

PERANCANGAN INSTAGRAM FEEDS LUVU DRINK INDONESIA

LAPORAN KERJA PRAKTIK



Oleh:

Geby Ramadhanu 19420100012

FAKULTAS DESAIN DAN INDUSTRI KREATIF UNIVERSITAS DINAMIKA 2023

PERANCANGAN INSTAGRAM FEEDS LUVU DRINK INDONESIA

LAPORAN KERJA PRAKTIK

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan

Mata Kuliah Kerja Praktik



Oleh:

Nama : GEBY RAMADHANU

NIM : 19420100012

Program : S1 (Strata Satu)

Jurusan : Desain Komunikasi Visual

FAKULTAS DESAIN DAN INDUSTRI KREATIF UNIVERSITAS DINAMIKA SURABAYA 2023

LEMBAR MOTTO



"MENCARI PENGALAMAN DAN ILMU AGAR TETAP HIDUP."

LEMBAR PERSEMBAHAN



Laporan kerja praktek ini saya persembahkan untuk Ibu tercinta, Saudari
Perempuan yang telah berjuang keras untuk saya, Yunita yang telah mengerti
dan mendukung saya, dan seluruh orang-orang terdekat saya yang selalu
memberikan dukungan

Terima Kasih

LEMBAR PENGESAHAN

PERANCANGAN INSTAGRAM FEEDS LUVU DRINK INDONESIA

Laporan Kerja Praktik oleh:

Geby Ramadhanu

NIM: 19420100012

Telah diperiksa, diuji, dan disetujui

Surabaya 13 Januari 2023

Disetujui

Dosen Pembimbing,

Evi Farsiah Utami, S.Ds., MA.

NIDN. 0717029106

Mengetahui,

Ketua Program Studi S1 Desain Komunikasi

Dhika NIDN: 0720028701

PERNYATAAN

PERSETUJUAN PUBLIKASI DAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Sebagai mahasiswa Universitas Dinamika, Saya:

Nama

: Geby Ramadhanu

NIM

: 19420100012

Program Studi

: S1 Desain Komunikasi Visual

Fakultas

: Fakultas Desain dan Industri Kreatif

Jenis Karya

: Laporan Kerja Praktek

Judul Karya

: PERANCANGAN FEEDS INSTAGRAM LUVU

DRINK 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.

- 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, 13 Januari 2023

METERAI TEMPEL

Geby Ramadhanu NIM: 19420100012 **ABSTRAK**

Berkembangnya teknologi di Indonesia, semakin banyak peluang bisnis

yang menggunakan teknologi. Jenis usaha yang diminati oleh perusahaan

karena memiliki potensi besar di masyarakat luas, semakin banyak perusahaan

membuka bisnis karena tidak memerlukan modal banyak seperti perusahaan

yang bergerak di bidang kuliner makanan dan minuman, maka kebutuhan tenaga

kerja sangat diperlukan terutama dalam bagian desain.

Desain diperlukan oleh perusahaan karena pentingnya sebuah identitas

brand yang terdiri dari logo, desain kemasan, desain media promosi, dan lain-

lain. Topik dalam Kerja Praktik yang dilaksanakan oleh penulis dengan

mengangkat "Perancangan Instagram Feeds Luvu Drink Indonesia", penulis

berharap dalam kerja praktik ini dapat membantu citra perusahaan dalam

menggunakan media promosi dengan bagus agar dapat menarik masyarakat

melalui konten dan desain feeds yang dibuat dan diunggah di media sosial

Instagram Luvu Drink Indonesia.

Mengembangkan ide kreatif dan dapat menyaingi perusahaan serupa

dalam media digital. Perancangan Instagram feeds ini akan memberikan hasil

berupa desain untuk media promosi, desain feeds, desain menu, desain voucher,

dan video promosi.

Kata Kunci: Media promosi, Media sosial, Desain Feeds.

vii

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadirat Allah S.W.T. yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga Laporan Kerja Praktik yang berjudul "Perancangan Instgram Feeds Luvu Drink Indonesia" dapat terselesaikan dengan lancar tanpa suatu halangan apapun.

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

Suksesnya penyusunan laporan ini berkat adanya bantuan serta dukungan dari beberapa pihak yang terlibat, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, disampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

- 1. Bapak Prof. Dr. Budi Jatmiko, M.Pd. selaku Rektor Universitas Dinamika;
- 2. Bapak Dhika Yuan Yurisma, M.Ds., ACA selaku Ketua Program Studi S1
 Desain Komunikasi Visual;
- 3. Evi Farsiah Utami, S.Ds., MA. selaku Dosen Pembimbing yang telah membimbing serta memberikan arahan dan dukungan dalam penyusunan Laporan Kerja Praktik dari awal hingga selesai;
- 4. **Bapak Azis Syahriar**. selaku Penyelia dan seluruh Kolega di Luvu Drink Indonesia di Surabaya yang juga memberikan ijin untuk melakukan kerja praktik dan masukan terhadap implementasi kerja praktik, serta memberikan ilmu dan motivasi;
- 5. Dan untuk semua kolega kreatif, saudara serta keluarga yang turut membantu dan mendukung penyelesaian penyusunan Laporan Kerja Praktik ini.

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

Geby Ramadhanu

Penulis

DAFTAR ISI

| PERAN | NCANGAN INSTAGRAM FEEDS | . ii |
|----------|---|----------|
| LUVU | DRINK INDONESIA | . ii |
| LEMB | AR MOTTO | iii |
| LEMB | AR PERSEMBAHAN | iv |
| LEMB | AR PENGESAHAN | . v |
| | AR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI DAN KEASLIA | |
| | A ILMIAH | |
| | RAK | |
| | PENGANTARv | |
| | AR ISI | |
| | AR GAMBAR | |
| | AR LAMPIRANx | |
| BABI | PENDAHULUANLatar Belakang Masalah | , I 1 |
| Maria De | Rumusan Masalah | . 1 |
| 1.2 | Batasan Masalah | |
| 1.3 | TujuanTujuan | 2 |
| 1.4 | Manfaat | |
| | .1 Bagi Mahasiswa | |
| | - | |
| | .2 Bagi Instansi/Perusahaan | |
| 1.4 | Pelaksanaan. | |
| 1.7 | Sistematika Penulisan | |
| | GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN | |
| 2.1 | Profil Perusahaan | |
| 2.1 | Visi, Misi dan <i>Value</i> | |
| 2.3 | Logo Perusahaan | |
| 2.4 | Kantor Luvu Drink Indonesia | |
| 2.5 | Struktur Organisasi | |
| 2.6 | Deskripsi Pekerjaan | |
| | I LANDASAN TEORI | |
| 3.1 | Media Sosial | |
| | | |

| 3 | .2 | Promosi | 9 |
|------------|------------|---|----|
| 3 | .3 | Konten | 9 |
| 3 | .4 | Layout | 10 |
| | 3.4 | .1 Titik | 11 |
| | 3.4 | .2 Garis | 11 |
| | 3.4 | .3 Bidang | 11 |
| | 3.4 | .4 Bentuk | 11 |
| | 3.4 | .5 Tekstur | 11 |
| | 3.4 | .6 Warna | 12 |
| BA | B IV | DESKRIPSI PEKERJAAN | 15 |
| 4 | .1 | Penjelasan Pekerjaan | 15 |
| 4 | .2 | Konsep dan Ide Pekerjaan | 15 |
| 4 | .3 | Brief | 16 |
| 4 | .4 | Software dan Aplikasi yang digunakan | 17 |
| | 4.4 | .1 Adobe Photoshop | 17 |
| | 4.4 | 2 Facebook Business Manager | 18 |
| 4 | .5 | Referensi | 18 |
| 4 | .6 | Proses Desain Feeds | 20 |
| | 4.6 | .1 Proses perancangan feeds Rekomendasi Menu Series Klasik | 20 |
| | 4.6 | .2 Proses perancangan feeds Tiga Langkah Mudah Order Online | 24 |
| | 4.6 | .3 Proses perancangan <i>feeds</i> Rekomendasi Menu Hari Kamis | 31 |
| 4 | .7 | Proses Perancangan Pembuatan Copywriting | 36 |
| | .8 aceb | Proses Unggahan <i>Feeds</i> Instagram, <i>Caption</i> , dan <i>Hastag</i> di <i>Software</i> book Business Manager | 39 |
| 4 | .9 | Preview hasil desain tiga feeds beserta caption dan hastag | 40 |
| 4 | .10 | Proses Hasil Analisis Perkembangan Instagram pada Fitur Insight | 42 |
| BA | B V | | 46 |
| PE | TUN | TUP | 46 |
| 5 | .1 K | esimpulan | 46 |
| 5 | .2 Sa | aran | 46 |
| | 5.2 | .1 Bagi Perusahaan | 46 |
| | 5.2 | .2 Bagi Mahasiswa | 46 |
| DA | FTA | AR PUSTAKA | 47 |
| LA | MPl | RAN 1 | 48 |
| LA | MPl | [RAN 2 | 49 |
| T.A | MPI | [RAN 3 | 50 |

| LAMPIRAN 4 | 51 |
|-----------------|----|
| LAMPIRAN 5 | 52 |
| LAMPIRAN 6 | 53 |
| LAMPIRAN 7 | 54 |
| LAMPIRAN 8 | |
| LAMPIRAN 9 | |
| BIODATA PENULIS | |



