



**PERANCANGAN FEED INSTAGRAM MAMBO COFFEE SHOP
SURABAYA SEBAGAI MEDIA PROMOSI**



KERJA PRAKTIK

**Program Studi
S1 Desain Komunikasi Visual**

UNIVERSITAS
Dinamika

Oleh :

NISA ARDHA NARECWARI

17420100057

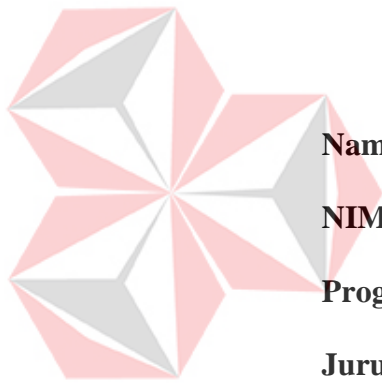
FAKULTAS TEKNOLOGI DAN INFORMATIKA

UNIVERSITAS DINAMIKA

2021

**PERANCANGAN FEED INSTAGRAM MAMBO COFFEE SHOP
SURABAYA SEBAGAI MEDIA PROMOSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan
Mata kuliah Kerja Praktik



Disusun Oleh :

Nama : NISA ARDHA NARECWARI
NIM : 17420100057
Program : S1 (Strata Satu)
Jurusan : Desain Komunikasi Visual

**FAKULTAS TEKNOLOGI DAN INFORMATIKA
UNIVERSITAS DINAMIKA**

2021

LEMBAR MOTTO



UNIVERSITAS
Dinamika

*“Semua orang menyimpan bakat, tetapi hanya sedikit orang yang memiliki keberanian
untuk mengikuti petunjuk yang diberikan oleh bakatnya”*

LEMBAR PERSEMBAHAN



UNIVERSITAS
Dinamika

“Laporan Kerja Praktik ini dipersembahkan kepada ayah, bunda, mama dan kedua adik adik saya, dan semua teman teman saya yang selalu mendukung saya tanpa lelah”

LEMBAR PENGESAHAN

**PERANCANGAN FEED INSTAGRAM MAMBO COFFEE SHOP SURABAYA
SEBAGAI MEDIA PROMOSI**

Laporan Kerja Praktik oleh :

Nisa Ardha Narecwari

NIM : 17420100057

Telah diperiksa, diuji dan disetujui

Surabaya, 15 Januari 2021

Disetujui :

Pembimbing



Digitally signed by
Siswo Martono
Date: 2021.01.20
18:09:14 +07'00'

Siswo Martono, S.Kom., M.M

NIDN. 0726027101

Penyelia



Yudhi Triakanta
Owner

Mengetahui,

Ketua Program Studi SI Desain Komunikasi Visual



Digitally signed
by Siswo Martono
Date: 2021.01.20
18:09:32 +07'00'

Siswo Martono, S.Kom., M.M

NIDN. 0726027101

SURAT PERNYATAAN

PERSETUJUAN PUBLIKASI DAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Sebagai mahasiswa Universitas Dinamika Surabaya, Saya:

Nama : Nisa Ardha Narecwari

NIM : 17420100057

Program Studi : S1 Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Teknologi dan Informatika

Jenis Karya : Laporan Kerja Praktik

Judul Karya : PERANCANGAN FEED INSTAGRAM MAMBO

COFFEE SHOP SURABAYA SEBAGAI MEDIA

PROMOSI

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa:

1. Demi pengembangan Ilmu Pengetahuan, Teknologi, dan Seni, Saya menyetujui memberikan kepada Universitas Dinamika Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (NonExclusive Royalti 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 pencabutan terhadap gelar kesarjanaan yang telah diberikan kepada Saya. Demikian surat pernyataan ini Saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 15 Januari 2020

Yang menyatakan,



Ardha Narecwari

ABSTRAK

Penggunaan internet terutama pada sosial media di Indonesia mencapai 69,2 juta pengguna yang meningkat setiap tahunnya. Sosial media yang paling sering digunakan adalah Instagram. Salah satu kelebihan Instagram dapat memberikan tampilan berupa visual dan audio, sekaligus sebagai media untuk mempromosikan produk. Oleh karena itu penggunaan Instagram sebagai model bisnis sangat menguntungkan untuk menjangkau pengguna internet di seluruh Indonesia.

Hal ini dimanfaatkan oleh Mambo Coffee Shop sebagai salah satu café kopi yang baru berdiri tanggal 21 februari 2020. Berlokasi di jalan kayoon No.37A, RT.002/RW.05, Embong Kaliasin, Kec. Genteng, Kota Surabaya, Jawa Timur. Dimana target usaha mereka yang tergolong kalangan millennial di daerah Surabaya tengah, dengan menggunakan sosial media Instagram sebagai media promosi.

Berdasarkan tujuan yang ingin disampaikan penulis akan membuat sebuah desain feed Instagram Mambo Coffee Shop Surabaya sebagai media promosi. Disetiap Feed yang dibuat akan menyampaikan informasi seputar Mambo Coffee Shop mulai dari produk, mitra, dan lokasi, dan informasi perubahan jam seiring dengan perubahan yang terjadi akibat adanya pandemi.

Mambo Coffee Shop menginginkan dengan dibuatnya konten dalam bentuk desain feed Instagram ini dapat membantu memperluas promosi sehingga mudah dikenali masyarakat terutama untuk anak-anak muda yang suka nongkrong di daerah Surabaya tengah.

Pembuatan desain feed tersebut juga diharapkan kedepannya dapat digunakan sebagai komunikasi antar konsumen dan para staff untuk kemudahan dan kenyamanan pelayanan Mambo Coffee Shop.

Kata kunci : Instagram, Infograsis, Media Promosi

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan ridhonya penulis dapat menyelesaikan Laporan Kerja Praktik dengan judul **“Perancangan Feed Instagram Mambo Coffee Shop Surabaya Sebagai Media Promosi.”**

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

Melalui kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada banyak pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan Laporan Kerja Praktik ini, terutama kepada yang terhormat :

1. Bapak **Prof. Dr. Budi Jatmiko, M.Pd** selaku Rektor Universitas Dinamika.
2. Bapak **Siswo Martono, S.Kom., M.M.** selaku Kaprodi S1 Desain Komunikasi Visual Universitas Dinamika dan dosen pembimbing yang telah membimbing dan memberikan pengarahan hingga dukungan agar terlaksana dan terselesaikannya laporan kerja praktik ini.
3. Bapak **Yudhi Triananta** selaku Owner dari Mambo coffee shop yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk dapat melakukan kerja praktik di Mambo Coffee shop.
4. Bapak Hary selaku Supervisor dan penyelia yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan selama melakukan kerja paraktek di Mambo Coffee shop.
5. Segenap Pegawai Mambo Coffee Shop yang telah memberikan pengalaman dan ilmu selama proses kerja praktik.
6. Seluruh keluarga dan orang terkasih Saya terutama kedua orang tua Saya yang selalu mendoakan ketuntasan serta hasil terbaik kerja praktik ini dan mendukung dengan memberikan semangat demi segala hal yang berhubungan dengan kerja praktik ini

7. Seluruh teman-teman serta semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu dalam kesempatan ini, yang telah memberikan bantuan moral dan materil dalam proses penyelesaian laporan ini.

Semoga laporan kerja praktik ini mudah dipahami dan dapat membawa manfaat bagi siapapun yang membacanya. Akhir kata, penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan kata-kata ataupun penulisan.

Terima kasih.

Surabaya, Januari 2021

Penulis



UNIVERSITAS
Dinamika

DAFTAR ISI

Halaman

LEMBAR MOTTO	iii
LEMBAR PERSEMBAHAN	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
SURAT PERNYATAAN	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Batasan Masalah.....	3
1.4 Tujuan	3
1.4.1 Tujuan Umum.....	3
1.4.2 Tujuan Khusus.....	4
1.5 Manfaat	4
1.5.1 Manfaat Teoritis	4
1.5.2 Manfaat Praktis.....	4
1.6 Pelaksanaan	4
1.6.1 Detail Perusahaan	4
1.6.2 Periode	5
1.7 Sistematika Penulisan.....	5
BAB II GAMBARAN UMUM USAHA	7
2.1 Profil Usaha.....	7
2.2 Visi dan Misi Usaha	9
2.2.1 Visi Mambo Coffee Shop	9
2.2.2 Misi Mambo Coffee Shop	9
2.3 Alamat dan Kontak usaha	9

2.4 Lokasi Usaha	9
2.5 Struktur Usaha	10
2.6 Daftar Menu	11
BAB III LANDASAN TEORI.....	13
3.1 Definisi Media Sosial	13
3.2 Instagram	14
3.3 Infografis	14
3.4 Media Promosi	15
3.5 Tipografi	15
3.6 Warna	16
BAB IV DISKRIPSI PEKERJAAN	18
4.1 Penjelasan Pekerjaan	18
4.2 Ide dan Konsep konten Instagram	18
4.3 Sketsa Konten Instagram	19
4.3 Penataan Konten	27
4.4 Warna yang digunakan	27
4.5 Tipografi	28
4.6 <i>Software</i> yang digunakan	29
4.4.1 Adobe Photoshop	29
4.4.2 Adobe Illustrator	30
4.5 Implementasi Karya	31
4.5.1 Feed Informasi Mitra Cover	32
4.5.2 Feed Informasi Mitra Isi	33
4.5.3 Feed Informasi Operasional Cover	34
4.5.4 Feed Informasi Operasional Isi	35
4.5.3 Feed Hari Idul Fitri	36
4.5.4 Feed Informasi Mambo Coffee Shop	36
4.5.5 Feed Hari Raya Idul Adha	37
4.5.6 Feed Hari Kartini	38
4.5.7 Feed Rekomendasi Menu Duo	39
BAB V PENUTUP	41
5.1 Kesimpulan	41

