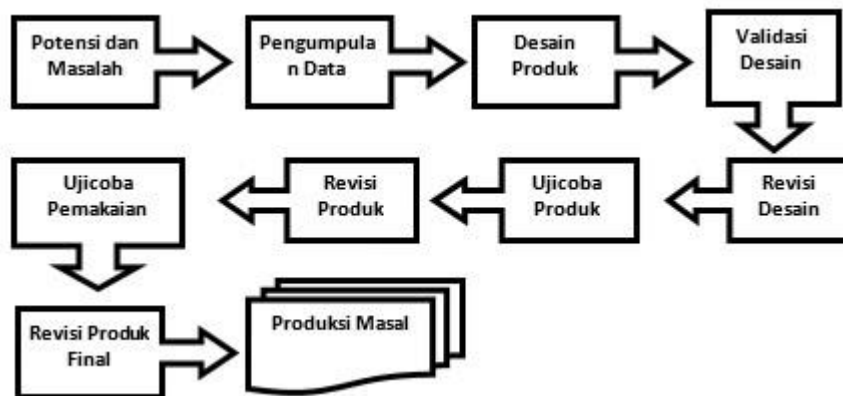


## BAB III METODE PENELITIAN

### A. Desain Penelitian

Desain Penelitian merupakan rancangan awal atau pedoman yang akan dijadikan acuan dalam melaksanakan penelitian dan menemukan jawaban atas masalah yang diajukan. Penelitian ini menggunakan metode penelitian dan pengembangan (*research and development/ R & D*). Sugiyono (2018, hlm. 297) mengemukakan bahwa “Metode penelitian dan pengembangan atau dalam bahasa Inggrisnya *Research and Development* adalah metode penelitian yang digunakan untuk menghasilkan produk tertentu, dan menguji keefektifan produk tersebut.” Metode *research and development* digunakan untuk membuktikan hasil dari keefektifan suatu objek yang diteliti dengan cara menyusun suatu instrumen berisi indikator penilaian. Penelitian ini dilakukan sesuai dengan tahapan penelitian *R & D* yang berakhir pada tahap revisi produk yang telah dibuat, yaitu alat penilaian media *advertising* bidang busana.



**Gambar 3.1** Tahapan penelitian *research and development/ R & D*  
Sumber: <https://pgsd.binus.ac.id/>

### B. Partisipan dan Lokasi Penelitian

#### 1. Partisipan

Partisipan dalam penelitian ini adalah empat validator instrumen penilaian media *advertising* bidang busana, yaitu dua ahli evaluasi dan dua ahli materi media *advertising* bidang busana. Ahli evaluasi berperan sebagai penguji

kelayakan instrumen penilaian secara keseluruhan berdasarkan ilmu evaluasi dan pembelajaran, ahli materi berperan sebagai penguji materi dalam instrumen penilaian media *advertising* bidang busana.