DAFTAR GAMBAR

| Gambar 2. 1 Perusahaan Luvu Drink Indonesia | 5 |
|--|-----|
| Gambar 2. 2 Logo Luvu Drink Indonesia | 6 |
| Gambar 2. 3 Kantor Luvu Drink Indonesia | 7 |
| Gambar 2. 4 Struktur Organisasi Luvu Drink Indonesia | 7 |
| Gambar 3. 1 Warna Primer | 13 |
| Gambar 3. 2 Warna Sekunder | 14 |
| Gambar 3. 3 Warna Tersier | |
| Gambar 4. 1 Konsep Desain Feeds | 16 |
| Gambar 4. 2 Brief Konten Mingguan | |
| Gambar 4. 3 Logo Adobe Photoshop 2020 | 17 |
| Gambar 4. 4 Logo Facebook Business Manager | |
| Gambar 4. 5 Referensi <i>Feeds</i> | |
| Gambar 4. 6 Jenis <i>Feeds</i> | |
| Gambar 4. 7 Sketsa Digital Menu Series "Klasik" | |
| Gambar 4. 8 Elemen Tambahan dari Perusahaan | |
| Gambar 4. 9 Tipografi Utama | |
| Gambar 4. 10 Tipografi Tambahan | |
| Gambar 4. 11 Code Color Pallete | |
| Gambar 4. 12 Proses Pembuatan Feeds di Adobe Photoshop | |
| Gamb <mark>ar 4. 13 Elemen dan <i>Pattern</i> tambahan yang digunakan</mark> | |
| Gambar 4. 14 Hasil Desain Feeds Menu Rekomendasi Series Klasik | |
| Gambar 4. 15 Sketsa Digital <i>Feeds</i> Pertama | |
| Gambar 4. 16 Sketsa Digital Feeds Slide Selanjutnya | 25 |
| Gambar 4. 17 Tipografi Utama dan Tipografi Tambahan | 26 |
| Gamb <mark>ar 4. 18 Code Color Pallete Feeds Utama</mark> | 26 |
| Gamb <mark>ar</mark> 4. 19 <i>Code Color Pallete Feeds</i> Tambahan | |
| Gambar 4. 20 Proses Pembuatan Feeds Utama di Adobe Photoshop | |
| Gambar 4. 21 Proses Pembuatan Feeds Slide di Adobe Photoshop | 28 |
| Gambar 4. 22 Elemen dan Pattern tambahan yang digunakan | 28 |
| Gambar 4. 23 <i>Mockup</i> tambahan yang digunakan | |
| Gambar 4. 24 Foto sebelum diedit <i>Retouch</i> | |
| Gambar 4. 25 Foto sesudah diedit <i>Retouch</i> | |
| Gambar 4. 26 Hasil Desain Feeds Utama Tiga Langkah Mudah Order Online | 30 |
| Gambar 4. 27 Hasil Desain Feeds Slide Tiga Langkah Mudah Order Online | |
| Gambar 4. 28 Sketsa Digital Feeds Rekomendasi Menu Hari Kamis | 32 |
| Gambar 4. 29 Tipografi Utama | 32 |
| Gambar 4. 30 Tipografi Tambahan | 33 |
| Gambar 4. 31 Code Color Pallete Feeds yang digunakan | |
| Gambar 4. 32 Proses Pembuatan Feeds Rekomendasi Menu Hari Kamis di Ade | obe |
| Photoshop | |
| Gambar 4. 33 Elemen dan Pattern tambahan yang digunakan | 35 |
| Gambar 4. 34 Foto sebelum diedit <i>Retouch</i> | 35 |
| Gambar 4. 35 Foto sesudah diedit Retouch | 36 |
| Gambar 4. 36 Hasil Desain Feeds Rekomendasi Menu Hari Kamis | 36 |
| Gambar 4. 37 Referensi Caption Instagram Chattimeindo | 37 |
| Gambar 4. 38 Referensi Caption Instagram Haus Indonesia | 37 |
| Gambar 4. 39 Kata Kunci yang digunakan | |

| Gambar 4. 40 Hastag Luvu Drink Indonesia | 39 |
|---|----|
| Gambar 4. 41 Penggunaan Facebook Business Manager | 39 |
| Gambar 4. 42 Penggunaan Facebook Business Manager | 40 |
| Gambar 4. 43 <i>Preview</i> Hasil Desain Tiga <i>Feeds</i> | 40 |
| Gambar 4. 44 Pengaplikasian Caption dan Hastag di Feeds Pertama | 41 |
| Gambar 4. 45 Pengaplikasian Caption dan Hastag di Feeds Kedua | |
| Gambar 4. 46 Pengaplikasian Caption dan Hastag di Feeds Ketiga | 42 |
| Gambar 4. 47 Insight Luvu Drink Indonesia | 43 |
| Gambar 4. 48 Insight Lokasi Luvu Drink Indonesia | |
| Gambar 4. 49 Insight Usia Pengunjung Luvu Drink Indonesia | |
| Gambar 4. 50 <i>Insight</i> Jenis Kelamin Pengunjung Luvu Drink Indonesia | |
| Gambar 4. 51 <i>Insight</i> Keseluruhan | |



DAFTAR LAMPIRAN

| Lampiran 1 Surat Balasan Kerja Praktik Perusahaan | 48 |
|---|----|
| Lampiran 2 Form Kerja Praktik 5 (Halaman 1) | 49 |
| Lampiran 3 Form Kerja Praktik 5 (Halaman 2) | 50 |
| Lampiran 4 Form Kerja Praktik 5 (Halaman 3) | 51 |
| Lampiran 5 Form Kerja Praktik 6 (Halaman 1) | 52 |
| Lampiran 6 Form Kerja Praktik 6 (Halaman 2) | 53 |
| Lampiran 7 Form Kerja Praktik 7 (Halaman 1) | 54 |
| Lampiran 8 Form Kerja Praktik 7 (Halaman 2) | 55 |
| Lampiran 9 Form Bimbingan Dosen | 56 |



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Teknologi berkembang pesat dapat menunjang seluruh aktivitas dan akses komunikasi dan informasi di berbagai media diseluruh dunia. Pengguna umum dan pengguna bisnis sudah banyak bergerak di segala bidang untuk memulai dan membentuk usaha di berbagai media, khususnya pada media sosial mulai dari membangun interaksi kepada semua orang, membangun komunikasi, kegiatan bisnis, dan juga mendapatkan keuntungan melalui media sosial.

Media sosial kini banyak dipakai untuk mendapatkan informasi dan menjalin komunikasi, terlebih bagi pengusaha yang sedang merintis usaha, maka media sosial sangat mudah diakses dan dibutuhkan para pelaku pengusaha untuk mendapatkan calon pembeli. Banyak pelaku usaha yang mudah mendapatkan target keuntungan karena dampak perkemabangan media yang bisa digunakan dengan cara promosi.

Brand merupakan hal yang sangat penting bagi aspek perusahaan. Suatu perusahaan harus membentuk brand dengan mengikuti perkembangan termasuk media sosial agar dapat mengkomunikasikan suatu hal yang sama sesuai denga tujuan Brand tersebut. Melalui sebuah proses branding. Brand akan dapat meraih target dan dapat menciptakan brand identity yang mudah diingat oleh calon pembeli.

Era digital semakin berkembang dan diperlukannya branding yang membutuhkan wadah digital seperti media sosial untuk mendapatkan keuntungan dari sebuah produk atau *velue* yang dijual.

Luvu Drink Indonsesia adalah salah satu perusahaan yang bergerak di bidang kuliner, yang mencari jasa desain untuk promosi dan membutuhkan tempat untuk meningkatkan konten di Instagram Luvu Drink Indonesia guna memperbaiki kualitas visual dari sebuah *brand* untuk kustomernya yang berlokasi di Kota Surabaya

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang diangkat dalam laporan ini yaitu:

Bagaimana merancang sebuah *feeds* Instagram Luvu Drink Indonesia dengan konten yang menarik.

