

UNIVERSITAS
Dinamika

**PERANCANGAN DESAIN T-SHIRT DAN KONTEN MEDIA SOSIAL PADA
PULLOVER CLOTH**

KERJA PRAKTIK

Program Studi

S1 Desain Komunikasi Visual

Oleh:

REMANZA PARTA WIJAYA

18420100102

FAKULTAS DESAIN DAN INDUSTRI KREATIF

UNIVERSITAS DINAMIKA

2022

**PERANCANGAN DESAIN T-SHIRT DAN KONTEN MEDIA SOSIAL PADA
PULLOVER CLOTH**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Mata Kuliah Kerja Praktik :

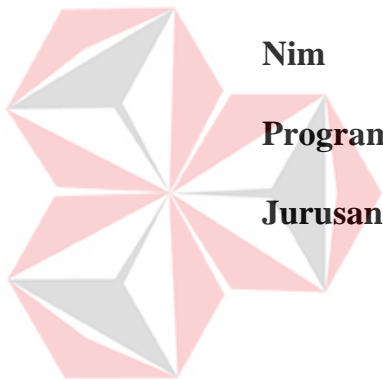
Disusun Oleh:

Nama : REMANZA PARTA WIJAYA

Nim 18420100102

Program : S1 (Strata Satu)

Jurusan : Desain Komunikasi Visual



UNIVERSITAS
Dinamika

FAKULTAS DESAIN DAN INDUSTRI KREATIF

UNIVERSITAS DINAMIKA

2022

HALAMAN MOTTO



UNIVERSITAS
Dinamika

*“Those people stab us from the back
Just do what you gonna do ”*

HALAMAN PERSEMBAHAN



UNIVERSITAS
Dinamika

***“Kupersembahkan kepada orangtuaku dan semua yang telah membantuku
selama ini”***

LEMBAR PENGESAHAN

PERANCANGAN DESAIN T-SHIRT DAN KONTEN MEDIA
SOSIAL PADA PULLOVER CLOTH

Laporan Kerja Praktik oleh :

Remanza Parta W

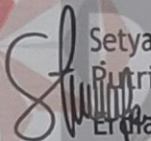
NIM : 18420100102

Telah diperiksa, diuji dan disetujui

Surabaya, 02 November 2021


Disetujui :

Pembimbing


Setya Putri Erdiana, S.T., M.Ds.,
NIDN. 0721099105

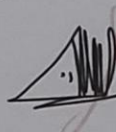
Digitally signed
by Setya Putri
Erdiana
Date:
2022.06.10
14:55:10
+0700

Penyelia


Aldo Satriyani W
Owner

Mengetahui,

Ketua Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual


Digitally signed
by Dhika Yuan
Yurisma, M.Ds
Date:
2022.06.16
09:20:13 +0700

Dhika Yuan Yurisma, M.Ds.,ACA
NIDN. 0720028701

PERNYATAAN
PERSETUJUAN PUBLIKASI DAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Sebagai mahasiswa Universitas Dinamika, Saya :

Nama : Remanza Parta W
NIM : 18420100102
Program Studi : S1 Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Fakultas Desain dan Industri Kreatif
Jenis Karya : Laporan Kerja Praktek
Judul Karya : PERANCANGAN DESAIN T-SHIRT DAN KONTEN
MEDIA SOSIAL PADA PULLOVER CLOTH

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 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 diatas 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 dikemudian 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, 1 Maret 2022



Remanza Parta W
NIM : 18420100102

ABSTRAK

Setiap *brand clothing* mempunyai karakteristik yang berbeda-beda antara brand yang satu dengan yang lainnya. Dikarenakan setiap *brand* juga memiliki target pasar tersendiri. PULLOVER Cloth mengembangkan desain t-shirt dengan gaya desain kolase sebagai upaya untuk menambah jumlah katalog dan mengenalkan katalog produk PULLOVER Cloth. Desain t-shirt PULLOVER Cloth dibuat menggunakan kolase digital. Teknik kolase digital tersebut mempunyai bentuk kebebasan dalam berekspresi, karena setiap komposisi kolase digital bebas dan tidak terikat pada aturan grid, penyajian warna dan sebagainya. Sehingga desain kolase pada t-shirt mencerminkan pada target pasar atau konsumen yang mempunyai kebebasan berekspresi dalam memilih desain t-shirt.

Desain kolase digital dibuat menggunakan konsep skateboard yang mempunyai target pasar tidak hanya pada skena skateboard atau penggemar olahraga skateboard saja melainkan kebebasan konsumen dalam memilih desain t-shirt yang disukai. Dengan adanya perancangan desain t-shirt dengan teknik kolase digital yang menggunakan konsep *skateboard*, diharapkan dapat menarik minat dan dikenal dikenal luas oleh masyarakat.

Kemudian pada sisi perancangan konten media sosial berbasis *motion graphic* 3 dimensi yang menampilkan katalog produk PULLOVER Cloth diharapkan dapat menjadi media informasi beserta promosi yang menggiring dan menarik konsumen agar lebih mudah mendapatkan informasi mengenai produk PULLOVER Cloth. Konten media sosial tersebut berdurasi 15 detik dengan format MP4 yang dibuat menggunakan aplikasi Blender dan akan diupload pada akun media sosial milik PULLOVER Cloth.

