

DESAIN KOMUNIKASI VISUAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI KERAJINAN KORAN “*LINTING PAPER*” DARI NARAPIDANA DI RUTAN GIANYAR

I Dewa Gede Agung Putra

**Dr. A.A. Gde Bagus Udayana, S.Sn., M.Si. I Gede Agus Indram Bayu Artha,
S. Sn., M. Sn.**

**Institut Seni Indonesia Denpasar
Jln. Nusa Indah Denpasar-Bali Telp. (0361) 227316 Fax. (0361) 236100
E-mail : isidenpasar@yahoo.com**

ABSTRAK

Di Rutan Gianyar ada kerajinan koran yang bernama “*Linting Paper*” yang di buat oleh para narapidana yang ada disana, kerajinan tersebut memiliki keunikan tersendiri karena motifnya terbuat dari warna kertasnya bahkan tulisan-tulisan yang ada dikoran tersebut masih kelihatan. Akan tetapi kerajinan koran yang dibuat oleh narapidana tersebut belum dikenal oleh masyarakat sehingga perlu dipromosikan. Melihat permasalahan tersebut akhirnya penulis merancang penelitian mengenai permasalahan publikasi, untuk membantu mempromosikan kerajinan koran dari narapidana di Rutan Gianyar, maka diperlukan peranan dari media promosi.

Metode pengumpulan data dalam perancangan promosi ini adalah melalui metode kualitatif yaitu Observasi, Wawancara dan Dokumentasi. Sedangkan untuk Metode analisis data yang di pakai adalah metode Analisis SWOT. Konsep yang digunakan dalam perancangan media promosi kerajinan *Linting Paper* adalah *simple modern*, konsep *simple modern* artinya selalu mengikuti perkembangan jaman, dengan gaya yang *simple* agar mudah diterima dan menarik masyarakat untuk datang membeli kerajinan *Linting Paper*.

Hasil dari perancangan promosi *Linting Paper* adalah ; *Logo/GSM, T-Shirt, Stiker, Tote Bag, Spanduk, X-Banner, Facebook Banner, Instagram, dan Flyer*.

Kata Kunci : *Kerajinan Koran, Linting Paper, Desain Komunikasi Visual*

ABSTRACT

In Rutan Gianyar there is a newspaper craft called "Linting Paper" made by the inmates who are there, the craft has its own uniqueness because the motif is made of paper color and even the writings in the paper are still visible. However, the paper craft made by the inmate is not yet known by the public so it needs to be promoted. Seeing the problem, the author finally designed a study on the issue of publications, to help promote the craft of newspapers from inmates in Rutan Gianyar, the role of promotional media is required.

Data collection method in the design of this promotion is through qualitative method namely Observation, Interview and Documentation. As for data analysis method used is SWOT Analysis method. The concept used in designing media promotion of Linting Paper handicrafts is a modern simple, modern simple concept means always keeping up with the times, with a simple style to be easily accepted and attract people to come buy craft Linting Paper.

The results of linting paper promotion design are; Logo/GSM, T-Shirt, Stickers, Tote Bag, Banner, X-Banner, Facebook Banner, Instagram, and Flyer.

Keywords: *Newspaper Craft, Linting Paper, Visual Communication Design*

PENDAHULUAN

a. Latar Belakang

Rumah Tahanan Negara Kelas IIB Gianyar beralamat di Jl. Ngurah Rai 1/3 Gianyar, berdiri pada luas tanah 4060 m² dengan luas bangunan sekitar 3300 m². Rumah Tahanan Gianyar adalah unit pelaksanaan teknis dibawah Kementrian Hukum dan Hak Asasi Manusia Provinsi Bali yang mempunyai tugas melaksanakan perawatan terhadap tersangka atau terdakwa sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku, Rutan Gianyar juga melakukan binaan terhadap binaan masyarakat. Rutan Gianyar memiliki kapasitas 44 orang warga binaan, akan tetapi pada realitanya Rutan Gianyar over kapasitas sampai 300% menjadi 124 orang sehingga melebihi jumlah pegawai yang dimiliki yaitu sebanyak 53 orang

