



**PERANCANGAN ILUSTRASI MEDIA SOSIAL BRAND BUNDA ESTI DI
START FRIDAY ASIA BRAND CONSULTANT SURABAYA**

LAPORAN KERJA PRAKTIK



**Program Studi
S1 Desain Komunikasi Visual**

UNIVERSITAS
Dinamika

Oleh:

ROZI HAMDHANI

18420100045

FAKULTAS DESAIN DAN INDUSTRI KREATIF

UNIVERSITAS DINAMIKA

2021

**PERANCANGAN ILUSTRASI MEDIA SOSIAL BRAND BUNDA ESTI DI
START FRIDAY ASIA BRAND CONSULTANT SURABAYA**

LAPORAN KERJA PRAKTIK

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan
Mata Kuliah Kerja Praktik



UNIVERSITAS
Dinamika

Oleh:

Nama : ROZI HAMDHANI
NIM : 18420100045
Program : S1 (Strata Satu)
Jurusan : Desain Komunikasi Visual

**FAKULTAS DESAIN DAN INDUSTRI KREATIF
UNIVERSITAS DINAMIKA**

2021

LEMBAR MOTTO



UNIVERSITAS
Dinamika

*“Sebelum menjadi mimpi dan cita-cita, yang
paling susah adalah menjadi manusia.”*

LEMBAR PERSEMBAHAN



UNIVERSITAS
Dinamika

*Laporan kerja praktek ini saya persembahkan untuk seluruh orang-orang
terdekat saya yang selalu memberikan dukungan dan motivasi dari awal hingga
selesai.*

☺ *Terima Kasih* ☺

LEMBAR PENGESAHAN

**PERANCANGAN ILUSTRASI MEDIA SOSIAL BRAND BUNDA
ESTI DI START FRIDAY ASIA BRAND CONSULTANT
SURABAYA**

Laporan Kerja Praktik oleh :

Rozi Hamdhani

NIM : 18420100045

Telah diperiksa, diuji, dan disetujui

Surabaya, 12 Juli 2021

Pembimbing I

Penyelia

Digitally signed by Fenty
Fahminnansih DN:
cn=Fenty
Fahminnansih, o=FTI,
Undika, ou=DKV,
email=fenty@dinamika.
ac.id, c=ID
Date: 2021.07.10
17:08:39+07'00'

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

NIDN. 0706028502

Abdul Rochman Sp.

NIP.

Mengetahui,

Ketua Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual

Digitally signed
by Siswo
Martono
Date: 2021.07.12
08:57:29 +07'00'

Siswo Martono, S.Kom., M.M

NIDN. 0726027101

**LEMBAR PERNYATAAN
PERSETUJUAN PUBLIKASI DAN KEASLIAN KARYA**

Sebagai mahasiswa Universitas Dinamika, Saya:

Nama : Rozi Hamdhani
NIM : 18420100045
Program Studi : S1 Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Desain dan Industri Kreatif
Jenis Karya : Laporan Kerja Praktik
Judul Karya : **PERANCANGAN ILUSTRASI MEDIA SOSIAL
BRAND BUNDA ESTI DI START FRIDAY ASIA
BRAND CONSULTANT SURABAYA**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

1. Demi pengembangan ilmu pengetahuan, Teknologi, dan Seni, saya menyetujui memberikan kepada Universitas Dinamika Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-Exclusive 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 diatas 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 ditemukan dan terbukti terdapat tindakan plagiat pada karya ilmiah ini, maka saya bersedia untuk menerima pencabutan terhadap gelar keserjanaan yang telah diberikan kepada saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 10 Juli 2021



Rozi Hamdhani

NIM : 18420100045

ABSTRAK

Media promosi saat ini sangat dibutuhkan bagi sebuah brand untuk memberikan informasi terkait barang atau jasa yang di produksi oleh brand tersebut. Perlu adanya perancangan yang matang dalam pembuatan media promosi yang menarik. Di era yang serba digital ini, media promosi erat kaitannya dengan media sosial. Dengan adanya media sosial ini dapat memudahkan brand untuk menyampaikan informasi pada khalayak sesuai target sasarannya.

Instagram adalah satu dari sekian banyak media sosial yang banyak sekali penggunaanya. Fitur feeds pada Instagram ini, akan dikemas dengan konten yang unik dan menarik sehingga memikat perhatian dari penggunaanya. Salah satu konten yang dibuat, akan menggunakan desain ilustrasi.

Ilustrasi kini sering kali menjadi sebuah bahan untuk konten di Instagram, karena pada dasarnya ilustrasi bertujuan untuk menceritakan sesuatu, karakter dan juga sangat menarik untuk dinikmati secara visual. Banyak sekali saat ini teknik ilustrasi, seperti kartun, komik, animasi dan lain sebagainya.

Pada program kerja praktik di Start Friday Asia Brand Consultant Surabaya ini, penulis mencoba memecahkan masalah yang ada, yaitu bagaimana perancangan ilustrasi media sosial brand Bunda Esti yang menjadi klien di Start Friday Asia Brand Consultant Surabaya.

Kata Kunci: *Media Promosi, Perancangan Feed Instagram, Ilustrasi*

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah S.W.T. yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga Laporan Kerja Praktik yang berjudul **“Perancangan Ilustrasi sebagai Upaya Meningkatkan Brand Bunda Esti di Start Friday Asia Brand Consultant Surabaya”** dapat terselesaikan dengan lancar tanpa suatu halangan apapun.

Laporan Kerja Praktik ini disusun dalam rangka untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan mata kuliah Kerja Praktik Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual di Universitas Dinamika.

Suksesnya penyusunan laporan ini berkat adanya bantuan serta dukungan dari beberapa pihak yang terlibat, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, disampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. **Bapak Prof. Dr. Budi Jatmiko, M.Pd.** selaku Rektor Universitas Dinamika;
2. **Bapak Siswo Martono, S.Kom., M.M.** selaku Ketua Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual;
3. **Ibu Fenty Fahminnansih, S.T., M.MT.** selaku Dosen Pembimbing yang telah membimbing serta memberikan arahan dan dukungan dalam penyusunan Laporan Kerja Praktik dari awal hingga selesai;
4. **Bapak Abdul Rochman Sp.** selaku Penyelia dan seluruh Kolega Senior di Start Friday Asia Brand Consultant Surabaya yang juga memberikan izin untuk melakukan kerja praktik dan masukan terhadap implementasi kerja praktik, serta memberikan ilmu dan motivasi;
5. Dan untuk semua kolega kreatif, saudara serta keluarga yang turut membantu dan mendukung penyelesaian penyusunan Laporan Kerja Praktik ini.

Besar harapan penulis untuk Laporan Kerja Praktik ini dapat memberikan manfaat dan penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan penulisan ataupun kata-kata yang kurang berkenan.

Surabaya, Juli 2020

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR MOTTO.....	iii
LEMBAR PERSEMBAHAN	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
LEMBAR PERNYATAAN	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan.....	3
1.4 Manfaat.....	4
1.5 Pelaksanaan.	5
1.6 Sistematika Penulisan.....	5
2.1 Profil Perusahaan.....	7
2.2 Visi, Misi dan <i>Value</i>	8
2.3 Logo Perusahaan	8
2.4 Lokasi Start Friday Asia Brand Consultant.....	8
2.5 Struktur Organisasi.....	9
2.6 Deskripsi Pekerjaan	10
BAB III LANDASAN TEORI.....	13
3.1 Media Promosi	13
3.4 <i>Feeds</i>	15
3.5 Ilustrasi	17
3.6 Sketsa.....	17
3.7 Desain	18
3.8 <i>Digital Painting</i>	23
3.9 <i>Layout</i>	23
3.10 <i>Typography</i>	24
BAB IV DESKRIPSI PEKERJAAN	26
4.1 Pengumpulan Data	26

4.2	<i>Brief</i>	27
4.3	Penentuan Konsep	28
4.4	Pengumpulan Referensi.....	28
4.5	Software yang digunakan	29
4.6	Proses Pembuatan Desain.....	30
BAB V	38
PENUTUP	38
5.1	Kesimpulan.....	38
5.2	Saran	38
DAFTAR PUSTAKA	39
LAMPIRAN 1	41
LAMPIRAN 2	42
LAMPIRAN 3	43
LAMPIRAN 4	44
LAMPIRAN 5	45
LAMPIRAN 6	46
LAMPIRAN 7	47
BIODATA PENULIS	48



