



**PERANCANGAN MEDIA KREATIF SAHABAT BUNDA**

**LAPORAN KERJA PRAKTIK**

**Program Studi**  
**S1 Desain Komunikasi Visual**

**Oleh:**

**IZZA NAUFAL ABSHARI**

**18420100083**

---

**FAKULTAS DESAIN DAN INDUSTRI KREATIF**

**UNIVERSITAS DINAMIKA**

**2022**

**PERANCANGAN MEDIA KREATIF SAHABAT BUNDA  
LAPORAN KERJA PRAKTIK**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan  
Mata Kuliah Kerja Praktik



Oleh:  
**Nama : IZZA NAUFAL ABSHARI**  
**NIM : 18420100083**  
**Program : S1 (Strata Satu)**  
**Jurusan : Desain Komunikasi Visual**

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

**LEMBAR MOTO**



UNIVERSITAS  
**Dinamika**

***“If you never try, you’ll never know.”***

## LEMBAR PERSEMBAHAN



UNIVERSITAS  
**Dinamika**

*Untuk orang tua, keluarga, teman-teman, dan seluruh pihak yang telah  
membantu dengan caranya masing-masing, terima kasih.*

## LEMBAR PENGESAHAN

### PERANCANGAN MEDIA KREATIF SAHABAT BUNDA

Laporan Kerja Praktik oleh:

Izza Naufal Abshari

NIM: 18420100083

Telah diperiksa, diuji, dan disetujui

Surabaya, 7 Juli 2022

Dosen Pembimbing,

  
Digitally signed  
by Evi Farsiah  
Utami  
Date: 2022.07.11  
16:27:25 +07'00'

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

NIDN. 0717029106

Penyelia,


**Hero Wijaya**

Mengetahui,

Ketua Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual

  
Dhika Yuan  
Yurisma, M.Ds  
2022.07.11  
16:33:46 +07'00'

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

NIDN. 0720028701

**PERNYATAAN**  
**PERSETUJUAN PUBLIKASI DAN KEASLIAN KARYA ILMIAH**

Sebagai mahasiswa **Universitas Dinamika**, saya:

Nama : Izza Naufal Abshari  
NIM : 18420100083  
Program Studi : S1 Desain Komunikasi Visual  
Fakultas : Fakultas Desain dan Industri Kreatif  
Jenis Karya : Laporan Kerja Praktik  
Judul Karya : PERANCANGAN MEDIA KREATIF SAHABAT BUNDA

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa:

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

Surabaya, 7 Juli 2022



Izza Naufal Abshari  
NIM : 18420100083

## ABSTRAK

Sahabat Bunda merupakan toko retail *online* yang menyediakan beragam produk kebutuhan ibu dan bayi. Oleh sebab itu, Sahabat Bunda aktif mengiklankan jualannya melalui *platform* digital, yaitu media sosial Instagram. Pengguna Instagram di Indonesia sendiri sudah mencapai 99,1 juta orang. Selain itu, para ibu banyak menghabiskan waktunya di media sosial. Maka dari itu, strategi Sahabat Bunda dalam mempromosikan produknya sekaligus memberi edukasi dan hiburan lewat media kreatif yang diunggah di Instagram merupakan langkah tepat.

Perancangan konten Instagram Sahabat Bunda melewati tahap-tahap sebagai berikut: (1) *content writer* menyiapkan konten yang akan diangkat dan membuat rancangan kasar desain *feed*, (2) *graphic designer* mencari elemen visual yang dibutuhkan seperti foto atau ilustrasi, lalu membuat desain *feed* berdasarkan rancangan tersebut, dan (3) penyelia memeriksa hasil desain dan memberi masukan bila terdapat kekurangan.

Konten yang diangkat dalam *feed* Instagram Sahabat Bunda kali ini berkaitan dengan momen liburan tahun baru. *Feed* ini memberi beberapa tip bagi para ibu ketika liburan sambil membawa anak. Pada desain *feed* ini, tak hanya dipenuhi dengan tulisan, melainkan divariasikan dengan foto dan ilustrasi berupa *vector design*.

