



# PERANCANGAN KONTEN DIGITAL GRAFIS DI SOSIAL MEDIA INSTAGRAM VISIT EAST JAVA DI JATIM INFORMATION TECHNOLOGY CREATIVE SURABAYA

Kerja Praktik



Program Studi

S1 Desain Produk

Oleh:

MOCH RIZKY FIRMANSYAH

17420200009

UNIVERSITAS  
**Dinamika**

---

---

FAKULTAS TEKNOLOGI DAN INFORMATIKA

UNIVERSITAS DINAMIKA SURABAYA

2020

**PERANCANGAN KONTEN DIGITAL GRAFIS DI SOSIAL MEDIA  
INSTAGRAM VISIT EAST JAVA DI JATIM INFORMATION  
TECHNOLOGY CREATIVE SURABAYA**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan

Mata Kuliah Kerja Praktik

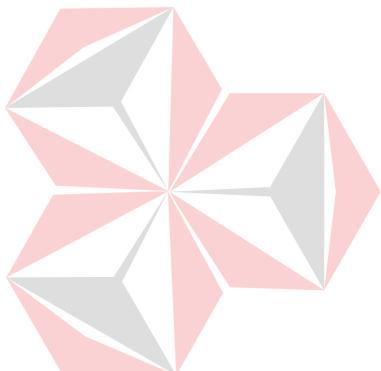
Disusun Oleh :

Nama : MOCH RIZKY FIRMANSYAH

Nim : 17420200009

Program : S1 (Strata Satu)

Jurusan : Desain Produk



UNIVERSITAS  
**Dinamika**

**FAKULTAS TEKNOLOGI DAN INFORMATIKA  
UNIVERSITAS DINAMIKA SURABAYA  
2020**

## **LEMBAR MOTTO**



Jika kamu tidak membangun mimpimu, seseorang akan  
memperkerjakanmu untuk membangun mimpinya.”

UNIVERSITAS  
**Dinamika**

## **LEMBAR PERSEMBAHAN**



Kupersembahkan kepada orang tuaku dan teman-temanku tercinta, serta semua pihak yang telah ikut membantuku menyelesaikan dari laporan ini.

Terima Kasih banyak

UNIVERSITAS  
**Dinamika**

LEMBAR PENGESAHAN

PERANCANGAN KONTEN DIGITAL GRAFIS DI SOSIAL MEDIA INSTAGRAM  
VISIT EAST JAVA DI JATIM INFORMATION TECHNOLOGY CREATIVE  
SURABAYA

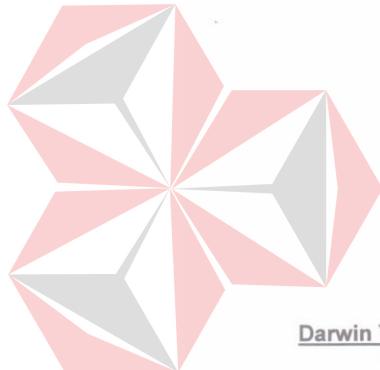
Laporan kerja praktik oleh

**MUHAMMAD RIZKY FIRMANSYAH**

NIM : 17420200009

Telah diperiksa, diuji dan disetujui

Surabaya , 13 Maret 2020



Pembimbing

  
**Darwin Y. R.S.T., M.Med.Kom., ACA**  
NIDN. 0716127501

Disetujui:

  
**Puspita Pramiliwati, ST., M.Des**  
NIP. 19820425 200604 2 029

Mengetahui,  
Progam Studi S1 Desain Produk

**Yosef  
Richo**

**Yosef Richo Ardianto, S.T..MSM**  
NIDN : 0782038603

Digitally signed by  
Yosef Richo  
DN: cn=Yosef Richo,  
o=Undika, ou=Despro,  
email=yosef@dinamik  
a.ac.id, c=ID  
Date: 2020.07.20  
15:50:15 +07'00'

**SURAT PERNYATAAN  
PERSETUJUAN PUBLIKASI DAN KEASLIAN KARYA ILMIAH**

Sebagai mahasiswa Universitas Dinamika, saya :

Nama : MOCH. RIZKY FIRMANSYAH  
NIM : 17420200009  
Program Studi : S1 DESAIN PRODUK  
Fakultas : Fakultas Teknologi dan Informatika  
Jenis Karya : Laporan Kerja Praktik  
Judul Karya : PERANCANGAN KONTEN DIGITAL GRAFIS DI SOSIAL MEDIA INSTAGRAM VISIT EAST JAVA DI JATIM INFORMATION TECHNOLOGY CREATIVE SURABAYA

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa:

1. Demi pengembangan Ilmu Pengetahuan, Teknologi dan Seni, saya menyetujui memberikan kepada Universitas Dinamika Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-Exclusive Royalty Free Right*) atas seluruh isi/sebagian karya ilmiah saya tersebut di atas untuk disimpan, dialihmediakan dan dikelola dalam bentuk pangkalan data (*database*) untuk selanjutnya didistribusikan atau dipublikasikan demi kepentingan akademis dengan tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis atau pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta
2. Karya tersebut di atas adalah karya asli saya, bukan plagiat baik sebagian maupun keseluruhan. Kutipan, karya atau pendapat orang lain yang ada dalam karya ilmiah ini adalah semata hanya rujukan yang dicantumkan dalam Daftar Pustaka saya
3. Apabila dikemudian hari ditemukan dan terbukti terdapat tindakan plagiat pada karya ilmiah ini, maka saya bersedia untuk menerima cabutan terhadap gelar kesarjanaan yang telah diberikan kepada saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 13 Februari 2020

Yang menyatakan



Moch. Rizky firmansyah  
NIM : 17420200009

## ABSTRAK

Kegiatan bermedia sosial kini bukan hanya sekedar berinteraksi saja, berbisnis, berpromosi, berkarir, membangun identitas, reputasi, kepercayaan, image,dan segalanya kini dapat dilakukan di media sosial.dan salah satu media sosial yang kini tengah digandrungi adalah Instagram. Dengan meningkatnya jumlah pengguna instagram di Indonesia, banyak perusahaan besar di Indonesia yang kini mempunyai akun instagram. Perusahaan-perusahaan tersebut memanfaatkan media sosial instagram sebagai media promosi dan pembentukan *corporate branding*. Oleh sebab itu, dibutuhkan orang yang ahli dalam pembuatan kontennya. Orang yang paham betul mengenai karakteristik media sosial, tren desain, dan kehalian membentuk konten lainnya. Dan kini terdapat sebuah istilah *content creator*, beberapa *content creator* yang fokus dengan pembentukan *corporate branding* di media sosial Intagram. Penelitian ini sendiri bertujuan untuk mencari tahu pengalaman serta bagaimana mereka membangun *corporate barnding* di Instagram lewat kegiatan berkonten.

Dinas perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jawa Timur merupakan pembinaan dan pengembangan di bidang industri dan perdagangan di jawa timur kemudian diintergrasikan antara instansi kantor wilayah departement perindustrian dan kantor wilayah departement perdagangan menjadi dinas perindustrian dan perdagangan provinsi Jawa Timur.

Kata Kunci : *media sosial, conten creator, corporate branding, disperindag jati*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat dan karunianya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Pelaksanaan Kerja Praktik yang berjudul “Perancangan Konten Digital Grafis Di Sosial Media Instagram Visit East Java Di Jatim Information Technology Creative Surabaya”. Dengan selesainya laporan Kerja Praktik ini tidak terlepas dari bantuan banyak pihak yang telah memberikan masukan-masukan kepada penulis. Untuk itu penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada :

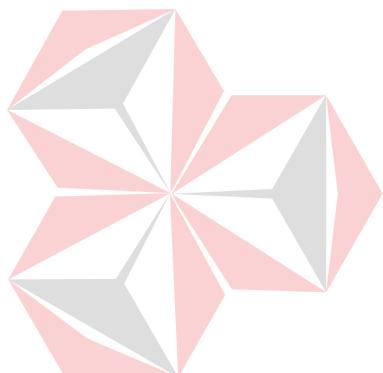
1. Orang Tua yang telah memberikan dorongan dan bantuan baik moral maupun materi sehingga penulis dapat menempuh dan menyelesaikan Kerja Praktik maupun laporan ini
2. Prof. Dr. Budi Jatmiko, M.Pd. selaku Rektor Universitas Dinamika Surabaya.
3. Yosef Richo Adrianto, S. T., M.SM selaku Ketua Program Studi S1 Desain Produk Universitas Dinamika Surabaya yang selalu memberi dukungan dalam menyelesaikan laporan ini.
4. Darwin Yuwono Rianto, S.T.,M.Med.Kom,ACA. Selaku dosen pembimbing yang telah bersedia memberi masukan selama proses penyusunan Laporan Kerja Praktik ini.
5. Ir Ika Rachmyta FT,MM selaku kepala UPT Pengembangan Mutu Produk Industri dan Teknologi Kreatif Surabaya yang telah menerima saya untuk melaksanakan Kerja Praktik.
6. Puspita Pramiluwati,ST,M.Des, selaku penyelia seksi Desain Produk Industri dan Teknologi Kreatif di UPT Pengembangan Mutu Produk Industri dan Teknologi Kreatif DISPERINDAG Provinsi Jawa Timur beserta staf yang telah memberikan tempat Kerja Praktik dan menerima dengan baik.
7. Zainul selaku sahabat yang telah memotivasi saya untuk mengambil KP untuk bisa mengambil TA semester depan dan memberi saya pinjaman buku yang sangat membantu untuk penyusunan laporan ini.

8. Teman - teman seperjuangan Desain Produk dan semua pihak yang terlibat atas bantuan dan dukungan yang telah diberikan hingga tersusunnya laporan ini.

Semoga Allah SWT memberikan rahmat-Nya kepada semua pihak yang telah memberi bantuan maupun bimbingan dalam menyempurnakan Laporan Kerja Praktik ini.

Dalam menyusun laporan ini, penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan yang terdapat di dalam laporan ini. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran agar Laporan Kerja Praktik ini bisa lebih baik lagi untuk kedepannya dan dapat bermanfaat untuk semua orang.