## **2. Lokasi Penelitian**

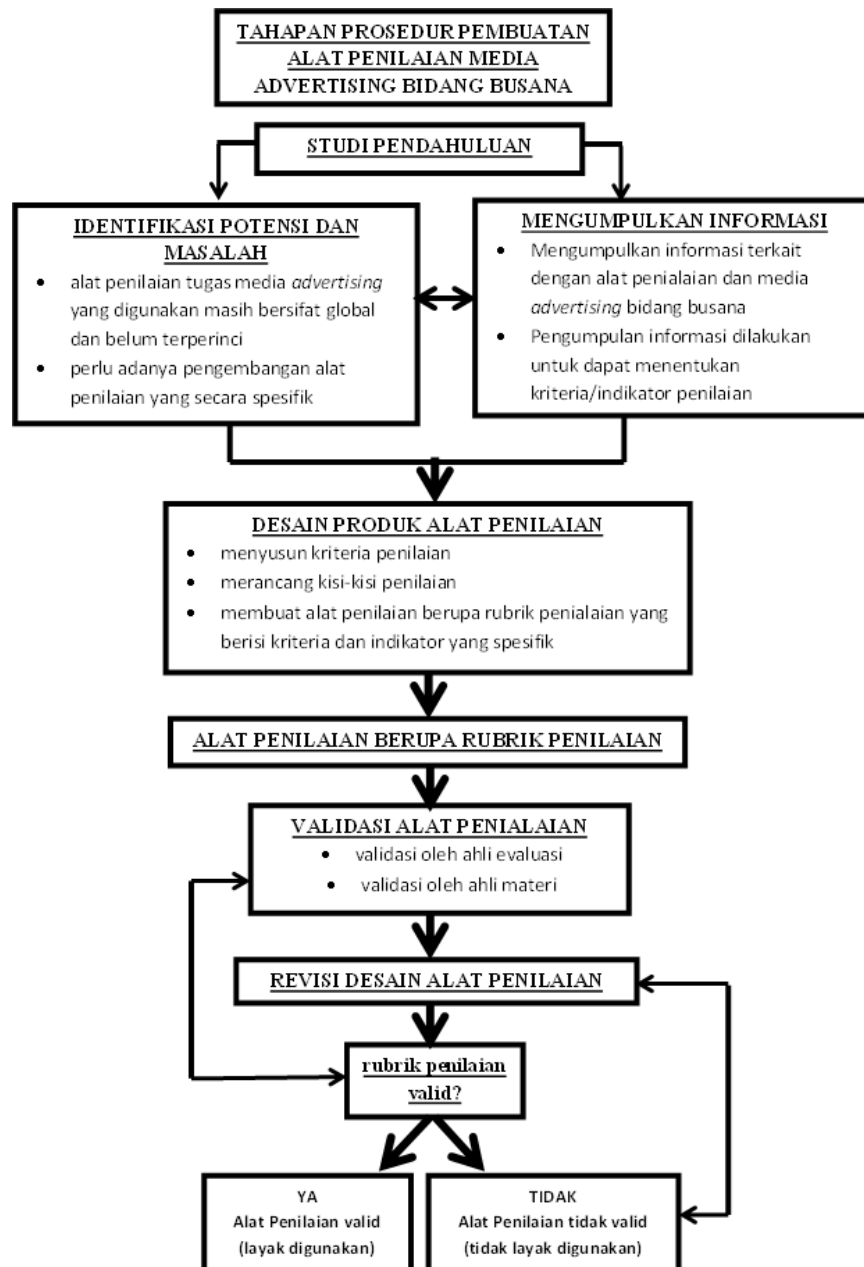
Lokasi penelitian adalah tempat yang dipilih dalam melakukan penelitian guna memperoleh data yang dibutuhkan. Lokasi pada penelitian ini adalah program studi Pendidikan Tata Busana, Departemen Pendidikan Kesejahteraan Keluarga, Fakultas Pendidikan Teknologi dan Kejuruan, Universitas Pendidikan Indonesia, Jalan Dr. Setiabudhi Nomor 229 Bandung. Pemilihan lokasi tersebut didasarkan pada pertimbangan sebagai berikut (1) pada Program Studi Pendidikan Tata Busana terdapat pembelajaran mengenai pembuatan media *advertising* bidang busana yang perlu dinilai untuk mengukur kemampuan dan keberhasilan mahasiswa dalam pembelajaran (2) peneliti merupakan salah satu mahasiswa Pendidikan Tata Busana UPI (3) perlu adanya pengembangan alat penilaian media *advertising* bidang busana yang lebih jelas dan spesifik dalam mengemukakan teknis pada pembuatan media *advertising* bidang busana.

### **A. Instrumen Penelitian**

Instrumen yang digunakan pada penelitian mengenai alat penilaian media *advertising* bidang busana menggunakan lembar validasi. Lembar validasi tersebut ditujukan kepada dua orang ahli evaluasi dan dua orang ahli materi media *advertising* bidang busana untuk mengetahui efektivitas serta efisiensi alat penilaian media *advertising* bidang busana yang telah dirancang. Lembar validasi berisi catatan perbaikan dan masukan serta skor penilaian dari para ahli.

### **C. Prosedur Penelitian**

Prosedur penelitian merupakan langkah-langkah yang dilakukan untuk mengumpulkan data dan menjawab pertanyaan-pertanyaan dalam penelitian. Prosedur penelitian dilakukan dengan tahapan sebagai berikut:



**Gambar 3.2** Tahapan Prosedur Pembuatan alat penilaian media *advertising* bidang busana  
Sumber: Dokumentasi pribadi

## 1. Potensi dan Masalah

Penelitian dilakukan berdasarkan adanya suatu potensi dan masalah. Dalam penelitian ini, terdapat masalah yang dapat dijadikan potensi yaitu mengenai tugas media *advertising* bidang busana pada mata kuliah Komputer Terapan yang telah dinilai dengan alat penelitian yang sudah ada. Alat penilaian tugas media *advertising* yang digunakan masih bersifat global dan belum terperinci dalam mengukur ketercapaian proses pembelajaran dan kemampuan mahasiswa yang

Rien Triandelis Astari, 2019

*Alat Penilaian Media Advertising Bidang Busana*

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

berkaitan dengan pengetahuan serta keterampilan pada pembuatan media *advertising* bidang busana, maka perlu adanya pengembangan alat penilaian sebagai suatu potensi agar alat penilaian tersebut lebih akurat dan terperinci dikarenakan berkembangnya gagasan serta sumber ide dalam pembuatan media *advertising* bidang busana.

## **2. Mengumpulkan Informasi**

Pada tahap ini, peneliti mengumpulkan berbagai informasi terkait dengan alat penilaian dan tugas media *advertising* bidang busana. Pengumpulan informasi dilakukan untuk mengetahui kriteria serta indikator yang akan disusun dalam rubrik penilaian.

