



**PERANCANGAN KONTEN DESAIN MEDIA SOSIAL DEAR  
HOPE DI PT. PIARA JIWA INDONESIA**

**LAPORAN KERJA PRAKTIK**



UNIVERSITAS  
**Dinamika**

**Oleh :**

**Amilia Agustina**

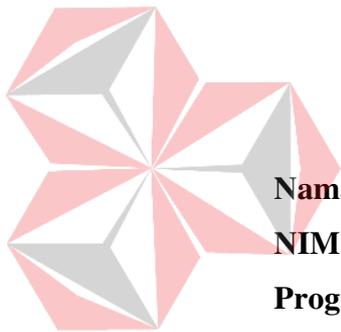
**19420100055**

---

**FAKULTAS DESAIN DAN INDUSTRI KREATIF  
UNIVERSITAS DINAMIKA  
2023**

**PERANCANGAN KONTEN DESAIN MEDIA SOSIAL DEAR HOPE DI  
PT. PIARA JIWA INDONESIA**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan  
Mata Kuliah Kerja Praktik



**Disusun Oleh :**

**Nama : Amilia Agustina**

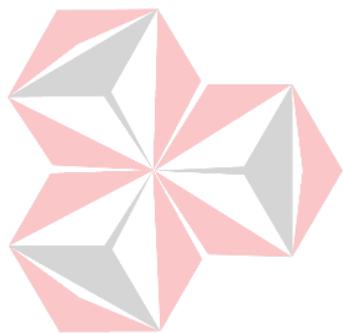
**NIM : 19420100055**

**Program : S1 ( Strata Satu )**

**Jurusan : Desain Komunikasi Visual**

**FAKULTAS DESAIN DAN INDUSTRI KREATIF  
UNIVERSITAS DINAMIKA  
2023**

**LEMBAR MOTTO**



UNIVERSITAS  
**Dinamika**

*"Tak pernah ada kata terlambat untuk menjadi apa yang kamu impikan."*

## LEMBAR PERSEMBAHAN



*Laporan Kerja Praktik ini saya persembahkan untuk kedua orang tua saya dan teman-teman saya yang selalu memberi dukungan kepada saya, serta pembaca yang baik hati.*

**LEMBAR PENGESAHAN**

**PERANCANGAN KONTEN DESAIN MEDIA SOSIAL DEAR HOPE DI  
PT. PIARA JIWA INDONESIA**

Laporan Kerja Praktik oleh :

**Amilia Agustina**

NIM : 19420100055

Telah diperiksa, diuji, dan disetujui

Surabaya, 02 Januari 2023



Pembimbing  
Digitally signed  
by Fenty  
Fahminnansih,  
ST, MMT  
Date: 2023.01.05  
10:56:36 +07'00'

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

NIDN. 0706028502

Penyelia



Dear Hope

**Rifki Fardian Damanhari**

Mengetahui,

Ketua Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual

**Dhika Yuan  
Yurisma,  
M.Ds**

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

NIDN. 0720028701

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

Sebagai mahasiswa Universitas Dinamika, Saya :

Nama : **Amilia Agustina**

NIM : **19420100055**

Program Studi : **S1 Desain Komunikasi Visual**

Fakultas : **Desain dan Industri Kreatif**

Jenis Karya : **Laporan Kerja Praktik**

Judul Karya : **PERANCANGAN KONTEN DESAIN MEDIA SOSIAL  
DEAR HOPE DI PT. PIARA JIWA INDONESIA**

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 keserjanaan yang telah diberikan kepada Saya.

Surabaya, 09 Desember 2022



Amilia Agustina  
NIM : 19420100055

## ABSTRAK

Pentingnya kesehatan mental yang terjaga agar memiliki hidup yang lebih baik. Kesehatan mental yang baik adalah individu yang terbebas dari berbagai jenis gangguan jiwa, khususnya dalam menghadapi permasalahan hidupnya. Di Indonesia banyak orang yang mengalami "gangguan mental emosional" atau kondisi gangguan kesehatan jiwa, tercatat pada Riset Kesehatan Dasar (Riskesdes) Kementerian Kesehatan tahun 2018, sekitar 9,8 persen atau 26 persen dari 267 juta orang Indonesia di diagnosa mengidap gangguan kesehatan jiwa. Oleh karena itu, Dear Hope sebagai media digital dan hadir memberikan teman 24/7 (*twenty four seven*) yang selalu ada dalam berbagi cerita dan menenangkan diri di setiap kondisi masyarakat Indonesia. Masyarakat dapat leluasa menceritakan masalah yang dihadapinya. Dear Hope menggunakan media sosial sebagai tempat penyebaran informasi tentang kesehatan mental yang bermanfaat. Media sosial memiliki peluang yang cukup tinggi untuk Dear Hope karena penggunaanya sangat banyak terutama media sosial Instagram. Pembuatan desain *feed* Instagram Dear Hope dirancang semenarik mungkin agar seluruh informasi dapat dikomunikasikan dengan baik kepada audiens.

**Kata kunci:** *Kesehatan Mental, Informasi, Sosial Media*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah dan inayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Kerja Praktik dengan judul “**Perancangan Konten Desain Media Sosial Dear Hope di PT. Piara Jiwa Indonesia**” .

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

Dalam penyusunan laporan Kerja Praktik ini banyak pihak yang telah membantu, oleh karena itu tidak lupa penulis mengucapkan terima kasih banyak kepada :

1. **Bapak Prof. Dr. Budi Jatmiko, M.Pd.** selaku Rektor Universitas Dinamika;
2. **Dhika Yuan Yurisma, M.Ds., ACA** selaku Ketua Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual;
3. **Ibu Fenty Fahminnansih, S.T., M.MT.** selaku Dosen Pembimbing yang telah membimbing serta memberikan arahan dan dukungan dalam penyusunan Laporan Kerja Praktik dari awal hingga selesai;
4. **Rifki Fardian Damanhari** selaku CEO dan seluruh Kolega Senior di PT. Piara Jiwa Indonesia yang juga memberikan ijin untuk melakukan kerja praktik, serta memberikan ilmu dan motivasi;
5. Dan keluarga serta teman - teman yang telah banyak memberikan semangat dan motivasi sehingga dapat menyelesaikan laporan Kerja Praktik ini.

Penulis menyadari bahwa penyusunan laporan ini masih jauh dari kesempurnaan, tidak luput dari kesalahan dan kekurangan. Akhir kata, semoga makalah ini dapat berguna bagi para pembaca. Terima Kasih.

Surabaya, September 2022

Amilia Agustina

## DAFTAR ISI

|                                     |             |
|-------------------------------------|-------------|
| <b>LEMBAR MOTTO.....</b>            | <b>ii</b>   |
| <b>LEMBAR PERSEMBAHAN .....</b>     | <b>iii</b>  |
| <b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>      | <b>iv</b>   |
| <b>LEMBAR PERNYATAAN .....</b>      | <b>v</b>    |
| <b>ABSTRAK .....</b>                | <b>vi</b>   |
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>          | <b>vii</b>  |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>              | <b>viii</b> |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>           | <b>xi</b>   |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>        | <b>xii</b>  |
| <b>BAB I.....</b>                   | <b>1</b>    |
| <b>PENDAHULUAN.....</b>             | <b>1</b>    |
| 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 Bagi Mahasiswa.....           | 4           |
| 1.5.2 Bagi Perusahaan.....          | 4           |
| 1.5.3 Bagi Akademik .....           | 4           |
| 1.6 Pelaksanaan .....               | 4           |
| 1.7 Sistematika Penulisan.....      | 5           |
| <b>BAB II .....</b>                 | <b>6</b>    |
| <b>GAMBARAN UMUM INSTANSI .....</b> | <b>6</b>    |
| 2.1 Profil Perusahaan.....          | 6           |
| 2.2 Visi dan Misi .....             | 6           |
| 2.2.1 Visi.....                     | 6           |
| 2.2.2 Misi .....                    | 6           |

