



**PERANCANGAN DESAIN *FEED* INSTAGRAM YADA YOUTH
SEBAGAI MEDIA INFORMASI**

LAPORAN KERJA PRAKTIK



**Program Studi
S1 Desain Komunikasi Visual**

**UNIVERSITAS
Dinamika**

**Oleh:
NUR AFIFAH KHAIRUNNISA
18420100078**

**FAKULTAS DESAIN DAN INDUSTRI KREATIF
UNIVERSITAS DINAMIKA
2022**

**PERANCANGAN DESAIN *FEED* INSTAGRAM YADA YOUTH
SEBAGAI MEDIA INFORMASI**

LAPORAN KERJA PRAKTIK

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan
Tugas Akhir



UNIVERSITAS
Dinamika

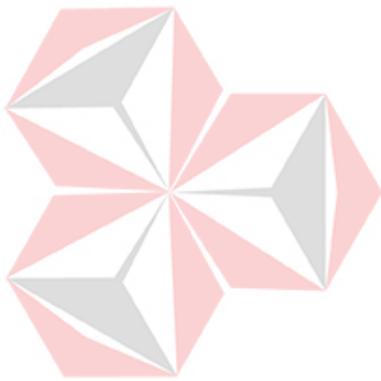
Oleh:

Nama : NUR AFIFAH KHAIRUNNISA
NIM : 18420100078
Program : S1 (Strata Satu)
Jurusan : Desain Komunikasi Visual

**FAKULTAS DESAIN DAN INDUSTRI KREATIF
UNIVERSITAS DINAMIKA**

2022

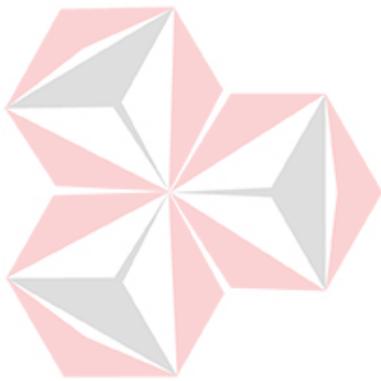
LEMBAR MOTTO



UNIVERSITAS
Dinamika

*“Before you try to deepen a certain
knowledge, please fall in love with learning.”*

LEMBAR PERSEMBAHAN



UNIVERSITAS
Dinamika

Laporan kerja praktik ini saya persembahkan untuk kedua orang tua, diri saya sendiri, dosen-dosen yang terlibat, sahabat yang selalu ada, *staff* Universitas Dinamika yang telah banyak membantu, juga orang-orang yang terlibat dalam proses ini.

Terimakasih ☺

LEMBAR PENGESAHAN
PERANCANGAN DESAIN *FEED* INSTAGRAM YADA YOUTH
SEBAGAI MEDIA INFORMASI

Laporan Kerja Praktik oleh :

Nur Afifah Khairunnisa

NIM : 18420100078

Telah diperiksa, diuji, dan disetujui

Jakarta, 10 Januari 2022

Pembimbing

Penyelia



Digitally signed
by Dhika Yuan
Yurisma
Date: 2022.01.10
08:20:22 +07'00'

Dhika Yuan Yurisma, M.Ds., ACA

NIDN: 0720028701



Febrio Luqman Wibowo

Mengetahui,

Ketua Program Studi SI Desain Komunikasi Visual



Digitally signed
by Dhika Yuan
Yurisma
Date:
2022.01.10
08:20:41 +07'00'

Dhika Yuan Yurisma, M.Ds., ACA

NIDN: 0720028701

**LEMBAR PERNYATAAN
PERSETUJUAN PUBLIKASI DAN KEASLIAN KARYA**

Sebagai mahasiswa Universitas Dinamika, Saya:

Nama : Nur Afifah Khairunnisa
NIM : 18420100078
Program Studi : S1 Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Desain dan Industri Kreatif
Jenis Karya : Laporan Kerja Praktik
Judul Karya : **PERANCANGAN DESAIN FEED INSTAGRAM YADA
YOUTH SEBAGAI MEDIA INFORMASI**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

1. Demi pengembangan ilmu pengetahuan, Teknologi, dan Seni, saya menyetujui memberikan kepada Universitas Dinamika Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-Exclusive Royalti Free Right*) atas seluruh isi/sebagian karya ilmiah saya tersebut di atas untuk disimpan, dialihmediakan dan dikelola dalam bentuk pangkalan data (*database*) untuk selanjutnya didistribusikan atau dipublikasikan demi kepentingan akademis dengan tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis atau pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.
2. Karya tersebut diatas adalah karya asli saya, bukan plagiat baik sebagian maupun keseluruhan, Kutipan, karya atau pendapat orang lain yang ada dalam karya ilmiah ini adalah semata hanya rujukan yang dicantumkan dalam Daftar Pustaka saya.
3. Apabila ditemukan dan terbukti terdapat tindakan plagiat pada karya ilmiah ini, maka saya bersedia untuk menerima pencabutan terhadap gelar keserjanaan yang telah diberikan kepada saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 5 Januari 2022


Nur Afifah Khairunnisa

NIM :18420100078

ABSTRAK

Dalam era *digital* seperti sekarang, teknologi dapat bermanfaat jika digunakan dengan bijaksana. Banyak sekali fungsi dari teknologi salah satunya untuk mengakses media sosial seperti *line*, *whatsapp*, *pinterest*, *twitter* maupun Instagram. Media sosial sendiri memiliki berbagai jenis manfaat, seperti mempromosikan produk maupun mempromosikan gerakan-gerakan yang ada di masyarakat. Yada Youth Indonesia merupakan organisasi *non profit* yang bertujuan untuk fokus pada pemberdayaan anak-anak dan remaja Indonesia yang hidup dalam kemiskinan melalui upaya kolektif untuk meminimalkan faktor sistemik yang menyebabkan kemiskinan. Jika dikaitkan dengan teknologi dan media sosial, Yada Youth memanfaatkan salah satu *platform* media sosial yakni Instagram. Melalui *Instagram*, Yada Youth Indonesia dapat mempromosikan gerakan mereka yang berfokus pada anak-anak. Mempromosikan hal apapun melalui instagram tidak luput dari yang namanya penyusunan *feeds*. Untuk membantu hal tersebut, dibutuhkan elemen desain grafis yang baik sehingga dapat meningkatkan audiens. Maka dari itu disinilah peran desain grafis sangatlah penting untuk meningkatkan ketertarikan para audiens akan suatu fokus atau produk yang dipromosikan. Dalam perancangan *feeds* instagram ini diperlukan pemahaman yang cukup mendalam. Adapun beberapa tahap perancangan *feeds* instagram yaitu : *Briefing*, mencerna konten dari *content writer*, mencari referensi, memulai proses desain dan pengimplementasian ke *feeds* instagram. Dengan adanya *step-step* tersebut maka perancangan *feeds* instagram Yada Youth Indonesia sebagai media informasi dapat terlaksana.

Kata kunci : *Media sosial, Desain Grafis, Promosi, Instagram*

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah S.W.T. yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga Laporan Kerja Praktik yang berjudul “**Perancangan Desain Feed Instagram Yada Youth Sebagai Media Informasi**” dapat terselesaikan tanpa hambatan.

