

SKRIPSI

**KOMUNIKASI DESAIN VISUAL KAFE BUKAN KONGBOX DALAM
MENJAGA EKSISTENSI**

(Studi Deskriptif Pada kafe Bukan Kongbox di Medan)

NURULFANI ROZIDA LUBIS

1403110048

Program Studi Ilmu Komunikasi

Hubungan Masyarakat



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA

MEDAN

2018

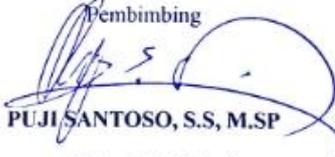
BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Telah selesai diberikan bimbingan dalam penulisan skripsi sehingga naskah skripsi ini telah memenuhi syarat dan dapat disetujui untuk dipertahankan dalam ujian skripsi oleh :

Nama : **NURULFANI ROZIDA LUBIS**
NPM : 1403110048
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : **KOMUNIKASI DESIGN VISUAL KAFE"BUKAN KONGBOX" DALAM MENJAGA EKKSISTENSI (STUDI DESKRIPSTIF PADA KAFE BUKAN KONGBOX DI KOTA MEDAN)**

Medan, 08 Mei 2018

Pembimbing

PUJI SANTOSO, S.S, M.SP

Disetujui Oleh
Ketua Program Studi


NURHASANAH NASUTION, S.Sos., M.LKom

Plt Dekan

Dr. RUDIYANTO, M.Si

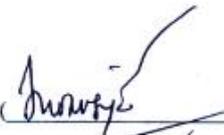

BERITA ACARA PENGESAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Skripsi ini telah dipertahankan di depan Tim Penguji Ujian Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammdiyah Sumatera Utara oleh:

Nama : **NURULFANI ROZIDA LUBIS**
NPM : 1403110048
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Pada hari : Kamis, 22 Maret 2018
Waktu : 08.00 s/d selesai

TIM PENGUJI

PENGUJI I : **IRWAN SYARI TANJUNG, S.Sos, M.AP** 

PENGUJI II : **NURHASANAH NST S.Sos., M.I.Kom** 

PENGUJI III : **PUJI SANTOSO, S.S, M.SP** 

PANITIA UJIAN

Ketua

Sekretaris


Dr. RUDIANTO, M.Si




Drs. ZULFAHMI, M.I.Kom

PERNYATAAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan ini saya, Nurulfani Rozida Lubis, NPM 1403110048, menyatakan dengan sungguh-sungguh :

1. Saya menyadari bahwa memalsukan karya ilmiah dalam segala bentuk yang dilarang oleh undang-undang, termasuk pembuatan karya ilmiah oleh orang lain dengan sesuatu imbalan, atau memplagiat atau menjiplak atau mengambil karya orang lain, adalah tindakan kejahatan yang harus dihukum menurut undang-undang yang berlaku.
2. Bahwa skripsi ini adalah hasil karya dan tulisan saya sendiri, bukan karya orang lain atau karya plagiat, atau karya jiplakan dari karya orang lain.
3. Bahwa didalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh kesarjanaaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Bila dikemudian hari terbukti pernyataan saya ini tidak benar, saya bersedia tanpa mengajukan banding menerima sanksi :

1. Skripsi saya ini beserta nila-nilai hasil ujian skripsi saya dibatalkan.
2. Pencabutan kembali gelar kesarjanaaan yang telah saya peroleh, serta pembatalan dan penarikan ijazah sarjana dan transkrip nilai yang telah saya terima.

Medan, 2018

yang menyatakan,



ABSTRAK

Komunikasi Desain Visual Kafe Bukan Kongbox Dalam Menjaga Eksistensi (Studi Deskriptif Pada Kafe Bukan Kongbox di Medan)

Nurulfani Rozida Lubis
1403110048

Komunikasi adalah proses penyampaian pesan dari seseorang kepada orang lain dengan tujuan untuk mempengaruhi pengetahuan atau perilaku seseorang. Komunikasi Desain Visual adalah seni menyampaikan pesan dengan menggunakan bahasa rupa yang disampaikan melalui media berupa desain yang bertujuan menginformasikan, mempengaruhi hingga merubah perilaku target sesuai dengan tujuan yang ingin diwujudkan. Eksistensi adalah suatu proses yang dinamis, suatu yang menjadi atau mengada. Kafe Bukan Kongbox salah satu kafe unik dan menarik yang ada dikota Medan, disain kafe ini cukup unik dan kreatif. Menggunakan box container/peti kemas seperti yang ada di pelabuhan sebagai struktur bangunan kafe, menjadikan Kongbox lain dari pada kafe kebanyakan. Interior ruangan juga dibuat cukup menarik dan kreatif. Tujuan penelitiannya adalah untuk mempertahankan eksistensi kafe melalui desain visual yang unik dan menarik agar Kafe Bukan Kongbox ini tetap ramai pengunjungnya dan terjaga eksistensinya. Uraian teoritis yang digunakan tentang teori komunikasi, komunikasi massa, komunikasi desain visual, dan eksistensi. Metode penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif adalah untuk mengungkapkan keadaan yang terjadi pada saat penelitian berlangsung dengan menyuguhkan apa yang sebenarnya terjadi, melalui wawancara kepada narasumber yang bersangkutan. Penelitian ini dilakukan di Kafe Bukan Kongbox, dalam penelitian ini peneliti mengambil narasumber yaitu 1 orang pemilik kafe dan 4 orang pengunjung kafe. Hasil penelitian ini seperti yang dikatakan oleh beberapa narasumber, Kafe Bukan Kongbox digemari oleh masyarakat umum karena bentuk kafe yang menarik, unik, dan memiliki banyak venue untuk berfoto baik di indoor maupun outdoor.

Kata kunci : Komunikasi, Komunikasi Desain Visual, Eksistensi.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah, puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan kekuatan Rahmat dan Karunia Nya serta telah memberikan kekuatan dan kesehatan kepada penulis sehingga mampu menyelesaikan skripsi ini dengan judul “**Komunikasi Desain Visual Kafe Bukan Kongbox**” tepat pada waktu yang telah ditentukan.

Ucapan terima kasih terdalem peneliti persembahkan kepada kedua orang tua saya tercinta, **Alm. Ayahanda Fahrurozi Lubis S.E dan Ibunda Yusnida**, kakak saya **Intan Rozalia Lubis** , adik saya **Ditha Amalia Lubis dan Risa Lailafithri Lubis**, yang telah memberikan banyak nasehat dan dukungan moral kepada saya.

Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis banyak mendapat bimbingan, nasihat serta dukungan dari banyak pihak. Maka dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Drs. Agussani, M.AP selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Bapak Dr. Arifin S.H M.Hum selaku Wakil Rektor I Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak Dr. Rudianto S.Sos M.Si selaku Wakil Rektor III sekaligus Plt Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

4. Ibu Nurhasanah Nst. S. Sos M. Ikom dan Bapak Akhyar Anshori S.Sos M.Ikom selaku Kepala Jurusan dan Sekertaris Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Bapak Puji Santoso, S.S, M.SP selaku dosen pembimbing saya yang telah begitu banyak meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam membimbing penulis menyelesaikan skripsi ini.
6. Dosen-Dosen FISIP dan Biro Fakultas FISIP UMSU.
7. Kepada seluruh Keluarga Besar HMJ IKO FISIP UMSU, dan UKM TARI SENI & BUDAYA UMSU.
8. Kepada uwak saya Chairil Saleh Lubis S.H dan Udak saya Towilluddin Lubis yang selalu memberikan motivasi kepada saya untuk menyelesaikan skripsi.
9. Kepada teman seperjuangan saya yang tersayang terkhusus untuk Fitri Yolanda Febriani, Maya Resti Andini, Elvira Faradila, dan Intan Putri Yosef, Anantha Ditratama, Chairil Mauriza, Dan Ahmad Fauzi Sipahutar yang selalu mendukung dan menemani saya selama ini.
10. Kepada teman – teman saya yang tersayang Eka Catur Akbar Putra, Hafina Batubara, Deni Andreono, kak Ghyna Desiandini, Lana cintya, kak Sella Oktavia Santoso, kak Pratiwi Irsan, Rilin, Intan, Dea, citra, annisa majlaika, adlina, irfan, riza.

Dan yang terakhir, terima kasih banyak untuk semua orang yang tidak bisa saya sebutkan namanya satu persatu yang telah mendukung saya dalam penulisan skripsi ini,

Medan, Maret 2018
Penulis,

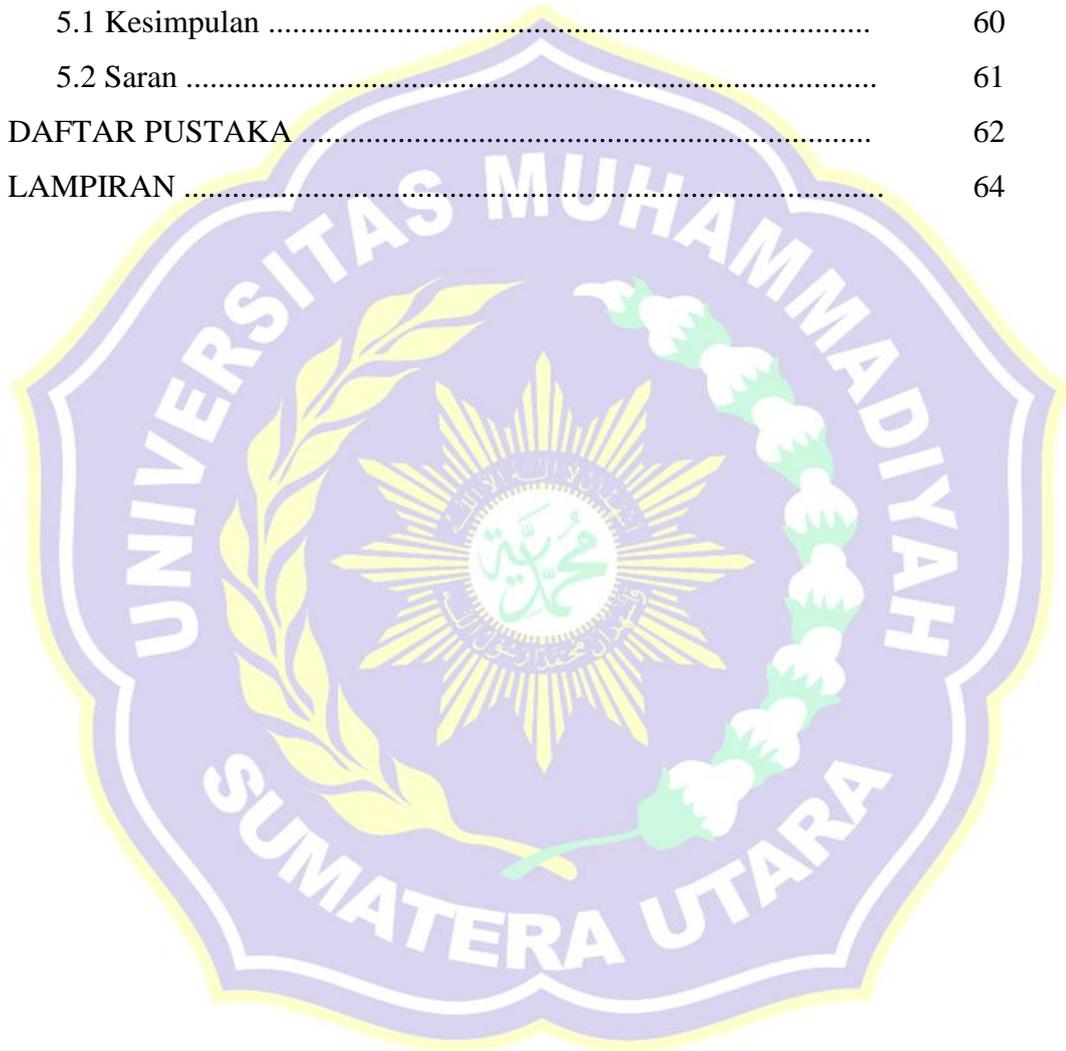
Nurulfani Rozida Lubis



DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	v
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Pembatasan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.5 Sistematika Penulisan	6
BAB II URAIAN TEORITIS	7
2.1 Komunikasi.....	7
2.1.1 Definisi Komunikasi.....	7
2.1.2 Fungsi Komunikasi	13
2.2 Komunikasi Massa.....	14
2.3 Komunikasi Design Visual (KDV)	18
2.3.1 Definisi KDV.....	18
2.3.2 Unsur-unsur KDV	20
2.3.3 Ruang Lingkup Visual.....	21
2.3.4 Fungsi KDV.....	22
2.4 Eksistensi.....	24
BAB III METODE PENELITIAN	30
3.1 Jenis Penelitian	30
3.2 Kerangka Konsep	33
3.3 Definisi Konsep	33
3.4 Kategorisasi Penelitian	34
3.5 Narasumber.....	37
3.6 Teknik Pengumpulan Data	37
3.7 Teknik Analisis Data	39
3.8 Lokasi dan Waktu Penelitian	40

3.9 Deskripsi Lokasi Penelitian.....	40
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	42
4.1 Hasil Penelitian.....	42
4.2 Hasil wawancara	43
4.3 Pembahasan.....	58
BAB V PENUTUP	69
5.1 Kesimpulan	60
5.2 Saran	61
DAFTAR PUSTAKA	62
LAMPIRAN	64



BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Seiring berkembangnya zaman semakin berkembang pesat pula persaingan bisnis kuliner. Hal ini berlaku juga pada persaingan kuliner yang mengalamisuatu lonjakan dan perkembangan yang luar biasa. Ini bisa ditunjukkan dengan banyaknya restoran-restoran atau kafe yang menyediakan kuliner bervariasi. Saat ini persaingan bisnis kuliner atau kafesangat menjamur di Medan, mereka berlomba-lomba mencari cara terjitu untuk menarik para pengunjungnya agar berkunjung dan menjadi pengunjung tetap kafeitu sendiri. Terdapat beberapa jenis kafeyang sangat bersaing di Medan yaitu, Habitat Kafe, Bens Kafe, Sensuri Kafe, Gardenia Kafe, Champion kafe dan Kafe Bukan Kongbox dan lainnya. Dari beberapa kafeyang sangat bersaing ini merekamemiliki ciri khas masing-masing yang berbeda, tidak hanya dari hal makanan dan minuman saja melainkan adanya unsur-unsur menarik yang dapat meningkatkan citra yang baik terhadap pengunjungnya.

