



**PERANCANGAN            INFOGRAFIS            PERILAKU  
MANUSIA DALAM MEDIA PROMOSI  
INSTAGRAM PT. SATU PERSEN EDUKASI**

**KERJA PRAKTIK**



UNIVERSITAS  
**Dinamika**

**MUHAMMAD NIZAR AMIN**

**17420100026**

---

---

**FAKULTAS TEKNOLOGI DAN INFORMATIKA  
UNIVERSITAS DINAMIKA  
2021**

**PERANCANGAN INFOGRAFIS PERILAKU MANUSIA DALAM MEDIA  
PROMOSI INSTAGRAM PT. SATU PERSEN EDUKASI**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan

Mata Kuliah Kerja Praktik:



**Disusun Oleh:**

**Nama : MUHAMMAD NIZAR AMIN**  
**NIM : 17420100026**  
**Program : S1 (Strata Satu)**  
**Jurusan : Desain Komunikasi Visual**

UNIVERSITAS  
**Dinamika**

**FAKULTAS TEKNOLOGI DAN INFORMATIKA**

**UNIVERSITAS DINAMIKA**

**2021**

## **HALAMAN MOTTO**



*“Apapun cobaannya, yang terpenting utamakan kejujuran”*

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**



*“Teruntuk kedua orang tuaku, serta diri yang sedang berjuang meraih  
kesuksesan”*

## LEMBAR PENGESAHAN

### PERANCANGAN INFOGRAFIS PERILAKU MANUSIA DALAM MEDIA PROMOSI INSTAGRAM PT. SATU PERSEN EDUKASI

Laporan Kerja Praktik oleh :

**Muhammad Nizar Amin**

NIM : 17420100026

Telah diperiksa, diuji dan disetujui

Surabaya, 13 Januari 2021

Disetujui :



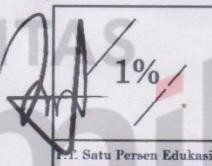
#### Pembimbing

Digitally signed by Fenty Fahminnansih  
Fahminnansih  
DN: cn=Fenty Fahminnansih, o=FTI,  
Undika, ou=DKV,  
email=fenty@dinamika.ac.id,  
Date: 2021.01.13 09:48:13

Fenty Fahminnansih, S.T., M.MT.

NIDN. 0706028502

#### Penyelia

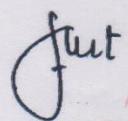


M. Jovan Hendriawan,

Designer PT. Satu Persen

Mengetahui,

Ketua Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual



Digitally signed by  
Siswo Martono  
Date: 2021.01.13  
14:04:49+07'00'

Siswo Martono, S.Kom., M.M.

NIDN. 0726027101

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

Sebagai mahasiswa Universitas Dinamika, saya:

Nama : Muhammad Nizar Amin

NIM : 17420100026

Program Studi : S1 Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Fakultas Teknologi dan Informatika

Jenis Karya : Laporan Kerja Praktik

Judul Karya : **PERANCANGAN INFOGRAFIS PERILAKU  
MANUSIA DALAM MEDIA PROMOSI INSTAGRAM PT. SATU  
PERSEN EDUKASI**

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, dialihmedialkan, 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 pencabutan terhadap gelar kesarjanaan yang telah diberikan kepada saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 5 Januari 2021



Muhammad Nizar Amin

NIM : 17420100026

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT, atas berkat dan rahmatnya penulis dapat menyelesaikan Laporan Kerja Praktik yang berjudul **“Perancangan Infografis Perilaku Manusia Dalam Media Promosi Instagram PT. Satu Persen Edukasi.”**

Laporan Kerja Praktik ini disusun dalam rangka penulisan laporan untuk menyelesaikan mata kuliah Kerja Praktik Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual Universitas Dinamika Surabaya

Melalui kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu penyelesaian Laporan Kerja Praktik ini, terutama kepada yang terhormat:

1. Bapak Prof. Dr. Budi Jatmiko, M.Pd selaku Rektor Universitas Dinamika Surabaya
2. Bapak Siswo Martono, S.Kom., M.M. selaku Kaprodi S1 Desain Komunikasi Visual Universitas Dinamika Surabaya
3. Ibu Fenty Fahminnansih, S.T., M.MT. selaku dosen pembimbing.
4. Bapak Ifandi Khainur Rahim, S.Psi. selaku Directur PT.Esa Solusi Mandiri
5. Bapak Mochamad Jovan Hendriawan selaku Graphic Designer di PT. Satu Persen Edukasi yang telah memberikan pengalaman dan ilmu selama kerja praktik berlangsung.
6. Serta semua pihak yang turut membantu dalam penyelesaian Laporan Kerja Praktik ini.

Semoga dengan adanya laporan ini dapat memberi manfaat bagi siapapun yang memerlukanya. Mohon maaf apabila terdapat kesalahan kata-kata ataupun penulisan dari penulis, terima kasih.

Surabaya, 13 Januari 2021

Penulis

## ABSTRAK

Promosi merupakan bagian dari sebuah pemasaran yang sering digunakan oleh perusahaan untuk menarik minat konsumennya. Tujuan dari promosi adalah meningkatkan daya jual produk maupun jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Ada dua hal yang perlu diperhatikan saat melakukan promosi, yaitu target pasar yang maksud dan media yang dapat menghubungkan antara perusahaan dan pasar agar pesan dari perusahaan dapat tersampaikan. Pada era Digital ini ada banyak media yang dapat digunakan dalam melakukan promosi, sedangkan media yang tepat untuk menyampaikan pesan dalam promosi kali ini adalah dengan membuat sebuah desain Infografis yang nantinya diupload pada Instagram.

Desain Infografis adalah metode representasi visual yang mencampurkan antara skill desain, analisis informasi, dan storytelling yang dikemas dalam bentuk desain yang menarik. Adanya desain Infografis tentang persoalan perilaku manusia diharapkan dapat menarik minat calon konsumen yang membutuhkan edukasi psikologi dan membangun kepercayaan pada konsumen.

PT. Satu Persen Edukasi *startup* yang bergerak pada bidang Indonesian Life School. Berdiri dan resmi menjadi *startup* sejak tahun 2019, Satu Persen sudah memiliki banyak sekali pengalaman dalam bidang kesehatan mental manusia. namun dengan semakin berkembangnya jaman dan semakin maraknya media sosial, maka dibutuhkanlah sebuah pembeda dengan perusahaan lainnya.

Oleh sebab itu, PT. Satu Persen Edukasi menciptakan sebuah desain infografis yang memuat berbagai problem soal *Self-Improvement dan Mental health*, serta adanya layanan-layanan berbayar seperti Seminar/Webinar, Mentoring, dan Workshop. Hal ini diharapkan agar konsumen semakin yakin dalam menjalin kerja sama serta untuk memperkuat identitas visual perusahaan sebagai Indonesian Life School no.1 di Indonesia.

