



UNIVERSITAS  
**Dinamika**

**LAPORAN KERJA PRAKTIK**

**PERANCANGAN KONTEN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA  
PROMOSI SEJUTA KULINER INDONESIA**



**Program Studi**  
**S1 Desain Komunikasi Visual**

UNIVERSITAS  
**Dinamika**

**Oleh:**

**Dicky Novendra**

**18420100075**

---

**FAKULTAS DESAIN DAN INDUSTRI KREATIF**

**UNIVERSITAS DINAMIKA**

**2023**

**PERANCANGAN KONTEN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI  
SEJUTA KULINER INDONESIA**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk  
menyelesaikan Mata Kuliah Kerja Praktik

**Disusun Oleh :**



**Nama** : Dicky Novendra  
**NIM** : 18420100075  
**Program** : S1(Strata Satu)  
**Jurusan** : Desain Komunikasi Visual

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

## LEMBAR MOTTO



UNIVERSITAS  
**Dinamika**

**"Tak perlu khawatir akan bagaimana alur cerita pada jalan ini, perankan saja, Tuhan ialah  
sebaik-baiknya sturadara."**

## LEMBAR PERSEMBAHAN



UNIVERSITAS  
**Dinamika**

*Aku persembahkan untuk kedua Orang tua tercinta dan Bapak Ibu Dosen serta staf Universitas Dinamika begitu juga pihak yang telah membantu dari awal hingga selesainya laporan ini*


*~ Terima kasih :) ~*

**LEMBAR PENGESAHAN  
PERANCANGAN KONTEN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI  
SEJUTA KULINER INDONESIA**

Laporan Kerja Praktik oleh :  
**Dicky Novendra**  
NIM : 18420100075  
Telah diperiksa, diuji, dan disetujui

Surabaya, 04 Januari 2023

Pembimbing



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

Penyelia



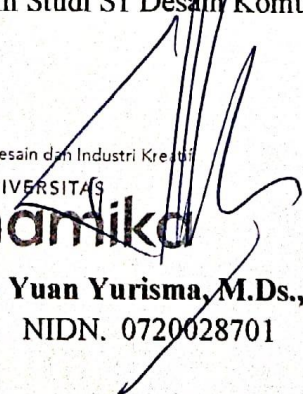
**M. Chushu Mursidin, S.E M.M**

Mengetahui,  
Ketua Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual



Fakultas Desain dan Industri Kreatif  
UNIVERSITAS

**Dinamika**



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

## LEMBAR PERNYATAAN

### PERNYATAAN

#### PERSETUJUAN PUBLIKASI DAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Sebagai mahasiswa Universitas Dinamika, Saya :

Nama : Dicky Novendra  
NIM : 18420100075  
Program Studi : S1 Desain Komunikasi Visual  
Fakultas : Fakultas Desain dan Industri Kreatif  
Jenis Karya : Laporan Kerja Praktik  
Judul Karya : PERANCANGAN KONTEN MEDIA SOSIAL  
INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI SEJUTA  
KULINER INDONESIA

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

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

Demikian surat pernyataan ini Saya buat dengan sebenar-benarnya.

Surabaya, 22 Februari 2023



Dicky Novendra  
NIM : 18420100075

## ABSTRAK

Perkembangan teknologi semakin hari semakin pesat, hal dibuktikan dengan munculnya *Start Up* seperti Gojek, Grab dan Shopee. Hal ini tentu saja mempengaruhi perilaku masyarakat dalam melakukan aktifitas jual beli barang dan jasa, dimana masyarakat dapat melakukan transaksinya secara digital & mobile dimanapun & kapanpun. Berbagai macam kalangan dari berbagai usia menjadikan *Digital Marketplace* sebagai pilihan utama untuk berbelanja. Marketplace adalah sebuah website jual beli yang mirip dengan *E-Commerce* seperti yang saya jelaskan diatas, dimana website ini memungkinkan pembeli untuk memilih barang yang diinginkan pada sebuah website, berdiskusi dengan penjual, lalu men-transfer sejumlah uang sesuai harga barang ke penjual melalui pemilik / pengelola *website*. Sistem *marketplace* ini adalah sebuah *website* yang memberikan layanan kepada pengguna yang awalnya adalah pembeli untuk membuka toko sendiri dan menjual barang tertentu pada website tersebut. Contohnya adalah seperti Tokopedia dan Bukalapak. Semakin banyaknya usaha yang bergerak dibidang yang sama tentu harus memiliki pembeda, salah satu caranya yaitu membuat konten feed Instagram. Konten adalah wujud yang merujuk pada isi dari Sejuta Kuliner Indonesia itu sendiri yang membrand Sejuta Kuliner adalah makanan ciri khasnya adalah makanan pedas. Sejuta Kuliner Indonesia adalah sebuah start up restaurant yang berpusat di Sidoarjo Jawa Timur.