1.1. Saran.....	41
DAFTAR PUSTAKA	42
LAMPIRAN.....	43
Lampiran 1 Keterangan Kerja Praktik	43
Lampiran 2 Form KP-5 (Halaman 1)	44
Lampiran 3 Form KP-5 (Halaman 2)	45
Lampiran 4 Form KP-5 (Halaman 3)	46
Lampiran 5 Form KP-5 (Halaman 4)	47
Lampiran 6 Form KP-5 (Halaman 5)	48
Lampiran 7 Form KP-6 (Halaman 1)	49
Lampiran 8 Form KP-6 (Halaman 2)	50
Lampiran 9 Form KP-6 (Halaman 3)	51
Lampiran 10 Form KP-6 (Halaman 4)	52
Lampiran 11 Form KP-7 (Halaman 1)	53
Lampiran 12 Form KP-7 (Halaman 2)	54
Lampiran 13 Form KP-7 (Halaman 3)	55
Lampiran 14 Form KP-7 (Halaman 4)	56
Lampiran 15 Kartu Bimbingan	57
BIODATA PENULIS.....	58

DAFTAR GAMBAR

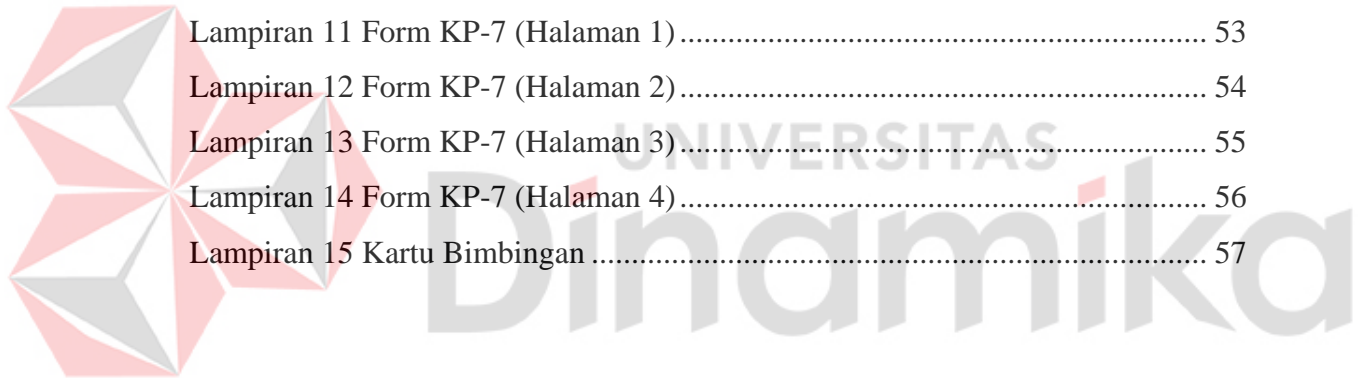
	Halaman
Gambar 2.1 Logo Mambo Coffee Shop	7
Gambar 2.2 Suasana indoor Mambo Coffee Shop	8
Gambar 2.3 Suasana Outdoor Mambo Coffee Shop	8
Gambar 2.4 Gambar Denah Lokasi Mambo Coffee Shop	10
Gambar 2.5 Struktur Pegawai Mambo Coffee Shop	10
Gambar 3.1 Spectrum Warna	16
Gambar 4.1 Sketsa Cover Informasi mitra gofood	19
Gambar 4.2 Sketsa Isi Informasi mitra gofood	20
Gambar 4.3 Sketsa Cover Informasi Perubahan Jam	21
Gambar 4.4 Sketsa Isi Informasi Perubahan Jam	22
Gambar 4.5 Sketsa desain Hari raya Idul Fitri	23
Gambar 4.6 Sketsa desain Mambo Coffee Shop dibuka kembali	23
Gambar 4.7 Sketsa Desain Memperingati Hari Idul Adha	24
Gambar 4.8 Sketsa Desain Rekomendari Menu	25
Gambar 4.9 Sketsa Desain memperingati Hari Kartini	25
Gambar 4.10 Sketsa Desain Rekomendari Menu	26
Gambar 4.11 Pallette warna	28
Gambar 4.12 Visual Jenis Font yang Digunakan	29
Gambar 4.13 Tampilan kerja Adobe Photoshop	30
Gambar 4.14 Tampilan kerja Adobe Photoshop	31
Gambar 4.15 Mambo Info Mitra Cover	32
Gambar 4.15 Mambo Info Mitra Isi	33
Gambar 4.16 Mambo Info Perubahan Jam Cover	34
Gambar 4.17 Mambo Info Perubahan Jam Isi	35
Gambar 4.18 Feed Hari Idul Fitri	36
Gambar 4.19 Feed Informasi Mambo Coffee Shop	36
Gambar 4.20 Feed Hari Raya Idul Adha	37
Gambar 4.21 Feed Hari Kartini	38
Gambar 4.22 Feed Rekomendasi Duo Spesial	39



UNIVERSITAS
Dinamika

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Keterangan Kerja Praktik	43
Lampiran 2 Form KP-5 (Halaman 1)	44
Lampiran 3 Form KP-5 (Halaman 2)	45
Lampiran 4 Form KP-5 (Halaman 3)	46
Lampiran 5 Form KP-5 (Halaman 4)	47
Lampiran 6 Form KP-5 (Halaman 5)	48
Lampiran 7 Form KP-6 (Halaman 1)	49
Lampiran 8 Form KP-6 (Halaman 2)	50
Lampiran 9 Form KP-6 (Halaman 3)	51
Lampiran 10 Form KP-6 (Halaman 4)	52
Lampiran 11 Form KP-7 (Halaman 1)	53
Lampiran 12 Form KP-7 (Halaman 2)	54
Lampiran 13 Form KP-7 (Halaman 3)	55
Lampiran 14 Form KP-7 (Halaman 4)	56
Lampiran 15 Kartu Bimbingan	57



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia memiliki total populasi penduduk sebanyak 272,1 juta jiwa. Hampir 64% atau setengah dari penduduk Indonesia telah merasakan akses Internet. Hal ini diperkuat dengan data yang dilakukan oleh We Are Social tahun 2020 yang menyebutkan bahwa ada 175,4 juta pengguna internet di Indonesia. Dibandingkan dengan jumlah pengguna tahun sebelumnya, pada tahun 2020 terjadi peningkatan pengguna sebesar 17% atau setara dengan 25 juta pengguna internet di Indonesia. Presentase pengguna internet berusia 16 hingga 64 tahun yang memiliki masing-masing perangkat, antara lain *Mobile phone* (96%), *smartphone* (94%), *non-smartphone mobile phone* (21%), laptop atau Komputer desktop (66%), *table* (23%), *konsol game* (16%), dan *virtual reality device* (5,1%). Perbandingan dengan tahun 2019, pada tahun ini We Are Social juga menemukan adanya peningkatan 10 juta orang pengguna sosial media. Adapun sosial media yang paling banyak di kunjungi oleh pengguna internet Indonesia adalah Youtube, Whatsapp, Instagram, Twitter, dan lain-lain.

Mambo Coffee shop merupakan sebuah usaha café kopi yang berlokasi di jalan Kayoon No.37A, RT.002/RW.05, Embong Kaliasin, Kec. Genteng, Kota Surabaya, Jawa Timur. Usaha ini baru dibuka pada tanggal 21 Februari 2020 dengan target pasar usia muda mulai dari 17-50 tahun baik laki-laki maupun perempuan. Tema lokasi yang dibuat cozy dan luas sangat cocok digunakan sebagai tempat ‘nongkrong’ dan berbincang-bincang ringan setelah berkegiatan seharian. Dilengkapi dengan menu minuman yang bervariasi mulai dari beberapa

jenis kopi, olahan minuman coklat dan buah yang pastinya nikmat dan yang tidak menyukai kopi pun bisa menikmati menu di Mambo Coffee Shop. Terhitung usaha baru, Mambo Coffee Shop ingin memberikan kesan yang kuat terhadap identitas coffee shopnya dengan cara komunikasi yang mudah bagi anak muda, yaitu dengan penggunaan sosial media instagram. Instagram dipilih karena banyaknya manfaat di dalam fitur-fitur Instagram. Menurut M Nistrina (2015:137), Instagram adalah sebuah aplikasi yang digunakan untuk membagi-bagikan foto dan vidio. Instagram sendiri masih merupakan bagian dari facebook yang memungkinkan teman facebook itu mengikuti kita dalam akun sosial media instagram. Makin populernya instagram instagram sebagai aplikasi yang digunakan untuk membagi foto mengakibatkan banyak pengguna yang terjun ke ranas bisnis seperti akun sosial bisnis yang turut mempromosikan produk-produknya lewat instagram. Oleh sebab itu penggunaan Instagram sebagai sosial bisnis sudah sering terjadi Indonesia.

Mayfield menjelaskan dalam *I Crossing*, Media Sosial merupakan media dimana *user* dapat membuat konten dan aplikasi serta memungkinkan *user* tersebut untuk berinteraksi dan bertukar wawasan dengan *user* lain.

Berdasarkan kebutuhan di atas, penulis bermaksud membahas mengenai “Perancangan feed Instagram Mambo Coffee Shop Surabaya Sebagai Media Promosi”.

Tujuan pembuatan desain feed instagram ini berfokus pada konsep Mambo Coffee Shop dengan harapan ketika kita mengenalkan konsep dan penyampaian komunikasi yang baik, muncul interaksi dan *feedback* dari para konsumen untuk datang ke Mambo Coffee Shop dan menikmati menu yang tersedia.

Pada Kerja Praktik yang dilakukan di Mambo Coffee Shop ini, perancang diberi tanggung jawab penuh untuk menghandle dan memaksimalkan sosial media instagram guna memperkuat identitas visual cafe.