## **3. Desain Produk**

Produk yang dihasilkan pada penelitian ini adalah alat penilaian media *advertising* bidang busana pada mata kuliah Komputer Terapan. Langkah pertama dalam mendesain Alat penilaian media *advertising* bidang busana yaitu menyusun kriteria penilaian, membuat kisi-kisi, membuat alat penilaian berupa rubrik penilaian berisi kriteria dan indikator-indikator penilaian yang spesifik sehingga dapat digunakan oleh evaluator dalam menilai media *advertising* bidang busana.

## **4. Validasi Desain**

Tahap validasi desain pada penelitian ini dilakukan untuk menguji kelayakan instrumen penilaian yang telah dibuat. Validasi dilakukan oleh ahli materi dan ahli evaluasi dilakukan terhadap rubrik penilaian media *advertising* bidang busana. Standar hasil kelayakan mengacu pada kriteria interpretasi skor kelayakan menurut Suharsimi dkk (2009, hlm. 35) sebagai berikut:

81% - 100%	: Sangat Layak
61% - 80%	: Layak
41% - 60%	: Cukup Layak
21% - 40%	: Tidak Layak
< 21%	: Sangat Tidak Layak

## **5. Perbaikan Desain**

Perbaikan desain atau revisi dilakukan setelah tahap validasi desain dari ahli evaluasi dan ahli materi. Perbaikan desain dilakukan untuk memperbaiki dan

menyempurnakan instrumen penilaian dan kelayakan alat penilaian media *advertising* bidang busana.

#### **D. Analisis Data**

Analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh validator terkumpul. Proses analisis data hasil validasi dilakukan dengan cara mendeskripsikan data dengan uji statistik sederhana berupa angka yang didapatkan dari penilaian ahli evaluasi dan ahli materi media *advertising*. Angka atau skor yang diperoleh kemudian diolah dan disimpulkan berdasarkan persentase kelayakan instrumen penilaian. Angka atau skor kelayakan dikonversikan ke dalam persentase dengan rumus menurut Jubaedah Y dan Karpin (2013, hlm. 7) sebagai berikut:

$$\text{Skor} = \frac{\text{Skor Aktual (jumlah tepat)}}{\text{Skor Ideal}} \times 100\%$$

Kemudian interpretasi skor kelayakan ditafsirkan dengan menggunakan kriteria sebagai berikut:

- 81% - 100% : Sangat Layak
- 61% - 80% : Layak
- 41% - 60% : Cukup Layak
- 21% - 40% : Tidak Layak
- < 21% : Sangat Tidak Layak

Acuan kriteria penilaian media *advertising* bidang busana menggunakan skala bertingkat (*rating scale*) yang menggunakan angka dalam penilaiannya sebagai acuan dalam menentukan kualitas media *advertising* bidang busana.

**RANCANGAN KISI-KISI INSTRUMEN PENELITIAN ALAT  
PENILAIAN MEDIA *ADVERTISING* BIDANG BUSANA**

Tabel 3.1 Kisi-kisi Alat Penilaian Media Advertising Bidang Busana

<b>Kriteria</b>	<b>Indikator</b>	<b>Alat Penilaian</b>
<b>1. Fungsi Advertising</b>		Penilaian Produk
a. Fungsi <i>Precipitation</i>	Informasi yang mempercepat keputusan konsumen	
b. Fungsi <i>Persuasion</i>	Informasi yang membujuk konsumen	
c. Fungsi <i>Reinforcement</i>	Informasi yang menguatkan keputusan konsumen	
d. Fungsi <i>Reminder</i>	Informasi yang mengingatkan kebutuhan konsumen	
<b>2. Jenis Media Advertising</b>	a. Berdasarkan Ukuran b. Berdasarkan Tata Letak	
<b>3. Komponen Grafis</b>		
a. <i>Background</i>	Jenis <i>background</i> dan tampilan <i>background</i>	
b. <i>Main Image</i>	Fungsi <i>Main image</i> dan tampilan <i>main image</i>	
c. <i>Clip Art</i>	Fungsi, jenis, dan tampilan <i>clip art</i>	
d. <i>WordArt</i>	Jenis dan tampilan <i>wordart</i>	
e. <i>Text</i>		

1) <i>Heading</i> / judul	Jenis dan warna <i>font</i> , tingkat keterbacaan, dan tampilan <i>heading</i> / judul	
2) <i>Body text</i> / teks isi	Jenis dan warna <i>font</i> , uraian teks isi, dan tampilan <i>body text</i> /teks isi	
<b>4. Prinsip Desain</b>		
a. Urutan ( <i>Sequence</i> )	Penyusunan komponen media <i>advertising</i> mengarahkan alur baca	
b. Penekanan ( <i>Emphasis</i> )	Komponen pada media <i>advertising</i> sebagai prioritas dalam iklan	
c. Keseimbangan ( <i>Balance</i> )	Penerapan prinsip keseimbangan pada komponen-komponen media <i>advertising</i>	
d. Kesatuan ( <i>Unity</i> )	Pengorganisasian komponen-komponen grafis yang harmonis	

## RUBRIK PENILAIAN MEDIA *ADVERTISING* BIDANG BUSANA

Mata Kuliah : Komputer Terapan

Materi Pembelajaran : Media *Advertising* Bidang Busana

Indikator : Mahasiswa dapat membuat media *advertising* bidang busana menggunakan program *microsoft word*.