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

Keberhasilan dalam penyusunan laporan ini berkat adanya bantuan serta dukungan dari beberapa pihak yang terlibat, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, saya sampaikan terimakasih 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. **Bapak Dhika Yuan Yurisma, M.Ds., ACA** selaku Dosen Pembimbing yang telah membimbing serta memberikan arahan dan dukungan dalam penyusunan Laporan Kerja Praktik dari awal hingga selesai;
4. **Kak Febrio Luqman** selaku Penyelia dan seluruh Kolega Senior di Yada Youth Indonesia yang juga memberikan izin untuk melakukan kerja praktik dan masukan terhadap implementasi kerja praktik, serta memberikan ilmu dan motivasi;
5. Dan untuk semua kolega kreatif serta keluarga yang turut membantu dan mendukung penyelesaian penyusunan Laporan Kerja Praktik ini.

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

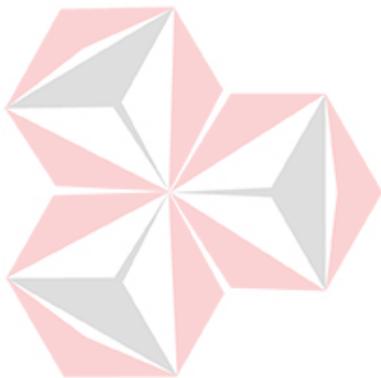
Surabaya, Januari 2022

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR MOTTO	iii
LEMBAR PERSEMBAHAN	iv
LEMBAR PERNYATAAN	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	ix
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.....	2
1.5 Manfaat.....	3
1.5.1 Bagi Mahasiswa.....	3
1.5.2 Bagi Instansi/Perusahaan.....	3
1.6 Pelaksanaan.....	3
1.7 Sistematika Penulisan.....	4
BAB II GAMBARAN UMUM INSTANSI	6
2.1 Profil Perusahaan.....	6
2.2 Struktur Organisasi.....	7
2.3 Deskripsi Pekerjaan.....	7
BAB III LANDASAN TEORI	9
3.1 Promosi.....	9
3.2 Media Sosial.....	9
3.2.1 Instagram.....	9
3.3 Desain Grafis.....	11
3.3.1 Elemen-elemen Desain.....	12
3.3.2 Prinsip-prinsip Desain.....	15
3.3.3 Tipografi.....	16
BAB IV PROSES KERJA	18
4.1 Sistem Pelaksanaan Kerja Profesi.....	18
a. <i>Briefing</i>	18
b. Merevisi konten dari <i>content writer</i>	19

c. Mencari referensi	20
d. Proses Desain	21
e. Pengimplementasian ke Instagram.....	24
BAB V.....	25
PENUTUP.....	25
5.1 Kesimpulan.....	25
5.2 Saran	25
5.2.1 Bagi Perusahaan.....	25
5.2.2 Bagi Mahasiswa.....	25
DAFTAR PUSTAKA	26
Sumber Buku	26
Sumber Jurnal.....	26
Sumber Internet	26



UNIVERSITAS
Dinamika

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 2. 1 Logo Perusahaan	6
Gambar 2. 2 Struktur Organisasi Yada Youth Indonesia.....	7
Gambar 2. 3 Struktur Organisasi Yada Youth Indonesia.....	7
Gambar 3.1 Logo Instagram	10
Gambar 3.2 Contoh <i>Feeds</i> Instagram.....	10
Gambar 3.3 Ukuran <i>Feeds</i> Instagram.....	11
Gambar 3 4 Gambar Titik	12
Gambar 3.5 Gambar Garis	12
Gambar 3.6 Gambar Bidang	13
Gambar 3.7 Contoh Warna	14
Gambar 3.8 Contoh Tekstur.....	15
Gambar 3.9 Contoh Tipografi	17
Gambar 4. 1 Briefing GSM.....	18
Gambar 4. 2 Briefing GSM.....	19
Gambar 4. 3 Aplikasi Miro	20
Gambar 4. 4 <i>Feeds</i> Yada Youth	20
Gambar 4. 5 Lembar kerja di <i>Adobe Illustrator</i>	21
Gambar 4. 6 Unsur-unsur desain.....	22
Gambar 4. 7 Keseluruhan <i>Feeds</i> yang sudah jadi	22
Gambar 4. 8 Proses <i>export</i> pada <i>Adobe Illustrator</i>	23
Gambar 4. 9 <i>Feeds Instagram</i> yang berhasil diunggah.....	24

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Teknologi yang kini sudah berkembang pesat membuat akses komunikasi dan informasi di berbagai *platform* menjadi lebih cepat dan mudah. Berbagai *platform* seperti media sosial kini banyak digunakan oleh perusahaan, pengusaha dan organisasi untuk mempromosikan produknya atau memberikan informasi. Mereka membangun interaksi dan juga kegiatan promosi sesuai bidang yang mereka geluti.

Media sosial sudah tidak asing lagi bagi masyarakat. Bahkan media sosial telah menjadi *platform* wajib, mengingat saat ini peran media sosial tidak dapat dilepaskan dan kerap menjadi makanan sehari-hari. Terutama dengan hadirnya wabah *Covid-19* yang membuat masyarakat semakin candu terhadap media sosial dan fitur-fiturnya karena masyarakat diwajibkan untuk berdiam di rumah. Walaupun di masa pandemi, perusahaan maupun komunitas tetap menjalankan usaha dan meningkatkan promosi mereka melalui sosial media.

Yada Youth Indonesia merupakan organisasi nirlaba atau *non profit* yang tujuan utamanya adalah untuk mendukung suatu isu atau persoalan di masyarakat tanpa mengomersialkannya atau mencari keuntungan berupa uang. Yada Youth berfokus pada pemberdayaan anak-anak dan remaja Indonesia yang hidup dalam kemiskinan melalui upaya kolektif untuk meminimalkan faktor sistemik yang menyebabkan kemiskinan. Untuk menunjang kegiatan ini, Yada Youth harus menyediakan informasi dan mengenalkan pemberdayaan anak-anak melalui sosial media khususnya Instagram.

Instagram merupakan wadah yang sangat penting bagi perusahaan, *brand*, terlebih organisasi seperti Yada Youth ini. Setiap organisasi termasuk Yada Youth harus membentuk *image* semenarik mungkin agar seluruh informasi dapat dikomunikasikan dengan baik kepada audiens. Disinilah peran sosial media seperti Instagram dapat dikombinasikan dengan unsur-

unsur desain agar menghasilkan visualisasi yang indah untuk diunggah. Konten *feeds* dapat berisi aktivitas, konten harian, *tips and trick* terutama informasi dengan visualisasi yang menarik agar nama organisasi lebih mudah terekspos dan diingat.

Mengombinasikan unsur desain dengan konten sehingga menghasilkan bentuk visualisasi yang menarik harus melalui beberapa proses. *Graphic Designer* merupakan sosok yang ada dibalik seluruh visualisasi dari suatu produk maupun informasi. Adapun beberapa tahap perancangan *feeds* Instagram yaitu : *Briefing*, mencerna konten dari *content writer*, mencari referensi, memulai proses desain dan pengimplementasian ke *feeds* Instagram. Dengan adanya *step-step* tersebut maka perancangan *feeds* Instagram Yada Youth Indonesia sebagai media informasi dapat terlaksana.

1.2 Rumusan Masalah

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

“Bagaimana Merancang *Feeds* Instagram untuk Yada Youth Indonesia?”

