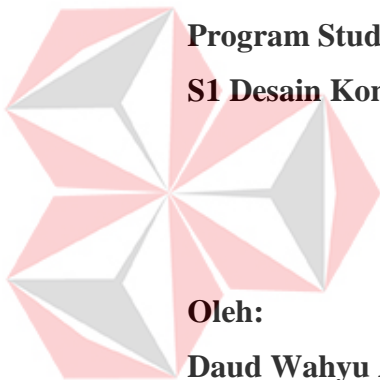




UNIVERSITAS
Dinamika

**PEMBUATAN KONTEN INSTAGRAM BERUPA EDUKASI FOTOGRAFI
SEBAGAI MEDIA PROMOSI STUDIO 31 BY MOCHTRET**

LAPORAN KERJA PRAKTIK



Program Studi

S1 Desain Komunikasi Visual

Oleh:

Daud Wahyu Augusto Sahetapy

18420100010

UNIVERSITAS
Dinamika

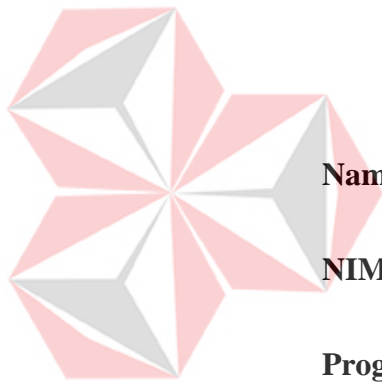
FAKULTAS DESAIN DAN INDUSTRI KREATIF

UNIVERSITAS DINAMIKA

2021

**PEMBUATAN KONTEN INSTAGRAM BERUPA EDUKASI FOTOGRAFI
SEBAGAI MEDIA PROMOSI STUDIO 31 BY MOCHTRET**

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan Mata Kuliah Kerja Praktik



Disusun Oleh :

Nama : Daud Wahyu Augusto Sahetapy
NIM : 18420100010
Program : S1 (Strata Satu)
Jurusan : Desain Komunikasi Visual

FAKULTAS DESAIN DAN INDUSTRI KREATIF

UNIVERSITAS DINAMIKA

2021

LEMBAR MOTTO



UNIVERSITAS
Dinamika

“Sukses adalah saat Kesempatan dan Persiapan bertemu”

LEMBAR PERSEMBAHAN



UNIVERSITAS
Dinamika

***“Kupersembahkan kepada orang tua tercinta serta segala pihak yang telah
membantu dalam menyelesaikan laporan ini”***

LEMBAR PENGESAHAN

**PEMBUATAN KONTEN INSTAGRAM BERUPA EDUKASI FOTOGRAFI
SEBAGAI MEDIA PROMOSI STUDIO 31 BY MOCHTRET**

Laporan Kerja Praktik oleh

Daud Wahyu Augusto Sahetapy

NIM : 18420100010

Telah diperiksa, diuji dan disetujui

Surabaya, 13 Desember 2021

Disetujui :

Pembimbing

Penyelia


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

NIDN. 0706028502


Moch Rizky Satrio, S.Des., M.Sn.

Pemilik Studio 31 by Mochtret

Mengetahui,

Ketua Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual



Fakultas Desain dan Industri Kreatif

UNIVERSITAS

Dinamika

Dhika Yuan Yurisma, M.Ds., ACA.

NIDN. 720028701

PERNYATAAN
PERSETUJUAN PUBLIKASI DAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Sebagai mahasiswa **Universitas Dinamika**, Saya :

Nama : Daud Wahyu Augusto Sahetapy
NIM : 18420100010
Program Studi : S1 Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Fakultas Desain dan Industri Kreatif
Jenis Karya : Laporan Kerja Praktek
Judul Karya : **PEMBUATAN KONTEN INSTAGRAM BERUPA
EDUKASI FOTOGRAFI SEBAGAI MEDIA
PROMOSI STUDIO 31 BY MOCHTRET**

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.

Surabaya, 06 Desember 2021



Daud Wahyu Augusto Sahetapy
NIM : 18420100010

ABSTRAK

Studio 31 by Mochtret merupakan sebuah studio foto dan video yang berlokasi di Jl. Bhakti Husada III No.1, Mojo, Kec. Gubeng, Surabaya. Studio 31 menyediakan jasa penyewaan studio untuk kebutuhan fotografi dan videografi. Studio 31 didirikan oleh seorang fotografer asal Surabaya yaitu Moch Rizky Satrio atau biasa dipanggil dengan nama Mochtret.

Foto adalah seni memotret gambar sebuah objek melalui media cahaya dengan menggunakan alat yang disebut kamera sebagai media berekspresi dan komunikasi yang menawarkan berbagai persepsi, interpretasi, dan eksekusi yang tak terbatas.

Membuat konten edukasi fotografi di instagram Studio 31 bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang Studio 31 by Mochtret. Perancangan konten instagram ini melalui proses pembuatan *template desain*, penentuan konten, dan pembuatan konten setiap harinya. Secara keseluruhan, desain ini menggunakan tema *black and white* sebagai konsep besar. Konten edukasi yang dibuat sebanyak 15 konten.

Karya media promosi yang dibuat dalam proyek penelitian ini adalah konten edukasi fotografi menggunakan media sosial Instagram sebagai media publikasi utama.

Kata Kunci : Konten Edukasi, Fotografi, Studio 31 by Mochtret, Instagram

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, atas rahmat dan berkah-Nya, penulis dapat menyelesaikan Laporan Kerja Praktik yang berjudul “Pembuatan Konten Instagram Berupa Edukasi Fotografi Sebagai Media Promosi Studio 31 By Mochtret” ini dapat terselesaikan.

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

Penyusunan laporan ini tidak terlepas dari dukungan berbagai pihak yang turut terlibat, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, disampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak **Prof. Dr. Budi Jatmiko, M.Pd.** selaku Rektor Universitas Dinamika;
2. Bapak **Dhika Yuan Yurisma, M.Ds., ACA.** selaku Ketua Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual;
3. Ibu **Fenty Fahminnansih, S.T., M.MT.** selaku Dosen Pembimbing yang telah membimbing serta memberikan arahan dan dukungan dalam penyusunan Laporan Kerja Praktik ini;
4. Bapak **Moch Rizky Satrio, S.Des., M.Sn.** selaku Penyelia serta Pemilik **Studio 31 by Mochtret** yang telah memberikan kesempatan untuk melakukan kerja praktik dilingkungan instansinya, serta telah memberikan pengalaman dan ilmu;
5. Semua pihak-pihak yang telah turut membantu dan mendukung penyelesaian penyusunan Laporan Kerja Praktik ini.

