



**SURAT KETERANGAN**  
**MELAKUKAN KEGIATAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT**  
**INSTITUT TEKNOLOGI NASIONAL**  
**No. 599/C.02.01/LP2M/VIII/2018**

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Dr. Tarsisius Kristyadi, S.T., M.T.  
Jabatan : Kepala  
Unit Kerja : LP2M-Itenas  
JL. P.K.H. Mustafa No.23 Bandung

Menerangkan bahwa,

No.	Nama	NPP	Jabatan
1	Wiwi Isnaini, M.Ds.	20020113	Reviewer
2	Ramlan, M.Sn.	20030401	Reviewer
3	Aris Kurniawan, M.Sn.	20060204	Reviewer
4	Ganis Resmisari, M.Ds.	20080701	Reviewer
5	Aditya Januarsa, M.Ds.	20100502	Reviewer
6	Sri Retnoningsih, M.Ds.	20110401	Reviewer
7	Asep Ramdhan, S.Ds., M.M.	20130702	Reviewer
8	Inko Sakti Dewanto, M.Ds.	20160504	Reviewer
9	Wuri Widayani Hapsari, M.Ds.	20180103	Reviewer
10	Agustina Kusuma Dewi, M.Ds.	20180505	Reviewer

Telah melakukan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat sebagai berikut:

Nama Kegiatan : Review Karya Pameran Bersama DKV se-Bandung (BAPER)  
Tempat : Bandung Creative Hub  
Waktu : 22 - 25 Mei 2018  
Sumber Dana : Bank BJB, Telkomsel, Kompas, Wacom, GrandTech, RKPRO

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bandung, 30 Agustus 2018

Lembaga Penelitian dan Pengabdian  
kepada Masyarakat (LP2M) Itenas  
Kepala,

**Dr. Tarsisius Kristyadi, S.T., M.T.**  
NPP 960604

LAPORAN KEGIATAN  
PROGRAM PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT



KEGIATAN REVIEW KARYA PAMERAN BERSAMA DKV-SE-BANDUNG ( BaPer)  
7-25 Mei 2018  
CMYK - Bandung Creative Hub

Oleh :  
Ganis Resmisari M.Ds  
120080701

Jurusan Desain Komunikasi Visual  
Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Teknologi Nasional, Bandung  
2018

## **b. Halaman Pengesahan**

Judul : KEGIATAN REVIEW KARYA PAMERAN BERSAMA  
DKV-SE-BANDUNG ( BaPer) 22-25 Mei 2018  
CMYK - Bandung Creative Hub

### **Ketua Tim Pengusul**

Nama : Ganis Resmisari.M.Ds  
NIP : 120080701  
Jabatan Golongan : Asisten Ahli/ 3B  
Jurusan /Fakultas : Desain Komunikasi Visual/ Fakultas seni Rupa dan Desain  
Bidang Keahlian : Komunikasi Visual, desain grafis  
Alamat Kantor : Institut Teknologi Nasional, Jl. PHH Mustapha no. 23  
Bandung, 022-7272215. Ext : 173  
Alamat Rumah : Jl. Kopo no 231-233, Bandung 40234  
08382346464, ganisresmi@gmail.com

### **Lokasi Kegiatan**

Wilayah Mitra : Kota Bandung  
( Desa/Kecamatan) :  
Kota : Bandung  
Propinsi : Jawa Barat  
Jarak PT ke lokasi Mitra : < 1 km  
Luaran yang dihasilkan : review karya, pameran  
Waktu pelaksanaan : 7 -25 Mei 2018( review dan pameran)  
Biaya Total yang diusulkan :  
Biaya yang diusulkan pada :  
LPPM Itenas