Petunjuk : Berilah penilaian dengan menggunakan tanda *checklist* (√) pada setiap indikator yang tertera di bawah ini sesuai dengan tingkat kemampuan mahasiswa.

Tabel 3.2 Rubrik Penilaian Media *Advertising* Bidang Busana

No	Kriteria	Indikator	Skala				Keterangan
			4	3	2	1	
1	<b>Fungsi Advertising</b>	<b>a. Fungsi Precipitation (Mempercepat Kosumen dalam Mengambil Keputusan)</b>					<p><b>4:</b> Media <i>advertising</i> bidang busana mencantumkan redaksi yang memberikan informasi mengenai fungsi dan kelebihan produk dengan <b>sangat tepat</b> sehingga <b>sangat berdampak</b> pada kecepatan konsumen dalam mengambil keputusan pembelian</p> <p><b>3:</b> Media <i>advertising</i> bidang busana mencantumkan redaksi yang memberikan informasi mengenai fungsi dan kelebihan produk dengan <b>tepat</b> sehingga <b>berdampak</b> pada kecepatan konsumen dalam mengambil keputusan pembelian</p> <p><b>2:</b> Media <i>advertising</i> bidang busana <b>kurang tepat</b> dalam mencantumkan redaksi yang memberikan informasi mengenai fungsi dan kelebihan</p>

Rien Triandelis Astari, 2019

Alat Penilaian Media *Advertising* Bidang Busana

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu



						<p>produk sehingga <b>kurang berdampak</b> pada kecepatan konsumen dalam mengambil keputusan pembelian</p> <p><b>1:</b> Media <i>advertising</i> bidang busana <b>sangat kurang tepat</b> dalam mencantumkan redaksi yang memberikan informasi mengenai fungsi dan kelebihan produk sehingga <b>sangat kurang berdampak</b> pada kecepatan konsumen dalam mengambil keputusan pembelian</p>
		<p><b>b. Fungsi Persuasion (Membujuk Konsumen dalam Melakukan Tindakan Pembelian)</b></p>				<p><b>4:</b> Media <i>advertising</i> bidang busana mencantumkan redaksi yang memberikan informasi mengenai ciri khas dan kelebihan produk dengan <b>sangat tepat</b> sehingga <b>sangat efektif</b> dalam membujuk konsumen untuk melakukan tindakan pembelian</p> <p><b>3:</b> Media <i>advertising</i> bidang busana mencantumkan redaksi yang memberikan informasi mengenai ciri khas dan kelebihan produk dengan <b>tepat</b> sehingga <b>efektif</b> dalam membujuk konsumen untuk melakukan tindakan pembelian</p> <p><b>2:</b> Media <i>advertising</i> bidang busana <b>kurang tepat</b> dalam mencantumkan redaksi yang memberikan informasi mengenai ciri</p>

						<p>kelebihan produk sehingga <b>kurang efektif</b> dalam membujuk konsumen untuk melakukan tindakan pembelian</p> <p><b>1:</b> Media <i>advertising</i> bidang busana <b>sangat kurang tepat</b> dalam mencantumkan redaksi yang memberikan informasi mengenai ciri khas dan kelebihan produk sehingga <b>sangat kurang efektif</b> dalam membujuk konsumen untuk melakukan tindakan pembelian</p>
		<p><b>c. Fungsi Reinforcement (Menguatkan Keputusan Konsumen)</b></p>				<p><b>4:</b> Media <i>advertising</i> bidang busana mencantumkan redaksi yang memberikan informasi mengenai harga, kemudahan dalam membeli, dan kelebihan produk dengan <b>sangat tepat</b> sehingga <b>sangat menguatkan</b> keputusan konsumen untuk melakukan tindakan pembelian</p> <p><b>3:</b> Media <i>advertising</i> bidang busana mencantumkan redaksi yang memberikan informasi mengenai harga, kemudahan dalam membeli, dan kelebihan produk dengan <b>tepat</b> sehingga <b>menguatkan</b> keputusan konsumen untuk melakukan tindakan pembelian</p> <p><b>2:</b> Media <i>advertising</i> bidang busana <b>kurang tepat</b> dalam mencantumkan</p>

