

UJIAN AKHIR SEMESTER

Mata Kuliah/sks : Komunikasi Visual / 2 sks
Kelas : IK-6A
Dosen : Deni Erlansyah, M.Kom., M.M

1. Dalam pembuatan sebuah Iklan Layanan Masyarakat tentunya diperlukan adanya media iklan, agar pesan sosial tersebut sampai kepada audiencenya. Sebut dan jelaskan jenis-jenis media iklan yang anda ketahui !

2. Studi kasus: Anda adalah seorang desainer komunikasi visual. Anda mendapat tawaran pekerjaan untuk membuat Brosur yang berhubungan dengan mall baru pada sebuah kawasan pusat perbelanjaan di Palembang yang baru selesai dibangun. Secara kualitatif, Langkah-langkah apa yang anda lakukan dari awal sampai terbentuknya Brosur tersebut (proses). Sebutkan secara tertulis proses anda!

Catatan :

- Lakukan *Research* di internet, kemudian kombinasikan dengan pemikiran yg ada di kepala anda.
- Berikan Sumber yg jelas dimana anda mengambil data jawaban.
- Berikan Doa terbaik, agar kita semua dapat melalui Pandemi C-19 dengan penuh semangat.

Stay at Home

UJIAN AKHIR SEMESTER

Nama : Erma Agus Darmayanti

Nim : 171910003

Kelas : IK-6A

Mata Kuliah/sks : Komunikasi Visual / 2 sks

Dosen : Deni Erlansyah, M.Kom., M.M

1. Dalam pembuatan sebuah Iklan Layanan Masyarakat tentunya diperlukan adanya media iklan, agar pesan sosial tersebut sampai kepada audiencenya. Sebut dan jelaskan jenis-jenis media iklan yang anda ketahui !

Jawab :

Pada umumnya jenis-jenis media iklan terdiri dari cetak maupun elektronik seperti televisi, radio, koran, majalah, internet, dan lain sebagainya.

Jenis Iklan Berdasarkan Sifatnya:

- a) Iklan Niaga : Iklan niaga adalah iklan yang dibuat dengan tujuan agar orang tertarik untuk menggunakan atau membeli produk atau jasa yang mereka tawarkan. contohnya iklan indomie, sprite, sajiku, iklan kendaraan dll.
- b) Iklan Layanan Masyarakat : Iklan layanan masyarakat adalah iklan yang tujuannya untuk mempengaruhi orang agar memberikan dukungan atau mengikuti kampanye yang dilakukan pembuat iklan. contohnya iklan anti narkoba, iklan lingkungan hidup dll.

Jenis Iklan Berdasarkan Media yang Digunakan:

- a) Iklan Cetak : Iklan cetak adalah iklan yang dipublikasikan melalui media cetak seperti koran, majalan, surat kabar, tabloid dan sebagainya. berdasarkan ruang yang digunakan iklan jenis ini dibedakan lagi menjadi 2 bentuk, yakni Iklan baris dan Iklan Kolom

- b) Iklan Advertorial : Iklan advertorial adalah jenis iklan yang dikemas seperti berita dengan bahasa penulisan jurnalistik.
- c) Iklan Display : Hampir sama seperti iklan kolom, Namun mempunyai ukuran yang lebih besar gambar dan tulisannya dari iklan kolom
- d) Iklan Elektronik : Iklan elektronik adalah adalah iklan yang dipublikasikan melalui media elektronik seperti, radio, televisi dan internet
- e) Iklan Perusahaan : Iklan perusahaan atau corporate advertising adalah iklan yang tujuannya untuk membangun citra perusahaan yang kemudian akan membangun citra produk atau jasa yang diproduksi perusahaan tersebut agar diminati masyarakat. contohnya seperti iklan aqua yang membantu pembuatan sumber- sumber air di daerah terpencil.
- f) Iklan Layanan Masyarakat : Iklan layanan masyarakat adalah iklan yang berisi himbauan atau ajakan untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu yang diiklankan. contohnya seperti iklan KB, iklan pencegahan demam berdarah dan iklan pencegahan narkoba.

Jenis Iklan Berdasarkan Isinya :

- a) Iklan Pengumuman : Iklan yang isinya menyampaikan pengumuman mengenai suatu peristiwa kegiatan ataupun lainnya.
- b) Iklan Penerangan : Memberi penerangan tentang suatu hal, dalam istilah lain iklan jenis ini bisa juga disebut iklan layanan masyarakat.
- c) Iklan Reklame : Iklan yang isinya mempromosikan barang atau jasa yang hendak dijual untuk mencari keuntungan dan disampaikan berulang- lang melalui media massa. Iklan reklame biasanya memuji atau menyanjung suatu yang diawarkan, seperti, tiada banding, kualitas no 1 dll.

Ada juga iklan-Iklan Luar Ruang yaitu :

- a) Spanduk, adalah media promosi yang biasanya terbuat dari kain ataupun MMT yang dipasang secara membentang di pinggir jalan maupun lokasi usaha.
- b) Billboard adalah salah satu bentuk promosi iklan luar ruang yang berbentuk seperti poster namun memiliki ukuran cukup besar, Billboard biasanya dipasang di tempat-tempat publik yang ramai seperti jalan raya, pasar, terminal, stasiun atau lainnya. Selain billboard yang dicetak dari bahan MMT, saat ini juga sudah muncul digital billboard atau

yang sering disebut videotron, bahkan ada juga yang berupa iklan berjalan atau mobile billboard, yaitu billboard yang dipasang di media transportasi seperti mobil, kereta atau yang lainnya.

- c) Neon Box, adalah media promosi berbentuk box atau bentuk lain yang di dalamnya diterangi lampu neon. Neon box biasanya dapat lebih mencuri perhatian pada malam hari dan diletakkan di lokasi usaha.
- d) Baliho, adalah media promosi yang digunakan untuk memberitakan informasi event atau kegiatan yang berhubungan dengan masyarakat, selain itu baliho juga digunakan untuk mengiklankan suatu produk baru. Billboard dan baliho sebenarnya hampir sama, namun baliho memiliki ukuran yang lebih kecil dan pemasangannya tidak serumit Billboard.

Berikut ini adalah cara-cara yang dapat digunakan ketika akan membuat sebuah iklan.

- a) Gunakan kalimat yang singkat, padat, jelas dan efektif.
- b) Berikan nilai tambah produk (garansi, pilihan warna dll)
- c) Gunakan gaya bahasa yang sesuai dengan target pasar.
- d) Gunakan slogan yang mudah diingat

2. Studi kasus: Anda adalah seorang desainer komunikasi visual. Anda mendapat tawaran pekerjaan untuk membuat Brosur yang berhubungan dengan mall baru pada sebuah kawasan pusat perbelanjaan di Palembang yang baru selesai dibangun. Secara kualitatif, Langkah-langkah apa yang anda lakukan dari awal sampai terbentuknya Brosur tersebut (proses). Sebutkan secara tertulis proses anda!

jawab:

cara membuat brosur sebagai berikut :

- a) Memperhatikan ukuran kertas
- b) Memberikan judul yang menarik
- c) Menggunakan desain dengan warna yang menarik
- d) Penyebaran dengan keefektifan iklan
- e) Menggunakan media penerbitan yang terpercaya

Cara Membuat Brosur di Photoshop :

- a) Bukalah Adobe Photoshop. Setelah Anda membukanya, Anda dapat membuat lembar kerja baru. Klik File . New > Ukuran A4 (21 x 29,7 cm) . Dengan resolusi gambar 300 pixels. Lalu Klik OK.
- b) Putar lembar kerja Anda ke kanan atau kiri. Kemudian pilih Image > Image Rotation
Kemudian Anda harus membuat grid supaya membantu dalam mempermudah pekerjaan mendesain brosur. Kemudian, buatlah layer baru dengan menekan Ctrl+Shift+N. Lalu pilih Polygonal Lasso Tool, dan buat seleksi untuk membuat garis pembatas. Kemudian berikan warna dengan menggunakan Brush Tool.
- c) Tekan Ctrl+D supaya seleksi yang dibuat sebelumnya menghilang. Kemudian Anda dapat membuka file berisi background yang sudah dipilih. Melihat contoh di atas, maka yang Anda pilih Adalah background nya Klik, File > Open> Pilih foto. Kemudian drag foto tersebut pada lembar kerja Anda menggunakan Move Tool.
- d) Tekan Ctrl+T untuk menyesuaikan ukuran agar menutupi semua layer di setiap bagian. Kemudian Anda dapat menuliskan brand atau nama yang anda inginkan. Anda dapat menyisipkan rangkaian tulisan berisi informasi yang ingin disampaikan dengan menggunakan Horizontal Type.
- e) Rapikan tulisan Anda, dan sesuaikan bentuk serta warna font yang cocok dengan background tersebut. Pemilihan font yang sesuai akan membuat brosur Anda terlihat menarik.
- f) Setelah ketiga bagian terisi dengan font yang memuat informasi perusahaan atau produk yang ingin Anda tawarkan, maka desain tersebut dapat Anda simpan dalam format JPEG. Klik File > Save as > Save As Type (Jpeg, JPG, PNG) > OK. langkah di atas merupakan cara membuat brosur di photoshop.

Sumber : (<https://salamadian.com/pengertian-jenis-macam-iklan/>)

UAS
KOMUNIKASI VISUAL



DIBUAT OLEH :
NAMA : MERSI
KELAS : IK6A
NIM : 171910024

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BINA DARMA PALEMBANG
2020

SOAL

1. Dalam pembuatan sebuah Iklan Layanan Masyarakat tentunya diperlukan adanya media iklan, agar pesan sosial tersebut sampai kepada audiencenya. Sebut dan jelaskan jenis-jenis media iklan yang anda ketahui!
2. Studi kasus: Anda adalah seorang desainer komunikasi visual. Anda mendapat tawaran pekerjaan untuk membuat Brosur yang berhubungan dengan mall baru pada sebuah kawasan pusat perbelanjaan di Palembang yang baru selesai dibangun. Secara kualitatif, Langkah-langkah apa yang anda lakukan dari awal sampai terbentuknya Brosur tersebut (proses). Sebutkan secara tertulis proses anda!

JAWABAN

1. **Surat kabar** : memiliki kelebihan diantaranya tepat waktu, jangkauan yang luas, sangat dipercaya, dan fleksibel. Sedangkan kekurangannya yakni jangka waktu yang pendek, mutu reproduksi yang buruk, “penerusan” ke audiens berikutnya kecil.

Majalah : Kelebihannya yaitu pilihan geografis dan demografis tinggi, kredibilitas dan gengsi, mutu reproduksi tinggi, serta jangka waktu yang panjang. Sedangkan kekurangannya yaitu ada peredaran yang sia-sia serta tidak ada jaminan posisi produk.

Brosur : Kelebihannya yaitu lentur, sangat terkendali, peluang interaktif, biaya relatif lebih mudah. Sedangkan kelemahannya yaitu produksi yang berlebihan bisa mengakibatkan pemborosan biaya.

Televisi : Kelebihannya yakni dapat menggabungkan gambar, suara, dan gerak merangsang indera, perhatian yang tinggi, serta jangkauan yang luas. Sedangkan kekurangannya yakni biaya yang sangat tinggi, pengelompokan yang tinggi, paparan bergerak cepat sehingga sulit dilihat, audiens dipilih secara kurang baik.

Radio : Kelebihan yaitu penggunaan massal, pilihan geografis dan demografis tinggi, serta biaya rendah. Sedangkan kekurangannya yakni hanya penyajian suara, perhatian lebih rendah daripada televisi, struktur harga tidak standar, dan tidak ada jaminan posisi.

Internet : Kelebihannya yaitu selektifitas tinggi, adanya kemungkinan interaktif, biaya relatif lebih rendah. Sedangkan kekurangannya yaitu media yang relatif baru yang penggunaannya relatif rendah pada beberapa daerah.

Direct mail : Kelebihannya yaitu sasaran terpilih, fleksibel, tidak ada persaingan, serta bersifat personal. Sedangkan kekurangannya yaitu biaya relatif tinggi.

2. Langkah Pertama

Untuk memulai pembuatan Brosur, langkah pertama buka Microsoft Publisher dengan cara klik Start – All Program – Microsoft Office – Microsoft Publisher – Enter.

Nanti akan keluar tampilan seperti ini :



Kemudian Klik Brochures – Enter

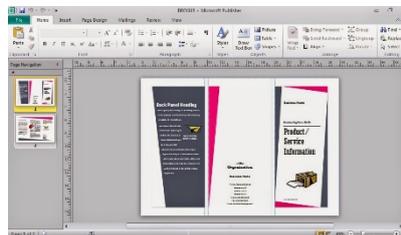


2. Langkah Kedua

Selanjutnya pilih kategori brosur sesuai keinginan dan keperluan yang diinginkan. Pilih design yang menarik agar banyak peminat. Misalnya seperti contoh Tilt – Create.



Tampilan pada lembar kerja Microsoft Publisher :

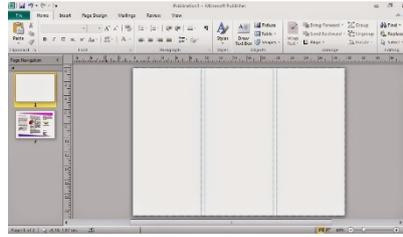


Disini ada dua halaman, halaman pertama untuk brosur bagian luar dan halaman kedua untuk brosur halaman dalam. Brosur ini adalah halaman lipat 3, seperti brosur pada umumnya.

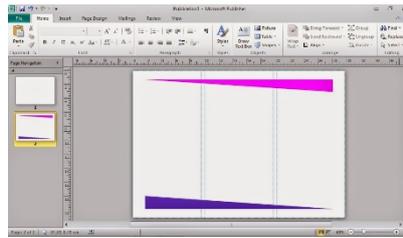
3. Langkah Ketiga

Kosongkan kolom-kolom yang ada di slide brosur tersebut untuk mempermudah proses pengisian brosur.

Untuk slide pertama, seperti tampilan di bawah ini :



Untuk yang slide kedua kosongkan kolom-kolomnya, akan tetapi format desainnya biarkan seperti semula. Seperti contoh :



Agar kelihatan menarik, edit dan ubahlah tampilan dari pola yang telah ada. Untuk format desain pada slide kedua copy di slide pertama dan sesuaikan dengan besar brosur yang akan dibuat.



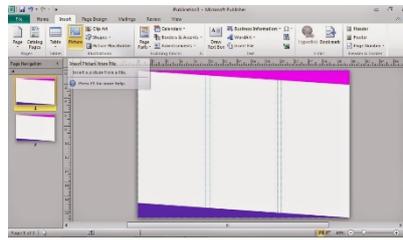
4. Langkah Keempat

Buat semenarik mungkin dengan menambahkan tulisan, gambar, maupun tema-tema yang ada pada template brosur yang dipilih. Design yang menarik agar mengangkat minat pembaca.