Saat Sejuta Kuliner Indonesia masih baru mulai mereka menjual nasi goreng saja pada saat itu, lalu setelah beberapa bulan berjalan Sejuta Kuliner Indonesia pun mulai mulai berjalan baik dan mereka mulai menambah menu mereka seperti ayam bakar, ikan bakar, minuman lava, dll, di tahun ke 2021 Sejuta Kuliner Indonesia mulai membukan cabang di Rungkut Surabaya, dan hingga sekarang Sejuta Kuliner Indonesia mampu bersaing dengan restoran lain seperti Laziza, M2M, dan lainnya.

Sejuta Kuliner Indonesia memiliki 3 lokasi yang berpusat di Griya Chandramas, Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo dengan lingkup *Start Up Restaurant* yang berhubungan dengan kuliner.

**Kata Kunci :** Media Promosi *Digital*, *Start up Restaurant*, Makanan.

## KATA PENGANTAR

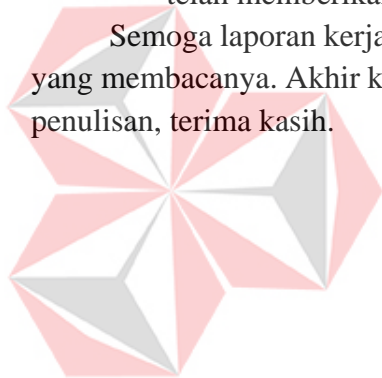
Puji syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat dan rahmatnya penulis dapat menyelesaikan Laporan Kerja Praktik yang berjudul **“PERANCANGAN KONTEN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI SEJUTA KULINER INDONESIA”**.

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

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

1. Bapak Prof. Dr. Budi Jatmiko, M.Pd selaku Rektor Universitas Dinamika Surabaya
2. Bapak Dhika Yuan Yurisma M.D., ACA selaku Kaprodi S1 Desain Komunikasi Visual & dosen pembimbing Universitas Dinamika Surabaya
3. Bapak M Chusnu Mursidin S.E M.M selaku CEO Sejuta Kuliner Indonesia
4. Ibu Setya Putri Erdiana, S.T., M.Ds. selaku wali dosen
5. Serta semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu dalam kesempatan ini, yang telah memberikan bantuan moral dan materil dalam proses penyelesaian laporan ini.

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



UNIVERSITAS  
**Dinamika**

Surabaya, 04 Januari 2023



## Daftar Isi

LEMBAR MOTTO.....	3
LEMBAR PERSEMBAHAN.....	4
LEMBAR PENGESAHAN.....	5
LEMBAR PERNYATAAN.....	6
ABSTRAK.....	7
KATA PENGANTAR.....	8
DAFTAR GAMBAR.....	12
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 Detail Restoran Dan Pelaksanaan kerja praktik ini:.....	15
1.6.1 Periode.....	15
1.6.2 Sistematika Penulisan .....	15
BAB I : PENDAHULUAN .....	15
BAB II : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN .....	15
BAB III : LANDASAN TEORI .....	15
BAB IV : DESKRIPSI PEKERJAAN .....	16
BAB V : PENUTUP.....	16
DAFTAR PUSTAKA.....	16
LAMPIRAN .....	16
BAB II.....	17
GAMBARAN UMUM RESTORAN .....	17