						<p>redaksi yang memberikan informasi mengenai harga, kemudahan dalam membeli, dan kelebihan produk sehingga <b>kurang menguatkan keputusan konsumen</b> untuk melakukan tindakan pembelian</p> <p><b>1:</b> Media <i>advertising</i> bidang busana <b>sangat kurang tepat</b> dalam mencantumkan redaksi yang memberikan informasi mengenai harga, kemudahan dalam membeli, dan kelebihan produk sehingga <b>sangat kurang berpengaruh</b> terhadap penguatan keputusan konsumen untuk melakukan tindakan pembelian</p>
		<p><b>d. Fungsi <i>Reminder</i> (Mengingat-kon Konsumen Akan Kebutuhannya)</b></p>				<p><b>4:</b> Media <i>advertising</i> bidang busana mencantumkan redaksi yang memberikan informasi mengenai kebutuhan konsumen diwaktu dekat dan ciri khas produk dengan <b>sangat tepat</b> sehingga konsumen dapat mengingat produk yang diiklankan dengan <b>sangat mudah</b></p> <p><b>3:</b> Media <i>advertising</i> bidang busana mencantumkan redaksi yang memberikan informasi mengenai kebutuhan konsumen diwaktu dekat dan ciri khas produk dengan <b>tepat</b> sehingga konsumen dapat mengingat produk yang diiklankan dengan <b>mudah</b></p>

							<p><b>2:</b> Media <i>advertising</i> bidang busana <b>kurang tepat</b> dalam mencantumkan redaksi yang memberikan informasi yang mengenai kebutuhan konsumen diwaktu dekat dan ciri khas produk sehingga konsumen <b>sedikit sulit</b> dalam mengingat produk yang diiklankan</p> <p><b>1:</b> Media <i>advertising</i> bidang busana <b>sangat kurang tepat</b> dalam mencantumkan redaksi yang memberikan informasi mengenai kebutuhan konsumen diwaktu dekat dan ciri khas produk sehingga konsumen <b>sulit</b> dalam mengingat produk yang diiklankan</p>
<b>2</b>	<b>Jenis Media Advertising</b>	<b>a. Berdasarkan Ukuran</b>					<p><b>4:</b> Ukuran pada media <i>advertising</i> bidang busana <b>sangat sesuai</b> dengan jenis media <i>advertising</i> yang dibuat</p> <p><b>3:</b> Ukuran pada media <i>advertising</i> bidang busana <b>sesuai</b> dengan jenis media <i>advertising</i> yang dibuat</p> <p><b>2:</b> Ukuran pada media <i>advertising</i> bidang busana <b>kurang sesuai</b> dengan jenis media <i>advertising</i> yang dibuat</p> <p><b>1:</b> Ukuran pada media <i>advertising</i> bidang busana <b>sangat kurang sesuai</b> dengan jenis media <i>advertising</i> yang</p>

							dibuat
		<b>b. Berdasarkan Tata Letak</b>					<p><b>4:</b> Penyusunan komponen-komponen grafis pada media <i>advertising</i> bidang busana <b>sangat sesuai</b> dengan jenis media <i>advertising</i> yang dibuat</p> <p><b>3:</b> Penyusunan komponen-komponen grafis pada media <i>advertising</i> bidang busana <b>sesuai</b> dengan jenis media <i>advertising</i> yang dibuat</p> <p><b>2:</b> Penyusunan komponen-komponen grafis pada media <i>advertising</i> bidang busana <b>kurang sesuai</b> dengan jenis media <i>advertising</i> yang dibuat</p> <p><b>1:</b> Penyusunan komponen-komponen grafis pada media <i>advertising</i> bidang busana <b>sangat kurang sesuai</b> dengan jenis media <i>advertising</i> yang dibuat</p>
<b>3</b>	<b>Komponen Grafis</b> <b>a. Background</b>	1) Jenis <i>Background</i>					<p><b>4:</b> Media <i>advertising</i> bidang busana menggunakan jenis <i>background</i> dengan <b>sangat tepat</b> sehingga <b>sangat berpengaruh</b> dalam meningkatkan nilai estetika pada tampilan media <i>advertising</i></p> <p><b>3:</b> Media <i>advertising</i> bidang busana menggunakan jenis <i>background</i> dengan</p>