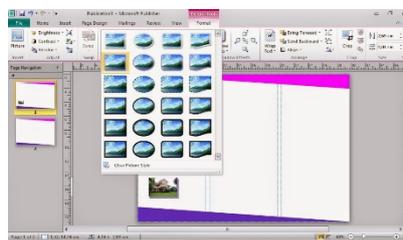
Untuk memasukkan teks ke dalam slide brosur, caranya dengan Klik Draw Text Box – Enter. Buatlah kotak sesuai dengan kebutuhan.



Sedangkan untuk memasukkan gambar, caranya pun cukup mudah. Dengan cara Klik Insert – Picture – Pilih gambar yang akan dipakai – Lalu Tekan Insert.



Kemudian atur format gambar sesuai dengan keinginan, dengan cara Klik Gambar - Nanti akan keluar Picture Tool – dan pilih format gambar yang diinginkan.



5. Langkah Kelima

Slide Pertama

Untuk slide pertama, masukkan butiran seperti sejarah instansi, tujuan instansi, struktur organisasi maupun nama-nama instansi beserta logo dari instansi yang akan dibuat tersebut. Atau bisa juga bisa diisi sesuai dengan kebutuhan brosur yang akan dibuat.

Contoh :



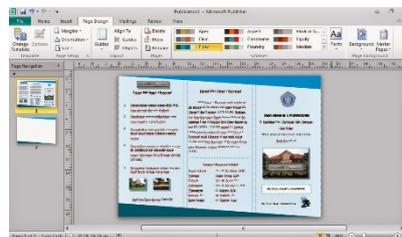
Setelah semua sudah terisi lengkap sesuai dengan kebutuhan, langkah selanjutnya yakni atur format design dengan cara Klik Page Desain – Schemes - Pilih tema yang diinginkan.



Kemudian atur warna background semenarik mungkin, dengan cara Klik Page Desain - Background – Pilih sesuai keinginan masing-masing.



Contoh untuk tampilan pada slide pertama :

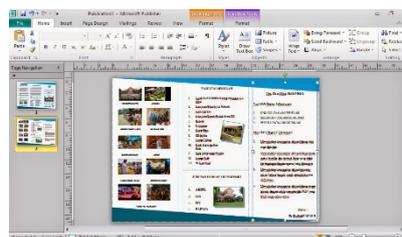


Slide Kedua

Langkah-langkahnya pun hampir sama dengan slide yang pertama hanya saja pada slide kedua ini tidak perlu mengubah tema lagi, karena tema yang dipilih di slide awal akan mengubah juga di slide kedua.

Untuk slide kedua ini, bisa diisi beberapa butiran seperti foto kegiatan instansi, fasilitas-fasilitas yang ada di instansi, serta visi dan misi yang ada di instansi tersebut. Atau bisa juga dikreasikan sesuai dengan kebutuhan brosur.

Seperti contoh :



Untuk mendesign lembar kerja brosur, caranya pun sama dengan slide pertama, dengan cara Klik Page Desain – Schemes – dan pilih sesuai selera masing-masing.



Atur background semenarik mungkin untuk mendukung tampilan brosur yang akan dipromosikan dengan cara Klik Page Desain – Background – Dan pilih sesuai selera.



Seperti contoh tampilan pada slide kedua :



6. Langkah Keenam

Langkah Keenam adalah langkah terakhir, yakni proses penyimpanan. Setelah semua tahap-tahap telah usai dan telah diperiksa kembali struktur, desain, dan tatanannya. Barulah kita simpan dengan cara Klik Save.



Hasil Akhir Brosurnya :



Demikian langkah-langkah sederhana dalam pembuatan brosur di Microsoft Publisher 2010.

UJIAN AKHIR SEMESTER

Mata Kuliah/sks : Komunikasi Visual / 2 sks
Kelas : IK-6A
Dosen : Deni Erlansyah, M.Kom., M.M

1. Dalam pembuatan sebuah Iklan Layanan Masyarakat tentunya diperlukan adanya media iklan, agar pesan sosial tersebut sampai kepada audiencenya. Sebut dan jelaskan jenis-jenis media iklan yang anda ketahui !

2. Studi kasus: Anda adalah seorang desainer komunikasi visual. Anda mendapat tawaran pekerjaan untuk membuat Brosur yang berhubungan dengan mall baru pada sebuah kawasan pusat perbelanjaan di Palembang yang baru selesai dibangun. Secara kualitatif, Langkah-langkah apa yang anda lakukan dari awal sampai terbentuknya Brosur tersebut (proses). Sebutkan secara tertulis proses anda!

Catatan :

- Lakukan *Research* di internet, kemudian kombinasikan dengan pemikiran yg ada di kepala anda.
- Berikan Sumber yg jelas dimana anda mengambil data jawaban.
- Berikan Doa terbaik, agar kita semua dapat melalui Pandemi C-19 dengan penuh semangat.

Stay at Home

Nama : Muhammad Fajri

Kelas : IK6A

Nim : 171910013

Uas : Komunikasi Visual

Jawaban

1. Periklanan yang dilakukan oleh berbagai pihak (perusahaan ,pribadi,dan sebagainya) dilaksanakan melalui media-media antara lain yaitu :

- 1) Media elektronik (televisi,radio,internet,dsb)
- 2) Media cetak (surat kabar,tabloid,majalah ,dsb)
- 3) Media luar gedung (billboard ,poster,sign,tulisan asap,dsb)
- 4) Media lainnya seperti:
 - a) Hadiah kecil(Korek api,jam ,kipas Kertas,dsb)
 - b) Penggunaan media cetak lepas (kartu,brosur,katalog,kalender,dsb)

2. - Menonjolkan penawaran spesial

- Mengetahui keinginan klien mau nya seperti apa
- Menginformasikan kepada klien secara relavan
- Memberikan testimoni kepada klien dengan hasil desain yg pernah di buat

Nama: Muhammad Naufal Rizqullah

Kelas: IK6A

NIM: 171910002

UAS KOMUNIKASI VISUAL

1. Dalam pembuatan sebuah Iklan Layanan Masyarakat tentunya diperlukan adanya media iklan, agar pesan sosial tersebut sampai kepada audiencenya.

Sebut dan jelaskan jenis-jenis media iklan yang anda ketahui !

2. Studi kasus: Anda adalah seorang desainer komunikasi visual. Anda mendapat tawaran pekerjaan untuk membuat Brosur yang berhubungan dengan mall baru pada sebuah kawasan pusat perbelanjaan di Palembang yang baru selesai dibangun. Secara kualitatif, Langkah-langkah apa yang anda lakukan dari awal sampai terbentuknya Brosur tersebut (proses). Sebutkan secara tertulis proses anda!

JAWABAN

1. Jenis media iklan beserta kelebihan dan kekurangannya yaitu :

a. Surat kabar : memiliki kelebihan diantaranya tepat waktu, jangkauan yang luas, sangat dipercaya, dan fleksibel. Sedangkan kekurangannya yakni jangka waktu yang pendek, mutu reproduksi yang buruk, “penerusan” ke audiens berikutnya kecil.

b. Majalah : Kelebihannya yaitu pilihan geografis dan demografis tinggi, kredibilitas dan gengsi, mutu reproduksi tinggi, serta jangka waktu yang panjang. Sedangkan kekurangannya yaitu ada peredaran yang sia-sia serta tidak ada jaminan posisi produk.

c. Brosur : Kelebihannya yaitu lentur, sangat terkendali, peluang interaktif, biaya relatif lebih mudah. Sedangkan kelemahannya yaitu produksi yang berlebihan bisa mengakibatkan pemborosan biaya.

d. Televisi : Kelebihannya yakni dapat menggabungkan gambar, suara, dan gerak merangsang indera, perhatian yang tinggi, serta jangkauan yang luas. Sedangkan kekurangannya yakni biaya yang sangat tinggi, pengelompokan yang tinggi, paparan bergerak cepat sehingga sulit dilihat, audiens dipilih secara kurang baik.

e. Radio : Kelebihan yaitu penggunaan massal, pilihan geografis dan demografis tinggi, serta biaya rendah. Sedangkan kekurangannya yakni hanya penyajian suara, perhatian lebih rendah daripada televisi, struktur harga tidak standar, dan tidak ada jaminan posisi.

f. Internet : Kelebihannya yaitu selektifitas tinggi, adanya kemungkinan interaktif, biaya relatif lebih rendah. Sedangkan kekurangannya yaitu media yang relatif baru yang penggunaannya relatif rendah pada beberapa daerah.

Sumber jawaban : <https://agil-asshofie.blogspot.com/2016/04/jenis-jenis-media-iklan.html>

2. Langkah-langkah dalam membuat brosur yaitu :

-Memperhatikan ukuran kertas.

Menentukan ukuran kertas yang akan digunakan sangat penting dalam membuat brosur

-Memberikan judul yang menarik.

Pemberian judul yang menarik menjadi penting karena akan membuat orang-orang tertarik untuk membacanya

-Menggunakan desain dengan warna yang menarik

Pemilihan warna yang menarik dapat menarik perhatian orang-orang

-Penyebaran dengan keefektifan iklan.

Market yang dituju brosur harus sesuai dengan apa yang ingin dipromosikan

-Menggunakan media penerbitan yang terpercaya

Agar masyarakat yakin dan tidak ragu untuk melihat brosur

Sumber Jawaban : <https://brainly.co.id/tugas/2682810>

Tugas Komunikasi Visual – UAS

1. Dalam pembuatan sebuah Iklan Layanan Masyarakat tentunya diperlukan adanya media iklan, agar pesan sosial tersebut sampai kepada audiencenya. **Sebut dan jelaskan jenis-jenis media iklan yang anda ketahui !**

Iklan Media Cetak

Media cetak adalah media statis dan mengutamakan pesan-pesan visual yang dihasilkan dari proses percetakan; bahan baku dasarnya maupun sarana penyampaian pesannya menggunakan kertas ataupun sejenisnya. Ia dapat berbentuk sebagai dokumen atas segala hal tentang rekaman peristiwa yang telah diubah dalam kata-kata, gambar maupun foto yang disusun sedemikian rupa sehingga dapat menarik perhatian publik. Beberapa bentuk media iklan yang termasuk dalam iklan media cetak diantaranya adalah :

- a. **Iklan Koran/Surat Kabar**, merupakan salah satu bentuk iklan yang penempatannya berada di halaman koran/surat kabar. Biasanya koran terbit harian dan memiliki pangsa pasarnya sendiri, ada koran nasional, koran daerah, koran bisnis dan lain-lain.
- b. **Iklan Majalah**, Merupakan media iklan yang berada di halaman majalah. Majalah sebenarnya hampir sama dengan koran, perbedaannya banyak terlihat pada bentuk yang berbeda, bahan kertas lebih eksklusif, desain layout, dan biasanya memiliki segmen pasar tertentu dan terbit sebulan sekali.
- c. **Iklan Tabloid**, merupakan iklan di tabloid yang pada umumnya bisa terbit mingguan ataupun bulanan. Bentuk tabloid sendiri secara umum merupakan campuran dari koran dan majalah, memiliki segmen tertentu dengan pilihan minat baca tertentu juga.
- d. **Jurnal**, merupakan media khusus yang diterbitkan oleh kalangan tertentu dan biasanya tidak diperjual-belikan, misalnya jurnal perdagangan, jurnal kedokteran, jurnal kampus, dan lain-lain.
- e. **Katalog produk**, merupakan media yang khusus berisi promosi produk. Katalog produk ini bisa hanya berisi berbagai produk dari satu perusahaan tertentu saja, ataupun satu jenis produk namun dari banyak perusahaan.
- f. **Kalender**, meski kalender memiliki fungsi utama sebagai penunjuk waktu (hari, tanggal, tahun) namun tidak sedikit perusahaan yang memanfaatkan kalender sebagai media promosi.
- g. **Brosur/Pamflet/flyer**, merupakan media iklan yang dicetak berisi berbagai hal secara rinci mengenai produk yang ditawarkan. Brosur/pamflet ini bisa berbentuk selebar kertas yang dicetak bolak-balik, satu muka saja ataupun berbentuk buku kecil tidak dijilid (dilipat), bisa terdiri dari satu halaman saja, dua halaman, ataupun empat halaman.
- h. **Poster**, merupakan media iklan yang dicetak satu muka saja dan biasanya ditempel di tempat-tempat strategis. Poster biasanya dibaca oleh orang-orang yang bergerak, sedangkan brosur bisa dibaca sambil duduk dan dibagikan di tempat-tempat publik.

Iklan Media Elektronik

Iklan media elektronik adalah media iklan yang proses bekerjanya berdasar pada prinsip elektronik dan elektromagnetis. Jangkauan media elektronik ini memiliki kelebihan mampu menjangkau audience yang lebih luas dalam waktu yang bersamaan, namun sayangnya harga iklan juga bisa lebih mahal daripada media cetak. Beberapa contoh iklan media elektronik diantaranya adalah :

- a. *Television advertising***, Merupakan iklan yang ditayangkan melalui media televisi, iklan ini berisi gambar dan suara dalam bentuk audio-video yang biasanya memiliki durasi sekitar 15-30 detik.
- b. *Radio advertising***, Merupakan iklan yang disiarkan melalui media radio, memiliki durasi yang hampir sama dengan iklan televisi namun hanya berisi suara/audio saja.
- c. *Online advertising***, merupakan iklan yang ditampilkan di media online seperti website, blog, maupun youtube. Iklan online ini bisa berupa video maupun banner animasi.
- d. *Domain name advertising***, merupakan nama domain produk ataupun perusahaan yang difungsikan sebagai iklan. Nama domain ini jika diakses didalamnya berisi berbagai informasi mengenai produk dan perusahaan.

Media Iklan Luar Ruang

Merupakan berbagai media iklan yang ditempatkan di luar ruangan seperti jalan, pasar, terminal stasiun dan tempat publik lainnya. Beberapa contoh media iklan luar ruang diantaranya :

- a. *Billboard***, adalah salah satu bentuk promosi iklan luar ruang yang berbentuk seperti poster namun memiliki ukuran cukup besar, Billboard biasanya dipasang di tempat-tempat publik yang ramai seperti jalan raya, pasar, terminal, stasiun atau lainnya.
- b. *Baliho***, adalah media promosi yang digunakan untuk memberitakan informasi event atau kegiatan yang berhubungan dengan masyarakat, selain itu baliho juga digunakan untuk mengiklankan suatu produk baru.
- c. *Shop Sign Branding***, adalah media promosi yang berfungsi untuk memberikan petunjuk kepada para konsumen agar mengetahui dimana sebuah tempat usaha berada.
- d. *Neon Box***, adalah media promosi berbentuk box atau bentuk lain yang di dalamnya diterangi lampu neon.
- e. *Spanduk***, adalah media promosi yang biasanya terbuat dari kain ataupun MMT yang dipasang secara membentang di pinggir jalan maupun lokasi usaha.
- f. *Iklan Tembok***, adalah media promosi yang menggunakan tembok sebagai media iklannya. Iklan ini biasanya dilukis di dinding-dinding rumah, gedung, jembatan, pagar ataupun lainnya yang berada di keramaian.
- g. *Media 3D***, adalah media promosi berbentuk tiga dimensi yang mencerminkan produk tertentu yang dipromosikan.

