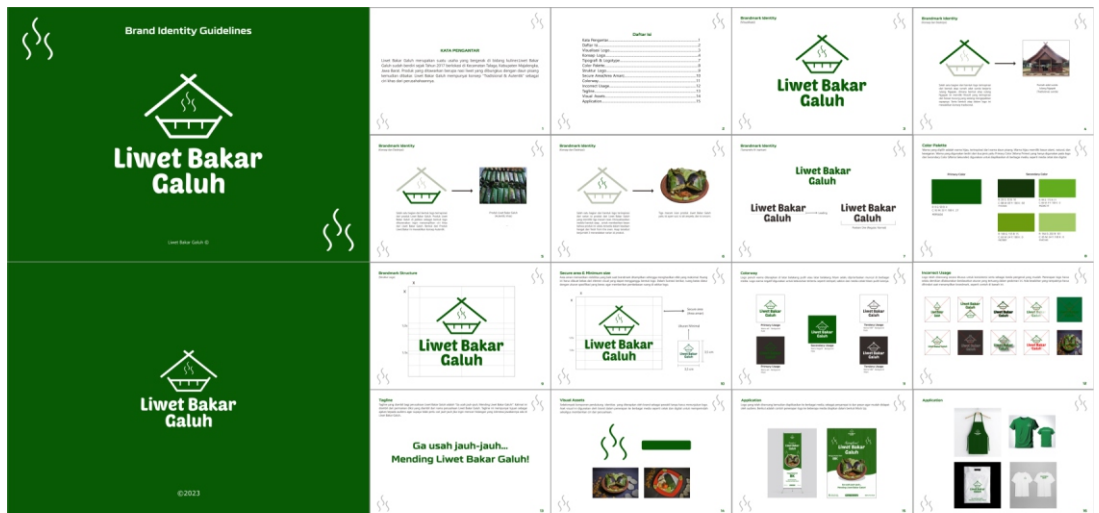
Kata Kunci : Liwet Bakar Galuh, Corporate Identity, , Glass Box, Logo, Brand Book.

KESIMPULAN

Berdasarkan uraian dan penjelasan pada bab sebelumnya, maka kesimpulan yang dapat diambil adalah :

1. Liwet Bakar Galuh merupakan salah satu usaha yang perlu untuk dirancang sebuah corporate identity karena dilihat dari latar belakang perusahaan yang kuat dan umur perusahaan yang cukup lama, maka dari itu diperlukan suatu identitas visual perusahaan yang dapat mewakili citranya.
2. Corporate Identity yang dirancang bagi Liwet Bakar Galuh digunakan sebagai penyampai citra dari Brand Liwet Bakar Galuh secara visual, dan untuk meningkatkan daya tarik dari konsumen.





KAMPANYE GASLIGHTING DALAM HUBUNGAN SOSIAL LAWAN JENIS USIA 17–25 TAHUN



ABSTRAK

Gaslighting merupakan istilah yang sedang populer pada platform sosial media di Indonesia, bahkan dinobatkan sebagai 'Word of The Year 2022' dalam pencarian kamus Merriam Webster. Di Indonesia, gaslighting biasanya terjadi pada usia 15 sampai 20 tahun ke atas dan umumnya terjadi dalam suatu hubungan romansa baik pernikahan maupun berpacaran. Masyarakat Indonesia mewajarkan gaslighting yang mereka terima dan tidak mengambil tindakan atas perlakuan yang mereka terima. Berdasarkan permasalahan tersebut, maka diperlukanlah tindakan yang dapat mengedukasi masyarakat terkait gaslighting, salah satu tindakan yang dapat dilakukan ialah kampanye. Perancangan ini menggunakan pendekatan kualitatif, dengan metode design thinking dan teori-teori seperti desain grafis, tata letak, dan teori media baru untuk menyelesaikan permasalahan. Hasil yang diperoleh dari perancangan berupa pengolahan ide, seperti nama microblog, tema dan konsep, ada pula hashtag dan slogan. Selain itu pemilihan warna, pemilihan tipografi, dan elemen visual. Kesimpulan lainnya yaitu implementasi kampanye gaslighting telah dilakukan dengan hasil berupa, publikasi kampanye dilakukan pada microblog Instagram, kampanye yang dilakukan selama rentang bulan Mei-Juni dan feedback yang didapat dari seluruh responden bahwa kampanye gaslighting telah mengedukasi responden dan mayoritas tidak akan menormalisasikan dan akan mengambil tindakan ketika mereka di-gaslighting.

KESIMPULAN

Perancangan ini telah dilakukan menggunakan metode design thinking mulai dari empathize, define, ideate, prototype sampai test. Penulis berkesimpulan bahwa hasil yang didapat pada perancangan ini berupa tiga tahapan perancangan, tahap sebelum perancangan, pada tahap ini terdiri dari konten pembahasan dengan tiga jenis konten, yaitu konten trivia, konten interaktif, dan konten quotes, lalu selanjutnya content plan, tema "The unstable condition of gaslighting victim", lalu ada konsep yang diusung "tidak stabil dan pemulihan", ada pula hashtag yang digunakan #TurnOffTheGaslight dan #JanganHanyaDiam, adapun slogan yaitu "Hati-hati sama pasangan kamu!" dan nama microblog "gaslight.around". Selain itu pemilihan warna yang digunakan berupa warna biru beserta warna turunannya, warna oranye kekuningan, warna abu-abu dan warna putih, tipografi yang digunakan berjenis sans serif, yaitu best wishes dan urbanist. Sedangkan elemen visual yang digunakan, yaitu ilustrasi flat design, foto dan bentuk. Selanjutnya tahap perancangan terdiri dari logo combination mark, template, input elemen layout, dan layouting. Lalu tahap terakhir ialah 'tahap sesudah perancangan' yang terdiri dari test bersama target audiens, di mana target audiens merasa bahwa desain dan informasi telah sesuai, selanjutnya evaluasi (tidak ada evaluasi), dikarenakan tidak adanya evaluasi, maka penulis menyimpulkan bahwa final desain telah didapat.

KAMPANYE PENCEGAHAN KECANDUAN MASTURBASI BAGI REMAJA LAKI-LAKI USIA 12-16 TAHUN



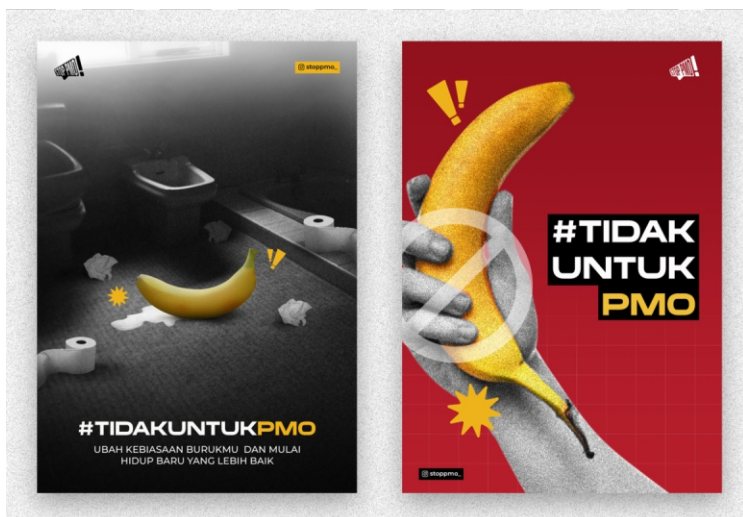
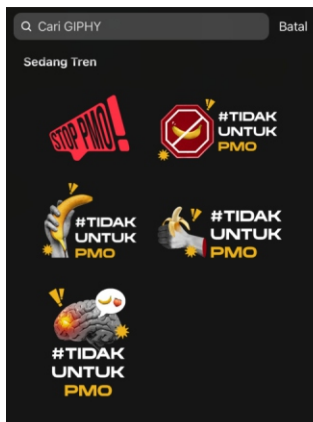
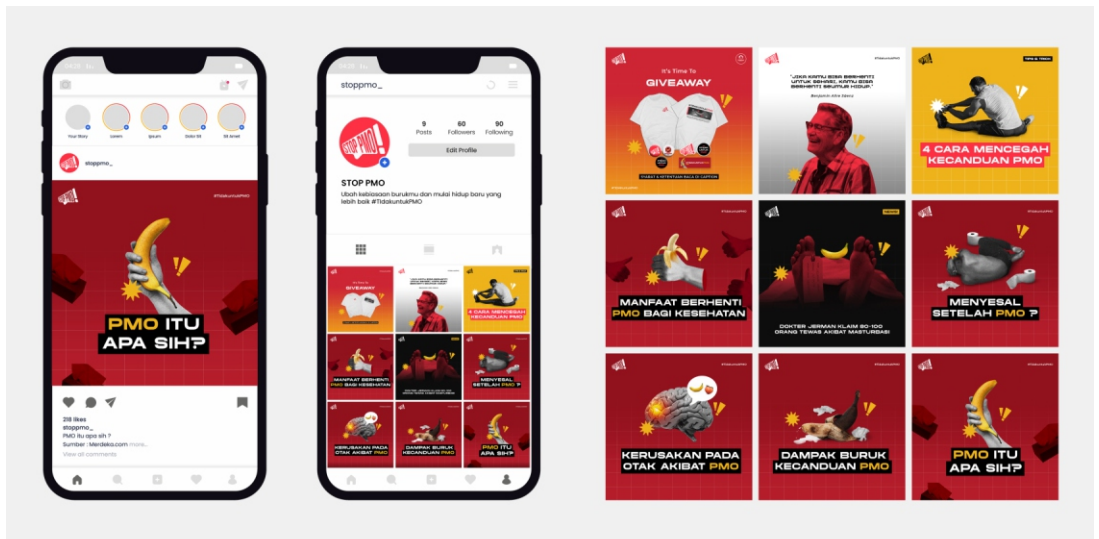
ABSTRAK

PMO merupakan singkatan dari tiga kata yaitu Porn, Mastrubate, dan Orgasm. Dengan demikian, PMO adalah sebuah kegiatan memuaskan diri sendiri atau yang biasa disebut sebagai selfservice yang dipengaruhi oleh konten dewasa sehingga menimbulkan orgasme atau mencapai klimaks gairah seksual. Salah satu gerakan yang dapat diupayakan untuk menginformasikan bahaya kecanduan PMO ialah dengan kegiatan kampanye. Perancangan ini bertujuan untuk melakukan langkah terstruktur dan memvisualisasikan kampanye pencegahan kecanduan PMO pada remaja laki-laki usia 12-16 tahun di Kuningan melalui media penerapan yang menarik, komunikatif dan efektif. Untuk menghasilkan sebuah visualisasi yang menarik, komunikatif dan efektif, penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan design thinking. Hasil dari perancangan ini berupa microblog Instagram sebagai media kampanye pencegahan kecanduan PMO untuk remaja laki-laki usia 12-16 tahun di Kuningan.

KESIMPULAN

Perancangan kampanye pencegahan kecanduan PMO bertujuan untuk memvisualisasikan kampanye pencegahan kecanduan PMO bagi remaja laki-laki usia 12-16 tahun di Kuningan melalui media penerapan yang menarik, komunikatif dan efektif. Dalam memvisualisasikan kampanye ini dilakukan dengan langkah terstruktur dalam merancang kampanye kecanduan PMO.

