PERANCANGAN KONTEN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DI PT. ANDRO MART

LAPORAN KERJA PRAKTIK

Program Studi

S1 Desain Komunikasi Visual

Oleh :

Afifah Lailatul Mufidah

19420100076

FAKULTAS DESAIN DAN INDUSTRI KREATIF

UNIVERSITAS DINAMIKA

2023

PERANCANGAN KONTEN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM

DI PT. ANDRO MART

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan

Mata Kuliah Kerja Praktik

Disusun Oleh :

Nama : **Afifah Lailatul Mufidah**

NIM : **19420100076**

Program : **S1 (Strata Satu)**

Jurusan : **Desain Komunikasi Visual**

FAKULTAS DESAIN DAN INDUSTRI KREATIF

UNIVERSITAS DINAMIKA

LEMBAR MOTTO

UNIVERSITAS
Dinamika

"Man jadda wa jadaa."

LEMBAR PERSEMBAHAN

UNIVERSITAS
Dinamika

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 PEGESAHAN

PERANCANGAN KONTEN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DI PT. ANDRO MART

Laporan Kerja Praktik oleh :

Afifah Lailatul Mufidah

NIM : 19420100076

Telah diperiksa, diuji, dan disetujui

Sidoarjo, Januari 2023

Dosen Pembimbing,	Penyelia
Digitally signed by Fenty Fahminnansih, ST, MMT Date: 2023.01.20 15:10:56 +07'00'	
Fenty Fahminnansih , S.T., M.MT.	**Andre Evanto**
NIDN. 0706028502	

UNIVERSITAS Dinamika

Mengetahui,
Ketua Progam 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	: **Afifah Lailatul Mufidah**
NIM	: **19420100076**
Program Studi	: **S1 Desain Komunikasi Visual**
Fakultas	: **Desain dan Industri Kreatif**
Jenis Karya	: **Laporan Kerja Praktik,**
Judul Karya	: **PERANCANGAN KONTEN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DI PT. ANDRO MART**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

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

Surabaya, 26 Januari 2023

Afifah Lailatul Mufidah
NIM : 19420100076

UNIVERSITAS Dinamika

ABSTRAK

Pada era *digital* ini teknologi mempunyai peran penting untuk manusia dalam kehidupan sehari – hari. Media Sosial merupakan sebuah wadah digital yang dimana orang – orang dapat berinteraksi secara online kapan pun dan dimana pun. Dengan kerja praktik ini, diharapkan dapat membantu PT. Andro Mart ini lebih maju dalam mempromosikan profil perusahaan dan produk yang dihasilkan. Dengan berkembangnya pasar *digital*maka dibutuhkanlah sebuah konten promosi dalam perusahaan, dengan konsep yang *simple* tetapi dapat di terima oleh masyarakat luas dengan isi pesan di dalamnya. Konten promosi yang paling banyak peminatnya sekarangini adalah media sosial khususnya Instagram, dll. Instagram adalah *platform* media sosial yang sangat populer dengan menyajikan fitur berbasis foto dan video, seperti *feed* dan *story*. Dalam konten *feed* dan *story* ini menjadikan aplikasi Instagram ini sebagai alat komunikasi yang efektif untuk penyampaian pesan jangka pendek dan jangka panjang.

Kata kunci :*konten promosi,Instagram,feed,story*

UNIVERSITAS Dinamika

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Allah SWT atas Rahmat dan Karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan laporan ini tepat pada waktunya dengan judul "Perancangan Konten Media Sosial Instagram di PT. Andro Mart"

Laporan ini di susun dalam rangka penulisan laporan kerja praktik untuk menyelesaikan mata kuliah "Kerja Praktik" yang dibimbing oleh Ibu Fenty Fahminnansih, S.T., M.MT. Melalui kesempatan yang sangat berharga ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan banyak pengalaman selamakerja praktik serta membantu dalam proses penyelesaian laporan kerja praktik ini, terutama kepada:

1. Yang terhormat **Prof. Dr. Budi Djatmiko, M.Pd.** selaku Rektor Universitas Dinamika.
2. ang terhormat **Fenty Fahminnansih, S.T., M.MT.** selaku dosen pembimbing kerja praktik yang telah membimbing, memberi pengarahan, hingga memberikan banyak dukungan agar segera terselesaikan laporan kerjapraktik ini
3. Yang terhormat **Renny Avita** selaku Sekretaris dan juga pembimbing kerja praktik di PT. Andro Mart yang telah membimbing, memberi pengarahan, hingga memberikan banyak dukungan agar segera terselesaikan semua tugas yang telah diberikan.
4. Seluruh keluarga dan orang yang saya cintai, dan terutama orang tua saya yang selalu mendoakan kelengkapan dan hasil terbaik darikerja praktek ini dan atas dukungannya, menyemangati segala sesuatu yang berhubungan dengan kerja praktek ini.
5. Semoga laporan kerja praktik ini dapat dipahami dan dapat membawa manfaat bagi siapapun yang membacanya. Penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan kata - kata ataupupun penulisan.