Kata Kunci : *Desain infografis, Startup, Self-Improvement dan Mental health*

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN MOTTO .....	iii
HALAMAN PERSEMPAHAN .....	iv
LEMBAR PENGESAHAN .....	v
SURAT PERNYATAAN.....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
ABSTRAK .....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1    Pendahuluan .....	1
1.2    Rumusan Masalah .....	3
1.3    Batasan Masalah.....	3
1.4    Tujuan.....	3
1.5    Manfaat.....	3
1.5.1    Manfaat Teoritis .....	4
1.5.2    Manfaat Praktis .....	4
1.6    Pelaksanaan .....	4
1.6.1    Detail Pelaksanaan .....	4
1.6.2    Periode.....	5
1.7    Sistematika Penulisan.....	5
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN .....	7
2.1    Profil dan Sejarah PT.Satu Persen Edukasi.....	7
2.2    Logo Perusahaan .....	8
2.3    Visi dan Misi Perusahaan .....	8
2.3.1    Visi Perusahaan.....	8
2.3.2    Misi Perusahaan .....	8
2.4    Alamat dan Kontak Perusahaan.....	9

2.5	Struktur Organisasi Perusahaan.....	9
2.6	Lokasi Perusahaan .....	10
2.7	Portfolio Perusahaan.....	10
	<b>BAB III LANDASAN TEORI.....</b>	<b>12</b>
3.1	Pengertian Infografis .....	12
3.2	Perilaku Manusia.....	13
3.3	Media Promosi .....	13
3.4	Instagram .....	13
3.5	Tipografi .....	14
3.6	Warna .....	14
	<b>BAB IV DESKRIPSI PEKERJAAN .....</b>	<b>15</b>
4.1	Deskripsi Pekerjaan .....	15
4.2	Konsep Desain Infografis .....	15
4.3	Penjelasan Layout.....	16
4.4	Tipografi .....	19
4.5	Warna .....	21
4.6	Software yang Digunakan .....	22
4.7	Implementasi Karya.....	23
4.7.1	Cover Infografis .....	24
4.7.2	Pengenalan Topik.....	25
4.7.3	Isi Topik .....	26
	<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>29</b>
5.1	Kesimpulan.....	29
5.2	Saran .....	30
	<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>31</b>
	<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>32</b>
	Lampiran 1 Surat Balasan Perusahaan.....	32
	Lampiran 2 Form KP-5 Halaman 1 .....	33
	Lampiran 2 Form KP-5 Halaman 2 .....	34
	Lampiran 2 Form KP-6 Halaman 1 .....	35
	Lampiran 3 Form KP-6 Halaman 2 .....	36
	Lampiran 3 Form KP-6 Halaman 3 .....	37

Lampiran Form KP-7 Halaman 1 .....	38
Lampiran Form KP-7 Halaman 2 .....	39
Lampiran Kartu Bimbingan Dosen.....	40
Lampiran Sertifikasi Kerja Praktik.....	41
BIODATA PENULIS .....	42



## DAFTAR GAMBAR

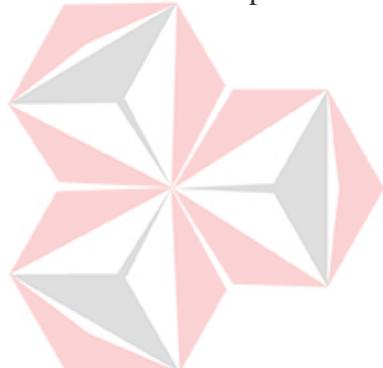
	Halaman
<b>Gambar 2.1 Logo PT. Satu Persen Edukasi .....</b>	<b>8</b>
Gambar 2.2 Struktur Kepengurusan PT. Satu Persen Edukasi .....	9
Gambar 2.3 Kantor PT. Satu Persen Edukasi .....	10
Gambar 2.4 Portfolio PT. Satu Persen Edukasi .....	11
Gambar 2.5 Portfolio PT. Satu Persen Edukasi .....	11
Gambar 4.1 Desain Layout Konten Mental Health.....	17
Gambar 4.2 Desain Layout Konten Relationship .....	18
Gambar 4.3 Desain Layout Konten Webinar .....	19
Gambar 4.4 Visual Jenis Font yang Digunakan.....	20
Gambar 4.5 Visual Jenis Font yang Digunakan.....	21
Gambar 4.6 Pemilihan Warna yang Digunakan.....	22
Gambar 4.7 Proses Penggerjaan di <i>Software Adobe Illustrator</i> .....	23
Gambar 4.8 Cover Infografis .....	24
Gambar 4.9 Pengenalan Topik .....	25
Gambar 4.10 Isi Topik .....	26
Gambar 4.11 Isi Topik .....	27
Gambar 4.12 Isi Topik .....	28



UNIVERSITAS  
Dinamika

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Surat Balasan Perusahaan .....	35
Lampiran 2 Form KP-5 (Halaman 1) .....	36
Lampiran 3 Form KP-5 (Halaman 2) .....	37
Lampiran 4 Form KP-6 (Halaman 1) .....	38
Lampiran 5 Form KP-6 (Halaman 2) .....	39
Lampiran 6 Form KP-7 (Halaman 1) .....	40
Lampiran 7 Form KP-7 (Halaman 2) .....	41
Lampiran 8 Kartu Bimbingan Dosen .....	42
Lampiran 9 Sertifikat Kerja Praktik .....	43



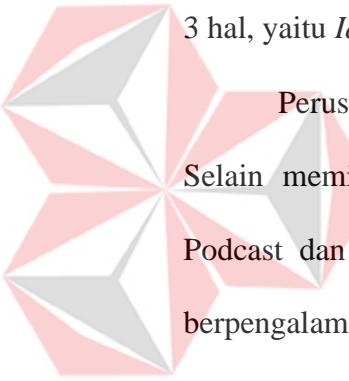
UNIVERSITAS  
**Dinamika**

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Pendahuluan

PT Satu Persen Edukasi merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang Indonesian Life School, yaitu sebuah Startup Pendidikan yang mengajarkan tentang hal-hal yang penting dalam hidup manusia yang belum diajarkan di sekolah konvensional, seperti Self-Improvement dan Mental health dengan tujuan utama untuk membuat semua orang di Indonesia, bahkan di seluruh dunia jadi “berdaya”. Yang dimaksud dengan berdaya ialah semua orang memiliki 3 hal, yaitu *Identity Aware, Active Problem Solved, dan Growth Mindset*.



