



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



Oleh :

Aurora Shafira Nafisha Warda

19420100010

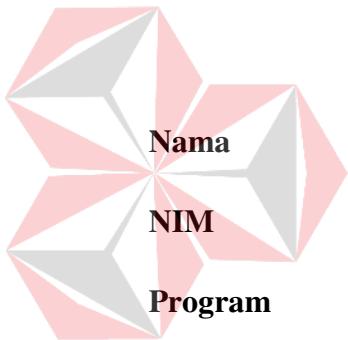
FAKULTAS DESAIN DAN INDUSTRI KREATIF

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 :

: Aurora Shafira Nafisha Warda
: 19420100010
: S1 (Strata Satu)
: Desain Komunikasi Visual

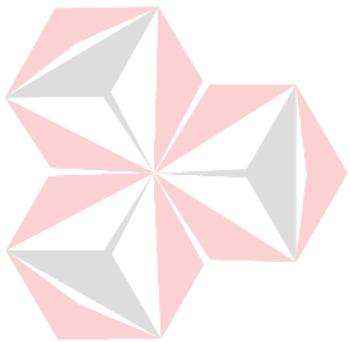
UNIVERSITAS
Dinamika

FAKULTAS DESAIN DAN INDUSTRI KREATIF

UNIVERSITAS DINAMIKA

2022

LEMBAR MOTTO

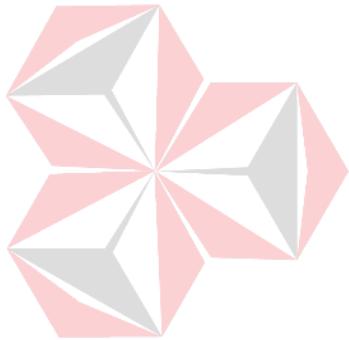


UNIVERSITAS
Dinamika

“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 selesaiya 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



Evi Farsiah Utami, S.Ds., MA.

NIDN. 0717029106

Disetujui

Penyelia



Deka Bagus Candra

UNIVERSITAS
Dinamika

Mengatahui,

Ketua Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual



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 PADA 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, diahlimediakan dan dikelola dalam bentuk pangkalan data (database) untuk selanjutnya didistribusikan atau dipublikasian 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

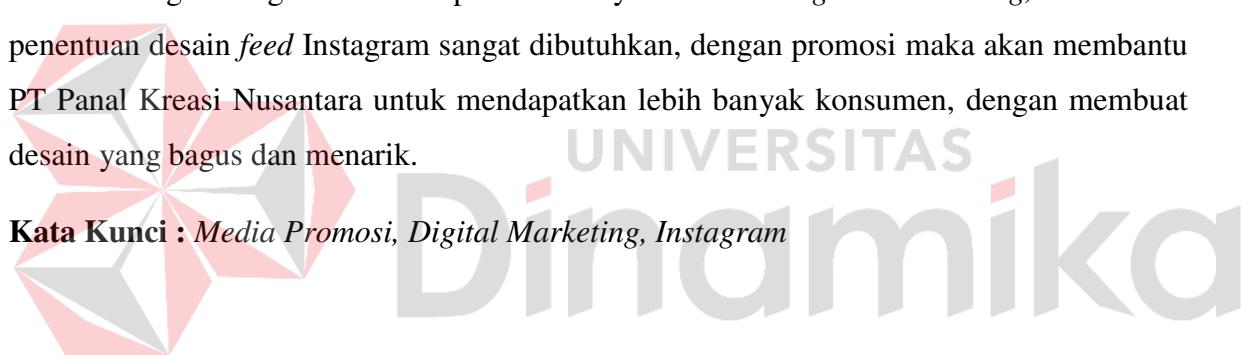


Aurora Shafira Nafisha Warda

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 PERSEMAHAN	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
BAB II	7
GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	7
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
BAB III.....	11
LANDASAN TEORI.....	11
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
BAB IV	16