Kata kunci : Desain *T-shirt*, *Konten Media Sosial*, *Kolase Digital*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat dan rahmatnya penulis dapat menyelesaikan Laporan Kerja Praktik yang berjudul **“PERANCANGAN DESAIN T-SHIRT DAN KONTEN SOSIAL MEDIA PADA PULLOVER CLOTH”**

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

Melalui kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu penyelesaian Laporan Kerja Praktik ini, terutama kepada yang terhormat:

1. Bapak **Prof. Dr. Budi Jatmiko, M.Pd** selaku Rektor UniversitasDinamika
2. Bapak **Dhika Yuan Yurisma, M.Ds.** selaku Kaprodi S1 Desain Komunikasi Visual Universitas Dinamika
3. Ibu **Setya Putri Erdiana, S.T., M.Ds..** selaku dosen pembimbing.
4. Bapak **Aldo Satriyani W** selaku penyelia kerja praktik dan *Owner* PULLOVER Cloth
5. Serta semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu dalam kesempatan ini, yang telah memberikan bantuan moral dan materil dalam proses penyelesaian laporan ini.

Semoga laporan kerja praktik ini mudah dipahami dan dapat membawa manfaat bagi siapapun yang membacanya. Akhir kata, penulis memohon maaf apabila terdapat kesalahan kata-kata ataupun penulisan, terima kasih.

Surabaya, 2022



Remanza Parta W
NIM :18420100102

DAFTAR ISI

HALAMAN MOTTO	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iv
LEMBAR PENGESAHAN.....	v
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Pendahuluan	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Batasan masalah	2
1.4 Tujuan.....	3
1.5. Manfaat.....	3
1.5.1. Manfaat Teoritis.....	3
1.5.2. Manfaat Praktis.....	3
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	4
2.1 Profil Dan Perkembangan Perusahaan	4
2.2 Visi Dan Misi Perusahaan	5
2.2.1. Visi PULLOVER Cloth.....	5
2.2.1. Misi PULLOVER Cloth	5
2.3 Alamat dan kontak perusahaan	5
2.4 Lokasi perusahaan	6
2.5 Tampilan Media Sosial dan Market Place perusahaan.....	6
BAB III LANDASAN TEORI	7
3.1 Desain T-shirt	7
3.2 Kolase Digital.....	8
3.3 Media sosial.....	9
3.3.1 Instagram	9
3.3.2 Tiktok	10
3.4 <i>Motion Graphic</i>	11

BAB IV DESKRIPSI PEKERJAAN13

4.1 Penjelasan pekerjaan13

4.2 Konsep Desain T-shirt dan konten media sosial PULLOVER

Cloth14

4.3 Sketsa Gambar.....15

4.4 Tipografi.....18

4.5 Warna20

4.6 *Software* yang digunakan20

4.7 Implementasi Karya22

BAB V PENUTUP24

5.1 Kesimpulan.....24

5.2 Saran.....24

DAFTAR PUSTAKA25

LAMPIRAN.....27



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Lokasi Perusahaan6

Gambar 2. 2 Tampilan Media Sosial dan *Market Place* perusahaan.....6

Gambar 3.1 Kolase manual8

Gambar 3.2 Kolase digital.....8

Gambar 3.3 Instagram reels 10

Gambar 3.4 Instagram story 11

Gambar 3.5 Instagram feed 11

Gambar 3.6 Instagram filter 12

Gambar 3.7 *Motion graphic* pada media sosial..... 13

Gambar 4. 1 Sketsa desain *t-shirt* dan konten media sosial PULLOVER Cloth..... 16

Gambar 4. 2 Desain t-hirt PULLOVER Cloth 17

Gambar 4. 3 Desain konten media sosial *motion graphic* 3D 18

Gambar 4. 4 Tipografi 19

Gambar 4. 5 Warna 20

Gambar 4. 6 *Software* Adobe Photoshop 20

Gambar 4. 7 *Software* Blender 21

Gambar 4. 8 Implementasi Karya..... 22

Gambar 4. 9 Implementasi Karya..... 23

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. 1 Surat Balasan Perusahaan27

Lampiran 1. 2 Kartu Bimbingan28

Lampiran 1. 3 Form KP-5 Halaman 129

Lampiran 1. 4 Form KP-5 Halaman 230

Lampiran 1. 5 Form KP-6 Halaman 131

Lampiran 1. 6 Form KP-7 Halaman 132

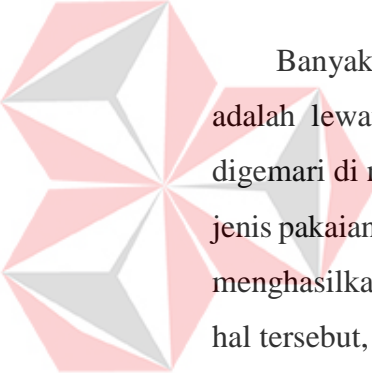


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Pendahuluan

Berkembangnya zaman dan teknologi, membuat persaingan *brand* lokal menjadi ketat. Persaingan antar *brand*, menghasilkan banyak produk yang kreatif dan inovatif. Setiap *brand* clothing juga mempunyai identitas visual dan karakteristik yang berbeda sebagai pembeda antara *brand* yang satu dengan yang lainnya. Dan setiap brand juga mempunyai segmentasi pasar tersendiri, karena konsumen juga mempunyai selera yang berbeda-beda untuk mengekspresikan diri.



Banyak cara yang dapat dilakukan untuk mengekspresikan diri, salah satunya adalah lewat T-Shirt yang gunakan. T-Shirt merupakan jenis pakaian yang paling digemari di negara-negara tropis, karena sifatnya sangat fleksibel dan simpel dibanding jenis pakaian lain. Seiring dengan adanya persaingan yang ketat dalam dunia *brand* lokal menghasilkan berbagai produk t-shirt dengan bermacam-macam desain yang unik. Dari hal tersebut, PULLOVER Cloth juga ingin mengembangkan desain t-shirt dengan gaya desain kolase yang belum pernah di produksi pada PULLOVER Cloth. Dengan adanya desain kolase yang dicetak pada t-shirt PULLOVER Cloth diharapkan dapat menambah katalog pada PULLOVER Cloth dan menambah *profit* penjualan. Untuk menambah profit penjualan tidak hanya membuat produk yang menarik saja, namun juga harus membuat konten media sosial untuk menggiring khalayak ramai agar tertarik membeli produk PULLOVER Cloth.

