



**PERANCANGAN DESAIN SEBAGAI MEDIA PROMOSI *ONLINE* DI *FEED*  
INSTAGRAM PANAL *DIGITAL MARKETING***

**KERJA PRAKTIK**

**Program Studi**

**S1 Desain Komunikasi Visual**

UNIVERSITAS  
**Dinamika**

**Oleh :**

**Aurora Shafira Nafisha Warda**

**19420100010**

---

---

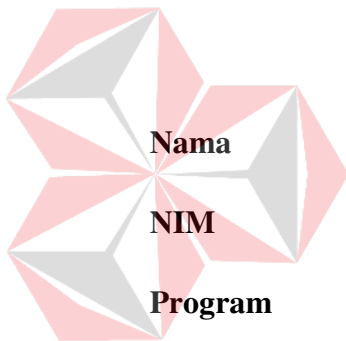
**FAKULTAS DESAIN DAN INDUSTRI KREATIF**

**UNIVERSITAS DINAMIKA**

**2022**

**PERANCANGAN DESAIN SEBAGAI MEDIA PROMOSI *ONLINE* DI *FEED*  
INSTAGRAM PANAL *DIGITAL MARKETING***

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk  
menyelesaikan Mata Kuliah Kerja Praktik



**Disusun Oleh :**

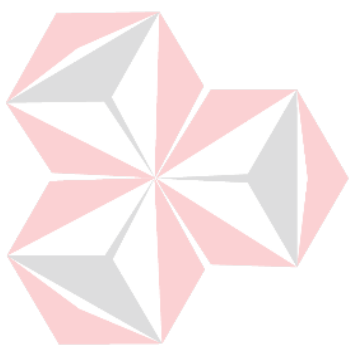
**Nama :** Aurora Shafira Nafisha Warda  
**NIM :** 19420100010  
**Program :** S1 (Strata Satu)  
**Jurusan :** Desain Komunikasi Visual

**FAKULTAS DESAIN DAN INDUSTRI KREATIF**

**UNIVERSITAS DINAMIKA**

**2022**

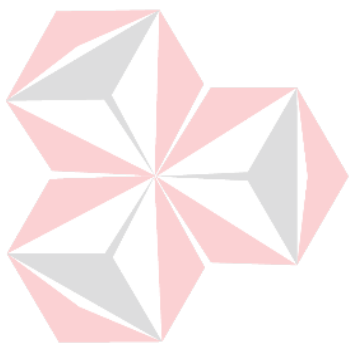
## LEMBAR MOTTO



UNIVERSITAS  
**Dinamika**

***“Selalu Berusaha dan Terus Maju,  
Karena Kesuksesan Menantimu .”***

## LEMBAR PERSEMBAHAN



UNIVERSITAS  
**Dinamika**

*Aku persembahkan untuk orang tua tercinta serta segala pihak yang telah membantu  
dari awal hingga selesainya laporan ini*

*~ Terima kasih :) ~*

**LEMBAR PENGESAHAN**

**PERANCANGAN DESAIN SEBAGAI MEDIA PROMOSI *ONLINE* DI *FEED*  
INSTAGRAM PANAL *DIGITAL MARKETING***

Laporan Kerja Praktik Oleh :

**Aurora Shafira Nafisha Warda**

NIM : 19420100010

Telah diperiksa, diuji dan disetujui

Surabaya, 14 Juni 2022



Pembimbing

Digitally signed by Evi Farsiah Utami  
Date: 2022.06.16  
10:13:34 +07'00'

**Evi Farsiah Utami, S.Ds., MA.**

NIDN. 0717029106

Disetujui

Penyelia



**Deka Bagus Candra**

Mengatahui,

Ketua Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual

Digitally signed by  
Dhika Yuan  
Yurisma, M.Ds  
Date: 2022.06.16  
11:24:43 +07'00'

**Dhika Yuan Yurisma, M.Ds., ACA**

NIDN. 0720028701

## SURAT PERNYATAAN

### PEERSETUJUAN PUBLIKASI DAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Sebagai Mahasiswa Universitas Dinamika, saya :

Nama : Aurora Shafira Nafisha Warda

NIM : 19420100010

Program Studi : S1 Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Fakultas Desain dan Industri Kreatif

Jenis Karya : Laporan Kerja Praktik

Judul Karya : **PERANCANGAN DESAIN SEBAGAI MEDIA PROMOSI ONLINE DI FEED INSTAGRAM PANAL *DIGITAL MARKETING***

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

1. Demi pengembangan Ilmu Pengetahuan, Desain dan Seni. Saya setuju 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, diahlimediasikan 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 dikemudian hari ditemukan dan terbukti terhadap tindakan plagiat pada karya ilmiah ini, maka saya bersedia untuk menerima pencabut terhadap gelar kerjasama yang telah diberikan kepada saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 14 Juni 2022



Aurora Shafira Nafisha Warda

## ABSTRAK

Dengan kemajuan internet dan teknologi yang semakin pesat seperti saat ini, maka arus penukaran informasi akan semakin cepat dan mudah didapatkan begitu pula dalam promosi hal ini yang membuat masyarakat lebih cenderung berkomunikasi melalui internet, salah satunya media sosial Instagram. Dengan banyaknya fitur di Instagram, maka sangat berguna untuk mempromosikan produk maupun jasa. Promosi juga sangatlah penting dalam memperkenalkan sebuah produk atau jasa guna menarik rasa ingin tahu dan minat masyarakat tentang produk atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan. Berfokus untuk meningkatkan jumlah konsumen dan membantu UMKM maupun *coorporate* agar tertarik dalam mengembangkan bisnis perusahaannya melalui *digital marketing*, untuk itu penentuan desain *feed* Instagram sangat dibutuhkan, dengan promosi maka akan membantu PT Panal Kreasi Nusantara untuk mendapatkan lebih banyak konsumen, dengan membuat desain yang bagus dan menarik.