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

Surabaya, 13 Desember 2021

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR MOTTO	iii
LEMBAR PERSEMBAHAN	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
SURAT PERNYATAAN	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Batasan Masalah.....	2
1.4 Tujuan	2
1.5 Manfaat	3
1.6 Pelaksanaan	3
1.7 Sistematika Penulisan	3
BAB II	5
2.1 Profil Perusahaan	5
2.2 Visi dan Misi	6
2.3 Kontak Perusahaan	6
2.4 Foto Lokasi Kerja Praktik.....	7
BAB III.....	8
3.1 Edukasi	8
3.2 Fotogarfi	8
3.3 Konten	9
3.4 Instagram	9
3.5 Media Promosi	10
3.6 Desain	11
3.6.1 Unsur-Unsur Desain	11

3.7	Warna	12
3.8	<i>Layout</i>	12
3.9	Tipografi.....	13
3.9.1	<i>Typeface</i>	13
BAB IV	15
4.1	<i>Brief</i>	15
4.2	Penentuan Konsep	15
4.3	Pengumpulan Konten.....	16
4.4	Implementasi Karya	16
4.4.1	Proses Desain	17
4.4.2	Final Desain	20
4.4.3	Produksi	20
4.4.4	Hasil Karya	21
BAB V	27
5.1	Kesimpulan	27
5.2	Saran.....	27
DAFTAR PUSTAKA	28



UNIVERSITAS
Dinamika

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Gedung Studio 31 by Mochtret.....	7
Gambar 3.1 Logo Instagram.....	9
Gambar 4.1 Alternatif <i>Template</i> Desain.....	16
Gambar 4.2 Lembar Kerja Desain Baru Adobe Illustrator.....	17
Gambar 4.3 Memasukkan Unsur-Unsur Desain.....	18
Gambar 4.4 Menyusun <i>Layout</i>	19
Gambar 4.5 Penentuan Tipografi.....	19
Gambar 4.6 Final Desain.....	20
Gambar 4.7 Tampilan Beranda.....	21
Gambar 4.8 Hasil Desain : Apa itu <i>Aperture</i> pada Kamera?.....	22
Gambar 4.9 Hasil Desain : Apa itu <i>Shutter Speed</i> pada Kamera?.....	23
Gambar 4.10 Hasil Desain : Apa itu ISO pada Kamera?.....	23
Gambar 4.11 Hasil Desain : Tips Setting Kamera untuk Foto Studio.....	24
Gambar 4.12 Hasil Desain : Tips Membeli Kamera Pertama.....	25
Gambar 4.13 Hasil Desain : Cara Merawat Lensa Kamera.....	26

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Balasan Kerja Praktik Perusahaan.....	30
Lampiran 2 Form Kerja Praktik 5 (halaman 1).....	31
Lampiran 3 Form Kerja Praktik 5 (halaman 2).....	32
Lampiran 4 Form Kerja Praktik 6 (halaman 1).....	33
Lampiran 5 Form Kerja Praktik 6 (halaman 2).....	34
Lampiran 6 Form Kerja Praktik 7 (halaman 1).....	35
Lampiran 7 Form Kerja Praktik 7 (halaman 2).....	36
Lampiran 8 Kartu Bimbingan Dosen.....	37



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Studio 31 by Mochtret merupakan sebuah studio foto dan video yang berlokasi di Jl. Bhakti Husada III No.1, Mojo, Kec. Gubeng, Surabaya. Studio 31 menyediakan jasa penyewaan studio untuk kebutuhan fotografi dan videografi. Studio 31 didirikan oleh seorang fotografer asal Surabaya yaitu Moch Rizky Satrio atau biasa dipanggil dengan nama Mochtret.

Studio 31 sudah beroperasi kurang lebih satu tahun, dikarenakan kondisi saat ini yaitu pandemi COVID-19, Studio 31 dalam satu minggu hanya memiliki tiga sampai empat penyewa studio. Oleh karena itu pada saat kondisi seperti ini, diperlukan suatu promosi yang efektif agar keberadaan usaha bisa dilihat dan dikenal secara baik oleh audiens dan akhirnya dapat meningkatkan keuntungan. Promosi adalah kegiatan yang dilakukan untuk mempengaruhi masyarakat agar dapat berpartisipasi dalam kegiatan pemasaran. Promosi merupakan usaha mengkomunikasikan sebuah informasi yang bermanfaat dengan tujuan mempengaruhi masyarakat. Promosi tersebut akan dapat berjalan secara lancar dan mencapai tujuan yang maksimal tergantung dari cara penyampaian dan pemilihan media yang tepat, yaitu media promosi. Seiring perkembangan teknologi, muncul berbagai macam media yang dapat digunakan untuk mempromosikan suatu usaha ataupun bisnis. Media sosial merupakan bentuk paling awam dilihat saat ini, dan yang paling sering digunakan adalah Instagram.

Studio 31 by Mochtret turut memanfaatkan media instagram sebagai sarana promosinya dalam rangka untuk meningkatkan jumlah konsumen Studio 31 sekaligus meningkatkan keuntungan. Dibutuhkan konten yang menarik dan berbeda untuk membuat instagram Studio 31 dilirik oleh calon konsumen.

Konten yang dipilih untuk digunakan instagram Studio 31 by Mochtret adalah konten edukasi fotografi, karena Studio 31 merupakan bidang usaha yang bergerak di bidang penyewaan studio untuk kebutuhan fotografi dan videografi para konsumennya dan pemilik Studio 31 merasa ingin memberikan informasi positif

bagi para calon konsumennya mengenai banyak hal mengenai fotografi. Hal tersebut akan memberikan citra yang positif pula terhadap usaha yang dimilikinya, dari citra tersebut akan berfungsi untuk meningkatkan minat calon konsumen terhadap fotografi dan berfoto di studio foto tersebut.

Sejalan dengan hal tersebut, penulis diminta oleh Studio 31 by Mochtret untuk merancang konten edukasi tersebut dengan beberapa tahapan, antara lain penentuan materi konten, pembuatan desain, mengunggah serta menyajikan konten tersebut secara menarik. Hal ini diharapkan akan sejalan dengan tujuan Studio 31 yaitu mengumpulkan insan kreatif agar dapat berkarya dalam fotografi ataupun videografi, yang akhirnya dapat memaksimalkan keuntungan Studio 31 by Mochtret.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dijelaskan di atas maka rumusan masalah dalam Kerja Praktik ini adalah bagaimana membuat konten instagram tentang edukasi fotografi sebagai media promosi Studio 31.

