

Desain Publikasi Dan Promosi Sebagai Penunjang Informasi Pada Koperasi Karyawan Mitra Mandiri

Lili Indah Sari¹, Wishnu Aribowo Probonegoro², Sujono³

¹Manajemen Informatika, ISB Atma Luhur, ^{2,3}Sistem Informasi, ISB Atma Luhur
Jl.Jend Sudirman, Kel Selindung Pangkalpinang, Kep. Bangka Belitung

Email : lilie@atmaluhur.ac.id, wishnuap77@atmaluhur.ac.id, sujono@atmaluhur.ac.id

Abstract

Mitra Mandiri Employee Cooperative (KKMM) is a cooperative established by PT Timah as a forum for employees to be more productive and is still running well and is active to this day. Employee cooperatives need publications and promotions as media to support information. The publication design makes it easier for the employee cooperative to disseminate important information about news, activities and others to members and prospective members who are active employees of PT Timah. Planning the design and paying attention to the choice of text content that can convey concise and concise information to cooperative members. For that reason, the author tries to introduce employee cooperatives through publication media in the form of logos, banners, brochures, and company profiles that are commonly used as publication media. Publication media is a very effective medium to convey and publish products/services. Based on the results of testing using blackbox testing, the media used by the author can convey information completely and efficiently. In making the design of the publication, the author uses Adobe Photoshop CS 10 and Sony Vegas Pro 11.0 software.

Keywords: *Publication Design, Mitra Mandiri Employee Cooperative, Promotion.*

Abstraksi

Koperasi Karyawan Mitra Mandiri (KKMM) merupakan koperasi yang didirikan oleh PT Timah sebagai wadah bagi karyawan untuk lebih produktif dan masih berjalan dengan baik juga aktif hingga saat ini. Koperasi karyawan membutuhkan publikasi dan promosi sebagai media penunjang informasi. Desain publikasi memudahkan koperasi karyawan dalam menyebarkan informasi penting mengenai berita, kegiatan dan lainnya kepada anggota maupun calon anggota yang berasal dari karyawan aktif PT Timah. Merencanakan desain dan memperhatikan pilihan isi teks yang dapat menyampaikan informasi secara singkat juga padat kepada anggota koperasi. Dengan alasan itulah maka penulis mencoba memperkenalkan koperasi karyawan melalui media publikasi berupa logo, spanduk, brosur, dan company profile yang umum digunakan sebagai media publikasi. Media publikasi merupakan media yang sangat efektif untuk menyampaikan dan mempublikasikan produk/jasa. Berdasarkan hasil pengujian menggunakan blackbox testing, media yang digunakan oleh penulis dapat menyampaikan informasi dengan lengkap dan efisien. Dalam membuat desain publikasi penulis menggunakan software Adobe Photoshop CS 10 dan Sony Vegas Pro 11.0.

Kata Kunci: *Desain Publikasi, Koperasi Karyawan Mitra Mandiri, Promosi.*

1. PENDAHULUAN

PT Timah adalah salah satu perusahaan BUMN penghasil timah terbesar di Indonesia. PT Timah dalam perjalanannya turut serta membangun koperasi sebagai wadah bagi karyawan untuk lebih produktif. Wadah yang dibangun yaitu Koperasi Karyawan Mitra Mandiri (KKMM) dan masih berjalan dengan baik juga aktif hingga saat ini. Koperasi karyawan merupakan bentuk koperasi stabil dengan keanggotaan yang tetap, karena anggota koperasi yang bergabung hanya terbatas karyawan perusahaan tersebut. Koperasi karyawan didirikan perusahaan sebagai sarana penunjang karyawan yang memiliki banyak manfaat, yaitu karyawan dapat menabung dengan menyisihkan penghasilan sebagai simpanan wajib per bulan dengan metode sistem potong gaji, karyawan mudah mendapatkan sumber dana kredit keperluan rumah tangga, dan karyawan dapat meningkatkan jalinan komunikasi yang baik dengan karyawan lainnya.