1.2 Rumusan Masalah

Jika dilihat dari penjelasan latar belakang diatas, maka dapat diambil rumusan masalah yang ada yaitu membuat sebuah konten dalam bentuk desain feed Instagram sebagai media promosi yang difokuskan untuk memperkenalkan identitas Mambo Coffee Shop itu sendiri.

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah diperlukan penulis agar pada saat pembuatan laporan sesuai dengan kebutuhan dan terstruktur, antara lain :

1. Sosial Media
2. Instagram
3. *feed*
4. *Promosi*

1.4 Tujuan

14.1 Tujuan Umum

Kerja praktik merupakan mata kuliah wajib dan dilaksanakan sebagai persyaratan kelulusan Program Studi S1 Desain Komunikasi Universitas Dinamika. Kerja praktik diadakan dengan tujuan agar mahasiswa mengetahui dunia kerja serta dengan tujuan untuk meningkatkan kualitas mahasiswa baik *softskill* maupun *hardskill*. Dengan adanya kerja praktik, mahasiswa bisa langsung menerapkan ilmu yang sudah dipelajari di kampus ke tempat kerja.

1.4.2 Tujuan Khusus

Dengan adanya kerja praktik diharapkan mahasiswa mampu memberikan manfaat bagi Mambo Coffee Shop melalui pembuatan konten desain feed Instagram sebagai media promosi Mambo Coffee Shop Surabaya.

1.5 Manfaat

1.5.1 Manfaat Teoritis

Hasil Laporan Kerja Praktik ini diharapkan dapat menjadi referensi atau masukan pengetahuan dan tambahan informasi bagi penulisan laporan kerja praktik di masa mendatang khususnya mengenai konten instagram dan media promosi bagi mahasiswa Desain Komunikasi Visual dan yang lain.

1.5.2 Manfaat Praktis

- a. Membentuk identitas visual mambo Coffee Shop yang baru didirikan
- b. Meningkatkan daya Tarik pengunjung Mambo Coffee Shop.
- c. Bagi Perusahaan, diharapkan dapat merepresentasikan konsep dan tema

Mambo Coffee Shop dalam sebuah konten Instagram berupa visual.

1.6 Pelaksanaan

1.6.1 Detail Perusahaan

Pelaksanaan kerja praktik tercantum dalam keterangan dibawah ini:

Periode Waktu : 24 Agustus – 24 November 2020

Hari dan Tanggal : Senin - Sabtu, 24 Agustus – 24 November 2020

Tempat : Jl. Kayoon No.37A, RT.002/RW.05, Embong Kaliasin,
Kec. Genteng, Kota SBY, Jawa Timur 60271

Contact Person : 087803142286

Email : mambocoffee272@gmail.com

Kegiatan yang dilakukan selama melaksanakan kerja praktik di Mamboo Coffee Shop adalah menghandle dan membantu bagian marketing sekaligus perancangan media promosi yang akan digunakan Mamboo Coffee Shop Surabaya.

1.6.2 Periode

Periode waktu pelaksanaan dilakukan dengan minimal total waktu 160 menit.

Kegiatan kerja praktik dilakukan pada:

Tanggal pelaksanaan : 24 Agustus – 24 November 2020

Waktu : 12.00 – 18.00 (Senin – Sabtu)

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan berikut bertujuan untuk memudahkan dalam memahami pembahasan pada Laporan Kerja Praktik ini, antara lain :

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini membahas latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian (dalam sub-bab manfaat dibagi lagi menjadi sub-bab manfaat teoritis dan praktis), dan sistematika penulisan.

BAB II : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Pada bab ini menjelaskan tentang gambaran umum perusahaan tempat dilaksanakannya kerja praktik yaitu Mambo Coffee Shop Surabaya.

BAB III : LANDASAN TEORI

Landasan teori pada bab III mendefinisikan berbagai macam teori, konsep, dan pengertian yang menjadi dasar kuat dalam sebuah laporan kerja praktik dan pembuatan konten Instagram

BAB IV : DISKRIPSI PEKERJAAN

Pada bab empat ini akan dibahas mengenai pekerjaan yang dilakukan selama pelaksanaan kerja praktik di mambo Coffee Shop. Dengan disertai penjelasan singkat mengenai hasil dari pekerjaan yang dilakukan dan penggunaan software yang dipakai.

BAB V : PENUTUP

Bab ini akan membahas kesimpulan dan saran. Pada sub-bab kesimpulan akan meringkas keseluruhan hasil laporan kerja praktik dalam satu kesimpulan yang terkait dengan permasalahan dan solusi yang ditawarkan penulis. Pada sub-bab saran, penulis akan memberikan masukan terkait masalah yang diangkat dalam laporan kerja praktik.

DAFTAR PUSTAKA

Daftar pustaka berisi informasi terkait daftar referensi yang digunakan sebagai acuan dalam penulisan laporan kerja praktik ini berupa buku, jurnal, maupun *e-book*, *website*, dan lain-lain.

BAB II

GAMBARAN UMUM USAHA

2.1 Profil Usaha



Gambar 2.1Logo Mambo Coffee Shop

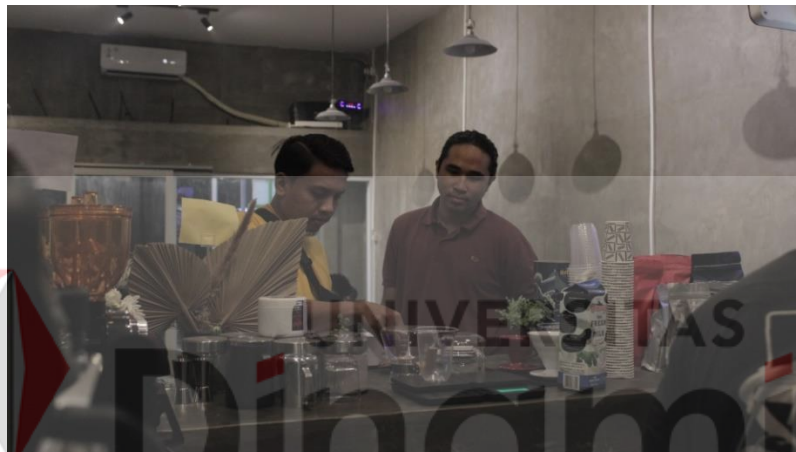
(Sumber : Pemilik Usaha, 2020)

Mambo Coffee Shop merupakan sebuah café kopi yang baru berdiri pada bulan Februari, tepatnya tanggal 21 02 2020. Kata mambo berasal dari gabungan kata dari marga “ambo” dan “mamma” yang tidak lain adalah marga pemilik Coffee Shop.

Dibangun di tengah kota dekat dengan stasiun dan gedung-gedung usaha, universitas, serta sekolah-sekolah membuat lokasi tersebut strategis untuk sebuah coffee shop. Terlebih lagi Mambo Coffee Shop menargetkan konsumen yang

mencari tempat untuk dapat berbincang-bincang ringan dengan teman dan menghabiskan waktu bersama setelah jam kerja.

Suasana Coffee shop di dominasi oleh warna abu-abu atau plaster semen dengan meja-meja yang ditata rapi dan menyesuaikan sudut ruangan. Ruangan yang *cozy* dan luas menjadikan Mambo Coffe Shop sering dijadikan tempat nongkrong dari berbagai *circle*. Mambo Coffee Shop menyediakan ruangan indoor dan outdoor yang sama-sama nyaman.



Gambar 2.2 Suasana indoor Mambo Coffee Shop

(Sumber : Pemilik Usaha, 2020)



Gambar 2.3 Suasana Outdoor Mambo Coffee Shop

(Sumber : Olahan penulis, 2020)

2.2 Visi dan Misi Usaha

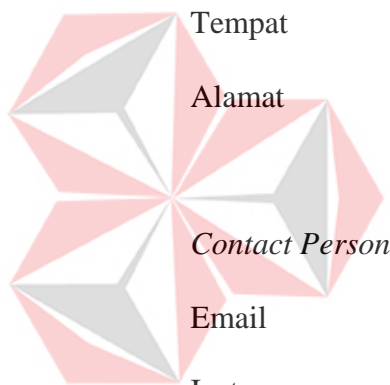
2.2.1 Visi Mambo Coffee Shop

Mambo Coffee Shop memiliki visi, yaitu menjadi sebuah tempat tongkrongan dari semua kalangan yang dapat memberikan efek positive dari berbagai macam *circle*.

2.2.2 Misi Mambo Coffee Shop

Mambo Coffee Shop memiliki misi demi terwujudnya usaha yang baik, yaitu Menjanjikan kenyamanan tempat dan menu dengan harga yang terjangkau.

2.3 Alamat dan Kontak usaha



Tempat	: Mambo Coffee Shop
Alamat	: Jl. Kayoon No.37A, RT.002/RW.05, Embong Kaliasin, Kec. Genteng, Kota SBY, Jawa Timur 60271
Contact Person	: 087803142286
Email	: mambocoffee272@gmail.com
Instagram	: @mambo_coffeeshop
Hari kerja	: Senin – Sabtu
Jam Kerja	: 10.00-20.00 WIB

2.4 Lokasi Usaha

Mambo Coffee Shop berlokasi di Jalan Kayoon No.37A, RT.002/RW.05, Embong Kaliasin, Kec. Genteng, Kota Surabaya, Jawa Timur. Tempat ini merupakan satu-satunya tempat usahadan tersedia juga kantor untuk para pegawai.