1.3 Batasan Masalah

Dalam pembuatan laporan membutuhkan beberapa batasan masalah. Adapun batasan masalah yang dibahas di dalam pembuatan konten instagram antara lain :

1. Pengerjaan menggunakan aplikasi Adobe Illustrator
2. Konten yang dibuat berbentuk Infografis
3. Konten yang dibuat berjumlah 15

1.4 Tujuan

Laporan kerja praktik ini dibuat dalam rangka tinjauan proses perancangan konten edukasi Instagram oleh penulis untuk media promosi Studio 31 by Mochtret.

1.5 Manfaat

Manfaat yang diperoleh oleh penulis dalam pembuatan konten instagram antara lain:

1. Menambah pengalaman kerja
2. Mengetahui proses pemotretan dalam studio
3. Membentuk sikap berpikir kritis, kreatif, dan terstruktur
4. Belajar untuk memikirkan sebuah konten

1.6 Pelaksanaan

a. Detail Perusahaan

Nama Perusahaan : Studio 31 by Mochtret

Alamat : Jl. Bhakti Husada III No.1, Mojo, Kec. Gubeng, Kota
SBY Jawa Timur 60285

Telepon : 0817-5127-700

b. Periode

Tanggal Pelaksanaan : 16 Agustus s.d. 16 September 2021

Waktu : 09.00 WIB – 17.00 WIB (Senin – Sabtu)

1.7 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Didalam bab ini membahas tentang, latar belakang, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan, manfaat, pelaksanaan kerja praktik, dan sistematika penulisan laporan.

BAB II PROFIL PERUSAHAAN

Didalam bab ini membahas tentang profil perusahaan Studio 31 by Mochtret, visi dan misi, dan struktur organisasi yang dimiliki oleh perusahaan.

BAB III LANDASAN TEORI

Didalam bab ini membahas tentang teori yang digunakan dalam pembuatan konten instagram, serta tentang mempromosikan sebagai upaya meningkatkan media promosi Studio 31.

BAB IV DESKRIPSI PERKERJAAN

Didalam bab ini membahas tentang hasil dari pelaksanaan kerja praktik di Studio 31 by Mochtret, proses perancangan dan pengerjaan konten edukasi fotografi untuk instagram Studio 31 by Mochtret.

BAB V PENUTUP

Didalam bab ini membahas kesimpulan dan saran oleh penulis sebagai akhir dari pengerjaan laporan kerja praktik.

DAFTAR PUSTAKA

Berisikan daftar referensi yang digunakan dalam penulisan laporan kerja praktik ini, bisa berupa e-book, buku, website, dan lain-lain.

LAMPIRAN

Berisikan data-data berkas yang diperlukan dalam pelaksanaan dan hasil akhir kerja praktik.

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil Perusahaan

Studio 31 by Mochtret merupakan sebuah studio foto dan video yang berlokasi di Jl. Bhakti Husada III No.1, Mojo, Kec. Gubeng, Surabaya. Studio 31 menyediakan jasa penyewaan studio untuk kebutuhan fotografi dan videografi. Studio 31 didirikan oleh seorang fotografer asal Surabaya yaitu Moch Rizky Satrio atau biasa dipanggil dengan nama Mochtret.

Mochtret sudah hampir 10 tahun berkecimpung di dunia fotografi, selain menjadi seorang fotografer Mochtret juga aktif dalam menjadi dosen dan mengajar fotografi di beberapa universitas di Surabaya. Setelah lama berkecimpung di dunia fotografi Mochtret memutuskan untuk mendirikan sebuah Studio Fotografi dengan tujuan untuk membantu industri kreatif agar bisa berkarya di bidang fotografi. Dikarenakan usaha beroperasi di masa pandemi COVID-19, dalam menjalankan usaha ini Mochtret melakukan semuanya sendiri.

Studio 31 by Mochtret merupakan bangunan 1 lantai yang didalamnya terdapat Area Studio Timur, Area Studio Barat, Area Ruang *Makeup* dan Area Kantor. Dengan dilengkapi fasilitas AC dan WiFi, Studio 31 ingin memberikan kenyamanan terhadap klien dalam menggunakan studio saat melakukan sesi foto.

Studio 31 by Mochtret ini memiliki *tagline* yaitu "*Create The Light*" dimana *tagline* ini muncul dikarenakan Mochtret sebagai pemilik Studio 31 ini merasa bahwa poin utama dalam fotografi adalah cahaya dan terkadang banyak kegiatan fotografi yang terhambat dikarenakan kurangnya sumber pencahayaan, lalu kita harus menunggu momen yang tepat untuk memotret sehingga mengakibatkan terhambatnya proses kreatif dan penciptaan karya. Melalui keresahaan itu *tagline* ini dibuat supaya Studio 31 bisa menciptakan momen tersebut tanpa kita harus menunggu momen itu datang dan kita bisa berkarya tanpa adanya halangan.

Studio 31 by Mochtret memberikan pelayanan yang dapat membantu permasalahan klien. Pelayan penyewaan studio untuk kebutuhan Foto Wisuda, Foto

Pre-Wedding, Promosi Barang/Jasa, dll. Dan turut serta mendampingi setiap kegiatan klien Studio 31 by Mochtret agar dapat memberikan pelayanan yang lebih terhadap klien Studio 31 by Mochtret.

Beberapa Klien yang sudah bekerja sama dengan Studio 31 by Mochtret yaitu, AP3 *Wedding Fair* untuk kegiatan Pameran *Wedding “Wedding Yes”*, Wings Indonesia untuk iklan produk Royale So Klin, Cak & Ning Surabaya 2021, Surabaya Fashion Parade.

2.2 Visi dan Misi

Visi

Mengumpulkan semua insan industri kreatif agar bisa berkarya di bidang fotografi dan videografi

Misi

1. Berbagi ilmu
2. Bisa membahagiakan customer fotografer atau videografer
3. Berbagi ilmu dan mengumpulkan komunitas fotografi dan belajar bersama

2.3 Kontak Perusahaan

Nama Studio : Studio 31 by Mochtret

Alamat Studio : Jl. Bhakti Husada III No.1, Mojo, Kec. Gubeng, Surabaya

Hari Kerja : Senin – Sabtu

Jam Kerja : Pukul 09.00 – 17.00 WIB

Telepon : 0817-5127-700

2.4 Foto Lokasi Kerja Praktik



Gambar 2.1 Gedung Studio 31 by Mochtret

(Sumber : Dokumentasi Penulis, 2021)



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB III

LANDASAN TEORI

Pada bab ini, membahas tentang teori dan elemen penting yang digunakan untuk menjelaskan landasan teori yang dibahas didalam laporan. Teori ini dijelaskan agar dapat terciptanya rancangan laporan yang bermakna dan logis. Didalam bab ini berisi tentang teori yang berhubungan dengan pembuatan konten edukasi fotografi untuk instagram Studio 31 by Mochtret.

