



**PERANCANGAN DESAIN MEDIA SOSIAL DITJEN HUBDAT DI
FAVORCOM INDONESIA DIGITAL VIDEO AGENCY**

KERJA PRAKTIK



Program Studi

S1 Desain Komunikasi Visual

UNIVERSITAS
Dinamika

Oleh:

Daneswara Sekar Langit

18420100016

FAKULTAS DESAIN DAN INDUSTRI KREATIF

UNIVERSITAS DINAMIKA

2021

**PERANCANGAN DESAIN MEDIA SOSIAL DITJEN HUBDAT
DI FAVORCOM INDONESIA DIGITAL VIDEO AGENCY**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan

Mata Kuliah Kerja Praktik

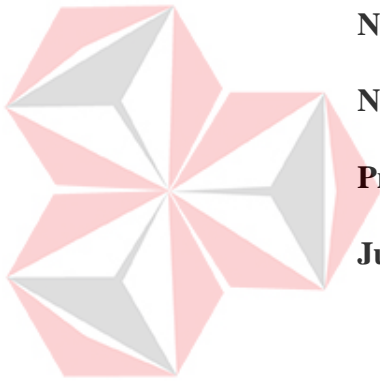
Disusun Oleh :

Nama : Daneswara Sekar Langit

NIM 18420100016

Program : S1 (Strata Satu)

Jurusan : Desain Komunikasi Visual



FAKULTAS DESAIN DAN INDUSTRI KREATIF

UNIVERSITAS DINAMIKA

2021

LEMBAR PENGESAHAN

**PERANCANGAN DESAIN MEDIA SOSIAL DITJEN HUBDAT DI
FAVORCOM INDONESIA DIGITAL VIDEO AGENCY**

Laporan Kerja Praktik oleh

Daneswara Sekar Langit

NIM : 18420100016

Telah diperiksa, diuji dan disetujui

Surabaya, 24 September 2021

Disetujui :

Pembimbing

Digitally signed
by Fenty
Fahminnansih,
ST, MMT
Date: 2022.01.10
07:38:38 +07'00'

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

NIDN. 0706028502

Penyelia

Digitally signed
by Selvi
Valentina
Date: 2022.01.10
09:41:12 +07'00'

Selvi Valentina

COO

Mengetahui,

Ketua Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual

Digitally signed
by Dhika
Yurisma
Date: 2022.01.10
09:41:12 +07'00'

Dhika Yuan Yurisma, M.Ds., ACA

NIDN. 0720028701

LEMBAR MOTTO



UNIVERSITAS
Dinamika

“Apapun yang terjadi tetaplah tersenyum”

LEMBAR PERSEMBAHAN



UNIVERSITAS
Dinamika

*Laporan kerja praktik ini saya persembahkan untuk seluruh orang-orang terdekat
saya yang selalu memberikan dukungan dan motivasi.*

SURAT PERNYATAAN
PERSETUJUAN PUBLIKASI DAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Sebagai mahasiswa Universitas Dinamika, Saya :

Nama : Daneswara Sekar Langit
Nim : 18420100016
Program Studi : S1 Desain Komunikaasi Visual
Fakultas : Desain dan Industri Kreatif
Jenis Karya : Laporan Kerja Praktik
Judul Karya : **Perancangan Desain Media Sosial Ditjen Hubdat di Favorcom Indonesia Digital Video Agency.**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

1. Demi pengembangan Ilmu Pengetahuan, Teknologi, dan Seni, Saya menyetujui memberikan kepada Universitas Dinamika. Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (NonExclusive Royalti 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 di atas adalah karya asli Saya, bukan plagiat baik sebagian maupun keseluruhan. Kutipan, karya atau pendapat orang lain yang ada dalam karya ilmiah ini adalah semata hanya rujukan yang dicantumkan dalam Daftar Pustaka Saya.
3. Apabila dikemudian hari 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, 24 September 2021

Yang menyatakan



Daneswara Sekar Langit

NIM : 18420100016

ABSTRAK

Pada era modern seperti saat ini perkembangan teknologi informasi berkembang sangat pesat. Banyak manusia yang dimanjakan dan dimudahkan dalam mengakses dan mendapatkan informasi dengan berbagai macam cara. Teknologi yang sudah berkembang pesat pada saat ini memunculkan berbagai macam jenis kegiatan berbasis pada teknologi. Salah satunya adalah sebuah pemasaran melalui media sosial. Melakukan pemasaran melalui media sosial dapat meningkatkan sebuah *Brand Awareness*. Dari berbagai macam media sosial yang ada, Instagram lebih banyak atau sering digunakan oleh generasi milenial saat ini daripada media sosial yang lain. Instagram adalah media sosial yang memiliki beberapa fitur dan salah satunya adalah fitur berupa *feed Instagram*. *Feed Instagram* adalah sebuah fitur yang dimana kita dapat memposting sebuah foto dan video. Instagram tidak hanya digunakan untuk kepentingan pribadi saja melainkan banyak lembaga-lembaga atau perusahaan yang memanfaatkan instagram untuk memberikan informasi dan konten-konten untuk para pengguna instagram atau masyarakat dunia maya. Pada program kerja praktik di Favorcom Indonesia Digital Video Agency ini, penulis mencoba memecahkan masalah yang ada yaitu, bagaimana merancang desain media sosial Ditjen Hubdat di Favorcom Indonesia Digital Video Agency.

Kata Kunci : *Feed Instagram, Brand awareness, Design*

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur atas kehadiran Allah SWT. atas limpahan berkat rahmat dan hidayah-Nya, sehingga dapat menyelesaikan Laporan Kerja Praktik yang berjudul **“Perancangan Desain Media Sosial Ditjen Hubdat di Favorcom Indonesia Digital Video Agency”** tanpa suatu halangan apapun. Laporan Kerja Praktik ini disusun dalam rangka penulisan laporan untuk memenuhi persyaratan lulus mata kuliah Kerja Praktik pada Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual Universitas Dinamika. Melalui kesempatan yang sangat berharga ini, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu penyelesaian Laporan Kerja Praktik ini, terutama kepada:

1. Kedua orang tua Saya yang Saya cintai karena selalu memberikan dukungan, bimbingan serta do'a di setiap kegiatan kerja praktik berlangsung.
2. Bapak **Fenty Fahminnansih, S.T.,M.MT.** selaku Dosen Pembimbing yang banyak membantu dan selalu memberi arahan yang baik dalam memberikan bimbingan selama penyusunan laporan kerja praktik.
3. Bapak **Dhika Yuan Yurrisma, M.Ds., ACA** selaku Ketua Program Studi yang membantu memberikan arahan yang baik selama penyusunan laporan kerja praktik.
4. Seluruh bapak, ibu dosen S1 Desain Komunikasi Visual dan teman-teman saya seperjuangan kerja praktik yang bersama-sama membantu, memberi dukungan dan saran dari awal proses kerja praktik hingga pembuatan laporan ini.
5. Kakak Selvi Valentina selaku COO dari Favorcom Indonesia Digital Video Agency yang telah memberikan izin dan untuk melakukan kerja praktik serta ilmu, bimbingan dan masukan terhadap implementasi saat kerja praktik.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa memberikan imbalan yang setimpal atas segala dukungan dan bantuan yang telah diberikan.