2. Studi kasus: Anda adalah seorang desainer komunikasi visual. Anda mendapat tawaran pekerjaan untuk membuat Brosur yang berhubungan dengan mall baru pada sebuah kawasan pusat perbelanjaan di Palembang yang baru selesai dibangun. **Secara kualitatif, Langkah-langkah apa yang anda lakukan dari awal sampai terbentuknya Brosur tersebut (proses). Sebutkan secara tertulis proses anda!**

Ada 4 hal yang perlu kita perhatikan sebelum membuat sebuah brosur, diantaranya:

a. Tentukan Target Market

Ini adalah hal pertama yang harus diperhatikan saat membuat media komunikasi pemasaran, tidak hanya ketika Anda membuat sebuah brosur. Target market adalah audiens yang akan menerima brosur yang Anda bagikan. Anda harus membuat sebuah konten brosur produk yang sesuai dengan audiens Anda.

Dengan menggunakan bahasa komunikasi dan desain brosur yang tepat, Anda dengan mudah bisa mendapatkan calon pelanggan baru, dibandingkan jika brosur yang Anda buat tidak sesuai dengan target market dari produk yang Anda jual. Misalnya, jika Anda menjual produk untuk segmen konsumen menengah ke atas, usahakan bahasa yang Anda gunakan lebih formal dan desain brosur Anda dibuat lebih elegan.

b. Tulis Konten Brosur yang Efektif

Brosur adalah media komunikasi informatif untuk menjual produk. Sangat tidak disarankan untuk Anda membuat brosur dengan bahasa yang kaku atau bertele-tele.

Tulislah konten brosur dengan lugas dan tepat sasaran. Gunakan font atau huruf yang lebih mencolok untuk memberikan informasi tentang diskon atau potongan harga. Hindari penulisan dengan font yang susah dibaca atau berwarna samar-samar. Anda tidak memiliki banyak halaman untuk menjelaskan semua keunggulan produk Anda dalam brosur, jadi pastikan Anda menulis dengan singkat tapi sudah mencakup keunggulan produk secara menyeluruh.

c. Gunakan Aplikasi untuk Mendesain Brosur

Di zaman digital yang serba canggih ini, sangat tidak disarankan untuk Anda membuat brosur yang hanya berupa tulisan dengan foto yang dicetak di atas kertas putih. Untuk membuat sebuah brosur yang menarik, Anda perlu untuk memilih aplikasi yang bisa digunakan untuk membuat *layout* brosur. Beberapa aplikasi seperti CorelDraw, Photoshop, atau web design seperti Canva sangat disarankan untuk digunakan. Bahkan, Anda juga bisa menggunakan aplikasi Ms. Word untuk membuat desain brosur produk Anda.

d. Memilih Percetakan yang Berkualitas

Sebagus apapun desain brosur Anda, Anda harus memilih percetakan yang berkualitas untuk mencetak brosur tersebut. Jangan sampai brosur Anda menjadi kurang menarik ketika sudah saatnya dibagikan kepada konsumen hanya karena kualitas cetakan yang kurang bagus. Maka dari itu, Anda disarankan untuk memilih jasa percetakan dengan cermat. Printera adalah jasa percetakan online bisa menjadi solusi ketika Anda membutuhkan jasa untuk mencetak brosur produk.

Nama : M Syahril Husaini
Nim : 171910001
Kelas : Ik6a
Mata kuliah : UAS Komunikasi Visual

Soal

1. Dalam pembuatan sebuah Iklan Layanan Masyarakat tentunya diperlukan adanya media iklan, agar pesan sosial tersebut sampai kepada audiencenya. Sebut dan jelaskan jenis-jenis media iklan yang anda ketahui !
2. Studi kasus: Anda adalah seorang desainer komunikasi visual. Anda mendapat tawaran pekerjaan untuk membuat Brosur yang berhubungan dengan mall baru pada sebuah kawasan pusat perbelanjaan di Palembang yang baru selesai dibangun. Secara kualitatif, Langkah-langkah apa yang anda lakukan dari awal sampai terbentuknya Brosur tersebut (proses). Sebutkan secara tertulis proses anda!

Jawab

1. Seiring berkembangnya dinamika masyarakat, maka informasi tentang layanan masyarakat dari pemerintah maupun swasta juga diperlukan. Dulu pemberitahuan tentang informasi layanan masyarakat rata-rata lewat poster yang tampil di sana-sini, namun sesuai perkembangan teknologi maka mulai banyak yang menggunakan video iklan layanan masyarakat.

Jenis media iklan beserta kelebihan dan kekurangannya menurut Kotler (2002, hal. 670) adalah sebagai berikut :

a. Surat kabar

Surat kabar memiliki kelebihan diantaranya tepat waktu, jangkauan yang luas, sangat dipercaya, dan fleksibel. Sedangkan kekurangannya yakni jangka waktu yang pendek, mutu reproduksi yang buruk, “penerusan” ke audiens berikutnya kecil.

b. Majalah

Kelebihan dari majalah yaitu pilihan geografis dan demografis tinggi, kredibilitas dan gengsi, mutu reproduksi tinggi, serta jangka waktu yang panjang. Sedangkan kekurangannya yaitu ada peredaran yang sia-sia serta tidak ada jaminan posisi produk.

c. Brosur

Kelebihannya yaitu lentur, sangat terkendali, peluang interaktif, biaya relatif lebih mudah. Sedangkan kelemahannya yaitu produksi yang berlebihan bisa mengakibatkan pemborosan biaya.

d. Televisi

Kelebihannya yakni dapat menggabungkan gambar, suara, dan gerak merangsang indera, perhatian yang tinggi, serta jangkauan yang luas. Sedangkan kekurangannya yakni biaya yang sangat tinggi, pengelompokan yang tinggi, paparan bergerak cepat sehingga sulit dilihat, audiens dipilih secara kurang baik.

e. Radio

Kelebihan yaitu penggunaan massal, pilihan geografis dan demografis tinggi, serta biaya rendah. Sedangkan kekurangannya yakni hanya penyajian suara, perhatian lebih rendah daripada televisi, struktur harga tidak standar, dan tidak ada jaminan posisi.

f. Internet

Kelebihannya yaitu selektifitas tinggi, adanya kemungkinan interaktif, biaya relatif lebih rendah. Sedangkan kekurangannya yaitu media yang relatif baru yang penggunaannya relatif rendah pada beberapa daerah.

g. Direct mail

Kelebihannya yaitu sasaran terpilih, fleksibel, tidak ada persaingan, serta bersifat personal. Sedangkan kekurangannya yaitu biaya relatif tinggi.

Sumber <https://agil-asshofie.blogspot.com/2016/04/jenis-jenis-media-iklan.html?m=1>

2. Brosur adalah sarana promosi paling efektif karena harganya relatif lebih murah dibanding dengan material marketing lainnya. Saat membuat brosur, seringkali kita hanya fokus pada foto, gambar dan elemen desain lainnya.

Langkah langkah membuat brosur

1. Singkat Namun Tetap Informatif

Cara membuat brosur yang pertama adalah siapkan konten dengan tulisan sesingkat mungkin namun tetap bisa membawa calon konsumen atau klien Anda pada inti informasi yang ingin Anda sampaikan. Jika customer membutuhkan informasi lebih lanjut, Anda bisa langsung mengarahkan mereka untuk menghubungi Anda melalui nomor telepon, alamat, e-mail ataupun website.

2. Atur Tulisan dan tulisan pada Konten

Setelah menentukan konten penting yang akan kita sampaikan ke dalam brosur, cara membuat brosur selanjutnya adalah menentukan ukuran kertas yang akan digunakan dan selanjutnya mengatur mengatur tulisan pada informasi tersebut agar lebih mudah dibaca oleh customer. Berikut adalah beberapa pilihan yang bisa Anda gunakan:

Ukuran font, Gaya font, Poin-poin, dan jenis kertas yang akan digunakan.

3. menggunakan Judul yang Menarik

Judul adalah teks pertama yang dibaca oleh orang yang melihat brosur Anda. Judul yang bombastis dan fantastis dapat membawa emosi konsumen sehingga menarik perhatian mereka.

4. Sebutkan Benefits dari Produk Anda

Ketimbang hanya menyapu bersih seluruh bagian brosur dengan menuliskan penawaran dari produk, tidak ada salahnya kita menyebutkan beberapa benefits atau manfaat yang bisa didapatkan oleh konsumen jika memakai produk Anda. Contohnya saja fasilitas yang ada di kawasan mall baru tersebut, Cara membuat brosur dengan cara ini juga sangat efektif sehingga customer bisa mengetahui kenapa mereka harus mencoba produk yang Anda tawarkan.

5. Unggul dari Kompetitor

Temukan cara untuk menyampaikan kepada konsumen apa yang akan kita berikan sehingga produk kita adalah pilihan terbaik dibandingkan dengan produk dari kompetitor kita,

6. Periksa Ulang Kembali Tulisan And

Tidak hanya Anda yang harus membaca dan memeriksa ulang kembali kalimat atau tulisan yang dicantumkan dalam produk. Mintalah 1 atau 2 orang untuk membantu Anda mengecek dan memeriksanya juga. Cara membuat brosur dengan cara ini dilakukan agar menghindari kesalahan pada penulisan atau typo yang dapat membuat brosur Anda terlihat tidak berharga.

7. Tonjolkan Penawaran Spesial

Jika mall tersebut memiliki beberapa penawaran spesial atau diskon, Anda dapat menonjolkannya pada brosur. Hal ini dapat menambah keinginan konsumen untuk segera memakai atau membeli produk yang Anda tawarkan.

8. Ketahui Audience Anda

Cara membuat brosur selanjutnya adalah lakukan riset untuk menentukan siapa saja target konsumen Anda. Brosur yang dibuat tidak sesuai dengan target Anda, jelas tidak akan efektif dan hanya akan membuang waktu, tenaga serta dana karena tidak akan tepat sasaran.

Karna masyarakat jaman sekarang lebih malas untuk membaca, karna itulah kita harus membuat brosur untuk sesimpel mungkin untuk menarik perhatian masyarakat,

9. Informasi Harus Relevan

Pastikan informasi yang ada di brosur relevan, agar customer Anda mengetahui di mana perusahaan Anda berada, bagaimana cara menghubungi Anda, pelayanan atau produk apa yang Anda tawarkan dan tidak tawarkan dan informasi yang terkait dengan produk Anda lainnya.

Nama:Nira ustina

Nim:171910006

1 Iklan kotak

Pesan dari iklan dicetak dalam media seperti kertas, spanduk, maupun baliho. Kerugian utama dari iklan cetak adalah umur simpan iklan yang singkat. Namun, karena jangkauannya yang solid, iklan cetak adalah salah satu jenis iklan yang cukup mahal dan paling efektif. Iklan cetak bisa ditemui dalam majalah, koran, brosur, dan spanduk.

-iklan online

Iklan online atau iklan digital adalah bentuk pesan yang disampaikan melalui internet. Untuk setiap situs web, iklan merupakan sumber pendapatan utama. Iklan online telah menjadi sangat efektif sehingga iklan tertentu dapat ditargetkan untuk orang tertentu dengan usia tertentu dari lokasi tertentu pada waktu tertentu. Dalam hal penetapan harga iklan online sangat murah dibandingkan dengan semua bentuk iklan lainnya.

-ikan televisi

Sekitar satu dekade yang lalu televisi adalah bentuk periklanan paling populer. Meskipun mahal, Iklan Televisi sampai saat ini merupakan salah satu jenis iklan terbaik dan memiliki jangkauan paling fantastis untuk audiens yang besar.

2 1. Siapkan Dokumen Baru (New Document) pada Word

Pertama, kamu perlu siapkan dokumen kosong pada Word atau mulai dengan salah satu template brosur. Di Word sendiri menawarkan template brosur yang bisa kamu pilih.

2. Sesuaikan Tata Letak

- Orientation

Jika kamu memulai dengan halaman kosong, buat tata letak brosur dengan membuka tab 'Layout'. Kemudian pilih 'Orientation' dan ubahlah dari portrait ke landscape

Kemudian klik 'Margin' dan sesuaikan ke 0,5" atau yang lebih kecil. Perlu diingat, Margin di sini untuk menciptakan ruang putih di sekitar batas pada brosur.

Jadi, kalau kamu menggunakan latar belakang berwarna, dan kamu ingin membuat margin yang lebih kecil, bisa lakukan Margin > Margin Custom. Disarankan untuk 25" kanan dan kiri, dan 31" atas dan bawah.

Namun kamu bisa lewatkan langkah ini jika menggunakan template

(Sumber: Goskills.com)

3. Pilih Tema

Selanjutnya, ke tab 'Design' dan pilih 'Theme' sesuai dengan selera yang kamu inginkan. Tema akan otomatis mengisi ke bagian laman kerjamu.

4. Buat Struktur Dasar

- Ruler dan Gridlines

Lanjut ke tab 'View' kemudian pilih 'Ruler' dan 'Gridlines'. Gunakan pilihan tersebut untuk membuat jarak yang akurat.

- Text Box

Kalau tadi kamu menggunakan margin 0.5", buatlah kotak teks yang lebarnya sebesar 3". Namun ini bisa dibuat lebih pendek atau sebaliknya, tergantung dari teks yang ingin kamu sajikan. Misalnya, cukup gunakan kotak pendek untuk membuat judul, dan kotak panjang untuk menambahkan beberapa paragraf teks.

Untuk menyisipkan kotak teks, buka tab Sisipkan > Kotak teks.

6 Langkah Mudah Membuat Brosur di Word

(Sumber: Goskills.com)

- Columns

Kamu membutuhkan dua halaman dengan tiga kolom. Halaman pertama untuk lipatan depan, belakang, dan dalam brosur. Sedangkan halaman kedua akan menjadi bagian dalam brosur. Gunakan Ruler dan Gridlines untuk menempatkan kotak teks menjadi tiga kolom.

6 Langkah Mudah Membuat Brosur di WordSekarang kamu telah memiliki enam kolom pada desain brosur. Setelah itu kamu bisa masukkan konten tentang produk barang atau jasa. Tak hanya menambahkan teks tentang konten produkmu. Di sini kamu juga bisa menambahkan gambar, bentuk, dan bagan.