1.3 Batasan Masalah

Agar jelas dan terarah, terdapat beberapa batasan masalah yang akan dirancang dalam penjelasan Laporan Kerja Praktik ini, antara lain :

- 1. Merancang feeds Instagram yang lebih menarik dari feeds Instagram sebelumnya.
- 2. Perancangan media promosi digital berbasis desain grafis menggunakan *software* Adobe Photoshop.
- 3. Konten yang menarik untuk berbagai kalangan usia.
- 4. Pemilihan kalimat pada desain serta *caption* yang menarik untuk dibaca calon konsumen.

1.4 Tujuan

Berdasarkan pada batasan masalah di atas, maka tujuan pada perancangan feeds ini adalah untuk mempromosikan perusahaan di bidang kuliner Luvu Drink Indonesia secara maksimal yag berfokus pada konten di Instagram. Hal ini ditunjukan melalui desain *layout* yang menarik minat masyarakat sehingga dapat memasarkan produk Luvu Drink Indonesia dengan baik. Selain itu membuat *copywriting* yang menarik melalui *caption* yang dirangkai pada setiap konten yang diberikan.

1.5 Manfaat

Dalam melakukan kegiatan Kerja Praktik di Luvu Drink Indonesia ini, manfaat yang dapat diperoleh antara lain :

1.4.1 Bagi Mahasiswa

1. Menerapkan dan mengembangkan ilmu desain grafis yang telah diajarkan pada saat perkuliahan.

- 2. Menambah ilmu dan pengalaman dibidang *branding*, *digital marketing*, dan industri kreatif.
- 3. Menambah wawasan dan pengetahuan untuk mempersiapkan diri baik secara teoritis maupun secara praktis.
- 4. Menambah jaringan relasi.
- 5. Dapat memahami setiap proses dalam pembuatan *feeds* Instagram Luvu Drink Indonesia.

1.4.2 Bagi Instansi/Perusahaan

- 1. Membantu Luvu Drink Indonesia dalam pembuatan konten *feeds* Instagram.
- 2. Membantu meningkatkan kualitas citra *brand* di Luvu Drink Indonesia Memperkuat jaringan antara perusahaan dan perguruan tinggi.
- 3. Memudahkan perusahaan dalam mencari potensi di bidang desain grafis dan industri kreatif.

UNIVERSITAS

1.4.3 Bagi Akademik

- 1. Dapat mengaplikasikan ilmu deasin grafis pada setiap proyek di Luvu Drink Indonesia
- 2. Perguruan tinggi akan dikenal dan memilik citra baik di dunia kerja.
- 3. Kerja Praktik dapat dijadikan sebagai *portfolio* dan *asset* dalam dunia kerja nantinya.

1.6 Pelaksanaan.

a. Detail Perusahaan

Nama Perusahaan : Luvu Drink Indonesia

Alamat : Jl. Nginden Intan Raya Blok A2 No. 11,

Kota Surabaya,

Jawa Timur 60118

Telepon : (+62) 8214-1139-117

Instagram : @luvudrink.idn

E-mail : luvu.drink@gmail.com

b. Periode

Tanggal Pelaksanaan : 2 Juni 2022 s.d. 31 July 2022

Waktu : 08.30 – 17.00 (Senin – Jumat)

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan berikut bertujuan untuk memberikan kemudahan dalam memahami pembahasan pada Laporan Kerja Praktik ini, berikut

sistematika penulisan antara lain:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini membahas tentang latar belakang, perumusan masalah, batasan

masalah, tujuan, manfaat, pelaksanaan (kerja praktik), dan sistematika penulisan

Laporan Kerja Praktik.

BAB II GAMBARAN UMUM INSTANSI

Dalam bab ini membahas tentang profil instansi yang ditempati dalam pelaksanaan

Kerja Praktik di Luvu Drink Indonesia, yang berisikan mengenai profil, logo, visi

dan misi, tugas dan fungsi, dan deskripsi pekerjaan dari instansi tersebut.

BAB III LANDASAN TEORI

Dalam bab ini membahas tentang berbagai teori yang relevan dan cocok dengan

judul Laporan Kerja Praktik ini guna menunjang penulisan Laporan Kerja Praktik.

BAB IV DESKRIPSI PEKERJAAN

Dalam bab ini membahas secara detail tentang pekerjaan yang telah dilaksanakan

pada saat Kerja Praktik di Luvu Drink Indonesia, yang diangkat dalam Laporan

Kerja Praktik ini.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisikan tentang kesimpulan dan saran terkait pembahasan pada Laporan

Kerja Praktik. Saran berisi beberapa masukan untuk permasalahan yang diangkat

dalam Laporan Kerja Praktik ini

4

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil Perusahaan



Gambar 2. 1 Perusahaan Luvu Drink Indonesia

(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2022)

Luvu Drink Indonesia adalah Pelaku Bisnis yang bergerak dibidang Kuliner. Dimana kami menyediakan produk-produk minuman kekinian dengan berbagai rasa yang menyegarkan.

Berikut adalah beberapa informasi mengenai identitas dari Luvu Drink Indonesia:

Nama Perusahaan : Luvu Drink Indonesia.

Alamat : Jl. Nginden Intan Raya Blok A2 No. 11,

Kota Surabaya,

Jawa Timur 60118

Telepon : (+62) 8214-1139-117

Instagram : @luvudrink.idn

E-mail : luvu.drink@gmail.com

Hari Kerja : Senin s/d Jum'at

Jam Kerja : 08.30 – 17.30

2.2 Visi, Misi dan Value

1. Visi

Menjadi Pelaku Usaha yang bergerak di bidang Kuliner kekinian dan Berkembang ke seluruh Indonesia seperti pembukaan outlet-outlet di setiap titik kota di Indonesia.

2. Misi

Menjaga Konsistensi dalam memberikan Pelayanan terbaik dan Memberikan produk-produk kekinian yang baru ke customer. Dari segi pengalaman pembelian dan rasa produk yang berkualitas tinggi dan segar.

3. Value

- a. Memahami Perubahan Pasar dibidang Kuliner .
- b. Melayani Klien dengan Penuh Semangat
- c. Berusaha Keras untuk Keunggulan.







Gambar 2. 2 Logo Luvu Drink Indonesia

(Sumber: Instagram Luvu Drink Indonesia, 2022)

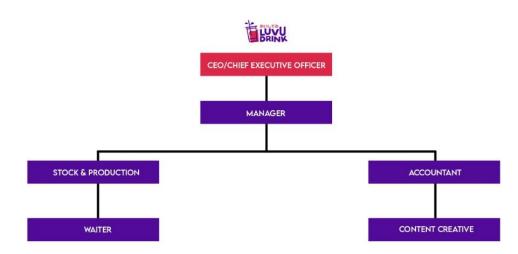
2.4 Kantor Luvu Drink Indonesia



Gambar 2. 3 Kantor Luvu Drink Indonesia (Sumber: Dokumentasi Penulis, 2022)

2.5 Struktur Organisasi

Berikut ini merupakan susunan struktur organisasi Luvu Drink Indonesia.



Gambar 2. 4 Struktur Organisasi Luvu Drink Indonesia (Sumber : Olahan penulis, 2022)

2.6 Deskripsi Pekerjaan

1) CEO / Chief Executive Officer

CEO memiliki peran penting yaitu memimpin dan menentukan arah perusahaan dengan sebaik mungkin. CEO harus menjadi pimpinan dengan membuat kebijakan strategis, membangun budaya kerja yang kreatif dan positif.

2) Manager

Mengawasi seluruh kegiatan operasional berjalan dengan baik dan sesuai aturan perusahaan, melatih karyawan yang berhadapan langsung dengan pengujung. Mengawasi perkembangan media sosial agar berjalan dengan baik.

3) Accountant

Mencatat dan melaporkan setiap transaksi yang diperoleh dan pengeluran serta menyiapkan memeriksa faktur laporan keuangan harian, mingguan, dan bulanan.

4) Stock & Production

Mengatur dan mendata stok di Gudang untuk bahan baku pembuatan makanan dan minuman memastikan kualitas bagus dan terjaga, serta mengatur jumlah produksi sesuai evaluasi laporan harian agar meminalisir kerugian dari bahan pokok.

5) Waiter

Melayani pengunjung yang datang, mengambil dan menyajikan pesanan pengunjung, melakukan table set up dan clear up.

6) Content Creative

Membuat konten yang menarik serta desain untuk dipromosikan pada media sosial, membantu merancang isi konten yang menarik.

BAB III LANDASAN TEORI

3.1 Media Sosial

Media Sosial merupakan media online yang dapat membantu pelaku usaha bisnis dalam memudahkan promosi atau periklanan tawaran jasa atau produk yang ditawarkan yang mencakup lebih luas pengguna media sosial.