**Kata Kunci :** *Media Promosi, Digital Marketing, Instagram*

## KATA PENGANTAR

Segala puji atas kehadiran Allah SWT. yang telah melimpahkan rahmat serta karunia-Nya, sehingga Laporan Kerja Praktik yang berjudul “**PERANCANGAN MEDIA PROMOSI ONLINE DI FEED INSTAGRAM PANAL DIGITAL MARKETING**” dapat terselesaikan tanpa halangan.

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 **Evi Farsiah Utami, S.Ds., MA.** selaku Dosen Pembimbing yang telah membimbing serta memberikan arahan dan dukungan dalam penyusunan Laporan Kerja Praktik ini.
4. Bapak **Deka Bagus Candra** selaku Penyelia serta keluarga besar **PT Panal Kreasi Nusantara** yang telah memberikan kesempatan untuk melakukan kerja praktik dilingkungan instansinya, serta telah memberikan pengalaman dan ilmu.

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

Surabaya, 14 Juni 2022

Penulis



## DAFTAR ISI

LEMBAR MOTTO .....	i
LEMBAR PERSEMBAHAN .....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
SURAT PERNYATAAN .....	iv
PERSETUJUAN PUBLIKASI DAN KEASLIAN KARYA .....	iv
ABSTRAK .....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN .....	xi
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	3
1.3 Batasan Masalah .....	3
1.4 Tujuan.....	3
1.5 Manfaat.....	4
1.5.1 Manfaat Teoritis .....	4
1.5.2 Manfaat Praktis.....	4

1.6 Pelaksanaan .....	5
1.7 Sistematika Penulis .....	5
<b>BAB II .....</b>	<b>7</b>
<b>GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN .....</b>	<b>7</b>
2.1 Profil Instansi .....	7
2.2 Visi dan Misi .....	8
2.2.1 Visi .....	8
2.2.2 Misi .....	8
2.3 Fokus bidang kerja .....	9
2.4 Struktur Organisasi .....	10
<b>BAB III.....</b>	<b>11</b>
<b>LANDASAN TEORI.....</b>	<b>11</b>
3.1 Desain.....	11
3.1.1 Fungsi Desain .....	11
3.2 Media Promosi .....	12
3.2.1 Media .....	12
3.2.2 Promosi .....	12
3.3 Media Sosial.....	13
3.3.1 Fungsi Media Sosial .....	14
3.4 Layout .....	14
<b>BAB IV .....</b>	<b>16</b>

<b>DESKRIPSI PEKERJAAN .....</b>	<b>16</b>
<b>4.1 Penjelasan Pekerjaan.....</b>	<b>16</b>
<b>4.2 Pengumpulan Informasi .....</b>	<b>17</b>
4.2.1 Referensi.....	17
<b>4.3 Tipografi.....</b>	<b>18</b>
<b>4.4 Software yang digunakan.....</b>	<b>20</b>
4.4.1 Adobe Illustrator.....	20
<b>4.5 Penerapan Karya .....</b>	<b>21</b>
4.5.1 Desain <i>feed</i> pertama.....	21
4.5.2 Desain <i>feed</i> kedua.....	23
4.5.3 Desain <i>feed</i> ketiga.....	25
4.5.4 Desain <i>feed</i> keempat.....	26
<b>BAB V.....</b>	<b>29</b>
<b>PENUTUP.....</b>	<b>29</b>
<b>5.1 Kesimpulan.....</b>	<b>29</b>
<b>5.2 Saran .....</b>	<b>29</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>31</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 PT Panal Kreasi Nusantara .....	7
Gambar 2. 2 Struktur Organisasi PT Panal Kreasi Nusantara .....	10
Gambar 4. 1 Jenis huruf Gilroy .....	19
Gambar 4. 2 Jenis font NexaLight .....	19
Gambar 4. 3 Jenis font NexaBold .....	20
Gambar 4. 4 hasil desain feed pertama, slide pertama .....	21
Gambar 4. 5 hasil desain feed pertama, slide kedua .....	22
Gambar 4. 6 hasil desain feed pertama, slide ketiga .....	22
Gambar 4. 7 hasil desain feed kedua, slide pertama .....	23
Gambar 4. 8 hasil desain feed kedua, slide Kedua .....	24
Gambar 4. 9 hasil desain feed kedua, slide ketiga .....	24
Gambar 4. 10 hasil desain feed ketiga .....	25
Gambar 4. 11 hasil desain feed keempat, slide pertama .....	26
Gambar 4. 12 hasil desain feed keempat, slide kedua .....	27
Gambar 4. 13 hasil desain feed keempat, slide ketiga .....	27

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Balasan Instasi .....	32
Lampiran 2 Form KP-5 Halaman 1 .....	33
Lampiran 3 Form KP-5 Halaman 1 .....	34
Lampiran 4 Form KP-5 Halaman 2 .....	35
Lampiran 5 Form KP-6.....	36
Lampiran 6 Form KP-7.....	38
Lampiran 7 Kartu Bimbingan.....	40



UNIVERSITAS  
**Dinamika**

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Di era modern seperti saat ini, banyak sekali kemajuan teknologi yang telah berkembang sangat pesat sehingga banyak masyarakat yang memanfaatkan kemajuan teknologi tersebut. Sehingga pola kehidupan masyarakat pun juga semakin instan, hal ini mengakibatkan perilaku masyarakat yang tradisional beralih kepada kehidupan modern yang serba cepat. Dengan adanya informasi, karya dan ide baru yang kreatif masyarakat bisa memanfaatkan kecanggihan teknologi dan informasi untuk melakukan komunikasi.