UNIVERSITAS
Dinamika

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kantor Start Friday Asia Brand Consultant Surabaya.....	7
Gambar 2.2 Logo Perusahaan.....	8
Gambar 2.3 Lokasi Perusahaan.....	8
Gambar 2.4 Struktur Organisasi Perusahaan.....	9
Gambar 3.1 Ikon Instagram.....	12
Gambar 3.2 Contoh Desain <i>Feeds</i> : Tema <i>Dark</i>	14
Gambar 3.3 Sketsa Henk Ngantung, Membatik.....	16
Gambar 3.4 Unsur Desain Garis.....	17
Gambar 3.5 Unsur Desain Bentuk.....	18
Gambar 3.6 Unsur Desain Warna.....	19
Gambar 3.7 Cara Pemakaian <i>Typography</i>	23
Gambar 4.1 PPT Brief Desain dari Tim <i>Content Writer</i>	25
Gambar 4.2 Template Desain dan Color Palette Bunda Esti.....	26
Gambar 4.3 Logo Microsoft Power Point.....	27
Gambar 4.4 Logo Adobe Photoshop 2019.....	27
Gambar 4.5 Sketsa Manual Ilustrasi.....	28
Gambar 4.6 Memasukkan Sketsa pada Lembar Kerja Desain.....	29
Gambar 4.7 Pewarnaan Ilustrasi dengan <i>Brush Tool</i>	29
Gambar 4.8 Pembuatan <i>Ornament</i>	30
Gambar 4.9 Penentuan <i>Typography</i>	31
Gambar 4.10 Pemilihan dan Opsi Warna Background.....	31
Gambar 4.11 Final Desain.....	32
Gambar 4.12 Tahap Produksi.....	33
Gambar 4.13 Hasil Karya 1.....	33
Gambar 4.14 Hasil Karya 2.....	34
Gambar 4.15 Hasil Karya 3.....	34

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Surat Balasan Kerja Praktik Perusahaan.....	42
Lampiran 2 Form Kerja Praktik 5 (Halaman 1).....	43
Lampiran 3 Form Kerja Praktik 5 (Halaman 2).....	44
Lampiran 4 Form Kerja Praktik 6.....	45
Lampiran 5 Form Kerja Praktik 7	46
Lampiran 6 Form Bimbingan Dosen.....	47



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Era teknologi yang saat ini mulai berkembang pesat dapat menunjang cepatnya akses komunikasi dan informasi di berbagai media di seluruh penjuru dunia. Banyak sekali para pelaku bisnis dan pengusaha yang bergerak di segala bidang mulai merambah dan membentuk sebuah usaha di berbagai media, khususnya media sosial. Mulai dari membangun sebuah interaksi dan komunikasi, menampilkan bakat, kegiatan promosi dan juga mendapat keuntungan melalui media sosial.

Media sosial kini sangat digemari sekali, terutama pada masa pandemi ini penggunaan media sosial melonjak dikarenakan pembatasan sosial dan diwajibkan untuk berdiam di rumah sebagai upaya mencegah wabah Covid-19. Banyak sekali para pelaku usaha yang kesulitan mendapatkan target keuntungan karena terkena dampak dari pembatasan sosial ini.

Brand merupakan sebuah hal yang sangat penting bagi aspek perusahaan. Suatu perusahaan harus membentuk *brand* dengan sedemikian rupa agar seluruh aspek di dalamnya dapat mengkomunikasikan suatu hal yang sama sesuai dengan tujuan *brand* tersebut. Melalui sebuah proses *branding*, *brand* akan dapat meraih target pasar dan dapat menciptakan *brand equity* bagi brand tersebut.

Namun khususnya pada masa pandemi ini, *branding* sangat membutuhkan sebuah wadah digital seperti media sosial untuk mendapatkan hasil keuntungan dari sebuah produk atau *value* yang mereka jual. Maka dari itu beberapa *brand* mulai mempublikasikan banyak kegiatan, aktivitas serta tips dan trik media sosial dengan visualisasi yang menarik dan mudah diingat oleh masyarakat.

Dengan cara tersebut brand akan terekspos dan memperoleh keuntungan dari hasil promosi *brand* tersebut meningkat dengan pesat. Ada beberapa cara untuk *brand* membuat sosial media yang menarik, salah satunya menggunakan jasa dari layanan agensi *brand*. Dengan cara ini, agensi *brand*

akan membantu untuk memperbarui, mengembangkan, menentukan target, melakukan promosi dan lain sebagainya. Maka hasil dari upaya agensi *brand* akan meningkatkan kualitas, sehingga *brand* memiliki citra yang baik dan diminati oleh target pasar.

Start Friday Asia Brand Consultant adalah salah satu agensi desain yang menangani beberapa *brand* lokal yang membutuhkan tempat untuk membangun, meningkatkan dan memperbaiki kualitas dari sebuah *brand* yang menjadi kustomernya. Berlokasi di Surabaya Timur, Start Friday Asia Brand Consultant Surabaya ini telah mendapat citra yang bagus dari sekian banyaknya agensi desain di Kota Pahlawan ini. Salah satu *brand* yang ditangani oleh Start Friday Asia Brand Consultant Surabaya adalah *brand* Bunda Esti.

Brand Bunda Esti adalah sebuah brand yang menjual jasa *Fisioterapi Baby Spa* kepada para ibu yang memiliki buah hati. Lebih tepatnya brand Bunda Esti memberikan sebuah *service* kesehatan kepada buah hati dengan beberapa cara seperti memberikan pijatan lembut pada tubuh bayi, memberikan asupan yang sehat dan menjaga kesehatan si kecil. Pada media sosial dan *website*, *brand* Bunda Esti selalu memberikan sebuah konten visual yang menarik.

Ada berbagai macam bentuk konten yang dapat disajikan di media sosial, seperti ilustrasi, videografi, fotografi, poster dan lain-lain. Dalam konten inilah terdapat tema yang seringkali diambil dari sebuah acara atau *event* tertentu, misalnya Hari Raya Idul Fitri. Hari Raya Idul Fitri sendiri adalah sebuah tradisi bagi umat Islam untuk merayakan berakhirnya bulan Ramadhan dengan cara bersilaturahmi dan berkunjung ke tempat saudara atau keluarga. Namun, di tahun 2021 ini pemerintah melarang adanya mudik dan kerumunan saat Hari Raya Idul Fitri 1442 H. Sehingga muncul ide untuk membuat sebuah Voucher Gift yang dapat dibeli dari Bunda Esti dan membantu banyak orang untuk berbagi kepada keluarga yang jauh dan lama tidak bertemu.

Pada momen Hari Raya Idul Fitri ini Start Friday membantu *brand* Bunda Esti membuat sebuah konten *Voucher Gift Campaign*. *Voucher Gift*

Campaign ini adalah konten yang akan membantu *brand* Bunda Esti dalam mempromosikan *Voucher Gift* kepada khalayak. Konten ini akan dikemas dengan *feeds* ilustrasi yang menarik dan *tagline* #TerhubungWalauBerjarak dengan maksud bahwa seluruh orang dapat berbagi kebahagiaan kepada keluarga, kerabat dan saudara walau harus ada jarak karena tidak dapat bertemu dan berkumpul saat Hari Raya Idul Fitri 1442 H dikarenakan pembatasan sosial dan larangan mudik oleh pemerintah.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang diangkat dalam laporan ini yaitu:

“Bagaimana cara merancang ilustrasi media sosial untuk *brand* Bunda Esti yang menjadi klien di Start Friday Asia Brand Consultant?”

1.3 Batasan Masalah

Agar jelas dan terarah, terdapat beberapa batasan masalah yang akan dirancang dalam penjelasan Laporan Kerja Praktik ini, antara lain :

1. Perancangan desain Ilustrasi menggunakan *software* Adobe Photoshop.
2. Perancangan desain feed Instagram dengan Teknik Ilustrasi Digital
3. Perancangan desain Ilustrasi ke dalam *feeds* Instagram Bunda Esti.:

1.3 Tujuan

Tujuan pelaksanaan Kerja Praktik di Start Friday Asia Brand Consultant Surabaya adalah sebagai berikut :

1. Agar mahasiswa dapat mengetahui dan memahami aplikasi ilmu yang telah didapat selama perkuliahan.
2. Agar mahasiswa dapat memahami dengan baik ilmu penataan *layout*, *branding*, pemahaman *brief* dan desain secara terarah.
3. Agar mahasiswa dapat mendapat pengalaman dan bayangan akan pekerjaan di dunia nyata
4. Agar mahasiswa dapat mengetahui produktivitas instansi/perusahaan.

Tujuan penulisan Laporan Kerja Praktik ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk memenuhi syarat kelulusan mata kuliah Kerja Praktik yang diwajibkan pada seluruh mahasiswa program studi S1 Desain Komunikasi Visual Fakultas Desain dan Industri Kreatif, Universitas Dinamika Surabaya.
2. Sebagai penjabaran mengenai profil perusahaan, bagaimana sebuah perusahaan memperoleh proyek dan tindak lanjutnya, serta bagaimana keterlibatan penulis dalam kasus proyek yang diberikan oleh perusahaan.
3. Menjelaskan dan menjabarkan kepada para pembaca mengenai proses pelaksanaan Kerja Praktik dan lingkup penulisan laporan.

1.4 Manfaat

Dalam perancangan ilustrasi pada saat melakukan Kerja Praktik di Start Friday Asia Brand Consultant Surabaya ini, manfaat yang dapat diperoleh antara lain :

1.4.1 Bagi Mahasiswa

1. Menerapkan dan mengembangkan ilmu desain yang telah diajarkan pada saat perkuliahan.
2. Menambah ilmu dan pengalaman dibidang branding, desain dan industri kreatif.
3. Menambah wawasan dan pengetahuan untuk mempersiapkan diri baik secara teoritis maupun secara praktis.
4. Menambah jaringan relasi.
5. Dapat memahami setiap proses dalam pengerjaan desain.