Dari beberapa kafe yang sudah di paparkan salah satu kafeyang memiliki ciri khas yang cukup menarik adalah KafeBukan Kongbox.Kafe Bukan Kongboxsalah satu kafe unik dan menarik yang ada dikota Medan, yaituBukan Kongbox Bar & Grill Kafe.Kafe 2 (dua) lantai ini berlokasi di Jl. STMK dalam no 9Medan dekat dengan kampus USU dan daerah kuliner Jl. Dr. Mansyur Medan.

Dengan slogan "It's Your Place", kafe ini berhasil mengundang para anak muda untuk datang ketempat ini. Apalagi design kafe ini cukup unik dan kreatif. Menggunakan box container/peti kemas seperti yang ada di pelabuhan sebagai struktur bangunan kafe, menjadikan Bukan Kongboxlain dari pada kafe kebanyakan. Interior ruangan juga dibuat cukup menarik dan kreatif, khas sekali dengan anak muda, sehingga membuat pengunjung merasa nyaman untuk nongkrong di kafe ini. Selain ruangan indoor, terdapat juga ruangan outdoor bagi pengunjung yang ingin menikmati udara bebas di luar, terutama untuk perokok. Walaupun sesekali ruangan indoor pada lantai 1 terasa sedikit panas karena tidak tersedia fasilitas AC dan hanya tersedia kipas angin, tetapi tidak membuat suasana nongkrong disini menjadi tidak senang, karena masih ada fasilitas Wi-Fi yang menemani pengunjung untuk mengakses internet gratis dan setiap sabtu malam (malam minggu) terdapat *live music* yang akan membuat acara hangout pengunjung semakin mengasyikan.

Karena design kafe ini unik dan menarik, banyak pengunjung yang menjadikan tempat ini sebagai ajang selfie ataupun foto bersama teman-teman atau pasangannya. Untuk makanan, tersedia berbagai menu seperti : soup buntut lokal, soup bakar lokal, grill chicken steak, grill hot chicken, crispy chicken steak, nasi goreng kari, mie goreng sapi dan berbagai menu snack (makanan ringan). Sedangkan untuk minuman, selain tersedia berbagai tea, coffe dan juice tersedia juga berbagai macam pilihan minuman. (dalam wonder full life, 2016).

Jam buka kafe ini mulai dari pukul 11 pagi sampai pukul 24 malam dan kafe ini juga memiliki social media, salah satunya instagram, dari instagram

tersebut kafe ini juga bisa memperlihatkan desain dan menu makanan di kafe Bukan Kongbox. Dalam menjaga eksistensinya di dunia bisnis, bisnis yang bergerak dibidang makanan tidak dapat dipisahkan dengan masyarakat sebagai lingkungan eksternalnya. Kontribusi dan harmonisasi keduanya dapat menentukan keberhasilan pembangunan suatu bangsa. Dua aspek penting yaitu masyarakat dan lingkungan eksternal perusahaan juga harus diperhatikan agar tercipta kondisi sinergis antara keduanya sehingga keberadaan bisnis tersebut membawa perubahan ke arah perbaikan dan peningkatan taraf hidup masyarakat.

Bila ditinjau dari segi ekonomi keberadaan suatu bisnis tersebut memang diharapkan untuk selalu terus-menerus berkembang dan mendapat keuntungan yang setinggi-tingginya. Namun di sisi lain, bisnis ini tidak hanya dihadapkan pada tanggung jawab dalam perolehan keuntungan semata, melainkan bisnis ini juga harus memperhatikan aspek sosial, yakni menjaga hubungan dengan masyarakat maupun lingkungan sekitarnya. Hal tersebut perlu dilakukan dalam menjaga eksistensi dan keberlanjutan usaha yang dijalani perusahaan. Jika hal tersebut diabaikan maka keseimbangan hubungan yang terjalin antar perusahaan dengan masyarakat sekitarnya menjadi terganggu dan selanjutnya akan dapat menimbulkan kesenjangan sosial di antara keduanya.

1.2.Perumusan Masalah

Dari latar belakang yang telah diuraikan di halaman sebelumnya, penulis mengajukan perumusan masalah sebagai berikut: Bagaimana cara pemilik kafe tersebut agar mempertahankan eksistensi kafe tersebut tetap terjaga melalui desain di Kafe Bukan Kongbox, karena sekarang ini persaingan kafe di Medan sangatlah banyak.

1.3.Pembatasan Masalah

Adapun pembatasan masalah dalam penulisan skripsi ini berguna untuk menjelaskan lebih detail maksud dan tujuan penelitian, yakni sebagai berikut :

- a) Penelitian dilakukan di kafe Bukan Kongbox
- b) Responden penelitian adalah pemilik kafe Bukan Kongbox sebanyak 1 orang dan Pengunjung kafe Bukan Kongbox sebanyak 6 orang.

1.4.Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang hendak dicapai dari penelitian ini adalah untuk mempertahankan eksistensi kafe melalui desain visual yang unik dan menarik agar kafe Bukan Kongbox ini tetap ramai pengunjungnya dalam dunia persaingan antar kafe – kafe yang sudah banyak di kota Medan ini.

1.5. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian yang diharapkan dari penelitian ini adalah:

1. Secara akademis, hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk meningkatkan potensi penelitian di kalangan FISIP UMSU.
2. Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan menambah ilmu pengetahuan peneliti jurusan ilmu komunikasi khususnya dalam konsentrasi bidang Humas
3. Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi gambaran dan masukan bagi banyak pihak untuk mengetahui cara mempertahankan ke eksistensian kafemelalui desain visualnya.

1.6. Sistematika Penulisan

Untuk membahas penelitian yang ada, maka sistematika penulisan yang menjadi isi penelitian ini dapat dibagi menjadi :

BAB I : Bab ini berisikan tentang Latar Belakang Masalah, Perumusan masalah, pembatasan masalah serta tujuan dan manfaat penelitian.

BAB II : Berisikan uraian teoritis, yang menguraikan tentang seputar pengertian dari komunikasi, komunikasi massa, komunikasi disain visual dan eksistensi.

BAB III : Berisikan tentang Metode Penelitian yang membahas tentang jenis penelitian, objek penelitian, lokasi, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, lokasi dan waktu penelitian, deskripsi lokasi penelitian.

BAB IV : Berisikan hasil penelitian dan pembahasan tentang desain visual kafe Bukan Kongbox dalam menjaga eksistensi.

BAB V : Berisikan penutup kesimpulan dan saran.



BAB II

URAIAN TEORITIS

Uraian teoritis adalah suatu penelitian merupakan uraian sistematis tentang teori (bukan hanya sekedar pendapat dari pakar atau penulis buku) dan hasil penelitian yang relevan dengan variable yang diteliti. Berapa jumlah kelompok teori yang perlu di kemukakan, akan tergantung pada jumlah variable yang diteliti.

2.1. Komunikasi

2.1.1. Definisi Komunikasi

Kata komunikasi atau *communication* dalam bahasa Inggris berasal dari bahasa Latin *communis* yang berarti "sama", *communico*, *communication*, atau *communicare* yang berarti "membuat sama". istilah pertama (*communis*) paling sering di sebut sebagai asal kata komunikasi, yang merupakan akar dari kata – kata Latin lainnya yang mirip. (Mulyana, 2011)

Istilah komunikasi semakin hari semakin populer, begitu populernya sampai muncul berbagai macam istilah komunikasi. Ada komunikasi timbal balik, ada komunikasi tatap muka, ada komunikasi langsung, komunikasi tidak langsung, komunikasi vertical, komunikasi horizontal, komunikasi dua arah dan lain sebagainya (Cangara 2012:09).

Komunikasi merupakan kegiatan yang telah dilakukan oleh manusia sejak manusia itu dilahirkan. Namun ilmu komunikasi yang dikaji saat ini, sebenarnya merupakan hasil dari suatu proses perkembangan yang panjang. Dikarenakan

komunikasi merupakan ilmu yang dikaji berdasarkan hasil dari suatu proses perkembangan yang panjang, maka defenisi mengenai komunikasi itu sangat beragam.

Komunikasi berasal dari bahasa Inggris "*communication*" yang menurut Wilbur Schramm (Effendy, 2011:5) bersumber pada istilah "*communis*" yang dalam bahasa Indonesia berarti "sama". Berarti kita mengadakan "kesamaan" dalam hal pengertian atau makna dari informasi yang disampaikan oleh seseorang kepada orang lain. Jika komunikasi tidak berlangsung dengan baik dan tidak dimengerti berarti komunikasi itu dianggap belum berhasil.

Secara sederhana namun jelas, (Effendy2011) mengklasifikasikan pengertian komunikasi yang dilihat dari dua sudut pandang, yaitu :

a. Pengertian Komunikasi secara Umum

1) Pengertian Komunikasi secara Etimologis

Secara etimologis atau menurut asal katanya, istilah komunikasi berasal dari bahasa latin yakni "*communicatio*", dan perkataan ini bersumber pada kata "*communis*". Arti *communis* disini adalah sama, dalam arti sama makna, yaitu sama makna mengenai suatu hal. Jadi, komunikasi terjadi apabila antara orang-orang yang terlibat dalam kesamaan makna mengenai suatu hal yang dikomunikasikan.

2) Pengertian Komunikasi secara Terminologi

Secara terminologis berarti komunikasi dari sudut pandang istilah, kata - kata. Komunikasi berarti proses penyampaian suatu pernyataan oleh seseorang

kepada orang lain. Dari pengertian itu jelas bahwa komunikasi melibatkan sejumlah orang, dimana seseorang menyatakan sesuatu kepada orang lain.

b. Pengertian Komunikasi secara Paradigmatis

Dalam pengertian paradigmatis, komunikasi mengandung tujuan tertentu, ada yang dilakukan secara lisan, secara tertulis, secara tatap muka, atau melalui media massa seperti surat kabar, radio, televisi, atau film, maupun media non massa, misalnya surat, telepon, papan pengumuman, poster, spanduk dan sebagainya.

Jadi, komunikasi secara paradigmatis ini bersifat *intensional*, mengandung tujuan karena harus dilakukan dengan perencanaan. Sejauh mana perencanaan itu tergantung pada pesan yang akan dikomunikasikan dan kepada komunikan yang akan dijadikan sasaran.

Menurut Benard dan Gerry A. Stainer (Effendy, 2011:48) dalam bukunya "*human behavior*" mengatakan komunikasi adalah penyampaian informasi, gagasan, emosi, keterampilan, dan sebagainya dengan menggunakan lambang-lambang, kata - kata, gambar, bilangan, grafik dan sebagainya. Kegiatan atau proses penyampaiannya adalah yang dinamakan komunikasi.

Teknik berkomunikasi adalah cara atau seni penyampaian suatu pesan yang dilakukan seseorang komunikator sedemikian rupa, sehingga menimbulkan dampak tertentu kepada komunikan. Pesan yang disampaikan komunikator adalah pernyataan sebagai paduan pikiran dan perasaan, dapat berupa ide, informasi, keluhan, keyakinan, himbauan. Anjuran, dan sebagainya.

Komunikasi memiliki sejumlah arti. Para pakar telah membuat banyak upaya untuk mendefinisikan komunikasi. Namun, menetapkan satu definisi tunggal terbukti tidak mungkin dan berguna. Definisi mana yang dipilih, tergantung pada kegunaannya dan dalam hal apa definisi diperlukan.

Menurut Cangara Hafied, ada beberapa definisi menurut para pakar yang menurut bidang ilmunya (Cangara Hafied, 2012 :21-22) :

a) Definisi singkat menurut Harold D. Lasswell.

Bahwa cara yang tepat untuk menerangkan suatu tindakan komunikasi ialah menjawab pertanyaan “siapa yang menyampaikan, apa yang disampaikan, melalui saluran apa, kepada siapa, dan apa pengaruhnya”.

b) Menurut Steven

Bahwa komunikasi terjadi kapan saja suatu organisasi member reaksi terhadap suatu objek atau stimuli.

c) Everett M. Rogers pakar sosiologi

Komunikasi adalah sebuah proses di mana suatu ide dialihkan dari sumber kepada suatu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka.

d) Rogers mengembangkan definisi tersebut bersama D. Lawrence Kincaid (1981).

Melahirkan suatu definisi baru yang menyatakan bahwa , komunikasi adalah suatu proses dimana dua orang atau lebih membentuk dan melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya, yang pada gilirannya akan tiba pada saling pengertian mendalam.

e) Menurut weaver (1949)

Bahwa komunikasi adalah bentuk interaksi manusia yang saling pengaruh mempengaruhi satu sama lainnya, sengaja atau tidak sengaja.

Secara terminologis komunikasi berarti penyampaian suatu pernyataan seseorang kepada orang lain. Proses komunikasi terbagi menjadi dua tahap menurut (Effendy 2011:11-14)

A. Proses komunikasi secara primer

Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (simbol) sebagai media. Lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah bahasa, isyarat, gambar, warna, dan lain sebagainya yang secara langsung mampu “menerjemahkan” pikiran atau perasaan komunikator kepada komunikan. Bahwa bahasa yang paling banyak di pergunakan dalam komunikasi adalah jelas karena hanya bahasalah yang mampu “menerjemahkan” pikiran seseorang kepada orang lain. Wilbur schramm, seorang ahli komunikasi, dalam karyanya, “*Communication Research in the United States*”, menyatakan bahwa komunikasi akan berhasil apabila pesan yang disampaikan oleh komunikator cocok dengan kerangka acuan, yakni paduan pengalaman dan pengertian yang pernah diperoleh komunikan.

B. Proses Komunikasi secara Sekunder

Proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media

kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama. Seorang komunikator menggunakan media kedua dalam melancarkan komunikasinya karena komunikan sebagai sasarannya berada ditempat yang relative jauh atau jumlahnya banyak. Surat, telepon, surat kabar, majalah, radio, televisi, film, dan banyak lagi adalah media kedua yang sering digunakan dalam komunikasi. Pentingnya peranan media, yakni media sekunder dalam komunikasi, disebabkan oleh efisiennya dalam mencapai komunikan. Surat kabar, radio, atau televisi misalnya, merupakan media yang sangat efisien dalam mencapai komunikan dalam jumlah yang amat banyak.