Media sosial mengajak siapa saja yang tertarik dalam melihat informasi dan komunikasi yang diberikan untuk memberikan kontribusi dan *feedback* secara terbuka, serta memberikan komentar dan membagikan informasi dengan waktu yang cepat dan luas diberbagai belahan dunia (Tasruddin, 2021)

3.2 Promosi

Menurut (Lustono and Laila Cahyani, 2020) promosi merupakan elemen bauran pemasaran yang berfokus pada upaya menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan kembali konsumen akan merek dan produk perusahaan. Sedangkan menurut menurut (Sugawara and Nikaido, 2014) promosi adalah salah satu unsur dalam bauran pemasaran perusahaan yang didayagunakan untuk memberitahukan, membujuk, dan mengingatkan tentang produk perusahaan.

Berdasarkan pernyataan diatas maka kegiatan untuk menyampaikan pesan tertentu tentang produk baik barang ataupun jasa, merek pangan atau perusahaan dan lain sebagainya kepada konsumen sehingga dapat membantu pemasaran. Promosi bertujuan untuk memberikan informasi tentang produk yang ditawarkan, membujuk konsumen untuk mencoba produk, dampak promosi yang gabus dapat mengingatkan konsumen kepada produk yang ditawarkan, dan mendapatkan nilai tambah dari konsumen.

3.3 Konten

Pembuatan konten yang menarik, isi konten nantinya akan dikembangkan menjadi sebuah desain untuk media promosi. Isi konten harus lebih menarik dari sebelumnya sehingga audiens akan lebih tertarik dari segi visual yang menggunakan desain dan membaca mengenai produk yang di tampilkan dalam media promosi.

Cara dalam membuat konten yang menarik dan efektif adalah dengan membuat konten yang menarik dan menyesuaikan dengan trend yang ada. Contohnya seperti mempromosikan produk minuman melalui media sosial maka konten dibuat dengan desain yang menyegarkan dan tampilan visual yang menyesuaikan trend yang mendeskripsikan seberapa menyegarkannya minuman yang disajikan, serta menginformasikan pada setiap konten. Selain itu sertakan pembuatan desain yang berkarakteristik agar memudahkan audiens mengingat dari brand perusahaan yang menawarkan jasa atau produk. Dengan mengetahui informasi tentang lokasi geografis, *market place online* lainnya yang akan dituju audiens agar lebih mudah menentukan isi konten dan desain yang dibuat nanti.

3.4 Layout

Dalam layout semua serba relatif, artinya sarana ataupun teknik dalam suatu karya yang berhasil belum tentu kembali berhasil di karya lainnya, dan kemudahan seseorang untuk menerima atau menyerap isi pesan dari layout yang disampaikan menjadi penting dengan harapan akan dibaca berulang kali (Effendy, 1986)

Layout merupakan sebuah sketsa rancangan awal untuk menggambarkan organisasi unsur-unsur komunikasi grafis yang akan disertakan. Secara istilah, pengertian layout adalah usaha menyusun, menata dan memadukan unsur-unsur komunikasi grafis. Memadukan unsur-unsur atau elemen-elemen grafis adalah sebuah senitersendiri dalam mengasilkan media komunikasi yang komunikatif, oleh karenaitu dibutuhkan penataan yang tepat. Pengorganisasian atau penataan unsur grafis tersebut dilakukan berdasarkan kriteria tertentu yang disesuaikan dengan tujuan dari pesan yang akan disampaikan (Megadini and Anggapuspa, 2021)

3.4.1 Titik

Titik sebagai unsur utama desain ditampilkan dalam bentuk kecil hingga besar ukurannya, dalam pembentukan titik memanjang dan tidak bisa diartikan apabila memiliki bentuk yang telah berubah.

3.4.2 Garis

Garis merupakan unsur desain mempengaruhi pembentukan objek. Melalui pembuatan goresan garis lurus, garis lengkung, dan garis variasi. Variasi diartikan sebagai penggambaran sebuah garis dibentuk yang telah dihasilkan

3.4.3 Bidang

Bidang merupakan rangkaian garis yang telah dibentuk dan menghasilkan sebuah bidang, bidang juga memiliki bentuk pola yang dibedakan menjadi beberapa bentuk yaitu bidang datar dan bidang lengkung. Selain itu bidang terdapat dua jenis yaitu bidang *geometri* dan *non-geometri*

3.4.4 Bentuk

Bentuk merupakan hasil dari pembentukan beberapa garis yang menghasilkan bentuk menjadi sebuah objek tergantung dari penempatan titik garis. Bentuk dua dimensi dibuat dengan beberapa garis yang memiliki satu arah pandang. Bentuk tiga dimensi dibuat dengan bidang tersebut memiliki ruang pandang menyeluruh. Beberapa jenis bentuk terdiri atas bentuk naturalis, bentuk geometris, bentuk dekoratif, dan bentuk abstrak.

3.4.5 Tekstur

Tekstur merupakan permukaan suatu bidang yang dapat dilihat dan dirsakan. Penentuan nilai perasa yang dapat dirasakan dengan rabaan sifat fisiknya yaitu tekstur halus dan kasar secara imajiner

3.4.6 Warna

Warna secara fisik dan psikologis. Warna secara fisik memiliki sifat cahaya yang dipancarkan, sedangkan secara psikologis sebagai bagian dari pengalaman indera penglihatan (Luzar and Monica, 2011) Warna bagian hasil dari cahaya yang dipantulkan. terdapat tiga unsur yang penting, secara umum, warna didefiniskan sebagai unsur cahaya di sebuah benda dilanjutkan dengan interepetasi oleh mata berdasarkan cahaya yang mengenai benda tersebut.

Warna dibagi menjadi dua menurut asal kejadian warna, yaitu warna additive dan subtractive (Luzar and Monica, 2011). Warna additive adalah warna yang berasal dari cahayadan disebut spektrum. Sedangkan warna subtractive adalah warna yang berasal dari bahan dan disebut pigmen. Kejadian warna ini diperkuat dengan hasil temuan Newton yang mengungkapkan bahwa warna adalah fenomena alam berupa cahaya yang mengandung warna spektrum atau pelangi dan pigmen.

Warna menjadikan salah satu media yang dapat menarik audiens untuk melihat dan membaca informasi terdapat pada desain yang memiliki warna bagus dengan mengerti apa disampaikan oleh pembuat. warna mempengaruhi sebuah bentuk bidang suatu desain, pemilihan warna latar belakang menyangkut area cukup luas maka perlu dipertimbangkan dari segi efek warna. Karena dalam suatu desain yang menarik harus memperhatikan warna telah diaporsisikan dengan tema dan terdapat informasi memuat didalamnya, suatu warna memiliki arti dari psikologis manusia. Desain dengan latar belakang dan terdapat visual, simbol, dan gambar dapat mempertimbangkan elemen-elemen dapat terlihat. Warna penting dalam bagian dari desain mempunyai arti atau nilai lebih. Keindahan adalah sebuah warna tidak akan ada artinya apabila tidak ada warna-warna lainnya, karena warna tersebut akan saling mempengaruhi.

Menurut (Ismi, 2012) Pada tahun 1831, Brewster mengemukakan teori tentang pengelompokkan warna, pada teori Brewster membagi warna-warna yang di alam menjadi empat kelompok warna, yaitu warna primer, sekunder, tersier.

a. Warna Primer

Warna Primer adalah warna dasar yang tidak berasal dari campuran dari warna-warna lain. Warna primer adalah warna-warna dasar, warna lain terbentuk dari kombinasi warna-warna primer. Menurut Prang, warna primer tersusun atas warna merah, kuning, dan biru.

Warna Primer terdiri dari warna dasar, yaitu merah, kuning, dan biru



b. Warna Sekunder

Warna sekunder merupakan hasil campuran dua warna primer dengen proporsi 1:1. campuran warna-warna primer menghasilakan warna-warna sekunder. Warna merah yang digabungkan dengan warna kuning menghasilkan warna jingga. Warna biru yang digabungkan dengan warna kuning menghasilkan warna hijau.

Warna merah digabungkan dengan warna biru menghasilkan warna ungu.



Gambar 3. 2 Warna Sekunder (Sumber : dkv.binus.ac.id, 2022)

c. Warna Tersier

Warna Tersier merupakan warna ketiga dari tingkatan sebelumnya campuran satu warna primer dengan satu warna sekunder, isitlah warna tersier awalnya merujuk pada warna-warna yang dibuat dengan mencampur tiga warna dalam sebuah ruang warna.