1.4.2 Bagi Instansi/Perusahaan

1. Membantu Start Friday Asia Brand Consultant Surabaya dalam perancangan ilustrasi.
2. Membantu meningkatkan kualitas dan citra dari klien atau *brand* di Start Friday Asia Brand Consultant Surabaya.

3. Memperkuat jaringan antara perusahaan dan perguruan tinggi.
4. Memudahkan perusahaan dalam mencari potensi di bidang desain dan industri kreatif.

1.4.3 Bagi Akademik

1. Dapat mengaplikasikan ilmu desain pada setiap brand di Start Friday Asia Brand Consultant.
2. Perguruan tinggi akan dikenal dan memiliki citra baik di dunia kerja.
3. Kerja Praktik dapat dijadikan sebagai *portfolio* dan *asset* dalam dunia kerja nantinya.

1.5 Pelaksanaan.

a. Detail Perusahaan



Nama Perusahaan	: Start Friday Asia Brand Consultant Surabaya, Jawa Timur, Indonesia.
Alamat	: Jl. Ruko Royal Paka Residence AA-20, Gunung Anyar, Surabaya, Jawa Timur 60294
Telepon	: (+62) 822 - 3000 - 1070
E-mail	: info@startfriday.co.id
Website	: https://www.startfriday.asia/

b. Periode

Tanggal Pelaksanaan	: 09 April s/d 11 Mei 2021
Waktu	: 07.30 – 16.30 (Senin – Jumat)

1.6 Sistematika Penulisan

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

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini membahas tentang latar belakang, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan, manfaat, pelaksanaan (kerja praktik), dan sistematika penulisan Laporan Kerja Praktik.

BAB II GAMBARAN UMUM INSTANSI

Dalam bab ini membahas tentang profil instansi yang ditempati dalam pelaksanaan Kerja Praktik di Start Friday Asia Brand Consultant Surabaya, yang berisikan mengenai profil, logo, visi dan misi, tugas dan fungsi, struktur organisasi dan deskripsi pekerjaan dari instansi tersebut.

BAB III LANDASAN TEORI

Dalam bab ini membahas tentang berbagai teori yang relevan dan cocok dengan judul Laporan Kerja Praktik ini guna menunjang penulisan Laporan Kerja Praktik.

BAB IV DESKRIPSI PEKERJAAN

Dalam bab ini membahas secara detail tentang pekerjaan yang telah dilaksanakan pada saat Kerja Praktik di Start Friday Asia Brand Consultant Surabaya, yang diangkat dalam Laporan Kerja Praktik ini.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisikan tentang kesimpulan dan saran terkait pembahasan pada Laporan Kerja Praktik. Kesimpulan berisi ringkasan keseluruhan hasil dalam Laporan Kerja Praktik ini, sementara saran berisi beberapa masukan untuk permasalahan yang diangkat dalam Laporan Kerja Praktik ini

BAB II

GAMBARAN UMUM INSTANSI

2.1 Profil Perusahaan



Gambar 2.1. Kantor Start Friday Asia Brand Consultant

(Sumber : Website info@startfriday.co.id, April 2021)

Start Friday Asia Brand Consultant Surabaya adalah satu dari sekian banyak agensi branding di kota Surabaya yang sudah banyak menangani brand-brand besar di berbagai kota di Indonesia.

Berikut adalah beberapa informasi mengenai identitas dari Start Friday Asia Brand Consultant Surabaya:

Nama Perusahaan	:	Start Friday Asia Brand Consultant Surabaya, Jawa Timur, Indonesia.
Alamat	:	Jl. Ruko Royal Paka Residence AA-20, Gunung Anyar, Surabaya, Jawa Timur 60294
Telepon	:	(+62) 822 - 3000 - 1070
E-mail	:	info@startfriday.co.id
Website	:	https://www.startfriday.asia/
Hari Kerja	:	Senin s/d Jum'at
Jam Kerja	:	07.30 – 16.30

2.2 Visi, Misi dan Value

1. Visi

Menjadi konsultan branding yang paling terbaik dan mengesankan di seluruh pasar Asia.

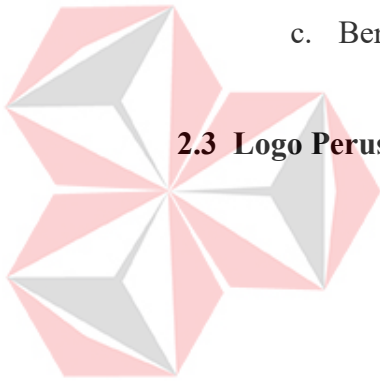
2. Misi

- a. Menciptakan strategi yang berfokus pada klien dengan menggunakan fitur produk, manfaat yang rasional dan hubungan emosional yang baik.
- b. Memberikan sebuah kepribadian yang unik, ciri khas dan gaya dalam sebuah *brand* sebagai pembeda dari *brand* lainnya.

3. Value

- a. Menjadi Memahami Perubahan Pasar.
- b. Melayani Klien dengan Penuh Semangat
- c. Berusaha Keras untuk Keunggulan.

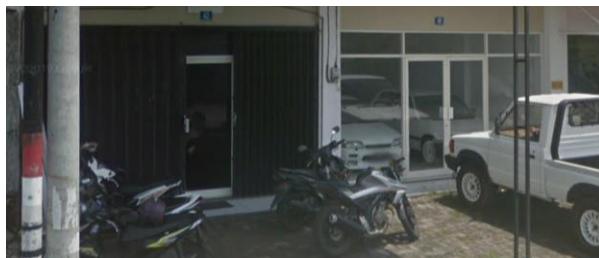
2.3 Logo Perusahaan



Gambar 2.2 Logo Start Friday Asia Brand Consultant Surabaya

(Sumber: Twitter Start Friday Asia Brand Consultant)

2.4 Lokasi Start Friday Asia Brand Consultant



Gambar 2.3 Lokasi Start Friday Asia Brand Consultant Surabaya

(Sumber: Dokumentasi Penulis, April 2021)

2.5 Struktur Organisasi

Berikut ini merupakan susunan struktur organisasi Start Friday Asia Brand Consultant Surabaya.

Struktur Organisasi Start Friday Asia Brand Consultant Surabaya



**Gambar 2.4. Struktur Organisasi pada Start Friday Asia
Brand Consultant Surabaya**

(Sumber : Olahan penulis, 2021)

2.6 Deskripsi Pekerjaan

1) *Founder*

Founder memiliki arti yaitu seorang pendiri perusahaan. Pada Start Friday Asia Brand Consultant Surabaya ini, *Founder* memiliki peran penting dalam mencetuskan ide, memberikan fasilitas bagi perusahaan dan mengelola sistem perusahaan dengan baik.

2) *CEO / Chief Executive Officer*

CEO memiliki peran penting yaitu memimpin dan menentukan arah perusahaan dengan sebaik mungkin. *CEO* harus dapat membentuk tim yang solid, dapat mewakili perusahaan di kegiatan atau acara eksternal, mengalokasikan anggaran perusahaan dengan baik, dan membangun budaya kerja yang positif.

3) *Brand Consultant*

Brand Consultant di Start Friday Asia Brand Consultant Surabaya memiliki visi besar yaitu mengembangkan strategi dan meningkatkan kualitas dari berbagai *brand*. Mengemas ide-ide dengan baik agar dapat dipahami dan dieksekusi.

4) *Operational Manager*

Operational Manager memiliki banyak sekali kewajiban dan kelebihan dalam hal apapun, sehingga sangat diandalkan oleh pimpinan perusahaan. Adapun beberapa kewajiban yang dilakukan *Operational Manager* pada Start Friday Asia Brand Consultant Surabaya :

- Mensosialisasikan perubahan kebijakan dan berbagai informasi lain dari *CEO*.
- Melakukan koordinasi internal dengan semua tim dengan tujuan meningkatkan komunikasi dan kerja sama antar divisi.
- Menangani operasional perusahaan.
- Menyimpan dan menata beberapa hasil dokumentasi perusahaan.

5) *Marketing Executive*

Marketing Executive atau orang yang mengatur manajemen pemasaran untuk berbagai *brand*. Pada Start Friday Asia Brand Consultant Surabaya ini, memiliki tanggung jawab untuk melakukan penelitian, membuat pemasaran konten yang menarik, melakukan perencanaan dan membentuk organisasi acara, melakukan kegiatan periklanan serta hubungan masyarakat.

6) *Account Executive*

Hampir setara dengan posisi *Marketing Executive*, namun *Account Executive* lebih mengarah pada kegiatan lapangan. Dalam posisi *Account Executive* ini, memiliki *jobdesk* yaitu bertanggung jawab dalam mendapatkan klien, mengatur jadwal pertemuan dengan klien, menghasilkan kerja yang saling menguntungkan serta membuat sebuah brief yang mudah dipahami dan di eksekusi.

7) *Creator*

Yang terpenting dalam membantu brand untuk membuat sebuah visual yang menarik, sangat perlu adanya kreator yang memproduksi hasil desain untuk brand tersebut. Pada Start Friday Asia Brand Consultant Surabaya ini terdapat beberapa kreator dengan keahliannya masing-masing, diantaranya sebagai berikut:

- ***Graphic Designer***

Graphic Designer memiliki banyak sekali pekerjaan desain yang harus dikerjakan sesuai *brief* yang telah dibuat. Beberapa konten memiliki style desain masing-masing seperti desain grafis, ilustrasi, *layout packaging*, desain promosi, animasi dan desain *motion graphic*

- ***3D Designer***

3D Designer disini memiliki tugas yang tidak terlalu banyak, namun proses pembuatannya cukup lama. Karena banyak sekali

bagian-bagian desain yang akan diwujudkan menjadi bentuk 3 dimensi serta kapasitas dari *file* karya yang dihasilkan sangat besar.

