

SURAT KETERANGAN
MELAKUKAN KEGIATAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
INSTITUT TEKNOLOGI NASIONAL
No. 090/C.02.01/LPPM/II/2021

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Iwan Juwana, S.T., M.EM., Ph.D.
Jabatan : Kepala
Unit Kerja : LPPM-Itenas
JL. P.K.H. Mustafa No.23 Bandung

Menerangkan bahwa,

No	Nama	NPP	Jabatan
1	Agustina Kusuma Dewi, S.Sos., M.Ds.	20180505	Narasumber
2	Aldrian Agusta, S.Sn., M.Ds.	20020404	Narasumber
3	Levita Dwinaya, S.S., M.Pd.	20060502	Narasumber
4	Dr. Firmansyah Diyata, S.S., M.Pd.	20061102	Narasumber
5	Aditya Januarsa, M.Ds.	20100502	Narasumber

Telah melakukan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat sebagai berikut :

Nama Kegiatan : Seminar "Bukan Ngobrol Biasa, Ruang Paham Tanpa Sekat"
Tempat : Webinar/Video Conference
Waktu : 03 November 2020
Sumber Dana : Mandiri

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bandung, 10 Februari 2021

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

Iwan Juwana, S.T., M.EM., Ph.D.
NPP. 20010601

LAPORAN KEGIATAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT



Seminar

“Bukan Ngobrol Biasa, Ruang Paham Tanpa Sekat”

Ketua Tim :

Agustina Kusuma Dewi, S.Sos., M.Ds.0403088105

Anggota Tim :

Aldrian Agusta. S.Sn., M.Ds	0416086901
Levita Dwinaya. S.S., M.Pd	0426027902
Dr. Firmansyah Diyata.S.S., M.Pd	0412127201
Aditya Januarsa, M.Ds.	0403018503

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS ARSITEKTUR DAN DESAIN
INSTITUT TEKNOLOGI NASIONAL
TAHUN 2021**

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Seminar “Bukan Ngobrol Biasa, Ruang Paham Tanpa Sekat”

Ketua Tim Pengusul

Nama : Agustina Kusuma Dewi, S.Sos., M.Ds.
NIP : 120180505
Jabatan/Golongan : Asisten Ahli/IIIB
Jurusan/Fakultas : Desain Komunikasi Visual/Fakultas Arsitektur dan Desain
Bidang Keahlian : Periklanan, Proses Komunikasi, Bahasa Rupa, Budaya Visual, Psikologi Desain
Alamat Kantor : Jl. PKH. Hasan Mustopa No. 23 Bandung
Alamat Rumah : Jalan Rancamanyar IV No. 9 Bandung 40275

Lokasi Kegiatan

Nama Mitra : Fakultas Seni Rupa dan Desain Institut Seni Indonesia (ISI) Surakarta
Wilayah Mitra : Surakarta
Desa/Kecamatan : Mojosongo
Kota/Kabupaten : Surakarta
Provinsi : Jawa Tengah
Jarak PT ke Mitra : 535,4 km
Mahasiswa yang terlibat :
Luaran : Peserta memperoleh pengetahuan yang berkaitan dengan proses komunikasi yang terjadi di era digital pada area komunikasi visual.
Waktu Pelaksanaan : Tanggal 3 November 2020
Total Biaya : Rp. 7.650.000

Bandung, Februari 2021

Mengetahui,
Ketua Prodi Desain Komunikasi Visual

Ketua Tim Pengusul



(Aldrian Agusta. S.Sn., M.Ds)
NIDN : 0416086901



(Agustina Kusuma Dewi, S.Sos., M.Ds.)
NIDN : 0403088105

Disahkan oleh :

Dekan Fakultas Arsitek dan Desain Itenas

Ketua LP2M Itenas



(Dr. Andry, M.Sn.)
NIDN : 0424046801



Iwan Juwana, S.T., M.EM., Ph.D.
NIDN : 0403017701

SEMINAR

Bukan Ngobrol Biasa, Ruang Paham Tanpa Sekat

Latar Belakang

Dalam kehidupan sehari-hari, kita pasti akan menemukan iklan-iklan yang harus kita lihat dalam kehidupan kita. Iklan-iklan ini dapat kita lihat dimanapun, baik di televisi, radio, tepi jalan, maupun di situs-situs internet yang kita buka. Tujuan dari iklan-iklan tersebut adalah untuk membuat orang-orang yang melihatnya menjadi terpengaruh untuk mengikuti apa yang diinginkan oleh iklan tersebut.