Manusia pada umumnya berinteraksi dengan manusia lainnya dan dengan perkembangan teknologi, penyampaian informasi terasa lebih mudah dilakukan dimanapun dan kapanpun. Informasi juga menjadi salah satu kebutuhan dasar bagi individu maupun khalayak untuk tetap terhubung satu sama lain. Banyak media yang memberikan pelayanan untuk dapat bertukar informasi dan menyampaikan pesan, salah satunya adalah media sosial (Hanso, 2016).

Selain itu masyarakat juga bisa melakukan promosi melalui media sosial seperti Instagram, Media sosial yaitu aktifitas dua arah dalam berbagai bentuk pertukaran, kolaborasi, dan saling berkenalan dalam bentuk tulisan, visual maupun audiovisual. Media sosial diawali dari tiga hal, yaitu *Sharing*, *Collaborating* dan *Connecting* (Setiadi, 2014). Instagram kini telah menjadi media sosial yang banyak dipakai masyarakat karena merupakan media yang sangat efektif dalam melakukan sebuah promosi. Promosi sendiri

*Feed* Instagram juga bisa digunakan untuk media promosi. Misalnya seperti yang dilakukan oleh PT Panal Kreasi Nusantara adalah sebuah perusahaan yang bergerak dibidang jasa pelatihan dan konsultasi *Digital Marketing* yang memiliki program-program yang disusun secara khusus untuk membantu UMKM maupun *coorporate* dalam mengembangkan bisnis perusahaannya melalui *digital marketing*. Sekaligus menjadi pilihan tempat belajar yang tepat bagi masyarakat yang ingin membangun bisnis / memulai usaha atau berpenghasilan dengan bekal *digital marketing*.

Kali ini PT Panal Kreasi Nusantara memberikan penulis kepercayaan dan tugas untuk memegang Instagram perusahaan dengan mengisinya dengan konten-konten *feed* yang menarik terkait dengan *digital marketing*, *marketplace* dan jualan online hal ini guna membantu dan menginformasikan kepada masyarakat sudah mempunyai bisnis maupun yang sedang memulai bisnis mereka, dan tugas ini menjadi salah satu topik yang penulis angkat untuk menyelesaikan laporan kerja praktik.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka rumusan masalah dalam laporan ini yaitu :

“ Bagaimana Merancang Desain Media Promosi *Online* Di *Feed* Instagram Panal *Digital Marketing*?”

## 1.3 Batasan Masalah

Agar rumusan masalah di atas terperinci dan terarah, maka terdapat beberapa batasan masalah yang akan dirancang, dalam laporan kerja praktik ini, antara lain :

1. Perancangan desain konten di Instagram panal *digital marketing*.
2. Perancangan desain konten menggunakan software Adobe Illustrator.

## 1.4 Tujuan

Sebagai penulis dapat disimpulkan bahwa tujuan dari penulisan laporan kerja praktik ini adalah sebagai berikut :

Laporan kerja praktik ini dibuat dalam rangka tinjauan proses perancangan desain sebagai media promosi online di *feed* Instagram panal *digital marketing*.



## 1.5 Manfaat

Dalam hasil laporan kerja praktik ini diharapkan memberikan manfaat dan refrensi bagi pihak-pihak yang membutuhkan baik dalam manfaat teoritis maupun praktis. Diantaranya yaitu :

### 1.5.1 Manfaat Teoritis

Hasil laporan kerja praktik ini diharapkan menjadi acuan dalam merancang desain konten sebuah *feed* Instagram sebagai media promosi dan sebagai tambahan informasi bagi penulisan laporan kerja praktik dimasa mendatang.

### 1.5.2 Manfaat Praktis

- a) Bagi Mahasiswa, diharapkan menjadi pengalaman kerja dan sebagai sarana pembelajaran kerja yang profesional, bertanggung jawab, dapat dipercaya, mengembangkan softskill, mampu bekerja dengan team, dan deadline.
- b) Bagi PT Panal *Digital Marketing*, diharapkan akan menjadi perusahaan yang semakin sukses dengan memiliki wawasan yang luas terkait *digital marketing* untuk kedepannya.

## 1.6 Pelaksanaan

### a. Detail Perusahaan

Nama Perusahaan : PT PANAL KREASI NUSANTARA  
Alamat : Perum Jade Sidorejo Blok G-12, Sidoarjo  
Contact Person : Deka Bagus Candra / 085156775527  
Email : PanalKreasiNusantara@gmail.com

### b. Periode

Tanggal Pelaksanaan : 21 Maret 2022 – 21 Mei 2022

Waktu : 09.00 – 16.30 WIB

## 1.7 Sistematika Penulis

Sistematika penulisan laporan ini bertujuan untuk mempermudah dalam memahami pembahasan laporan kerja praktik ini, terdapat 5 bab diantaranya yaitu :

### BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi penjelasan mengenai latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan, manfaat, detail pelaksanaan kerja praktik dan sistematika penulis.