- **Fotografer dan Videografer**

Fotografer dan Videografer adalah posisi yang paling berperan saat ada acara yang diadakan oleh pihak Start Friday Asia Brand Consultant Surabaya seperti rapat dengan klien, acara internal maupun eksternal, bahan konten dan lain sebagainya.

Karena Fotografer dan Videografer ini akan menangkap gambar dan video sebagai dokumentasi, serta melakukan *editing retouch* dari hasil yang mereka dapatkan.



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB III

LANDASAN TEORI

3.1 Media Promosi

Media promosi merupakan alat atau sarana yang digunakan untuk promosi. Ada berbagai macam media promosi yang berkembang saat ini, dari media konvensional sampai media tidak konvensional. Media promosi yang paling tua adalah dari mulut ke mulut. Promosi ini banyak dijumpai pada zaman dahulu karena belum banyak media promosi yang maju seperti saat ini. Contoh media promosi lainnya adalah brosur, leaflet, flyer, poster, billboard iklan di koran, televisi, gelas, jam dinding, kartu nama, stiker, dan lain sebagainya (Amaliah et al., 2015).

Media promosi dibagi menjadi beberapa kategori diantaranya adalah media cetak konvensional, iklan media cetak, media luar ruang, media online dan media elektronik. Yang sering dilakukan saat memasuki era teknologi yang semakin canggih, seluruh promosi barang maupun jasa kini lebih banyak dengan online karena menjangkau lebih luas, akses yang mudah serta biaya yang tidak terlalu mahal salah satunya media sosial seperti Instagram, Youtube, dan lain-lain.

3.2 Media Sosial

Menurut Nasrullah (2015) media sosial adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain membentuk ikatan sosial secara virtual. Dalam media sosial, tiga bentuk yang merujuk pada makna bersosial adalah pengenalan (cognition), komunikasi (communicate) dan kerjasama (cooperation). Tidak dapat disangkal bahwa pada saat ini media sosial telah menjadi cara baru masyarakat dalam berkomunikasi.

Hal ini juga dimanfaatkan oleh beberapa brand yang menjual value dan juga produknya. Karena media sosial sangat efektif untuk menjangkau target

pasar dan mendapat banyak keuntungan dari penjualannya melalui media sosial.

3.3 Instagram

Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto dan mengambil gambar atau foto yang menerapkan filter digital untuk mengubah tampilan efek foto, dan membagikannya ke berbagai layanan media sosial, termasuk milik Instagram sendiri. Instagram memiliki lima menu utama yang semuanya terletak di bagian bawah (Atmoko, 2012:28). *Welcome To Instagram*, inilah kalimat pembuka yang ditulis oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger di blog resminya pada 6 Oktober 2010, yang menandai rilisnya aplikasi photo sharing revolusioner Instagram.



Gambar 3.1. Ikon Instagram 2021

(Sumber : <https://dgi.or.id/>)

Nama Instagram berasal dari kata “*instant*” untuk kata “*insta*” dan “*telegram*” untuk kata “*gram*”. Jadi Instagram adalah gabungan dari kata *insant* dan *telegram*. Kata instant berasal dari kamera polaroid yang pada masanya dikenal dengan sebutan “*instant camera*”. Sedangkan telegram sesuai fungsinya untuk mengirimkan informasi dengan cepat. Begitu pula dengan Instagram yang dapat mengunggah foto dengan menggunakan jaringan internet, sehingga informasi yang disampaikan dapat diterima dengan cepat. Oleh karena itulah Instagram berasal dari kata “*instan-telegram*” (Putri, 2013:14).

Instagram mengangkat konsep seperti galeri foto, menghadirkan konten penggunaannya berdasarkan gambar dan video. Menggunakan konsep galeri

foto ini, konten pengguna akan ditampilkan dalam *profile grid* dengan tiga kolom yang dapat disusun dengan rapih sesuai dengan kreatifitas yang dimiliki para penggunanya. *Profile grid* ini sering dikenal dengan sebutan *feeds*.

3.4 Feeds

Feeds merupakan salah satu fitur unggulan yang dimiliki Instagram. *Feeds* adalah tampilan bersusun konten (gambar dan video) yang pernah diunggah pengguna Instagram pada profilnya dan dapat dilihat ketika seseorang mengunjungi profil pengguna tersebut.

Alex dan Andrew (2018) yang merupakan *founder* dari *Preview App*, dalam tulisannya yang berjudul *Complete Instagram by Preview App* menyarankan untuk mengatur tampilan *feeds* Instagram pengguna semenarik mungkin agar mendapat *exposure* yaitu bertambah atau meningkatnya followers, yang mana hal ini kemudian dapat menjadi lahan bisnis bagi beberapa orang. Alex dan Andrew memberikan beberapa tips untuk mengelola *feeds*, antara lain :

1. Choose a style

Langkah pertama dalam membentuk *feed* adalah menentukan tema.

Beberapa tema yang disarankan oleh Alex dan Andrew yaitu :

- *Dark/Moody*, bernuansa gelap
- *White*, bernuansa putih
- *Colorful*, penuh banyak warna
- *Nature*, bernuansa alam
- *Brown*, bernuansa coklat
- *Vintage*, berkesan lama atau kuno



Gambar 3.2. Contoh Desain Feed : Tema Dark

(Sumber : pinterest.com)

2. Choose a Grid Layout

Untuk memperindah tampilan *feeds*, dapat digunakan *grid layout* untuk membingkai foto. Beberapa *grid layout* yang disarankan oleh Alex dan Andrew yaitu :

- *Squares*
- *Tiles*
- *Line by Line*
- *Follow the Line*
- *Rainbow Feed*
- *Puzzle*
- *White Borders*

3. Choose a Color Palette

Menentukan warna yang terbaik juga akan membentuk feed menjadi lebih menarik. Penggunaan *feeds* Instagram adalah sebagai representasi

pengguna dalam memberikan expose kepada publik. Tidak dapat dipungkiri bahwa tampilan feed Instagram juga sering kali turut membentuk kesan atau citra diri penggunanya (Oktaresiyanti, 2019).

3.5 Ilustrasi

Ilustrasi adalah sebuah perkembangan desain yang divisualisasikan dalam bentuk gambar dan semacamnya yang dibuat untuk menjelaskan atau menerangkan sebuah bentuk, kalimat, sifat dan juga peristiwa. Ilustrasi sama halnya dengan ilusi, karena hanya sebuah angan-angan yang tidak memiliki wujud yang nyata.

Menurut (Bodmer, 1992, p.72) Ilustrasi adalah hasil karya seni yang berfungsi untuk menjabarkan, menjelaskan, menafsirkan, ataupun mendekorasi sebuah teks. Ilustrasi sendiri sudah dipakai secara luas dalam bidang poster, periklanan, buku komik, seni animasi, kartu ucapan, film/animasi dan lainnya (Turangan et al., 2017) .

Menurut para ahli lain, ilustrasi adalah gambar yang berhubungan dengan seni. Gambar ini dapat menggambarkan arti dari sebuah bacaan untuk membantu pembaca memahami arti dari tulisan (Rohidi, 1984).

3.6 Sketsa

Sketsa adalah sebuah proses pembuatan sebuah gambar dengan durasi waktu yang relatif cepat. Proses sketsa ini seringkali digunakan para desainer atau seniman sebagai perancangan dalam membuat sebuah karya. Kadang kala sketsa juga sudah menjadi hasil jadi tergantung dari desainer atau seniman yang mengolahnya sedemikian rupa.

Jika sketsa (*sketch*) dibuat dengan waktu yang relatif cepat dengan garis-garis yang sederhana dan efisien tanpa penggunaan detail, maka gambar (*drawing*) merupakan sebuah karya seni yang mempresentasikan suatu objek secara detail, dengan media pensil, pena, dsb (Pangarso, 2013: 1).



Gambar 3.3. Sketsa Henk Ngantung, Membatik

(Sumber : Buku Kumpulan Sketsa Henk)

3.7 Desain

Desain adalah terjemahan fisik mengenai aspek sosial, ekonomi, dan tata hidup manusia, serta merupakan cerminan budaya zamannya. Desain adalah salah satu manifestasi kebudayaan yang berwujud, desain adalah produk dari nilai-nilai yang berlaku pada kurun waktu tertentu (Agustini, 2015).

Dalam desain, tidak lepas dari konsep desain yang logis, yang didasarkan pada sebuah rumus dan teori yang membatasinya agar desain yang dibuat menjadi lebih terarah dan maksimal.

3.7.1 Unsur-unsur Desain

Ada beberapa hal penting dalam membuat sebuah desain untuk menghasilkan kombinasi desain yang menarik, komunikatif, informatif dan mudah dipahami. Beberapa hal penting tersebut disebut dengan unsur-unsur desain.