7 dari 7 halaman

5. Masukkan Konten

Selesai

L

UJIAN AKHIR SEMESTER

Nama: Nova Riana

NIM: 171910020

Kelas: IK6A

Mata kuliah: Komunikasi Visual

Dosen: Deni Erlansyah, M.Kom., M.M

Soal

1. Dalam pembuatan sebuah Iklan Layanan Masyarakat tentunya diperlukan adanya media iklan, agar pesan sosial tersebut sampai kepada audiencenya. Sebut dan jelaskan jenis-jenis media iklan yang anda ketahui !
2. Studi kasus: Anda adalah seorang desainer komunikasi visual. Anda mendapat tawaran pekerjaan untuk membuat Brosur yang berhubungan dengan mall baru pada sebuah kawasan pusat perbelanjaan di Palembang yang baru selesai dibangun. Secara kualitatif, Langkah-langkah apa yang anda lakukan dari awal sampai terbentuknya Brosur tersebut (proses). Sebutkan secara tertulis proses anda!

JAWABAN

1. Jenis –jenis media iklan:

- A. Iklan cetak adalah iklan yang dibuat dan dipasang menggunakan teknik cetak. Teknik ini dapat berupa letterpress, photolithography, sablon, inkjet, laser, dan lain sebagainya.
- B. Iklan elektronik, adalah iklan yang menggunakan media berbasis elektronik. Secara spesifik, iklan elektronik dapat berupa:

-Iklan Radio: Iklan radio memiliki karakteristik yang hanya bisa didengar melalui audio (suara). Suara itu bisa berupa suara manusia yang teratur, musik, perpaduan suara-suara yang teratur menggunakan ritme dan harmonis, sound effect serta suara-suara yang tidak beraturan atau efek suara alam.

Ada 3 jenis iklan radio, yaitu :

1. Ad lib : disampaikan oleh penyiarinya secara langsung yang hanya berupa siaran suara. Biasanya durasi tidak lebih dari 60 detik.
2. Spot : disampaikan dengan teknik rekaman sebelumnya, sehingga membutuhkan naskah terlebih dahulu. Durasi waktu anata 15-60 detik.

3. Sponsor program : pemberian waktu khusus kepada sponsor untuk menyampaikan pesan dengan cara membiayai suatu program acara radio.

C. Iklan Televisi: Iklan televisi memiliki karakteristik memiliki suara, gambar dan gerak.

Karakteristik inilah yang membuat pemirsa ingin membeli produk yang ditawarkan.

Berdasarkan wujudnya, iklan televisi dapat dikelompokkan menjadi 13 jenis, yaitu:

1. Live action : video klip yang memadukan unsur gambar, suara dan gerak secara serempak.
2. Animation : iklan yang dibangun berdasarkan gambar-gambar kartun (2 D/3D), dapat digambar dengan keterampilan tangan atau teknologi komputer.
3. Stop Action : iklan televisi yang wujudnya berupa perpaduan antara live action dan teknik animasi sehingga menghasilkan efek dramatik iklan, dimana ilustrasi yang rumit bisa digambarkan dengan bagus dan menarik.
4. Musik : disampaikan melalui musik yang menjadi penyampai pesan. Maksudnya, iklan dibungkus di dalam alunan musik yang menjadi kekuatan pesan iklan.
5. Superimposed : iklan televisi berwujud gambar iklan yang ditontonkan di atasnya gambar lain. Di bab ini, gambar yang terlihat biasanya ditontonkan di pojok layar, sementara siaran televisi tetap berjalan.
6. Sponsor program : iklan televisi di mana pihak pengiklan atau sponsor membiayai program acara televisi tertentu dan yang menjadi imbalannya bisa menyampaikan pesan iklan dengan lebih variatif.
7. Running text : iklan di mana pesan ditampilkan keluar masuk secara perlahan, dari sisi kanan keluar sisi kiri. Biasanya running text ada di sebelah bawah layar dan acara utamanya tetap berjalan.
8. Property endorsement : iklan yang berwujud dukungan sponsor yang ditontonkan melalui berbagai bab yang digunakan menjadi kelengkapan properti siaran atau berbagai bab yang dipakai para artis atau penyiar.
9. Caption : iklan yang mirip dengan superimposed, namun pesan yang digunakan hanya berupa tulisan. Umumnya dipakai untuk mendukung iklan property endorsement.
10. Backdrop : iklan televisi di mana pesan iklan ditontonkan di latar belakang acara yang diadakan.
11. Credit Title : iklan di mana pesan iklan ditontonkan di bagian akhir ketika acara sudah selesai.

12. Ad lib : iklan televisi di mana pesan iklan disampaikan dan disiarkan melalui penyiar secara langsung. Bisa di antara satu acara dan acara lainnya atau disampaikan oleh pembawa acara.

13. Promo ad : iklan yang dibuat oleh pengelola televisi untuk mempromosikan acara-acaranya, hal ini untuk mengajak pemirsa tertarik mengenai acara yang ditayangkan. Harapannya, acara tersebut dapat dilihat oleh pemirsa yang banyak.

D. Iklan Film: iklan film wujudnya produk film/cinema. Umumnya, jenis iklan yang muncul yaitu iklan property endorsement dan live action yang tampil sebelum film utama diputar (dirilis). Seringnya juga, suatu film ikut mempromosikan film-film lainnya sebelum film utamanya diputar.

E. Iklan Media Digital Interaktif (Internet) / Website : iklan yang secara keseluruhan berwujud website di semua fitur dalam situs tersebut, yaitu iklan. Terkadang suatu perusahaan juga membuat semua situs perusahaannya menjadi ladang iklan.

Ada juga iklan-Iklan Luar Ruang yaitu :

- Spanduk, adalah media promosi yang biasanya terbuat dari kain ataupun MMT yang dipasang secara membentang di pinggir jalan maupun lokasi usaha.
- Billboard adalah salah satu bentuk promosi iklan luar ruang yang berbentuk seperti poster namun memiliki ukuran cukup besar, Billboard biasanya dipasang di tempat-tempat publik yang ramai seperti jalan raya, pasar, terminal, stasiun atau lainnya. Selain billboard yang dicetak dari bahan MMT, saat ini juga sudah muncul digital billboard atau yang sering disebut videotron, bahkan ada juga yang berupa iklan berjalan atau mobile billboard, yaitu billboard yang dipasang di media transportasi seperti mobil, kereta atau yang lainnya.
- Neon Box, adalah media promosi berbentuk box atau bentuk lain yang di dalamnya diterangi lampu neon. Neon box biasanya dapat lebih mencuri perhatian pada malam hari dan diletakkan di lokasi usaha.
- Baliho, adalah media promosi yang digunakan untuk memberitakan informasi event atau kegiatan yang berhubungan dengan masyarakat, selain itu baliho juga digunakan untuk mengiklankan suatu produk baru. Billboard dan baliho sebenarnya hampir sama, namun baliho memiliki ukuran yang lebih kecil dan pemasangannya tidak serumit Billboard.

2. Karna Mall yang terbilang baru jadi, Langkah yang harus saya lakukan dalam membuat brosur:

- Berbicara terlebih dahulu kepada klien tentang Mall yang baru dibuka tersebut, seperti tujuannya untuk membuat brosur
- Mencari tahu lebih banyak mengenai Mall tersebut
- Berbicara dengan klien mau design seperti apa, dalam bentuk apa (Flyer / selebaran / brosur biasa) , warna , ukuran kertas (ukuran A5 (14,8 X 21 CM atau ukuran DL (9.9 X 21 cm) , tanyakan mau berapa lembar brosur dicetak untuk dipromosikan, dan membuat daftar harga.
- Catatlah semua informasi yang akan di masukkan ke dalam desain brosur sehingga dalam proses desain nanti tidak ada informasi yang kurang atau belum di masukkan.
- Membuat konsep atau model desain lebih dari 1 (satu) sehingga dalam proses desain nanti kita dapat membuat beberapa variasi desain sehingga pemesan brosur dapat dengan mudah memilih desain mana yang paling di sukai atau menarik.
- Membuat desain brosur yang lebih dari 1 (satu) design
- Tanyakan klien mau desain yang mana dan ada yang kurang atau tidak.
- Setelah setuju antara kedua belah pihak maka, mulai lah mencetak brosur.
- Brosur telah selesai dicetak maka klien sudah dapat menerima brosur tersebut (setelah membayar).
- Brosur siap di sebarkan/ dibagikan.

Sumber:

<https://brainly.co.id/tugas/14897164>

<https://printqoe.com/blog/judulartikel/4-langkah-yang-harus-diperhatikan-sebelum-mencetak-brosur.html>

<https://mahirdesain.wordpress.com/materi-2/pembuatan-brosur-dan-poster/>

**SEMOGA PANDEMI COVID-19
CEPAT BERAKHIR
AAMIIN...
#STAYATHOME**

NAMA : NYOMAN OKA BUDIARTA

KELAS : IK6A

NIM : 171910007

MK : KOMUNIKASI VISUAL

1. Sebut dan jelaskan jenis-jenis media iklan yang anda ketahui

- BANNER

Media ini hanya menampilkan gambar tidak bergerak yang biasanya ditemui di jalanan.

- RADIO

Mengiklankan produk melalui media radio sangat sedikit diminati karena hanya menampilkan audio atau suara saja, namun mengiklankan produk atau apapun melalui radio harganya sangat terjangkau.

- TELEVISI

Mengiklankan produk melalui media radio sangat diminati karena menampilkan audio visual yang bergerak maka akan lebih menarik dilihat oleh khalayak atau pemirsa namun mengiklankan produk atau apapun melalui TV harganya sangat mahal bahkan per 5 detik saja sudah masuk di angka 1M.

- SOCIAL MEDIA

Saat ini mengiklankan apapun sangat diminati sekali di Media Social karena harga yang terjangkau dan juga jangkauan pengguna yang sangat banyak maka hal inilah yang menjadi hal baiknya.

2. Tentu saja yang pertama adalah siapkan Aplikasi yang akan kita gunakan untuk membuat Brosur, jika saya menggunakan Aplikasi Corel Draw.

Buka aplikasi Corel draw. Kemudian buatlah dokumen baru dengan meng-klik File > New

Setelah muncul kertas dialog pada dokumen baru, tentukan ukuran kertas yang sesuai dengan keinginan kita. Untuk ukuran brosur kita akan direkomendasikan menggunakan ukuran A4. Kemudian Klik OK

Setelah dokumen kerja selesai dibuat, kita harus membuat kerangka brosur terlebih dahulu. Buatlah sebuah persegi panjang pada lembar kerja tersebut. Cukup sesuaikan persegi dengan lembar kerja.

Kemudian buat kembali sebuah persegi panjang dengan bentuk potrait. Ukuran persegi panjang adalah 9 x 31 cm. Jika sudah muncul jendela transformations, maka klik menu bar window > dockers > Transformations > Position. Kemudian Anda tinggal mengatur posisi persegi dan klik Apply. Setelahnya persegi panjang berbentuk potrait tersebut akan menjadi tiga bagian. Menjadikan kerangka brosur memiliki tiga lipatan.

Sesuaikan persegi panjangkan potrait dengan ukuran persegi panjang awal.

Setelah kerangka brosur tiga lipatan selesai, Kita tinggal membuat desain dari brosur tersebut. Buatlah kembali sebuah persegi dengan menggunakan rectangle tool. Lalu Klik kanan pada perseginya, dan pilih convert to curves. Hal itu berfungsi untuk merubah bentuk persegi, jika kita ingin memberikan warna sebagai background dari brosur.

Jika sudah memiliki gambar yang sesuai untuk dijadikan background dan gambar tertentu untuk menarik perhatian pembaca, Kita dapat menyisipkan gambar tersebut pada kerangka brosur yang telah dibuat di lembar kerja.

Untuk menyisipkan gambar pada lembar kerja, Klik File > Import > Pilih foto yang akan dijadikan desain pada brosur. Aktifkan foto tersebut dengan Klik object > power clip > place inside frame.

Jika desain sudah sesuai dengan keinginan, yang perlu kita lakukan Adalah memasukan teks berisi informasi yang ingin kita sampaikan pada pembaca. Pilihlah font yang sesuai dengan desain. Sehingga pembaca akan merasa senang ketika melihat informasi produk yang ditawarkan dan dapat membacanya berulang kali.

Setelah desain brosur selesai, kita dapat menyimpan file tersebut dengan Klik File> Save

Nama : Putri Pama Prasetyo Laras
Nim : 171910023
Kelas : IK6A
Program Studi : Ilmu komunikasi
Mata Kuliah : Komunikasi Visual / 2 sks
Dosen : Deni Erlansyah, M.Kom., M.M

SOAL UJIAN AKHIR

1. Dalam pembuatan sebuah Iklan Layanan Masyarakat tentunya diperlukan adanya media iklan, agar pesan sosial tersebut sampai kepada audiencenya. Sebut dan jelaskan jenis-jenis media iklan yang anda ketahui !
2. Studi kasus: Anda adalah seorang desainer komunikasi visual. Anda mendapat tawaran pekerjaan untuk membuat Brosur yang berhubungan dengan mall baru pada sebuah kawasan pusat perbelanjaan di Palembang yang baru selesai dibangun. Secara kualitatif, Langkah-langkah apa yang anda lakukan dari awal sampai terbentuknya Brosur tersebut (proses). Sebutkan secara tertulis proses anda!

Jawaban :

1. - Iklan Cetak: Iklan cetak merupakan jenis iklan dibuat dan dipasang menggunakan teknik cetak, bisa berupa print, letterpress, sablon, inkjet, dan sebagainya. Jenis iklan ini sering dijumpai di berbagai media cetak seperti koran, majalah, tabloid, harian, buletin, dan sebagainya.

Berdasarkan luas areanya, iklan cetak dibagi menjadi tiga yakni :

Iklan baris, yakni jenis iklan cetak yang areanya tidak lebih dari 3-4 baris saja.

Iklan kolom, yakni jenis iklan cetak yang memiliki luas 1 kolom, lebih tinggi dibandingkan iklan baris.

Iklan display, yakni jenis iklan cetak yang ukuran lebih luas dibandingkan iklan kolom.

- Iklan Elektronik: Iklan elektronik adalah jenis iklan yang menggunakan media elektronik. Umumnya iklan elektronik bisa dijumpai di alat elektronik seperti TV dan radio. Iklan jenis ini pun menonjolkan video dan audio sebagai media penyampaian pesan dalam iklannya. Iklan pada radio lebih berfokus pada intonasi suara. Sedangkan iklan di TV mengandalkan perpaduan gambar yang ceria dan musik yang menarik agar mudah dikenali oleh masyarakat.

- Iklan internet: adalah jenis iklan yang disampaikan melalui media internet. Jenis iklan ini termasuk dalam iklan elektronik, namun karena saat ini sangat masif, maka bisa jadi kategori tersendiri. Iklan internet bisa ditemui di blog, website, sosial media, mesin pencari, dan sebagainya.