Suatu iklan akan dianggap berhasil apabila mampu memberikan kontribusi yang signifikan terhadap tujuan mengapa iklan tersebut dibuat. Untuk dapat mencapai tujuan tersebut tentunya iklan harus dirancang dan dibuat sebaik mungkin sehingga dapat menimbulkan kesan positif dan dengan mudah dapat diingat oleh orang-orang yang melihat iklan tersebut dalam jangka waktu yang lama, bahkan apabila memungkinkan seumur hidup orang-orang yang melihatnya.

Untuk dapat menghasilkan iklan yang baik di zaman modern ini tentunya pembuat iklan tidak hanya bergantung pada konsep cerita pada iklan tersebut, tetapi juga harus mampu menyertakan penggunaan aplikasi-aplikasi teknologi yang dapat membuat iklan tersebut menghasilkan special efek yang membuat orang-orang yang melihat iklan tersebut menjadi terkesan.

Selain itu, seiring dengan perubahan zaman, iklan-iklan saat ini dirasakan akan bertambah efektif untuk mencapai tujuannya apabila ikut pula disebarakan melalui situs-situs internet dan sosial media. Hal ini dikarenakan di zaman sekarang penggunaan sosial media yang semakin marak membuat para produsen mulai berpikir bahwa iklan melalui media sosial adalah salah satu cara yang sangat efektif dalam menyebarkan pengetahuan tentang produk mereka.

Dengan demikian, seiring perubahan yang terjadi pada dunia saat ini, pembuat iklan harus tidak hanya mampu merancang iklan yang baik dan berkesan, tapi juga harus mampu membuat iklan-iklan dengan berbagai bentuk platform sesuai dengan kebutuhan dimana iklan tersebut akan ditampilkan.

Tujuan

Ketika melihat iklan, kita adakalanya dapat dengan mudah memahami apa maksud dan tujuan iklan tersebut. Iklan-iklan yang mudah dipahami seperti ini adalah iklan-iklan yang sederhana, dan biasanya iklan-iklan sederhana banyak ditampilkan di era televisi swasta yang booming di tahun 90-an.

Saat ini iklan-iklan yang ditampilkan tidak sesederhana sebelumnya. Bahkan adakalanya iklan-iklan saat ini terlihat rumit sehingga membutuhkan investasi waktu dan pemikiran agar maksud dan tujuan sebenarnya dari iklan tersebut dapat dipahami dengan baik oleh orang-orang yang melihatnya.

Berdasarkan hal diatas, maka tujuan dari diadakannya semidaring ini adalah untuk membahas dan bediskusi tentang pemahaman gambar-gambar visual dalam konteks dunia yang semakin modern dengan teknologinya, baik teknologi yang dimanfaatkan untuk efek visual pada gambar-gambar tersebut maupun teknologi media sosial yang menampilkan gambar-gambar tersebut.

Dengan adanya diskusi ini, maka diharapkan para pelaku desain dapat lebih memahami standar gambar-gambar visual yang dianggap menarik dan mampu memberikan pemahaman yang mudah terhadap tujuannya tapi dengan cara yang unik dan berkesan, sedangkan masyarakat awam yang melihat gambar tersebut akan mendapatkan cara pandang dan pengetahuan yang lebih baik dari sebelum dalam menilai suatu gambar visual yang berkualitas ataupun kurang berkualitas.

Mekanisme Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan ini diselenggarakan pada tanggal 3 November dan telah dilaksanakan melalui zoom.

Adapun kegiatan ini diselenggarakan dengan mekanisme berikut ini.

- Pukul: 08.30 – 08.45 : Diawali dengan menyanyikan lagu Indonesia Raya oleh seluruh peserta
- Pukul: 09.00 – 09.30 : Pembukaan kegiatan oleh Dekan FAD Itenas
- Pukul: 09.30 – 10.05 : Sambutan oleh Kaprodi DKV Itenas
- Pukul: 10.15 – 13.00 : Penyajian makalah oleh para pembicara dan tanya jawab:
 - 1. Fahmi Azmi Shobirin & Gumilang Akbar Adyana
Materi: Adaptasi Strategi Komunikasi Pemasaran Produk melalui Komunikasi Visual
 - 2. Naviatul Ilma
Materi: Originalitas Identitas Visual & Fenemone Perkembangan Teknologi
 - 3. Agustina Kusuma Dewi, S.Sos., M.Ds.
Materi: What is communication?
 - 4. Handriyotopo
Materi: Metafora dan Jejak Retorika Visual Karya Seni
 - 5. Adi Surahman S.Sn., M.Ds
Materi: Konten Lokal, Rasa Global
 - 6. Safiq Muljanto
Materi: Be a Conversionist
- Pukul 13.30 : Penutupan oleh Kaprodi DKV Itenas

