



**PERANCANGAN FEED INSTAGRAM
CV. RUMAH MESIN SEBAGAI MEDIA PROMOSI**

LAPORAN KERJA PRAKTIK



Oleh:
RISKI HERLIANA TWOIN PARAMUTIA
18420100028

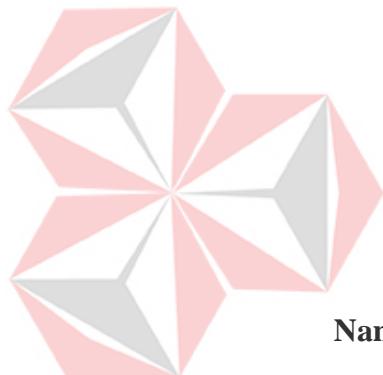
**FAKULTAS DESAIN DAN INDUSTRI KREATIF
UNIVERSITAS DINAMIKA
2021**

PERANCANGAN FEED INSTAGRAM

CV. RUMAH MESIN SEBAGAI MEDIA PROMOSI

Diajukan sebagai salah satu bentuk syarat untuk menyelesaikan

Mata Kuliah Kerja Praktik



UNIVERSITAS
Dinamika
Oleh :

Nama : Riski Herliana Twoin Paramutia

Nim : 18420100028

Program : S1 (Strata Satu)

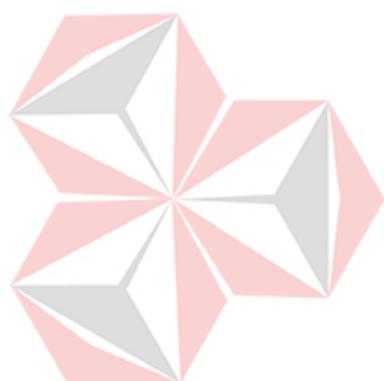
Jurusan : Desain Komunikasi Visual

FAKULTAS DESAIN DAN INDUSTRI KREATIF

UNIVERSITAS DINAMIKA

2021

LEMBAR MOTTO



UNIVERSITAS
Dinamika

“Return, For The Future”

LEMBAR PERSEMBAHAN



*Teruntuk kedua Orang Tua saya, Saudara saya, dan Teman – teman yang
sudah membantu dan mensupport saya , terima kasih.*

LEMBARAN PENGESAHAN

PERANCANGAN FEED INSTAGRAM

CV. RUMAH MESIN SEBAGAI MEDIA PROMOSI

Laporan Kerja Praktik oleh

Riski Herliana Twoin Paramutia

Nim : 18420100028

Telah diperiksa, diuji, dan disetujui



Dosen Pembimbing,

Digitally signed
by Siswo Martono
Date: 2021.12.21
10:44:46 +07'00'

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

NIDN. 0726027101

Yogyakarta, 16 September 2021

UNIVERSITAS
Binaanika
Penyelia,

Adira Rahmawan, S.Kom.

Manager Digital Marketing

Mengetahui,

Kepala Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual

Digitally signed
by Dhika Yuan
Yurisma, M.Ds
Date: 2021.12.21
11:22:53 +07'00'

Dhika Yuan Yurisma, M.Ds., ACA

NIDN. 0720028701

SURAT PERNYATAAN
PERSETUJUAN PUBLIKASI DAN KEASLIAN KARYA

Sebagai mahasiswa Universitas Dinamika, saya :

Nama : Riski Herliana Twoin Paramutia
NIM : 18420100028
Program Studi : S1 Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Desain dan Industri Kreatif
Jenis Karya : Laporan Kerja Praktik
Judul Karya : **PERANCANGAN FEED INSTAGRAM CV. RUMAH MESIN SEBAGAI MEDIA PROMOSI**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

1. Demi pengembangan Ilmu Pengetahuan, Teknologi dan Seni, Saya menyetujui memberikan kepada **Universitas Dinamika** Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-Exclusive Royalty Free Right*) atas seluruh isi/sebagian karya ilmiah Saya tersebut diatas 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 hasil karya asli Saya, bukan plagiat baik sebagian maupun keseluruhan. Kutipan, karya, atau pendapat orang lain yang ada dalam karya ilmiah ini semata-mata hanya sebagai rujukan yang dicantumkan dalam Daftar Pustaka Saya.
3. Apabila dikemudian hari ditemukan dan terbukti terdapat tindakan plagiasi pada karya ilmiah ini, maka Saya bersedia untuk menerima pencabutan terhadap gelar kesarjanaan yang telah diberikan kepada Saya.

Yogyakarta, 16 September 2021



Riski Herliana Twoin Paramutia
NIM : 18420100028

ABSTRAK

Media promosi merupakan sarana yang dapat digunakan dalam mendukung kegiatan promosi dan pengenalan produk atau jasa dengan menggunakan alat atau sarana yang digunakan seseorang untuk menyampaikan suatu pesan dari komunikator kepada publik. Media promosi yang efektif dan memiliki target audiens dengan jangkauan terluas adalah *feed* instagram.

Tujuan dibuatnya *feed* instagram ini, sebagai alat komunikasi dan informasi yang dapat menarik perhatian dan sebagai ruang pertukaran dan penciptaan *user-generated content* dalam berinteraksi secara efektif dengan sesama pengguna lainnya. Instagram juga mampu menyajikan konten *feed* instagram dengan tampilan visual berupa gambar atau video.

CV. Rumah Mesin yang terletak di Jl. Parangtritis km 5,6 Tarudan, Bangunharjo, Kec Sewon, Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta. CV. Rumah Mesin merupakan perusahaan yang bergerak dibidang pembuatan, dan penyediaan mesin, serta memiliki digital marketing yang fungsiya sebagai pendukung perencanaan konten dari kegiatan harian media sosial dari CV. Rumah Mesin sendiri. Metode yang sering digunakan untuk menyelesaikan perancangan *feed* Instagram adalah konten yang berisi sebuah promosi.

Oleh karna itu penulis mencoba menyelesaikan masalah yang ada, yaitu, bagaimana merancang *feed* Instagram CV. Rumah Mesin sebagai media promosi. Harapan nantinya ini, dapat digunakan sebagai alat komunikasi dan informasi, yang dapat menarik perhatian serta memudahkan customer dalam mencari informasi terkait penjualan, pembuatan dan penyediaan mesin.

Kata kunci : Media promosi, *feed*, dan Instagram.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Kerja Praktik dengan judul "**PERANCANGAN FEED INSTAGRAM CV. RUMAH MESIN SEBAGAI MEDIA PROMOSI**" ini. Laporan Kerja Praktik ini disusun sebagai pelengkap Kerja Praktik yang telah dilaksanakan lebih kurang 1 bulan di CV. Rumah Mesin.

Dalam usaha menyelesaikan Laporan Kerja Praktik ini penulis mendapatkan bantuan dari berbagai pihak baik berupa moral maupun materi. Oleh karena itu, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak **Prof. Dr. Budi Jatmiko, M.Pd** selaku Rektor Universitas Dinamika.
2. Bapak **Dhika Yuan Yurisma, M.Ds., ACA** selaku Kaprodi S1 Desain Komunikasi Visual Universitas Dinamika.
3. Bapak **Siswo Martono, S.Kom., M.M.** selaku dosen pembimbing yang telah membimbing dan mengarahkan serta memberi dukungan dalam pembuatan laporan kerja praktik ini.
4. Bapak **Mansur Mashuri, S.T.** selaku Direktur CV. Rumah Mesin.
5. Bapak **Adi Rahmawan, S.Kom.** selaku penyelia kerja praktik di CV. Rumah Mesin.
6. Bapak Figo selaku pembimbing selama kerja praktik di CV. Rumah Mesin.
7. Sahabat, teman-teman seperjuangan yang telah memberi dukungan hingga tersusunnya laporan ini.

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

Yogyakarta, 16 September 2021

Penulis

DAFTAR ISI



LEMBAR MOTTO	ii
LEMBAR PERSEMBAHAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
LEMBAR PERNYATAAN	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Batasan Masalah.....	2
1.4 Tujuan.....	3
1.5 Manfaat.....	3
1.5.1 Manfaat Teoritis	3
1.5.2 Manfaat Praktis	3
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....	5
2.1 Profile Perusahaan	5
2.2 Sejarah Perusahaan	5
2.3 Visi dan Misi CV. Rumah Mesin	6
2.3.1 Visi	6
2.3.2 Misi	6
2.4 Logo Perusahaan	6



2.5	Alamat dan Kontak Perusahaan.....	6
2.6	Struktur Organisasi.....	7
	BAB III LANDASAN TEORI.....	8
3.1.	Desain	8
3.2.	Media Instagram.....	8
3.3.	Media Promosi	9
3.4.	Element Desain Grafis.....	10
3.5.	Prinsip Dasar Desain	12
3.6.	Tipografi.....	13
3.7.	Layout.....	15
	BAB IV DESKRIPSI PEKERJAAN	18
4.1	Perancangan Karya.....	18
4.2	Sistem Pelaksanaan Kerja Profesi	18
4.2.1	Brief.....	18
4.2.2	Pengumpulan Informasi	19
4.3	Penentuan Konsep	20
4.4	Pengumpulan Referensi.....	21
4.5	Layouting.....	22
4.6	Tipografi.....	23
4.6.1	Gotham Narrow.....	23
4.7	Implementasi Karya	24
4.8	Proses Pembuatan Desain.....	24
4.8.1	Membuat Sketsa Desain	24
4.8.2	Membuat Sketsa Desain	25
4.8.3	Memasukkan Unsur-unsur Desain	26

4.8.4	Memasukkan Unsur-unsur Desain	26
4.8.5	Menentukan Typography	27
4.8.6	Final Design	28
4.8.7	Hasil Karya.....	29
4.8.8	Tampilan Mock Up Desain Feed Instagram	31
BAB V PENUTUP.....		33
5.1	Kesimpulan.....	33
5.2	Saran	33
DAFTAR PUSTAKA		36