Surabaya, Januari 2022



Daneswara Sekar Langit

NIM 18420100016

DAFTAR ISI

| | |
|--|----|
| ABSTRAK | i |
| KATA PENGANTAR..... | ii |
| DAFTAR GAMBAR | vi |
| BAB I PENDAHULUAN | 8 |
| 1.1 Latar Belakang | 8 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 9 |
| 1.3 Batasan Masalah..... | 10 |
| 1.4 Tujuan..... | 10 |
| 1.5 Manfaat Kerja Praktik | 10 |
| 1.6 Pelaksanaan | 10 |
| 1.7 Sistematika Penulisan..... | 11 |
| BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN | 14 |
| 2.1 Profil Perusahaan..... | 14 |
| 2.2 Visi dan Misi | 15 |
| 2.2.1 Visi | 15 |
| 2.2.2 Misi..... | 15 |
| 2.3 Alamat Dan Kontak Perusahaan | 15 |
| 2.4 Struktur Organisasi Favorcom..... | 16 |
| 2.5 Logo Perusahaan | 18 |
| BAB III LANDASAN TEORI | 19 |
| 3.1 Media Sosial..... | 19 |
| 3.2 Instagram | 19 |

| | |
|--|----|
| 3.3 <i>Feed</i> | 20 |
| 3.4 Desain..... | 21 |
| 3.4.1 Unsur-Unsur Desain..... | 22 |
| 3.4.2 Prinsip-Prinsip Desain..... | 27 |
| 3.5 <i>Layout</i> | 28 |
| BAB IV DESKRIPSI PEKERJAAN | 29 |
| 4.1 Penjelasan Pekerjaan | 29 |
| 4.2 <i>Brief</i> | 29 |
| 4.3 Penentuan Konsep | 29 |
| 4.3.1 Media Interaktif..... | 30 |
| 4.4 Pengumpulan Referensi..... | 30 |
| 4.5 Software yang digunakan | 30 |
| 4.5.1 Adobe Illustrator | 30 |
| 4.5.2 Adobe Photoshop | 31 |
| 4.6 Implementasi Karya | 31 |
| 4.6.1 Proses Pembuatan Desain..... | 31 |
| 4.6.2 Final Desain..... | 35 |
| 4.6.3 Hasil Karya..... | 36 |
| BAB V PENUTUP | 39 |
| 5.1 Kesimpulan..... | 39 |
| 5.2 Saran..... | 39 |
| DAFTAR PUSAKA | 40 |
| LAMPIRAN | 42 |
| LAMPIRAN 1 KETERANGAN KERJA PRAKTIK..... | 42 |

| | |
|--|----|
| LAMPIRAN 2 FORM KERJA PRAKTIK 5 (HALAMAN 1)..... | 43 |
| LAMPIRAN 3 FORM KERJA PRAKTIK 5 (HALAMAN 2)..... | 44 |
| LAMPIRAN 4 FORM KERJA PRAKTIK 6 (HALAMAN 1)..... | 45 |
| LAMPIRAN 5 FORM KERJA PRAKTIK 6 (HALAMAN 2)..... | 46 |
| LAMPIRAN 6 FORM KERJA PRAKTIK 7 (HALAMAN 1)..... | 47 |
| LAMPIRAN 7 KARTU BIMBINGAN KERJA PRAKTIK | 48 |
| BIODATA PENULIS..... | 49 |



UNIVERSITAS
Dinamika

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 2. 1 <i>Sign</i> Perusahaan Favorcom Indonesia..... | 14 |
| Gambar 2. 2 Suasana Ruang Kerja Favorcom Indonesia..... | 15 |
| Gambar 2. 3 Struktur Organisasi..... | 16 |
| Gambar 2. 4 Logo Perusahaan | 18 |
| Gambar 3. 1 Unsur Desain : Titik | 22 |
| Gambar 3. 2 Unsur Desain : Garis | 23 |
| Gambar 3. 3 Unsur Desain : Bentuk | 24 |
| Gambar 3. 4 Unsur Desain : Ruang | 24 |
| Gambar 3. 5 Unsur Desain : Gradasi | 25 |
| Gambar 3. 6 Unsur Desain : Warna | 26 |
| Gambar 3. 7 Unsur Desain : Tekstur | 26 |
| Gambar 4. 1 Lembar Kerja Desain Baru Adone Illustrator | 32 |
| Gambar 4. 2 Memasukkan Unsur-Unsur Desain | 33 |
| Gambar 4. 3 Menyusun <i>Layout</i> | 34 |
| Gambar 4. 4 Penentuan <i>Typography</i> | 34 |
| Gambar 4. 5 Final Desain..... | 35 |
| Gambar 4. 6 Hasil Desain : Tips & Trik | 36 |
| Gambar 4. 7 Hasil Desain : Tips & Trik | 36 |
| Gambar 4. 8 Hasil Desain : Layanan Informasi | 37 |
| Gambar 4. 9 Hasil Desain : Layanan Informasi | 37 |
| Gambar 4. 10 Hasil Desain : Perkembangan Isu Terkini..... | 38 |



UNIVERSITAS
Dinamika

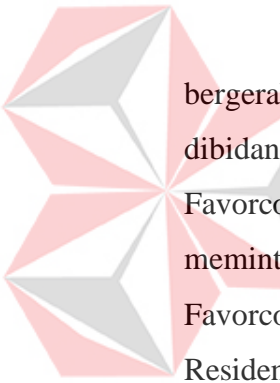


UNIVERSITAS
Dinamika

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era modern seperti saat ini perkembangan teknologi informasi berkembang sangat pesat. Banyak manusia yang dimanjakan dan dimudahkan dalam mengakses dan mendapatkan informasi dengan berbagai macam cara. Teknologi yang sudah berkembang pesat pada saat ini memunculkan berbagai macam jenis kegiatan berbasis pada teknologi. Salah satunya adalah sebuah pemasaran melalui media sosial. Melakukan pemasaran melalui media sosial dapat meningkatkan sebuah *Brand Awareness*. Seperti yang dilakukan oleh salah satu *Branding Agency* yaitu Favorcom Indonesia Digital Video.



Favorcom Indonesia Digital Video Agency adalah sebuah perusahaan yang bergerak di bidang *Branding Agency*. Namun Favorcom tidak hanya mengerjakan dibidang video saja melainkan dibidang desain juga. Tak sedikit klien-klien Favorcom yang meminta untuk mengerjakan desain, contohnya Ditjen Hubdat yang meminta Favorcom untuk mengerjakan desain konten *feed Instagram* miliknya. Favorcom Indonesia Digital Video Agency beralamat di Serpong M-Town Residence Ellis Tower 10/23 Summarecon Serpong. JL Gading Serpong Boulevard, Pakulonan Bar., Kec. Klp. Dua, Tangerang, Banten 15810, Indonesia.

Dari berbagai macam media sosial yang ada, Instagram lebih banyak atau sering digunakan oleh generasi milenial saat ini daripada media sosial yang lain. Instagram adalah media sosial yang memiliki beberapa fitur dan salah satunya adalah fitur berupa *feed Instagram*. *Feed Instagram* adalah sebuah fitur yang dimana kita dapat mengunggah sebuah foto dan video. Instagram tidak hanya digunakan untuk kepentingan pribadi saja melainkan banyak lembaga-lembaga atau perusahaan yang memanfaatkan instagram untuk memberikan informasi dan konten-konten untuk para pengguna instagram atau masyarakat dunia maya. Salah satu lembaga yang memanfaatkan instagram sebagai wadah untuk memberikan informasi dan konten-konten adalah Ditjen Hubdat.

Ditjen Hubdat adalah sebuah lembaga milik pemerintah yang dalam peraturan Menteri Perhubungan Republik Indonesia Nomor PM 122 Tahun 2018 Tentang Organisasi dan Tata Kerja Kementerian Perhubungan. Direktorat Jenderal Perhubungan Darat mempunyai tugas menyelenggarakan perumusan dan pelaksanaan kebijakan di bidang transportasi darat. Ditjen Hubdat juga menjadi salah satu klien dari Favorcom Indonesia Digital Video Agency. disini penulis melakukan kerja praktik di Favorcom untuk membantu membuat desain layout untuk konten *feed instagram* milik Ditjen Hubdat. Ditjen Hubdat membutuhkan desain layout untuk konten *feed instagram* milik mereka agar lebih menarik perhatian masyarakat pengguna instagram untuk melihat konten atau informasi yang diberikan oleh Ditjen Hubdat seputar transportasi darat.