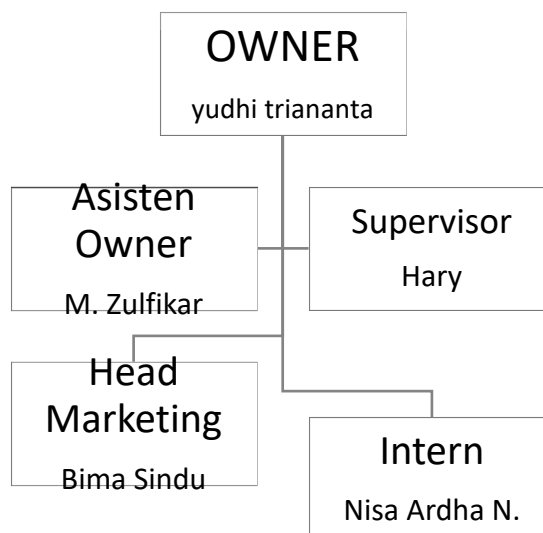


Gambar 2.4 Gambar Denah Lokasi Mambo Coffee Shop

(Sumber : Mambo Coffee Shop, 2020)

2.5 Struktur Usaha

Susunan pegawai di Mambo Coffee Shop Surabaya, dimana penulis atau intern dibawah tanggung jawab Supervisor, sebagai berikut :



Gambar 2.5 Struktur Pegawai Mambo Coffee Shop

(Sumber: Olahan penulis, 2020)

Berdasarkan susunan struktur data diatas setiap pegawai memiliki tugas dan tanggung jawab masing-masing sebagai berikut :

- **Owner**, bertugas pembuat keputusan akhir dari adanya rencana usaha yang dijalankan di Mambo Coffee Shop
- **Asisten Owner**, bertugas sebagai penghubung dan memberikan jadwal rapat dari Supervisor kepada Owner. Selain itu Asisten Owner juga berhak mengatur jalannya usaha apabila keputusan owner dirasa kurang memuaskan dan detail.
- **Supervisor**, bertugas penuh dalam mengatur stock barang di kedai dan pengecekan berkala semala 1 minggu sekali yang kemudian di lakukan pembukuan berupa laporan, baik laporan keuangan dan barang.
- **Head Marketing**, bertugas melakukan perencanaan pasar dan target market yang sesuai dengan kebutuhan Mambo Coffee Shop.
- **Intern**, bertugas sebagai implementasi ide dan konsep dari tim marketing yang kemudian dapat diwujudkan dalam sebuah desain feed Instagram.

2.6 Daftar Menu

Mambo Coffee Shop tidak hanya menyediakan minuman berbahan kopi, ada beberapa menu minuman yang disediakan, berikut list menu :

- Coffee
 - Kopi Susu
 - Kopi Hitam
 - Capucinno
 - Latte
- Non Coffee
 - Green tea
 - Red Velvet

- Chocolate
- Green tea
- Taro
- Sparkling
- Manual Brew
 - Vietnam Drip
 - Aero Press
 - VG0 Drip



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB III

LANDASAN TEORI

Teori-teori yang menjadi landasan dalam penulisan ini adalah teori komunikasi yang disesuaikan dengan media promosi yang digunakan.

3.1 Definisi Media Sosial

Van Dijk dalam Nasrullah (2015) menyatakan bahwa media sosial adalah platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktifitas maupun berkolaborasi. Karena itu media social dapat dilihat sebagai medium (fasilitator) online yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebuah ikatan sosial.

Meike dan Young dalam Nasrullah (2015) mengartikan kata media sosial sebagai konvergensi antara komunikasi personal dalam arti saling berbagi diantara individu (to be share one-to-one) dan media publik untuk berbagi kepada siapa saja tanpa ada kekhususan individu.

Menurut Boyd dalam Nasrullah (2015) media sosial sebagai kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu maupun komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi, dan dalam kasus tertentu saling berkolaborasi atau bermain.

Media sosial memiliki kekuatan pada user-generated content (UGC) dimana konten dihasilkan oleh pengguna, bukan oleh editor sebagaimana di instansi media massa. Pada intinya, dengan sosial media dapat dilakukan berbagai aktifitas dua arah dalam berbagai bentuk pertukaran, kolaborasi, dan saling berkenalan

dalam bentuk tulisan, visual maupun audiovisual. Sosial media diawali dari tiga hal, yaitu Sharing, Collaborating dan Connecting (Puntoadi, 2011).

Berdasarkan beberapa define mengenai media sosial, maka dapat disimpulkan bahwa media sosial merupakan sebuah platform atau representasi visual dalam bentuk media yang memungkinkan setiap individu, kelompok, dan kepentingan untuk dapat saling bertukar, berkolaborasi, dan berkomunikasi dalam sebuah ikatan sosial.

3.2 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).

3.3 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 (2012,5) 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.

3.4 Media Promosi

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 menurut Ardhi (2013: 4).

3.5 Tipografi

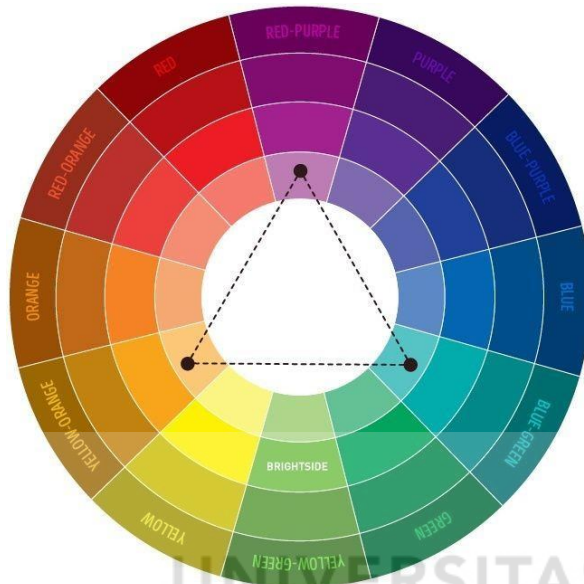
Pengertian tipografi yang di kutip dari *Manuale Typographicum* yaitu seni memilih dan menata huruf dengan mengatur penyebarannya pada ruang-ruang yang tersedia, untuk menciptakan kesan khusus, sehingga dapat menolong dalam kenyamanan membaca. Huruf merupakan elemen dasar dari tipografi yang digunakan dalam berkomunikasi.

Huruf sebagai sebuah bentuk dapat diolah atau ditata menjadi lebih indah atau didesain sedemikian rupa sesuai dengan nilai estetika dan fungsinya dengan membuat berbagai macam ekspresi (Artini Kusmiati R,1999:38).

Daton Sihombing (2015:164) mengatakan Tipografi merupakan sebuah ilmu visual yang berkaitam dengan bentuk huruf dan angka. Tipografi sendiri menjadi unsur yang penting dalam penataan huruf dan angka yang dapat mengkomunikasikan maksud dan tujuan kepada audience nya. Oleh karena itu

untuk menghasilkan sebuah desain yang dapat mengkomunikasikan informasi dengan baik tidak dapat lepas dengan ilmu tipografi.

3.6 Warna



Gambar 3.1 Spectrum Warna

(Sumber : pengantar Desain, 2016)

Pada dasarnya warna adalah suatu mutu cahaya yang dipantulkan dari suatu objek ke mata manusia. Hal ini menyebabkan kerucut-kerucut warna pada retina bereaksi, yang memungkinkan timbulnya gejala warna pada objek-objek yang dilihat sehingga dapat mengubah persepsi manusia.

Wibowo (2015: 131-132) menyimpulkan warna adalah satu alat komunikatif efektif untuk mengungkapkan 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.

Warna merupakan aspek penting yang diperlukan dalam mendesain, warna yang menarik dan sesuai dengan konsep yang akan dibuat akan menambah kesan

yang di inginkan, sebaliknya jika warna yang digunakan jauh dari konsep yang sudah ditentukan maka akan berdampak besar pada feedback yang akan diterima.



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB IV

DISKRIPSI PEKERJAAN

4.1 Penjelasan Pekerjaan

Proses perancangan feed Instagram Mambo Cofee Shop Surabaya sebagai media promosi ini pada awalnya penulis diberikan brief mengenai konsep coffee shop seperti apa. Pengarahan brief diberikan oleh Supervisor dan bagian marketing untuk lebih memfokuskan pada target market yang akan digunakan. Hasil dari brief yang diberikan akan diolah dengan tahapan-tahapan antara lain :

- 1) Perancangan ide dan konsep konten yang akan dibuat,
- 2) Brainstorming dari ide dan konsep
- 3) Sketsa Konten Instagram
- 4) Penentuan warna,
- 5) Penentuan *Font type*
- 6) Pembuatan konten dalam software
- 7) Melakukan penataan
- 8) Proses exporting gambar