Menurut hasil riset oleh 'We Are Social'(2020) diantara banyaknya jenis media sosial, media sosial yang diminati orang Indonesia saat ini yaitu Youtube (88%), Facebook (82%), Instagram (79%), dan Twitter (56%). Berdasarkan informasi yang dimuat dalam wartakota, Indonesia merupakan pengguna Instagram terbesar di Asia Pasifik dengan jumlah pengguna aktifnya mencapai 45 juta orang dari total pengguna global yang berjumlah 700 juta orang. Saat ini penggunaan media sosial Instagram tidak hanya digunakan untuk hiburan saja namun masyarakat memanfaatkannya untuk

kegiatan bisnis, karena Instagram mempunyai peluang besar dalam kegiatan bisnis. Dari hal tersebutlah yang melatarbelakangi pembuatan konten media sosial berbentuk *motion graphic* 3 dimensi berdurasi 10 detik yang menampilkan katalog t-shirt hasil produksi PULLOVER Cloth dan nantinya video tersebut akan diupload pada akun Instagram milik PULLOVER Cloth. Dari hasil video *motion graphic* diharapkan dapat menggiring konsumen untuk membeli produk dan menambah tingkat penjualan PULLOVER Cloth.

12 Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah diatas maka terdapat beberapa rumusan masalah yang terkait dengan laporan ini yaitu :

1. Bagaimana merancang desain t-shirt dengan konsep kolase digital untuk *brand* PULLOVER Cloth ?
2. Bagaimana merancang konten media sosial PULLOVER Cloth yang dapat menarik masyarakat ?

13 Batasan masalah

Berdasarkan suatu masalah yang sudah ditentukan di atas dan dapat menyelesaikan masalah dengan baik adalah sebagai berikut :

1. Penerapan konsep desain kolase digital sebagai perancangan desain t-shirt PULLOVER Cloth.
2. Penerapan konsep desain katalog produk berbentuk video *motion graphic* 3D sebagai perancangan konten media sosial pada akun Instagram PULLOVERCloth.

14 Tujuan

Tujuan kerja praktik ini di harapkan mampu memberikan manfaat dan dapat meningkatkan kualitas produk dan media promosi dalam bentuk konten media sosial maupun sebagai evaluasi dari pihak PULLOVER Cloth.

1. Untuk menambah ilmu dan portofolio di bidang desain yang akan di terapkan ketika bekerja di kemudian hari.
2. Untuk memahami proses pengerjaan desain di suatu sektor industri seperti dibidang konveksi.

1.5. Manfaat

Di harapkan kerja praktik ini dapat memberikan manfaat berguna kepada banyak pihak diantaranya :

1.5.1. Manfaat Teoritis

Hasil dari laporan kerja praktik ini dapat menjadi referensi untuk mahasiswa Desain Komunikasi Visual dimasa mendatang dan memberikan informasi maupun literatur yang di butuhkan khususnya bagi penulisan perancangan desain t-shirt dan konten media sosial sebagai media promosi komunikasi visual.

1.5.2. Manfaat Praktis

- a. Bagi mahasiswa, diharapkan dapat menambah pengalaman dan portofolio yang berguna sebagai sarana pembelajaran dan juga bermanfaat saat diterapkan dalam dunia kerja di masa yang akan datang.
- b. Bagi PULLOVER Cloth, diharapkan desain t-shirt dan konten media sosial yang sudah dikerjakan oleh mahasiswa dapat membantu menambah catalog produk dan dapat menambah media promosi menggunakan konten media sosial yang sudah dibuat penulis.

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil Dan Perkembangan Perusahaan

PULLOVER Cloth merupakan brand yang berasal dari waru, Sidoarjo. *Brand* ini sebelumnya bernama 206 apparel dan berganti menjadi PULLOVER Cloth Pada tahun 2021. PULLOVER Cloth menghasilkan berbagai *apparel* seperti t-shirt, *metal lighter*, *lanyard*, topi, jam tangan, dan *apparel* lainnya. PULLOVER Cloth menggunakan *platform* jual beli online seperti shopee dan tokopedia sebagai media pemasarannya. Tidak hanya menggunakan *platform* jual beli *online* saja, PULLOVER Cloth juga mempunyai akun media sosial Instagram dengan pengikut berjumlah 14,3 ribu. Akun media sosial tersebut berisi tentang informasi tentang katalog produk terbaru beserta foto modelnya untuk meningkatkan *brand awareness*.

PULLOVER Cloth juga pernah mengikuti *event* jackloth pada tahun 2021 dan 2022. Kemudian PULLOVER Cloth juga pernah berkolaborasi dengan artist *graffiti* bernama Raharjojo yang berasal dari kota Sidoarjo. Hasil Kolaborasi tersebut berbentuk ilustrasi digital yang di cetak pada T-shirt berwarna hitam dan Ilustrasi tersebut dapat bergerak jika direkam pada kamera dengan menggunakan efek AR yang sudah tersedia di akun Instagram milik PULLOVER Cloth. Untuk menjangkau konsumen lebih luas PULLOVER Cloth juga mendistribusikan produknya pada distro yang berada di kota Sidoarjo dan Surabaya.