Surabaya, 21 Mei 2019



Moch Rizky Firmansyah  
NIM : 17420200009  
UNIVERSITAS  
**Dinamika**

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	1
1.3. Batasan Masalah.....	1
1.4. Tujuan .....	1
1.5. Manfaat .....	3
1. Teoritis.....	3
2. Praktis .....	3
3. Mahasiswa .....	3
<b>BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN .....</b>	<b>4</b>
2.1. Profil Perusahaan .....	4
2.2. Sejarah dan Profil Singkat UPT PMPI dan TK.....	4
2.3. Visi dan Misi UPT PMPI dan TK .....	4
1. Visi .....	4
2. Misi .....	4
2.4. Dasar Hukum .....	5
2.5. Tugas Pokok dan Fungsi .....	6
2.6. Struktus Organisasi .....	7
1. Bidang Tata Usaha.....	7
2. Bidang Desain Produk Industri dan Teknologi Kreatif .....	7
3. Bidang PMPI dan HKI.....	8
2.7. Strategi Fasilitasi.....	8
2.8. Arah dan Kebijakan .....	8
2.9. Logo Instansi.....	9
2.10. Lokasi Instansi .....	10
<b>BAB III LANDASAN TEORI.....</b>	<b>12</b>
3.1. KOMUNIKASI .....	12
3.1.1. Pengertian dan Sejarah Komunikasi .....	12
3.1.2. Proses Komunikasi .....	13
3.1.3. Fungsi Komunikasi.....	13
3.2. Konten .....	14
3.2.1. Pengertian Konten .....	14
3.2.2. Manfaat Konten.....	14
3.2.3. Jenis – Jenis Konten .....	16
3.3. Membuat Deskripsi (Caption) Kiriman di Instagram.....	16
3.4. Desain .....	16
3.4.1. Definisi Desain .....	16
3.4.2. Unsur Desain .....	17
3.4.3. Prinsip Desain.....	18
3.5. Warna .....	19
3.6. Layout .....	21
3.6.1. Jenis Layout.....	22
3.7. Tipografi .....	23
<b>BAB IV PROSES KERJA.....</b>	<b>26</b>

4.1. Skema Perancangan .....	26
4.2. Proses Desain .....	28
4.2.1. Penentuan Software .....	29
4.2.2. Perancangan Konten Digital Grafis Visit East Java.....	29
4.2.3. Deskripsi Konten Ikon Kabupaten Kediri.....	29
4.2.4. Arti Bentuk Konten.....	29
4.2.5. Arti Warna Konten.....	29
4.2.6. Proses Pembuatan Konten .....	30
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>33</b>
5.1. Kesimpulan .....	33
5.2. Saran .....	33
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>34</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>35</b>



## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1 Struktur Organisasi .....	7
Gambar 2.2 Logo Instansi.....	9
Gambar 2.3 Peta Lokasi Gedung UPT PMPI & TK (Lokasi Kerja Paktik).....	11
Gambar 3.1 Metode Proses Komunikasi .....	13
Gambar 4.1 Logo Coreldraw .....	28
Gambar 4.2 Logo Adobe Photoshop .....	28
Gambar 4.3 Konten Digital Grafis Ikon Kaupaten Kediri.....	29
Gambar 4.4 Awal Tahap Pemuatan Konten Digital Grafis .....	30
Gambar 4.5 Tahap Kedua Pembuatan Konten Digital Grafis .....	31
Gambar 4.6 Tahap Ketiga Pembuatan Konten Digital Grafis .....	31
Gambar 4.7 Tahap Keempat Pembuatan Konten Digital Grafis .....	32
Gambar 4.8 Final Pembuatan Konten Digital Grafis.....	32



## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1. Latar Belakang**

Manusia membutuhkan hiburan dalam kehidupannya, bentuk dari media untuk hiburan adalah perfilman, percetakan, radio, televisi hingga internet. Seiring dengan berkembangnya teknologi, media dari hiburan tersebut terus ikut berkembang, dari hiburan secara luring menjadi secara daring. Perkembangan internet dan pertumbuhan digital content, hingga media dari hiburan dapat diakses 24/7 (dua puluh empat jam sehari dan tujuh hari dalam seminggu) melalui berbagai media elektronik yang bisa digunakan di mana saja dan kapan saja membuat konsumen beralih dari hiburan secara luring menjadi secara daring. Mulai dari e-book, radio daring, tv-shows, berita hingga film dapat diakses melalui internet sebagai hiburan masa kini. Salah satu media hiburan terbesar di internet adalah melalui video-sharing website dengan media YouTube melalui situsnya di <https://www.youtube.com> yang menyediakan ratusan juta video dari berbagai contents creators di seluruh dunia. Pada 2015, orang berumur 18-49 tahun menghabiskan waktu menonton televisi 4% lebih sedikit dibandingkan tahun sebelumnya, sedangkan waktu yang dihabiskan di YouTube naik hingga 74%. Sedangkan pada 2016, 6 dari 10 orang memilih menggunakan YouTube dibanding menonton TV. Hal-hal tersebut menjadikan YouTube sebagai salah satu media hiburan terbesar yang digunakan banyak orang di dunia.

Istilah conten creator adalah kegiatan menyebarkan informasi yang ditransformasikan kedalam sebuah gambar, video, dan tulisan atau disebut sebagai sebuah konten, yang kemudian konten tersebut disebarluaskan melalui platform dan salah satunya adalah media sosial instagram. Seiring berjalananya waktu, kini conten creator perlu memiliki keahlian khusus. Terlebih lagi, kini para pengguna instagram sudah menjadikan instagram sebagai lading berbisnis, pembentukan product branding, personal branding dan corporate branding. Dapat disimpulkan bahwa conten creator sendiri merupakan wujud dari aktivitas PR kontemporer.

UPT Pengembangan Mutu Produk Industri dan Teknologi Kreatif DISPERINDAG Provinsi Jawa Timur mempunyai tugas melaksanakan sebagian

tugas dinas dalam pelayanan, pembinaan, alih teknologi, pengembangan desain, penyediaan sarana usaha industri, ketata usahaan dan pelayanan masyarakat.

Dari masalah dilapangan tujuan Kerja Praktik disini adalah membantu UPT Pengembangan Mutu Produk Industri dan Teknologi Kreatif DISPERINDAG Provinsi Jawa Timur dalam mensosialisasikan pentingnya konten digital pada suatu produk untuk menambah daya tarik dan dapat diketahui banyak masyarakat melalui perancangan konten digital grafis di sosial media instagram.

Berdasarkan kondisi pariwisata yang ada di daerah Jawa Timur pada saat ini maka laporan kerja ini mengangkat tentang membuat konten digital grafis dengan tema obyek pariwisata se-Kabupaten dan beberapa kota di Jawa Timur agar dapat menambah daya tarik dan dapat diketahui banyak masyarakat, yang selama ini belum maksimal dalam segi pengembangan periklanan dan teknologi kreatif, sehingga judul yang di angkat dalam laporan Kerja Praktik ini adalah “Perancangan Konten Digital Grafis Di Sosial Media Instagram Visit East Java Di Jatim Information Technology Creative Surabaya”.

### **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis akan merumuskan masalah, “Bagaimana cara merancang desain konten digital yang baik agar menjadi daya tarik konsumen dan sebagai media promosi online?”

### **1.3. Batasan Masalah**

Adapun batasan masalah yang dibahas didalam Kerja Praktik ini adalah merancang konten digital grafis dengan tema pariwisata di daerah Jawa Timur yang dipersembahkan untuk UPT Pengembangan Mutu Produk Industri dan Teknologi Kreatif Surabaya DISPERINDAG Prov Jatim.

### **1.4. Tujuan**

Setelah mengetahui rumusan masalah, maka dapat ditentukan adapun tujuan dari Kerja Praktik ini, yaitu menghasilkan desain konten digital yang dapat di sesuaikan oleh permintaan klien.

Pada kesempatan Kerja Praktik di UPT Pengembangan Mutu Produk Industri dan Teknologi Kreatif Surabaya DISPERINDAG Prov Jatim yang bergerak di bidang pengembangan mutu dan produk sebagai media promosi online tentang pembuatan desain konten digital dan pemilihan warna maupun

bentuk yang digunakan serta penempatan desain yang cocok digunakan untuk konten digital agar dapat diketahui banyak masyarakat.

Dari pembuatan desain konten digital Kerja Praktik di UPT Pengembangan Mutu Produk Industri dan Teknologi Kreatif Surabaya DISPERINDAG Prov Jatim dapat menambah wawasan, pengalaman dan pengetahuan baru dalam bidang *softskill* diantara lain bersikap profesional, cara bekerja secara individu atau tim, mengetahui cara beretika di dalam lingkungan kerja dan berpikir kreatif.

### **1.5. Manfaat**

Manfaat yang didapat dari Kerja Praktik diantaranya adalah :

#### **1. Manfaat Teoritis**

Manfaat teoritis dari perancangan konten digital ini adalah dapat menambah wawasan dan pengetahuan tentang komunikasi pemasaran terlebih dalam sebagai media promosi online.

Hasil penelitian di harapkan menjadi referensi masyarakat serta mahasiswa yang ingin mengetahui tentang perancangan desain konten digital yang dipersembahkan untuk UPT Pengembangan Mutu Produk Industri dan Teknologi Kreatif Surabaya DISPERINDAG Prov Jatim.

#### **2. Manfaat Praktis**

Manfaat praktis dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi untuk menambah wawasan dan pengetahuan tentang komunikasi pemasaran agar lebih berkualitas.

#### **3. Manfaat Mahasiswa**

Manfaat mahasiswa melalui kerja praktik ini adalah dapat mengetahui cara berkomunikasi dalam pekerjaan terhadap rekan kerja, dapat mengetahui informasi dan sebuah gambaran bentuk konten digital yang ingin dibuat dan sesuai dengan permintaan klien, menambah sikap profesional terhadap individu, melatih mentalitas diri saat bekerja, dan dapat mengetahui bagaimana proses pembuatan desain konten digital hingga pemilihan bentuk desain yang akan digunakan.

## **BAB II**

### **GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

#### **2.1. Profil Perusahaan**

Tempat : UNIT PELAKSANAAN TEKNIS PENGEMBANGAN MUTU PRODUK INDUSTRI DAN TEKNOLOGI KREATIF SURABAYA DINAS PERINDUSTRIAN DAN PERDAGANGAN PROVINSI JAWA TIMUR

Alamat : Jl Siwalankerto Utara 11/42 , Surabaya Jawa Timur 60236

Telepon & Faks : 081330446079 / (031) – 8432417

Email : -

Website : <http://disperindag.jatimprov.go.id>

#### **2.2. Sejarah dan Profil Singkat UPT PMPI dan TK**

Diresmikan pada tanggal 9 Agustus 2010 oleh Kepala Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jawa Timur. Bertujuan sebagai sarana pelayanan fasilitasi-fasilitasi yang diberikan oleh bidang SDPI. Pada tahun 2006 direncanakan pengoprasian mobil keliling untuk memaksimalkan kinerja PPSH (Pelayanan Pendaftaran Merk, pengambilan contoh uji produk & desain produk dan kemasan)

#### **2.3. Visi dan Misi UPT PMPI dan TK**

##### **1. Visi**

Bertitik tolak dari berbagai kondisi pembangunan sektor industri dan perdagangan yang akan dihadapi Provinsi Jawa Timur 2014-2019, maka dibutuhkan solusi-solusi strategis untuk mengatasinya selama 5 tahun mendatang. Untuk itu, pembangunan sektor industri dan perdagangan di Jawa Timur 2014-2019 berangkat dari landasan visi:

*“Jawa Timur sebagai pusat industri dan perdagangan terkemuka yang lebih berdaya saing global dan mandiri”.*

Visi Dinas Peindustrian dan Perdagangan Provinsi Jawa Timur ini merupakan pengejawantahan dari kondisi perekonomian dan Visi Provinsi Jawa Timur di mana selama beberapa tahun terakhir perekonomian Jawa Timur di dominasi oleh sektor industri dan subsektor

perdagangan (sektor ini merupakan lokomotif pertumbuhan ekonomi), di samping itu inti dari visi tersebut adalah bagaimana mewujudkan industri dan perdagangan yang mandiri dan berdaya saing global.