Perusahaan yang berada di Jl. Terusan Pejaten Barat, Jakarta Selatan ini Selain memiliki layanan konten sosial media seperti Instagram, Facebook, Podcast dan Youtube, mereka memiliki layanan mentoring dari mentor yang berpengalaman, dan juga layanan konseling dengan psikolog oleh mitra Satu Persen. Dan untuk saat ini Satu Persen juga merilis layanan Events, yaitu berupa acara-acara seperti Kelas, Seminar/Webinar, dan Workshop. Satu Persen memiliki riwayat testimoni client yang berasal hampir dari seluruh Indonesia bahkan luar negeri, dari seluruh kalangan usia, Namun Satu Persen masih terbilang Startup baru yang masih berkembang dan butuh branding yang kuat guna mengenalkan Satu Persen lebih luas lagi, hal ini mengharuskan perusahaan lebih memperhatikan aspek media promosi, terutama melalui media promosi seperti Instagram.

Sejauh ini PT Satu Persen Edukasi masih mengembangkan branding dalam sektor media promosi Instagram dengan memperbanyak layanan konten terkait Self-Improvement dan Mental health yang dikolaborasikan dengan beberapa konten promosi lain seperti Webinar, Promo mentoring, Konseling, dll. Dengan perlahan Satu Persen memperbaiki isi konten supaya lebih mudah diterima masyarakat dari berbagai kalangan maupun usia. Namun ciri khas konten Satu Persen masih belum terlihat menonjol, terutama dari segi desain dan layout. Maka dari itu penguatan ciri khas desain infografis dirasa sangat penting untuk kedepannya.

Tujuan dari pembuatan konten Infografis dalam media promosi Instagram tersebut adalah untuk membantu perusahaan dalam merancang konten Instagram Satu Persen berupa Infografis terkait Self-Improvement dan Mental health dan membangun citra brand dari Satu Persen itu sendiri supaya lebih dikenal masyarakat dan memiliki ciri khas konten yang kuat dan mudah dipahami.

Disisi lain masyarakat juga perlu mengetahui pentingnya nilai edukasi dari bagaimana mengenal perilaku manusia dalam berbagai macam jenis perilaku maupun karakter manusia pada umumnya, dikarenakan banyak sekali masyarakat yang minim akan pengetahuan soal ilmu psikologi, terutama tentang perilaku manusia. Banyak sekali kasus-kasus pidana yang dimana akar permasalahan yaitu dilatarbelakangi oleh ketidaktahuan antar satu dengan yang lainnya soal pemahaman tentang perilaku manusia, dan minimnya penyampaian edukasi terkait ilmu psikologi baik secara offline maupun online, baik dari mahasiswa atau lembaga psikologi terkait. Oleh karena itu, perancangan Infografis perilaku manusia dirasa sangat cocok untuk menjadi topik media promosi dalam konten

Instagram Satu Persen, yang dimana fokus konten dari Satu Persen sendiri yaitu seputar dunia psikologi khususnya Self-Improvement dan Mental health yang termasuk dalam lingkup perilaku manusia, dikemas dengan sangat simpel dan mudah dimengerti oleh berbagai kalangan masyarakat.

Pada Kerja Praktik yang dilakukan di PT Satu Persen Edukasi ini, perancang diberi tanggung jawab untuk membantu membuat perancangan infografis di media sosial Instagram guna memperkuat identitas visual perusahaan.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas maka didapat rumusan permasalahan pada Laporan Kerja Praktik ini sebagai berikut:

“Bagaimana cara merancang Infografis perilaku manusia dalam media promosi perusahaan?”

## **1.3 Batasan Masalah**

Pada Laporan ini Pembuatan Infografis PT. Satu Persen Edukasi akan dibatasi hanya merancang media promosi Instagram tentang infografis perilaku manusia

## **1.4 Tujuan**

Berdasarkan rumusan masalah dan batasan masalah diatas tujuannya adalah membangun citra brand dari PT. Satu Persen Edukasi supaya lebih dikenal masyarakat dan memiliki ciri khas konten yang kuat dan mudah dipahami oleh seluruh kalangan.

## **1.5 Manfaat**

Dari Laporan Kerja Praktik ini diharapkan dapat memberikan manfaat

sebagai berikut:

### **1.5.1 Manfaat Teoritis**

Laporan Kerja Praktik diharapkan dapat menjadi tambahan pengetahuan atau informasi dan sebagai literatur yang bermanfaat bagi penulisan laporan kerja praktik khususnya dibidang desain media promosi Infografis di Instagram.

### **1.5.2 Manfaat Praktis**

a. Bagi mahasiswa, diharapkan dapat memperoleh situasi kerja secara langsung dan sebagai sarana yang berguna untuk sifat kerja profesional yang pandai mengatur waktu, menghadapi tekanan pekerjaan, dan dapat berfikir kreatif.

b. Bagi perusahaan, diharapkan desain infografis sebagai media promosi yang efektif guna meningkatkan citra Brand perusahaan dan memiliki ciri khas konten guna mempermudah masyarakat supaya lebih paham tentang layanan produk yang disediakan.

## **1.6 Pelaksanaan**

### **1.6.1 Detail Pelaksanaan**

Pelaksanaan kerja praktik ini:

Periode Waktu : 31 Juli s.d 28 Agustus 2020

Hari dan Tanggal : Senin – Jumat, 31 Juli s.d 28 Agustus 2020

Tempat : PT Satu Persen Edukasi

Jl. Terusan Pejaten Barat II No. 1, Pejaten, Pasar Minggu,

DKI Jakarta 12510, Indonesia

Phone : 087771630283

Email : [hello@satupersen.net](mailto:hello@satupersen.net)

Website : satupersen.net

Kegiatan yang dilakukan selama melaksanakan kerja praktik di PT Satu Persen Edukasi adalah membantu membuat rancangan Infografis Perilaku Manusia sebagai media promosi pendukung dalam upaya meningkatkan identitas visual perusahaan.

### **1.6.2 Periode**

Periode waktu pelaksanaan kerja praktik yang telah ditentukan adalah minimal 160 jam.

Tanggal pelaksanaan : 31 Juli s.d 28 Agustus 2020

Waktu : 09:00 – 17:00

### **1.7 Sistematika Penulisan**

Laporan Kerja Praktik ini terdiri dari 5 bab, yang masing-masing bab terdiri dari sub yang menjelaskan inti dari pembahasan dalam laporan ini. Adapun susunan sistematika penulisan laporan ini adalah sebagai berikut.

## **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini membahas latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian yang dibagi menjadi dua jenis yaitu manfaat teoritis dan praktis, pelaksanaan, dan sistematika penulisan.

## **BAB II : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

Pada bab ini menjelaskan tentang perusahaan tempat dilaksanakannya kerja praktik yaitu PT. Satu Persen Edukasi secara umum, visi, misi, struktur organisasi PT. Satu Persen Edukasi.

### **BAB III : LANDASAN TEORI**

Bab ini membahas mengenai Landasan teori, konsep, dan pengertian yang menjadi dasar dalam mengerjakan sebuah laporan kerja praktik serta perancangan infografis media promosi instagram.