DESKRIPSI PEKERJAAN	16
 4.1 Penjelasan Pekerjaan.....	16
 4.2 Pengumpulan Informasi.....	17
4.2.1 Referensi.....	17
 4.3 Tipografi	18
 4.4 Software yang digunakan.....	20
4.4.1 Adobe Illustrator.....	20
 4.5 Penerapan Karya	21
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
BAB V.....	29
PENUTUP	29
 5.1 Kesimpulan.....	29
 5.2 Saran	29
DAFTAR PUSTAKA	31

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. 2Jenis 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 :



1.4 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, bertandung 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

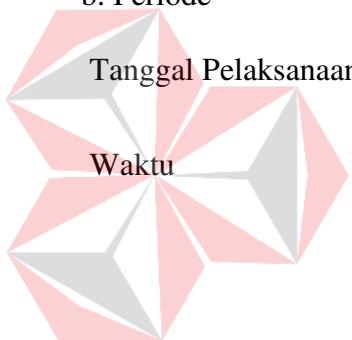
Contact Person : Deka Bagus Candra / 085156775527

Email : PanalKreasiNusantara@gmail.com

b. Periode

Tanggal Pelaksanaan : 21 Maret 2022 – 21 Mei 2022

: 09.00 – 16.30 WIB



UNIVERSITAS
Dinamika

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 organisasi alamat dan kontak perusahaan.

BAB III LANDASAN TEORI

Bab ini membahas tentang teori yang relevan yang digunakan dalam proses penggerjaan 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



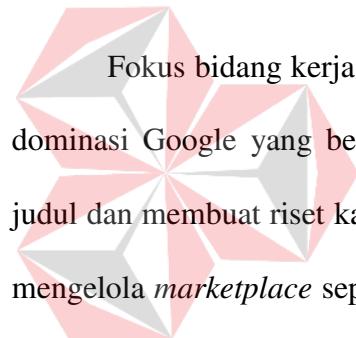
1. Ikut serta meningkatkan perekonomian Indonesia dan daya saing UMKM melalui *digital marketing*.
2. Visi 2025 : Menjadi lembaga pelatihan dan konsultan *digital marketing* terpercaya di Jawa Timur yang membantu 1000 UMKM *go online*.