**Bandung,9 Agustus 2018**

Mengetahui Ketua Jurusan

Ketua Tim Pengusul

Ramlan.M.Sn

Ganis Resmisari M.Ds

Disahkan oleh :  
Ketua LP2M Itenas

**Dr.Tarsisius Kristyadi. ST. M.T**

### **c. PENDAHULUAN**

Berdirinya Perguruan Tinggi penyelenggara program studi DKV di Bandung saat ini sudah mencapai jumlah 17 kampus. Namun hal yang ironi adalah ditengah perkembangan bidang DKV di Bandung, kalangan umum masih saja bertanya dan tidak tahu banyak tentang ilmu ini, baik kegiatan maupun tujuan serta manfaat bagi bidang Industri. Semakin banyak Lulusan DKV tapi penghargaan terhadap profesi ini masih belum dapat dibanggakan terutama dari kalangan pelaku industry. pemahaman umum tentang profesi ini adalah bahwa pekerjaan DKV tampak mudah. dibalik karya yang tampak mudah tersebut terdapat serangkaian proses yang rumit mulai dari menentukan masalah , menganalisis, mengolah dan menyampaikan pesan kepada audience sehingga pesan dimengerti dan dipahami.

### **d. Permasalahan Mitra**

Desain Grafis dalam Kurun waktu 20 tahun terakhir mengalami revolusi setelah kehadiran Internet dan sosial media. Mendesain Grafis semakin mudah sekaligus semakin sulit karena membanjirnya visual bagus dan berkualitas. Di sisi lain selain memberikan keuntungan juga memberikan dampak sepeerti menurunkan kreativitas dan kemalasan menciptakan visual-visual baru untuk berbagai pesan. di era semakin mudah dalam hal mengunduh informasi memberikan kesulitan bagi desainer muda untuk menentukan, memilih dan memutuskan wujud perancangan pesan di tengah serbuan pesan setiap detiknya, dorongan untuk memniru semakin sulit diatasi, dengan sedikit modifikasi di beberapa sisi, seseorang seakan sudah syah menganggap karya orang lain sebagai karya milik sendiri.

### **e. Solusi yang ditawarkan**

memberikan wadah sebagai motivasi bagi mahasiswa untuk berari memamerkan karyanya, dilihat, diapresiasi dan dinilai bahkan dikritik oleh pihak lain. selain hal ini memunculkan kepercayaan diri, karya dapat dipantau dalam hal sumber ide viusalnya. Bagi kalangan Industri akan membuka wawasan tentang macam ragam karya DKV yang dapat dimanfaatkan dari seorang desainer grafis, dari mulai perancangan logo, kemasan, penataan informasi hingga kampanye dan branding.

### **f. Target Luaran**

Mempertemukan mahasiswa dan dosen beserta karyanya dalam sebuah kegiatan bersama, saling member masukan, berbagi pengetahuan dan bersama membahas hall-hal terkaita kreativitas dan masa depan desain Grafis dalam industry kreatif.