### **BAB IV : IMPLEMENTASI KARYA**

Pada bab ini membahas mengenai hasil karya yang di rancang selama pelaksanaan kerja praktik di PT. Satu Persen Edukasi yaitu pembuatan infografis sebagai media promosi guna meningkatkan identitas visual dari perusahaan sesuai dengan konsep yang sudah di tentukan.

### **BAB V : PENUTUP**

Bab ini akan membahas kesimpulan dan ringkasan dari keseluruhan hasil laporan kerja praktik dengan permasalahan yang di angkat, serta memberi saran yang bertujuan untuk pengembangan identitas visual PT. Satu Persen Edukasi kedepanya.

### **DAFTAR PUSTAKA**

Daftar pustaka berisi informasi terkait beberapa referensi yang digunakan penulis sebagai acuan dalam mengerjakan laporan kerja praktik ini berupa buku, jurnal, maupun *website*, dan lain sebagainya.

### **LAMPIRAN**

Berisi keterangan tambahan yang berkaitan dengan isi karya ilmiah seperti dokumen khusus, instrument/questioner/alat pengumpul data, ringkasan hasil pengolahan data, table, peta atau gambar. Keterangan tambahan ini dimaksudkan agar pembaca pendapat gambaran lebih menyeluruh akan proses dari penyusunan karya ilmiah.

## **BAB II**

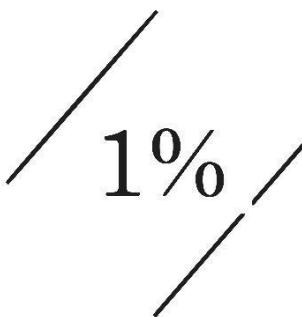
### **GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

#### **2.1 Profil dan Sejarah PT.Satu Persen Edukasi**

PT Satu Persen Edukasi merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang Indonesian Life School, yaitu sebuah Startup Pendidikan yang mengajarkan tentang hal-hal yang penting dalam hidup manusia yang belum diajarkan di sekolah konvensional, seperti Self-Improvement dan Mental health dengan tujuan utama untuk membuat semua orang di Indonesia, bahkan di seluruh dunia jadi “berdaya”. Yang dimaksud dengan berdaya ialah semua orang memiliki 3 hal, yaitu *Identity Aware, Active Problem Solved, dan Growth Mindset*.

Perusahaan ini awalnya didirikan oleh Ifandi Khainun Rahim yang sekarang menjabat sebagai CEO PT.Satu Persen Edukasi beserta 2 orang temannya yaitu Rizky dan Vicky yang hendak mendirikan sebuah perusahaan Startup dibidang dunia psikologi, dikarenakan menurut data, 10-15% populasi masyarakat di Indonesia mengalami depresi dan kecemasan. Dan juga minimnya tenaga psikolog untuk menangani dan menjangkau masyarakat di berbagai tempat di Indonesia, sehingga mendorong mereka untuk mendirikan sebuah layanan/tempat konseling dan berbagi informasi seputar psikologi yang mudah diakses diseluruh tempat, dengan berbagai layanan dari yang gratis hingga berbayar namun dengan harga yang terjangkau. Lalu Satu Persen lahir dan resmi menjadi sebuah Perusahaan (PT) pada bulan desember 2019, dan sekarang resmi memiliki kantor yang berada di Jl. Terusan Pejaten Barat, Jakarta Selatan.

## 2.2 Logo Perusahaan



**Gambar 2.1 Logo PT. Satu Persen Edukasi**

(Sumber: Data PT Satu Persen Edukasi, 2020)

Logo PT. Satu Persen Edukasi terdiri dari tiga objek yaitu logotype yang tampak seperti angka 1% yang merujuk kepada nama dan tujuan perusahaan yaitu memiliki growth mindset untuk mengembangkan diri minimal satu persen tiap harinya, garis keatas menggambarkan berkembangnya satu persen tiap harinya, dan juga garis putus yaitu memiliki makna, bahwa hidup tidak akan berjalan dengan mulus.

Warna hitam pada logo Satu Persen melambangkan kesan elegan, keteguhan dan mencerminkan ketenangan. Penggunaan warna ini bertujuan agar masyarakat melihat Satu Persen ini sebagai tempat yang menenangkan, sangat recommended untuk konseling, dan Satu Persen sendiri diharapkan memiliki keteguhan yang kuat guna mempertahankan kualitas layanan PT. Satu Persen Edukasi kepada masyarakat.

## 2.3 Visi dan Misi Perusahaan

### 2.3.1 Visi Perusahaan

Menjadi perusahaan Startup Indonesian Lifeschool terbesar di Indonesia

### 2.3.2 Misi Perusahaan

1. Mengenalkan ilmu terkait psikologi kepada masyarakat

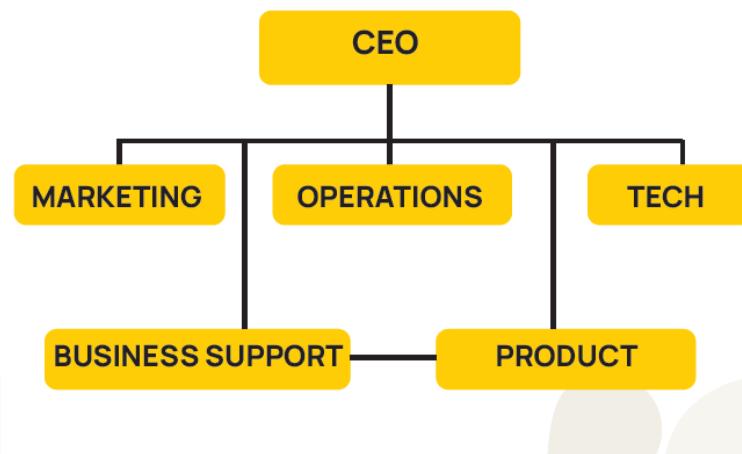
2. Selalu berusaha untuk mengembangkan kualitas layanan
3. Berkembang minimal 1% lebih baik setiap harinya

#### **2.4 Alamat dan Kontak Perusahaan**

Nama Perusahaan	: PT. Satu Persen Edukasi
Alamat	: PT Satu Persen Edukasi
	Jl. Terusan Pejaten Barat II No. 1, Pejaten, Pasar Minggu,
	DKI Jakarta 12510, Indonesia
Telepon	: 087771630283
Email	: hello@satupersen.net
Website	: <u><a href="http://satupersen.net">satupersen.net</a></u>
Hari Kerja	: Senin s.d Jumat
Jam Kerja	: 09:00 – 17:00 WIB

**2.5 Struktur Organisasi Perusahaan**

Berikut ini adalah struktur organisasi secara menyeluruh dari PT Satu Persen Edukasi, dimana penulis masuk ke divisi Operations dibawah supervisi Rifky Fauzan.