4.2 Ide dan Konsep konten Instagram

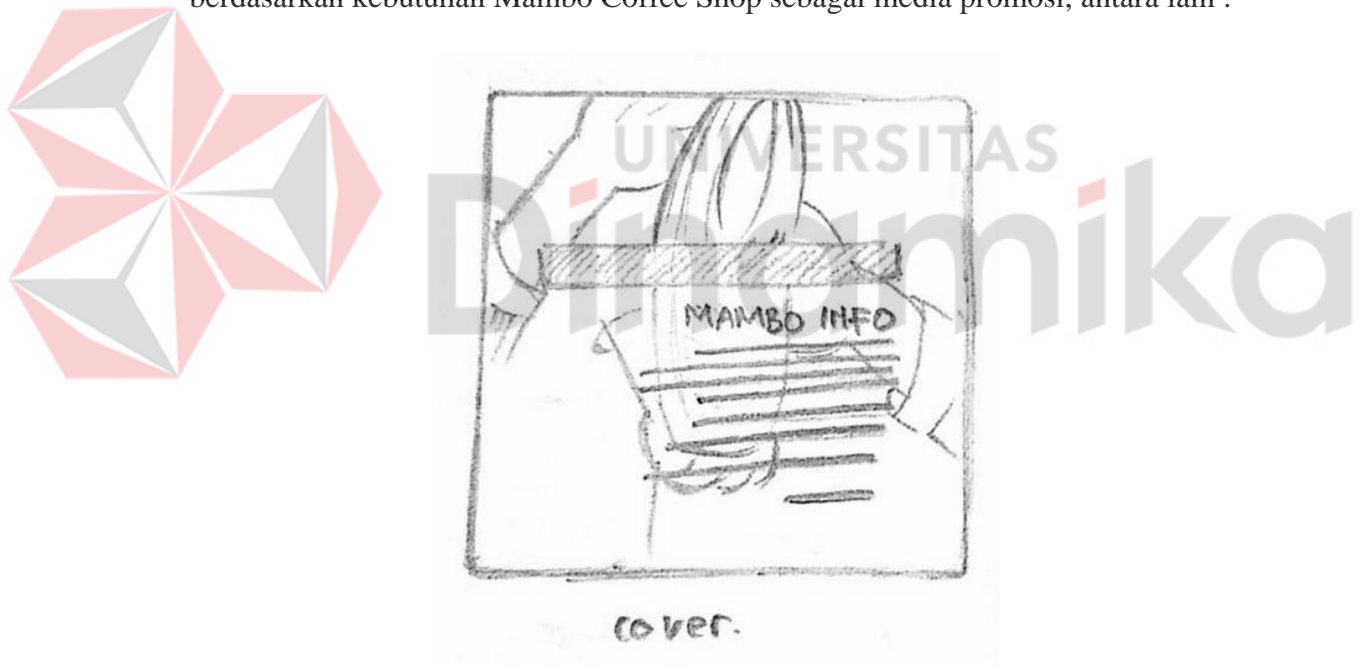
Feed dirancang dengan basis *bitmap* yang nantinya akan diunggah dalam postingan Instagram @mambo_coffeshop dengan model feed atau *slide*. Objek-objek yang ada di dalam konten adalah foto lokasi Mambo Coffee Shop yang di *effect* sedemikian rupa agar sesuai dengan tampilan konten yang diinginkan. Objek foto yang digunakan di peroleh dari hasil potret olahan penulis secara acak

dengan kamera handphone sederhana yang beresolusi cukup baik. Ciri khas dari konten yang dibuat terletak pada tone warna dan layout yang sederhana.

4.3 Sketsa Konten Instagram

Sketsa desain feed Instagram dibuat dengan cara manual dengan menggunakan pensil 2b diatas kertas HVS berukuran A4. Sketsa ini digunakan untuk acuan atau gambaran perancangan awal desain yang akan digunakan yang kemudian dapat disesuaikan dengan unsur atau objek yang lain seperti gambar, warna, dan typo font yang digunakan.

Berikut adalah sketsa desain feed Instagram yang dibuat penulis berdasarkan kebutuhan Mambo Coffee Shop sebagai media promosi, antara lain :



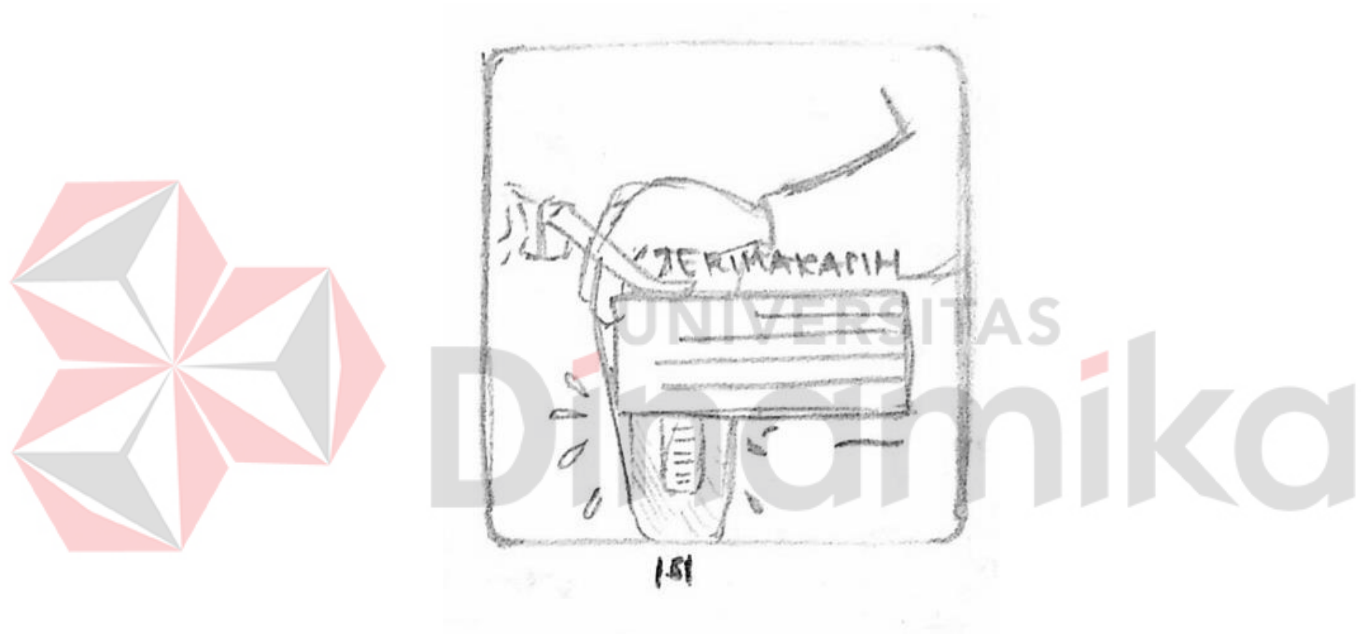
Gambar 4.1 Sketsa Cover Informasi mitra gofood

(Sumber: Olahan Penulis, 2020)

Gambar diatas merupakan sketsa dari desain feed instagram yang berisikan informasi mengenai mitra gofood. Sketsa tersebut merupakan desain

bagian cover dimana selanjutnya akan berisikan informasi tambahan mengenai mitra gofood di bagian slide kedua setelah desain cover ini.

Di dalam desain sketsa diatas penulis ingin memasukkan gambar objek seorang pegawai yang sedang memberikan produk Mambo Coffee Shop kepada kurir Gofood yang ditampilkan sebagai background desain. Sedangkan Informasi dibagi menjadi 2 bagian , yaitu *title* dan *subtitle*. Dengan penekanan pada *title* yang ditulis lebih besar dari pada *subtitlenya* yang bertuliskan “MAMBO INFO”.



Gambar 4.2 Sketsa Isi Informasi mitra gofood

(Sumber: Olahan Penulis, 2020)

Sketsa diatas adalah desain slide atau informasi lanjutan dari desain cover sebelumnya. Sketsa diatas masih berisikan informasi mengenai mitra gofood, yaitu bagaimana mambo Coffee Shop bermitra dengan gofood dan pemesanan lewat gofood dilakukan. Pada desain sketsa penulis menginginkan gambar objek seorang kurir gofood yang sedang membawa produk dari Mambo Coffee Shop di

atas motornya, dan gambar tersebut dijadikan sebagai background dalam desain feed yang dibuat.

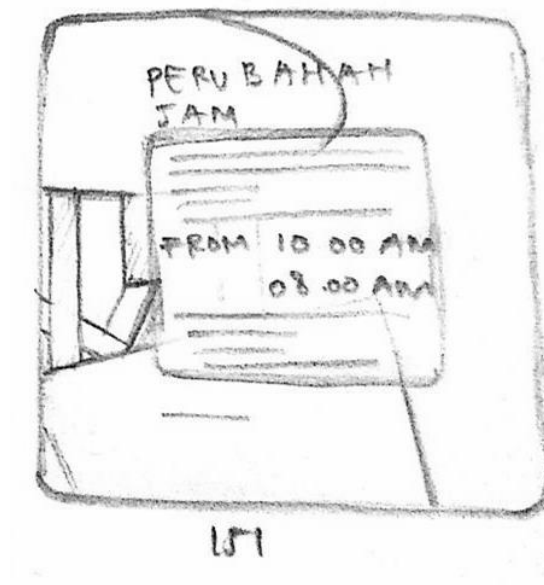


Gambar 4.3 Sketsa Cover Informasi Perubahan Jam

(Sumber: Olahan Penulis, 2020)

Gambar diatas adalah sketsa desain feed instagram yang berisikan informasi perubahan jam operasional Mambo Coffee Shop. Informasi ini dibutuhkan oleh mambo dikarenakan kebijakan dari pemerintah Provinsi Jawa timur yang mengharuskan usaha untuk merubah jam operasional usaha untuk menghindari kerumunan yang berlebihan. Atas dasar itu penulis membuat desain feed tersebut agar lebih mudah tersampaikan kepada masyarakat.

Penulis membuat desain feed dengan gambar produk Mambo Coffee Shop sebagai point of interest dalam konten tersebut dan tulisan pendukung “SLIDE” dan “MAMBO INFO” sebagai petunjuk bahwa informasi akan disampaikan pada slide berikutnya.



Gambar 4.4 Sketsa Isi Informasi Perubahan Jam

(Sumber: Olahan Penulis, 2020)

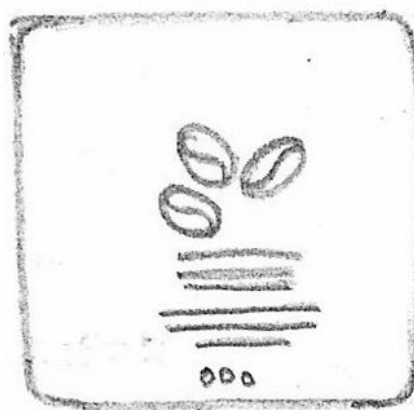
Pada sketsa desain diatas merupakan slide lanjutan dari desain sebelumnya, namun desain ini lebih menekankan informasi yang ingin disampaikan oleh penulis berupa perubahan Jam operasional Mambo Coffee Shop. Informasi yang ingin disampaikan bertuliskan “ Perubahan Jam. From 10.00 AM diubah menjadi 08.AM” namun informasi diatas masih harus didiskusikan dengan para pegawai dan owner pemilik usaha Mambo Coffee Shop untuk kenyamanan dan keamanan pelanggan dan pegawai.