|   |           |
|---|-----------|
| 2.3 Logo Perusahaan .....                             | 7         |
| 2.4 Alamat dan Kontak Instansi .....                  | 7         |
| 2.5 Struktur Organisasi .....                         | 7         |
| 2.6 Deskripsi Pekerjaan .....                         | 8         |
| <b>BAB III.....</b>                                   | <b>9</b>  |
| <b>LANDASAN TEORI.....</b>                            | <b>9</b>  |
| 3.1 Media Sosial .....                                | 9         |
| 3.2 Media Promosi .....                               | 9         |
| 3.3 Instagram .....                                   | 10        |
| 3.4 Desain .....                                      | 10        |
| 3.5 Prinsip Desain.....                               | 11        |
| 3.6 Unsur-unsur Desain .....                          | 13        |
| 3.7 Layout.....                                       | 16        |
| 3.8 Tipografi .....                                   | 16        |
| <b>BAB IV .....</b>                                   | <b>17</b> |
| <b>DESKRIPSI PEKERJAAN.....</b>                       | <b>17</b> |
| 4.1 Penjelasan Pekerjaan .....                        | 17        |
| 4.2 Brief.....  | 17        |
| 4.3 Gambar Referensi .....                            | 18        |
| 4.4 <i>Software</i> Yang Digunakan.....               | 18        |
| 4.5 Proses Desain <i>Feed</i> Instagram.....          | 19        |
| 4.5.1. Membuat Lembar Kerja ( <i>Artboard</i> ) ..... | 19        |
| 4.5.2. Membuat Rancangan Desain Sesuai Brief.....     | 20        |
| 4.5.3. Pemilihan Tipografi .....                      | 20        |
| 4.5.4. Memasukkan Unsur-Unsur Desain .....            | 21        |
| 4.5.5. Proses Asistensi .....                         | 21        |
| 4.5.6. Final Desain .....                             | 22        |
| 4.5.7. Pengimplementasian Karya ke Instagram .....    | 23        |
| <b>BAB V.....</b>                                     | <b>24</b> |
| <b>PENUTUP.....</b>                                   | <b>24</b> |
| 5.1 Kesimpulan.....                                   | 24        |

|  |           |
|--|-----------|
| 5.2 Saran .....  | 24        |
| 5.2.1. Bagi Perusahaan.....                                    | 24        |
| 5.2.2. Bagi Mahasiswa.....                                     | 24        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>                                    | <b>25</b> |
| <b>LAMPIRAN.....</b>   | <b>26</b> |
| <i>Lampiran 1 Surat Balasan Kerja Praktik Perusahaan .....</i> | 26        |
| <i>Lampiran 2 Form Kerja Praktik 5 (Halaman 1) .....</i>       | 27        |
| <i>Lampiran 3 Form Kerja Praktik 5 (Halaman 2) .....</i>       | 28        |
| <i>Lampiran 4 Form Kerja Praktik 6 (Halaman 1) .....</i>       | 29        |
| <i>Lampiran 5 Form Kerja Praktik 6 (Halaman 2) .....</i>       | 30        |
| <i>Lampiran 6 Form Kerja Praktik 6 (Halaman 3) .....</i>       | 31        |
| <i>Lampiran 7 Form Kerja Praktik 7 (Halaman 1) .....</i>       | 32        |
| <i>Lampiran 8 Form Kerja Praktik 7 (Halaman 2) .....</i>       | 33        |
| <i>Lampiran 9 Form Kerja Praktik 7 (Halaman 3) .....</i>       | 34        |
| <i>Lampiran 10 Form Kerja Praktik 7 (Halaman 4) .....</i>      | 35        |
| <i>Lampiran 11 Form Bimbingan Dosen.....</i>                   | 36        |
| <i>Lampiran 12 Biodata Penulis.....</i>                        | 37        |



UNIVERSITAS  
Dinamika

## DAFTAR GAMBAR

|  |    |
|--|----|
| Gambar 2. 1 Kantor Dear Hope .....                           | 6  |
| Gambar 2. 2 Logo Dear Hope .....                             | 7  |
| Gambar 2. 3 Struktur Organisasi Dear Hope .....              | 7  |
| Gambar 3. 1 Lingkaran Warna Primer .....                     | 14 |
| Gambar 3. 2 Lingkaran Warna Sekunder .....                   | 14 |
| Gambar 3. 3 Lingkaran Warna Tersier .....                    | 15 |
| Gambar 3. 4 Jenis Huruf Dalam Tipografi Modern .....         | 16 |
| Gambar 4. 1 Brief Desain Feed Instagram .....                | 17 |
| Gambar 4. 2 Gambar Referensi Dear Hope .....                 | 18 |
| Gambar 4. 3 Logo Adobe Illustrator dan Adobe Photoshop ..... | 19 |
| Gambar 4. 4 Membuat Lembar Kerja (Artboard) .....            | 19 |
| Gambar 4. 5 Merancang Desain Sesuai Brief .....              | 20 |
| Gambar 4. 6 Font Made Tommy Soft .....                       | 20 |
| Gambar 4. 7 Keseluruhan Feed Yang Sudah Jadi .....           | 21 |
| Gambar 4. 8 Proses Asistensi .....                           | 22 |
| Gambar 4. 9 Final Desain .....                               | 22 |
| Gambar 4. 10 Pengimplementasian Karya di Instagram .....     | 23 |

## DAFTAR LAMPIRAN

|  |    |
|--|----|
| <i>Lampiran 1 Surat Balasan Kerja Praktik Perusahaan .....</i> | 26 |
| <i>Lampiran 2 Form Kerja Praktik 5 (Halaman 1) .....</i>       | 27 |
| <i>Lampiran 3 Form Kerja Praktik 5 (Halaman 2) .....</i>       | 28 |
| <i>Lampiran 4 Form Kerja Praktik 6 (Halaman 1) .....</i>       | 29 |
| <i>Lampiran 5 Form Kerja Praktik 6 (Halaman 2) .....</i>       | 30 |
| <i>Lampiran 6 Form Kerja Praktik 6 (Halaman 3) .....</i>       | 31 |
| <i>Lampiran 7 Form Kerja Praktik 7 (Halaman 1) .....</i>       | 32 |
| <i>Lampiran 8 Form Kerja Praktik 7 (Halaman 2) .....</i>       | 33 |
| <i>Lampiran 9 Form Kerja Praktik 7 (Halaman 3) .....</i>       | 34 |
| <i>Lampiran 10 Form Kerja Praktik 7 (Halaman 4) .....</i>      | 35 |
| <i>Lampiran 11 Form Bimbingan Dosen .....</i>                  | 36 |
| <i>Lampiran 12 Biodata Penulis .....</i>                       | 37 |



UNIVERSITAS  
**Dinamika**

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Pentingnya kesehatan mental seseorang dapat menunjukkan tingkat aspek yang lebih tinggi untuk hal-hal baik dalam hidup. Kondisi kesehatan mental dimana individu terbebas dari berbagai jenis gangguan jiwa serta dapat menjalankan aktivitas secara normal, khususnya dalam menghadapi permasalahan di hidupnya. Dalam mewujudkan kesehatan menyeluruh, kesehatan mental merupakan aspek penting dan komponen dasar dari kesehatan. Sehatnya mental ditandai dengan adanya perkembangan fisik, intelektual dan emosional yang optimal dan selaras dengan kehidupan sosial (Salsabila Putri Suwijik, 2022).