Saat ini di koperasi karyawan PT Timah yaitu Koperasi Karyawan Mitra Mandiri (KKMM) masih belum adanya upaya upaya atau desain publikasi yang dilakukan oleh koperasi, khususnya kalau ada informasi atau promosi yang dilakukannya. Oleh karena itu koperasi karyawan membutuhkan publikasi dan promosi sebagai media penunjang informasi. Desain publikasi digunakan untuk memudahkan koperasi karyawan dalam menyebarkan informasi penting mengenai berita, kegiatan, dan lainnya. Promosi dilakukan untuk memaksimalkan penyampaian informasi, sehingga dibutuhkan desain yang semenarik mungkin agar sampai kepada anggota koperasi karyawan dengan baik.

2. METODE PENELITIAN

A. Model Penelitian

Model penelitian dalam penelitian ini menggunakan model deskriptif desain yang dibuat oleh penulis.

B. Metode Pengumpulan Data

1. Observasi

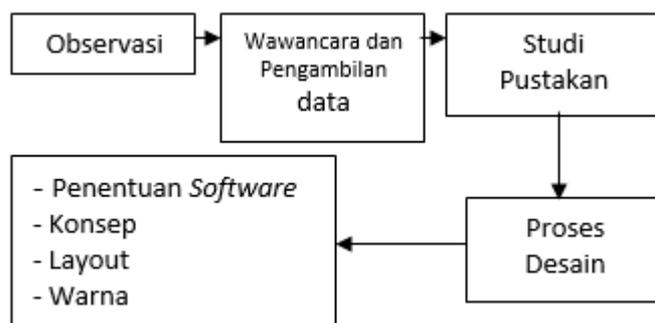
Observasi adalah metode yang akurat dalam pengumpulan data dan tujuannya mencari informasi tentang kegiatan yang dilakukan kemudian digunakan untuk tujuan penelitian[1].Observasi dilakukan untuk melakukan kajian dan analisa terhadap desain yang akan di buat sesuai dengan kebutuhan yang ada pada koperasi.

2. Wawancara

Wawancara adalah sebuah kegiatan yang bertujuan memperoleh informasi dari seorang narasumber yang dilakukan dengan cara melontarkan pertanyaan kepada narasumber terkait suatu topik tertentu yang dibahas [1]. Wawancara dilakukan dengan bagian tertentu yang berkaitan dengan desain dan promosi pada koperasi KKMM.

3. Studi pustaka

Studi pustaka adalah pengumpulan informasi dan data dengan berbagai bantuan bahan yang ada dipergustakaan seperti dokumen, buku, catatan, majalah, dan sebagainya [2].



Gambar 1. Skema Pengerjaan

C. Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah sebuah teori yang digunakan untuk merencanakan sesuatu hal yang dilakukan dengan SWOT. SWOT adalah sebuah singkatan dari, S adalah *Strength* atau kekuatan, W adalah *Weakness* atau kelemahan, O adalah *Opportunity* atau Kesempatan, T adalah *Threat* atau Ancaman[3]. Analisis SWOT didasarkan pada kesesuaian antara sumber daya *internal* perusahaan dengan situasi eksternal perusahaan. Kesesuaian yang baik akan memaksimalkan *strengths* (kekuatan) dan *opportunities* (peluang) perusahaan serta meminimalkan *weakness* (kelemahan) dan *threats* (ancaman). *Strengths* (kekuatan) dan *weakness* (kelemahan) adalah faktor manajemen yang sepenuhnya dalam kendali manajemen. *Strengths* (kekuatan) adalah faktor-faktor yang selama ini berhasil dikendalikan sehingga memberikan dampak positif bagi perusahaan/organisasi. *Weakness* (kelemahan) adalah faktor-faktor yang tidak berhasil dikelola sehingga memberikan dampak negatif bagi perusahaan. *Opportunities* (peluang) adalah faktor yang berasal dari luar kendali manajemen, tetapi kemunculannya akan memberikan suatu peluang sukses bagi perusahaan, jika

perusahaan mempunyai kekuatan yang cukup untuk beradaptasi. *Threats* (ancaman) adalah faktor-faktor yang berada di luar manajemen dan jika muncul akan mengancam keberlangsungan hidup perusahaan karena merupakan penghalang utama bagi perusahaan dalam mencapai posisi saat ini/puncak [4]. Selain analisis SWOT, penulis juga menggunakan pengujian blackbox testing pada penelitian ini.