## 2. Misi

Untuk mewujudkan Visi Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jawa Timur di atas, ditempuh beberapa misi sebagai berikut:

- a. Mewujudkan peningkatan nilai tambah industri, penguasaan teknologi industri dan penguatan struktur industri.
- b. Mewujudkan peningkatan kinerja ekspor non migas.
- c. Mewujudkan penguatan pangsa pasar dan peningkatan efisiensi perdagangan dalam negeri.
- d. Mewujudkan Perlindungan Konsumen dan Pengamanan Perdagangan.

### 2.4. Dasar Hukum

1. Peraturan Pemerintah Nomor 18 Tahun 2016 tentang Perangkat Daerah.
2. Peraturan Daerah Provinsi Jawa Timur Nomor 11 Thaun 2016 tentang Pembentukan dan Sasaran Perangkat Daerah.
3. Peraturan Gubernur Jawa Timur nomor 68 tahun 2016 tentang Kependudukan, Susunan Organisasi, Uraian Tugas dan Fungsi Serta Tata Kerja Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jawa Timur.
4. Peraturan Gubernur Jawa Timur nomor 103 tahun 2016 tentang Nomenklatur, Susunan Organisasi, Uraian Tugas dan Fungsi Serta Tata Kerja Unit Pelaksana Teknis Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jawa Timur.

## 2.5. Tugas Pokok dan Fungsi

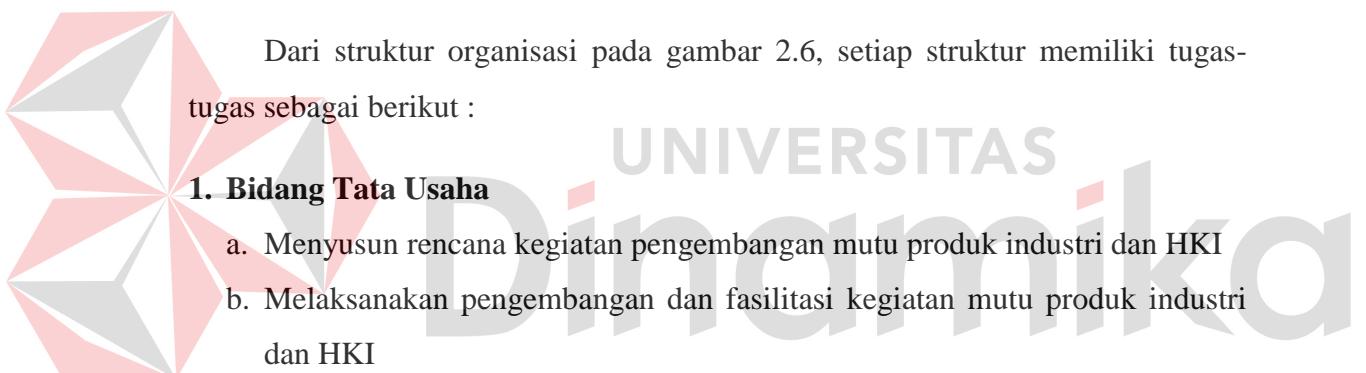
Melaksanakan sebagai tugas Dinas dalam fasilitasi, pengembangan mutu produk industri. Hak Kekayaan Intelektual (HKI), desain produk industri, teknologi kreatif dan ketatausahaan serta peran fungsi sebagai berikut:

1. Penyusunan rencana dan program kerja
2. Pengelolaan dan pelayanan administrasi umum internal maupun eksternal.
3. Pelaksanaan tugas ketatausahaan.
4. Pelaksanaan pengembangan dan fasilitasi di bidang mutu produk industri, HKI, desain produk industri dan teknologi kreatif.
5. Pelaksanaan pelatihan teknis dan pendampingan di bidang mutu produk industri, HKI, desain produk industri, dan teknologi kreatif.
6. Pelaksanaan kerjasama pengembangan mutu produk industri, HKI, desain produk industri dan teknologi kreatif.
7. Pelaksanaan monitoring, evaluasi, dan pelaporan.
8. Pelaksanaan tugas-tugas lain yang diberikan oleh Kepala Dinas.

## 2.6. Struktur Organisasi



Gambar 2.1 Struktur Organisasi



### 1. Bidang Tata Usaha

- a. Menyusun rencana kegiatan pengembangan mutu produk industri dan HKI
- b. Melaksanakan pengembangan dan fasilitasi kegiatan mutu produk industri dan HKI
- c. Melaksanakan pelatihan teknis dan pendampingan mutu produk industri dan HKI
- d. Melaksanakan kerjasama pengembangan mutu produk industri dan HKI
- e. Melakukan monitoring, evaluasi dan pelaporan pengembangan mutu produk industri dan HKI
- f. Melaksanakan tugas-tugas lain yang diberikan oleh Kepala UPT

### 2. Bidang Desain Produk Industri dan Teknologi Kreatif

- a. Menyusun rencana kegiatan desain produk industri dan teknologi kreatif.
- b. Melaksanakan pengembangan dan fasilitasi desain produk industri dan teknologi kreatif.
- c. Melaksanakan pelatihan teknis dan pendampingan desain produk industri dan teknologi kreatif
- d. Melaksanakan kerjasama desain produk industri dan teknologi kreatif.

- e. Melaksanakan *monitoring*, evaluasi dan pelaporan desain produk industri dan teknologi kreatif.
- f. Melaksanakan tugas-tugas lain yang diberikan oleh Kepala UPT.

### **3. Bidang PMPI dan HKI**

- a. Menganalisa konsep rencana dan kegiatan kerja tata usaha UPT.
- b. Melaksanakan pengelolaan surat menyurat, rumah tangga, kehumasan, dan kearsipan.
- c. Melaksanakan pengelolaan administrasi kepegawaian.
- d. Melaksanakan pengelolaan administrasi keuangan.
- e. Melaksanakan pengelolaan perlengkapan dan peralatan kantor.
- f. Melaksanakan pengelolaan data dan informasi.
- g. Melaksanakan monitoring, evaluasi dan pelaporan kegiatan tata usaha.
- h. Melaksanakan tugas-tugas lain yang diberikan oleh Kepala UPT.

### **2.7. Strategi Fasilitasi**

- 1. Fasilitasi dan pendampingan pengembangan mutu produk sesuai standar manajemen mutu dan jaminan mutu.
- 2. Fasilitasi dan pendampingan pengembangan desain produk industri.
- 3. Pelatihan Sumber Daya Manusia bagi Aparat dan IKM.
- 4. Fasilitasi pendaftaran perlindungan HKI bagi IKM.
- 5. Fasilitasi pendaftaran Batik Mark.
- 6. Fasilitasi pendaftaran Barcode.
- 7. Fasilitasi Halal MUI.
- 8. Fasilitasi pengujian nutrisi (nutrition facts).
- 9. Fasilitasi pengujian produk (berstandar SNI).
- 10. Koordinasi dengan instansi terkait.

### **2.8. Arah Dan Kebijakan**

- 1. Meningkatkan fasilitasi, pembinaan dan pengembangan standardisasi industri, sistem manajemen umum serta pengendalian mutu produk.
- 2. Meningkatkan fasilitasi, pembinaan dan pengembangan desain produk industri.
- 3. Meningkatkan kemampuan SDM Industri, efisiensi dan produktivitasnya.
- 4. Meningkatkan fasilitasi Hak Kekayaan Intelektual (HKI).

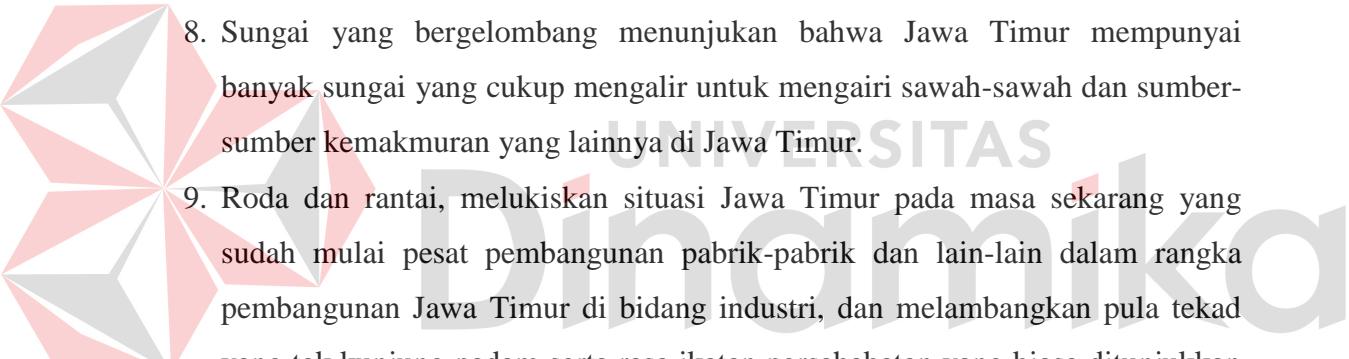
5. Meningkatkan sarana dan prasarana kerja pendukung.
6. Meningkatkan koordinasi kerjasama dengan instansi terkait/ Lembaga standarisasi, Lembaga Desain Produk.

## 2.9. Logo Instansi



Gambar 2.2 Logo Instansi

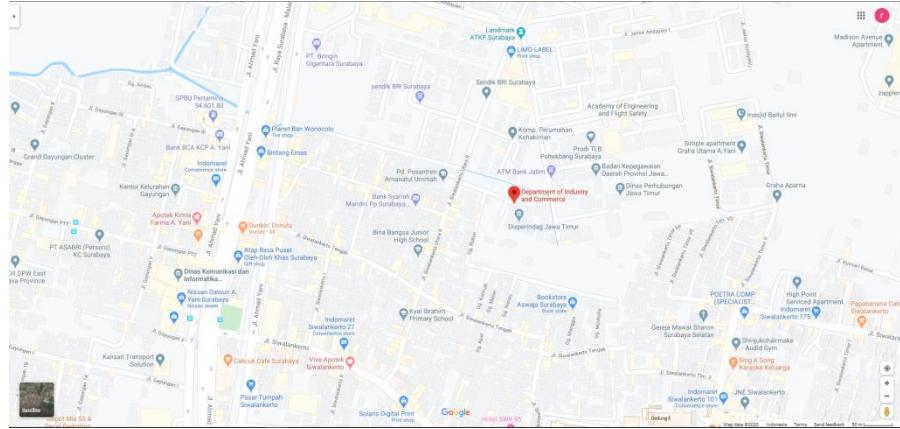
1. Daun lambang bentuk perisai, adalah lambang keamanan dan ketentraman serta kejujuran melambangkan dasar dan keinginan hidup rakyat Jawa Timur yang merupakan daerah yang termasuk aman.
2. Bintang dengan warna kuning emas adalah lambang Ketuhanan Yang Maha Esa, bersudut lima dan bersinar lima adalah melambangkan Pancasila merupakan dasar dan Falsafah Negara yang senantiasa di junjung tinggi dan selalu menyinari jiwa rakyatnya (dalam hal ini rakyat jawa timur) khususnya jiwa Ketuhanan Yang Maha Esa.
3. Tugu pahlawan adalah melambangkan kepahlawanan, untuk melukiskan sifat dan semangat kepahlawanan rakyat Jawa Timur (khususnya Surabaya) dalam mempertahankan kedaulatan dan wilayah tanah airnya.
4. Gunung berapi, yang selalu mengepulkan asap melambangkan keteguhan dan kejayaan tekad Jawa Timur dengan semangat Dinamis, revolusioner pantang mundur dalam menyelesaikan revolusi menuju cita-cita masyarakat adil dan makmur, selain itu juga menggambarkan bahwa wilayah Jawa Timur mempunyai banyak gunung-gunung berapi.