Adanya gangguan mental tidak dapat diremehkan. Masalah gangguan mental di Indonesia masih sangat tinggi prevalensinya, terutama pada kalangan usia lima belas tahun keatas. Menurut Riset Kesehatan Dasar (Riskesdes) Kementerian Kesehatan tahun 2018, sekitar 9,8 persen atau 26 persen dari 267 juta Orang Indonesia di diagnosa “gangguan mental emosional” atau kondisi gangguan kesehatan jiwa. Perlu diketahui bahwa di Indonesia prevalensi gangguan jiwa adalah 7% per sejuta, dengan angka tertinggi terjadi di Bali, Yogyakarta, NTB, dan Aceh. Di Sulawesi Tengah, Gorontalo, NTT, dan Maluku, terdapat masalah kesehatan jiwa berupa depresi dan kecemasan yang menimpa 9,8 persen penduduk diatas usia 15 tahun (Riskesdas, 2018).

Oleh sebab itu, setiap orang tidak bisa menyepelekan tentang keadaan kesehatan mental yang mayoritasnya pada remaja seperti juga masalah kesehatan lainnya. Perubahan yang terjadi pada fase remaja seringkali memicu hal-hal yang tidak menyenangkan, seperti konflik internal atau dengan dirinya sendiri, ataupun konflik eksternal atau dengan lingkungan sekitarnya, dan kadangkala remaja pun sering tidak mengerti dirinya sendiri. Jika konflik seperti itu muncul dan tidak dapat diselesaikan dengan cepat, maka kedepannya akan memberi dampak terhadap perkembangan remaja tersebut, bahkan tidak

jarang hingga adanya gangguan mental. Gangguan mental sendiri banyak gejalanya, seperti misal mengalami kecemasan berlebih, depresi yang bisa berakibat hilangnya semangat pada diri, gangguan tidur, atau terlintas berpikir untuk menyakiti dirinya sendiri bahkan ada yang sampai bunuh diri (Abukhair dkk., 2022).

Oleh karena itu, Dear Hope sebagai platform digital hadir memberikan teman 24/7 (*twenty four seven*) yang selalu ada dalam berbagi cerita dan menenangkan diri di setiap kondisi masyarakat Indonesia. Masyarakat dapat leluasa menceritakan masalah yang dihadapinya. Seperti yang diketahui saat mengalami stres mereka butuh tempat untuk curhat, dengan adanya Dear Hope ini masyarakat tidak hanya dapat mencurahkan isi hatinya melainkan mereka juga dapat masukan dari konseling yang diberikan dari seorang pakar ahli untuk mengatasi masalahnya tersebut.

Penggunaan media sosial cukup tinggi sehingga peluang untuk Dear Hope melakukan pemasaran terutama di Instagram. Instagram merupakan kunci keberhasilan proses branding. Baik itu untuk akun personal maupun bisnis. Dengan adanya *feed* tersebut akan membuat audiens mengetahui *vibes* juga kesan visual yang diinginkan. Selain itu, *feed* juga menjadi etalase yang berpengaruh terhadap *mood* ketika ditampilkan di beranda *follower* setia. *Feed* Instagram juga menjadi media utama untuk mengembangkan akun. Dari situlah nantinya bisa mencapai audiens yang diinginkan, menyampaikan branding, dan juga membangun interaksi.

Pembuatan desain *feed* Instagram Dear Hope dirancang semenarik mungkin agar seluruh informasi dapat dikomunikasikan dengan baik kepada audiens. Disinilah peran media sosial seperti Instagram dapat dikombinasikan dengan unsur-unsur desain agar menghasilkan visualisasi yang menarik untuk diunggah. Konten *feed* dibuat berisi aktivitas, konten harian, *tips and trik* terutama informasi dengan visualisasi yang menarik agar audiens dapat memahami tentang kesehatan mental.

Dari penjelasan tersebut, Dear Hope memanfaatkan Instagram untuk menunjang kegiatan periklanan dan promosi aplikasi Dear Hope yang masih baru. Maka dari itu dalam realisasi promosi produk aplikasi Dear Hope

membutuhkan Sumber Daya Manusia (SDM) untuk dapat membantu desain yang baik dan juga menarik.

Pada Kerja Praktik yang dilakukan di Dear Hope ini, perancang diberi tanggung jawab sebagai *Graphic Designer* yang mengerjakan konten feed dan story interaktif seputar kesehatan mental pada Instagram Dear Hope sebagai media informasi untuk memperkuat identitas visual perusahaan.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, maka rumusan masalah pada laporan kerja praktik ini adalah :

“Bagaimana cara merancang desain konten *feed* Instagram Dear Hope di PT. Piara Jiwa Indonesia yang dapat menarik audiens?”

## 1.3 Batasan Masalah

Dari rumusan masalah di atas, maka ditentukan batasan-batasan permasalahan agar laporan ini terfokus dan tidak meluas terlalu jauh. Terdapat beberapa batasan masalah yang akan dirancang dalam penjelasan Laporan Kerja Praktik ini, antara lain :

1. Perancangan yang difokuskan pada konten *feed* dan *story* interaktif Instagram Dear Hope di PT Piara Jiwa Indonesia sebagai media informasi.
2. Perancangan konten Instagram menggunakan *software* Adobe Illustrator.
3. Merancang desain *visual feed* Instagram yang berisi konten *tips*, *tricks* dan *facts* yang berhubungan dengan kesehatan mental.

## 1.4 Tujuan

Dengan adanya kerja praktik ini diharapkan mahasiswa mampu memberikan ide dari segi pembuatan desain promosi, serta merancang desain media sosial yang lebih menarik guna menunjang promosi agar lebih dikenal oleh masyarakat. Serta agar mahasiswa mengetahui dunia kerja untuk meningkatkan kualitas mahasiswa baik *softskill* maupun *hardskill*.

## 1.5 Manfaat

### 1.5.1 Bagi Mahasiswa

1. Menambah *networking*.
2. Menambah pengalaman kerja di bidang Industri Kreatif dan portfolio.
3. Membentuk sikap kerja profesional, kritis serta memahami *deadline* kerja.
4. Mengetahui proses desain sekaligus mengembangkan ilmu yang dipelajari selama perkuliahan dengan kerja lapangan.

### 1.5.2 Bagi Perusahaan

1. Membantu membuka dan menemukan ide-ide yang cemerlang dari informasi yang diberikan untuk mengembangkan perusahaan.
2. Memperkuat jaringan antara perusahaan dan perguruan tinggi.
3. Memudahkan perusahaan dalam mencari potensi di bidang desain dan industri kreatif.

### 1.5.3 Bagi Akademik

1. Terjalannya kerjasama/hubungan baik antara perguruan tinggi dengan perusahaan tempat mahasiswa kerja praktik.
2. Perguruan tinggi dapat meningkatkan kualitas lulusannya melalui pengalaman kerja praktik.
3. Perguruan tinggi akan lebih dikenal didunia industri dan memiliki citra baik dalam dunia kerja.

## 1.6 Pelaksanaan

### a. Detail Perusahaan

Nama Perusahaan : PT Piara Jiwa Indonesia  
Alamat : Graha Pena Lantai 15 Ruang 1503, Jl. Ahmad Yani No. 88, Surabaya, Jawa Timur.  
Telepon : +62 812-8453-0490  
E-mail : info@dearhope.id  
Website : <https://dearhope.id/>

### b. Periode

Tanggal Pelaksanaan : 13 September s.d 13 Desember 2022  
Waktu : 08:00 – 17:00 WIB (Senin – Jumat)

## **1.7 Sistematika Penulisan**

Laporan kerja praktik ini diharapkan dapat memberi manfaat bagi para pihak yang membutuhkan, baik secara teoritis maupun praktis, diantaranya :

### **BAB I PENDAHULUAN**

Dalam bab ini membahas tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, manfaat penelitian, periode kerja praktik, hingga sistematika penulis.