## g. Kegiatan

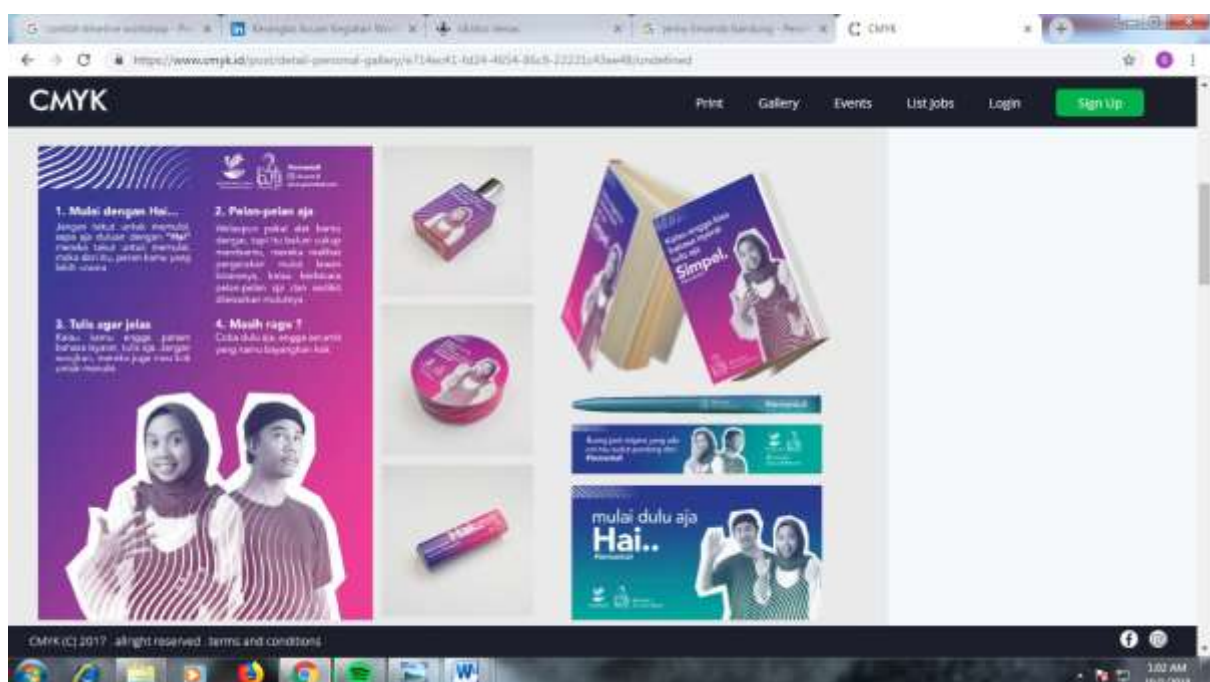
Kegiatan yang dilakukan adalah terlibat dalam kepanitiaan dari mulai perencanaan ide pameran, pengumpulan karya, mengumpulkan reviewer dari berbagai perguruan tinggi, , perancangan acara dan kegiatan hingga pelaksanaan acara pameran

## h. Review Karya

Review karya ini dapat dilaksanakan karena pada proses sebelumnya sudah dilakukan unggah karya dimana setiap perguruan Tinggi boleh mengirimkan maksimal 20 karya terpilih hasil dari pemblejarian di kampus masing-masing. Aturan umum yang harus ditaati adalah setiap reviewe dalam hal ini adalah dosen-dosen yang harus terdaftar dulu memeberikan review terhadap karya mahasiswa dari perguruan tinggi lain sekurang-kurangnya a 4 Karya dari perguruan Tinggi lain yang berbeda.

Karya yang direview :

- 1, Judul karya : Kampanye Peduli Tuli
- nama perancang : Dwi Ario Abadi
- Asal Perguruan Tinggi : Universitas Pasundan



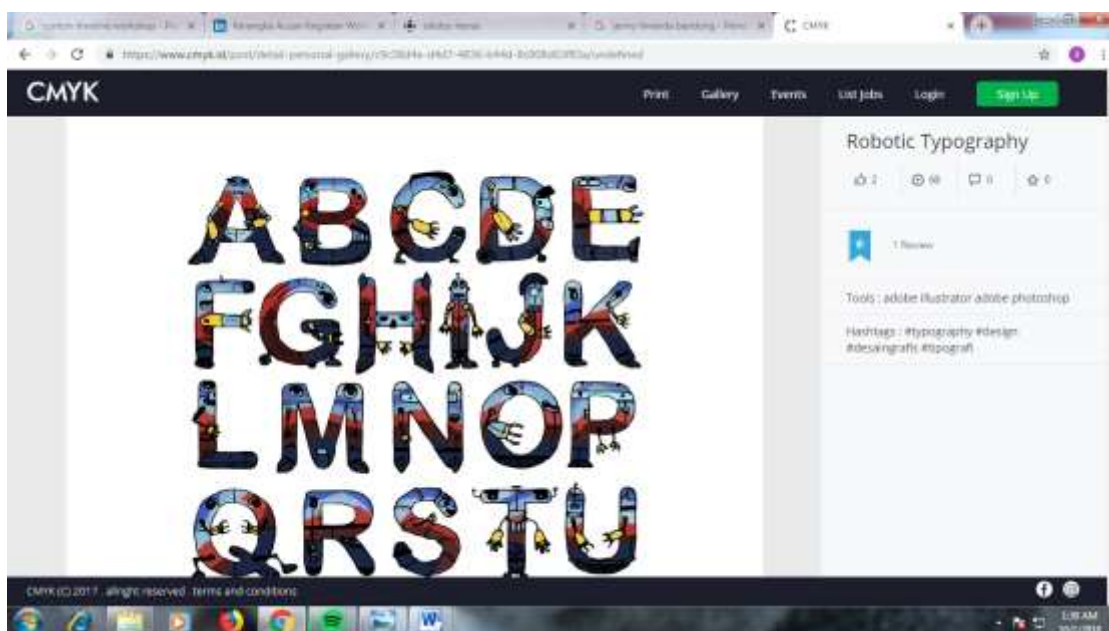
## REVIEW :

