



**PERANCANGAN SOSIAL MEDIA DAN KOMPONEN DESAIN GRAFIS
STARTUP PICNICKER DI TECH INC UNDIKA**



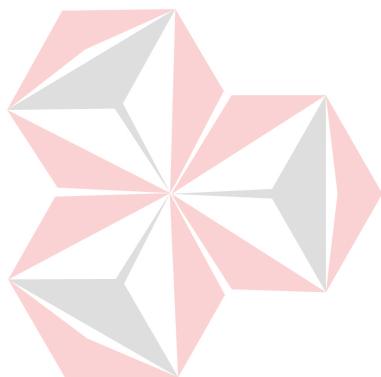
Oleh:
Tamam Milzadi Daffa
18420100042

FAKULTAS DESAIN DAN INDUSTRI KREATIF
UNIVERSITAS DINAMIKA
2023

**PERANCANGAN SOSIAL MEDIA DAN KOMPONEN DESAIN GRAFIS
STARTUP PICNICKER DI TECH INC UNDIKA**

LAPORAN KERJA PRAKTIK

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program studi
Desain Komunikasi Visual**



**UNIVERSITAS
Dinamika**

Oleh:

**Nama : Tamam Milzadi Daffa
NIM : 18420100042
Program Studi : SI Desain Komunikasi Visual**

FAKULTAS DESAIN DAN INDUSTRI KREATIF

UNIVERSITAS DINAMIKA

2023

MOTTO



PERSEMBAHAN



Laporan kerja praktik ini saya persembahkan untuk Ayah dan Ibu, terima kasih atas doa, semangat, motivasi, pengorbanan, nasihat serta kasih sayang yang tidak pernah henti sampai saat ini.

UNIVERSITAS
Dihdmika

LEMBAR PENGESAHAN

PERANCANGAN SOSIAL MEDIA DAN KOMPONEN DESAIN GRAFIS STARTUP PICNICKER DI TECH INC UNDIKA

Laporan Kerja Praktik oleh :

Tamam Milzadi Daffa

NIM : 18420100042

Telah diperiksa, diuji, dan disetujui

Surabaya, 20 Januari 2023

Pembimbing I

Digitally signed by

Fenty

Fahminnansih, ST,

MMT

Date: 2023.01.25

14:54:29 +07'00'

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

NIDN. 0706028502

Penyelia

Tan Amelia

2023.01.25

12:40:36 +07'00'

Tan Amelia, S.Kom., M.MT., MCP

NIP.

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 : **Tamam Milzadi Daffa**
NIM : **18420100042**
Program Studi : **S1 Desain Komunikasi Visual**
Fakultas : **Fakultas Desain dan Industri Kreatif**
Jenis Karya : **Laporan Kerja Praktik**
Judul Karya : **PERANCANGAN SOSIAL MEDIA DAN KOMPONEN DESAIN GRAFIS STARTUP PICNICKER DI TECH INC UNDIKA**

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.

Demikian surat pernyataan ini Saya buat dengan sebenar-benarnya.

Surabaya, 20 Januari 2023



Tamam Milzadi Daffa
NIM : 18420100042

ABSTRAK

Media promosi saat ini sangat dibutuhkan bagi sebuah brand atau perusahaan untuk memberikan promosi, interaksi, dan informasi terkait barang atau jasa yang di ditawarkan oleh brand atau perusahaan tersebut. Perlu adanya perancangan yang matang dalam pembuatan media promosi yang menarik. Di era yang serba digital ini, media promosi erat kaitannya dengan media sosial. Dengan adanya media sosial ini dapat memudahkan sebuah brand atau perusahaan untuk menyampaikan informasi pada khalayak sesuai target sasarnya.

Instagram adalah satu dari sekian banyak media sosial yang banyak sekali penggunanya. Fitur *feeds* pada Instagram ini, akan dikemas dengan konten yang unik dan menarik sehingga memikat perhatian dari penggunanya. Salah satu konten yang isi dari konten yang dibuat berupa hal yang sedang ramai dibicarakan seperti tempat wisata, acara, kejadian unik dan masih banyak lagi.

Hal yang sedang viral sering kali menjadi sebuah bahan untuk konten di Instagram, karena pada dasarnya hal yang viral akan sangat relevan dengan para audiensnya. Hal tersebut akan membawa dampak dan membuat interaksi antara calon pelanggan dan brand atau usaha tersebut sehingga perlunya perancangan media sosial dalam upaya mempromosikan brand atau perusahaan tersebut.

Pada program kerja praktik di Tech Inc Dinamika ini, penulis mencoba memecahkan masalah yang ada, yaitu bagaimana merancang konten media sosial yang akan dipakai sebagai upaya mempromosikan startup Picnicker.

Kata Kunci: *Media Promosi, Perancangan Feed Instagram, Ilustrasi, Startup*

KATA PENGANTAR

Segala puji atas kehadiran Allah SWT. yang telah melimpahkan rahmat serta karunia-Nya, sehingga Laporan Kerja Praktik yang berjudul “Perancangan Sosial media Dan Komponen Desain Grafis Startup Picnicker Di Tech Inc Undika” dapat terselesaikan tanpa suatu halangan yang berarti. Laporan Kerja Praktik ini disusun dalam rangka untuk memenuhi persyaratan Program Sarjana Desain Komunikasi Visual.

Penyusunan Laporan Kerja Praktik ini tidak terlepas dari dukungan berbagai pihak yang turut terlibat, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, disampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Prof. Dr. Budi Jatmiko, M.Pd selaku Rektor Universitas Dinamika.
2. Dhika Yuan Yurisma, M.Ds., ACA selaku Ketua Program Studi S1 Dosen Komunikasi Visual.
3. Fenty Fahminnansih, S.T., M.MT. selaku Dosen Pembimbing.
4. Kepada karyawan dan staff Tech Inc Dinamika yang telah memberikan kesempatan untuk melakukan kerja praktik.
5. Semua pihak Picnicker dan teman kerja praktik yang telah mendukung dan selalu memberikan masukan selama kerja praktik.
6. Orang tua penulis, bapak dan ibu yang telah mendidik dan membimbing penulis hingga saat ini.
7. Serta semua pihak-pihak yang tidak bisa disebutkan satu-persatu yang turut membantu dan mendukung penyelesaian penyusunan Tugas Akhir ini.

Semoga laporan ini dapat memberikan manfaat dan mohon maaf apabila terdapat kesalahan penulisan ataupun kata-kata yang kurang berkenan.

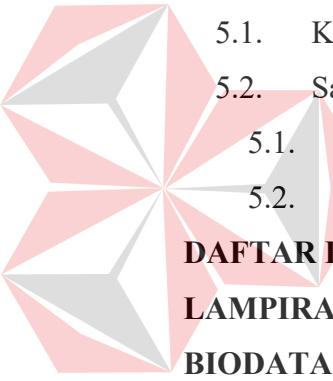
Surabaya, 20 Januari 2023



Penulis

DAFTAR ISI

MOTTO	III
PERSEMBAHAN.....	IV
ABSTRAK	VII
KATA PENGANTAR.....	VIII
DAFTAR ISI.....	IX
DAFTAR GAMBAR.....	XI
DAFTAR LAMPIRAN	XII
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	2
1.3. Batasan Masalah	2
1.4. Tujuan	2
1.5. Manfaat	3
1.5.1. Manfaat teoritis	3
1.5.2. Manfaat praktis	4
1.6. Pelaksanaan	4
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....	5
2.1. Profil Perusahaan	5
2.2. Identitas Instansi	8
2.3. Visi, Misi dan Tujuan Tech Inc Dinamika.....	8
2.4. Struktur Organisasi Tech Inc Dinamika.....	9
2.5. Lokasi Tech Inc Dinamika	9
BAB III LANDASAN TEORI.....	12
3.1. Ilustrasi.....	12
3.2. Desain Grafis.....	12
3.2.1. Typography	12
3.2.2. Warna	13
3.2.3. Bidang	14
3.3. Sosial media	14