DAFTAR GAMBAR

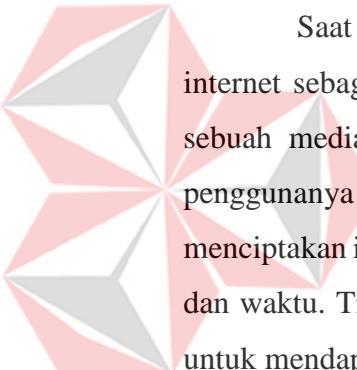
Gambar 2.1 Logo CV. Rumah Mesin	6
Gambar 2.2 Struktur Organisasi CV. Rumah Mesin.....	7
Gambar 3.1 Font Serif.....	14
Gambar 3.2 Font Sans Serif	15
Gambar 3.3 Font Fantasy	15
Gambar 4.1 Template feed CV. Rumah Mesin.....	20
Gambar 4.2 Referensi 1.....	21
Gambar 4.3 Referensi 2.....	22
Gambar 4.4 Font & Gaya Font Gotham Narrow.....	23
Gambar 4.5 Sketsa Desain Feed Instagram CV. Rumah Mesin	24
Gambar 4.6 Membuat Lembar Kerja Baru Pada Adobe Ilustrator	25
Gambar 4.7 Membuat Lembar Kerja Baru Pada Adobe Ilustrator	25
Gambar 4.8 Proses Penataan Foto.....	26
Gambar 4.9 Proses Menyusun Layout	27
Gambar 4.10 Menentukan <i>Typhography</i>	27
Gambar 4.11 <i>Final Design Slide</i> 1	28
Gambar 4.12 <i>Final Design Slide</i> 2.....	28
Gambar 4.13 Hasil Karya <i>Slide</i> 1.....	29
Gambar 4.14 Hasil Karya <i>Slide</i> 2.....	30
Gambar 4.15 Tampilan Mock Up Desain feed Instagram (<i>web</i>)	31
Gambar 4.16 Tampilan Mock Up Desain feed Instagram <i>with caption</i> (<i>web</i>)	31
Gambar 4.17 Tampilan Mock Up <i>slide</i> 1 dan <i>slide</i> 2	32

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) saat ini mulai mengalami perkembangan seiringan dengan berkembang pesatnya ilmu pengetahuan dan perkembangan peradaban manusia (Bakhtiar, 2012:223). Era globalisasi nampaknya begitu nyata dan mudah karna adanya layanan digital yang dapat diakses diberbagai penjuru dunia. Seperti halnya Indonesia yang merupakan negara paling aktif dalam menggunakan internet. Jika dilihat dari data penggunaan internet di Indonesia pada tahun 2021 ini sudah mencapai 202,6 juta jiwa. Jumlah ini terus meningkat sekitar 15,5 persen atau 27 juta jiwa jika dibandingkan pada Januari 2020 tahun lalu.



Saat ini mayoritas masyarakat indonesia lebih dominan menggunakan internet sebagai sarana untuk mengakses media sosial. Media Sosial merupakan sebuah media daring yang digunakan oleh satu sama lain yang dimana para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berinteraksi, berbagi, dan menciptakan isi dari blog, jejaring sosial, dan dunia virtual tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu. Tidak hanya itu, media sosial juga menjadi salah satu wadah terbesar untuk mendapatkan sarana informasi yang paling cepat dan mudah untuk di akses. Jika kita lihat secara global saat ini dan seterusnya media sosial yang sangat sering di akses oleh masyarakat di Indonesia bahkan dunia berdasarkan data WeAreSocial.net dan Hootsuite 2017, adalah Instagram. Mengapa demikian, karna instagram memiliki keunggulan seperti tampilan visual, audio, dan bisa juga digunakan sebagai media media promosi yang dapat menguntungkan bisnis yang sedang dijalani.

Hal ini juga dimanfaatkan CV. Rumah Mesin yang terletak di Jl. Parangtriris km 5,6 Tarudan, Bangunharjo, Kec Sewon, Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta. CV. Rumah Mesin merupakan perusahaan yang bergerak dibidang pembuatan dan penyediaan mesin pertanian, mesin perkebunan, mesin perikanan, baik pra atau pasca panen, alat mesin olahan makanan, dan alat laboratorium. Tak hanya itu, CV.

Rumah Mesin juga memiliki digital marketing yang fungsinya. sebagai pendukung perencanaan konten dari kegiatan harian media sosial dari CV. Rumah Mesin sendiri.

Menurut Tjiptono (2001:219) media promosi merupakan sarana yang digunakan dalam mendukung kegiatan promosi dan pengenalan produk atau jasa kepada masyarakat. Oleh karena itu, untuk mewujudkan kegiatan media promosi dari CV. Rumah Mesin ini bisa dengan cara, menciptakan sebuah desain feed Instagram yang sesuai dengan target market dan citra dari perusahaan agar dapat membantu menjangkau dan memperluas kegiatan promosi dengan menggunakan desain feed Instagram dapat dengan mudah di kenali oleh customer/user.

Pembuatan konsep desain feed Instagram ini nantinya akan berarah pada penawaran, pembuatan dan penyediaan mesin pertanian, mesin perkebunan, mesin perikanan, baik pra atau pasca panen, alat dan mesin olahan makanan, serta alat laboratorium, sesuai dengan citra dari perusahaan tentang perencanaan konten yang menggunakan software adobe illustrator untuk menerapkan gaya desain yang akan digunakan nantinya.

Dengan begitu tujuan dari pembuatan desain feed Instagram ini diharapkan bisa memperkenalkan dan mengkomunikasikan suatu mesin yang ada dan dibuat langsung oleh CV. Rumah Mesin ini, dalam bentuk media promosi melalui platform Instagram. Harapan ini nantinya diwujudkan dalam bentuk interaksi, ketertarikan dan feedback dari customer/user untuk melakukan komunikasi dalam hal pembelian mesin yang tersedia, sesuai dengan apa yang dipromosikan di media sosial Instagram CV. Rumah mesin ini nantinya dapat meningkatkan penjualan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang telah dijelaskan diatas maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut “Bagaimana Merancang Desain *Feed* Instagram CV. Rumah Mesin Sebagai Media Promosi”.

1.3 Batasan Masalah

Adanya Batasan masalah digunakan untuk menghindari adanya penyimpangan atau pelebaran pokok masalah. Tujuannya agar Perancangan Feed

Instagram CV. Rumah Mesin Sebagai Media Promosi lebih terarah dan tercapai. Batasan masalah sebagai berikut :

1. Penggunaan konsep desain feed Instagram sesuai dengan media promosi terkait pada penawaran dan penyediaan mesin yang ada di CV. Rumah Mesin
2. Penggunaan konsep desain feed Instagram lebih memaparkan dan memberitahukan terkait spesifikasi mesin yang ada di CV. Rumah Mesin kepada customer/*user*.

1.4 Tujuan

Tujuan dari kerja praktik ini diharapkan mampu memberikan manfaat sehingga dapat menambah ilmu baru, memahami suatu proses penggeraan desain, dan meningkatkan kualitas dari diri mahasiswa dalam bidang desain yang nantinya akan diterapkan kedunia pra kerja di suatu perusahaan nantinya.

1.5 Manfaat

Kerja praktik ini diharapkan dapat memberikan sebuah manfaat yang berguna kepada banyak pihak, diantaranya sebagai berikut :

1.5.1 Manfaat Teoritis

Hasil dari laporan kerja praktik ini dapat dijadikan bahan referensi untuk mahasiswa Desain Komunikasi Visual di masa mendatang dan dapat memberikan informasi maupun literature yang dibutuhkan khususnya bagi penulisan perancangan feed instagram sebagai media promosi secara visual.

1.5.2 Manfaat Praktis

Bagi mahasiswa, diharapkan dapat menjadikan sebuah pengalaman yang berguna sebagai sarana pembelajaran yang bermanfaat ketika nantinya diterapkan dalam dunia kerja di masa yang akan datang.

Sedangkan bagi perusahaan, diharapkan nantinya desain feed Instagram yang sudah dikerjakan dan di promosikan oleh mahasiswa ini dapat membantu penggeraan desain yang lebih baik lagi sesuai dengan citra perusahaan CV. Rumah Mesin.

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profile Perusahaan

CV. Rumah Mesin didirikan oleh Bapak Mansur Mashuri dan dikelola oleh CV. Rumah Mesin dengan kantor dan pabrik pembuatan mesin di Yogyakarta. Perusahaan ini bergerak pada penyediaan mesin pertanian, peternakan, perkebunan serta olahan makanan.

Tempat	: CV. Rumah Mesin
Alamat	: Jl. Parangtriris km 5,6 Tarudan, Bangunharjo, Kec. Sewon, Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta 55187.
Telepon & Faks	: <u>0812 2222 9224</u> atau (0274) 287 1809
Email	: rumahmesin@gmail.com
Website	: <u>https://www.rumahmesin.com/</u>

2.2 Sejarah Perusahaan

Rumah Mesin didirikan oleh Bapak Mansur Mashuri selaku pemilik perusahaan pada tahun 2017 dengan kantor dan pabrik pembuatan yang berada di Jl. Parangtriris km 5,6 Tarudan, Bangunharjo, Kec. Sewon, Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta. Perusahaan CV. Rumah Mesin berdiri atas keinginan dan visi misi yaitu membantu pengusaha atau UMKM dalam penyediaan alat mesin yang tepat dengan teknologi yang canggih serta berinovasi. Perusahaan ini bergerak dibidang pembuatan dan penyediaan mesin pertanian, mesin perkebunan, mesin perikanan, baik pra atau pasca panen, alat dan mesin olahan makanan, alat laboratorium sesuai yang Anda inginkan.

Mulai tahun 2018 perusahaan CV. Rumah Mesin juga mengembangkan usahanya yaitu, Rumah Mesin Peduli yang dimana ini merupakan wadah yang dibentuk untuk memberikan bantuan kepada usaha atau pembisnis yang tidak memiliki modal atau mesin dengan fasilitas sesuai usaha yang digeluti oleh pengusaha masing – masing. Tidak hanya itu CV. Rumah Mesin juga mengembangkan sayapnya di bidang digital marketing yang diresmikan pada tahun 2018 yang fungsinya membantu mengontrol dan menyediakan konten yang berhubungan dengan media promosi dari CV. Rumah Mesin itu sendiri.

2.3 Visi dan Misi CV. Rumah Mesin

2.3.1 Visi

Menjadi perusahaan yang terdepan dalam pengembangan UMKM di Indonesia.