3.1 Edukasi

Menurut Notoatmodjo (2003) edukasi atau disebut dengan pendidikan merupakan segala upaya yang direncanakan untuk mempengaruhi orang lain baik individu, kelompok, atau masyarakat sehingga mereka melakukan apa yang diharapkan oleh pelaku pendidikan. Edukasi merupakan proses belajar dari tidak tahu menjadi mengetahui. Pendidikan merupakan hal yang sangat penting bagi kehidupan manusia, sudah semestinya upaya dalam mengembangkan pendidikan secara sistematis dan berkualitas harus diupayakan, sehingga tujuan dari proses pendidikan dapat tercapai sepenuhnya. Pendidikan memiliki arti penting bagi setiap individu, pendidikan jauh lebih memberikan pengaruh besar terhadap perkembangan bangsa.

3.2 Fotografi

Menurut Aziz, Abdul dalam bukunya Fotografi Dasar (2015) Foto secara umum memiliki pengertian adalah gambar dari suatu objek yang dibuat menggunakan alat yang bernama kamera. Fotografi berasal dari bahasa Yunani yaitu “photos” (cahaya) dan “grafo” (melukis/menulis). Dengan ini maka fotografi adalah proses melukis/menulis dengan menggunakan cahaya. Fotografi juga memiliki beragam kategori. Kategorisasi ini bertujuan untuk memudahkan dalam pembuatan dan pemanfaatannya, sesuai dengan standar kualitas untuk keperluan masing-masing. Kategori foto yang ada antara lain : foto keluarga, foto

dokumentasi, foto resmi, foto salon, foto seni, foto kedokteran, foto infra merah, foto bawah laut, foto satelit, foto udara, foto mikro, foto jurnalistik, dan lain-lain.

3.3 Konten

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia konten adalah informasi yang tersedia melalui media atau produk elektronik. Penyampaian konten dapat dilakukan melalui berbagai media, baik secara langsung maupun tidak langsung, seperti internet, televisi, CD audio, bahkan sekarang sudah melalui telepon genggam.

Konten adalah informasi yang tersedia melalui media atau produk elektronik. Sedangkan konten media merupakan berbagai bentuk konten atau isi dalam sebuah media di dunia teknologi yang ada pada saat ini seperti blog, wiki, forum, gambar, digital, video, file audio, iklan hingga berbagai bentuk konten media lainnya yang terbentuk melalui buatan dari para pengguna sistem atau layanan online yang seringkali dilakukan lewat sebuah situs media online. Maka istilah konten ini digunakan untuk mengidentifikasi dan menguantifikasi beragam format dan genre informasi sebagai komponen nilai tambah media.

3.4 Instagram



Gambar 3.1 Logo Instagram

(Sumber : stickpng.com)

Menurut Bimo Mahendra (2017) instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna dapat mengambil gambar dan video,

menerapkan filter digital untuk mengubah tampilan dan efek foto, bahkan memungkinkan pengguna membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial.

Menurut Atmoko (2012) instagram adalah jejaring sosial media berbasis fotografi yang didirikan oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger pada tanggal 6 Oktober 2010 yang mampu menjaring 25 ribu pengguna di hari pertama saat peluncuran aplikasi. Selain itu Atmoko (2012) menyatakan bahwa nama instagram berasal dari gabungan kata “*instant*” dan “*telegram*”. Jadi bila dilihat dari perpaduan dua kata “*insta*” dan “*gram*”, instagram berarti kemudahan dalam mengambil serta melihat foto yang kemudian dapat dibagikan kepada orang lain.

Menurut Nisrina (2015) Semakin populernya jejaring sosial media instagram sebagai aplikasi yang digunakan untuk membagikan foto dan video mengakibatkan banyak pengguna yang menggunakan instagram sebagai media untuk mempromosikan produk dan bisnis mereka.

3.5 Media Promosi

Menurut Nurudin (2007) media massa adalah alat-alat dalam komunikasi yang bisa menyebarkan pesan secara serempak, cepat kepada *audience* yang luas dan heterogen. Kelebihan media massa dibanding dengan jenis komunikasi lain adalah bisa mengatasi hambatan ruang dan waktu. Bahkan media massa mampu menyebarkan pesan hampir seketika pada waktu yang tak terbatas.

Menurut Rangkuti (2009) promosi adalah suatu upaya atau kegiatan yang dilakukan dengan tujuan untuk memberitahukan keberadaan produk serta memberi keyakinan tentang manfaat produk tersebut kepada pembeli. Promosi merupakan salah satu cara yang digunakan untuk meningkatkan volume penjualan.

Dari teori-teori yang dikemukakan oleh para ahli diatas, penulis menyimpulkan bahwa media promosi adalah suatu alat komunikasi antara perusahaan dengan konsumen yang dibuat untuk mengarahkan konsumen dan mempengaruhinya, supaya produk yang ditawarkan dapat dibeli sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya.

3.6 Desain

Secara umum desain dapat diartikan sebagai suatu sistem pada segala jenis perancangan yang menitikberatkan segala permasalahan tidak secara terpisah, melainkan sebagai suatu kesatuan yang saling terkait. Menurut Anggraini S. dan Nathalia (2018) kata desain berasal dari bahasa Italia “designo” yang memiliki arti gambar. Dalam kata benda, kata “desain” memiliki arti sebuah *output* dari proses kreatif baik dalam bentuk rencana, proposal, maupun karya nyata.

3.6.1 Unsur-Unsur Desain

Anggraini S. dan Nathalia (2018) mengatakan terdapat 6 unsur dasar dalam sebuah desain, yaitu:

1. Garis

Bentuk dari garis dapat berupa lengkungan, lurus putus-putus, zig-zag, meliuk-liuk, dan tidak beraturan. Sedangkan, untuk arah garis dapat berupa horizontal yang melambangkan ketenangan, formal, dan profesional serta vertikal yang melambangkan keseimbangan, stabil, dan elegan.

2. Bentuk

Bentuk dasar meliputi lingkaran, segitiga, lonjong, kotak, dll. Berdasarkan sifatnya, bentuk dapat dikelompokkan menjadi 3, yaitu bentuk geometris, natural, dan abstrak.

3. Tekstur

Tekstur yang digunakan dalam dunia desain merupakan tekstur semu yang dibuat secara visual dengan tujuan untuk memberikan keseimbangan pada sebuah desain.