1.3 Batasan Masalah

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

1. Perancangan desain grafis menggunakan *software Adobe Illustrator*.
2. Perancangan desain *feed* Instagram Yada Youth Indonesia sebagai media informasi

1.4 Tujuan

Tujuan pelaksanaan Kerja Praktik Yada Youth Indonesia adalah sebagai berikut :

1. Agar mahasiswa dapat mengetahui dan memahami aplikasi ilmu yang telah didapat selama perkuliahan.
2. Agar mahasiswa dapat mendapat bayangan akan pekerjaan di dunia nyata.

3. Untuk mengetahui bagaimana penerapan desain grafis pada media sosial.

1.5 Manfaat

Dalam perancangan ilustrasi pada saat melakukan Kerja Praktik di Yada Youth Indonesia ini, manfaat yang dapat diperoleh antara lain :

1.5.1 Bagi Mahasiswa

1. Mengetahui proses desain dan menerapkan ilmu yang sudah diajarkan saat perkuliahan.
2. Menambah ilmu dan pengalaman dibidang desain dan industri kreatif.
3. Menambah referensi dan juga wawasan untuk mempersiapkan diri baik secara teoritis maupun secara praktis.
4. Menambah networking.

1.5.2 Bagi Instansi/Perusahaan

1. Membantu Yada Youth Indonesia dalam perancangan desain grafis.
2. Membantu menyediakan informasi melalui Instagram dengan visualisasi yang lebih menarik.
3. Memperkuat jaringan antara perusahaan dan perguruan tinggi.
4. Memudahkan perusahaan dalam mencari potensi di bidang desain dan industri kreatif.

1.6 Pelaksanaan.

a. Detail Perusahaan

Nama Perusahaan	: Yada Youth Indonesia
Alamat	: Jl. Srengseng Sawah no. 3 RT 02/09 Jagakarsa, Jakarta, Indonesia
Telepon	: +62-877-810-198-99
E-mail	: mainyadayouth@gmail.com
Website	: https://www.yadayouth.id

b. Periode

Tanggal Pelaksanaan : 05 oktober s/d 05 januari 2022

Waktu : 09.00 – 18.00 (Senin – Jumat)

1.7 Sistematika Penulisan

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

BAB I PENDAHULUAN

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

BAB II GAMBARAN UMUM INSTANSI

Dalam bab ini membahas tentang profil instansi yang berisikan tentang profil, logo, visi dan misi, tugas dan fungsi, struktur organisasi dan deskripsi pekerjaan dari instansi tersebut.

BAB III LANDASAN TEORI

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

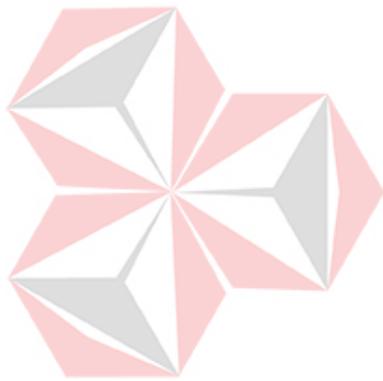
BAB IV DESKRIPSI PEKERJAAN

Bab ini membahas secara detail tentang pekerjaan yang telah dilaksanakan di Yada Youth Surabaya, yang diangkat dalam Laporan Kerja Praktik ini.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisikan tentang kesimpulan dan saran terkait pembahasan pada Laporan Kerja Praktik. Kesimpulan berisi ringkasan keseluruhan hasil dalam Laporan

Kerja Praktik ini, sementara saran berisi beberapa masukan untuk permasalahan yang diangkat dalam Laporan Kerja Praktik ini



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB II

GAMBARAN UMUM INSTANSI

2.1 Profil Perusahaan



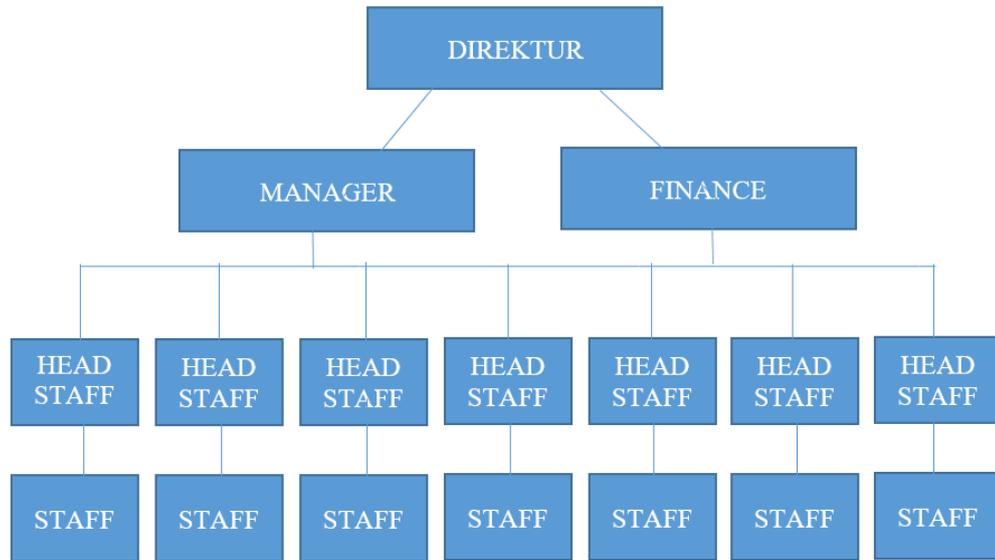
Gambar 2. 1 Logo Perusahaan

Yada Youth Indonesia merupakan organisasi nirlaba atau *non profit* yang didirikan pada tahun 2021 oleh Hani Srisubaga Alim, seorang mahasiswa ITS angkatan 2019. Tujuan utamanya adalah untuk mendukung suatu isu atau persoalan di masyarakat tanpa mengomersialkannya atau mencari keuntungan berupa uang. Yada Youth berfokus pada pemberdayaan anak-anak dan remaja Indonesia yang hidup dalam kemiskinan melalui upaya kolektif untuk meminimalkan faktor sistemik yang menyebabkan kemiskinan.

Berikut adalah beberapa informasi mengenai identitas Yada Youth Indonesia :

Nama Perusahaan	: Yada Youth Indonesia Jakarta, Indonesia.
Alamat	: Jl. Srengseng Sawah no. 3 RT 02/09 Jagakarsa, Jakarta, Indonesia
Telepon	: +62-877-810-198-99
E-mail	: mainyadayouth@gmail.com
Website	: https://www.yadayouth.id/
Hari Kerja	: Senin s/d Jum'at
Jam Kerja	: 09.00 – 18.00

2.2 Struktur Organisasi



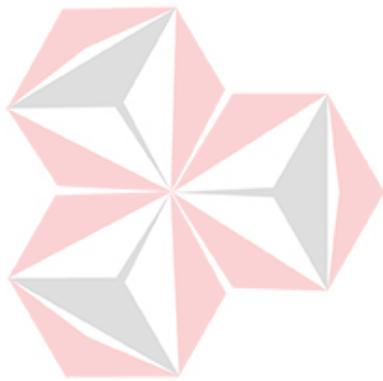
Gambar 2. 3 Struktur Organisasi Yada Youth Indonesia

(Sumber : Olahan penulis, 2022)

2.3 Deskripsi Pekerjaan

- **Direktur** : Bertugas untuk mengawasi dan mengatur proses berjalannya produksi keseluruhan divisi, pengambil keputusan, penanggung jawab, juga memberi arahan kepada *staff leader* terkait *event* penting lainnya agar para staff dapat bekerja sesuai dengan *jobdesc* masing-masing secara maksimal.
- **Manager** : Bertugas menyeimbangkan sebuah manajemen, mengelola dan mengawasi perencanaan. *Manager* juga dapat menentukan standar kualitas, memberikan evaluasi juga memberikan pengaruh yang baik kepada staff.
- **Finance** : Bertugas untuk mengontrol masuk dan keluarnya keuangan di Yada Youth Indonesia, dan kemana alokasi uang akan ditempatkan. Finance juga bertugas untuk menyimpan donasi yang masuk.