Desain layout adalah menyusun penataan tataletak desain yang mengkombinasikan unsur-unsur komunikasi grafis yang meliputi teks, gambar, bidang, dan elemen desain yang menjadikan tampilan visual semenarik mungkin. Desain layout dapat dikatakan baik ketika pesan-pesan atau informasi yang didesain dapat dipahami oleh para pengguna. Penataan dari desain layout juga harus diletakkan dan dipetakan dengan benar agar bagian-bagian yang diamati dapat dengan mudah diamati dan diterima dengan cepat.

Pada Kerja Praktik yang dilakukan di Favorcom Indonesia Digital Video Agency ini penulis diberi tanggung jawab sebagai desain grafis yang mengerjakan desain layout.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan Latar Belakang yang sudah penulis rangkai di atas dapat dirumuskan masalah yang menjadi topik dalam kerja praktik ini, yaitu:

“Bagaimana merancang sebuah desain sebagai upaya membantu *audiens* dalam menangkap informasi melalui konten *feed Instagram*”

1.3 Batasan Masalah

Dari poin rumusan masalah di atas, adapun beberapa hal yang membatasi pembahasan dan pengerjaan laporan ini agar tidak meluas terlalu jauh, antara lain:

1. Perancangna desain *feed Instagram* yang akan dikerjakan adalah Instagram milik klien Favorcom yaitu Ditjen Hubdat
2. Desain yang dimaksud adalah merancang desain layout dari konten *feed Instagram* milik Ditjen Hubdat

1.4 Tujuan

Berdasarkan latar belakang dan batasan-batasan masalah di atas. Tujuan dari kerja praktik ini adalah membuat desain berupa layout sebagai upaya membantu *audiens* dalam menangkap informasi melalui konten *feed Instagram*.

1.5 Manfaat Kerja Praktik

1. Bagi Pribadi

- a. Menambah pengalaman di bidang Desain dan Layout
- b. Dapat memahami dan mengaplikasikan ilmu yang didapat selama proses perkuliahan dengan kerja lapangan
- c. Menambah wawaasan dan pengetahuan untuk mempersiapkan diri baik secara teoritis maupun secara praktis

2. Bagi Perusahaan

- a. Mempererat hubungan antara industri kreatif dan perguruan tinggi
- b. Perusahaan mendapat bantuan tenaga dan pikiran dari mahasiswa yang melakukan Kerja Praktik

1.6 Pelaksanaan

1.6.1 Detail Perusahaan

Pelaksanaan kerja praktik ini:

Periode Waktu : 12 Agustus - 12 September 2021

Hari dan Tanggal : Kamis - Minggu, 12 Agustus - 12 September 2021

Tempat : Serpong M-Town Residence Ellis Tower 10/23
Summarecon Serpong. JL Gading Serpong Boulevard,
Pakulonan Bar., Kec. Klp. Dua, Tangerang, Banten
15810, Indonesia.

Website : Favorcom.id

Kegiatan yang dilakukan selama melaksanakan kerja praktik di Favorcom Indonesia Digital Video Agency adalah membantu merancang sebuah desain untuk konten instagram milik Ditjen Hubdat.

1.6.2 Periode

Periode waktu pelaksanaan kerja praktik yang telah di tentukan adalah minimal 160 jam

Tanggal pelaksanaan : 12 Agustus - 12 September 2021

Waktu : 09.00 - 17.00

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan Laporan Kerja Praktik ini akan disusun sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini membahas mengenai latar belakang masalah, permasalahan yang ada, Batasan masalah, tujuan kerja praktik, manfaat kerja praktik, waktu pelaksanaan serta sistematika penulisan yang berisi penjelasan singkat pada masing-masing bab.

BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Bab ini membahas mengenai gambaran umum tentang tempat dilaksanakannya kerja praktik yaitu Favorcom Indonesia Digital Video Agency. Berupa profil perusahaan, alamat, dan kontak perusahaan.

BAB III LANDASAN TEORI

Bab ini akan membahas mengenai berbagai macam teori yang mendukung dalam Perancangan Desain Media Sosial Ditjen Hubdat di Favorcom Indonesia Digital Video Agency.

BAB IV DESKRIPSI PEKERJAAN

Pada Bab IV akan dijabarkan metode penelitian yang sesuai untuk mendukung metode perancangan karya yang akan dikerjakan pada Kerja Praktik ini.

BAB V PENUTUP

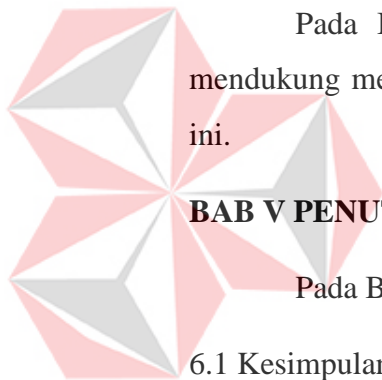
Pada Bab V akan dijelaskan beberapa hal, meliputi:

6.1 Kesimpulan

Bagian ini akan dijelaskan inti sari dari seluruh kegiatan selama Kerja Praktik, khususnya akan dijabarkan secara singkat dari masalah yang diangkat atau yang dikerjakan.

6.2 Saran

Bagian ini akan dijelaskan tentang kelebihan dan kekurangan selama kegiatan Kerja Praktik berlangsung.



UNIVERSITAS
Dinamika

DAFTAR PUSTAKA

Daftar pustaka berisi tentang daftar referensi yang digunakan sebagai dasar dalam pelaksanaan Kerja Praktik, bisa berupa buku, koran, majalah, e-book dan lain-lain

LAMPIRAN

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



UNIVERSITAS
Dinamika

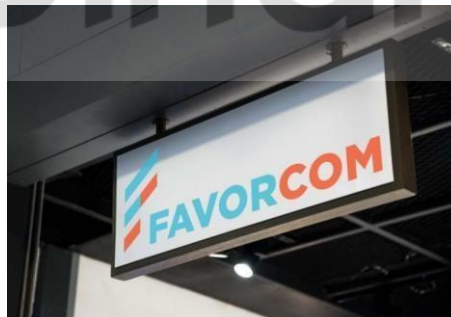
BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil Perusahaan

Favorcom Indonesia Digital Video Agency adalah sebuah perusahaan yang berjalan di bidang *branding agency* yang sudah berjalan sejak tahun 2012. Memiliki ide untuk membuat sebuah *digital agency* dengan produk yang terstandarisasi, berbasis data, dan dapat dianalisis. Dengan membangun SOP yang baik, Favorcom ingin membantu banyak orang untuk menyebarkan budaya komunikasi positif dan kebaikan dengan media sosial.

Favorcom Indonesia Digital Video Agency telah banyak mengerjakan beberapa *project* di bidang seperti videografi, desain grafis, animasi dan lain-lain. ada juga beberapa klien yang berkerja sama dengan Favorcom Indonesia Digital Video Agency ini, contohnya ada Acer, Cimory, Ditjen Hubdat, HSBC, KALBE, KENWOOD, BCA, WINGS, dan Maybank.