Di Rumah Tahanan Negara Gianyar ada salah satu narapidana yang mempunyai ide kreatif yang memanfaatkan koran bekas menjadi sebuah kerajinan barang yang berguna dan unik yang bernama "Linting Paper". Sebagian besar hasil koran bekas tersebut digunakan sebagai hiasan, tempat tisu, kebon, celengan, kotak bunga, tas dan lain sebagainya. Kemudian narapidana tersebut disuruh oleh Rutan Gianyar untuk membina tahanan dan narapidana yang lainnya untuk membuat kerajinan tersebut, selain untuk mengisi waktu luang, mereka dapat menghasilkan uang dari kerajinan tersebut. Alasan mereka menekuni keterampilan tersebut karena bahannya mudah untuk didapat dan pengerjaannya tidak begitu sulit, disamping itu kerajinan tersebut mempunyai keunikan tersendiri karena motifnya terbuat dari warna kertasnya bahkan tulisan-tulisan yang ada dikoran tersebut masih kelihatan, keunggulan dari kerajinan itu walaupun terbuat dari kertas tapi tidak hancur ketika kena air karena waktu perangkaiannya menggunakan lem yang bagus. harganya pun juga terjangkau

Permasalahan yang dialami oleh narapidana dalam pembuatan Linting Paper tersebut adalah penggunaan benda tajam seperti pisau, gunting, dan sebagainya, karena alat tersebut dilarang digunakan di rutan, takutnya benda tersebut disalah gunakan oleh para narapidana, oleh sebab itu Rutan Gianyar membuat pisau dan gunting khusus, agar tidak membahayakan orang lain. Selain permasalahan alat juga masalah dalam media promosinya, karena kerajinan tersebut hanya dijual lewat keluarganya saja, untuk itu perlu adanya media bertujuan untuk mengatasi permasalahan publikasi, untuk membantu mempromosikan kerajinan koran dari narapidana di Rutan Gianyar, maka diperlukan peranan dari media promosi, salah satunya bisa menggunakan ilmu dari desain komunikasi visual.

b. Tujuan

Tujuan perancangan dapat dibedakan menjadi dua, yaitu tujuan khusus dan tujuan umum.

- Tujuan Khusus
 1. Untuk mengetahui dan merancang media apa saja yang cocok untuk promosi Kerajinan Koran Linting Paper dari Narapidana di Rutan Gianyar.
 2. Untuk mengetahui cara merancang media DKV untuk promosi Kerajinan Koran Linting Paper dari Narapidana di Rutan Gianyar.
- Tujuan Umum
 1. Dapat membantu memperkenalkan Kerajinan Koran Linting Paper dari Narapidana di Rutan Gianyar.
 2. Menyelesaikan Tugas Akhir Desain Komunikasi Visual.

METODE PENELITIAN

a. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan tahap penelitian menentukan metode apa yang akan digunakan dalam merekam data penelitian. Menurut jenis data, data dapat dibagi menjadi 2, yaitu jenis data primer dan jenis data sekunder :

1. Data Primer

Menurut Sugiyono dalam bukunya Metode Penelitian Bisnis (2017 : 219) data primer adalah data Primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Selanjutnya bila dilihat dari segi cara atau teknik pengumpulan data, maka teknik pengumpulan data yang dapat dilakukan adalah dengan teknik interview (wawancara), kuisisioner (angket), observasi (pengamatan) dan gabungan ketiganya. Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data, apabila peneliti ingin melakukan study pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil. Dalam penelitian ini, data primer diperoleh dari Bapak Eldika Kurniadi dan Dewa Pranasiwi yaitu pegawai Rutan Gianyar,

2. Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2017 : 219), data sekunder adalah data yang tidak langsung memberikan data kepada peneliti, misalnya penelitian harus melalui orang lain atau mencari melalui dokumen. Data ini diperoleh dengan menggunakan studi literatur yang dilakukan terhadap banyak buku dan diperoleh berdasarkan catatan – catatan yang berhubungan dengan penelitian, selain itu peneliti mempergunakan data yang diperoleh dari internet. Dalam penelitian ini data sekunder diperoleh dari buku – buku dan juga dari internet.