**Gambar 2.2 Struktur Kepengurusan PT. Satu Persen Edukasi**

(Sumber: Data PT.Satu Persen Edukasi, 2020)

## 2.6 Lokasi Perusahaan

PT. Satu Persen Edukasi berada di Jl. Terusan Pejaten Barat II No. 1, Pejaten, Pasar Minggu, DKI Jakarta sebagai kantor tempat para karyawan beserta staff guna melaksanakan kegiatan perkantoran sehari-hari



**Gambar 2.3 Kantor PT. Satu Persen Edukasi**

(Sumber: Data PT.Satu Persen Edukasi, 2020)

## 2.7 Portfolio Perusahaan

Berikut ini ada beberapa portfolio PT. Satu Persen Edukasi yang telah dicapai, diantaranya sebagai berikut

1. Performa dalam platform Instagram pada bulan Juni – Agustus 2020 berhasil mendapatkan 116,2K followers, engagement rate 2.0%, dan profile visits 24K/minggu.
2. Performa dalam platform Youtube pada bulan Januari – Agustus 2020 berhasil mendapatkan 835.500 subscribers, dan total view 12.7M.

3. Kolaborasi dari beberapa perusahaan



**Gambar 2.4 Portfolio PT. Satu Persen Edukasi**

(Sumber : Data PT.Satu Persen Edukasi, 2020)

4. Kolaborasi dari beberapa influencer

1. Inez Kristanti
2. Adrian (Introvert Gaul)
3. Indah Sundari
4. Eza Hazami
5. Analisa Widyaningrum
6. Ogut (mudacumasekali)
7. Edward Suhadi
8. Yasa Singgih
9. Alvin Hartanto
10. Azhari Irsalna
11. Princess Megonondo
12. etc.

**Gambar 2.5 Portfolio PT. Satu Persen Edukasi**

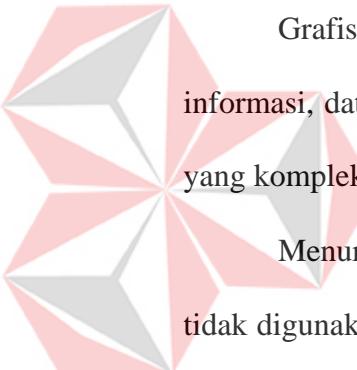
(Sumber : Data PT.Satu Persen Edukasi, 2020)

## BAB III

### LANDASAN TEORI

#### 3.1 Pengertian Infografis

Infografis diartikan sebagai sebuah informasi yang disampaikan lewat susunan desain grafis atau secara garis besar, infografis adalah representasi visual dari sebuah data atau informasi yang disajikan dengan ringkas, jelas, dan to the point, dibuat dengan menggunakan kumpulan gambar, bagan, teks, dan warna-warna yang menarik saat dipandang. Kemudian semua komponen tersebut dibuat sesederhana mungkin agar dapat dimengerti dengan mudah.



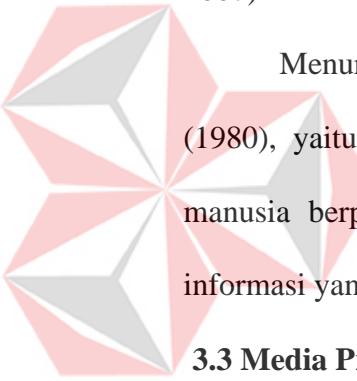
Grafis informasi atau infografis adalah representasi visual yang grafis informasi, data yang atau pengetahuan dimaksudkan untuk menyajikan informasi yang kompleks dengan cepat dan jelas (Newsom and Haynes, 2004, p: 236).

Menurut Smicklas (2012, p: 5) Penting untuk dipahami bahwa Infografis tidak digunakan semata-mata untuk berkomunikasi. Infografis adalah media yang baik untuk menyampaikan pesan pemasaran atau wawasan kepada konsumen dan prospek, tapi mereka samasama efektif bila digunakan untuk meningkatkan komunikasi internal.

Lankow et al. (2014) dalam bukunya Infografis: Kedasyatan Cara Bercerita Visual, mengatakan keunggulan komunikasi visual melalui infografis antara lain: visualisasi gambar mampu menggantikan penjelasan yang terlalu panjang, serta menggantikan tabel yang rumit dan penuh angka.

### **3.2 Perilaku Manusia**

Perilaku manusia adalah sekumpulan perilaku yang dimiliki oleh manusia dan dipengaruhi oleh adat, sikap, emosi, nilai, etika, kekuasaan, persuasi, dan/atau genetika. Perilaku manusia pada hakikatnya adalah suatu aktivitas dari pada manusia itu sendiri, perilaku juga adalah apa yang dikerjakan oleh organisme tersebut, baik dapat diamati secara langsung atau tidak langsung Dan hal ini berarti bahwa perilaku terjadi apabila ada sesuatu yang diperlukan untuk menimbulkan reaksi yakni yang disebut rangsangan, dengan demikian suatu rangsangan tertentu akan menghasilkan reaksi perilaku tertentu (Notoatmodjo, 2007)



Menurut konsep dasar dari teori mengenai perilaku manusia dari Ajzen (1980), yaitu teori tindakan beralasan (reasoned action), menyebutkan bahwa manusia berperilaku dengan cara yang sadar dan mempertimbangkan segala informasi yang tersedia.

### **3.3 Media Promosi**

Menurut Ardhi (2013: 4) bahwa media promosi merupakan alat atau sarana yang digunakan untuk promosi. Seiring berkembangnya zaman, berbagai macam media promosi mulai muncul, salah satunya media promosi yang sekarang sedang naik daun yaitu media promosi online.

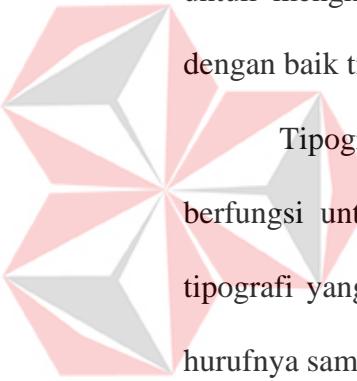
### **3.4 Instagram**

Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna mengambil foto, mengambil video, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik Instagram sendiri. Instagram dapat diartikan sebagai media untuk mengambil

foto dan mengirimnya dalam waktu cepat (Sari 2017:6). Infografis sendiri merupakan informasi yang dikemas dalam bentuk visual desain grafis, dimana Instagram sendiri dirasa cocok sebagai tempat penyebaran media promosi berupa infografis.

### **3.5 Tipografi**

Daton Sihombing (2015:164) mengatakan Tipografi merupakan sebuah ilmu visual yang berkaitan dengan bentuk huruf dan angka. Tipografi sendiri menjadi unsur yang penting dalam penataan huruf dan angka yang dapat mengkomunikasikan maksut dan tujuan kepada audience nya. Oleh karena itu untuk menghasilkan sebuah desain yang dapat mengkomunikasikan informasi dengan baik tidak dapat lepas dengan ilmu tipografi.