Gambar 3. 3 Warna Tersier (Sumber : dkv.binus.ac.id, 2022)

BAB IV DESKRIPSI PEKERJAAN

4.1 Penjelasan Pekerjaan

Pada tahap awal penulis membuat perancangan konten untuk *feeds* Instagram Luvu Drink Indonesia dengan seputar informasi menu-menu Luvu Drink Indonesia yang disajikan dalam bentuk konten yang menarik untuk meningkatkan citra perusahaan menggunakan promosi. Penulis membuat desain *feeds* sesuai dengan *brief* yang telah dibahas bersama oleh pihak perusahaan. Menerima arahan dari penyelia dan pembuatan konsep tahapantahapan selanjutnya adalah:

- a. Mencari referensi desain dan konsep sesuai identitas brand
- b. Perancangan konsep feeds dan penentuan jumlah feeds
- c. Pembuatan desain feeds
- d. Pembuatan copywriting yang menarik setelah desain feeds

4.2 Konsep dan Ide Pekerjaan

Penulis memiliki target pengerjaan untuk desain *feeds* yang dibuat disetiap mingg. Pembuatan *feeds* sudah melalui arahan dan masukkan dan evaluasi dari penyelia saat briefing awal dengan pihak perusahaan. Dalam merancang desain *feeds* ada target yang dipenuhi yaitu minimal pengunggahan *feeds* untuk dua bulan dengan media sosial Instagram berjumlah 18 foto atau video. Konten yang dibuat dalam *feeds* juga sudah dalam persetujuan pihak perusahaan. Desain *feeds* meliputi beberapa konten mengenai informasi menu-menu Luvu Drink Indonesia, rekomendasi menu series yang tersedia di Luvu Drink Indonesia, dan konten promosi untuk menarik minat masyarakat yang menyesuaikan *trend* di media sosial.

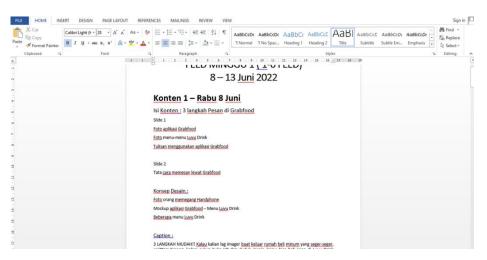


Gambar 4. 1 Konsep Desain Feeds

(Sumber: Olahan Penulis, 2022)

4.3 Brief

Pada tahapan *brief* berperan dalam perancangan pekerjaan hasil dari arahan dan evaluasi dari pihak perusahaan Luvu Drink Indonesia, dan keinginan dari penyelia dalam hasil pekerjaan yang penulis buat setiap minggunya.



Gambar 4. 2 Brief Konten Mingguan

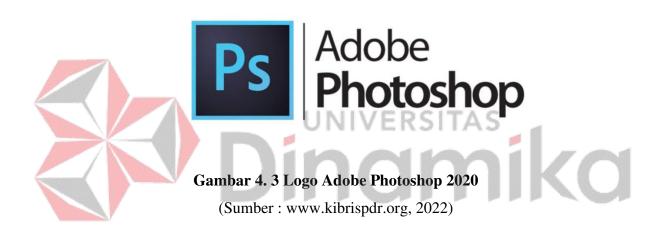
(Sumber: Olahan Penulis, 2022)

Ada beberapa *brief* yang diberikan untuk penulis dalam membuat pekerjaan antara lain :

- a. Konten feeds menu minuman rekomendasi.
- b. Konten *feeds* menu yang dibuat desain yang menarik.
- c. Analisis perkembangan views di Instagram.
- d. Membuat copywriting untuk caption dan hashtag.

4.4 Software dan Aplikasi yang digunakan

4.4.1 Adobe Photoshop



Adobe Photoshop 2020 yang digunakan untuk membuat keseluruhan desain. Adobe Photoshop adalah aplikasi desain grafis yang digunakan untuk membuat hasil karya desain grafis seperti poster, desain media sosial, dan konten desain lainnya. Aplikasi ini menyediakan beragam pengaturan size kanvas sesuai kebutuhan penggunanya.

Dalam pembuatan desain *feeds* Instagram untuk media promosi Luvu Drink Indonesia, penulis menggunakan *software* ini untuk pembuatan sketsa awal hingga konten terupload di Instagram sesuai arahan pihak perusahaan sehingga memudahkan proses pengerjaan.

4.4.2 Facebook Business Manager



Gambar 4. 4 Logo Facebook Business Manager

(Sumber: www.cabinetm.com, 2022)

Facebook Business Manager digunakan dalam beberapa pembuatan *caption* post dan *engine hastag*. *Software* ini diberikan akses oleh pihak perushaan ke penulis agar dapat mempermudah penjadwalan konten di Instagram Luvu Drink Indonesia, dengan pembuatan caption yang menarik dan pencarian *hastag* yang sedang *trend* yang menyesuaikan bidang usaha perusahaan.

4.5 Referensi

Dalam tahap pencarian referensi yang sesuai dengan jenis desain yang dibuat sesuai dengan *brief* diberikan. Pencarian referensi ditemukan dari aplikasi pinterest dan beberapa susunan *feeds* desain dari beberapa kompetitor yang serupa. Kedua hal tersebut perlu di jadikan acuan desain sehingga penulis dapat memastikan konten seperti apa yang akan dibuat, aplikasi pinterest digunakan untuk pencarian ide, referensi, dan elemen pendukung lainnya. Sedangkan kompetitor dilihat bagaimana acuan pembuatan pada desain mempengaruhi audiens lewat *copywriting* agar menarik perhatian. Berikut beberapa refrensi yang diambil dalam pembuatan *feeds*:



Gambar 4. 5 Referensi Feeds

(Sumber: Pinterest, 2022)





Gambar 4. 6 Jenis Feeds

(Sumber : Pinterest, 2022)

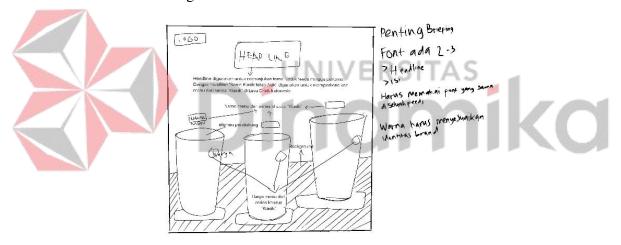
4.6 Proses Desain Feeds

Pada proses pembuatan *feeds* melewati beberapa tahapan yang dikomunikasikan terhadap pihak perusahaan terlebih dahulu, mulai dari awal *briefing* konsep ke tahap sketsa digital sampai ke tahap *finishing*.

4.6.1 Proses perancangan feeds Rekomendasi Menu Series Klasik

Feeds Rekomendasi Minggu Pertama adalah *briefing* pertama yang dilakukan dan menjadi unggahan di media sosial Luvu Drink Indonesia . *Feeds* rekomendasi menu series Klasik ini nantinya akan diunggah setiap minggu selama dua bulan. Jenis *feeds* yang digunakan Horizontal agar menarik visual audiens dengan warna identitas *brand*. Sehingga dapat menjadi aset perusahaan.

a. Sketsa Digital



Gambar 4. 7 Sketsa Digital Menu Series "Klasik"

(Sumber: Olahan Penulis, 2022)

b. Elemen Tambahan dari Pihak Perusahaan

Elemen tambahan yang telah tersedia dari pihak perusahaan, beberapa elemen diambil untuk digunakan pada desain *feeds* seperti identitas brand terutama pada logo. Pengaplikasian logo harus terlihat jelas agar *feeds* menjadi foto promosi untuk Luvu Drink Indonesia.



Gambar 4. 8 Elemen Tambahan dari Perusahaan

(Sumber: Olahan Perusahaan, 2022)

c. Tipografi

Tipografi di bagi menjadi dua bagian dalam pengerjaan desain *feeds* olahan penulis. Tipografi utama digunakan untuk judul *feeds* yang bersifat tetap, sedangkan Tipografi tambahan digunakan sebagai isi dari judul *feeds* tersebut, tipografi dalam *feeds* terdiri dari tiga font tidak boleh memakai lebih dari itu karna akan merusak desain secara visual dan tipografi tambahan bisa diambil dari tipografi utama

Tipografi utama menggunakan font *Golden Brick*, sedangkan tipografi tambahan menyesuaikan tema dari *feeds*.

Creato Display - Black

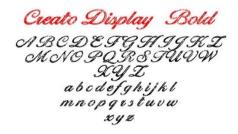
ABCDEFGHIJKL MNOPQRSTUVW XYZ abcdefghijkl mnopqrstuvw xyz 1234567890

Gambar 4. 9 Tipografi Utama

(Sumber: Olahan Penulis, 2022)

Creato Display - Bold Creato Display - Medium

ABCDEFGHIJKL MNOPQRSTUVW XYZ abcdefghijkl mnopqrstuvw xyz 1234567890 ABCDEFGHIJKL MNOPQRSTUVW XYZ abcdefghijkl mnopqrstuvw xyz 1234567890



Gambar 4. 10 Tipografi Tambahan

(Sumber: Olahan Penulis, 2022)

d. Pewarnaan

Berikut code color pallete yang digunakan pada feeds Menu Rekomendasi dari Series Klasik:

UNIVERSITAS



Gambar 4. 11 *Code Color Pallete* (Sumber : Olahan Penulis, 2022)

Warna yang dipilih untuk *feeds* Menu Rekomendasi dari Series Klasik adalah warna tersier dan warna netral. Hal ini karena warna coklat menyesuaikan tema *feeds* dan dapat melihat produk minuman series klasik yang menyegarkan mampu menggugah rasa haus sehingga cocok digunakan sebagai warna untuk desain *feeds* series klasik.

e. Finishing

Pada tahap ini pemberian elemen-elemen dan *pattern* tambahan desain ke dalam *feeds* Menu Rekomendasi dari Series Klasik. Pada tahap ini juga proses perancangan ada ditahap final.