Gambar 2. 1 *Signage* Perusahaan Favorcom Indonesia

(sumber : Favorcom)



Gambar 2. 2 Suasana Ruang Kerja Favorcom Indonesia

(sumber : Favorcom)

2.2 Visi dan Misi

2.2.1 Visi

Menjadi sebuah perusahaan video dan animasi di Indonesia yang dikenal oleh perusahaan-perusahaan di dunia dengan menghadirkan karya-karya terbaik anak muda Indonesia

2.2.2 Misi

- Terus meningkatkan kemampuan dan wawasan sesuai dengan perkembangan jaman
- Terus fokus pada hasil yang dampaknya diakui baik oleh klien
- Terus melatih anak-anak muda untuk menjadi the next leader dalam industri kreatif

2.3 Alamat Dan Kontak Perusahaan

Nama Instansi : Favorcom Indonesia Digital Video Agency

Alamat Instansi : Serpong M-Town Residence Ellis Tower 10/23
Summarecon Serpong. JL Gading Serpong Boulevard,
Pakulonan Bar., Kec. Klp. Dua, Tangerang, Banten
15810, Indonesia

Telepon/No. : +62 817 7659 13

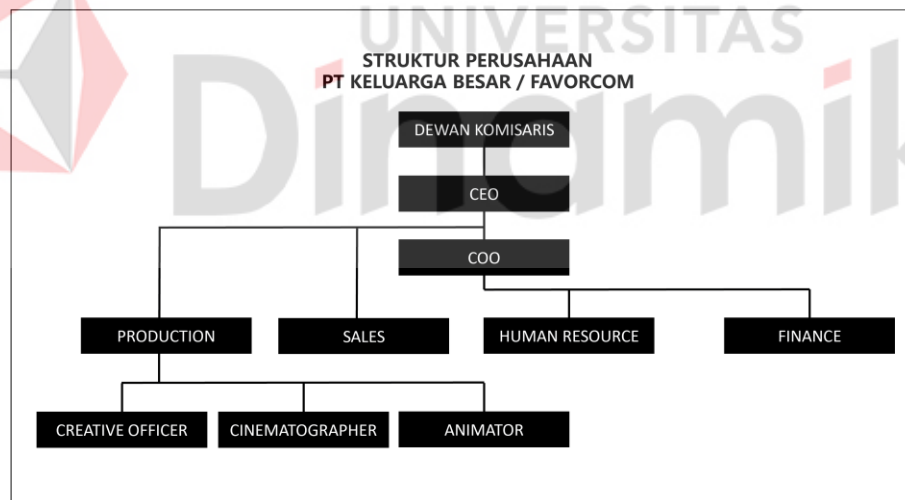
Fax : -

Email : anton@favorcom.id

Website : <https://favorcom.id/>

2.4 Struktur Organisasi Favorcom

Berikut ini merupakan susunan struktur organisasi dari Favorcom Indonesia Digital Video Agency. Selama proses kerja praktik, penulis menjadi bagian dari *Creative Officer*.



Gambar 2. 3 Struktur Organisasi
(sumber : Favorcom)

- **DEWAN KOMISARIS :**

Mengatur dan melakukan pengawasan terhadap kebijakan perusahaan, jalannya pengurusan pada umumnya baik mengenai perseroan maupun usaha perseroan yang dilakukan oleh Direksi, serta memberikan nasihat kepada Direksi termasuk pengawasan terhadap pelaksanaan Rencana

Jangka Panjang Perusahaan, Rencana Kerja dan Anggaran Perusahaan serta ketentuan Anggaran Dasar dan Keputusan Rapat Umum Pemegang Saham, serta peraturan perundang undangan yang berlaku, untuk kepentingan Perseroan dan sesuai dengan maksud dan tujuan Perseroan.

- CEO :

Chief Executive Officer atau CEO adalah jabatan tertinggi dari piramida kepemimpinan Favorcom. CEO bertugas untuk menjalin relasi dalam maupun luar perusahaan, pengambil keputusan, mengelola perusahaan, dan menjadi representasi dari perusahaan.

- COO

Chief Operating Officer atau COO adalah jabatan yang bertanggung jawab pada keputusan operasional Favorcom.

- *PRODUCTION*

Bertanggung jawab untuk membuat perencanaan, mengordinasi, mengontrol dari proses manufaktur.

- *SALES*

Mempromosikan jasa yang ditawarkan oleh Favorcom kepada klien

- *HUMAN RESOURCE*

Mengelola sumber daya manusia yang ada di perusahaan Favorcom

- *FINANCE*

Mengatur dan mengelola keuangan dari perusahaan Favorcom

- *CREATIVE OFFICER*

Bekerja di bawah pengarahan dari *Project Manager* serta bekerjasama dengan *Communication & Digital Officer* dan *Communication Assistant*

- *CINEMATOGRAPHER*

Mengatur pergerakan kamera dan penataan cahaya selama proses pembuatan sebuah video

- *ANIMATOR*

Menganimasikan sebuah gambar agar menjadi hidup, atau membuat sebuah gambar menjadi bergerak

2.5 Logo Perusahaan

FAVORCOM

Gambar 2. 4 Logo Perusahaan

(sumber : Favorcom)



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB III

LANDASAN TEORI

3.1 Media Sosial

Menurut R Juwita dalam Davidson, (2015). Media sosial merupakan salah satu aktivitas online favorit yang digunakan oleh publik hampir setiap hari. Menurut artikel yang ditulis oleh Davidson pada tahun 2015 lalu, pengguna internet menghabiskan sekitar satu jam 40 menit perhari di situs sosial, jika dibandingkan dengan satu:empat waktu yang digunakan untuk membaca *e-mail* yang merupakan aktivitas umum jika berkaitan dengan internet.

A Setiadi dalam Nasrullah, (2015). Menyatakan bahwa media sosial adalah *platform* media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktifitas maupun berkolaborasi. Karena itu media sosial dapat dilihat sebagai medium (fasilitator) *online* yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebuah ikatan sosial.

3.2 Instagram

Menurut Bimo Mahendra, (2017). Instagram adalah suatu aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna dapat mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai jejaring sosial termasuk Instagram itu sendiri. Instagram didirikan oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger pada tahun 2010.

Nama Instagram berasal dari kata “*instant*” untuk kata “*insta*” dan “*telegram*” untuk kata “*gram*”. Jadi Instagram adalah gabungan dari kata *insant* dan *telegram*. Kata *instant* berasal dari kamera polaroid yang pada masanya dikenal dengan sebutan “*instant camera*”. Sedangkan *telegram* sesuai fungsinya untuk mengirimkan informasi dengan cepat.

Instagram menyajikan konten penggunanya dalam basis gambar maupun video dengan mengusung konsep galeri foto. Dengan konsep galeri foto ini, konten

pengguna akan ditampilkan dalam profil secara *grid* dengan tiga kolom bersusun rapi atau lebih dikenal dengan *feed*.

3.3 Feed

Feed merupakan salah satu fitur unggulan yang dimiliki Instagram. *Feed* adalah tampilan berurutan konten (gambar dan video) yang pernah diunggah pengguna Instagram pada profilnya dan dapat dilihat ketika seorang mengunjungi profil pengguna tersebut. *Feed* Instagram mengusung konsep galeri foto dengan menampilkan konten pengguna secara *grid* dalam tiga kolom bersusun. Semakin banyak konten yang diunggah, maka akan semakin Panjang pula *feed* yang tersusun pada profil pengguna.

Alex dan Andrew yang merupakan *founder* dari *preview app*, menyarankan untuk mengatur tampilan *feed* Instagram pengguna semenarik mungkin agar mendapat *exposure* yaitu bertambah atau meningkatnya *followers*, yang mana hal ini kemudian dapat menjadi lahan bisnis bagi beberapa orang. Alex dan Andrew memberikan beberapa tips untuk mengelola *feed*, antara lain :

1. Choose a style

Langkah pertama dalam membentuk *feed* adalah menentukan tema. Beberapa tema yang disarankan oleh Alex dan Andrew yaitu :

- *Dark/Moody*, bernuansa gelap
- *White*, bernuansa putih
- *Colorful*, penuh warna-warni
- *Natural*, bernuansa alam
- *Brown*, bernuansa coklat
- *Vintage*, berkesan jadul

2. Choose a grid layout

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

- *Squares*

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

3. *Choose a color palette*

Menentukan warna yang terbaik juga akan membentuk *feed* menjadi lebih menarik.