Rien Triandelis Astari, 2019

Alat Penilaian Media Advertising Bidang Busana

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

							<p><b>tepat</b> sehingga <b>berpengaruh</b> dalam meningkatkan nilai estetika pada tampilan media <i>advertising</i></p> <p><b>2:</b> Media <i>advertising</i> bidang busana <b>kurang tepat</b> dalam menggunakan jenis <i>background</i> sehingga <b>kurang berpengaruh</b> dalam meningkatkan nilai estetika pada tampilan media <i>advertising</i></p> <p><b>1:</b> Media <i>advertising</i> bidang busana <b>sangat kurang tepat</b> dalam menggunakan jenis <i>background</i> sehingga <b>sangat kurang berpengaruh</b> dalam meningkatkan nilai estetika pada tampilan media <i>advertising</i></p>
		2) Tampilan <i>Background</i>					<p><b>4:</b> Tampilan <i>background</i> <b>sangat sesuai</b> dengan komposisi media <i>advertising</i> secara keseluruhan</p> <p><b>3:</b> Tampilan <i>background</i> <b>sesuai</b> dengan komposisi media <i>advertising</i> secara keseluruhan</p> <p><b>2:</b> Tampilan <i>background</i> <b>kurang sesuai</b> dengan komposisi media <i>advertising</i> secara keseluruhan</p> <p><b>1:</b> Tampilan <i>background</i> <b>sangat kurang sesuai</b> dengan komposisi media <i>advertising</i> secara keseluruhan</p>

	<b>b. Main Image</b>	1) Fungsi <i>Main Image</i>					<p>4: <i>Main image</i> sebagai objek utama <b>sangat merefleksikan</b> iklan pada media <i>advertising</i></p> <p>3: <i>Main image</i> sebagai objek utama <b>merefleksikan</b> iklan pada media <i>advertising</i></p> <p>2: <i>Main image</i> sebagai objek utama <b>kurang merefleksikan</b> iklan pada media <i>advertising</i></p> <p>1: <i>Main image</i> sebagai objek utama <b>sangat kurang merefleksikan</b> iklan pada media <i>advertising</i></p>
		2) Tampilan <i>Main Image</i>					<p>4: Tampilan <i>main image</i> <b>sangat sesuai</b> dengan komposisi media <i>advertising</i> secara keseluruhan</p> <p>3: Tampilan <i>main image</i> <b>sesuai</b> dengan komposisi media <i>advertising</i> secara keseluruhan</p> <p>2: Tampilan <i>main image</i> <b>kurang sesuai</b> dengan komposisi media <i>advertising</i> secara keseluruhan</p> <p>1: Tampilan <i>main image</i> <b>sangat kurang sesuai</b> dengan komposisi media <i>advertising</i> secara keseluruhan</p>
	<b>c. Clip Art</b>	1) Fungsi <i>Clip Art</i>					<p>4: <i>Clip art</i> yang digunakan dalam media <i>advertising</i> bidang busana <b>sangat tepat</b> sehingga <b>sangat menunjang</b> iklan pada</p>

						<p>media <i>advertising</i> yang dibuat</p> <p>3: <i>Clip art</i> yang digunakan dalam media <i>advertising</i> bidang busana <b>tepat</b> sehingga <b>menunjang</b> iklan pada media <i>advertising</i> yang dibuat</p> <p>2: <i>Clip art</i> yang digunakan dalam media <i>advertising</i> bidang busana <b>kurang tepat</b> sehingga <b>kurang menunjang</b> iklan pada media <i>advertising</i> yang dibuat</p> <p>1: <i>Clip art</i> yang digunakan dalam media <i>advertising</i> bidang busana <b>sangat kurang tepat</b> sehingga <b>sangat kurang menunjang</b> iklan pada media <i>advertising</i> yang dibuat</p>
		2) Jenis <i>Clip Art</i>				<p>4: Jenis <i>Clip art</i> yang digunakan dalam media <i>advertising</i> bidang busana <b>sangat tepat</b> sehingga <b>sangat berpengaruh</b> dalam meningkatkan nilai estetika pada tampilan media <i>advertising</i></p> <p>3: Jenis <i>Clip art</i> yang digunakan dalam media <i>advertising</i> bidang busana <b>tepat</b> sehingga <b>berpengaruh</b> dalam meningkatkan nilai estetika pada tampilan media <i>advertising</i></p> <p>2: Jenis <i>Clip art</i> yang digunakan dalam media <i>advertising</i> bidang</p>



						<p>busana <b>kurang tepat</b> sehingga <b>kurang berpengaruh</b> dalam meningkatkan nilai estetika pada tampilan media <i>advertising</i></p> <p>1: Jenis <i>Clip art</i> yang digunakan dalam media <i>advertising</i> bidang busana <b>sangat kurang tepat</b> sehingga <b>sangat kurang berpengaruh</b> dalam meningkatkan nilai estetika pada tampilan media <i>advertising</i></p>
		3) Tampilan <i>Clip Art</i>				<p>4: Tampilan <i>clip art</i> <b>sangat sesuai</b> dengan komposisi media <i>advertising</i> secara keseluruhan</p> <p>3: Tampilan <i>clip art</i> <b>sesuai</b> dengan komposisi media <i>advertising</i> secara keseluruhan</p> <p>2: Tampilan <i>clip art</i> <b>kurang sesuai</b> dengan komposisi media <i>advertising</i> secara keseluruhan</p> <p>1: Tampilan <i>clip art</i> <b>sangat kurang sesuai</b> dengan komposisi media <i>advertising</i> secara keseluruhan</p>
	<b>d. WordArt</b>	1) Jenis dan Warna <i>WordArt</i>				<p>4: Jenis dan warna <i>font</i> pada <i>wordart</i> <b>sangat sesuai</b> dengan maksud dan target iklan</p> <p>3: Jenis dan warna <i>font</i> pada <i>wordart</i> <b>sesuai</b> dengan maksud dan target iklan</p> <p>2: Jenis dan warna <i>font</i> pada</p>

