



**“PERANCANGAN DESAIN POSTER KONTEN
#UTBKGOLDENTICKET
UNTUK KEBUTUHAN INSTAGRAM DI JTV
SURABAYA”**

KERJA PRAKTIK



Program Studi

SI Desain Komunikasi Visual

Oleh:

RADITYA MAWANDI PUTRA

17420100035

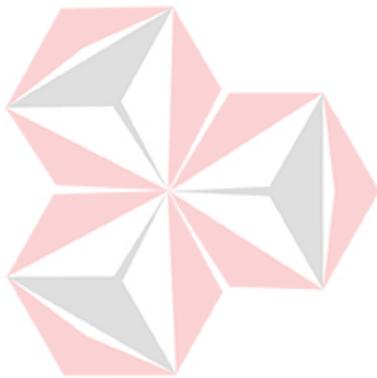
FAKULTAS DESAIN DAN INDUSTRI KREATIF

UNIVERSITAS DINAMIKA

2021

**“PERANCANGAN DESAIN POSTER
KONTEN #UTBKGOLDENTICKET UNTUK KEBUTUHAN
INSTAGRAM DI JTV SURABAYA”**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan
Mata Kuliah Kerja Praktik:

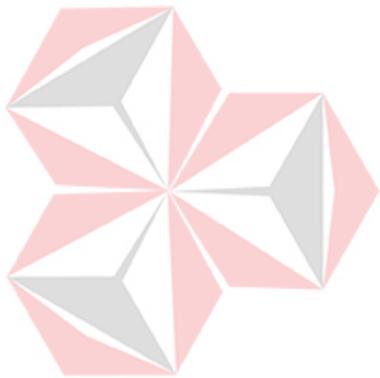


Disusun Oleh:
Nama : RADITYA MAWANDI PUTRA
NIM : 17420100035
Program : S1 (Strata Satu)
Jurusan : Desain Komunikasi Visual

**FAKULTAS DESAIN DAN INDUSTRI KREATIF
UNIVERSITAS DINAMIKA**

2021

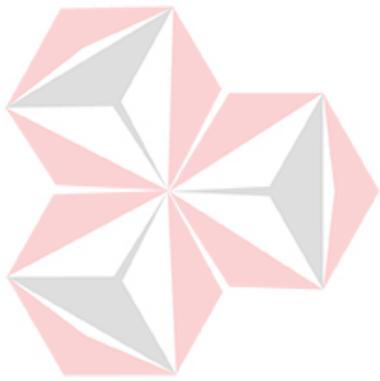
HALAMAN MOTTO



UNIVERSITAS
Dinamika

“Apapun masalahnya, yang terpenting utamakan kejujuran dan kesabaran”

HALAMAN PERSEMBAHAN



UNIVERSITAS
Dinamika

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

LEMBAR PENGESAHAN

**“PERANCANGAN DESAIN POSTER KONTEN
#UTBKGOLDENTICKET UNTUK KEBUTUHAN
INSTAGRAM DI JTV SURABAYA”**

Laporan Kerja Praktik oleh :

Raditya Mawandi Putra

NIM : 17420100035

Telah diperiksa, diuji dan disetujui

Surabaya, 5 april 2021

Disetujui :



Pembimbing

Digitally signed by Fenty
Fahminnansih
DN: cn=Fenty Fahminnansih,
o=FTI, Undika, ou=DKV,
email=fenty@dinamika.ac.id,
c=ID
Date: 2021.07.11 13:40:23
+07'00'

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

NIDN. 0706028502



Penyelia
PT. Jawa Pos Media Televisi

Iffah Marvam

Bag. Umum

Mengetahui,

Ketua Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual

Digitally signed
by Siswo Martono
Date: 2021.07.11
15:04:38 +07'00'

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

NIDN. 0726027101

SURAT PERNYATAAN

PERSETUJUAN PUBLIKASI DAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Sebagai mahasiswa Universitas Dinamika, saya:

Nama : Raditya Mawandi Putra

NIM : 17420100035

Program Studi : S1 Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Fakultas Desain dan Industri Kreatif

Jenis Karya : Laporan Kerja Praktik

Judul Karya : “PERANCANGAN DESAIN POSTER #UTBKGOLDENTICKET
UNTUK KEBUTUHAN INSTAGRAM DI JTV 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 dan dipublikasikan demi kepentingan akademis dengan tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis atau pencipta dan sebagai 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 di kemudian hari ditemukan dan terbukti terdapat Tindakan plagiat pada karya ilmiah ini, maka saya akan bersedia menerima pencabutan terhadap gelar kesarjanaan yang telah diberikan kepada saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 4 April 2021

A handwritten signature in black ink is written over a rectangular stamp. The stamp contains the text 'UNIVERSITAS DINAMIKA' at the top, 'JTV SURABAYA' in the middle, and '87AJX:06331879' at the bottom. The signature is a cursive script that covers most of the stamp's area.

Raditya Mawandi Putra

NIM:17420100035

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT, atas berkat dan rahmatnya penulis dapat menyelesaikan Laporan Kerja Praktik yang berjudul **“PERANCANGAN DESAIN POSTER KONTEN #UTBKGOLDENTICKET UNTUK KEBUTUHAN INSTAGRAM DI JTV SURABAYA”**

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

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

1. Bapak Prof. Dr. Budi Jatmiko, M.Pd selaku Rektor Universitas Dinamika Surabaya
2. Bapak Siswo Martono, S.Kom., M.M. selaku Kaprodi S1 Desain Komunikasi Visual Universitas Dinamika Surabaya
3. Ibu Fenty Fahminnansih, S.T., M.MT. selaku dosen pembimbing.
4. Ibu Iffah Maryam selaku General Affair di JTV.
5. Ibu Gita selaku Bagian Umum di JTV yang telah memberikan pengalaman dan ilmu selama kerja praktik berlangsung.
6. Serta semua pihak yang turut membantu dalam penyelesaian Laporan Kerja Praktik ini.

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

Surabaya, 8 Mei 2021


Penulis

ABSTRAK

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

Poster adalah suatu desain grafis yang di dalamnya terdapat gambar dan kata-kata pada kertas yang berukuran besar, isinya memuat tentang informasi dan ditempel di tempat-tempat umum agar dapat dilihat atau dibaca banyak orang. Adanya desain poster diharapkan dapat menarik minat calon konsumen yang membutuhkan edukasi untuk membangun kepercayaan pada konsumen.

JTV yang bergerak pada bidang Per-television di Jawa Timur. Berdiri dan resmi menjadi Siaran di Jawa Timur sejak tahun 2001, JTV sudah memiliki banyak sekali pengalaman dalam bidang per-television. Namun dengan semakin berkembangnya jaman dan semakin maraknya media sosial, maka dibutuhkanlah sebuah promosi di media sosial.

Oleh sebab itu, JTV menciptakan sebuah desain poster yang memuat berbagai acara soal *media social*. Hal ini diharapkan agar konsumen semakin yakin dalam menjalin kerja sama serta untuk memperkuat identitas visual perusahaan sebagai Jawa Timur Television di Indonesia.