Akan tetapi, oleh para ahli komunikasi diakui bahwa keefektifan dan efisiensi komunikasi bermedia hanya dalam menyebar pesan-pesan yang bersifat informative. Menurut mereka yang efektif dan efisien dalam menyampaikan pesan persuasive adalah komunikasi tatap muka karena kerangka acuan komunikasi dapat diketahui oleh komunikator. Sedangkan dalam proses komunikasinya, umpan balik berlangsung seketika, dalam arti kata komunikator mengetahui tanggapan atau reaksi komunikan pada saat itu juga. Ini berlainan dengan komunikasi bermedia. Seperti halnya dengan menggunakan media massa, yang tidak memungkinkan komunikator mengetahui kerangka khalayak yang menjadi sasaran komunikasinya, umpan balik berlangsung tidak pada saat itu. Karena proses komunikasi sekunder ini merupakan sambungan dari komunikasi primer untuk menembus ruang dan waktu, maka dalam menata lambang – lambang untuk memformulasikan isi pesan komunikasi, komunikator harus memperhitungkan ciri atau sifat media yang digunakan.

Penentuan media yang akan dipergunakan sebagai hasil pilihan dari sekian banyak alternatif perlu didasari pertimbangan mengenai siapa komunikan yang akan dituju. Karena setiap komunikan mempunya cara untuk menyampaikan pesannya sendiri.

2.1.1.Fungsi komunikasi

Scan MacBrige, ketua komisi masalah – masalah komunikasi UNESCO:1980 (Cangara, 2014:62) mengemukakan bahwa komunikasi tidak bisa diartikan sebagai pertukaran berita dan pesan, tetapi juga sebagai kegiatan individu dan kelompok mengenai pertukaran data, fakta dan ide. Oleh karena itu, komunikasi dapat berfungsi sebagai berikut:

1. Informasi, yakni kegiatan untuk mengumpulkan, menyimpan data, fakta dan pesan, opini dan komentar sehingga orang bisa mengetahui keadaan yang terjadi diluar dirinya apakah itu dalam lingkungan daerah, nasional atau internasional.
2. Sosialisasi, Yakni menyediakan dan mengerjakan ilmu pengetahuan bagaimana orang bersikap sesuai nilai – nilai yang ada, serta bertindak sebagai anggota masyarakat secara efektif.
3. Bahan diskusi, yakni membuka kesempatan untuk memperoleh pendidikan secara luas, baik untuk pendidikan formal maupun diluar sekolah, juga meningkatkan kualitas penyajian materi yang mengesankan.
4. Motivasi, yakni mendorong untuk mengikuti kemajuan orang lain melalui apa yang mereka baca dan dengar lewat media massa.
5. Memajukan kebudayaan yakni media massa menyebarkan hasil kebudayaan melalui pertukaran program siaran radio dan televise atau bahan

bercetak seperti buku dan penerbitan penerbitan lainnya. Pertukaran ini akan memungkinkan peningkatan daya kreativitas guna memajukan kebudayaan nasional masing – masing negara serta mempertinggi kerja sama hubungan antar negara.

6. Hiburan, yakni media massa telah menyita banyak waktu luang untuk semua golongan usia dengan difungsikannya sebagai alat hiburan dalam rumah tangga. Sifat estetika yang di tuangkan dalam bentuk lagu, lirik dan bunyi maupun gambar – gambar yang menarik dan bahasa membawa orang pada situasi menikmati hiburan seperti halnya kebutuhan pokok.

7. Integrasi, yakni banyak bangsa di dunia dewasa ini diguncang oleh kepentingan – kepentingan tertentu karena perbedaan etnis dan ras. Komunikasi seperti satelit dapat di manfaatkan untuk menjembatani perbedaan – perbedaan itu dalam memupuk dan memperkokoh persatuan bangsa.

2.2. Komunikasi Massa

Komunikasi massa adalah proses penciptaan makna bersama antara media massa dan khalayaknya. (Stanley Baran 2012:7). Menurut (Bugin 2008:70) komunikasi massa adalah proses komunikasi yang dilakukan melalui media massa dengan berbagai tujuan komunikasi dan untuk menyampaikan informasi kepada khalayak luas.

Menurut Janowitz (McQuail, 2011:62) yang berbunyi: komunikasi massa terdiri atas lembaga dan teknik dari kelompok tertentu yang menggunakan alat teknologi (pers, radio, film dan sebagainya) untuk menyebarkan konten simbolis kepada khlayak yang besar, heterogen dan sangat tersebar.

Komunikasi massa pada mulanya lebih merupakan sebuah ide daripada realitas. Istilah ini terdiri atas kondisi dan proses yang secara teoritis memungkinkan, tetapi jarang ditemukan dalam bentuk yang sebenarnya. Ketika hal ini sepertinya terjadi, sering kali kurang massa dan tidak terlalu dikontrol oleh teknologi daripada yang terlihat di permukaan. Karakteristik yang menjelaskan konsep dijabarkan seperti di bawah ini (McQuail, 2011:62-63):

- a. Distribusi dan penerimaan konten dalam skala besar
- b. Aliran satu arah
- c. Hubungan yang asimetris antara pengirim dan penerima
- d. Hubungan yang tidak personal dan anonim dengan khalayak
- e. Hubungan dengan khalayak yang bersifat jual – beli atau diperhitungkan
- f. Terdapat standarisasi dan komodifikasi konten

Dengan demikian, maka unsur - unsur penting dalam komunikasi massa adalah:

A) Komunikator

Yang dimaksud komunikator dalam media massa adalah 1. Pihak yang mengandalkan media massa dengan teknologi telematika modern sehingga dalam menyebarkan suatu informasi, maka informasi ini dengan cepat ditangkap oleh publik, 2. Komunikator dalam penyebaran informasi mencoba berbagi informasi, pemahaman, wawasan dan solusi –solusi dengan jutaan massa yang bersebar di mana tanpa diketahui dengan jelas keberadaan mereka dan 3. Komunikator juga berperan sebagai sumber pemberitaan yang mewakili instansi formal yang sifatnya mencari keuntungan dari penyebaran informasi itu.

B) Media Massa

Adalah media komunikasi dan informasi yang melakukan penyebaran informasi secara massa dan dapat diakses oleh masyarakat secara meluas.

C) Informasi (*pesan*) massa

Adalah informasi yang di peruntukkan kepada masyarakat secara masal, bukan informasi yang hanya boleh dikonsumsi oleh pribadi, maka informasi massa adalah milik publik bukan untuk individu.

D) Khalayak (*public*)

Adalah massa yang menerima informasi massa yang disebarkan oleh media massa, mereka ini terdiri dari publik pendengar atau pemirsa sebuah media massa.

E) Umpan balik

Umpan balik dalam komunikasi massa umumnya bersifat tertunda. Akan tetapi konsep umpan balik tertunda dalam komunikasi massa ini telah dikoreksi karena semakin majunya media teknologi, maka proses penundaan umpan balik menjadi sangat tradisional.

Komunikasi massa memiliki beberapa karakteristik yang dikemukakan oleh para ahli seperti menurut Wright (Ardianto,2010:04) komunikasi dapat dibedakan dari corak–corak yang lama karena memiliki karakteristik utama yaitu:

1. Diarahkan kepada khalayak yang relatif besar, heterogen dan anonim.
2. Pesan disampaikan secara terbuka.
3. Pesan diterima secara serentak pada waktu yang sama dan bersifat sekilas.

4. Komunikator cenderung berada atau bergerak dalam organisasi yang kompleks yang melibatkan biaya besar.

Fungsi komunikasi massa juga di kemukakan oleh Effendi (Ardianto 2010:18) secara umum yaitu:

- a) Fungsi informasi

Kualitas kehidupan akan menjadi miskin apabila tanpa informasi. Setiap orang dan sekelompok orang membutuhkan informasi untuk meningkatkan kualitas hidup mereka, informasi ini dapat diperoleh dari komunikasi lisan dan tertulis melalui komunikasi antarpersonal, kelompok, organisasi dan komunikasi melalui media massa. Mereka memiliki kekayaan informasi akan menjadi tempat bertanya bagi orang lain di sekitarnya. Ada pepatah mengatakan bahwa siapa yang menguasai informasi, maka dialah yang menguasai dunia dan komunikasi menyediakan tentang keadaan dan perkembangan lingkungan sekelilingnya, fungsi informasi ini diartikan bahwa media massa adalah salah satu penyebar informasi bagi pembaca, pendengar, atau pemirsa.

- b) Fungsi pendidikan dan pengajaran

Fungsi pendidikan sebenarnya sudah dikenal sejak awal kehidupan manusia, lalu fungsi pendidikan ini di mulai dari dalam rumah, misalnya pendidikan nilai dan norma budaya, budi pekerti, dan sopan santun oleh orangtua dan anggota keluarga lain. Pendidikan dan pengajaran dilaksanakan melalui pendidikan formal disekolah atau pendidikan nonformal dalam masyarakat. Dan melalui media massa banyak juga yang menyajikan hal – hal yang sifatnya

mendidik seperti melalui pengajaran nilai,etika, serta aturan – aturan yang berlaku kepada pemirsa, pendengar, ataupun pembaca.

c) Fungsi memengaruhi

Media massa dapat memengaruhi khalayaknya baik yang bersifat pengetahuan (*cognitive*), perasaan (*affective*) maupun tingkah laku (*conative*).Memengaruhi mendorong kita untuk terus berkomunikasi dalam rangkaian pernyataan pandangan yang berbeda dalam rangka pembuatan kepuasan khalayak. Komunikasi memungkinkan para pengirim pesan bertindak sebagai seorang *persuader* terhadap penerima pesan yang diharapkan akan berubah pikiran dan perilakunya.

2.3.Komunikasi Design Visual

2.3.1. Defenisi komunikasi desain visual

Desain Komunikasi Visual (DKV), definisi tentang DKV itu sendiri, ditinjau dari asal kata (etimologi) istilah ini terdiri dari tiga kata, Desain diambil dari kata “*designo*” (Itali) yang artinya gambar. Sedang dalam bahasa Inggris desain diambil dari bahasa Latin (*designare*) yang artinya merencanakan atau merancang.Dalam dunia seni rupa istilah desain dipadukan dengan bentuk, rupa, rancangan atau [sketsa](#) ide.

Selanjutnya Komunikasi berarti menyampaikan suatu pesan dari komunikator (penyampai pesan) kepada komunikan (penerima pesan) melalui suatu media dengan maksud tertentu. Komunikasi sendiri berasal dari bahasa Inggris *communication* yang diambil dari bahasa Latin “*communis*” yang berarti “sama” (dalam Bahasa Inggris:*common*). Kemudian komunikasi kemudian

dianggap sebagai proses menciptakan suatu kesamaan (*commonness*) atau suatu kesatuan pemikiran antara pengirim (komunikator) dan penerima (komunikan). (Anggraini 2013:12)

Sementara kata Visual bermakna segala sesuatu yang dapat dilihat dan direspon oleh indera penglihatan kita yaitu mata. Berasal dari kata Latin *videre* yang artinya melihat yang kemudian dimasukkan ke dalam bahasa Inggris visual.

Jadi Desain Komunikasi Visual bisa dikatakan sebagai seni menyampaikan pesan (*arts of communication*) dengan menggunakan bahasa rupa (*visual Language*) yang disampaikan melalui media berupa desain yang bertujuan menginformasikan, mempengaruhi hingga merubah perilaku target audience sesuai dengan tujuan yang ingin diwujudkan.

Sedangkan bahasa rupa yang dipakai berbentuk grafis, tanda, simbol, ilustrasi gambar/foto, [tipografi](#)/huruf dan sebagainya. (Anggraini 2013:16), berikut pengertian Desain Komunikasi Visual Menurut Para Ahli: (Anggraini 2013:20-21)

1. Menurut Suyanto, bahwa Desain Komunikasi Visual ini diartikan sebagai sebuah seni serta komunikasi yang digunakan kebutuhan bisnis dan industri. Keterampilan ini bisa meliputi periklanan dan penjualan produk, menciptakan identitas visual untuk institusi, produk dan perusahaan. Serta lingkungan grafis, desain informasi, dan secara visual melengkapi pesan dalam publikasi.
2. Menurut Michael Kroeger, bahwa *Visual Communication* (komunikasi visual) merupakan latihan teori dan konsep-konsep. Konsep tersebut dihasilkan melalui tema-tema visual dengan menggunakan warna, bentuk, garis dan penjajaran.

3. Menurut Danton Sihombing, bahwa desain grafis mempekerjakan berbagai perangkat seperti marka, simbol, uraian verbal yang ditampilkan lewat tipografi dan gambar. Visualisasi tersebut ditampilkan baik dengan teknik fotografi ataupun ilustrasi. Dan juga, beberapa perangkat tersebut diterapkan dalam dua fungsi, sebagai perangkat visual dan perangkat komunikasi.

2.3.2. Unsur-unsur Desain Komunikasi Visual (DKV)

Komunikasi desain visual mempunyai beberapa unsur yakni:

1. Warna – Unsur penting dalam DKV. Karena warna merupakan unsur yang dapat sebagai penanda atau sesuatu ciri khas dalam suatu desain.
2. Format – Unsur sekunder/tambahan dalam DKV. Unsur ini bertugas mengartikan besar kecilnya ketajaman pada obyek.
3. Tekstur – Corak dalam suatu design yang dapat dilihat melalui indra peraba. Tekstur sering dikategorikan sebagai corak dari suatu permukaan benda, seperti permukaan karpet, baju, kulit kayu, cat dinding, cat canvas, dan yang lainnya. Tekstur dibagi menjadi dua yaitu nyata dan semu.
4. Ruang – Jarak antara suatu bentuk dengan bentuk lainnya. Dan, disinilah komunikator dapat memberikan efek estetika desain juga dinamika desain grafis. Kemudian, ruang digolongkan menjadi dua unsur. Antara lain obyek dan background.
5. Garis – Unsur desain yang menghubungkan antara titik poin satu dengan titik poin yang lainnya.