Kampanye sosial adalah suatu kegiatan berkampanye yang mengkomunikasikan pesan-pesan yang berisi tentang masalah sosial kemasyarakatan, dan bersifat tidak komersial. Tujuannya adalah untuk menumbuhkan kesadaran masyarakat akan gejala-gejala sosial yang sedang terjadi. Pada karya diatas tema yang diangkat cukup menarik berkenaan dengan kondisi masyarakat kita yang masih cenderung membeda-bedakan dan mencap dengan penilaian tertentu terhadap orang yang memiliki kondisi "istimewa". kampanye ini berpotensi untuk merubah pola pikir masyarakat selama ini dengan cara menganggap "sama" dari golongan "istimewa tersebut. yang jadi catatan disini adalah kata tuli mungkin bisa disampaikan dengan bahasa atau padanan kata yang berbeda. bisa dikembangkan kesan bahwa mereka sama dengan manusia lainnya hanya cara komunikasi nya yang berbeda misal. disini kata tulinya sangat diekspos seperti di logo dan hastag. catatan lainnya karena tidak dijelaskan ini target untuk siapa, pemilihan media dirasa masih belum jelas dan untuk apa, sangat disayangkan jika nya sekedar untuk merchandise saja. media yang dipilih bisa yang berkaitan dengan kondisi peduli tuli tersebut misalnya note dan pen untuk alat komunikasi dengan teman kita yang tunarunggu tersebut.