Kata Kunci : *Desain Poster*

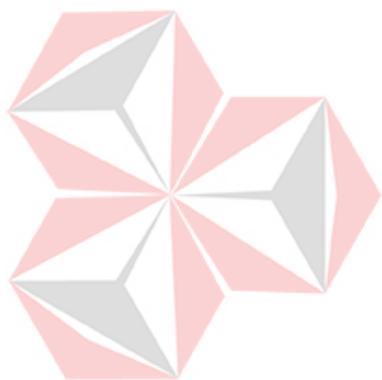
DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN MOTTO	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
SURAT PERNYATAAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Pendahuluan	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Batasan Masalah.....	2
1.4 Tujuan.....	2
1.5 Manfaat.....	2
1.5.1 Manfaat Teoritis	3
1.5.2 Manfaat Praktis	3
1.6 Pelaksanaan	3
1.6.1 Detail Pelaksanaan	3
1.6.2 Periode.....	4
1.7 Sistematika Penulisan.....	4
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....	6
2.1 Profil dan Sejarah JTV	6
2.2 Logo Perusahaan	10
2.3 Visi dan Misi Perusahaan	11
2.3.1 Visi Perusahaan.....	11
2.3.2 Misi Perusahaan	11

2.4	Alamat dan Kontak Perusahaan.....	12
2.5	Struktur Organisasi Perusahaan.....	12
2.6	Lokasi Perusahaan dan Situasi Kantor	13
2.7	Portfolio Perusahaan.....	14
BAB III LANDASAN TEORI.....		16
3.1	Pengertian Poster.....	16
3.2	Media Promosi.....	17
3.3	Instagram	17
3.4	Tipografi.....	17
3.5	Warna	17
BAB IV DESKRIPSI PEKERJAAN		18
4.1	Deskripsi Pekerjaan.....	18
4.2	Konsep Desain Poster dan Thumbnail	19
4.3	Penjelasan Layout.....	20
4.4	Tipografi.....	21
4.5	Warna	22
4.6	Software yang Digunakan	23
4.7	Implementasi Karya	27
4.7.1	Poster Semangat Senin Revisi 1.....	27
4.7.2	Poster Semangat Senin Revisi 2.....	28
4.7.3	Poster Semangat Senin Revisi 3.....	29
4.7.4	Poster Semangat Senin Revisi 4.....	30
4.7.5	Poster Semangat Senin Revisi 5.....	31
4.7.6	Poster Semangat Senin Revisi 6.....	32
4.7.7	Poster Semangat Senin Revisi 7.....	33
4.7.8	Poster Semangat Senin Fix 8.....	34
4.7.9	Thumbnail Mancing	36
4.7.10	Thumbnail Mabar.....	37
4.7.11	Thumbnail Kabar Apik	38
BAB V PENUTUP.....		39
5.1	Kesimpulan.....	39
5.2	Saran	40



DAFTAR PUSTAKA	41
LAMPIRAN.....	42
Lampiran 1 Surat Balasan Perusahaan.....	42
Lampiran 2 Form KP-5 Halaman 1	43
Lampiran 2 Form KP-5 Halaman 2	44
Lampiran 2 Form KP-6 Halaman 1	45
Lampiran 3 Form KP-6 Halaman 2	46
Lampiran Form KP-7 Halaman 1	47
Lampiran Kartu Bimbingan Dosen.....	48
Lampiran Sertifikasi Kerja Praktik	49
BIODATA PENULIS	50



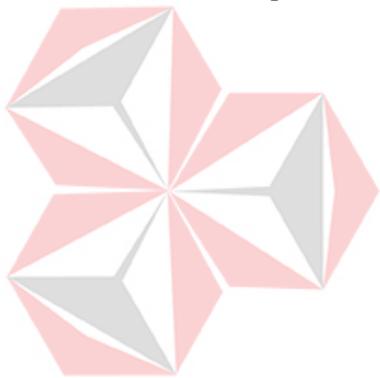
UNIVERSITAS
Dinamika

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Logo JTV	10
Gambar 2.2 Struktur Kepengurusan JTV	13
Gambar 2.3 Kantor JTV	13
Gambar 2.4 Portfolio JTV	14
Gambar 4.1 Desain Layout Konten Poster.....	19
Gambar 4.2 Desain Layout Konten Thumbnail 1 & 2 Kabar Apik	21
Gambar 4.3 Desain Layout Konten Thumbnail 1 & 2 Mabar.....	21
Gambar 4.4 Desain Layout Konten Thumbnail 1 & 2 Mancing Mbois.....	21
Gambar 4.5 Visual Jenis Font yang Digunakan	20
Gambar 4.6 Pemilihan Warna yang Digunakan.....	23
Gambar 4.7 Proses Pengerjaan Poster 1 di <i>Software</i> Adobe Illustrator	23
Gambar 4.8 Proses Pengerjaan Poster 2 di <i>Software</i> Adobe Illustrator	23
Gambar 4.9 Proses Pengerjaan Poster 3 di <i>Software</i> Adobe Illustrator	24
Gambar 5.0 Proses Pengerjaan Poster 4 di <i>Software</i> Adobe Illustrator	24
Gambar 5.1 Proses Pengerjaan Poster 5 di <i>Software</i> Adobe Illustrator	24
Gambar 5.2 Proses Pengerjaan Poster 6 di <i>Software</i> Adobe Illustrator	24
Gambar 5.3 Proses Pengerjaan Poster 7 di <i>Software</i> Adobe Illustrator	25
Gambar 5.4 Proses Pengerjaan Poster 8 di <i>Software</i> Adobe Illustrator	25
Gambar 5.5 Proses Pengerjaan Thumbnail 1&2 Mancing di AdobeIllustrator	25
Gambar 5.6 Proses Pengerjaan Thumbnail 1&2 Mabar di AdobeIllustrator	26
Gambar 5.7 Proses Pengerjaan Thumbnail 1&2 Kabar Apik di Adobe Illustrator.	26
Gambar 5.8 Poster 1 Semangat Senin	27
Gambar 5.9 Poster 2 Semangat Senin	28
Gambar 6.0 Poster 3 Semangat Senin	29
Gambar 6.1 Poster 4 Semangat Senin	30
Gambar 6.2 Poster 5 Semangat Senin	31
Gambar 6.3 Poster 6 Semangat Senin	32
Gambar 6.4 Poster 7 Semangat Senin	33
Gambar 6.5 Poster 8 Semangat Senin	34
Gambar 6.6 Mancing 1	35
Gambar 6.7 Mancing 2.....	35
Gambar 6.8 Mabar 1.....	36
Gambar 6.9 Mabar 2.....	36
Gambar 7.0 Kabar Apik 1	37
Gambar 7.1 Kabar Apik 2	37

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Balasan Perusahaan.....	42
Lampiran 2 Form KP-5 (Halaman 1).....	43
Lampiran 3 Form KP-5 (Halaman 2).....	44
Lampiran 4 Form KP-6 (Halaman 1).....	45
Lampiran 5 Form KP-6 (Halaman 2).....	46
Lampiran 6 Form KP-7 (Halaman 1).....	47
Lampiran 7 Kartu Bimbingan Dosen.....	48
Lampiran 8 Sertifikat Kerja Praktik.....	49



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Pendahuluan

Televisi merupakan salah satu media yang mampu menyampaikan berbagai informasi dengan berbentuk visual dan audio. Seiring berkembangnya stasiun televisi swasta, berkembang pula stasiun televisi local, seperti halnya di wilayah Surabaya sendiri terdapat Kompas TV, SBO TV, JTV, dsb.

JTV merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang per-television di Jawa Timur, yaitu sebuah bidang yang berkecukupan tentang banyak hal yang berhubungan tentang ranah media digital, seperti per-television ,media sosial dan videografi dengan tujuan untuk memberikan sajian media digital yang menarik, sensasional, dan memiliki kekhasan kedaerahan yaitu Jawa Timur.