6. Bentuk – Unsur yang memberikan suatu pola dalam obyek. Bentuk dasar pada umumnya adalah kotak, lingkaran, dan segitiga.

7. Desain grafis

Desain grafis adalah proses komunikasi menggunakan elemen visual, seperti tulisan, bentuk, gambar yang dimaksudkan untuk menciptakan persepsi akan suatu pesan yang disampaikan.

8. Keterampilan

Seni visual ilmu yang termasuk dalam antara lain adalah fotografi dan digital imaging. Tipografi merupakan seni dalam merancang, menyusun dan memodifikasi huruf. Dalam keterampilan mempunyai tata letak. Tata letak adalah seni dalam menyusun elemen yang ada pada sebuah halaman, seperti penempatan gambar dan teks, seperti dalam media cetak contohnya, poster, majalah.

2.3.3. Ruang Lingkup Komunikasi Visual

Ruang lingkup ini merupakan beberapa hal yang kerap menggunakan komunikasi Visual dalam melakukan komunikasi. Ruang lingkup itu di antaranya:

- Desain Grafis Periklanan (*Advertising*). Dalam hal periklanan pasti membutuhkan komunikasi visual dan persuasif.
- Animasi. Inilah yang menarik untuk para komunikator dengan teknik komunikasi visual
- Desain Identitas Usaha. Pada umumnya, hal ini digunakan ketika pembuatan *Company Profile*, *Mock Up*, hingga *Slider Presentation*.

- Desain Marka Lingkungan (*Environment Graphics*).
- Desain Multimedia. Desain multimedia ini digunakan di perusahaan percetakan seperti pembuatan banner, backdrop, stiker, dan lain sebagainya.
- Desain Grafis Industri (promosi).
- Desain Grafis Media (buku, surat kabar, majalah, dan lain-lain).
- Cergam (komik), Karikatur, Poster. Hal ini diperlukan ketika pembuatan ilustrasi terhadap tulisan sebagai perwakilan tulisan.
- Fotografi, Tipografi, dan Ilustrasi.

2.3.4. Fungsi Desain Komunikasi Visual (DKV)

Seiring berkembangnya jaman dan peradaban, desain komunikasi visual menurut Cenadi terdapat tiga fungsi dasar, yaitu : (Anggraini 2013:29-30)

a) Sarana Identifikasi

Identitas seseorang atau pesan dapat mengungkapkan pesan atau orang tersebut. Demikian juga dengan suatu produk ataupun lembaga. Jika mempunyai produk tersebut memiliki identitas berarti mencerminkan bahwa kualitas produk tersebut mudah dikenali dan baik citranya. Seseorang akan lebih memilih membeli air mineral dengan menyebutkan merek A daripada hanya mengatakan membeli air mineral saja. Atau, seseorang akan membeli air mineral merek A karena *branded* yang berkesan terkenal.

b) Sarana Informasi dan Instruksi

Desain komunikasi visual bertujuan untuk menunjukkan hubungan antara sesuatu dengan hal yang lain seperti peta, diagram, simbol dan penunjuk arah. Pesan akan dianggap berguna jika disampaikan kepada komunikan yang tepat dan pada kondisi yang tepat, juga dalam bentuk yang mudah dipahami. Kemudian, dipresentasikan secara logis dan konsisten. Contohnya, seperti tanda dan rambu lalu lintas, simbol telepon umum, toilet, restoran dan lain-lain.

c) Sarana Presentasi dan Promosi

Tujuan ini pun dapat kita lihat ketika para pengusaha yang menyebarkan pamflet atau poster sebagai ajang promosi mereka atau memberitahukan informasi bahwa terdapat produk yang bisa masyarakat gunakan. Singkat, jelas, dan padat akan mudah diingat oleh pembaca. Umumnya, untuk mencapai tujuan tersebut, maka pesan yang disampaikan bersifat persuasif dan menarik.

Manfaat Mempelajari Desain Komunikasi Visual (DKV):

Desain komunikasi visual (DKV) ini memiliki beberapa manfaat jika dipelajari. Seperti halnya di bawah ini :

1) DiBidang Pendidikan

Di sini, DKV dapat digunakan ketika menampilkan objek-objek hasil karya siswa secara real melalui software komputer. Sehingga diharapkan siswa yang melihat dapat memahami materi yang telah diajarkan, bukan hanya teori saja tetapi sudah melihat bentuk dan simulasinya. Hasil karya pada umumnya berupa penggambaran bidang, ruang, grafik, gambar kerangka manusia, susunan tubuh manusia, dan sebagainya yang berkaitan dengan pendidikan atau mata ajar yang diajarkan.

2) Di Bidang Hiburan

DKV selain untuk pendidikan, dalam hiburan pun jugabermanfaat. Sekarang, sudah mulai banyak acara hiburan di televisi yang menampilkan visual hasil grafik komputer.Mulai dari film, kartun, iklan di TV sampai acara hiburan sekalipun sudah berbasis grafik komputer.

3) Di Bidang Perancangan

Pada bidang ini dapat digunakan untuk membuat beragam desain dan model objek yang akan dibuat. Seperti contohnya ketika melakukan desain arsitektur bangunan, kendaraan dan lainnya.Dengan menggunakan software desain grafis seperti *auto cad* semua dapat dilakukan dengan mudah bahkan bisa lebih spesifik.

Namun, pada umumnya Desain Komunikasi Visual ini lebih kerap kali digunakan oleh para desainer grafis yang bekerja di advertising maupun multimedia.Karena Inilah semua komunikasi dapat berjalan dengan lancar dan mudah dipahami melalui visual.(<https://designideasdkv1>).

2.4. Eksistensi

Menurut kamus besar Bahasa Indonesia Eksistensi adalah keberadaan, kehadiran yang mengandung unsur bertahan. Sedangkan menurut Zainal Abidin (Abidin 2007:16) Eksistensi adalah suatu proses yang dinamis, suatu yang menjadi atau mengada. Ini sesuai dengan asal kata eksistensi itu sendiri, yakni *existere*, yang artinya keluar dari, melampaui atau mengatasi.Jadi eksistensi tidak bersifat kaku dan terhenti, melainkan lentur atau kenyal dan mengalami

perkembangan atau sebaliknya kemunduran, tergantung pada kemampuan dalam mengaktualisasikan potensi – potensinya.

Eksistensi adalah kata yang berasal dari bahasa latin yaitu *existere* yang memiliki arti: muncul, ada, timbul dan berada. Hal ini kemudian melahirkan empat penjelasan baru tentang eksistensi, antara lain:

- a. Eksistensi adalah apa yang ada.
- b. Eksistensi adalah apa yang memiliki.
- c. Eksistensi adalah segala sesuatu yang dialami dengan perkenaan bahwa sesuatu itu ada.
- d. Eksistensi adalah kesempurnaan.

Seorang ahli filsafat atau filsuf bernama Karl Jaspers memaknai eksistensi sebagai pemikiran manusia yang memanfaatkan dan mengatasi seluruh pengetahuan objektif. Berdasarkan pemikiran tersebut, manusia dapat menjadi dirinya sendiri dan menunjukkan bahwa dirinya adalah makhluk eksistensi. Selain itu, Jaspers juga menjelaskan tentang penerangan eksistensi yang dikemukakannya, yaitu:

1. Eksistensi selalu memiliki hubungan dengan transedensi
2. Eksistensi merupakan filsafat yang menghayati dan menghidupikebenaran
3. Eksistensi seorang manusia dapat dibuktikan dengan cara berpikir dan tindakannya.

Eksistensi juga mempunyai cara untuk menjaga ke eksistensiannya dengan cara :

a. Promosi

Promosi adalah upaya untuk memberitahukan atau menawarkan produk atau jasa dengan tujuan menarik calon konsumen untuk datang membeli ataupun berkunjung, dengan adanya promosi produsen atau distributor mengharapkan kenaikannya angka penjualan. Promosi sendiri dapat dilakukan dengan berbagai cara, misalnya dengan memberi potongan harga atau biasa disebut dengan diskon pada pengunjung yang datang, ataupun bisa juga melalui media social.

b. Berinovasi

Inovasi adalah suatu penemuan baru yang berbeda dari yang sudah ada. Dalam definisi tersebut bisa diartikan bahwa seorang yang bekerja pada bagian produksi harus mampu menemukan hal yang baru untuk sekiranya membuat konsumen menyukai dan membutuhkan barang atau makanan tersebut.

c. Peningkatan mutu dan kualitas.

Mutu dan kualitas sangat menentukan eksistensi dari perusahaan tersebut, karena kualitas dari suatu barang dapat menjadi acuan ataupun menjadi bahan promosi di masyarakat. Jika kualitas dan mutunya bagus, maka usaha ini di gemari oleh konsumen dan bahkan bisa menjadikan konsumen itu sendiri yang akan mempromosikan usaha kita kepada masyarakat awam.

Karl Jaspers menerangkan hal – hal tersebut dengan tujuan supaya semua orang paham dan sadar bahwa setiap orang memiliki keunikan yang bebedadengan yang lain, sebab eksistensi merupakan sesuatu yang sifatnya

individual sehingga bisa ditentukan oleh masing- masing individu, dan menurut Jaspers, semua orang memiliki cara keberadaan yang khas dan unik, itulah yang dinamakan sebagai eksistensi seorang individu, dan mampu berdiri diantara eksistensi orang lain maka mereka akan mendapatkan eksistensi orang lain maka mereka akan mendapatkan eksistensi yang sejati.

Konsep dasar mengenai eksistensi digambarkan oleh Abidin (Abidin 2007:18) adalah sebagai berikut :

- 1) Umwelt, adalah dunia objek- objek disekitar kita, dunia yang bersifatobjektif. Umwelt adalah dunia kebutuhan biologis, dorongan hewani, naluri tidak sadar, dan segala sesuatu yang biasanya dinamakan “lingkungan”.
- 2) Mitwelt adalah dunia perhubungan antara manusia, terdapat perasaan seperti benci dan cinta. Baik cinta dan benci, tidak pernah bisa dipahami hanya sebagai sesuatu yang bersifat manusia, misalnya keputusan pribadi dan komitmen terhadap oranglain.
- 3) Eigenwelt adalah kesadaran diri, perhubungan diri, dan secara khas hadir dalam diri manusia. Eigenwelt merupakan pusat dari perspektif manusia dan pusat dari perhubungan antara manusia dengan benda – benda atau orang lain. Eigenwelt juga berarti kesadaran, bahwa manusia “ada” dan “keberadaannya” tidak dapat disangkal.Tanpa kesadaran itu manusia kehilangan orientasi dan dengan demikian kehilangan eksistensinya.

Terdapat pandangan yang berbeda beda juga dari beberapa orang filsuf tentang arti dari kata eksistensi, di antaranya adalah :

a. Plato.

Plato berpendapat bahwa esensi lebih nyata dari pada kalau berpartisipasi dalam materi dan bila mengasimilasikan eksistensi pada esensi maka materi akan berasosiasi dengan yang bukan ada.

b. Aristoteles.

Aristoteles menegosiasikan eksistensi dengan materi yang berforma yaitu substansi, sambil menegosiasikan esensi dengan forma dan menggunakan unsur definisi yang benar.

c. Thomas Aquinas.

Thomas Aquinas adalah tokoh yang menganut komposisi rangkap esensi dan eksistensi.

Kita tahu bahwa manusia sangat membutuhkan eksistensi di dalam kehidupannya. Hal tersebut dapat ditinjau dari aspek – aspek yang ada pada sebuah kebudayaan diantaranya : strata social, pekerjaan, bahasa, kepercayaan, ilmu pengetahuan, teknologi serta kesenian. Masing – masing aspek tersebut mempunyai pengaruh satu dengan lainnya. Seperti yang di jelaskan dibawah ini:

a) Strata social

merupakan pembagian kedudukan manusia di dalam lingkungannya sesuai dengan masyarakat yang memandangnya.

Secara umum di dalam masyarakat sesuai dengan keadaan masyarakat yang memandangnya. Secara umum di dalam masyarakat akan ditemukan perlakuan berbeda terhadap masing masing manusia, itu adalah bentuk aturan yang ada

dalam lingkungan dan merupakan bentuk dari adaptasi dengan begitu manusia akan diposisikan secara terlapis.

b) Pekerjaan

Pekerjaan menentukan manusia menurut eksistensinya di dalam lingkungan. Kecakapan manusia dalam bertindak dan bertolak ukur dalam mencapai keberhasilan sebuah sistem, hal itu terkait dengan penempatan unsur unsur di dalam sistem tersebut sesuai di bidang yang seharusnya.

c) Bahasa

Suatu eksistensi dalam penggunaan bahasa itu sangatlah perlu. Pada lapisan masyarakat penggunaan intonasi atau logat serta redaksional yang jenjang akan memperlihatkan latar belakang eksistensi manusianya sehingga dia dapat di tempatkan pada lapisannya serta manusia akan melakukan peran social yang sesuai dengan keberadaan eksistensinya.

d) Kepercayaan

Dapat dilihat secara jelas bahwa kepercayaan dapat menempatkan manusia pada eksistensinya didalam masyarakat. Tingkat pemahaman serta nilai plagiari yang terdapat dalam alam pikirannya tentang nilai ajaran yang berasal dari luar manusia memunculkan atmosfir pada kualitas dirinya secara religi dan hal tersebut melampiaskannya pada golongan yang semestinya.

e) Ilmu Pengetahuan

Ilmu pengetahuan akan membantu manusia dalam menemukan eksistensinya dan melampiaskan dalam kualitas masyarakat yang ada di dalam

lingkungannya. Dengan pengetahuan manusia dapat mencoba melakukan pembuktian serta dapat mempublikasikannya kepada masyarakat.

f) Teknologi

Teknologi dapat menemukan eksistensinya. Karena teknologi adalah hasil karya manusia yang memiliki keinginan untuk menciptakan sebuah karya, cipta, rasa, dan karsa dalam hal apapun. Hal itu bertujuan untuk mempermudah semua proses yang ingin di capainya.

g) Kesenian

Kesenian dapat mendatangkan eksistensi pada manusia, karena kesenian adalah sikap – sikap manis manusia yang diaktualisasikan dalam bentuk gerak yang tertata dengan seksama. Gerakan itu memunculkan hipnotis sehingga yang melihat menjadi terkharisma serta kagum akan keindahannya. Kekaguman itu akan mengangkat nilai nilai keberadaannya di dalam lingkungan yang telah mengenalnya.