2.1 Profil dan Perkembangan Restoran.....	17
2.2 Visi dan Misi Restoran .....	17
2.2.1 Visi Sejuta Kuliner Indonesia .....	17
2.2.2 Misi Sejuta Kuliner Indonesia.....	17
2.3 Alamat dan Kontak Sejuta Kuliner Indonesia .....	17
2.4 Struktur Restoran.....	18
2.5 Lokasi Restoran .....	18
<b>BAB III.....</b>	<b>19</b>
<b>LANDASAN TEORI.....</b>	<b>19</b>
3.1 Media promosi .....	19
3.1.1 Media Sosial.....	19
3.1.2 Instagram.....	19
<i>Feed</i> .....	20
<i>Reels Instagram</i> .....	21
<i>Story Instagram</i> .....	22
3.2 Sejuta Kuliner .....	22
3.2.1 Makanan Indonesia.....	22
3.2.2 <i>Packaging</i> .....	23
3.3.1 Vektor .....	24
3.3.2 Layout .....	25
3.3.3 Tipografi.....	26
3.3.4 Warna .....	27
<b>BAB IV.....</b>	<b>28</b>
<b>DESKRIPSI PEKERJAAN .....</b>	<b>28</b>
4.1 Penjelasan Pekerjaan.....	28
4.2 <i>Creative Brief</i> .....	28
1. Tujuan Perancangan .....	29

2.	Target pasar .....	29
3.	Produk .....	29
4.	Lokasi.....	29
5.	Konsep .....	29
4.3	Konsep .....	29
4.4	Refrensi Desain .....	30
4.5	Konsep Desain/Alternatif Desain.....	30
4.6	Final Design .....	31
BAB V	.....	32
PENUTUP.	.....	32
5.1	Kesimpulan .....	32
5.2	Saran.....	32
DAFTAR PUSTAKA	.....	33



UNIVERSITAS  
Dinamika

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.4 Struktur restoran dari Sejuta Kuliner Indonesia.....	18
Gambar 2.5 Situasi Restoran Saat Pelayanan.....	18
Gambar 3.1.2 <i>Feed</i> instagram pada akun Sejuta Kuliner Indonesia.....	20
Gambar 3.1.3 rasio & ukuran reels untuk optimasi instagram.....	21
Gambar 3.1.4 rasio & ukuran story untuk optimasi instagram.....	22
Gambar 3.3.1 visual saat pembuatan konten instagram.....	23
Gambar 3.3.2 visual untuk <i>layout</i> .....	24
Gambar 3.3.3 Visual tipografi.....	25
Gambar 3.3.4 Visual untuk warna.....	26
Gambar 4.3 gambar yang dijadikan refrensi untuk konten Sejuta Kuliner.....	29
Gambar 4.4 gambar yang sudah di ubah/dimodifikasi sudah siap di unggah.....	29
Gambar 4.5 postingan konten instagram Sejuta Kuliner Indonesia.....	30
Gambar 4.6 profil Sejuta Kuliner Indonesi.....	30

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi semakin hari semakin pesat, hal dibuktikan dengan munculnya *Start Up* seperti Gojek, Grab dan Shopee. Hal ini tentu saja mempengaruhi perilaku masyarakat dalam melakukan aktifitas jual beli barang dan jasa, dimana masyarakat dapat melakukan transaksinya secara digital & *mobile* dimanapun & kapanpun. Berbagai macam kalangan dari berbagai usia menjadikan *Digital Marketplace* sebagai pilihan utama untuk berbelanja. *Marketplace* adalah sebuah website jual beli yang mirip dengan *E-Commerce* seperti yang saya jelaskan diatas, dimana website ini memungkinkan pembeli untuk memilih barang yang diinginkan pada sebuah *website*, berdiskusi dengan penjual, lalu men-*transfer* sejumlah uang sesuai harga barang ke penjual melalui pemilik / pengelola *website*. Sistem *marketplace* ini adalah sebuah *website* yang memberikan layanan kepada pengguna yang awalnya adalah pembeli untuk membuka toko sendiri dan menjual barang tertentu pada website tersebut. Contohnya adalah seperti Tokopedia dan Bukalapak. Semakin banyaknya usaha yang bergerak dibidang yang sama tentu harus memiliki pembeda, salah satu caranya yaitu membuat konten *feed* Instagram. Konten adalah wujud yang merujuk pada isi dari Sejuta Kuliner Indonesia itu sendiri yang membrand Sejuta Kuliner adalah makanan ciri khasnya adalah makanan pedas. Sejuta Kuliner Indonesia adalah sebuah *start up restaurant* yang berpusat di Sidoarjo Jawa Timur. Semakin berkembangnya zaman dan Sejuta kuliner dari awal sudah melakukan pembelian secara online dari awal karena Sejuta Kuliner ini sendiri bertempat tinggal di perumahan yang dimana kebanyakan orang jarang/tidak keluar rumah dan memilih untuk melakukan penjualan secara *online* dan itu berhasil dari situ aja udah terlihat sangat sulit untuk Sejuta Kuliner Indonesia melakukan penjualan secara *offline*, lalu muncul usaha yang sejenis dengan Sejuta Kuliner Indonesia, maka dibutuhkan pembuatan konten yang lebih *fresh* dari perusahaan yang harus dimiliki oleh Sejuta Kuliner Indonesia.

