



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Brosur dan Media Informatif Lainnya (Poster, Flyers, Booklets)

Silvanus Alvin, S.I.Kom, M.A.

PERBEDAAN BROSUR, POSTER, FLYER, DAN BOOKLETS

INSTRUMEN PR

- PR membutuhkan instrumen-instrumen pendukung sebagai berikut dalam mendiseminasikan informasi:
 - Brosur
 - *Flyers*
 - *Booklets*
- Perbedaan utama dari instrumen di atas adalah panjang narasinya dan desain.

BROSUR

- Brosur adalah publikasi PR untuk *supportive information*.
- Brosur digunakan untuk membangkitkan minat, menjawab pertanyaan, dan menjadi sumber untuk informasi lebih lanjut.
- Biasanya brosur ditempatkan di rak-rak tertentu, di dalam *press kit*, atau dikirim sebagai pelengkap suatu paket.
- Isi pesan lebih tahan lama.

BROSUR

- Brosur sangat bervariasi panjangnya; jumlah informasi yang akan disampaikan jadi faktor penentu.
- Brosur biasanya dibentuk dari selembbar kertas yang dilipat. Umumnya brosur dibuat beberapa halaman saja (4-8 halaman).
- Brosur umumnya berukuran saku.
- Brosur umumnya dicetak menggunakan jenis kertas tebal tipe *doff* atau *glossy*.

BROSUR



JALUR BEASISWA

Jalur Beasiswa UMN berupa keringanan uang pangkal diberikan bagi siswa-siswi yang memiliki prestasi akademik (peringkat) di kelas XI Semester 2.

Persyaratan peringkat:

| Peringkat | Diskon (Keringanan) Uang Pangkal | |
|------------------------------|----------------------------------|-----------------|
| | Peringkat Jurusan* | Peringkat Kelas |
| I II | 100% | 50% |
| III IV V | 75% | 30% |
| VI VII VIII IX X | 60% | |

Berlaku bagi jurusan yang memiliki kelas paralel lebih dari 1. Jika hanya 1 kelas, nilai kumulatif akan diperbandingkan dengan nilai kumulatif siswa jurusan lain.

JALUR AKADEMIS

Jalur Akademis adalah jalur penerimaan mahasiswa baru tanpa tes. Setiap siswa yang memenuhi persyaratan diterima langsung dan berhak mendapatkan kelulusan Grade A, yakni grade dengan uang pangkal terendah.

PERSYARATAN UMUM AKADEMIS

| Program Studi | Nilai Mata Pelajaran ≥ 7.5 |
|-------------------------|---|
| Teknik Informatika | B. Inggris, Matematika, TIK/Kewirausahaan |
| Teknik Fisika | B. Inggris, Matematika, Fisika, TIK/Kewirausahaan |
| Teknik Elektro | B. Inggris, Matematika, Fisika, TIK/Kewirausahaan |
| Sistem Komputer | B. Inggris, Matematika, Fisika, TIK/Kewirausahaan |
| Sistem Informasi | B. Inggris, Matematika, TIK/Kewirausahaan |
| Strategic Communication | B. Inggris, B. Indonesia, TIK/Kewirausahaan |
| Multimedia Journalism | B. Inggris, B. Indonesia, TIK/Kewirausahaan |

BIAYA PENDIDIKAN

| PROGRAM STUDI | UANG PANGKAL | | |
|-------------------------|---------------|---------------|---------------|
| | GRADE A | GRADE B | GRADE C |
| Teknik Informatika | Rp 27.500.000 | Rp 30.000.000 | Rp 32.500.000 |
| Teknik Fisika | Rp 27.500.000 | Rp 30.000.000 | Rp 32.500.000 |
| Teknik Elektro | Rp 27.500.000 | Rp 30.000.000 | Rp 32.500.000 |
| Sistem Komputer | Rp 27.500.000 | Rp 30.000.000 | Rp 32.500.000 |
| Sistem Informasi | Rp 27.500.000 | Rp 30.000.000 | Rp 32.500.000 |
| Strategic Communication | Rp 28.500.000 | Rp 31.000.000 | Rp 33.500.000 |
| Multimedia Journalism | Rp 28.500.000 | Rp 31.000.000 | Rp 33.500.000 |
| Manajemen | Rp 27.500.000 | Rp 30.000.000 | Rp 32.500.000 |
| Akuntansi | Rp 27.500.000 | Rp 30.000.000 | Rp 32.500.000 |
| DKV | Rp 37.500.000 | Rp 40.000.000 | Rp 42.500.000 |
| Film & Televisi | Rp 37.500.000 | Rp 40.000.000 | Rp 42.500.000 |
| Arsitektur | Rp 29.000.000 | Rp 31.500.000 | Rp 34.000.000 |
| D3 Perhotelan | Rp 18.600.000 | Rp 20.100.000 | Rp 21.600.000 |