Sidoarjo, Januari 2023

Afifah Lailatul Mufidah

UNIVERSITAS Dinamika

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSEMBAHAN ..... **iv**
SURAT PERNYATAAN ..... **v**
LEMBAR PENGESAHAN ..... **v**
PERSETUJUAN PUBLIKASI DAN KEASLIAN KARYA ILMIAH ..... **vi**
ABSTRAK ..... **vii**
DAFTAR ISI ..... **ix**
DAFTAR GAMBAR ..... **xi**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xii**
BAB I **13**
PENDAHULUAN **13**
1.1 Latar Belakang 13
1.2 Rumusan Masalah 14
1.3 Batasan Masalah 14
1.4 Tujuan 14
1.5 Manfaat 14
1.6 Pelaksanaan 15
1.7 Sistematika Penulis 15
BAB II **17**
GAMBARAN UMUM INSTANSI **17**
2.1 Profil Perusahaan PT. Andro Mart 17
2.2 Visi dan Misi 17
2.2.2 Misi 17
2.3 Alamat dan Kontak perusahaan 18
2.4 Stuktur Organisasi 18
BAB III **20**
LANDASAN TEORI **20**
3.1 Konten Promosi 20
3.2 Media Sosial 20
3.3 Instagram 21
3.3 Desain 21

UNIVERSITAS Dinamika

3.4 Prinsip Desain 23
3.6 Layout *24*
BAB IV 25
DESKRIPSI PEKERJAAN 25
4.1 Penjelasan Pekerjaan 25
4.2 Konsep dan Ide Pekerjaan 25
4.3 Brief 25
4.4 Software dan Aplikasi yang digunakan 26
4.5 Referensi 26
4.6 Proses Desain Feed 27
BAB V 36
PENUTUP 36
5.1 Kesimpulan 36
5.2 Saran 36
DAFTAR PUSTAKA 37
LAMPIRAN 38
BIODATA 44

UNIVERSITAS
Dinamika

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Tampak depan kantor perusahaan 17
Gambar 2.2 Struktur Organisasi 18
Gambar 4.1 Referensi Feed 26
Gambar 4.2 Referensi Feed 27
Gambar 4.3 Sketsa Manual 27
Gambar *4.4 Tipografi* 28
Gambar 4.5 Tone Warna 28
Gambar 4.6 Gradasi Warna 29
Gambar 4.7 Gradasi Warna diterapkan ke desain 29
Gambar 4.8 Lampiran dan Ornamnen 29
Gambar 4.9 Ilustrasi Masjid… 30
Gambar 4.10 Hasil Akhir Desain Ramadhan 1443 H… 30
Gambar 4.11 Sketsa Manual 30
Gambar 4.12 *Tipografi Feed* Hari Kartini 2022… 31
Gambar 4.13 Jenis *Font Feed* kedua 31
Gambar 4.14 Tone Warna *Feed* Kartini 31
Gambar 4.15 Warna diterapkan ke dalam desain 32
Gambar 4.16 *Final* Desain *Feed* Hari Kartini 2022 32
Gambar 4.17 *Layouting Feed* Hari Buruh 2022 33
Gambar 4.18 *Color Feed* Hari Buruh 33
Gambar 4.19 Jenis *Font Feed* Ketiga 34
Gambar 4.20 Final Desain Feed Hari Buruh 34
Gambar 4.21 Hasil Akhir Feed IG 35

UNIVERSITAS Dinamika

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Balasan Instasi 38
Lampiran 2 Form KP-5 Halaman 1 39
Lampiran 3 Form KP – 5 Halaman 1 40
Lampiran 4 Form KP -6..... 41
Lampiran 5 Form KP-7..... 42
Lampiran 6 Kartu Bimbingan..... 43

UNIVERSITAS
Dinamika

BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan *teknologi* pada era *digital* saat ini telah berkembang dengan cepat. Dalam pemakaiannya akan terasa lebih instan dan dapat menghemat waktu dalam proses pencarian informasi terbaru. Media sosial adalah salah satu *platform* media komunikasi yang telah digunakan oleh masyarakat luas dalam mencari informasi dan berkomunikasi. Selain untuk mencari informasi dan berkomunikasi media sosial memiliki potensi besar dalam melakukan promosi. Promosi merupakan suatu aktivitas dimana para produsen mengomunikasikan produknya dengan konsep menarik untuk bisa mempengaruhi calon konsumen agar tertarik dengan produk yang ditampilkan melalui konten yang telah dibuat (Leonita and Jalinus 2018).

PT. Andro Mart merupakan perusahaan yang bergerak di penjualan alat elektronik. Teknologi yang dipakai berasal dari berbagai negara seperti Jepang, Korea, Amerika, dll. Dengan perkembangan media sosial yang semakin besar, perusahaan ini ingin lebih dikenal oleh masyarakat luas. Maka dalam proses pengembangan citra perusahaan harus dilakukan perancangan konten media sosial. Dengan strategi ini diharapkan perusahaan ini akan lebih berkembang di dalam pasar digital, dilihat dari peluang besar di dalam media sosial ini.

Instagram merupakan salah satu platform media sosial yang sangat populer saat ini dalam penyampaian konten berupa gambar dan video. Selain untuk mencari informasi terkini, Instagram kini menjadi salah satu tempat para produsen barang dan jasa untuk mempromosikan produk untuk mencari pasar digital. Instagram memang sebuah *platform* yang telah lama ada tetapi para penggunanya setiap tahun meningkat pada tahun 2021.