Yang termasuk contoh iklan internet misalnya yaitu iklan banner di blog, iklan endorsement sosial media, dan sebagainya.

- Iklan Luar Ruangan: Iklan luar ruangan atau out of home merupakan jenis iklan yang medianya mencakup masyarakat yang berada di luar rumah. Jenis iklan termasuk dalam iklan cetak, namun sering dikategorikan sendiri karena segmentasi yang berbeda, dan sering kita temui di jalanan.

Yang termasuk contoh iklan luar ruangan misalnya yaitu iklan spanduk, iklan papan billboard, dan sebagainya.

2. Langkah-langkah sebelum membuat brosur menurut saya :

Tujuan

Dalam membuat brosur apa saja yang menjadi tujuan kamu. Mungkin hanya menginformasikan, menjual, menginspirasi, menghibur pelanggan atau memperbanyak calon pelanggan dan mengkonversikan kepada penjualan. Dengan mengetahui tujuan eksplisit kamu dalam membuat brosur, maka dengan mudah menurunkan tujuan tersebut ke dalam konsep desain, kualitas yang diinginkan dan harga.

Audience

Apakah kamu ingin menjangkau pelanggan atau orang-orang sudah mengenal produk kamu sebelumnya atau yang belum mengenal produk kamu? Apakah pembacanya laki-laki / perempuan? Apakah mereka masih muda, apakah mereka sudah dewasa? Apakah mereka sudah menikah? Apakah mereka sudah mempunyai anak? dan sebagainya.

Target akan mempengaruhi gaya desain.

Bagaimana brosur Kamu digunakan oleh target?

Flyer / selebaran / brosur biasanya dibaca oleh target dengan sangat cepat, bahkan hanya kurang dari 3 detik. Jika mereka tertarik akan disimpan, atau setidaknya dipegang hingga beberapa waktu. Idealnya ukuran flier / selebaran / brosur berukuran A5 (14,8X 21cm) atau ukuran DL (9.9 X 21 cm), karena dengan ukuran ini akan mudah dipegang dan disimpan. Jika berukuran lebih besar karena informasi yang akan disampaikan cukup banyak. Hendaknya dilipat sesuai dengan ukuran diatas.

Berapa oplah cetak yang Kamu butuhkan?

Hal ini sangat penting terkait dengan anggaran dan biaya. Jika Kamu ingin mempromosikan produk dengan jangka waktu pendek dengan jumlah target terbatas, ada baiknya Kamu mencetak brosur dengan jumlah 500 lembar atau kurang, jika promosi jangka lama mencetak dengan jumlah 1000 atau lebih. Atau dicetak sesuai dengan target market Kamu.

✚ Letakkan Informasi Kontak Perusahaan pada Bagian Bawah Brosur

Hal terakhir yang dilihat dan dibaca oleh customer adalah nama bisnis dan kontak perusahaan Anda, informasi tersebut akan terus diingat oleh mereka.

✚ Pastikan Font di Brosur Dapat Terbaca

Sudah mengeluarkan banyak pikiran, waktu dan biaya untuk membuat brosur, tetapi brosur Anda tidak dapat terbaca? Itu semua akan menjadi hal yang sia-sia.

✚ Coba Persentase Diskon saat awal pembukaan mall

Menawarkan diskon berdasarkan persentase tertentu adalah salah satu cara yang paling populer untuk memberikan insentif pembelian.

✚ Buat Dan Promosikan Event Berbasis Diskon

Jika Anda mempunyai tugas untuk membuat produk Anda terus, Anda tahu betapa pentingnya memikirkan cara-cara untuk mempertahankan minat pelanggan dan menjaga penjualan.

Salah satu cara untuk melakukannya adalah dengan membuat event khusus yang bisa menjadi alasan untuk memberikan diskon pada customer.

✚ Gunakan Headline yang Menarik

Headline merupakan elemen yang sangat penting dalam mempromosikan suatu produk dalam bentuk brosur. Bagaimana tidak? Headline merupakan suatu hal yang pertama kali akan dibaca oleh calon target market Anda sebelum membaca keseluruhan isi konten brosur. Ketika headline yang Anda tawarkan tidak menarik atau terdengar biasa saja, maka jangan berharap orang lain akan bersedia untuk membaca keseluruhan isi dari brosur Anda. Perhatikan pemilihan font dan ukurannya pada headline yang akan digunakan pada brosur.

Berikan ukuran yang ideal, tidak terlalu kecil atau terlalu besar agar tampilan brosur tetap bagus untuk dibaca calon pelanggan.

✚ Gunakan Kertas yang Tepat

Untuk mendukung tampilan brosur yang menarik, Anda juga perlu menentukan jenis kertas yang tepat. Berbagai pilihan jenis kertas tersedia di pasaran, mulai dari yang berkualitas rendah hingga yang berkualitas tinggi. Anda dapat memilih sesuai dengan kebutuhan dan budget yang Anda alokasikan.

NAMA : RESTI ANGGRAINI

NIM : 171910012

KELAS : IK6A

MATA KULIAH : KOMUNIKASI VISUAL

SOAL :

1. Dalam pembuatan sebuah Iklan Layanan Masyarakat tentunya diperlukan adanya media iklan, agar pesan sosial tersebut sampai kepada audiencenya. Sebut dan jelaskan jenis-jenis media iklan yang anda ketahui !
2. Studi kasus: Anda adalah seorang desainer komunikasi visual. Anda mendapat tawaran pekerjaan untuk membuat Brosur yang berhubungan dengan mall baru pada sebuah kawasan pusat perbelanjaan di Palembang yang baru selesai dibangun. Secara kualitatif, Langkah-langkah apa yang anda lakukan dari awal sampai terbentuknya Brosur tersebut (proses). Sebutkan secara tertulis proses anda!

JAWABAN :

1. Jenis media iklan beserta kelebihan dan kekurangannya menurut Kotler (2002, hal. 670) adalah sebagai berikut :
 - a. Surat kabar : memiliki kelebihan diantaranya tepat waktu, jangkauan yang luas, sangat dipercaya, dan fleksibel. Sedangkan kekurangannya yakni jangka waktu yang pendek, mutu reproduksi yang buruk, “penerusan” ke audiens berikutnya kecil.
 - b. Majalah : Kelebihannya yaitu pilihan geografis dan demografis tinggi, kredibilitas dan gengsi, mutu reproduksi tinggi, serta jangka waktu yang panjang. Sedangkan kekurangannya yaitu ada peredaran yang sia-sia serta tidak ada jaminan posisi produk.
 - c. Brosur : Kelebihannya yaitu lentur, sangat terkendali, peluang interaktif, biaya relatif lebih mudah. Sedangkan kelemahannya yaitu produksi yang berlebihan bisa mengakibatkan pemborosan biaya.

d. Televisi : Kelebihannya yakni dapat menggabungkan gambar, suara, dan gerak merangsang indera, perhatian yang tinggi, serta jangkauan yang luas. Sedangkan kekurangannya yakni biaya yang sangat tinggi, pengelompokan yang tinggi, paparan bergerak cepat sehingga sulit dilihat, audiens dipilih secara kurang baik.

e. Radio : Kelebihan yaitu penggunaan massal, pilihan geografis dan demografis tinggi, serta biaya rendah. Sedangkan kekurangannya yakni hanya penyajian suara, perhatian lebih rendah daripada televisi, struktur harga tidak standar, dan tidak ada jaminan posisi.

f. Internet : Kelebihannya yaitu selektifitas tinggi, adanya kemungkinan interaktif, biaya relatif lebih rendah. Sedangkan kekurangannya yaitu media yang relatif baru yang penggunaannya relatif rendah pada beberapa daerah.

g. Direct mail : Kelebihannya yaitu sasaran terpilih, fleksibel, tidak ada persaingan, serta bersifat personal. Sedangkan kekurangannya yaitu biaya relatif tinggi.

Ada juga iklan-Iklan Luar Ruang yaitu :

a. Spanduk, adalah media promosi yang biasanya terbuat dari kain atupun MMT yang dipasang secara membentang di pinggir jalan maupun lokasi usaha.

b. Billboard adalah salah satu bentuk promosi iklan luar ruang yang berbentuk seperti poster namun memiliki ukuran cukup besar, Billboard biasanya dipasang di tempat-tempat publik yang ramai seperti jalan raya, pasar, terminal, stasiun atau lainnya. Selain billboard yang dicetak dari bahan MMT, saat ini juga sudah muncul digital billboard atau yang sering disebut videotron, bahkan ada juga yang berupa iklan berjalan atau mobile billboard, yaitu billboard yang dipasang di media transportasi seperti mobil, kereta atau yang lainnya.

c. Neon Box, adalah media promosi berbentuk box atau bentuk lain yang di dalamnya

diterangi lampu neon. Neon box biasanya dapat lebih mencuri perhatian pada malam hari dan diletakkan di lokasi usaha.

d. Baliho, adalah media promosi yang digunakan untuk memberitakan informasi event atau kegiatan yang berhubungan dengan masyarakat, selain itu baliho juga digunakan untuk mengiklankan suatu produk baru. Billboard dan baliho sebenarnya hampir sama, namun baliho memiliki ukuran yang lebih kecil dan pemasangannya tidak serumit Billboard.

Sumber : internet (<http://agil-asshofie.blogspot.com/2016/04/jenis-jenis-media-iklan.html>)

2. Langkah – langkahnya :

- **Mempersiapkan Data desain mall**

Contohnya :

- a. Nama mall
- b. Tempat dan Kedudukan mall
- c. lambang dari mall tsb

- **Memilih tema dari desain**

- a. Buatlah konsep atau model desain lebih dari 1 (satu) sehingga dalam proses desain nanti kita dapat membuat beberapa variasi desain sehingga pemesan brosur dapat dengan mudah memilih desain mana yang paling di sukai atau menarik.
- b. Cari inspirasi desain lewat internet atau media cetak yang sudah ada untuk mengawali konsep desain brosur yang akan kita buat.
- c. Konfirmasikan setiap desain brosur yang sudah jadi dan siap cetak kepada pemesana

- **Proses pembuatan desain**

- a. Atur Tulisan pada Konten

Anda menentukan konten penting yang akan Anda sampaikan ke dalam brosur, cara membuat brosur selanjutnya adalah mengatur tulisan pada informasi tersebut agar lebih mudah.

Berikut adalah beberapa pilihan yang bisa Anda gunakan:

- Ukuran *font*
- Gaya *font*
- Poin-poin
- Text Box
- Infografis

b. Gunakan Judul yang Menarik

Judul adalah teks pertama yang dibaca oleh orang yang melihat brosur Anda. Judul yang bombastis dan fantastis dapat membawa emosi konsumen sehingga menarik perhatian mereka.

c. Sebutkan *Benefits* dari Produk Anda

Ketimbang hanya menyapu bersih seluruh bagian brosur dengan menuliskan penawaran dari produk Anda, tidak ada salahnya menyebutkan beberapa *benefits* atau manfaat yang bisa didapatkan oleh konsumen jika memakai produk Anda.

d. Unggul dari Kompetitor

Temukan cara untuk menyampaikan kepada konsumen apa yang akan Anda berikan sehingga produk Anda adalah pilihan terbaik dibandingkan dengan produk dari kompetitor Anda.

e. Periksa Ulang Kembali Tulisan Anda

Tidak hanya Anda yang harus membaca dan memeriksa ulang kembali kalimat atau tulisan yang dicantumkan dalam produk.

f. Cantumkan *Call to Action*

Jangan biarkan orang-orang yang berpotensi menjadi konsumen Anda, hanya membaca brosur produk Anda saja.

g. Informasi Harus Relevan

Pastikan informasi yang ada di brosur relevan, agar *customer* Anda mengetahui di mana perusahaan Anda berada, bagaimana cara menghubungi Anda, pelayanan atau produk apa yang Anda tawarkan dan tidak tawarkan dan informasi yang terkait dengan produk Anda lainnya.

h. Cantumkan *Testimonial* Pelanggan Anda

Testimonial client atau *customer* adalah salah satu cara membuat brosur yang efektif karena *testimonial* dapat menarik perhatian calon pelanggan.

i. Pastikan Font di Brosur Dapat Terbaca

Sudah mengeluarkan banyak pikiran, waktu dan biaya untuk membuat brosur, tetapi brosur Anda tidak dapat terbaca? Itu semua akan menjadi hal yang sia-sia.

j. priksa semua yang sudah di buat

agar tidak ada yang salah sehingga brosur menghasilkan bentuk yang sempurna.

NAMA : ROBIATUL AMINI

NIM : 171910025

KELAS : IK6A

MK : KOMUNIKASI VISUAL

UAS

JAWABAN

1. Ada banyak jenis-jenis iklan. Ada jenis iklan berdasarkan isi, ada berdasarkan media yang digunakan, dan ada berdasarkan sifat dan tujuan. Berikut adalah jenis-jenis iklan berdasarkan media dan tujuannya:

Iklan Media Cetak

Iklan baris biasanya tidak lebih dari 3-4 baris, sampai luas tidak melebihi dari sekolom.

Iklan kolom memiliki luas satu kolom, tetapi lebih tinggi dibanding iklan baris.

Iklan display memiliki ukuran lebih luas jika dibandingkan iklan kolom.

Iklan Media Elektronik

Iklan ini menggunakan media elektronik seperti televisi, radio, film dan lain-lain. Berikut penjelasannya:

a. Televisi

Iklan televisi memiliki karakteristik memiliki suara, gambar dan gerak. Berdasarkan wujudnya, iklan televisi dapat dikelompokkan beberapa jenis, yaitu:

- Iklan

Live action: video klip yang memadukan unsur gambar, suara dan gerak secara serempak.

Animation: iklan yang dibangun berdasarkan gambar-gambar kartun (2D/3D), dapat digambar dengan keterampilan tangan atau teknologi komputer.

Stop Action: iklan televisi yang wujudnya berupa perpaduan antara live action dan teknik animasi sehingga menghasilkan efek dramatik.

Musik: disampaikan melalui musik yang menjadi penyampai pesan. Maksudnya, iklan dibungkus di dalam alunan musik yang menjadi kekuatan pesan iklan.

Superimposed: iklan televisi berwujud gambar iklan yang ditontonkan di atasnya gambar lain. Gambar biasanya ditontonkan di pojok layar sambil siaran tetap berjalan.

Sponsor program: pihak pengiklan atau sponsor membiayai program acara televisi tertentu dan yang menjadi imbalannya bisa menyampaikan pesan iklan.

Running text: iklan di mana pesan ditampilkan keluar masuk secara perlahan, dari sisi kanan keluar sisi kiri.

Property endorsement: iklan yang berwujud dukungan sponsor yang ditontonkan melalui berbagai bab yang digunakan menjadi kelengkapan properti siaran.