**Kata Kunci:** *Media Kreatif, Ibu, Liburan.*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Kerja Praktik dengan judul “**PERANCANGAN MEDIA KREATIF SAHABAT BUNDA**” ini. Laporan Kerja Praktik ini disusun sebagai pelengkap Kerja Praktik yang telah dilakukan selama 1 bulan di Sahabat Bunda.

Dalam usaha menyelesaikan Laporan Kerja Praktik ini penulis mendapatkan bantuan dari berbagai pihak baik berupa moral maupun materi. Oleh karena itu, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak **Prof. Dr. Budi Jatmiko, M.Pd** selaku Rektor Universitas Dinamika.
2. Bapak **Dhika Yuan Yurisma, M.Ds., ACA** selaku Kaprodi S1 Desain Komunikasi Visual Universitas Dinamika.
3. Ibu **Evi Farsiah Utami, S.Ds., MA.** selaku dosen pembimbing yang telah membimbing dan mengarahkan serta memberi dukungan dalam pembuatan Laporan Kerja Praktik ini.
4. Ibu **dr. Lana Emilia Gondowahjudi, MMRS** selaku CEO Sahabat Bunda.
5. Bapak **Hero Wijaya** selaku penyelia kerja praktik di Sahabat Bunda.
6. Ibu **Fellony Prista** selaku pembimbing selama pelaksanaan kerja praktik di Sahabat Bunda.

7. Teman-teman yang telah memberi dukungan hingga tersusunnya laporan ini. Penulis menyadari bahwa terdapat kekurangan dalam laporan ini, karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun agar Laporan Kerja Praktik ini dapat menjadi lebih baik lagi untuk ke depannya dan memberi manfaat bagi banyak orang.

Surabaya, 7 Juli 2022

Penulis



## DAFTAR ISI

ABSTRAK .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	1
1.4 Tujuan.....	2
1.5 Manfaat.....	2
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....	3
2.1 Profil Perusahaan.....	3
2.3 Visi dan Misi Sahabat Bunda .....	3
2.4 Logo Perusahaan .....	4
2.5 Lokasi Sahabat Bunda .....	4
BAB III LANDASAN TEORI.....	5
3.1 Media Kreatif .....	5
3.2 Ibu.....	7
3.3 Liburan .....	7
BAB IV PROSES KERJA .....	8
4.1 Materi Kerja Praktik .....	8
4.2 Sistem Pelaksanaan Kerja Praktik .....	8
4.3 Proses Pembuatan Desain.....	10
BAB V PENUTUP.....	15
5.1 Kesimpulan.....	15
5.2 Saran .....	15
DAFTAR PUSTAKA .....	16
LAMPIRAN.....	17
BIODATA PENULIS .....	24

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Logo Sahabat Bunda .....	4
Gambar 2.2 Lokasi Sahabat Bunda .....	4
Gambar 3.1 Fitur <i>Carousel</i> Instagram .....	5
Gambar 4.1 Rancangan Desain .....	8
Gambar 4.2 Foto Anak Asia .....	9
Gambar 4.3 Pembuatan Lembar Kerja Baru pada Adobe Photoshop .....	10
Gambar 4.4 Pencarian Foto .....	11
Gambar 4.5 Penyusunan <i>Layout</i> .....	11
Gambar 4.6 Desain Final .....	12
Gambar 4.7 Hasil Desain: 4 Tips Traveling Anti-Rempong .....	13
Gambar 4.8 Hasil Desain: 4 Tips Traveling Anti-Rempong .....	14



UNIVERSITAS  
**Dinamika**

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Balasan Kerja Praktik Perusahaan.....	17
Lampiran 2 Form Kerja Praktik 5 (Halaman 1) .....	18
Lampiran 3 Form Kerja Praktik 5 (Halaman 2) .....	19
Lampiran 4 Form Kerja Praktik 6 .....	20
Lampiran 5 Form Kerja Praktik 6 .....	21
Lampiran 6 Form Kerja Praktik 7 .....	22
Lampiran 7 Form Bimbingan Dosen .....	23



UNIVERSITAS  
**Dinamika**

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Seiring berjalannya waktu, semakin banyak orang menggunakan media sosial. Pengguna media sosial di Indonesia pada Januari 2022 sebanyak 191 juta orang. Salah satu media sosial yang paling banyak digunakan masyarakat Indonesia adalah Instagram dengan 99,1 juta pengguna. Kini Instagram tidak hanya digunakan untuk mengunggah foto dan video pribadi, tetapi juga konten untuk keperluan bisnis.