2. Judul karya : Robot Typography

nama perancang : Krisna Nugraha

Asal Perguruan Tinggi : Universitas Pasundan





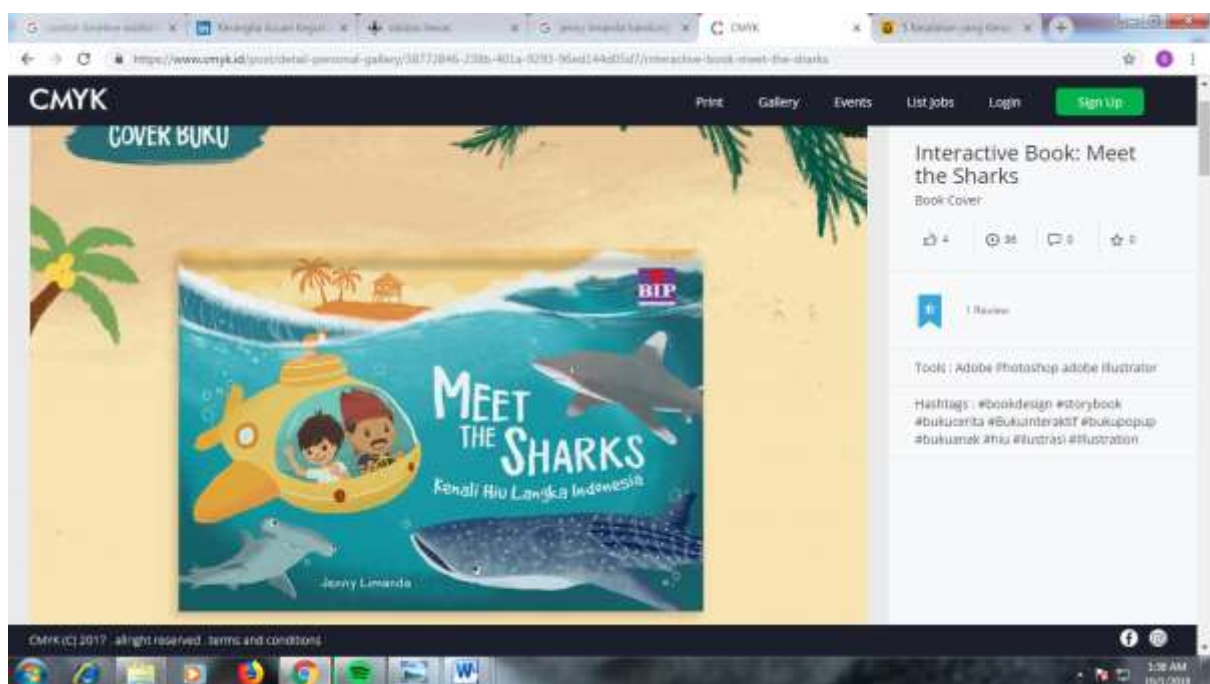
## REVIEW :