- 
5. Pintu gerbang, (dari candi) dengan warna abu-abu, melambangkan cita-cita perjuangan serta keagungan khusunya Jawa Timur di masa silam yang masih nampak dan sebagai lambang batas perjuangan masa lampau dengan masa sekarang yang semangatnya tetap berada di tiap-tiap patriot indonesia yang berada di Jawa Timur.
  6. Sawah dan Ladang yang dilukiskan dan bagian-bagian dengan warna kuning dan hijau, melambangkan kemakmuran yaitu bahwa Jawa Timur memiliki sawah dan ladang yang bahwa merupakan sumber dan alat untuk mencapai kemakmuran.
  7. Padi dan kapas, lambang sandang pangan yang menjadi kebutuhan pokok rakyat sehari-hari, gambar padi berbutir 17 buah, sedangkan kapas tergambar 8 buah, melambangkan saat keramat buat bangsa Indonesia yaitu tanggal 17-8-1945.
  8. Sungai yang bergelombang menunjukan bahwa Jawa Timur mempunyai banyak sungai yang cukup mengalir untuk mengairi sawah-sawah dan sumber-sumber kemakmuran yang lainnya di Jawa Timur.
  9. Roda dan rantai, melukiskan situasi Jawa Timur pada masa sekarang yang sudah mulai pesat pembangunan pabrik-pabrik dan lain-lain dalam rangka pembangunan Jawa Timur di bidang industri, dan melambangkan pula tekad yang tak kunjung padam serta rasa ikatan persahabatan yang biasa ditunjukkan oleh rakyat Jawa Timur kepada pendatang/peninjau dari manapun.
  10. Pita berisikan tulisan Jawa Timur, menunjukkan Daerah Provinsi Jawa Timur.
  11. Pita dasar dengan warna putih berisi tulisan JER BASUKI MAWA BEYA menunjukkan motto Jawa Timur yang mengandung makna bahwa untuk mencapai suatu kebahagian di perlukan pengorbanan.

## 2.10. Lokasi Instansi

Lokasi UPT pengembangan Mutu Produk Industri dan Teknologi Kreatif berada di area kompleks. Dinas perindustrian dan perdagangan Gedung D yang beralamatkan Jl. Siwalankerto, wonocolo, Kota Surabaya, Provinsi Jawa Timur 60236, Indonesia. Adapun dalam peta lokasi Gedung D UPT PMPI & TK adalah

seperti pada gambar peta di bawah ini. Pada gambar 2.10 menunjukkan peta lokasi Gedung D UPT PMPI & TK.



Gambar 2.3 Peta Lokasi Gedung UPT PMPI & TK (lokasi kerja praktik)



## **BAB III**

### **LANDASAN TEORI**

Dalam tinjauan pustaka di BAB III ini, penulis akan menjelaskan berbagai sumber - sumber yang berhubungan dengan pembuatan konten digital grafis menggunakan Coreldraw dan Photoshop.

#### **3.1. KOMUNIKASI**

##### **3.1.1. Pengertian dan Sejarah Komunikasi**

Ada banyak sekali orang yang berusaha untuk mendefinisikan istilah komunikasi, dalam konteks apapun komunikasi adalah merupakan bentuk dasar adaptasi terhadap lingkungan. Komunikasi sangat diperlukan untuk saling berbagai ataupun mencari sebuah infomarsi, membujuk atau bahkan mempengaruhi orang lain dan mampu memenuhi tujuan-tujuan berbagai aspek kehidupan sosial. Kata *komunikasi* atau *communication* dalam bahasa inggris berasal dari latin *communis* yang berarti “sama”, *communico*, *communication*, atau *communicare* yang berarti membuat sama (*to make common*). Istilah pertama (*communis*) adalah istilah yang paling sering disebut sebagai asal-usul kata komunikasi yang merupakan akar dari kata-kata yang mirip. Komunikasi menyarankan bahwa suatu pikiran, suatu makna atau suatu pesan dianut secara sama (Mulyana, 2005:41).

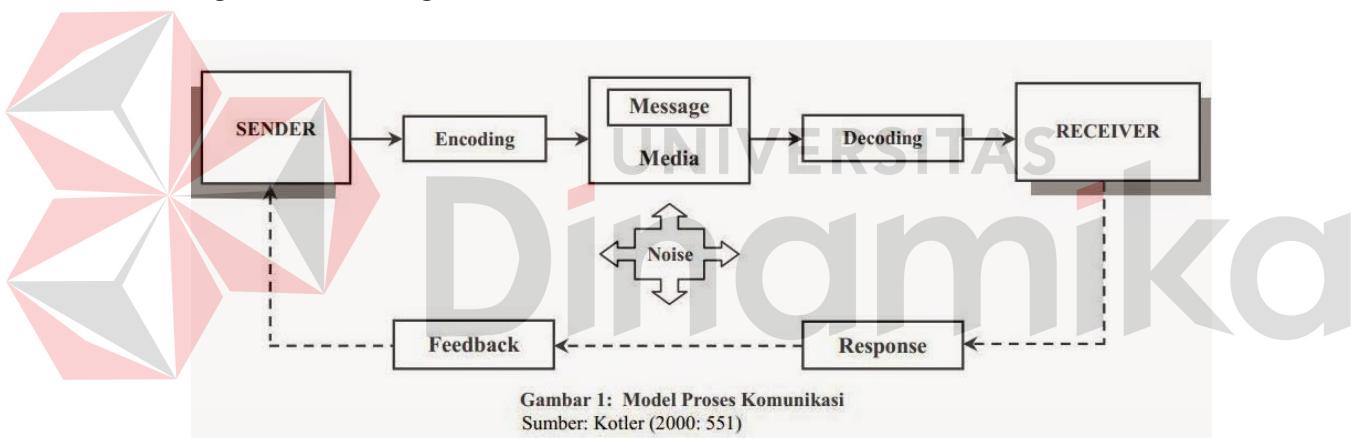
Terjadinya sebuah komunikasi apabila seseorang mengalami adanya kesamaan dalam menyampaikan pesan dan orang yang menerima pesan itu sendiri. karena hal itulah, komunikasi sangat bergantung kepada keterampilan seseorang dalam menyesuaikan pihak yang menjadi lawan berkomunikasi. Pada awalnya, komunikasi digunakan untuk mengungkapkan kebutuhan organisasi. Manusia berkomunikasi untuk membagi pengetahuan dan pengalaman. Bentuk umum komunikasi manusia termasuk bahasa, sinyal, bicara, tulisan, gerakan, dan penyiaran. Komunikasi dapat berupa interaktif, transaktif, bertujuan atau tak bertujuan (Hermawan,2012:4).

Seiring dengan terjadinya perkembangan dalam dunia informasi, suatu komunikasi menjadi suatu hal yang sangat penting bagi aspek kehidupan, metode,

fasilitas dan perangkatnya pun sudah berkembang maju sedemikian modernnya sehingga sekarang dunia seaakan tidak ada batas lagi, manusia dapat berhubungan satu sama lain dengan begitu mudah dan secepatnya (Hermawan,2012:5). Sikap dan perasaan seseorang dapat diidentifikasi oleh orang lain dengan cara berkomunikasi, namun keefektifan sebuah komunikasi, namun keefektifan sebuah komunikasi terjadi apabila pesan yang disampaikan dapat ditafsirkan sama dengan orang yang menerima pesan tersebut.

### **3.1.2. Proses Komunikasi**

Gambaran tentang model universal komunikasi, dalam model ini terdapat berbagai elemen yang terdapat dalam sebuah tindak komunikasi, baik itu bersifat komunikasi intapribadi, antarpribadi, kelompok kecil pidato terbuka atau komunikasi massa. Secara ringkas, proses berlangsungnya komunikasi bisa digambarkan sebagai berikut :



Gambar 3.1 Model Proses Komunikasi

(Sumber : Kotler (2000:551)

### **3.1.3. Fungsi Komunikasi**

Menurut Judy C. Pearson da Paul E. Nelson mengemukakan bahwa komunikasi mempunyai dua fungsi umum. Pertama, untuk kelangsungan hidup diri sendiri yang meliputi: keselamatan fisik, meningkatkan kesadaran pribadi, menampilkan diri kita kepada orang lain dan mencapai ambisi pribadi. Kedua, untuk kelangsungan hidup masyarakat, tepatnya untuk memperbaiki hubungan sosial dan mengembangkan keberadaan suatu masyarakat (Mulyana,2005:5).

Dalam bukunya berjudul *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar* Deddy Mulyana, menjelaskan bahwa fungsi komunikasi sebagai komunikasi sosial setidaknya mengisyaratkan bahwa komunikasi itu membangun konsep-konsep diri kita, aktualiasi diri, untuk kelangsungan hidup, untuk memperoleh kebahagian, terhindar dari tekanan dan ketegangan, antara lain lewat komunikasi yang bersifat menghibur, dan memupuk hubungan dengan orang lain (Mulyana,2005:5).

Sedangkan untuk memahami fungsi komunikasi secara meyeluruhan, dalam bukunya Hafied Cangara menjelaskan bahwa komunikasi dibagi menjadi 4 macam tipe komunikasi, diantaranya adalah : komunikasi dengan diri sendiri, komunikasi antarpribadi, komunikasi publik, dan komunikasi massa.

1. Komunikasi dengan diri sendiri berfungsi untuk mengembangkan kreativitas imajinasi, memahami dan mengendalikan diri, serta meningkatkan kematangan berpikir sebelum mengambil keputusan.
2. Komunikasi antarpribadi ialah meningkatkan hubungan insani (human relations), menghindari dan mengatasi konflik-konflik pribadi, mengurangi ketidakpastian sesuatu, serta membagi pengetahuan dan pengalaman dengan orang lain.
3. Komunikasi publik berfungsi untuk menambahkan semangat kebersamaan (solidaritas), mempengaruhi orang lain, memberi informasi, mendidik, dan menghibur.
4. Komunikasi massa, berfungsi untuk menyebarluaskan informasi, meratakan pendidikan, merangsang pertumbuhan ekonomi, dan menciptakan kegembiraan dalam hidup seseorang (Cangara,2006:55-57).