Gambar 4. 12 Proses Pembuatan Feeds di Adobe Photoshop

(Sumber: Olahan Penulis, 2022)

Tahap ini adalah proses pembuatan *feeds* menggunakan *software* Adobe Photoshop dan pemberian elemen dan *pattern* pada desain grafis dapat membantu mempertegas atau memberi pelengkap, hal yang diperhatikan oleh audiens. Hal ini membantu menambah kesan unik dan memperindah desain *feeds* yang dibuat.



Gambar 4. 13 Elemen dan Pattern tambahan yang digunakan

Hasil akhir dari desain *feeds* Luvu Drink Indonesia Menu Rekomendasi dari Series Klasik :



Gambar 4. 14 Hasil Desain *Feeds* Menu Rekomendasi Series Klasik

(Sumber: Olahan Penulis, 2022)

4.6.2 Proses perancangan *feeds* Tiga Langkah Mudah Order *Online*

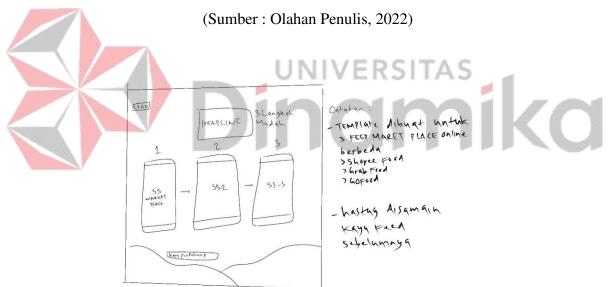
Feeds ini berupa edukasi Tiga Langkah Mudah adalah hasil briefing unttuk feeds selanjutnya yang menjadi unggahan media sosial Instagram Luvu Drink Indonesia. Feeds edukasi Tiga Langkah Mudah adalah desain feeds yang berisikan informasi tentang cara pemesanan lewat online di beberapa Market Place. Feeds ini menggunakan jenis carousel, carousel digunakan untuk memuat beberapa konten dalam satu postingan feeds yang dapat digeser atau slide. Pada perancangan ini penulis membuat empat feeds, desain feeds pertama untuk tampilan utama sedangkan tiga desain lainnya merupakan desain informasi terkait cara pemesanan secara online.

a. Sketsa Digital Feeds Pertama dan Feeds Slide

Pada tahap sketsa awal untuk *feeds* pertama dan *feeds slide* Tiga Langkah Mudah Order *Online*. *Feeds* pertama berisikan informasi order *online* dengan judul yang menarik dan *feeds slide* berisikan informasi terperinci seperti langkah-langkah cara *order* melalui *market place*.



Gambar 4. 15 Sketsa Digital Feeds Pertama



Gambar 4. 16 Sketsa Digital Feeds Slide Selanjutnya

(Sumber: Olahan Penulis, 2022)

b. Tipografi

Tipografi yang digunakan pada *feeds* edukasi Tiga Langkah Mudah adalah tipografi utama yang dijadikan sebagai judul dan isi hanya membedakan ukuran font agar audiens dapat membedakan antara judul

dan isi. Adanya revisi dan evaluasi dari pihak perusahaan maka tipografi yang digunakan pada *feeds* ini adalah *a Apple Tea* yang sebelumnya *Golden Brick*.

A APPLE TEA - REGULAR

ABCDEFGHIJKL MNOPQRSTUVW XYZ 1234567890

Gambar 4. 17 Tipografi Utama dan Tipografi Tambahan

(Sumber : Olahan Penulis, 2022)

c. Perwarnaan

Berikut *code color pallete* utama dan tambahan yang digunakan pada *feeds* Tiga Langkah Mudah Order *Online*:



Gambar 4. 18 Code Color Pallete Feeds Utama

(Sumber : Olahan Penulis, 2022)

| #E54138 | #E84B31 | | #F77D10 |
|---------|---------|---------|---------|
| #FE6188 | #FF7698 | | #FF91C4 |
| #520B9A | | #DD2849 | |

Gambar 4. 19 Code Color Pallete Feeds Tambahan

Warna yang dipilih pada pembuatan *feeds* Pertama Tiga Langkah Mudah Order *Online* adalah warna tersier hal ini karena warna ungu menyesuaikan warna identitas *brand* yaitu logo Luvu Drink Indonesia agar audiens dapat mengenal brand perusahaan dan mudah diingat.

Sedangkan warna yang dipilih pada pembuatan *feeds slide* adalah warna tersier yaitu warna jingga dan pink yang menyesuaikan tema *feeds*. Hal ini karena agara para audiens lebih berfokus pada *mockup* dan informasi edukasi yang disampaikan.

d. Finishing

Tahap hasil desain *feeds* utama dan *slide* yang diberikan elemen dan *pattern* tambahan ke dalam *feeds* Tiga Langkah Mudah Order *Online* yang terdiri dari empat konten dalam satu postingan. Pada tahap ini juga proses perancangan dilakukan melaui *software* Adobe Photoshop, proses perancangan pembuatan desain terdiri dari penambahan elemen *mockup*, *pattern*, dan *retouch* foto salah satu menu Luvu Drink Indonesia.

Berikut proses dari desain *feeds* Luvu Drink Indonesia Rekomendasi Menu Hari Kamis yaitu Kamis Kamu Manis :



Gambar 4. 20 Proses Pembuatan Feeds Utama di Adobe Photoshop



Gambar 4. 21 Proses Pembuatan Feeds Slide di Adobe Photoshop

Tahap ini adalah proses pembuatan *feeds* menggunakan *software* Adobe Photoshop dan pemberian elemen, *pattern*, dan *retouch* foto dari salah satu menu Luvu Drink Indonesia. Penambahan ini digunakan untuk memperindah desain *feeds* agar para audiens penasaran dengan *feeds carousel*.



Gambar 4. 22 Elemen dan Pattern tambahan yang digunakan



Gambar 4. 23 Mockup tambahan yang digunakan

Dalam proses pembuatan desain *feeds* maka dalam proses edit foto diperlukan beberapa *retouch* dalam mengubah dan menghapus background foto agar terlihat menarik.



Gambar 4. 24 Foto sebelum diedit Retouch



Gambar 4. 25 Foto sesudah diedit Retouch

Hasil akhir dari desain *feeds* utama dan *slide* Luvu Drink Indonesia Tiga Langkah Mudah Order *Online* :





Gambar 4. 26 Hasil Desain Feeds Utama Tiga Langkah Mudah Order Online







Gambar 4. 27 Hasil Desain *Feeds Slide* Tiga Langkah Mudah Order *Online* (Sumber : Olahan Penulis, 2022)

Hasil akhir dari *feeds* Tiga Langkah Mudah Order *Online* yang telah dibuat oleh penulis, pembuatan *feeds* menggunakan *software* Adobe Photoshop dari penambahan elemen, *pattern*, hingga edit foto.

4.6.3 Proses perancangan feeds Rekomendasi Menu Hari Kamis

Feeds Rekomendasi Menu di hari kamis yaitu Kamis Kamu Manis adalah feeds yang mempromosikan salah satu menu dari series klasik yaitu minuman rasa oreo. Pembuatan feeds Luvu Drink Indonesia nantinya akan diunggah di media sosial Instagram. Menampilkan desain yang menarik dan penggunaan warna sesuai dengan identitas brand Luvu Drink Indonesia dan akan menjadi aset perusahaan.

a. Sketsa Digital Feeds Rekomendasi Menu Hari Kamis

Tahap awal pembuatan *feeds* Rekomendasi Menu Hari Kamis. *Feeds* berisikan satu menu dari Luvu Drink Indonesia, menggunakan judul Kamis Kamu Manis yang menunjukkan bahwa menu adalah minuman yang mengandung manis dan elemen tambahan yang menyesuaikan tema *feeds*.



Gambar 4. 28 Sketsa Digital Feeds Rekomendasi Menu Hari Kamis

b. Tipografi

Tipografi yang digunakan pada *feeds* Rekomendasi Menu Hari Kamis adalah tipografi utama dijadikan sebagai judul yang menggunakan font *a Apple Tea*, sedangkan isi menggunakan font *Creato Display*.