- *Head Staff* :
Head staff bertugas untuk mengontrol dan memaksimalkan kinerja *staff*, membagi tugas kepada *staff*, juga menyerahkan hasil kerja para *staff* kepada atasan.
- *Staff* :
Staff bertugas untuk menjalankan tugas yang diberikan oleh *head staff*, juga menyuarakan suara mereka terkait keluhan maupun saran yang membangun demi kinerja yang lebih baik.



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB III

LANDASAN TEORI

3.1 Promosi

Tujuan diberlakukannya promosi oleh suatu instansi atau perusahaan adalah untuk memberitahukan keberadaan produk serta memberi keyakinan tentang manfaat produk tersebut kepada pembeli maupun audiens, promosi juga merupakan salah satu cara untuk meningkatkan volume penjualan (Rangkuti, 2009:49).

Menurut Rangkuti (2009:51), salah satu tujuan promosi selain yang sudah dijabarkan diatas adalah untuk memberikan informasi terkait produk tertentu. Dapat berisikan tentang harga, kualitas, keistimewaan, dan lain-lain. Adapun tujuan promosi bagi Yada Youth Indonesia yang utama adalah memberikan informasi berisi pemberdayaan anak-anak dan remaja Indonesia yang hidup dalam kemiskinan. Promosi dapat dilakukan melalui media promosi, dapat berupa media cetak konvensional, maupun media sosial seperti Instagram, mengingat bahwa era teknologi kini semakin canggih.

3.2 Media Sosial

Menurut Dr.Rulli Nasrullah M.Si. dalam buku Media Sosial (2016 ; 13), Media sosial merupakan wadah di internet untuk berinteraksi, bekerjasama, saling berbagi, maupun berinteraksi dengan sesama pengguna hingga terbentuk ikatan sosial secara virtual.

Hal ini juga dimanfaatkan oleh beberapa organisasi termasuk Yada Youth yang menggunakan media sosial sebagai wadah untuk berbagi informasi dan berinteraksi.

3.2.1 Instagram

Instagram adalah salah satu platform media sosial yang memiliki layanan berbagi foto maupun video secara online. Instagram berasal dari pengertian keseluruhan fungsi aplikasi ini. Instagram dapat dianalogikan dengan kata "insta" yang berasal dari kata "instan", yang berarti langsung atau tanpa

menunggu lama. Sedangkan untuk kata "gram" berasal dari kata "telegram" yang cara kerjanya untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat. Sama dengan Instagram yang dapat mengunggah foto dengan cepat karena menggunakan jaringan internet. Oleh karena itulah Instagram merupakan lakuran dari kata instan dan telegram. (Putri, 2013:14).



Gambar 3.1 Logo Instagram

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

Instagram menyediakan berbagai fitur seperti *story*, Instagram *live* hingga *photo effect*. Tampilan profil user Instagram memiliki konsep seperti galeri foto, yang menampilkan foto-foto dan video. Konten yang diupload *user* akan ditampilkan dalam bentuk *grid* berisikan tiga kolom yang dapat disusun sesuka hati dan kreatifitas *user*. Kumpulan *grid* ini biasanya disebut *feeds*.



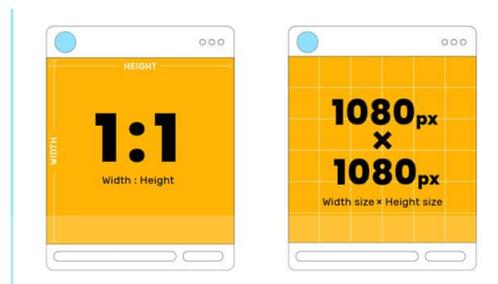
Gambar 3.2 Contoh Feeds Instagram

(Sumber : ariannatesti.com)

Feeds merupakan salah satu tampilan yang dimiliki Instagram. *Feeds* berupa tampilan bersusun dengan konten (gambar dan video) yang diunggah *user* pada profilnya dan dapat dilihat *followers user* ketika seseorang mengunjungi profil pengguna tersebut. Ukuran standar *feeds* adalah 1:1 atau 1080x1080 px.

METRO
ANDALAS.CO.ID

Ukuran Gambar Untuk Post di Instagram



Gambar 3.3 Ukuran Feeds Instagram

(Sumber : metroandalas.co.id)

3.3 Desain Grafis

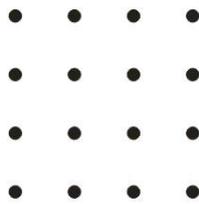
Desain grafis adalah suatu media untuk menyampaikan informasi melalui bahasa komunikasi visual yang melibatkan kaidah-kaidah estetika. Keindahan maupun estetika merupakan hal yang subjektif. Dalam menghasilkan visual desain yang menarik dan bernilai, pemahaman terhadap elemen dan unsur dasar wajib hukumnya. Adapun elemen-elemen desain yaitu titik, garis, bidang, ruang, warna dan tekstur. Desain juga harus memiliki struktur yang baik. Membangun struktur yang baik dalam desain harus memiliki prinsip-prinsip desain yang terdiri dari keseimbangan, kontras, unity, irama, focus dan proporsi.

Ada beberapa *software* yang digunakan untuk menunjang pembuatan desain grafis bidang *publishing*, yaitu *Adobe Photoshop*, *Adobe Illustrator*, *Adobe Indesign*, *CorelDraw*, *GIMP*, *Inkscape* dan *Macromedia*.

3.3.1 Elemen-elemen Desain

a. Titik

Titik merupakan salah satu unsur visual berukuran kecil, dimana dimensi memanjang dan melebarnya dianggap tidak berarti. Titik cenderung ditampilkan dengan bentuk kelompok dengan variasi jumlah, susunan, dan kepadatan tertentu.

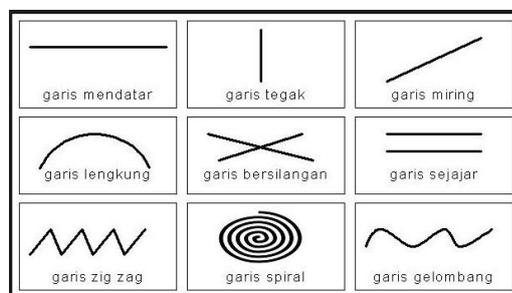


Gambar 3 4 Gambar Titik

(Sumber : google)

b. Garis

Garis merupakan kumpulan titik-titik yang anggotanya terdiri lebih dari satu buah titik. Titik-titik tersebut berderet ke-2 arah yang saling berlawanan sampai jarak yang jauh tidak terhingga. Ciri khas garis adalah terdapatnya arah serta dimensi memanjang. Garis terdiri dari bentuk lurus, lengkung, gelombang, *zigzag*, dan lainnya. Setiap garis dapat memberikan kesan tertentu. Garis lurus dapat memberi kesan kaku dan formal, garis lengkung yang memberi kesan lembut, garis *zigzag* yang terkesan kuat atau keras, atau garis tidak beraturan yang memberi kesan fleksibel atau tidak formal.