### **3.2. Konten**

#### **3.2.1. Pengertian Konten**

Menurut kamus besar bahasa Indonesia (KBBI) konten adalah informasi yang tersedia melalui media atau produk elektronik. Penyampaian konten dapat dilakukan melalui berbagai medium baik secara langsung maupun tidak langsung seperti internet, televisi, CD audio, telepon genggam (*handphone*), bahkan acara langsung seperti konferensi dan pertunjukan panggung.

#### **3.2.2. Manfaat Konten**

1. Konten digital mudah dikenali dan diingat

Sebagaimana ilustrasi di awal bahwa informasi visual akan mudah dikenal dan diingat. Begitu pula jika bisnis menggunakan konten digital, bisnis akan mudah dikenali dan juga diingat oleh calon konsumen dan pelanggan.

## 2. Konten digital meningkatkan interaksi

Konten visual yang baik akan bisa meningkatkan interaksi karena manusia cenderung menyukai hal-hal berwarna-warni. Dengan adanya interaksi brand akan bisa membangun hubungan dan relasi berkelanjutan dengan calon konsumen ataupun pelanggan.

## 3. Konten digital mengoptimalkan fungsi mesin pencari

Mesin pencari adalah salah satu cara menemukan brand di jagat internet seperti saat ini. Lewat konten digital brand akan mudah dikenali dari identitasnya yang khas. Selain itu konten digital juga bisa memperkuat kepercayaan pengguna mesin pencari pada brand yang menawarkan solusi pada masalah yang dialami.

## 4. Konten digital meningkatkan jumlah follower

Bagi barang yang mengandalkan sosial media, jumlah follower bisa diibaratkan sebagai sebuah jangkauan pasar yang ingin bisa diubah menjadi pembeli. Itu sebabnya meningkatkan jumlah follower adalah penting.

## 5. Konten digital bisa memicu emosi

Konten digital selain mudah diingat, ternyata juga bisa memicu reaksi emosional dari seseorang. Penyebabnya adalah karena visual bisa menggambarkan perasaan apa yang dirasakan ketika seseorang *relate* dengan sesuatu.

## 6. Konten digital membuat brand dipercaya

Kemampuan konten visual yang bisa membuat audiens mudah ingat, terbawa emosi, dan terlibat interaksi pada akhirnya akan bisa membuat brand menjadi lebih dipercaya. Kepercayaan ini tumbuh karena proses-proses yang terjadi selama audiens berinteraksi lewat visual-visual yang diberikan oleh brand.

### 3.3.2. Jenis-Jenis Konten

Banyak jenis konten yang beredar di masyarakat, tapi dasarnya konten sosial media yang sering digunakan

1. Konten yang dihasilkan pengguna
2. Podcast
3. Livestreams
4. Infografis
5. Konten VR
6. Webinars
7. Testimonial Klien
8. eBook
9. Panduan

### 3.3. Membuat Deskripsi (Caption) Kiriman di Instagram



Instagram telah menjadi salah satu media sosial dengan pengguna terbesar di Indonesia. Tampilannya yang estetik dan sarat akan gambar visual menjadikan Instagram sebagai media yang tidak hanya diminati oleh generasi muda tetapi juga menjadi media yang efektif untuk kegiatan bisnis. Oleh karenanya, gaya penulisan yang digunakan pada media ini cenderung lebih santai menyesuaikan dengan segmentasinya. Keputusan tersebut diambil berdasarkan hasil pemetaan dan pengamatan yang didapatkan melalui analisis demografi dari laporan kerja bulanan dari beberapa bulan sebelumnya.

Sejauh ini, Instagram masih menjadi media (platform) utama yang digunakan Visit East java untuk menjalankan kegiatan marketingnya sejak awal berdirinya sampai sekarang ini, sehingga konten yang dikirim melalui media ini tidak hanya seputar promosi dan penjualan produk, tetapi juga konten marketing lainnya seperti Corporate Campaign dan Consumer Engagement.

### 3.4. Desain

#### 3.4.1. Definisi Desain

Menurut Wikipedia, desain biasanya diterjemahkan sebagai seni terapan, arsitektur, dan berbagai pencapaian kraetif lainnya. Dalam sebuah kalimat, kata “desain” bisa digunakan baik sebagai kata benda maupun kata kerja. Dimana proses desain pada umumnya memperhitungkan aspek fungsi, estetik dan berbagai

macam aspek, jadi, desain merupakan proses perancangan yang melibatkan kreatifitas manusia yang bertujuan membuat sesuatu benda. Sistem dan lainnya sehingga memiliki manfaat.

Konsep desain sendiri merupakan sebuah dasar pemikiran desainer didalam usahanya dalam memecahkan tuntutan desain maupun problem desain. Dimana konsep berasal dari bahasa latin yaitu *conseptus* yang berarti tangkapan.

### **3.4.2. Unsur Desain**

Dalam sebuah desain terdapat beberapa unsur atau elemen yang diperlukan diantaranya :

a. Titik

Titik merupakan salah satu unsur visual yang dimensi memanjang dan melebarnya dianggap tidak berani. Titik merupakan bagian kecil dari garis, karena pada dasarnya suatu garis dibentuk oleh adanya hubungan titik-titik yang sangat dekat.

b. Garis

Garis dikenal sebagai goresan atau coretan dan gagasan limit suatu bidang atau warna. Ciri khas dari garis adalah terdapatnya area serta dimensi memanjang. Garis memiliki fungsi tetentu yang pada dasarnya digunakan untuk mengarahkan gerakan mata. Garis terdiri dari 4 macam, yakni garis *vertical, horizontal, diagonal, dan garis yang berbentuk gelombang*.

c. Bidang

Bidang merupakan unsur visual yang berdimensi panjang dan lebar. Bidang bisa dihadirkan dengan menyusun titik maupun garis dalam kepadatan tertentu, serta dengan mempertemukan potongan hasil goresan serta garis.

d. Ruang

Ruang lebih mengarah pada perwujudan tiga dimensi sehingga ruang dapat dibagi 2, yaitu ruang nyata dan semu.

e. Warna

Warna merupakan elemen desain yang sangat berpengaruh terhadap desain karena akan membuat suatu komposisi desain lebih menarik.

#### f. Tekstur

Tekstur adalah nilai raba dari suatu permukaan. Pengertian lain menyebutkan bahwa tekstur merupakan gambaran dari suatu permukaan benda. Dalam penerapannya teksture dapat berpengaruh dalam unsur visual lainnya yaitu kejelasan titik, kualitas garis, keluasaan bidang dan ruang, serta intensitas warna.

#### **3.4.3. Prinsip Desain**

Prinsip dasar desain merupakan prinsip keseimbangan, prinsip titik focus, prinsip irama, dan prinsip kesatuan, prinsip-prinsip ini harus diketahui untuk menghasilkan desain grafis yang baik untuk tampilan multimedia.

##### a. Prinsip kesemimbangan

Keseimbangan ini perlu sekali dalam pembuatan komposisi. Ada 2 macam bentuk keseimbangan, yaitu :

- Keseimbangan simetris (mempunyai berat dan terbagi sama pada tiap-tiap bagian).
- Keseimbangan asimetris (mempunyai keseimbangan yang tersembunyi dan tidak terbagi sama).

##### b. Prinsip titik focus

Pusat perhatian, dalam bentuk desain tersebut harus ada sesuatu yang harus menjadi pusat perhatian (*point of interest*).

##### c. Prinsip irama

Irama adalah suatu gerak teratur, yang berhubungan, sehingga akan selalu ada pengulangan-pengulangan yang teratur. Gerak-gerak ini akan mengakibatkan suatu arah kemudian menjadi irama. Dalam hal ini irama tidak dibentuk terbatas dari garis saja, namun semua unsur-unsur seni lukis bisa menjadi irama.

##### d. Prinsip kesatuan

Kesatuan dalam hal ini adalah suatu bentuk yang unsur-unsurnya mempunyai hubungan. Bentuk yang kita maksud dapat dicapai dengan cara sebagai berikut :

- Di dalam bentuk tersebut harus ada kontras, berlaku untuk semua unsur (goresan, irama, warna, tekstur, dan sebagainya).

### 3.5. Warna

Warna-warni tercipta karena adanya cahaya. Tanpa adanya cahaya, manusia tidak akan dapat membedakan warna. Seperti halnya jika kita memasuki sebuah ruangan yang gelap dan tertutup tanpa adanya cahaya, maka mata kita tidak dapat membedakan warna-warni yang ada di dinding tersebut. Pada tahun 1666 pengetahuan warna didefinisikan oleh Sir Isaac Newton. Dimana ketika itu Newton secara tidak sengaja melihat *spectrum* warna yang dihasilkan oleh cahaya yang terpancar melalui sebuah gelas prisma. Hal tersebut ditulis oleh Prisma Haris Nuryawar dalam bukunya Kombinasi Warna Komplementer. 2009:10

Perasaan nyaman dan tidak nyaman akan timbul saat kita dihadapkan pada beberapa karya desain baik poster, lukisan, *flyer*, ataupun karya desain dan media promosi lainnya. Salah satu penyebabnya adalah penggunaan warna yang terdapat dalam desain tersebut tidak tepat. Penerapan warna pada sebuah desain akan menimbulkan kesan dan persaan tertentu.

Oleh karena itu, seorang desainer juga harus mengerti tentang kaitan-kaitan warna dalam desain grafis sebagai berikut ;

#### a. *Colour Wheel* (roda warna)

Teori dasar warna yang digambarkan dalam bentuk lingkaran (roda) atau yang biasa disebut dengan *Colour Wheel* (roda warna) ini terdiri dari tiga warna dasar, yaitu merah, biru, dan kuning yang biasa disebut sebagai warna Primer. Kemudian pencampuran dari dua warna dasar ini melahirkan warna baru berupa warna sekunder. Selanjutnya warna primer yang dicampur dengan warna sekunder akan menghasilkan warna tersier. Warna-warna tersebut di gambarkan dalam sebuah lingkaran warna yang lebih dikenal dengan sebutan *Colour Wheel*. Adapun beberapa aturan dasar terkait dengan *colour wheel* :

##### 1. Monochrome Colour

Merupakan perpaduan warna dari beberapa warna yang bersumber dari satu warna dengan nilai dan intensitas yang berbeda.

##### 2. Warna Analog

Merupakan kombinasi dari warna-warni terdekat.

### 3. Warna Pelengkap

Digunakan saat dimana beberapa desain membutuhkan sebuah nilai kontras yang cukup untuk menarik perhatian lebih dari pembaca visual. Misal biru dan orange, merah dan hijau.

### 4. Warna *Trial*

Teori roda warna menjelaskan bagaimana warna-warna dasar mampu melahirkan berbagai warna baru di sekitarnya. Terdapat sangat banyak sekali kombinasi warna selain dari warna-warna dasar untuk dapat membuat sebuah desain tampak unik dan berbeda.

#### b. Ruang pada Warna

Selain dapat mempengaruhi ruang dan bentuk, warna juga dapat mempengaruhi kesan yang disampaikan pada warna. Atau dapat juga disebut sebagai respon naturalis pada mata dalam menyikapi suatu kesan pada sebuah visual.