2.2.2 Misi

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

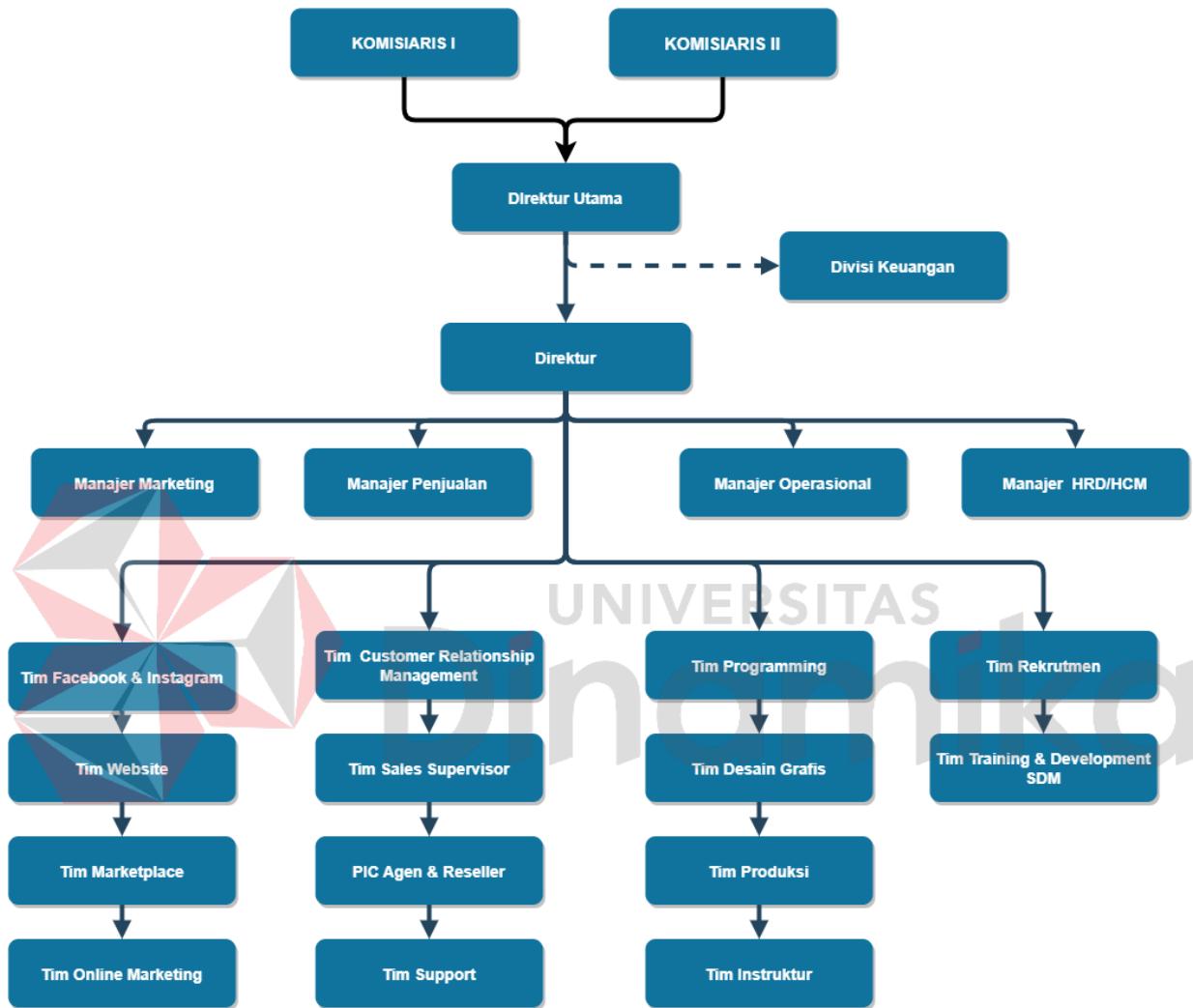
2. Bekerjasama dengan berbagai pihak terkait (komunitas atau instansi) untuk mengadakan berbagai program pengembang umkm dengan *digital marketing*.
3. Menyediakan layanan jasa yang yang mendukung langkah umkn untuk *go online*.
4. Melakukan riset dan merumuskan strategi *digital marketing* untuk berbagai 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 utnuk 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 meyelaraskan 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 mengomunikasikan nilai pelanggan”.

Sedangkan menurut Rohaeni (Arieaca,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”.

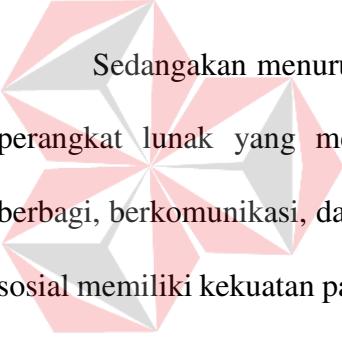
Bersumber pada kedua uraian diatas maka dapat disimpulkan bahwa media promosi adalah suatu komunikasi dari penjual kepada pembeli yang berasal dari informasi yang tepat yang bertujuan untuk memasarkan atau mengenalkan sebuah

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 memperluar 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 di berikan 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 Instagram</i>		
<i>Feed Instagram 1</i>	Tahukah kamu?	Membahas tentang strategi <i>digital marketing</i> .

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

4.2 Pengumpulan Informasi

Pada saat pengumpulan infomasi, 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.