2.3.2 Misi

1. Menghasilkan karya dan produk yang berkualitas dan inovatif untuk membantu UMKM.
2. Memberikan pelayanan yang total dan terbaik bagi seluruh pelanggan dan berbagai pelatihan operasional mesin.
3. Menjadi supplier mesin kelapa, mesin olahan pertanian dan olahan makanan nomor 1 di Indonesia.
4. Membangun kerjasama dengan sekolah, perguruan tinggi, dinas dan kementerian terkait, serta pelaku usaha sejenis.
5. Mengembangkan dana CSR dengan membentuk usaha sosial untuk meningkatkan ekonomi umat.
6. Menciptakan budaya perusahaan yang menghasilkan sumber daya manusia yang handal dan berakhlak mulia.

2.4 Logo Perusahaan



Gambar 1.1 Logo CV. Rumah Mesin

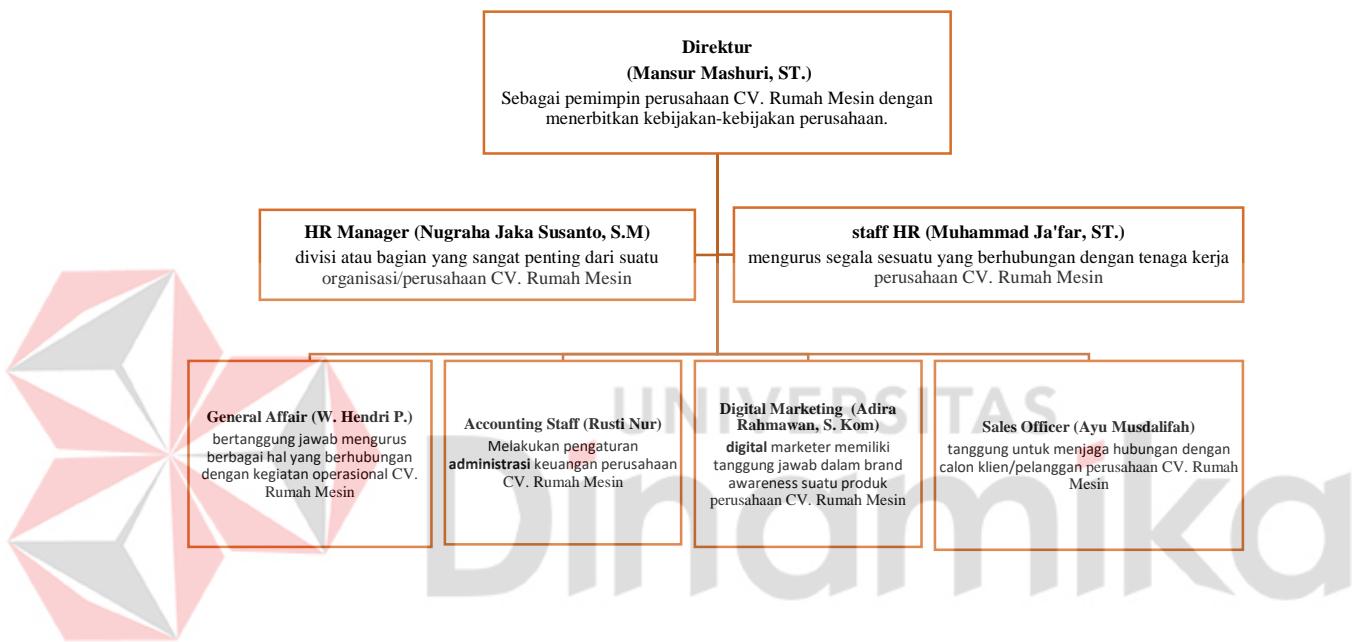
(Sumber: Data CV. Rumah Mesin)

2.5 Alamat dan Kontak Perusahaan

- | | |
|--------|---|
| Tempat | : CV. Rumah Mesin |
| Alamat | : Jl. Parangtriris km 5,6 Tarudan, Bangunharjo, Kec. Sewon, Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta 55187. |

Telepon & Faks	: <u>0812 2222 9224</u> atau (0274) 287 1809
Jam Operasi	: Senin – Jum’at Pukul 07.55 – 16.00 WIB
Email	: rumahmesin@gmail.com
Website	: <u>https://www.rumahmesin.com/</u>

2.6 Struktur Organisasi



Gambar 2.2 Struktur Organisasi CV. Rumah Mesin

(Sumber: CV. Rumah Mesin, 2021)

BAB III

LANDASAN TEORI

3.1. Desain

Choirul (2010) menyatakan bahwa desain merupakan suatu kerangka dalam bentuk, rancangan, motif, pola, dan corak, yang nantinya dapat diimplementasikan terhadap suatu objek. Dari desain ini kita dapat melihat sesuatu yang bisa dijadikan alat komunikasi terkait hal yang bersifat unik dan kreatif, yang mana bisa dengan mudah diimplementasi pada sebuah rencana atau bentuk nyata untuk suatu produk atau jasa yang tujuannya dirancang sebagai kegiatan promosi.

3.2. Media Instagram

Instagram berasal dari kata “instan” atau “insta” bisa dikatakan seperti kamera polaroid yang dikenal pada zaman dahulu. Menurut Putri (2013:14) kata “gram” berasal dari kata “telegram”, dimana telegram berkerja untuk mengirimkan informasi kepada orang lain secara cepat. Sedangkan instagram adalah sebuah media sosial dari sebuah aplikasi smartphone yang berfungsi sebagai media pengambilan foto atau tempat untuk berbagi informasi terhadap penggunanya (Atmoko, 2012:10).

Instagram resmi dirilis pada 6 Oktober 2010 oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger yang merupakan pendiri dan pekerja dari perusahaan *startup* bernama *Burbn, inc* (Atmoko, 2012:10). Instagram sendiri merupakan salah satu media sosial terpopuler, jika dilihat dari banyaknya media sosial yang ada saat ini, Aplikasi Instagram ini memiliki banyak fitur yang dapat digunakan pengguna/user sebagai alat komunikasi dalam bentuk visual.

Sistem orientasi yang dimiliki oleh instagram yaitu pada setiap akun yang akan mengikuti dan menjadi pengikut akun pengguna instagram lainnya, di dalam akun tersebut terdapat konten – konten yang akan di tampilkan dalam beranda akun instagram masing – masing pengguna/user. Yang mana hal ini bisa dimanfaatkan sebagai cara untuk berinteraksi dengan memberi tanda suka (*Like*), berkomentar,

dan melihat suatu konten apa yang diunggah pengguna/user melalui di ig *story*, *reels*, serta ig tv.

3.3. Media Promosi

Media promosi merupakan sarana yang digunakan untuk menunjang suatu kegiatan promosi atau pengenalan suatu produk atau jasa kepada masyarakat luas melalui media cetak, visual, dan sosial. Hal ini dapat disimpulkan bahwa media promosi merupakan bagian yang tidak dapat terpisahkan dari pemasaran dan penjualan terhadap produk dan jasa.

Promosi merupakan suatu elemen bauran pemasaran yang fokusnya sebagai sarana menginformasikan, membujuk, dan meningkatkan kembali konsumen akan merek dan produk perusahaan (Tjiptono, 2015:387). Sedangkan menurut Mahmud Machfoedz (2010), promosi merupakan suatu aktivitas dan materi yang mana dalam pengaplikasiannya menggunakan teknik, agar dapat mengkomunikasikan sebuah informasi secara persuasif yang mana akan menjadi cara untuk mendorong penjualan dan nilai tambah konsumen.

Sedangkan menurut Sistaningrum (2002) tujuan dari promosi sendiri yakni untuk memperkenalkan diri, membujuk, modifikasi dan membentuk tingkah laku, serta mengingatkan kembali produk dan keberadaan dari sebuah perusahaan yang menawarkan dan menjual produk tersebut.

Jika dilihat dari teori – teori yang sudah dikemukakan diatas, penulis dapat menyimpulkan bahwa media promosi merupakan wadah atau sarana untuk menunjang kegiatan promosi atau pengenalan suatu produk atau jasa kepada masyarakat luas, sehingga didapatkan suatu komunikasi yang dapat menginformasikan secara persuasif. Dimana tujuan dari promosi sendiri untuk memperkenalkan diri, membujuk, modifikasi dan membentuk tingkah laku, serta mengingatkan kembali produk dan keberadaan dari sebuah perusahaan yang menawarkan dan menjual produk tersebut, sehingga sesuai dengan target *audience*, ciri khas yang ada dan keunikan tersendiri pada produk.

3.4. Element Desain Grafis

Menurut M.Suryanto (2004) element desain grafis merupakan sebuah aplikasi dari keterampilan seni dan komunikasi yang digunakan sebagai kebutuhan bisnis dan industri oleh perusahaan ataupun industri. Aplikasi-aplikasi tersebut meliputi periklanan dan penjualan produk, menciptakan sebuah identitas visual untuk institusi, produk dan perusahaan, serta lingkungan grafis, desain informasi, yang berbentuk visual supaya bisa menyempurnakan pesan dalam publikasi. Berikut ini rincian mengenai beberapa elemen desain grafis yang akan digunakan untuk merancang suatu desain :

1. Garis (*line*)

Garis atau Line adalah unsur penting yang ada dalam sebuah desain. Garis berfungsi membangun keteraturan pada desain dan memberikan penegasan pada setiap objek. Garis juga dapat menghubungkan antara satu titik dengan titik lainnya. Dari penghubungan titik-titik tersebut, terwujudlah sebuah garis dengan bermacam-macam bentuk yaitu, garis lurus atau *straight*, garis lengkung atau *curve*, garis *horizontal*, garis vertikal, garis patah-patah, dan garis lengkung.

2. Ukuran (*size*)

Ukuran adalah perbandingan besar atau kecil suatu objek, benda, ataupun suatu hal. Ukuran yang dimaksud lebih mengarah pada proporsi atau perbandingan ukuran antara elemen satu dengan elemen lain ataupun dengan desain lainnya secara keseluruhan. Sedangkan ukuran proporsi dalam desain berfungsi untuk menciptakan kontras dan penekanan atau emphasis pada objek, yang mana dapat membantu penyampaian informasi dari sebuah desain.

3. Bentuk (*Shape*)

Bentuk merupakan seperangkat atau gabungan dari garis-garis yang ditempatkan secara saling berdekatan. Bentuk memiliki diameter, tinggi, dan lebar, yang masing-masingnya dapat diukur secara matematis. Jika dilihat dari sifatnya, bentuk dapat dibagi menjadi tiga jenis, yaitu simbol, huruf, dan bentuk nyata atau form.