- Instrumen/Alat Pengumpulan Data

Instrument / Alat yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penyusunan penelitian ini adalah:

- Kamera digunakan penulis oleh peneliti untuk mengambil gambar guna kebutuhan dalam pembuatan media promosi berupa foto produk.
- Buku dan Pulpen digunakan oleh peneliti untuk mencatat berbagai data yang diperoleh dari mewawancarai sumber dalam pembuatan media promosi.
- PC dan Laptop digunakan oleh peneliti untuk proses pembuatan media mulai dari proses editing dan penulisan laporan.

b. Metode Analisis Data

Menurut Sugiyono (2017 : 482) analisis data adalah proses mencari dan menyusun sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam katagori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan di pelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah difahami oleh diri sendiri maupun orang lain. Metode analisis yang penulis gunakan dalam menyusun pengantar karya ini adalah metode analisis SWOT. Analisis SWOT adalah metode perencanaan strategi yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) dalam suatu proyek atau suatu spekulasi bisnis. Dalam matrik SWOT terdapat 4 strategi yaitu strategi SO, ST, WO, WT, berikut penjelasannya adalah :

- Strategi SO (*strengths* dan *opportunities*)

Strategi ini dibuat dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar - besarnya. Kekuatan / /peluang yang dimiliki kerajinan *Linting Paper*, yaitu memepertahankan bahkan memperkembangkan hasil kerajinan menjadi lebih unik dan menarik dan memerlukan media promosi yang efektif sehingga bisa mempromosikan dan mengembangkan kerajinan *Linting Paper*.

- Strategi ST (*strengths* dan *threats*)

Strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman. Kekuatan / ancaman yang dimiliki kerajinan *Linting Paper* setiap kerajinan

atau hasil karya yang dibuatnya berdasarkan pesanan dari masyarakat baik dari segi warna ukuran dll.

- **Strategi WO (*weakness dan opportunities*)**

Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada. Dengan memanfaatkan peluang yaitu dapat menarik perhatian konsumen berdasarkan keunggulan yang ada. Jika Konsumen sudah mengenali produk dari kerajinan *Linting Paper* ini kemungkinan dapat meminimalkan kelemahan yang ada.

- **Strategi WT (*weakness dan threats*)**

Strategi ini berdasarkan kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman. Dengan kelemahan yang ada seperti studio tato ini sangat kurang dalam media promosi, dan ancaman seperti banyaknya kompetitor sehingga keunggulan dari kerajinan *Linting Paper* ini perlu di tingkatkan lagi.

ANALISIS DATA

Dari hasil analisis data yang disesuaikan dengan pedoman literatur penulis dapat menarik kesimpulan bahwa buku-buku maupun literatur yang sesuai dengan kasus ini adalah literatur yang berhubungan dengan ilmu desain komunikasi visual dan informasi mengenai kerajinan *Linting Paper* dimana media yang akan dirancang akan sesuai dengan kebutuhan namun selain itu juga penulis sebelum merancang media promosi juga harus mengetahui kelebihan, kelemahan, kekuatan, peluang dan ancaman yang dimiliki kerajinan *Linting Paper* sehingga dari analisis yang telah dilakukan dari data aktual, faktual dan analisis SWOT penulis mendapatkan konsep desain untuk media kerajinan *Linting Paper*.

c. Konsep Perancangan

Konsep yang digunakan dalam perancangan media promosi kerajinan *Linting Paper* adalah *simple modern*, konsep *simple modern* artinya selalu mengikuti perkembangan jaman dengan menggunakan gaya visual fotografi dan typografi, dengan gaya yang *simple* agar mudah diterima dan menarik masyarakat untuk datang membeli kerajinan *Linting Paper*.

d. Khalayak Sasaran

1. Demografis

Ditinjau dari aspek demografi media promosi untuk kerajinan koran *Linting Paper* ditujukan masyarakat Gianyar khususnya.