### **BAB II GAMBARAN UMUM INSTANSI**

Dalam bab ini membahas mengenai gambaran umum dari perusahaan yaitu, PT. Piara Jiwa Indonesia. Berupa profil perusahaan, visi misi perusahaan, struktur organisasi perusahaan, alamat perusahaan dan kontak perusahaan

### **BAB III LANDASAN TEORI**

Dalam bab ini membahas berbagai macam teori, dan konsep yang menjadi dasar kuat laporan kerja praktik dan perancangan konten media sosial instagram Dear Hope di PT. Piara Jiwa Indonesia

### **BAB IV DESKRIPSI PEKERJAAN**

Dalam bab ini membahas secara detail mengenai pekerjaan yang dilakukan penulis selama kerja praktik di perusahaan PT. Piara Jiwa Indonesia, yang diangkat dalam laporan kerja praktik ini.

### **BAB V PENUTUP**

Dalam bab ini berisikan mengenai kesimpulan dan saran yang membahas secara keseluruhan dari laporan kerja praktik dan hasil yang di buat selama kerja praktik.

### **DAFTAR PUSTAKA**

Dalam bab ini berisikan tentang daftar referensi yang digunakan sebagai daftar pelaksanaan kerja praktik berupa jurnal dan buku.

## BAB II

### GAMBARAN UMUM INSTANSI

#### 2.1 Profil Perusahaan



**Gambar 2. 1 Kantor Dear Hope**

(Sumber: Berkas Perusahaan, 2022)

Dear Hope adalah platform teknologi kesehatan mental di bawah PT Piara Jiwa Indonesia, berlokasi di Surabaya, Indonesia. Perusahaan ini didirikan pada Mei 2022 oleh empat orang teman yang memiliki keprihatinan yang sama mengenai kondisi kesehatan mental (baik layanan maupun masyarakat) di Indonesia. Tujuan Dear Hope didirikan adalah memberikan teman 24/7 (twenty four seven) yang selalu ada dalam berbagi cerita menenangkan diri di setiap kondisi masyarakat Indonesia.

#### 2.2 Visi dan Misi

##### 2.2.1 Visi

“Membangun ekosistem kesehatan mental yang inklusif di mana semua orang dapat mengaksesnya dengan mudah”.

##### 2.2.2 Misi

Menyediakan akses kesehatan mental yang dimulai dari dasar piramida kesehatan mental, Dear Hope berfokus pada penyediaan layanan kesehatan mental informal terlebih dahulu, daripada layanan formal.

### 2.3 Logo Perusahaan



**Dear Hope**

**Gambar 2. 2 Logo Dear Hope**

(Sumber: Data Perusahaan Dear Hope)

### 2.4 Alamat dan Kontak Instansi

Nama Perusahaan : PT Piara Jiwa Indonesia  
Alamat : Graha Pena Lantai 15 Ruang 1503, Jl. Ahmad Yani No. 88, Surabaya, Jawa Timur.  
Telepon : +62 812-8453-0490  
E-mail : [info@dearhope.id](mailto:info@dearhope.id)  
Website : <https://dearhope.id/>



UNIVERSITAS  
Dinamika

### 2.5 Struktur Organisasi



**Gambar 2. 3 Struktur Organisasi Dear Hope**

(Sumber: Olahan Penulis, 2022)

## 2.6 Deskripsi Pekerjaan

- **Chief Executive Officer (CEO)**

Bertanggung jawab atas keputusan-keputusan paling penting dalam menjaga kelangsungan PT Piara Jiwa Indonesia, menyusun strategi, bertindak sebagai pengawas serta memberikan evaluasi kinerja di PT Piara Jiwa Indonesia.

- **Chief Operation Officer (COO)**

Bertugas untuk penentu kebijakan yang berhubungan dengan operasional PT Piara Jiwa Indonesia, dan bertugas penuh dalam melaporkan kinerja antar divisi dalam perusahaan.

- **Chief Technical Officer (CTO)**

Bertanggung jawab untuk memimpin perencanaan, implementasi, memahami, menerapkan teknologi dan kebutuhan ilmiah perusahaan untuk membantu memenuhi tujuan bisnis.

- **Chief Product Officer (CPO)**

Bertanggung jawab atas strategi dan memastikan semua pekerjaan di bidang produk mulai dari inovasi, pengembangan, desain, hingga peluncuran produk perusahaan berjalan dengan lancar dan memastikan bahwa semua tim tetap dapat menjalin komunikasi dengan baik. Selama melaksanakan kerja praktik, penulis menjadi seorang *Graphic Designer* yang dipegang oleh CPO, bertugas mengkomunikasikan pesan dari *brief* yang telah dibuat melalui media visual yang akan dibuat seperti konten media sosial.

## **BAB III**

### **LANDASAN TEORI**

#### **3.1 Media Sosial**

Menurut Kotler dan Keller, media sosial adalah jenis media yang digunakan konsumen untuk berbagi teks, gambar, suara, video, dan informasi dengan orang lain. Menurut Taprial dan Kanwar, media sosial didefinisikan sebagai media yang digunakan seseorang untuk bersosialisasi atau untuk mendapatkan daring sosial dengan bertukar informasi, berita, foto, dan lain-lain dengan orang lain.

Media sosial adalah proses individu berinteraksi satu sama lain dengan menciptakan, membagikan, menukarkan dan modifikasi ide atau gagasan dalam konteks komunikasi virtual atau fisik. Media sosial merupakan sumber daya yang dapat digunakan untuk menciptakan berbagai bentuk komunikasi dan informasi bagi setiap orang yang menggunakannya. Media sosial secara konsisten memberikan bermacam kemudahan yang menjadikannya menyenangkan untuk waktu yang lama di media sosial.

Menurut Kaplan dan Haenlein, media sosial adalah sekelompok aplikasi berbasis internet yang dibuat dengan prinsip-prinsip dasar web 2.0, yang berfungsi sebagai platform untuk evolusi media sosial dan memungkinkan munculnya ide-ide dari *User Generated Content* (Agustina, 2022).

#### **3.2 Media Promosi**

Media promosi adalah sarana penyebaran informasi tentang suatu produk, jasa, organisasi, atau hal lain agar lebih dikenal masyarakat luas. Jenis media promosi yang paling tradisional adalah dari mulut ke mulut. Meskipun media ini cukup efektif, namun tidak terlalu efisien karena kecepatan penyampaiannya tidak terlalu dapat diprediksi. Media promosi maju seperti sekarang ini sudah banyak ditemukan contohnya berupa brosur, poster, booklet, leaflet, spanduk, baliho, *billboard*, *neon box*, *standing banner*, kartu nama, kop surat, seragam pegawai, jam dinding, poster di mobil/truk,

piring/gelas, iklan di tv, radio, spanduk terbang (ditarik pesawat), balon udara, iklan dimedia cetak, daftar menu, daftar harga dan sebagainya(Pratama, 2013).

### 3.3 Instagram

Instagram adalah satu-satunya produk dari pertumbuhan internet dan satu-satunya platform media sosial yang baru-baru ini diperluas secara signifikan oleh khalayak generasi saat ini. Hal ini dapat diubah dengan meningkatkan jumlah pengguna Instagram setiap tahunnya. Berbeda dengan media sosial lainnya, Instagram menitik beratkan kepada postingan foto dan video dari penggunanya. Namun, Instagram secara konsisten memperbarui sistemnya. Sejak didirikan pada tahun 2010, Instagram terus memperbarui fitur-fiturnya agar lebih lengkap dan lebih menarik.