2.2 Visi Dan Misi Perusahaan

2.2.1. Visi PULLOVER Cloth

Menjadi perusahaan Clothing professional dengan kualitas produk yang meyakinkan dan mampu menjadi *trendsetter*.

2.2.2. Misi PULLOVER Cloth

Menghasilkan *apparel* yang unik dan mendorong berkembangnya ekonomi kreatif.

2.3 Alamat dan kontak perusahaan

Tempat : PULLOVER Cloth
Alamat : Jl. Raya Mejoyo No.10 Surabaya
Phone/fax : +62 89682200275
Telephone : +62 89682200275
Instagram : @pullovercloth_
Email : Pulloverc@gmail.com

2.4 Lokasi Perusahaan

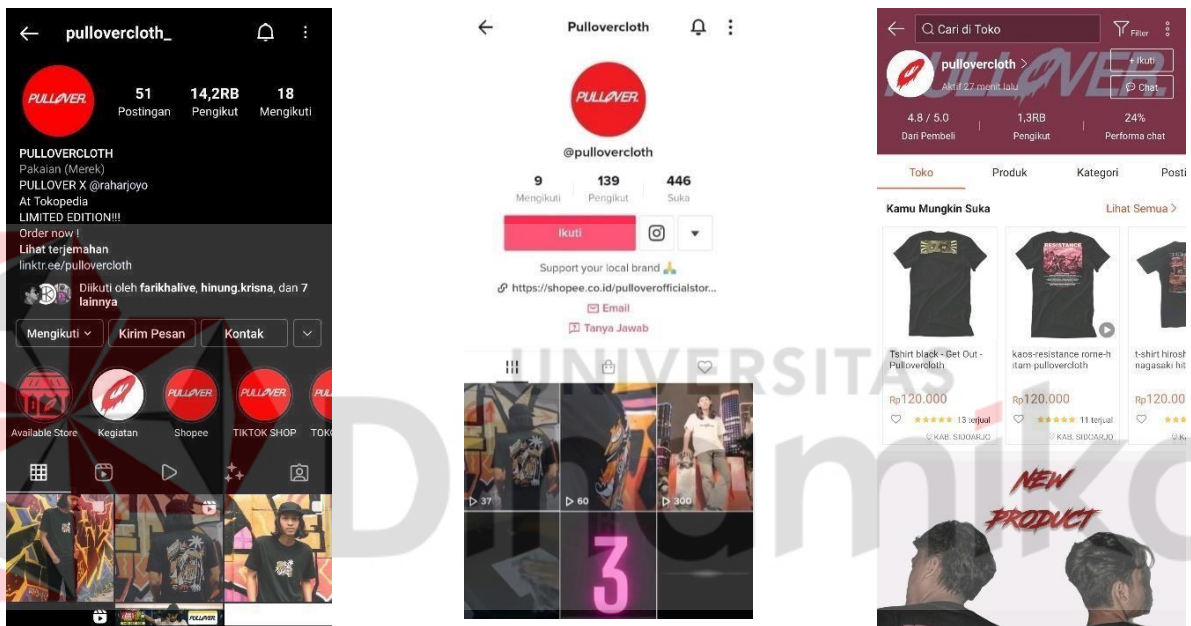


Gambar 2.1 Lokasi Perusahaan

(Sumber : Penulis, 2021)

Lokasi perusahaan terletak di Jl. Raya Mejoyo No.10 Surabaya. Lokasi tersebut berdampingan dengan gerai cuci sepatu dan juga warung kopi. Produk PULLOVERCloth tersedia didalam gerai cuci sepatu tersebut. Sehingga PULLOVER Cloth juga bisa menjangkau konsumen yang datang ke warung kopi maupun yang datang ke cuci sepatu.

2.5 Tampilan Media Sosial dan Market Place Perusahaan



Gambar 2. 2 Tampilan Media Sosial dan *Market Place* Perusahaan
(Sumber : Penulis, 2021)

Gambar diatas merupakan tampilan akun media sosial PULLOVER Cloth yang menggunakan *platform* media sosial Instagram dan Tiktok. Kemudian *market place* yang digunakan untuk jual beli online adalah shopee. Pada akun Instagram PULLOVER sudah tercantum link yang bisa diakses untuk menuju ke laman tiktok, shopee, dan whatsapp agar memudahkan konsumen untuk berbelanja atau ingin mengetahui produk yang di hasilkan PULLOVER Cloth.

BAB III

LANDASAN TEORI

3.1 Desain T-shirt

T-Shirt berasal dari kata “Shirt”, kata imbuhan “T” muncul karena bentuk pakaian ini yang memang menyerupai huruf “T”. Sehingga, jika digabungkan maka jadilah kata “T-Shirt”. Kata T-Shirt sendiri diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia menjadi kaos oblong. T-Shirt atau kaos oblong adalah jenis pakaian yang menutupi sebagian lengan, seluruh dada, bahu, dan perut. Kaus oblong biasanya tidak memiliki kancing, kerah, ataupun saku. T-Shirt atau kaos merupakan suatu jenis media lini bawah yang dapat digunakan sebagai media komunikasi. T-Shirt adalah media komunikasi grafis yang dicetak diatas kain katun, bagian yang dicetak biasanya depan dan belakang, dan terkadang di sisi lengan. T-shirt telah menjadi bagian penting dari elemen promosi baik dari produk maupun pelayanannya.



Gambar 2. 3 *Template* desain t-shirt
(Sumber : Penulis, 2022)

Pada perancangan T-shirt menggunakan design dengan gaya kolase digital. Konsep yang digunakan dalam design T-shirt adalah *Skateboard* yang sedang digemari kawula muda, sesuai dengan target pasar PULLOVER Cloth. Dan juga PULLOVER Cloth ingin menambah catalog produk dengan konsep *Skateboard*. Estetika juga diperhatikan dalam pembuatan T-shirt ini, mulai dari warna, *typography* yang menarik dan sesuai dengan visual berupa kolase digital yang akan menjadi daya tarik Tshirt bagi kawula muda.