D. Tools

Tools yang digunakan dalam penelitian ini

1. Adobe Photoshop CS 6

Adobe Photoshop adalah suatu program aplikasi yang bisa menunjang bagi para pemakai untuk mewujudkan bentuk desain dengan membuat dan memanipulasi gambar dan juga menyimpan banyak rahasia dan trik [5]. Adobe Photoshop memiliki format berkas (*file*) yang bernama JPEG (*Joint Photographic Expert Group*) merupakan skema kompresi *file* bitmap. Awalnya, *file* yang menyimpan hasil foto digital memiliki ukuran yang besar. sehingga tidak praktis. Dengan format baru ini, hasil foto yang semula berukuran besar berhasil dikompresi (dimampatkan) sehingga ukurannya kecil. Kelebihannya lebih praktis dan ukuran kecil. Kekurangannya mungkin kulaitas fotonya dapat berkurang. Dalam penelitian ini penulis menggunakan *software* Adobe Photoshop CS (*Creative Suite*) versi ke tiga belas yaitu Adobe Photoshop CS 6 dalam merancang desain promosi.[6]

2. Sony Vegas Pro 11.0

Sony Vegas adalah *software* video editing untuk memodifikasi, pemangkasan dan pemotongan video dan file audio secara *real time*. Sony Vegas adalah aplikasi windows dan jika ingin mengedit *video* secara *real time*, maka membutuhkan *software* ini karena memungkinkan anda sebagai *editor cut-based*. *Software* ini dapat menerapkan efek khusus, transisi, dan judul untuk masing-masing potongan dan *timeline* secara keseluruhan [7].

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Analisa SWOT terhadap Sketsa Desain dan Hasil Desain

Analisis SWOT mengenai desain publikasi dan promosi yang akan penulis buat di Koperasi Karyawan Mitra Mandiri (KKMM) Pangkalpinang sebagai berikut :

1. Logo

a. *Strength* (Kekuatan)

Sebagai identitas dari koperasi Karyawan Mitra Mandiri (KKMM)

Logo mudah diingat, khususnya oleh karyawan Koperasi itu sendiri

Logo mempunyai makna dari Koperasi tersebut

b. *Weakness* (Kelemahan)

Belum dapat mencerminkan arti koperasi secara global, dan kurang spesifik

Desain ajuan dan hasil masih sangat sederhana

c. *Opportunity* (Kesempatan)

Sebaiknya logo yang ada tidak usah diubah dalam jangka waktu yang lama

d. *Threat* (Ancaman)

Logo yang ada ataupun yang sudah di buat belum mempunyai hak paten, sehingga suatu saat mungkin bisa di tiru oleh koperasi lain



Gambar 2. Sketsa Logo



Gambar 3. Hasil Desain Logo

2. Brosur

a. *Strength* (Kekuatan)

Ukuran pada kertas brosur simple dan mudah di bawa, serta bisa dilipat menggunakan kertas licin dan berwarna, sehingga memiliki daya tarik berisi gambar, dan informasi tentang koperasi

b. *Weakness* (Kelemahan)

Informasi yang terdapat di brosur masih kurang spesifik khususnya terhadap kelebihan yang disediakan oleh koperasi s

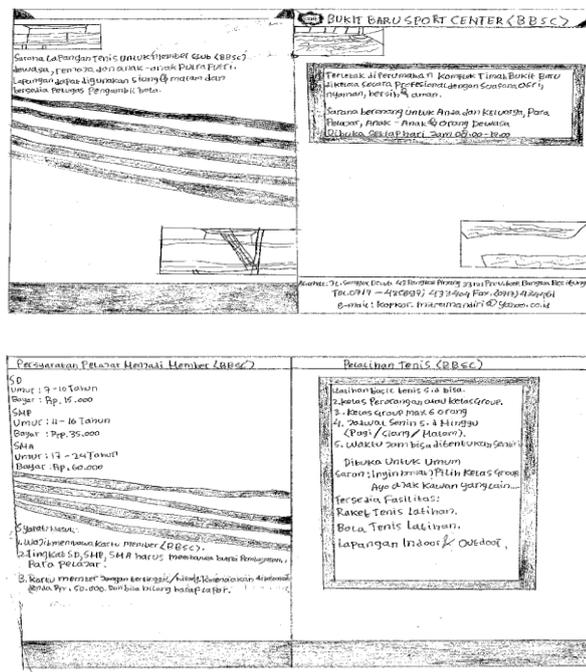
Sulit memberikan bimbingan kepada pembacanya.