Selain itu, Instagram merupakan salah satu pendorong berkembangnya dibidang industri pemasaran. Banyak wirausaha yang menggunakan Instagram sebagai sarana untuk mengiklankan barang ataupun jasa yang ditawarkan. Tidak hanya bisnis kecil, banyak brand internasional juga memanfaatkan menggunakan Instagram untuk berbagi informasi tentang produk yang mereka produksi.

Tidak hanya untuk komunikasi dan promosi, Instagram juga digunakan untuk penyampaian berita, informasi, dan media hiburan. Adapun juga pengguna memanfaatkan halaman di Instagram akunnya tersebut untuk membagikan informasi seputar berita dan fenomena kehidupan sehari-hari (Syahadatani, 2018).

### 3.4 Desain

Sebelum definisi desain dalam buku Pengantar Metodologi penelitian budaya rupa (Sachari, 2003), desain merupakan istilah baru yang berasal dari kata “design” dalam bahasa Inggris. Definisi ini mencakup kata-kata seperti rancang/rancangan/merancang, yang dinilai kurang mengekspresikan profesionalisme, keilmuwan, dan keluasan. Dalam waktu kurang dari empat tahun, istilah “desain” telah beralih ke bahasa Indonesia resmi negara, di mana sekarang lebih mudah dibaca dan lebih sering digunakan dalam interaksi

profesional atau pribadi daripada istilah “rancang” yang mengandung pengertian amat umum.

Menurut para ahli sejarah tahun 1960-an, ada beberapa pertimbangan desain yang sangat rasional, seperti yang ditunjukkan berbagai pengertian yang diutarakan sebagai berikut :

1. Menurut Acher (1965), desain adalah strategi pemecahan masalah dengan satu tujuan yang jelas.
2. Menurut Alexander (1963), desain adalah konsep fisik yang paling objektif.
3. Sebaliknya, Jones (1970) menyatakan bahwa desain adalah tindakan dan inisiatif untuk mengubah karya manusia.

Menurut orang-orang di industri, ada banyak pendapat berbeda tentang definisi desain, tetapi ini bukan satu-satunya perbedaan. Desain juga memiliki lingkup desain sebagai praksis, dan lingkup desain bisa memiliki batas yang tidak pasti. Hal tersebut dikarenakan setiap saat terjadi pengembangan-pengembangan sejalan dengan wacana kebudayaan dunia. Setiap aspek desain yang mungkin dipengaruhi oleh imajinasi dan kreativitas manusia (Izharudin, 2014).

### **3.5 Prinsip Desain**

Dikutip dari buku Dasar Desain Grafis (Purnomo, 2020), prinsip-prinsip desain adalah menghasilkan rancangan grafis menggabungkan elemen-elemen grafis. Ada 7 prinsip desain yaitu kesatuan, keseimbangan, proporsi, irama, kontras, harmoni, dan penekanan.

#### **1. Kesatuan**

Kesatuan adalah salah satu prinsip dasar desain grafis yang paling penting. Jika tidak ada kesatuan dalam karya desain, maka akan terlihat kacau dan tidak sedap dipandang. Prinsip kesatuan komposisi adalah semua bagian bentuk harus saling memiliki keterkaitan.

#### **2. Keseimbangan**

Keseimbangan diartikan sebagai suatu aturan yang berusaha agar unsur penempatan elemen mempunyai efek yang seimbang.

### 3. Proporsi

Proporsi adalah prinsip perbandingan ukuran antara elemen dengan bagian secara keseluruhan. Pada dasarnya rasio ini lebih menekankan pada ukuran elemen atau unsur-unsur yang disusun dan sejauh mana ukuran tersebut membantu dalam keselarasan tampilan dalam suatu desain atau karya.

### 4. Irama

Irama merupakan prinsip penyusunan elemen desain secara teratur sehingga pola tata letak tersebut menciptakan suatu kesan yang menarik. Dengan melakukan proses pengulangan pada elemen desain, maka tercipta sebuah pola dan irama. Sehingga mampu menciptakan sebuah desain yang menarik dan menyampaikan pesan atau informasi desainer kepada target audiens.

### 5. Kontras

Kontras adalah penggunaan elemen yang menonjol atau lebih menentang dari elemen lainnya. Penggunaan prinsip kontras dalam desain bertujuan agar desain atau karya tidak terlihat monoton. Tentu saja, penggunaan kontras dapat diperlihatkan dengan cukup baik agar tidak merusak keseimbangan yang ada dan dapat menimbulkan ketidakteraturan dan kontradiksi yang jauh dari kesan harmonis.

### 6. Harmoni

Prinsip harmoni atau keserasian, yang menjadi faktor agar desain tidak terkesan terlalu ramai. Jika, kontras bertindak dengan kesan kuat dan aktif untuk menarik perhatian, harmoni justru akan menunjukkan kesan pasif.

### 7. Penekanan

Desain perlu memiliki prinsip penekanan yang berarti menjadi suatu fokus untuk mendapatkan perhatian audience. Pada bagian penekanan ini, tata letak merupakan syarat penting untuk menarik perhatian audience.

### 3.6 Unsur-unsur Desain

Menurut (Suryaatmadja, 2016), terdapat beberapa unsur desain yang wajib diperhatikan sebelum dituangkannya menjadi sebuah tampilan visual, yakni antara lain :

#### 1. Garis

Garis adalah rangkaian titik-titik yang tak terhingga dan hubungan antara kedua titik tersebut. Secara struktural, garis memiliki lebar, tebal dan tekstur. Garis dapat digunakan untuk mendeskripsikan banyak hal, yaitu untuk mengekspresikan emosi, untuk mendeskripsikan bentuk atau tepian, dan untuk mendeskripsikan bidang.

Ada dua jenis garis, garis visual dan garis tersirat. Garis visual adalah garis yang terlihat secara langsung. Garis tersirat adalah garis yang tidak dapat dilihat secara langsung, garis ini memiliki panjang tetapi lebarnya tidak tersirat. Bentuk garis ini merupakan hubungan yang transparan antara unsur-unsur yang membentuk sebuah garis.

#### 2. Bidang

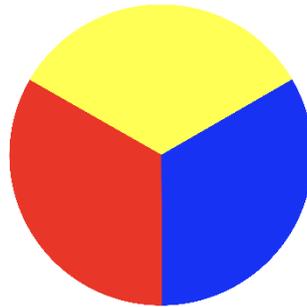
Bidang memiliki dimensi panjang dan lebar, berbentuk 2D baik dengan adanya kedalaman atau tidak. Saat kita melihat suatu benda dari kejauhan, yang kita sadari adalah bidangnya, detail seperti garis, *value* atau warna yang tidak dapat kita lihat menjadi satu dalam bidangnya. Biasanya kita tidak membutuhkan garis, *value*, dan warna untuk menyadari suatu benda, kita mengenali benda sesuai dengan tingkatannya. Seperti daerah kosong atau *negative space*, daerah kosong adalah daerah kosong yang mengelilingi bidang positif. Saat mendesain dengan subjek yang terlihat, mudah untuk mengidentifikasi area positif dan kosong.

#### 3. Warna

Terdapat beberapa kategori warna diantaranya :

##### a. Warna primer

Warna primer adalah warna alami yang tidak dapat dibuat dengan warna lain, tetapi warna lain dibuat dengan menggabungkan warna primer tersebut. Warna primer terdiri dari merah, kuning dan biru.



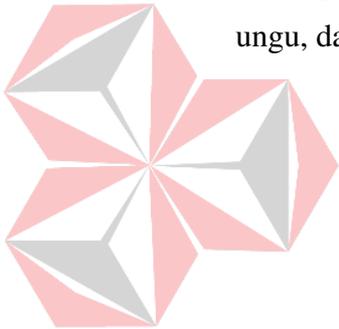
### Primary Colors

**Gambar 3. 1** Lingkaran Warna Primer

(Sumber: <https://www.ronapresentasi.com/teori-warna/>)

b. Warna Sekunder

Warna sekunder dibuat dengan menggabungkan dua warna primer. Kuning dengan merah menjadi jingga, merah dengan biru menjadi ungu, dan biru dengan kuning menjadi hijau.