Berdasarkan hasil dan pembahasan diatas penulis menyimpulkan bahwa, langkah terstruktur yang dilakukan menggunakan metode Design Thinking mulai dari tahap empathise, define, ideate, prototype, dan test. Adapun visualisasi pada perancangan kampanye ini berupa microblog instagram dengan username yang dipilih adalah "stoppmo_". Tujuan pemilihan nama ini agar nama akun dapat mudah diingat oleh target audiens yang sudah familiar dengan istilah PMO. Dalam mengkampanyekan pencegahan kecanduan PMO dibutuhkannya sebuah tagline sebagai identitas kampanye. Tagline (#TIDAKuntukPMO) dipilih sebagai sebuah gerakan dalam kampanye PMO ini. Tema desain pada perancangan kampanye ini yaitu gradient color atau transisi warna. Gradient color menciptakan kesan modern dan menarik pada desain grafis dan trend desain ini menjadi salah satu pilihan yang populer di tahun 2023. Ada 5 jenis konten yang dipakai pada microblog kampanye pencegahan kecanduan PMO ini agar isi konten lebih bervariasi yaitu konten trivia, berita, tips and trick, quotes dan giveaway.



Pengenalan Bahasa Isyarat Bagi SLB di Kuningan Melalui Ilustrasi Digital



ABSTRAK

Tunarungu merupakan penyakit dimana organ telinga bagian luar, tengah, dan dalam mengalami gangguan dan tidak menjalankan aktivitas dengan baik. Oleh karena itu, kemampuan berkomunikasi terdapat kendala karena adanya gangguan pendengaran. Bahasa isyarat merupakan salah satu cara untuk berkomunikasi bagi anak tunarungu. Di Indonesia terdapat dua jenis bahasa isyarat yaitu Sistem Isyarat Bahasa Indonesia (SIBI) dan Bahasa Isyarat Indonesia (BISINDO), namun hanya SIBI yang merupakan bahasa pengantar dalam pendidikan tunarungu digunakan di Sekolah Luar Biasa (SLB). Pengenalan dan pembelajaran bahasa isyarat untuk anak tunarungu didapatkan melalui pendidikan di SLB. Namun anak-anak cepat merasa bosan dalam mempelajari bahasa isyarat dikarenakan kamus SIBI memiliki gambarnya kurang menarik dan tidak berwarna. Perancangan ini bertujuan untuk merancang pengenalan bahasa isyarat bagi anak-anak SLB di Kuningan melalui ilustrasi digital dan mengenalkan bahasa isyarat untuk anak-anak SLB di Kuningan. Metode perancangan yang digunakan pada perancangan ini yaitu metode kualitatif dengan menggunakan teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, studi literatur, dan dokumentasi. Hasil perancangan ini terdiri media utama berupa poster dan media pendukung yaitu t-shirt, tote bag, stiker, ebook, dan qr code.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dapat disimpulkan bahwa pengenalan bahasa isyarat untuk SLB di Kuningan melalui ilustrasi digital bertujuan untuk mengenalkan dan mempelajari bahasa isyarat untuk SLB di Kuningan. Banyak pengguna yang merasa terbantu, terutama bagi orang-orang yang baru pertama kali mengetahui dan mempelajari bahasa isyarat. Untuk lebih menarik, pemilihan jenis font, ilustrasi, dan warna juga disesuaikan dengan konsep perancangan. Media poster menjadi salah satu media yang ditujukan kepada target audiens. Dalam perancangan ini selain media utama yaitu poster, terdapat beberapa media penunjang yang dirancang yaitu t-shirt, totebag, stiker, ebook, dan QR code.



REDESAIN IDENTITAS VISUAL JENIPER SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN BRAND AWARENESS



ABSTRAK

Jeniper merupakan akronim dari jeruk nipis peras, merupakan salah satu minuman khas dari Kabupaten Kuningan. Upaya untuk mengembangkan identitas visual sudah baik secara media cetak maupun media visual, namun perkembangan tersebut belum sepenuhnya mendapatkan image atau branding yang tepat di masyarakat terkhususnya masyarakat Kabupaten Kuningan maka dari itu penting untuk mengembangkan identitas visual Jeniper yang ditinjau dalam ranah desain komunikasi visual dengan menggunakan metode Rebranding atau perancangan ulang suatu brand atau merk. Tujuan dari perancangan ini untuk membuat identitas visual baru dan buku GSM (Graphic Standard Manual) yang berguna sebagai panduan dalam mengaplikasikan logo dan elemen visual lainnya untuk menjaga konsistensi brand. Untuk menghasilkan sebuah identitas visual yang menarik dan representatif maka dilakukan pengumpulan data secara kualitatif dengan mengumpulkan data tentang Jeniper, mengikuti perkembangan trend visual, melakukan analisa promosi sebelumnya dan observasi. Dalam perancangan redesain identitas visual Jeniper meliputi pembuatan logo, tipografi, warna, dan elemen gambar dengan menggunakan software Corel Draw dan Adobe Photoshop kemudian diaplikasikan kedalam media-media yang digunakan. Media utama yang digunakan meliputi logo dan untuk media pendukung meliputi poster, x-banner, stiker botol kemasan, paper bag, t-shirt dan mug.

KESIMPULAN

Redesain Identitas Visual Jeniper ini bertujuan untuk menghasilkan media yang efektif, komunikatif dan dapat menginformasikan hal – hal tentang produk Jeniper. Media yang dihasilkan berupa Logo sebagai media utama dan media pendukung berupa poster, x banner, business card, botol kemasan, mug dan stiker.

Media tersebut dibuat atau di desain dengan membuat sketsa kasar manual terlebih dahulu selanjutnya di sempurnakan menggunakan software computer yaitu Coreldraw X7 dan Adobe Photoshop.

Jeniper





PERANCANGAN MEDIA EDUKASI KESEHATAN GIGI DAN MULUT MELALUI ILUSTRASI CERITA ANAK TK DAN PAUD

ABSTRAK

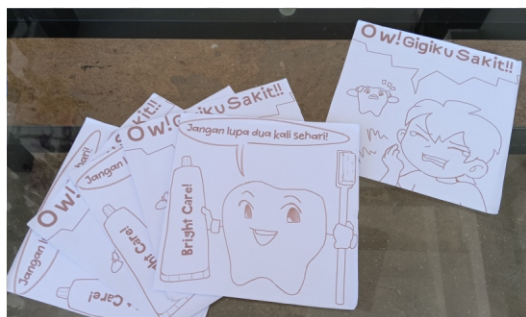
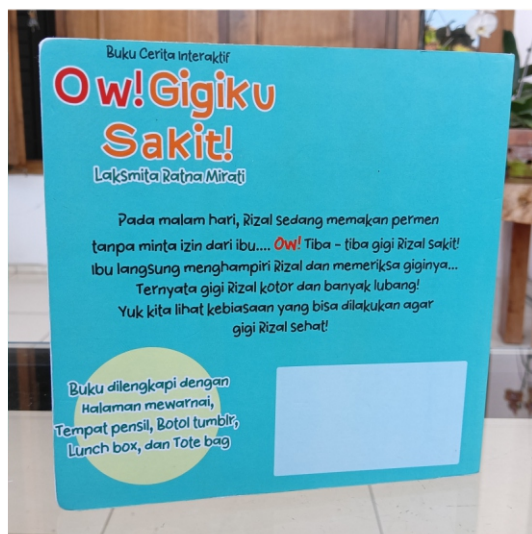
Kesehatan gigi dan mulut menjadi pedoman hidup sehat yang harus dibiasakan sejak usia 3 – 6 tahun dimana gigi susu mulai lepas dan diganti dengan gigi yang baru. Anak – anak bisa saja lalai dalam melakukan aktivitas sehat, apalagi dengan semakin banyaknya pengguna gawai pada zaman ini. Mereka tertarik dengan berbagai media dalam gawai tersebut walau berakibat buruk pada mata dan kemampuannya. Media seperti foto, video, dan ilustrasi menampilkan sesuatu yang dapat menarik perhatian sang anak. Tujuan penelitian ini adalah membantu orang tua mengajarkan anak usia TK dan PAUD mengenai kesehatan gigi dan mulut melalui fasilitas media edukasi interaktif. Metode penelitian yang digunakan yaitu dengan 5W + 1H, studi literatur dari jurnal, dan analisa kualitatif melalui penyebaran lembar kuesioner tentang kesehatan gigi dan mulut anak kepada kalangan Ibu yang memiliki anak usia TK dan PAUD di sekitar kota Kuningan.

Kata Kunci : Edukasi, Kesehatan Gigi dan Mulut, Anak TK dan PAUD, Media Interaktif

KESIMPULAN

1. Edukasi dalam kesehatan gigi dan mulut anak masih minim pengetahuannya bagi orang tua sehingga dibuatlah media edukasi untuk membantu mempermudah informasi kesehatan gigi dan mulut terhadap anak.
2. Informasi yang tepat sebagai upaya pengalihan anak untuk mendapatkan informasi kesehatan gigi dan mulut melalui media edukasi buku untuk anak khususnya TK dan PAUD.
3. Konsep perancangan ilustrasi media edukasi yang dibuat adalah buku tentang informasi kesehatan mulut dan gigi. Perancangan media dimulai dengan pembuatan alur cerita dan storyboard, pengayaan ilustrasi kartun, dan di realisasikan kedalam bentuk media ilustrasi berupa buku cerita interaktif.





KAJIAN VISUAL KEMASAN TEH BOTOL SOSRO EDISI ILUSTRASI HUT RI KE-77 SERI MANDALIKA



ABSTRAK

Unsur ilustrasi tema kemasan pada produk Teh Botol Sosro sebagai kampanye peringatan HUT RI ke-77, diproduksi oleh PT. Sinar Sosro meluncurkan berbagai seri ilustrasi bertemakan keanekaragaman budaya Indonesia salah satunya seri Mandalika. Menggunakan ilustrasi untuk memperkenalkan nilai-nilai budaya Indonesia, objek gambar tersebut dikemas dalam bentuk visual untuk menyampaikan pesan kepada konsumen tentang budaya Indonesia. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi struktur visual dan mengungkap pesan yang terkandung dalam ilustrasi Mandalika HUT RI ke-77 Seri Teh Botol Sosro. Data yang diperoleh dianalisis secara deskriptif kualitatif, mendeskripsikan elemen visual yang ada dengan menggunakan teori unsur desain dan prinsip desain dan semiotika struktural denotatif-konotatif Roland Barthes untuk mencari pesan & makna. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemasan Teh Botol Sosro Edisi HUT RI ke-77 memiliki struktur visual terdiri dari unsur desain yaitu titik, garis, bidang, tipografi, warna, tekstur, ruang dan prinsip desain yaitu proporsi, keseimbangan, kesatuan, irama, dominasi. Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa struktur desain pada visual kemasan Teh Botol Sosro seri Mandalika tersusun melalui unsur dan prinsip desain, selain itu penelitian ini juga menyimpulkan bahwa pesan dan makna dari ilustrasi kemasan Teh Botol Sosro Seri Mandalika yaitu tentang salah satu objek yang ada di Lombok yaitu Mandalika yang menceritakan kegiatan atau objek yang menjadi ciri khas Mandalika seperti Tradisi Bau Nyale, sirkuit Mandalika, Kerbau sebagai hewan yang disucikan, rumah adat suku sasak dan sosok pererempuan yang menggambarkan sosok putri mandalika.