Luaran yang Dicapai

Melalui presentasi dan diskusi yang dilakukan oleh para pembicara dan peserta pada seminar ini, terlihat para peserta yang terlibat pada seminar ini memperoleh tambahan pengetahuan yang cukup signifikan berkaitan dengan proses komunikasi yang terjadi di era digital pada area komunikasi visual.

Pengetahuan tersebut tidak hanya mencakup pemahaman dari tujuan komunikasi dalam bentuk gambar-gambar visual, tapi peserta diskusi juga diajak untuk memahami bagaimana perilaku perubahan cara pelaku usaha beriklan dengan berkembangnya media sosial dewasa ini.

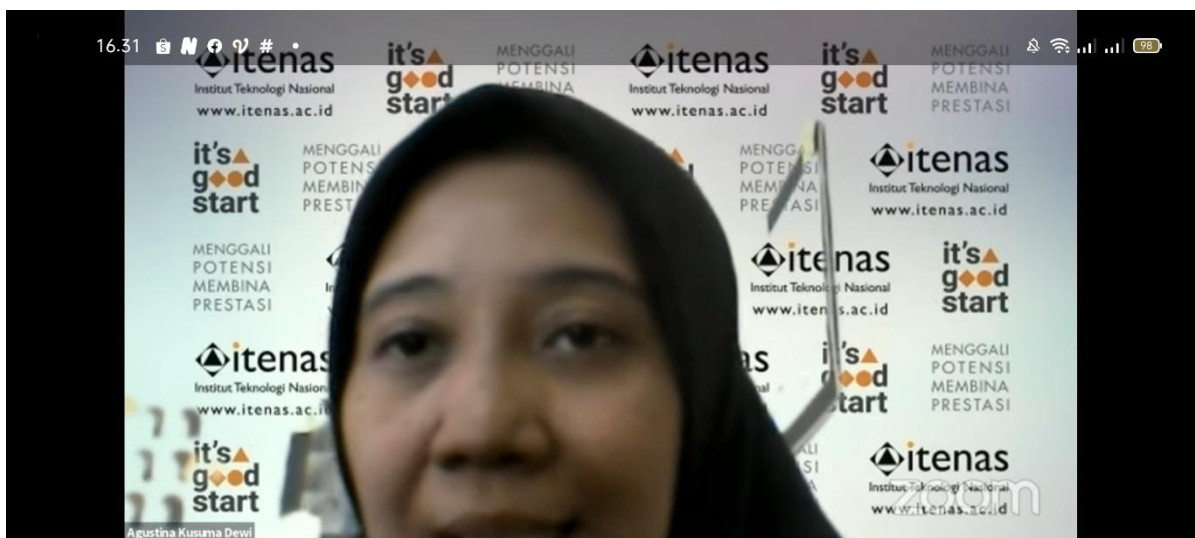
LAMPIRAN

PHOTO KEGIATAN

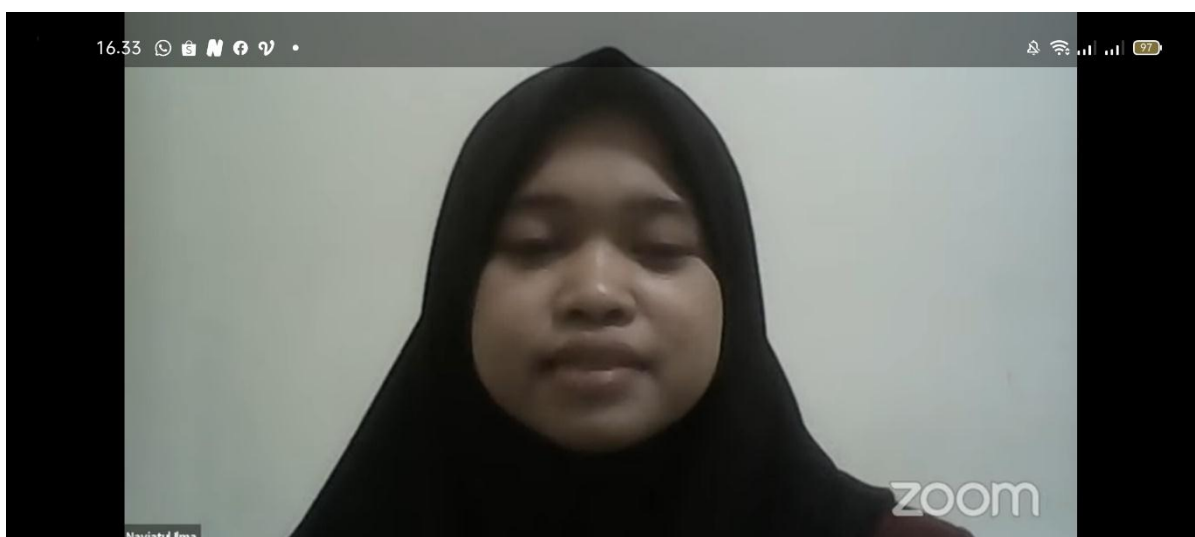
PEMBUKAAN OLEH DEKAN FAKULTAS ARSITEK DAN DESAIN



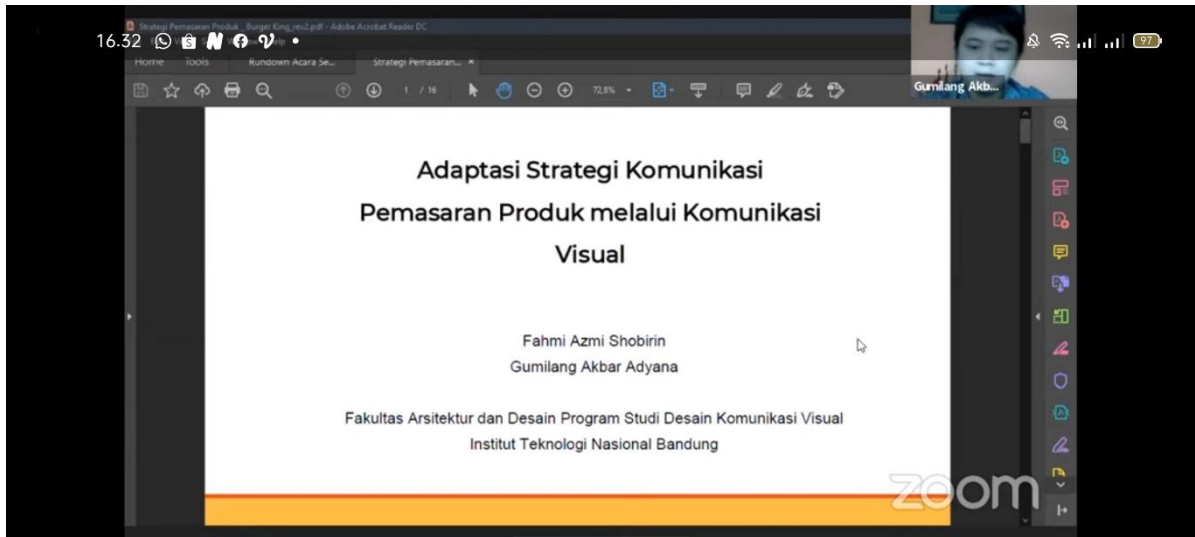
PEMAPARAN MATERI OLEH PESERTA



- Agustina Kusuma Dewi, S.Sos., M.Ds. - Materi: What is communication?



- Naviatul Ilma - Materi: Originalitas Identitas Visual & Fenemone Perkembangan Teknologi



- Fahmi Azmi Shobirin & Gumilang Akbar Adyana - Materi: Adaptasi Strategi Komunikasi Pemasaran Produk melalui Komunikasi Visual