3.2 Kolase Digital

Kata kolase yang dalam bahasa Inggris disebut '*collage*' berasal dari kata '*coller*' dalam bahasa Prancis, yang berarti "merekat". Selanjutnya kolase dipahami sebagai sebuah teknik seni menempel berbagai macam materi selain cat, seperti kertas, kain, kaca, logam, dan lain sebagainya, atau dikombinasikan dengan menggunakan cat atau teknik lainnya (Susanto 2002: 63 dalam Muharrar dan Verayanti 2013: 8). Kolase adalah sebuah teknik menempel berbagai macam unsur ke dalam satu *frame* sehingga menghasilkan karya seni yang baru.



Gambar 3.1 Kolase manual
(sumber : HAHO media,2017)



Gambar 3.2 Kolase Digital
(sumber : Behance, 2021)

Seiring berkembangnya teknologi di bidang desain, kini kolase bisa dibuat dengan berbagai *software* seperti Adobe Photoshop, Adobe Illustrator, Corel Draw, dan lainnya. Dengan adanya *software* tersebut dapat menghasilkan visual dengan genre baru yaitu seni kolase digital. Seni kolase digital masuk dalam aliran seni kontemporer (aliran seni *post-modern*). Karena setiap komposisi yang dihasilkan bebas dan tidak terikat pada aturan *grid*, penyajian warna dan sebagainya. Dan pada umumnya, seni kolase mempunyai untuk menyampaikan ekspresi atau ide untuk diaplikasikan ataupun dicetak pada suatu media seperti t-shirt, poster, dan media lainnya.

3.3 Media Sosial

Van Dijk 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. Sosial media pada umumnya memang sebagai media sosialisasi dan interaksi, serta menarik orang lain untuk melihat dan mengunjungi tautan yang berisi informasi mengenai produk dan lain-lain. Jadi wajar jika keberadaannya dijadikan sebagai media pemasaran yang paling mudah dan murah oleh perusahaan. Hal inilah yang akhirnya menarik para pelaku usaha untuk menjadikan

media sosial sebagai media promosi andalan dengan ditopang oleh *website/blog* perusahaan yang dapat menampilkan profile perusahaan secara lengkap. Bahkan tidak jarang para pelaku usahanya memiliki media sosial saja namun tetap eksis dalam persaingan (Siswanto, 2013). Dilansir dari Mashable melalui KOMPAS.com, aplikasi yang banyak di unduh pada tahun 2021 adalah tiktok di urutan nomor 1 dan Instagram ada di urutan nomor 2.

3.3.1 Instagram

Instagram merupakan sebuah aplikasi yang digunakan untuk membagikan foto dan video. Semakin populernya instagram sebagai aplikasi yang digunakan untuk membagi foto mengakibatkan banyak pengguna yang terjun ke rana bisnis seperti akun sosial bisnis yang turut mempromosikan produk-produknya lewat instagram (MNisrina,2015:137). Berikut adalah fitur-fitur yang dimiliki Instagram:

1. Reels

Instagram Reels merupakan video yang berdurasi hingga 60 detik yang hampir sama dengan fitur yang ada pada TikTok, Instagram Reels menawarkan seperangkat fitur yang memungkinkan pengguna membuat rekaman video yang menarik dan menyenangkan. Instagram Reels juga dapat menyertakan beberapa klip video, filter, teks, latar belakang interaktif, stiker, dan banyak lagi. Video-video di Instagram Reels dapat diakses melalui ikon Reels yang terdapat di bagian bawah halaman beranda aplikasi Instagram. Selain itu, Instagram Reels juga banyak ditampilkan melalui halaman Explore.



Gambar 3.3 Instagram Reels

(sumber : Digital information world, 2021)

2. Instagram Story

Instagram story adalah salah satu fitur Instagram yang dapat memungkinkan pengguna untuk menunjukkan aktivitas terkini, berbagi cerita, atau musik yang sedang didengarkan.



Gambar 3.4 Instagram story

(sumber : Kompas tekno, 2020)

3. Feed Instagram

Feed Instagram merupakan kumpulan foto dan video yang diposting, yang dapat memengaruhi pandangan orang lain. Jika unggahan di dalam akun Instagram terbilang bagus, unik, dan menarik, maka hal ini bisa membuat akun tersebut memiliki reputasi yang bagus.



Gambar 3.5 Instagram feed

(sumber : Seekpng, 2020)

4. Filter Instagram

Filter Instagram merupakan sebuah efek penggabungan antara video real dengan virtual. Fitur ini dapat digunakan pada menu insta story atau instagram reels. Dengan menerapkan efek ini bisa mendapatkan video yang lebih menarik lagi.



Gambar 3.6 Instagram filter
(sumber : Instagram filter online, 2021)

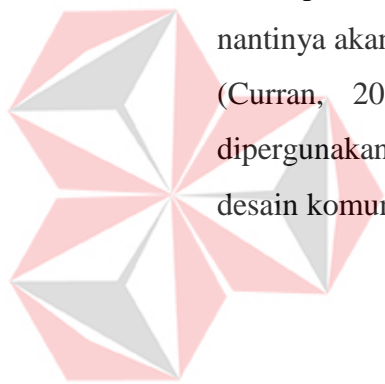
3.3.2 Tiktok

Tik Tok merupakan aplikasi jejaring sosial dan platform video musik dimana pengguna bisa membuat, mengedit, dan berbagi klip video disertai dengan filter dan musik sebagai pendukung. Dengan aplikasi ini, pengguna dapat membuat video pendek yang unik dengan cepat dan juga mudah untuk dibagikan dengan teman dan ke seluruh dunia. Namun, karena semakin berkembangnya aplikasi ini, kini pengguna juga bisa membuat video dengan durasi yang lebih panjang yaitu sekitar 60 detik atau yang setara dengan 1 menit.