| PROGRAM STUDI | BIAYA PER SEMESTER* | *BERLAKU UNTUK SEMESTER 1 DAN SEMESTER 2 | |
|-------------------------|---------------------|--|--|
| | | | |
| Teknik Informatika | Rp 12.500.000 | | |
| Teknik Fisika | Rp 12.500.000 | | |
| Teknik Elektro | Rp 12.500.000 | | |
| Sistem Komputer | Rp 12.500.000 | | |
| Sistem Informasi | Rp 12.500.000 | | |
| Strategic Communication | Rp 13.550.000 | | |
| Multimedia Journalism | Rp 13.550.000 | | |
| Manajemen | Rp 12.400.000 | | |
| Akuntansi | Rp 12.550.000 | | |
| DKV | Rp 15.550.000 | | |
| Film & Televisi | Rp 15.550.000 | | |
| Arsitektur | Rp 13.000.000 | | |
| D3 Perhotelan | Rp 10.000.000 | | |

KETERANGAN

- Grade ditentukan oleh hasil Ujian Saringan Masuk.
- Biaya masuk UMN adalah Uang Pangkal+Uang Kuliah Semester 1. Tidak ada biaya tambahan lainnya.
- Apabila diterima di Program S1 Perguruan Tinggi Negeri yakni: UI, ITB, IPB, UNPAD, UNDIIP, UGM, UNAIR, ITS Surabaya atau UNIBRAW melalui jalur SNMPTN/SBMPTN, biaya yang sudah dibayarkan akan dikembalikan setelah dipotong Rp 1.000.000,-.

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

Excellent Career Begins with Excellent Education





INFORMASI PENDAFTARAN MAHASISWA BARU

TAHUN AKADEMIK 2017/2018

FLYERS

- *Flyers* adalah selebaran berupa selembar kertas, biasanya berukuran A4, dicetak pada satu atau kedua sisi.
- *Flyers* biasanya didistribusikan dari rumah ke rumah atau dari tangan ke tangan.
- Faktanya, istilah *flyers* mengacu pada sejarahnya di mana anak-anak yang berlarian di jalanan sambil membagi-bagikan selebaran keluar.
- Informasi *flyers* terbatas dalam periodik tertentu (promo, diskon, kegiatan tertentu, dll.).

FLYERS

- Saat membuat (menulis dan mendesain) *flyers*, ingatlah hal-hal ini:
 - Berapa banyak informasi yang Anda perlu berikan vs berapa banyak ruang yang harus Anda kerjakan.
 - Jika Anda memiliki banyak hal untuk dikatakan, pertimbangkan untuk menggunakan gaya buletin atau majalah.
 - Pilih grafik/gambar/desain yang paling mencolok karena *flyers* Anda harus dapat menangkap perhatian publik dengan cepat. Selain itu, *flyers* Anda juga bersaing dengan *flyers* dari organisasi lainnya.

FLYERS

- Dapatkan perhatian pembaca dengan judul besar dan grafik yang mencolok. Buat mereka memperhatikan *flyers* Anda walau hanya sesaat.
- Kelemahan: *Flyers* cenderung dibuang pembaca setelah dibaca.

FLYERS



TER PIZZA HEBOH!
PALING HEMAT BANGET LOH!

Regular 35RB

Personal 15RB

Jumbo 55RB

8 SLICE

4 SLICE

8 SLICE

Tersedia dalam 3 topping favourite
Khusus Take Away Online & Outlet
*Harga belum termasuk pajak, S & K Berlaku

TEKAN PESAN MAKAN

1500-600 PHD.CO.ID

PHD PIZZA HUT DELIVERY

POSTER

- Secara prinsip (penulisan dan desain), poster tidak terlalu berbeda dengan *flyers*.
- Perbedaan utamanya terletak pada ukuran dan biaya produksinya.
- Umumnya, poster digunakan sebagai medium untuk menyampaikan pengumuman.
- Biasanya poster ditempel di tempat yang sering dilalui oleh orang-orang.