- Adi Surahman S.Sn., M.Ds - Materi: Konten Lokal, Rasa Global



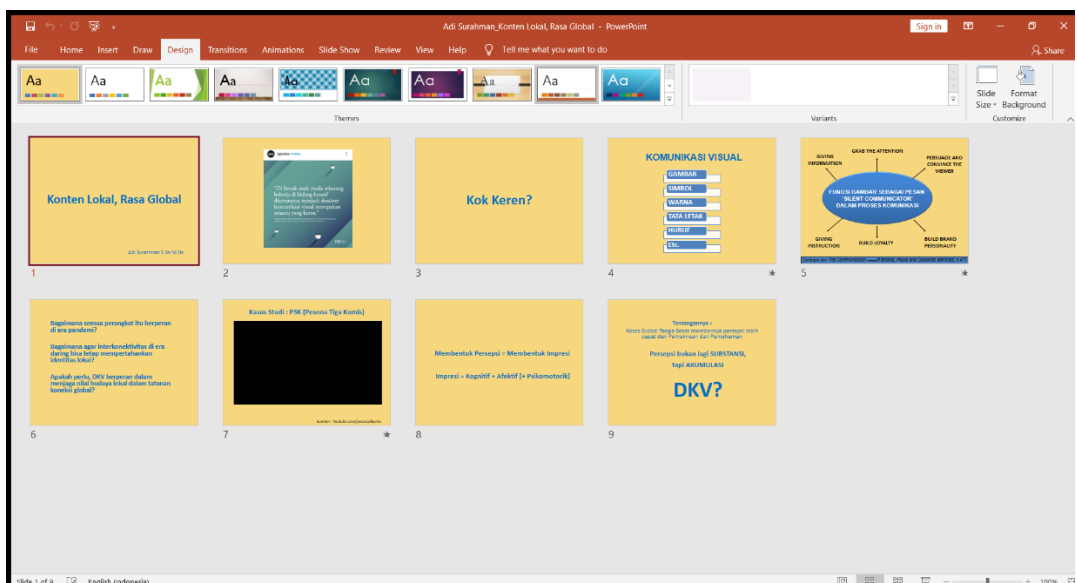
- Handriyotopo - Materi: Metafora dan Jejak Retorika Visual Karya Seni