Dalam *Social Trend Report 2021* tercatat investasi pada Instagram menduduki peringkat pertama, yakni 61%, sementara media sosial Facebook, YouTube, dan Linked tercatat pada kisaran 40%. Twitter dan Whatsapp juga relatif kecil, yakni padaangka 26% dan 17%. (Wijayanti 2021).

UNIVERSITAS Dinamika

PT. Andro Mart ini memiliki berbagai macam media teknologi yang tergolong cukup lengkap, dengan tersedianya berbagai kebutuhan pasar seperti perangkat laptop, handphone, dll. Akan tetapi saat penulis melakukan kerja praktik di PT. tersebut masih kekurangan sumber daya manusia untuk melakukan promosi di era *digital* ini. Oleh karena itu, penulis ingin membantu mempromosikan produk yang tersedia di PT. Andro Mart melalui media Instagram, agar penjualan alat elektronik di PT. Andro Mart semakin meningkat. Kegiatan yang dilakukan selama kerja praktik yaitu membuat konten promosi dari berbagai produk yang tersedia melalui f*eeds intagram, instagram story*, dll. Di dalam konten tersebut, penulis mencantumkan merk, spesifikasi, hingga *detail* gambar dan video produk.

1.2 Rumusan Masalah

Dengan latar belakang di atas maka dapat dirumuskan permasalahan bagaimana merancang konten Instagram untuk PT. Andro Mart ?

UNIVERSITAS Dinamika

1.3 Batasan Masalah

Agar rumusan masalah diatas lebih fokus dan terperinci, maka batasan masalah diuraikan sebagai berikut:

1. Perancangan menggunakan software Adobe Ilustrator
2. Konten desain instagram seputar hari – hari besar Nasional.
3. Media sosial yang digunakan adalah Instagram

1.4 Tujuan

Kerja praktik ini diharapkan mahasiswa dapat membantu perancangan media promosi melalui media sosial di PT. Andro Mart.

1.5 Manfaat

Laporan kerja praktik ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi para pihakyang membutuhkan, baik secara teoritis maupun praktis, diantaranya :

1.5.1 Bagi Mahasiswa

1. Diharapkan dari laporan kerja praktik ini akan menjadi referensi dan wawasan untuk penulisan laporan kerja praktik lainnya pada waktu mendatang. Sekaligus menjadi wawasan baru bagi para pembacanya.
2. Memberikan pengalaman baru untuk para penulis dalam kerja praktik gunamembentuk sifat yang professional, mampu bekerja dalam tim, dan dapat menyelesaikan tugas sesuai *deadline*.

1.5.2 Bagi perusahaan

Adapun manfaat praktis dari laporan kerja praktik ini adalah sebagai berikut:

1. Membantu perusahaan dalam memanfaatkan media sosial Instagram sebagai inovasi baru dalam segi promosi
2. Membantu perusahaan dalam menaikan citra di media sosial agar dapat di kenaloleh masyarakat luas.

UNIVERSITAS Dinamika

1.6 Pelaksanaan

Tanggal Pelaksanaan : 10 Maret 2022 – 30 April 2022

Waktu : 08.00 – 16.00

Bagian : Konten Media Sosial

1.7 Sistematika Penulis

Laporan kerja praktik ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi parapihak 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 PERUSAHAAN

Pada bab II ini berisi tentang gambaran umum mengenai perusahaan PT. Andro Mart yang di lakukan kerja praktik oleh penulis.

BAB III LANDASAN TEORI

Pada bab III ini membahas tentang teori yang digunakan untuk menjelaskan secara singkat mengenai landasan teori yang berkaitan dengan permasalahan di dalam laporan ini.

BAB IV DESKRIPSI PEKERJAAN

Bab IV ini membahas mengenai pekerjaan yang dilakukan penulis selama kerja praktik di perusahaan PT. Andro Mart yang di sertai dengan penjelasan mengenai proses pembuatan desain.

BAB V PENUTUP

Pada bab V berisikan mengenai kesimpulan dan saran yang membahas secara keseluruhan dari laporanh kerja praktik dan hasil yang di buat selama kerja praktik.

DAFTAR PUSTAKA

Pada daftar Pustaka berisi tentang daftar referensi yang digunakan sebagai daftar pelaksanaan kerja praktik berupa jurnal dan buku.

UNIVERSITAS Dinamika

BAB II
GAMBARAN UMUM INSTANSI

2.1 Profil Perusahaan PT. Andro Mart

Gambar 2.1 Tampak depan kantor perusahaan
(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2022)

UNIVERSITAS Dinamika

PT. Andro Mart merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jual-beli yang menjual alat elektronik berupa *handphone,* laptop, speaker, dll. Alat elektronik yang dijual dari berbagai produk seperti Samsung, LG, dll yang berasal dari beberapa negara seperti Jepang, Korea, Amerika, dll.

2.2 Visi dan Misi

2.2.1 Visi

Menjadi sebuah perusahaan elektronik terkemuka yang mengutamakan kualitas hasil dan pelayanan.

2.2.2 Misi

1. Terus berinovasi melakukan pengembangan kualitas produk secara maksimal demi pelayanan terbaik.
2. Menciptakan kondisi kerja yang aman, nyaman, disiplin dan bertanggung jawab dalam bekerja.
3. Memberi kualitas sumber daya manusia dan teknologi sesuai kebutuhan konsumen.