Penggunaan *feed* Instagram adalah sebagai representasi pengguna dalam memberikan *expose* kepada publik. Tidak dapat dipungkiri bahwa tampilan *feed* Instagram juga sering kali turut membentuk kesan atau citra diri penggunanya.

3.4 Desain

Desain merupakan sebuah kegiatan yang dilakukan untuk merencanakan dan merancang sesuatu yang umumnya fungsional dan belum ada sebelumnya dalam rangka menyelesaikan suatu masalah tertentu agar memiliki nilai lebih dan menjadi lebih bermanfaat bagi para penggunanya. Menurut Sachari, (2007). Kata desain berasal dari kata *design* yang di indonesiakan. Sebenarnya arti kata *design* adalah rancang atau merancang. Tapi dalam perkembangannya kata desain menggantikan kata rancang karena kata tersebut tidak dapat mewadahi kegiatan, keilmuan, keluasan dan pamor profesi atau kompetensi desainer.

Menurut Sachari dan Sunarya, (2000). Desain adalah terjemahan dari fisik mengenai aspek sosial, ekonomi, dan tata hidup manusia, serta merupakan cerminan budaya zamannya. Desain adalah salah satu manifestasi kebudayaan yang berwujud, desain adalah produk dari nilai-nilai yang berlaku pada kurun waktu tertentu.

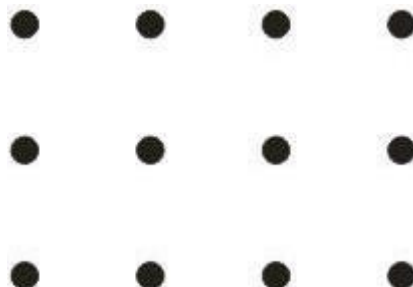
Desain yaitu kegiatan kreatif yang menyusun rencana dan rancangan untuk suatu benda, gambar atau objek lainnya sebelum direalisasikan menjadi nyata agar memiliki nilai lebih, kenyamanan yang lebih baik dan diterima oleh penggunaanya. Tidak berhenti disana saja, desain adalah gambar untuk merencanakan suatu bentuk, fungsi atau rancang keseluruhan benda atau media non fisik seperti tampilan aplikasi dan website. Desain adalah pola rancangan yang menjadi dasar pembuatan suatu benda buatan. Desain juga adalah suatu rencana yang terdiri dari beberapa unsur untuk mewujudkan suatu hasil yang nyata.

3.4.1 Unsur-Unsur Desain

Unsur desain merupakan bagian-bagian dari desain yang disusun untuk membentuk desain secara keeseluruhan. Dalam sebuah karya desain masing-masing unsur tidak dapat dilepaskan satu sama lain meski terkadang sebuah karya desain tidak selamanya memuat unsur secara keseluruhan. Setiap unsur pembentuk desain akan memberikan kontribusi dari desain yang utuh. Terdapat beberapa unsur desain antara lain adanya titik, garis, bidang, warna, ornamen, dan tekstur.

1. Titik

Titik merupakan salah satu unsur desain yang paling mendasar. Baik berdiri sebagai individual maupun sebagai kelompok, unsur titik memberikan nuansa komunikasi yang berarti dalam sebuah desain. Dalam desain, titik dapat



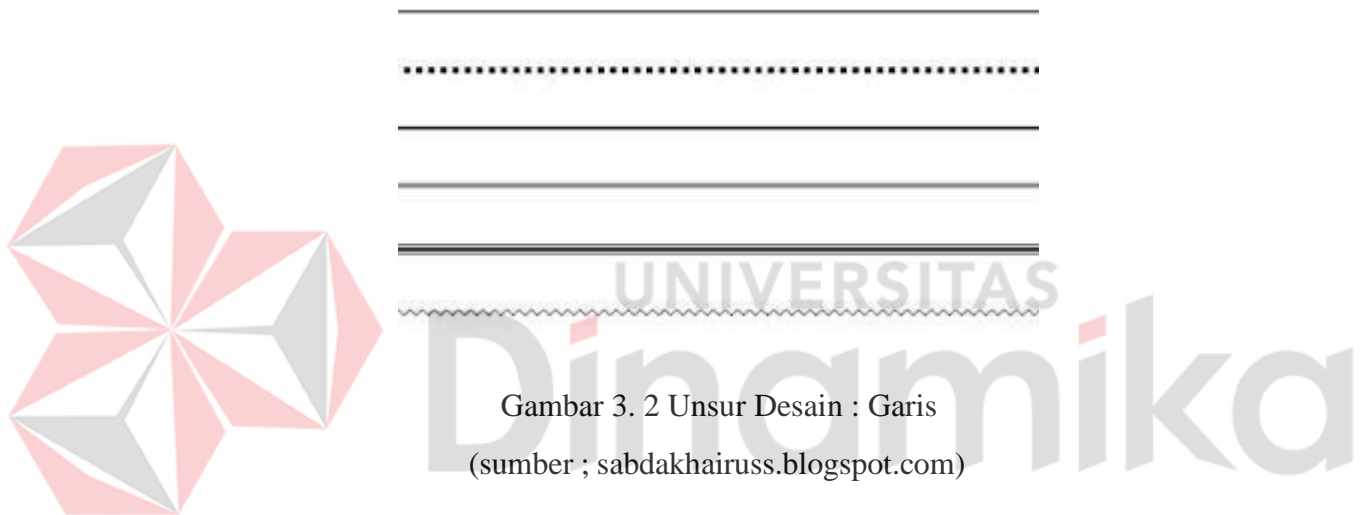
Gambar 3. 1 Unsur Desain : Titik

(sumber : sabdakhairuss.blogspot.com)

berperan sebagai pemberian aksen yang dengan fungsi elemen dekoratif, elemen emosi.

2. Garis

Garis merupakan sebuah unsur desain yang merupakan rapatan dari sekelompok titik yang berurut dan runtut, baik berdiri sebagai elemen utama



Gambar 3. 2 Unsur Desain : Garis
(sumber ; sabdakhairuss.blogspot.com)

maupun bagian dari (aksen) komunikasi. Dalam desain, garis bisa berperan sebagai pemberian aksen dengan fungsi pembatas, kolom, dan dekoratif desain.

3. Bentuk

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

Ada dua macam bentuk dasar dalam desain, yaitu: bentuk geometric dan bentuk organic. Bentuk geometris lebih formal karena beraturan seperti circle,

rectangle, triangle dan lain sebagainya, sementara bentuk organis lebih fleksibel karena tidak beraturan.

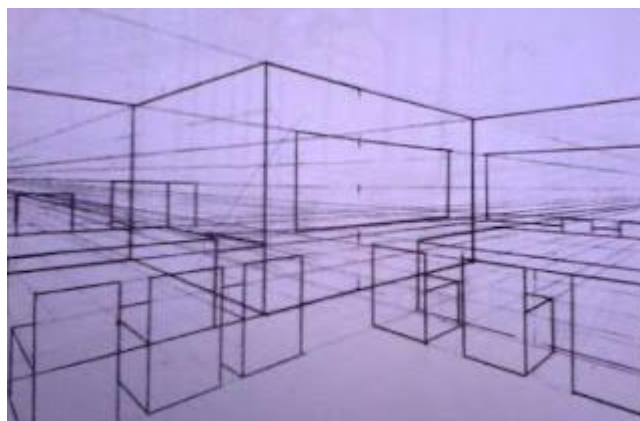


Gambar 3. 3 Unsur Desain : Bentuk

(sumber : sabdakhairuss.blogspot.com)

4. Ruang

Ruang merupakan sebuah unsur desain kelanjutan dari bentuk yang dikembangkan sehingga dapat membentuk dimensi imajiner terkait persepsi pengamatnya. Ruang sangat berperan dalam memberikan nuansa 3 dimensi pada unsur komunikasi desain.