#### c. Kontras Warna

Kontras warna dapat dipengaruhi oleh warna-warna yang ada di sekitarnya. Teori sangat sederhana : Kontras = Gelap VS Terang.

#### d. Psikologi Warna

Warna dapat memberikan kesan serta mewakili karakter dan perasaan-perasaan tertentu, oleh sebab itu psikologi warna memiliki peranan yang sangat penting dalam dunia desain.

#### e. Bidang Warna

Garis *outline* pada sebuah bidang berfungsi sebagai pembatas warna agar tidak terlihat menyebar di sekelilingnya semakin tipis garis outline yang diberikan maka semakin tersebar warna area luar bidang begitu pula sebaliknya.

#### f. Skema Warna

Skema warna adalah beberapa warna yang dikombinasikan sedemikian rupa sehingga mampu menciptakan nuansa tertentu. Istilah skema warna ini biasanya digunakan dalam dunia desain *interior*. Skema warna dibedakan menjadi dua jenis yaitu :

##### 1) Skema Warna Komplementer

Skema warna komplementer atau kontras adalah suatu skema warna yang merupakan perpaduan antara dua warna yang terletak bersebrangan satu sama lain pada lingkaran warna. Skema warna komplementer atau kontras yang umum adalah perpaduan antara satu warna sekunder yang terletak bersebrangan.

## 2) Skema Warna Split Komplementer

Skema warna split komplementer adalah satu jenis skema warna yang didasari oleh skema warna komplementer yang sudah baku namun memiliki variasi yang berbeda. Split komplementer adalah suatu skema warna yang menggunakan kombinasi dari satu warna yang dipadukan dengan dua warna lain yang letaknya berdekatan atau bersebelahan atau mengapit warna yang letaknya tepat bersebrangan dengan warna tersebut.

### 3.6. Layout

Dalam sebuah website (<http://library.binus.ac.id>) mendefinisikan layout sebagai penataletakan atau pengorganisasian dari beberapa unsur desain agar teratur dan tercipta hierarki yang baik guna mendapatkan dampak yang kuat dari orang yang melihat. Proses *layout* adalah mengatur penempatan berbagai unsur komposisi seperti teks, garis, bidang, gambar, dan sebagainya. Hal-hal yang harus jelas pada *layout* adalah :

1. Huruf dan ukurannya
2. Bentuk, ukuran, dan komposisi
3. Warna
4. Ukuran kertas cetak (bila di cetak)

Dalam sebuah website (<http://faculty:petra.ac.id>) disebutkan bahwa terdapat tiga kriteria sebuah layout dapat dikatakan baik, yakni: mencapai tujuan, ditata tujuannya bila pesan-pesan yang disampaikan dapat segera ditangkap dan dipahami oleh pengguna dengan cara-cara tertentu.

Dalam layout beberapa unsur penting, diantaranya: huruf tipografi, kata baris, kolom, garis, ornamen, gambar, foto, dan warna. Sebuah *layout* yang menarik bisa jadi malah sederhana dan lugas. Untuk pemilihan *image* yang akan

di tampilkan dalam sebuah *layout* dapat melakukan pendekatan melalui target audience yang akan melihat *layout* tersebut.

Prinsip dari sebuah *layout* adalah :

1. *Balance* (seimbang)

Merupakan keseimbangan yang membantu menentukan ukuran pada setiap bagian dalam *layout*.

2. *Rhythm* (irama)

Merupakan keseimbangan yang membantu menentukan ukuran pada setiap bagian dalam *layout*.

3. *Emphasis* (tidak berat)

Dalam upaya menarik perhatian pembaca, setiap pesan pada *layout* harus memiliki daya tarik yang tinggi, agar khalayak yang melihatnya tidak cepat berpaling.

4. *Unity* (kesatuan)

Keseluruhan elemen pada sebuah *layout* harus saling memiliki kesatuan satu sama lainnya.

Frank F. Jefkin (1997) dalam <http://library.binus.ac.id>, menyebutkan bahwa prinsip-prinsip desain antaranya adalah :

1. *The law of variety*: sebuah *layout* harus dibuat bervariasi untuk menghindari kesan monoton.
2. *The law of balance* : dalam sebuah *layout* mata pembaca sebaiknya bergerak secara wajar, jadi sebaiknya dimulai dengan urutan yang ada.
3. *The law of harmony* : bagian dari *layout* sebaiknya dirancang secara harmonis dan tidak meninggalkan kesan monoton.
4. *The law of scale* : paduan warna terang dan gelap akan menghasilkan sesuatu yang kontras, hal ini dapat dipakai untuk memberikan tekanan pada bagian-bagian tertentu pada *layout*.

### **3.6.1. Jenis Layout**

Pada buku pengantar desain (Kusniarto Adi 2007:143) menjelaskan bahwa dalam dunia desain, dikenal beberapa jenis layout dan diantaranya adalah :

1. *Mandarian*

Mengacu pada konsep pelukis belanda bernama Pict Mondrain, yaitu: penyajian iklan yang mengacu pada bentuk-bentuk kotak / *landscape portrait*. Dimana masing-masing bidangnya sejajar dengan bidang penyajian.

## 2. Grid

Suatu tata letak *layout* yang menggunakan *grid* atau skala *dalam setiap penataanya*. Sehingga seolah-olah bagian dalam *layout* tersebut terkesan teratur dan berada didalam skala.

## 3. Picture Windows

Tata letak *layout* yang menampilkan gambar secara *close up*. Dalam *layout* ini, gambar mendominasi seluruh layout.

## 4. Silhouette

Dalam *layout* siluet biasanya gambar umumnya lebih besar dalam *layout*. Kecuali jika gambar tersebut diletakkan tanpa *background* dan tulisan biasanya mengikuti garis bentuk yang tidak beraturan. *Space* putih pada *layout* digunakan sebagai penekanan damatik.

## 5. Specimen type

Karakteristik dari gaya ini adalah headline yang besar dengan atau tanpa sentuhan art. *Headline* mendominasi dan digunakan sebagai penarik perhatian utama. Oleh karena itu, jenis tulisan yang dipilih sangatlah penting.

## 6. Colour field

Gaya ini sering menggunakan dua halaman dengan satu halaman didominasi oleh foto yang besar.

## 7. Band

Layout band menggunakan elemen di ketiga sisinya, sedangkan satu sisi diisi dengan tulisan. Keuntungan dari penataan ini adalah kesederhanaannya. Ketika meletakkan elemen, pastikan meletakkan beberapa jarak diantaranya. Setiap komponen dalam layout ini harus memiliki hubungan yang kuat satu sama lain.

### **3.7. Tipografi**

Tipografi juga bisa dikatakan sebagai “visual language” atau dapat berarti “bahasa yang tepat dilihat”. Tipografi atau typography menurut Roy Brwer (1971)

dapat memiliki pengertian luas yang meliputi penataan dan pola halaman, atau setiap cetak.

Menurut Kusrianto, Adi (2010, pengantar tipografi). Sebelum era digital, Tipografi adalah ilmu atau skill yang berkaitan dengan profesi penata aksara di percetakan maupun seniman yang bekerja di perusahaan pembuatan aksara (disebut type foundry).

Pendefinisian umum, tipografi adalah ilmu yang berkaitan dengan aksara cetak. Dan tipografi dalam pengertian yang lebih bersifat ilmiah adalah seni dan teknik dalam merancang maupun menata aksara dalam kaitannya untuk menyusun publikasi visual baik maupun non cetak.

Tipografi sebagai salah satu elemen desain juga mempengaruhi elemen desain yang lain serta dapat mempengaruhi keberhasilan suatu karya desain secara keseluruhan. Penggunaan tipografi dalam desain produk disebut dengan desain tipografi, (<http://dgi.-indonesia.com>).

Tujuan mendesain adalah menyampaikan informasi kepada para pembaca secara tepat, mudah, dan menyenangkan, bukan sebaliknya. Maka pemilihan jenis dan karakter huruf, serta cara pengelolannya akan sangat menentukan keberhasilan desain produk. Informasi semenarik apapun bisa tidak dilirik pembaca karena disampaikan dengan tipografi yang buruk. Sebagai contoh, ukuran huruf terlalu kecil jenis huruf sulit di baca, spasi terlalu rapat dan *layout* berdesakan sehingga menyebabkan orang tidak berselera untuk membaca.

Berdasarkan fungsinya, huruf dapat di pilah menjadi dua jenis, yaitu huruf text (text type) dan huruf jadul (display type). Huruf dapat digolongkan menjadi tujuh gaya atau style, yaitu :

a. Huruf Klasik (*classical Typefaces*)

Huruf yang memiliki kait (serif) lengkung ini juga disebut *Old Style Roman*, memiliki bentuk yang cukup menarik, kemudahan membaca (*readability*) cukup tinggi, salah satu contohnya adalah *Garamond*, memiliki kait (sarif) sudut lengkung, dan tebal-tipis yang kontras.

b. Huruf Transisi (Transitional)

Hampir sama dengan huruf Old Style Roman, hanya berbeda pada ujung kaitnya yang runcing dan memiliki sedikit perbedaan tebal-tipis pada tubuh huruf, font yang termasuk jenis transisi adalah *Baskerville* dan *Century*.

c. Huruf *Modern Roman*

Memiliki ketebalan huruf sangat kontras bagian yang vertical tebal, garis-garis horizontal dan serifnya sangat tipis sehingga untuk *text* berukuran kecil sulit di baca bahkan sering tidak terbaca.

d. Huruf *San Serif*

Salah satu cirri huruf ini adalah memiliki bagian-bagian tubug yang sama tebalnya. Contoh huruf sana serif yang popular antara lain *Arial*, *Helvetica*, *Futura*, dan *Gill Sans*. Sering digunakan untuk buku dan majalah karena memiliki citra dinamis dan simple.

e. Huruf Berkait Balok

Huruf Egyptian memiliki kait berbentuk balok yang ketebalannya hampir sama dengan ketebalan huruf sehingga terkesan elegan, jantan dan kaku.

f. Huruf Tulis

Berasal dari tulisan tangan (hand-writing) sangat sulit dibaca dan melelahkan jika di pakai untuk teks yang panjang.

g. Huruf Hiasan

Bukan termasuk huruf teks sehingga sangat tidak tepat jika digunakan untuk teks panjang lebih cocok untuk satu kata atau judul yang pendek.