Kata Kunci: Ilustrasi, Teh Botol Sosro, Unsur-Unsur Visual, Prinsip Visual, Semiotika

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa struktur desain pada visual kemasan Teh Botol Sosro seri Mandalika tersusun melalui unsur dan prinsip desain. Unsur-unsur pada visual kemasan tersebut meliputi titik, garis-garis maya, bidang geometris dan non-geometris yang membentuk objek, ruang, warna yang didominasi oleh warna dingin, tekstur yang disimplifikasi pada setiap objek, serta unsur tipografi yang menggunakan jenis huruf serif dan sans serif. Sedangkan prinsip visual yang tampak adalah kesatuan objek, keseimbangan asimetris, proporsi objek yang dibuat tidak ideal, irama yang dibuat lenkung dan beruang dan dominasi objek, dan penggambaran desain ilustrasi kemasan menggunakan ilustrasi anak sehingga mudah dipahami.

Selain itu penelitian ini juga menyimpulkan bahwa pesan dan makna dari ilustrasi ini Teh Botol Sosro Seri Mandalika mendeskripsikan tentang salah satu objek yang ada di Lombok yaitu Mandalika. Hal ini tergambarkan dalam ilustrasi kemasan teh botol yang menceritakan kegiatan atau objek yang menjadi ciri khas Mandalika seperti Tradisi Bau Nyale, sirkuit Mandalika, Kerbau sebagai hewan yang disucikan, rumah adat suku sasak dan sosok pererempuan yang menggambarkan sosok putri mandalika.



Makna Denotatif

- (S2a) Cacing berwarna merah, orange, hijau, batu, dua kepiting, cahaya bintang dan air.
- (S2b) Figur anak kecil perempuan sedang memegang cacing laut, Ekspresi wajah ceria dengan pipi dibuat merona.
- (S2c) Sosok 2 orang perempuan berpakaian baju adat berwarna hitam. Ekspresi wajah ceria dengan pipi dibuat merona.
- (S2d) Rumah Adat
- (S2e) Jalan/Sirkuit balap
- (S2f) Dua ekor kepala kerbau/ lembu/ sapi

Makna Konotatif

- (S2a) Elemen visual cacing laut, kepiting, batu dan air menggambarkan pantai mandalika.
- (S2b) Figur anak kecil perempuan sedang memegang cacing menggambarkan tradisi bau nyale yaitu tradisi mengambil cacing laut
- (S2c) Sosok dua orang perempuan berpakaian baju adat menggambarkan wujud dari putri mandalika dan menggunakan pakaian adat suku sasak
- (S2d) Rumah adat suku sasak yaitu Bale Lumbung
- (S2e) Jalan sirkuit Mandalika
- (S2f) 2 ekor kepala Kerbau di Mandalika

Pesan dan **makna** dari ilustrasi ini Teh Botol Sosro Seri Mandalika mendeskripsikan tentang salah satu objek yang ada di Lombok yaitu Mandalika. Hal ini tergambar dalam ilustrasi kemasan teh botol yang menceritakan kegiatan atau objek yang menjadi ciri khas Mandalika seperti Tradisi Bau Nyale, sirkuit Mandalika, Kerbau sebagai hewan yang disucikan, rumah adat suku sasak dan sosok perempuan yang menggambarkan sosok putri mandalika.

PENGEMBANGAN DESAIN KEMASAN SARUNG TENUN GOYOR KHAS PEMALANG



ABSTRAK

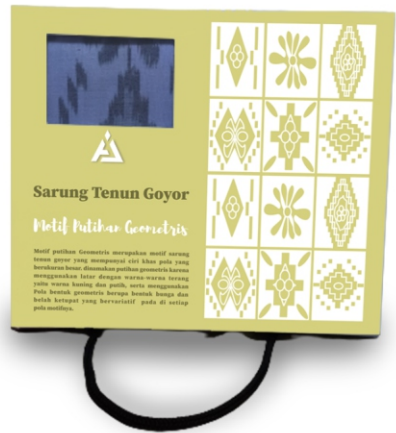
Sarung Tenun Goyor merupakan salah satu kerajinan tenun ikat berupa sarung yang dibuat dengan menggunakan Alat Tenun Bukan Mesin(ATBM). Sarung Tenun Goyor memiliki keunikan dan kekhasan tersendiri, namun belum memiliki kemasan yang sesuai untuk mempertahankan daya tariknya. Pengembangan Desain Kemasan Sarung Tenun Goyor Khas Pemalang ini, bertujuan untuk mengembangkan desain kemasan yang menarik dan informatif sesuai dengan ciri khas motif putihan geometris, dengan memuat informasi pada kemasan yang mampu menarik minat konsumen melalui tampilan visual pada kemasan baru sarung Tenun Goyor khas Pemalang. Metode penelitian yang digunakan dalam pengembangan desain kemasan ini adalah metode kualitatif deskriptif, dengan teknik pengumpulan data dan analisis data. Metode analisis menggunakan SWOT, 5W+1H dan View. Hasil pengembangan desain kemasan ini berupa kemasan dari produk sarung Tenun Goyor khas Pemalang.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pemaparan dari pengembangan desain kemasan sarung Tenun Goyor khas Pemalang di atas, maka peneliti memaparkan beberapa poin penting yang dapat disimpulkan sesuai dengan rumusan masalah, yaitu terkait bagaimana merancang desain kemasan sarung Tenun Goyor yang menarik serta bagaimana visualisasi desain kemasan sarung Tenun Goyor khas Pemalang. Berikut kesimpulandalam penelian ini antara lain:

Merancang desain kemasan sarung Tenun Goyor khas Pemalang yang menarik, yaitu sesuai dengan keunikan sarung Tenun Goyor sebagai produk khas Pemalang. Melalui tahapan eksplorasi tentang keunikan sarung tenun goyor, analisis karakteristik produk dan target pasar serta penelusuran mengenai tren desain kemasan terkini menjadi langkah awal yang penting dalam pengembangan desain kemasan yang efektif, serta dapat membantu dalam mengembangkan konsep desain yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi pengguna potensial sarung Tenun Goyor, sehingga dapat memberikan nilai tambah bagi produk dan berpotensi untuk meningkatkan daya tarik dari produk sarung Tenun Goyor.

Tampilan desain visual kemasan yang dikembangkan mencakup elemen-elemen dari motif putihan geometris sarung Tenun Goyor dan Alat Tenun Bukan Mesin (ATBM) yang diaplikasikan pada visualisasi desain kemasan sarung Tenun Goyor, dengan pemilihan dan penggunaan warna yang cerah namun tetap elegan. Dilengkapi dengan informasi mengenai produk yang jelas yaitu mencakup informasi nama produk, nama motif, keunikan motif, keunikan alat tenun yang digunakan serta panduan cara penggunaan serta penggunaan material kemasan yang dapat digunakan kembali (reuseable). Desain kemasan yang telah dikembangkan diharapkan dapat meningkatkan citra produk sarung Tenun Goyor dan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Melalui pengembangan desain kemasan ini dapat memeberikan kontribusi dalam memadukan unsur budaya lokal dengan tren desain terkini, serta dapat memberikan inspirasi bagi pengusaha kreatif dalam mengembangkan desain kemasan untuk produk-produk lokal lainnya.



VIDEO IKLAN PROMOSI KOMA COFFEE



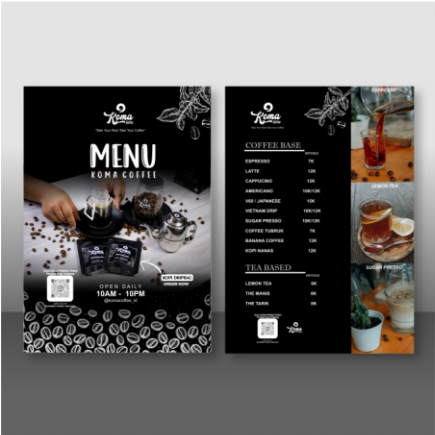
ABSTRAK

Koma Coffee adalah UMKM mahasiswa Universitas Kuningan yang bergerak dibidang kuliner khususnya minuman kopi. Produk yang telah dihasilkan kedai Koma Coffee berupa kopi dripbag, namun dalam penjualan kopi dripbag mengalami penurunan dalam penjualan produk, di sebabkan karena minimnya media promosi yang dilakukan oleh Koma Coffee. Tujuan dari perancangan ini yaitu untuk mengatasi masalah yang sedang dihadapi oleh kedai Koma Coffee dalam melakukan promosi produk. Oleh karena itu, perlu dilakukan perancangan iklan promosi baru dimana penulis dipercaya oleh owner Koma Coffee untuk membuat sebuah video iklan promosi. Pada penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan cinematografi. Hasil akhir dari perancangan yang telah dilakukan oleh penulis merupakan sebuah video iklan dengan menggunakan teknik B-roll yang mempromosikan tentang produk Koma Coffee yang akan diimplementasikan pada Instagram.

KESIMPULAN

Dengan adanya perancangan iklan promosi video menggunakan teknik B-Roll pada produk Koma Coffee ini diharapkan mahasiswa Universitas Kuningan melihat gambaran dari produk Koma Coffee dan juga menambah daya tarik tersendiri untuk penonton yang melihat hasil dari video ini, sehingga konsumen tertarik dengan produk kopi dripbag dengan menikmati sensasi menyeduh kopi ala barista dimanapun dan kapanpun.

Didalam video iklan promosi tersebut terdapat konsep yang telah di rancang sedemikian rupa, sehingga video B-Roll tersebut dapat menarik para mahasiswa Universitas Kuningan, karena terdapat proses visualisasi produk Koma Coffee. Hasil dari perancangan video iklan promosi dengan teknik broll tersebut diposting di media sosial Instagram yang nanti berdampak baik dan tingkat kesadaran konsumen terhadap produk Koma Coffee meningkat. Karena pengguna media sosial sendiri banyak digunakan oleh masyarakat khususnya remaja hingga dewasa.