Sebagai toko retail *online* yang menjual berbagai kebutuhan ibu dan bayi, Sahabat Bunda aktif mengiklankan produknya melalui media sosial Instagram. Misinya adalah menyajikan konten yang tak hanya mengiklankan produk, tetapi juga edukatif dan menghibur. Strategi yang digunakan Sahabat Bunda dalam menjalankan misinya adalah dengan menerapkan teknik *soft selling* saat membuat konten di Instagram.

Konten yang biasa diangkat Sahabat Bunda adalah permasalahan yang umum dihadapi para ibu, yaitu hal-hal terkait anak. Tak jarang juga Sahabat Bunda memanfaatkan momen yang sedang hangat sebagai topik konten. Misalnya ketika tahun baru, banyak orang pergi berlibur. Momen tersebut merupakan waktu yang tepat untuk membuat konten berupa tip atau solusi dari masalah yang biasa dihadapi para ibu saat mengajak anaknya liburan.

### **1.2 Rumusan Masalah**

Rumusan masalah dalam kerja praktik ini adalah “Bagaimana merancang media kreatif dari Sahabat Bunda yang menarik bagi para ibu.”

### **1.3 Batasan Masalah**

Batasan masalah yang dijabarkan dalam Laporan Kerja Praktik ini adalah: desain *feed* Instagram @sahabat.bunda mengenai tip atau saran untuk para ibu ketika berlibur bersama anaknya.

## **1.4 Tujuan**

Tujuan dari kerja praktik ini adalah menjawab permasalahan yang telah tertulis pada rumusan masalah, yaitu untuk merancang media kreatif yang menarik bagi para ibu saat pergi berlibur dengan anaknya.

## **1.5 Manfaat**

Manfaat yang didapat dari Kerja Praktik ini meliputi:

### **1.5.1 Bagi Mahasiswa**

- a. Mampu memahami berbagai sistem kerja yang ada di perusahaan.
- b. Mampu menerapkan dan mengembangkan ilmu yang telah dipelajari dalam perkuliahan di lapangan.
- c. Mendapatkan kesempatan untuk berlatih di dunia industri.
- d. Menambah wawasan dan pengetahuan untuk mempersiapkan diri baik secara teoretis maupun praktis.

### **1.5.2 Bagi Instansi/Perusahaan**

- a. Mempererat hubungan antara industri dan perguruan tinggi.
- b. Membantu industri dalam menyelesaikan permasalahan sehari-hari selama Kerja Praktik dilakukan.
- c. Instansi/perusahaan mendapat bantuan tenaga dari mahasiswa- mahasiswa yang melakukan Kerja Praktik .
- d. Hasil analisis dan penelitian yang dilakukan selama Kerja Praktik dapat menjadi bahan masukan bagi pihak industri untuk menentukan kebijakan instansi/perusahaan di masa yang akan datang khususnya di industri kreatif.

### **1.5.3 Bagi Akademik**

- a. Perguruan tinggi memperoleh masukan dan cara untuk meningkatkan kualitas lulusannya melalui pengalaman Kerja Praktik.
- b. Jalinan kerjasama dengan dunia usaha, perusahaan, dan instansi.
- c. Kerja Praktik dapat dijadikan sebagai alat promosi keberadaan akademik di tengah-tengah dunia kerja.
- d. Perguruan tinggi yang akan lebih dikenal di dunia industri.

## **BAB II**

### **GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

#### **2.1 Profil Perusahaan**

Sahabat Bunda adalah sebuah *online shop* yang menjual beragam produk kebutuhan ibu dan bayi.

Tempat : Sahabat Bunda  
Alamat : Jl. Telomoyo No. 16, Gading Kasri, Kec. Klojen,  
Malang, Jawa Timur.  
Telepon : +62813-3606-2877  
Email : [sahabatbunda01@gmail.com](mailto:sahabatbunda01@gmail.com)  
Website : [shopee.com/sahabat.bunda](https://shopee.com/sahabat.bunda)

#### **2.2 Sejarah Perusahaan**

Sahabat Bunda pertama kali buka di Bekasi pada 2019, tetapi kemudian pindah ke Malang pada Maret 2021. Sahabat Bunda memasarkan produknya secara daring (*online*) melalui Tokopedia dan Shopee. Oleh karena itu, Sahabat Bunda gencar mempromosikan barang jualannya menggunakan media sosial Instagram. Misi yang diusung dalam menjalankan media sosialnya adalah menyajikan konten yang edukatif, promotif, dan *entertaining* bagi calon konsumen.