Gambar 4.5 Sketsa desain Hari raya Idul Fitri

(Sumber: Olahan Penulis, 2020)

Sketsa diatas merupakan desain feed untuk memperingati hari Raya Idul Fitri pada tahun 2020. Desain ini dibuat dengan bentuk siluet bulan dan orang yang sedang berdoa berwarna putih dengan keterangan deskripsi dibagian bawah gambar. Pada background gambar penulis ingin membuat background polos berwarna hitam kecoklatan, yang mana dapat dijadikan ciri khas konten yang dibuat oleh Mambo Coffee Shop.



Gambar 4.6 Sketsa desain Mambo Coffee Shop dibuka kembali

(Sumber: Olahan Penulis, 2020)

Sketsa diatas merupakan desain feed yang dibuat setelah memperingati hari raya Idul Fitri untuk memberitahukan pelanggan bahwa Mambo Coffee Shop sudah dibuka kembali. Informasi tersebut disampaikan dalam deskripsi tulisan yang terdapat dibawah gambar. Dalam desain feed penulis ingin menampilkan objek gambar yang bisa mewakili karakter Mambo Coffee Shop, yaitu dengan menggunakan gambar biji kopi, karena kebanyakan menu yang ditawarkan adalah olahan kopi.



Gambar 4.7 Sketsa Desain Memperingati Hari Idul Adha

(Sumber: Olahan penulis, 2020)

Sketsa diatas merupakan desain feed untuk memperingati hari Raya Adha pada tahun 2020. Desain ini dibuat dengan bentuk siluet unta berwarna putih dengan keterangan deskripsi dibagian bawah gambar. Pada background gambar penulis ingin membuat background polos berwarna hitam kecoklatan, yang mana dapat dijadikan ciri khas konten yang dibuat oleh Mambo Coffee Shop. Dengan judul bertuliskan “Selamat memperingati Idul adha”.



Gambar 4.8 Sketsa Desain Rekomendari Menu

(Sumber: Olahan Penulis, 2020)

Sketsa diatas merupakan desain feed rekomendasi menu dari Mambo Coffee Shop yang diusulkan oleh pelanggan selama penjualan dan best seller menu selain olahan kopi. Penulis ingin memberikan informasi kepada pelanggan mengenai rekomendasi untuk pelanggan yang belum pernah mencoba menu di Mambo Coffee Shop. Tampilan dalam desain difokuskan pada produk menu dan judul tulisan yang bertuliskan “Duo Spesial Saat Doi Lagi Sedih”.



Gambar 4.9 Sketsa Desain memperingati Hari Kartini

(Sumber: Olahan Penulis, 2020)

Sketsa diatas merupakan desain feed rekomendasi menu dari Mambo Coffee Shop yang diusulkan oleh pelanggan selama penjualan dan best seller menu untuk olahan kopi. Penulis ingin memberikan informasi kepada pelanggan mengenai rekomendasi untuk pelanggan yang belum pernah mencoba menu di Mambo Coffee Shop. Tampilan dalam desain difokuskan pada produk menu dan judul tulisan yang bertuliskan “Duo Varian Anti Ngantuk”.



Gambar 4.10 Sketsa Desain Rekomendari Menu

(Sumber: Olahan Penulis, 2020)

Sketsa diatas merupakan desain feed untuk memperingati hari Kartini pada tanggal 21 April 2020. Desain ini dibuat dengan bentuk siluet dari vector wajah Raden Ajeng Kartini. Dalam desain juga disertai deskripsi singkat mengenai ibu kartini yang sangat berjasa bagi para perempuan di Indonesia. Desain dibuat dominan warna hitam dan putih agar selaras dengan desain feed lainnya.

4.3 Penataan Konten

Penataan konten atau yang biasa disebut dengan layout merupakan hal yang paling krusial dalam pembuatan konten Instagram. Tampilan layout harus menarik dan pesan yang ingin disampaikan sesuai dengan kebutuhan.

Konten dibuat dengan ukuran segiempat yaitu 25x25 cm, dengan margin sekitar 5 cm disetiap sisi segiempat. Margin ini digunakan mengatur batas setiap huruf dan objek gambar yang akan di gunakan sebagai point konten. Margin juga membuat tampilan konten menjadi lebih rapi dan seragam. Dominasi warna pada font yang akan digunakan adalah warna kuning dan warna putih untuk menonjolkan tulisan.

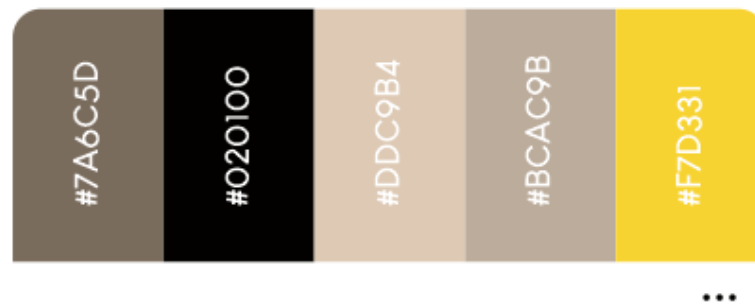
Tata letak setiap konten disesuaikan dengan gambar, sehingga setiap konten yang dibuat tidak akan pernah sama penataan letak objek gambar dan tulisan.

4.4 Warna yang digunakan

Penentuan tone warna dan warna yang akan digunakan pada konten Instagram Mambo Coffee Shop, penulis menggunakan sebuah situs dalam mencari inspirasi warna yang cocok dengan tema minimalis modern sesuai dengan konsep interior dan bangunan Mambo Coffee Shop. Nama website yang dimaksud adalah Colors.co. Didalam website tersebut sudah tersedia pilihan pallete warna. Karen ajika pemilihan warna tidak sesuai, tampilan konten akan menjadi tidak menarik. Menurut Sulasmi Darma Prawira (1989: 4), Warna termasuk salah satu unsur keindahan dalam seni dan desain selain unsur-unsur visual yang lain. Warna adalah komponen visual yang paling banyak diingat dibandingkan dengan yang

lainnya. Kekuatan warna adalah emosional dan praktis. Pada tingkat emosional, warna dapat mempengaruhi bagaimana perasaan konsumen ketika melihat.

Beberapa warna yang digunakan dalam pembuatan konten Instagram @mambo_coffeeshop antara lain:



Gambar 4.11 Pallete warna

(Sumber: coolors.co, 2020)

4.5 Tipografi

Pemilihan tipografi merupakan salah satu aspek penting dalam desain. Pada desain konten Instagram Mambo Coffee Shop jenis font yang cocok adalah jenis *Sans Serif – Eastman Trial*. Font memiliki fleksibilitas agar bisa terlihat *bold* dan *light*. Tulisann *bold* digunakan untuk menandai judul konten *infografis* sedangkan tulisan *light* berisikan keterangan.

Karakter font *Eastman Trial*, tegas dan jelas dengan lekukan huruf yang bersudut membuat tulisan menajdi lebih modern dan menarik. Berikut adalah tampilan visual font yang digunakan :

EASTMAN

semi bold

capital THE QUICK BROWN FOX JUMP
OVER THE LAZY DOG

normal the quick brown fox jump
over the lazy dog

EASTMAN

semi bold

capital THE QUICK BROWN FOX JUMP
OVER THE LAZY DOG

normal the quick brown fox jump
over the lazy dog

Gambar 4.12 Visual Jenis Font yang Digunakan

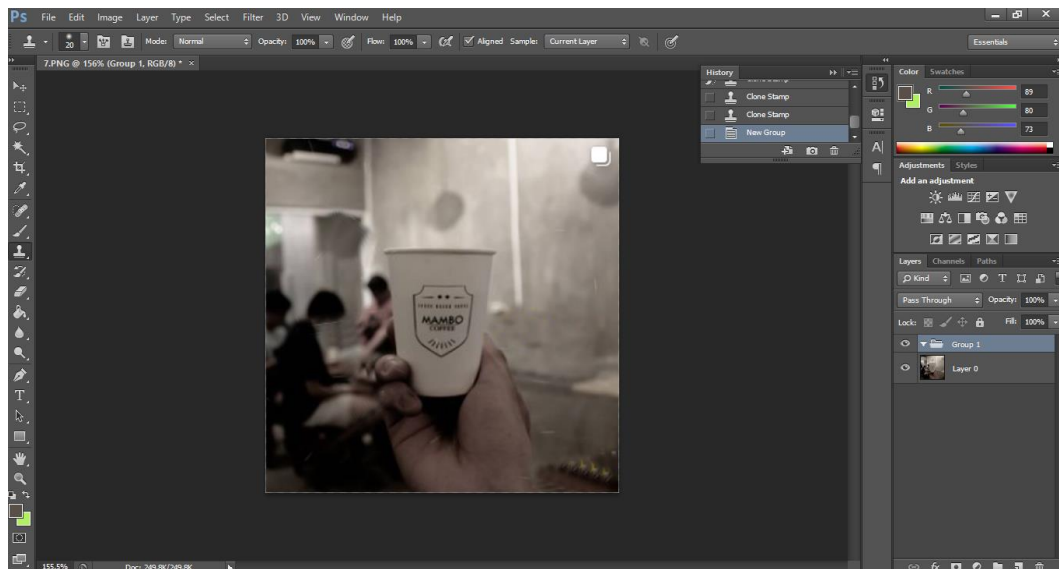
(Sumber: Olahan Penulis, 2020)

4.6 Software yang digunakan

Penulis menggunakan *software Adobe Photoshop* untuk menyatukan tone warna dari setiap foto yang akan digunakan, kemudian *software Adobe Ilustrator* digunakan untuk menata foto dan tulisan menjadi sebuah konten Instagram.