PERANCANGAN MEDIA EDUKASI TENTANG PENTINGNYA MENJAGA PRIVASI DI DUNIA DIGITAL BAGI PELAJAR SMP-SMA KABUPATEN KUNINGAN



ABSTRAK

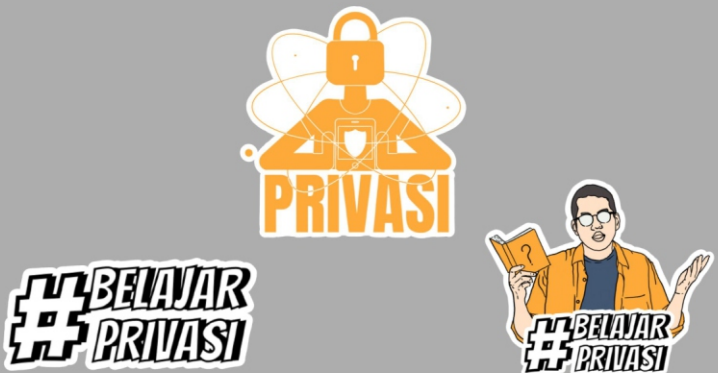
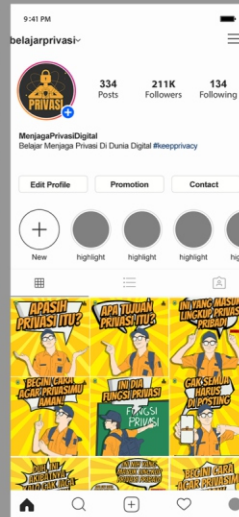
Privasi merupakan hal yang sangat penting bagi individu karena seseorang pasti memiliki sisi diri yang tidak ingin diketahui oleh orang lain dan ada keinginan untuk melindungi rahasia dirinya. Salah dalam penyampaian informasi mengenai privasi pihak lain dapat menimbulkan masalah, apalagi kesalahan tersebut membahayakan reputasi dan kredibilitas pemilik informasi. Remaja memiliki emosi yang labil, mudah terpengaruh, masih mencari jati diri, bangga jika bisa dikenal orang banyak dan suka merasa hebat. Proses menonjolkan diri bisa dilakukan dengan bermacam-macam cara, yaitu melalui prestasi, melalui bakat dan juga dengan melakukan tindak-tanduk yang kurang baik. Salah satu upaya yang dapat dilakukan untuk menginformasikan sekaligus memberikan kesadaran menjaga privasi ialah dengan media edukasi digital (Microblog Instagram). Perancangan ini bertujuan untuk merancang media edukasi digital sebagai langkah memberikan informasi awal mengenai privasi di dunia digital bagi belajar di kabupaten kuningan melalui penerapan yang menarik. Untuk menghasilkan sebuah visualisasi yang menarik, penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan metode problem solving. Hasil dari perancangan ini berupa media edukasi digital (Microblog Instagram) tentang pentingnya menjaga privasi di dunia digital bagi pelajar SMP-SMA di kabupaten Kuningan berbentuk microblog instagram.

Kata Kunci : Privasi, Media Edukasi, Problem Solving, Microblog Instagram

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang diperoleh dari perancangan media edukasi tentang pentingnya menjaga privasi di dunia digital bagi pelajar SMP-SMA di kabupaten kuningan, maka peneliti mengambil kesimpulan sebagai berikut :

- Penggunaan media sosial Instagram sebagai media edukasi merupakan pengenalan kepada pelajar di kabupaten kuningan tentang 'pentingnya menjaga privasi di dunia digital' dengan melihat isi konten dan visual agar dapat menarik perhatian siswa untuk sadar akan privasi.
- Dibuatnya media edukasi berupa microblog dan beberapa media pendukung komunikasi visual bertujuan agar dapat menunjang menyebarnya informasi tentang edukasi ini luas dan menarik target audiens.



PERANCANGAN KONTEN MEDIA SOSIAL SEBAGAI SARANA MEDIA PROMOSI SMK SYNTAX BUSINESS SCHOOL KUNINGAN



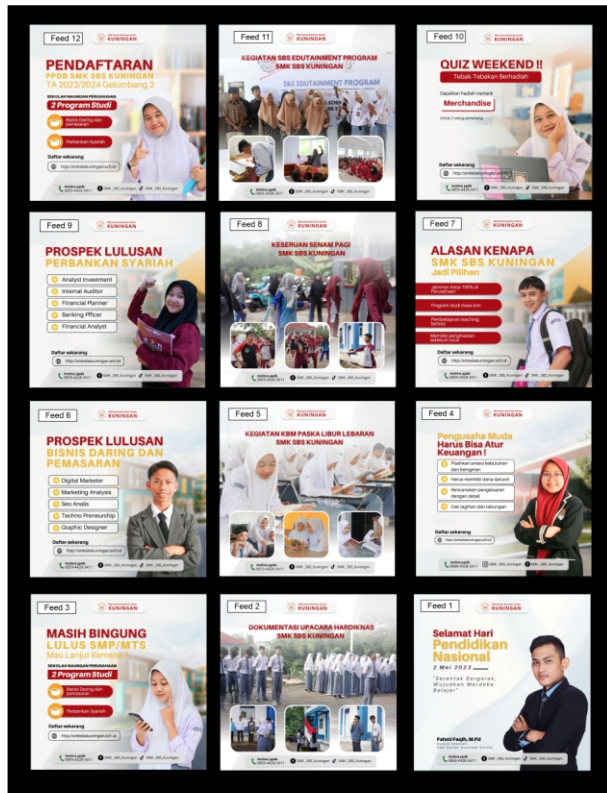
ABSTRAK

SMK (sekolah menengah kejuruan) Syntax Business School (SBS) Kuningan dengan tagline sekolah pengusaha muda. Berlokasi di Desa Susukan, Kecamatan Cipicung, Kabupaten Kuningan berumur 4 tahun masih dalam proses perkembangan. Keberadaan sekolah SMK ini masih belum dikenal luas dikalangan masyarakat, di sebabkan karena minimnya media informasi dan promosi mengenai SMK Syntax Business School Kuningan. Tujuan dari perancangan ini yaitu merancang media informasi dan promosi mengenai SMK Syntax Business School Kuningan serta merancang konsep media sosial di Instagram (feed) sebagai media informasi dan promosi SMK Syntax Business School Kuningan. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data yaitu wawancara, observasi, dokumentasi, dan studi literatur. Pada perancangan ini menggunakan teori sosial media marketing activity. Pada perancangan ini media utama terbagi menjadi 3 konsep konten yaitu konten PPDB (Penerimaan Peserta Didik Baru), dokumentasi kegiatan unggulan dan rutinitas sekolah, serta tips dan trik seputar pendidikan. Dalam bentuk konten media sosial instagram (feed), media pendukung pada perancangan yaitu X-Banner, banner, paper bag, Brosure, dan Mug.

KESIMPULAN

Perancangan Konten Media Sosial Sebagai Sarana Media Promosi SMK Syntax Business School Kuningan bertujuan untuk menghasilkan media promosi yang efektif, komunikatif dan dapat menginformasikan tentang SMK Syntax Business School Kuningan kepada masyarakat.

Konsep yang digunakan pada perancangan Konten Media Sosial SMK Syntax Business School Kuningan secara umum menampilkan visualisasi foto dan gambar dalam bentuk feed instagram yang menampilkan kegiatan dan aktivitas siswa SMK Syntax Business School Kuningan. Menggunakan warna dominan putih, merah, dan kuning pada desain media promosi yang merupakan warna identitas dari SMK Syntax Business School Kuningan.



EKSPLORASI MIX LIGHTING DALAM FOTOGRAFI EKSPRESI PADA MODEL WANITA

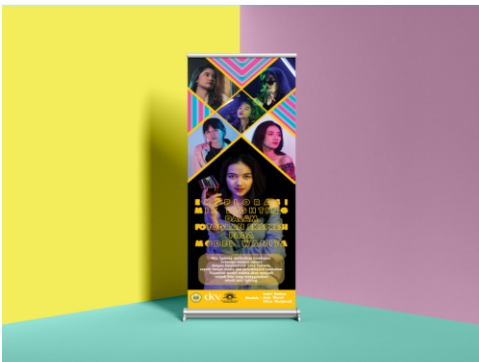


ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi penggunaan teknik mix lighting dalam fotografi ekspresi pada model wanita. Fotografi ekspresi adalah genre fotografi yang berfokus pada penangkapan emosi dan ekspresi wajah yang menghasilkan gambar yang menarik. Pencahayaan memainkan peran penting dalam menciptakan suasana yang tepat dalam sebuah foto, dan dengan menggunakan teknik mix lighting, fotografer dapat menciptakan efek yang menarik. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Sejumlah model wanita akan menjadi subjek foto yang menggunakan teknik mix lighting. Mix lighting melibatkan kombinasi beberapa sumber cahaya dengan karakteristik yang berbeda, seperti lampu studio dan pencahayaan tambahan. Dalam tahap eksperimen, akan dilakukan pemotretan dengan variasi pengaturan pencahayaan untuk menciptakan suasana yang berbeda. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih baik tentang penggunaan teknik mix lighting dalam fotografi ekspresi pada model wanita. Penelitian ini dapat menjadi referensi bagi fotografer dan model dalam menciptakan hasil foto yang lebih menarik. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan memberikan pemahaman yang lebih dalam tentang bagaimana pencahayaan dapat mempengaruhi ekspresi dalam sebuah foto. Sebagai media pendukung, akan dibuat booklet yang berisi berbagai hasil dari fotografi yang dilakukan dalam penelitian ini. Katalog tersebut dapat digunakan sebagai referensi dan panduan bagi fotografer dan model dalam menciptakan hasil foto yang menarik dengan menggunakan teknik mix lighting. Dengan memahami bagaimana penggunaan teknik mix lighting dapat mempengaruhi ekspresi dalam fotografi ekspresi pada model wanita, diharapkan penelitian ini dapat memberikan wawasan baru dalam bidang fotografi dan meningkatkan kualitas karya fotografi yang mencerminkan emosi dan ekspresi dengan lebih baik.

KESIMPULAN

Berdasarkan apa yang sudah dilakukan dalam penciptaan tugas akhir dengan judul “Eksplorasi Mix Lighting Dalam Fotografi Ekspresi Pada Model Wanita” Ide dalam tugas akhir ini berawal dari ketertarikan akan percampuran warna yang terlihat menarik ketika dikenakan oleh model wanita. Ketertarikan tersebut menjadi sebuah keinginan yang kuat untuk membuat karya fotografi. Estetika dalam pembuatan karya fotografi ini sangat diperhatikan, hal tersebut bertujuan sebagai landasan dasar dalam pengulasan karya-karya ini, dari aspek pendekatan tersebut dapat membantu untuk menafsirkan ide dan konsep yang dituangkan dalam menghasilkan karya fotografi yang ingin dihasilkan. Dalam penciptaan karya fotografi ekspresi ini tatanan pencahayaan dinilai sangat berperan penting dalam menghasilkan karya foto, karena pengaturan jatuhnya cahaya yang tepat pada objek dapat menghasilkan karya foto yang diinginkan sesuai konsep yang telah dibuat. Perhatian khusus dalam penciptaan karya ini lebih kepada visual foto agar mencapai hasil akhir yang baik, maka dilakukan proses editing menggunakan software Lightroom. Proses editing pada penciptaan karya ini meliputi retouch wajah serta tekstur kulit seperti menghilangkan jerawat, menghaluskan tekstur kulit wajah model, mengoreksi gelap terang (pencahayaan) subjek foto dengan menambah atau mengurangi curve.