POSTER



BOOKLET

- *Booklet* adalah medium yang digunakan PR manakala informasi yang hendak disampaikan terlalu kompleks atau terlalu panjang untuk dikemas dalam *flyers* atau poster atau brosur.
- *Booklet* merupakan buku saku yang biasanya berisi penjelasan produk atau jasa.
- Gaya penulisan *booklet* adalah *straight news*. Jarang ditemukan gaya *feature* di booklet.

BOOKLET



MEMBUAT DAN MENDESAIN BROSUR

MEMBUAT BROSUR

- Terdapat sejumlah langkah yang harus dilakukan membuat brosur:
 - Mengetahui target audiens
 - Menentukan format
 - Menentukan *positioning* brosur
 - Panjang teks dalam brosur

TARGET AUDIENS

- Dalam menentukan target audiens, poin-poin berikut dapat membantu Anda:
 - Apakah target audiens Anda sudah mengenal organisasi Anda atau termasuk khalayak umum? Bila termasuk umum, maka jangan gunakan istilah atau jargon-jargon yang teknis.

TARGET AUDIENS

- Narasi dalam brosur disarankan menggunakan bahasa yang dapat menggugah emosi serta disusun dengan argumen yang logis.
- Jangan lupa menyertakan *call to action* dalam brosur Anda, seperti: beli produk ini, berinvestasilah di perusahaan kami, dukung aksi kami, dsb. Orang-orang akan lebih mudah terpersuasi bila mereka mengetahui tujuan Anda.

MENENTUKAN FORMAT

- Beberapa format yang umum di dalam brosur adalah:
 - QnA / FAQs: brosur yang berisi pertanyaan yang sering muncul dan jawaban atas pertanyaan tersebut.
 - *Problem-solution*: brosur berisi penjelasan atau cara-cara solutif mengatasi masalah pembaca
 - *Storytelling*: brosur yang mempersuasi dengan cara bercerita pada pembaca.

MENENTUKAN FORMAT

QNA/FAQ

Key characteristics of the EFTA economies

The four EFTA States are competitive in several sectors vital to the global economy. Switzerland is a world leader in pharmaceuticals, biotechnology, machinery, banking and insurance. Liechtenstein, like Switzerland, is highly industrialised and specialised in capital-intensive and R&D driven technology products. The Icelandic economy benefits from renewable natural resources, not least rich fishing grounds, and has increasingly diversified into other industries and services. Abundant natural resources also contribute significantly to Norway's economic strength, including offshore oil and gas, fisheries and renewable energy, in addition to important service sectors such as maritime transport and energy-related services.

The Global Competitiveness Scoreboard 2016
(Institute for Management Development)

| Rank | Country | Rank | Country |
|---------|-------------|---------|-------------|
| 2 (4) | Switzerland | 1 (1) | Switzerland |
| 9 (7) | Norway | 11 (11) | Norway |
| 23 (24) | Iceland | 29 (30) | Iceland |

Note: Previous year in parentheses.

World leaders in wealth creation

The average value added, or wealth creation, per inhabitant in all the EFTA States is among the highest in the world.

Gross domestic product (GDP) per capita, 2016

| Country | GDP per capita, US dollars in current nominal US dollars | | GDP per capita, US dollar, PPP (purchasing power parity) |
|----------------|---|---------------|---|
| | Value | World ranking | |
| Liechtenstein* | 165 262 | : | 132 166 |
| Switzerland | 79 888 | 2 | 63 889 |
| Norway | 70 868 | 4 | 58 790 |
| Iceland | 59 765 | 6 | 50 104 |

Source: World Bank except where indicated

* Data from the Office of Statistics Liechtenstein. Liechtenstein's GDP per capita is influenced by the high number of cross-border workers (54 %) who contribute to GDP while not being Liechtenstein residents

: Data not available

Further information on EFTA's activities and institutional framework is available on our website.

www.efta.int

EFTA's Free Trade Relations

A worldwide network of 27 Free Trade Agreements with 38 partners across the globe

EFTA Headquarters, Geneva
Rue de Varembe, 9-11
1211 Geneva 20
Switzerland

Tel: +41 22 332 26 00
Email: mail.gva@efta.int

[f](https://www.facebook.com/eftasecretariat) eftasecretariat

[@EFTAsecretariat](https://twitter.com/EFTAsecretariat)



What is EFTA?