Oleh sebab itu, Sejuta Kuliner Indonesia membuat konten agar bisa merujuk orang awam memahami. Konten yang dibuat selalu menyasar anak muda dengan makanan khas Sejuta Kuliner Indonesia yang selalu menampilkan makanan pedas. Makanan pedas pun pasti laris kalau targetnya anak muda yang suka tantangan dan rintangan, desainnya pun juga tidak *monotone* yang perpusat pada informatif, tapi saya membuat konten untuk Sejuta Kuliner Indonesia ini lebih menyenangkan untuk di lihat, bukan hanya informatif saja bahkan saya menambahkan elemen baru dari konten yang lama contohnya, permainan/tebak-tebakan, *quotes*, dan *style* baru karna remaja sekarang sudah banyak yang tau menu ayam bakar, ikan bakar dan lainnya, pada pembaruan konten ini akan lebih merujuk konsumen baru agar mereka merasa tidak bosan melihat konten yang terkesan kaku.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berangkat dari latar belakang masalah diatas maka rumusan masalah dalam kegiatan ini adalah : bagaimana merancang konten *feed* Instagram sebagai media promosi Sejuta Kuliner Indonesia.

## 1.3 Batasan Masalah

Agar dapat memudahkan dalam penyelesaian masalah yang telah dirumuskan, maka batasan kegiatan adalah sebagai berikut :

1. Menggunakan konsep desain yang menarik dan juga informatif pada konten untuk memberitahu kepada konsumen terkait olahan masakan Sejuta Kuliner Indonesia.
2. Perancangan berfokus pada akun *instagram* Sejuta Kuliner Indonesia.
3. Konten yang di rancang merupakan konten yang ada pada 17 agustus, Bulan Ramadhan, dan lainnya

## 1.4 Tujuan

Tujuan Kerja Praktik menjawab rumusan masalah untuk pengembangan Sejuta Kuliner melalui konten sebagai media promosi digital untuk menarik minat masyarakat.

1. Sebagai pengalaman kerja, dan tempat untuk menerapkan materi yang didapat dalam perkuliahan, sekaligus menerapkan dan menambah ilmu di bidang desain di perusahaan di kemudian hari.
2. Untuk memajukan Sejuta Kuliner Indonesia dengan cara membuat konten melalui *feed Instagram*

## 1.5 Manfaat

Hasil kerja praktik diharapkan dapat bermanfaat untuk berbagai pihak diantaranya adalah:

### 1. Manfaat Teoritis

Laporan kerja praktik dapat memberikan sumbangan pemikiran ilmiah (setidaknya sebagai bahan referensi) terutama bagi mahasiswa Desain Komunikasi Visual khususnya dalam membuat konten Instagram bagi perusahaan restoran.

### 2. Manfaat Praktis

- 1) Bagi mahasiswa, diharapkan dapat menjadikan pengalaman yang berguna sebagai sarana pembelajaran dan bermanfaat ketika nantinya diterapkan dalam dunia kerja.
- 2) Bagi lembaga pendidikan, *feed Instagram* yang dibuat oleh mahasiswa dapat digunakan serta memberikan keuntungan terhadap peningkatan minat pelanggan.