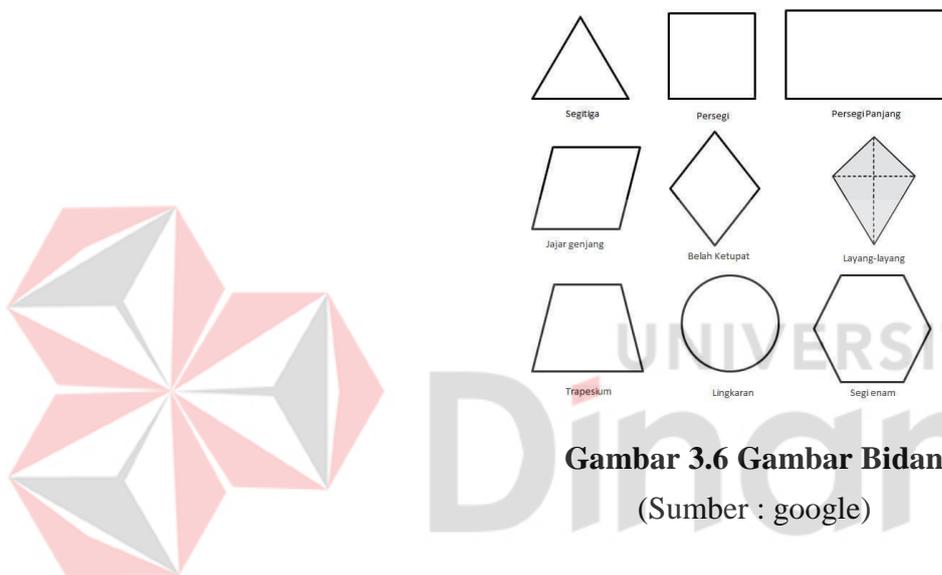


Gambar 3.5 Gambar Garis

(Sumber : google)

c. Bidang

Bidang merupakan hasil dari penggabungan sejumlah garis dalam keadaan tertentu. Bidang dapat diamati secara visual dalam karya seni berdasarkan bentuknya. Bidang dalam desain grafis memiliki pengertian lebih luas. Area kosong di antara elemen-elemen visual yang mengelilingi foto, bisa pula disebut sebagai bidang. Bidang kosong (*blank space*) bahkan bisa dianggap sebagai elemen desain, seperti halnya warna, garis, bentuk, dan lain-lain (Supriyono, 2010 : 68).



Gambar 3.6 Gambar Bidang

(Sumber : google)

d. Ruang

Ruang dapat terbentuk jika terdapat bidang. Pembagian bidang atau jarak antar objek berunsur titik, garis, bidang, dan warna. Ruang lebih mengarah pada perwujudan tiga dimensi sehingga ruang dapat dibagi dua, yaitu ruang nyata dan semu. Keberadaan ruang sebagai salah satu unsur visual sebenarnya tidak dapat diraba tetapi dapat dimengerti.

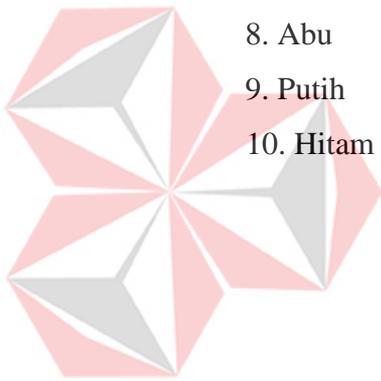
e. Warna

Warna dapat membantu menciptakan *mood* dan membuat visualisasi tampak lebih menarik. Sebagai contoh, desain dengan warna-warna *soft* dapat menyampaikan kesan lembut, tenang dan romantis, sedangkan warna-warna

yang kuat dan kontras dapat memberikan kesan dinamis dan ceria (Supriyono, 2010 : 70).

Memilih warna dapat menjadi salah satu *step* yang krusial dalam merancang *feeds* Instagram karena warna dapat memberikan respons secara psikologis dan mampu mempengaruhi citra orang yang melihatnya. Berikut adalah klasifikasi warna yang ditimbulkan:

1. Merah : Kekuatan, kehangatan, cinta, agresif, bahaya.
2. Biru : Kepercayaan, konservatif, teknologi, kebersihan.
3. Hijau : Kesehatan, alami, natural, pembaharuan.
4. Kuning : Optimis, harapan, filosofis.
5. Ungu : Spektural, misterius, keagungan, arogan.
6. Orange : Energi, keseimbangan, kehangatan.
7. Cokelat : Bumi, dapat dipercaya, nyaman, bertahan
8. Abu : Intelek, futuristik, modis, kesenduan, merusak.
9. Putih : Suci, bersih, kecermatan, *innocent*, steril.
10. Hitam : Kekuatan, kemewahan, berduka, misteri, keanggunan.



Gambar 3.7 Contoh Warna

(Sumber : google)

f. Tekstur

Tekstur merupakan permukaan yang memiliki nilai raba. Dilihat dari tampilannya, tekstur dapat digolongkan menjadi tekstur nyata dan tekstur

semu. Tekstur dapat disebut tekstur nyata bila ada korelasi yang sama antara hasil raba dan penglihatan. Misalnya, jika suatu permukaan terlihat kasar dan ketika diraba juga terasa kasar. Sementara itu, pada tekstur semu terdapat perbedaan antara hasil penglihatan dan sentuhan. Misalnya, bila dilihat tampak kasar tetapi ketika diraba ternyata sebaliknya, yaitu terasa halus. Dalam penerapannya, tekstur dapat berpengaruh terhadap unsur visual lainnya, yaitu kejelasan titik, kualitas garis, keluasan bidang dan ruang, serta intensitas warna.



Gambar 3.8 Contoh Tekstur

(Sumber : google)

3.3.2 Prinsip-prinsip Desain

Prinsip-prinsip dalam desain grafis ada kaitannya dengan Nirmana. Dalam konteks desain komunikasi visual, Nirmana memegang peranan penting perihal bagaimana menata dan menyusun elemen dasar desain. Perencanaan komposisi harus dikelola dengan serasi dan seimbang di setiap bagian. Pesan visual bersifat kreatif (asli, inovatif dan lancar), komunikatif, efisien dan efektif, sekaligus indah atau estetis.

a. Kesatuan

Kesatuan atau *unity* merupakan salah satu prinsip yang menekankan sisi keselarasan dari unsur-unsur yang disusun, baik dalam wujudnya maupun kaitannya dengan ide yang mendasarinya. Kesatuan diperlukan dalam suatu karya grafis yang mungkin terdiri dari beberapa elemen di dalamnya. Dengan

adanya kesatuan itulah, elemen-elemen yang ada saling mendukung sehingga diperoleh fokus yang dituju.