PERANCANGAN VISUAL IDENTITY BV (BLUE VIBAS) DALAM UPAYA MENINGKATKAN BRAND AWARENESS



ABSTRAK

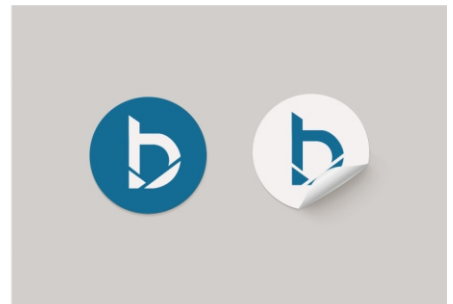
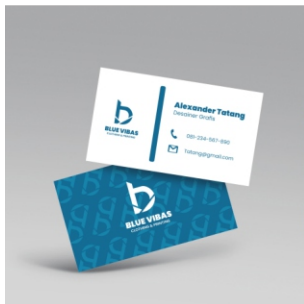
Identitas visual memainkan peran penting dalam menciptakan citra dan mengkomunikasikan pesan perusahaan kepada publik. Salah satu elemen utama dari identitas visual adalah logo perusahaan. Logo, dalam bentuknya yang sederhana, menjadi representasi visual yang kuat dari nilai-nilai, tujuan, dan karakteristik perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan peran identitas visual melalui logo sebagai alat penting dalam membangun kesan yang kuat dan mengidentifikasi merek perusahaan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan beberapa metode analisis data dengan teori yang terkait dalam desain identitas visual dan branding perusahaan BV (Blue Vibas). Hasil penelitian berhasil dalam menciptakan perancangan identitas visual perusahaan BV (Blue Vibas), dan juga berhasil dalam menciptakan pengenalan merek yang efektif dan membedakan perusahaan dari pesaingnya. Logo yang berhasil harus mencerminkan esensi dan nilai inti perusahaan, serta mampu beradaptasi dengan tren dan kebutuhan pasar yang terus berkembang. Selain itu, penelitian ini juga menyoroti pentingnya aspek desain dalam menciptakan logo yang efektif. Faktor-faktor seperti bentuk, warna, tipografi, dan elemen grafis harus dipertimbangkan secara cermat untuk mencapai keseimbangan yang tepat antara kesan visual dan pesan yang ingin disampaikan. Desain yang kuat dan unik mampu menarik perhatian konsumen potensial, meningkatkan daya ingat merek, dan membangun hubungan emosional antara perusahaan dan pelanggan. Dengan pemahaman yang mendalam tentang identitas visual melalui logo perusahaan BV (Blue Vibas), perusahaan BV (Blue Vibas) dapat membangun citra merek yang kuat, meningkatkan daya saing, dan mencapai keberhasilan jangka panjang. Dalam konteks yang terus berkembang, penelitian ini memberikan wawasan dan panduan bagi para desainer dalam merancang logo yang efektif, memperkuat identitas perusahaan, dan mencapai keunggulan kompetitif.

KESIMPULAN

Perancangan visual identity perusahaan Blue Vibas ini bertujuan untuk menciptakan identitas bagi perusahaan Blue Vibas yang lebih menarik sehingga dapat dikenali dan dapat diingat oleh konsumen. Media yang dirancang berupa logo sebagai media utama, dan berbagai media pendukung seperti t-shirt, x-banner, business card, poster dan stiker.

Brand Identity Guidelines

BLUE VIBAS



FORECAST FASHION HIJAB PADA LINGKUP MAHASISWI MELALUI FOTOGRAFI

(STUDI KASUS: FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS KUNINGAN)



ABSTRAK

Tren Fashion Forecasting atau Peramalan tren fashion dilakukan dengan mengumpulkan data terkait fashion dalam kurun waktu tertentu yang kemudian di analisa untuk melihat kemungkinan tren fashion berikutnya. Perkembangan fashion hijab memicu munculnya berbagai macam model yang berbeda tiap tahunnya. Hal ini dikarenakan fashion hijab mulai diterapkan pada berbagai aktivitas masyarakat, salah satunya berkuliah. Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan penulis, didapati temuan bahwa mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan memiliki tren mode lebih baik dari pada fakultas lain di Universitas Kuningan. Tentu saja hal tersebut mempengaruhi model fashion hijab yang mereka gunakan. Tujuan dari perancangan ini ialah untuk mengetahui dan menerapkan tren fashion muslim mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan pada tahun 2023. Perancangan ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data ialah observasi dan studi literatur sedangkan untuk analisis data menggunakan 5W+1H. Adapun hasil dari perancangan ialah tren fashion hijab memiliki kesan yang simple dan casual yakni dengan menggunakan hijab segi empat. Gaya hijab yang simple dan casual tersebut diterapkan mahasiswi dengan sedikit modifikasi sesuai outfit yang digunakan oleh mahasiswa, modifikasi tersebut terkesan rapi namun tetap modis.

KESIMPULAN

Kesimpulan dari perancangan ini ialah tren fashion hijab mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan memiliki kesan yang simple dan casual yakni dengan menggunakan hijab segi empat, namun dengan seiring waktu mahasiswi dapat mentransformasikan hijab yang mereka kenakan menjadi lebih modis. Gaya hijab yang simple dan casual tersebut diterapkan mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan dengan sedikit dimodifikasi sesuai outfit yang digunakan oleh mahasiswi, modifikasi tersebut terkesan rapi namun tetap modis dan elegan. Maka dari itu untuk fashion hijab yang dikenakan mahasiswi dapat terus bertransformasi menjadi lebih modis. Adapun kesimpulan lainnya ialah penerapan visualisasi dilakukan dengan 3 tahapan, tahap sebelum perwujudan (menyiapkan alat dan bahan), tahap perwujudan, dan teknik penyajian menggunakan teknik storyboard.



Forecast

FASHION HIJAB



**VIDEO DOKUMENTER SANKSI
SOSIAL TERHADAP WARIA DI
KABUPATEN KUNINGAN**



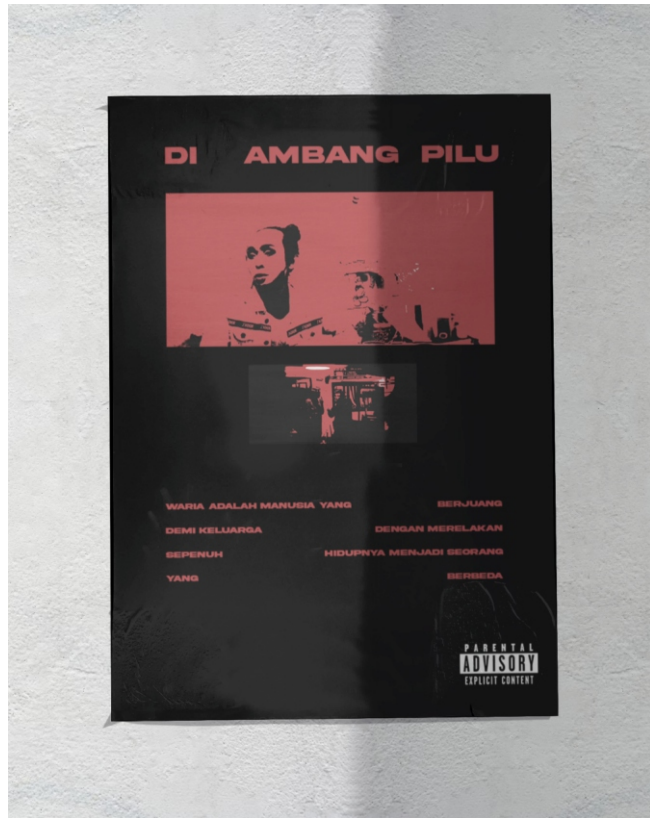
ABSTRAK

Video Dokumenter yang bertujuan untuk menyadarkan masyarakat akan Awerness terhadap waria. Video Dokumenter ini sebagai media sosialisasi guna meningkatkan kesadaran masyarakat akan terhadap waria untuk mengubah sanksi sosial menjadi kepedulian terhadap mereka. Isi didalamnya bertujuan untuk memberi himbauan dan juga menjadi sebuah media sosialisasi yang mengedukasi masyarakat. Dengan beberapa teori yang digunakan untuk keperluan penelitian ini, lalu untuk pengumpulan data menggunakan penelitian kualitatif dengan penerapan teori 5W+1H. Tentunya hasil dari perancangan ini di publikasikan pada Platform Youtube untuk menjangkau audiens secara luas memiliki media pengantar seperti Kaos, Totebag, Stiker, Banner, dan Poster. Penulis menginginkan karya yang dibuat kedepannya dapat digunakan sebagai ajaran serta dapat memenuhi layaknya media sosialisasi yang mengedukasi audiens dalam penyampaian Video Dokumenter tersebut dan menyadarkan para masyarakat sekitar.

KESIMPULAN

Upaya menyadarkan mengenai Awerness kepada masyarakat dan menyadarkan kepedulian Terhadap waria dilakukan dengan memvisualisasikan Perancangan Video Dokumenter Tentang Dampak sanksi sosial Sebagai Media Sosialisasi Di Kabupaten Kuningan.





FOTOGRAFI ESAI TENUN GADOD NUNUK BARU KABUPATEN MAJALENGKA DALAM UPAYA PELESATRIAN BUDAYA LOKAL



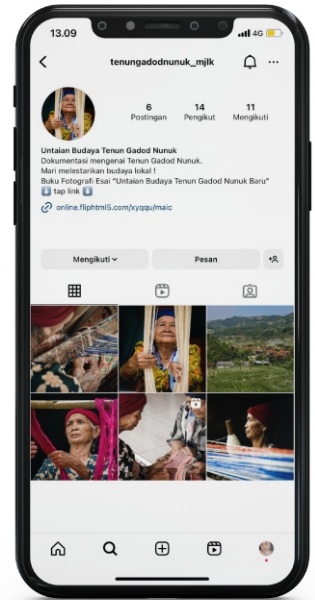
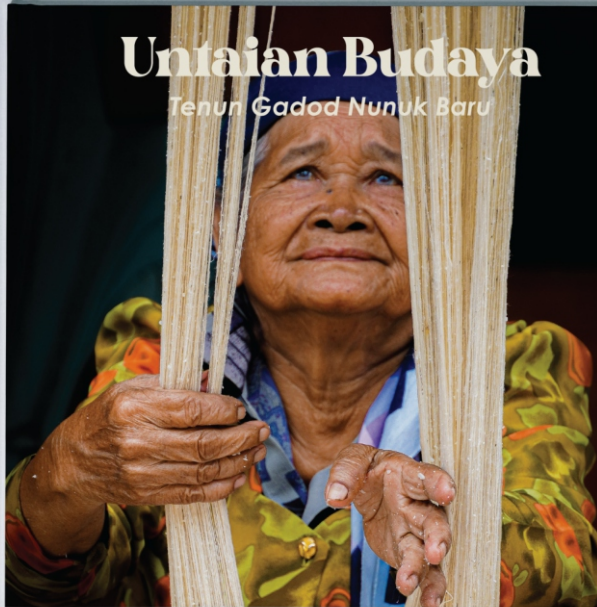
ABSTRAK

Tenun Gadod Nunuk Baru merupakan warisan budaya lokal Kabupaten Majalengka yang hingga saat ini masih ada. Namun keberadaannya kini dirasa hampir punah karena kurangnya upaya publikasi dan eksistensi tentang Tenun Gadod Nunuk. Perancangan Fotografi Esai Tenun Gadod Nunuk Baru ini bertujuan untuk membuat buku fotografi esai yang dapat memvisualisasikan Tenun Gadod Nunuk Baru melalui fotografi Esai yang berisi informasi tentang sejarah singkat, proses pembuatan dan jenis kain tenun yang dihasilkan. Metode penelitian yang digunakan dalam perancangan ini adalah metode kualitatif deskriptif, yaitu sebuah metode dengan teknik pengumpulan data dan analisis data. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis 5W+1H dan SWOT. Perancangan ini menghasilkan konsep untuk memvisualisasikan keindahan, proses pembuatan, jenis kain, dan nilai-nilai budaya yang terkandung dalam Tenun Gadod Nunuk Baru. Konsep perancangan ini mencakup penggunaan teknik fotografi yang sesuai untuk menggambarkan tekstur, pola, warna, dan proses pembuatan Tenun Gadod Nunuk. Untuk visualisasi melibatkan pengambilan gambar yang cermat dan artistik untuk menyoroti keindahan dan keunikan kain tenun ini. Selain itu, visualisasi juga mencakup dokumentasi proses pembuatan Tenun Gadod Nunuk, mulai dari pemilihan benang hingga tahap penenunan.