Caption: iklan yang mirip dengan superimposed, namun pesan yang digunakan hanya berupa tulisan. Umumnya dipakai untuk mendukung iklan property endorsement.

Backdrop: iklan televisi di mana pesan iklan ditontonkan di latar belakang acara yang diadakan.

Credit Title: iklan di mana pesan iklan ditontonkan di bagian akhir

ketika acara sudah selesai.

Ad lib: iklan televisi di mana pesan iklan disampaikan dan disiarkan melalui penyiar secara langsung.

Promo ad: iklan yang dibuat oleh pengelola televisi untuk mempromosikan acara-acaranya, hal ini untuk mengajak pemirsa tertarik mengenai acara yang ditayangkan.

- Iklan Radio

Iklan radio hanya bisa didengar melalui audio (suara). Suara itu bisa berupa suara manusia yang teratur, musik, perpaduan suara-suara yang teratur menggunakan ritme dan harmonis. Umumnya, ada 3 jenis iklan radio, yaitu:

Ad lib: disampaikan langsung oleh penyiarnya berupa siaran suara. Biasanya durasi tidak lebih dari 60 detik.

Spot: disampaikan dengan teknik rekaman sebelumnya, sehingga membutuhkan naskah terlebih dahulu. Durasi waktu antara 15-60 detik.

Sponsor program: pemberian waktu khusus kepada sponsor untuk menyampaikan pesan dengan cara membiayai suatu program acara radio.

b. Iklan Film

Iklan film wujudnya produk film/cinema. Jenis iklan ini tampil sebelum film utama diputar (dirilis). Seringnya juga, suatu film ikut mempromosikan film-film lainnya sebelum film utamanya diputar.

c. Iklan Media Digital (internet)

Dalam iklan digital interaktif, dibagi lagi menjadi beberapa kelompok, antara lain:

- *Website*: iklan yang secara keseluruhan berwujud website di semua fitur dalam situs tersebut, yaitu iklan. Terkadang suatu perusahaan juga membuat semua situs perusahaannya menjadi ladang iklan.
- *Banner dan tombol*: banner di sini berupa billboard mini yang tersebar di semua halaman web. Button sering berwujud icon ukuran kecil. Keduanya jika diklik akan membawa ke situs dari pengiklan atau halaman yang baru.
- *Sponsorship*: iklan yang dibiayai pihak sponsor secara penuh di dalam dari pembuat situs.
- *Classified ads*: iklan yang berwujud seperti iklan baris dalam koran dan umumnya gratis.
- *E-mail advertising*: iklan yang dikirimkan melalui e-mail kepada para customer yang memang meminta. Iklan ini harus dibedakan dengan SPAM. SPAM adalah iklan massal di dalam e-mail yang dikirimkan oleh entitas yang tidak diketahui

d. Iklan luar ruang

Iklan yang termasuk dalam kategori ini adalah iklan yang medianya mencakup audiens yang berada di luar rumah. Iklan ini muncul dan berpisah dari iklan media cetak, lalu perkembangannya yang dramatis. Jenis iklan ini, antara lain yaitu:

- *Display*: iklan yang ada di layar-layar display di luar ruangan.
- *Mobile billboard*: iklan yang memadukan antara billboard tradisional dan transit.

- *Iklan transit*: berupa penjelasan dari out of home media yang meliputi iklan di bus, taxi, terminal, stasiun dan lain-lainnya.

- Iklan ini berupa baliho standar sampai beragam ukuran. (berbagai sumber/int)

2. Langkah-langkah yang akan saya lakukan yaitu :
 - a. Saya harus tau serta menanyakan nama Toko tersebut
 - b. Kemudian bidang atau jasa serta apa yang yang akan dipasarkan atau dipromosikan ke publik atau masyarakat
 - c. Jenis-jenis produk dan promo apa saja yang akan diberikan kepada publik
 - d. Kemudian mencetak Brosur tersebut

Sumber Internet : (<https://solup.blogspot.com/2018/10/jenis-jenis-iklan-berdasarkan-media.html>)

UJIAN AKHIR SEMESTER

Mata Kuliah/sks : Komunikasi Visual / 2 sks

Nama : Santa Humairo

NIM :171910022

Kelas : IK-6A

Dosen : Deni Erlansyah, M.Kom., M.M

1. Dalam pembuatan sebuah Iklan Layanan Masyarakat tentunya diperlukan adanya media iklan, agar pesan sosial tersebut sampai kepada audiencenya. Sebut dan jelaskan jenis-jenis media iklan yang anda ketahui !

2. Studi kasus: Anda adalah seorang desainer komunikasi visual. Anda mendapat tawaran pekerjaan untuk membuat Brosur yang berhubungan dengan mall baru pada sebuah kawasan pusat perbelanjaan di Palembang yang baru selesai dibangun. Secara kualitatif, Langkah-langkah apa yang anda lakukan dari awal sampai terbentuknya Brosur tersebut (proses). Sebutkan secara tertulis proses anda!

Jawab :

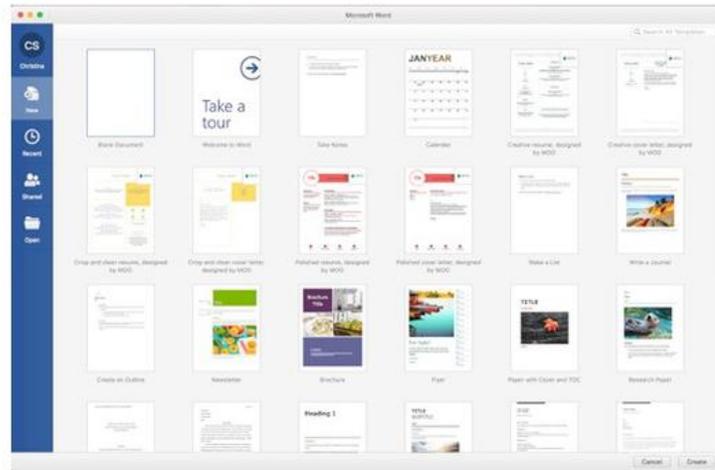
- 1) Jenis media iklan beserta kelebihan dan kekurangannya menurut Kotler (2002, hal. 670) adalah sebagai berikut :
 1. Surat kabar : memiliki kelebihan diantaranya tepat waktu, jangkauan yang luas, sangat dipercaya, dan fleksibel. Sedangkan kekurangannya yakni jangka waktu yang pendek, mutu reproduksi yang buruk, “penerusan” ke audiens berikutnya kecil.
 2. Majalah : Kelebihannya yaitu pilihan geografis dan demografis tinggi, kredibilitas dan gengsi, mutu reproduksi tinggi, serta jangka waktu yang panjang. Sedangkan kekurangannya yaitu ada peredaran yang sia-sia serta tidak ada jaminan posisi produk.
 3. Brosur : Kelebihannya yaitu lentur, sangat terkendali, peluang interaktif, biaya relatif lebih mudah. Sedangkan kelemahannya yaitu produksi yang berlebihan bisa mengakibatkan pemborosan biaya.

4. Televisi : Kelebihannya yakni dapat menggabungkan gambar, suara, dan gerak merangsang indera, perhatian yang tinggi, serta jangkauan yang luas. Sedangkan kekurangannya yakni biaya yang sangat tinggi, pengelompokan yang tinggi, paparan bergerak cepat sehingga sulit dilihat, audiens dipilih secara kurang baik.
5. Radio : Kelebihan yaitu penggunaan massal, pilihan geografis dan demografis tinggi, serta biaya rendah. Sedangkan kekurangannya yakni hanya penyajian suara, perhatian lebih rendah daripada televisi, struktur harga tidak standar, dan tidak ada jaminan posisi.
6. Internet : Kelebihannya yaitu selektifitas tinggi, adanya kemungkinan interaktif, biaya relatif lebih rendah. Sedangkan kekurangannya yaitu media yang relatif baru yang pengungannya relatif rendah pada beberapa daerah.
7. Direct mail : Kelebihannya yaitu sasaran terpilih, fleksibel, tidak ada persaingan, serta bersifat personal. Sedangkan kekurangannya yaitu biaya relatif tinggi.

Ada juga iklan-Iklan Luar Ruang yaitu :

1. Spanduk, adalah media promosi yang biasanya terbuat dari kain atupun MMT yang dipasang secara membentang di pinggir jalan maupun lokasi usaha.
2. Billboard adalah salah satu bentuk promosi iklan luar ruang yang berbentuk seperti poster namun memiliki ukuran cukup besar, Billboard biasanya dipasang di tempat-tempat publik yang ramai seperti jalan raya, pasar, terminal, stasiun atau lainnya. Selain billboard yang dicetak dari bahan MMT, saat ini juga sudah muncul digital billboard atau yang sering disebut videotron, bahkan ada juga yang berupa iklan berjalan atau mobile billboard, yaitu billboard yang dipasang di media transportasi seperti mobil, kereta atau yang lainnya.
3. Neon Box, adalah media promosi berbentuk box atau bentuk lain yang di dalamnya diterangi lampu neon. Neon box biasanya dapat lebih mencuri perhatian pada malam hari dan diletakkan di lokasi usaha.
4. Baliho, adalah media promosi yang digunakan untuk memberitakan informasi event atau kegiatan yang berhubungan dengan masyarakat, selain itu baliho juga digunakan untuk mengiklankan suatu produk baru. Billboard dan baliho sebenarnya hampir sama, namun baliho memiliki ukuran yang lebih kecil dan pemasangannya tidak serumit Billboard.

2) 1. Siapkan Dokumen Baru (New Document) pada Word



Pertama, kamu perlu siapkan dokumen kosong pada Word atau mulai dengan salah satu template brosur. Di Word sendiri menawarkan template brosur yang bisa kamu pilih.

2. Sesuaikan Tata Letak

- Orientation

Jika kamu memulai dengan halaman kosong, buat tata letak brosur dengan membuka tab 'Layout'. Kemudian pilih 'Orientation' dan ubahlah dari portrait ke landscape.

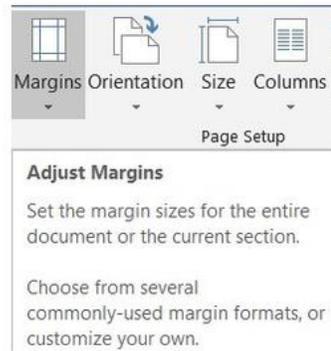
- Margin



Kemudian klik 'Margin' dan sesuaikan ke 0,5" atau yang lebih kecil. Perlu diingat, Margin di sini untuk menciptakan ruang putih di sekitar batas pada brosur.

Jadi, kalau kamu menggunakan latar belakang berwarna, dan kamu ingin membuat margin yang lebih kecil, bisa lakukan Margin > Margin Custom. Disarankan untuk 25” kanan dan kiri, dan 31” atas dan bawah.

Namun kamu bisa lewatkan langkah ini jika menggunakan template.



3. Pilih Tema

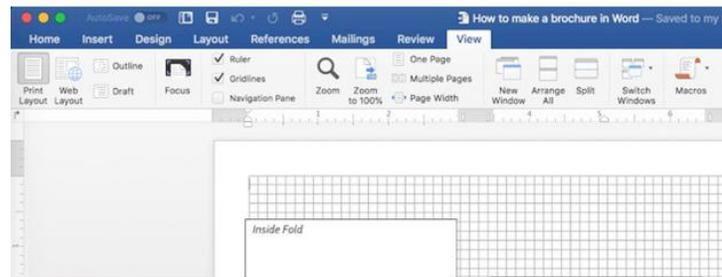


Selanjutnya, ke tab ‘Design’ dan pilih ‘Theme’ sesuai dengan selera yang kamu inginkan. Tema akan otomatis mengisi ke bagian laman kerjamu.

4. Buat Struktur Dasar

- Ruler dan Gridlines

Lanjut ke tab ‘View’ kemudian pilih ‘Ruler’ dan ‘Gridlines’. Gunakan pilihan tersebut untuk membuat jarak yang akurat.



- Text Box

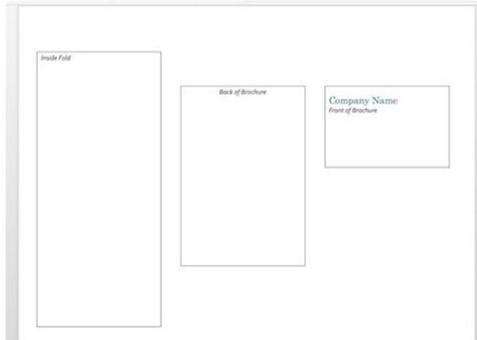
Kalau tadi kamu menggunakan margin 0.5", buatlah kotak teks yang lebarnya sebesar 3". Namun ini bisa dibuat lebih pendek atau sebaliknya, tergantung dari teks yang ingin kamu sajikan. Misalnya, cukup gunakan kotak pendek untuk membuat judul, dan kotak panjang untuk menambahkan beberapa paragraf teks.

Untuk menyisipkan kotak teks, buka tab Sisipkan > Kotak teks.



- Columns

Kamu membutuhkan dua halaman dengan tiga kolom. Halaman pertama untuk lipatan depan, belakang, dan dalam brosur. Sedangkan halaman kedua akan menjadi bagian dalam brosur. Gunakan Ruler dan Gridlines untuk menempatkan kotak teks menjadi tiga kolom.

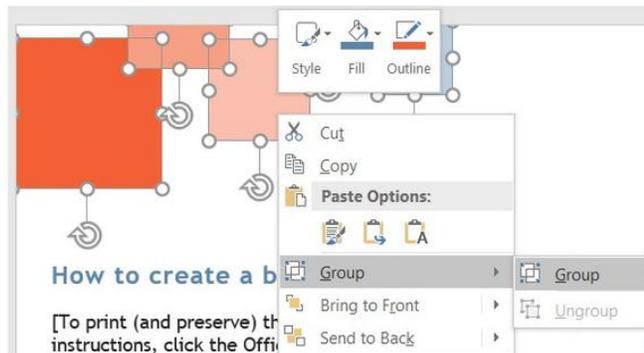


5. Masukkan Konten



Sekarang kamu telah memiliki enam kolom pada desain brosur. Setelah itu kamu bisa masukkan konten tentang produk barang atau jasa. Tak hanya menambahkan teks tentang konten produkmu. Di sini kamu juga bisa menambahkan gambar, bentuk, dan bagan.

6. Buat Grup Konten



Konten kamu akan masuk ke dalam grup konten seperti header dan subjudul, atau sekumpulan bentuk yang membentuk desain tadi. Pilih masing-masing objek ini dan ubah ke dalam 'Group'. Hal ini akan memungkinkan kamu untuk memindahkan masing-masing komponen tersebut secara bersamaan saat ingin mengeditnya.