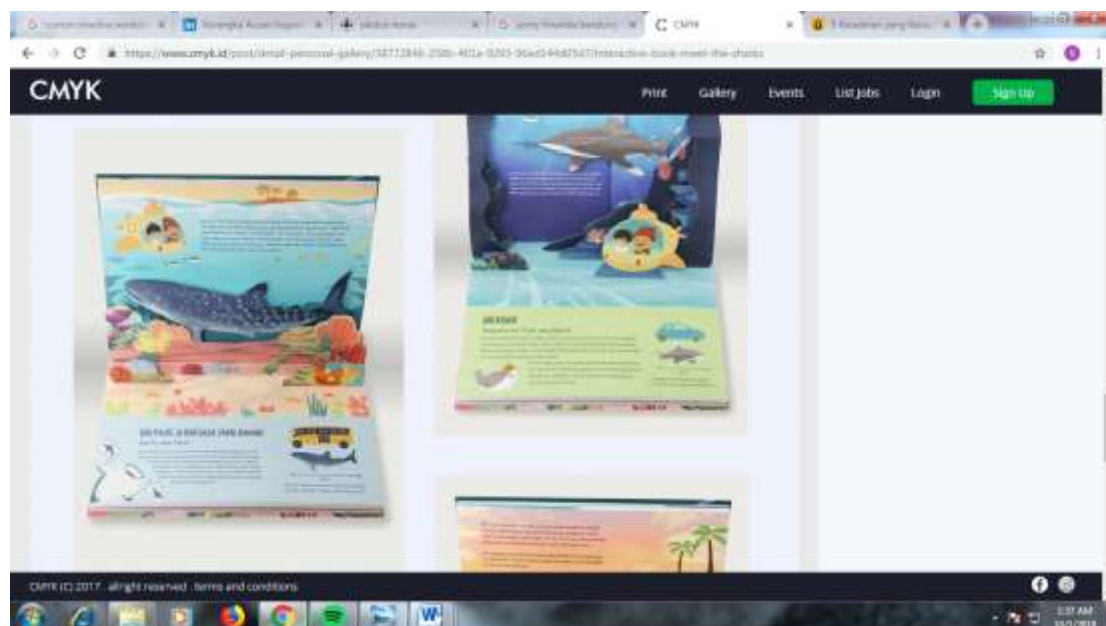
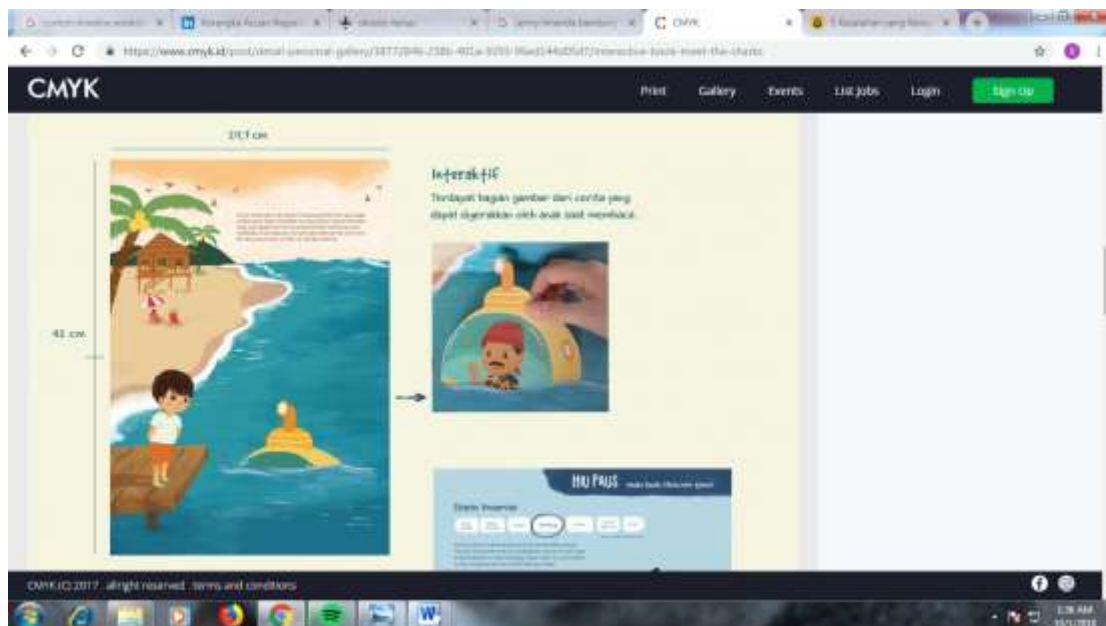
Dalam membuat sebuah ada beberapa syarat yang harus dipenuhi yaitu yang utama adalah keterbacaan, pengaturan leading dan kerning. Rancangan robotic typography ini cukup baik secara keterbacaan, leading dan kerning. adapun pemahaman sang desainer tentang karakteristik robot cukup baik seperti menerapkan karakter besi yang berkilau dan berkarat, adanya baut baut pada bagian tertentu dan tangan-tangan robot. masukannya untuk warna bisa dibuat lebih matang dengan permainan gelap terang untuk menangkap kilauan besi pada stroke huruf.

3. Judul karya : Interactive Book : meet the sharks

nama perancang : Jenny Limanda

Asal Perguruan Tinggi : Universitas Kristen Maranatha





## REVIEW :

ilustrasi yang ditampilkan pada buku "meet the sharks" cukup menarik dan tepat untuk target audience anak. pengayaan infographic cukup membantu memperjelas detail dari hewan tersebut. yang menarik adalah ketika menempatkan teknik pop up untuk menyampaikan informasi mengenai hewan hiu yang bermacam-macam. satu lagi yang menarik adalah permainan material dimana sang desainer mencoba mengeluarkan efek air dengan menggunakan plastik mika. Yang jadi catatan agar bisa lebih matang lagi barangkali informasi populasi hewan ini ada dimana atau dibagian negara mana harus diperjelas. Jika memang ada di Indonesia bisa tambahkan lagi jenis hiu dan daerah hiu tersebut, cara menjaga dan melestarikannya juga bisa dijelaskan. secara keseluruhan apa yang ditampilkan sangat menarik dan fun.