4. Tipografi (Type)

Tulisan-tulisan dalam desain disusun sedemikian rupa agar mempermudah saat dibaca. Akan tetapi dalam penyusunannya juga harus tetap diperhatikan nilai nilai estetikanya. Dengan susunan teks yang baik dan memiliki tingkat keterbacaan yang baik pula, maka akan menciptakan sebuah keselarasan dan keseimbangan dalam desain. Dan yang terpenting adalah mempermudah proses penyampaian informasi desain.

5. Ruang (*Space*)

Ruang merupakan area yang berada di sekitaran objek. Ruang sangat dibutuhkan dalam desain, hal ini dapat terbentuk dari bagaimana cara penyusunan elemen-elemen atau objek – objek yang akan ditampilkan dalam desain. Ruang berguna untuk memisahkan atau menyatukan elemen - elemen desain. Secara teknis, ruang berfungsi untuk menambah fokus penglihatan mata terhadap sebuah objek desain.

6. Warna (*Color*)

Warna merupakan salah satu elemen desain yang sangat penting. Selain digunakan untuk menyampaikan pesan, warna berguna untuk membangkitkan emosi atau perasaan penikmat karya dan menciptakan sebuah ketertarikan visual. Ketertarikan visual dapat muncul tergantung bagaimana susunan warna digunakan dalam sebuah desain. Tidak hanya itu, dalam desain branding atau visual branding identity, warna digunakan untuk menampilkan identitas.

Dalam desain grafis, warna kebanyakan dibagi menjadi dua section, yaitu RGB dan CMYK. RGB singkatan dari Red, Green, Blue, yang mana warna RGB ini berasal dari sinar atau cahaya digital. Kemudian CMYK adalah singkatan dari *Cyan, Magenta, Yellow, Key*, warna-warna ini berasal dari tinta cetakan atau hasil dari printing.

7. Tekstur (*Texture*)

Tekstur adalah wujud atau visualisasi dari permukaan objek yang ada di dalam desain. Pada umumnya tekstur hanya bisa dinilai dengan cara dilihat

atau diraba. Dalam hal ini, tekstur sebuah objek desain digital hanya bisa dilihat tampilannya saja, akan bisa diraba apabila sudah dalam bentuk cetakan atau telah melalui tahap finishing secara fisik. Dengan begitu pada praktiknya, tekstur menjadi sering dikelompokkan sebagai corak dari suatu objek.

Adanya tekstur akan memberi pengaruh terhadap visual desain. Lebih tepatnya sebagai efek yang akan ditimbulkan dari sebuah desain saat dilihat sehingga memberikan kesan apabila diraba akan terasa kasar, halus ataupun tekstur-teksut lainnya. Hal ini juga akan menambah kedalaman dan daya tarik visual tersendiri terhadap hasil desain.

3.5. Prinsip Dasar Desain

Prinsip dasar desain merupakan pengorganisasian dari unsur-unsur desain dengan memperhatikan prinsip-prinsip dalam menciptakan dan mengaplikasikan kreatifitas (Frank, 1997:245). Mengelompokkan prinsip-prinsip desain yang terdiri dari :

1. Kesatuan (*unity*)

Kesatuan merupakan prinsip yang menekankan pada keselarasan dari unsur-unsur yang akan disusun, baik dalam wujudnya maupun kaitannya dengan ide yang melandasi. Kesatuan sangat diperlukan dalam karya grafis yang nantinya terdiri dari beberapa elemen di dalamnya. Dengan kesatuan inilah, elemen-elemen yang ada saling mendukung sehingga diperoleh fokus yang akan dituju.

2. Keseimbangan (*balance*)

Keseimbangan merupakan prinsip komposisi yang bertujuan untuk menghindari kesan berat sebelah pada suatu bidang atau ruang dalam sebuah karya. Kesimbangan dibagi menjadi 2, yang pertama keseimbangan formal, pada dasarnya semua elemen yang ditempatkan mempunyai kesan seimbang baik dilihat dari sisi kanan, kiri, atas, dan bawah. Kedua keseimbangan informal, pada dasarnya setiap elemen yang disusun tetap memiliki kesan seimbang. Hanya saja terdapat variasi tertentu yang tidak sama.

3. Irama (*ritme*)

Irama atau ritme merupakan unsur-unsur yang mengikuti suatu pola penataan tertentu secara teratur agar mendapatkan kesan yang menarik. Penataannya dapat

dilaksanakan dengan mengadakan pengulangan maupun pergantian secara teratur.

4. Kontras

Kontras dalam suatu komposisi sangatlah diperlukan sebagai vitalitas supaya tidak menimbulkan kesan monoton. Tentu saja kontras ditampilkan secukupnya, sebab jika ditampilkan terlalu berlebihan akan muncul ketidak beraturan dan kontradiksi yang jauh dari kesan harmonis.

5. Fokus

Fokus atau pusat perhatian sangat diperlukan dalam sebuah komposisi untuk menunjukkan bagian yang dianggap penting dan menjadi perhatian utama. Penjagaan keharmonisan dalam membuat suatu fokus bisa dilakukan dengan menjadikan segala sesuatu yang ada di sekitar fokus untuk mendukung fokus yang telah ditentukan.

6. Proporsi

Proporsi adalah perbandingan ukuran antara bagian satu dengan bagian keseluruhan. Prinsip komposisi ini menekankan ukuran dari suatu unsur yang akan disusun dan dijangkau sejauh mana ukuran itu menunjang keharmonisan tampilan pada suatu desain.

3.6. Tipografi

Menurut Adi (2010), tipografi adalah ilmu atau kemampuan menata huruf atau aksara untuk publikasi visual, baik cetak ataupun noncetak. Tipografi sendiri bisa dikatakan sebagai seni dalam memilih dan menata huruf dengan pengaturan dan penyebarannya yang bisa dilihat pada ruang-ruang yang tersedia, untuk menciptakan kesan khusus (Tinarbuko, 2012:25). Sehingga akan menolong pembaca untuk mendapatkan kenyamanan saat membaca semaksimal mungkin.

Jenis atau penggunaan huruf yang dipakai secara umum di Indonesia sama halnya yang dipakai di Eropa. Terdapat ribuan huruf berdasarkan bentuk struktur gambar huruf yang dapat dikelompokkan menjadi tiga golongan, yaitu :

1. Jenis Huruf Serif

Serif adalah huruf dengan garis tipis yang ada pada ujung kaki atau lengan huruf. Serif merupakan jenis kelompok huruf yang memiliki kaki dengan lengan huruf. Kelompok jenis ini terdiri dari tiga gaya, yaitu huruf *Roman*, huruf *Bodoni* dan huruf *Egyptian*.

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii
 Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq
 Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy
 Zz 0123456789 ({!@#\$%&*,.;;"})

Gambar 3.1 Font Serif

(Sumber Gambar : <https://www.fontspace.com>, 2018)

a. Huruf Roman

Huruf roman atau huruf romawi mempunyai perbedaan yang terlihat antara tebal tipis tidak terlalu banyak. Penerapan huruf ini terlihat halus dan lembut sesuai dengan sifat atau karakter yang disandang seorang ibu, yaitu lembut, santun dan bijaksana. Sehingga huruf *roman* sangat sesuai untuk pekerjaan yang halus atau seni dengan teks formal.

b. Huruf Bodoni

Sedangkan huruf Bodoni ini mempunyai ketebalan dan ketipisan sangat jelas. Huruf ini merupakan jenis modern yang bentuk hurufnya memperlihatkan perbedaan yang mencolok antara kaitan dengan batang huruf. Dalam pemilihan jenis huruf ini sangat melekat dengan sifat berat, gemuk, gendut, maupun menggema pada sebuah kata.

c. Huruf Egypton

Pada huruf ini tidak terdapat perbedaan antara tebal tipisnya badan dengan kaki. Walaupun huruf ini memiliki kaki dan lengan, namun dalam segi komunikasi sangat mudah dilihat dan jelas. Pemilihan huruf ini memberi kesan mecil, bulat, dan memanjang.

2. Jenis Huruf Sans Serif

Sans Serif adalah huruf yang tidak mempunyai kaki dan lengan huruf, tidak memiliki perbedaan antara tebal dan tipisnya. Huruf ini mempunyai kesan sederhana, tidak ramai namun tetap manis, tegas, kuat, dan keras yang sangat melekat pada kelopok huruf jenis ini. Jenis huruf tanpa kait ini diantaranya seperti : Arial, Gill Sans, Univers, Futura, Helvetica, Gothic, Announce, Antique, Eurostile, USA Black, Erie, dan sebagainya.

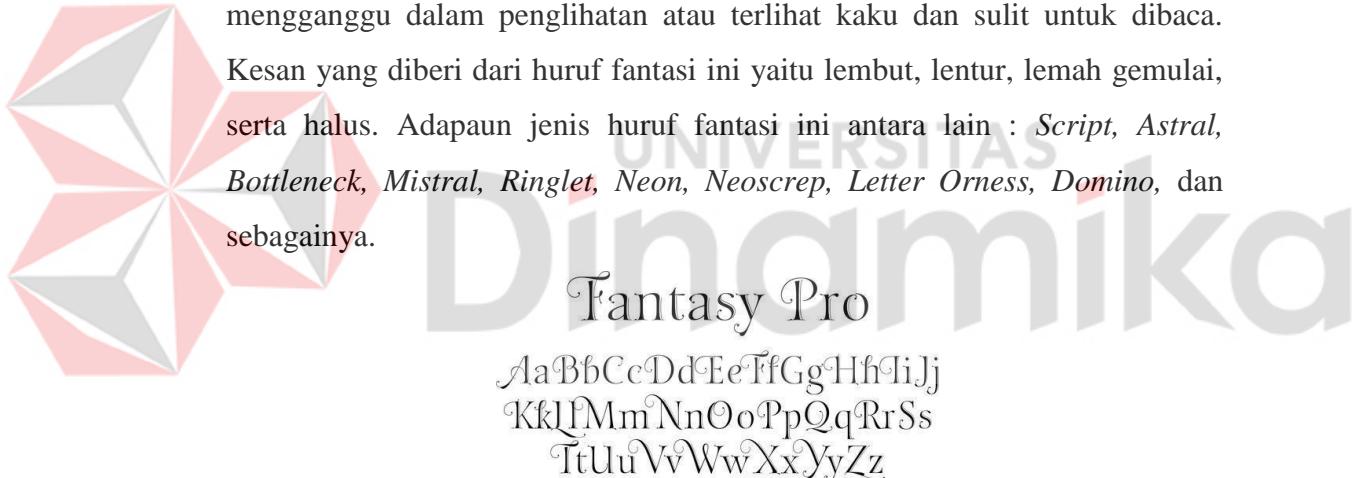
**A B C D E F G H I J K L M
N O P Q R S T U V W X Y Z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 ! ? #
% & \$ @ * { (/ \) }**

Gambar 4.2 Font Sans Serif

(Sumber Gambar : <https://deliciousthemes.com, 2018>)

3. Jenis Huruf *Fantasy*

Fantasy merupakan huruf penuh lekak-lekuk seperti tunas menjalar. Jenis huruf ini sering digunakan untuk hiasan pada kata atau kalimat yang berfungsi untuk mempertegas perhatian pembaca. Dalam tampilannya, jenis huruf ini tidak semua menggunakan huruf kapital di karenakan bias mengganggu dalam penglihatan atau terlihat kaku dan sulit untuk dibaca. Kesan yang diberi dari huruf fantasi ini yaitu lembut, lentur, lemah gemulai, serta halus. Adapaun jenis huruf fantasi ini antara lain : *Script, Astral, Bottleneck, Mistral, Ringlet, Neon, Neoscrep, Letter Orness, Domino*, dan sebagainya.