1. a.) Iklan Media Cetak

Iklan ini dibuat dan dipasang menggunakan teknik cetak. Wujudnya iklan ini dapat ditemukan di koran, majalah, baleho, poster, stiker, dan lain-lainnya. Berdasarkan ruang dan ukuran, setidaknya 3 bentuk iklan ini, yaitu:

- Iklan baris biasanya tidak lebih dari 3-4 baris, sampai luas tidak melebihi dari sekolom.
- Iklan kolom memiliki luas satu kolom, tetapi lebih tinggi dibanding iklan baris.
- Iklan display memiliki ukuran lebih luas jika dibandingkan iklan kolom.

b.) Iklan Media Elektronik

Iklan ini menggunakan media elektronik seperti televisi, radio, film dan lain-lain

c.) Iklan film

Iklan film wujudnya produk film/cinema. Jenis iklan ini tampil sebelum film utama diputar (dirilis). Seringnya juga, suatu film ikut mempromosikan film-film lainnya sebelum film utamanya diputar.

d.) Iklan Luar Ruan

Iklan yang termasuk dalam kategori ini adalah iklan yang medianya mencakup audiens yang berada di luar rumah. Iklan ini muncul dan berpisah dari iklan media cetak, lalu perkembangannya yang dramatis.

2. Menurut saya langkah-langkah yang harus dilakukan dalam hal tersebut adalah jika customer ingin mengetahui lebih lanjut langsung di arahkan ke email, no hp.

-Mengatur tulisan sehingga membuat semua orang jadi tertarik mulai dari pengaturan ukuran font, gaya font, poin-poin dan infografis

- Dan menggunakan bahasa yang menarik sehingga judul tersebut membuat semua orang jadi tertarik

-Menyebutkan benefits dari produk contohnya menyebutkan benefits yang bermanfaat dan bisa didapatkan konsumen jika memakai produk tersebut.

- Mengoreksi tulisan yang telah dibuat membaca ulang sehingga tidak ada yang salah dari penulisan tersebut.

-Mencantumkan alamat di brosur tersebut.

-Dan menonjolkan penawaran yang special sehingga membuat semua orang jadi minat.

Nama : Adek Surya Danar

NIM : 161910032

Kelas : IK6A

UAS KOMUNIKASI VISUAL

1. Dalam pembuatan sebuah Iklan Layanan Masyarakat tentunya diperlukan adanya media iklan, agar pesan sosial tersebut sampai kepada audiencenya. Sebut dan jelaskan jenis-jenis media iklan yang anda ketahui !

Jawab :

Berikut adalah macam-macam jenis iklan yang didasari kepada medianya, yaitu:

- Iklan media cetak yang dimana iklan ini sendiri akan dibuat dan dilakukan pemasangan dengan cara menggunakan teknik cetak yang didalam wujudnya iklan ini akan ditemukan pada sebuah majalah, baleho, poster, hingga stiker. Umumnya akan berlaku dalam waktu 3 bulan.
- Iklan media elektronik yang dimana iklan ini akan menggunakan media elektronik seperti televisi, radio, film dan lain sebagainya
- Iklan film yang dimana iklan ini akan dilakukan penampilan sebelum pada film utama akhirnya dilakukan pengrilisan dan membuat film ini untuk dilakukan pemrososian sebelum film utama tersebut untuk diputar.
- Iklan media digital yang dimana penyebaran iklan akan dilakukan dengan cara menggunakan bantuan internet seperti pada website, banned dan tombol, sponsorship, classified ads
- Iklan luar ruang yang dimana adalah sebuah iklan yang pada medianya akan melakukan pencakupan daripada audiesn yang akan berada di bagian luar rumah dan biasanya klan ini akan muncul dan juga terpisah dari media cetak. (brainly.co.id)

2. Studi kasus: Anda adalah seorang desainer komunikasi visual. Anda mendapat tawaran pekerjaan untuk membuat Brosur yang berhubungan dengan mall baru pada sebuah kawasan pusat perbelanjaan di Palembang yang baru selesai dibangun. Secara kualitatif, Langkah-langkah apa yang anda lakukan dari awal sampai terbentuknya Brosur tersebut (proses). Sebutkan secara tertulis proses anda!

Jawab:

Untuk yang pertama yaitu tujuan, dalam membuat brosur apa saja yang menjadi tujuan saya, dengan mengetahui tujuan eksplisit dalam membuat brosur, maka dengan mudah menurunkan tujuan tersebut ke dalam konsep desain, kualitas yang diinginkan dan harga. Selanjutnya pahami konsumen yang hendak menerima brosur tersebut, siapa dan bagaimana cara memilih kata supaya bisa tersampaikan dengan baik dan benar. Berikutnya, brosur biasanya dibaca oleh target dengan sangat cepat, bahkan hanya kurang dari 3 detik. Jika mereka tertarik akan disimpan, atau setidaknya dipegang hingga beberapa waktu. Maka dari itu saya harus memilih idealnya ukuran kertas dan jenis kertas yang akan di cetak. Karena dengan ukuran ini akan mudah dipegang dan disimpan. Jika berukuran lebih besar karena informasi yang akan disampaikan cukup banyak. Hendaknya dilipat sesuai dengan ukuran diatas. Dan yang terakhir, saya harus tahu target market yang ingin saya promosikan, mempromosikan produk dengan jangka waktu pendek dengan jumlah target terbatas , mencetak brosur dengan jumlah 500 lembar atau kurang, jika promosi jangka lama mencetak dengan jumlah 1000 atau lebih. (printqoe.com)

Nama : Advent Michael Sinaga

Kelas : IK6A

Nim : 171910009

MK : Desain Komunikasi Visual

Jika saya menjadi seorang desainer komunikasi visual dan saya mendapatkan tawaran untuk membuat brosur yang berhubungan dengan mall baru di Palembang yang baru di bangun, maka Langkah-langkah yang saya lakukan mulai dari awal hingga selesai adalah :

1. Survei lokasi
2. Membuat dan menentukan Konsep brosur
3. Memperhatikan ukuran kertas yang digunakan agar sesuai dengan konsep brosur yang akan dibuat
4. Membuat desain warna yang menarik dan sesuai dengan identitas mall tersebut
5. Membuat tulisan yang bagus dan menarik
6. Menuangkan konsep yang sudah disusun ke dalam brosur yang akan dikerjakan (dibuat dalam aplikasi photoshop)
7. Jika sudah selesai dan yakin dengan hasil yang di buat, maka tinggal menerbitkan brosur di tempat yang dipercaya dan berkualitas agar hasil yang di dapat baik.

Sumber atau referensi jawaban :

<https://brainly.co.id/tugas/2682810>

Jawaban uas

Nama: bella niza paramita / 171910046

Kelas : ik6a

1. Macam-macam Media Iklan

Published by [swastika](#) at October 17, 2019

1. Baliho

Jenis media luar ruang yang pertama adalah baliho. Baliho sering kali digunakan oleh banyak orang untuk menyampaikan pesan, promosi, iklan, dan berbagai pemberitahuan lain yang ditujukan kepada masyarakat umum. Selain itu, baliho juga bisa digunakan untuk memberikan informasi tentang suatu event yang berhubungan dengan masyarakat luas serta sering digunakan untuk mengiklankan produk yang baru diluncurkan oleh perusahaan.

Apa saja manfaat dari baliho? Banyak sekali manfaat yang dirasakan mulai dari salah satu cara menyampaikan iklan kepada masyarakat, media promosi, bermanfaat untuk meningkatkan penjualan suatu produk, dan untuk meningkatkan popularitas merek atau pihak pengiklan sendiri.

Hal yang perlu kalian perhatikan saat menggunakan baliho sebagai media iklan luar ruang adalah titik pemasangan yang pas. Artinya jangan sampai iklan yang kalian pasang tersebut tidak terlihat oleh banyak orang dan menjadikan hasilnya menjadi kurang optimal.

2. Spanduk

Selanjutnya adalah jenis media luar ruang yang bernama spanduk. Spanduk merupakan suatu kain rentang yang berisikan suatu berita, informasi, propaganda, dan slogan. Selain itu, semua spanduk juga bisa dimanfaatkan oleh perusahaan untuk mempromosikan kegiatan atau event yang mereka selenggarakan dan mempromosikan suatu produk yang dikeluarkan.

Spanduk menjadi media luar ruang yang cukup populer digunakan untuk melakukan promosi pada saat ini. Beberapa perusahaan advertising pun mampu menyediakan berbagai spanduk kepada pihak yang akan beriklan dengan cepat berkat adanya teknologi mesin digital printing.

Apa fungsi spanduk berkaitan dengan kegiatan promosi yang dilakukan perusahaan? Pertama, spanduk dapat mempengaruhi citra produk yang dimiliki perusahaan, menimbulkan kepercayaan konsumen atas suatu produk, mengingatkan masyarakat kepada suatu produk yang dimiliki perusahaan, serta membangun loyalitas konsumen kepada perusahaan.

Selain manfaat di atas ternyata spanduk memiliki berbagai kelebihan yang bisa didapatkan oleh pihak pengiklan. Spanduk merupakan jenis media luar ruang yang tidak terlalu rumit dalam proses pembuatannya sehingga hal tersebut dapat dimanfaatkan jika perusahaan tidak memiliki banyak waktu untuk membuat suatu iklan. Kedua, spanduk dapat mendapatkan banyak target audience yang melihat spanduk yang dipasang.

Kalian juga bisa menempatkan spanduk di berbagai tempat sesuai dengan keinginan yang menurut kalian cocok untuk pemasaran. Kelebihan lainnya adalah media iklan spanduk dapat dilihat berulang-ulang oleh audiens. Sehingga dapat mengingatkan banyak masyarakat tentang suatu brand.

Meskipun demikian, jenis media luar ruang yang satu ini memiliki beberapa kelemahan yang perlu kalian perhatikan.

Pertama, informasi yang disajikan lewat spanduk tidak terlalu lengkap disampaikan kepada audiens. Kedua, masyarakat akan merasa bosan jika penempatan spanduk terlalu intens atau frekuensinya yang tinggi. Terakhir, jika kalian tidak cerdas dalam memilih tempat, spanduk bisa mengganggu keindahan lingkungan sekitar.

3. Poster

Jenis media luar yang ketiga adalah poster atau plakat. Secara sederhana, poster dapat diartikan sebagai suatu karya desain grafis yang berisi gambar dan huruf yang diaplikasikan pada suatu kertas atau media cetak.

Agar menarik minat masyarakat untuk melihat, biasanya poster menggunakan warna-warna yang kuat dan mencolok. Selain itu, poster sering kali ditempel di permukaan yang datar seperti dinding atau tembok. Penggunaan poster sering kali digunakan untuk menampilkan iklan, propaganda, berita sosialisasi, dan promosi tentang suatu produk.

Poster dirancang bukan tanpa sebab, melainkan ada berbagai tujuan yang ingin dicapai oleh pihak yang membuatnya. Pihak pembuat poster bisa bertujuan untuk kepentingan komersial, mendapatkan perhatian dari masyarakat yang melihat, dan memperoleh simpati dari masyarakat.

Jenis poster yang perlu kalian ketahui :

Poster niaga merupakan sebuah poster yang digunakan untuk mengkomunikasikan berbagai hal yang terkait dengan perniagaan. Mulai dari menawarkan barang dan jasa, promosi, dan diskon yang diberikan suatu perusahaan kepada pelanggannya.

Poster kegiatan sering kali digunakan untuk menyampaikan berbagai kegiatan yang akan diselenggarakan dan melibatkan banyak masyarakat. Seperti kegiatan jalan sehat, senam, atau marathon.

Poster pendidikan memiliki tujuan untuk memberikan pendidikan kepada orang yang melihatnya.

Poster layanan masyarakat sering kali dimanfaatkan dalam berbagai hal yang berkaitan dengan kesejahteraan masyarakat dan suatu hal yang penting diketahui oleh masyarakat.

4. NeonBox

Jenis media luar ruang yang satu ini sudah cukup populer digunakan oleh para pengiklan untuk mempromosikan produk atau layanan yang diberikan. Neon box merupakan suatu media luar ruang yang memanfaatkan media flexy backlite digital printing, cutting sticker, dan acrylic.

Banyaknya pihak pengiklan yang menggunakan neon box sebagai media promosi dikarenakan pada malam hari neon box dapat menyala dan lebih menarik saat dilihat oleh masyarakat. Hal ini dikarenakan neon box memiliki pencahayaan di dalam box yang dimilikinya, sehingga memungkinkan untuk menjadi media promosi saat malam hari.

Suatu perusahaan yang menginginkan promosi terhadap produk dan jasanya sering menggunakan neon box dalam ukuran yang besar atau sering kali disebut dengan giant box. Neon box yang memiliki ukuran besar dapat diaplikasikan dengan menempel pada bagian gedung atau bisa juga berdiri sendiri dengan memanfaatkan konstruksi baja.

Sistem NeonBox :

Neon box memiliki pencahayaan di bagian dalam neon box atau di posisi belakang cover depan dari neon box. Selanjutnya, ada cover dari neon box di bagian depan yang menggunakan bahan acrylic atau bahan yang terbuat dari vinyl. Untuk bahan cover yang berbahan acrylic hanya bisa digunakan untuk neon box yang memiliki ukuran standar . Hal ini dikarenakan bahan acrylic memiliki ukuran yang standar sesuai dengan keluaran pabrik.

Sedangkan bahan cover yang berasal dari vinyl tidak memiliki batasan tertentu dalam hal ukuran. Sehingga dalam hal ini, para pembuatnya dapat menggunakan bahan vinyl untuk neon box yang berukuran lebih besar.

Pada bagian cover atau bagian depan inilah ditempatkan pesan dan informasi yang ingin disampaikan oleh pihak yang mengiklankan. Informasi tersebut dapat berupa jenis produk yang dikeluarkan perusahaan atau identitas dari suatu perusahaan.

Kelebihan dan Kekurangan NeonBox :

Jika kalian berencana menggunakan jenis media luar ruang neon box, maka kalian perlu memperhatikan berbagai kelebihan dan kekurangan yang dimiliki dari jenis media luar ini.

Kekurangan yang dimiliki neon box adalah memakan daya listrik yang sangat besar jika kalian membuat ukuran yang besar. Tapi hal ini bisa kalian atasi dengan menggunakan lampu LED yang terbukti lebih hemat pemakaian daya.

Sedangkan kelebihan penggunaan neon box adalah pesan dan setiap informasi yang kalian sampaikan kepada masyarakat dapat jelas terlihat di waktu malam hari. Hal ini dikarenakan pada neon box terdapat instalasi lampu yang dapat digunakan saat tiba waktu malam.

Bahkan neon box yang ada dapat menjadi salah satu alternatif penerangan di malam hari dan sangat bermanfaat bagi pengguna jalan.