4.4.1 Adobe Photoshop

Software warna digunakan untuk mengubah tone warna foto hal ini dilakukan agar setiap postingan konten menjadi seragam dan lebih nyaman dilihat. Ketepatan tone warna bisa saja berbeda-beda disetiap foto, di krenakan hal itu *software Photoshop* mempermudah untuk menyamakan tone warna dengan bantuan *tools history*.



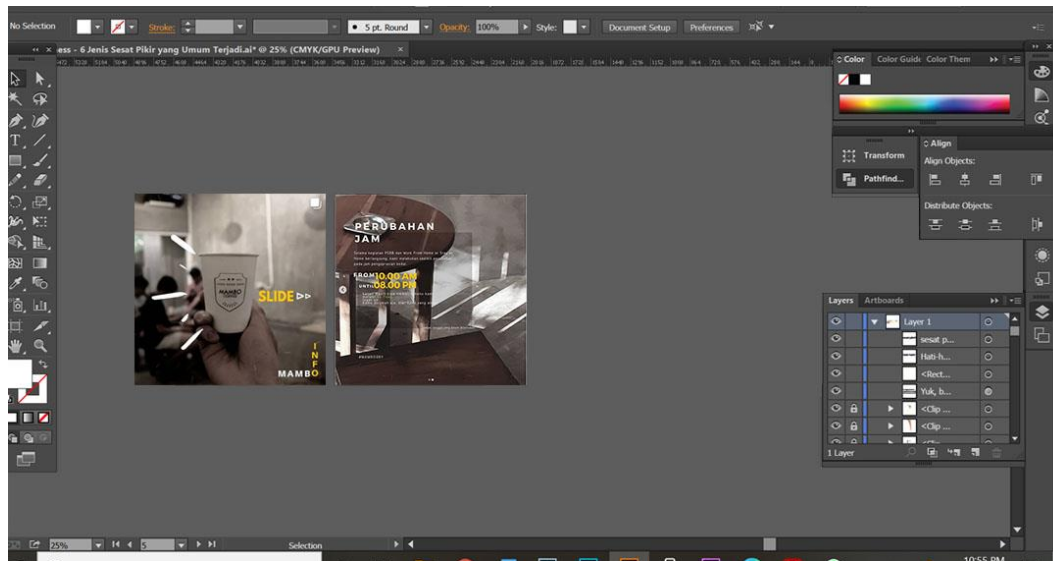
Gambar 4.13 Tampilan kerja Adobe Photoshop

(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2020)

4.4.2 Adobe Illustrator

Menurut Madcoms (2011 : 21-23), *Adobe Illustrator* merupakan salah satu software untuk membuat desain grafis. Software ini sangat populer dan sudah diakui kecanggihannya. Kelengkapan fasilitas dan kemampuannya yang luar biasa dalam mendesain grafis, menjadikan software ini mulai banyak dipakai oleh para desainer komputer, karena keberadaannya benar-benar mampu membantu dan memudahkan pemakai dalam menyelesaikan pekerjaan desain grafis.

Pada *software Adobe Illustrator* ini penulis membuat sebuah penataan konten infografis yang berisikan info penting mengenai Mambo Coffee Shop dengan ukuran 25x25 cm.



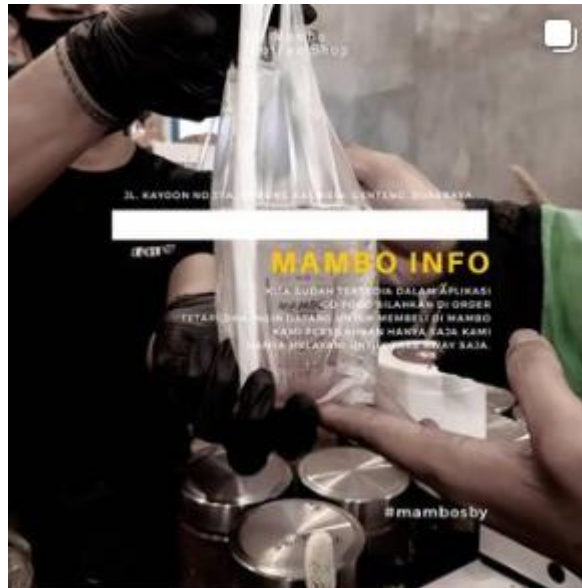
Gambar 4.14 Tampilan kerja Adobe Photoshop

(Sumber : Dokumentasi Penulis, 2020)

4.5 Implementasi Karya

Berdasarkan tahapan yang sudah dilakukan penulis dalam pembuatan sebuah konten Instagram mulai dari ide dan konsep, *brainstorming* bersama pihak Supervisor dan Marketing, desain layout, tipografi, warna sehingga konten dalam bentuk desain feed instagram sebagai media promosi yang seusai dengan harapan Mambo Coffee Shop. Berikut adalah hasil desain yang telah dirancang sebagai berikut :

4.5.1 Feed Informasi Mitra Cover



Gambar 4.15 Mambo Info Mitra Cover

(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2020)

Desain Mambo Info Mitra Cover dibuat dengan latar belakang foto yang diambil oleh penulis dengan melakukan perubahan tone warna terlebih dahulu sebelum dijadikan background desain feed, berupa seorang pegawai Mambo Coffee Shop yang sedang memberikan pesanan kepada kurir gofood. Informasi yang disampaikan di buat dalam 2 slide dengan desain diatas sebagai cover feednya.

Dari sketsa yang dibuat desain digital tidak terjadi banyak perubahan dan dalam bentuk dan informasi yang akan disampaikan. Disisi lain untuk menambah kesan menarik ditambahkan objek geografis dalam desain.

4.5.2 Feed Informasi Mitra Isi



Gambar 4.15 Mambo Info Mitra Isi

(Sumber: Dokumentasi penulis, 2020)

Desain feed instagram diatas adalah hasil digitalisasi dari sketsa yang sudah dibuat sebelumnya. Dalam digitalisasi ini tidak banyak perubahan yang terjadi dari hasil sketsa. Konsep background tetap menggunakan foto seorang kurir gofood yang membawa produk dari Mambo Coffee Shop dengan menggunakan kendaraannya. Hal ini dimaksudkan bahwa mitra Mambo Coffee Shop benar-benar bekerja sama dengan gofood dalam hal pelayanan jasa antar. Informasi yang disampaikan pada desain tersebut adalah pesan karena telah bermitra dengan Mambo Coffee Shop dalam hal Jasa Antar sehingga mempermudah pelayanan yang diberikan. Tone warna disesuaikan dengan foto yang terdapat pada cover feed agar terlihat senada.

4.5.3 Feed Informasi Operasional Cover



Gambar 4.16 Mambo Info Perubahan Jam Cover

(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2020)

Pada desain feed ini berisikan informasi mengenai perubahan jam operasional pada Mambo Coffee Shop. Desain masih tetap sama menggunakan foto yang diambil oleh penulis sebagai background desain feed dan tone warna disesuaikan dengan desain sebelumnya. Tone warna ini akan menjadi ciri khas Mambo Coffee Shop dalam memposting gambar disetiap aktivitasnya di social media Instagram.

Dalam desain feed dapat dilihat produk utama olahan kopi dijadikan sebagai *highlight* dengan ditambahkan objek-objek grafis berupa ornament *splash*. Perubahan sketsa tidak terjadi dalam desain ini hanya saja penataan objek dan tulisan lebih diperjelas.

4.5.4 Feed Informasi Operasional Isi



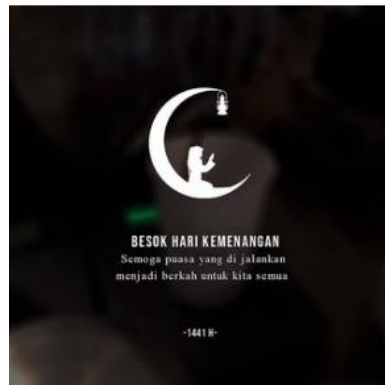
Gambar 4.17 Mambo Info Perubahan Jam Isi

(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2020)

Desain diatas merupakan isi dari feed perubahan info operasional Mambo Coffee Shop. Latar belakang dari perubahan jam operasional ini berasal dari peraturan pemerintah Kota Provinsi Jawa Timur yang melakukan pembatasan jam operasional usaha. Dalam Sketsa dijelaskan bahwa informasi perubahan jam buka, tetapi setelah mendapat masukan dari supervisor dan tim marketing, perubahan operasional diganti menjadi jam tutup mambo Coffee Shop.

Dalam gambar background diatas tidak menampilkan produk melainkan suasana café Mambo Coffee Shop, hal ini sesuai dengan sketsa awal yang dibuat. Informasi perubahan jam operasional dituliskan dengan type font berwarna kuning dengan ukuran font yang lebih besar disbanding deskripsi yang lainnya, agar lebih cepat terbaca dan mudah diingat.

4.5.3 Feed Hari Idul Fitri

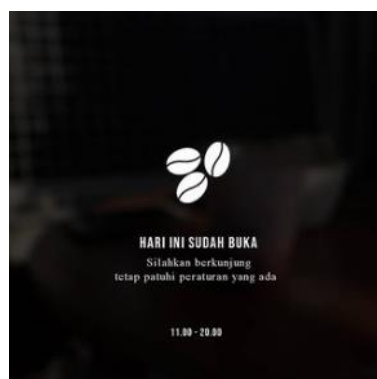


Gambar 4.18 Feed Hari Idul Fitri

(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2020)

Desain diatas merupakan desain feed untuk memperingati hari Raya Idul Fitri. Feed tersebut akan diposting bertepatan dengan Hari Raya Idul Fitri pada tahun 2020. Dari sketsa yang telah dibuat terdapat sedikit tambahan, yaitu pada bagian background desain feed. Penulis menambahkan gambar produk yang di transparansi dengan ditambah warna hitam agar terlihat samar. Dengan ditambahkannya background tersebut desain menjadi tidak terlalu membosankan dan lebih menonjolkan objek bulan sabit dan deskripsi tulisan yang telah dibuat.