Fungsi komunikasi sebagai eksistensi adalah sebuah usaha yang sering terlihat melalui berkomunikasi dengan banyak pihak lainnya sehingga banyak pihak mengetahui apa tujuannya tersebut .

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Berdasarkan hal tersebut terdapat empat kata kunci yang perlu diperhatikan yaitu cara ilmiah, data, tujuan, dan kegunaan. Cara ilmiah berarti kegiatan penelitian itu didasarkan pada ciri – ciri keilmuan, yaitu rasional, empiris, dan sistematis. Rasional berarti kegiatan penelitian dilakukan dengan cara yang masuk akal, sehingga terjangkau oleh penalaran manusia. Empiris berarti cara yang dilakukan itu dapat diamati oleh indera manusia sehingga orang lain dapat mengamati dan mengetahui cara – cara yang digunakan. Sistematis artinya proses yang digunakan dalam penelitian itu menggunakan langkah – langkah tertentu yang bersifat logis. (Sugiyono 2014:2).

Metode adalah “Penyaluran rasa ingin tahu manusia terhadap sesuatu masalah dengan perlakuan tertentu (seperti memeriksa, mengusut, menelaah, dan mempelajari secara cermat dan sungguh – sungguh) sehingga diperoleh sesuatu (seperti mencapai kebenaran memperoleh jawaban atas masalah, pengembangan ilmu pengetahuan, dan sebagainya). (Hasan 2014:04)

Metode penelitian pada dasarnya adalah untuk mencapai tujuan. Dan tujuan dari penelitian adalah untuk memecahkan masalah dan menentukan valid atau tidak validnya sebuah penelitian. Menurut Nawawi (2007:63) tujuan penelitian ini adalah untuk memecahkan masalah, langkah – langkah yang ditempuh harus relevan dengan masalah yang telah dirumuskan.

Metode penelitian deskriptif kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan deskripsi suatu masalah yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data yang dilakukan secara gabungan, analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi. (Sugiyono 2014:9)

Metode penelitian merupakan usaha penelitian yang sistematis dan terorganisasi. Metode pada dasarnya adalah untuk mencapai tujuan. Dan tujuan dari penelitian adalah untuk memecahkan masalah dan menentukan valid atau tidak validnya sebuah penelitian. Menurut (Nawawi 2007:63) tujuan penelitian ini adalah untuk memecahkan masalah, langkah – langkah yang ditempuh harus relevan dengan masalah yang telah dirumuskan. Metode yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah metode kualitatif.

Dalam penelitian kualitatif tidak menekankan pada jumlah atau keterwakilan, melainkan lebih pada kualitas informasi, kredibilitas, dan kekayaan informasi yang dimiliki oleh partisipan. Dalam pengumpulan data terdapat proses komunikasi langsung antara peneliti dengan yang diteliti (individu, kelompok sosial atau masyarakat). Data penelitian kualitatif ini datanya diperoleh langsung dari informan atau subjek penelitian, melalui interview (wawancara) atau observasi (pengamatan). (Sugeng, 2016)

Penelitian kualitatif tidaklah menggunakan populasi, karena penelitian kualitatif ini berawal dari kasus tertentu yang ada pada situasi social tertentu dan hasil kajiannya tidak akan diberlakukan ke populasi, tetapi di transferkan ke

tempat lain pada situasi social yang memiliki kebersamaan dengan situasi social pada kasus yang dipelajari. Sampel dalam penelitian kualitatif bukan dinamakan responden, tetapi dikatakan sebagai narasumber, atau partisipan, informan, teman, dan guru dalam penelitian. Sampel dalam kualitatif bukanlah disebut sampel statistic, melainkan sampel teoritis, karena tujuan penelitian deskriptif kualitatif ini untuk menghasilkan teori. (Sugiyono 2014:216)

Pada penelitian kualitatif, peneliti memiliki situasi social tertentu, melakukan observasi dan wawancara kepada orang – orang yang dipandang tahu tentang situasi social tersebut. Penentuan sumber data pada orang yang diwawancarai dilakukan secara *purposive*, yaitu dipilih dengan pertimbangan dan tujuan tertentu. Hasil penelitian tidak akan digeneralisasikan ke populasi karena, pengambilan sampel tidak diambil secara random. Hasil penelitian metode kualitatif hanya berlaku untuk kasus situasi social tersebut. Hasil penelitian tersebut dapat di transferkan atau diterapkan kesituasi social (tempat lain) lain, apabila memiliki kemiripn atau kesamaan dengan situasi social yang sedang diteliti. (Sugiyono 2014:216)

3.2. Kerangka Konsep

Penentuan kerangka konseptual oleh peneliti akan sangat membantu dalam menentukan arah pelaksanaan penelitian. Kerangka konseptual merupakan kerangka pikir mengenai hubungan antar variabel-variabel yang terlibat dalam penelitian atau hubungan antar konsep dengan konsep lainnya dari masalah yang diteliti sesuai dengan apa yang telah diuraikan pada studi kepustakaan.

Teori adalah himpunan konstruk (konsep), definisi dan proposisi yang mengemukakan pandangan sistematis tentang gejala dengan menjabarkan relasi antara variabel, untuk menjelaskan dan meramalkan gejala tersebut.



3.3. Definisi Konsep

Konsep adalah istilah atau definisi yang digunakan untuk menggambarkan secara abstrak kejadian, keadaan atau individu yang menjadi pusat perhatian ilmu sosial. Adapun definisi konsep dari penelitian adalah:

- a. Komunikasi adalah proses mengirimkan dan menerima pesan. Sedangkan komunikasi yang efektif terjadi kalau individu mencapai pemahaman yang sama, merangsang pihak lain melakukan tindakan, dan mendorong untuk berpikir dengan cara yang baru.
- b. Komunikasi massa adalah proses komunikasi yang dilakukan melalui media massa dengan berbagai tujuan komunikasi dan untuk menyampaikan informasi kepada khalayak luas.
- c. Komunikasi design visual adalah Desain Komunikasi Visual bisa dikatakan sebagai seni menyampaikan pesan (*arts of communication*) dengan menggunakan bahasa rupa (*visual language*) yang disampaikan melalui media berupa desain yang bertujuan menginformasikan, mempengaruhi hingga merubah perilaku target audience sesuai dengan tujuan yang ingin diwujudkan. Sedang

Bahasa rupa yang dipakai berbentuk grafis, tanda, simbol, ilustrasi gambar/foto, [tipografi](#)/huruf dan sebagainya.

d. Eksistensi adalah suatu proses yang dinamis, suatu, menjadi atau mengada. Sesuai dengan asal kata eksistensi sendiri yaitu *existere*, yang artinya keluar dari melampaui atau mengatasi.

3.4. Kategorisasi

Kategorisasi merupakan salah satu bahan yang disusun atas pikiran, situasi dan kriteria tertentu. Kategorisasi menunjukkan cara mengatur suatu variabel penelitian sehingga dapat diketahui dengan jelas apa yang menjadi kategori penelitian pendukung untuk analisa dari variabel tersebut.

Tabel 4.3.1 Kategorisasi Penelitian

No.	Konsep Teoritis	Kategorisasi
1.	Komunikasi desain visual	a. Warna b. Desain grafis c. Keterampilan
2.	Menjaga eksistensi kafe	d. Promosi e. Berinovasi f. Peningkatan mutu dan kualitas

a. Warna

Warna adalah salah satu daya tarik dalam dunia desain grafis, dimana warna – warna yang soft akan menghasilkan kenyamanan tersendiri bagi mata yang akan melihatnya. Beberapa warna yang menarik untuk digunakan yaitu warna : Merah, Biru, Hijau, Kuning, Ungu, Coklat, Jingga, Merah Muda, Putih, Hitam. Pada intinya bahwa warna apapun itu yang digunakan untuk mendisain adalah sama bagusnya. Perhatikan juga warna – warna yang menarik untuk dijadikan sumber Inspirasi.

b. Desain grafis

Desain grafis adalah proses komunikasi menggunakan elemen visual, seperti tulisan, bentuk, gambar yang dimaksudkan untuk menciptakan persepsi akan suatu pesan yang disampaikan.

c. Keterampilan

Seni visual ilmu yang termasuk dalam antara lain adalah fotografi dan digital imaging. Tipografi merupakan seni dalam merancang, menyusun dan memodifikasi huruf. Dalam keterampilan mempunyai tata letak. Tata letak adalah seni dalam menyusun elemen yang ada pada sebuah halaman, seperti penetapan gambar dan teks, seperti dalam media cetak contohnya, poster, majalah.

d. Promosi

Promosi adalah upaya untuk memberitahukan atau menawarkan produk atau jasa dengan tujuan menarik calon konsumen untuk datang membeli ataupun

berkunjung, dengan adanya promosi produsen atau distributor mengharapkan kenaikannya angka penjualan. Promosi sendiri dapat dilakukan dengan berbagai cara, misalnya dengan memberi potongan harga atau biasa disebut dengan diskon pada pengunjung yang datang, ataupun bisa juga melalui media social.

e. Berinovasi

Inovasi adalah suatu penemuan baru yang berbeda dari yang sudah ada. Dalam definisi tersebut bisa diartikan bahwa seorang yang bekerja pada bagian produksi harus mampu menemukan hal yang baru untuk sekiranya membuat konsumen menyukai dan membutuhkan barang atau makanan tersebut.

f. Peningkatan mutu dan kualitas.

Mutu dan kualitas sangat menentukan eksistensi dari perusahaan tersebut, karena kualitas dari suatu barang dapat menjadi acuan ataupun menjadi bahan promosi di masyarakat. Jika kualitas dan mutunya bagus, maka usaha ini digemari oleh konsumen dan bahkan bisa menjadikan konsumen itu sendiri yang akan mempromosikan usaha kita kepada masyarakat awam.

3.5. Narasumber

Narasumber merupakan orang yang memiliki dan dapat memberikan informasi atau pengetahuan lebih dari orang lain berkaitan dengan objek yang sedang diteliti. Narasumber penelitian ini adalah:

- a. pemilik atau owner kafe Bukan Kongbox 1 orang
- b. pengunjung kafe Bukan Kongbox 6 orang

3.6. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik wawancara dengan pemilik/owner kafe “Bukan Kongbox” dan beberapa pengunjung yang ada di lokasi.

1. Data Primer (Wawancara Mendalam)

Dalam hal ini, penulis melakukan wawancara mendalam yakni berupa wawancara yang dilakukan untuk mengumpulkan data atau informasi dengan cara bertatap muka langsung dengan narasumber, dengan maksud mendapatkan gambaran lengkap dan hasil akurat mengenai topik pembahasan yang diteliti. Kata-kata dan tindakan orang-orang yang diamati atau diwawancarai menggunakan sumber yang diamati atau diwawancarai menggunakan sumber data utama melalui catatan tertulis.

Wawancara mendalam (*intensiv/depth interview*) adalah teknik mengumpulkan data atau informasi dengan cara bertatap muka langsung dengan informan agar mendapatkan data lengkap dan mendalam. Wawancara ini dilakukan dengan frekuensi tinggi (berulang) secara intensif. Biasanya wawancara mendalam menjadi alat utama pada penelitian kualitatif. Pada wawancara mendalam ini, pewawancara relatif tidak mempunyai kontrol atas respons informan. Artinya informan bebas memberikan jawaban-jawaban lengkap dan mendalam. (Mulyana, 2011 : 178)

Dengan wawancara mendalam (*in depth interview*) kepada informan, penulis dapat mengetahui alasan yang sebenarnya dari responden mengambil sebuah keputusan. Informan adalah orang yang dapat memberikan keterangan atau

informasi mengenai masalah yang sedang diteliti dan dapat berperan sebagai narasumber selama proses penelitian. Informan penelitian terdiri dari tiga kelompok:

- Informan Kunci
- Informan Ahli, yaitu para ahli yang sangat memahami dan dapat memberikan penjelasan berbagai hal yang berkaitan dengan penelitian.
- Informan Insidental, yaitu siapa saja yang ditemukan di wilayah penelitian yang di duga dapat memberikan informasi tentang masalah yang diteliti (Ardianto, 2010 : 61-62)

2. Data Sekunder (Kepustakaan)

Yaitu pengumpulan data yang diperoleh dari buku - buku ilmiah dan literatur bacaan relevan yang mendukung penelitian.

3. Dokumenter

Metode dokumenter merupakan pengumpulan data melalui dokumen dan arsip – arsip yang tersedia. Alat pengumpulan datanya disebut dengan form pencatatan dokumen, dan sumber data berupa catatan atau dokumen yang tersedia dan juga foto.

3.7. Teknik Analisis Data

Data terkumpul akan dianalisa dengan seksama menggunakan analisis kualitatif. Analisis kualitatif pada dasarnya merupakan pemaparan tentang teori-

teori tersebut dapat ditarik beberapa hal yang akan dijadikan kesimpulan dan pembahasan skripsi. Metode penelitian kualitatif merupakan sebuah cara yang lebih menekankan pada aspek pemahaman secara mendalam terhadap suatu permasalahan. Penelitian kualitatif ialah penelitian riset yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis serta lebih menonjolkan proses dan makna. Riset kualitatif bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data sedalam-dalamnya. Dalam penelitian kualitatif, data diperoleh dari berbagai sumber dengan menggunakan teknik pengumpulan data, dan dilakukan secara terus menerus. Dengan pengamatan secara terus menerus mengakibatkan variasi data tinggi sekali. Analisis data adalah proses menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi. (Sugiyono 2014: 243-244)

Riset penelitian ini menggunakan metode wawancara mendalam (Depth Interviews) yang didalamnya terdapat kegiatan wawancara tatap muka secara terus-menerus untuk menggali informasi dari responden.

3.8. Lokasi dan Waktu Penelitian

Suatu penelitian sudah pasti harus memiliki lokasi penelitian yang nyata dan jelas, yang berfungsi untuk menghindari kekeliruan dan manipulasi suatu data hasil penelitian tersebut. Lokasi penelitian akan dilaksanakan di kafe Bukan Kongbox yang terletak di Jl. STMK 8 dr. Mansyur Medan. Waktu penelitian ini pada bulan Februari 2018.

