

PERANCANGAN PROTOTYPE VISUAL PADA BAGIAN DESAIN SEBAGAI MEDIA INFORMASI DAN PROMOSI PADA PT. SULINDAFIN

Maimunah¹⁾, David Ericson Manalu²⁾, Dian Budi Kusuma³⁾

^{1), 2), 3)} Teknik Informatika STMIK Raharja

Jl Jenderal Sudirman Modern Cikokol Tangerang

Email : maimunah@raharja.info¹⁾, ericson@raharja.info²⁾, budikusuma@raharja.info³⁾

Abstrak

Masa kini merupakan periode perkembangan teknologi. Teknologi Desain Visual berkembang seiring perkembangan zaman. Hal tersebut memaksa perusahaan untuk menggunakan desain visual berkualitas dan dapat menunjang promosi dan informasi perusahaan dan dapat bersaing di era globalisasi ini. Oleh karena itu PT. SULINDAFIN (Susila Indah Synthetic Fiber Industries) yang bergerak dalam bidang tekstil benang membutuhkan desain visual agar informasi dan promosi yang perusahaan miliki dapat ditampilkan menjadi lebih baik lagi. Media promosi dan informasi yang ada pada PT. SULINDAFIN (Susila Indah Synthetic Fiber Industries) sebelumnya hanya menggunakan surat edaran. Dari hasil analisa kebutuhan yang dilakukan penulis terhadap PT. SULINDAFIN (Susila Indah Synthetic Fiber Industries), Perusahaan tersebut membutuhkan media promosi dan informasi yang menarik untuk memperkenalkan seluruh kegiatan dan produk perusahaan dan diharapkan melalui perancangan desain sebagai media informasi dan promosi dapat membantu perkembangan perusahaan. Rancangan prototipe visual yang ditampilkan pada penelitian ini terdiri dari desain katalog produk, brosur, poster dan spanduk.

Kata Kunci : Desain, Visual, Informasi dan Promosi

1. Pendahuluan

Perkembangan dunia industri yang semakin pesat, mengharuskan industri untuk meningkatkan mutu dan kualitas dalam produknya, untuk dapat bersaing di tengah kancah industri yang semakin berkembang. Perkembangan media komunikasi yang semakin cepat berkembang berdampak mempengaruhi kehidupan masyarakat. Media komunikasi sebagai kebutuhan manusia di bidang informasi. Melalui media komunikasi visual kita mendapatkan informasi visual yang kita tangkap melalui panca indra. Dimana media komunikasi visual mempunyai tiga fungsi dasar, yaitu sebagai sarana identifikasi, sebagai sarana informasi dan instruksi, dan yang terakhir sebagai sarana promosi. Tujuan dari komunikasi visual sebagai sarana presentasi dan promosi adalah untuk menyampaikan pesan, mendapatkan perhatian (*atensi*) dari mata (secara visual) dan membuat pesan tersebut dapat diingat.

Media informasi dan promosi merupakan suatu kebutuhan guna membangun dan mempromosikan suatu industri yaitu PT. SULINDAFIN. Media komunikasi visual adalah sarana media informasi dan promosi yang dapat mempresentasikan citra/*image* perusahaan dan memperkenalkan aktifitas perusahaan secara detail yang dikemas semenarik mungkin untuk meningkatkan perkembangan perusahaan setiap tahunnya dan menarik perhatian relasi pihak perusahaan dan masyarakat.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak PT. SULINDAFIN, hingga saat ini sarana penunjang informasi dan promosi yang digunakan dalam bentuk pengumuman berbasis surat dan dinilai oleh pihak perusahaan bahwa informasi yang ada pada perusahaan masih sederhana dan belum update. Untuk itu kedepannya dari pihak perusahaan menghendaki bentuk media penunjang informasi dan promosi berupa pengembangan media komunikasi visual yang berisikan tentang informasi seluruh aktifitas perusahaan. Di harapkan desain visual ini membantu dalam memberikan informasi dan promosi yang lebih baik.