The European Free Trade Association (EFTA) is the intergovernmental organisation of Iceland, Liechtenstein, Norway and Switzerland. It was set up in 1960 by its then seven Member States for the promotion of free trade and economic integration between its members, within Europe and globally.

The Association has responsibility for the management of:

- The EFTA Convention, which regulates economic relations between the four EFTA States
- The Agreement on the European Economic Area (EEA Agreement), which brings together the Member States of the European Union (EU) and three of the EFTA States - Iceland, Liechtenstein and Norway - in a single market, also referred to as the "Internal Market"
- EFTA's worldwide network of free trade agreements (currently at 27 FTAs with 38 partners outside the EU)

The EFTA countries

Norway and Switzerland were among the founding Member States of EFTA in 1960. Iceland joined EFTA in 1970, followed by Liechtenstein in 1991. Norway, Iceland and Liechtenstein are also parties to the EEA Agreement, while Switzerland has signed a set of bilateral agreements with the EU.

| | Iceland | Liechtenstein | Norway | Switzerland |
|-------------------------------|------------------------------|------------------------------|--------------------------------|--------------------------------|
| Area | 103 000 km ² | 160 km ² | 385 180 km ² | 41 285 km ² |
| Population 01.01.2017 | 338 349 | 37 815 | 5 258 317 | 8 417 700 |
| Currency | Icelandic króna (ISK) | Swiss franc (CHF) | Norwegian krone (NOK) | Swiss franc (CHF) |
| Gross domestic product | 21 193 mill. EUR | 5 631 ¹ mill. EUR | 351 599 mill. EUR | 601 016 mill. EUR |
| Exports of goods and services | 9 953 mill. EUR (47% of GDP) | 3 034 ¹ mill. EUR | 123 107 mill. EUR (35% of GDP) | 390 655 mill. EUR (65% of GDP) |
| Imports of goods and services | 9 081 mill. EUR (43% of GDP) | 1 795 ² mill. EUR | 116 030 mill. EUR (33% of GDP) | 324 159 mill. EUR (54% of GDP) |

Source: Eurobase, Eurostat unless otherwise stated

Figures for 2017 unless otherwise stated. The trade figures for Switzerland include Liechtenstein

¹ 2016. Data from the Office of Statistics Liechtenstein

² Data from COMEXT, Eurostat. Trade in goods only. Figures not comparable with GDP. Trade between Liechtenstein and Switzerland not included

MENENTUKAN FORMAT

PROBLEM SOLVING

The Steps to Problem Solving

1. Brainstorm—open your mind to all ideas:

- ▶ Try to come up with three ideas each.
- ▶ Any idea is good—even ones that seem silly.
- ▶ Take turns coming up with ideas.

2. Evaluate your list ideas:

- ▶ Go through and list the pluses and minuses of each idea.
- ▶ Cross off ideas that don't have pluses.

3. Choose a solution:

- ▶ Combine ideas if needed.
- ▶ All of you should agree on the chosen solution.

4. Follow up:

- ▶ Check in with each other after you have tried your solution a couple of times to see how it is working.

About Positive Family Support

PFS promotes a school culture that increases family-school engagement and positive working relationships between caregivers and schools.

PFS also raises caregivers' awareness about the school's expectations for positive student behavior and engages them in promoting these prosocial behaviors.



HOW CAN I SOLVE PROBLEMS WITH MY CHILD?