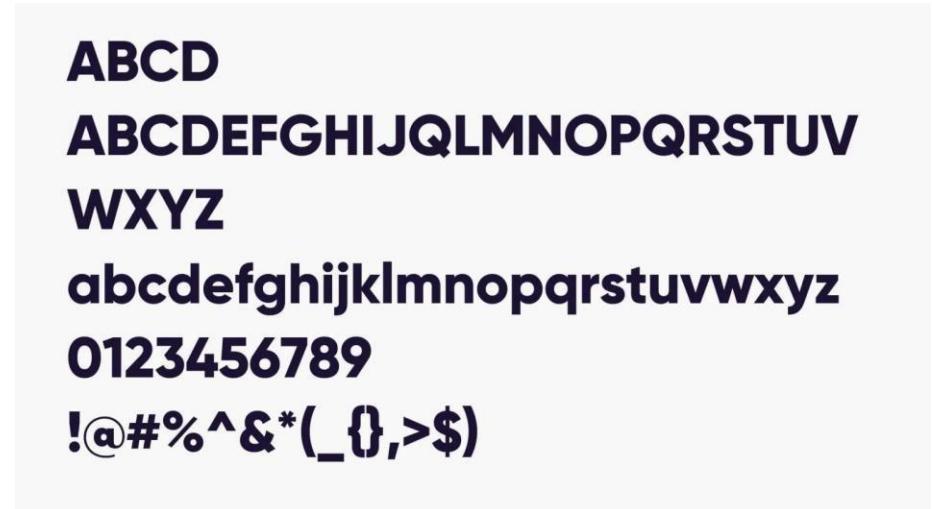
4.3 Tipografi

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.