Perusahaan yang berada di Jl.Ahmad Yani no.88, Surabaya ini selain fokus pada media di Televisi Jawa Timur mereka memiliki divisi yang fokus pada promosi di berbagai sosial media seperti Instagram, Facebook, Twitter dan Youtube.Dan penulis masuk pada divisi desain grafis ini. Tim di divisi desain grafis ini perlu membuat program yang berkonsep pada acara program *Sinau Nang Omah* yang berlangsung di dalam ruangan (indoor). Program “*Sinau Nang Omah*” adalah program kelas virtual yang diselenggarakan oleh JTV yang merupakan stasiun televisi kebanggaan anak-anak Suroboyo. Program ini muncul di tengah wabah pandemi COVID-19 sebagai solusi dalam membantu siswa belajar di rumah. Salah satunya, untuk memeriahkan acara *Sinau Nang Omah* JTV yang bekerjasama dengan salah satu Universitas *Unesa* yaitu acara tagar “#UTBKGOLDENTICKET”. Acara *Sinau Nang Omah* sebagai salah satu upaya

Unesa untuk memberikan kesempatan reward untuk bisa masuk Unesa dan juga mendapatkan beasiswa pendidikan satu tahun kepada calon – calon mahasiswa yang memiliki kemampuan dan prestasi untuk bergabung bersama Unesa. Dari penjelasan tersebut, JTV membutuhkan media promosi dalam bentuk poster dan poster tersebut di unggah di Instagram dengan menampilkan tagar “#UTBKGOLDENTICKET”.Poster itu dibuat agar calon – calon mahasiswa mendapatkan informasi dari JTV agar berkesempatan untuk mendapatkan beasiswa. Selain membuat poster “#UTBKGOLDENTICKET” penulis juga membuat thumbnail program acara di JTV khususnya acara Mancing mbois, Mabar, dan Kabar Apik.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka didapat rumusan permasalahan pada Laporan Kerja Praktik ini sebagai berikut:“PERANCANGAN DESAIN POSTER #UTBKGOLDENTICKET UNTUK KEBUTUHAN INSTAGRAM DI JTV SURABAYA?”

1.3 Batasan Masalah

Pada Laporan ini Pembuatan Desain Poster di JTV akan dibatasi hanya merancang media promosi Instagram tentang desain poster menggunakan Adobe Illustrator.

1.4 Tujuan

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

1.5 Manfaat

Dari Laporan Kerja Praktik ini diharapkan dapat memberikan manfaat

sebagai berikut:

1.5.1 Manfaat Teoritis

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

1.5.2 Manfaat Praktis

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

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

1.6 Pelaksanaan

1.6.1 Detail Pelaksanaan

Pelaksanaan kerja praktik ini:

Periode Waktu : 1 April s.d 30 Mei 2021

Hari dan Tanggal : Senin – Jumat, 1 April s.d 30 Mei 2021

Tempat : JTV Gedung JTV , KomplekGrahaPena

Jl.Ahmad Yani no,88, Surabaya

Phone : 081233406730

Email : official@jtv.co.id

Website : www.jtv.co.id

Kegiatan yang dilakukan selama melaksanakan kerja praktik di JTV adalah membantu membuat rancangan desain poster sebagai media promosi di Instagram sebagai pendukung dalam upaya meningkatkan identitas visual perusahaan.

1.6.2 Periode

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

Tanggal pelaksanaan : 1 April s.d 30 Mei 2021

Waktu : 07:00 – 17:00

1.7 Sistematika Penulisan

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

BAB I : PENDAHULUAN

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

BAB II : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Pada bab ini menjelaskan tentang perusahaan tempat dilaksanakannya kerja praktik yaitu JTV secara umum, visi, misi, struktur organisasi JTV.

BAB III : LANDASAN TEORI

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

BAB IV : IMPLEMENTASI KARYA

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

BAB V : PENUTUP

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

DAFTAR PUSTAKA

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

LAMPIRAN

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

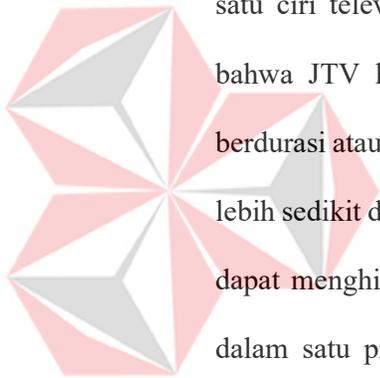
BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil dan Sejarah JTV

Televisi merupakan media elektronik yang mulai hadir di tahun 1962 dengan munculnya TVRI sebagai stasiun TV milik pemerintah. Barulah setelah itu muncul stasiun televisi swasta lainnya. Hingga kini Indonesia telah memiliki lebih dari sepuluh stasiun televisi swasta. Angka tersebut belum termasuk jumlah stasiun televisi lokal yang ada sekarang. Angka tersebut terus meningkat di setiap tahunnya. Sehingga media televisi dianggap sebagai industri yang padat modal, padat sumber daya manusia. Namun beberapa stasiun televisi yang bermunculan belum diimbangi dengan tersedianya elemen penting diatas. Umumnya sebuah stasiun televisi didirikan tanpa pengetahuan yang memadai dan hanya berdasarkan semangat dan modal yang besar saja. JTV sebuah stasiun televisi lokal yang kantor pusatnya berada di Surabaya sempat mengalami hal diatas. Semangat para pendiri JTV dimulai pada tahun 1999 yang bersaing dengan stasiun lain (Global TV, Metro TV, Trans TV, Lativi, dan TV7) untuk mendapatkan izin penyiaran TV nasional. Namun, karena tidak berhasil akhirnya para pendiri JTV memutuskan untuk bersiaran lokal. Berdirinya JTV sebagai stasiun TV lokal pertama ini membuat pemerintah terinspirasi untuk membuat peraturan yang mengatur TV lokal, sejak saat itulah tidak ada sebutan TV nasional dan TV lokal lagi, namun diganti dengan lembaga Penyiaran Swasta. Berikut peraturan dalam UU no. 32 tahun 2002 mengenai penyiaran TV: UU no. 32 tahun 2002 pasal 1 ayat 9: "Lembaga penyiaran adalah penyelenggara penyiaran, baik lembaga penyiaran publik, lembaga penyiaran swasta, lembaga penyiaran komunitas

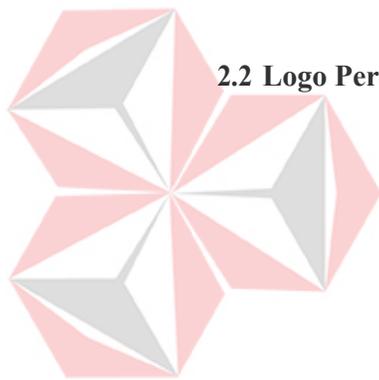
maupun lembaga penyiaran berlangganan yang dalam melaksanakan tugas, fungsi, dan tanggung jawabnya berpedoman pada peraturan perundang-undangan yang berlaku. “, dan UU no. 32 tahun 2002 pasal 31 ayat 1; “Lembaga penyiaran yang menyelenggarakan jasa penyiaran radio atau jasa penyiaran televisi terdiri atas stasiun penyiaran jaringan dan stasiun penyiaran lokal”. Menurut undang- undang diatas terdapat empat jenis stasiun penyiaran, yaitu stasiun penyiaran swasta, stasiun penyiaran berlangganan, stasiun penyiaran publik dan stasiun penyiaran berlangganan. Bila dihubungkan dengan UU no. 32 tahun 2002 pasal 31 ayat 1 maka JTV merupakan stasiun televisi swasta dengan jangkauan siaran lokal. Salah satu ciri televisi swasta adalah bersifat komersil, hal tersebut dapat dinyatakan bahwa JTV hidup melalui iklan televisi komersil dalam bentuk iklan televisi berdurasi atau advertorial yang disebut Komunikasi Bisnis. Meski jumlah total iklan lebih sedikit daripada stasiun TV berjangkauan nasional, iklan- iklan tersebut dirasa dapat menghidupi JTV. Misalnya saja di program berita Jatim Awan JTV, iklan dalam satu program berdurasi 30 menit ini sebanyak 7 iklan (1 iklan layanan masyarakat, 3 iklan komersil, dan 3 iklan program). Jumlah ini dapat berubah setiap harinya sesuai dengan pemasukan iklan. Bila dirasa iklan tidak mencukupi durasi siaran, maka durasi tayang program akan ditambah. Setelah JTV sukses dengan menjadi pioner TV lokal pertama, JTV membentuk TV biro dan berjaringan dibawah grup Jawa Pos yaitu JPMC (Jawa Pos Multimedia Corporation). Sehingga, televisi yang memiliki jangkauan siaran lokal regional Jawa Timur ini semakin kompleks. Hal ini menunjukkan bahwa JTV memiliki batasan kepemilikan yang dikelola oleh kelompok korporasi. Menurut Saya biasanya korporasi yang cenderung sukses dalam bisnis media massa akan