#### **2.3 Visi dan Misi Sahabat Bunda**

##### **2.3.1 Visi**

Menjadi sahabat untuk bunda di seluruh Indonesia dalam perjalanan menjadi orang tua.

##### **2.3.2 Misi**

1. Menjadi perusahaan yang bisa mendampingi, menjadi pendengar yang baik, memberi solusi bunda Indonesia dalam menjalani dunia *parenting*.
2. Menyediakan kebutuhan ibu dan anak yang mengutamakan pelayanan terbaik dan harga yang bersahabat bagi bunda di seluruh Indonesia.

## 2.4 Logo Perusahaan



**Gambar 2.1 Logo Sahabat Bunda**

(Sumber: Data Sahabat Bunda)

## 2.5 Lokasi Sahabat Bunda



**Gambar 2.2 Lokasi Sahabat Bunda**

(Sumber: Data Sahabat Bunda)

## BAB III

### LANDASAN TEORI

#### 3.1 Media Kreatif

Melansir Rodesi, *creative media* atau media kreatif adalah sebuah ekspresi yang diungkapkan melalui cara artistik, seperti ilustrasi, foto, dan video. Media kreatif dibuat baik untuk *platform* digital maupun nondigital serta biasa digunakan dalam iklan dan *branding*. Salah satu *platform* digital yang sering dipakai adalah media sosial.

##### 3.1.1 Media Sosial

Gerung (2020) mengatakan bahwa media sosial merupakan situs dalam jaringan (*online*) yang memberi penggunanya kesempatan untuk menikmati berbagai konten berupa tulisan, gambar, video, dan audio. Tak hanya itu, pengguna juga dapat turut menciptakan, memberi komentar, serta membagikannya. Instagram adalah contoh media sosial yang banyak digunakan.

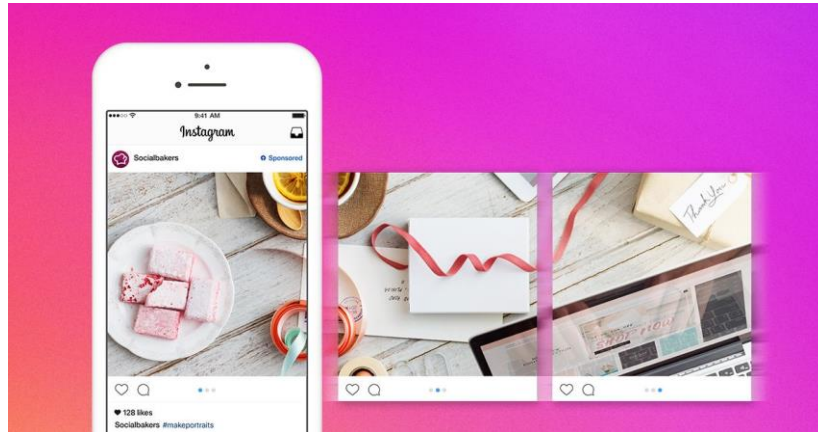
##### 3.1.2 Instagram

Instagram adalah aplikasi gratis yang memungkinkan pengguna mengunggah foto dan video, lalu membagikannya pada pengikut (*follower*). Menurut Snap Retail, salah satu manfaat media sosial ini bagi para pebisnis adalah mereka dapat menunjukkan produk jualan kepada target pasarnya, sebab 60% pengguna (600 juta orang) mencari dan menemukan produk baru di Instagram. Akan tetapi, hindari membuat terlalu banyak unggahan terkait produk. Hal inilah yang dilakukan oleh Sahabat Bunda, yaitu konten *feed* Instagram tidak melulu merupakan *soft selling* berisi iklan produk, tetapi juga menyajikan konten yang murni mengedukasi dan menarik bagi audiens.