						<p><i>wordart</i> <b>kurang sesuai</b> dengan maksud dan target iklan</p> <p>1: Jenis dan warna <i>font</i> pada <i>wordart</i> <b>sangat kurang sesuai</b> dengan maksud dan target iklan</p> <p>4: <i>Wordart</i> yang digunakan dalam media <i>advertising</i> bidang busana <b>sangat tepat</b> sehingga <b>sangat berpengaruh</b> dalam meningkatkan nilai estetika pada tampilan media <i>advertising</i></p> <p>3: <i>Wordart</i> yang digunakan dalam media <i>advertising</i> bidang busana <b>tepat</b> sehingga <b>berpengaruh</b> dalam meningkatkan nilai estetika pada tampilan media <i>advertising</i></p> <p>2: <i>Wordart</i> yang digunakan dalam media <i>advertising</i> bidang busana <b>kurang tepat</b> sehingga <b>kurang berpengaruh</b> dalam meningkatkan nilai estetika pada tampilan media <i>advertising</i></p> <p>1: <i>Wordart</i> yang digunakan dalam media <i>advertising</i> bidang busana <b>sangat kurang tepat</b> sehingga <b>sangat kurang berpengaruh</b> dalam meningkatkan nilai estetika pada tampilan media <i>advertising</i></p>
	2) Tampilan <i>WordArt</i>					
	<b>e. Text</b> 1) <b>Headline/ Judul</b>	a) Jenis dan Warna Font Headline/				4: Jenis dan warna <i>font</i> pada <i>headline</i> /judul <b>sangat sesuai</b> dengan maksud

		Judul					<p>dan target iklan</p> <p>3: Jenis dan warna <i>font</i> pada <i>headline</i>/judul <b>sesuai</b> dengan maksud dan target iklan</p> <p>2: Jenis dan warna <i>font</i> pada <i>headline</i>/judul <b>kurang sesuai</b> dengan maksud dan target iklan</p> <p>1: Jenis dan warna <i>font</i> pada <i>headline</i>/judul <b>sangat kurang sesuai</b> dengan maksud dan target iklan</p>
		b) Tingkat Keterbacaan Headline/ Judul					<p>4: Tampilan <i>headline</i>/judul memiliki tingkat keterbacaan yang <b>sangat jelas</b></p> <p>3: Tampilan <i>headline</i>/judul memiliki tingkat keterbacaan yang <b>jelas</b></p> <p>2: Tampilan <i>headline</i>/judul memiliki tingkat keterbacaan yang <b>kurang jelas</b></p> <p>1: Tampilan <i>headline</i>/judul memiliki tingkat keterbacaan yang <b>sangat kurang jelas</b></p>
		c) Tampilan Headline/ Judul					<p>4: Tampilan <i>headline</i>/judul <b>sangat sesuai</b> dengan komposisi media <i>advertising</i> secara keseluruhan</p> <p>3: Tampilan <i>headline</i>/judul <b>sesuai</b> dengan komposisi media <i>advertising</i> secara keseluruhan</p> <p>2: Tampilan <i>headline</i>/judul <b>kurang sesuai</b> dengan komposisi media <i>advertising</i> secara keseluruhan</p>

						keseluruhan 1: Tampilan <i>headline</i> /judul <b>sangat kurang sesuai</b> dengan komposisi media <i>adver-tising</i> secara keseluruhan
	2) <i>Body Text/ Teks isi</i>	a) Jenis dan Warna Font Text/ Teks Isi				4: Jenis dan warna <i>font</i> pada <i>Body Text/ Teks isi</i> <b>sangat sesuai</b> dengan maksud dan target iklan 3: Jenis dan warna <i>font</i> pada <i>Body Text/ Teks isi</i> <b>sesuai</b> dengan maksud dan target iklan 2: Jenis dan warna <i>font</i> pada <i>Body Text/ Teks isi</i> <b>kurang sesuai</b> dengan maksud dan target iklan 1: Jenis dan warna <i>font</i> pada <i>Body Text/ Teks isi</i> <b>sangat kurang sesuai</b> dengan maksud dan target iklan
		b) Uraian <i>Text/ Teks isi</i>				4: Uraian dalam <i>Body Text/ Teks Isi</i> <b>sangat merefleksikan</b> konten iklan pada media <i>advertising</i> bidang busana dengan tepat 3: Uraian dalam <i>Body Text/ Teks Isi</i> <b>merefleksikan</b> konten iklan pada media <i>advertising</i> bidang busana dengan tepat 2: Uraian dalam <i>Body Text/ Teks Isi</i> <b>kurang merefleksikan</b> konten iklan pada media <i>advertising</i> bidang busana dengan tepat 1: Uraian dalam <i>Body Text/ Teks Isi</i> <b>sangat kurang merefleksikan</b> konten