Kata-kata kunci: Fotografi Esai, Tenun Gadod Nunuk Baru, Pelestarian Budaya Lokal

KESIMPULAN

1. Konsep buku Fotografi Esai Tenun Gadod Nunuk Baru sebagai media publikasi adalah untuk memvisualisasikan keindahan, proses pembuatan, jenis kain, dan nilai-nilai budaya yang terkandung dalam Tenun Gadod Nunuk Baru. Konsep perancangan ini mencakup penggunaan teknik fotografi yang sesuai untuk menggambarkan tekstur, pola, warna, dan proses pembuatan Tenun Gadod Nunuk. Buku fotografi esai ini juga dirancang dengan teks yang informatif dan deskriptif untuk menyampaikan sejarah singkat, proses pembuatan, dan jenis kain tenun yang dihasilkan. Tujuannya adalah untuk meningkatkan eksistensi dan kesadaran masyarakat tentang Tenun Gadod Nunuk Baru melalui media publikasi yang menarik dan informatif.
2. Visualisasi fotografi esai Tenun Gadod Nunuk Baru di Kabupaten Majalengka melibatkan pengambilan gambar yang cermat dan artistik untuk menyoroti keindahan dan keunikan kain tenun ini. Penggunaan pencahayaan, komposisi, dan teknik fotografi lainnya dapat menghasilkan gambar-gambar yang menarik dan menggambarkan keindahan dan keunikan kain Tenun Gadod Nunuk Baru. Selain itu, visualisasi juga mencakup dokumentasi proses pembuatan Tenun Gadod Nunuk, mulai dari pemilihan benang hingga tahap penenunan.



REPRESENTASI BUDAYA PATRIARKI DALAM FILM PEREMPUAN BERKALUNG SORBAN



ABSTRAK



Sistem patriarki yang mendominasi kebudayaan masyarakat menyebabkan adanya kesenjangan dan ketidakadilan gender yang mempengaruhi hingga ke berbagai aspek kegiatan manusia. laki-laki memiliki control utama dimasyarakat, sedangkan perempuan memiliki pengaruh yang terbatas. Dalam film Perempuan Berkalung Sorban yang disutradarai oleh Hanung Bramantyo yang diangkat dan diadaptasi dari salah satu novel yang berjudul sama dengan judul film tersebut ditulis oleh Abidah El Khalieqy juga tergambarkan budaya patriarki di masyarakat Jawa. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dan dianalisis secara deskriptif yang bertujuan untuk menggambarkan dan mendeskripsikan mengenai budaya patriarki dan tergambarkan melalui scene yang terpilih pada film Perempuan Berkalung Sorban. Struktur analisis menggunakan teori feminisme akan digunakan untuk membedah bagaimana budaya patriarki yang tergambarkan melalui perlawanan feminisme terhadap patriarki dari segi posisi, peran yang terpilih pada scene film Perempuan Berkalung Sorban. Sedangkan unsur naratif struktur 3 babak akan mengidentifikasi unsur naratif yang direpresentasikan melalui tahapan sistematis dalam penuturan cerita dengan mengetahui konten cerita dan pesan yang ingin disampaikan. Hasil dari penelitian ini adalah terdapat 7 scene yang terpilih mengenai budaya patriarki dalam film Perempuan Berkalung Sorban.

Kata Kunci: Representasi, Budaya patriarki, Perempuan Berkalung Sorban, Teori Feminisme, Unsur naratif struktur 3 babak.

LATAR BELAKANG

Sistem patriarki yang mendominasi kebudayaan masyarakat menyebabkan adanya kesenjangan dan ketidakadilan gender yang mempengaruhi hingga ke berbagai aspek kegiatan manusia. laki-laki memiliki kontrol utama dimasyarakat, sedangkan perempuan memiliki pengaruh yang terbatas. Dalam film Perempuan Berkalung Sorban yang disutradarai oleh Hanung Bramantyo yang diangkat dan diadaptasi dari salah satu novel yang berjudul sama dengan judul film tersebut ditulis oleh Abidah El Khalieqy juga tergambarkan budaya patriarki di masyarakat Jawa.

Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui representasi budaya patriarki dalam film Perempuan Berkalung Sorban dan mengidentifikasi unsur naratif yang direpresentasikan dan saling berelasi dalam film Perempuan Berkalung Sorban.

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dan dianalisis secara deskriptif yang bertujuan untuk menggambarkan dan mendeskripsikan mengenai budaya patriarki dan tergambarkan melalui scene yang terpilih pada film Perempuan Berkalung Sorban. Struktur analisis menggunakan teori feminisme akan digunakan untuk membedah bagaimana budaya patriarki yang tergambarkan melalui perlawanan feminisme terhadap patriarki dari segi posisi, peran yang terpilih pada scene film Perempuan Berkalung Sorban. Sedangkan unsur naratif struktur 3 babak akan mengidentifikasi unsur naratif yang direpresentasikan melalui tahapan sistematis dalam penuturan cerita dengan mengetahui konten cerita dan pesan yang ingin disampaikan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari analisis tentang judul film Perempuan Berkalung Sorban tersebut sudah menceritakan tentang unsur patriarki, dan perlawanan feminisme, dan dijadikan narasi kemudian di visualkan menjadi sebuah film dimana menggambarkan tentang kehidupan perempuan dengan latar belakang struktur masyarakat Jawa. Sehingga menimbulkan adanya ketidakadilan gender yang diakibatkan adanya budaya patriarki dalam film tersebut. Ketidakadilan yang dirasakan perempuan pada tokoh utama yaitu Anissa adanya tindakan yang mengesampingkan kedudukan seorang perempuan dalam kepemimpinan, pendidikan, dan perempuan selalu di nomorduakan daripada laki-laki. Hasil analisis dari film secara keseluruhan menjelaskan secara garis besar mengenai teori feminisme yang kemudian direpresentasikan dalam bentuk pendekatan unsur naratif struktur 3 babak Bordwell.

STRUKTUR 3 BABAK

Babak	Ringkasan babak	Penjelasan
Babak 1 (Scene 1-30)	- Pengenalan Karakter Anissa, Nyai Muthmainnah, Kyai Hanan, Reza, dan Wilidan. - Pengenalan, Rumah, Pasantren, dan pantai yang menjadi tempat kejadian. - Pengenalan konteks sosial dan tradisi budaya pasantren.	Babak 1 berisikan pengenalan karakter tempat dan kejadian.
Babak 2 (Scene 32-295)	- Konflik bermula dari Anissa tidak terpilih menjadi ketua kelas dan melakukan perlawanan dengan meninggalkan ruangan kelas. - Konflik larangan Anissa untuk melanjutkan pendidikannya ke jenjang kuliah.	Babak 2 masih ada pengenalan karakter, namun alur konflik berjalan di babak ini.
Babak 3 (Scene 296-335)	Babak ketiga dari film Perempuan Berkalung Sorban adalah dimana aksi tersebut benar-benar terjadi, karena sang tokoh utama harus berhadapan dengan beberapa masalah serius dalam hidupnya. Sedangkan tahap resolusi digambarkan dalam dua segmen terakhir.	Penyelesaian konflik ada pada babak 3.

SCENE BUDAYA PATRIARKI



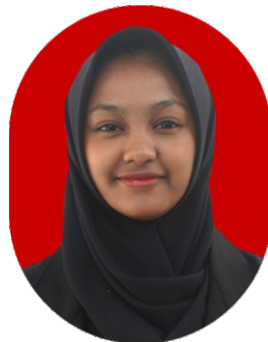
KESIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini yang berjudul Representasi Budaya Patriarki Dalam Film Perempuan Berkalung Sorban yang membahas bagaimana representasi perempuan dalam budaya patriarki dalam film Perempuan Berkalung Sorban dan bagaimana unsur naratif yang direpresentasikan pada film Perempuan Berkalung Sorban yang memposisikan perempuan selalu menjadi Nomor Dua terhadap scene (adegan) pada film Perempuan Berkalung Sorban, bertujuan untuk menggambarkan dan mendeskripsikan mengenai budaya patriarki yang digambarkan melalui scene yang terpilih pada film tersebut. Metode yang digunakan dalam mengidentifikasi dan menganalisis data, penulis menggunakan teori feminisme dan unsur naratif struktur 3 babak Bordwell.

Hasil penelitian representasi perempuan dalam budaya patriarki yang tergambarkan dalam film Perempuan Berkalung Sorban yaitu dengan menggambarkan perlawanan feminisme terhadap sistem patriarki yang mengatur peran perempuan dalam film tersebut. Film ini menyajikan scene (adegan) yang menggambarkan perjuangan karakter perempuan dalam melawan norma-norma patriarki yang ada dalam masyarakat. menentang pembatasan dan pengekangan yang diberlakukan terhadap perempuan dalam hal pendidikan, ilmu pengetahuan dan religi.

Film Perempuan Berkalung Sorban mengidentifikasi unsur naratif yang direpresentasikan menggunakan pendekatan struktur 3 babak oleh Bordwell. Struktur ini mengacu pada tiga babak yang terdiri dari Persiapan, Konfrontasi, dan Penyelesaian. Film ini memiliki tujuan menyampaikan pesan melalui penggunaan ruang dan waktu yang berbeda dalam setiap adegan. Terdapat total 7 scene atau adegan yang berbeda dalam film ini, yang mewakili pendidikan, ilmu pengetahuan, dan religi. Setiap adegan akan memiliki pengaturan ruang dan waktu yang berbeda, menciptakan variasi dalam suasana dan konteks cerita.