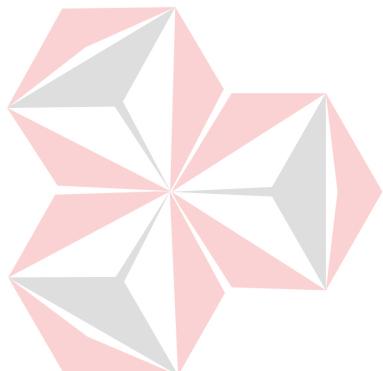
3.4. UI/UX.....	15
3.4.1. User Interface	15
3.4.2. User Experience	16
BAB IV DESKRIPSI PEKERJAAN	17
4.1. Analisa Sistem.....	17
4.2. Posisi di Instansi.....	17
4.3. Software yang digunakan.....	17
4.4. Proses Pelaksanaan Kerja Praktik	18
4.4.1 Briefing	18
4.4.2 Penentuan Konsep.....	19
4.4.3 Pengumpulan Referensi	19
4.4.4 Perancangan Karya	19
BAB V PENUTUP	25
5.1. Kesimpulan	25
5.2. Saran.....	25
5.1. Bagi perusahaan	25
5.2. Bagi mahasiswa.....	26
DAFTAR PUSTAKA	27
LAMPIRAN.....	28
BIODATA PENULIS.....	34

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Logo Universitas Dinamika	5
Gambar 2.2 Logo Tech Inc Dinamika.....	7
Gambar 2.3 Logo Picnicker	7
Gambar 2.4 Gedung Universitas Dinamika	10
Gambar 2.5 Lokasi Google Map Universitas Dinamika.....	10
Gambar 2.6 Pintu masuk ruangan Tech Inc	10
Gambar 2.7 Suasana dalam ruangan Tech Inc.....	11
Gambar 3.1 Bagian dari tipografi.....	12
Gambar 3.2 Ilustrasi warna RGB	13
Gambar 3.3 Ilustrasi warna CYMK	13
Gambar 3.4 Macam-macam bidang	14
Gambar 3.5 Perbedaan UI dan UX	15
Gambar 4.1 Brief feed Instagram “Review Rola Kopi Kayoon”	18
Gambar 4.2 Sketsa layout feed instagram.....	20
Gambar 4.3 Sketsa ilustrasi UI/UX.....	20
Gambar 4.4 Input sketsa sebagai referensi layout.....	21
Gambar 4.5 Input sketsa sebagai referensi Ilustrasi.....	21
Gambar 4.6 Proses layout feed Instagram.....	22
Gambar 4.7 Proses pewarnaan ilustrasi	22
Gambar 4.8 Tampilan akhir desain feed Instagram	23
Gambar 4.9 Hasil akhir ilustrasi UI/UX	23
Gambar 4.10 Tampilan karya di Instagram.....	24
Gambar 4.11Tampilan karya di Figma	24

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Keterangan KP (Surat Pengantar).....	28
Lampiran 2 Form KP 5 Hal. 1 (Acuan Kerja).....	29
Lampiran 3 Form KP 5 Hal. 2 (Garis besar rencana kerja mingguan)	30
Lampiran 4 Form KP 6 Hal. 1 (Log Harian).....	31
Lampiran 5 Form KP 7 (Kehadiran kerja praktik).....	32
Lampiran 6 Kartu Bimbingan Dosen	33



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Sosial media adalah media berbasis *online*, yang memudahkan para penggunanya seperti blog, jejaring sosial, wiki, forum untuk berinteraksi di dalam dunia virtual virtual. Tempat-tempat tersebut merupakan bentuk media sosial yang paling dasar digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia (Kaplan & Haenlein, 2010).

Kewirausahaan atau yang sering disebut *entrepreneur* berasal dari bahasa Perancis *entreprene* yang artinya petualang, pengambil resiko, *entrepreneur*, *entrepreneur* (orang yang melamar pekerjaan tertentu) dan arti pencipta yang menjual hasil karyanya (Durahman & Noer, 2019).

Dampak dari era digital telah menghasilkan perubahan terhadap dinamika kehidupan, termasuk dinamika dunia bisnis. Hal ini tidak bisa dipungkiri karena era digital ini membuat akses peluang bisnis menjadi lebih mudah dan cepat. Tanpa memerlukan modal besar dan lokasi dimanapun, siapapun bisa menjalankan bisnis dengan menggunakan teknologi digital melalui facebook, instagram, *website* atau media sosial lainnya. Teknologi ini memudahkan untuk menciptakan pasar (Maryati et al., 2019).

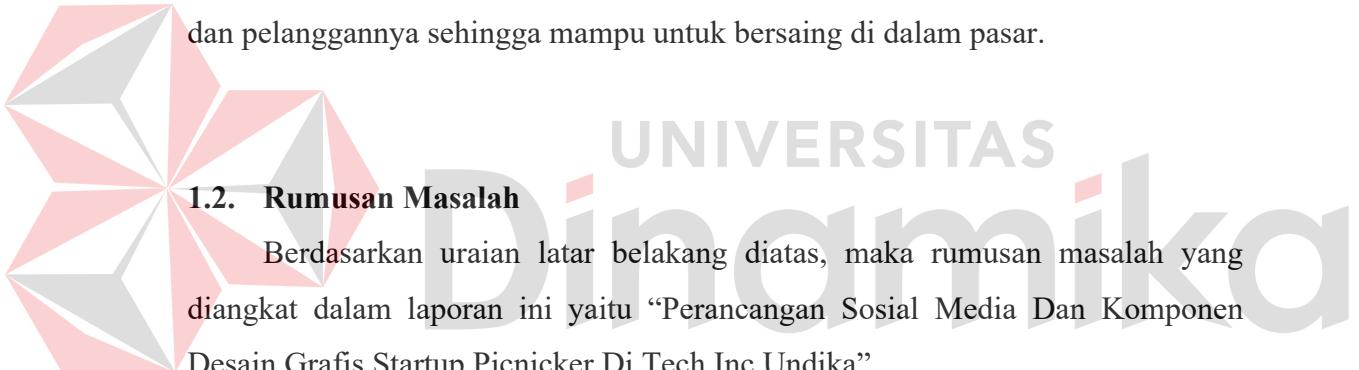
Universitas Dinamika sendiri memiliki sebuah keinginan untuk melahirkan sebuah wirausaha baru berbasis teknologi. Hal tersebut dapat dicapai dengan memfasilitasi para wirausahawan mudanya yaitu mahasiswa, karyawan maupun Alumni Universitas Dinamika. Harapannya wirausaha tersebut dapat berdiri secara mandiri melalui modal yang dihasilkan penelitian riset perusahaan tersebut. Dengan itu dibangunnya badan organisasi bagian Universitas Dinamika yaitu Tech Inc.

Tech inc memiliki fungsi sebagai inkubator bisnis teknologi dan pusat pengembangan strategi pemasaran. Memiliki akses dalam pengetahuan dan bantuan permodalan diharapkan dapat memperluas jaringan bisnis usaha rintisan. Tech Inc juga berfungsi sebagai sebuah tempat untuk memonitor dan pusat

pelatihan bisnis. Salah satu startup yang lahir dari Tech Inc adalah Picnicker yang merupakan startup dengan bidang pariwisata.

Picnicker ini lahir dengan tujuan untuk memberikan sebuah solusi inovatif bagi konsumen yaitu membuat suatu aplikasi dimana para penggunanya dapat mengakses informasi dan reservasi melalui telepon seluler. Ide ini muncul karena banyaknya konsumen khususnya wisatawan yang masih sulit dalam mencari informasi dan akses reservasi tempat wisata. Melalui Tech Inc harapannya Picnicker dapat bertumbuh dan berkembang sehingga mampu bersaing di pasar.

Dalam pelaksanaan kerja praktik ini, penulis diberikan tanggung jawab sebagai desainer grafis Picnicker. Tujuan desainer grafis ini yaitu untuk membuat konten dari sosial media sebagai upaya promosi Picnicker dan juga sebagai pembuat aset ilustrasi UI aplikasi Picnicker. Hal tersebut dilakukan agar Picnicker mampu untuk memulai proses bisnisnya dengan mencari kerja sama berbagai bisnis dan pelanggannya sehingga mampu untuk bersaing di dalam pasar.



1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka rumusan masalah yang diangkat dalam laporan ini yaitu “Perancangan Sosial Media Dan Komponen Desain Grafis Startup Picnicker Di Tech Inc Undika”.

1.3. Batasan Masalah

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

1. Perancangan *feed* sosial media dengan *software* Adobe Photoshop.
2. Perancangan aset ilustrasi *UI* aplikasi Picnicker dengan *software* Adobe Illustrator.