2. Geografis

Geografis berkaitan dengan luas suatu wilayah. Ditinjau dari aspek geografis media promosi dari kerajinan ini adalah masyarakat Bali khususnya Gianyar.

e. Strategi Kreatif

Strategi kreatif mencakup pemilihan strategi dasar untuk menciptakan iklan, baik dalam aspek gagasan isinya (content) maupun visualisasi iklan Strategi kreatif dituangkan ke dalam bentuk rencana kerja kreatif (creative workplan) yang kemudian akan dijadikan dasar untuk pelaksanaan eksekusi kreatif (pembuatan visual dan penulisan pesan iklan). *Creative workplan* merupakan paduan kreatif yang berisi antara lain tentang strategi kreatif dan sejumlah informasi relevan yang diharapkan dapat memudahkan pekerja kreatif merancang isi pesan (Kertamukti, 2015; 150). Adapun strategi kreatif yang dilakukan pada media utama dan pendukung pada branding kerajinan koran *Linting Paper* Melalui Desain Komunikasi Visual Sebagai Berikut:

1. Isi Pesan (*What To Say?*)

What To Say? Adalah yang ingin dikomunikasikan kepada konsumen (Kertamukti, 2015;152). Untuk menentukan *What To Say?* Yang tepat, diperlukan suatu analisis cermat yang terkait dengan keadaan produk, harga, sasaran pasar (*target market*), pesaing, dan lain-lain (Kertamukti, 2015;152). Dalam praktiknya, beberapa strategi *What To Say?* yang sering digunakan adalah:

1. *Product benefit/Feature oriented advertising.*

2. *Brand image oriented advertising.*
3. *Problem and/or opportunity oriented advertising.*
4. *Competitive positioning oriented advertising.*

Dalam merancang media promosi kerajinan koran *Linting Paper*, isi pesan yang akan ditonjolkan berdasarkan strategi *What To Say?* yaitu:

1. Kerajinan dari bahan bekas yaitu koran.
 2. Motif yang unik
 3. Kerajinan ini dibuat oleh para narapidana di Rutan Gianyar
2. Bentuk Pesan (How To Say)
- How To Say?* adalah sebuah pesan periklanan atau cara yang dilakukan untuk mengkomunikasikan pesan iklan kepada audiens (Kertamukti, 2015;162). Cara untuk menyampaikan pesan pada media promosi kerajinan koran *Linting Paper* kepada audiens yaitu melalui teknik pesan. Teknik pesan adalah ada beberapa pendekatan yang digunakan dalam membantu lanturan-lanturan untuk menciptakan iklan yang menarik (Kertamukti,2015;163). Beberapa pendekatannya, yaitu:
1. Slogan
Ungkapan kata / kalimat yang ringkas padat agar mudah diingat dan mampu membangkitkan emosi audiens. (Kertamukti, 2015;164).
 2. Fungsi Produk
Memindahkan fungsi dari suatu produk pada hal yang bersifat positif untuk menambah dramatisasi dari benefit produk tersebut (Kertamukti, 2015;164)
 3. Testimonials
Menampilkan kesaksian dari orang/tokoh tertentu. (Kertamukti, 2015;164).
 4. Plain Facts
Teknik iklan yang menekankan bahwa produk yang diiklankan adalah hasil budi daya dan sumber daya alam di tanah air sendiri (Kertamukti,2015;164).
 5. *Headline* atau Tipografi
Visual berbentuk susunan kata dari headline atau tipografi yang memuat makna tertentu (Kertamukti,2015;164).
 6. Logo
Menjadikan elemen logo sebagai sumber ide dalam menyampaikan pesan periklanan (Kertamukti,2015;164).
- Bentuk pesan merupakan cara penyampaian pesan kepada khalayak sasaran, secara garis besar ada dua pembagian bentuk pesan yang digunakan, yaitu:
1. Verbal : penyampaian pesan dalam ungkapan penggambaran yaitu dengan bahasa kata. Penyampaian pesan berupa informasi singkat dan jelas kepada khalayak sasaran mengenai kerajinan koran *Linting Paper*.
 2. Nonverbal: yaitu penyampaian pesan dalam ungkapan penggambaran dalam bentuk bahasa gambar. Pesan gambar pada media promosi dominan menggunakan ilustrasi fotografi kepada khalayak sasaran guna menambah kepercayaan konsumen terhadap produk dari kerajinan koran *Linting Paper*.