UNIVERSITAS
Dinamika

cenderung selalu mengembangkan dan membesarkan usahanya. Begitu pula JTV yang kini memiliki JPMC. Hingga kini telah tercatat 43 stasiun televisi yang ada dan 36 diantaranya telah aktif bersiaran. Modal awal didapat dari JTV namun mereka akan mandiri dalam beberapa tahun kedepan dan modal tersebut dapat dikembalikan. Hal ini menunjukkan bahwa TV berjaringan JTV memiliki kemampuan bagus untuk bertahan di dunia pertelevisian. Pendiri JTV yang memiliki semangat yang tinggi dalam mengembangkan stasiun TV berbasis ekspresi, apresiasi pada kearifan dan kejeniusan lokal ini memiliki keunikan tersendiri. JTV mengangkat 3 bahasa utama selain Bahasa Indonesia yaitu Bahasa Surabaya, Bahasa Madura dan Bahasa Kulonan. Bahasa siaran adalah salah satu elemen yang ditentukan dan ditetapkan oleh Komisi Penyiaran Indonesia (KPI). Seperti pada UU no.32 tahun 2002 pasal 48. Pada saat itu JTV telah disetujui ijinnya untuk menggunakan bahasa daerah 5% dari total program. Program yang memakai bahasa daerah antara lain Pojok Kampung, warung VOA, Blakrakan, Goro-Goro Kartolo dan lainnya. Kini JTV telah mengakomodir lebih dari 30 program dengan total durasi 22 jam dengan presentasi produksi in-house 75% dan 25% outsourcing. Televisi swasta juga dapat dilihat dari penggunaan sistem siaran terestrial dan atau sistem satelit analog atau digital. Siaran terestrial adalah siaran yang menggunakan channel UHF atau VHF. JTV sebagai televisi swasta yang terus berkembang dan semakin kompleks memiliki siaran terestrial analog dan digital. JTV menggunakan satelit analog TELKOM 1 dan juga satelit digital untuk tayangan JTV via TV berlangganan. Channel yang digunakan disetiap daerah pun berbeda-beda. Pada TV berlangganan di Indonesia seperti Kabel Vision, Telkom Vision dan First Media, JTV telah menjadi salah satu pilihan channel

dalam negeri. Jangkauan dan perangkat siaran yang beragam ini digunakan pula untuk mengakomodir pemasok iklan karena jangkauan yang semakin luas. Karena meskipun berdiri sebagai TV Swasta lokal, target pemasok iklan dapat semakin meluas bukan hanya dari pemasok iklan lokal saja. Melalui analisis diatas, penulis menemukan bahwa JTV merupakan stasiun televisi swasta berjangkauan siaran lokal yang memiliki perkembangan pesat. Dipandang sebagai pioner televisi lokal pertama di Indonesia, JTV juga memiliki strategi yang baik untuk mendapat keuntungan, salah satunya dengan berkembangnya jangkauan siaran dan banyaknya biro maupun televisi berjaringan.



2.2 Logo Perusahaan



Gambar 2.1 Logo JTV
(Sumber: Data JTV, 2021)

Logo JTV awalnya sebuah huruf *j* miring bentuk sabit besar dan lingkaran kecil warna merah di atas serta kata *tv* pada huruf kecil miring warna biru di sebelah kanan digunakan tanggal 8 November 2001 hingga bulan Juli 2012.

Pada bulan Juli 2012, JTV berhasil mendapat karya logo terbaru saat mengudara 11 tahun dalam mengikuti acara panggung istimewa yaitu Bangsa Jawa

Timur. Logo tersebut diberi ikon wajah Semar dan peta Jawa Timur yang berwarna biru gelap di atas serta bentuk kurva warna jingga di bawah serta tulis jtv warna putih ditengahnya. Jika logo on-air di posisi pojok kanan berubah menjadi pojok kiri atas setelah muncul cuplikan station identification rujukan tema musik terminal akan bernyanyi lagu "Jingle JTV" setelah tampil di panggung. JTV menampilkan nama wilayah sudah berubah proses logo ini bahkan juga barang-barang identitas yang inginkan seperti gedung, kartu manager, baju karyawan/karyawati, mobil, mikrofon berita, cameramen, kertas lembar, merchadise, ruang studio dan media cetak.

2.3 Visi dan Misi Perusahaan

2.3.1 Visi Perusahaan

1. Lahir dari gagasan inovatif untuk menjadikan sebagai lembaga penyiaran swasta Jawa Timur yang berbasis lokal. Turut serta mencerdaskan kehidupan bangsa. Bersikap independen, objektif, dan jujur. Berpartisipasi dalam usaha pemberdayaan masyarakat.
2. Membangun pertelevisian yang berkarakter dan berciri khas Jawa Timur serta ikut melakukan pencerahan terhadap segala potensi dan seni budaya Jawa Timur.

2.3.2 Misi Perusahaan

1. Membangun Kekuatan Ikut mencerdaskan bangsa terutama masyarakat Jawa Timur melalui program-program siaran dan berita.
2. Menggali, mencerahkan dan menggairahkan kehidupan sosial budaya Jawa Timur.
3. Menjadi partner bagi masyarakat dan pemerintah daerah dalam mendorong dan meningkatkan pertumbuhan ekonomi, terutama daerah Jawa Timur.
4. Menjaga dan meningkatkan kerukunan antar umat beragama, etnis, dan golongan, dan slogan JTV yaitu "JTV rek! Satus Persen Jatim".