## 1.6 Detail Restoran Dan Pelaksanaan kerja praktik ini:

Periode Waktu	: 30 Mei 2022 sampai dengan 30 Juni 2022
Hari dan Tanggal	: Senin - Jum'at, 30 Mei 2022 – 30 Juni 2022
Tempat	: Sejuta Kuliner Indonesia Jl. Griya Chandramas Blok FA No. 31. Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo
Email	: <a href="mailto:sejutakuliner@gmail.com">sejutakuliner@gmail.com</a>

Aktivitas yang dilaksanakan dalam praktik di Sejuta Kuliner Indonesia adalah membantu merancang dan konten Instagram sebagai alat media promosi digital guna menarik minat dan perhatian masyarakat agar terpancing untuk mencoba menu dari Sejuta Kuliner Indonesia.

### 1.6.1 Periode

Periode waktu pelaksanaan kerja praktik yang telah ditentukan adalah minimal 4 hari dalam seminggu.

Tanggal pelaksanaan : 30 Mei 2022 sampai dengan 30 Juni 2022

Waktu : 07.00 – 15:00

### 1.6.2 Sistematika Penulisan

Laporan kerja terdiri dari 5 bab, yang terbagi atas sub bab dan tersusun secara sistematis meliputi:

#### **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini memuat latar belakang, rumusan, batasan masalah, tujuan yang diharapkan, manfaat kerja praktik yang berupa manfaat teoritis dan manfaat praktis, dan sistematika penyusunan laporan.

#### **BAB II : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

Bab ini berisi penjelasan mengenai gambaran umum Sejuta Kuliner Indonesia sebagai tempat pelaksanaan kerja praktik.

#### **BAB III : LANDASAN TEORI**

Bab ini berisikan teori dan konsep para ahli sebagai dasar referensi dalam laporan kerja serta perancangan konten sebagai alat media promosi.

#### **BAB IV : DESKRIPSI PEKERJAAN**

Bab ini berisikan penjelasan kegiatan yang dilaksanakan dalam kerja praktik untuk menyelesaikan masalah yang ditemukan pada Sejuta Kuliner Indonesia serta penerapan rancangan yang telah dibuat.

#### **BAB V : PENUTUP**

Bab ini terdiri dari bagian kesimpulan yang berisi keseluruhan ringkasan mengenai permasalahan dan alternatif penyelesaian yang ditawarkan penulis dan bagian saran yang memuat anjuran penulis mengenai masalah yang dibahas dalam laporan kerja praktik.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

Daftar pustaka merupakan bagian yang memuat berbagai rujukan yang digunakan sebagai dasar pemikiran dalam penyusunan laporan kerja praktik seperti jurnal, publikasi skripsi/thesis, buku/buku elektronik, halaman web, dan lain-lain.

#### **LAMPIRAN**

Bagian ini memuat keterangan tambahan yang berkaitan dengan isi laporan seperti surat izin praktek, surat acuan kerja, garis besar rencana kerja, form kehadiran kerja praktik, dan kartu bimbingan dosen, yang bertujuan agar pembaca memiliki gambaran menyeluruh mengenai alur perancangan desain dan penyusunan laporan tersebut.



## **BAB II**

### **GAMBARAN UMUM RESTORAN**

#### **2.1 Profil dan Perkembangan Restoran**

Sejuta Kuliner Indonesia berdiri di tahun 2020 dan dulu masih menjadi anggota bantuan sosial yang memberi makanan kepada orang-orang di pinggir jalan, dan kegiatan itupun berjalan sudah lumayan lama mereka berfikir untuk memulai bisnis baru yaitu menjual makanan, saat Sejuta Kuliner Indonesia masih baru mulai mereka menjual nasi goreng saja pada saat itu, lalu setelah beberapa bulan berjalan Sejuta Kuliner Indonesia pun mulai mulai berjalan baik dan mereka mulai menambah menu mereka seperti ayam bakar, ikan bakar, minuman lava, dll, di tahun ke 2021 Sejuta Kuliner Indonesia mulai membuka cabang di Rungkut Surabaya, dan hingga sekarang Sejuta Kuliner Indonesia mampu bersaing dengan restoran lain seperti Laziza, M2M, dan lainnya.

#### **2.2 Visi dan Misi Restoran**

##### **2.2.1 Visi Sejuta Kuliner Indonesia**

Visi dari Sejuta Kuliner Indonesia adalah sebagai berikut :

1. Menyajikan makanan berkualitas dan lezat yang dapat diterima semua kalangan.
2. Cepat pelayanannya dan mudah pemesanannya.