3.4 Motion Graphic

Motion graphic adalah media dalam bentuk visual yang menggabungkan antara desain grafis dan film dengan menambahkan berbagai elemen dasar yang berbeda seperti desain objek 2 dimensi, desain objek 3 dimensi, animasi, ilustrasi, fotografi, video, musik, dan tipografi (Motion by Design, 2010: 7). PULLOVER Cloth merupakan brand clotng yang terbentuk pada tahun 2021. Karena Brand ini masih baru dan banyak khalayak ramai yang masih belum mengenal PULLOVER Cloth. Sehingga PULLOVER Cloth membutuhkan konten media sosial sebagai promosi yang lebih menarik dan efektif, yaitu *motion graphic*.

Kemudian dari sisi konten media sosial berbentuk *motion graphic* 3 dimensi yang menampilkan bagian depan dan belakang katalog t-shirt PULLOVER Cloth sebagai media promosi yang lebih menarik dengan durasi 15 detik dan format render MP4 yang nantinya akan di upload pada akun Instagram PULLOVER Cloth. (Krishna, etal., 2010) (Curran, 2000) menyatakan bahwa *Motion graphic* merupakan istilah yang dipergunakan untuk menggambarkan suatu solusi desain grafis dalam menciptakan suatu desain komunikasi yang dinamis dan efektif.



Gambar 3.7 *motion graphic* pada media sosial
(sumber : penulis, 2022)

BAB IV

DESKRIPSI PEKERJAAN

4.1 Penjelasan pekerjaan

Penulis diberikan *brief* mengenai pekerjaan yang akan dikerjakan dalam periode kerja praktik. Pekerjaan yang telah didapat penulis dari *owner* PULLOVER Cloth adalah membuat desain t-shirt dan konten media sosial . Tahap pengerjaannya yakni :

1. Pembuatan sketsa desain t-shirt dan konten media sosial yang akan digunakan pada saat proses digital nantinya.
2. Mengkombinasikan gambar dan foto-foto untuk dijadikan kolase pada t-shirt.
3. Menyesuaikan warna desain kolase pada warna t-shirt menggunakan aplikasi Photoshop.
4. Setelah desain t-shirt selesai, berlanjut pada pembuatan konten media sosial yang diawali dengan membuat objek kaos dan objek *motion graphic* pada aplikasi Blender.
5. Kemudian berlanjut pada proses pewarnaan, pencahayaan, dan penggerakan objek 3 dimensi pada aplikasi Blender.
6. Ditutup dengan render dengan format MP4 dengan durasi 15 detik.

4.2 Konsep Desain T-shirt dan konten media sosial PULLOVER Cloth

Penjelasan konsep desain t-shirt PULLOVER Cloth sebagai berikut:

1. Menampilkan susunan kolase digital dengan tema *Skateboard* yang di dominasi dengan gambar tengkorak menyimbolkan bahwa olahraga *Skateboard* merupakan olahraga yang berbahaya.
2. Memberikan warna kuning dan biru pada objek kolase digital yang dikombinasikan warna *green forest* sebagai warna t-shirt.
3. Menggunakan kombinasi dari berbagai font yang menarik dan unik.
4. Dan meredesign logo PULLOVER Cloth pada tampilan depan t-shirt.

Penjelasan konsep konten media sosial PULLOVER Cloth sebagai berikut :

1. Menampilkan 4 macam design t-shirt PULLOVER Cloth yang berputar untuk menunjukan *design* depan dan belakang t-shirt.
2. Memberikan efek cahaya *neon* pada font PULLOVER dan COLLECTION.
3. Menggunakan objek 3D berbentuk bingkai sebagai pembatas antara font dan katalog t-shirt.
4. Video konten media sosial *motion graphic* 3D berdurasi 15 detik.

4.2.1 Konsep Desain T-shirt

Desain T-shirt dibuat menggunakan *style* kolase digital yang menggunakan tema Skateboard. Desain kolase digital tersebut nantinya akan di kombinasikan dengan *font* dan warna T-shirt yang selaras. Kolase digital juga menggunakan konsep *found object* dengan catatan bahan kolase diambil dari internet dengan *platform* yang menyediakan gambar berlabel *Free For Commercial* dari koran atau majalah digital untuk dijadikan sebagai bahan kolase yang kemudian disusun dalam *software* pengolah desain seperti Adobe Photoshop, Coreldraw, Adobe Illustrator, dan lain-lain (Alam, 2017).

Desain kolase tersebut menggunakan tema skateboard yang didominasi dengan gambar tengkorak yang menyimbolkan bahwa olahraga skateboard merupakan olahraga yang berbahaya. Desain kolase menggunakan warna biru yang menyimbolkan sebuah ekspresi diri dan warna kuning yang memiliki arti psikologis energik dan rasa semangat. Objek kolase diberikan efek *halftone* untuk merubah warna gradasi menjadi warna solid.