A APPLE TEA - REGULAR

ABCDEFGHIJKL MNOPQRSTUVW XYZ 1234567890

Gambar 4. 29 Tipografi Utama

Creato Display - Bold Creato Display - Medium

ABCDEFGHIJKL MNOPQRSTUVW XYZ abcdefghijkl mnopqrstuvw xyz 1234567890 ABCDEFGHIJKL MNOPQRSTUVW XYZ abcdefghijkl mnopqrstuvw xyz 1234567890

Gambar 4. 30 Tipografi Tambahan

(Sumber: Olahan Penulis, 2022)

Tipografi tambahan yang digunakan pada *feeds* Rekomendasi Menu Hari Kamis adalah font *Creato Display*. Hanya membedakan dari ukuran font agar audiens dapat memahami isi informasi yang disampaikan.

- OTHER DIT

c. Perwarnaan

Berikut *code color pallete* utama dan tambahan yang digunakan pada *feeds* Rekomendasi Menu Hari Kamis :

| #A16ED6 | #C58BE2 | | #E396F2 |
|---------|---------|---------|---------|
| #301200 | #30211D | | #817675 |
| #520B9A | | #DD2849 | |

Gambar 4. 31 Code Color Pallete Feeds yang digunakan

(Sumber: Olahan Penulis, 2022)

Warna yang dipilih pada *feeds* Rekomendasi Menu Hari Kamis adalah warna tersier, dengan menyesuaikan tema sekaligus warna identitas brand.

d. Finishing

Tahap proses pembuatan dan hasil desain *feeds* Rekomendasi Menu Hari Kamis yang dibuat menggunakan *software* Adobe Photoshop, proses perancangan pembuatan *feeds* terdiri dari penambahan elemen, *pattern*, dan *retouch* foto dari menu Luvu Drink Indonesia.

Pada tahap selanjutnya berisi tahapan proses pembuatan *feeds* dengan tipografi dan penggunaan warna yang telah disepakati oleh pihak perusahaan tanpa adanya revisi.

Berikut proses pembuatan *feeds* menggunakan *software* Adobe Photoshop:



Gambar 4. 32 Proses Pembuatan *Feeds* Rekomendasi Menu Hari Kamis di Adobe Photoshop

(Sumber : Olahan Penulis, 2022)

Elemen dan *pattern* tambahan untuk melengkapi desain *feeds* Rekomendasi Menu Hari Kamis yaitu Kamis Kamu Manis, menggunakan elemen tambahan seperti robekan kertas, taburan oreo, dan *splash* cokelat serta *retouch* foto yang sudah diedit seperti tangan yang memegang produk minuman Luvu Drink Indonesia.



Gambar 4. 33 Elemen dan Pattern tambahan yang digunakan

Proses pembuatan desain *feeds* Rekomendasi Menu Hari Kamis menambahkan proses edit foto diperlukannya *retouch* dalam mengubah dan menghapus background foto agar desain *feeds* menarik.



Gambar 4. 34 Foto sebelum diedit Retouch



Gambar 4. 35 Foto sesudah diedit Retouch

Hasil akhir dari desain *feeds* Luvu Drink Indonesia Rekomendasi Menu Hari Kamis yaitu Kamus Kamu Manis :



Gambar 4. 36 Hasil Desain Feeds Rekomendasi Menu Hari Kamis

Grob The Food

(Sumber: Olahan Penulis, 2022)

4.7 Proses Perancangan Pembuatan Copywriting

Pada proses pembuatan *copywriting* adalah mencari referensi yang unik dan tidak diharuskan sangat formal dikarenakan melihat keadaan promosi sekarang banyak perusahaan di bidang serupa cara mendekati audiens dengan menggunakan bahasa yang jelas dan asik agar menarik perhatian. Pentingnya penggunaan *hastag* atau tagar sesusai dengan kegunaan yang penting dalam promosi dapat menyebarluaskan postingan *feeds* ke masyarakat yang luas.

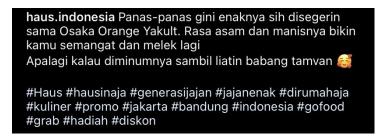
a. Mencari referensi

Mencari referensi sebuah *copywriting* dengan melihat konten perusahaan lain yang serupa dengan acuan cara pembahasan dan isi informasi tentang *feeds*, dengan mengubah kata-kata atau dengan cara sebutan pecinta Luvu Drink Indonesia akan membuat audiens merasa dekat dengan pihak perusahaan.



Gambar 4. 37 Referensi Caption Instagram Chattimeindo

(Sumber: Instagram Chattimeindo, 2022)



Gambar 4. 38 Referensi Caption Instagram Haus Indonesia

(Sumber : Instagram Haus.Indonesia, 2022)

Setelah pencarian referensi *copywriting* yang sudah ada, sehingga penulis mendapatkan sebuah ide dari hasil mencari referensi dan brainstroming. *Copywriting* yang tercipta dapat membuat *caption* yang menarik audiens pada unggahan *feeds* Instagram Luvu Drink Indonesia.

b. Mencari referensi

Mencari referensi sebuah *copywriting* dengan melihat konten perusahaan lain yang serupa dengan acuan cara pembahasan dan isi informasi tentang *feeds*, dengan mengubah kata-kata atau dengan cara sebutan pecinta Luvu Drink Indonesia akan membuat audiens merasa dekat dengan pihak perusahaan.



Gambar 4. 39 Kata Kunci yang digunakan

(Sumber: olahan penulis, 2022)

Pencarian kata kunci memudahkan menentukan *hastag* atau tagar yang akan digunakan di Instagram, tagar dapat meningkatkan jumlah akun pengunjung menggunakan kata kunci yang sesuai. Berikut adalah tagar yang digunakan dalam *caption* Instagram Luvu Drink Indonesia.

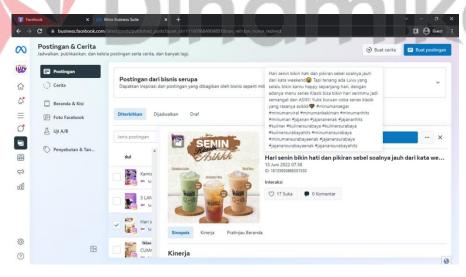
#minuman #minumansurabaya #minumansurabayaenak #minumanviral #minumanhits #jajanansurabaya #jajananenak #kulinersurabayaenak #kulinersurabayahits #kulinersurabayatimur #jajanan #jajanansurabayaenak #jajanansurabayahits #jajananhits #minumankekinian #minumansegar

Gambar 4. 40 Hastag Luvu Drink Indonesia

(Sumber: Instagram Luvu Drink Indonesia, 2022)

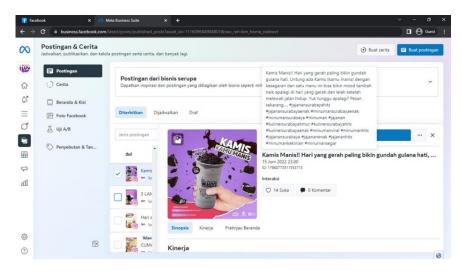
4.8 Proses Unggahan *Feeds* Instagram, *Caption*, dan *Hastag* di *Software* Facebook Business Manager

Proses unggahan konten Instagram Luvu Drink Indonesia, penulis diberikan akses Facebook Business Manager oleh pihak perusahaan guna mempermudah proses unggahan. Dengan adanya Facebook Business Manager penulis dapat menjadwalkan konten selama dua bulan kerja, dan hasil semuanya langsung diunggah ke akun Instagram Luvu Drink Indonesia.



Gambar 4. 41 Penggunaan Facebook Business Manager

(Sumber : Facebook Business Manager, 2022)



Gambar 4. 42 Penggunaan Facebook Business Manager

(Sumber : Facebook Business Manager, 2022)

4.9 Preview hasil desain tiga feeds beserta caption dan hastag

Berikut hasil desain dari tiga *feeds* Luvu Drink Indonesia, pada desain ini menggunakan *highlight* foto dan elemen-elemen tambahan pada menu yang menarik minat pengguna Instagram untuk melihat isi *feeds* yang diunggah.



Gambar 4. 43 Preview Hasil Desain Tiga Feeds

Berikut adalah hasil *caption* dan *hastag* yang diunggah di akun Instagram Luvu Drink Indonesia:

> luvudrink.idn Hari senin bikin hati dan pikiran sebel soalnya jauh dari kata weekend 🕍 Tapi tenang ada Luvu yang selalu bikin kamu happy sepanjang hari, dengan adanya menu series Klasik bisa bikin hari seninmu jadi semangat dan ASIK!! Yukk buruan coba series klasik yang rasanya asikkk 💚 #minumansegar #minumanviral #minumankekinian #minumanhits #minuman #jajanan #jajananenak #jajananhits #kuliner #kulinersurabaya #kulinersurabaya

#kulinersurabayahits #minumansurabaya #minumansurabayaenak #jajanansurabaya #jajanansurabayaenak #jajanansurabayahits

Gambar 4. 44 Pengaplikasian Caption dan Hastag di Feeds Pertama

(Sumber: Instagram Luvu Drink Indonesia, 2022)



luvudrink.idn 3 LANGKAH MUDAH!!