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI HERBAL BLACK GARLIC KOMARUDIN



ABSTRAK

Black Garlic Komarudin merupakan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang beralamat di Komplek Perikanan Desa Rancamulya Kecamatan Patok Beusi, Kabupaten Subang, UMKM ini bergerak dibidang obat herbal berupa bawang putih hasil fermentasi. Obat ini biasanya digunakan untuk pengobatan ataupun pencegahan penyakit darah tinggi, kolestrol dan beberapa sebagainya. Dibentuk pada tahun 2018 oleh Bapak Fikry Komarudin dan Ibu Ade Cuminah. Keberadaan Black Garlic Komarudin ini belum banyak mengenal tentang produk tersebut. Hal ini disebabkan karena minimnya media promosi Herbal Black Garlic Komarudin. Tujuan dari perancangan ini yaitu merancang media promosi brosur sebagai informasi. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif melalui pengumpulan data, analisis data, menentukan strategi perancangan dan mendeksripsikan proses perancangan. Teknik pengumpulan data yaitu wawancara, observasi, kuisisioner dan studi pustaka. Teknik analisis data menggunakan analisa SWOT dan analisa AIDA. Pada perancangan ini media utama ialah brosur terdapat tentang pengertian Black Garlic Komarudin, harga ,slogan, manfaat, cara pemakainya, komposisi dan peringatan dengan konsep 3 lipatan yang terdapat gambar dan tulisan sebagai informasi mengenai Black Garlic Komarudin, media penunjang pada perancangan yaitu, poster, x-banner, card thank you, mug, paper bag dan stiker label.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan analisis data, peneliti menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Media Promosi adalah untuk meningkatkan produk yang dilakukan melalui iklan. Iklan Media Cetak memberikan informasi kepada audiens melalui media cetak. Adapun bentuk media cetak seperti spanduk, koran ataupun lewat selebaran. Dimana iklan media cetak brosur ini dibuat bertujuan untuk menawarkan produk atau layanan kepada target pasar tertentu.
2. Promosi yang dilakukan Herbal Black Garlic Komarudin adalah brosur untuk menyampaikan informasi kepada konsumen yang memuat berbagai tulisan, gambar dan bentuknya bisa dibawa kemana aja. Media Promosi ini menggunakan software CorelDraw 2019. Menggunakan warna hitam putih dan rhino abu pada desain media promosi Herbal Black Garlic Komarudin karena identik dengan warna Black Garlic. Hal ini media penunjang yang digunakan adalah poster, x-banner, card thank you, mug, paper bag, dan stiker label, dengan proses percetakan print sehingga dapat diperlihatkan kepada masyarakat.

APA ITU BLACK GARLIC KOMARUDIN?

Black Garlic Komarudin bergerak di bidang obat herbal berupa bawang putih yang difermentasi selama 10-30 hari yang memiliki bahan alami dan bahan baku yang berkualitas. Selama proses tersebut, bawang putih berubah warna menjadi bawang hitam dengan tekstur lebih lembut dan kenyal.



TESTIMONI BLACK GARLIC KOMARUDIN



Didi Rachmawati S.Pd, M. Pd (Ibu)
Saya menderita penyakit darah tinggi. Setelah mencoba produk Herbal Black Garlic Komarudin ini, saya merasa lebih segar, energi saya meningkat, dan tekanan darah saya juga menjadi normal.



Eris Satrio (Kardiovaskular)
Produk ini sangat cocok karena saya memiliki masalah dengan kolesterol dan tekanan darah tinggi. Setelah mencoba produk Black Garlic Komarudin ini, saya merasa lebih segar, energi saya meningkat, dan tekanan darah saya juga menjadi normal.



BLACK GARLIC
KOMARUDIN

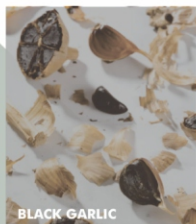


TEMUKAN KAMI

Komplek Perikanan, Desa Rancamulya
Kacamatan Patok Beusi
Kabupaten Subang

0819-0938-9874

SCAN HERE



BLACK GARLIC
BUKAN BAWANG BIASA
HERBAL MUJARAB
MENGOBATI BERBAGAI
PENYAKIT.

40 K



BLACK GARLIC
KOMARUDIN



0819-0938-9874



MANFAAT BLACK GARLIC KOMARUDIN

1. Mencegah penyakit kanker
2. Menjaga kesehatan jantung
3. Mengurangi risiko kerusakan jaringan
4. Membantu menjaga berat badan ideal
5. Kolesterol
6. Darah tinggi
7. Hipotensi
8. Penambah stamina

CARA KONSUMSI

Setelah makan
Stamina : 1x2 sehari
Kesehatan : 3x2 sehari

EFEK SAMPING

Sakit didada hanya beberapa menit
saat makan Black Garlic Komarudin

CARA PENYIMPANAN

Simpan ditempat sejuk dan kering

KOMPOSISI

100% Bawang Putih Kering



PERINGATAN

1. Tidak baik dikonsumsi bagi penderita alergi bawang putih.
2. Tidak baik mengonsumsi secara berlebihan, bisa menyebabkan gangguan pencernaan.
3. Tidak boleh dikonsumsi bagi penderita darah rendah.

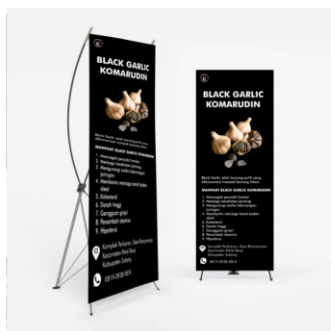
BLACK GARLIC KOMARUDIN

Khasiat Black Garlic ialah mencegah
penyakit kanker, menjaga kesehatan
jantung, kolesterol, darah tinggi, dll.



40 K

Komplek Perikanan, Desa Rancamulya
Kacamatan Patok Beusi
Kabupaten Subang
0819-0938-9874



BLACK GARLIC KOMARUDIN

Thank You

FOR YOUR ORDER

0819-0938-9874



PERANCANGAN VIDEO KAMPANYE SEBAGAI SARANA MEDIA SOSIALISASI PENCEGAHAN EKSPLOITASI PSK PADA REMAJA DI KABUPATEN SUBANG



ABSTRAK

Eksplorasi pekerja seks komersial (PSK) adalah masalah serius yang mengancam kesejahteraan dan hak asasi manusia. Untuk mengatasi masalah ini, langkah-langkah pencegahan yang efektif diperlukan salah satu metode yang dapat digunakan adalah melalui perancangan video kampanye dan media pendukung sebagai sarana sosialisasi pencegahan eksploitasi PSK pada remaja di Kabupaten Subang. Video ini bertujuan untuk memberikan himbauan tentang tindak eksploitasi PSK yang terjadi di kabupaten subang, serta memberikan informasi tentang langkah-langkah yang dapat diambil untuk mencegah eksploitasi tersebut. Video sosialisasi ini dibangun berdasarkan penelitian yang mendalam tentang eksploitasi PSK, termasuk faktor penyebab, dampaknya terhadap korban, dan peran individu serta masyarakat dalam pencegahannya. Melalui penggunaan elemen visual dan audio yang menarik, video ini bertujuan untuk mempengaruhi emosi dan pikiran penonton. Pesan yang disampaikan melalui video ini meliputi pentingnya kesadaran atas masyarakat di kabupaten subang lebih peka dalam masalah eksploitasi psk yang terjadi di kabupaten subang. Melalui video sosialisasi ini, diharapkan masyarakat dapat lebih memahami masalah eksploitasi PSK dan terlibat dalam upaya pencegahannya. Dengan peningkatan kesadaran dan partisipasi aktif dari masyarakat, langkah-langkah pencegahan yang efektif dapat diimplementasikan untuk mengurangi jumlah kasus eksploitasi PSK yang terjadi di Kabupaten Subang.

KESIMPULAN

Memberikan informasi/himbau menarik terhadap remaja dan masyarakat umum di wilayah Kabupaten Subang sehingga dapat menurunkan angka eksploitasi yang terjadi di Kabupaten Subang dengan Visualisasi yang di buat dengan konsep video minimalis yang berisi wawancara dengan narasumber dan masyarakat di Wilayah Kabupaten Subang yang bertujuan agar audiens dapat dengan mudah memahami pesan yang disampaikan dalam video kampanye eksploitasi PSK pada remaja di Kabupaten Subang. penelitian ini dapat sebagai referensi penelitian selanjutnya sesuai dengan pembahasan atau studi kasus tentang eksploitasi PSK pada remaja di kabupaten Subang.

EKSPLOITASI PSK PADA REMAJA DI KABUPATEN SUBANG

STOP EKSPLOITASI PSK PADA REMAJA

Wanita memang selayaknya harus mendapatkan kemerdekaan sepenuhnya. Terutama para remaja, bukan cuma pengakuan, tapi merdeka atas tindak kekerasan seksual dan eksploitasi yang menjadikan mereka komoditas seksual, karena mereka berhak mendapatkan masa depan yang cerah untuk hidup yang lebih baik.