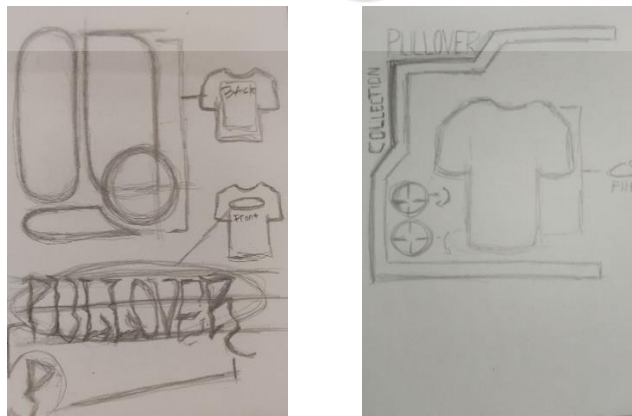
4.2.2 Konsep Konten Media Sosial PULLOVER Cloth

Konten media sosial berbentuk *motion graphic* 3 dimensi yang menampilkan bagian depan dan belakang katalog t-shirt PULLOVER Cloth sebagai media promosi yang lebih menarik dengan durasi 15 detik menggunakan format render MP4. *Motion graphic* yang dirancang menggunakan warna neon sebagai pencahayaan karena menggunakan background dengan warna gelap. Kemudian terdapat objek frame sebagai pembatas antara katalog t-shirt dengan tipografi. Objek-objek tersebut bergerak sesuai dengan *keyframe* yang sudah ditetapkan. Konten media sosial ini di buat menggunakan aplikasi blender.

4.3 Sketsa Desain T-shirt dan konten media sosial

Dalam pembuatan desain t-shirt dan konten media sosial diperlukan desain sketsa dasar yang digunakan sebagai ide awal konsep dari penulis untuk melanjutkan ke proses digital yang lebih matang.

Sketsa desain t-shirt dan konten media sosial ini berdasarkan dari konsep ide sudah ditentukan dan direvisi oleh owner PULLOVER Cloth. Berikut ini adalah sketsa desain t-shirt dan konten media sosial PULLOVER Cloth.

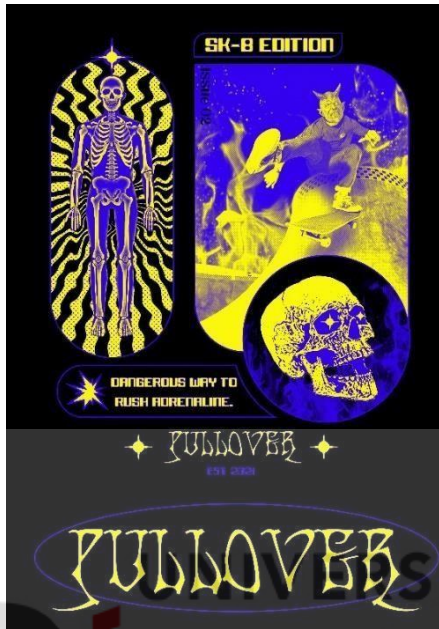


Gambar 4.1 Sketsa desain t-shirt dan konten media sosial
PULLOVER Cloth

(Sumber : penulis, 2021)

Sketsa desain t-shirt menggambarkan desain depan dan belakang t-shirt yang berisi sketsa *frame* kosong yang nantinya akan diisi dengan gambar-gambar kolase,

tipografi, dan warna yang sesuai dengan konsep desain t-shirt yaitu skateboard. Sedangkan sketsa desain konten media sosial menggambarkan berbagai objek 3D seperti t-shirt, tipografi, dan frame sebagai pembatas antara tipografi & t-shirt yang akan divisualisasikan dan digerakkan menggunakan aplikasi blender.



Gambar 4.2 Desain t-hirt PULLOVER Cloth

(Sumber : Penulis, 2021)

Desain t-shirt tersebut merupakan hasil jadi dari penerapan sketsa pada gambar 4.1 yang divisualisasikan menggunakan aplikasi photoshop. Desain kolase digital tersebut menggunakan warna biru dan kuning dengan menggunakan efek *halftone* untuk merubah warna gradasi menjadi warna solid. Terdapat element *swirl graphic* menggunakan warna kuning untuk menambah kesan energik. Desain kolase digital menggunakan gambar tengkorak yang menyimbolkan bahwa olahraga skateboard merupakan olahraga yang berbahaya dilengkapi juga dengan tipografi “*dangerous way to rush adrenaline*”.



Gambar 4. 3 Desain konten media sosial motion graphic 3D

(Sumber : Penulis, 2021)

Desain konten media sosial tersebut berbasis *motion graphic* 3D yang dirancang menggunakan aplikasi blender Dengan format MP4 dan durasi mencapai 15 detik. *Motion graphic* tersebut menampilkan desain depan dan belakang t-shirt yang berputar sebagai sarana promosi yang menarik. Objek tipografi menggunakan warna *neon* sebagai pencahayaan.

4.4 Tipografi

Tipografi yang digunakan yaitu *Black Wolf*. Font tersebut memberikan nuansa techno era digital yang berkesinambungan dengan desain kolase digital. Kemudian penulis juga menggunakan font yang bernama *Bad Acid*. Font tersebut memberikan nuansa kegelapan yang cocok dengan desain kolase digital yang didominasi dengan gambar tengkorak. Berikut adalah font yang digunakan penulis:

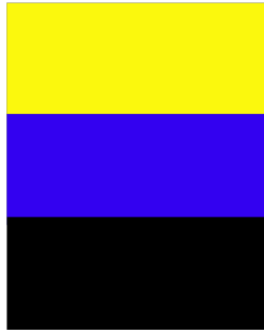


Gambar 4.4 Tipografi

(Sumber : Penulis, 2022)

4.5 Warna

Warna yang akan digunakan dalam konsep desain t-shirt PULLOVER Cloth menggunakan warna kuning yang memiliki arti psikologis sebagai energik, semangat, dan rasa bahagia yang berkesinambungan atau sesuai dengan tema kolase digital yaitu skateboard. Sedangkan warna biru dapat membantu keseimbangan dan ekspresi diri.