##### **2.2.2 Misi Sejuta Kuliner Indonesia**

1. Mengutamakan kualitas dan penyajian.
2. Menjamin kualitas bahan makanan untuk disajikan.
3. Melakukan quality control dalam produksi.
4. Menjaga cita rasa masakan di tiap-tiap cabang.

#### **2.3 Alamat dan Kontak Sejuta Kuliner Indonesia**

Tempat : Sejuta Kuliner Indonesia

Alamat : Perum Griya Chandramas Blok FA

Nomor 31, Kecamatan Sedati kabupaten Sidoarjo.

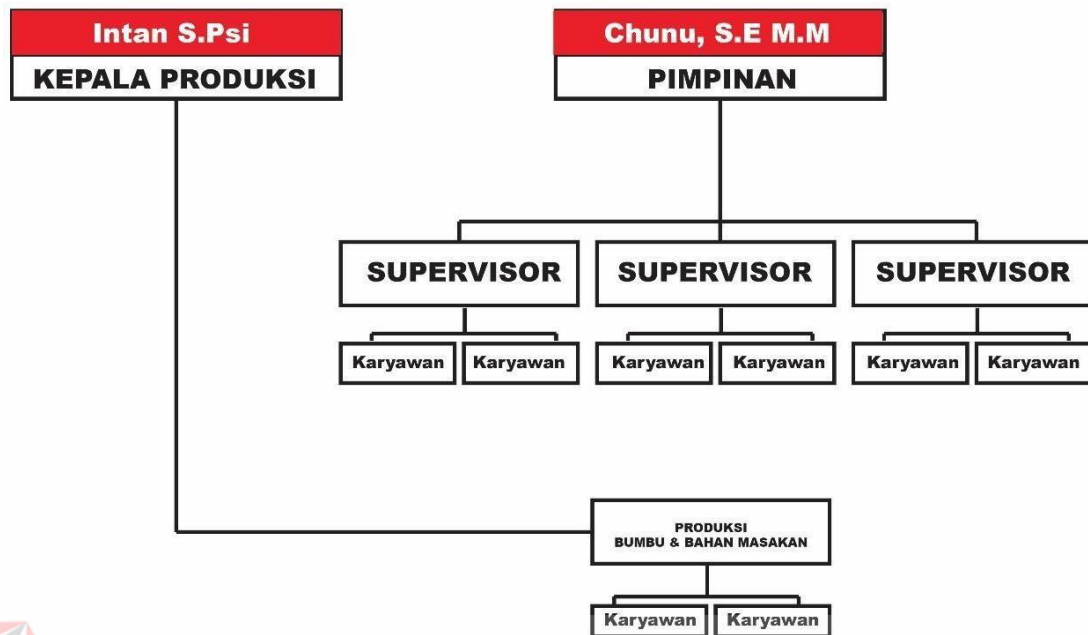
Phone : 083865566573 (M. Chusnu Mursidin, S.E M.M - Pimpinan)

082230511020 ( Ayu Intan Sari S.Psi )

Email : [sejutakuliner@gmail.com](mailto:sejutakuliner@gmail.com)

## 2.4 Struktur Restoran

Berikut ini adalah seluruh struktur restoran dari Sejuta Kuliner Indonesia yaitu:



Gambar 2.4 Struktur restoran dari Sejuta Kuliner Indonesia

## 2.5 Lokasi Restoran

Sejuta Kuliner Indonesia memiliki 3 lokasi yang berpusat di Griya Chandramas, Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo dengan lingkup *Start Up Restaurant* yang berhubungan dengan kuliner.



Gambar 2.5 Situasi Restoran Saat Pelayanan

## **BAB III LANDASAN TEORI**

### **3.1 Media promosi**

Media Promosi adalah cara yang dilakukan oleh pembisnis dalam menyampaikan, menyebarkan, dan menawarkan produk atau jasa yang dijualnya supaya calon konsumen tertarik untuk membeli.

Sedangkan promosi bisa diartikan sebagai suatu bentuk dari komunikasi pemasaran, yang berarti segala aktivitas yang berusaha menyebarkan informasi yang dapat mempengaruhi ataupun membujuk konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan sehingga meningkatkan pemasaran dan membuat pembeli *loyal* terhadap produk yang dibelinya.