2.3 Alamat dan Kontak perusahaan

Berikut ini adalah beberapa informasi mengenai PT. Andro Mart

Tempat	: PT. Andro Mart
Alamat	: Jl. Jenggolo Indah 2H, Sidoarjo
Phone	: (+62) 851 5698 6303
Email	: andromart.indonesia@gmail.com

2.4 Stuktur Organisasi

Gambar 2.2 Struktur Organisasi
(Sumber: Olahan Penulis)

Berikut adalah proporsi struktur organisasi PT. Andro Mart :

1. Andre Evandi : selaku direktur dari PT. Andro Mart yang mempunyai hak untuk mengawasi serta memobilisasi perkembangan perusahaan agar bisa berjalan lancar dan sesuai target. Serta melakukan komunikasin antar konsumen dari luar negeri dan perusahaan agar terciptanya hubungan yang baik.

2. Reny Avita : sebagai sekertaris bertugas untuk memastikan peningkatan citra perusahaan pengelolaan komunikasi perusahaan dengan pihak internal dan eksternal
3. Ajeng Aulia : sebagai bendahara bertugas untuk membuat rencana keuangan perusahaan, mengatur arus uang perusahaan, melakukan pembukuan data keuangan, dll.
4. Tio Alam dan Adinda L : sebagai staff toko yang bertugas menjaga, merawat, dan sebagai pelayan jual beli produk dari PT. Andro Mart.

UNIVERSITAS Dinamika

BAB III

LANDASAN TEORI

Pada bab ini , laporan yang akan disusun dapat mengandung teori dan elemen yang penting. Teori ini yang akan dijelaskan agar terhindar dari penjiplakan maka patut dijelaskan tentang pembeda antara laporan ini dengan laporan yang sudah ada namun beda teori yang ada di dalamnya.

3.1 Konten Promosi

Konten promosi merupakan suatu kegiatan berkomunikasi dimana memiliki tujuan untuk memperkenalkan dan mempublikasi secara langsung suatu produk ataupun jasa yang sesuai dengan target pasar yang dituju. Definisi promosi itu sendiri merupakan suatu hal yang dilakukan oleh instansi atau perusahaan dalam mengomunikasikan suatu produk dan jasa milik instansi atau perusahaan itu sendiri untuk mendapatkan minat ketertarikan calon konsumen. (Puspitarini and Nuraeni 2019).

UNIVERSITAS Dinamika

3.2 Media Sosial

Media Sosial sering digunakan untuk berkomunikasi cara online yang diinginkan dan media sosial juga tempat untuk mendapatkan sebuah informasi baru dengan cepat. Banyak perusahaan yang sudah menggunakan media sosial sebagai sarana promosi produk yang dimiliki perusahaan sekaligus juga mendapatkan respon dari calon konsumen mengenai produk yang telah di publikasi melalui mediasosial. Media sosial merupakan sebuah wadah internet yang dimana dapat memungkinkan para pengguna untuk bisa berkomunikasi dengan pengguna lain dengan cakupan yang luas membentuk sebuah interaksi ikatan sosial secara online.

Media sosial itu sendiri memiliki dampak yang besar bagi perkembangan teknologi di era sekarang, khususnya bagi para penggunanya. (Leonita, Emy, and Nizwardi Jalinus. 2018).

3.3 Instagram

Instagram merupakan sebuah aplikasi *online* dengan fitur berbagi foto dan video yang membagikan ke berbagai layanan jejaring sosial. Instagram ini rilis pada tahun 2010 dengan pendirinya Kevin Systrom dan Mike Krieger. Aplikasi ini juga memiliki beberapa tujuan utama yaitu tempat sarana publikasi kegiatan, barang, hobi, hingga tempat tertentu dalam bentuk foto dan video. Instagram salah satu *platform* media sosial yang paling populer digunakan saat ini oleh para penggunanya. (Mahendra, Communications, and Security 2017)

3.3 Desain

Desain pada dasarnya adalah sebuah kegiatan perancangan sesuatu yang dinilai kurang mendefinisikan untuk beberapa profesi. Berjalannya waktu para arsitek menggunakan kata " rancang bangun ", sebagai pengganti kata desain. Namun kalangan keilmuan seni rupa tetap secara konsisten dan formal dipergunakan. Dengan adanya hal tersebut pembakuan istilah desain untuk berbagai bidang keilmuan sampai dipergunakan pada beberapa undang – undang perlindungan intelektual. Dalam perkembangan istilah " desain " tidak hanya dipakai dunia seni rupa, tetapi juga hampir semua bidang keilmuan memakai istilah ini untuk beberapa hal tertentu. Selain itu desain juga dapat diartikan sebagai penggambaran sketsa gagasan yang memuat konsep bentuk yang dikerjakan.(Sachari and Sunarya 2000).

Dalam desain juga memiliki beberapa elemen – elemen desain antara lain :

3.3.1 Titik

Titik itu sendiri dapat diartikan sebagai unsur utama desain yang relatif kecil ukurannya. Titik biasa ditampilkan dalam variasi besar jumlahnya. Dalam pembentukan suatu titik yang bergabung memanjang tidak bisa diartikan lagi sebagai titik karena memiliki bentuk yang telah berubah.