Adi Kusrianto, (2007:30) berpendapat bahwa untuk dapat mewujudkan suatu tampilan visual, ada beberapa unsur yang harus ada beberapa unsur yang harus diperhatikan. Berikut penjelasan dari beberapa unsur desain menurut (Widya Dharma Adi & Dawrmawan James, 2016) :

1. Titik

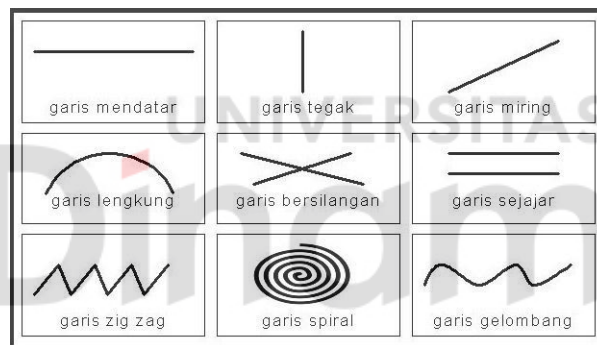
Titik adalah salah satu elemen visual yang bentuknya relatif kecil, sehingga dimensi memanjang atau melebarnya

dianggap seperti tidak ada artinya. Titik cenderung disajikan sebagai bentuk kelompok yang bervariasi dalam jumlah, susunan, dan bentuk kepadatan tertentu.

2. Garis

Garis merupakan sebuah unsur desain yang merupakan rapatan dari sekelompok titik yang berurut dan runtut, baik berdiri sebagai elemen utama maupun bagian dari (aksen) komunikasi.

Garis merupakan hasil goresan yang nyata dan batas limit suatu benda, rangkaian masa dan warna. Berbagai macam garis dari panjang, pendek, tipis, tebal, lurus, patah-patah, horisontal, vertikal, melengkung dan lain sebagainya.



Gambar 3.4. Unsur Desain : Garis

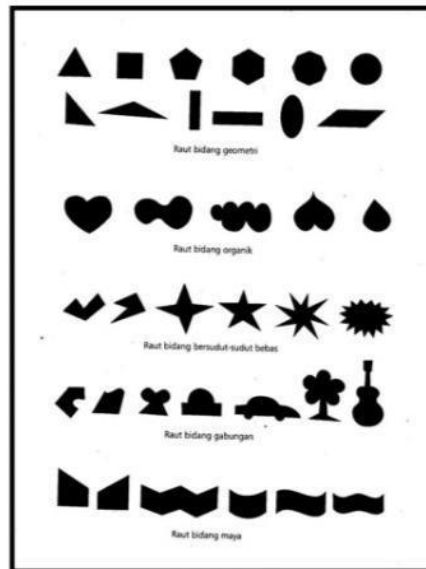
(Sumber : idseducation.co)

3. Bentuk

Bentuk merupakan sebuah unsur desain yang merupakan bertemunya titik awal garis dengan titik akhir garis sehingga membentuk suatu bidang. Bentuk berperan untuk memaksimalkan karakter/kesan yang ingin dicapai dalam desain.

Ada dua macam bentuk dasar dalam desain, yaitu: bentuk geometrik dan bentuk organik. Bentuk geometris lebih formal karena beraturan seperti circle, rectangle, triangle dan lain

sebagainya, sementara bentuk organis lebih fleksibel karena tidak beraturan.



Gambar 3.5. Unsur Desain : Bentuk

(Sumber : Sanyoto, 2010, hlm. 105)

4. Ruang

Ruang merupakan sebuah unsur desain yang dihadirkan dengan adanya berbagai bentuk. Pembagian bentuk atau jarak antar objek berunsur titik, garis, bidang, dan warna. Ruang lebih mengarah pada perwujudan tiga dimensi sehingga ruang dapat dibagi dua, yaitu ruang nyata dan semu. Keberadaan ruang sebagai salah satu unsur visual sebenarnya tidak dapat diraba tetapi dapat dimengerti.

5. Warna

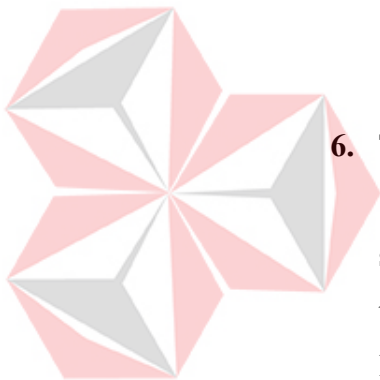
Warna merupakan unsur penting dalam obyek desain. Dengan warna sebuah brand dapat menampilkan identitas atau citra yang ingin disampaikan. Ada banyak sekali makna dari setiap warna yang mengartikan sebuah perasaan dan pesan tertentu.

Warna merupakan salah satu elemen yang dapat menarik perhatian, meningkatkan mood, menggambarkan citra sebuah perusahaan, dan lainnya (Anggraini & Nathalia, 2014: 37).



Gambar 3.6. Unsur Desain : Warna

(Sumber : Bahan Ajar, Pengantar Desain
Grafis ©2016)



6. Tekstur

Tekstur adalah sebuah karakteristik atau representasi dari suatu permukaan objek tertentu. Banyak sekali tipe dari sebuah tekstur objek seperti licin, pudar, halus, kasar, lembut, berbulu dan lain sebagainya. Tekstur menjadi salah satu unsur desain yang paling unik karena dapat dirasakan dengan dua proses penginderaan sekaligus, yaitu visual (indera penglihatan) dan juga rasa (indera peraba).

3.7.2 Prinsip-prinsip Desain

Ada beberapa hal yang harus diperhatikan dalam membuat desain seperti rules dan kaidah, hal tersebut biasa dinamakan dengan prinsip desain. Beberapa prinsip dalam desain dituangkan dalam satu kesatuan komposisi.

Pada dasarnya, komposisi merupakan penggabungan dari banyak bagian menjadi suatu bentuk yang serasi. Sebagai pedoman dasar, komposisi mampu mencapai rancangan bentuk abstrak, alamiah, non objektif, ornamental, ataupun struktural. Terdapat 4 prinsip dalam desain, antara lain :

1. Keseimbangan

Keseimbangan atau balance merupakan prinsip dalam komposisi yang menghindari kesan berat sebelah atas suatu bidang atau ruang yang diisi dengan unsur-unsur rupa. Faktor yang mendukung keseimbangan yaitu posisi atau penempatan, proporsi, kualitas, dan arah dari unsur-unsur pendukungnya.

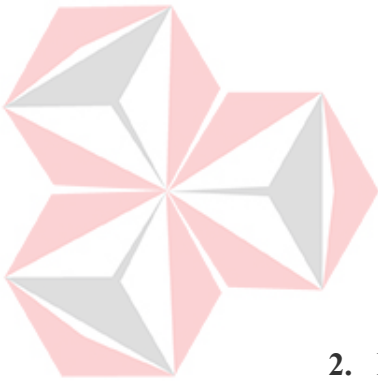
Menurut (Kusrianto, 2007 : 38) keseimbangan dibagi dalam dua macam, yaitu sebagai berikut:

a) *Simetris/symmetric* (berkesan statis)

Penyusunan unsur desain terbagi sama berat antara bagian kanan dengan kiri, atas dengan bawah, atau terbagi dengan setara.

b) *Asimetris/asymmetric* (berkesan dinamis)

Penyusunan unsur desain terbagi tidak sama berat antara bagian kanan dengan kiri, atas dengan bawah, karena berupaya menciptakan penekanan dalam sebuah tampilan visual, namun tetap memberikan kesan seimbang.



2. Irama

Irama atau ritme adalah penyusunan unsur-unsur dengan mengikuti suatu pola penataan tertentu secara teratur agar didapatkan kesan yang menarik. Penataannya dapat dilakukan dengan mengadakan pengulangan maupun pergantian secara teratur.

Dalam hal desain, irama ini berupa repetisi atau variasi. Repetisi merupakan irama dengan pengulangan unsur desain yang dibuat sama dan konsisten, sedangkan variasi merupakan irama dengan pengulangan unsur desain yang disertai beberapa perubahan seperti bentuk, ukuran, atau posisi.

3. Proporsi

Proporsi merupakan salah satu prinsip yang menentukan baik dan tidaknya suatu komposisi dalam mewujudkan bentuk, bisa merupakan perbandingan ukuran, perbandingan posisi, ataupun perbandingan ruang yang berelasi dengan satuan ukuran: panjang, lebar, dan tinggi.

4. Kesatuan

Kesatuan atau *unity* adalah gabungan dari beberapa unsur desain dengan memperhatikan keseimbangan, irama, proporsi, dan semuanya dalam suatu komposisi yang utuh. Segala hal yang membentuk suatu desain harus saling terkait satu sama lain sehingga terbentuk kesan suatu kesatuan (hubungan antara unsur satu dengan yang lainnya sebagai suatu bentuk yang tak dapat dipisahkan).



3.8 Digital Painting

Menurut Deka Anjar dalam bukunya yang berjudul “*Digital Painting dan Desain Karakter dengan Adobe Photoshop : 2012*”. *Digital painting* adalah menggambar secara digital dengan menggoreskan kuas digital yang menghasilkan garis, gambar, dan warna yang terbentuk dari titik-titik digital monitor. Karena semua bahannya adalah bahan digital, otomatis akan lebih menghemat waktu dan biaya (*Perancangan Buku Ilustrasi Dengan Teknik*, 2018).