2.4 Alamat dan Kontak Perusahaan

Nama Perusahaan : JTV

Alamat : GedungJTV , Komplek Graha Pena
Jl.Ahmad Yani no,88, Surabaya

Telepon : 081233406730

Email : official@jtv.co.id

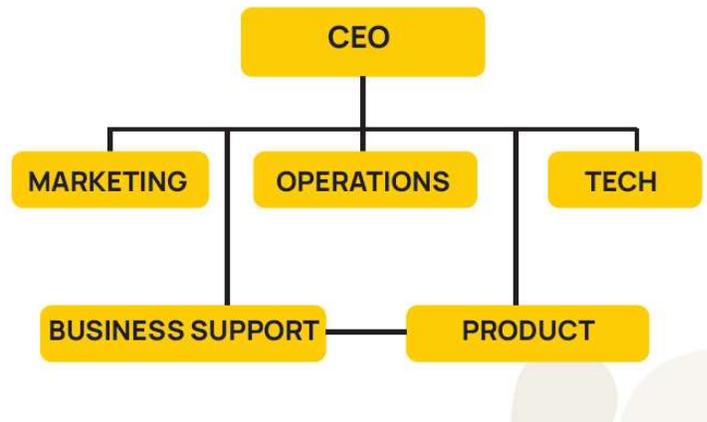
Website : www.jtv.co.id

Hari Kerja : kamis s.d selasa

Jam Kerja : 07:00 – 17:00 WIB

2.5 Struktur Organisasi Perusahaan

Pengorganisasian ini dibagi menjadi 2 aspek yaitu departementalisasi dan pembagian kerja pada JTV, pengorganisasian telah dilakukan dengan melakukan 2 aspek diatas. Pengorganisasian ini dituangkan dalam struktur organisasi JTV dan pembagian kerja yang sesuai dengan pengelompokan departemen yang dituliskan JTV membagi pekerjaan dalam 4 departemen yaitu Iklan, Administrasi dan Keuangan, Pemberitaan dan Program, Teknik dan Produksi, dan Marketing. Pembagian kerja juga sesuai dengan yang disampaikan oleh Iffah Maryam. Departemen Administrasi atau di JTV Departemen Iklan, Administrasi dan Keuangan akan mengurus masalah administrasi dan keuangan. Ada penambahan item yaitu Iklan, dalam hal ini JTV memasukan administrasi iklan di departemen ini, namun untuk pencarian iklan dilakukan oleh Departemen Marketing. Departemen pemasaran akan melakukan selling kepada pemasok iklan dan berkoordinasi dengan Departemen Iklan, Administrasi dan Keuangan. Departemen Teknik dan Produksi akan mengurus peralatan teknis yang berkaitan dengan Departemen Pemberitaan dan Program. Terakhir Departemen Pemberitaan dan Program akan bertanggung jawab dalam pembuat program acara atau program berita.



Gambar 2.2 Struktur Kepengurusan JTV

(Sumber: Data JTV , 2021)

2.6 Lokasi Perusahaan dan Situasi Kantor

JTV berada Jl.Ahmad Yani no,88, Surabaya sebagai kantor tempat para karyawan beserta staff guna melaksanakan kegiatan perkantoran sehari-hari di JTV.



Gambar 2.3 Kantor dan Situasi JTV

(Sumber: Data JTV, 2021)

2.7 Portfolio Perusahaan

Berikut ini ada beberapa portfolio JTV yang telah dicapai, diantaranya sebagai berikut

1. Performa dalam platform Instagram pada bulan 27 February 2021 – 20 Juni 2021 berhasil mendapatkan 76,6K followers, engagement rate 2.0%, dan profile visits 10K/minggu.
2. Performa dalam platform Youtube pada bulan 27 November 2017 – 20 Juni 2021 berhasil mendapatkan 31,9 rb subscribers, dan total view 3.7M.
3. Kolaborasi dari beberapa perusahaan



Gambar 2.4 Portfolio JTV
(Sumber : Data JTV, 2021)

4. Kolaborasi dari beberapa influencer
 1. Yeyenvivia
 2. Gus Miftah
 3. Wiwik Sagita
 4. Tabing Nanang

5.Drs. H.Syaifullah Yusuf

6.Adi Wibowo,S.TP.,M.SI

7.Cupita Gobas

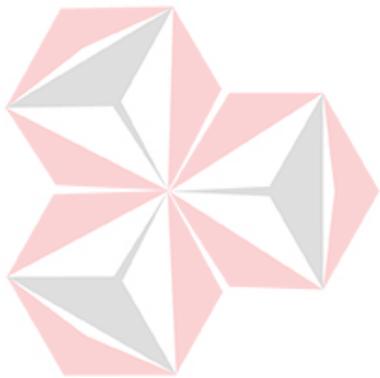
8.Abimanyu

9.Jihan Audy

10.Ayu Arsyita

11.Icha Caroline

12.etc.



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB III

LANDASAN TEORI

1.1 Pengertian Poster

Poster ialah kumpulan antara gambar dan kaligrafi yang menyatu untuk menyampaikan suatu pesan. Dahulu karya yang masih tergolong dalam karya seni rupa ini digambar dan ditulis secara langsung dengan tangan. Hanya orang yang pandai melukis yang bisa membuat sebuah poster.

Saat ini poster dibuat dengan menggunakan aplikasi editing. Dengan cara ini memang lebih mudah, namun tidak semua orang dapat membuat poster dengan aplikasi. Meskipun editing mudah dipelajari, namun tetap membutuhkan suatu kesabaran dan ketelitian untuk menghasilkan poster yang berkualitas.

Bentuk poster pada saat ini memiliki 2 jenis bentuk yang pertama bentuk cetak yang sudah sering kita lihat di berbagai tempat yang biasanya di tempelkan pada dinding. Bentuk yang kedua yakni bentuk digital. Poster digital saat ini sudah mulai bertebaran, karena saat ini pun semua kalangan baik kecil, muda, ataupun tua sudah pada mempunyai smartphone. Menurut Sudjana dan Rivai (2010:51) poster adalah rancangan kombinasi visual yang kuat dan tersusun dari beberapa warna dan pesan yang bertujuan untuk menarik perhatian banyak orang, namun hanya sebatas untuk diingat. Jika orang yang melihat sebuah poster lama dalam menangkap pesan dari poster, maka akan semakin lama dia mengingatnya.

Dalam Depdikbud (1988:50) poster adalah sebuah media yang terdiri dari kata, simbol, dan lambang yang sangat sederhana. Dan juga pada umumnya memiliki kandungan untuk anjuran ataupun larangan.

1.2 Media Promosi

Menurut Basu Swastha (1999), bauran personal selling dan alat promosi lainnya yang kesemuanya direncanakan untuk mencapai program penjualan. Seiring berkembangnya zaman, berbagai macam media promosi mulai muncul, salah satunya media promosi yang sekarang sedang naik daun yaitu media promosi online.

1.3 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. Poster sendiri merupakan informasi yang dikemas dalam bentuk visual desain grafis, dimana Instagram sendiri dirasa sangat cocok sebagai tempat penyebaran media promosi berupa Poster.

1.4 Tipografi

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

Tipografi dalam perancangan desain poster sangat berpengaruh karena berfungsi untuk menyampaikan informasi pada konsumen dengan jelas.

1.5 Warna

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

Warna merupakan salah satu daya tarik dalam dunia desain grafis, yang mana warna – warna yang soft akan menghasilkan kenyamanan tersendiri bagi mata yang melihatnya. Selain itu, warna adalah elemen paling dominan dan aspek yang paling relatif dalam desain kehidupan. Persepsi terhadap warna melibatkan respon psikologi dan fisiologi manusia. Jika ditinjau dari psikologis atau emosi manusia, makna dan arti warna yang ada dapat menunjukkan kesan pada objek, cahaya, mata dan otak. Warna dibagi ke dalam dua section, warna yang timbul karena sinar (RGB) dan warna yang dibuat dalam unsur tinta atau cat (CMYK). Dengan warna si desainer dapat menampilkan identitas, menyampaikan pesan atau menarik perhatian serta menegaskan sesuatu.

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 Poster, yaitu pemilihan warna yang sangat tepat yang disesuaikan dengan tema konten yang akan diangkat.