## **BAB IV**

### **PROSES KERJA**

#### **4.1. Skema Perancangan**

Dalam Bab IV ini menjelaskan tentang proses Kerja Praktik dalam pembuatan konten digital grafis yang dibersembahkan untuk UPT Pengembangan Mutu Produk Industri & Teknologi Kreatif Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jawa Timur. Pengerjaan dilakukan di Jatim Information Technology Creative Surabaya selama satu bulan yang dilaksanakan pada tanggal 13 Februari–13 Maret. Pembuatan desain konten digital grafis ini dilakukan setiap hari, kecuali hari Sabtu-Minggu, pembuatan desain konten digital grafis yang menarik dan sesuai dengan identitas produk menjadi salah satu strategi yang dilakukan oleh UPT Pengembangan Mutu Produk Industri dan Teknologi Kreatif Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jawa Timur agar dapat diketahui banyak masyarakat dan sebagai media promosi online. Untuk itu perlu dilakukan sebuah perancangan desain konten digital grafis yang menarik. Serangkaian pengumpulan data dari proses Kerja Praktik yang diperoleh yaitu hasil *creative brief*, studi pustaka, observasi, pengumpulan data, konsep dan final. Setelah melakukan pengumpulan data Kerja Praktik, maka dapat dijelaskan bagaimana proses pembuatan desain konten digital grafis dengan urutan kerja mulai dari awal hingga akhir, yaitu sebagai berikut :

a. *Creative brief*

Merupakan deskripsi dari desain yang dibutuhkan, menjelaskan tentang detail berbagai informasi penting, tentang desain yang diinginkan klien, perusahaan klien.

b. Studi Pustaka

Dilakukan dengan cara mencari referensi dalam pustaka yang berkaitan dengan objek penelitian. Studi pustaka ini penting untuk mendukung data penelitian yang akan dipertimbangkan kedalam perancangan konten digital grafis.

c. Observasi

Metode ini merupakan bahan pertimbangan pembuatan desain konten digital grafis. Sehingga desainnya berbeda dan memiliki cirri khas sendiri dan mampu bersaing dengan konten digital lain yang sudah terkenal. Observasi dilakukan dengan cara melihat referensi di internet dan sosial media yang mengiklankan berbagai macam konten digital grafis.

d. Pengumpulan data

Teknik pengumpulan data ini menggunakan teknik analisis kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan memilah-milah menjadi satuan yang dapat dikelola, mensistensikan, mencari dan menemukan pola, menemukan yang penting dan apa yang dipelajari dan memutuskan apa yang diceritakan kepada orang lain.

Setelah melakukan *creative brief*, studi pustaka dan observasi, penulis mengambil beberapa data yang dibutuhkan untuk menunjang pembuatan konsep desain konten digital grafis diantaranya :

- a. Informasi yang berkaitan dengan perusahaan.
- b. Desain konten digital grafis menurut klien, taste seringkali menjadi penentu akhir dari sebuah proyek desain.
- e. Konsep

Dalam hal ini konsep dibutuhkan untuk menetukan desain seperti apa yang ditampilkan sesuai dengan karakter atau identitas dari masing-masing perusahaan.

#### 4.2. Proses Desain

Dalam membuat desain konten tidak lepas seperti pembuatan karya digital pada umumnya, yaitu membutuhkan aplikasi/program sebagai penunjang dalam hal pengerjaan. Aplikasi untuk pembuatan konten antara lain sebagai berikut :

1. Corel draw



Gambar 4.1 logo coreldraw

Pengertian Coreldraw adalah sebuah program komputer editor grafik vektor yang berfungsi untuk mengolah gambar dan banyak digunakan pada bidang publikasi, pencetakan, dan bidang lain yang membutuhkan proses visualisasi. Coreldraw sangat penting dalam pembuatan desain konten digital grafis berbasis vektor.

2. Adobe Photoshop



Gambar 4.2 logo adobe photoshop

Photoshop adalah Software yang digunakan untuk memodifikasi gambar atau foto secara profesional baik meliputi modifikasi obyek yang sederhana maupun yang sulit sekalipun. Photoshop merupakan salah satu software yang berguna untuk mengolah gambar berbasis bitmap, yang mempunyai tool dan efek yang lengkap sehingga dapat menghasilkan gambar atau foto yang berkualitas tinggi.

#### **4.2.1. Penetuan Software**

Penetuan software merupakan rencana awal dalam pembuatan desain konten digital grafis. Dalam perancangan desain konten digital grafis ini menggunakan Coreldraw X4 dan Adobe Photoshop yang sangat membantu untuk proses perancangan desain konten digital grafis.

#### **4.2.2. Perancangan Konten Digital Grafis Visit East Java**



Gambar 4.3 Konten Digital Grafis Ikon Kabupaten Kediri

#### **4.2.3. Deskripsi Konten Ikon Kabupaten Kediri**

Konten ini dibuat dengan bentuk kotak sesuai permintaan perusahaan agar terlihat simple, nyaman dipandang dan konten dibuat dengan menggunakan simbol visual vektor dari internet agar konten ini dapat mudah diketahui oleh banyak masyarakat.

#### **4.2.4. Arti Bentuk Konten**

Konten yang berbentuk kotak memiliki makna memberikan kesesuaian, kedamaian, soliditas, keamanan dan kesetaraan. Kotak dan persegi panjang umumnya tidak menarik perhatian, namun dapat di twist menjadi bentuk yang lebih dinamis dan berasumsi teknologi yang kokoh.

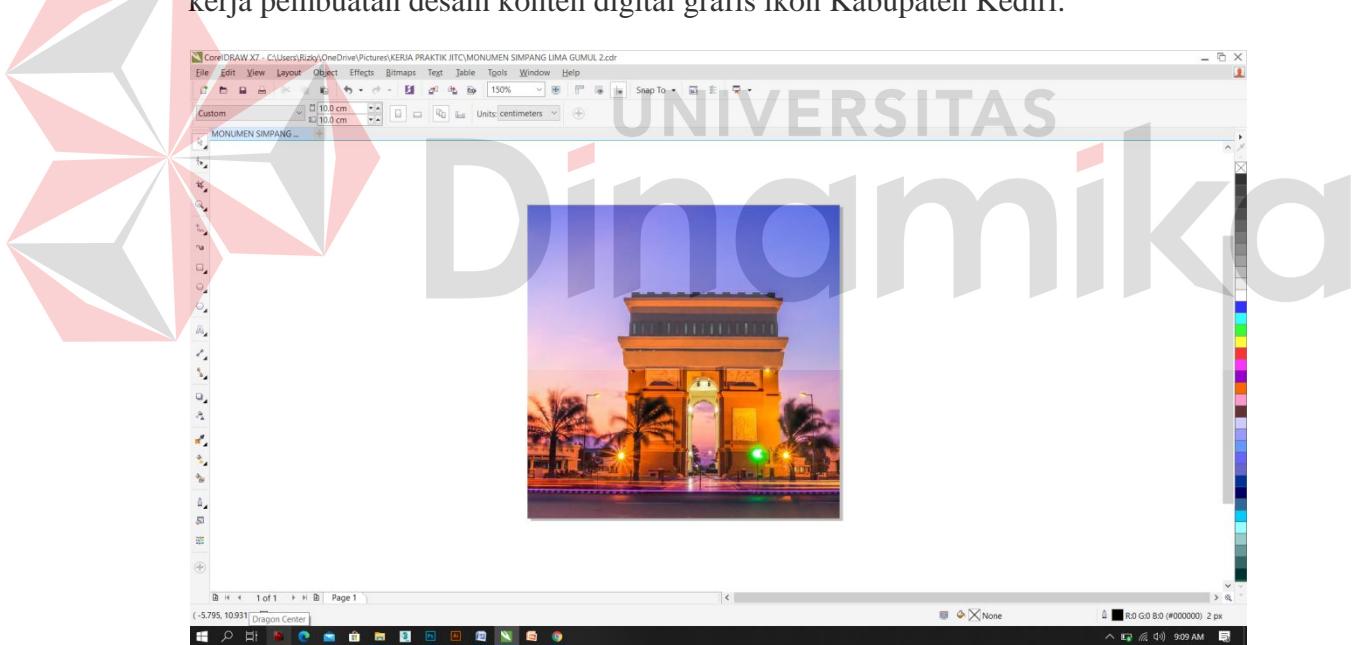
#### **4.2.5. Arti Warna Konten**

Warna ungu pada background konten ini merupakan warna yang memberikan kesan spiritual, megah, dan kebijaksanaan. Ungu juga menjadi warna yang unik karena sangat jarang kita lihat. Warna jingga pada ikon Kabupaten

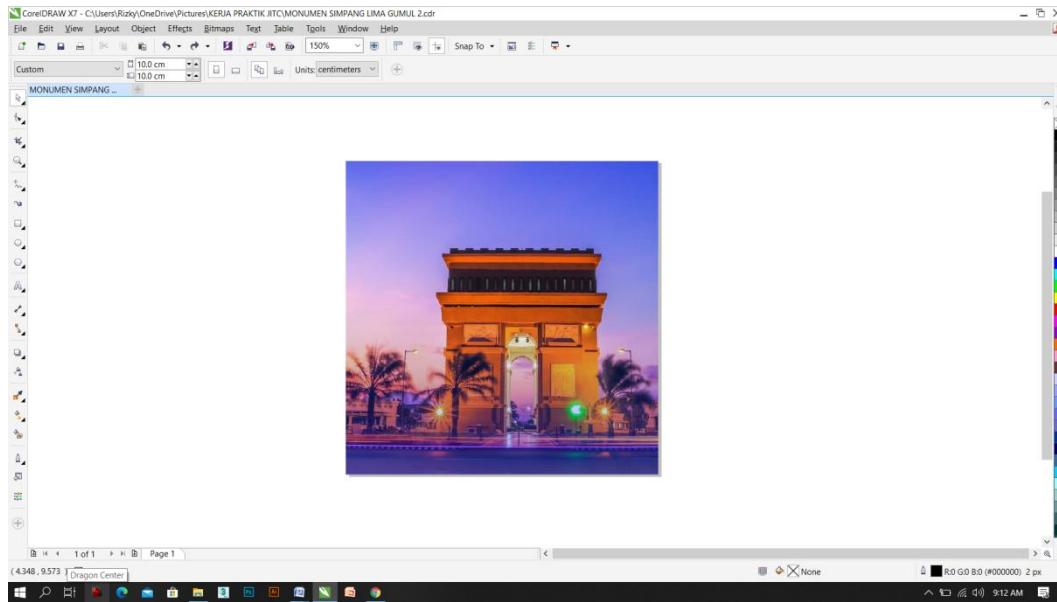
Kediri merupakan hasil peleburan merah dan kuning, sehingga menjadikan efek yang dihasilkan masih tetap sama, yaitu kuat dan hangat dan satu hal baru memberikan yakni member efek riang, senang, dan bersahabat sekali. Warna ini sering di gunakan pada tombol website, seperti “buy now”, “register now” dan masih banyak lagi, istilahnya adalah “call to action “ button. Dari sisi psikologis, warna jingga memberikan kesan yang tidak nyaman dan sedikit gaduh. Mungkin karena hal inilah warna ini sering digunakan pendesain untuk dijadikan penarik perhatian untuk sesuatu yang baru.