Tipografi dalam perancangan desain infografis sangat berpengaruh karena berfungsi untuk menyampaikan informasi pada konsumen dengan jelas. Jenis tipografi yang digunakan untuk desain infografis *Sans-Serif* yang ciri ketebalan hurufnya sama, tidak memiliki kait, dan mudah dibaca.

### **3.6 Warna**

Warna adalah salah satu elemen visual yang mudah menarik perhatian bagi seseorang. Dalam desain, warna merupakan unsur penting, dengan memperhatikan kegunaan warna maka desain memiliki arti dan nilai lebih.

Wibowo (2015: 131-132) menyimpulkan warna adalah satu alat komunikatif efektif untuk menungkapkan pesan, ide, gagasan tanpa menggunakan tulisan atau bahasa. Hal tersebut juga penting dalam merancang desain Infografis, yaitu pemilihan warna yang tepat yang disesuaikan dengan tema konten yang diangkat.

## **BAB IV**

### **DESKRIPSI PEKERJAAN**

#### **4.1 Deskripsi Pekerjaan**

Pada awal tahap penggerjaan desain infografis ini, penulis mendapatkan brief tentang pekerjaan yang akan dilakukan selama periode magang. Pekerjaan yang diberikan oleh perusahaan adalah merancang desain infografis tentang perilaku manusia dalam Instagram. Tahapan perancangan infografis ini, yaitu

1. Penulis membuka website [www.trello.com](http://www.trello.com) lalu login dengan akun divisi Operation bagian tim Creative.
2. Mendapatkan arahan brief dari tiap list note yang tertera disana dengan atas nama kepada desainer yang ditunjuk.
3. Mendapatkan dokumen yang antara lain terdapat template kosong layout, hasil ilustrasi dan copywriting dari tim creative lainnya.
4. Mulai membuat layout dengan mengkombinasikan kode warna tema sesuai topik pembahasan yang ditentukan, ilustrasi, dan copywriting.
5. Pada tahapan terakhir melakukan *exporting* untuk menghasilkan file format *jpeg* dengan ukuran 23,8 cm x 29,7 cm.

#### **4.2 Konsep Desain Infografis**

Desain infografis yang dirancang berbasis vektor yang nantinya akan dimuat dalam Instagram. Dengan ditambahkannya ilustrasi manusia yang cenderung unik, simpel, lucu, lalu pada logo di posisi pojok kiri atas dan tagar andalan yaitu #hidupseutuhnya yang diposisikan pada pojok kanan atas akan menjadikan ciri khas dari desain infografis Satu Persen itu sendiri. Vektor dipilih

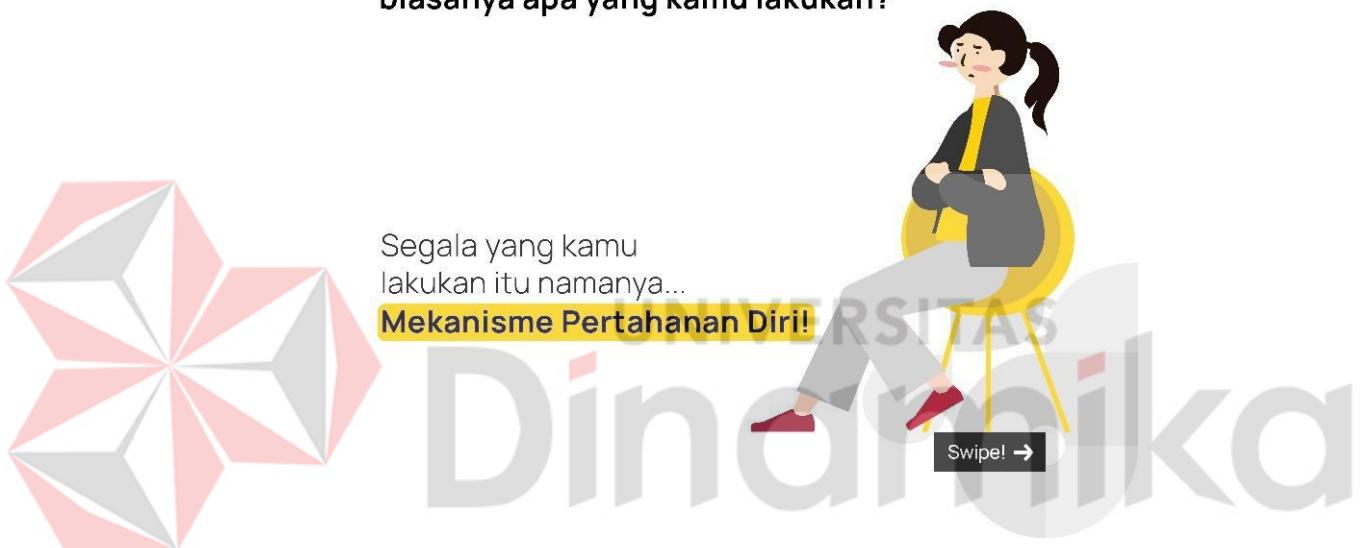
sebagai basis dari infografis dikarenakan dapat menampilkan gambar dan maksud pesan yang lebih jelas dengan perpaduan ilustrasi sebagai bentuk ekspresi yang tersirat pada topik tiap tema yang akan dimuat.

#### **4.3 Penjelasan Layout**

Dalam pembuatan desain infografis, penentuan awal yaitu menentukan desain layout yang akan ditampilkan harus sesuai standart dari perusahaan. Hal ini dimaksud menurut Sofjan Assauri (2004: 57) “Tata letak adalah fase yang termasuk dalam desain dari suatu produksi”. Layout yang dibuat harus memiliki ukuran yang ditentukan yaitu 23,8 cm x 29,7 cm, font Manrope yang penentuan penggunaan *light*, *regular*, *bold* ditentukan pada letak posisi tertentu, penggunaan warna terlebih harus sesuai dengan tema topik yang akan diangkat. Pada topik *Mental Health* warna yang digunakan yaitu kuning, namun pada topik *Relationship* menggunakan warna pink, sedangkan warna pada konten webinar cenderung menggunakan warna biru. Penggunaan elemen supergrafis yang ditempatkan pada pojok kanan bawah sebagai penonjolan ciri khas dalam konten Satu Persen.

## 6 CARA MEMPERTAHANKAN EGO: **MANA YANG SERING KAMU LAKUKAN?**

Ketika berada dalam kondisi gak enak,  
**biasanya apa yang kamu lakukan?**



**Gambar 4.1 Desain Layout Konten Mental Health**  
(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2020)

# APAKAH KELUARGAKU TOXIC?



**Gambar 4.2 Desain Layout Konten Relationship**

(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2020)



**Gambar 4.3 Desain Layout Konten Webinar**

(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2020)

#### 4.4 Tipografi

Pemilihan tipografi merupakan salah satu aspek penting dalam desain.