Gambar 5.3 Font Fantasy

(Sumber Gambar : <https://id.pinterest.com, 2018>)

3.7. Layout

Layout atau tata letak sering kali digunakan untuk mengatur sebuah komposisi dalam sebuah desain, seperti huruf teks, garis, bidang, gambar, bentuk pada konteks tertentu. *Mlayout* merupakan proses atau tahapan kerja dalam dunia desain, dapat dikatakan bahwa desain merupakan arsiteknya, sedangkan layout adalah pekerjanya. Sehingga banyak orang mengatakan bahwa *mlayout* itu sama dengan mendesain.

Tujuan utama *layout* adalah menampilkan elemen gambar dan teks agar menjadi komunikatif dalam sebuah cara yang dapat memudahkan pembaca menerima informasi yang disajikan. Basuki dalam (Pujiruyanto, 2005:72) membagi tahapan tata letak menjadi tiga, yaitu:

1. Tata letak miniatur merupakan penyusunan unsur-unsur gratis yang masih berupa kolom teks dan kolom gambar.
2. Tata letak kasar merupakan tahapan rancangan yang sudah berwujud gambar dan teks.
3. Tata letak komprehensif merupakan tahapan dimana unsur-unsur grafis sudah ditempatkan dengan benar dan siap untuk dicetak.

Selain itu, faktor-faktor yang harus diperhatikan dalam perancangan sebuah layout adalah sebagai berikut:

1. Huruf dan ukurannya
2. Bentuk, ukuran, dan komposisi
3. Wama Ukuran kertas cetak (bila dicetak)

Sedangkan menurut Tom Lincy dalam buku (Kusrianto, 2007: 277), prinsip *layout* yang baik, selalu memuat 5 prinsip utama dalam desain, yaitu :

1. Proporsi (*Propotion*)
2. Keseimbangan (*Balance*)
3. Kontras (*Contrast*)
4. Irama (*Rhythm*)
5. Kesatuan (*Unity*)

BAB IV

DESKRIPSI PEKERJAAN

4.1 Perancangan Karya

Pada tahap awal pembuatan perancangan feed Instagram CV. Rumah Mesin ini, penulis diberikan tahapan – tahapan proses yang harus dilakukan dan dikerjakan dalam periode kerja praktik. Suatu perkerjaan yang telah diperoleh penulis dari Team Manajemen Desain grafis CV. Rumah Mesin adalah membuat dua desain feed Instagram mengenai sebuah promosi terkait spesifikasi mesin yang akan dipromosikan pembuatan dan penyediaan mesinnya supaya customer bisa mengetahui lebih details dan juga tertarik untuk membeli produk mesin tersebut.

4.2 Sistem Pelaksanaan Kerja Profesi

CV. Rumah Mesin Mesin merupakan perusahaan yang bergerak dibidang pembuatan dan penyediaan mesin pertanian, mesin perkebunan, mesin perikanan, baik pra atau pasca panen, alat dan mesin olahan makanan, dan alat laboratorium. Setelah melakukan pengumpulan data saat Kerja Praktik pada CV. Rumah Mesin, penulis maka dapat dijelaskan bagaimana proses merancang desain feed Instagram CV. Rumah Mesin sebagai media promosi dengan urutan kerja dari awal mulai hingga tahap akhir, rinciannya sebagai berikut :

4.2.1 Brief

Dari tahapan brief yang diberikan oleh team CV. Rumah Mesin tidak banyak memberikan ketentuan apapun tentang panduan mengenai mendesain desain feed Instagram. Desainer dibebaskan sesuai inovasi dan kreatifitas untuk merancang desain feed Instagram @rumahmesin namun tetap memperhatikan beberapa hal, sebagai berikut :

1. Harus menggunakan warna merah dan putih di semua desain yang akan dibuat, karena hal ini mencerminkan warna identitas dari CV. Rumah Mesin Sendiri.
2. Logo harus selalu ada dan terlihat jelas disetiap feed Instagram dari @rumahmesin.

3. Mewajibkan menggunakan *background* putih *abstrack* agar terlihat *esthetic*.

4.2.2 Pengumpulan Informasi

Setelah mengetahui brief yang sudah dipaparkan tadi, tahap selanjutnya adalah penulis mengumpulkan informasi dan data mengenai spesifikasi mesin yang ada di CV. Rumah Mesin untuk proses perancangan media promosi melalui desain feed Instagram. Topik yang nantinya penulis angkat yaitu mengenai spesifikasi dan kontak informasi yang berhubungan dengan produk mesin sebagai media promosi untuk klien ataupun customer yang ingin mengetahui dan mengenal lebih detail mengenai dunia permesinan yang ada di CV. Rumah Mesin. Penulis disini mengahandel bagian desain feed Instagram CV. Rumah Mesin. Ada juga beberapa hal yang harus diketahui, sebagai berikut :

1. Referensi

Dalam tahapan perancangan ini, pertama penulis mencari sebuah referensi dan informasi melalui internet mengenai isi konten, desain, dan data tentang spesifikasi mesin yang mana hal ini nanti akan diupload atau diterbitkan di media sosial Instagram @rumahmesin sebagai akun usaha dan memiliki topik yang kaitannya dengan spesifikasi mesin dan produksi dari CV. Rumah Mesin.

Langkah selanjutnya yaitu pencarian konsep desain dan foto yang nantinya akan dimasukan ke dalam desain feed Instagram ini sesuai dengan brief dan untuk kreatifitas atau desain inspirasi penulis menggunakan pintersest dan dribble sebagai penunjang karya desain inspirasi. Konsep desain dan foto ini nantinya diharapkan dapat memperkuat visualisasi dalam penyampaian informasi secara subjektif dan bisa juga menambah desain yang tergolong eye catching bagi pembaca. Yang mana nantinya tidak terlihat kesan yang membosankan atau biasa saja saat membaca mengenai spesifikasi dunia permesinan yang ada di Instagram @rumahmesin.

2. Diskusi

Setelah menentukan rancangan konsep, referensi dan informasi untuk desain feed Instagram, penulis dan team mulai melakukan pembuatan desain yang baik untuk rancangan feed Instagram yang di dalamnya terdapat spesifikasi dan informasi mengenai pembelian alat mesin yang mana nantinya akan di

upload atau diterbitkan di media sosial Instagram @rumahmesin sebagai akun usaha dari CV. Rumah Mesin.

4.3 Penentuan Konsep

Proses penentuan konsep ini dilakukan setelah pengumpulan referensi dan informasi. Konsep disini memiliki peranan yang cukup jelas, yang mana nantinya mampu menjelaskan garis besar terkait, seperti apa feed Instagram yang akan dibuat dan di sebarluaskan di media sosial Instagram @rumahmesin. Didalam isi dari konsep ini nantinya harus memiliki keterkaitan dengan spesifikasi mesin dan informasi mengenai pembelian alat mesin dengan sentuhan pendukung desain feed instagram yang menarik dan *eye catching* untuk media promosi dari CV. Rumah Mesin sendiri.

Konsep yang akan diangkat yaitu feed Instagram yang memiliki sentuhan desain menarik dan *eye catching* tentunya, diisi dengan foto mesin beserta keterangan mengenai spesifikasi mesin, yang mana nantinya mampu membuat customer tertarik serta memiliki minat kuat untuk membeli ataupun mencoba menanyakan tentang ketertarikannya terhadap mesin yang sudah di promosikan melalui media sosial Instagram @rumahmesin. Gambar berikut ini merupakan template desain dari CV. Rumah Mesin