f. **Pengarahannya Pesan Visual**

Pesan visual merupakan salah satu daya tarik dari sebuah promosi dan juga menampilkan visual dari produk yang dipromosikan. Dalam perancangan media promosi kerajinan *Linting Paper* ini menggunakan:

1. *Moment Visual* : Menginformasikan dan mengenalkan kerajinan *Linting Paper*, lokasi, keunikan kerajinan yang ditawarkan.
2. *Citra Visual* : Memakai citra visual yang menggambarkan kesan modern, seni.
3. *Tipe huruf* : Huruf yang digunakan adalah jenis huruf Montserrat dengan jenis tipografinya sans serif sehingga jelas untuk menginformasikan kerajinan koran *Linting Paper*.
4. *Tone Warna* : Warna yang dominan atau lebih banyak digunakan adalah warna natural yaitu hitam, putih, abu - abu yang memberikan kesan simple modern dan warna pendukung yang lainnya yang tertuang di dalam fotografi.

5. Model Ilustrasi : Menggunakan ilustrasi fotografi dengan gaya modern dan foto hasil kerajinan sehingga terlihat menarik.

g. Panduan Media

1. Logo dan Buku *Graphic Standard Manual*
Graphic Standard Manual adalah sebuah pedoman sebagai media acuan untuk menstandarisasi identitas yang telah dibuat untuk menjaga konsistensi identitas logo tersebut agar tetap tampil baik dan tidak salah dalam penempatannya pada berbagai media. Kenapa GSM digunakan sebagai media utama? Alasannya adalah GSM akan acuan bagi semua desainer yang akan membuat media promosi kerajinan koran Linting Paper ini, karena di dalam GSM sudah dijelaskan secara detail mengenai pemakaian logo yang benar, warna, teks, penempatan, dan ukuran yang harus dipakai contoh oleh desainer itu sendiri.
2. T-Shirt
T-Shirt adalah baju kaos yang kita gunakan sehari-hari untuk menutupi badan. T-shirt dipilih karena secara tidak langsung media ini akan mempromosikan kerajinan koran *Linting Paper*.
3. Stiker
Stiker dipilih sebagai media karena mudah ditempelkan dimana saja sehingga dapat mempromosikan kerajinan koran *Linting Paper*.
4. Tote Bag
Tote Bag ini dipilih karena media yang ramah lingkungan karena bisa digunakan berkali-kali setelah berbelanja. Secara tidak langsung media ini dapat berpromosi sendiri karena akan dibawa saat berpergian dan juga menjaga kebersihan lingkungan.
5. Spanduk
Spanduk dipilih sebagai media pendukung karena Spanduk ini nantinya akan ditaruh di tempat yang strategis.
6. X-Banner
Pemilihan X banner sebagai media pendukung adalah karena X – Banner ini nantinya akan ditaruh di tempat yang strategis.
7. Media Sosial Instagram
Instagram merupakan media sosial yang trend pada masa ini dan penggunaannya pun sangat masif di Indonesia, sehingga dapat memperkenalkan secara lebih luas kerajinan koran Linting Paper.
8. Facebook Banner
Di zaman modern ini promosi online sangat diperlukan maka dari ini penulis memilih Facebook Banner sebagai salah satu media pendukung karena Facebook merupakan media sosial yang sangat besar dan penggunaannya dari berbagai kalangan.
9. Flyer
Flyer dipilih karena media flyer dapat sebar atau ditempelkan di tempat-tempat keramaian atau dibagikan di tempat umum, sehingga dapat menarik konsumen baru.
10. Katalog Karya
Katalog karya merupakan buku yang berisi media promosi dari kerajinan koran Linting Paper katalog karya ini berfungsi sebagai gambaran umum jika akan mewujudkan suatu media promosi dari kerajinan koran Linting Paper.