Gambar 4.6 Warna

(Sumber : Penulis 2021)

4.6 Software yang digunakan

Perancangan desain t-shirt untuk PULLOVER Cloth menggunakan software Adobe Photoshop. Karena software Photoshop mempunyai banyak fitur yang dapat memudahkan penulis untuk membuat design t-shirt kolase digital. Salah satu fitur yang paling sering digunakan yaitu crop dan filter halftone.



Gambar 4.6 Software Adobe Photoshop

(Sumber : Penulis, 2021)

Kemudian pembuatan konten media sosial yang menampilkan katalog t-shirt PULLOVER Cloth menggunakan *Software* Blender. Karena *Software* Blender memudahkan untuk membuat objek t-shirt 3D dan terdapat fitur keyframe untuk menggerakkan objek agar desain t-shirt terlihat bagian depan dan belakangnya.



Gambar 4.7 Software Blender

(Sumber : Penulis, 2021)



UNIVERSITAS
Dinamika

4.7 Implementasi Karya

Konten media sosial PULLOVER Cloth yang berbentuk *motion graphic* 3D nantinya akan diupload pada akun Instagram milik PULLOVER CLOth. Konten media sosial tersebut menunjukkan desain depan dan belakang t-shirt PULLOVER Cloth sebagai wujud promosi produk. Berikut merupakan penerapan konten media sosial.



Gambar 4.8 Implementasi Karya

(Sumber : Penulis, 2021)

Desain kolase digital yang bertemakan skateboard dimock-up pada t-shirt berwarna *green forest*. Dan desain t-shirt ini rencananya akan di produksi pada saat perayaan hari skateboard sedunia tepatnya setiap pada tanggal 21 juni. Berikut merupakan penerapan implementasi karya desain kolase digital pada t-shirt.



Gambar 4.9 Implementasi Karya

(Sumber : Penulis, 2021)

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dari laporan kerja praktik berjudul “Pembuatan Design T-shirt dan Konten Media Sosial Pada PULLOVER Cloth” maka dapat ditarik kesimpulanya bahwa Perancangan konten media sosial berbasis video *motion graphic* 3 dimensi dapat meningkatkan *brand awareness* dan menggiring konsumen untuk mengunjungi akun media sosial dan mengenalkan produk baru dari *marketplace* PULLOVER Cloth.

5.2 Saran

Berdasarkan penjelasan laporan kerja praktik di atas maka adapun saran penulis setelah melakukan kerja praktik di PULLOVER Cloth.

1. Perancangan katalog dan pergantian konsep desain secara berkala diperlukan untuk memperluas target pasar ataupun berkolaborasi dengan seniman dan *brand clothing* yang sudah terkenal.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Jurnal :

Puspitarini, Dinda Sekar dan Nuraeni, Reni. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif pada *Happy Go Lucky House*)
<https://oj.unikom.ac.id> (Diakses pada 10 Januari 2022, 11:30)

Setiadi, Ahmad. (2016). Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektifitas Komunikasi
<https://ejournal.bsi.ac.id> (Diakses pada 09 Januari 2022, 12:40)

Dickinson, J. (2010). *What is Motion Graphics*.

<http://motionworks.net/what-is-motion-graphics/>. (Diakses pada 27 Januari 2022, 20:40)

Krishna, P., Machda, F. & Syukri, J. (2010). Sejarah *Motion graphic*. *History of Motion Design*.

<https://journal.lppmunindra.ac.id> (Diakses pada 10 Februari 2022, 22:35)

Rizkiantono, Raditya Eka dan Setiawan, Mochamad Wildan. (2016). Perancangan *T-shirt*

Sebagai Suvenir Kota Surabaya.

<https://media.neliti.com/media/publications/133982-ID-perancangan-t-shirt-sebagai-suvenir-kota.pdf> (Diakses pada 10 Februari 2022, 01:57)

Kristianto. Daniel. (2018). *T-Shirt Motivasi Sebagai Media Komunikasi Untuk Meningkatkan Motivasi Belajar (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikanangkatan 2015)*

https://repository.uksw.edu/bitstream/123456789/16414/2/T1_692010602_Full%20text.pdf (Diakses pada 12 Februari 2022, 20:08)

Iqbal Mudri Khatikno. Raden Burhan SND 2020 . Analisis Karakter Panda sebagai Model Desain pada *T-Shirt Electrica Panda Artwear* Medan
<https://doi.org/10.34007/jehss.v3i2.362> (Diakses 29 Januari 2022, 21:58)

Sumber Internet :

dok,123. (2019). Desain Grafis Landasan Teori.
<https://text-id.123dok.com/document/4yrogxe7y-desain-grafis-landasan-teori.html>
(diakses 28 januari 2022 13:00)

Ramadhan, Febri (2020). Desain Grafis dan Unsurnya.
<https://bpptik.kominfo.go.id/2020/05/22/7833/desain-grafis-dan-unsurnya/>
(diakses 10 Februari 2022 17.00)

Alam, Rizqi. (2017, September 22) #Ngebahas digital collage art.
<https://www.rizqialam.com/2017/09/ngebahas-digital-collage-art.html/>. (Diakses pada 10 Februari 2022, 22:00)

Jayani, Dwi Hadya (2020, Februari 26) 10 Media Sosial yang Sering Digunakan 2020
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/02/26/10-media-sosial-yang-paling-sering-digunakan-di-indonesia>
(Diakses pada 05 April 2022, 23:43)