Kajian Pustaka

1.1. Definisi Media

Media adalah sarana untuk menyimpan pesan atau informasi kepada *public* dengan menggunakan berbagai unsur komunikasi grafis seperti teks atau gambar atau foto.[1]

Adapun pengertian Media Komunikasi Visual adalah sarana untuk penyampaian pesan atau informasi kepada publik yang dirangkai dengan penggunaan media penggambaran yang hanya dapat terbaca oleh indera penglihatan.[2]

1.2. Definisi Promosi

Promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran. Yang dimaksud dengan komunikasi pemasaran adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk dan mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.[1]

1.3. Tujuan Promosi

Tujuan Utama dari promosi adalah menginformasikan, mempengaruhi dan membujuk, serta mengingatkan pelanggan tentang sasaran perusahaan dan bauran pemasarannya.[3]

1.4. Pengertian Perancangan

Perancangan adalah setiap rancangan harus memenuhi kebutuhan penggunaannya dan dapat berfungsi dengan baik, fungsi timbul sebagai akibat dari adanya kebutuhan manusia dalam usaha untuk mempertahankan serta mengembangkan hidup dan kehidupannya di alam semesta ini.[4]

Metodologi

Metodologi yang digunakan menggunakan metode konsep desain

a) Perencanaan media

Perencanaan media merupakan kegiatan yang sangat penting dalam promosi. Dalam hal ini konsep media yang di buat penulis adalah media berbasis cetak. Media berbasis cetak ini berupa katalog produk, poster, brosur dan spanduk. Semua desain dari media ini memiliki unsur kegiatan perusahaan dan juga memiliki unsur promosi yang di kemas menggunakan pengembangan kreatif desain grafis.

b) Perencanaan pesan (Konsep Kreatif)

Konsep perencanaan pesan atau kreatif yang ingin dituangkan ke dalam media adalah data-data obyektif yang di peroleh dari PT. PT.SULINDAFIN (*Susilia Indah Synthetic Fibers Industries*) yaitu foto foto kegiatan perusahaan yang kemudian diolah sedemikian rupa yang sesuai dengan kebutuhan promosi. Hal ini jadi pemikiran serius penulis untuk menuangkan ide dan gagasan yang ingin di tampilkan secara keseluruhan supaya dapat di pahami makna dari konsep kreatif media berbasis cetak ini.

c) Perencanaan visual

Tujuan visual media berbasis cetak ini menampilkan suasana lebih informatif dari segi desain dan tulisan. Dari desain ini juga menampilkan foto-foto *moment* terbaik dari seluruh kegiatan yang sudah di liput. Adapun strategi visual yang ingin disampaikan penulis adalah dengan bentuk yang menarik tetapi sederhana. *Image* atau kesan yang akan ditonjolkan dari perancangan desain ini adalah warna biru muda yang dikombinasikan dengan berbagai warna. Yang dijadikan sebagai warna identitas serta menampilkan logo dan foto foto kegiatan perusahaan pada setiap media yang akan didesain.

Literature Review

1. Penelitian yang dilakukan oleh Jaelani Munawar, pada tahun 2014 dengan judul "Perancangan

Katalog Sebagai Media Promosi Pada PT. Utama Mandiri Jaya". Dalam penelitian ini penulis bertujuan untuk membuat suatu media promosi yang menarik untuk memperkenalkan seluruh produk dan diharapkan melalui perancangan media komunikasi visual ini dapat meningkatkan omset perusahaan terkait. Penulis menggunakan metode pengumpulan data melalui *interview* kepada obyek yang diteliti untuk mendapatkan hal – hal yang diperlukan dalam proses pembuatan project yang sesuai dengan keinginan penulis berdasarkan pada obyek yang diteliti. Berdasarkan penelitian Project yang dihasilkan memiliki kelebihan yaitu menghemat waktu dalam proses penyampaian informasi dan mudah dimengerti oleh konsumen, akan tetapi dari *project* yang dihasilkan juga memiliki kekurangan karena mudah rusak dan proses produksi yang cukup rumit dan sulit.[5]

2. Penelitian yang dilakukan oleh Rino Zamari, pada tahun 2012 dengan berjudul "Perancangan Media Komunikasi Visual Sebagai Penunjang Media Promosi Pada CV. Gaya Remaja Tailor". Dalam penelitian ini penulis bertujuan untuk memperkenalkan seluruh kapasitas perusahaan dan diharapkan melalui perancangan media komunikasi visual ini dapat memenuhi kebutuhan masyarakat, dapat diterima oleh seluruh khalayak sasaran dan agar mendapat kepercayaan dari calon konsumen atau perusahaan yang ingin menjalin kerjasama dengan perusahaan terkait. Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode analisa yang didapat dari hasil Interview yang dilakukan kepada pihak terkait sebagai Stakeholder untuk memperoleh data yang akan digunakan dalam pembuatan Project dalam penulisannya. Berdasarkan penelitian yang dihasilkan memiliki kelebihan yang diberikan oleh karya visual dalam bentuk majalah yaitu pesan dapat disesuaikan dengan kebutuhan, terdapat ilmu pengetahuan, bentuk komunikasi disesuaikan dengan target Audience, dan kualitas visual relatif baik. Adapun kekurangan dari produk yang dihasilkan yaitu mudah rusak dan biaya produksi yang cukup mahal.[6]