						iklan pada media <i>advertising</i> bidang busana dengan tepat
		3) Tampilan <i>Text</i> / Teks Isi				<p>4: Tampilan <i>Body Text</i>/ Teks Isi <b>sangat sesuai</b> dengan komposisi media <i>advertising</i> secara keseluruhan</p> <p>3: Tampilan <i>Body Text</i>/ Teks Isi <b>sesuai</b> dengan komposisi media <i>advertising</i> secara keseluruhan</p> <p>2: Tampilan <i>Body Text</i>/ Teks Isi <b>kurang sesuai</b> dengan komposisi media <i>advertising</i> secara keseluruhan</p> <p>1: Tampilan <i>Body Text</i>/ Teks Isi <b>sangat kurang sesuai</b> dengan komposisi media <i>advertising</i> secara keseluruhan</p>
<b>4</b>	<b>Prinsip Desain</b>	<b>a. Urutan (<i>Sequence</i>)</b>				<p>4: Komponen-komponen grafis yang disusun <b>sangat efektif</b> dalam mengarahkan alur baca</p> <p>3: Komponen-komponen grafis yang disusun <b>efektif</b> dalam mengarahkan alur baca</p> <p>2: Komponen-komponen grafis yang disusun <b>kurang efektif</b> dalam mengarahkan alur baca</p> <p>1: Komponen-komponen grafis yang disusun <b>sangat kurang efektif</b> dalam mengarahkan alur baca</p>
		<b>b.</b>				4: Media <i>advertising</i> bidang

		<b>Penekanan (Emphasis)</b>				<p>busana memunculkan prinsip penekanan terhadap salah satu komponen yang <b>sangat sesuai</b> dengan prioritas dalam iklan</p> <p>3: Media <i>advertising</i> bidang busana memunculkan prinsip penekanan terhadap salah satu komponen yang <b>sesuai</b> dengan prioritas dalam iklan</p> <p>3: Media <i>advertising</i> bidang busana memunculkan prinsip penekanan terhadap salah satu komponen yang <b>kurang sesuai</b> dengan prioritas dalam iklan</p> <p>1: Media <i>advertising</i> bidang busana <b>sangat kurang sesuai</b> dalam memunculkan prinsip penekanan terhadap salah satu komponen berdasarkan prioritas dalam iklan</p>
		<b>c. Keseimbangan (Balance)</b>				<p>4: Prinsip keseimbangan yang diterapkan terhadap komponen-komponen grafis <b>sangat tepat</b> sehingga menghasilkan tampilan yang <b>sangat menarik</b></p> <p>3: Prinsip keseimbangan yang diterapkan terhadap komponen-komponen grafis <b>tepat</b> sehingga menghasilkan tampilan yang <b>menarik</b></p> <p>2: Prinsip keseimbangan yang diterapkan</p>

							<p>terhadap komponen-komponen grafis <b>kurang tepat</b> sehingga menghasilkan tampilan yang <b>kurang menarik</b></p> <p>1: Prinsip keseimbangan yang diterapkan terhadap komponen-komponen grafis <b>sangat kurang tepat</b> sehingga menghasilkan tampilan yang <b>sangat kurang menarik</b></p> <p>4: Pengorganisasian komponen-komponen grafis <b>sangat sesuai</b> sehingga menghasilkan tampilan yang <b>sangat harmonis</b></p> <p>3: Pengorganisasian komponen-komponen grafis <b>sesuai</b> sehingga menghasilkan tampilan yang <b>harmonis</b></p> <p>2: Pengorganisasian komponen-komponen grafis <b>kurang sesuai</b> sehingga menghasilkan tampilan yang <b>kurang harmonis</b></p> <p>1: Pengorganisasian komponen-komponen grafis <b>sangat kurang sesuai</b> sehingga menghasilkan tampilan yang <b>sangat kurang harmonis</b></p>
<p><b>d. Kesatuan (Unity)</b></p>							
<p><b>Keterangan:</b>  <b>Skor Maksimal (Sangat Tepat) = 4x25 butir soal = 100</b></p> <p><b>Penilaian Hasil Tugas Media Advertising Bidang Busana</b></p> $\text{Skor} = \frac{\text{Jumlah Skor Aktual}}{100} \times 100$							