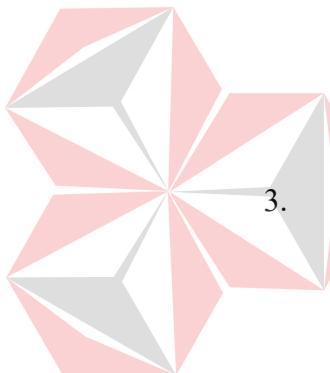
1.4. Tujuan

Tujuan pelaksanaan kerja praktik di Picnicker sebagai berikut:

1. Agar mahasiswa dapat mengetahui dan memahami aplikasi ilmu yang telah didapat selama perkuliahan.
2. Agar mahasiswa dapat memahami dengan baik ilmu penataan *layout* dan pemahaman *brief* dan desain secara terarah.
3. Agar mahasiswa dapat mendapat pengalaman dan bayangan akan pekerjaan di dunia nyata.
4. Agar mahasiswa dapat mengetahui produktivitas instansi/perusahaan.

Tujuan penulisan laporan kerja praktik ini sebagai berikut:

1. Untuk memenuhi syarat kelulusan mata kuliah Kerja Praktik yang diwajibkan pada seluruh mahasiswa program studi S1 Desain Komunikasi Visual Fakultas Desain dan Industri Kreatif, Universitas Dinamika Surabaya.
2. Sebagai penjabaran mengenai profil perusahaan, bagaimana sebuah perusahaan memperoleh proyek dan tindak lanjutnya, serta bagaimana keterlibatan penulis dalam kasus proyek yang diberikan oleh perusahaan.
3. Menjelaskan dan menjabarkan kepada para pembaca mengenai proses pelaksanaan Kerja Praktik dan lingkup penulisan laporan.



1.5. Manfaat

Manfaat dari kegiatan kerja praktik ini dapat memberikan manfaat yang berguna kepada pihak yang bersangkutan diantaranya

1.5.1. Manfaat teoritis

1. Menambah wawasan mahasiswa mengenai cara perancangan desain *feed* Instagram.
2. Menambah wawasan mahasiswa mengenai cara pembuatan aset ilustrasi *UI*.
3. Hasil dari laporan kerja praktik ini dapat menjadi referensi untuk mahasiswa Desain Komunikasi Visual dimasa mendatang dan memberikan informasi maupun literatur yang dibutuhkan.

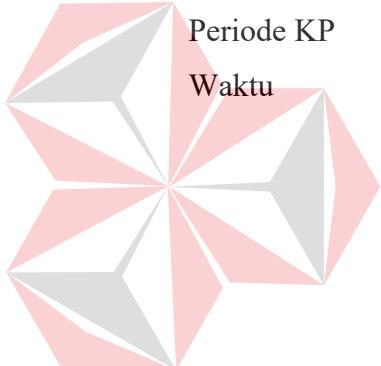
1.5.2. Manfaat praktis

1. Kerja praktik ini diharapkan dapat menjadi salah satu pengalaman yang berguna sebagai sarana pembelajaran dan pengetahuan baru bagi penulis dalam melatih keterampilan di dalam dunia kerja.
2. Pengerjaan desain *feed* dan ilustrasi yang telah dikerjakan oleh mahasiswa diharapkan dapat membantu perusahaan dan dapat membantu pengerjaan desain yang lebih baik.

1.6. Pelaksanaan

Informasi Perusahaan

Nama Perusahaan	:	Universitas Dinamika Tech Inc
Telepon	:	+62 (31) 8721731
Periode KP	:	03 Oktober 2022 s.d 03 Desember 2022
Waktu	:	08.00 – 16.30 WIB (Senin – Jumat)



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

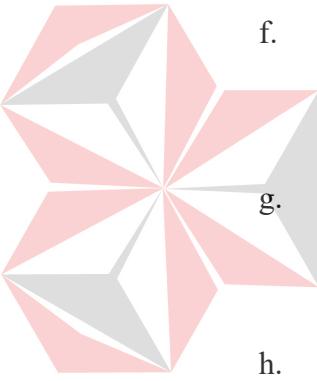
2.1. Profil Perusahaan



Gambar 2.1 Logo Universitas Dinamika
(sumber: dinamika.ac.id)

Menurut Surat Keputusan nomor 289/KPT-03B/VII/2014 tentang perubahan Logo baru Universitas Dinamika, logo Universitas Dinamika tersebut memiliki makna, yaitu :

1. Tiga buah kubus yang bersatu membentuk satu kesatuan, melambangkan Tridharma Perguruan Tinggi yaitu Pendidikan, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat. Melalui Tridharma inilah Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya memberikan dharma baktinya kepada masyarakat.
2. Warna merah pada bagian luar kubus melambangkan keberanian, sedangkan warna putih dan abu-abu pada bagian dalam melambangkan kesucian dan kesederhanaan. Warna-warna tersebut melambangkan bahwa setiap pribadi Civitas Académica Universitas Dinamika bersikap pemberani namun didasari hati yang suci, berpenampilan sederhana, dan rendah hati.
3. Sembilan bidang sisi kubus yang nampak, melambangkan Sembilan karakter individu Civitas Académica Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya yaitu :
 - a. **JUJUR:** Melaksanakan tugas dan kewajiban dengan lurus hati sesuai dengan aturan yang berlaku, dan tidak menyimpang dari prinsip moralitas, serta segala tindakan yang dilakukan dapat dipercaya dan dipertanggung jawabkan.
 - b. **CERDAS:** Kritis, kreatif, dan inovatif dalam menanggapi segala



sesuatu, senantiasa berorientasi kepada Iptek, produktif, namun tetap rendah hati serta terbuka dan reflektif untuk memperbaiki kinerja sendiri.

- c. **PEDULI:** Memiliki rasa kasih sayang terhadap sesama dan lingkungan, bersikap toleran dan tenggang rasa, santun, cinta damai, dan suka bekerja sama.
- d. **PROFESIONAL:** Dalam melaksanakan setiap tugas dan kewajiban selalu mengutamakan keahlian dan mutu dengan tetap berpegang pada etika, dan setiap tindak tanduknya menunjukkan ciri seorang profesional.
- e. **TANGGUNG JAWAB:** Sadar dalam bersikap dan berperilaku, serta tuntas dalam melaksanakan tugas dan kewajiban dengan segala resikonya.
- f. **BERDEDIKASI:** Melaksanakan tugas dan kewajiban dengan penuh pengabdian, dan rela berkorban demi tercapainya visi, misi, dan tujuan yang telah ditetapkan.
- g. **TANGGUH:** Pantang menyerah, andal, kukuh, dan tahan menghadapi setiap tantangan dalam menjalankan tugas dan tanggung jawab demi mencapai keberhasilan.
- h. **TERPADU:** Dalam setiap melaksanakan tugas dan kewajiban mengutamakan *teamwork*, selalu memperhatikan koordinasi, integrasi, dan sinkronisasi, dengan melakukan komunikasi yang efektif sehingga dapat tercapai sinergi.
- i. **OPTIMIS:** Memiliki keyakinan akan keberhasilan dalam melaksanakan tugas dan kewajiban yang diembannya.



Gambar 2.2 Logo Tech Inc Dinamika
(sumber: techinc.dinamika.ac.id)

Tech.inc Dinamika adalah Inkubator Bisnis Teknologi Universitas Dinamika, dalam kegiatan pengembangan inovasi & kewirausahaan Universitas Dinamika. Tech.inc Dinamika menjadi garda terdepan untuk meningkatkan kualitas SDM. Produk inovasi berbasis riset dan pengembangan teknologi yang menjadi *tenant startup* diberikan fasilitas inkubasi agar terbentuk Perusahaan baru yang menjadi kontributor bagi kegiatan perekonomian Indonesia.



Gambar 2.3 Logo Picnicker
(sumber: picnicker.id)

Picnicker merupakan salah satu *startup* yang bergerak pada bidang pariwisata, yang dimana layanannya berbentuk *infomediary* dan *intermediary*. Layanan yang diberikan startup Picnicker ditujukan kepada para wisatawan yang membutuhkan kemudahan dalam mencari informasi dan mengakses reservasi ke beberapa tempat wisata lokal melalui pembelian tiket secara *online* tanpa antrian. Selain wisatawan, layanan Picnicker ditujukan juga kepada pengelola objek wisata lokal, dimana mereka dapat mengelola penjualan tiket secara online dan memantau jumlah wisatawan yang mengakses tempat wisata tersebut..