## **BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

Bab ini berisi penjelasan mengenai gambaran umum tentang perusahaan, yaitu pt panal kreasi nusantara mulai dari visi dan misi, struktur organisai alamat dan kontak perusahaan.

## **BAB III LANDASAN TEORI**

Bab ini membahas tentang teori yang relevan yang digunakan dalam proses pengerjaan laporan kerja praktik ini.

## **BAB IV DESKRIPSI PEKERJAAN**

Bab ini menjelaskan dan membahas mengenai pekerjaan dari kerja praktik yang telah penulis laksanakan di PT Panal Kreasi Nusantara.

## **BAB V PENUTUP**

Pada bab ini berisikan mengenai kesimpulan terkait pembahasan kerja praktik dan saran berisi beberapa masukan dan pengalaman selama kerja praktik.

## BAB II

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

#### 2.1 Profil Instansi



Gambar 2. 1 PT Panal Kreasi Nusantara

PT Panal Digital Marketing adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa pelatihan dan konsultasi *Digital Marketing* yang memiliki program-program yang disusun secara khusus untuk membantu UMKM maupun *corporate* dalam mengembangkan bisnis perusahaannya melalui *digital marketing*. Sekaligus menjadi pilihan tempat belajar yang tepat bagi masyarakat yang ingin membangun bisnis / memulai usaha atau berpenghasilan dengan bekal *digital marketing*.

Berikut adalah beberapa informasi mengenai PT Panal Kreasi Nusantara :

Nama Perusahaan : PT Panal Kreasi Nusantara  
Alamat : Perum jade Sidoarjo Blok G-12  
Contact person : Deka Bagus Candra / 085156775527  
Telepon : 085853932925  
Email : PanalKreasiNusantara@gmail.com  
Instagram : panal.digitalmarketing  
Hari kerja : Senin -- Jumat  
Jam kerja : 09.00 – 16.30



## 2.2 Visi dan Misi

### 2.2.1 Visi

1. Ikut serta meningkatkan perekonomian Indonesia dan daya saing UMKM melalui *digital marketing*.
2. Visi 2025 : Menjadi lembaga pelatihan dan konsultan *digital marketing* terpercaya di Jawa Timur yang membantu 1000 UMKM *go online*.

### 2.2.2 Misi

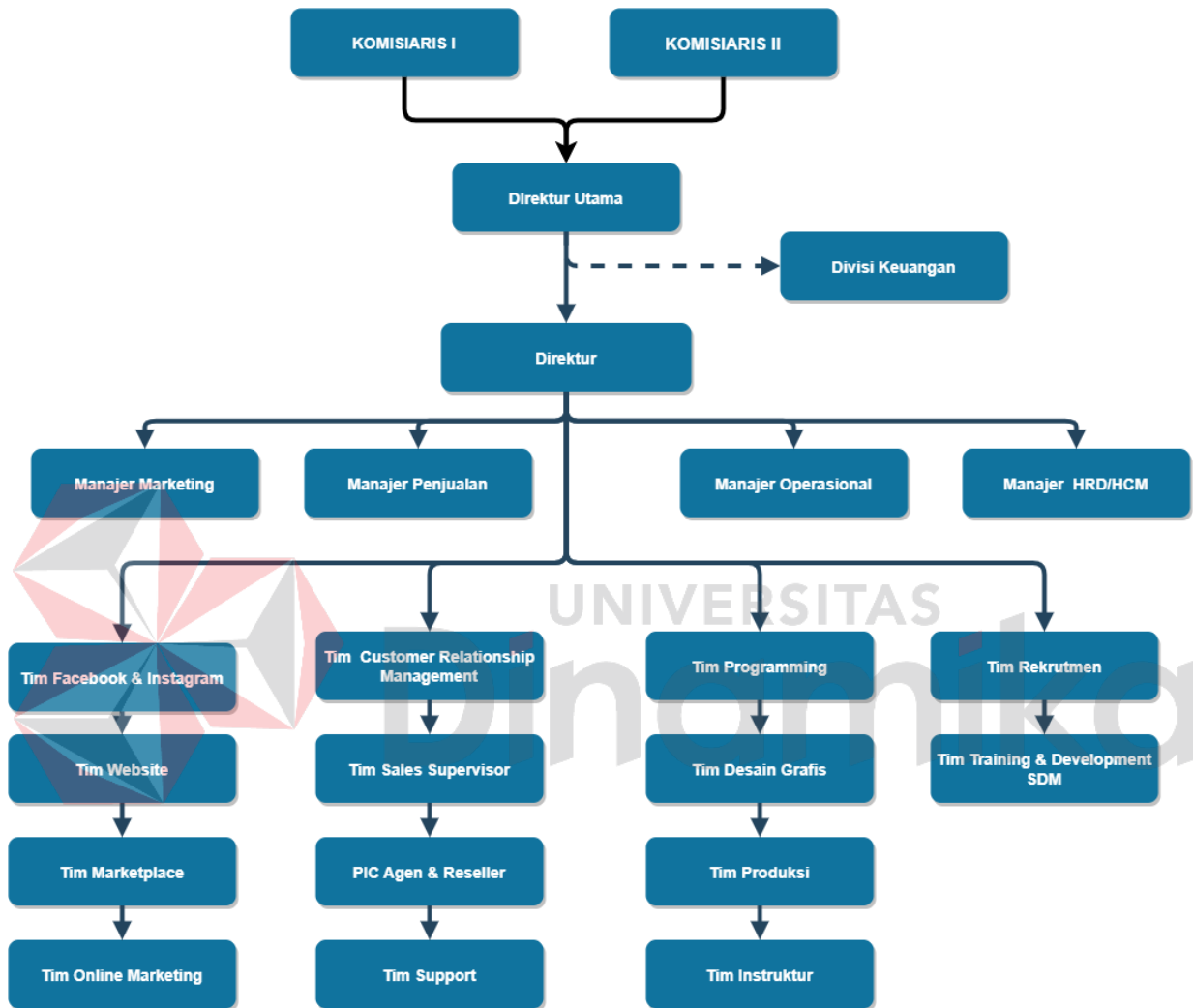
1. Mengadakan berbagai pelatihan yang berhubungan dengan *digital marketing* untuk UMKM.