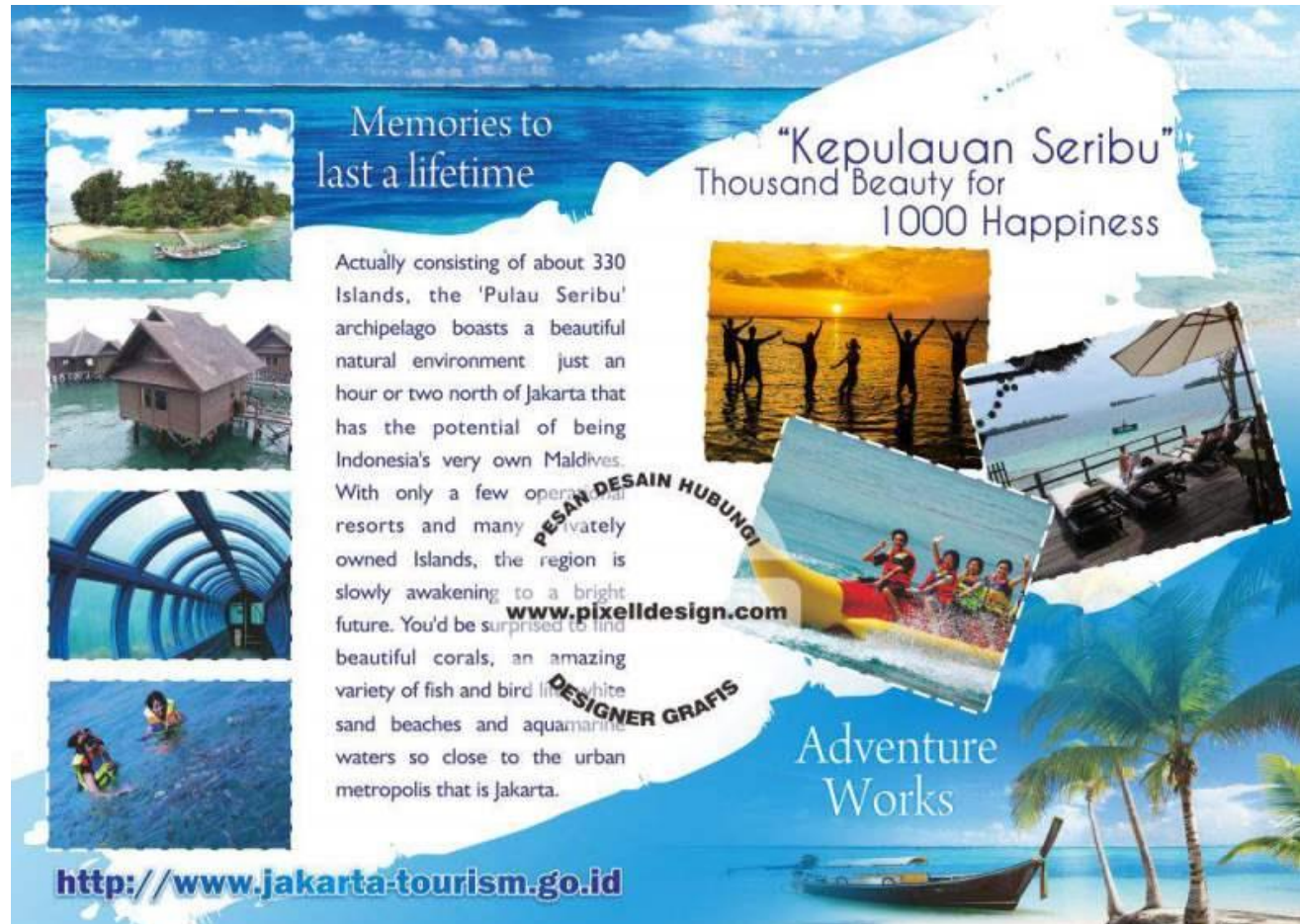
Problem-Solving Helps Parents/Caregivers:

Make Change
 Promote Cooperation
 Improve Cooperation



MENENTUKAN FORMAT

STORYTELLING



Memories to last a lifetime

“Kepulauan Seribu”
Thousand Beauty for
1000 Happiness

Actually consisting of about 330 Islands, the 'Pulau Seribu' archipelago boasts a beautiful natural environment just an hour or two north of Jakarta that has the potential of being Indonesia's very own Maldives. With only a few operational resorts and many privately owned Islands, the region is slowly awakening to a bright future. You'd be surprised to find beautiful corals, an amazing variety of fish and bird life, white sand beaches and aquamarine waters so close to the urban metropolis that is Jakarta.