3.9 Layout

Layout atau tata letak merupakan aspek desain visual yang bertujuan untuk pengorganisasian tulisan dan gambar yang memiliki pesan-pesan atau informasi agar dapat dipahami oleh pengguna melalui cara tertentu. Layout ditata serapi mungkin agar memudahkan pengguna dalam melihat bagian demi bagian visual sekaligus dapat menarik perhatian (Dwi Kristianto, 2002).

Layout bertujuan untuk menunjang penampilan penyajian suatu informasi yang disampaikan dalam suatu karya desain. Dengan adanya proses layout, hasil karya desain diharapkan akan mencapai nilai estetis dan informatif.

3.10 Typography

Sebelum era digital, typography adalah ilmu atau skill yang berkaitan dengan profesi penata aksara di percetakan maupun seniman seniman yang bekerja di perusahaan pembuatan aksara atau disebut dengan *type foundry* (Amaliah et al., 2015).

Menurut Surianto Rustan (2010), typography dibagi ke dalam 3 macam, yaitu kelompok huruf, spasi huruf, dan ukuran huruf.

1. Kelompok Huruf

a) Serif

Serif merupakan jenis kelompok huruf yang memiliki kesan formal, elegan, dan rapi, serta bentuk garisan huruf dengan ujung meruncing dan memiliki ketebalan atau ketipisan garis yang menonjol.

b) Sans Serif

Sans Serif merupakan jenis kelompok huruf yang memiliki kesan kuat, stabil, dan tegas dengan bentuk garisan huruf yang sama tebal.

c) Script

Script merupakan jenis kelompok huruf yang memiliki kesan akrab, berirama, dan indah dengan bentuk garisan serupa dengan tulisan buatan tangan.

2. Spasi Huruf

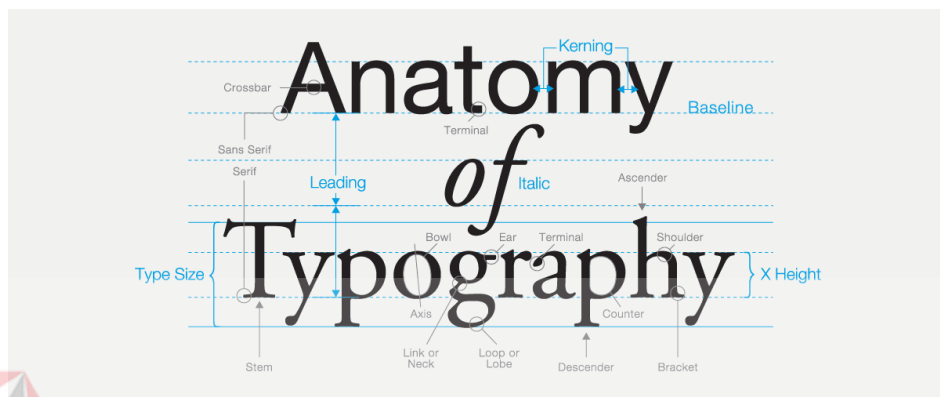
Penggunaan spasi pada huruf berperan penting dalam penyusunan typography untuk meningkatkan daya baca suatu kalimat atau susunan huruf. Spasi akan mempertimbangkan



toleransi tata letak antar huruf suatu kalimat agar memiliki proposi sehingga mudah dibaca.

3. Ukuran Huruf

Ukuran suatu huruf umumnya ditentukan atas dasar jenis paragraf dan ukuran ruang serta target pembaca. Penentuan yang tepat ditujukan untuk kemudahan dalam menyampaikan pesan.



Gambar 3.7. Cara Pemakaian *Typography*

(Sumber : jagodesain.com)

BAB IV

DESKRIPSI PEKERJAAN

4.1 Pengumpulan Data

Start Friday Asia Brand Consultant Surabaya adalah sebuah instansi yang selalu memprioritaskan seluruh kebutuhan dari brand yang sedang ditangani. Pada kesempatan ini penulis mendapatkan sebuah proyek ilustrasi sebagai media promosi penjualan *gift voucher* untuk brand Bunda Esti. Bunda Esti sendiri adalah sebuah brand yang bergerak dibidang jasa.

Dengan demikian, maka fokus konten yang dapat disajikan dalam feed Instagram Bunda Esti adalah beberapa topik terkait pengembangan dan peningkatan kualitas brand dari Bunda Esti. Beberapa topik tersebut dapat memuat informasi tentang kegiatan brand Bunda Esti selama Ramadhan 1442 Hijriyah, ucapan selamat hari raya, gift voucher untuk lebaran, serta berbagai cara untuk berbagi dan bersilaturahmi secara online.

Beberapa kegiatan yang dilakukan dalam tahap pengumpulan data antara lain :

4.1.1 Observasi Langsung

Kegiatan observasi ini dapat dilakukan dengan berbagai macam cara seperti berdiskusi secara daring maupun secara langsung. Tujuan utama dilakukan observasi sebagai cara untuk menggali permasalahan dan mendapatkan data-data yang dibutuhkan.

Biasanya observasi ini dilakukan dengan wawancara, melakukan peninjauan, mengambil gambar, mengukur objek yang dibutuhkan dan riset dengan internet. Setelah data terkumpul maka akan berlanjut pada proses penelaah data di Start Friday Asia Brand Consultant Surabaya.

4.1.2 Telaah Literatur

Pada proses penelaah ini, seluruh tim di Start Friday Asia Brand Consultant Surabaya baik tim *content writer* dan juga tim desain saling berdiskusi menemukan sebuah solusi dan perancangan brief.

Brief dibuat oleh tim *content writer* dengan tujuan untuk menentukan konsep, memberikan *rules* dan membantu tim desain lebih mudah dalam pengerjaan desain untuk client di Start Friday Asia Brand Consultant Surabaya.

4.2 Brief

Pada tahapan *brief*, tim *content writer* Start Friday Asia Brand Consultant Surabaya membuat dalam format ppt dan penjelasan yang sangat singkat dan tidak banyak memberikan aturan maupun panduan untuk acuan pembuatan desain.



Gambar 4.1. PPT Brief Desain dari Tim *Content Writer*

(Sumber : Olahan Penulis, April 2021)

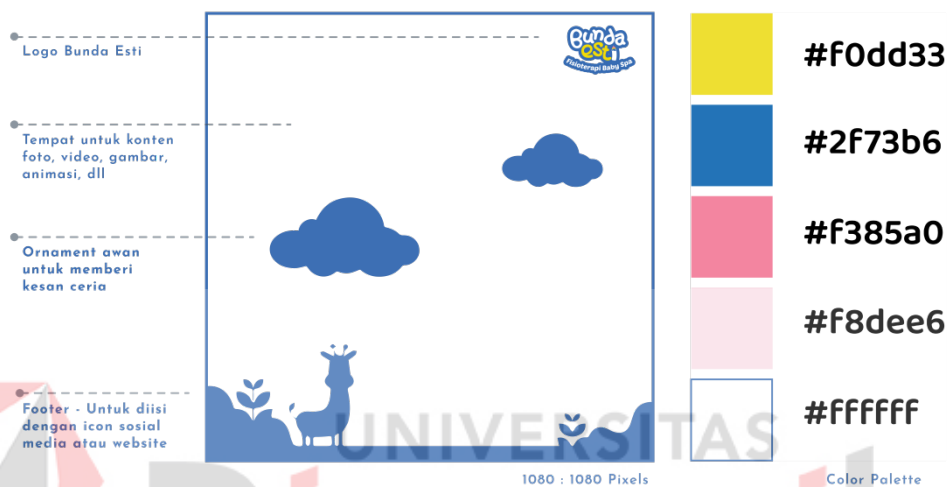
Desainer dibebaskan membuat desain secara kreatif namun harus memperhatikan beberapa hal, yaitu :

- a) Konsep seputar Hari Raya Idul Fitri 1442 H
- b) Memberikan beberapa elemen visual seperti logo, *pattern* dan warna (*color palette*) khas dari brand Bunda Esti.
- c) Membuat beberapa opsi desain layout yang berbeda untuk dipilih salah satu dari yang layak untuk dikirim atau diposting.

4.3 Penentuan Konsep

Tahap penentuan konsep ini masih berkaitan dengan tahap *brief*. Hal ini dikarenakan tahap penentuan konsep merupakan tahap perwujudan atau tahap merealisasikan beberapa aturan yang ada di tahap *brief*. Pada tahap ini konsep yang telah ditentukan diatur dalam *template* desain yang telah menjadi sebuah ciri khas dari brand Bunda Esti.

Adapun contoh *template* desain brand Bunda Esti, sebagai berikut :



Gambar 4.2. Template Desain dan Color Palette Bunda Esti

(Sumber : Olahan Penulis, April 2021)

4.4 Pengumpulan Referensi

Pada tahap pengumpulan referensi ini, aktivitas yang dilakukan adalah mencari beberapa jenis desain, ornamen dan juga ilustrasi yang serupa dengan *style* brand Bunda Esti serta sesuai dengan tema yang ditentukan melalui berbagai macam *platform* seperti Instagram, Pinterest, Behance dan lain-lain.