3.9 Deskripsi lokasi penelitian

Diawali pada tahun 2014 tepatnya pada tanggal 18 februari 2014, kafe yang sekarang ini memiliki nama Bukan Kongbox sebelumnya bernama Kongbox Its Your Place yang di pimpin oleh bapak Yuda Himawan dan pada tanggal 20 februari 2017 kafe ini berpindah tangan ke bapak Vincent dan bapak denny. adanya perubahan di bagian desain kafeagar lebih unik dari pada sebelumnya dan menu makanan juga.Kafe ini berada di Jl. STMK dalam no 9 Dr. Mansyur Medan.

Kafe ini juga mempunyai visi dan misi

Visi :

Untuk menjadikan kafe Bukan Kongbox kitchen ini bisa menjadi tempat nongkrong di kotaMedan yang terfavorit dan bisa mencakup dari semua kalangan dengan konsep countainer kafe dan workshop.

Misi :

Kafe ini mempunyai misi untuk mengutamakan kualitas desain kafe ini, juga untuk makanan dan minumannya , pelayanan, dan menumbuhkan keterampilan, pengetahuan karyawan demi kualitas kafe yang baik agar tetap terjaga eksistensi nya.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian

Pada penelitian ini penulisan akan menyajikan studi deskriptif dari data yang diperoleh melalui penelitian di lapangan melalui metode – metode pengumpulan data yang telah disebutkan pada bab terdahulu. Demikian juga halnya permasalahan yang hendak di jawab dalam bab ini adalah bagaimana cara mempertahankan eksistensi melalui komunikasi desain visual. Dalam mengumpulkan data yang di perlukan untuk menjawab permasalahan secara mendalam, ada beberapa tahapan yang dilakukan penulis, yaitu: pertama, penelitian diawali dengan pengumpulan data atau pertanyaan yang di perlukan untuk narasumber untuk di jawab. Kedua, penulis melakukan wawancara dengan pimpinan/owner dan pengunjung kafe yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

Peneliti melakukan wawancara pada tanggal 17 Februari 2018 di kafe Bukan KongboxMedan. Wawancara dilakukan guna memperoleh jawaban dari rumusan masalah yang peneliti tentukan serta untuk memperoleh data – data yang mendukung dalam penelitian ini agar mampu menjawab permasalahan yang menjadi hal yang ingin di jawab. Data – data tersebut berupa pertanyaan dari narasumber mengenai permasalahan dalam penelitian skripsi ini.

4.2 Hasil wawancara

Berikut ini adalah penyajian data – data yang di peroleh melalui metode wawancara dengan berbagai narasumber baik dari pemilik kafe dan pengunjung kafe. Adapun daftar pertanyaan dalam wawancara ini di sesuaikan dengan permasalahan yang ada di dalam penelitian. Berikut ini akan di sajikan hasil wawancara yang dilakukan terhadap para narasumber di lapangan, yaitu:

Narasumber pertama:

Nama : Vincent

Umur : 29 tahun

Pekerjaan : Pemilik kafe

- 1) Bisakah anda jelaskan tentang sejarah kafe ini ? kapan didirikan? dan sekaligus pemiliknya?

Jawab:

Kafe ini didirikan pada tahun 2013 bulan februari, dan nama awal kafe ini adalah Kongbox di pimpin oleh bapak YudaHimawan, lalu pada tahun 2017 bulan februari kafe ini berpindah tangan ke saya (Vincent) dan bapak Denny dan berganti nama menjadi Bukan Kongbox.

- 2) Dari manakah anda sebagai pemilik kafe mendapatkan ide untuk design kafe ini?

Jawab:

Awalnya kafe ini memang sudah berbentuk atau terbuat dari countainer, dan bernuansa ala amerika, tetapi setelah berpindah dan berganti nama, saya berfikir untuk mendisain kafe ini sedikit klasik dengan menambahkan bingkai

bingkai foto/lukisan yang unik, serta ada beberapa buku yang bisa juga di baca oleh pengunjung. Kami juga membuat di satu sisid luar ruangan tempat berfoto atau biasa di sebut photo booth.

3) Adakah pengaruh desain visual kafe terhadap ramainya pengunjung?

Jawab:

Sangat ada pengaruhnya, karena zaman sekarang ini orang mencari tempat nongkrong itu yang unik dan menarik sehingga para pengunjung pun tidak bosan, selain itu kafe sering dijadikan tempat photo shoot prewedding karena desain visualnya mendukung sekali untuk pengambilan photo baik itu di indoor ataupun di outdoornya.

4) Apakah kafe mempunyai wifi? adakah pengaruh wifi terhadap jumlah pengunjung kafe?

Jawab:

Ya, kami juga menyediakan wifi untuk yang berada di kafe ini, karena adanya wifi ini sangatlah berpengaruh terhadap ramainya pengunjung kafe, karena dimana mana orang mencari tempat tongkrongan yang ada wifi nya, wifi juga menjadi salah satu daya tarik untuk kafe ini.

5) Berapakah omset kafe Bukan Kongbox perbulannya ?

Jawab:

Omset/pencapaiannya itu mencapai kurang lebih Rp.125.000.000,- perbulannya.

6) Bagaimana cara anda mempromosikan kafe anda agar diketahui banyak orang ?

Jawab:

Dengan cara mengajak komunitas - komunitas bergabung di kafe ini dengan mengadakan acara kumpul bareng komunitas, itu salah satu untuk mempromosikan kafe ini, dan kafe ini juga memiliki media social instagram , kenapa kami lebih memilih instagram untuk mempromosikan kafe, karena anak muda sekarang hampir semuanya pasti mempunyai akun instagram, jadi kami lebih memilih instagram untuk mempromosikan kafe Bukan Kongbox ini.

7) Bagaimanakah cara anda sebagai pemilik kafe untuk mempertahankan ke eksistensi kafe ini, dimana sekarang kita ketahui banyaknya kafe kafe di Medan.

Jawab:

Dengan lebih memperbaharui kafe ini mulai dari design nya, menu makannya, dan pelayanannya. Untuk memperbarui design ini sangatlah kami utamakan agar lebih fresh lagi dan tidak ketinggalan zaman dengan designnya mulai dari warna, model, dan lain sebagainya, dan juga bertujuan agar pengunjung tidaklah bosan datang ke kafe ini.

Pengunjung kafe I:

Nama : Nurul Nara Indra Lubis

Umur : 25 Tahun

Pekerjaan : Pegawai swasta

1) Bagaimanakah menurut anda melihat design kafe ini ?

Jawab:

Unik, karena menggunakan dinding dan bentuk countainer dan bertema klasik, ada juga sentuhan pelabuhannya ya sangatmenarik untuk dijadikan tempat ngumpul bareng teman.

2) Apa yang membuat anda tertarik untuk datang ke kafe? Dan sesering apa anda datang ke kafe ini ?

Jawab:

Tempatnya nyaman, bersih pastinya, juga desainnya unik beda dari kafe lainnya dan setiap malam minggu ada live music jugajadi bisa nongkrong dan bisa ikutan nyanyi juga.

3) Dari mana anda pertama kali mengetahui keberadaan kafe ini?

Jawab:

Saya mengetahui kafe ini dari teman saya yang juga sangat sering ke kafe ini.Dan ternyata kafe ini sangatlah bagus. Apalagi yang suka berfoto pasti sangat suka, karena banyaktempatuntuk berfoto, baik di indoor ataupun di outdoor.

4) Ketika anda ingin berfoto, di bagian kafe mana anda akan berfoto? Di indoor atau di outdoor ?

Jawab:

Di outdoor, karena banyak tempat berfoto yang bagus dan unik, danmendapat pencahayaan yang bagus, ada juga jembatan kecil yang dibawahnya ada kolam yang cantik, disitu juga bagus untuk berfoto.

5) Apa saran dan masukan anda terhadap design untuk kafe ini agar bisa tetap ramai pengunjung bahkan bisa lebih menjadi ramai lagi pengunjung dan tetap menjadi tempat tongkrongan favorit anak muda ?

Jawab:

Saran nya tambah lampu penerangan di malam hari terutama di indoorsnya agar berfoto di malam hari lebih bagus dan agar lebih kelihatan kesan klasiknya.

Pengunjung kafe II:

Nama : M. Azhar

Umur : 21 Tahun

Pekerjaan : Pedagang

1) Bagaimanakah menurut anda melihat design kafe ini ?

Jawab:

Sangat menarik untuk dijadikan tempat nongkrong barengteman ataupun keluarga, karena kafe ini memiliki desain yang bagus.

2) Apa yang membuat anda tertarik untuk datang ke kafe? Dan sesering apa anda datang ke kafe ini ?

Jawab:

Tentunya makan dan minumannya yang pas di lidah saya ditambah lagi tempatnya nyaman dan ngangenin, ada hiburan live band dan DJ juga yang membuat saya tertarik untuk datang lagi dan lagi.

3) Dari mana anda pertama kali mengetahui keberadaan Bukan Kongbox ?

Jawab:

Awalnya kafe ini bernama Kongbox, dan baru saya ketahuikalau kafe ini sudah berubah menjadi Bukan Kongbox dan berubah dengan tampilan kafe yang terbaru dari sebelumnya, saya tau dari media social dan teman saya juga.

4) Ketika anda ingin berfoto, di bagian kafe mana anda akan berfoto? Di indoor atau di outdoor ?

Jawab:

Sesekali saya berselfie di dalam ruangan kafe ini, namun terlebih sering lagi saya foto diluar kafe ini, karena ada objek yang sangat menarik yang membuatsaya suka berfoto di bagian outdoor.

5) Apa saran dan masukan anda terhadap design untuk kafe ini agar bisa tetap ramai pengunjung bahkan bisa lebih menjadi ramai lagi pengunjung dan tetap menjadi tempat tongkrongan favorit anak muda ?

Jawab:

Menurut saya tidak perlu berubah menjadi yang lebih lagi karena seperti ini saja kafe ini sudah menjadi incaran buat masyarakat setempat maupun yang jauh dari lokasi kafe ini. Mungkin masukan saya hanya di promo makanan atau menu-menu yang menggugah selera lagi

Pengunjung kafe III

Nama : Dila Anshari

Umur : 20 Tahun

Pekerjaan : Kasir

1) Bagaimanakah menurut anda melihat design kafe ini ?

Jawab:

Menarik, unik, dan banyak lukisan-lukisan di dinding kafe sehingga pengunjung bisa cuci mata.

2) Apa yang membuat anda tertarik untuk datang ke kafe? Dan sesering apa anda datang ke kafe ini ?

Jawab:

Karena akustik band nya asyik, kalau datangnya di hari weekend aja sih, sabtu malam minggu gitu karena setiap weekend selalu ada live music jadi makin seru deh ngumpul bersama teman teman yang lainnya.

3) Dari mana anda pertama kali mengetahui keberadaan Bukan Kongbox ?

Jawab:

Rekomendasi teman dong. Karena saya anaknya tidak suka main sosmed dan jarang keluar rumah juga jadi kurang tau ada apa aja diluar.

4) Ketika anda ingin berfoto, di bagian kafe mana anda akan berfoto? Di indoor atau di outdoor ?

Jawab:

Di Outdoor dong. Karena ada photoboth jadi cantik sekali kalau foto di tempat yang ada photo booth, apalagi background kafe Bukan Kongbox terbuat dari countainer, saya rasa itu sangatlah unik ya, apalagi buat foto bersama teman teman.

5) Apa saran dan masukan anda terhadap design untuk kafe ini agar bisa tetap ramai pengunjung bahkan bisa lebih menjadi ramai lagi pengunjung dan tetap menjadi tempat tongkrongan favorit anak muda ?

Jawab:

Wifi nya di perlanar supaya anak muda lebih lama di kafe, dan untuk penerangan/ pencahayaan di malam hari agar lebih di tambahkan, supaya para pengunjung bisa foto juga di dalam kafe ini, karena kalo untuk saat ini foto di malam hari tidaklah bisa karena kurangnya cahaya.

Pengunjung kafe IV :

Nama : Muhammad Ikhsan Zaidt

Umur : 29 Tahun

Pekerjaan : Pegawai

1) Bagaimanakah menurut anda melihat design kafe ini ?

Jawab:

Bagus sekali, dari mulai lighting, design visualnya keseluruhansangatlah bagus dan indah untuk di lihat.

2) Apa yang membuat anda tertarik untuk datang ke kafe? Dan sesering apa anda datang ke kafe ini ?

Jawab:

Selain design visualnya yg bagus dan unik, saya tertarik ke kafeini karena setiap sabtu malam minggu ada hiburan dari homebandnya, makanan dan minumannya enak, lumayan sering seminggu sekali bahkan sampai duakali juga terkadang dalam seminggu.

3) Dari mana anda pertama kali mengetahui keberadaan Bukan Kongbox ?

Jawab:

Saya mengetahui pertama kali kafe ini melalui teman saya, dan dia merekomendasikan tempat ini untuk tempat nongkrong yang enak dan terkesan

unik, saya juga mencari tahu tentang kafe ini sebelum saya berkunjung ke kafe melalui media social instagram.

- 4) Ketika anda ingin berfoto, di bagian kafe mana anda akan berfoto? Di indoor atau di outdoor ?

Jawab:

Outdoor, karena menurut saya di outdoor lebih unik dan pencahayaannya lebih bagus.

- 5) Apa saran dan masukan anda terhadap design untuk kafe ini agar bisa tetap ramai pengunjung bahkan bisa lebih menjadi ramai lagi pengunjung dan tetap menjadi tempat tongkrongan favorit anak muda ?

Jawab:

Design kafe di indoornya boleh ditambah dengan variasi warna yang lebih sedikit terang (cerah) dan ditambah dengan beberapa accessories klasik agar lebih indah lagi.

Pengunjung Kafe V :

Nama : Angga

Umur : 25 Tahun

Pekerjaan : Pegawai

- 1) Bagaimanakah menurut anda melihat design kafe ini ?

Jawab:

Menurut saya kafe ini bagus ya, karna design interior nya sangatlah menarik.

- 2) Apa yang membuat anda tertarik untuk datang ke kafe? Dan sesering apa anda datang ke kafe ini ?