2.2. Identitas Instansi

Nama Instansi	:	Universitas Dinamika Tech Inc
Alamat	:	Jl. Raya Kedung Baruk 98, Surabaya
Nomor Telepon	:	+62 (31) 8721731
Website	:	https://www.dinamika.ac.id/
Email	:	official@dinamika.ac.id

2.3. Visi, Misi dan Tujuan Tech Inc Dinamika

1. Visi

Menjadi Inkubator Bisnis Teknologi yang produktif dalam berinovasi guna mendorong lahirnya *Technopreneur* di Indonesia

2. Misi

- a. Memberikan fasilitas dan dukungan terhadap ide inovatif, agar menjadi *startup* unggulan di masyarakat.
- b. Menyelenggarakan inkubasi perusahaan pemula berbasis teknologi secara profesional.
- c. Menghasilkan *startup* yang siap berkarya di masyarakat.
- d. Mempercepat komersialisasi produk inovasi.

3. Tujuan

- a. Meningkatkan alih teknologi hasil riset lembaga penelitian untuk meningkatkan daya saing perusahaan baru berbasis inovasi teknologi.
- b. Mendorong lahirnya wirausaha-wirausaha muda berbasis teknologi dan Perusahaan Baru Berbasis Teknologi.
- c. Memperkuat daya saing industri dalam negeri menuju ekonomi berbasis inovasi.
- d. Menciptakan lapangan pekerjaan baru berbasis inovasi teknologi bagi warga masyarakat berpendidikan tinggi.
- e. Meningkatkan kemandirian sumber pendanaan riset dari komersialisasi HKI/hasil riset Universitas Dinamika.

2.4. Struktur Organisasi Tech Inc Dinamika

Tech Inc adalah sebuah badan organisasi dari Universitas Dinamika yang memiliki fungsi sebagai pengembangan inovasi dan kewirausahaan Universitas Dinamika. Pelaksanaan badan organisasi Tech Inc dilalui oleh Tim Pengelola Inkubator Bisnis dan Teknologi Tech Inc., yakni:

1. Tan Amelia, S.Kom., M.MT., MCP (Chief Executive Officer)
2. Sri Hariani Eko Wulandari, S.Kom., M.MT. (Chief Technology Officer)
3. Tri Sagirani, S.Kom., M.MT. (Chief Financial Officer)
4. M. Risa Fahmi, S.Kom. (Chief Operating Officer)
5. Nunuk Wahyuningtyas, M.Kom. (Coach Team Startup SUVIS Indonesia)
6. Ayouvi Poerna Wardhanie, S.M.B., M.M. (Coach Team Startup Picnicker)
7. Fredy Priyambodo, S.Kom. (Pendamping startup SUVIS Indonesia)
8. Wigananda Firdaus Putra Aditya, S.Kom. (Pendamping startup Picnicker)
9. Afif Fathurrahman (Administration Officer)

Salah satu startup yang dipegang oleh Tech Inc adalah Picnicker. Adapun anggota pengurusnya yaitu:

1. Aprianto (Chief Executive Office)
2. Adrianus Hernowo (Chief Marketing Office)
3. Kevin Owen (Chief Technology Officer)
4. Indiana Nazulfa (Content Specialist)
5. Michael Vincent (Backend Developer)
6. Reva Eka Prasetyo (UI/UX Designer)

2.5. Lokasi Tech Inc Dinamika

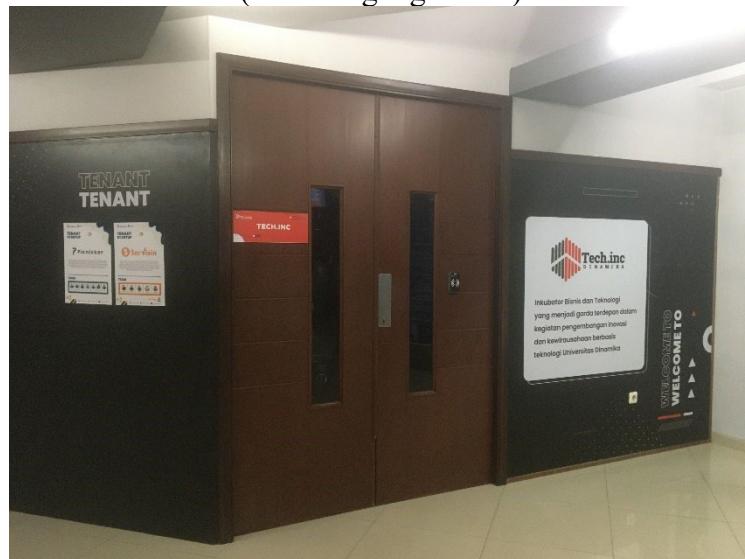
Lokasi dari Universitas Dinamika yaitu pada Jalan Kedung Baruk No. 98, Kel. Kedung Baruk, Kec. Rungkut, Surabaya, Jawa Timur. Gedung dan gambaran peta dari Universitas Dinamika dapat dilihat pada gambar dibawah.



Gambar 2.4 Gedung Universitas Dinamika
(sumber: Dokumentasi Penulis)



Gambar 2.5 Lokasi Google Map Universitas Dinamika
(sumber: google.com)



Gambar 2.6 Pintu masuk ruangan Tech Inc

(sumber: Dokumentasi penulis)



Gambar 2.7 Suasana dalam ruangan Tech Inc.
(sumber: Dokumentasi penulis)



BAB III

LANDASAN TEORI

3.1. Ilustrasi

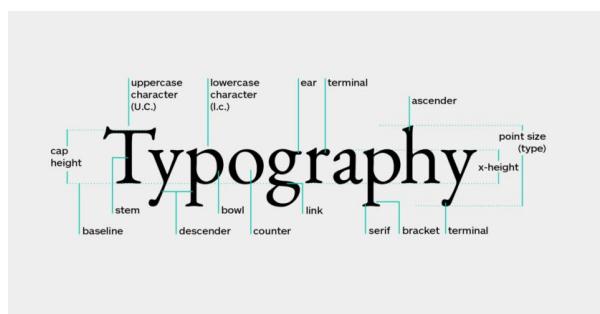
Ilustrasi adalah proses menampilkan sesuatu bagian dari proses komunikasi visual. Komunikasi visual di sini adalah proses suatu komunikasi yang berupa suatu gambar (visual) atau bisa dilihat oleh indra penglihatan (Djirong & Arifin, 2018).

Ilustrasi berasal dari kata latin yaitu *ilustrare* yang berarti penerangan atau pemurnian. Dalam *The American Heritage of The English Language Dictionary*, *ilustrare* berarti memperjelas atau memberi kejelasan dengan contoh analogi atau perbandingan, mendekorasi (Witabora, 2012).

3.2. Desain Grafis

Desain grafis didefinisikan sebagai penerapan keterampilan artistik dan komunikasi untuk kebutuhan komersial dan industri. Aplikasi ini mungkin termasuk mengiklankan dan menjual produk, membuat identitas visual untuk organisasi, produk dan perusahaan, dan lingkungan grafis; desain informasi; dan secara visual meningkatkan pesan dalam artikel (Sitepu, 2004)

3.2.1. Typography



Gambar 3.1 Bagian dari tipografi
(sumber: idseducation.com)

Tipografi merupakan bidang keilmuan yang mempelajari tentang

kompleksitas huruf. Tipografi memiliki dua fungsi yaitu fungsi estetika dan fungsi komunikatif. Fungsi estetika tipografi digunakan untuk membantu dalam penampilan huruf agar menarik sedangkan fitur komunikasi tipografi digunakan untuk menyampaikan pesan dalam bentuk teks secara jelas dan akurat (Krisbiantoro et al., 2021).

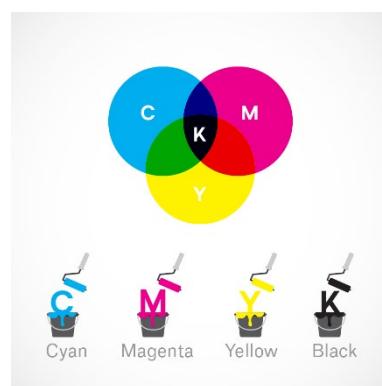
3.2.2. Warna

Warna adalah suatu spektrum tertentu yang terkandung dalam cahaya sempurna (putih). Sebuah warna dapat terbentuk karena panjang dari gelombang warna (spektrum) tersebut. Dalam seni rupa, warna dapat diartikan sebagai pantulan cahaya tertentu yang dipengaruhi oleh pigmen yang terdapat pada permukaan suatu benda (Zharandont, 2015).