3. Penelitian yang dilakukan oleh Asih Sumaryani, pada tahun 2013 dengan judul "Perancangan Media Katalog Sebagai Penunjang Informasi Dan Promosi Pada CV. Zero Store". Dalam penelitian ini penulis bertujuan Booklet Katalog sebagai sarana media informasi yang lebih efektif tentang perusahaan dan produk yang dihasilkan untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan dapat diterima seluruh khalayak sasaran untuk menyampaikan citra produk dan profil perusahaan terkait. Dalam penelitian ini penulis melakukan analisa masalah menggunakan pendekatan ekspetasi dan pendekatan realita serta menganalisa permasalahan dengan metode wawancara terhadap pihak terkait untuk mendapatkan data yang diinginkan. Dari hasil *project* yang dihasilkan terdapat keunggulan dari *booklet* Katalog yaitu dengan menggunakan media

cetak ini pengeluaran yang dikeluarkan untuk biaya promosi bisa lebih murah jika dibandingkan dengan menggunakan media audio dan visual serta juga audio visual, dan dapat menyampaikan informasi yang diinginkan secara terperinci. Namun kelemahan dari Booklet Katalog yaitu Booklet ini tidak bisa menyebar ke seluruh masyarakat karena disebabkan keterbatasan penyebaran dan memerlukan banyak tenaga dalam penyebarannya.[7]

4. Penelitian yang dilakukan oleh Martini Jayanti, pada tahun 2013 dengan judul "Perancangan Media Company Profile Sebagai Penunjang Informasi Dalam Meningkatkan Efektifitas Program Pemasaran Pada Hotel Narita Tangerang". Dalam penelitian ini penulis bertujuan untuk mempermudah mengetahui orientasi seputar manajemen dan mempermudah untuk mengetahui orientasi layanan dan fasilitas yang diberikan instansi terkait. Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode analisa dengan Interview dengan pihak terkait sebagai Stakeholder agar mendapatkan data yang untuk membuat Project yang diinginkan. Dari Project yang dibuat terdapat kelebihan yaitu agar dapat lebih meningkatkan pelayanan yang tersedia di instansi terkait, meningkatkan efektifitas dalam penyampaian informasi seputar layanan yang tersedia pada instansi terkait sedangkan kelemahan dari Project ini adalah target *Audience* hanya untuk kalangan tertentu atau untuk pengunjung instansi terkait saja.[8]
5. Penelitian yang dilakukan oleh Theresia Sherly Kusumawati pada tahun 2013 dengan judul "Perancangan Media Desain Komunikasi Visual Jasa EO Untuk Meningkatkan Efektifitas Promosi Pada CV. Kurnia Vision". Dalam penelitian ini penulis bertujuan untuk menghasilkan media yang berisikan informasi yang lengkap mengenai produk yang dihasilkan serta dapat menarik konsumen dan menjadi media yang komunikatif. Dalam penelitian ini penulis menggunakan analisa perumusan masalah yang didapat dari hasil Interview pada perusahaan terkait untuk mendapatkan data dan masalah yang terjadi agar Project yang dihasilkan tepat sasaran. Dari penelitian ini dapat disimpulkan manfaat dan kelebihan dari produk yang dihasilkan lebih bervariasi, media yang dipakai lebih banyak dan disesuaikan dengan konsumen, tetapi terdapat kelemahan seperti biaya produksi yang mahal.[9]

2. Pembahasan

2.1. Pengarahan Visualisasi (*Art Directing*)

Dalam pembuatan media seperti desain katalog produk, poster, spanduk dan brosur, agar desain tersebut terlihat menarik dan memiliki karakter. Oleh sebab itu, dijabarkan visualisasi yang dipilih dan dapat dipergunakan pada media-media rancangan :