Instagram menawarkan beragam fitur, di antaranya adalah *Feed*, *Stories*, *Reels*, *Live*, dan masih banyak lagi. *Feed* adalah tampilan Instagram yang menampilkan unggahan foto dan video pengguna. *Stories* merupakan fitur bagi pengguna untuk membagikan foto atau video yang bertahan selama 24 jam. Sedangkan, *Reels* memungkinkan pengguna merekam dan mengedit video



berdurasi maksimal 60 detik. Lalu, fungsi *Live* adalah pengguna dapat melakukan siaran langsung untuk berkomunikasi dengan pengguna lainnya. Pada 2017, Instagram memperkenalkan fitur *Carousel*, yaitu pengguna dapat mengunggah sampai dengan 10 foto atau video dalam satu kali unggahan.



**Gambar 3.1 Fitur *Carousel* Instagram**

(Sumber: Socialbakers)

### 3.1.3 Unsur Rupa

Beberapa unsur rupa diperlukan dalam mendesain media kreatif, antara lain:

#### a. Garis

Menurut para ahli dalam Irawan (2013), garis merupakan sekumpulan titik berderet lurus, sebuah titik yang dilebarkan hingga memiliki arah, panjang, dan kedudukan. Jenis garis yang penulis gunakan dalam desain *feed* Instagram Sahabat Bunda adalah pancaran garis-garis (*radiation lines*) untuk memusatkan perhatian pembaca pada produk.

#### b. Warna

Tatanan warna yang cocok bisa membuat suasana yang menarik, baik dua warna yang mirip (gradasi) maupun yang kontras (Irawan, 2013). Pada perancangan media kreatif digital untuk konten Sahabat Bunda ini, penulis menggunakan warna biru dan dikombinasikan dengan kuning yang kontras.

### **3.2 Ibu**

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), definisi ibu adalah wanita yang sudah melahirkan seseorang, tetapi juga dapat digunakan sebagai kata sapaan bagi wanita, baik yang bersuami maupun tidak.

Berdasarkan survei The Asian Parent dengan 73% responden adalah ibu yang telah mempunyai anak, para ibu di Indonesia menghabiskan 3 jam untuk menggunakan media sosial. Instagram menjadi media sosial yang paling lama mereka datang. Selain itu, sebanyak 80% responden berbelanja kebutuhan bayi dan ibu dengan frekuensi 3 kali dalam sebulan.

### **3.3 Liburan**

Melansir KBBI, liburan berarti masa libur atau bebas dari bekerja atau masuk sekolah; vakansi. Berikut beberapa aktivitas selama liburan bersama anak-anak yang direkomendasikan oleh Klasika Kompas:

#### **3.3.1 Aktivitas saat Liburan dengan Anak**

##### **a) Mencoba Transportasi Umum**

Para ibu bisa memberi edukasi tentang cara menggunakan transportasi umum sembari menaikinya, misalnya pemberian kursi prioritas, memberi kesempatan lebih dulu pada penumpang yang akan turun, dan budaya antre.

##### **b) Wisata Kuliner**

Anak bisa mengenal kuliner dari beragam daerah, mulai dari rasa hingga sejarah penemuan kuliner tersebut.

##### **c) Mendatangi Museum**

Orang tua dapat mengajak anak ke museum untuk menambah pengetahuan tanpa harus merogoh kocek terlalu dalam.

## BAB IV

### PROSES KERJA

#### 4.1 Materi Kerja Praktik

Kerja Praktik dilaksanakan secara *online* atau daring (dalam jaringan) di rumah penulis yang bertempat di Surabaya, sedangkan lokasi Sahabat Bunda berada di Jl. Telomoyo No. 16, Gading Kasri, Kec.Klojen, Malang. Kegiatan yang dilakukan saat Kerja Praktik ini adalah merancang media kreatif digital yang ditujukan kepada para ibu, yaitu tip agar liburan sambil mengajak anak tidak repot.

#### 4.2 Sistem Pelaksanaan Kerja Praktik

Setelah mengumpulkan data Kerja Praktik, maka proses perancangan media kreatif digital untuk para ibu mulai dari awal hingga akhir adalah sebagai berikut:

##### a. Brief

Pada tahap ini, desainer Sahabat Bunda memberikan *template* Instagram *feed* dan pedoman untuk desain *feed*. Hal-hal yang diatur meliputi:

1. Penggunaan kombinasi warna yang telah ditentukan.
2. *Typeface* yang digunakan untuk judul dan teks
3. Elemen grafis yang dipakai berupa *vector design* tanpa *outline*.