Gambar 3. 4 Unsur Desain : Ruang

(sumber : sabdakhairuss.blogspot.com)

5. Gradasi

Gradasi merupakan sebuah unsur desain yang memainkan pengembangan bentuk dengan lingkup aarsir, sehingga bentuk yang dikembangkan akan memiliki nuansa realistic yang diambil dari prinsip jatuhnya unsur gelap-terang pada sebuah benda jika terkena cahaya. Dengan demikian, maka gradasi memiliki peran membentuk ilustrasi agar memiliki nilai realistic dalam suatu desain.



6. Warna

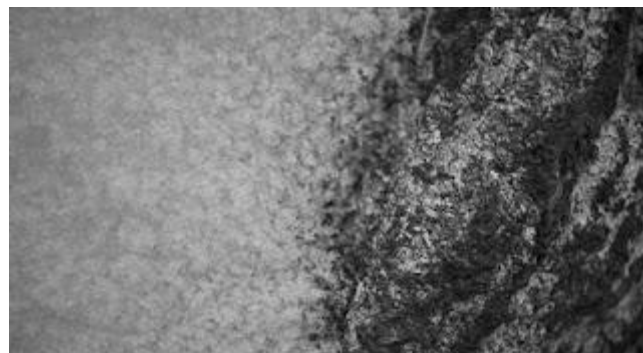
Warna merupakan sensasi yang ditimbulkan oleh otak sebagai akibat dari sentuhan gelombang-gelombang cahaya pada retina mata. Ada sekitar 10 juta warna berbeda yang dapat dilihat oleh mata manusia. Warna berperan dalam menciptakan suasana/mood/sifat/karakter tertentu pada suatu desain. Oleh karena itu, dalam membuat desain seseorang harus pandai untuk memilih warna agar dapat dicapai suasana/mood/sifat/karakter yang ingin ia bangun.



Gambar 3. 6 Unsur Desain : Warna
(sumber : sabdakhairuss.blogspot.com)

7. Tekstur

Teksturr merupakan tampilan/karakteristik/gambaran/representasi sifat dari suatu permukaan. Permukaan dapat bertekstur polos, berisik, licin, kasar, pudar, kusam, kilap, lembut, halus, berlendir, terasa gatal, berbulu, dan lain-lain. Tekstur merupakan salah satu unsur seni yang unik karena dapat mengaktifkan dua proses pengindraan sekaligus, yaitu visual dan peraba.



Gambar 3. 7 Unsur Desain : Tekstur
(sumber ; sabdakhairuss.blogspot.com)

3.4.2 Prinsip-Prinsip Desain

Dalam membuat suatu desain juga terdapat beberapa *rules* atau kaidah-kaidah yang disebut sebagai prinsip desain. Beberapa prinsip dalam desain dituangkan dalam satu kesatuan komposisi.

Pada dasarnya, komposisi merupakan penggabungan dari banyak bagian menjadi suatu bentuk yang serasi. Sebagai pedoman dasar, komposisi mampu mencapai rancangan bentuk abstrak, alamiah, non objektif, ornamental, ataupun struktural.

Terdapat 4 prinsip dalam desain, antara lain :

1. Keseimbangan

Keseimbangan dapat dicapai dengan menampilkan unsur-unsur desain, seperti bentuk dan ukuran, warna, tekstur, dan sebagainya yang dikomposisikan dengan serasi, sepadan, dan memberi kesan tepat pada tempatnya. Dalam ilmu desain, keseimbangan dibagi menjadi 2 macam, yaitu:

1. *Simetris/symmetric (berkesan statis)*

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

2. *Asimetris/asymmetric (berkesan dinamis)*

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

2. Irama

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

3. Proporsi

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

4. Kesatuan

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

3.5 Layout

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

Kemudian, menurut Dwi Sulistianto dalam Lia Anggraini, (2014). *Layout* adalah penyusunan dari unsur-unsur desain yang saling terkait ke dalam sebuah bidang, sehingga membentuk susunan yang artistik. Hal ini juga disebut dengan manajemen bentuk dan bidang. Dengan demikian, *melayout* merupakan salah satu kegiatan dalam proses desain.

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

BAB IV

DESKRIPSI PEKERJAAN

4.1 Penjelasan Pekerjaan

Pada awal kerja praktik, penulis mendapatkan arahan singkat dari perusahaan mengenai pekerjaan yang harus dilakukan selama masa kerja praktik berlangsung. Penulis diberi tugas oleh Favorcom sebagai perusahaan untuk membuat desain *layout* pada konten media sosial milik klien Favorcom yaitu Ditjen Hubdat. Proses membuat rangkaian *feed* Instagram sesuai dengan keinginan klien dan perusahaan, ada beberapa langkah yang harus dilakukan, antara lain :

1. Penulis memahami konten yang diberikan oleh klien,
2. Mencari sebuah referensi yang sesuai dengan kebutuhan klien,
3. Membuat perancangan desain.

4.2 Brief

Pada tahapan ini penulis mendapatkan brief berupa konten yang akan di desain dari Favorcom Indonesia Digital Video Agency. Dan penjelasan yang diberikan sangat singkat dan tidak banyak memberikan aturan maupun panduan untuk acuan pembuatan desain.

Penulis dibebaskan membuat desain secara kreatif namun harus memperlihatkan beberapa hal, yaitu :

1. Konsep seputar transportasi darat
2. Memberikan beberapa elemen visual seperti logo, *pattern*, dan warna khas dari Ditjen Hubdat

4.3 Penentuan Konsep

Dasar utama dalam membuat perancangan desain sebagai acuan pembuatan sebuah desain adalah membuat konsep. Dalam pembuatan desain media sosial Ditjen Hubdat konsep perancangan dibentuk melalui research yang telah

diperoleh dari perusahaan, sehingga konsep yang diangkat dalam pembuatan desain media sosial Ditjen Hubdat adalah media interaktif

4.3.1 Media Interaktif

Media interaktif adalah media komunikasi yang menggabungkan teks, grafik, animasi dan suara. Untuk menyampaikan suatu pesan dan informasi. Menurut L. Robin (2001) media interaktif adalah alat yang dapat menciptakan presentasi yang dinamis dan interaktif, yang mengkombinasikan teks, grafik, animasi, audio dan gambar video.

4.4 Pengumpulan Referensi

Pada tahap pengumpulan referensi ini, aktivitas yang dilakukan adalah mencari beberapa jenis desain, ornamen dan juga ilustrasi yang serupa dengan *style* dari Ditjen Hubdat serta sesuai dengan tema yang ditentukan melalui berbagai macam *platform* seperti Instagram, Pinterest, Behance dan lain-lain. Adanya tahap ini bertujuan untuk lebih memudahkan dalam mengerjakan sebuah desain dan juga mempercepat dalam pengerjaan. Hasil referensi akan dikembangkan kembali sehingga terbentuk hasil jadi yang memiliki visualisasi menarik. Sehingga dapat lebih menarik perhatian bagi para *audience* yang melihat konten tersebut.

4.5 Software yang digunakan

Setelah mendapatkan *brief* dari instansi dan telah menemukan konsep yang sesuai, penulis akan memasuki tahap desain sesuai dengan uraian singkat yang diberikan. Aplikasi yang digunakan oleh penulis adalah Adobe Illustrator CC 2019 untuk melakukan desain dan Adobe Photoshop CC 2019 untuk melakukan *cropping*.