STOP EKSPLOITASI PSK PADA REMAJA

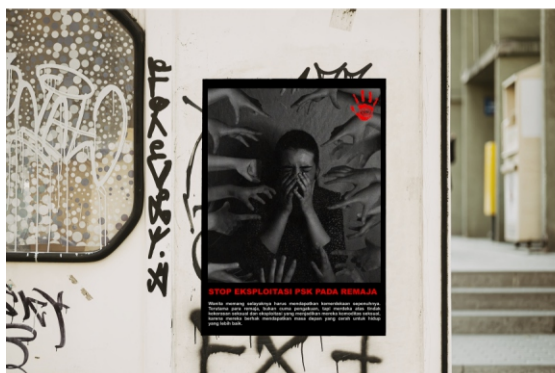


FOTO ESSAY SEBAGAI MEDIA EDUKASI MITIGASI BENCANA DI WILAYAH DESA CIWARU



ABSTRAK

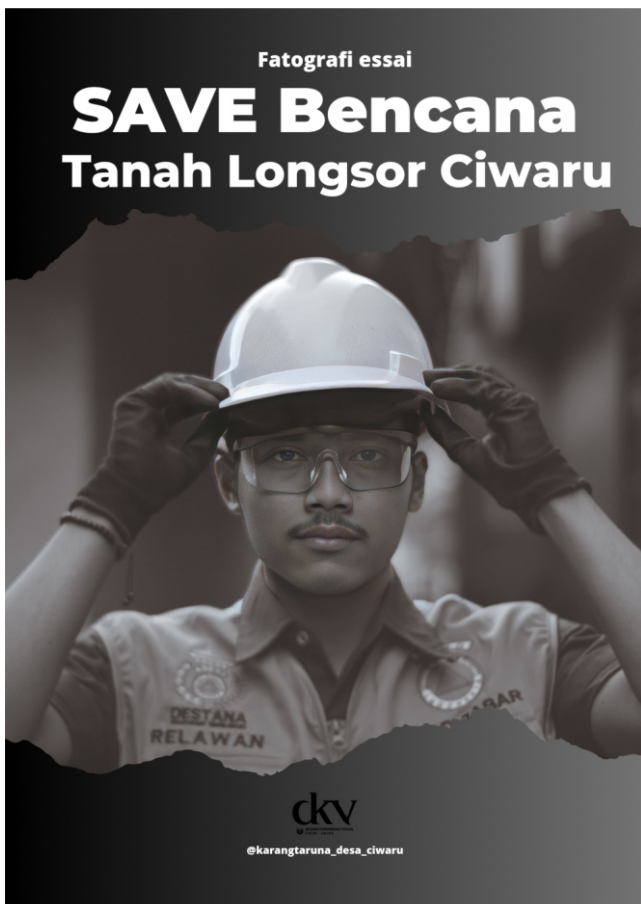
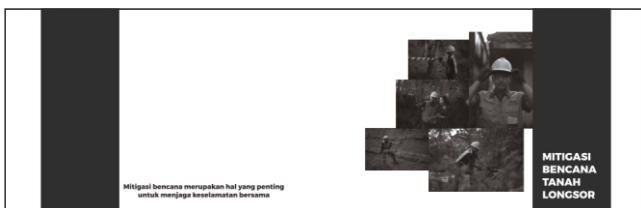
Foto essay ini bertujuan untuk menggambarkan pentingnya kesadaran mitigasi bencana tanah longsor di wilayah Desa Ciwaru dan bagaimana cara penyampaian informasi melalui media visual dapat membantu meningkatkan pemahaman dan kesiapsiagaan masyarakat dalam menghadapi ancaman bencana tersebut. Melalui serangkaian gambar, foto essay ini akan menampilkan upaya partisipasi masyarakat dalam mitigasi bencana. Melalui foto-foto dokumenter dan deskripsi yang kuat, akan diceritakan bagaimana masyarakat Desa Ciwaru dilibatkan dalam program pelatihan evakuasi guna memberikan edukasi kepada relawan, dan pengenalan langkah awal penanggulangan bencana tanah longsor. Dengan menggunakan foto essay sebagai media edukasi, diharapkan dapat meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai risiko bencana tanah longsor dan pentingnya tindakan preventif. Foto-foto yang kuat dan cerita yang menginspirasi diharapkan dapat memotivasi masyarakat untuk mengambil langkah-langkah konkret dalam memitigasi bencana tanah longsor, seperti pengelolaan lingkungan yang berkelanjutan, pemantauan cuaca, dan penggunaan ilmu yang didapat secara bijaksana. Melalui pemahaman dan kesiapsiagaan yang ditingkatkan, diharapkan Desa Ciwaru dapat menjadi contoh bagi daerah lain dalam membangun masyarakat yang tangguh bencana, melindungi nyawa dan harta benda, serta memastikan keberlanjutan pembangunan di masa depan.

Kata kunci : mitigasi bencana longsor, media edukasi menggunakan foto essay

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa mitigasi bencana tanah longsor di wilayah Desa Ciwaru merupakan suatu kebutuhan mendesak. Faktor-faktor seperti curah hujan yang tinggi, kemiringan lereng, deforestasi, dan penggunaan lahan yang tidak sesuai menjadi penyebab utama risiko tanah longsor di wilayah tersebut. Namun, upaya mitigasi yang dilakukan oleh pemerintah setempat dan partisipasi aktif masyarakat telah menunjukkan langkah positif dalam melindungi warga dan aset dari bencana.

Dengan menggunakan metode kualitatif deskriptif dan pendekatan etnografi untuk mengeksplorasi dan memahami fenomena yang terjadi yaitu minimnya pemahaman mitigasi bencana tanah longsor pada relawan Desa Ciwaru sehingga menghasilkan sebuah acuan untuk relawan mengenai mitigasi bencana tanah longsor, yang divisualisasikan menggunakan foto essay yang dijadikan buku.



KAJIAN KOSTUM KEN DEDES PADA WEBTOON KARYA EGESTIGI



ABSTRAK



Webtoon Dedes merupakan webtoon yang mengangkat tema lokal budaya dibuat oleh webtoonist Egestigi menceritakan kisah Ken Dedes pada kerajaan singasari. Penelitian bertujuan untuk mengetahui Bagaimana penerapan ilustrasi motif pada kostum karakter Ken Dedes chapter 9-11 dan Bagaimana makna warna pada kostum karakter Ken Dedes chapter 9-11. Metode penelitian deskriptif kualitatif yaitu mendeskripsikan penerapan ilustrasi motif pada kostum serta makna warna pada kostum karakter Ken Dedes. Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan dua teknik analisis yaitu literasi visual dan Studi karakter. Teknik pengumpulan data penelitian menggunakan teknik observasi, dokumentasi serta studi literatur. Hasil penelitian analisis penerapan motif dan makna warna pada kostum karakter Ken Dedes chapter 9-11 yaitu Ilustrasi motif pada kostum karakter Ken Dedes chapter 9-11 merupakan motif flora dan makna warna pada kostum karakter Ken Dedes chapter 9-11 bermakna kenyamanan, kemuliaan dan harapan hidup.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis mengenai kostum Ken Dedes pada webtoon karya Egestigi. Pada kostum karakter Ken Dedes terdapat tiga motif pada kostum tersebut yaitu motif pertama terdapat pada Kemben, Motif kedua terdapat pada selendang serta motif ketiga terdapat pada kain. Setelah melalui analisis ketiga motif tersebut merupakan motif flora.

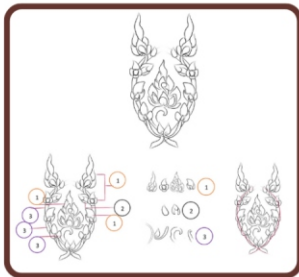
Selanjutnya pada kostum karakter Ken Dedes teridentifikasi tujuh warna pada kostum bagian atas dan delapan warna pada kostum bagian bawah yang terdiri dari warna coklat, kuning dan hijau. Berdasarkan warna tersebut maka makna warna pada kostum yaitu kenyamanan, kemuliaan dan harapan hidup.

Kemudian dengan ketiga motif pada kostum karakter Ken Dedes setelah melalui proses analisis tidak adanya kemiripan dengan motif Batik Sidomukti. Serta setelah melalui proses perbandingan kostum karakter Ken Dedes dengan busana wanita Jawa kuno dan kostum tari Shinta dapat disimpulkan bahwa kostum karakter Ken Dedes terinspirasi dari keduanya dengan adanya kesamaan pada atribut pada kostum karakter Ken Dedes yaitu Anting-anting, Kalung, Kemben, Kelat Bahu, Gelang Tangan, Ikat pinggul, Selendang, Uncal, Ilat-ilatan dan Kain. Dengan adanya kesamaan atribut tersebut kostum karakter Ken Dedes melambangkan status sosial yang tinggi dikarenakan kelengkapan atribut kostum dan melambangkan karakter tenang dan elegan.

Hasil Analisis

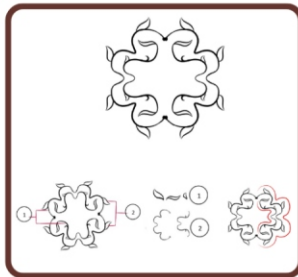
1. Penerapan Ilustrasi Motif

Berdasarkan hasil analisis penerapan ilustrasi motif pada kostum karakter Ken Dedes chapter 9-11 terdapat tiga motif pada kostum (1) Terdapat pada Kemben (2) Terdapat pada Selendang (3) Terdapat pada Kain.



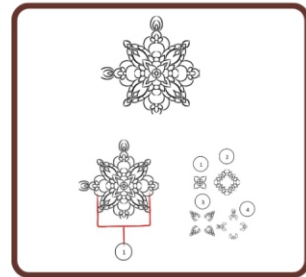
Ket: (1) Bunga
(2) Daun
(3) Tangkai

Motif 1 berpola Hias Lajur Tepi secara Horizontal.



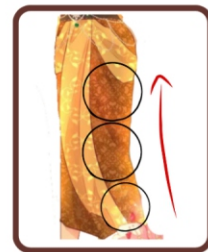
Ket: (1) Daun
(2) Tangkai

Motif 2 berpola Hias Memusat.



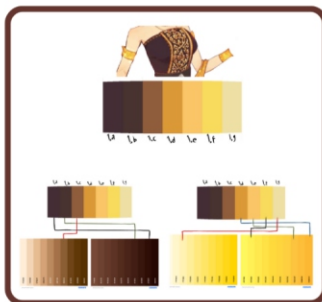
Ket: (1) D Bunga

Motif 3 berpola Lajur Tepi secara Horizontal



2. Makna Warna

Berdasarkan Tabel diatas dapat diketahui kostum karakter Ken Dedes pada (1) Warna pada Kemben, Ilat-ilatan, Kelat Bahu dan Gelang tangan terdapat tujuh warna. (2) Warna pada Ikat pinggul, Uncal, Selendang dan Kain terdapat delapan warna. Berikut penjelasan pada warna kostum.



Berdasarkan analisis skema warna pada kostum diatas warna dominan pada kostum merupakan warna coklat, kuning dan hijau. Makna warna coklat, kuning dan hijau bermakna kenyamanan, kemuliaan dan harapan hidup.

PERANCANGAN BUKU SAKU SISTEM MANAJEMEN KESELAMATAN DAN KESEHATAN KERJA (K3) PERUM PERURI MELALUI PERANCANGAN INFOGRAFIS



ABSTRAK

Perum Peruri merupakan salah satu Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang menerapkan sistem manajemen Keselamatan dan Kesehatan Kerja. Dalam implementasi Sistem Manajemen Keselamatan dan Kesehatan Kerja (K3) tersebut, selain website dan videotron diperlukan adanya Buku Saku agar tersosialisasi secara manual yang berisi informasi mengenai prinsip-prinsip K3, langkah-langkah pencegahan kecelakaan, serta tata cara pengelolaan bahaya dan risiko di tempat kerja. Tujuan dari perancangan ini untuk merancang Buku Saku Keselamatan dan Kesehatan Kerja (K3) melalui Perancangan Infografis serta untuk memvisualisasikan Buku Saku Keselamatan dan Kesehatan Kerja (K3) Perum Peruri. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan menggunakan teori seperti desain grafis dan teori lainnya. Hasil dari perancangan berupa pengolahan ide yaitu, penggunaan layout, pemilihan warna dan pengolahan elemen visual yang digunakan. Pada perancangan ini media utama berupa buku saku yang dibuat berdasarkan HIRADC Perum Peruri yang terdiri dari 6 bab yaitu lokasi area kerja, aktivitas kerja, kategori pekerjaan, bahaya K3 dalam aktivitas, tipe bahaya K3, identifikasi risiko/peluang K3 dan Pengendalian risiko K3.

Kata-kata kunci: Perum Peruri, Buku Saku, HIRADC, Media

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan analisis data, peneliti menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Perancangan buku saku sistem manajemen Keselamatan dan Kesehatan Kerja (K3) Perum Peruri melalui perancangan infografis bertujuan untuk menghasilkan media informasi yang bersifat praktis, handcarry, efektif, komunikatif dan dapat menginformasikan pentingnya memahami sistem manajemen Keselamatan dan Kesehatan Kerja (K3).
2. Konsep yang digunakan pada perancangan buku saku sistem manajemen Keselamatan dan Kesehatan Kerja (K3) secara umum menampilkan visualisasi font, gambar dan tulisan dalam bentuk buku yang menampilkan HIRADC Peruri sebagai langkah dalam identifikasi risiko dan pengendalian K3.





dkv.uniku.ac.id