1. Totalitas warna yang dipergunakan adalah :
 - a. Hijau : Melambangkan alam, Sehat, islami, dan Pembaharuan

- b. Kuning : Melambangkan Optimis, harapan
 - c. Orange : Melambangkan Energi, Keseimbangan, Kehangatan.
 - d. Hitam : Melambangkan Kekuatan, Kecanggihan, Keagungan
 - e. Putih : Melambangkan Kesucian, Kebersihan
 - f. Merah : Melambangkan keberanian dan semangat.
 - g. Ungu : Spiritual, Misteri, Kebangsawanan, Transformasi.
 - h. Coklat : Tanah atau Bumi, Nyaman, Daya Tahan
2. Jenis huruf yang dipergunakan adalah jenis huruf Superclarendon-Black, Copperplate, ArialRoundedMTBold, *Marker Felt-Thin* dan *DINCondensed-Bold*, karena jenis huruf tersebut menarik, formal dan mudah dibaca oleh semua kalangan.
3. Tata letak atau layout yang dipergunakan adalah dengan menata atau menyatukan unsur-unsur komunikasi visual mulai dari teks, gambar dan warna agar menjadi media komunikasi visual yang komunikatif dan dapat menarik perhatian relasi perusahaan dan masyarakat

2.2. Software yang di gunakan

Software yang digunakan dalam pembuatan desain ini adalah Adobe Illustrator CS5. Adobe Illustrator merupakan program aplikasi berbasis vektor dan bitmap yang beroperasi pada lingkungan Windows dan Mac OS.

2.3. Latar Belakang dan Konsep Desain

2.3.1. Desain Katalog Produk

Latar belakang

Desain Katalog Produk ini dibuat untuk mempermudah dan menarik para calon konsumen untuk mengenal produk yang tersedia di PT. SULINDAFIN (Susilia Indah Synthetic Fibers Industries).

Karakteristik Sasaran Demografi :

- a. Jenis Kelamin : Pria dan Wanita
- b. Kelas Ekonomi : Menengah Keatas
- c. Sasaran : Para Pengusaha *Textile* dan Masyarakat

Karakteristik Sasaran Geografi :

Sasaran : Pasar dalam Negeri meliputi Tangerang, Jakarta, Bogor, Bandung, Bekasi, Semarang, Solo dan Surabaya.

Konsep desain

1. *Image*

Penulis menggunakan background biru muda, dan dipadukan dengan foto – foto produk yang dihasilkan di PT. SULINDAFIN (*Susilia Indah Synthetic Fibers Industries*).

2. *Color*

Pada desain katalog produk ini, penulis menggunakan warna biru dengan putih. Untuk warna font hitam dan warna stroke hitam.

3. Font

Pada desain katalog produk ini penulis menggunakan font Superclarendon-Black

Visual

Layout Kompherensif Katalog Produk

Berikut tampilan layout kompherensif Katalog Produk :



Gambar 1. Layout Kompherensif Katalog Produk

Final Artwork Katalog Produk

Desain di gunakan untuk mengenalkan produk produk yang telah dibuat oleh PT. SULINDAFIN (*Susilia Indah Synthetic Fibers Industries*) untuk konsumen dan para relasi perusahaan. Desain katalog ini menampilkan logo perusahaan agar memantapkan katalog ini benar dari PT SULINDAFIN. Selain itu juga di tampilkan beberapa tulisan tentang keterangan dari produk supaya konsumen memahami kegunaan produk dan spesifikasinya. Desain ini sebagai penunjang informasi dan promosi kepada konsumen dan relasi PT. SULINDAFIN (*Susilia Indah Synthetic Fibers Industries*).

Berikut gambar *Final Artwork* Katalog Produk :



Gambar 2. Final Artwork Katalog Produk

2.3.2. Desain Poster

Latar Belakang

Desain Poster ini dibuat untuk mempromosikan dan menarik para calon konsumen di PT. SULINDAFIN (*Susilia Indah Synthetic Fibers Industries*).

Karakteristik Sasaran Demografi :

- a. Jenis Kelamin : Pria dan Wanita
- b. Kelas Ekonomi : Menengah Keatas
- c. Sasaran : Para Pengusaha *Textile* dan Masyarakat

Karakteristik Sasaran Geografi :

Sasaran : Pasar dalam Negeri meliputi Tangerang, Jakarta, Bogor, Bandung, Bekasi, Semarang, Solo dan Surabaya

Konsep desain

1.Image

Penulis menggunakan background biru tua dengan garis diagonal dan dipadukan dengan foto – foto produk yang dihasilkan di PT. SULINDAFIN (*Susilia Indah Synthetic Fibers Industries*).