4.5.1 Adobe Illustrator

Adobe Illustrator merupakan aplikasi editor grafik berbasis vektor khusus yang digunakan oleh jutaan desainer dan seniman mulai dari *user interface web*, poster, logo, ikon, ilustrasi, kemasan produk, dan baliho. Dalam penggunaannya

aplikasi ini sangat mudah digunakan, aplikasi tersebut memiliki beberapa keunggulan yaitu :

1. Terintegritas dengan produk Adobe yang lain sebagai Adobe Creative Suite
2. Memiliki kualitas gambar yang tajam yang berbasis vektor
3. Dapat menangani file berukuran besar
4. Fasilitas export ke vektor yang baik
5. Mampu mencetak print out beresolusi sesuai dengan kebutuhan kita

4.5.2 Adobe Photoshop

Pada proses pembuatan sebuah desain tak luput dari berbagai aplikasi atau *software* yang akan membantu mewujudkan karya tersebut. Pada pembuatan desain ini penulis juga menggunakan aplikasi Adobe Photoshop untuk membantu *cropping* sebuah gambar atau foto yang akan digunakan pada desain tersebut. Adobe Photoshop CC 2019 memiliki banyak sekali *tools* yang tersedia, disini penulis menggunakan *magic wand tool* dan *quick selection tool* yang biasa digunakan untuk *cropping* sebuah gambar, desain, foto, dan lain-lain.

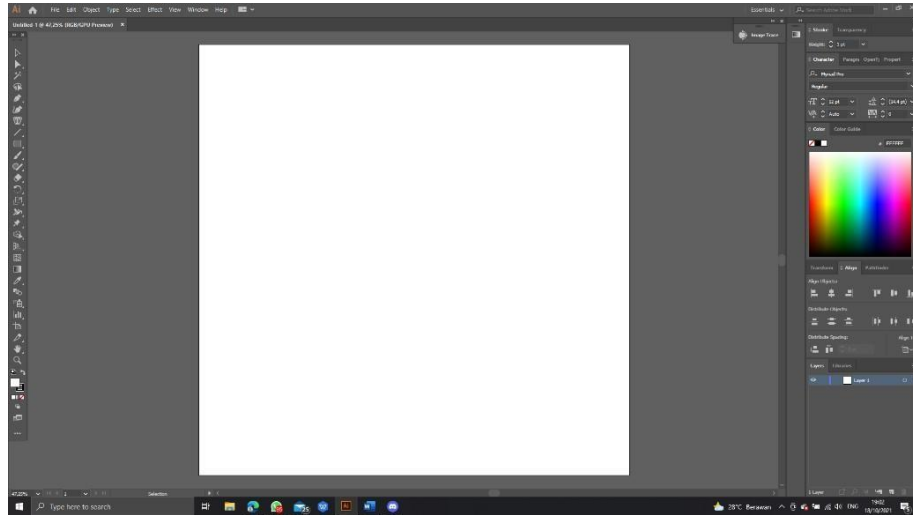
4.6 Implementasi Karya

Setelah semua tahap sebelumnya dilakukan, tahap selanjutnya adalah memulai suatu perancangan karya. Dalam hal ini perancangan karya dilakukan dengan menggunakan aplikasi Adobe Illustrator CC 2019. Dengan aplikasi ini dapat dilakukan perancangan mulai dari penyusunan unsur-unsur desain, penyusunan *layout* dan *typography*.

4.6.1 Proses Pembuatan Desain

Berikut ini merupakan proses dalam perancangan desain media sosial berupa *feed* Instagram sebagai media komunikasi Ditjen Hubdat untuk para *audience*.

1. Membuat Lembar Kerja Desain Baru

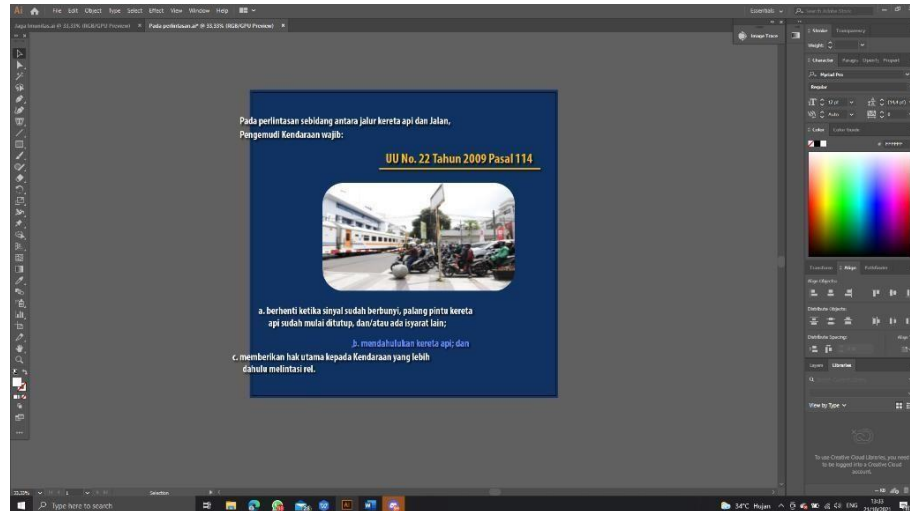


Gambar 4. 1 Lembar Kerja Desain Baru Adone Illustrator

(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 1080pt x 1080pt. Ukuran tersebut digunakan dengan maksud agar menghasilkan gambar yang bagus dan berkualitas serta untuk menyesuaikan dengan rasio *feed* Instaram

2. Memasukkan Unsur-Unsur Desain



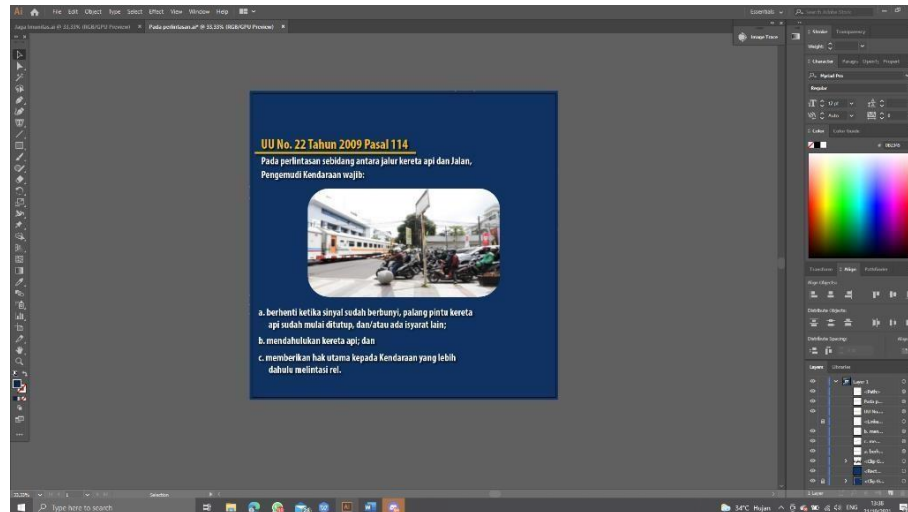
Gambar 4. 2 Memasukkan Unsur-Unsur Desain

(sumber ; Olahan penulis, 2021)

Proses selanjutnya adalah memasukkan unsur-unsur desain, berupa objek-objek seperti gambar ilustrasi, foto, maupun teks untuk keterangan gambar atau infografis.

Objek-objek yang dimasukkan harus sesuai dengan konsep yang telah ditentukan sebelumnya. Hal ini bertujuan agar hasil desain nantinya lebih komunikatif dan mendukung ketersampaian informasi.