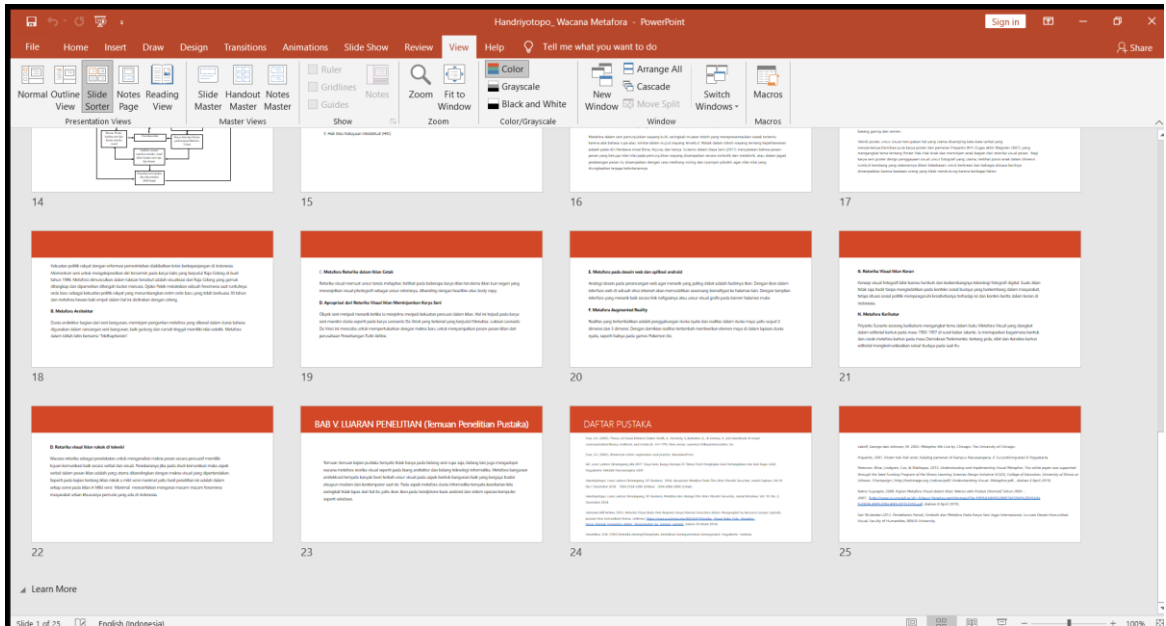
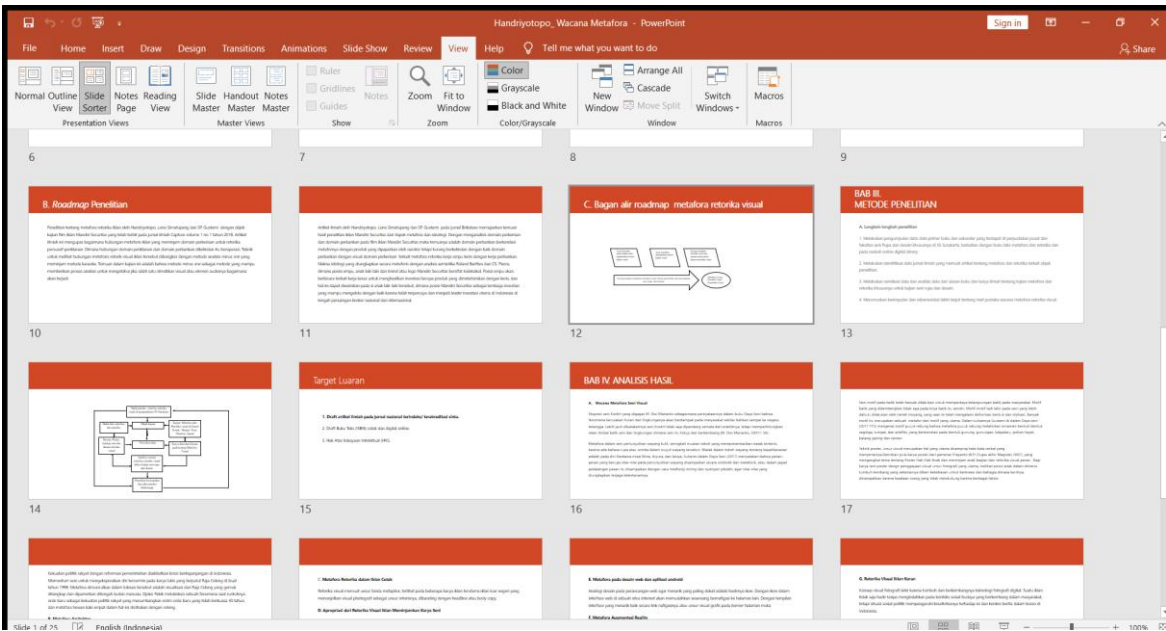
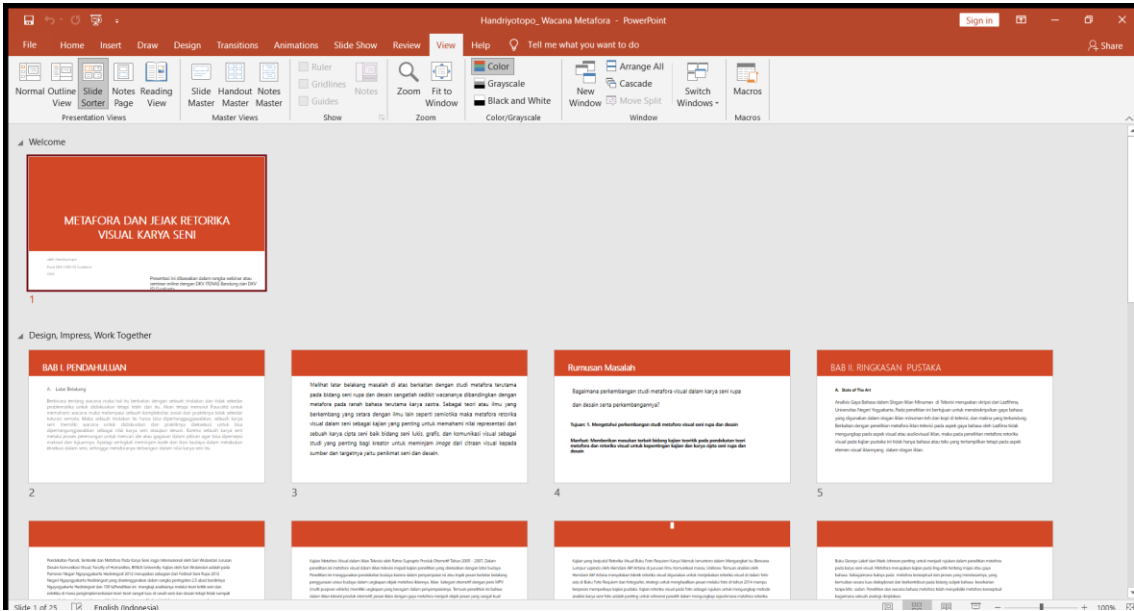


- Safiq Muljanto -Materi: Be a Conversionist



Power Pont Peserta





[illegible]