3.3.2 Garis

Garis merupakan unsur desain yang sangat mempengaruhi suatu pembentukan objek. Garis memiliki nilai utama yaitu arah dan dimensi yang berbeda kualitasnya.

UNIVERSITAS Dinamika

Pembuatan garis dapat ditentukan oleh seorang desainer pembuatnya, alat penunjang pembuatannya, dan media pembuatannya. Melalui goresan berupa garis dapat mengkomunikasikan pola rancangan yang dibuat. Garis dibedakan menjadi 3 yaitu garis lurus, garis lengkung, dan garis variasi. Variasi disini diartikan sebagai cara penggambaran sebuah garis itu dibentuk dan dihasilkan.

3.3.3 Bidang

Bidang merupakan rangkaian dari garis – garis yang telah di bentuk dan menghasilkan sebuah bidang. Dalam nilai utama garis yaitu memiliki arah dan dimensi, bidang ini juga memiliki nilai utama yaitu bentuk pola. Bidang ini dibedakanmenjadi beberapa bentuk yaitu bidang datar, dan bidang lengkung. Selain itu bidang juga dikelompokkan menjadi bidang *geometri* dan *non – geometri*

3.3.4 Bentuk

Bentuk merupakan gabungan dari beberapa garis yang menghasilkan beberapa dimensi, yaitu dua dimensi dan tiga dimensi. Pusat penentuan bentuk ditandai oleh batas – batas terluar dari objek tergantung dari penempatan titik garis. Bentuk dua dimensi itu ditandai oleh beberapa garis yang memiliki satu area. Bentuk tiga dimensi dapat ditandai ketika bidang tersebut dibentuk memiliki ruang. Beberapa jenis bentuk terdiri atas *bentuk naturalis, bentuk geometris, bentuk dekoratif, dan bentuk abstrak.*

3.3.5 Tekstur

Tekstur merupakan suatu permukaan bidang yang dapat dilihat dan di raba. Penentuan nilai perasa yang dapat dirasakan oleh sifat fisiknya yaitu tekstur halus dan tekstur kasar. Karakter nilai raba pada tekstur dapat dirasakan secara fisik dan secara imajiner.

3.3.6 Warna

merupakan elemen utama yang sangat penting dalam desain. Karena memiliki efek cahaya yang memberi kesan pada pancaindra khususnya indra pelihat. Warna dapat menggambarkan suasana hati terletak pada dalam diri manusia. Dalam hal ini warna dikatakan sebagai elemen dalam desain untuk

UNIVERSITAS Dinamika

membangun kesan yang dapat mempengaruhi suasana perasaan. Pemilihan warna adalah permasalahan utama yang harus diperhitungkan dalam penciptaan sebuah karya. Dalam kategori pengelompokan umum pada warna dibedakan menjadi tiga yaitu:

a. Warna Primer

Warna primer merupakan warna dasar atau warna utama dari proses pembentukan warna lain. Warna Primer ini terdiri dari warna merah, warna kuning, dan warna biru.

b. Warna Sekunder

Warna sekunder merupakan warna kedua pada tingkatannya. Warna ini terjadi dari gabungan warna- warna primer. Tingkatan ini dijelaskan pada penggunaan roda warna untuk membagi tingkatan warna. Seperti contoh warna merah di gabungkan dengan warna kuning menghasilkan warna oranye. Warna merah dan warna kuning merupakan warna primer hasil dari gabungan warna tersebut menjadi warna oranye yaitu warna skunder.

c. Warna Tersier

Warna tersier merupakan warna ketiga pada tingkatannya. Warna ini terjadi darigabungan warna primer dan warna skunder. Tingkatan ini juga telah dijelaskan pada penggunaan roda warna untuk penentuan warna tersier yang akurat.

UNIVERSITAS Dinamika

3.4 Prinsip Desain

Prinsip desain merupakan suatu hal yang wajib diperhatikan saat melakukan perancangan sebuah elemen – elemen desain yang akan dibentuk sesuai dengan proporsi tertentu. Prinsip desain dibagi 5 hal yaitu: a. Keseimbangan

Keseimbangan ini merupakan prinsip desain untuk memberi kesan keterjelasan dalam pemberian elemen – elemen desain.

b. Kesatuan

Prinsip ini membagi elemen – elemen desain tertentu yang berisikan ide pokok dalam perancangan sebuah karya. Menentukan prinsip kesatuan

dapat membantu menghasilkan satu tema yang kuat dengan menggabungkan elemen – elemen desain yang sudah terpilih.

c. Ritme atau Irama

Suatu pembuatan desain dengan menentukan pola yang teratur dengan menarik

d. Penekanan

Sebuah hal yang memiliki tujuan untuk ditonjolkan agar mendapatka respon audiendalam pemahaman suatu karya yang telah dibuat agar isi dari karya itu dapat dimengerti.

e. Proporsi

Proporsi merupakan suatu perbandingan dalam menentukan ukuran dari elemen – elemen desain yang telah dibuat dan memiliki ciri ukuran desain.