### Secondary Colors

**Gambar 3. 2** Lingkaran Warna Sekunder

(Sumber: <https://www.ronapresentasi.com/teori-warna/>)

c. Warna Tersier

Warna tersier adalah kombinasi dari satu warna primer dan satu warna sekunder. Seperti merah dengan ungu, biru dengan hijau dan seterusnya.



### Tertiary Colors

Gambar 3. 3 Lingkaran Warna Tersier

(Sumber: <https://www.ronapresentasi.com/teori-warna/>)

#### 4. Value

*Value* menggambarkan tentang gelap dan terang, itu bergantung pada cahaya, karena tanpa cahaya maka tidak ada *value*. *Value* biasanya digunakan untuk menentukan kedalaman dalam 2D di mana pencahayaan menentukan bentuknya.

#### 5. Teksture

Tekstur merupakan indikasi kualitas suatu objek, ada dua jenis tekstur, yaitu *tactile* dan *implied*. *Implied* tekstur adalah tekstur yang bisa kita lihat tapi tidak bisa kita rasakan atau sentuh, secara teknis itu adalah ilusi dari tekstur. *Tactile* tekstur adalah tekstur yang dapat kita sentuh dan rasakan. Tekstur ini ditampilkan seutuhnya seperti benda yang kita lihat di aslinya. Contoh *implied* tekstur adalah fotografi, dimana kita dapat merasakan suasana dalam foto, sedangkan *tactile* tekstur adalah foto itu sendiri.

#### 6. Ukuran

Menjelaskan bahwa dasar visual dari ukuran menggambarkan hubungan, progres dari proporsi atau pengukuran, kuantitas, makna, dan tingkat didalam komposisi. Ukuran desain dapat memberikan variasi, perhatian, dan juga tampilan yang hinarki. Ketika komposisi dalam elemen berukuran sama maka komposisi akan terlihat datar dan hanya memiliki satu dimensi, sedangkan penggunaan ukuran yang berbeda dapat menarik perhatian yang melihat karena komposisi terlihat lebih menarik dan berdimensi. Ukuran dapat digunakan dalam sebuah gambar dan tipografi.

### 3.7 Layout

Secara bahasa layout memiliki arti tata letak. Layout merupakan sebuah sket rancangan awal untuk menggambarkan organisasi elemen-elemen komunikasi grafis yang akan disertakan. Konsep layout adalah usaha merangkai, menata, dan memadukan unsur-unsur komunikasi grafis (seperti teks, gambar, warna, dan lain-lain) ke dalam suatu media komunikasi visual yang komunikatif, estetik, persuasif, menarik, serta mencapai tujuan secara cepat dan tepat. Pertimbangan diperlukan ketika saat sedang mendesain untuk merencanakan suatu informasi dengan seefisien mungkin. Tujuan utama dari layout adalah untuk menyajikan elemen gambar dan teks sedemikian rupa sehingga lebih mudah bagi pembaca untuk menerima informasi yang disajikan (Rifqi, 2020).

### 3.8 Tipografi

Tipografi secara umum adalah teknik menyusun huruf dan teks dalam suatu pembuatan visual sedemikian rupa sehingga terbaca dan menarik untuk dilihat. Seni ini berkaitan erat dengan pemilihan jenis huruf atau biasa disebut font. Tipografi mendefinisikan estetika didalam suatu desain grafis. Oleh karena itu, dibutuhkan keahlian khusus untuk menyusun tipografi yang menarik secara visual dan dapat diterima dengan baik oleh pembaca.

Menurut (Monica, 2010)ada dua jenis bentuk dasar huruf dalam tipografi modern yaitu Serif dan Sans Serif. Jenis huruf serif mempunyai tebal-tipis garis yang jelas dan biasanya jenis huruf ini dipakai pada teks buku dan surat kabar. Sedangkan jenis huruf Sans Serif tidak terlalu jelas tebal-tipis garisnya, walaupun ada banyak akan terlihat sedikit sekali perbedaannya. Jenis huruf ini biasanya digunakan pada judul utama, sub judul, dan pada periklanan.



**Gambar 3. 4 Jenis Huruf Dalam Tipografi Modern**

(Sumber: <https://newenglandrepro.com/serif-vs-sans-serif-typeface/>)

## BAB IV

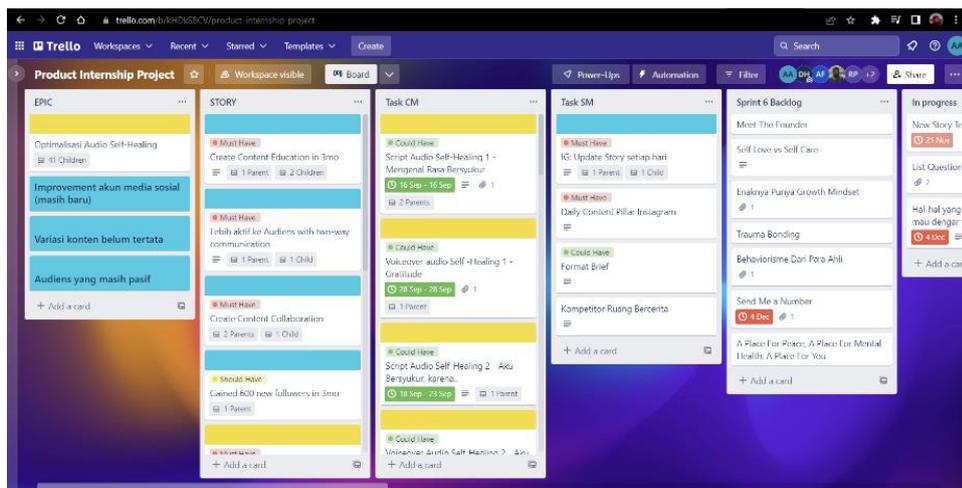
### DESKRIPSI PEKERJAAN

#### 4.1 Penjelasan Pekerjaan

Selama melaksanakan kegiatan kerja praktik yang dilaksanakan oleh penulis pada perusahaan PT Piara Jiwa Indonesia sebagai desain grafis yang bertanggung jawab atas tugas yang telah diberikan perusahaan, salah satu tugas tersebut adalah membuat desain media visual yang nantinya akan diunggah pada media sosial Instagram. Pembuatan desain *feed* ini bertujuan untuk memberikan informasi kepada konsumen mengenai *tips, trick, and fact* tentang kesehatan mental dengan *brief* yang sudah dibuat oleh perusahaan.

#### 4.2 Brief

*Brief* yang diberikan oleh penyelia yang diberikan kepada penulis, sebagai acuan atau landasan dalam pembuatan desain yang akan dibuat nantinya. Penulis bertanggung jawab untuk mengerjakan tugas membuat desain *feed* yang sudah sesuai dengan *brief* yang diberikan berupa tulisan dengan menggunakan aplikasi Trello. Untuk *brief* awal penulis diberikan sebuah catatan tersebut berkaitan dengan konsep pembuatan desain yang berisi isi konten, visual, penjelasan dan keterangan serta link untuk membuka gambar referensi yang digunakan sebagai contoh pembuatan desain.



**Gambar 4. 1 Brief Desain Feed Instagram**

(Sumber: Social Media Specialist Dear Hope, 2022)

Terdapat ketentuan bentuk, konsep, tipografi hingga warna *feed*. Dear Hope telah menyiapkan keseluruhan aturan untuk perancangan *feed*, tapi penulis tetap diberikan keleluasaan untuk menambahkan *ornament* asal tetap sesuai dengan *image* yang dimiliki Dear Hope yakni *calming*. Konsep warna juga dapat berubah sewaktu-waktu.