1. Program Media

Program tayangan media merupakan desain komunikasi visual yang akan digunakan kemudian hendaknya dilaksanakan pada saat yang tepat sehingga tepat pada sasaran yang ingin dituju. Program tayang media yang akan dilaksanakan dalam desain media promosi kerajinan koran *Linting Paper*. dijabarkan di tabel berikut:

Tabel 1 : Tabel Program Tayangan Media

No	Media	Kapan	Dimana	Frekuensi
1.	Logo/ GSM (Graphic Standard Manual)	Desember 2021	Car Free Day Gianyar dan Kampus ISI Denpasar	2 pcs
2.	T-Shirt	Media ini mulai dipergunakan pada bulan Desember 2021	Car Free Day Gianyar	10 pcs
3.	Stiker	Media ini mulai dipergunakan pada bulan Desember 2021	Car Free Day Gianyar	50 pcs
4.	Tote Bag	Media ini mulai dipergunakan pada bulan Desember 2021	Car Free Day Gianyar	10 pcs
5.	Spanduk	Media ini mulai dipergunakan pada bulan Desember 2021	Car Free Day Gianyar	1 pcs
6.	X-Banner	Media ini mulai dipergunakan pada bulan Desember 2021	Car Free Day Gianyar	1 pcs
7.	Facebook Banner	Media ini mulai dipergunakan pada bulan Desember 2021	www.facebook.com/lintingpaper	Posting 1 kali sehari
8.	Instagram	Media ini mulai dipergunakan pada bulan Desember 2021	www.instagram.com/lintingpaper	Posting 1 kali sehari
9.	Flyer	Media ini mulai dipergunakan pada bulan Desember 2021	Car Free Day dan tempat strategis di Gianyar	50 pcs
10	Katalog Karya	Media ini mulai dipergunakan pada bulan Januari 2021	Di Kampus ISI Denpasar	2 pcs

2. Eksekusi Final Media

Eksekusi final desain merupakan tahap akhir dari perancangan tata visual baik desain maupun konsep telah menjadi satu kesatuan yang siap dipresentasikan. Berikut final desain dari masing – masing media yang telah di buat :

1. Logo dan Buku *Graphic Standard Manual*





Gambar 1 : Logo dan Graphic Standard Manual
(Sumber : Dok. Pribadi)

2. T-Shirt



Gambar 2 : T-Shirt
(Sumber : Dok. Pribadi)

3. Stiker



Gambar 3 : Stiker
(Sumber : Dok. Pribadi)

4. Tote bag



Gambar 4 : Tote Bag
(Sumber : Dok. Pribadi)

5. Spanduk



Gambar 5 : Spanduk
(Sumber : Dok. Pribadi)

6. X-Banner



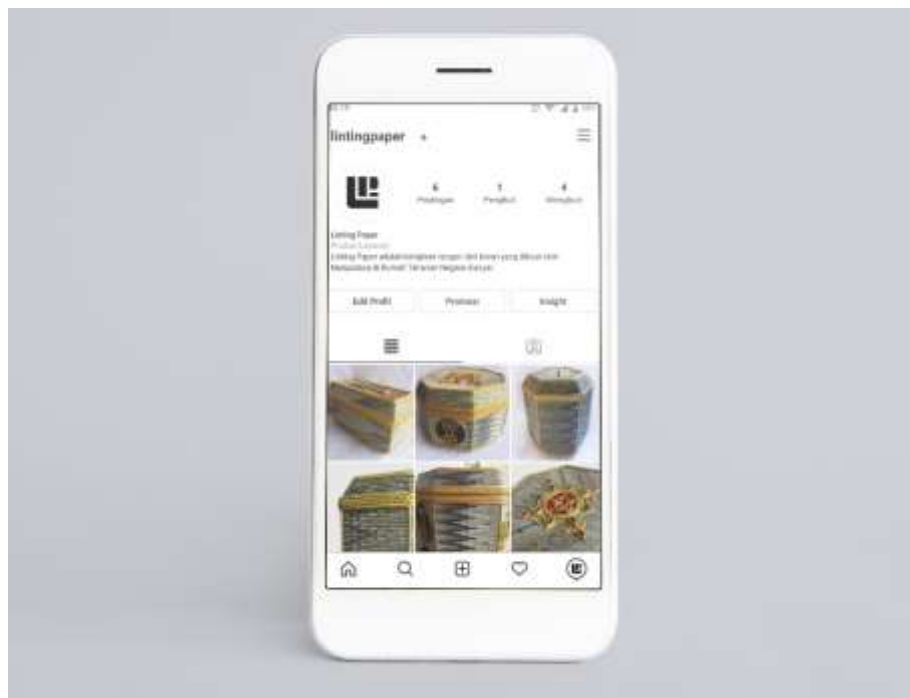
Gambar 6 : X-Banner
(Sumber : Dok. Pribadi)