c. *Opportunity* (Kesempatan)

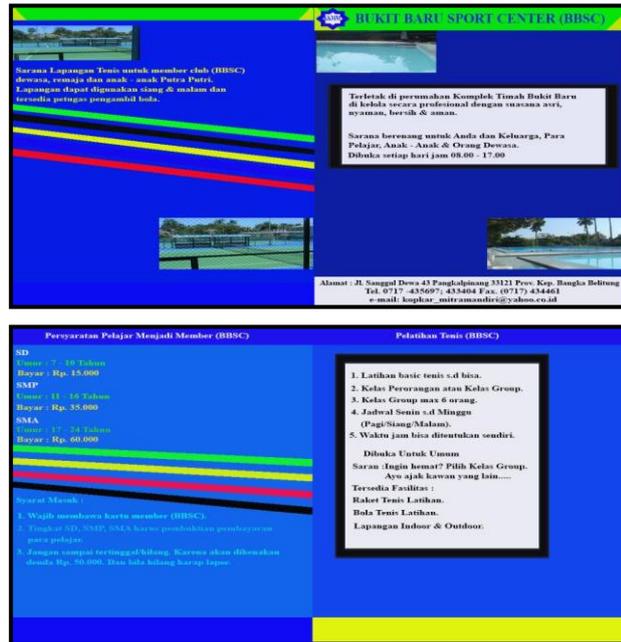
Dengan adanya brosur diharapkan dapat memberikan informasi informasi kepada karyawan koperasi.

d. *Threat* (Ancaman)

Dikarena brosur berupa kertas, jika terkena air akan cepat rusak



Gambar 4. Sketsa Brosur



Gambar 5. Desain Brosur

3. Spanduk

a. *Strength* (Kekuatan)

Sebagai media promosi yang efisien dan sering dilihat oleh banyak orang

Bisa di taruh di depan koperasi terbentang lebar

Jika terkena air, tidak luntur

b. *Weakness* (Kelemahan)

Dalam waktu yang lama, kualitas warna, gambar memudar karena factor cuaca

Dapat mudah rusak dan sobek karena angin

c. *Opportunity* (Kesempatan)

Dengan adanya spanduk diharapkan dapat dikenal luas oleh masyarakat, khususnya oleh karyawan koperasi itu sendiri .

d. *Threat* (Ancaman)

Karena spanduk akan digantung didepan, ada kemungkinan orang – orang jahil akan merusak spanduk tersebut.



Gambar 6. Sketsa Spanduk



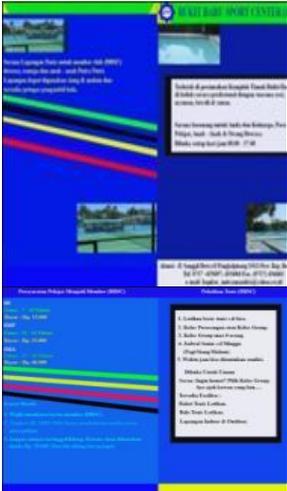
Gambar 7. Desain Brosur

B. Pengujian

Teknik *black box testing* memungkinkan memperoleh serangkaian kondisi masukan yang sepenuhnya menggunakan semua persyaratan fungsional untuk suatu program. Beberapa jenis kesalahan yang dapat diidentifikasi adalah fungsi tidak benar atau hilang, kesalahan antar muka, kesalahan pada struktur data (pengaksesan bisnis data), kesalahan performansi dan akhir program [8]. Berikut pengujian desain media yang dilakukan penulis menggunakan *black box testing*:

Tabel 1. BlacBox Testing

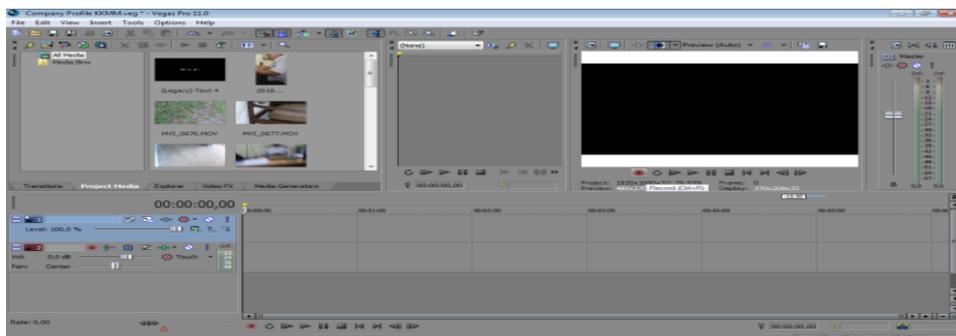
No.	Poin Pengujian	Hasil Yang Diharapkan	Skenario Pengujian	Hasil Pengujian	Status
1.	Logo Koperasi KKMM		Berdasarkan beberapa karyawan koperasi yang melihat dan memberikan tanggapan terhadap desain logo	Hasil Memuaskan	Valid
2.	Membuat spanduk usaha KKMM		Bagaimana tanggapan karyawan koperasi	Hasil Memua	Valid

			terhadap desain spanduk sudah dibuat, apakah sudah baik atau tidak. Spanduk yang di buat bisa untuk beberapa event kegiatan	skan	
3	brostur layanan olahraga KKMM kepada masyarakat.		Kepuasan terhadap desain spanduk yang di buat, dan mencantumkan fasilitas yang ada di KKMM	Hasil Memuaskan	Valid

C. Tahapan dalam Pembuatan *Company Profile* Koperasi

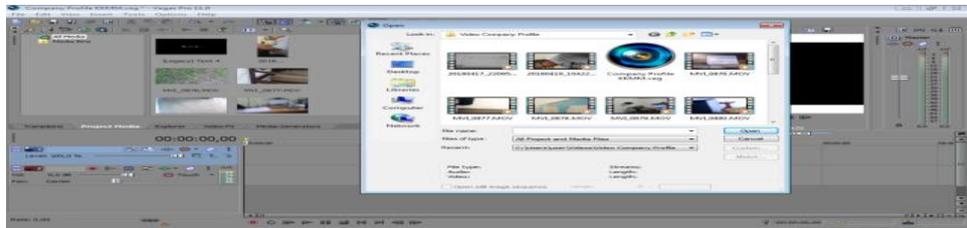
Pembuatan video company profile bertujuan agar koperasi memiliki ciri khas dan video yang bisa dilihat dan didengarkan khususnya kepada karyawan KKMM . [9] Dalam pembuatan video ini, penulis menggunakan *software* Sony Vegas Pro 11.0. Video ini berdurasi 5 menit yang menceritakan kegiatan-kegiatan dan promosi apa saja yang dipublikasi oleh KKMM. Berikut langkah-langkah dalam pengeditan *video*:

- 1) Buka *software* Sony Vegas Pro 11.0, klik New Project untuk memulai project



Gambar 8. Lembar Kerja Sony Vegas Pro 11.0

- 2) Kemudian klik import media file yang berfungsi untuk memasukkan file kedalam project yaitu berupa gambar/foto, video atau audio.



Gambar 9. Cara Memasukkan File

- 3) Selanjutnya memasukkan file-file yang sudah di import dan masukkan kedalam lembar kerja dengan cara drag and drop dan disusun sesuai dengan yang diinginkan.