##### b. Penerimaan Rancangan Desain

Setelah memahami pedoman perancangan desain dan mendapatkan *template* Instagram *feed* dari pihak Sahabat Bunda, *content writer* memberikan rancangan desain kepada penulis selaku desainer grafis. Pada rancangan tersebut sudah terdapat teks dan petunjuk elemen visual.



**Gambar 4.1 Rancangan Desain**

(Sumber: Olahan Penulis)

c. Pengumpulan Bahan

Pengumpulan elemen visual berupa *vector design* dan foto segera dilaksanakan setelah menerima rancangan desain. Foto yang digunakan pada desain *feed* juga memiliki ketentuan, yaitu menggunakan model orang Indonesia atau Asia agar menimbulkan kesan dekat dengan target konsumen Sahabat Bunda.



**Gambar 4.2 Foto Anak Asia**

(Sumber: Pexels cottonbro)

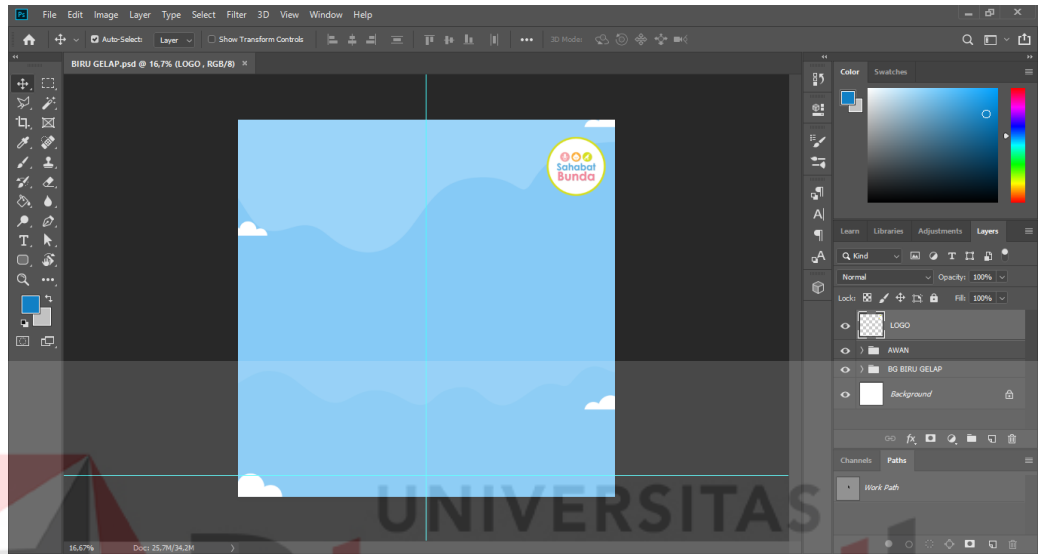
d. Implementasi Karya

Tahap terakhir adalah proses pembuatan desain *feed* sesuai pedoman dan rancangan desain yang telah diterima sebelumnya. Karya tersebut dibuat dengan Adobe Photoshop dan menggunakan *template feed* Instagram Sahabat Bunda.

### 4.3 Proses Pembuatan Desain

Berikut merupakan proses pembuatan desain *feed* Instagram Sahabat Bunda dengan Adobe Photoshop. Perancangan ini menyesuaikan pedoman dan konten yang telah diterima penulis pada tahap sebelumnya.