### 4.3 Gambar Referensi

Untuk membantu dalam merancang *feed* Instagram, divisi desain grafis biasanya menyertakan gambar referensi di setiap *brief* sehingga dapat digunakan sebagai acuan selama proses perancangannya. Proses ini dilakukan setelah *brief* dan konten sudah siap untuk diluncurkan. Tahap referensi di sini lebih terfokus pada melihat susunan atau tatanan seperti apa yang cocok untuk desain konten mingguan Dear Hope. Biasanya gambar-gambar tersebut berasal dari *feed* lain, dan sisanya men-download sendiri dari situs penyedia gambar gratisan seperti Freepik dan Pexels.



**Gambar 4. 2 Gambar Referensi Dear Hope**

(Sumber: Berkas Penulis 2022)

### 4.4 Software Yang Digunakan

*Software* yang digunakan oleh penulis dalam perancangan karya ini adalah Adobe Illustrator dan Adobe Photoshop. Adobe Illustrator digunakan untuk membuat desain *vector*, serta dapat membuat lembar (*artboard*) yang lebih banyak dalam satu tampilan, sehingga mempermudah proses pengerjaan karya. Penulis juga menggunakan *software* Adobe Photoshop digunakan untuk mengedit foto dan gambar agar terlihat lebih menarik.



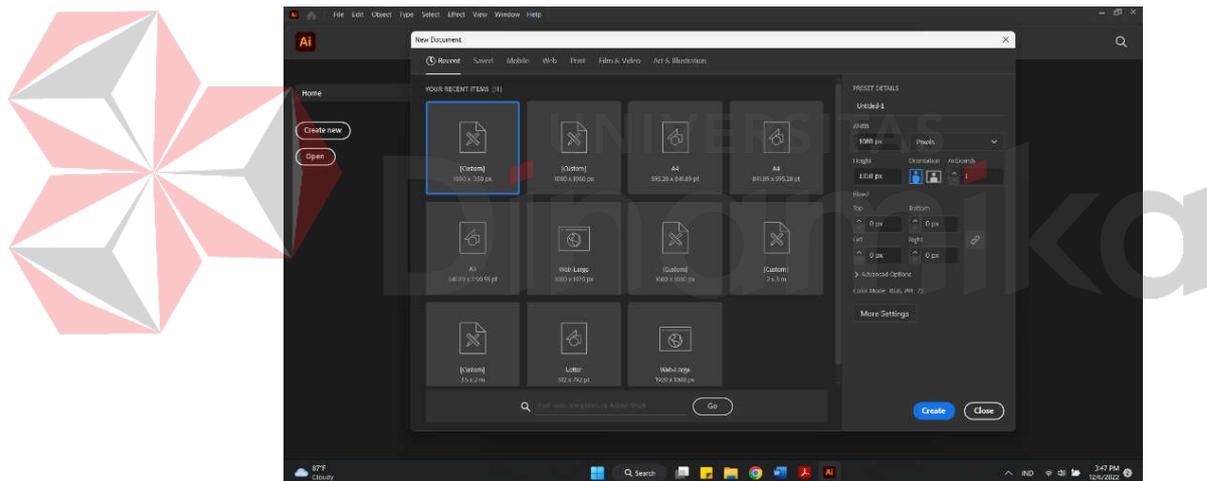
**Gambar 4. 3 Logo Adobe Illustrator dan Adobe Photoshop**

(Sumber: <https://dianisa.com/perbedaan-adobe-photoshop-dan-adobe-illustrator/>)

#### 4.5 Proses Desain *Feed* Instagram

Setelah melalui tahap pencarian referensi, kini proses pembuatan desain *feed* Instagram Dear Hope oleh penulis melalui beberapa tahap antara lain :

##### 4.5.1. Membuat Lembar Kerja (*Artboard*)

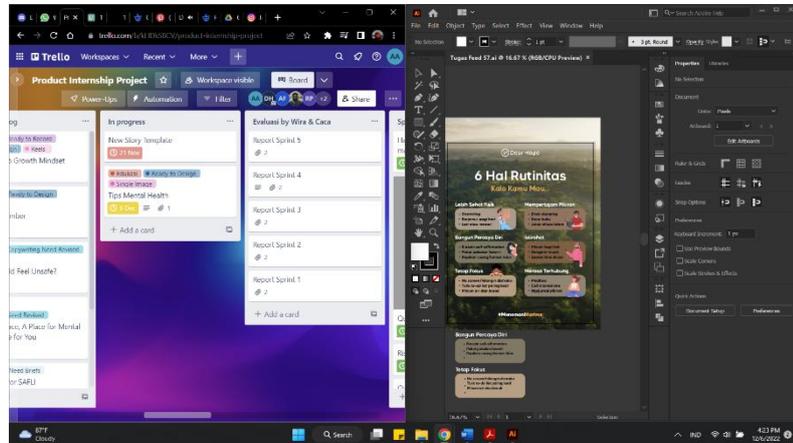


**Gambar 4. 4 Membuat Lembar Kerja (*Artboard*)**

(Sumber: Berkas Penulis, 2022)

Pembuatan desain *feed* Instagram dimulai dari langkah yang pertama yaitu membuka aplikasi *software* Adobe Illustrator. Langkah selanjutnya adalah membuat *artboard* dengan berukuran 1080 x 1350 *pixels*, yang sudah sesuai dengan *brief*. Selanjutnya memasukkan beberapa *artboard* yang dibutuhkan, biasanya akan membutuhkan hingga 2-10 *artboard* yang nantinya akan dibuat slide pada postingan Instagram.

## 4.5.2. Membuat Rancangan Desain Sesuai Brief



Gambar 4. 5 Merancang Desain Sesuai *Brief*

(Sumber: Berkas Penulis, 2022)

Setelah proses membuat lembar kerja baru (*Artboard*), selanjutnya yakni merancang desain *feed* Instagram sesuai dengan *brief* yang diberikan. Untuk postingan Instagram *feed* setiap harinya selalu berbeda, begitupun dengan gambar dan fotonya. Setiap postingan dibuat berbeda agar tidak membosankan, namun desain yang digunakan mengikuti *brief* agar terlihat senada disetiap postingannya.

## 4.5.3. Pemilihan Tipografi

Tipografi yang digunakan dalam perancangan desain *feed* Instagram ini menggunakan *font* yang sudah ditentukan oleh perusahaan, *font* yang digunakan untuk memudahkan para pembaca.

### Made Tommy Soft

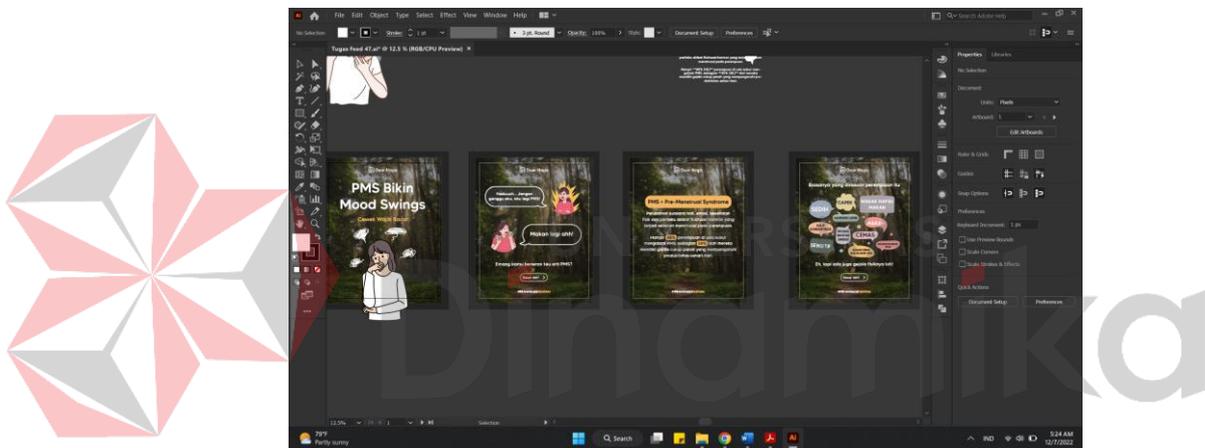
Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg  
Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo  
Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv  
Ww Xx Yy Zz  
1234567890  
!@#\$%^&\*()\_+{|}:“<>