BAB IV

DESKRIPSI PEKERJAAN

4.1 Deskripsi Pekerjaan

Pada saat awal tahap pengerjaan desain poster ini, pembuat poster mendapatkan brief tentang pekerjaan yang akan dilakukan selama periode magang. Pekerjaan yang diberikan oleh perusahaan adalah merancang desain poster tentang semangat senin dan thumbnail Kabar Apik, Mabar dan Mancing dalam Instagram. Tahapan perancangan poster ini, yaitu

1. Penulis membuka email www.gmail.com login dan mendapatkan arahan brief dari atasan apa yang harus dikerjakan disana.
2. Mendapatkan dokumen yang antara lain terdapat template kosong layout, hasil ilustrasi dan copywriting dari atasan lainnya.
3. Mulai membuat layout di Adobe Illustrator dengan mengkombinasikan kode warna tema sesuai topik pembahasan yang ditentukan, ilustrasi, dan copywriting.
4. Pada tahapan terakhir melakukan *exporting* untuk menghasilkan file format poster *jpeg* dengan ukuran 158.75 cm x 158.75 cm sedangkan format thumbnail 3520 pixel x 2186 pixel.

4.2 Konsep Desain Poster dan Thumbnail

Desain Poster yang dirancang berbasis vektor yang nantinya akan dimuat dalam Instagram. Dengan ditambahkannya ilustrasi warna warni yang cenderung meriah, unik, lucu, lalu pada logo di posisi tengah dan tagar andalan yaitu semangat pagi & “#UTBKGOLDENTICKET” yang diposisikan pada atas menengah akan menjadikan ciri khas

dari desain poster JTV itu sendiri. Vektor dipilih sebagai basis dari JTV dikarenakan dapat menampilkan gambar dan maksud pesan yang lebih jelas dengan perpaduan ilustrasi sebagai bentuk ekspresi yang tersirat pada topik tiap tema yang akan dimuat.

Sedangkan Thumbnail dirancang yang nantinya akan dimuat dalam media sosial. Dengan ditambahkan gambar yang diambil dari youtube lalu pada posisi tagar andalan yaitu Kabar Apik, Mabar dan Mancing yang diposisikan pada kiri bawah dan tidak lupa diberi bingkai akan menjadikan ciri khas dari desain Thumbnail JTV itu sendiri.

4.3 Penjelasan Layout Poster dan Thumbnail

Dalam pembuatan desain poster, penentuan awal yaitu menentukan desain layout yang akan ditampilkan harus sesuai standart dari perusahaan. Hal ini dimaksud menurut Sofjan Assauri (2004: 57) "Tata letak adalah fase yang termasuk dalam desain dari suatu produksi". Layout yang dibuat harus memiliki ukuran yang ditentukan yaitu 158.75 cm x 158.75 cm, font Amity Jack yang penentuan penggunaan ukuran ditentukan pada letak posisi tertentu, penggunaan warna terlebih harus sesuai dengan tema topik yang akan diangkat. Pada topik *Semangat Senin* warna yang digunakan yaitu oranye. Penggunaan elemen supergrafis yang ditempatkan pada pojok kanan bawah sebagai penonjolan ciri khas dalam konten JTV.



Gambar 4.1 Desain Layout Konten Semangat Senin
(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2021)

Sedangkan dalam pembuatan desain Thumbnail, penentuan awal yaitu menentukan desain layout yang akan ditampilkan harus sesuai standart dari perusahaan. Hal ini dimaksud Menurut Barry Render dan Jay Heizer (2005: 272) diterjemahkan oleh Dwi Anoeграhwati dan Indra Almahdy, bahwa layout yang efektif dapat membantu perusahaan. Layout yang dibuat harus memiliki ukuran yang ditentukan yaitu 3520 pixel x 2186 pixel, penggunaan foto diambil dari youtube. Penggunaan elemen logo yang ditempatkan pada pojok kiri bawah

sebagai penonjolan ciri khas dalam konten JTV. Ditambahkan bingkai yang menggambarkan logo ciri khas dari JTV itu sendiri.



Gambar 4.2 Desain Thumbnail 1 & 2 Kabar Apik JTV
(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2021)



Gambar 4.3 Desain Thumbnail 1 & 2 Mabar JTV
(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2021)



Gambar 4.4 Desain Thumbnail 1 & 2 Mancing Mbois JTV
(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2021)

4.4 Tipografi

Pemilihan tipografi merupakan salah satu aspek penting dalam desain. Pada desain poster JTV, salah satu jenis font yang cocok dan telah ditentukan oleh perusahaan adalah font *Amity Jack* memiliki beberapa karakteristik, antara lain tidak memiliki tambahan khusus pada ujung stroke atau kait, dan juga *Amity Jack* dirasa memiliki desain yang cenderung bulat besar, tegak lurus dan terlihat

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

AMITY JACK
ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ
ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ
0123456789 . , ! ? - _ : ;

Gambar 4.5 Visual Jenis Font yang Digunakan

(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2021)

4.5 Warna

Warna yang digunakan mencerminkan *image* dari *brand* JTV yang didominasi 3 warna, yaitu biru, oranye, dan putih. Sedangkan warna merah dan hijau lebih kepada warna sekunder untuk konten yang jarang dipakai. 3 warna primer tersebut dipakai guna untuk meningkatkan *brand recognition* konsumen konten JTV karena perusahaannya mengonsepan bahwa ketiga warna tersebut lebih memberikan kesan identitas logo dari jtv yang sesuai dengan konsep JTV yaitu *semangat senin* yang memberikan keceriaan dan kebahagiaan.



Gambar 4.6 Pemilihan Warna yang Digunakan

(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2021)

4.6 Software yang Digunakan

Salah satu tahapan paling penting dalam merancang desain Poster dan Thumbnail ini adalah tahap digitalisasi. Pada tahap ini dilakukan saat pengunduhan ilustrasi dan copywriting telah selesai. Penulis menggunakan Software Adobe Illustrator untuk proses digitalisasi. Adobe Illustrator adalah Software berbasis vektor yang selanjutnya akan digunakan untuk membuat karakter, ilustrasi, dan objek visual lainnya. Pada Software Adobe Illustrator ini, dilakukan proses digitalisasi dengan cara penyusunan layouting dari brief dan komponen lainnya yang telah diunduh. Sedangkan Thumbnail penulis menggunakan Software Adobe Illustrator juga selanjutnya menyusun foto, logo dan bingkai dijadikan 1 pada layout.



Gambar 4.7 Proses Pengerjaan Poster 1 di Software Adobe Illustrator

(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2021)



Gambar 4.8 Proses Pengerjaan Poster 2 di *Software* Adobe Illustrator

(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2021)



Gambar 4.9 Proses Pengerjaan Poster 3 di *Software* Adobe Illustrator

(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2021)



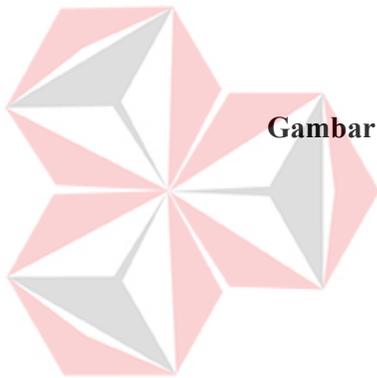
Gambar 5.0 Proses Pengerjaan Poster 4 di *Software* Adobe Illustrator

(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2021)



Gambar 5.1 Proses Pengerjaan Poster 5 di *Software* Adobe Illustrator

(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2021)