2. Bekerjasama dengan berbagai pihak terkait (komunitas atau instansi) untuk mengadakan berbagai program pengembang umkm dengan *digital marketing*.
3. Menyediakan layanan jasa yang mendukung langkah umkn untuk *go online*.
4. Melakukan riset dan merumuskan strategi *digital marketing* untuk berbagai industri.
5. Membuka lowongan pekerjaan atau membantu menyalurkan tenaga kerja di bidang *digital marketing*.

### 2.3 Fokus bidang kerja

Fokus bidang kerja pada PT Panal Kreasi Nusantara ada 3 divisi yaitu, divisi SEO : dominasi Google yang bertugas mengelola akun gmail, membuat *copywriting*, membuat judul dan membuat riset kata kunci, kemudian ada divisi SEO : *Marketplace* yang bertugas mengelola *marketplace* seperti Shopee dan Tokopedia, melakukan riset produk, melakukan analisis toko dan mengoptimalkan *marketplace*, kemudian yang terakhir ada divisi tim desain dan sosial media manajemen yang bertugas untuk membuat desain konten, *layout feed*, konten video, membuat cover buku dan ilustrasi gambar. Dalam praktik kerja lapangan ini penulis menjadi bagian dari tim desain dan sosial media manajemen dengan fokus pekerjaan membuat desain konten *feed* Instagram panal *digital marketing*, dan terkadang penulis juga membuat desain logo dan desain cover buku.

## 2.4 Struktur Organisasi



Gambar 2. 2 Struktur Organisasi PT Panal Kreasi Nusantara

## **BAB III**

### **LANDASAN TEORI**

#### **3.1 Desain**

Desain adalah sebuah perancangan maupun penyusunan unsur visual sehingga menjadi informasi yang dimengerti publik/masyarakat. Desain menangani konsep komunikasi secara visual, merancang, dan menyelaraskan unsur yang ditampilkan dalam desain (huruf, gambar, dan atau foto, elemen grafis, warna) sesuai dengan tujuan komunikasi, dan mengawasi produksi (cetak).

##### **3.1.1 Fungsi Desain**

Desain bisa juga disebut sebagai seni, arsitektur, dan juga berbagai pencapaian kreatif lainnya yang melibatkan suatu susunan garis, bentuk dan ukuran, warna, dan value dari sebuah benda yang berdasarkan pada prinsip – prinsip tertentu. Adapun beberapa fungsi dari desain adalah sebagai berikut :

1. Sebagai alat untuk menciptakan sebuah objek baru.
2. Sebagai wadah untuk menunjukkan tampilan objek tertentu kepada masyarakat dengan gambaran visual atau keadaan sesungguhnya.
3. Sebagai sarana para desainer menyampaikan ide atau karya ciptanya kepada khalayak.



## **3.2 Media Promosi**

### **3.2.1 Media**

Menurut Arsyad (2002: 4) media adalah semua bentuk perantara yang digunakan oleh manusia untuk menyampaikan atau menyebar ide, gagasan atau pendapat, sehingga ide, gagasan atau pendapat yang dikemukakan itu sampai kepada penerima yang dituju (Arsyad, 2006).

Dari penjelasan diatas maka dapat disimpulkan bahwa media adalah sebagai alat untuk menyampaikan maupun mengkomunikasikan suatu produk atau jasa dan informasi kepada penerima dan segala sesuatu yang dapat digunakan untuk menyalurkan pesan agar dapat dikenal oleh masyarakat.

### **3.2.2 Promosi**

Menurut Kotler dan Amstrong dalam ridwansyah (2017) mengemukakan bahwa “Promosi adalah alat atau aktivitas yang digunakan oleh perusahaan untuk mengomunikasin nilai pelanggan”.

Sedangkan menurut Rohaeni (Ariecca,2002) menyatakan bahwa, “Promosi sangatlah penting dalam memperkenalkan sebuah produk atau jasa dan juga menarik minat konsumen akan lebih mengenal tentang produk yang dihasilkan oleh perusahaan”.

Bersumber pada kedua uraian diatas maka dapat disimpulkan bahwa media promosi adalah suatu komunikasi dari penjual kepada pembeli yang berasal dari informasi yang tepat yang bertujuan untuk memasarkan atau mengenalkan sebuah

produk atau jasa sesuai dengan segmentasi dan target pasar yang diinginkan. Sehingga akan menarik minat konsumen agar lebih mengenal tentang produk atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan.

### 3.3 Media Sosial

Menurut Meike dan Young dalam Nasrullah (2015) mengartikan kata media sosial sebagai konvergensi antara komunikasi personal dalam arti saling berbagi diantara individu (*to be share one-to-one*) dan media publik untuk berbagi kepada siapa saja tanpa ada kekhususan individu.