3.6 Layout

Layout atau tata letak merupakan tatanan elemen visual yang bertujuan untuk mengatur letak dari elemen satu dengan elemen lainnya. Selain itu tujuan utama dari *layout* ini adalah mengatur gambar dan sebuah teks agar memudahkan para pembaca untuk melihat informasi didalamkarya. Elemen elemen *layout* terdiri atas:

a. *Header*
b. Judul utama
c. Sub judul
d. Foto
e. Ilustrasi
f. *Bodyteks*
g. *Text box/frame*
h. *Pull quotes*
i. Footer
j. Nomer halaman

UNIVERSITAS Dinamika

BAB IV
DESKRIPSI PEKERJAAN

Pada bab ini berisi tentang perancangan pekerjaan yang penulis angkat selama kegiatan kerja praktik di PT. Andro Mart Perancangan pekerjaan kegiatan kerja praktik ini telah di setujui dan di izinkan oleh pihak perusahaan.

4.1 Penjelasan Pekerjaan

Pada tahap awal penulis merancang konten feed bertema hari – hari besar nasional untuk meningkatkan penjualan produk di PT. Andro Mart. Penulis membuat desain feed sesuai dengan brief yang telah di berikan sebelum proses pembuatan feed hari – hari besar nasional. Setelah menerima arahan dari penyelia dan akan di kembangkan oleh penulis tahapan – tahapan selanjutnya adalah :

a. Mencari refrensi desain dan konsep
b. Perancangan konsep feed dan penentuan jumlah feed
c. Pembuatan desain feed

UNIVERSITAS Dinamika

4.2 Konsep dan Ide Pekerjaan

Penentuan *feed* yang dirancang penulis berjumlah 12 *feed*. Memiliki desain menyambung setiap 3 *feed* dengan tema yang berbeda. Sehingga setiap tema hari – hari besar nasional memiliki 3 *feed* yang bersambung. Ketika dilihat langsung saat mengunjungi akun Instagram *Official* PT. Andro Mart.

4.3 Brief

Brief berperan penting dalam perancangan suatu pekerjaan kerena terdapat aturan – aturan dan keinginan dari penyelia dalam hasil pekerjaan yang penulis buat.

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

a. Konten*feed* dan untuk memperingati
   bulan Ramadhan 1443 H
b. Konten *feed* untuk memperingati hari Kartini 2022.
c. Konten *feed* untuk memperingati hari buruh pada tanggal
   1 Mei 2022.
d. Konten *feed* untuk memperingati hari raya Idul Fitri 1443 H.

4.4 Software dan Aplikasi yang digunakan

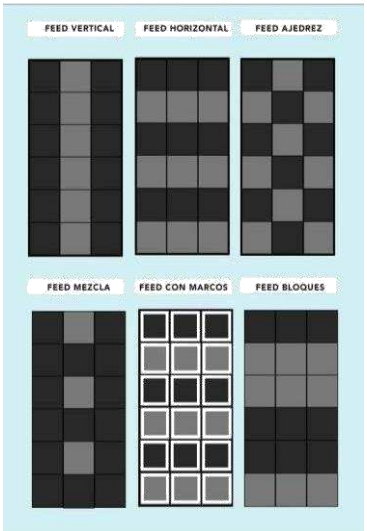
Software Adobe Illustrator ini penulis pakai untuk pembuatan sketsa digital, pewarnaan karya, dan *finishing*. Dalam *software* ini mempermudah saat menjadikan sketsa *manual* dibuat ke sketsa *digital*. Proses pembuatan sketsa *digital* tersebut dibuat menggunakan beberapa fitur dari Adobe Illustrator salah satunya *pen tools* untuk membuat *outline*. Penulis menggunakan software ini mulai dari proses pembuatan sketsa digital sampai ke tahap pewarnaan dan *finishing*.

4.5 Referensi

Dalam tahap pencarian refrensi melalui internet sesuai dengan jenis desain yang akan dibuat sesuai dengan brief yang telah diberikan. Pencarian refrensi bersumber dari website pinterest dan freepik. Kedua website tersebut adalah platform desain yang sering penulis gunakan untuk pencarian ide, refrensi, elemen, dan sebagainya dalam perancangan suatu karya. Berikut adalah beberapa refrensi yang diambil untuk pembuatan feed :

Gambar 4.1 Referensi Feed
(Sumber: Pinterest 2022)

UNIVERSITAS Dinamika



Gambar 4. 2 Referensi Feed
(Sumber : pinterest 2022)

4.6 Proses Desain Feed

Proses pembuatan desain feed mulai dari tahap sketsa manual sampai ke tahap finishing.

4.6.1 Proses perancangan feed Ramadhan 1443 H

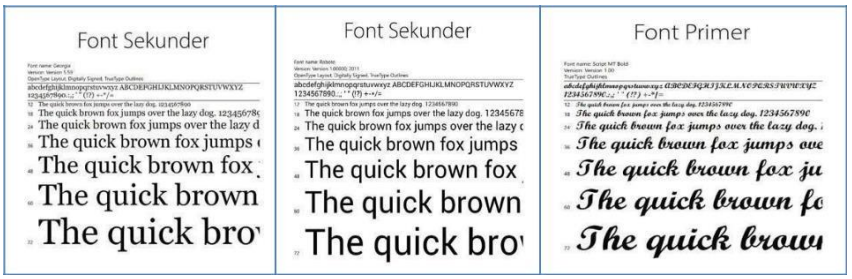
a. Sketsa Manual

UNIVERSITAS Dinamika

Gambar 4. 3 Sketsa Manual
(Sumber: Olahan Penulis, 2022)

b. Tipografi

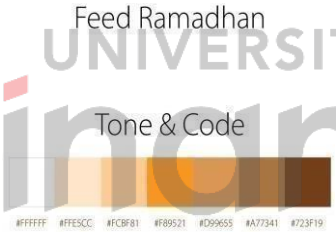
Penggunaan tipografi pada desain feed kedua yaitu Georgia, Script MT bold, Roberto.