4. Gelap Terang

Gelap terang atau bisa disebut kontras digunakan untuk menonjolkan pesan utama yang ingin disampaikan dan juga untuk memberikan kesan dramatis yang dapat membantu dalam hal fokus dan keterbacaan pada poin utama dalam suatu desain.

5. Ukuran

Ukuran digunakan pada desain dengan tujuan untuk membuat kesan kontras dan penekanan pada suatu desain, sehingga suatu desain dapat terbaca dengan baik secara keseluruhan.

6. Warna

Warna digunakan untuk dapat menarik perhatian penonton, meningkatkan *mood*, merepresentasikan citra instansi, dll.

3.7 Warna

Menurut Junaedi (2003) pada dasarnya warna adalah suatu mutu cahaya yang dipantulkan dari suatu objek ke mata manusia. Hal ini menyebabkan kerucut-kerucut warna pada retina bereaksi, yang memungkinkan timbulnya gejala warna pada objek-objek yang dilihat sehingga dapat mengubah persepsi manusia. Gill (2000) mengatakan pada diagram lingkaran warna terdapat 12 segmen warna tradisional yang terbagi dalam kelompok warna primer, sekunder, dan tersier dengan spesifikasi dan rona warnanya.

1. Warna primer, terdiri dari 3 warna yang membentuk segitiga sama sisi pada diagram lingkaran warna, yaitu merah, kuning, dan biru.
2. Warna sekunder, terdiri dari 3 warna yang membentuk segitiga sama sisi yang terletak antara warna primer, yaitu jingga, hijau, dan ungu.
3. Warna tersier, terdiri dari 6 warna yang merupakan hasil dari kombinasi antara warna primer dan sekunder, yaitu merah-jingga, kuning-jingga, kuning-hijau, biru-hijau, biru-ungu, dan merah-ungu.

3.8 Layout

Menurut Gavin Amborse dan Paul Harris (2005) *layout* atau tata letak merupakan penyusunan dari unsur-unsur desain yang saling terhubung ke dalam sebuah bidang, sehingga membentuk susunan yang artistik. Hal ini juga disebut sebagai manajemen bentuk dan bidang. Menurut Anggraini S. dan Nathalia (2018)

layout adalah penyusunan tata letak ruang atau bidang dengan tujuan meningkatkan kesan komunikatif dan memudahkan keterbacaan suatu gambar atau teks.

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

3.9 Tipografi

Menurut Will Hill (2005) tipografi adalah seni merancang, menyusun, dan mengatur, tata letak huruf serta jenisnya dengan pengaturan dan penyebarannya pada ruang yang tersedia, untuk menghasilkan kesan tertentu, sehingga akan membantu pembaca untuk mendapatkan kenyamanan membaca semaksimal mungkin, baik dari segi keterbacaan maupun estetika. Tipografi dilakukan dengan memilih Typeface yang tepat, merekayasa gaya atau style, hingga ke pengaturan susunan kata, paragraf dan tata letaknya secara keseluruhan.

3.9.1 Typeface

Menurut Hill (2005) typeface adalah kumpulan huruf yang memiliki desain dan tampilan visual yang sama. Meskipun setiap huruf memiliki wujud yang berbeda (A-Z) dalam satu typeface semua huruf dapat memiliki kemiripan bentuk dan gaya yang serupa. Contoh macam-macam typeface adalah: Times New Roman, Arial, Verdana. Typeface adalah desain dari satu set bentuk huruf, angka, tanda baca, yang memiliki satu sifat visual yang standard dan konsisten. Sifat tersebut membentuk karakter yang tetap meski rupa dan bentuk dimodifikasi.

Terdapat banyak sekali typeface yang dapat digunakan. Namun dari pilihan yang banyak itu ada beberapa typeface yang memiliki karakteristik yang mirip satu sama lain. Sehingga typeface tersebut dapat dikategorisasikan. Hal ini sangat berguna untuk mempermudah pemilihan typeface yang sesuai dengan kebutuhan. Anggraini S. dan Nathalia (2018) mengelompokkan huruf ke dalam 4 jenis, yaitu:

1. Serif, merupakan jenis huruf yang memiliki sirip / kaki / serif yang berbentuk runcing pada ujungnya, memiliki ketebalan dan ketipisan yang kontras pada garis-garis hurufnya. Kesan yang dimunculkan oleh huruf

Serif ini adalah klasik, anggun, lemah gemulai, dan resmi. Jenis serif digunakan pada surat-surat resmi, buku, dan surat kabar.

2. Sans Serif, adalah jenis huruf yang tidak memiliki sirip / kaki / serif, bertangkai tebal, sederhana dan memiliki tingkat keterbacaan yang tinggi, memiliki ketebalan yang sama pada antar sisinya. Kesan yang dimunculkan oleh huruf Sans Serif ini adalah kokoh, lugas, kekinian, dan stabil.
3. Script, adalah jenis huruf yang menyerupai tulisan tangan, biasanya bergaya seperti huruf sambung yang meliuk-liuk. Script memberikan kesan keindahan, dan elegan.
4. Dekoratif, adalah jenis huruf yang memiliki ornament dan hiasan pada hurufnya. Kategori ini dioptimalkan untuk digunakan sebagai heading atau judul suatu paragraf. Dekoratif memberikan kesan ornamental.



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB IV

HASIL KERJA PRAKTIK DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini memuat proses pembuatan dan implementasi karya konten instagram edukasi fotografi Studio 31. Implementasi karya menggunakan beberapa teknik yang dibahas di bab sebelumnya, yang disesuaikan dengan konsep yang disetujui.