b. Keseimbangan

Keseimbangan merupakan prinsip yang berfungsi untuk menghindari kesan berat sebelah sehingga segala permukaan terisi dengan nilai-nilai keseimbangan tersebut. Faktor yang mendukung keseimbangan yaitu penempatan, proporsi, kualitas, dan arah dari unsur-unsur pendukungnya. Tata letak sangatlah penting karena itu akan membuat karya visual lebih nyaman dilihat dan dapat menentukan nilai dari sebuah karya tersebut.

c. Irama

Irama atau ritme adalah kumpulan unsur-unsur yang disusun mengikuti pola tertentu dengan tatanan yang teratur agar menimbulkan kesan yang lebih menarik. Penataannya dapat dibuat dengan sebuah pengulangan maupun pergantian secara teratur.

d. Kontras

Di dalam suatu komposisi diperlukan adanya kontras sebagai aksentuasi agar tidak terkesan monoton. Kontras ditampilkan secukupnya saja karena bila terlalu berlebihan akan muncul ketidakteraturan dan kontradiksi yang jauh dari kesan harmonis sehingga tampilan visualisasi terlihat berbeda.

e. Fokus

Fokus sangatlah diperlukan untuk menciptakan sebuah komposisi yang dapat menunjukkan bagian yang menonjol atau menjadi perhatian utama dan gagasan utama dalam desain tersebut.

f. Proporsi

Proporsi adalah perbandingan ukuran antara bagian dengan bagian dan antara bagian dengan keseluruhan. Prinsip komposisi tersebut menekankan pada sejauh mana ukuran yang akan disusun dan ditekankan.

3.3.3 Tipografi

Pemilihan huruf tidak semudah yang dibayangkan, pemilihan tipografi yang tepat untuk sebuah karya memerlukan kecermatan yang luar biasa. Itu

dikarenakan rangkaian kata dengan bentuk tipografi berbagai macam dapat menimbulkan kesan yang beragam. Tipografi memiliki nilai fungsional dan nilai estetika dalam suatu huruf. Pemilihan huruf dapat disesuaikan dengan citra yang ingin diungkapkan.

Lazlo Moholy berpendapat bahwa sebuah kata atau kalimat bukan saja bisa berarti suatu makna yang mengacu kepada sebuah obyek ataupun gagasan, tetapi juga memiliki kemampuan untuk menyuarakan suatu citra ataupun kesan secara visual. Hal itu dikarenakan terdapat nilai fungsional dan nilai estetika dalam suatu huruf. Pemilihan jenis huruf disesuaikan dengan citra yang ingin diungkapkan (Kusrianto, 2007 : 190-191).



Gambar 3.9 Contoh Tipografi

(Sumber : google)

Karakter yang didesain khusus untuk digunakan bersama dan memiliki proporsi yang serupa dapat disebut dengan *typeface*. *Typeface* lebih mengarah kepada bentuk/desain huruf yang digunakan. *Font* dan *typeface* merupakan dua hal yang berbeda. *Font*/huruf merupakan hal yang dipakai dalam tipografi, *font* memiliki bentuk *serif* dan *sans serif*. *Serif* adalah bentuk tambahan pada huruf berupa semacam ekor. Beberapa *typeface* memiliki serif, sedangkan beberapa tidak. *Typeface* jenis *serif* muncul lebih dulu dibandingkan jenis *sans serif*.

BAB IV

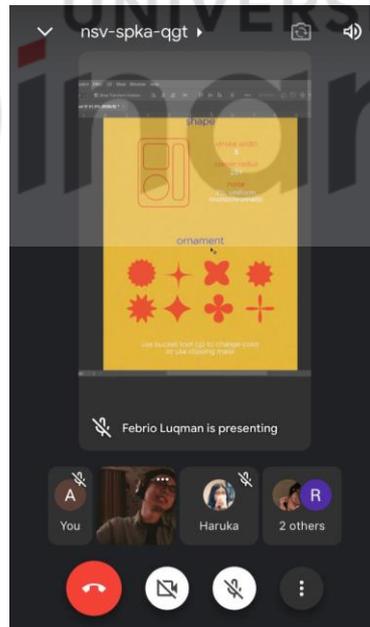
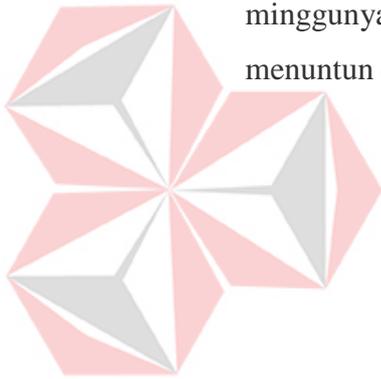
PROSES KERJA

4.1 Sistem Pelaksanaan Kerja Profesi

Berikut adalah penjelasan tentang system pelaksanaan kerja profesi di Yada Youth Indonesia. Proses perancangan media kreatif digital untuk anak-anak di Indonesia dengan urutan kerja dari awal sampai akhir yaitu sebagai berikut :

a. *Briefing*

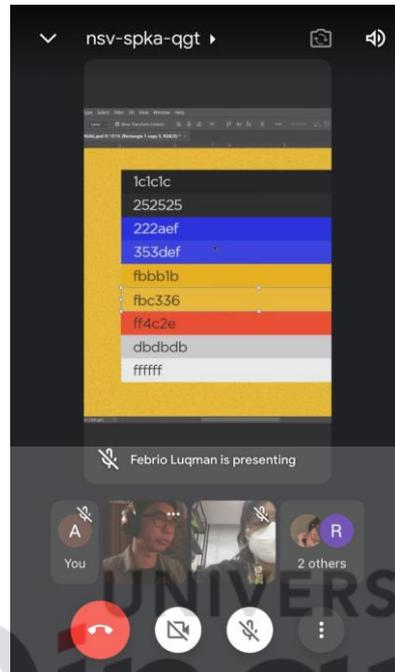
Dalam tahap *brief*, kolega Yada Youth Indonesia memiliki preparasi yang cukup matang. Setiap seminggu sekali desainer melakukan brief melalui *google meet* dan membahas konsep yang ingin diterapkan tiap minggunya. Untuk brief awal, desainer diberikan GSM yang dapat menuntun desainer dalam melaksanakan proses mendesain.



Gambar 4. 1 Briefing GSM
(Sumber : data pribadi)

Didalam GSM terdapat ketentuan bentuk, konsep, tipografi hingga *checkerboard* untuk warna *feeds*. Yada Youth telah menyiapkan keseluruhan aturan untuk perancangan *feeds*, tapi desainer tetap diberikan

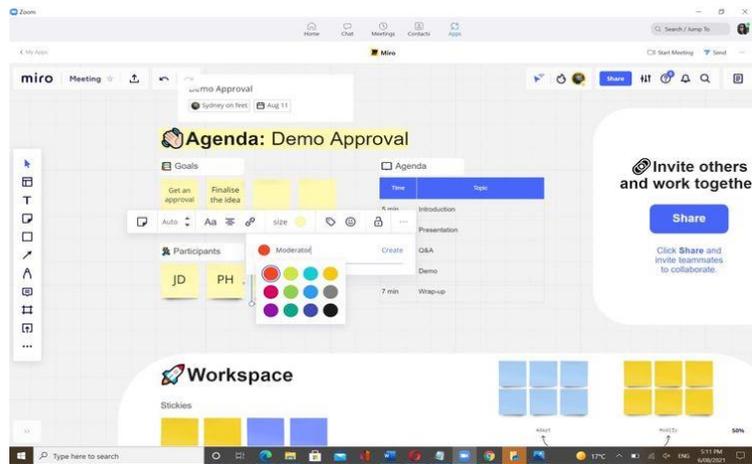
keleluasaan untuk menambahkan *ornament* asal tetap sesuai dengan *image* yang dimiliki Yada yakni *youthful* ataupun ceria. Konsep warna juga dapat berubah sewaktu-waktu jika ada hari spesial seperti hari anak maupun hari kartini dan sebagainya.