#### 1. Pembuatan Lembar Kerja Baru

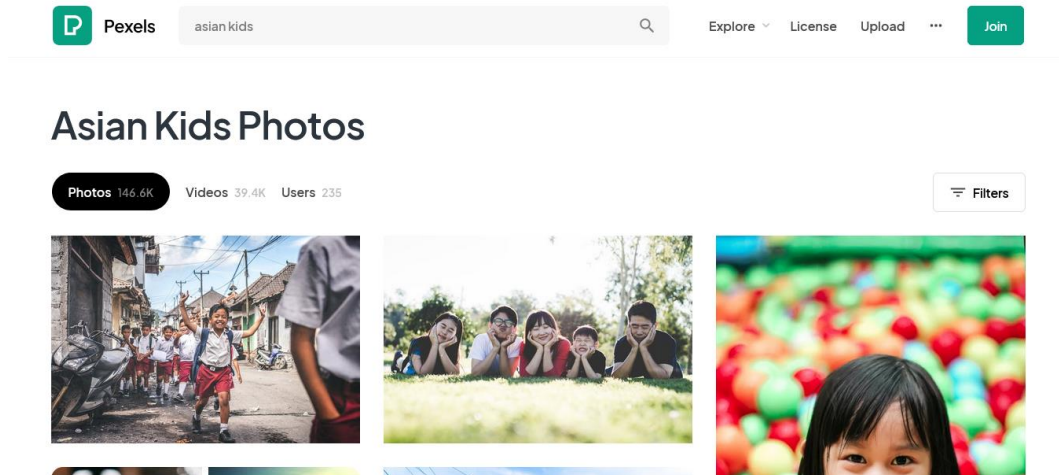


**Gambar 4.3 Pembuatan Lembar Kerja Baru pada Adobe Photoshop**  
(Sumber: Olahan Penulis)

Sahabat Bunda memberi beberapa *template feed* Instagram yang terdiri dari 6 (enam) macam warna, yaitu biru gelap, biru muda, hijau, kuning, oranye, dan merah muda. Setiap kali pembagian tugas desain *feed* diumumkan, penyelia juga sudah memutuskan warna *template* yang harus digunakan tim desainer grafis.

## 2. Pencarian Elemen Visual

Tahap berikutnya adalah pencarian elemen visual seperti foto dan *vector design*. Penulis mencari foto di laman penyedia foto yang bebas digunakan seperti Pexels (pexels.com).

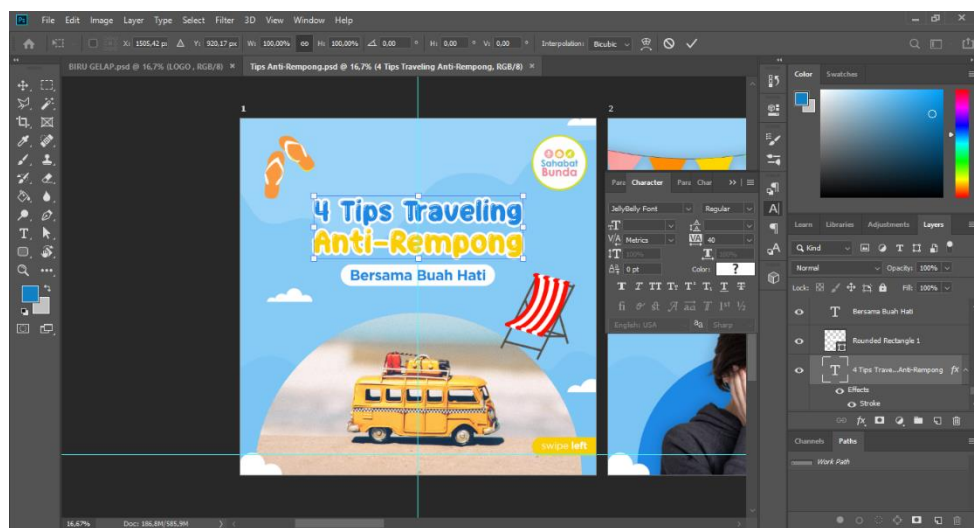


Gambar 4.4 Pencarian Foto

(Sumber: Olahan Penulis)

## 3. Penyusunan *Layout*

Rustan (2013) menyatakan bahwa *layout* adalah penataan letak elemen-elemen desain pada sebuah bidang melalui suatu media guna menunjang pesan atau konsep di dalamnya. Pada desain *feed* ini, elemen yang disusun: logo Sahabat Bunda, judul, *body copy*, foto, dan ilustrasi berupa *vector design*.