Gambar 6.1 Template feed CV. Rumah Mesin

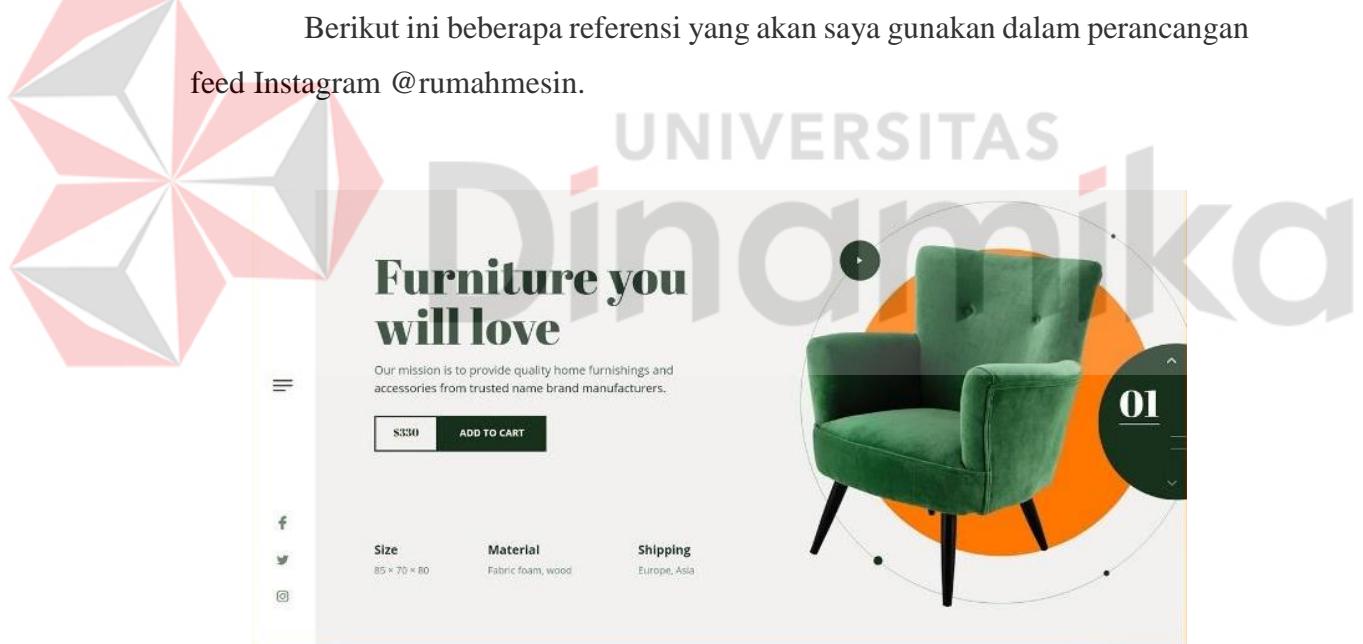
(Sumber Gambar: CV. Rumah Mesin, 2021)

Template desain feed Instagram di atas ini menggunakan file *ai* sehingga nantinya kita dapat mengodifikasi ulang baik dengan ukuran dan mengubah bentuk bentuk suatu bidang tanpa meninggalkan komponen visual yang sudah ada dan diletakkan di file template feed Instagram. Template ini nantinya akan menjadi acuan dalam proses mendesain untuk memastikan peletakan gambar atau foto dari mesin, teks mengenai spesifikasi dan informasi produk agar selaras dengan desain yang sudah pernah dibuat sebelumnya.

4.4 Pengumpulan Referensi

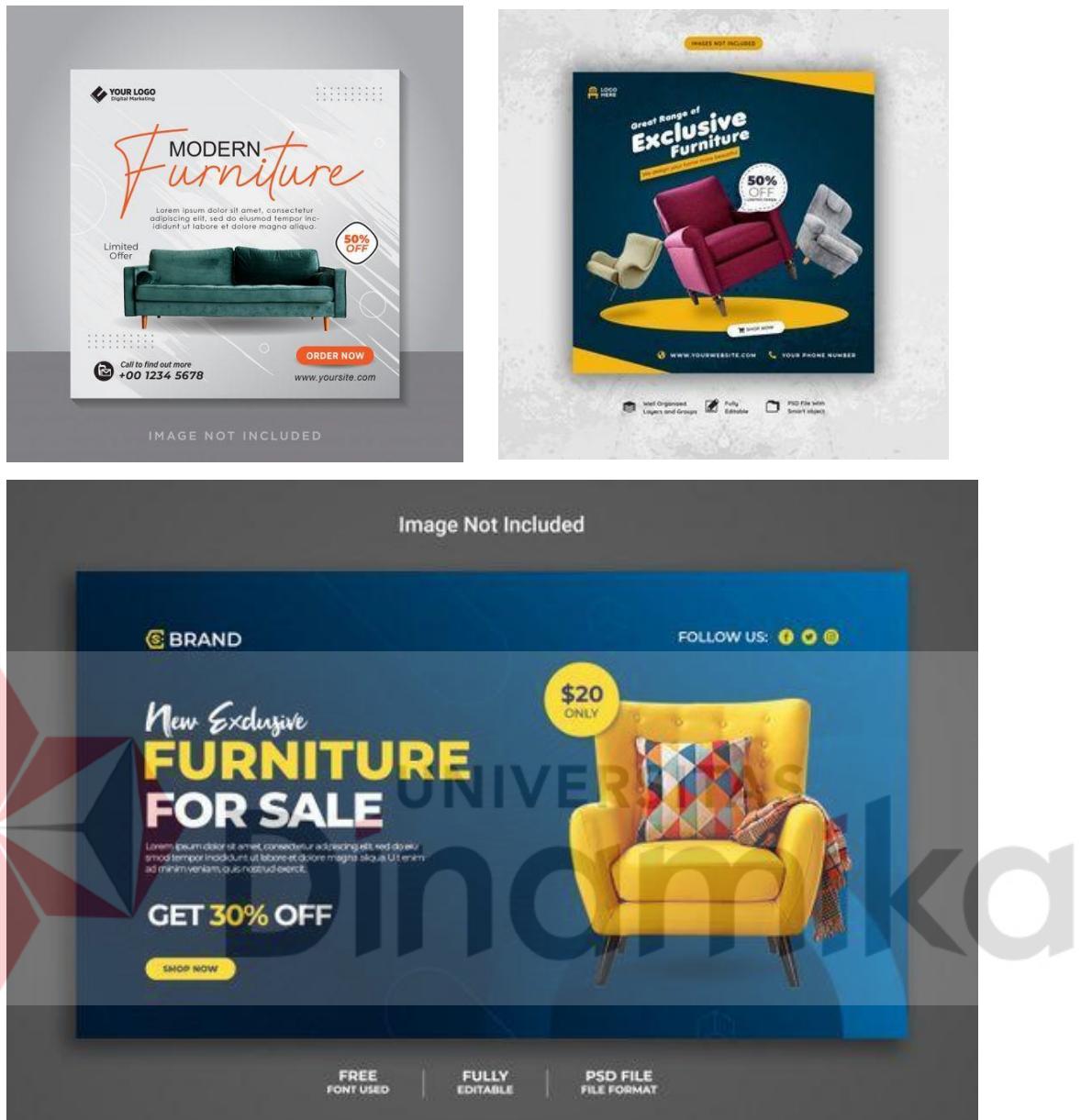
Setelah menyusun konsep yang nantinya akan di rancang dan disesuaikan dengan bentuk penyesuaian template feed Instagram dari CV. Rumah Mesin. Saatnya mengumpulkan referensi yang sesuai dengan gambaran konsep yang diinginkan. Referensi ini bisa didapatkan dari Instagram, pinterest, dll.

Berikut ini beberapa referensi yang akan saya gunakan dalam perancangan feed Instagram @rumahmesin.



Gambar 7.2 Referensi 1

(Sumber Gambar : <https://dribbble.com>, 2021)



Gambar 8.3 Referensi 2

(Sumber Gambar : <https://freepik.com>, 2020)

4.5 Layouting

Peletakan element – element visual layouting ini nantinya akan disesuaikan dengan desain yang akan dirancang menyesuaikan tata letak yang baik dan rata agar bisa terlihat *point of interest* dari foto dan penyesuaian isi konten terhadap apa yang sedang dipromosikan. Yang mana nantinya dapat menonjolkan kesan keterkaitan produk mesin untuk customer.

Sedangkan untuk peletakan elemen – elemen visual teks nantinya ditempatkan pada bidang infografis untuk memuat suatu informasi singkat mengenai spesifikasi mesin pada bagian kanan – kiri visual yang mana mencantumkan sumber informasi yang didapat dari data informasi manajemen CV. Rumah Mesin.

4.6 Tipografi

Penggunaan tipografi juga menyesuaikan unsur grafis dari citra perusahaan, yang mana penulis mengikuti gaya modern dan formal dengan memperhatikan nilai tingkatan dan kejelasan suatu *font* yang digunakan nantinya.

Karena nantinya penyusunan layouting untuk *teks* dimasukan di dalam infografis maka tipografi ini nanti menggunakan warna merah dan hitam serta warna negatif dari warna desain template Instagram yang dapat menjadi headline dari topik yang akan dibahas untuk media promosi ini, agar dapat menimbulkan kesan menarik dengan menggunakan *background* visual yang mendominasi berwarna putih. Berikut ini merupakan font yang digunakan untuk merancang konten teks.

4.6.1 Gotham Narrow

Merupakan huruf (font) sans-serif aliran geometris yang dibuat oleh Tobias Frere - Jones sejak 2000 dan merupakan font yang sangat populer di dunia saat ini. Font ini menjadi sangat populer karena dipakai di situs web jejaring sosial Twitter saat ini. Selain itu font ini sekarang populer pada tahun 2014. Gotham Narrow memiliki lisensi gratis untuk penggunaan dalam dunia desain.

**Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii
Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr
Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz**

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Gambar 9.4 Font & Gaya Font Gotham Narrow

(Sumber Gambar : <https://brand.okstate.edu.com, 2021>)

4.7 Implementasi Karya

Langkah selanjutnya yang harus dilakukan setelah menentukan konsep, teknik yang akan digunakan, dan penentuan referensi adalah membuat feed Instagram, sesuai dengan perancangan konsep yang sudah ditentukan sebelumnya. Pada perancangan feed Instagram CV. Rumah Mesin ini, penulis menggunakan aplikasi Adobe Ilustrator untuk merancang karya tersebut.

4.8 Proses Pembuatan Desain

Berikut ini merupakan proses dalam pembuatan desain feed Instagram @rumahmesin dengan menggunakan aplikasi Adobe Ilustrator. Perancangan feed Instagram ini nantinya diharapkan sesuai dengan konsep, teknik yang akan digunakan, dan penentuan referensi yang sudah ditentukan sebelumnya. Proses pembuatan desainnya, sebagai berikut :

4.8.1 Membuat Sketsa Desain

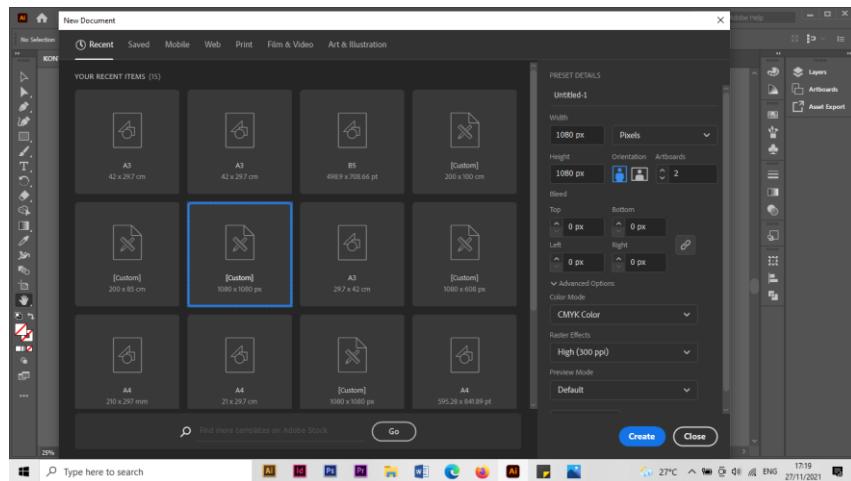
Langkah pertama yang dilakukan sebelum merancang sebuah desain feed instagram adalah membuat sketsa yang nantinya akan di tampilkan pada feed Instagram sebagai media promosi penjualan produk dari CV. Rumah Mesin yang ditujukan kepada customer agar memiliki daya tarik dan minat beli.