4.1 Brief

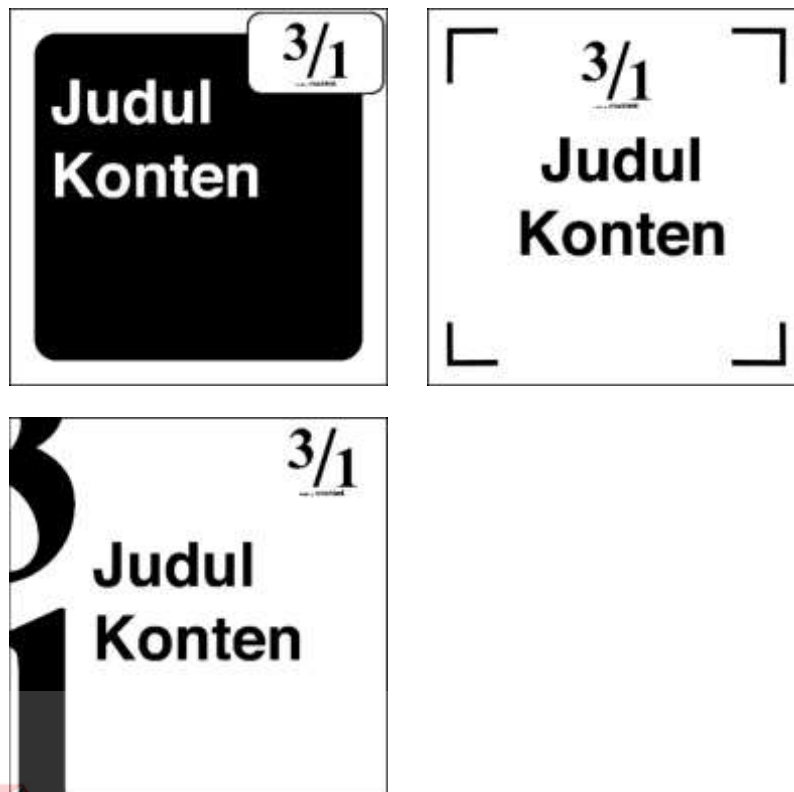
Dalam tahap *brief*, pemilik dari Studio 31 sendiri yaitu, Bapak Moch tidak memberikan banyak aturan dan panduan untuk acuan pembuatan desain. Penulis dibebaskan membuat desain secara kreatif namun dengan memperhatikan beberapa hal, yaitu:

1. Konsep minimalis
2. Menampilkan logo dari Studio 31 by Mochtret
3. Menggunakan warna hitam dan putih

4.2 Penentuan Konsep

Tahap penentuan konsep ini masih berkaitan dengan tahapan sebelumnya yaitu tahap *brief*. Hal ini dikarenakan tahap penentuan konsep merupakan perwujudan dari acuan yang sudah diberikan pada tahapan *brief*. Konsep yang digunakan adalah minimalis *black and white* konsep ini digunakan karena menyesuaikan dengan tema dan konsep dari logo Studio 31 sendiri. Dalam tahap penentuan konsep ini, konsep yang telah ditentukan diwujudkan dalam bentuk *template* desain.

Berikut beberapa alternatif *template* desain dari Studio 31 by Mochtret yang dapat digunakan untuk membuat desain:



Gambar 4.1 Alternatif *Template* Desain

(Sumber : Olahan penulis, 2021)

4.3 Pengumpulan Konten

Pada tahap pengumpulan konten, kegiatan yang dilakukan adalah mencari sumber-sumber informasi tentang fotografi yang digunakan sebagai konten edukasi fotografi dari *website* yang ada di internet. Selain itu, pada tahap ini juga dilakukan pencarian gambar-gambar yang sesuai dengan konten edukasi fotografi. Gambar ini digunakan untuk mendukung dan menguatkan visualisasi instagram dalam penyampaian informasi, sehingga terlihat lebih menarik dan mengundang calon konsumen untuk melihat.

4.4 Implementasi Karya

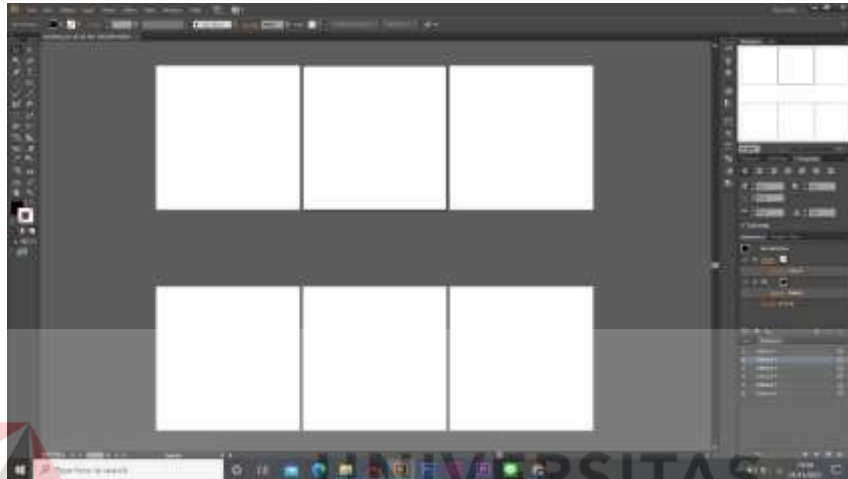
Setelah semua tahap sebelumnya dilakukan, tahap selanjutnya adalah memulai suatu perancangan karya. Dalam hal ini perancangan karya dilakukan

dengan menggunakan aplikasi Adobe Illustrator. Dengan menggunakan aplikasi ini dapat dilakukan perancangan mulai dari unsur-unsur desain, *layouting* dan tipografi.

4.4.1 Proses Desain

Berikut merupakan proses desain dalam pembuatan konten instagram berupa edukasi fotografi sebagai media promosi Studio 31 by Mochtret.

1. Membuat Lembar Kerja Baru

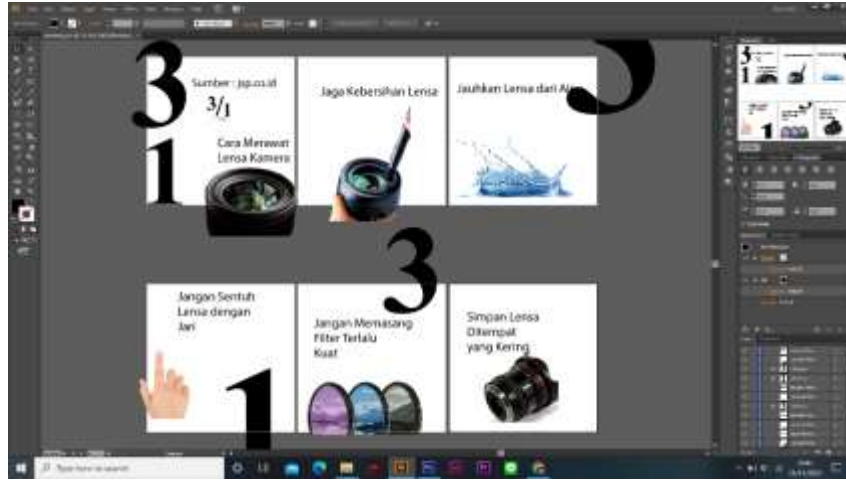


Gambar 4.2 Lembar Kerja Desain Baru Adobe Illustrator

(Sumber : Olahan penulis, 2021)

Langkah pertama dalam proses desain adalah membuat lembar kerja baru pada aplikasi Adobe Illustrator. Ukuran lembar kerja desain yang digunakan adalah 1080 px X 1080 px. Ukuran tersebut digunakan dengan maksud agar menyesuaikan dengan rasio pada instagram dan juga untuk menghasilkan gambar yang bagus.