3. Menyusun *Layout*

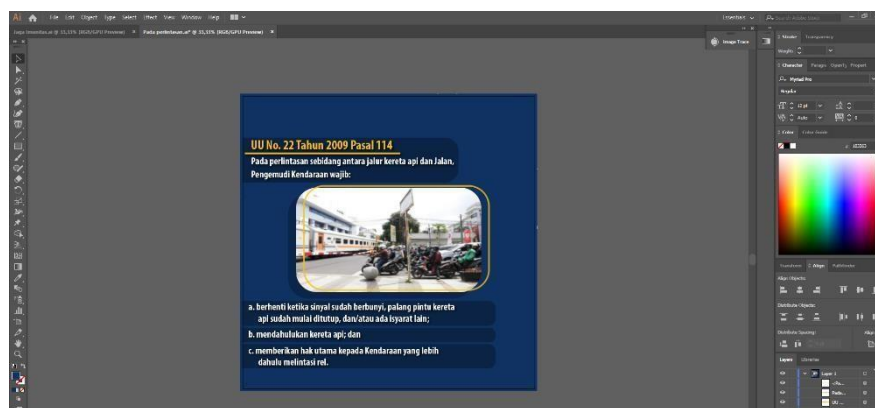


Gambar 4. 3 Menyusun *Layout*

(sumber : Olahan penulis, 2021)

Objek-objek yang telah dimasukkan kemudian ditata sedemikian rupa agar membentuk susunan yang artistic atau biasa disebut dengan *layouting*. *Layouting* dilakukan dengan tujuan untuk menunjang penampilan dalam penyampaian informasi yang ingin disampaikan.

4. Penentuan *Typography*



Gambar 4. 4 Penentuan *Typography*

(sumber : Olahan penulis, 2021)

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

4.6.2 Final Desain

Pada tahap final desain ini, hasil karya dari proses desain diajukan kepada Favorcom. Dalam hal ini, Favorcom akan menilai apakah hasil desain telah sesuai dengan *brief* yang diberikan serta apakah hasil desain tersebut layak untuk disajikan di *feed* Instagram milik Ditjen Hubdat atau tidak. Hasil desain dinyatakan final apabila Favorcom telah menyetujui dan dapat publikasikan



Gambar 4. 5 Final Desain

(sumber : Olahan penulis, 2021)

4.6.3 Hasil Karya



Gambar 4. 6 Hasil Desain : Tips & Trik

(sumber : Olahan Penulis, 2021)



Gambar 4. 7 Hasil Desain : Tips & Trik

(sumber : Olahan penulis, 2021)

Berikut ini adalah beberapa hasil karya dari desain layout yang penulis kerjakan selama proses kerja praktik berlangsung.

Gambar 4.6 dan Gambar 4.7 merupakan contoh hasil desain untuk konten *feed* Instagram tentang tips & trik cara mengisi air radiator mobil. Sebagai konten

feed Instagram, gambar tersebut diharapkan dapat menjadi panduan yang bermanfaat bagi masyarakat. (Sumber foto : Pinterest)



Gambar 4. 6 Hasil Desain : Layanan Informasi

(sumber : Olahan penulis, 2021)



Gambar 4. 7 Hasil Desain : Layanan Informasi

(sumber : Olahan penulis, 2021)

Gambar 4.8 dan Gambar 4.9 merupakan contoh hasil desain untuk konten *feed* Instagram tentang layanan informasi yang disediakan oleh Ditjen Hubdat mengenai aturan-aturan yang berhubungan dengan transportasi darat. Dengan konten *feed* Instagram tersebut, Ditjen Hubdat membantu memberikan kemudahan

untuk masyarakat mengakses atau mencari tau tentang informasi yang valid seputar transportasi darat. (Sumber Foto : rri.co.id)



Gambar 4. 8 Hasil Desain : Perkembangan Isu Terkini
(sumber : Olahan penulis,2021)

Gambar 4.10 merupakan contoh hasil desain untuk konten *feed* Instagram tentang perkembangan isu-isu terkini yang sedang menjadi perbincangan khalayak luas. Gambar tersebut memuat tentang informasi mengenai perkembangan kasus Covid-19 dimana terdapat tiga varian baru Covid-19 yang memiliki tingkat penularan dan resiko kematian lebih tinggi dari sebelumnya. Konten *feed* Instagram tersebut mencoba membangun informasi kepada masyarakat agar selalu berhati-hati dan jangan lengah terhadap protokol kesehatan yang telah dihimbau oleh pemerintah. (Sumber Ilustrasi vector : freepik.com)

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pengalaman selama melaksanakan kegiatan kerja praktik dalam kurun waktu satu bulan di Favorcom Indonesia Digital Video Agency ini, maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut :

1. Tujuan perancangan desain grafis ini adalah merancang konten untuk media social Instagram Ditjen Hubdat guna membantu *audiens* dalam menangkap informasi melalui konten *feed* Instagram.
2. Perancangan desain konten media sosial untuk Ditjen Hubdat memerlukan proses produksi yang terstruktur dimulai dari kebutuhan *client* sampai dihasilkan desain yang dibutuhkan.
3. Dalam proses pembuatan *layout* harus memiliki pemahaman tentang unsur unsur desain, keseimbangan antar bidang dan warna harus mendjadi satu kesatuan agar menarik dan mudah untuk menyampaikan pesan atau informassi yang ingin disampaikan.

5.2 Saran

Adapun saran yang dapat dikemukakan dari hasil kerja praktik di Favorcom Indonesia Digital Video Agency ini, antara lain sebagai berikut :

1. Kordinasi dan komunikasi yang baik dan jelas dapat mempermudah pengerjaan tugas yang diberikan.
2. Efisiensi waktu dalam proses asistensi *project* sangat dibutuhkan sehingga penulis sebagai desainer tidak kehabisan waktu untuk mengerjakan tugas.
3. Melakukan evaluasi setelah melakukan pekerjaan juga sangatlah penting guna memperbaiki hal yang kurang dan menambah masukan terhadap tim.

DAFTAR PUSAKA

Sumber Buku :

Arifin, A. B. (2019). *LKP: Perancangan Layout Feed Instagram untuk Media Promosi pada PT. Satu Atap Indonesia* (Doctoral dissertation, Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya).

Juwita, R. (2017). Media sosial dan perkembangan komunikasi korporat. Alyusi, S.

D. (2019). *Media sosial: Interaksi, identitas dan modal sosial*. Prenada Media.

Mahendra, B. (2017). Eksistensi sosial remaja dalam Instagram (sebuah perspektif komunikasi). *Jurnal Visi Komunikasi*, 16(1), 151-160.

Robin, L. (2001). Menguasai Pembuatan animasi dengan Macromedia Flash. Jakarta: Elek Media Komputindo.

Setiadi, A. (2016). Pemanfaatan media sosial untuk efektifitas komunikasi. *Cakrawala-Jurnal Humaniora*, 16(2).

Sachari, A. (2007). *Budaya Visual Indonesia: membaca makna perkembangan gaya visual karya desain di Indonesia abad ke-20*. Erlangga.

Sachari, A., & Sunarya, Y. Y. (2000). Tinjauan Desain. Penerbit Institut Teknologi Bandung. Tanpa tahun.

Sulistianto, D., Kadarisman, A., & Aditya, D. K. (2016). Perancangan Buku Ilustrasi Jurus Tunggal Ikatan Pencak Silat Indonesia Untuk Usia 9-10 Tahun. *eProceedings of Art & Design*, 3(3).

Sumber Lain :

[Desain Layout Dalam Iklan Cetak \(Analisis Deskriptif pada Iklan di Majalah Kartini\) | Ardhanariswari | Jurnal Ilmu Komunikasi \(upnyk.ac.id\)](#)

[Desain Grafis : Pengertian, Jenis, Ketrampilan, Aplikasi, Prinsip dan Elemen \(seputarpengetahuan.co.id\)](#)

[Pengertian Desain \(Lengkap\) berdasarkan Pendapat Para Ahli - serupa.id](#)

[228863957.pdf \(core.ac.uk\)](#)

[8 Unsur-unsur Desain Grafis Beserta Contohnya - GRAFIS - MEDIA](#)



UNIVERSITAS
Dinamika