7. Facebook Banner



Gambar 7 : Facebook Banner
(Sumber : Dok. Pribadi)

8. Instagram



Gambar 8 : Instagram
(Sumber : Dok. Pribadi)

9. Flyer



Gambar 9 : Flyer
(Sumber : Dok. Pribadi)

10. Katalog Karya



Gambar 10 : Katalog Karya
(Sumber : Dok. Pribadi)

PENUTUP

a. Kesimpulan

Setelah proses dilakukan penulis dari survey penelitian mengenai kasus mempromosikan Kerajinan Koran Linting Paper melalui Desain Komunikasi Visual, maka berdasarkan uraian – uraian yang telah disampaikan pada bab – bab sebelumnya dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut :

1. Sesuai dengan kasus yang sudah dijabarkan di bab – bab sebelumnya, maka media promosi yang dipilih dalam penelitian ini adalah ; Logo dengan (GSM) Graphic Standard Manual, T-Shirt, Stiker, Tote Bag, Spanduk, X-Banner, Facebook Banner, Instagram, Flyer, dan Katalog Karya. Dengan dirancangnya berbagai media promosi tersebut diharapkan mampu meningkatkan penjualan dari Kerajinan Koran Linting Paper sehingga Kerajinan Koran Linting Paper dikenali oleh masyarakat.
2. Untuk merancang media promosi yang efektif, maka desain dari media –media yang sudah dipilih sesuai dengan kebutuhan menunjukan potensi yang dimiliki oleh kerajinan tersebut.

b. Saran

Saran – saran penulis sebagai bahan pertimbangan setelah mengetahui dan melakukan studi penelitian ini antara lain :

1. Diharapkan setelah membaca pengantar karya ini, lembaga dapat mempertimbangkan untuk membuka mata kuliah yang mengajarkan tentang bagaimana cara mendesain media promosi yang dapat diterima dengan baik.
2. Penulis berharap agar kerajinan koran Linting Paper dapat terus berinovasi dalam menghadirkan kerajinan dengan bentuk, warna dan ukuran yang unik agar produk yang dihasilkan dapat dikenal oleh masyarakat luas dan meningkat jumlah penjualan.

DAFTAR RUJUKAN

- Alwi, Hasan. (2011). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kertamukti, Rama. (2015). *Strategi Kreatif Dalam Periklanan*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi dan R&D*. Bandung: Alfa Beta
- Supriyono, Rakhmat. (2010). *Desain Komunikasi Visual Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Udayana, A.A. Gde Bagus. (2016). “*Membongkar Ideologi di Balik Produksi dan Implikasi Media Promosi Pariwisata Budaya di Bali*”. Disertasi. Denpasar: Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Seni Indonesia.
- Tri Oka Buana, I Nyoman (2018). *Desain Komunikasi Visual Sebagai Media Promosi Potensi Desa Beng di Gianyar*. Disertasi Program Sarjana Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Seni Indonesia, Denpasar.
- Anonim. (18 Desember 2020). *Analisis Data*. <http://ahlianalisadata.blogspot.co.id/>.
- Anonim. (18 Desember 2020). *Konsep*. <https://id.wikipedia.org/wiki/Konsep>.
- Anonim. (18 Desember 2020). *Desain Modern*. <https://dgi.or.id/read/observation/dekave-berkomunikasi-lewat-tanda-visual.html>.

Anonim. (18 Desember 2020). *GSM*. Tersedia pada: <https://kreativv.com/creativepreneur-career/graphic-standard-manual/>

Anonim. (18 Desember 2020). *X-Banner*. <http://sniperdigital.blogspot.co.id/2012/02/x-banner.html>.

Ebta Setiawan. (18 Desember 2020). *Demografi*. <https://kbbi.web.id/demografi>.

Ebta Setiawan. (18 Desember 2020). *Stiker*. <https://kbbi.web.id/stiker>.

Ebta Setiawan. (18 Desember 2020). *Spanduk*. <https://kbbi.web.id/spanduk>.