Gambar 4.5 Penyusunan *Layout*

(Sumber: Olahan Penulis)



#### 4. Desain Final



**Gambar 4.6 Desain Final**  
(Sumber: Olahan Penulis)

Sesudah merampungkan *layout*, penulis menyimpan file dari keseluruhan desain *feed* dalam format PNG. Kemudian hasil tersebut dikumpulkan di Figma bersama dengan rancangan desain awal yang dibuat oleh *content writer* agar penyelia bisa mengoreksinya. Apabila terdapat kekurangan, penyelia akan memberikan instruksi pada penulis untuk memperbaiki desain, baik secara tertulis maupun melalui Google Meet. Setelah perbaikan dilakukan, penulis kembali mengumpulkan desain di Figma, kemudian pihak Sahabat Bunda mengunggah desain *feed* tersebut di akun Instagram @sahabat.bunda.

## 5. Hasil Karya



**Gambar 4.7 Hasil Desain: 4 Tips Traveling Anti-Rempong**

(Sumber: Olahan Penulis)

Gambar 4.7 merupakan bagian awal dari rangkaian *feed* Instagram Sahabat Bunda yang memuat 4 (empat) saran bagi para ibu saat liburan bersama anak kecil.





**Gambar 4.8 Hasil Desain: 4 Tips Traveling Anti-Rempong**

(Sumber: Olahan Penulis)

*Feed* ini juga merupakan konten *soft selling* yang menawarkan produk tas penyimpanan ASI. Gambar 4.8 adalah bagian promosi produk yang dijual Sahabat Bunda melalui Tokopedia dan Shopee, yaitu Cooler Bag ASI BKA Zella Series.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Instagram adalah salah satu media sosial yang paling banyak digunakan masyarakat Indonesia. Kini Instagram tidak hanya digunakan untuk mengunggah foto dan video pribadi, tetapi juga konten untuk keperluan bisnis. Sebagai toko retail *online* yang menjual berbagai kebutuhan Ibu dan bayi, Sahabat Bunda aktif mengiklankan produknya melalui media sosial Instagram.

Sahabat Bunda juga memiliki misi menyajikan konten yang tak hanya mengiklankan produk, tetapi juga edukatif dan menghibur. Konten yang biasa diangkat Sahabat Bunda adalah permasalahan yang umum dihadapi para ibu, yaitu hal-hal terkait anak. Tak jarang juga Sahabat Bunda memanfaatkan momen yang sedang hangat sebagai topik konten.

#### **5.2 Saran**

Setelah melaksanakan kerja praktik di Sahabat Bunda dan menyusun laporan kerja praktik ini, saran yang dapat penulis sampaikan adalah saat magang, peserta diberikan lebih banyak ilmu mengenai perancangan *feed* Instagram yang baik agar dapat diterapkan ketika mengerjakan desain.

## DAFTAR PUSTAKA

### Sumber Buku:

Bambang Irawan, Priscilla Tamara. 2013. *Dasar-Dasar Desain*. Jakarta: Griya Kreasi.

Gerung, Jumartin. 2020. *Media Sosial dalam Digital Marketing Kesehatan*. Bogor: Guepedia.

Rustan, Surianto. 2013. *Layout*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

### Sumber Internet:

DataIndonesia.id. 2022. *Internet*. <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-capai-191-juta-pada-2022>. Diakses tanggal 20 Juni 2022.

Instagram. *Internet*. <https://help.instagram.com/424737657584573>. Diakses tanggal 23 Juni 2022.

KBBI Daring. *Internet*. <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/ibu>. Diakses tanggal 23 Juni 2022.

KBBI Daring. *Internet*. <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/liburan>. Diakses tanggal 23 Juni 2022.

Klasika Kompas. 2019. *Internet*. <https://klasika.kompas.id/baca/inspirasi-mengisi-liburan-anak/>. Diakses tanggal 23 Juni 2022.

Qubisa. 2021. *Internet*. <https://www.qubisa.com/article/feed-menarik-dengan-instagram-carousel#showContent>. Diakses tanggal 23 Juni 2022.

Rodesi. 2021. *Internet*. <https://rodesi.co/design-media/what-is-creative-media/>. Diakses tanggal 21 Juni 2022.

Snap Retail. 2019. *Internet*. <https://snapretail.com/snapretail-blog/8-unexpected-benefits-using-instagram-business/>. Diakses tanggal 7 Juli 2022.

theAsianparent. *Internet*. <https://id.theasianparent.com/digital-mums-survey-2021>. Diakses tanggal 23 Juni 2022.