Adanya tahap ini bertujuan agar tim desain lebih mudah dalam mengerjakan sebuah desain dan juga mempercepat dalam pengerjaan. Hasil referensi akan dikembangkan kembali sehingga terbentuk hasil jadi yang memiliki visualisasi menarik. Sehingga dapat menarik perhatian dan meningkatkan kualitas serta daya beli dari brand Bunda Esti sendiri.

4.5 Software yang digunakan

4.5.1 Microsoft Power Point



Gambar 4.3. Logo Adobe Photoshop 2019

(Sumber : Olahan Penulis, April 2021)

Proses pembuatan desain di Start Friday Asia Brand Consultant Surabaya sangat membutuhkan software Microsoft Power Point sebagai alat untuk menerima *brief* desain dari para tim *content writer*. Dengan adanya Microsoft Power Point memudahkan tim content writer dan juga tim desain untuk saling mengkomunikasikan brief yang telah ditentukan, bertujuan untuk menghindari kesalahpahaman dari kedua tim tersebut.

4.5.2 Adobe Photoshop 2019



Gambar 4.4. Logo Adobe Photoshop 2019

(Sumber : Olahan Penulis, April 2021)

Pada proses pembuatan sebuah desain tak luput dari berbagai aplikasi atau *software* yang akan membantu mewujudkan karya tersebut. Pada pembuatan ilustrasi ini, penulis menggunakan *software* Adobe Photoshop 2019. Karena *software* ini sangat layak digunakan untuk membuat desain

ilustrasi dengan teknik *digital painting*. Adobe Photoshop 2019 memiliki banyak sekali *tools* dan fitur yang dapat digunakan dalam pembuatan desain.

Dari berbagai *tools* yang tersedia, disini penulis menggunakan *brush tool* yang biasa digunakan untuk membuat ilustrasi, desain foto, manipulasi foto dan lain-lain.

4.6 Proses Pembuatan Desain

Berikut adalah beberapa proses yang dilalui oleh penulis dalam perancangan ilustrasi media sosial brand Bunda Esti di Start Friday Asia Brand Consultant Surabaya.

1. Pembuatan Sketsa Manual



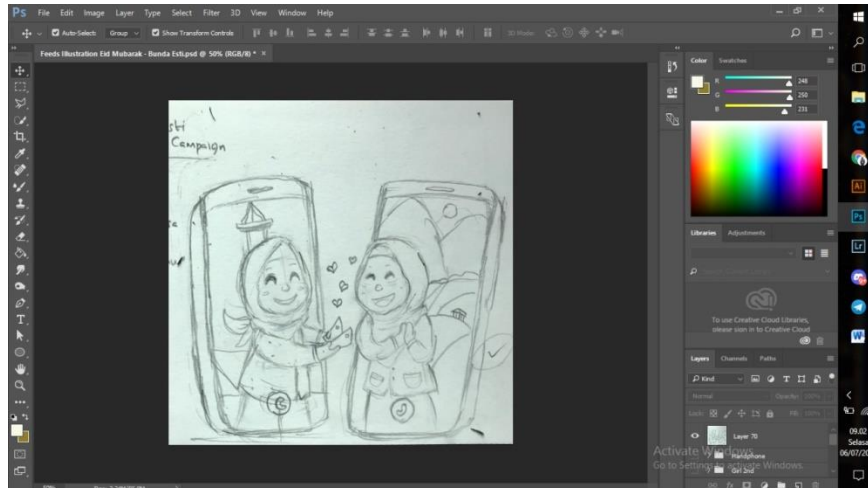
Gambar 4.5. Sketsa Manual Ilustrasi

(Sumber : Olahan Penulis, April 2021)

Langkah pertama dalam perancangan ilustrasi sosial media brand Bunda Esti di Start Friday Asia Brand Consultant Surabaya ini adalah sketsa manual dengan menggunakan media kertas di *sketchbook* berukuran A5 dan alat tulis seperti pensil 2B dan penghapus. Kemudian foto hasil sketsa dengan kamera *handphone*. Adanya proses sketsa manual ini agar mempermudah dalam pembuatan digital serta memberikan gambaran kasar dari bentuk ilustrasi kepada *client*.

2. Memasukkan Sketsa pada Lembar Kerja Desain Baru

Proses selanjutnya adalah memasukkan hasil foto sketsa manual ke dalam lembar kerja baru (*new artboards*) dengan menggunakan software Adobe Photoshop 2019 untuk proses pengerjaan desain digital.

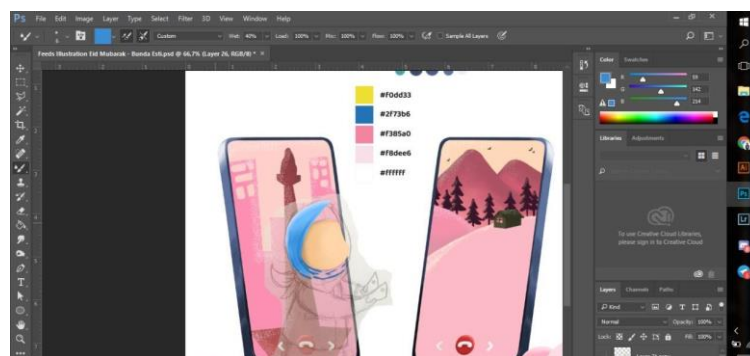


Gambar 4.6. Memasukkan Sketsa pada Lembar Kerja Desain

(Sumber : Olahan Penulis, April 2021)

Pada tahapan ini hasil sketsa yang telah mendapatkan asistensi dari ketua tim desain maka akan diatur pada lembar kerja desain baru di Adobe Photoshop 2019 dengan ukuran 1:1. Ditata sesuai keinginan, mengatur proporsi dan komposisi. Kemudian opacity dari gambar sedikit diturunkan menjadi 50-75%, lalu ditekan tombol kunci (key) pada layer agar gambar sketsa tidak dapat diubah-ubah.

3. Proses Pewarnaan Ilustrasi dengan *Brush Tool*



Gambar 4.7. Pewarnaan Ilustrasi dengan *Brush Tool*

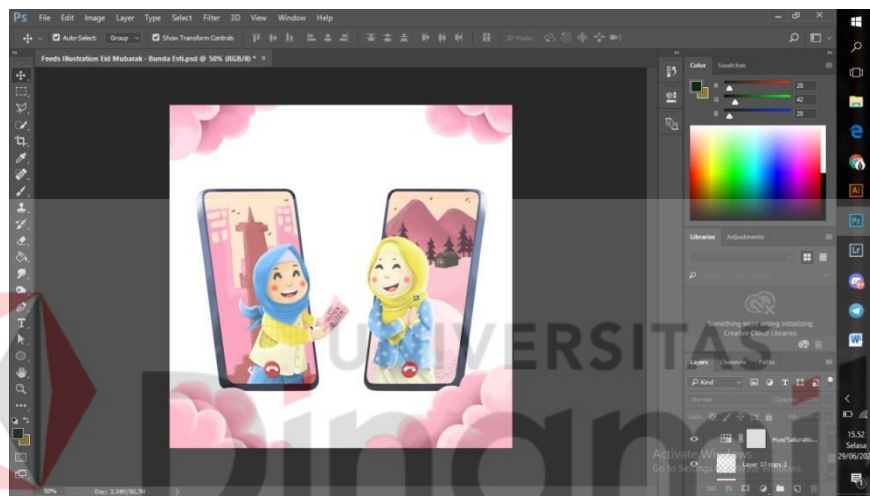
(Sumber : Olahan Penulis, April 2021)

Setelah sketsa yang telah disetujui dan dimasukkan kedalam lembar kerja desain baru, kemudian masuk pada proses pewarnaan dengan brush

tool yang ada di software Adobe Photoshop 2019. Pada tahapan ini, menggunakan hasil dari observasi yaitu dengan menggunakan color palette yang menjadi ciri khas dari brand Bunda Esti tersebut. Warna-warna yang dimiliki brand Bunda Esti adalah warana kuning, biru dan merah muda.

Pada tahapan inilah yang memakan waktu yang cukup lama, karena menggabungkan beberapa goresan warna menjadi satu harus mendapatkan tekstur yang halus dan hasil yang maksimal agar terkesan rapih.

4. Proses Pembuatan *Ornament* (Hiasan)



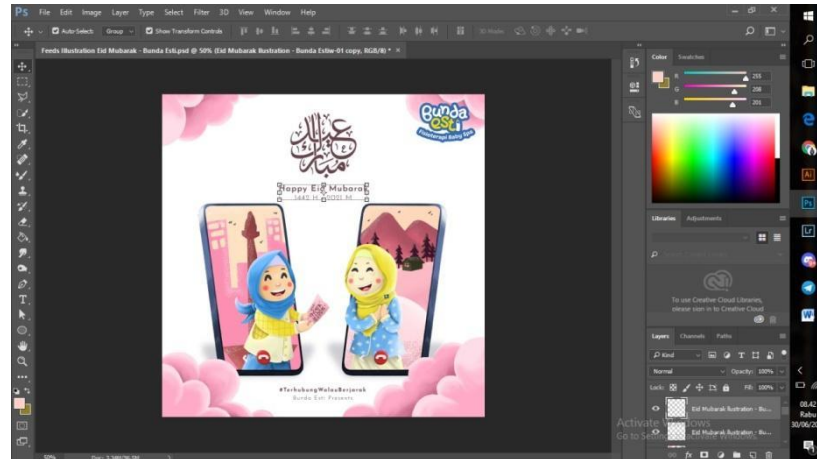
Gambar 4.8. Proses Pembuatan *Ornament*

(Sumber : Olahan Penulis, April 2021)

Setelah seluruh ilustrasi karakter dan bentuk ilustrasi lainnya telah selesai, dilanjutkan dengan tahap membuat sebuah desain hiasan. Desain hiasan ini pun juga harus sesuai dengan ciri khas yang dimiliki oleh brand Bunda Esti dengan tujuan agar memiliki irama yang sama di setiap feeds. Dari situlah feeds dari brand Bunda Esti terlihat sangat unik dan menarik perhatian yang melihatnya.