2.Color

Pada desain poster ini, penulis menggunakan warna biru tua.Untuk warna fonthitam dan warna stroke hitam.

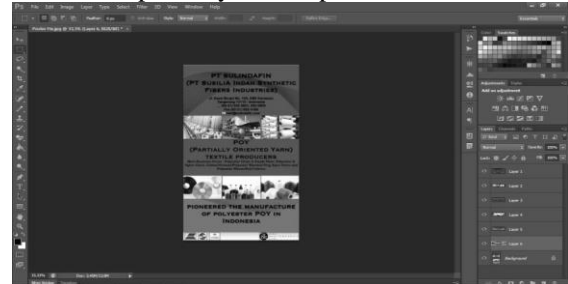
3.Font

Pada desain poster ini penulis menggunakan font Copperplate dan ArialRoundedMTBold.

Visual

Layout Kompherensif Poster

Berikut tampilan layout kompherensif Poster :



Gambar 3. Layout Kompherensif Poster

Final Artwork Poster

Desain ini untuk penunjang promosi PT. SULINDAFIN (*Susilia Indah Synthetic Fibers Industries*) kepada masyarakat dan para pengusaha textile. Terdapat beberapa foto produk untuk menarik hati masyarakat maupun pengusaha textile. Logo perusahaan agar poster benar di sahkan oleh PT. SULINDAFIN(*Susilia Indah Synthetic Fibers Industries*). Desain ini di peruntukkan kepada semua lapisan masyarakat dan terutama para pengusaha textile.

Berikut gambar *Final Artwork*Poster :



Gambar 4. Final Artwork Poster

2.3.3. Desain brosur

Latar Belakang

Desain Brosur ini dibuat untuk mempermudah dan menarik para calon konsumen untuk mengenal produk yang tersedia di PT. SULINDAFIN (*Susilia Indah Synthetic Fibers Industries*).

Karakteristik Sasaran Demografi :

- a. Jenis Kelamin : Pria dan Wanita

- b. Kelas Ekonomi : Menengah Keatas
- c. Sasaran : Para Pengusaha
 Textile dan Masyarakat

Karakteristik Sasaran Geografi :

Sasaran : Pasar dalam Negeri meliputi Tangerang, Jakarta, Bogor, Bandung, Bekasi, Semarang, Solo dan Surabaya.

Konsep desain

1. Image

Penulis menggunakan *background* biru muda dengan abu - abu dan dipadukan dengan foto – foto produk, logo dan sertifikasi di PT. SULINDAFIN (*Susilia Indah Synthetic Fibers Industries*).

2. Color

Pada desain brosur ini, penulis menggunakan warna biru, putih, abu - abu. Untuk warna *fonthitam* dan warna *stroke* hitam.

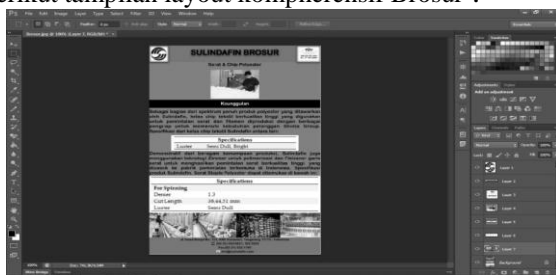
3. Font

Pada desain brosur ini penulis menggunakan *font ArialRoundedMTBold*.

Visual

Layout Kompherensif Brosur

Berikut tampilan layout kompherensif Brosur :