Warna dikelompokkan menjadi dua, yaitu:



Gambar 3.2 Ilustrasi warna RGB
(sumber: 99designs.com)



Gambar 3.3 Ilustrasi warna CYMK
(sumber: 99designs.com)

3.2.3. Bidang



Gambar 3.4 Macam-macam bidang
(sumber: freepik.com)

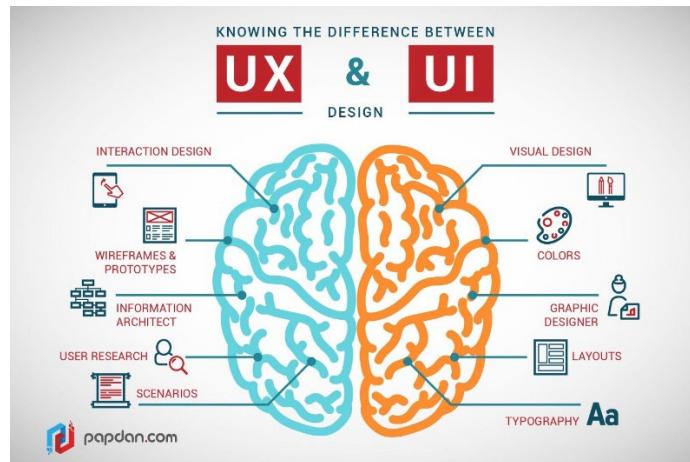
Bidang adalah garis yang ujung-ujungnya bertemu membentuk permukaan tertutup. Elemen yang satu ini juga sering digunakan dalam desain. Bidang menempati ruang dua atau dua dimensi, yaitu hanya memiliki dua dimensi (panjang dan lebar). Penggunaan elemen bidang dalam desain grafis bertujuan tidak hanya untuk mendefinisikan objek, tetapi juga untuk meningkatkan daya tarik penataan dan menyampaikan ide-ide perancangan kepada audiens (Ammariah, 2022).

3.3. Sosial media

Sosial media adalah suatu kelompok aplikasi berbasis Internet yang dibangun di atas dasar ideologis dan teknologi Web 2.0 dan memungkinkan pembuatan dan pertukaran konten buatan pengguna (Kaplan & Haenlein, 2010).

Istilah sosial media terdiri dari dua kata yaitu media dan sosial. Media berarti anak dari komunikasi, sedangkan kata sosial diartikan sebagai realitas sosial dimana setiap individu memiliki tindakan yang berkontribusi terhadap masyarakat (Meilinda, 2018).

3.4. UI/UX



Gambar 3.5 Perbedaan UI dan UX
(sumber: youthmanual.com)

Menurut Muhyidin et al., (2020) *UI* dan *UX* adalah singkatan daripada *User Interface* dan *User Experience* yang merupakan tampilan visual pada sebuah aplikasi atau digital *marketing tool* berupa *website* yang dapat meningkatkan nilai tambah bagi sebuah *brand* bisnis atau properti.

3.4.1. User Interface

UI atau *User Interface* adalah ilmu tata letak grafis dari suatu jaringan atau aplikasi. Cakupan antarmuka pengguna mencakup tombol yang diklik pengguna, teks, gambar, kolom input teks, dan objek apa pun yang berinteraksi dengan pengguna. Termasuk tata letak, animasi, transisi, dan semua interaksi kecil. Antarmuka pengguna mendesain semua elemen visual, bagaimana pengguna berinteraksi dengan situs web dan apa yang ditampilkan di situs web. Elemen visual yang ditangani oleh desainer antarmuka pengguna adalah tema warna, menentukan bentuk tombol dan menentukan jenis *font* yang digunakan dalam teks. Perancang antarmuka pengguna harus dapat membuat tampilan bagus yang meningkatkan keterlibatan pengguna.

3.4.2. User Experience

Desainer *UX* adalah orang yang menciptakan produk yang bermanfaat dan memvisualisasikan aliran pengguna dalam desain produk yang teruji dan indah. Desainer *UX* bekerja sama dengan tim lain untuk menemukan titik temu antara kebutuhan pengguna, tujuan bisnis, dan perkembangan teknologi. Situs kencan kemudian menjadi produk yang bermakna, bermanfaat dan menghibur. Seperti namanya, desain yang dibuat oleh desainer *UX* menentukan tingkat kesulitan pengalaman pengguna atau interaksi *online*. Membuat *wireframe* atau mendesain *template* adalah salah satu keterampilan dasar seorang desainer *UX*.



BAB IV

DESKRIPSI PEKERJAAN

4.1. Analisa Sistem

Kerja Praktik yang akan dilaksanakan sebagai berikut:

Nama Instansi : Universitas Dinamika | Tech Inc
Tim : Social Media Creative
Tempat : Jl. Raya Kedung Baruk 98, Surabaya
Keterangan : Picnicker merupakan startup yang dikembangkan oleh mahasiswa Universitas Dinamika. Pengelolaanya berada dibawah naungan Tech Inc Dinamika

4.2. Posisi di Instansi

Pada saat pelaksanaan kerja praktik posisi yang didapat oleh penulis adalah sebagai desainer *feed* sosial media Instagram Picnicker dalam upaya mempromosikan perusahaan dan sebagai illustrator aset ilustrasi yang digunakan untuk merancang UI/UX aplikasi Picnicker.

4.3. Software yang digunakan

Dalam pelaksanaan kerja praktik penulis menggunakan beberapa perangkat lunak sebagai alat dan bahan untuk mengerjakan tugas yang diberikan, yaitu:

1. Adobe Illustrator

Adobe Illustrator adalah aplikasi perangkat lunak yang biasa digunakan dalam kalangan profesional, desain bisnis, dan dunia seni yang digunakan oleh desainer grafis untuk membuat grafik *vector*. Aplikasi ini menawarkan berbagai *tools* canggih yang bisa membuat ilustrasi berbasis *vector*, *ikon*, tipografi, dan bentuk karya desain lainnya. Aplikasi berbasis program editor grafis Vector ini dikembangkan dan dipasarkan oleh Adobe Inc.