Sedangkan menurut Boyd dalam Nasrullah (2015) media sosial sebagai kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu maupun komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi, dan dalam kasus tertentu saling berkolaborasi atau bermain. Media sosial memiliki kekuatan pada *user-generated content* (UGC) dimana konten dihasilkan oleh pengguna, bukan oleh editor sebagaimana di instansi media massa (Setiadi, 2014).

Maka dapat disimpulkan bahwa media sosial adalah sebuah media yang digunakan masyarakat untuk melakukan proses interaksi, komunikasi, dan menyampaikan informasi tanpa batasan ruang dan waktu dengan orang lain, media sosial juga bisa digunakan untuk membagikan konten berupa foto, video atau tulisan yang akan disampaikan kepada masyarakat.

### 3.3.1 Fungsi Media Sosial

Terdapat beberapa fungsi media sosial, diantaranya adalah :

1. Media sosial didesain untuk memperluas interaksi dan komunikasi sosial bersama manusia dengan berbasis teknologi.
2. Media sosial sebagai sarana untuk membuat konten berupa tulisan, foto, maupun video.
3. Media sosial sebagai sarana perencanaan, strategi, dan manajemen.
4. Media sosial membangun personal branding, branding sendiri adalah cara seseorang dalam membangun sebuah citra di mata banyak orang.
5. Media sosial sebagai wadah untuk melakukan usaha atau bisnis.

### 3.4 Layout

Menurut Gavin Amborse & Paul Haris, *layout* adalah pengaturan elemen-elemen desain dalam kaitannya dengan ruang atau bidang di mana elemen-elemen tersebut berada, dan dalam keserasian dengan tampilan secara keseluruhan dari segi estetis. Sasaran utama dari *layout* adalah untuk menampilkan elemen-elemen visual maupun tekstual tersebut yang dikomunikasikan dalam cara yang teratur sehingga memungkinkan pembaca untuk menangkapnya dengan mudah. Tidak ada aturan ‘emas’ dalam mengatur *layout*, karena ada berbagai penanganan yang berbeda bagi tiap media yang berbeda (Hadiman, 2005).

Berdasarkan deskripsi diatas maka dapat disimpulkan bahwa *layout* adalah suatu tata letak dari elemen-elemen desain terhadap suatu bidang dalam media tertentu untuk mendukung konsep atau pesan yang dibuat. Seperti pada layout *feed* di media sosial yang sangat berperan penting karena akan menarik dan mengundang minat banyak masyarakat.



## BAB IV

### DESKRIPSI PEKERJAAN

#### 4.1 Penjelasan Pekerjaan

Pada tahap awal dalam pengerjaan *feed* Instagram ini, penulis diberikan *brief* terlebih dahulu tentang pekerjaan apa saja yang dilakukan selama periode kerja praktik ini. Pekerjaan yang dilakukan penulis adalah pembuatan desain pada *feed* Instagram panel *digital marketing*. Sebelum membuat desain pada *feed* Instagram terdapat beberapa tahap yang harus penulis lakukan yaitu :

1. Penulis diberikan *brief* terlebih dahulu oleh panel *digital marketing* seperti apa konten desain yang akan dibuat.
2. Mencari beberapa referensi dan gambar yang berkaitan dengan *brief* yang telah diberikan kepada penulis.
3. Kemudian membuat isi konten postingan *feed* Instagram yang sesuai dengan *brief* yang diberikan
4. Selanjutnya barulah penulis membuat desain *feed* Instagram

Isi Konten <i>feed</i> Instagram		
<i>Feed</i> Instagram 1	Tahukah kamu?	Membahas tentang strategi <i>digital marketing</i> .

<i>Feed</i> Instagram 2	Marketplace	Membahas secara singkat cara meningkatkan penjualan produk di marketplace.
<i>Feed</i> Instagram 3	Ide/Tips	Membahas tentang 6 ide bisnis kreatif di tahun 2022.
<i>Feed</i> Instagram 4	Tahukah kamu?	Membahas bentuk konten marketing.

## 4.2 Pengumpulan Informasi

Pada saat pengumpulan informasi, PT Panal Kreasi Nusantara menjelaskan kepada penulis tentang *brief* telah ditetapkan untuk topik yang telah ditentukan dalam mempromosikan Instagram panal *digital marketing*. Dalam membuat sebuah desain *feed* *brief* merupakan hal yang sangat penting, agar tidak terjadi pengulangan dalam membuat sebuah desain *feed*. Topik yang diberikan kepada penulis yaitu tentang *digital marketing*, marketplace dan bisnis kreatif.

### 4.2.1 Referensi

Pada tahap awal dalam pembuatan desain *feed* ini, hal pertama yang penulis lakukan yaitu mencari referensi dan informasi melalui internet tentang *digital marketing*, marketplace dan bisnis kreatif selanjutnya mencari gambar melalui pinterest dan freepik. Pemberian gambar pada desain *feed* Instagram dapat memberikan pengaruh penting yaitu sebagai penguat elemen visual dalam

penyampaian informasi sehingga memudahkan pembaca memahami dan tertarik dengan desain *feed* yang dibuat.

### 4.3 Tipografi

Tipografi merupakan elemen yang sangat penting dalam mendesain, termasuk dalam membuat desain *feed*. Sehingga tipografi dapat membantu pembaca dalam menikmati sebuah desain, tujuan tipografi sendiri yaitu untuk membuat keindahan dalam sebuah karya.