Pada desain infografis Satu Persen, salah satu jenis font yang cocok dan telah ditentukan oleh perusahaan adalah font *Sans – Serif Manrope*, *Sans – Serif Marope* memiliki beberapa karakteristik, antara lain tidak memiliki tambahan khusus pada ujung stroke atau kait, dan juga *Manrope* dirasa memiliki desain yang tegas, memiliki banyak variasi, fleksibel dan terlihat modern. Sangat cocok

digunakan pada perusahaan yang memiliki image konten untuk segala kalangan dan usia, namun tetap terlihat modern

### **Manrope Bold**

capital — THE QUICK BROWN FOX JUMPS  
OVER THE LAZY DOG

normal — the quick brown fox jumps  
over the lazy dog

number — 1234567890

### **Manrope ExtraBold**

capital — THE QUICK BROWN FOX JUMPS  
OVER THE LAZY DOG

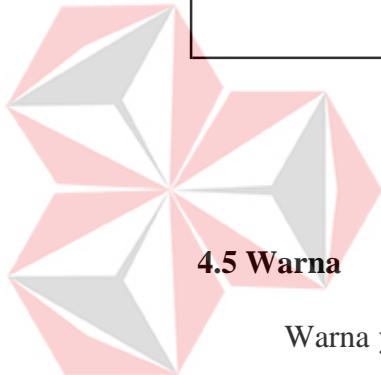
normal — the quick brown fox jumps  
over the lazy dog

number — 1234567890

Gambar 4.4 Visual Jenis Font yang Digunakan

(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2020)

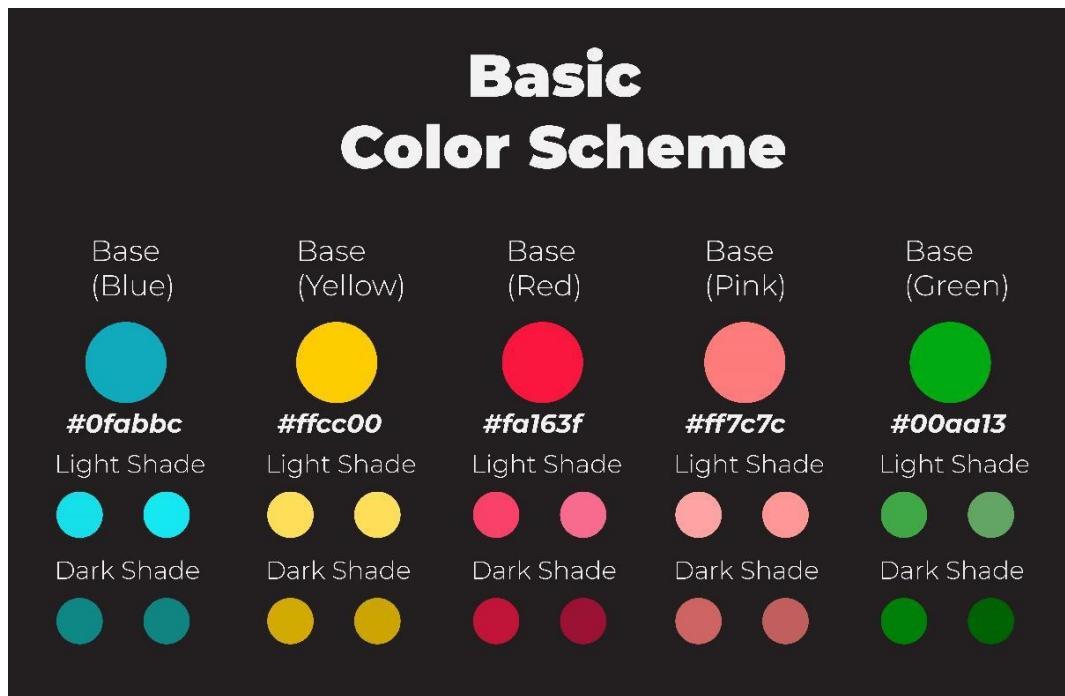
<b>Manrope Extralight</b>	<b>Manrope Light</b>
capital — THE QUICK BROWN FOX JUMPS OVER THE LAZY DOG	capital — THE QUICK BROWN FOX JUMPS OVER THE LAZY DOG
normal — the quick brown fox jumps over the lazy dog	normal — the quick brown fox jumps over the lazy dog
number — 1234567890	number — 1234567890
 <b>Manrope Medium</b>	 <b>Manrope SemiBold</b>
capital — THE QUICK BROWN FOX JUMPS OVER THE LAZY DOG	capital — THE QUICK BROWN FOX JUMPS OVER THE LAZY DOG
normal — the quick brown fox jumps over the lazy dog	normal — the quick brown fox jumps over the lazy dog
number — 1234567890	number — 1234567890



**Gambar 4.5 Visual Jenis Font yang Digunakan**

(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2020)

Warna yang digunakan mencerminkan *image* dari *brand* Satu Persen yang didominasi 3 warna primer, yaitu biru, kuning, dan pink. Sedangkan warna merah dan hijau lebih kepada warna sekunder untuk konten yang jarang dipakai. 3 warna primer tersebut dipakai guna meningkatkan *brand recognition* konsumen konten Satu Persen karena perusahaannya mengonsepkan bahwa ketiga warna tersebut lebih memberikan kesan ketenangan, energik, dan produktif sesuai dengan konsep Satu Persen yaitu lifeschool yang memberikan ketenangan dan diharapkan menjadi solusi bagi masyarakat terutama terkait dunia psikologi

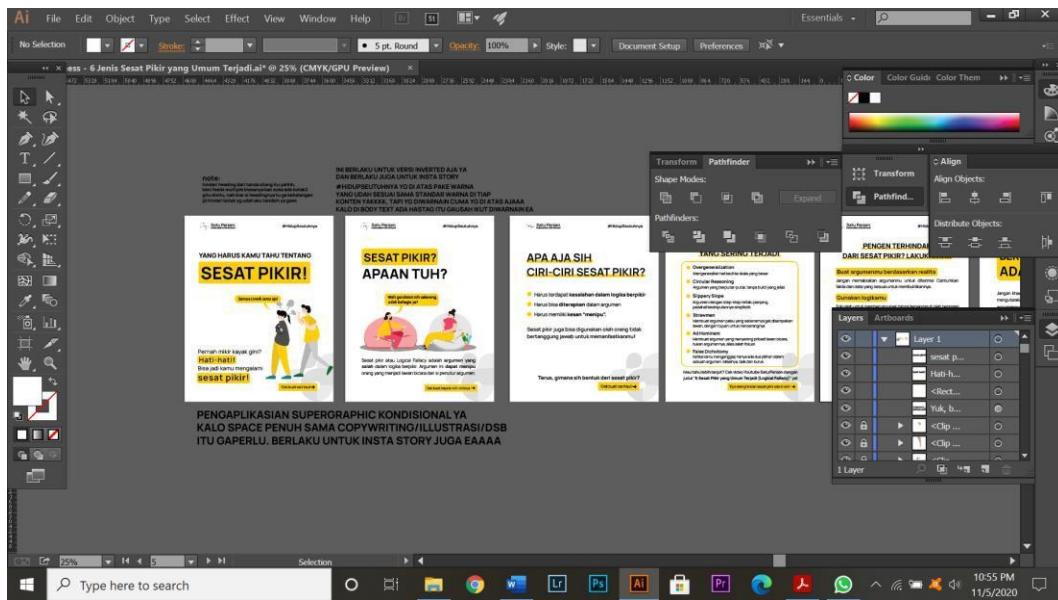


Gambar 4.6 Pemilihan Warna yang Digunakan

(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2020)