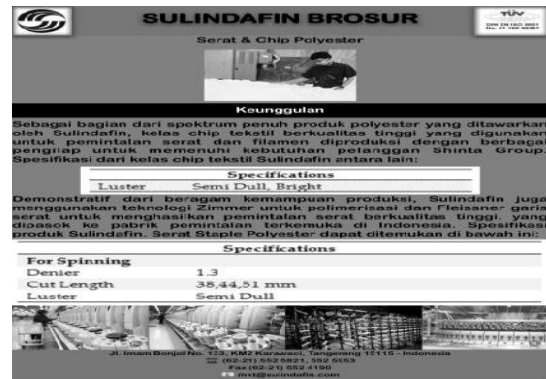


Gambar 5. Layout Kompherensif Brosur

Final Artwork Brosur

Desain ini menampilkan foto buruh dan foto proses pengelola produk untuk menarik hati para pengusaha textile ataupun masyarakat. Terdapat beberapa tulisan yang menjelaskan beberapa keunggulan produk dari PT. SULINDAFIN (*Susilia Indah Synthetic Fibers Industries*). Serta terdapat table spesifikasi produk supaya para pengusaha textile bisa mengetahui lebih detail keunggulan produk. Logo perusahaan agar brosur ini di sahkan oleh PT. SULINDAFIN(*Susilia Indah Synthetic Fibers Industries*). Desain ini sebagai penunjang promosi dan informasi kepada pengusaha tekstil dan masyarakat.

Berikut gambar *Final Artwork* Brosur :



Gambar 6. Final Artwork Brosur

2.3.4. Desain Spanduk

Latar Belakang

Desain Spanduk ini selalu mengingatkan para pegawai untuk selalu mengutamakan keselamatan dalam bekerja di PT. SULINDAFIN (*Susilia Indah Synthetic Fibers Industries*).

Karakteristik Sasaran Demografi :

- a. Jenis Kelamin : Pria dan Wanita
- b. Kelas Ekonomi : Menengah
- c. Sasaran : Para Pegawai di PT. SULINDAFIN (*Susilia Indah Synthetic Fibers Industries*)

Karakteristik Sasaran Geografi :

Sasaran : Para Pegawai di PT. SULINDAFIN (*Susilia Indah Synthetic Fibers Industries*)

Konsep desain

1. Image

Penulis menggunakan *background* abu - abu dan dipadukan dengan logo K3 (Kesehatan dan Keselamatan Kerja).

2. Color

Pada desain spanduk ini, penulis menggunakan warna biru, merah, hijau dan abu - abu. Untuk warna *fonthitam* dan merah serta warna *stroke* hitam.

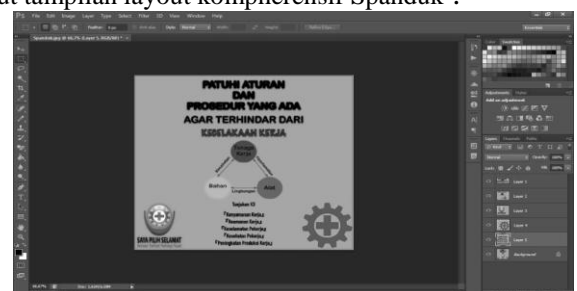
3. Font

Pada desain spanduk ini penulis menggunakan *font ArialRounded MT Bold, Marker Felt-Thin dan DINCondensed-Bold*.

Visual

Layout Kompherensif Spanduk

Berikut tampilan layout kompherensif Spanduk :

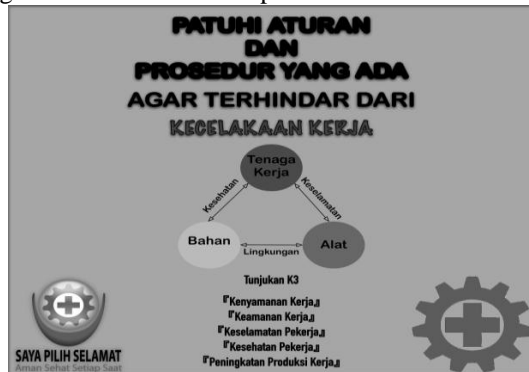


Gambar 7. Layout Kompherensif Spanduk

Final Artwork Spanduk

Desain ini di peruntukan buat karyawan di PT. SULINDAFIN (*Susilia Indah Synthetic Fibers Industries*) supaya di patuhi. Desain terdapat diagram segitiga sebagai cara menarik untuk memberitahu aturan kerja yang baik. Logo k3 sebagai pengingat kepada karyawan keselamatan kerja lebih penting. Desain ini sebagai informasi khusus kepada karyawan PT. SULINDAFIN (*Susilia Indah Synthetic Fibers Industries*).