2. Memasukkan Unsur-Unsur Desain



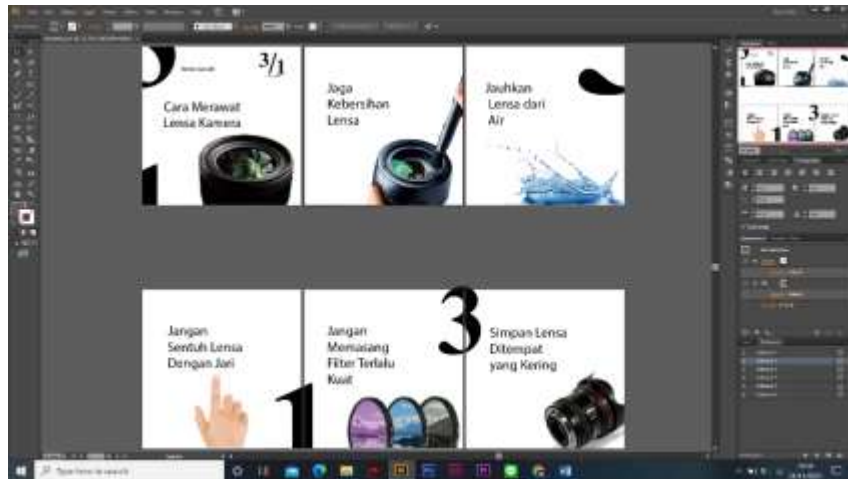
Gambar 4.3 Memasukkan Unsur-Unsur Desain

(Sumber : Olahan penulis, 2021)

Proses selanjutnya adalah memasukkan unsur-unsur desain, berupa objek-objek seperti foto, unsur grafis, maupun teks untuk keterangan gambar dan sumber informasi. Objek yang dimasukkan harus sesuai dengan konsep yang sudah ditentukan sebelumnya. Gambar-gambar yang ada pada konten didapatkan dari sumber konten dan *website penyedia stock photo*.

3. Menyusun *Layout*

Setelah memasukkan unsur-unsur desain, langkah selanjutnya adalah menata sedemikian rupa agar membentuk susunan yang rapi dan estetik atau biasa disebut dengan *layout*. *Layouting* dilakukan dengan tujuan untuk menunjang penampilan dalam penyampaian informasi yang ingin disampaikan.



Gambar 4.4 Menyusun *Layout*

(Sumber : Olahan penulis, 2021)

4. Penentuan Tipografi



Gambar 4.5 Penentuan Tipografi

(Sumber : Olahan Penulis, 2021)

Proses selanjutnya adalah menentukan tipografi yang tepat. Dalam proses ini ada beberapa hal yang harus diperhatikan antara lain jenis huruf, spasi huruf, ukuran huruf. Jenis huruf yang digunakan harus memperhatikan tingkat keterbacaan dan juga kesesuaian dengan konsep. Spasi huruf digunakan untuk meningkatkan keterbacaan dan untuk metoleransi tata letak antara huruf. Ukuran huruf ditentukan sedemikian rupa agar dapat membantu memudahkan dalam

membaca. Font yang digunakan adalah Helvetica digunakan pada bagian judul dan sub-judul lalu Times New Roman digunakan untuk isi konten.

4.4.2 Final Desain



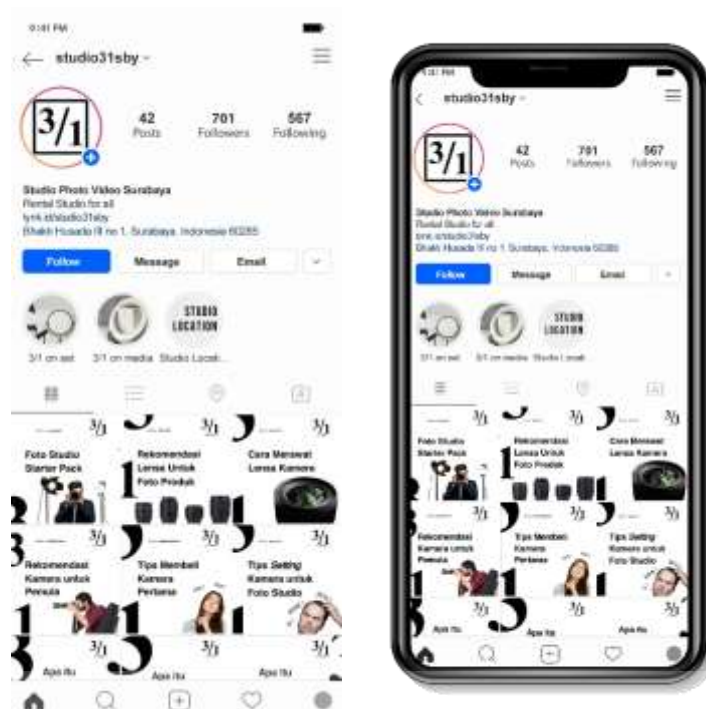
Gambar 4.6 Final Desain

(Sumber : Olahan Penulis, 2021)

Pada tahap final desain, hasil karya dari proses desain diberikan kepada pemilik Studio 31 agar dapat diunggah di instagram Studio 31, proses desain terus dilakukan berulang hingga mencapai target yang ditentukan sebelumnya. Dan setiap minggunya akan ada evaluasi dari pemilik terkait konten yang sudah diberikan.

4.4.3 Produksi

Dalam proses produksi, hasil desain akan diunggah ke instagram Studio 31 by Mochtret. Jadwal untuk mengunggah konten adalah tiga konten untuk setiap minggunya. Tampilan *homepage* atau beranda menjadi pertimbangan dalam menentukan produksi konten dari hasil desain.

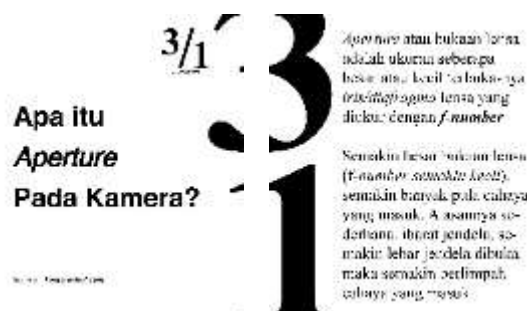


Gambar 4.7 Tampilan Beranda

(Sumber : Olahan Penulis, 2021)

4.4.4 Hasil Karya

Gambar 4.8 merupakan contoh hasil desain untuk konten edukasi instagram tentang apa itu *aperture* pada kamera, dimana pada konten ini menjelaskan pengertian, kegunaan dan pengaruh *aperture* atau yang biasa disebut dengan "bukaan" pada kamera. Dan juga menunjukkan perbandingan hasil foto saat menggunakan *aperture* yang berbeda.