Gambar 4. 6 *Font* Made Tommy Soft

(Sumber : Penulis, 2022)

#### 4.5.4. Memasukkan Unsur-Unsur Desain

Langkah selanjutnya adalah memasukkan unsur-unsur desain seperti background alam, warna juga ilustrasi dan tulisan yang sudah sesuai dengan *brief*. jika sudah dimasukkan dengan elemen-elemen desain, sudah mempertimbangkan komposisi, keseimbangan, tipografi dan *layout*, penulis melanjutkan untuk mengisi elemen-elemen berikutnya hingga selesai, tidak lupa disusun dengan rapi agar informasi dan juga keselarasan pada desain akan terlihat jelas. Begitupun dengan proses desain untuk postingan Dear Hope yang lainnya.

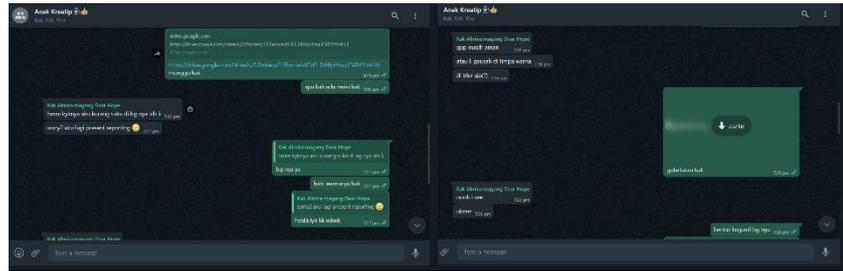


**Gambar 4. 7 Keseluruhan *Feed* Yang Sudah Jadi**

(Sumber : Penulis, 2022)

#### 4.5.5. Proses Asistensi

Langkah selanjutnya adalah desain yang telah dibuat diasistensikan di grup *WhatsApp* untuk diberikan *feedback* oleh penyelia. Setelah diberikan *feedback* penulis segera melakukan revisi. Proses asistensi ini tidak hanya satu kali saja tetapi beberapa kali untuk mendapatkan desain yang menarik.



**Gambar 4. 8 Proses Asistensi**

(Sumber : Penulis, 2022)

#### 4.5.6. Final Desain

Setelah diasistensikan digrup dan diberi *feedback* oleh penyelia, langkah selanjutnya adalah merevisi desain tersebut. Jika sudah *fix* dan tidak ada revisi lagi maka desain tersebut dianggap sudah *final* dan dilanjutkan untuk mengupload di Google Drive sesuai tanggal dan bulannya, guna memudahkan saat posting di *feed* Instagram.



**Gambar 4. 9 Final Desain**

(Sumber : Penulis, 2022)

#### 4.5.7. Pengimplementasian Karya ke Instagram

Setelah semua tahap telah dilakukan, langkah terakhir yaitu melakukan pengunggahan postingan ke Instagram dearhope.id. Demikianlah proses kerja yang dilakukan penulis selama melaksanakan kerja praktik di PT Piara Jiwa Indonesia.



Gambar 4. 10 Pengimplementasian Karya di Instagram

(Sumber : Instagram dearhope.id)

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pengalaman selama melaksanakan kegiatan Kerja Praktik dalam waktu tiga bulan di platform digital Dear Hope milik PT Piara Jiwa Indonesia, kesimpulan yang dapat diambil adalah sebagai berikut :

1. Menambah ilmu tentang pentingnya kesehatan mental.
2. Menambah ilmu dan wawasan tentang dunia *layout* dan desain.
3. Mengetahui tata cara kerja secara profesional, bekerja bersama tim, dan terikat oleh deadline.
4. Mengetahui bagaimana tahapan-tahapan dalam merancang sebuah konten di media sosial.
5. Dapat mengimplementasikan ilmu yang telah didapat dari perkuliahan ke dalam dunia kerja.

#### 5.2 Saran

Adapun saran yang dapat dikemukakan dari hasil kerja praktik di PT Piara Jiwa Indonesia, antara lain sebagai berikut:

##### 5.2.1. Bagi Perusahaan

1. Diharapkan adanya kerja sama antara universitas dengan perusahaan dalam pengoptimalan cara belajar melalui kerja praktik ini.
2. Lebih terbuka untuk memberikan arahan dan motivasi terhadap mahasiswa yang melakukan kerja praktik.

##### 5.2.2. Bagi Mahasiswa

1. Lebih aktif dan kreatif serta teliti dan bertanggung jawab dalam mengerjakan tugas yang diberikan.
2. Harus mempunyai keyakinan dan rasa percaya diri. Bekerja secara inisiatif dan kreatif, tidak menunggu untuk disuruh terlebih dahulu.
3. Dapat bekerja sama sehingga dapat mengerjakan tugas dengan baik, benar dan tepat waktu.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abukhair, A., Herawati, N., Solihat, S., Nur, Y., & Pratiwi, A. (2022). *INTEGRATED (Information Technology and Vocational Education) Volume 4 No. 1 | Perancangan Aplikasi Curhat Online Untuk Membantu Dalam Menyelesaikan Gangguan Kesehatan Mental Remaja.*
- Agustina, R. (2022). *IMPLEMENTASI PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM UNTUK MENINGKATKAN PRESTASI BELAJAR SISWA KELAS IX PADA MATA PELAJARAN PENDIDIKAN AGAMA ISLAM DI SMPN 54 PALEMBANG.* <http://repository.radenfatah.ac.id/20170/2/2.pdf>
- Izharudin, M. (2014). *Pembuatan Desain Grafis Untuk Branding Rumah Makan "Bakso AT" Dari Klien PT. Trivia Nusantara.*
- Monica. (2010). *PENGARUH WARNA, TIPOGRAFI, DAN LAYOUT PADA DESAIN SITUS.*
- Pratama, S. A. (2013). *Perancangan Desain Layout E-Learning Speed Reading PT. Siap Technovation Unggul.* <http://elib.unikom.ac.id>
- Purnomo, A. N. S. T. (2020). *Dasar desain grafis untuk SMK/MAK kelas X.* PT Gramedia Widiasarana.
- Rifqi, M. (2020). *Perancangan Katalog CV. Mutiara Jepara Indofurni Menggunakan Fotografi Desain.*
- Riskesdas. (2018). *Riskesdas 2018 Nasional.*
- Sachari, A. (2003). *Pengantar Metodologi Penelitian Budaya Rupa.* Erlangga.
- Salsabila Putri Suwijik, Q. A. (2022). Pengaruh Kesehatan Mental dalam Upaya Memperbaiki dan Mengoptimalkan Kualitas Hidup Perempuan. Dalam *Journal of Feminism and Gender Studies* (Vol. 2, Issue 2).
- Suryaatmadja, J. P. (2016). *Analisa Tanda Visual Iklan Televisi Nestle Bear Brand.* <https://bluni.files.wordpress.com/2008/12/IMPLIED-LINE2.JPG>
- Syahadatani, V. D. (2018). *BIAS PEREMPUAN DALAM POSTINGAN AKUN INSTAGRAM (Analisis Semiotik pada Akun IndozoneLife).*