Jawab:

Saya tertarik ketika melihat pertama kali kafe ini yang terbuat dari countainer, dan sekarang saya terbilang sering mengunjungi kafe ini bersama teman saya.

- 3) Dari mana anda pertama kali mengetahui keberadaan Bukan Kongbox ?

Jawab:

Saya mengetahui kafe ini dari komunitas saya yang kebetulan tahun 2017 pertama kali membuat acara di kafe ini, disitulah saya tahu kafe ini, sebelumnya saya hanya mendengar nama kafe ini dari orang-orang.

- 4) Ketika anda ingin berfoto, di bagian kafe mana anda akan berfoto? Di indoor atau di outdoor ?

Jawab:

Sebenarnya saya sendiri kurang suka berfoto, tapi melihat kafe ini saya tertarik untuk berfoto di outdoor, tapi saya juga suka bagian indoornya karna bertemakan sedikit klasik.

- 5) Apa saran dan masukan anda terhadap design untuk kafe ini agar bisa tetap ramai pengunjung bahkan bisa lebih menjadi ramai lagi pengunjung dan tetap menjadi tempat tongkrongan favorit anak muda ?

Jawab:

Saran saya pertama untuk membuat taman taman kecil di bagian outdoor kafé yang dibagian belakangnya, agar lebih asri lagi. dan untuk desain keseluruhan sudah cukup bagus , hanya saja lebih baik diberikan penerangan di malam hari lebih banyak agar kalau berfoto lebih bagus lagi. Itu saja menurut saya, kalau masalah wifinya sudah bagus untuk jaringannya.

Pengunjung Kafe VI :

Nama : Alifindra
Umur : 22 Tahun
Pekerjaan : Pegawai

- 1) Bagaimanakah menurut anda melihat design kafe ini ?

Jawab:

Menurut saya yang baru dua kali datang ke kafe ini, saya melihat secara visualnya itu menarik dan unik.

- 2) Apa yang membuat anda tertarik untuk datang ke kafe? Dan sesering apa anda datang ke kafe ini ?

Jawab:

Karena uniknya kafe inilah saya tertarik ke kafe ini lagi, saya juga tertarik ketika melihat pertama kali kafe ini yang terbuat dari box container dan ada sedikit accessories yang berbau pelabuhan. Saya baru kedua kali datang ke kafe ini, dan sepertinya saya nanti akan sering datang ke kafe ini, karena selain desain di kafe ini ada hiburan live music juga jadi semakin menarik.

- 3) Dari mana anda pertama kali mengetahui keberadaan Bukan Kongbox?

Jawab:

Saya mengetahui kafe ini dari teman saya yang sering datang ke kafe ini bersama temannya yang lain.

- 4) Ketika anda ingin berfoto, di bagian kafe mana anda akan berfoto? Di indoor atau di outdoor ?

Jawab:

Saya suka berfoto di keduanya, baik di indoor ataupun outdoor, karena keduanya bagus untuk berfoto, ada juga foto booth yang menarik menurut saya. Dan kalau dilihat juga kafe ini ada romansa klasiknya. Unik klasik di indoor ataupun outdoor untuk berfoto pasti bagus.

- 5) Apa saran dan masukan anda terhadap design untuk kafe ini agar bisa tetap ramai pengunjung bahkan bisa lebih menjadi ramai lagi pengunjung dan tetap menjadi tempat tongkrongan favorit anak muda ?

Jawab:

Menurut saya pribadi sih menyarankan kafe ini lebih ditambahkan penerangan untuk dimalam hari, saya berharap untuk desainnya di tambahkan lagi atau di perbaharui agar orang yang datang ke kafe ini tidak bosan jadi pengunjung tetap ramai dan tidak berpindah ke kafe yang lain .

4.3 Pembahasan

Sejak berpindah tangan kafe Bukan Kongbox ini mulai di desain sedemikian rupa demi mengundang banyaknya pengunjung dan pelanggan datang ke kafe ini, menurut responden pemilik kafe Vincent dia telah mendesain sendiri kafe ini secara interior dan eksterior sehingga kafe ini menjadi menarik dan juga nyaman bagi pengunjung.

Desain yang dilakukannya itu tidaklah sia- sia dan membuahkan hasil, ini dibuktikan meningkatnya omset penjualan kafe setiap bulannya rata – rata omset penjualan mencapai hingga Rp. 120.000.000,- selain mendisain mereka memasarkannya dengan memanfaatkan social media salah satunya instagram, mereka memilih instagram karena anak muda lebih dominan suka bermain media social instagram, selain media social pemilik kafe juga menambahkan fasilitas lain seperti Wifi dan live music untuk menarik minat konsumen/pelanggan untuk datang ke kafe sehingga kafe Bukan Kongbox ini bisa menjadi kafe yang terfavorit di antara puluhan kafe yang ada di sekelilingnya.

Hasil wawancara dari beberapa narasumber yang berada di kafe Bukan Kongbox yaitu pemilik kafe dan pengunjung kafe Bukan Kongbox mengenai

komunikasi desain visual kafe untuk menjaga eksistensi nya tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa untuk tetap menjaga ke eksistensian kafe membutuhkan desain visual yang bagus sehingga tetap menarik perhatian masyarakat umum untuk datang ke kafe nya.

Seperti yang dikatakan oleh beberapa narasumber, kafe Bukan Kongbox digemari oleh masyarakat umum karena bentuk kafe yang menarik,unik, dan memiliki banyak venue untuk berfoto baik di indoor maupun outdoor, juga terdapat banyak bingkai-bingkai foto yang terdapat di dinding dinding kafe yang semakin mendukung untuk masyarakat yang datang ke kafe dan berfoto. Salah satu yang menjadi daya tarik di kafe tersebut adalah tersedianya wifi untuk pengunjung, dan live music di setiap malam minggunya yang semakin menarik pengunjung agar datang ke kafe tersebut, apalagi pengunjung juga diperbolehkan untuk menyanyi dan diiringi oleh band yang telah disediakan oleh kafe Bukan Kongbox. Hanya saja pengunjung ingin agar cahaya di kafe Bukan Kongbox lebih cerah karena cahaya yang bagus juga dapat mempengaruhi sebuah foto, dan pengunjung juga mengharapkan kafe Bukan Kongbox menambah menu makanannya dan memberikan banyak diskon-diskon untuk pengunjung setianya.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka kesimpulan yang dapat diambil dalam permasalahan ini adalah sebagai berikut:

1. Komunikasi Design Visual Kafe “Bukan Kongbox” Dalam menjaga eksistensi sudah cukup baik terlihat dari banyaknya komunitas yang membantu mempromosikan kafe Bukan Kongbox.
2. Dari penelitian diatas pengunjung tertarik untuk datang ke kafe Bukan Kongbox karena bentuk kafe tersebut unik Kongbox memiliki design kafe yang terbuat dari peti kemas / countainer box.
3. Dari penelitian diatas pengunjung tertarik untuk datang ke kafe Bukan Kongbox karena kafe ini memiliki design yang bagus didalam terdapat banyak foto dan hiasan dinding yang membuat kafe Bukan Kongbox menarik.
4. Dari penelitian diatas pengunjung tertarik untuk datang ke kafe Bukan Kongbox karena kafe Bukan Kongbox menyediakan fasilitas wifi untuk para pengunjungnya.
5. Dari penelitian diatas pengunjung tertarik untuk datang ke Kafe Bukan Kongbox karena kafe Bukan Kongbox memiliki banyak venue menarik untuk berfoto baik indoor maupun outdoor.
6. Dari penelitian diatas pengunjung tertarik untuk datang ke Kafe Bukan Kongbox menyediakan Live music setiap malam minggunya.

5.2 Saran

Dari hasil penelitian dan pembahasan diatas, maka ada beberapa saran yang akan peneliti kemukakan, dalam penelitian di kafe Bukan Kongbox ini:

1. Diantaranya, kafe Bukan Kongbox semakin kreatif dalam mempromosikan kafe tersebut melalui desain yang terkini dan selalu mengikuti perkembangan zaman modern.
2. Agar kafe Bukan Kongbox lebih sering untuk meminta masukan dari pengunjung agar desain lebih update.
3. Agar kafe Bukan Kongbox membuat design kafe berbeda lagi agar terlihat beda dari sebelumnya karena dengan itu pengunjung memiliki venue berbeda untuk berfoto.
4. Diharapkan ke depannya kafe Bukan Kongbox semakin kiat dalam mempromosikan kafe tersebut, jangan hanya lewat media social saja, baik lewat iklan radio, koran dan media lainnya juga bisa mempromosikan kafe ini agar semakin ramai pengunjungnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Zaenal. 2007. *Analisis Eksistensial*. Jakarta. PT. Raja Grafindo Persada.
- Anggraini. 2013. *Desain Komunikasi Visual*. Jakarta Nuansa Cendekia
- Ardianto, Elvinaro 2010. *Metodologi Penelitian Untuk Public Relation*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Baran, Stanley 2012. *Pengantar Komunikasi Massa Melek Media dan Budaya*. (terjemahan) Jakarta : Erlangga
- Bungin, Burhan, 2008. *Sosiologi Komunikasi, teori, paradigma dan diskursus teknologi komunikasi di masyarakat*. Kencana Prenada Media Group
- Cangara, Hafied. 2012. *Pengantar ilmu komunikasi*. Jakarta. PT. raja Grafindo persada.
- Effendy, Onong Uchana. 2011. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik*, Bandung. Citra Aditya Bakti.
- Hasan, M. Iqbal. 2004. *Pokok – pokok materi statistika (Statistik Deskriptif) edisi ke 2*. Jakarta . Bumi Aksara.
- McQuail, Dennis. 2011 *Teori Komunikasi Massa McQuail: Edisi ke 6*. Jakarta. Salemba Humanika.
- Mulyana, Deddy. 2011. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, Bandung. Remaja Rosdakarya.
- Nawawi, Hadari. 2007. *Metode Penelitian Bidang Social*. Yogyakarta. Gajah Mada University Press

Rakhmat Supriyono 2010. *Desain Komunikasi Visual Teori dan Aplikasi (full colour)*. Andi. Jakarta.

Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung :
CV Alfabeta

Sugeng. 2016. *Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Malang :kelompokintrans
publishing

Sumber Lain:

<https://designideasdkv1.wordpress.com/apa-itu-sdesain-komunikasi-visual/>

<https://pakarkomunikasi.com/komunikasi-visual>

<https://thetrue1story.wordpress.com/2013/03/27/pengertian-warna-dalam-desain-grafis-2/>



LAMPIRAN

a. Tampak depan kafe Bukan Kongbox



b. Tampak belakang kafe Bukan Kongbox



c. tampak kolan dan jembatan kecil biasa untuk berfoto



d. tampak dalam kafe Bukan Kongbox



e. Tampak dalam kafe Bukan Kongbox



f. Tampak photo booth ke 1 kafe Bukan Kongbox



g. tampak photo booth yang ke 2 kafe Bukan Kongbox



h. Pemilik kafe dan chef kafe



i. Pengunjung Kafe



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DATA PRIBADI

Nama : Nurulfani Rozida Lubis
Tempat /TanggalLahir : Medan, 09 Agustus 1996
Jenis Kelamin : Perempuan
Alamat : Jl. TanggukDamai II No. 117 Blok I GriyaMartubung
Agama : Islam
Status Perkawinan : Belum Menikah
Telepon : 0813 – 5759 – 9144
E-mail : nurulfanirozida27@gmail.com

DATA KELUARGA

Nama Ayah : Alm. Fahrurozi Lubis S.E
NamaIbu : Yusnida
Alamat : Jl. TanggukDamai II No. 117 Blok I GriyaMartubung
Pekerjaan Ayah : -
Pekerjaan Ibu : -

LATAR BELAKANG PENDIDIKAN

1. Tahun (2002 – 2008) SD Negeri 066657 Medan Labuhan
2. Tahun (2008 – 2011) SMP Negeri 45 Medan
3. Tahun (2011 – 2014) SMA SwastaDharmawangsa Medan
4. Tahun (2014 – 2018) UniversitasMuhammadiyah Sumatera Utara.



Unggul, Cerdas, et Terpercaya
Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Kapten Muchtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474
Website: http://www.umsu.ac.id E-mail: rektor@umsu.ac.id

Sk-1

PERMOHONAN PERSETUJUAN
JUDUL SKRIPSI

Kepada Yth.
Bapak/Ibu Ketua Jurusan Iko.....
FISIP UMSU
di
Medan.

Medan, 27 Oktober 2017

Assalamu'alaikum wr. wb.

Dengan hormat, Saya yang bertanda tangan di bawah ini Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMSU :

Nama lengkap : NURUL FANI ROZIDA LUBIS
N P M : 1403110048
Jurusan : ILMU KOMUNIKASI
Tabungan sks : 133 sks, IP Kumulatif 3,95

Mengajukan permohonan persetujuan judul skripsi :

No	Judul yang diusulkan	Persetujuan
1	KOMUNIKASI VISUAL CAFE "BUKAN KONGBOX" DALAM MENDAGA EKISTENSI. (STUDI DESKRPTIF PADA CAFE BUKAN KONGBOX DI MEDAN)	✓ 27/10-17
2	PENGEUNAAN INSTAGRAM DALAM MEMBANGUN CITRA PERUSAHAAN (STUDI DESKRPTIF PADA CAFE BUKAN KONGBOX)	
3	PERAN HUMAS DALAM MEMBINA HUBUNGAN ANTARA PEMPROVSU DENGAN MEDIA (STUDI DESKRPTIF KUALITATIF PERAN HUMAS SETDA PEMPROVSU DALAM MEMBINA HUBUNGAN ANTARA SKPD DENGAN MEDIA CINA MENDAPATKAN CITRA POSITIF)	

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

1. Tanda bukti lunas beban SPP tahap berjalan;
2. Daftar Kemajuan Akademik Mahasiswa (DKAM) yang dikeluarkan oleh Dekan.
3. Tanda bukti Lunas Uang/Biaya Seminar Proposal;*)

Demikianlah permohonan Saya, atas pemeriksaan dan persetujuan Bapak/Ibu, Saya ucapkan terima kasih. Wassalam.

Rekomendasi Ketua Jurusan :
Diteruskan kepada Dekan untuk
Penetapan Judul dan Pembimbing.