UNIVERSITAS
Bina Nusantara



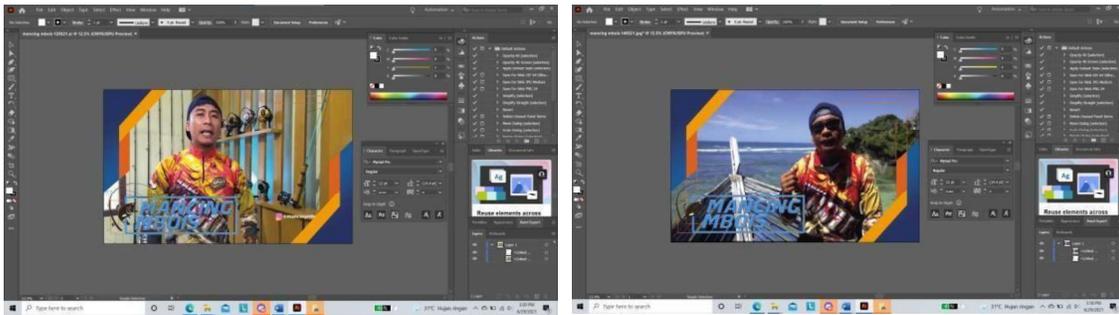
Gambar 5.2 Proses Pengerjaan Poster 6 di *Software* Adobe Illustrator
(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2021)



Gambar 5.3 Proses Pengerjaan Poster 7 di *Software* Adobe Illustrator
(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2021)

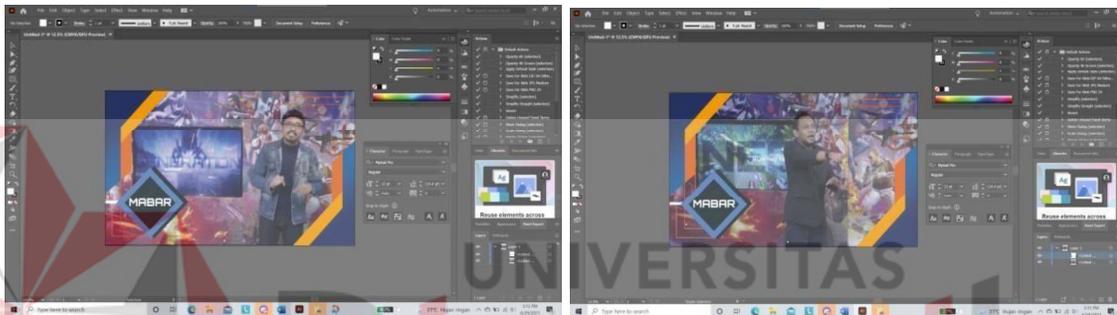


Gambar 5.4 Proses Pengerjaan Poster 8 di *Software* Adobe Illustrator
(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2021)



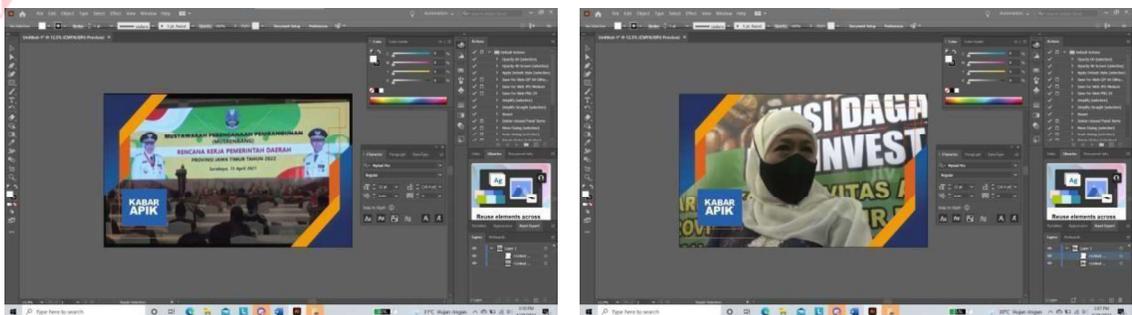
**Gambar 5.5 Proses Pengerjaan Thumbnail 1 & 2 Mancing
di *Software* Adobe Illustrator**

(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2021)



**Gambar 5.6 Proses Pengerjaan Thumbnail 1 & 2 Mabar
di *Software* Adobe Illustrator**

(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2021)



**Gambar 5.7 Proses Pengerjaan Thumbnail Kabar Apik 1 & 2
di *Software* Adobe Illustrator**

(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2021)

4.7 Implementasi Karya

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

Berikut adalah hasil desain poster *semangat senin* yang telah direncanakan sehingga tercipta desain poster yang dapat disebarluaskan ke berbagai khalayak umum.

4.7.1 Poster Semangat Senin Revisi 1



Gambar 5.8 Poster 1 Semangat Senin JTV

(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2021)

Pada bagian Poster, diperlihatkan judul topik poster yang akan diangkat, menggunakan font *Aku & Kamu* untuk memberikan penegasan pada judul, ditambah dengan ilustrasi yang menggambarkan logo JTV di kanan bawah dan “*semangat senin*” sesuai topik yang diangkat, lalu

ditambahkan logo dari JTV itu sendiri dan ditambahkan “#UTBK GOLDENTICKET” dan poster ini menggambarkan mengobarkan *semangat senin* dengan kemeriahan dan kebahagiaan terutama untuk para mahasiswa yang mendapatkan “GOLDENTICKET UTBK”.

4.7.2 Poster Semangat Senin Revisi 2



Gambar 5.9 Poster 2 Semangat Senin JTV

(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2021)

Pada bagian Poster, diperlihatkan judul topik poster yang akan diangkat, menggunakan font *Aku & Kamu* untuk memberikan penegasan pada judul, ditambah dengan ilustrasi yang menggambarkan logo JTV di kanan bawah dan *semangat senin* sesuai topik yang diangkat, lalu ditambahkan logo dari JTV itu sendiri dan ditambahkan “#UTBK GOLDENTICKET” dan poster ini menggambarkan mengobarkan *semangat senin* dengan kemeriahan dan kebahagiaan terutama untuk para mahasiswa yang mendapatkan “GOLDENTICKET UTBK”.

4.7.3 Poster Semangat Senin Revisi 3



Gambar 6.0 Poster 3 Semangat Senin JTV

(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2021)

Pada bagian Poster, diperlihatkan judul topik poster yang akan diangkat, menggunakan font *Aku & Kamu* untuk memberikan penegasan pada judul, ditambah dengan ilustrasi yang menggambarkan logo JTV di kanan bawah dan ilustrasi yang menggambarkan *semangat senin* sesuai topik yang diangkat, lalu ditambahkan logo dari JTV itu sendiri dan ditambahkan “#UTBK GOLDENTICKET” dan poster ini menggambarkan mengobarkan *semangat senin* dengan kemeriahan dan kebahagiaan terutama untuk para mahasiswa yang mendapatkan “GOLDENTICKET UTBK”.

4.7.4 Poster Semangat Senin Revisi 4



Gambar 6.1 Poster 4 Semangat Senin JTV

(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2021)

Pada bagian Poster, diperlihatkan judul topik poster yang akan diangkat, menggunakan font *you are my everythink* untuk memberikan penegasan pada judul, ditambah dengan ilustrasi yang menggambarkan bunga yang indah untuk memberikan good mood dengan *semangat senin* sesuai topik yang diangkat, lalu ditambahkan logo dari JTV itu sendiri dan ditambahkan “#UTBK GOLDENTICKET” dan poster ini menggambarkan mengobarkan *semangat senin* dengan kemeriahan ,keindahan dan kebahagiaan terutama untuk para mahasiswa yang mendapatkan “GOLDENTICKET UTBK”.