4.5.4 Feed Informasi Mambo Coffee Shop

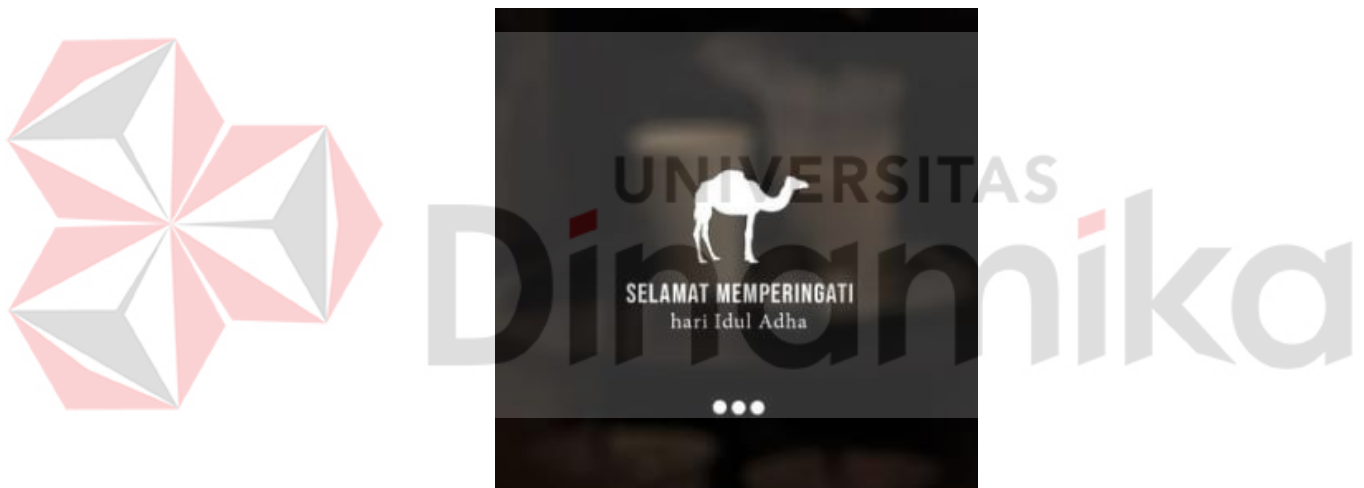


Gambar 4.19 Feed Informasi Mambo Coffee Shop

(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2020)

Desain diatas merupakan desain feed untuk menginformaskan bahwa setelah libur panjang hari Raya Idul Fitri Mambo Coffee Shop siap buka kembali. Dari sketsa yang telah dibuat terdapat sedikit tambahan, yaitu pada bagian background desain feed. Penulis menambahkan gambar produk yang di transparansi dengan ditambah warna hitam agar terlihat samar. Dengan ditambahkannya background tersebut desain menjadi tidak terlalu membosankan dan lebih menonjolkan objek biji kopi dan deskripsi informasi yang berisikan untuk dapat berkunjung degan mengikuti peraturan yang berlaku.

4.5.5 Feed Hari Raya Idul Adha



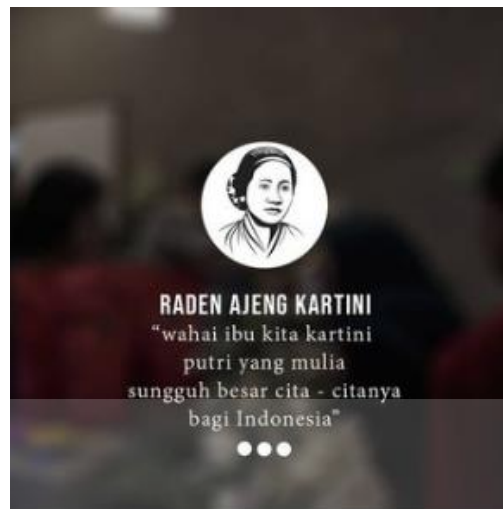
Gambar 4.20 Feed Hari Raya Idul Adha

(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2020)

Desain diatas merupakan desain feed untuk memperingati hari Raya Idul Adha. Feed tersebut akan diposting bertepatan dengan Hari Raya Idul Adha pada tahun 2020. Dari sketsa yang telah dibuat terdapat sedikit tambahan, yaitu pada bagian background desain feed. Penulis menambahkan gambar produk yang di transparansi dengan ditambah warna hitam agar terlihat samar. Dengan ditambahkannya background tersebut desain menjadi tidak terlalu membosankan

dan lebih menonjolkan objek hewan unta sebagai salah satu hewan yang dapat disembelih pada waktu hari Raya Idul Adha dan deskripsi tulisan yang telah dibuat.

4.5.6 Feed Hari Kartini



Gambar 4.21 Feed Hari Kartini

(Sumber: Dokumentasi penulis, 2020)

Desain diatas merupakan desain feed untuk memperingati Kartini yang jauh pada tanggal 21 April 2020. Dari sketsa yang telah dibuat terdapat sedikit tambahan, yaitu pada bagian background desain feed. Penulis menambahkan gambar produk yang di transparansi dengan ditambah warna hitam agar terlihat samar. Dalam desain ilustrasi wajah Raden Ajeng Kartini dibuat dengan style minimalis vector dengan warna hitam dalam sebuah lingkaran putih. Ditambahkan juga deskripsi berupa kata-kata yang mendeskripsikan karakter Raden Ajeng Kartini semasa hidupnya.

4.5.7 Feed Rekomendasi Menu Duo



Gambar 4.22 Feed Rekomendasi Duo Spesial

(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2020)

Pada desain diatas merupakan feed rekomendasi dari Mambo Coffee Shop untuk varian no olahan kopi, yaitu ada Es Taro dan Es Red velvet. Rekomendasi tersebut dibuat berdasarkan ulasan dari pelanggan dan jumlah penjualan terbanyak. Rekomendasi ini disebut dengan “Duo Spesial Saat Doi Lagi Sedih”, yang ditulis bold ditengah desain feed dengan latar warna hitam. Pada sketsa yang telah dibuat sebelumnya tidak banyak perubahan yang terjadi namun ditambahkan background suasana Mambo Coffee Shop yang di blur agar objek gambar produk ditengah lebih menonjol dan tidak mengganggu warna yang digunakan. Logo go food juga ditambahkan pada bagian kanan bawah, yang mengartikan bahwa menu ini juga disupport pelayanan gofood dalam jasa antar.



Gambar 4.23 Feed Rekomendasi Duo Varian Anti Ngantuk

(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2020)

Pada desain diatas merupakan feed rekomendasi dari Mambo Coffee Shop untuk varian olahan kopi yang disebut dengan “Duo Varian Anti Ngantuk”, yaitu ada Es Americano dan Es Kopi Susu. Rekomendasi tersebut dibuat berdasarkan ulasan dari pelanggan dan jumlah penjualan terbanyak. Judul Duo varian ditulis bold ditengah desain feed dengan latar warna hitam. Pada sketsa yang telah dibuat sebelumnya tidak banyak perubahan yang terjadi namun ditambahkan background suasana Mambo Coffee Shop yang di blur agar objek gambar produk ditengah lebih menonjol dan tidak mengganggu warna yang digunakan. Logo go food juga ditambahkan pada bagian kanan bawah, yang mengartikan bahwa menu ini juga disupport pelayanan gofood dalam jasa antar.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dalam laporan kerja praktik yang berjudul “Pembuatan Konten Instagram dalam bentuk Infografis sebagai media promosi Mambo Coffee Shop Surabaya” ini, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Perancangan ini bertujuan untuk menciptakan sebuah konten Instagram yang fungsinya untuk mengenalkan dan memperkuat identitas mambo Coffee Shop sebagai café kopi yang baru berdiri.
2. Berdasarkan unsur visual yang dibuat harus seragam dan tidak singkat agar informasi yang diterima mudah tersampaikan.
3. Setiap konten yang dibuat harus berisikan pesan dan memiliki keterkaitan dengan desain dan penataan.

1.1. Saran

Setelah menyelesaikan laporan kerja praktik ini, penulis memiliki saran, diantaranya:

1. Dalam sebuah konten Instagram perlu adanya sebuah identitas brand agar menjadi pembeda dengan brand-brand lain yang serupa, dan dapat di implementasikan dalam sebuah pattern atau identitas lainnya.
2. Komunikasi sangat diperlukan sebagai salah satu pencapaian ketika melakukan promosi, dalam hal ini Mambo Coffee Shop dapat memberikan konten secara berkala dengan isi konten yang lebih ringan.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Jurnal :

Indrawati, Komang Ayu Pradnya. I Nyoman Sudiarta. I Wayan Suardana (2017). *Efektivitas Iklan Melalui Media Sosial Facebook dan Instagram sebagai Salah Satu Strategi Pemasaran Di Krisna Oleh-Oleh Khas Bali*. Bali: Jurnal Analisis Pariwisata Vol. 17 No. 2, Universitas Udayana.

Setadi Ahmad, *Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektifitas Komunikasi*. Karawang: AMIK BSI Karawang.

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

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

Sumber Website :

<https://inet.detik.com/>. berjudul Riset: Ada 175,2 Juta Pengguna Internet di Indonesia, yang diakses pada tanggal 06 Januari 2021.

<http://eprints.mercubuana-yogya.ac.id>, yang diakses pada tanggal 06 Januari 2021

Sumber Sosial Media :

https://www.instagram.com/mambo_coffeshop/. Yang diakses pada tanggal 06 Januari 2020