5. Videotron

Sekarang kami akan mengajak kalian untuk memahami jenis media iklan luar ruang yang lebih canggih dari sebelumnya. Media iklan luar ruang yang kami maksudkan adalah videotron. Videotron merupakan suatu bentuk iklan digital yang dilengkapi dengan pergerakan pada visual gambar.

Videotron sering juga disebut dengan megatron mulai digunakan oleh pengiklan untuk menampilkan berbagai produk dengan penempatan di berbagai titik strategis kota besar. Selain menjadi alternatif baru dari pihak pengiklan, videotron juga menjadi sebuah hiburan tersendiri bagi masyarakat yang melihat. Bahkan berbagai kota besar sering kali menggunakan videotron untuk ditempatkan di berbagai sudut kota yang memiliki trafik yang padat atau dilalui oleh banyak masyarakat.

Kelebihan Videotron :

Saat menggunakan videotron, materi iklan yang kalian sampaikan dapat menjadi lebih menarik. Hal ini dikarenakan kemampuan videotron untuk menampilkan sebuah gambar bergerak kepada masyarakat yang melihat.

Iklan yang kalian sampaikan menjadi lebih dinamis dan tidak kaku. Sebab iklan dapat berganti dengan cepat dan selalu melakukan update. Dengan demikian, orang-orang yang melihatnya tidak cepat merasa bosan.

Videotron dapat meningkatkan brand awareness serta brand image kepada para masyarakat yang melihat materi iklan tersebut.

Kemudian dari sisi pihak biro iklan, videotron dapat disewakan kepada satu perusahaan secara eksklusif atau bisa juga ke berbagai perusahaan. Sehingga hal ini memungkinkan fleksibilitas penggunaan terhadap videotron.

Pemerintah daerah dapat memanfaatkan videotron untuk menyampaikan berbagai program layanan masyarakat. Sehingga setiap masyarakat yang melihat dapat mengetahui berbagai program pemerintah.

Dengan videtron pemerintah dapat memanfaatkannya untuk kegiatan promosi pariwisata di daerah tersebut. Sehingga dengan hal ini tidak jarang videtron diletakkan di bandara internasional.

6. WallPainting

Media luar ruang yang terakhir adalah wall painting. Wall painting sering kali digunakan oleh banyak perusahaan untuk mempromosikan produk dan merek yang mereka miliki. Dengan lokasi yang sempit untuk meletakkan media iklan apalagi yang berukuran besar, menjadikan wall painting sebuah alternatif media luar ruang.

Wall painting dilakukan dengan memanfaatkan tembok yang terbuka sebagai media promosi. Dikarenakan yang menjadi media iklan adalah tembok maka saat membuat sebuah iklan pihak perusahaan menggunakan cat tembok dalam aplikasinya.

Namun kalian perlu mengingat satu hal dalam menggunakan teknik wall painting dimana kalian harus memilih media tembok yang menghadap ke jalan umum dan memiliki tinggi yang sesuai dan tidak terhalang oleh apapun. Hal ini sangat diperlukan karena berkaitan dengan pesan yang akan disampaikan bisa ditangkap atau tidak oleh masyarakat yang berlalu-lalang.

Hal yang sering kali menjadi permasalahan saat menggunakan media wall painting adalah ketidaksetujuan pemilik bangunan untuk bekerja sama. Di mana saat kalian menemukan lokasi yang tepat dan mudah terlihat oleh banyak masyarakat namun sang pemilik bangunan tidak bersedia temboknya diaplikasikan wall painting.

Jika dibandingkan dengan menggunakan media baliho, pengguna wall painting sebagai media promosi memiliki beberapa keunggulan. Biaya produksi yang harus dikeluarkan oleh perusahaan jauh lebih murah dibandingkan menggunakan media billboard. Namun meskipun demikian, manfaat promosi yang akan dirasakan sama besarnya dengan menggunakan billboard.

Wall painting sangat cocok digunakan di kota besar yang memiliki ruang untuk beriklan yang sempit namun memiliki bangunan yang padat. Ditambah lagi dengan keberadaan bangunan yang lebih tinggi dari sekitarnya dan tidak terhalang dengan apapun.

7. Reklame/Billboard

Reklame atau billboard adalah papan besar yang dibangun secara permanen dan digunakan sebagai media promosi iklan luar ruang (outdoor advertising). Reklame atau billboard dan memiliki ukuran yang cukup besar. Dalam arti yang sebenarnya billboard adalah bentuk poster dengan ukuran yang cukup besar dan diletakkan tinggi di tempat tertentu yang ramai dilalui orang. Billboard termasuk model reklame media luar ruang yang paling banyak digunakan.

8. Rontek

Rontek secara bahasa adalah bendera kecil yang dihiaskan pada tombak. Rontek sebagai media iklan sering kali berbentuk seperti baliho namun sangat sederhana dan tidak permanen. Biasanya rontek dibangun dengan menggunakan bamboo sebagai penegak poster/materi iklan yang hendak di pasang.

Sumber :

<https://swastikaadvertising.com/macam-macam-media-iklan-outdoor/>

diakses pada tanggal 11 mei 2020 pukul 9;38pm

2. proses Cara Membuat Brosur

1. Memahami Pelanggan Anda

Sebelum Anda mulai merancang sebuah brosur, sebaiknya Anda terlebih menganalisa pelanggan Anda seperti apa yang mereka butuhkan, kenapa mereka harus membeli produk Anda (jika Anda membuat brosur untuk penjualan), apa yang hal yang paling penting yang dapat diberikan kepada mereka dan sebagainya. Cobalah bertanya pendapat orang lain, kalau bisa langsung bertanya ke pelanggan Anda agar Anda langsung mengetahui apa yang mereka inginkan dan membuat mereka tertarik.

2. Rencanakan Brosur Anda Untuk AIDA

AIDA adalah akronim dari Attention, Interest, Desire, and Action. Tujuan Anda membuat brosur adalah mendapatkan perhatian, mendapatkan ketertarikan mereka untuk mengetahui isi brosur Anda lebih jauh, meningkatkan keinginan mereka terhadap produk atau jasa Anda (jika brosur Anda mengenai promosi produk dan jasa), membuat mereka memberikan respon nyata seperti membeli, membuat janji, menanggapi informasi ataupun memberikan postcard.

3. Gunakan Software Khusus Desain Grafis

Selain mempertimbangkan konten, Anda perlu memperhatikan konsep desain yang Anda rancang. Karena itu, gunakanlah software desain grafis yang menurut Anda dapat membantu Anda bebas berkreasi membuat brosur yang menarik orang lain membacanya.

4. Meletakkan Foto/Gambar Yang Mewakili Brosur Anda

Untuk menambah daya tarik pembaca/pelanggan, Anda dapat meletakkan foto/gambar yang berkaitan dengan konten brosur Anda di bagian depan. Namun, ingatlah sebaiknya Anda tidak meletakkan foto/gambar bangunan dari perusahaan Anda jika brosur Anda berupa promosi produk dari perusahaan.

Fokuslah kepada konten dan apa yang Anda tawarkan gunakan ruang semaksimal mungkin untuk menjelaskan produk Anda.

5. Suguhan Tampilan Desain Brosur Dan Judul Yang Menarik

Hal pertama yang dilihat seseorang ketika melihat brosur adalah tampilannya dan judulnya. Dan waktu yang mereka butuhkan untuk itu hanya sebentar sekitar 5 detik. Setelah itu, mereka akan memutuskan melanjutkan membaca atau tidak. Oleh karena itu, berikan tampilan yang menarik dan sesuai tema dan gunakan judul / headlines yang menarik orang lain penasaran dan kemudian membacanya.

6. Hindari sesuatu hal yang terlalu panjang

Sampaikan isi dari brosur Anda secara per point dari setiap informasi ataupun produk dan jasa yang Anda tawarkan. Berikan mereka, penjelasan yang singkat, padat dan jelas. Kemudian, buatlah mereka berpikir untuk memberikan respon dan tindakan nyata kepada apa yang sudah kamu informasikan dan tawarkan.

Berikut ini cara membuat brosur di Coreldraw mudah yang bisa Anda ikuti.

Buka aplikasi Corel draw. Kemudian buatlah dokumen baru dengan meng-klik File > New

Setelah muncul kertas dialog pada dokumen baru, tentukan ukuran kertas yang sesuai dengan keinginan Anda. Untuk ukuran brosur Anda akan direkomendasikan menggunakan ukuran A4. Kemudian Klik OK

Setelah dokumen kerja selesai dibuat, Anda harus membuat kerangka brosur terlebih dahulu. Buatlah sebuah persegi panjang pada lembar kerja tersebut. Cukup sesuaikan persegi dengan lembar kerja.

Kemudian buat kembali sebuah persegi panjang dengan bentuk potrait. Ukuran persegi panjang adalah 9 x 31 cm. Jika sudah muncul jendela transformations, maka klik menu bar window > dockers > Transformations > Position. Kemudian Anda tinggal mengatur posisi persegi dan klik Apply. Setelahnya persegi panjang berbentuk potrait tersebut akan menjadi tiga bagian. Menjadikan kerangka brosur memiliki tiga lipatan.

Sesuaikan persegi panjangkan potrait dengan ukuran persegi panjang awal.

Setelah kerangka brosur tiga lipatan selesai, Anda tinggal membuat desain dari brosur tersebut. Buatlah kembali sebuah persegi dengan menggunakan rectangle tool. Lalu Klik kanan pada perseginya, dan pilih convert to curves. Hal itu berfungsi untuk merubah bentuk persegi, jika Anda ingin memberikan warna sebagai background dari brosur.

Jika sudah memiliki gambar yang sesuai untuk dijadikan background dan gambar tertentu untuk menarik perhatian pembaca, Anda dapat menyisipkan gambar tersebut pada kerangka brosur yang telah dibuat di lembar kerja.

Untuk menyisipkan gambar pada lembar kerja, Klik File > Import > Pilih foto yang akan dijadikan desain pada brosur. Aktifkan foto tersebut dengan Klik object > power clip > place inside frame.

Jika desain sudah sesuai dengan keinginan, yang perlu Anda lakukan adalah memasukan teks berisi informasi yang ingin Anda sampaikan pada pembaca. Pilihlah font yang sesuai dengan desain. Sehingga pembaca akan merasa senang ketika melihat informasi produk yang ditawarkan dan dapat membacanya berulang kali.

Setelah desain brosur selesai, Anda dapat menyimpan file tersebut dengan Klik File> Save

Setelah Anda membuat brosur promosi di coreldraw, tentu brosur tersebut harus dicetak bukan? Lalu di manakah tempat yang cocok untuk Anda mencetak brosur? Jawabannya adalah Printera.

Doa :

Harapan,dan doa saya semoga wabah ini ingin cepat selesai dan cepat diangkat wabah ini, karena wabah ini membuat kegiatan dan aktivitas terhambat, buat banyak masyarakat juga cemas untuk berinteraksi,"

semoga allah swt mendengarkan doa kita semua aamiin

UAS KOMUNIKASI VISUAL

NAMA : BELTA YUNI AMELDIA

KELAS ; IK6A

NIM : 171910004

JAWAB:

1.) Sebut dan jelaskan media iklan yang kalian ketahui:

Iklan adalah suatu bentuk informasi yang dilakukan oleh seseorang, perusahaan, lembaga atau instansi yang berisi pesan yang menarik tentang sebuah produk atau jasa yang ditujukan untuk masyarakat publik. Secara umum pesan dalam iklan adalah bentuk ajakan. Sehingga tujuan iklan ini adalah untuk membujuk dan mendorong masyarakat sebagai konsumen agar tertarik. (sumber <https://www.liputan6.com/>)

- Iklan media cetak

Iklan cetak adalah iklan yang dibuat dan disajikan menggunakan cara dicetak. Biasanya iklan cetak yang kerap kita temui di koran, selebaran, majalah, koran, baliho, poster, stiker dan lain sebagainya. Dalam iklan cetak terdapat ketentuan dalam membuatnya berdasarkan dimana iklan tersebut akan dipasang. Iklan cetak tidak memiliki lebih dari 4 baris atau tidak sampai lebih dari kolom iklan. Untuk iklan cetak dalam kolom ukurannya lebih tinggi dari pada iklan baris. Iklan cetak display biasanya memiliki ukuran yang luas.

- Iklan elektronik Menurut saya Iklan elektronik banyak sekali yang sering di temui, antara lain:

Iklan televisi : live action, animasi, musik, sponsor program, running text, ad lib, promo ad, credit title, back drop, credit title, property endorsement dan lainnya. Terus juga ada iklan radio, Iklan film, Iklan luar ruang seperti iklan yang berada di bus, taxi, terminal, stasiun yang menggunakan media elektronik, semua iklan itu gunanya untuk menarik para konsumen.

2.) Jawab studi kasus:

Seorang desainer grafis memiliki tanggung jawab mewujudkan komunikasi verbal menjadi komunikasi visual agar semua pesan dapat dengan mudah diterima oleh konsumen. Mereka bertugas untuk memahami dan melaksanakan kebutuhan klien dalam hal desain. Apalagi jika suatu perusahaan meminta seorang desainer untuk membuat brosur suatu usahanya maka seorang desainer harus memastikan betul tindakan apa yang harus dilakukannya terlebih dahulu, misalnya saja seperti tawaran pekerjaan untuk membuat brosur yang berhubungan dengan mall baru di salah satu pusat pembelanjaan di Palembang, langkah awal yang harus dilakukan seorang desainer adalah:

- Bertemu klien untuk membahas tujuan bisnis dan kebutuhan pekerjaan
- Memperkirakan waktu yang dibutuhkan untuk menyelesaikan pekerjaan
- Mengembangkan prototype (model kerja) desain yang sesuai dengan tujuan klien.
- Berpikir kreatif untuk menghasilkan ide-ide dan konsep-konsep baru dan mengembangkan desain interaktif
- Menggunakan inovasi untuk mendefinisikan kembali desain dalam keterbatasan biaya dan waktu
- Mempresentasikan ide dan konsep yang telah dibuat

- Proofreading (menulis resensi) untuk menghasilkan karya yang akurat dan berkualitas tinggi
- Menunjukkan keterampilan ilustrasi dengan sketsa kasar
- Bekerja sebagai bagian dari tim dengan copywriter, fotografer, penata, ilustrator, desainer lain, account executive, pengembang web, dan spesialis pemasaran.

Jika semua itu sudah dilakukan barulah kita langsung menuju langkah awal pembuatan brosur, dan sampai terjadinya brosur tersebut. Yaitu dengan cara:

1. menentukan tema atau ide yang akan disampaikan di dalam brosur
2. memilih jenis brosur yg akan digunakan
3. menuliskan judul yg menarik
4. menuliskan informasi secara baik
5. menentukan jenis, ukuran, dan warna tulisan
6. menentukan gambar atau ilustrasi yg akan digunakan serta menyesuaikannya dengan tulisan