Gambar 4.8 Hasil Desain : Apa itu *Aperture* pada Kamera?

(Sumber : Olahan penulis, 2021)

Selanjutnya pada gambar 4.9 merupakan contoh hasil desain untuk konten edukasi instagram tentang apa itu *shutter speed* pada kamera, dimana pada konten ini menjelaskan pengertian, kegunaan dan pengaruh *shutter speed* pada kamera.

Dan menunjukkan perbandingan hasil foto saat menggunakan *shutter speed* tinggi atau rendah.





Gambar 4.9 Hasil Desain : Apa itu *Shutter Speed* pada Kamera?

(Sumber : Olahan penulis, 2021)

Gambar 4.10 merupakan contoh hasil desain untuk konten edukasi instagram tentang apa itu ISO pada kamera, dimana pada konten ini menjelaskan pengertian, kegunaan, dan pengaruh ISO pada kamera. Dan menunjukkan perbedaan *noise* dalam sebuah foto dengan menggunakan ISO terendah (ISO : 100) sampai ISO tertinggi (ISO : 3200) pada kamera tertentu.



Gambar 4.10 Hasil Desain : Apa itu ISO pada Kamera?

(Sumber : Olahan penulis, 2021)



Gambar 4.11 Hasil Desain : Tips Setting Kamera untuk Foto Studio

(Sumber : Olahan penulis, 2021)

Gambar 4.11 merupakan contoh hasil desain untuk konten edukasi instagram tentang tips setting kamera untuk foto studio, dimana pada konten ini memberikan informasi tentang lima hal yang harus diperhatikan dalam melakukan fotografi di dalam studio, mulai dari pengaturan ISO hingga memori kamera yang harus dipersiapkan.





Gambar 4.12 Hasil Desain : Tips Membeli Kamera Pertama

(Sumber : Olahan penulis, 2021)

Gambar 4.12 merupakan contoh hasil desain untuk konten edukasi instagram tentang tips membeli kamera pertama, dimana pada konten ini memberikan informasi tentang hal apa saja yang harus diperhatikan dalam menentukan kamera apa yang akan kita beli untuk pertama kalinya. Ada empat hal yang harus diperhatikan mulai dari menentukan harga kamera hingga menentukan tipe kamera yang akan dibeli pertama kali.

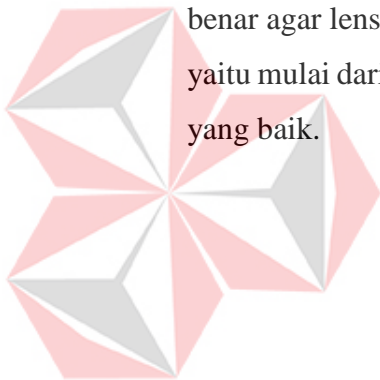




Gambar 4.13 Hasil Desain : Cara Merawat Lensa Kamera

(Sumber : Olahan penulis, 2021)

Gambar 4.13 merupakan contoh hasil desain untuk konten edukasi instagram tentang cara merawat lensa kamera, dimana pada konten ini memberikan informasi tentang bagaimana cara merawat sebuah lensa kamera dengan baik dan benar agar lensa tetap awet. Ada empat cara merawat lensa kamera agar tetap awet yaitu mulai dari menjaga kebersihan lensa hingga bagaimana cara menyimpan lensa yang baik.



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan uraian penjelasan pada Laporan Kerja Praktik ini, beberapa hal yang harus diperhatikan dalam pembuatan konten instagram berupa edukasi fotografi sebagai media promosi Studio 31 by Mochter antara lain :

1. Dalam pembuatan desain untuk konten edukasi fotografi instagram Studio 31 by Mochter diperlukan adanya *brief* konsep yang matang agar proses desain lebih terarah dan dapat menghasilkan desain yang sesuai dengan tujuan instansi.
2. Fokus pembuatan konten edukasi fotogarfi instagram adalah sebagai promosi Studio 31 dalam rangka untuk meningkatkan keuntungan.
3. Dalam proses pembuatan konten instagram berupa edukasi fotografi Studio 31 by Mochter diperlukan adanya keselarasan konsep, data, dan desain.

5.2 Saran

Adapun beberapa saran yang dapat disampaikan berkaitan dengan penulisan laporan kerja praktik ini sebagai berikut :

1. Dalam perancangan desain untuk konten edukasi fotografi instagram diperlukan pemahaman yang baik tentang ilmu desain, sehingga dapat dikerjakan secara maksimal dan dapat memenuhi tujuan pembuatannya.
2. Komunikasi dan kerjasama yang baik antara rekan kerja dan pemilik sangat dibutuhkan guna menjalin hubungan kerja yang baik dan mempermudah proses pembuatan desain.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku:

Ambrose, Gavin. Harris, Paul. (2005). *Basic Design 02: Layout*. Worthing UK: AVA Publishing

Anggraini S, Lia dan Nathalia, Kirana. (2018). *Desain Komunikasi Visual: Dasar-Dasar Pandun untuk Pemula*. Bandung: Nuansa.

Atmoko Dwi, Bambang. (2012). *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta: Media Kita.

Aziz, Abdul. (2015). *Fotografi Dasar*. Surabaya.

Freddy, Rangkuti. (2009). *Strategi Promosi Yang Kreatif*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.

Gill, Martha. (2000). *Color Harmony Jewels*. United States of America: Rockport Publisher.

Hill, Will. (2005). *The Complete Typographer: A Manual for Designing with Type*. Singapore: Page One Publishing Private Limited.

Junaedi, Ahmad. (2003). *Perancangan Logo*. Bandung: PT. Tesapura.

M. Nisrina. (2015). *Bisnis Online Manfaat Media Sosial Dalam Meraup Uang*. Yogyakarta : Kobis.

Notoatmodjo, Soekidjo. (2003). *Pengembangan Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.

Nurudin. (2007). *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta : Raja Gafindo Persada.

Sumber Jurnal:

Mahendra, Bimo. “Eksistensi Sosial Ramaja dalam Instagram (Sebuah Perspektif Komunikasi)”, *Jurnal Visi Komunikasi*. Mei 2017, hal 152.

Sumber Penelitian:

Azizah, Husnun. (2020). *Konten Kreatif Youtube Sebagai Sumber Penghasilan Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam*. Skripsi. Metro: Institut Agama Islam Negeri (IAIN)

Sumber Website:

KBBI Daring. 2021. <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/konten>, (diakses pada 5 Oktober 2021).



UNIVERSITAS
Dinamika