Gambar 4. 4 Tipografi
(Sumber :????, 2022)

c. Pewarnaan

Berikut *code pallete* warna yang di pakai :



Gambar 4. 5 Tone Warna
(Sumber : Color Hex, 2022)

Kedua warna tersebut adalah warna utama dalam pewarnaan desain feed Ramadhan 1443 H yang penulis buat. Dalam pewarnaan desainnya ada metode gradasi untuk menambah kesan keindahan dalam feed tersebut. Untuk gradasi warna terdapat pada gambar berikut :

UNIVERSITAS Dinamika

Gambar 4. 6 Gradasi Warna

(Sumber : Olahan Penulis, 2022)

Gambar 4.7 Gradasi Warna diterapkan ke desain (Sumber : Olahan Penulis,2022)

d. Finishing

Di tahap ini adalah pemberian elemen – elemen dan *pattern* desain ke dalam feed Ramadhan 1443 H. Elemen ini saya memakai bahan dari *website* freepik.com untuk menambahkan kesan meriah pada desain feed Ramadhan 1443 H. Berikut adalah gambar elemen desain yang dipakai :

Gambar 4.8 Lampion dan Ornamen
(sumber : freepik 2022)

UNIVERSITAS Dinamika

Gambar 4.9 Ilustrasi Masjid
(Sumber : Freepik , 2022)

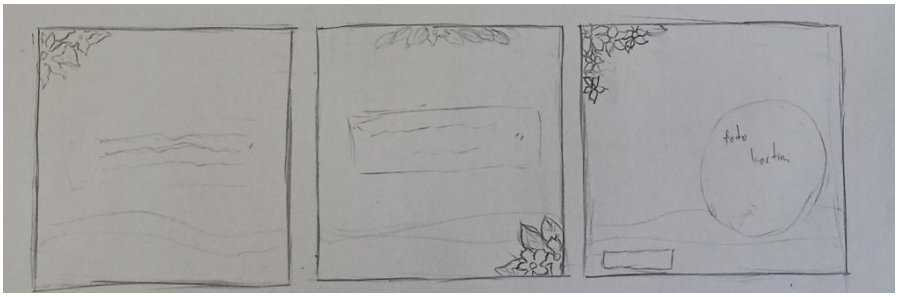
Hasil Akhir dari desain feed Ramadhan 1443 H sebagai berikut :

Gambar 4.10 Hasil Akhir Desainn Ramadhan 1443 H
(Sumber:Olahan Penulis, 2022)

UNIVERSITAS Dinamika

4.6.2 Berikut adalah proses perancangan feed Hari Kartini 2022

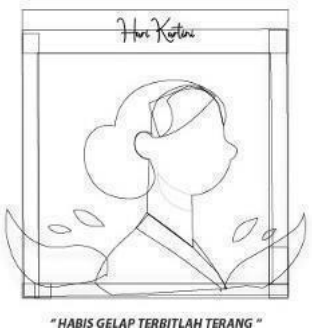
a. Sketsa Manual



Gambar 4.11 Sketsa Manual
(Sumber: Olahan Penulis,2022)

Pada tahap awal yaitu sketsa desain feed hari Kartini 2022. Pembuatan ilustrasi ibu Kartini di posisi feed kedua dengan memasukan elemen – elemen desain seperti frame foto dan dedaunan.

b. Tipografi



Gambar 4.12 Tipografi Feed Hari Kartini 2022

`` (Sumber: Olahan Penulis,2022)

Tipografi pada desain feed kedua yaitu Georgia, Script MT bold, Roberto.

Gambar 4.13 Jenis Font Feed Kedua

(Sumber: Olahan Penulis,2022)

c. Pewarnaan

Berikut *code pallete* warna yang dipakai :

Gambar 4.14 Tone Warna Feed Kartini

(Sumber: Color Hex)

UNIVERSITAS Dinamika

Berikut warna diterapkan pada desain feed Ramadhan 1443 H :

Gambar 4.15 Warna diterapkan ke dalam desain

(Sumber: Olahan Penulis, 2022)

d. Finishing

Di tahap ini mulai merapikan layout dan elemen – elemen desain. Dan juga penambahan pattern batik untuk *background feeds* yang diambil dari freepik.com untuk menambah kesan keindahan ke dalam feeds hari Kartini 2022.