Gambar 10.5 Sketsa Desain Feed Instagram CV. Rumah Mesin

(Sumber Gambar : Data Pribadi, 2021)

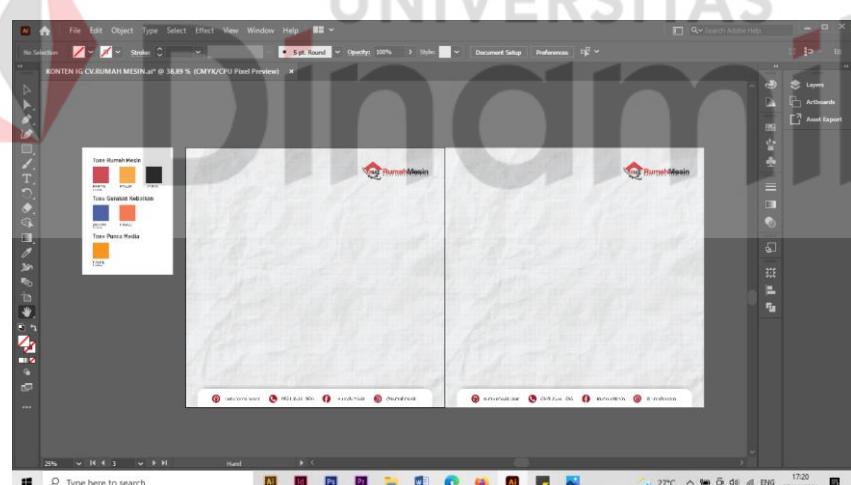
4.8.2 Membuat Sketsa Desain



Gambar 11.6 Membuat Lembar Kerja Baru Pada Adobe Illustrator

(Sumber Gambar : Data Pribadi, 2021)

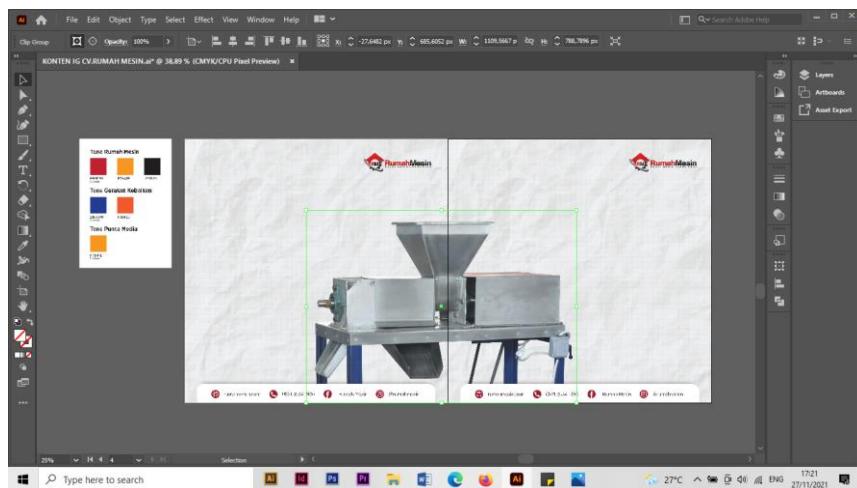
Langkah yang kedua membuat lembar kerja baru dengan ukuran 1080 px x 1080 px dengan jumlah artboard 2 pada Adobe Ilustrator. Ukuran yang digunakan ini sudah sesuai dengan feed Instagram yaitu berbentuk *square*.



Gambar 12.7 Membuat Lembar Kerja Baru Pada Adobe Illustrator

(Sumber Gambar : Data Pribadi, 2021)

Dilanjutkan dengan memasukan desain *template* media sosial CV. Rumah Mesin dengan menggunakan background *white abstract* dan 2 *artboard* yang digabungkan menjadi 1.



Gambar 13.8 Proses Penataan Foto

(Sumber Gambar : Data Pribadi, 2021)

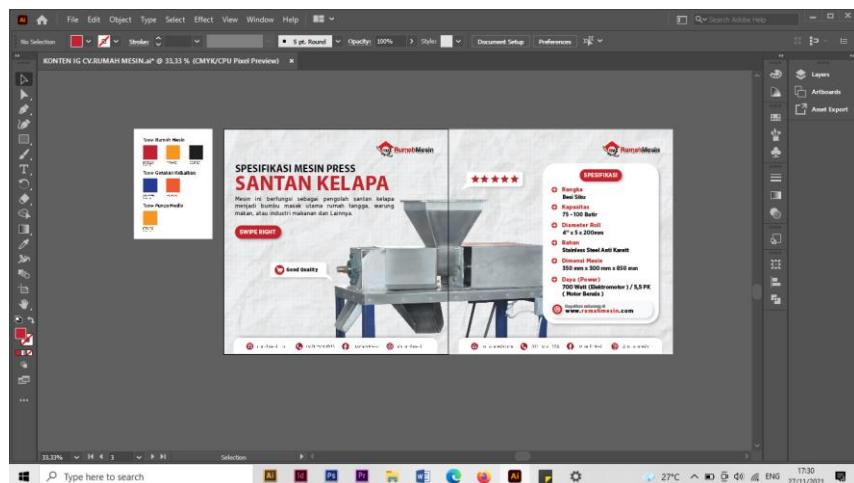
Proses selanjutnya yaitu memasukan foto produk mesin yang akan digunakan sebagai media promosi agar menarik perhatian customer dalam merancang suatu konten visual. Foto produk mesin ini, memiliki ukuran cukup besar dan terkadang melebihi ukuran dari lembar kerja, bahkan bisa keluar dari ukuran margin halaman. Maka solusi yang harus dilakukan penulis yaitu, mengecilkan ukuran foto dan membuatnya berada ditengah sesuai dengan *angel* dari pengambilan foto produk, dengan cara menyeleksi layer foto produk mesin, kemudian klik *tool align horizontal center*.

4.8.3 Memasukkan Unsur-unsur Desain

Langkah yang ketiga adalah memasukan unsur – unsur desain seperti, text, bentuk, logo dan watermark ke dalam lembar kerja sesuai dengan brief dan konsep pembuatan desain feed Instagram CV. Rumah Mesin sebagai Media Promosi. Supaya pesan yang akan disampaikan bisa menarik customer untuk melakukan pembelian unit mesin.

4.8.4 Memasukkan Unsur-unsur Desain

Setelah semua objek dimasukan ke lembar kerja, langkah keempat adalah menata objek - objek dan tambahan icon dengan layout yang rapi agar terlihat eye catching, menarik perhatian customer dalam merancang suatu konten visual dan memudahkan pembeli dalam membaca isi pesan yang disampaikan.

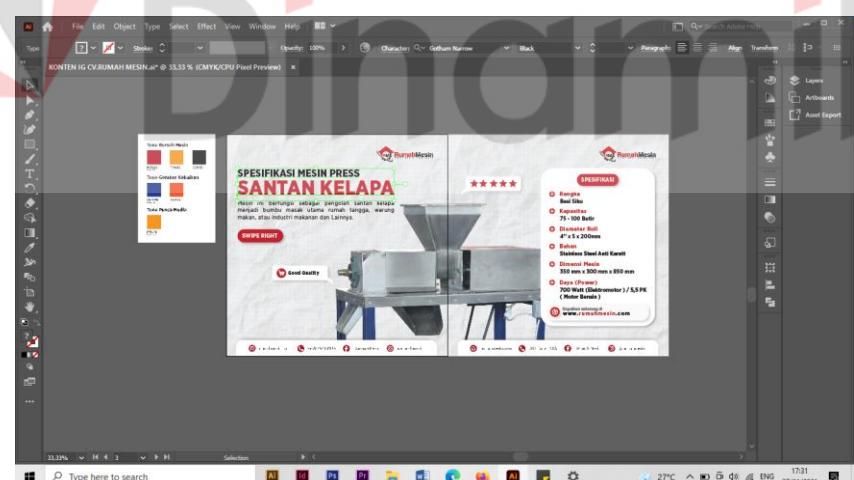


Gambar 14.9 Proses Menyusun Layout

(Sumber Gambar : Data Pribadi, 2021)

4.8.5 Menentukan Typography

Langkah yang kelima menentukan font yang digunakan. Disini penulis memilih font *Gotham Narrow* dengan type font “*Sans Serif*” agar memudahkan pembaca dalam membaca isi pesan yang disampaikan dan memberikan kesan dinamis serta menarik memperhatikan jarak antar judul dan *bodycopy*.



Gambar 15.10 Menentukan Typography

(Sumber Gambar : Data Pribadi, 2021)

4.8.6 Final Design



Gambar 16.11 Final Design Slide 1

(Sumber Gambar : Data Pribadi, 2021)



Gambar 17.12 Final Design Slide 2

(Sumber Gambar : Data Pribadi, 2021)

Setelah semuanya selesai, hal yang harus penulis lakukan adalah melakukan *export final design* tersebut dengan format JPG atau PNG dengan resolusi 300 dpi dengan format warna RGB (*Red, Green and Blue*), dan setelah itu desain pun diserahkan kepada tim desain dan marketing sosial media CV. Rumah Mesin sebagai bahan pertimbangan apakah desain yang sudah dibuat ini sesuai dengan brief yang sudah diberikan. Setelah melakukan pengecekan dan disetujui, desain feed Instagram ini akhirnya dipublikasikan dilaman Instagram @rumahmesin milik CV. Rumah Mesin.