Gambar 4. 2 Briefing GSM
(Sumber : data pribadi)

b. Merevisi konten dari *content writer*

Konten Instagram untuk feeds Yada Youth ditulis oleh divisi *social media creative* spesialis *content writer*. Seluruh konten untuk diupload setiap dua hari sekali diletakkan di *website* miro dimana seluruh divisi dapat mengaksesnya. *Content writer* menulis seluruh isi konten dan tugas desainer adalah untuk menelaah konten yang telah ditulis juga merevisinya jika ada *grammar* maupun kata-kata yang kurang sesuai. Proses ini juga merupakan proses yang cukup penting, karena sedikit kesalahan saja dapat menimbulkan kesalahan informasi yang fatal. Informasi yang disajikan menyesuaikan tentang tema organisasi ini sendiri yaitu tentang pemberdayaan anak-anak di Indonesia.

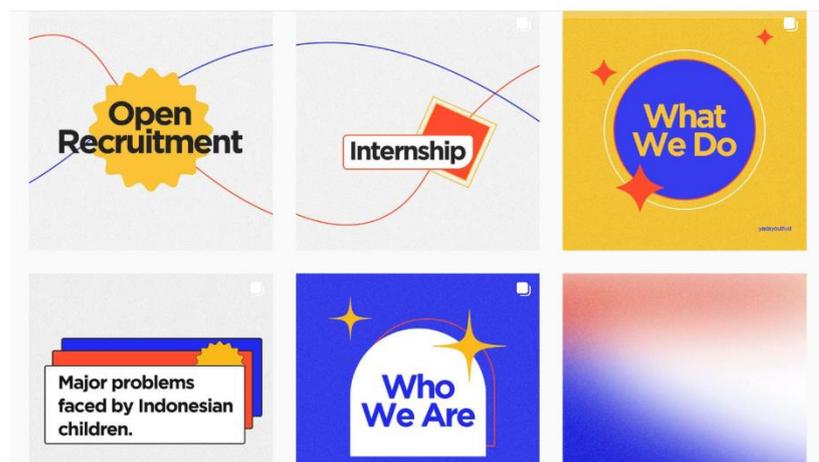


Gambar 4. 3 Aplikasi Miro

(Sumber : google)

c. Mencari referensi

Proses ini dilakukan setelah *brief* dan konten sudah siap untuk diluncurkan. Tahap pencarian referensi ini lebih kepada melihat susunan atau tatanan seperti apa yang cocok untuk desain konten mingguan Yada Youth Indonesia. Kebanyakan konsep desain *feeds* Instagram Yada Youth mengusung konsep modern dengan sedikit sentuhan Bauhaus yang identik dengan bentuk geometris.



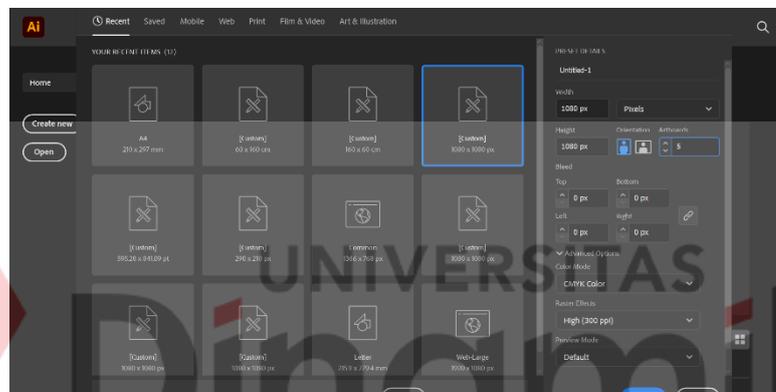
Gambar 4. 4 Feeds Yada Youth
(Sumber : Instagram yadayouth.id)

Tahap pencarian referensi dapat dilakukan oleh desainer dengan cara terjun ke dalam internet dan mengakses media seperti *behance* ataupun *pinterest*. Mengingat tingkat kreativitas dan visual yang dimiliki desainer berbeda-beda, maka ada baiknya mencari referensi dengan cara tersendiri.

d. Proses Desain

Setelah melalui tahap pencarian referensi, kini proses desain untuk menyusun *feeds* Instagram Yada Youth dapat dimulai. Perancangan desain harus sesuai dengan *step-step* sebelumnya.

1. Membuat lembar kerja baru di *Adobe Illustrator*

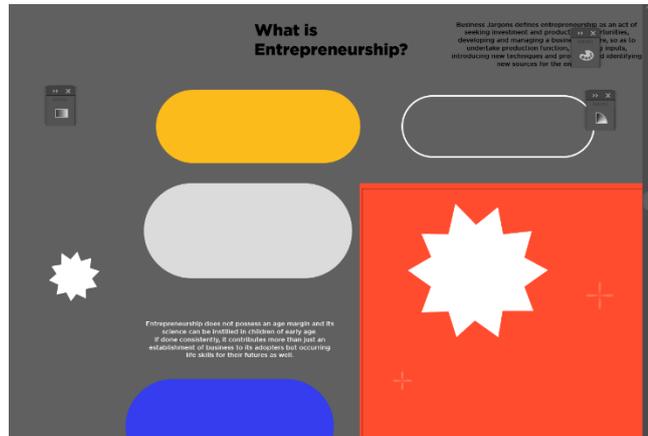


Gambar 4. 5 Lembar kerja di *Adobe Illustrator*

(Sumber : data pribadi)

Langkah pertama untuk memulai proses mendesain adalah membuat lembar kerja baru di *Adobe Illustrator* dengan ukuran 1080 x 1080 px. Banyaknya lembar disesuaikan dengan konten yang sudah disiapkan.

2. Memasukkan unsur-unsur desain



Gambar 4. 6 Unsur-unsur desain

(Sumber : data pribadi)

Langkah selanjutnya adalah memasukan unsur-unsur desain seperti warna juga bentuk-bentuk dan tulisan yang sudah disiapkan. Membuat ornamen-ornamen tersebut dilakukan melalui proses *tracing* dengan *pen-tool* di *Adobe Illustrator*. Untuk ukuran dan pemilihan *font* disesuaikan dengan sentuhan konsep. Untuk post kali ini menggunakan *font sanserif Gotham Black* dan *Gotham Medium*. Warna-warna yang dipilih juga sudah sesuai dengan arahan *brief*.