Medan, tgl. 27 Oktober 2017

Pemohon,

Nurul Fani Rozida Lubis
(NURUL FANI ROZIDA LUBIS)

Ketua,

H. H. H.
(H. H. H.)

PB : Pudi Santoso

*) dilampirkan setelah judul ditandasetujui oleh Ketua Jurusan.



Unggul, Cerdas, Terpercaya
Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Kapten Muchtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474
Website: <http://www.umsu.ac.id> E-mail: rektor@umsu.ac.id

**SURAT PENETAPAN JUDUL SKRIPSI
DAN PEMBIMBING**

Nomor : /SK/IL.3-AU/UMSU-03/F/2018

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara berdasarkan Surat Keputusan Dekan FISIP UMSU Nomor 1 Tahun 2003 dan Rekomendasi Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi tertanggal 27 Oktober 2017 dengan ini menetapkan judul skripsi dan pembimbing penulisan untuk mahasiswa sebagai berikut :

Nama mahasiswa : **NURUL FANI ROZIDA LUBIS**
NPM : 1403110048
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Semester : VIII (Delapan) Tahun Akademik 2017 / 2018
Judul Skripsi : **KOMUNIKASI DESIGN VISUAL CAFE " BUKAN KONGBOX"
DALAM MENJAGA EKSISTENSI (Studi Deskriptif Cafe Bukan
Kongbox di Medan).**
Pembimbing : Puji Santoso.,S.S., M.SP.

Dengan demikian telah diizinkan menulis skripsi, dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Penulisan skripsi harus memenuhi prosedur dan tahapan yang berpedoman kepada ketentuan sebagaimana tertuang di dalam Surat Keputusan Dekan FISIP UMSU Nomor 1 Tahun 2015 tanggal 13 Muharram 1437 H / 26 Oktober 2015 M.
2. Penetapan judul skripsi dan pembimbing ini dan naskah skripsi dinyatakan batal apabila tidak selesai sebelum masa kadaluarsa atau bertentangan dengan peraturan yang berlaku.

Masa kadaluarsa tanggal: 27 Oktober 2018.

Ditetapkan di Medan,

Pada tanggal : 15DjumadilAwwal 1439H

01 Februari 2018 M

Dekan,



Dr. Farid Syam., M.Si.

Tembusan :

1. Ketua P.s. Ilmu Komunikasi FISIP UMSU di Medan;
2. Pembimbing ybs. Di Medan;
3. Peringgal.



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Kapten Muchtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 66224567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474
 Website : <http://www.umsu.ac.id> E-mail : rektor@umsu.ac.id
 Bankir : Bank Syariah Mandiri, Bank Bukopin, Bank Mandiri, Bank BNI 1946, Bank Sumut

PERMOHONAN
 SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI

Sk-3

kepada Yth.
 Bapak Dekan FISIP UMSU

Medan, 18 Desember 2017

Assalamu'alaikum wr. wb.

Dengan hormat, saya yang bertanda tangan di bawah ini mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Politik UMSU :

Nama lengkap : NURUL FANI RAZIDA LUBIS
 N P M : 1403.110048
 Jurusan : Ilmu Komunikasi

Sehubungan mengajukan permohonan mengikuti seminar proposal skripsi yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Penetapan Judul Skripsi dan Pembimbing No. 061/SK/II.3-AU/UMSU-03/F/2017... tanggal 18 Desember 2017 dengan judul sebagai berikut :

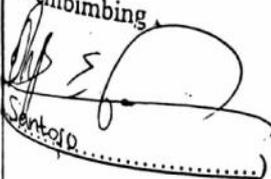
Komunikasi... Desain... Visual... Kafe " Bukan Kongbox " Dalam Menjaga Eksistensi... (Studi Deskriptif pada Kafe Bukan Kongbox di Medan)

Sehubungan dengan permohonan ini turut saya lampirkan foto copy :

- 1. Surat Penetapan Judul Skripsi (SK-1);
- 2. Surat Penetapan Pembimbing (SK-2);
- 3. Ijazah AM yang telah disahkan;
- 4. Lembar Hasil Studi Semester 1 s/d terakhir;
- 5. Bukti lunas beban SPP tahap berjalan;
- 6. Bukti lunas biaya seminar proposal skripsi;
- 7. Rangkai proposal skripsi yang telah disahkan oleh kedua pembimbing (rangkap 5).

Demikianlah permohonan saya untuk pengurusan selanjutnya. Atas perhatian Bapak saya ucapkan terima kasih. *Wassalam.*

Menyetujui :

Pembimbing

 Sentojo

Pemohon,


 (NURUL FANI RAZIDA LUBIS...)

UNDANGAN SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI

Nomor : 341/UND/II.3-AU/UMSU-03/F/2017

Program studi : Ilmu Komunikasi
 Hari, Tanggal : Rabu, 20 Desember 2017
 Waktu : 09.00 WIB s/d Selesai
 Tempat : LAB. FISIP Gedung C UMSU
 Pemimpin Seminar : NURHASANAH NASUTION, S.Sos, M.I.Kom

No.	Nama Mahasiswa Penyaji	Nomor Pokok Mahasiswa	Dosen Penanggap	Dosen Pembimbing	Judul Proposal Skripsi
36	NERUL FANI ROZDA LUBIS	1403110048	1 AHYAR ANSHORU, S.Sos, M.I.Kom	1 PUJI SANTOSO, S.S, M.SP	KOMUNIKASI DESAIN VISUAL KAFE "BUKAN KONGBOX" DALAM MENJAGA EKISTENSI (Studi Deskriptif Pada Cafe Bukan Kongbox di Medan)
37	GITA NURUL RAMADHANI	1403110053	1 RIBUT PRAADI, S.Sos, M.I.Kom	1 MUHAMMAD SAID HARAHAP, M.I.Kom	EFEKTIVITAS FOTO DALAM MEMBANGUN CORPORATE IDENTITY (STUDI KASUS FOTO CALENDER TAHUN 2018 PT. PERUSAHAAN GAS NEGARAK (PERSERO) CABANG MEDAN)
38	DEBBY PURNAMA SUTRA	1403110182	1 ELVITA YENINI, SS, M.Hum	1 ABRAR ACHANI, M.I.Kom	OPINI MAHASISWA TERHADAP PEMBERTAAN REGISTRASI ULANG KARTU PRABAYAR (STUDI MAHASISWA UNIVERSITAS NEGERI MEDAN)
39	SALMITA RAHMI NST	1403110191	1 JUWADI, S.Pd, M.Si	1 ARIFIN SALEH, Dr, M.SP.	OPINI MAHASISWA UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA (UNSU) TERHADAP PEMBERTAAN MEDAN SEBAGAI KOTA SELUTA LUBANG
40	MUHAMMAD ARIFF KOTO	1403110104	1 PUJI SANTOSO, S.S, M.SP	1 MUHAMMAD SAID HARAHAP, M.I.Kom	DAMPAK PENGGUNAAN SITUS "FOTOGRAFER NET" SEBAGAI MEDIA PEMBELAJARAN BAGI MAHASISWA JURNALISTIK STIK-IP

Medan, 1 Rabiul Akhir 1439 H
 20 Desember 2017 M
 Dekan
 Drs. ZULFAHMI, M.I.Kom.



Ustadz of Terpercaya
Membuat surat ini agar disubuhkan
kepergiannya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Kapten Muchtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474
Website: <http://www.umsu.ac.id> E-mail: rektor@umsu.ac.id

Nomor : 254 / KET/II.3-AU/UMSU-03/F/2018
Lampiran : -.-
Hal : **Mohon Diberikan izin
Penelitian Mahasiswa**

Medan, 27 Djumadil Awwal 1439 H
13 Februari 2018 M

Kepada Yth,
Pimpinan Kafe Bukan Kongbox
di -
Tempat

Assalamu 'alaikum wr. wb.

Untuk memperoleh data penulisan skripsi dalam rangka penyelesaian program studi jenjang Strata Satu (S1), kami mohon kiranya Bapak/Ibu berkenan memberikan izin penelitian kepada mahasiswa kami :

Nama mahasiswa : **NURUL FANI ROZIDA LUBIS**
N P M : 1403110048
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Semester : VIII (Delapan) Tahun Akademik 2017 / 2018
Judul Skripsi : **KOMUNIKASI DESIGN VISUAL CAFE " BUKAN KONGBOX"
DALAM MENJAGA EKSISTENSI (Studi Deskriptif Cafe Bukan
Kongbox di Medan).**

Demikianlah kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama yang baik diucapkan terima kasih. Nashrun minallah, wassalamu 'alaikum wr. wb.

A.n.Dekan,
Wakil Dekan I



Dr. Zulfahmi, M.I.Kom.



BUKAN KONGBOX KITCHEN WARUNK & CAFÉ

Jl. SMTK Dalam no. 9 | Dr. Mansyur – Medan
Telp (061)-42403390

Medan, 24 Febuari 2018

No : 22/S/ MP /02/2018
Perihal : SURAT KETERANGAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini atas nama :

Nama : Vincent
Jabatan : Manajer Operasional

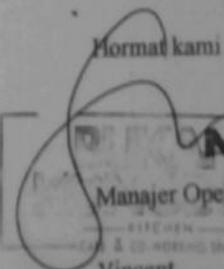
membenarkan bahwa yang namanya tercantum di bawah ini:

Nama : Nurulfani Rozida Eubis
NIM : 1403110048

Mahasiswa fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara pernah melakukan wawancara di Cafe Bukan Kongbox Kitchen pada hari/tanggal: Sabtu, 17 Febuari 2018 untuk memenuhi tugas akhir/ skripsi.

Demikianlah surat ini kami buat dengan sebenar – benarnya agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Hormat kami


Manajer Operasional
BUKAN KONGBOX KITCHEN
VINCENT



Unggul Cerdas & Terpercaya
Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Kapten Mochtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474
Website: <http://www.umsu.ac.id> E-mail: rektor@umsu.ac.id

Sk-5

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama lengkap : NURULFANI ROZIDA WAFIS
NPM : 1403110040
Jurusan : ILMU KOMUNIKASI
Judul Skripsi : KOMUNIKASI DESAIN VISUAL KAFE BUKAN KOMBOK DALAM MENJAGA EKISTENSI (STUDI DESKRIPTIK PADA KAFE BUKAN KOMBOK DI MEDAN)

No.	Tanggal	Kegiatan Advis/Bimbingan	Paraf Pembimbing
	18/12/2017	Acc Proposal	
	13/02/2018	Perbaikan sistematika penulisan	
	14/02/2018	Perbaikan daftar pustaka	
	21/02/2018	Perbaikan daftar isi	
	23/02/2018	Perbaikan kategorisasi	
	02/03/2018	Perbaikan Analisis Data	
	04/03/2018	Perbaikan dan penambahan pembahasan	
	08/03/2018	Perbaikan kesimpulan dan saran	
	08/03/2018	Acc Meja Hijau	

Medan, 14 Maret 2018

Dekan,

(Dr. Zulfahmi, M.Hon)

Ketua Program Studi,

(Nurhasanah Nst S.Sos., M.Hon)

Pembimbing ke :

(BUDI SANTOSO)

Nomor : 406/UND/1.3-A/UVJMSU-03/F/2018

Program Studi : Ilmu Komunikasi
Hari, Tanggal : Kamis, 22 Maret 2018
Waktu : 08.00 s.d. Selesai
Tempat : Ruang LAB. FISIP UMSU

No.	Nama Mahasiswa	Nomor Pokok Mahasiswa	TIM PENGUJI			Judul Skripsi
			PENGUJI I	PENGUJI II	PEMBIMBING	
11	FADILLA HAFNI	1403110043	Drs. ZULFAHMI, M.I.Kom	MUHAMMAD SAID HARAHAP, S.Sos. M.I.Kom	Dr. ANANG ANAS AZHAR, MA	EFTENTAS SI-TASOD KONTRAK SEBAGAI MEDIA SELEKTIONS UNTUK MEMACU PRESTASI KINERJA PEGAWAI DI KANTOR PT KERETA API INDONESIA (KADIDIRSI : SI-MATERA UTARA SDA MERDIA)
12	NURUL FANI ROZIDA LUBIS	1403110048	IRWAN SYARI TANJUNG, S.Sos. MAP	NURHASANAH NASUTION, S.Sos. M.I.Kom	Puji SANTOSO, S.S. M.SP	KOMUNIKASI VISUAL CAFE 'SUKAN KONSOR' DALAM MENUJUKA EKSIStENSI (Studi Deskriptif Pada Cafe Sukam Kongkor di Medan)
13	FITRI YOLANDA FEBRIANI	1403110064	ABRAR ADHANI, S.Sos. M.I.Kom	MUHAMMAD THARIQ, S.Sos. M.I.Kom	Dr. ARIFIN SALEH, M.SP	DAMPAK PROGRAM CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) PT COCA COLA AMATLE INDONESIA TERHADAP PENINGKATAN KESEJAHTERAAN MASYARAKAT SEKITAR PERUSAHAAN
14	MUHAMMAD ARIF	1403110074	NURHASANAH NASUTION, S.Sos. M.I.Kom	Puji SANTOSO, S.S. M.SP	IRWAN SYARI TANJUNG, S.Sos. MAP	POLA KOMUNIKASI ORGANISASI DALAM MENGEKSPLOKSIKAN PARIWISATA TAMAN BUAH DI KABUPATEN DEU SERDANG
15	REZA AYU LINDA	1403110133	Dr. RUDIANTO, M.SI	Dr. ANANG ANAS AZHAR, MA	NURHASANAH NASUTION, S.Sos. M.I.Kom	BRAND IMAGE DAN HARGA TERHADAP KERUJASAN KONSUMEN MENGINAP DI THE HILL HOTEL DAN RESORT SIBOLANGIT

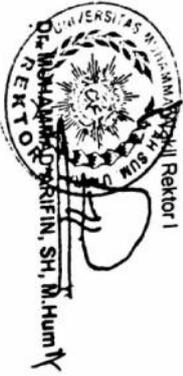
Disetujui Sidang :

1.

Ditandatangani oleh :

a.n. Rektor

Dr. Muhammad Krifin, SH, M. Hum



Ketua,

Dr. RUDIANTO, M.SI

Medan, 03 Maret 2018

20 Maret 2018 M

Panitia Ujian

Sekretaris