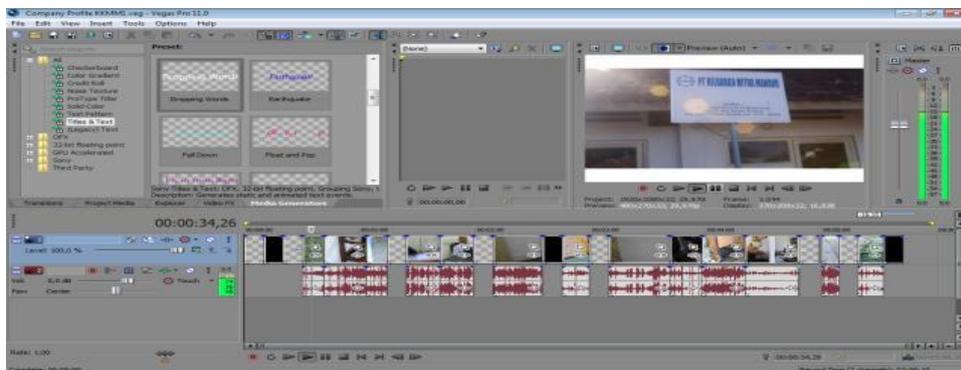
Gambar 10. Memasukkan File

- 4) Kemudian menambahkan title project yang berfungsi sebagai teks yang digunakan untuk opening dan closing video.



Gambar 11. Menambahkan Title

- 5) Setelah project disusun sesuai yang diinginkan, kemudian proses selanjutnya membuat project tersebut menjadi sebuah video yang utuh dengan cara di Render As. Klik Render As > MP4 > Render.



Gambar 12. Proses Membuat Project Menjadi Video

4. KESIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini yaitu :

1. Merencanakan desain apa yang akan dibuat untuk media promosi, sehingga konsep yang dibuat telah sesuai dengan tujuan dan objek penelitian yaitu koperasi karyawan mitra mandiri.
2. Dalam membuat desain publikasi untuk promosi, penulis menggunakan *software* Adobe Photoshop CS 10 dan Sony Vegas Pro 11.0 dalam membuat *video company profile* koperasi karyawan mitra mandiri.
3. Memperhatikan pilihan isi teks yang dapat menyampaikan informasi secara singkat dan padat sehingga dapat sampai kepada anggota/calon anggota koperasi karyawan mitra mandiri.

5. SARAN

Saran – saran sebagai berikut :

- a. Dengan adanya desain publikasi yang diberikan penulis kepada Koperasi KKMM bisa memberikan manfaat
- b. Adanya update terhadap desain desain yang akan dirancang oleh KKMM, khususnya dalam pembuatan spanduk dan brosur
- c. Pembuatan desain tidak hanya menggunakan *software* photoshop saja, tetapi bisa menggunakan *software* yang lain seperti coreldraw
- d. Dengan adanya desain dan profile company pada koperasi KKMM akan membawa dampak yang positif bagikoperasi KKMM, penulis dan msyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- [1]. Haris Herdiansyah, 2015, Wawancara Observasi dan Focus Groups, Raja Grafindo Persada, Jakarta
- [2] Mestika Zed, 2016, Metode Penelitian Kepustakaan, Yayasan Pustaka Obor Indonesia, Jakarta Pusat
- [3] Robi Setyawan, 2015, Penerapan Analisis SWOT Sebagai Landasan Merumuskan Strategi Pemasaran Usaha Jasa Sewa Mobil, *Skripsi*, Program Pasca Sarjana Pendidikan, Univ. Negeri Yogyakarta, Yogyakarta.
- [4] Supriyanto, Aji., 2005, *Pengantar Teknologi Informasi*, Salemba Infotek: Jakarta
- [5] Wahana Komputer, 2004, *Membuat Karya Kreatif dan Profesional dengan Adobe Photoshop*, PT.Elex Media Kompentindo, Jakarta
- [6] Raf Knowledge, 2010 “ *Amazing Photoshop Text Effects*”, PT.Elex Media Kompentindo, Jakarta
- [7] Daulay, Melwin Syafrizal., 2007, *Mengenal Hardware-Software dan Pengelolaan Instalasi Komputer*, Andi: Yogyakarta
- [8] Pressman, R.S., 2010, *Software Engineering: a practitioner’s approach*, McGraw-Hill: New York.
- [9] Saeful Bahri, 2016, Perancangan Media Komunikasi Audio Visual Berbentuk Vidio Profile Sebagai Media Promosi Dan Informasi Di SMK Nusa Jaya Kota Tangerang, *Skripsi*, Program Pasca Sarja Komputer, Univ. STMIK Raharja, Tangerang.