#### 4.6 Software yang Digunakan

Salah satu tahapan paling penting dalam merancang desain infografis ini adalah tahap digitalisasi. Tahap ini dilakukan ketika pengunduhan illustrasi dan copywriting telah selesai. Penulis menggunakan *Software* Adobe Illustrator untuk proses digitalisasi. Adobe illustrator adalah Software berbasis vektor yang selanjutnya akan digunakan untuk membuat karakter, ilustrasi, dan objek visual lainnya. Pada Software ini, dilakukan proses digitalisasi dengan cara penyusunan layouting dari brief dan komponen lainnya yang telah diunduh.



**Gambar 4.7 Proses Pengerjaan di Software Adobe Illustrator**

(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2020)

#### 4.7 Implementasi Karya

Berdasarkan dengan revisi yang dilakukan pihak perusahaan, data perusahaan, desain layout, tipografi, warna, dan ide konsep infografis yang nantinya akan digunakan untuk konten instagram Satu Persen sehingga akan menghasilkan desain infografis yang menarik bagi calon konsumen dan sesuai harapan bagi perusahaan.

Berikut adalah hasil desain infografis perilaku manusia yang telah direncanakan sehingga tercipta desain infografis yang dapat disebarluaskan ke berbagai khalayak umum.

#### 4.7.1 Cover Infografis



**Gambar 4.8 Cover Infografis**

(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2020)

Pada bagian pembuka, diperlihatkan judul topik infografis yang akan diangkat, menggunakan font dengan cetak bold untuk memberikan penegasan pada judul, ditambah dengan ilustrasi yang menggambarkan permasalahan yang sedang berlangsung sesuai topik yang diangkat, lalu ditambahkan ikon *Swipe* ke kanan untuk memberikan panduan ke inti topik selanjutnya.

#### 4.7.2 Pengenalan Topik



**Gambar 4.9 Pengenalan Topik**

(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2020)

Pada bagian pengenalan topik, hanya dijelaskan mengenai pengertian topik utama untuk memberikan informasi kepada konsumen mengenai apa itu open minded.

#### 4.7.3 Isi Topik



**Gambar 4.10 Isi Topik**

(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2020)

## CIRI-CIRI ORANG OPEN MINDED

- Menerima pendapat dan perspektif lain
- Menghargai pendapat dan perspektif tersebut



**Gambar 4.11 Isi Topik**

(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2020)

## COBA TANYA KE DIRI SENDIRI:

Dari mana kamu tau kalau segala sesuatu yang kamu ketahui selama ini adalah benar?



**Gambar 4.12 Isi Topik**

(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2020)

Pada bagian isi topik, dijelaskan mengenai alasan, ciri-ciri, dan solusi mengenai permasalahan yang diangkat dalam topik infografis secara singkat, padat, dan dikemas dengan tampilan yang lucu dan mudah diterima konsumen

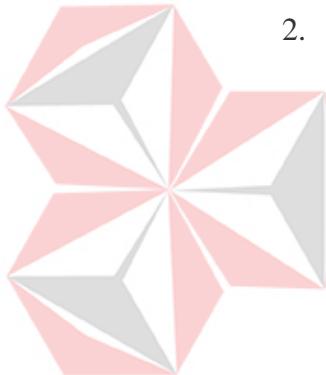
## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan laporan kerja praktik “Perancangan Infografis Perilaku Mausia Dalam Media Promosi Instagram PT. Satu Persen Edukasi”, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Tujuan perancangan ini adalah merancang desain infografis sebagai media promosi guna memperkenalkan berbagai konten dari Satu Persen pada khalayak umum serta membangun citra sebuah *brand*
2. Dalam perancangan desain infografis diperlukan *brief* yang jelas, data yang lengkap, penyajian ilustrasi dan penyajian foto yang bersangkutan sesuai topik konten secara rinci, serta standart *layout* yang disesuaikan dengan konten yang akan disajikan pada tiap macam infografis
3. Ciri infografis yang bagus adalah infografis yang menyajikan informasi dengan jelas dan padat, mampu membuat konsumen mudah dalam memahami isi konten, serta memperhatikan elemen desain seperti warna dan jenis tipografi yang disesuaikan pada isi konten dan juga layout.



UNIVERSITAS  
**Dinamika**

## 5.2 Saran

Setelah melaksanakan laporan kerja praktik, Adapun saran yang dimiliki oleh penulis, diantaranya

1. Sangat perlu adanya Kerjasama dan komunikasi yang terjalin dengan baik antar tiap bagian tim creative agar mempermudah proses penggerjaan tugas yang diberikan.
2. Kedepannya diharapkan perusahaan mampu menambahkan ciri khas yang lebih menonjol pada tiap konten guna memberikan pembeda yang lebih jelas dan mudah diingat oleh konsumen pada tiap macam jenis konten yang akan dibahas.



## DAFTAR PUSTAKA

Indika, D. R., & Jovita, C. (2017). Media sosial Instagram sebagai sarana promosi untuk meningkatkan minat beli konsumen. *Jurnal Bisnis Terapan*, 1(01), 25-32

Listya, A. (2019). Konsep dan penggunaan warna dalam infografis. *Jurnal Desain*, 6(01), 10-19

Mustafa, H. (2011). Perilaku manusia dalam perspektif psikologi sosial. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 7(2)

Miftah, M. N., Rizal, E., & Anwar, R. K. (2016). Pola literasi visual infografer dalam pembuatan informasi grafis (infografis). *Jurnal Kajian Informasi & Perpustakaan*, 4(1), 87-94.

Sihombing, D. (2001). *Tipografi dalam desain grafis*. Gramedia Pustaka Utama.

Saptodewo, F. (2016). Desain infografis sebagai penyajian data menarik. *Jurnal Desain*, 1(03), 193-198.

Suharyat, Y. (2009). Hubungan antara sikap, minat dan perilaku manusia. *Jurnal Region*, 1(3), 1-19