4.7.5 Poster Semangat Senin Revisi 5



Gambar 6.2 Poster 5 Semangat Senin JTV

(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2021)

Pada bagian Poster, diperlihatkan judul topik poster yang akan diangkat, menggunakan font *you are my everything* untuk memberikan penegasan pada judul, ditambah dengan ilustrasi yang menggambarkan bunga yang indah & karakter untuk memberikan good mood dengan *semangat senin* sesuai topik yang diangkat, lalu ditambahkan logo dari JTV itu sendiri dan ditambahkan “#UTBK GOLDENTICKET” dan poster ini menggambarkan mengobarkan *semangat senin* dengan kemeriahan, keindahan dan kebahagiaan terutama untuk para mahasiswa yang mendapatkan “GOLDENTICKET UTBK”.

4.7.6 Poster Semangat Senin Revisi 6



Gambar 6.3 Poster 6 Semangat Senin JTV

(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2021)

Pada bagian Poster, diperlihatkan judul topik poster yang akan diangkat, menggunakan font *you are my everythink* untuk memberikan penegasan pada judul, ditambah dengan ilustrasi yang menggambarkan *semangat senin* sesuai topik yang diangkat, lalu ditambahkan logo dari JTV itu sendiri dan ditambahkan “#UTBK GOLDENTICKET” dan poster ini menggambarkan mengobarkan *semangat senin* dengan kemeriahan dan kebahagiaan terutama untuk para mahasiswa yang mendapatkan “GOLDENTICKET UTBK”.

4.7.7 Poster Semangat Senin Revisi 7



Gambar 6.4 Poster 7 Semangat Senin JTV

(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2021)

Pada bagian Poster, diperlihatkan judul topik poster yang akan diangkat, menggunakan font *you are my everythink* untuk memberikan penegasan pada judul, ditambah dengan ilustrasi yang menggambarkan *semangat senin* sesuai topik yang diangkat, lalu ditambahkan logo dari JTV itu sendiri dan ditambahkan “#UTBK GOLDENTICKET” dan poster ini menggambarkan mengobarkan *semangat senin* dengan kemeriahan dan kebahagiaan terutama untuk para mahasiswa yang mendapatkan “GOLDENTICKET UTBK”.

4.7.8 Poster Semangat Senin Fix 8



Gambar 6.5 Poster 8 Semangat Senin JTV

(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2021)

Pada bagian Poster, diperlihatkan judul topik poster yang akan diangkat, menggunakan font *Amity Jack* untuk memberikan penegasan pada judul, ditambah dengan ilustrasi yang menggambarkan *semangat senin* sesuai topik yang diangkat, lalu ditambahkan logo dari JTV itu sendiri dan ditambahkan “#UTBK GOLDENTICKET” dan poster ini menggambarkan mengobarkan *semangat senin* dengan kemeriahan dan kebahagiaan terutama untuk para mahasiswa yang mendapatkan “GOLDENTICKET UTBK”.

4.7.9 Thumbnail Mancing



Gambar 6.6 Thumbnail Mancing 1 JTV

(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2021)



Gambar 6.7 Thumbnail Mancing 2 JTV

(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2021)

Pada bagian Thumbnail Mancing, diperlihatkan judul topik Thumbnail yang akan diangkat, menggunakan gambar yang diambil dari Youtube dengan sesuai pada tema yang diangkat, ditambah dengan logo yang menggambarkan logo

Mancing sesuai topik yang diangkat, lalu ditambahkan bingkai dari JTV itu sendiri yang menggambarkan logo ciri khas dari JTV. Thumbnail ini menggambarkan Mancing yang mengangkat berita *Memancing Bersama pemancing handal*.

4.7.10 Thumbnail Mabar



Gambar 6.8 Thumbnail Mabar 1 JTV
(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2021)



Gambar 6.9 Thumbnail Mabar 2 JTV
(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2021)

Pada bagian Thumbnail Mabar, diperlihatkan judul topik Thumbnail yang akan diangkat, menggunakan gambar yang diambil dari Youtube dengan sesuai pada tema yang diangkat, ditambah dengan logo yang menggambarkan logo Mabar sesuai topik yang diangkat, lalu ditambahkan bingkai dari JTV itu sendiri yang menggambarkan ciri khas logo dari JTV. Thumbnail ini menggambarkan Kabar Apik yang mengangkat berita *Game Online yang sedang hangat sekarang*.

4.7.11 Thumbnail Kabar Apik



Gambar 7.0 Thumbnail Kabar Apik 1 JTV

(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2021)



Gambar 7.1 Thumbnail Kabar Apik 2 JTV

(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2021)

Pada bagian Thumbnail Kabar Apik, diperlihatkan judul topik Thumbnail yang akan diangkat, menggunakan gambar yang diambil dari Youtube dengan sesuai pada tema yang diangkat, ditambah dengan logo yang menggambarkan logo Kabar Apik sesuai topik yang diangkat, lalu ditambahkan bingkai dari JTV itu sendiri yang menggambarkan logo dari JTV. Thumbnail ini menggambarkan Kabar Apik yang mengangkat berita *Transaksi Misi Dagang*.

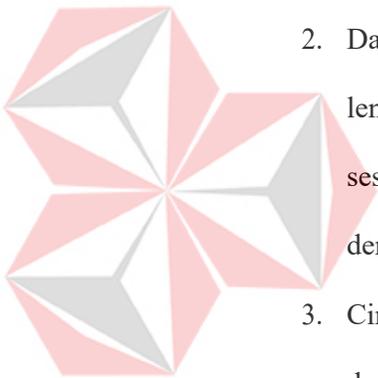
BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan laporan kerja praktik “Perancangan desain poster konten untuk kebutuhan instagram di JTV Surabaya”, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

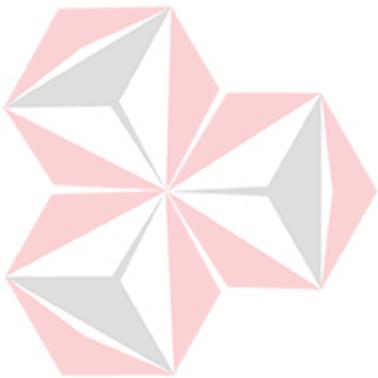
1. Tujuan perancangan ini adalah merancang desain poster sebagai media promosi guna memperkenalkan berbagai konten dari JTV pada khalayak umum serta membangun citra sebuah *brand*.
2. Dalam perancangan desain poster diperlukan *brief* yang jelas, data yang lengkap, penyajian ilustrasi dan penyajian foto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



5.2 Saran

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

1. Perlu adanya komunikasi yang terjalin dengan baik antara penulis dan sebuah tim desain dan agar mempermudah menjalin hubungan kerjasama.
2. Kedepannya poster yang dihasilkan oleh tim desain harus lebih baik lagi dan lebih menarik lagi dari pada hari ini.



UNIVERSITAS
Dinamika

DAFTAR PUSTAKA

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

Heizer Jay, Render Barry. 2005. *Operations Management*. Jakarta: Salemba Empat.

Sofjan Assauri. 2004. *Manajemen Produksi dan Operasi*. Jakarta : Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.

Adi, Bangun Wibowo, 2015. *Pengaruh Suasana Toko, Promosi, dan Lokasi Terhadap Minat Beli di Planet Distro Kota Banjarmasin*. Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.

Sudjana, Nana dan Rivai, Ahmad. *Media Pengajaran*. Bandung: Sinar Baru Algesindo, 2007.

Depdikbud. 2004. *Standar Kompetensi Mata Pelajaran Bahasa dan Sastra Indonesia*. Jakarta Puskur Balitbang.

Basu Swastha dan Irawan, (1999), *Manajemen Pemasaran Modern*, Edisi 2, Yogyakarta : Liberty.