#### **4.2.6. Proses Pembuatan Konten**

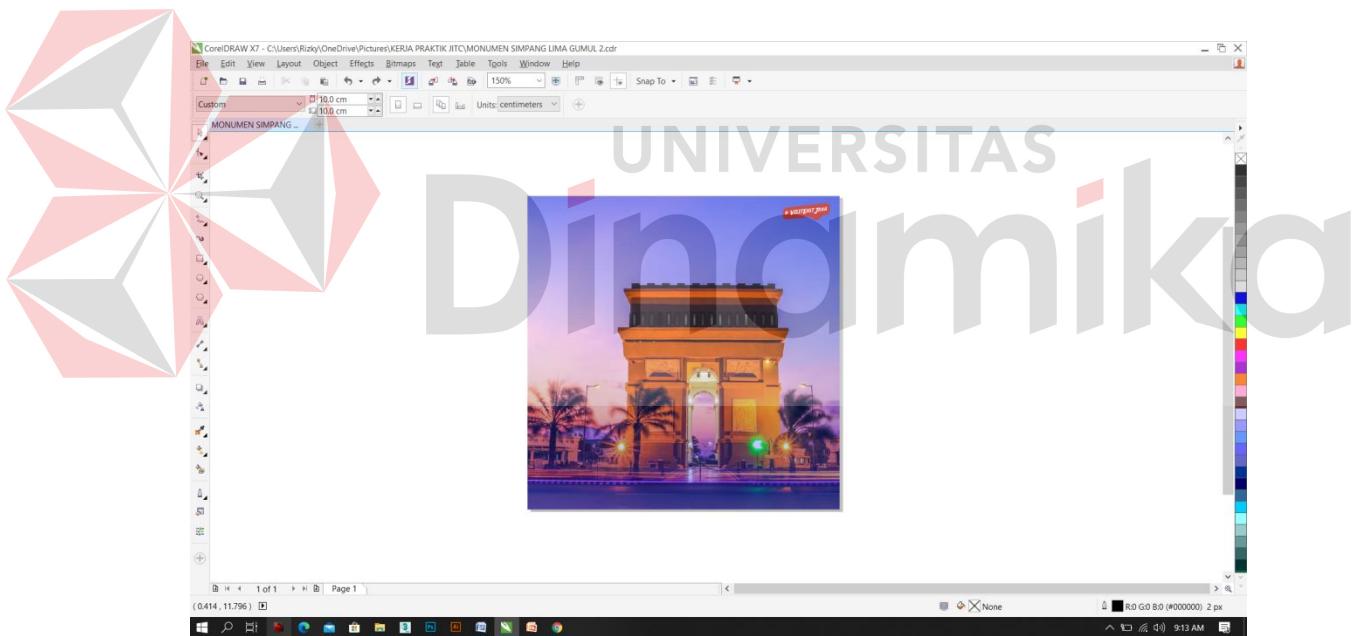
Proses ini dimana perusahaan sudah menyerahkan deskripsi dari desain yang dibutuhkan, menjelaskan tentang detal berbagai informasi penting, Tentang desain yang diinginkan perusahaan. Dalam pembuatan konten digital grafis ini kami menggunakan aplikasi Coreldraw, berikut merupakan tahap-tahap proses kerja pembuatan desain konten digital grafis ikon Kabupaten Kediri.



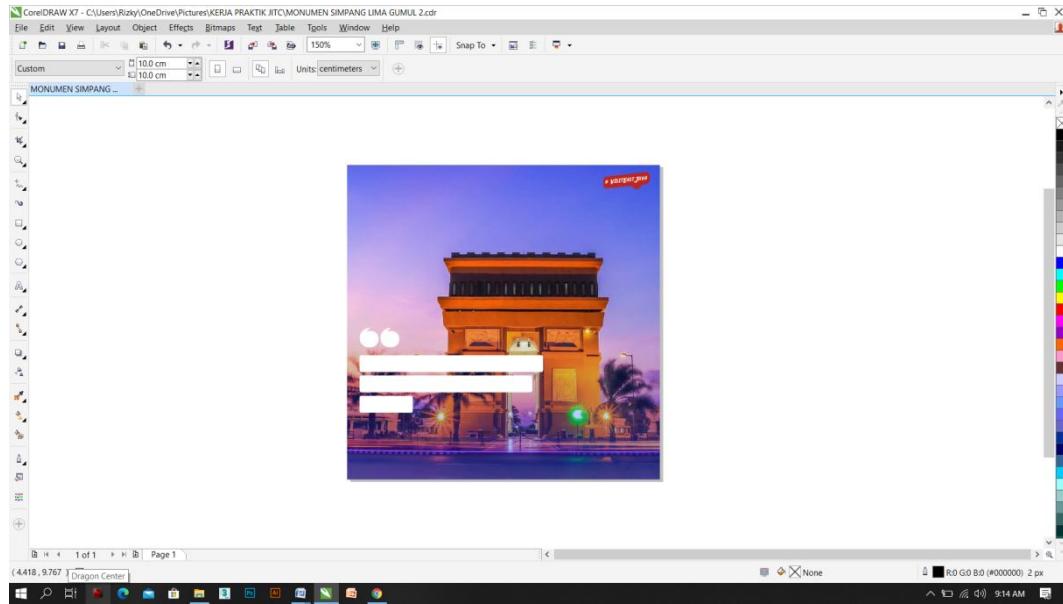
Gambar 4.4 awal tahap pembuatan konten digital grafis



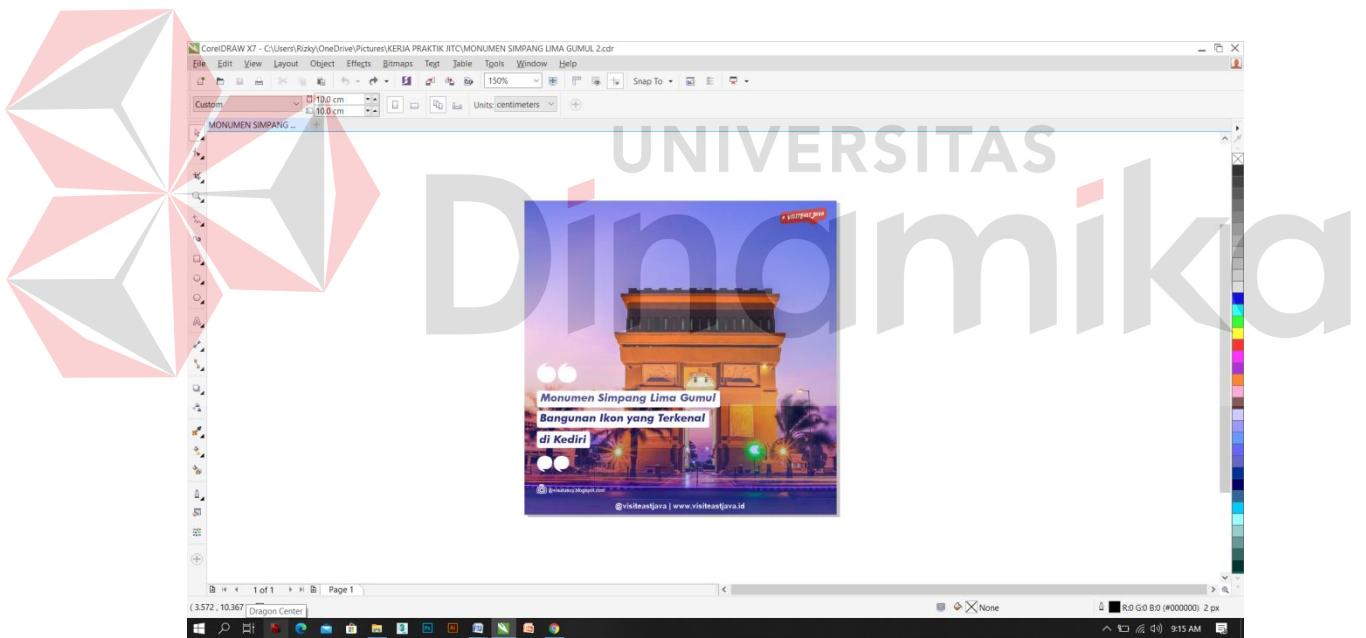
Gambar 4.5 tahap kedua pembuatan konten digital grafis



Gambar 4.6 tahap ketiga pembuatan konten digital grafis



Gambar 4.7 tahap keempat pembuatan konten digital grafis



Gambar 4.8 final pembuatan konten digital grafis

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1. Kesimpulan**

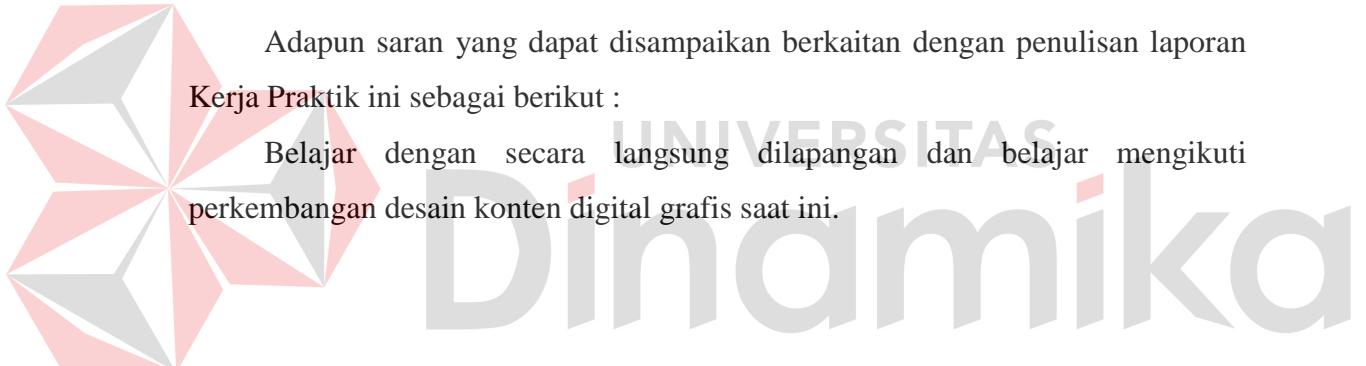
Berdasarkan pengalaman yang saya dapat selama melaksanakan Kerja Praktik selama satu bulan UPT Pengembangan Mutu Produk Industri & Teknologi Kreatif Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jawa Timur, maka dapat disimpulkan beberapa hal yaitu :

1. Mengetahui tentang bagaimana cara berkomunikasi dengan perusahaan sebelum mendesain konten digital grafis mulai proses awal hingga proses akhir.
2. Mendapatkan pengetahuan tentang banyak cara mendesain konten digital grafis.
3. Mendapatkan pengalaman dalam dunia bekerja.

#### **5.2. Saran**

Adapun saran yang dapat disampaikan berkaitan dengan penulisan laporan Kerja Praktik ini sebagai berikut :

Belajar dengan secara langsung dilapangan dan belajar mengikuti perkembangan desain konten digital grafis saat ini.



## DAFTAR PUSTAKA

<http://eprints.ums.ac.id/32742/2/BAB%20I.pdf>

[http://repository.maranatha.edu/24424/3/1352038\\_Chapter1.pdf](http://repository.maranatha.edu/24424/3/1352038_Chapter1.pdf)

<https://library.binus.ac.id/eColls/eThesisdoc/Bab2/2014-2-02138-SI%20Bab2001.pdf>