2. Adobe Photoshop

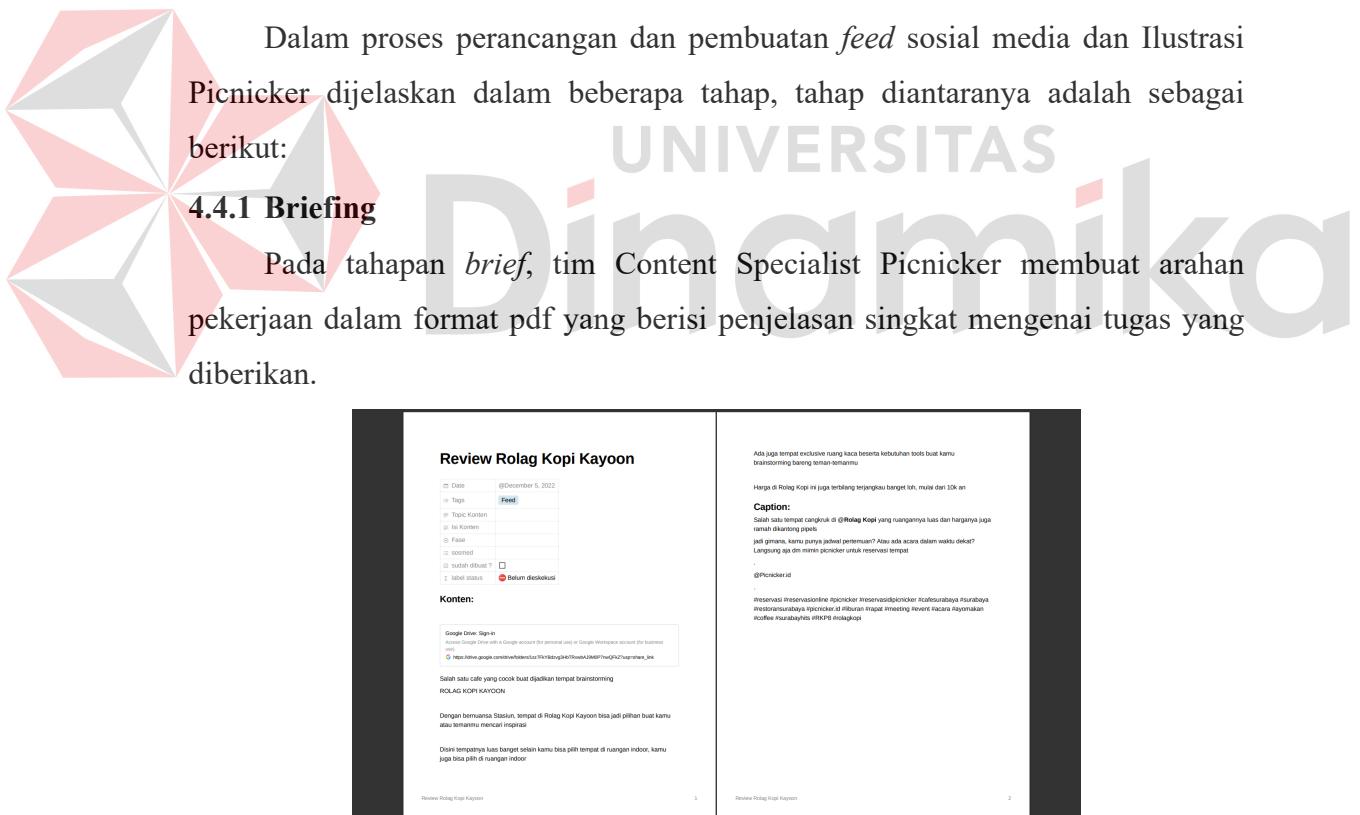
Adobe Photoshop adalah aplikasi perangkat lunak raster yang menjadi standar untuk mengedit grafis gambar. Adobe Photoshop digunakan untuk pengeditan foto dan pembuatan efek. Photoshop menawarkan beberapa fitur efek dan *tool* untuk memanipulasi foto untuk meningkatkan hasil yang berkualitas. *Software* berbasis *bitmap* ini dipakai oleh beberapa desainer grafis untuk mengolah gambar dengan mengubah pewarnaan, menggabungkan, memberi efek, hingga membuat *masking* dari objek yang diedit. Aplikasi berbasis program editor grafis raster ini dikembangkan oleh Adobe Inc.

4.4. Proses Pelaksanaan Kerja Praktik

Dalam proses perancangan dan pembuatan *feed* sosial media dan Ilustrasi Picnicker dijelaskan dalam beberapa tahap, tahap diantaranya adalah sebagai berikut:

4.4.1 Briefing

Pada tahapan *brief*, tim Content Specialist Picnicker membuat arahan pekerjaan dalam format pdf yang berisi penjelasan singkat mengenai tugas yang diberikan.



Gambar 4.1 Brief feed Instagram “Review Rola Kopi Kayoon”
(sumber: Pengelola startup Picnicker)

Desainer memiliki kebebasan dalam menentukan konsep selama memenuhi syarat-syarat yang diberikan oleh tim Content Specialist, beberapa hal tersebut

adalah:

- a) Konsep *layout* dalam sebuah desain
- b) Gaya ilustrasi yang akan dipakai
- c) Palet warna dalam desain
- d) Elemen Visual yang dipakai sebagai hiasan atau motif dalam desain
- e) Membuat desain lebih dari satu sebagai pilihan alternatif

4.4.2 Penentuan Konsep

Tahap penentuan konsep ini masih berkaitan dengan tahap *brief*. Hal ini dikarenakan tahap penentuan konsep merupakan tahap perwujudan atau tahap merealisasikan beberapa aturan yang ada di tahap *brief*. Pada tahap ini konsep yang telah ditentukan diatur dalam *template* desain yang telah diberikan oleh tim Content Specialist.

4.4.3 Pengumpulan Referensi

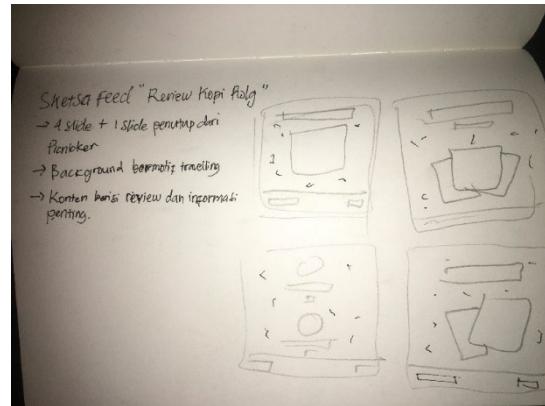
Pada tahap pengumpulan referensi ini, aktivitas yang dilakukan adalah mencari beberapa jenis desain, ornamen dan juga ilustrasi yang serupa dengan gaya desain yang disepakati oleh Picnicker serta sesuai dengan tema yang ditentukan melalui berbagai macam platform seperti Instagram, Pinterest, Behance dan lain-lain.

Adanya tahap ini bertujuan agar tim Social Media Creative lebih mudah dalam mengerjakan sebuah desain dan menghemat waktu dalam proses pengerjaan. Hasil referensi yang telah dikumpulkan akan dikembangkan kembali sehingga terbentuk menjadi susunan atau bentuk visualisasi yang menarik.

4.4.4 Perancangan Karya

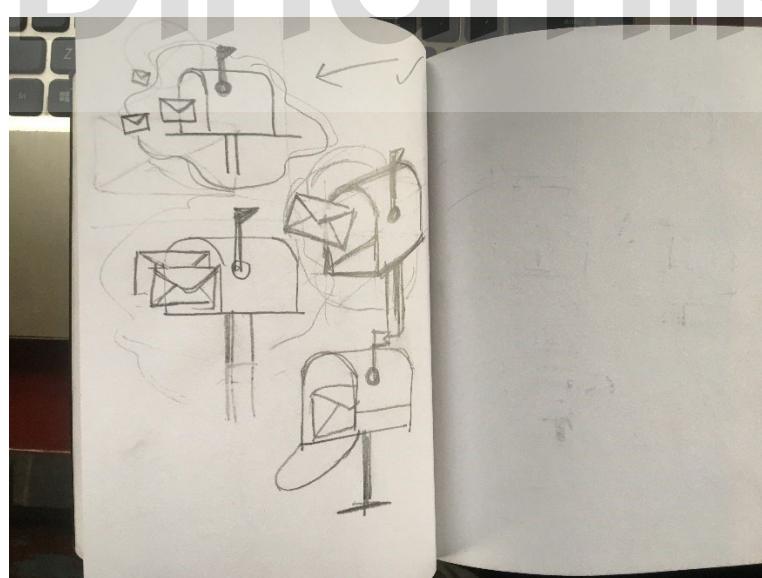
Berikut adalah beberapa proses yang dilalui oleh penulis dalam perancangan *feed* sosial media Instagram Picnicker.

1. Pembuatan sketsa manual



Gambar 4.2 Sketsa layout feed instagram
(sumber: Dokumentasi penulis)

Langkah pertama dalam perancangan *feed* sosial media Instagram Picnicer ini adalah sketsa manual dengan menggunakan media kertas di sketchbook berukuran A5 disertai alat tulis seperti pensil, drawing pen dan penghapus. Kemudian hasil sketsa tersebut difoto dengan kamera seluler. Adanya proses sketsa manual ini agar mempermudah dalam pembuatan digital serta memberikan gambaran kasar dari bentuk ilustrasi kepada tim Content Specialist Picnicer.



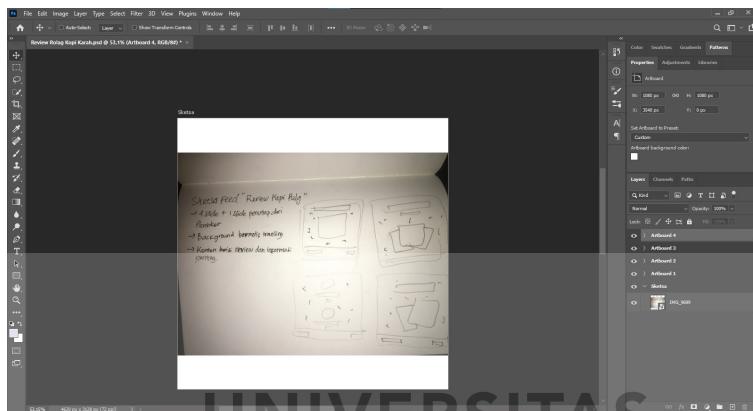
Gambar 4.3 Sketsa ilustrasi UI/UX
(Sumber: Dokumentasi penulis)

Sebelum membuat sebuah ilustrasi tim Desainer UI/UX memberi

arahannya sebuah konsep yang bersangkutan dengan desain UI yang dibuat, disini salah satu contohnya adalah Ilustrasi berupa kotak pesan yang akan dibuat untuk UI “Email terkirim”.