Perkembangan tipografi pada masa sekarang banyak dipengaruhi oleh faktor budaya serta teknik pembuatan. Karakter tipografi yang ditimbulkan dari bentuk hurufnya bisa dipersespsikan berbeda. Pemilihan hurufnya pun tidak semudah yang dibayangkan, jumlah hurufnya mencapai ribuan bahkan jutaan. Sehingga, desainer harus cermat dalam memilih tipografi yang tepat untuk karyanya (Jannah, n.d.). Kali ini penulis menggunakan 2 font san-serif yaitu Gilroy dan Nexa (*light* dan *bold*) karena jenis font ini sangat mudah terbaca dan simpel.

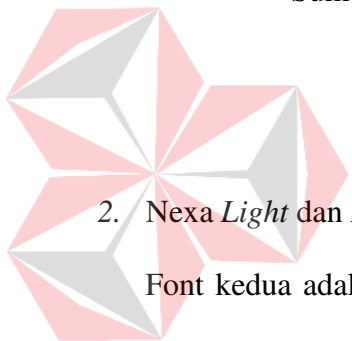
#### 1. Gilroy

Gilroy merupakan font yang dianggap simpel, dan memberikan kesan yang tegas, professional, elegan serta mudah dibaca.

**ABCD**  
**ABCDEFGH IJ QLMNOPQRSTU V**  
**WXYZ**  
**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**  
**0123456789**  
**!@#%^&\*(\_{}>,\$)**

*Gambar 4. 1 Jenis huruf Gilroy*

Sumber : [www.dafontfree.io/gilroy-font-family](http://www.dafontfree.io/gilroy-font-family)



## 2. Nexa *Light* dan *Bold*

Font kedua adalah Nexa, Nexa merupakan font yang sangat simple, tegas dan modern sehingga sangat mudah dibaca.

ABCDEFGHIJKLM    abcdefghijklm  
NOPQRSTUVWXYZ    nopqrstuvwxyz

*Gambar 4. 2Jenis font NexaLight*

Sumber : [www.ffonts.net/NexaLight.font](http://www.ffonts.net/NexaLight.font)



ABCDEFGHIJKLM abcdefghijklm  
NOPQRSTUVWXYZ nopqrstuvwxyz

*Gambar 4. 3 Jenis font NexaBold*

Sumber : [www.ffmpeg.net/NexaBold.font](http://www.ffmpeg.net/NexaBold.font)

#### 4.4 Software yang digunakan

Penulis menggunakan software Adobe Illustrator dalam membuat sebuah desain *feed* Instagram.

##### 4.4.1 Adobe Illustrator

Adobe Illustrator adalah sebuah perangkat lunak yang digunakan untuk membuat vector, ilustrasi maupun desain menggunakan windows atau MacOS.

Adobe Illustrator sendiri banyak digunakan oleh desainer grafis, desainer web, seniman visual, dan ilustrator profesional di seluruh dunia untuk membuat sebuah karya berkualitas tinggi. Fungsi Adobe Illustrator adalah untuk membuat dan menggunakan grafik vektor. Grafik vektor menggunakan geometris seperti titik, bentuk, garis, kurva, dan poligon untuk mewakili gambar (Andre Kurniawan, 2022).

Dengan fitur-fiturnya yang lengkap, memiliki resolusi hasil akhir yang berkualitas tinggi dan memiliki variasi warna yang lengkap maka *software* ini sangat memudahkan penulis dalam mendesain *feed* Instagram panel *digital marketing*.

## 4.5 Penerapan Karya

Setelah sesuai dengan *brief* yang telah diberikan, sampai software yang digunakan maka menghasilkan desain Instagram sebagai media promosi yang diinginkan. Berikut ini merupakan hasil digitalisasi dari setiap desain *feed* yang sesuai dengan konsep, maka akan tercipta sebuah desain yang cocok dan mudah dimengerti.

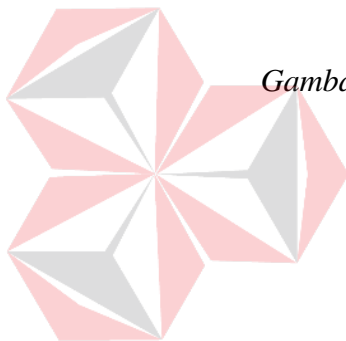
### 4.5.1 Desain *feed* pertama



Gambar 4. 4 hasil desain feed pertama, slide pertama



Gambar 4. 5 hasil desain feed pertama, slide kedua



Gambar 4. 6 hasil desain feed pertama, slide ketiga

Pada desain pertama ini menjelaskan tentang strategi *digital marketing*, dengan pemberian foto orang yang sedang berbincang memberi suasana marketing. Terdapat beberapa pembahasan singkat dari konten desain *feed* ini diantaranya yaitu SEO, *content marketing*, otomatisasi pemasaran, pay per klik, *native advertising*, *affiliate marketing*, sosial media marketing.

#### 4.5.2 Desain *feed* kedua



Gambar 4. 7 hasil desain *feed* kedua, slide pertama



Gambar 4. 8hasil desain feed kedua, slide Kedua



Gambar 4. 9 hasil desain feed kedua, slide ketiga

Pada desain kedua ini menjelaskan tentang 10 cara meningkatkan penjualan produk di marketplace, dengan pemberian gambar keranjang dan tas belanja yang memberi arti sebagai penjualan online. Terdapat beberapa pembahasan singkat dari konten desain *feed* ini yaitu mengajak para pebisnis yang tidak mengetahui bagaimana cara meningkatkan penjualannya agar banyak customer membeli produk yang mereka jual melalui marketplace.