Berikut gambar *Final Artwork Spanduk* :



Gambar 8. Final Artwork Spanduk

3. Kesimpulan

Berdasarkan penilaian dari karyawan PT. SULINDAFIN (*Susilia Indah Synthetic Fibers Industries*) Tangerang, bahwa didapatkan beberapa kesimpulan adalah sebagai berikut, diantaranya :

1. Bentuk media informasi dan promosi yang dibutuhkan oleh relasi perusahaan dan masyarakat luas dari PT. SULINDAFIN adalah media komunikasi visual yang dapat memberikan informasi yang efektif mengenai produk dan aktifitas perusahaan. Dengan desain yang menarik dapat mempermudah dalam penyampaian pesan kepada relasi perusahaan dan masyarakat, berikut adalah program media yang diimplementasikan sesuai dengan kebutuhan perusahaan yaitu berupa katalog produk yang berisi produk yang tersedia, poster terdapat beberapa foto produk untuk menarik hati masyarakat maupun pengusaha textile, desain spanduk ini selalu mengingatkan para pegawai untuk selalu mengutamakan keselamatan dalam bekerja, desain brosur ini menampilkan foto buruh dan foto proses pengelola produk untuk menarik hati para pengusaha textile ataupun masyarakat
2. Dalam pembuatan desain selalu berdasarkan pada kebutuhan serta keinginan *customer*, desain / operator hanya memberikan masukan atau saran, mengenai keputusan diterima atau tidaknya masukan tersebut sepenuhnya diserahkan kepada *customer*. Dan keputusan *customer* selalu menjadi prioritas utama.
3. Berdasarkan kepuasan *customer* tersebut adalah sebagai tujuan yang utama maka diperlukan pemikiran untuk mengembangkan beberapa ide kreatif yang unik

untuk diajukan kepada *customer* sebagai alternatif, sehingga pada akhirnya kerja keras, tanggung jawab terhadap pekerjaan jiwa seni yang kuat serta semangat untuk berkembang harus dimiliki oleh seorang desainer/operator, untuk menghadapi persaingan yang begitu ketat.

Daftar Pustaka

- [1] Maimunah, S, Lusyani, L. Nina. "Media Company Profile Sebagai Sarana Penunjang Informasi Dan Promosi", Tangerang: Jurnal CCIT Vol.5 No.3 Mei 2012.
- [2] S. Lusyani, S. Abas, D. Jasmine. "Keefektifan Media Komunikasi Visual Sebagai Penunjang Promosi Pada Perguruan Tinggi Raharja", Tangerang: Jurnal CCIT Vol.9 No.1 September 2015.
- [3] T, Fandy. "Strategi Pemasaran". Yogyakarta: Andi Offset, 2008.
- [4] S. Gatoet. "Panduan Mudah Merancang Bangunan, Jakarta: NiagaSwadaya. 2013.
- [5] M. Jaelani. "Perancangan Katalog Sebagai Media Promosi Pada PT. Utama Mandiri Jaya". STMIK Raharja: Tangerang, 2014.
- [6] Z. Rino. "Perancangan Media Komunikasi Visual Sebagai Penunjang Media Promosi Pada CV. Gaya Remaja Tailor". STMIK Raharja: Tangerang. 2012.
- [7] S. Asih. "Perancangan Media Katalog Sebagai Penunjang Informasi Dan Promosi Pada CV. Zero Store". STMIK Raharja :Tangerang, 2013.
- [8] J. Martini. "Perancangan Media Company Profile Sebagai Penunjang Informasi Dalam Meningkatkan Efektifitas Program Pemasaran Pada Hotel Narita Tangerang". STMIK Raharja : Tangerang, 2013.
- [9] K. Theresia Sherly. "Perancangan Media Desain Komunikasi Visual Jasa EO Untuk Meningkatkan Efektifitas Promosi Pada CV. Kurnia Vision". STMIK Raharja: Tangerang, 2013.

Biodata Penulis

Maimunah, memperoleh gelar Sarjana Komputer (S.Kom), Jurusan Teknik Informatika STMIK Budi Luhur Jakarta, lulus tahun 2001. Memperoleh gelar Magister Komputer (M.Kom) Program Pasca Sarjana Magister Ilmu Komputer Universitas Budi Luhur Jakarta, lulus tahun 2009. Saat ini menjadi Dosen di STMIK Raharja Tangerang.

David Ericson Manalu, mahasiswa Jurusan Teknik Informatika STMIK Raharja Tangerang Angkatan Tahun 2012.

Dian Budi Kusuma, mahasiswa Jurusan Teknik Informatika STMIK Raharja Tangerang Angkatan Tahun 2012.