Hiasan (*ornament*) yang dibuat disini adalah bentuk awan, bulatan atau polkadot dan juga khat atau kaligrafi untuk memperingati hari raya idul fitri.

5. Penentuan *Typography*



Gambar 4.9. Penentuan *Typography*

(Sumber : Olahan Penulis, April 2021)

Proses selanjutnya adalah menentukan *typography* yang tepat. Dalam proses ini, beberapa hal yang harus diperhatikan antara lain jenis huruf, spasi huruf, dan ukuran huruf. Jenis huruf yang digunakan harus memperhatikan tingkat keterbacaan dan kesesuaian dengan konsep. Spasi huruf digunakan untuk meningkatkan daya baca atau untuk mempertimbangkan toleransi tata letak antar huruf. Yang terakhir, ukuran huruf ditentukan sedemikian rupa agar dapat memudahkan pembaca.

6. Pemilihan Warna untuk Background



Gambar 4.10. Pemilihan dan Opsi Warna Background

(Sumber : Olahan Penulis, April 2021)

Pada tahapan ini sebenarnya lumayan mudah dan prosesnya tidak banyak memakan waktu. Dari opsi warna yang dibuat ini akan dipilih

langsung oleh pihak Bunda Esti. Karena tahap ini harus menentukan warna yang sesuai dengan tema, ciri khas brand dan juga memiliki makna yang baik agar tidak melenceng dari tujuan dan konsep awal pembuatan.

7. Final Desain



Gambar 4.11. Final Desain

(Sumber : Olahan Penulis, April 2021)

Pada tahap final desain, hasil karya dari proses desain diberikan kepada ketua tim desain dan penanggung jawab brand. Dalam hal ini, ketua tim desain dan penanggung jawab brand akan menilai apakah desain sudah sangat layak untuk di upload atau ada beberapa hal yang harus dibenahi lagi. Apabila hasil desain sudah baik secara keseluruhan, maka desain diserahkan kembali kepada tim *content writer* untuk mereka posting pada akun Instagram brand tersebut

8. Tahap Produksi

Pada tahapan produksi ini, hasil desain akan diseleksi dan dipilih yang terbaik untuk diunggah pada akun Instagram brand Bunda Esti. Tampilan *home page* menjadi sebuah pertimbangan untuk menentukan produksi konten dari hasil desain.

Tahapan ini juga menentukan desain *feeds* dari konten yang akan mendatang dengan tujuan membuat penataan *feeds* yang menarik dan memiliki nilai estetika yang baik.



Gambar 4.12. Tahap Produksi

(Sumber : Olahan Penulis, April 2021)

9. Hasil Karya

Pada tahapan ini, hasil karya yang sudah melalui tahapan seleksi dan sudah dilakukan pembenahan (revisi) dari beberapa desainer lain yang sama menangani brand Bunda Esti ini, akan diunggah pada akun Instagram brand Bunda Esti.



Gambar 4.13. Hasil Karya 1 : Ilustrasi Ucapan Hari Raya dan promosi *Voucher Gift* brand Bunda Esti

(Sumber : Olahan Penulis, April 2021)

Gambar 4.13 merupakan contoh hasil desain *feeds* Bunda Esti untuk konten yang menginformasikan tentang Hari Raya Idul Fitri 1442 H. Konten tersebut sebagai tempat untuk bersilaturahmi, saling meminta maaf dan menunjukkan bahwa di Hari Raya Idul Fitri kali ini, *brand* Bunda Esti memiliki sesuatu yang spesial, yaitu *voucher gift*.



Gambar 4.14. Hasil Karya 2 : Feeds Desain *Voucher Gift*
(Sumber : Olahan Penulis, April 2021)

Gambar 4.14 merupakan contoh hasil desain *feeds* Bunda Esti untuk konten yang berisi bahwa Hari Raya Idul Fitri 144 H, ini harus terpisahkan oleh jarak dan sulit untuk bisa saling berbagi. Konten ini menginformasikan bahwa keadaan pandemi ini bukanlah sebuah halangan untuk bisa berbagi di Hari raya Idul Fitri 1442 H meskipun tidak dapat mudik dan menjumpai keluarga yang jauh.



Gambar 4.15. Hasil Karya 3 : Feeds Desain Diskon *Voucher Gift* dan Tagline Konten
(Sumber : Olahan Penulis, April 2021)

Gambar 4.15 merupakan contoh hasil desain feeds Bunda Esti yang menunjukkan tagline #TerhubungWalauBerjarak dan juga bentuk dari *voucher gift* dengan harga yang telah didiskon dari Rp.100.000,00- menjadi Rp. 75.000,00- tiap pembelian 1 *voucher* tersebut.



BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pengalaman selama melaksanakan kegiatan Kerja Praktik dalam kurun waktu satu bulan lebih beberapa hari di Start Friday Asia Brand Consultant Surabaya ini, maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Memberikan pengetahuan tentang karakteristik dari sebuah brand yang menjadi client di Start Friday Asia Brand Consultant Surabaya khususnya brand Bunda Esti.
2. Menambah ilmu dan wawasan tentang dunia branding dan desain.
3. Mengetahui tata cara kerja dalam sebuah tim, memahami tujuan yang ingin dicapai dan komunikasi yang baik dengan seluruh tim.
4. Mengetahui cara membuat sebuah perancangan konten dan promosi sebuah brand di media sosial.

5.2 Saran

Adapun saran yang dapat dikemukakan dari hasil kerja praktik di Start Friday Asia Brand Consultant Surabaya, antara lain sebagai berikut:

5.2.1 Bagi Perusahaan

1. Diharapkan kerja sama antara universitas dengan perusahaan.
2. Lebih terbuka untuk memberikan arahan dan motivasi terhadap mahasiswa yang melakukan kerja praktik.
3. Pembagian *jobdesk* lebih spesifik agar tidak tercampur antara *jobdesk* yang satu dengan yang lainnya.

5.2.2 Bagi Mahasiswa

1. Menjaga nama baik universitas dengan menunjukkan *attitude* yang baik, sopan dan mematuhi peraturan di perusahaan.
2. Lebih aktif dan memiliki inisiatif sendiri, tanpa menunggu perintah.
3. Bekerja sama dengan baik dengan seluruh pegawai perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

1. Sumber dari Jurnal

Agustini, V. W. (2015). Eksplorasi Aplikasi Alas Kaki Yang Terinspirasi Dari Kelom Geulis. *Eksplorasi Aplikasi Alas Kaki Yang Terinspirasi Dari Kelom Geulis*, 7–53.

Amaliah, N., Yanu Alif Fianto, A., & Prayitno Yosep, S. (2015). Perancangan Media Promosi Pt Petronika Sebagai Upaya Pembentukan Citra Perusahaan. *Jurnal Art Nouveau*, 4(1), 133–143.

Turangan, A. S. J., Wibowo, W., & Febriani, R. (2017). Perancangan Buku Interaktif Belajar Baca Tulis bagi Orangtua Anak Penderita Disleksia di Surabaya. *DeKaVe*, 9(2), 18. <https://doi.org/10.24821/dkv.v9i2.1760>

Oktaresiyanti, S. (2019). *Pengaruh Feed Pada Instagram Terhadap Citra*. 3842.

2. Sumber dari Buku

Perancangan Buku Ilustrasi Dengan Teknik. (2018).

Widya dharma adi, L. S. S. ,M. d., & Dawrmawan james, A. S. S. ,M. S. (2016).

BAHAN AJAR DESAIN GRAFIS : Pengantar Desain Grafis (Vol. 1).

3. Sumber dari Internet

<https://www.gurupendidikan.co.id/ilustrasi/>

<https://ardra.biz/topik/pengertian-gambar-ilustrasi-menurut-para-ahli/>

<https://blog.arti.id/apa-yang-dimaksud-dengan-digital-painting/>

<https://pintek.id/blog/media-promosi-untuk-pemasaran-online/>

Alex dan Andrew. 2017. Complete Instagram Guide by Preview App.

<https://thepreviewapp.com/wp-content/uploads/2018/03/instagram-guide2018-preview-app.pdf>

Kristianto, Dwi. 2002. Layout yang Baik. Universitas Kristen Petra.

http://faculty.petra.ac.id/dwikris/docs/desgrafisweb/layout_design/layout_baik.htm



UNIVERSITAS
Dinamika