#### 4.5.3 Desain *feed* ketiga



Gambar 4. 10 hasil desain *feed* ketiga

Untuk desain ketiga ini memberikan ide untuk para pebisnis tentang 6 ide bisnis kreatif yang bisa di lakukan di tahun 2022. Terdapat beberapa ide pembahasan

singkat dari konten desain *feed* ini yaitu tentang desain interior, usaha roti dan kue, souvenir pernikahan custom, *clothing line*, *event organizer* dan terrarium.

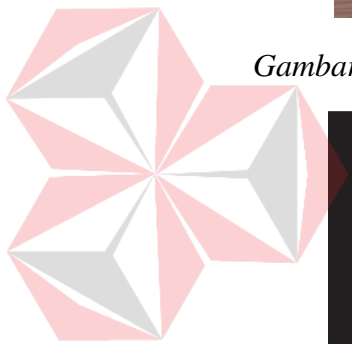
#### 4.5.4 Desain *feed* keempat



Gambar 4. 11 hasil desain *feed* keempat, slide pertama



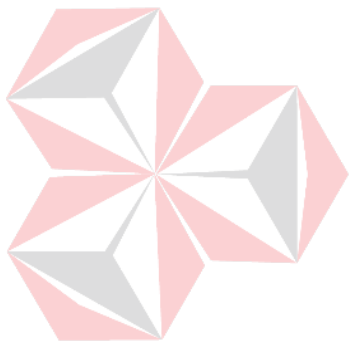
Gambar 4. 12 hasil desain feed keempat, slide kedua



Gambar 4. 13 hasil desain feed keempat, slide ketiga



Dan yang terakhir desain keempat ini menjelaskan tentang apa saja bentuk *content marketing*, dengan memberi foto tentang *content marketing*. Terdapat beberapa pembahasan singkat dari konten desain *feed* ini yaitu apa saja sih bentuk *content marketing* itu? Tentunya ada infografik, website atau blog, podcast, video dan buku.



UNIVERSITAS  
**Dinamika**

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

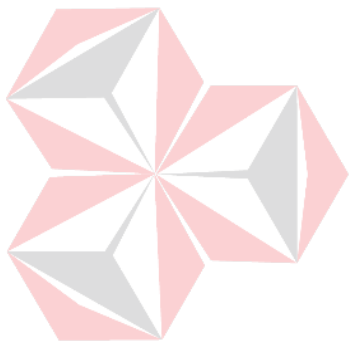
Adapun kesimpulan yang dapat diambil dari laporan kerja praktik ini yang berjudul “Perancangan Desain Sebagai Media Promosi *Online* Di *Feed* Instagram Panal *Digital Marketing*”. Maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Proses perancangan desain feed Instagram panal *digital marketing* ini bertujuan sebagai media promosi yang dapat dijangkau dengan mudah guna meningkatkan awareness kepada masyarakat, juga sebagai media komunikasi kepada pelanggan dengan harapan dapat menumbuhkan kepercayaan atau loyalitas pelanggan terhadap jasa yang ditawarkan.
2. Bersumber pada penerapan karya dan perancangan konten media sosial di Instagram ini dibuat dengan software Adobe Illustrator CS6, agar mendapatkan hasil desain yang bagus, mudah dipahami dan menarik.
3. Dalam perancangan ini diperlukan adanya *brief* secara jelas dan terperinci yang sudah diberikan oleh perusahaan.

#### 5.2 Saran

Berdasarkan hasil laporan kerja praktik berjudul “Perancangan Desain Sebagai Media Promosi *Online* Di *Feed* Instagram Panal *Digital Marketing*”, maka penulis memiliki sedikit saran, diantaranya:

1. Memilih tugas maupun pekerjaan yang cocok dan sesuai dengan skill kita maka sangat berpengaruh untuk hasil kerja yang maksimal.
2. Dalam bekerja secara *professional*, maka dibutuhkan tanggung jawab dan manajemen waktu agar meminimalisir kesalahan saat bekerja.
3. Dengan komunikasi yang baik maka dapat mempermudah tugas yang diberikan.



UNIVERSITAS  
**Dinamika**

## DAFTAR PUSTAKA

### Internet

Andre Kurniawan. (2022). *Fungsi Adobe Illustrator, Ketahui Cara Menggunakannya Bagi Pemula*. 2022. <https://www.merdeka.com/jabar/mengenal-fungsi-adobe-illustrator-dan-tips-cara-menggunakannya-kln.html>

Jannah, fitri miftahul. (n.d.). *Seberapa Penting Tipografi Dalam Desain?* 2020. <https://www.lombadesain.id/seberapa-penting-tipografi-dalam-desain/>

### Artikel jurnal ilmiah

Arsyad. (2006). *Deskripsi Media*. 6–28.

Hadiman, B. (2005). yang ditulis oleh Gavin Ambrose dan Paul Harris (2005, p11),. 55–72.

Hanso, B. (2016). 濟無 *No Title No Title No Title*. 4, 1–23.

Rheza, M. F. (2019). Penerapan Sistem Promotion Mix pada Penjualan Sarapan Pagi Ketupat Gulai Pakih. *Penerapan Sistem Promotion Mix Pada Penjualan Sarapan Pagi Ketupat Gulai Pakih*, 10.

Setiadi, A. (2014). Pemanfaatan media sosial untuk efektifitas komunikasi. *Jurnal Ilmiah Matrik*, 16(1).