Kalian lagi mager buat keluar rumah beli minum yang seger-seger? eeiittsss tenang, kalian cukup buka HP dan duduk manis, kamu bisa beli jajan di Luvu Drink dengan menggunakan App Shopefood, Go food, Grabfood yang mudah dan praktis.

Langkah selengkapnya bisa dicek di slide sebelah yaaa 🍅

Yukk tunggu apalagi? Pesan sekarang.... #minuman #minumansurabaya #minumansurabayaenak #minumanviral #minumanhits #jajanansurabaya #jajananenak #kulinersurabayaenak #kulinersurabayahits #kulinersurabayatimur #jajanan #jajanansurabayaenak #jajanansurabayahits #jajananhits #minumankekinian #minumansegar

Gambar 4. 45 Pengaplikasian Caption dan Hastag di Feeds Kedua

luvudrink.idn Kamis Manis!!
Hari yang gerah
paling bikin gundah gulana hati, Untung ada Kamis (kamu
manis) dengan kesegaran dari satu menu ini bisa bikin
mood tambah naik apalagi di hari yang gerah dan lelah
setelah melewati jalan hidup.

Yuk tunggu apalagi? Pesan sekarang....
#jajanansurabayahits #jajanansurabayaenak
#minumansurabayaenak #minumansurabaya #minuman
#jajanan #kulinersurabayatimur #kulinersurabayahits
#kulinersurabayaenak #minumanviral #minumanhits
#jajanansurabaya #jajananenak #jajananhits
#minumankekinian #minumansegar

Gambar 4. 46 Pengaplikasian Caption dan Hastag di Feeds Ketiga

(Sumber : Instagram Luvu Drink Indonesia, 2022)

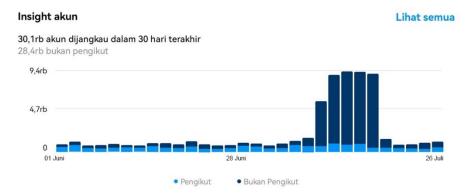
Itulah hasil dari beberapa *feeds* yang telah dibuat, elemen-elemen yang telah direvisi, dirapikan, dan disetujui oleh penyelia yang bertanggung jawab atas bimbingan kerja praktik penulis.

4.10 Proses Hasil Analisis Perkembangan Instagram pada Fitur *Insight*

Insight adalah sebuah fitur bisnis dan dapat memberikan informasi mengenai perkembangan bisnis di akun Instagram seperti pengikut hingga konten yang paling diminati masyarakat. Insight membantu perkembangan dengan sangat terperinci seperti berapa jumlah pengguna akun Instagram yang dapat melihat suatu unggahan. Jika Insight semakin tinggi maka jumlah pengunjung akan meningkat.

a. Insight Luvu Drink Indonesia

Insight dikalkulasikan setiap tiga puluh hari terakhir sehingga pengguna Instagram dapat melihat perkembangan akunnya, membantu membandingkan apakah *Insight* yang didapat meningkat atau menurun setiap tiga puluh hari terakhir.



Gambar 4. 47 Insight Luvu Drink Indonesia

(Sumber: Instagram Luvu Drink Indonesia, 2022)

b. Insight Lokasi Luvu Drink Indonesia

Insight dapat membantu melihat jangkauan konten ke setiap pengguna paling banyak pada lokasi kota mana. Jika target kota yang dituju sesuai dan selalu *update* selama tiga puluh hari terakhir, maka Insight dapat dikatan berhasil. Terlihat jangkauan kota pada *Insight* Luvu Drink Indonesia adalah Surabaya, target audiens pengguna adalah daerah Jawa Timur masih dikatan valid.



Gambar 4. 48 Insight Lokasi Luvu Drink Indonesia

c. Insight Usia Pengunjung Luvu Drink Indonesia

Insight juga membantu melihat perkembangan usia pengunjung aku Instagram. Dapat dilihat bahwa mayoritas pengunjung akun Instagram Luvu Drink Indonesia adalah 18-34 tahun.



Gambar 4. 49 Insight Usia Pengunjung Luvu Drink Indonesia

(Sumber: Instagram Luvu Drink Indonesia, 2022)

d. Insight Jenis Kelamin Pengunjung Luvu Drink Indonesia

Insight juga dapat melihat jenis kelamin pengunjung akun Instagram. Memudahkan menganalisa hasil akun yang memiliki target khusus, seperti produk wanita atau pria. Namun jenis kelamin pengunjung akun Luvu Drink Indonesia tidak diperhatikan karena target semua jenis kelamin.



Gambar 4. 50 Insight Jenis Kelamin Pengunjung Luvu Drink Indonesia

e. Kesimpulan dari hasil Insight

Perkembangan *Insight* Instagram Luvu Drink Indonesia, 12 ribu akun pengunjung melihat konten yang diunggah pada bulan Juni sampai Juli terhitung 18 unggahan.



Gambar 4. 51 Insight Keseluruhan

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pengalaman melaksanakan Kerja Praktik dalam waktu dua bulan Luvu Drink Indonesia ini, maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

- Memberikan pengetahuan tentang pentingnya sebuah brand yang dipromosikan lewat media sosial Instagram dan desain feeds untuk menarik minat masyarakat.
- 2. Menambah ilmu dan wawasan tentang dunia *brand* dalam segi bisnis di bidang kuliner, seperti pengerjaan layout desain *feeds*, *copywriting*, dan isi dari informasi dalam desain.
- 3. Mengetahui tata cara kerja dalam sebuah tim dengan memahami komunikasi dalam tujuan yang baik.
- 4. Mengetahui cara pembuatan perancangan desain dalam digital promosi sebuah brand pada media sosial.

5.2 Saran

Adapun saran yang dapat dikemukakan dari hasil kerja praktik di Luvu Drink Indonesia, antara lain sebagai berikut:

5.2.1 Bagi Perusahaan

- 1. Diharapkan kerja sama antara universitas dengan perusahaan.
- 2. Memerhatikan dari segi pembentukan sebuah tim dalam menangani di media sosial, agar citra perusahaan akan lebih menarik di masyarakat.
- 3. Persiapan *jobdesk* jasa desain grafis diperbanyak dan lebih memperhatikan konten di Instagram.

5.2.2 Bagi Mahasiswa

- 1. Menjaga nama baik universitas dengan menunjukkan *attitude* yang baik, sopan dan mematuhi peraturan di perusahaan.
- 2. Lebih aktif dan menepati waktu pengerjaan konten.

DAFTAR PUSTAKA

1. Sumber dari Jurnal

Effendy, M. (1986) 'Pembuatan Analog Design Dan Layout Ic (Integrated Circuit) Amplifer Kelas a'.

Ismi, N. (2012) 'Upaya Pengenalan Warna Melalui Praktik Langsung Di Tk Aba Purwodiningratan Yogyakarta', pp. 17–19.

Lustono and Laila Cahyani, F. (2020) 'Pengaruh Media Promosi Digital Atau Online Dan Viral Marketing Terhadap Kepitusan Pembelian Pada Belanjadolo Online Shop Di Kecamatan Banjarnegara', *Jurnal Medikonis STIE Tamansiswa Banjarnegara*, 20, pp. 11–24. Available at: https://tambara.e-journal.id/medikonis/article/download/18/13/.

Luzar, L.C. and Monica (2011) 'Efek Warna Dalam Dunia Desain Dan Periklanan', *Humaniora*, 2(9), pp. 1084–1096.

Mega<mark>dini, R. and Anggapuspa, M.L. (2021) 'Perancangan Feed Instagram Sebagai Media Promosi Tape Ketan Surabaya', *Jurnal Barik*, 3(1), pp. 69–81.

Available at: https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/.</mark>

Sugawara, E. and Nikaido, H. (2014) 'Pengaruh promosi di instagram dan word of mouth terhadap keputusan berkunjung di pariwisata puncak Mas Bandar Lampung', *Antimicrobial Agents and Chemotherapy*, 58(12), pp. 7250–7257. Available at: https://link.springer.com/content/pdf/10.1007/s00506-018-0517-1.pdf%0Ahttps://sundoc.bibliothek.uni-halle.de/habil-online/05/08H116/t4.pdf.

Tasruddin, R. (2021) 'Tren media online sebagai media promosi', *Jurnal Mercusuar*, 2(1), pp. 16–21.