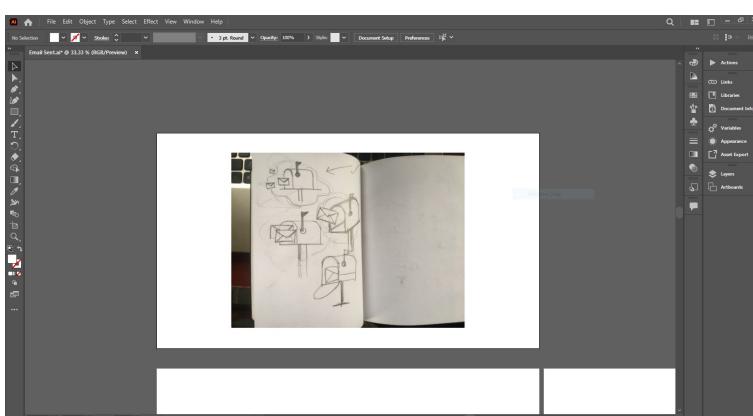
2. Memasukkan sketsa pada lembar kerja desain baru

Proses selanjutnya adalah memasukkan hasil foto sketsa manual kedalam lembar kerja baru dengan menggunakan *software* Adobe Photoshop untuk proses penggerjaan desain digital.



Gambar 4.4 Input sketsa sebagai referensi layout
(sumber: Dokumentasi penulis)

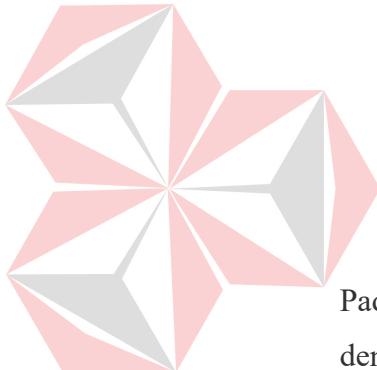
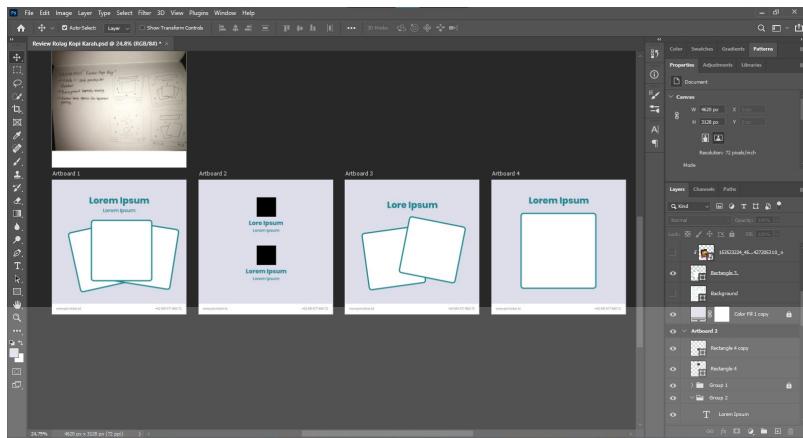
Pada tahapan ini hasil sketsa yang telah mendapatkan asistensi dari tim Content Specialist dibuat melalui lembar kerja desain baru di Adobe Photoshop melalui format ukuran *ratio* 1:1 dengan resolusi 1080p.



Gambar 4.5 Input sketsa sebagai referensi Ilustrasi
(sumber: Dokumentasi penulis)

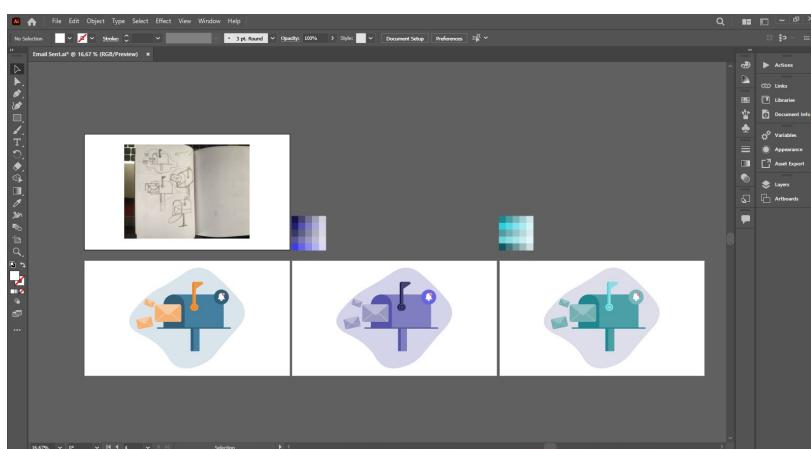
Setelah membuat sketsa ilustrasi langkah selanjutnya adalah membuat lembar kerja baru untuk menjadikan sketsa sebagai referensi ilustrasi, disini memakai alat yang dipakai untuk membuat ilustrasi adalah Adobe Illustrator.

3. Proses editing



Gambar 4.6 Proses layout feed Instagram
(sumber: Dokumentasi penulis)

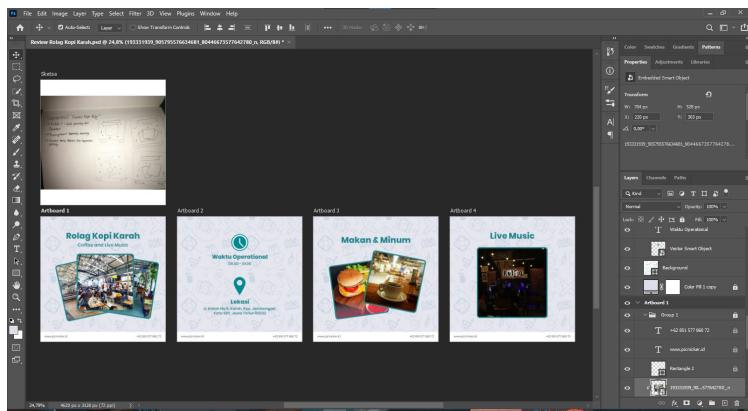
Pada tahap ini sketsa yang telah dimasukkan akan diproses lebih lanjut dengan membuat dan menata susunan bentuk secara kasar dan nantinya akan diberikan isi yang lebih detail.



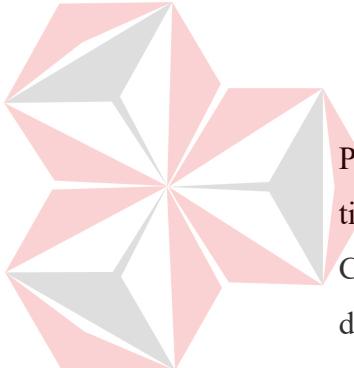
Gambar 4.7 Proses pewarnaan ilustrasi
(sumber: Dokumentasi penulis)

Disini proses mewarnai dan membentuk gambaran ilustrasi dimulai, nanti setelah proses *editing* ilustrasi sudah mulai terlihat jadi.

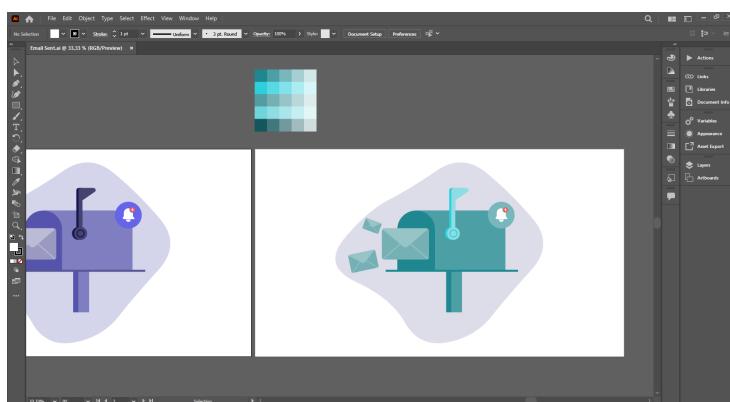
4. Hasil akhir



Gambar 4.8 Tampilan akhir desain feed Instagram
(sumber: Dokumentasi penulis)



Pada tahap final desain, hasil karya dari proses desain diberikan kepada tim Content Specialist dan Chief Executive Officer. Dalam hal ini, tim Content Specialist dan Chief Executive Officer akan menilai apakah desain sudah layak untuk diunggah atau masih perlu diberlakukan revisi lagi. Apabila hasil desain sudah disetujui, maka hasil desain diberikan kepada Content Specialist untuk diunggah pada akun Instagram Picnicker.