Hasil Akhir dari desain feed Hari Kartini 2022 sebagai berikut :

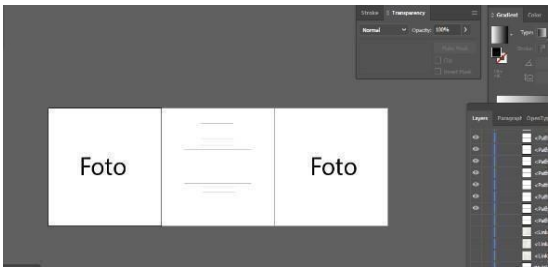
Gambar 4.16 Final Desain Feed Hari Kartini 2022

(Sumber: Olahan Penulis,2022)

UNIVERSITAS Dinamika

4.6.3 Berikut adalah proses perancangan feed Hari Buruh 2022

a. Layouting



Gambar 4.17 Layouting Feed Hari Buruh 2022

(Sumber: Olahan Penulis,2022)

Pada tahap *Layouting feed* memperingati Hari Buruh 2022 yaitu pembuatan tata letak mulai dari gambar ilustrsasi dan juga tipografi. Dalam konsep feed kali ini tidak memakai desain *vector*. Pada tahap *layouting* ini penulis menggunakan software Adobe Illustrator.

b. Pewarnaan

Berikut *code pallete* warna yang dipakai

Gambar 4.18 Color Feed Hari Buruh

(Sumber: Color Hex)

UNIVERSITAS Dinamika

c. Tipografi

Gambar 4.19 Jenis Font Feed Ketiga
(Sumber: Olahan Penulis,2022)

d. Finishing

Di tahap ini mulai merapikan layout dan elemen – elemen desain. Dan juga penambahan elemen pada *background feeds* untuk menambah kesan keindahan ke dalam feeds hari buruh 2022.

Gambar 4.20 Final Desain Feed Hari Buruh
(Sumber: Olahan Penulis,2022)

4.7 Hasil Akhir

Gambar 4.21 Hasil Akhir Feed IG
(Sumber: Olahan Penulis, 2022)

Dinamika

BAB V
PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Pada laporan kerja praktik yang berjudul "Perancangan Konten Media Sosial Instagram Di Pt. Andro Mart" Maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Tujuan dari perancangan ini adalah diharapkan PT. Andro Mart lebih dikenal oleh masyarakat luas dengan pembuatan konten *feed* media sosial Instagram.
2. Dalam merancang suatu *feed* pada media sosial Instagram dibutuhkan analisa tertentu, Karena *feed* yang dibuat bisa menyampaikan pesan atau makna tertentu dari sebuah konten yang diangkat kedalamnya.
3. Dalam membuat konsep perancangan *feed* pada media sosial Instagram, pembuat harus sesuai dengan *brief* yang diberikan oleh perusahaan dan harus mengukur faktoryang dapat digunakan seperti elemen desain dan gambar pendukung untuk memaksimalkan isi dari karya yang akan dibuat.

UNIVERSITAS Dinamika

5.2 Saran

Pada laporan kerja praktik yang berjudul "Perancangan Konten Media Sosial Instagram Di Pt. Andro Mart Guna Sebagai Upaya Meningkatkan Brand Awareness" Maka penulis memiliki saran sebagai berikut :

1. Dalam sebuah pekerjaan yang melibatkan *project* besar diperlukannya komunikasi dan koordinasi yang baik dari pihak perusahaan untuk mempermudah proses pengerjaan *project* yang diberikan.
2. Proses kerja sama antara pihak perusahaan sangat dibutuhkan karena dapat membantu kelancaran pekerjaan dan mendapatkan ide – ide baru dari proses brief dan telah dikumpulkan menjadi satu kesatuan agar mendapatkan hasil ide yang terbaik.
3. Evaluasi ini memiliki dampak yang sangat penting dalam dunia kerja. Yang ditempatkan pada akhir dari pekerjaan untuk memperbaiki kembali kesalahan – kesalahan dalam proses pekerjaan untuk kedepannya.

DAFTAR PUSTAKA

Adam, A. (2014). *Culture and social media: an elementary textbook*. Cambridge: Scholar Publishing.

Aljawiy, A. Y. & Muklason, A. (2011). Jejaring sosialdan dampak bagi penggunanya. Program studi Sistem Informasi Unipdu, Jombang. *Jurnal Ilmiah "Teknologi"*.

Basrowi. (2008). *Memahami penelitian kualitatif*. Jakarta: Rineka Cipta.

Leonita, Emy, and Nizwardi Jalinus. 2018. "Peran Media Sosial Dalam Upaya Promosi Kesehatan: Tinjauan Literatur." *INVOTEK: Jurnal Inovasi Vokasional danTeknologi* 18(2): 25–34.

Mahendra, Bimo, Markerting Communications, and Garda Perdana Security. 2017. "Eksistensi Sosial Remaja Dalam Instgram (Sebuah Perspektif Komunikasi)." *Jurnal Visi Komunikasi* 16(01): 151–60.

https://publikasi.mercubuana.ac.id/files/journals/16/articles/1649/submission/original/1649-3678-1-SM.pdf.

Puspitarini, Dinda Sekar, and Reni Nuraeni. 2019. "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif Pada Happy Go Lucky House)." *Jurnal Common* 3(1): 71–80. https://ojs.unikom.ac.id/index.php/common/article/view/1950.

Sachari, Agus, and Yan Yan Sunarya. 2000. "Pengantar Tinjauan Desain." *ResearchGate* (July 2000): 159–90.

Wijayanti, Ani. 2021. "Efektivitas Instagram Dalam Meningkatkan Minat Kunjungan Wisatawan Di Daerah Istimewa Yogyakarta." *Indonesian Journal of Tourism and Leisure* 2(1): 26–39.

UNIVERSITAS Dinamika