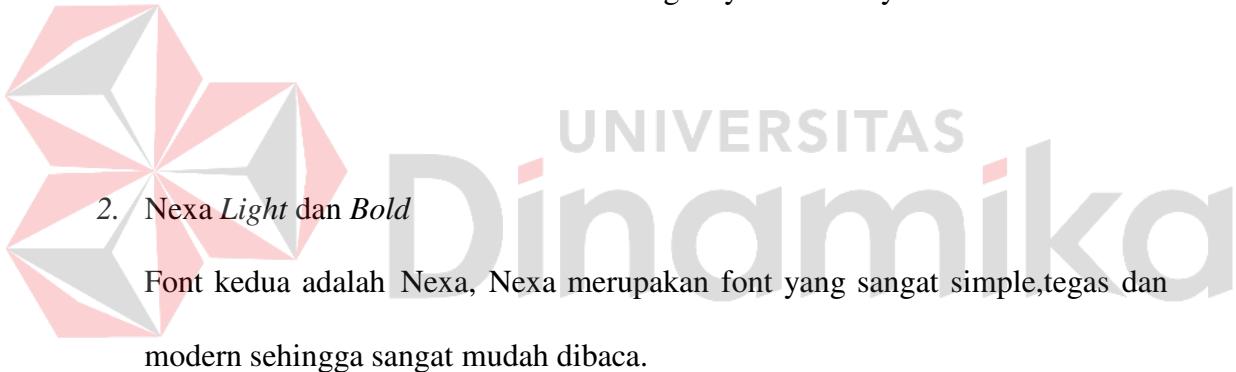
1. Gilroy

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



Gambar 4. 1 Jenis huruf Gilroy

Sumber : www.dafontfree.io/gilroy-font-family



ABCDEFabcGHdefIJKLghijkLMlm
NOPQRstuvwxyzSTUVWXYZnopqrstuvwxyz

Gambar 4. 2 Jenis font NexasLight

Sumber : www.fffonts.net/NexasLight.font

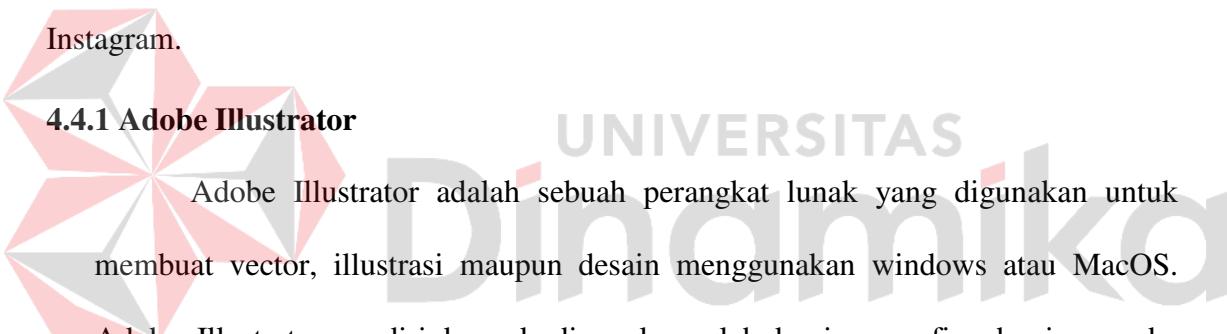
**A B C D E F G H I J K L M a b c d e f g h i j k l m
N O P Q R S T U V W X Y Z n o p q r s t u v w x y z**

Gambar 4. 3 Jenis font NexasBold

Sumber : www.ffonts.net/NexasBold.font

4.4 Software yang digunakan

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



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 panal *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



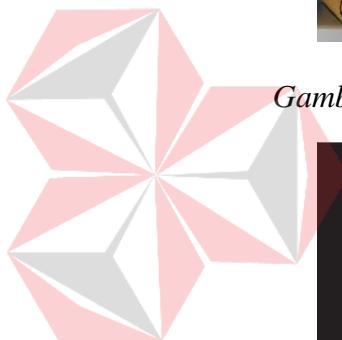
Gambar 4. 6 hasil desain feed pertama, slide ketiga

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. 8 hasil 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.

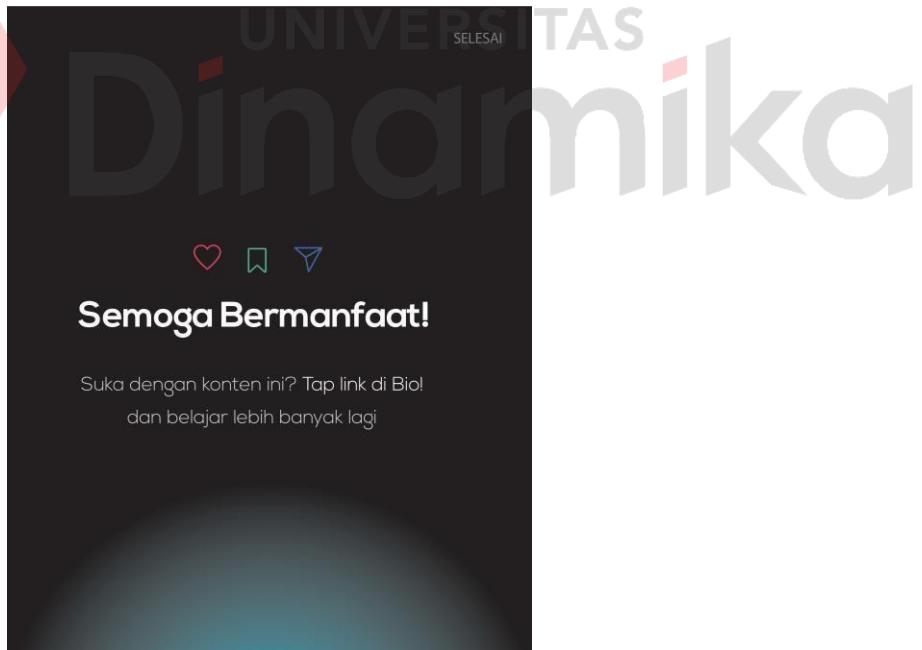
4.5.4 Desain *feed* keempat



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.



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.



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/>



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).