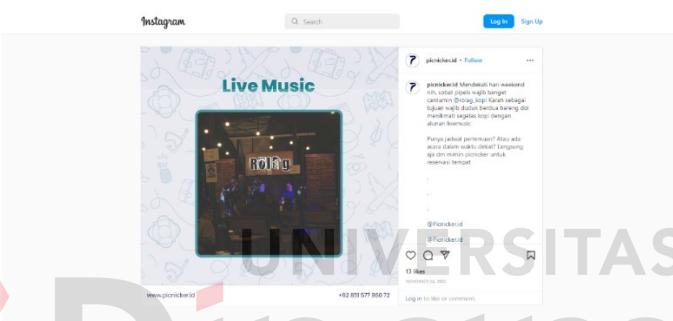
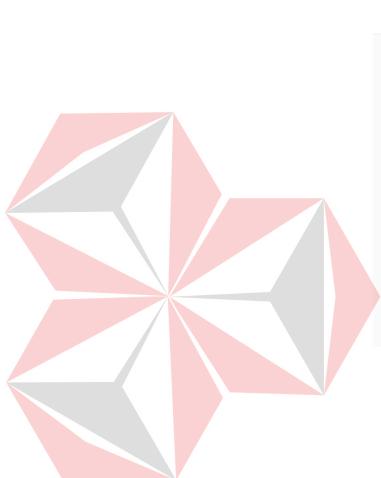


Gambar 4.9 Hasil akhir ilustrasi UI/UX
(sumber: Dokumentasi penulis)

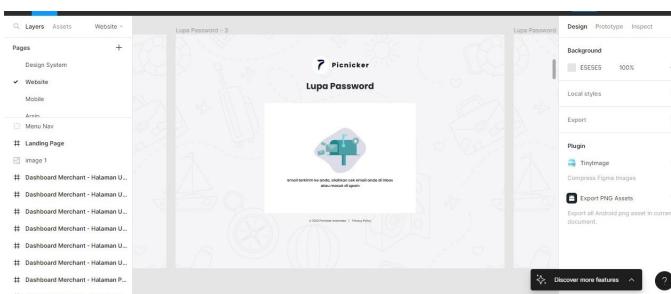
Setelah membuat ilustrasi dan alternatifnya hasil karya akan diserahkan ke tim Desainer UI/UX untuk disetujui, jika disetujui maka tim Desainer UI/UX akan meminta karya *file* berupa SVG untuk dimasukkan ke aplikasi Figma sebagai alat untuk mendesain UI.

5. Implementasi karya

Karya yang telah jadi akan diproses lebih dengan mengunggah konten sosial media dan mengirim *file* ilustrasi ke tim desainer UI. Hasil tersebut bisa dilihat di gambar bawah ini:



Gambar 4.10 Tampilan karya di Instagram
(sumber: Pengelola Picnicker)



Gambar 4.11 Tampilan karya di Figma
(sumber: Pengelola Picnicker)

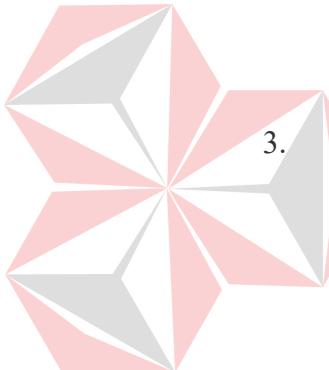
BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Dalam perancangan sosial media dan komponen desain grafis *startup* Picnicker di Tech Inc Dinamika penulis memperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Sosial media merupakan media yang dapat membantu jalannya bisnis dalam membuat komunikasi langsung maupun tidak langsung kepada para penggunanya agar terjadi suatu bentuk interaksi yang dapat membantu menggerakkan proses bisnis dari *startup* Picnicker.
2. Sebagai *startup* proses yang dilalui memerlukan komitmen yang besar serta pengorbanan dalam menjalani bisnis sehingga *startup* mampu bersaing dalam pasar.
3. Dalam pelaksanaan kerja praktik di *startup* Picnicker adanya sistem dan prosedur yang harus dilalui dalam pengoperasiannya agar tidak terjadi sebuah kesalahan yang dapat menghambat proses bisnis.



UNIVERSITAS
Dinamika

5.2. Saran

Startup Picnicker merupakan perusahaan yang kecil dan baru sehingga membutuhkan banyak pembelajaran dan pengalaman oleh perusahaan maupun mahasiswa, maka saran yang dapat diberikan kedua pihak adalah:

5.1. Bagi perusahaan

1. Perlunya komunikasi yang jelas antar anggotanya agar tidak menghambat proses bisnis.
2. Untuk pengelolaan kedepannya perlunya perhitungan yang lebih efisien dalam membagi tugas sehingga proses dapat berjalan secara lancar.
3. Apabila *startup* membuka jabatan baru perlunya mencari anggota yang dapat memenuhi kebutuhan *startup*.

5.2. Bagi mahasiswa

1. Menjaga nama baik universitas dengan menunjukkan sikap yang baik, sopan dan mematuhi peraturan di perusahaan.
2. Lebih aktif dalam berinteraksi sehingga muncul inisial tanpa menunggu perintah.
3. Menjalin kerja sama yang baik dengan seluruh pegawai perusahaan.



DAFTAR PUSTAKA

- Ammariah, H. (2022). *Mempelajari Unsur dan Prinsip Dasar Desain Grafis | SMK Kelas 10*. Ruangguru.Com. <https://www.ruangguru.com/blog/unsur-dan-prinsip-dasar-desain-grafis#:~:text=3>. Bidang,ukuran (panjang dan lebar).
- Djirong, A., & Arifin, I. (2018). Ilustrasi Fotografi Desain Gerakan Tari Padduppa Sebagai Buku Panduan Pembelajaran. *Seminar Nasional Dies Natalis UNM Ke, 57*, 43–50.
- Durahman, N., & Noer, Z. M. (2019). Aplikasi seminar online (webinar) untuk pembinaan wirausaha baru. *Jurnal Manajemen Informatika (Jumika)*, 6(2), 111–120.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68.
- Krisbiantoro, D., Handani, S. W., & Falah, I. J. (2021). Video Animasi Motion Graphic Dan Tipografi Kinetik Sebagai Media Sosialisasi Pencegahan Virus Corona. *Jurnal Bahasa Rupa*, 4(2), 125–133.
- Maryati, W., Masriani, I., Studi, P., Bisnis, A., Manajemen, P. S., & Jambi, U. (2019). *PELUANG BISNIS DI ERA DIGITAL BAGI GENERASI MUDA DALAM BERWIRAUSAHA : 4*, 53–58.
- Meilinda, N. (2018). SOCIAL MEDIA ON CAMPUS: Studi Peran Media Sosial sebagai Media Penyebaran Informasi Akademik pada Mahasiswa di Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UNSRI. *The Journal of Society and Media*, 2(1), 53–64.
- Muhyidin, M. A., Sulhan, M. A., Sevtiana, A., Catur, U., Cendekia, I., & Cirebon, K. (2020). *PERANCANGAN UI / UX APLIKASI MY CIC LAYANAN INFORMASI AKADEMIK MAHASISWA*. 10(2), 208–219.
- Sitepu, V. (2004). Panduan Mengenal Desain Grafis. *PT. Elex Media*.
- Witabora, J. (2012). Peran dan Perkembangan Ilustrasi. *Humaniora*, 3(2), 659.
- Zharandont, P. (2015). Pengaruh warna bagi suatu produk dan psikologis manusia patrycia. *Jurnal Ergonomi Patrycia Z*, 0(1), 6.