PESAN DESAIN HUBUNGI
www.pixelldesign.com
DESIGNER GRAFIS

Adventure Works

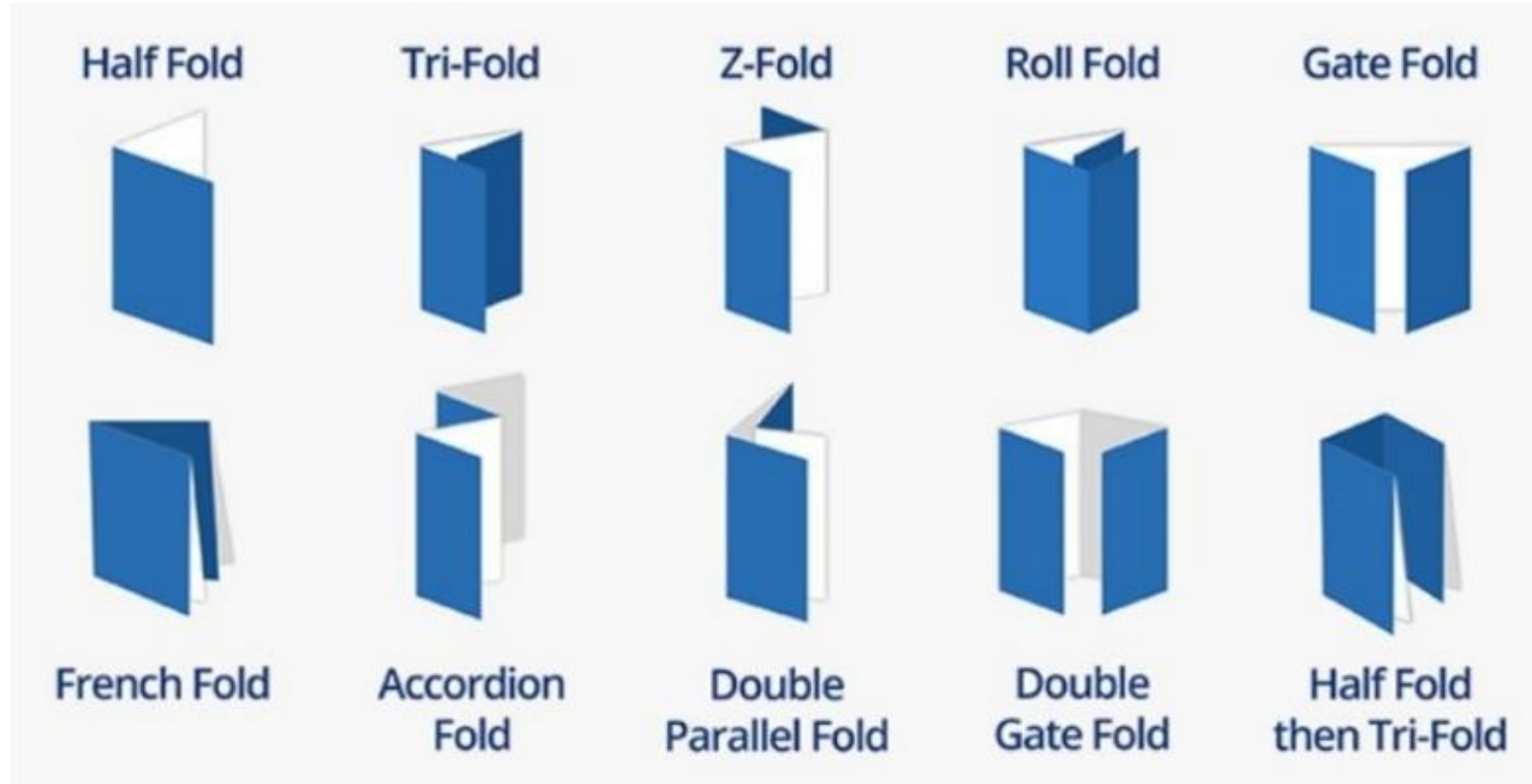
<http://www.jakarta-tourism.go.id>

POSITIONING

- *Positioning* di sini mengacu pada konteks brosur Anda sebagai bagian dari *press kit* atau berdiri sendiri (ditempatkan di rak-rak).
- Bila brosur jadi bagian *press kit*, maka informasi dalam brosur harus senada dengan materi *press kit*.
- Bila berdiri sendiri, usahakan materi di dalam brosur itu lengkap. Namun, jangan menerapkan gaya majalah di dalam brosur.

PANJANG KATA

- Brosur memiliki keterbatasan ruang. Hampir semua penulis mampu menulis panjang, tetapi sangat sedikit dapat menulis ringkas, jelas, dan padat.
- Praktisi PR harus mampu menyunting/edit tulisannya sehingga ringkas, jelas, dan padat.
- Kunci untuk mengedit tulisan di brosur adalah:
 - Memahami pembaca Anda: Jika brosur hanya berisi teks, Anda mungkin kehilangan pembaca Anda. Sebaliknya, jika Anda tidak memberikan informasi dasar yang cukup, Anda malah akan membuat pembaca bingung.



Thank You