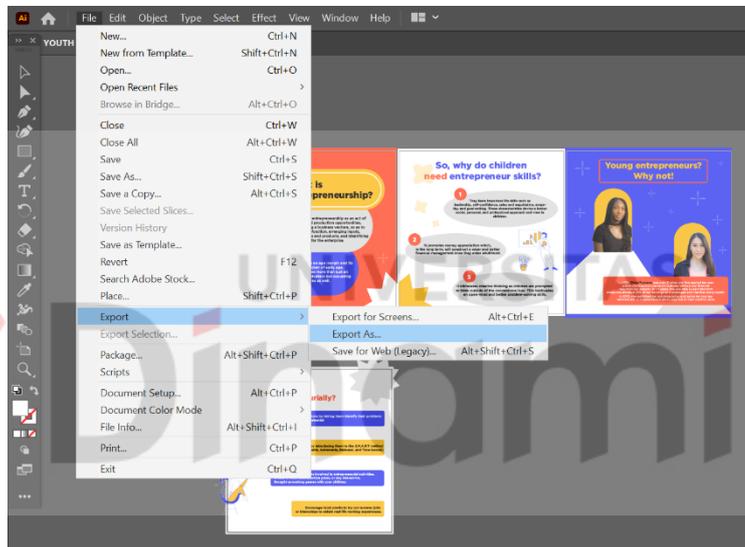


Gambar 4. 7 Keseluruhan Feeds yang sudah jadi

(Sumber : data pribadi)

Jika lembar pertama sudah diisi dengan unsur-unsur desain, sudah mempertimbangkan komposisi, keseimbangan, tipografi dan *layout*, desainer dapat lanjut untuk mengisi unsur-unsur pada lembar-lembar berikutnya hingga habis, tidak lupa disusun dengan rapi agar informasi dan juga keselarasan pada desain akan terlihat jelas. Memotong foto-foto jika perlu. Begitupun dengan proses desain untuk *post-post* Yada Youth lainnya.

Tahap selanjutnya adalah meng-*export* hasil desain tersebut menjadi *file PNG* maupun *JPG*, lalu diserahkan kepada *head staff production* untuk dicek dan diperbaiki (jika ada revisi).

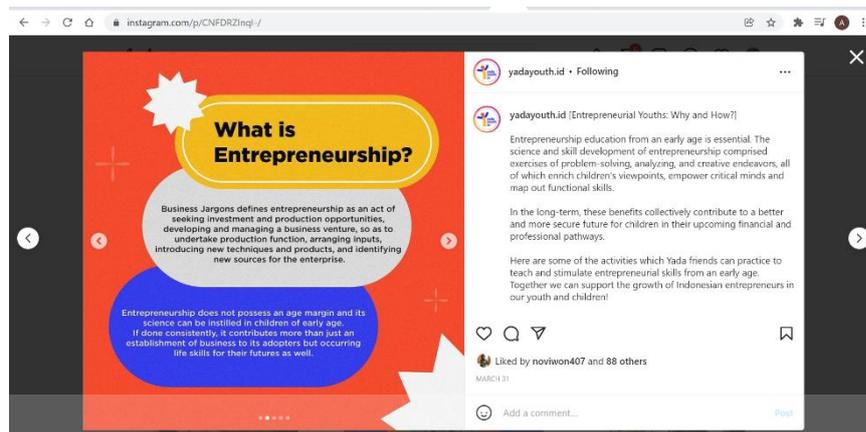


Gambar 4. 8 Proses *export* pada *Adobe Illustrator*

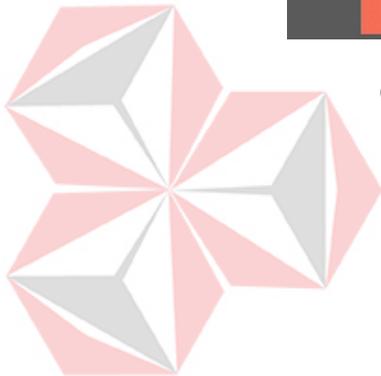
(Sumber : data pribadi)

e. Pengimplementasian ke Instagram

Setelah semua sudah beres, desain yang telah dibuat akan di *post* ke *Instagram* yadayouth.id. Demikianlah proses perancangan desain *feeds Instagram* Yada Youth sebagai media informasi.



Gambar 4. 9 Feeds Instagram yang berhasil diunggah
(Sumber : Instagram yadayouth.id)



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pengalaman selama melaksanakan kegiatan Kerja Praktik dalam kurun waktu tiga bulan di Yada Youth Indonesia ini, maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Memberikan pengetahuan tentang banyaknya generasi anak muda di Indonesia yang masih berada dalam kemiskinan dan kurang mendapat pendidikan yang layak.
2. Menambah ilmu dan wawasan tentang dunia *layout* dan desain.
3. Mengetahui tata cara kerja dalam sebuah tim, memahami tujuan yang ingin dicapai dan komunikasi yang baik dengan seluruh tim.
4. Mengetahui cara membuat sebuah perancangan konten di media sosial.

5.2 Saran

Adapun saran yang dapat dikemukakan dari hasil kerja praktik di Yada Youth Indonesia, antara lain sebagai berikut:

5.2.1 Bagi Perusahaan

1. Diharapkan kerjasama antara universitas dengan perusahaan.
2. Lebih terbuka untuk memberikan arahan dan motivasi terhadap mahasiswa yang melakukan kerja praktik.
3. Mengadakan lebih banyak *event* tentang tema terkait yaitu anak-anak.

5.2.2 Bagi Mahasiswa

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

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku

M.Suryanto. (2004) Aplikasi Desain Grafis untuk Periklanan Dilengkapi Sampel Iklan Terbaik Kelas Dunia. Yogyakarta : Andi

Rustan, Surianto (2011) Huruf *Font Tipografi*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama

Rangkuti, Freddy (2009) Strategi promosi yang kreatif & analisis kasus *integrated marketing communication*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama

Sumber Jurnal

Deddy Award Widya Laksana, M. (n.d.). Pengantar Desain Grafis. 3-5.

Dewojati, R. K. (n.d.). DESAIN GRAFIS SEBAGAI MEDIA UNGKAP PERIKLANAN.

Irma Rochmawati, M. (n.d.). Prinsip-prinsip dalam desain. pp. 3-11.

ZULKARNAIN, A. (2018). PENGGUNAAN DESAIN GRAFIS PADA MAJALAH HIDAYATULLAH.

Sumber Internet

Instagram. 2021. *Doubling Up on Instagram Live with Live Rooms Doubling Up on Instagram Live with Live Rooms / Instagram Blog*

Novi Fuji Astuti. 2021. Mengenal Fungsi Media Sosial, Berikut Pengertian dan Jenisnya

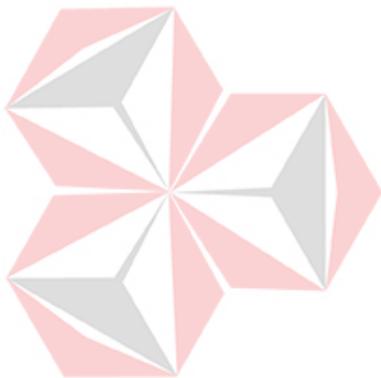
<https://www.merdeka.com/jabar/mengenal-fungsi-media-sosial-berikut-pengertian-dan-jenisnya-kln.html>

Anugerah Ayu Sendari. 2019. *Instagram Adalah Platform Berbagi Foto dan Video, Ini Deretan Fitur Canggihnya*

<https://www.liputan6.com/tekno/read/3906736/instagram-adalah-platform-berbagi-foto-dan-video-ini-deretan-fitur-canggihnya>

Rahmah Aathifah. 2020. *Apa Itu Feed Instagram? Begini Penjelasannya*

<https://mojokbisnis.com/apa-itu-feed-instagram/>



UNIVERSITAS
Dinamika