4.8.7 Hasil Karya



Gambar 18.13 Hasil Karya Slide 1

(Sumber Gambar : Data Pribadi, 2021)



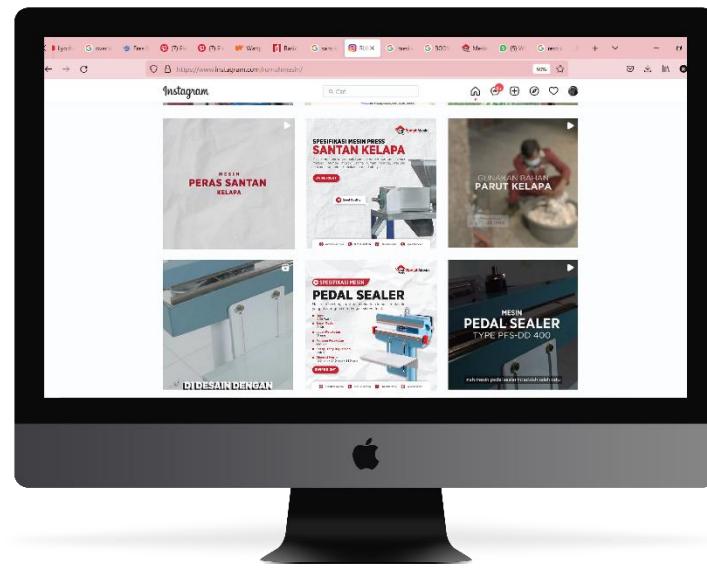
Gambar 19.14 Hasil Karya *Slide 2*

(Sumber Gambar : Data Pribadi, 2021)

Hasil karya ini merupakan hasil karya media promosi lainnya yang penulis buat untuk feed Instagram dari CV. Rumah Mesin. Terlihat pada Gambar 18.13 Hasil Karya *slide 1* ini penulis membuat sebuah desain promosi terkait mesin pedal sealer lengkap dengan *headline*, gambar, keterangan infografis, tambahan icon dan spesifikasi mengenai mesin tersebut.

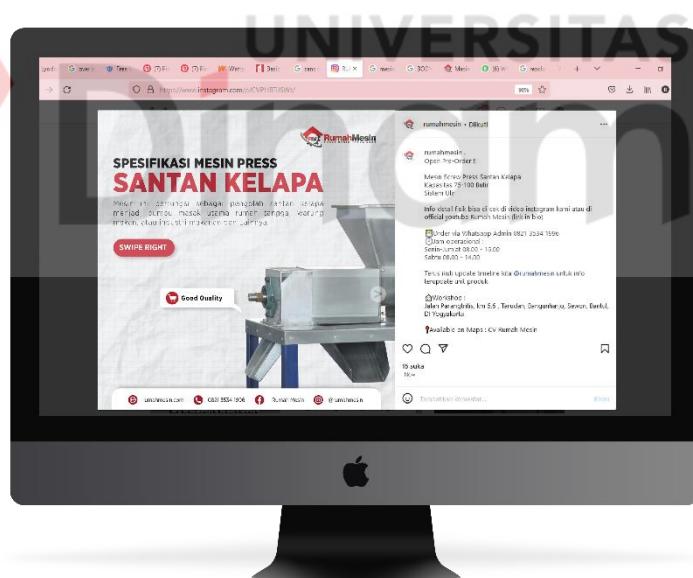
Sedangkan pada Gambar 19.14 Hasil Karya *slide 2* terdapat informasi lebih detail mengenai *contact person*. Yang mana fungsinya digunakan sebagai cara untuk memudahkan customer dalam mencari informasi terkait produk mesin tersebut. Tidak hanya itu, penulis juga menambahkan foto ekspresi dan beberapa icon agar bisa menarik customer dalam membaca isi pesan terkait informasi pembelian produk mesin pedal sealer.

4.8.8 Tampilan Mock Up Desain Feed Instagram



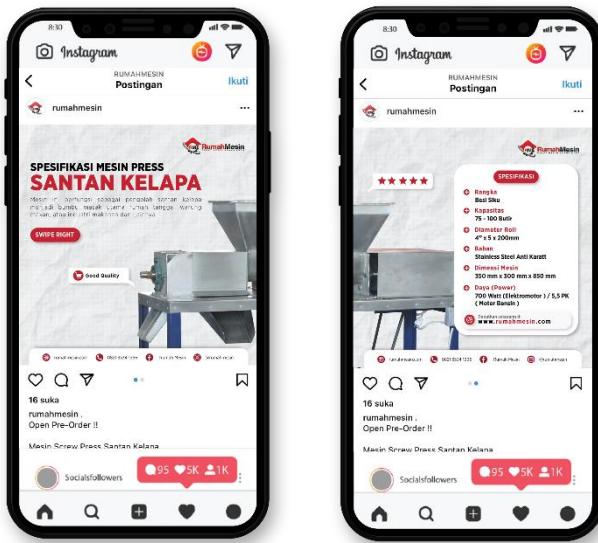
Gambar 20.15 Tampilan Mock Up Desain feed Instagram (web)

(Sumber Gambar : Data Pribadi, 2021)



Gambar 21.16 Tampilan Mock Up Desain feed Instagram with caption (web)

(Sumber Gambar : Data Pribadi, 2021)



Gambar 22.17 Tampilan Mock Up slide 1 dan slide 2

Desain feed Instagram (mobile)

(Sumber Gambar : Data Pribadi, 2021)

Kesimpulan yang dapat diambil dari tampilan mock up desain feed Instagram ini adalah setiap postingan memiliki peranan masing – masing tidak hanya menggunakan unsur desain saja melainkan disajikan juga dengan mengkombinasikan sebuah video seperti reels dan video promosi singkat dengan durasi 60 detik, konten didalamnya memuat tentang penggunaan alat mesin ini.

Final desain yang sudah disetujui akan dipublikasikan di media sosial Instagram, dengan keterangan caption berbau promosi agar memudahkan customer dalam menerima pesan informasi terkait pembelian produk dan menarik perhatian customer dalam merancang suatu konten visual.

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berikut ini terangkum beberapa kesimpulan yang penulis dapatkan dari Perancangan Feed Instagram CV. Rumah Mesin Sebagai Media Promosi, sebagai berikut :

1. Saat merancang suatu desain *feed* Instagram dibutuhkanlah suatu riset dan analisa mengenai desain yang terlihat menarik untuk sebuah produk atau brand. Yang mana, hasil akhir dari karya yang dibuat ini, bisa menghasilkan sebuah konten visual yang mampu menarik dan harus bisa menyampaikan pesan dari produk atau brand yang bernilai jual di ranah publik dan media sosial.
2. Sebelum desainer menentukan konsep desain perancangan *feed* Instagram, desainer dituntut untuk mampu membaca brief dan mempertimbangkan unsur – unsur desain yang akan digunakan pada saat mulai membuat rancangan. unsur – unsur desain ini menyangkut pada gambar produk, teks, typography, layout, bentuk, dll. Yang mana hal ini nantinya digunakan sebagai pendukung visual dan pesan informasi yang ingin ditampilkan dan disampaikan melalui desain *feed* Instagram tersebut.

Desain *feed* Instagram yang dibuat harus menimbulkan kesan efektif, memiliki *feel you* dan menarik perhatian customer tentunya. Mengapa demikian, karna desain merupakan alat komunikasi yang paling efektif dalam “menyampaikan pesan” untuk jangka pendek dengan jangkauan yang luas. Hal ini bisa membawa peningkatan penjualan produk perusahaan sebagai media promosi yang dipublikasikan melalui media sosial yaitu, Instagram.

5.2 Saran

Berdasarkan pemaparan penjelasan yang sudah penulis sampaikan diatas ini, adapun saran penulis yang dapat disampaikan terkait dengan penulisan laporan kerja praktik di CV. Rumah Mesin ini, sebagai berikut :

1. Perlunya komunikasi yang intens antara tim desainer dengan mahasiswa yang sedang magang, agar tidak terjadi *miss communication*,

menggabungkan meja antar desainer dengan mahasiswa yang sedang magang dapat dinilai lebih efisien dalam hal kerjasamanya agar terlihat mudah, karena hal ini lah yang dapat membuat hasil karya serta hubungan komunikasi menjadi baik dan memiliki prospek bernilai tinggi.

2. Terkait dengan brief yang diberikan, lebih baik disusun dengan tatanan deadline yang jelas, tanggal dan keterangan yang tersedia di laman excel yang memuat spesifikasi laporan produk agar tidak terkesan tiba – tiba muncul. Hal ini diyakini dapat memudahkan desainer juga dalam melakukan perancangan terkait desain yang akan dibuatnya.



DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku :

- Amsal, Bachtiar. (2012). *Filsafat ilmu edisi revisi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Amin, Chairul.(2010). *125 Desain Jendela*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Atmoko Dwi, Bambang. (2012). Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel. Jakarta: Media kita.
- Jefkins, Frank.(1997). Periklanan. Jakarta: Erlangga.
- Kusrianto, Adi.(2010). Pengantar Tipografi. Jakarta: Elexmedia Computindo.
- Machfoedz, Mahmud.(2010). Komunikasi Pemasaran Modern. Yogyakarta: Cetakan Pertama Cakra Ilmu.
- Pujriyanto.(2005). Desain Grafis Komputer. Yogyakarta : Penerbit ANDI.
- Rustan, Surianto.(2001). Mendesain Logo. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Sistaningrum (2002). Manajemen promosi pemasaran. Jakarta : Index
- Suyanto, M. Aplikasi Desain Grafis Untuk Periklanan Dilengkapi Sampel Iklan Terbaik Kelas Dunia, ANDI OFFSET, Yogyakarta. 2004
- Tinarbuko, Sumbo.(2012). Semiotika Komunikasi Visual. Yogyakarta: Jalasutra.
- Tjiptono, Fandy.(2001). Strategi Pemasaran. Cetakan Kelima. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- _____. Fandy.(2015). Strategi Pemasaran. Edisi 4. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Hasil penelitian :

- Putri S, Eryta Ayu. (2013). Aplikasi Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Online Shop. Surabaya : Fakultas Ilmu Sosial dan Politik.Skripsi.Universitas Pembangunan Nasional Veteran Surabaya.

Sumber Internet / Website :

- Kemp, Simon. Digital in 2017: Global Overview. 2017.**
<https://wearesocial.com/sg/blog/2017/01/digital-in-2017-global-overview/> (Diakses tanggal 22 Oktober 2021)