Instagram menjadi salah satu platform tujuan promosi yang bisa menyajikan visual dengan baik. Sebab, terbukti sangat unggul dalam hal menjelaskan produk, memakerkan brandingnya agar bisa menarik perhatian. Hal ini tentu menjadi salah satu alasan mengapa Anda bisa menggunakan Instagram sebagai lahan promosi bisnis.

#### **3.1.1 Media Sosial**

Media sosial dapat dipahami sebagai suatu platform digital yang menyediakan fasilitas untuk melakukan aktivitas sosial bagi setiap penggunanya. Beberapa aktivitas yang dapat dilakukan di media sosial, misalnya yaitu melakukan komunikasi atau interaksi hingga memberikan informasi atau konten berupa tulisan, foto dan video. Berbagai informasi dalam konten yang dibagikan tersebut dapat terbuka untuk semua pengguna selama 24 jam penuh.

Media sosial sendiri pada dasarnya adalah bagian dari pengembangan internet. Kehadiran beberapa dekade lalu telah membuat media sosial dapat berkembang dan bertumbuh secara luas dan cepat seperti sekarang. Hal inilah yang menjadikan semua pengguna yang tersambung dengan koneksi internet dapat melakukan proses penyebaran informasi atau konten kapan pun dan di mana pun.

#### **3.1.2 Instagram**

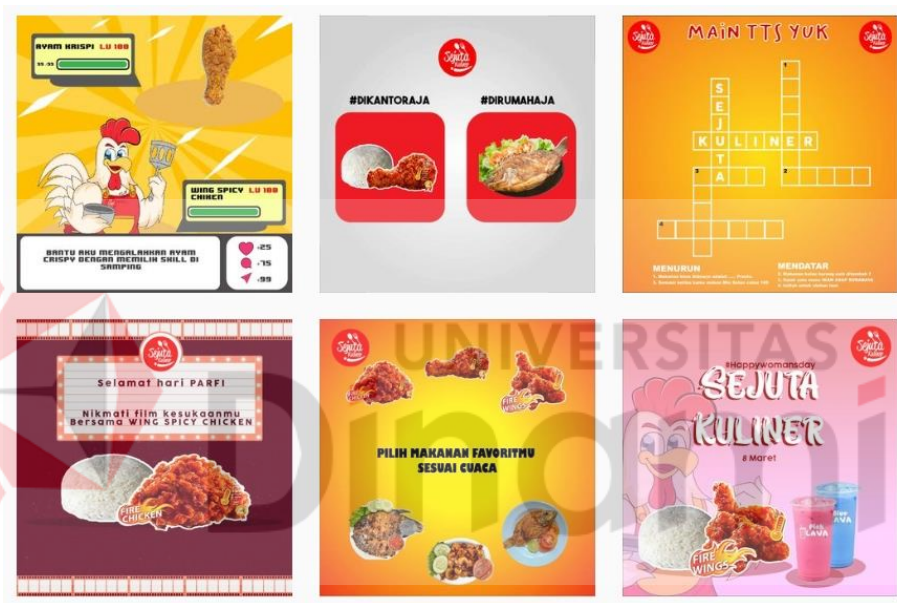
Sebuah aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna mengambil foto, mengambil video, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik Instagram sendiri. Satu fitur yang unik di Instagram adalah memotong foto menjadi bentuk persegi, sehingga terlihat seperti hasil kamera Kodak Instamatic dan polaroid. Hal ini berbeda dengan rasio aspek 4:3 atau 16:9 yang umum digunakan oleh kamera pada peranti bergerak dan instagram mempunyai fitur seperti :

## Feed

Mengutip dari *pens.ac.id*, *feed* Instagram merupakan fitur yang sudah ada sejak pertama kali Instagram hadir. Dalam praktiknya, fitur ini berupa beranda Instagram yang berisi postingan dari pengguna lain yang kita ikuti di Instagram.

*Feed* Instagram bisa berupa foto atau video. Para pengguna juga bisa menekan tombol suka, mengomentari, menyimpan, dan mengirim postingan. *Feed* Instagram tidak akan hilang kecuali memang sengaja dihapus atau diarsip oleh penggunanya.

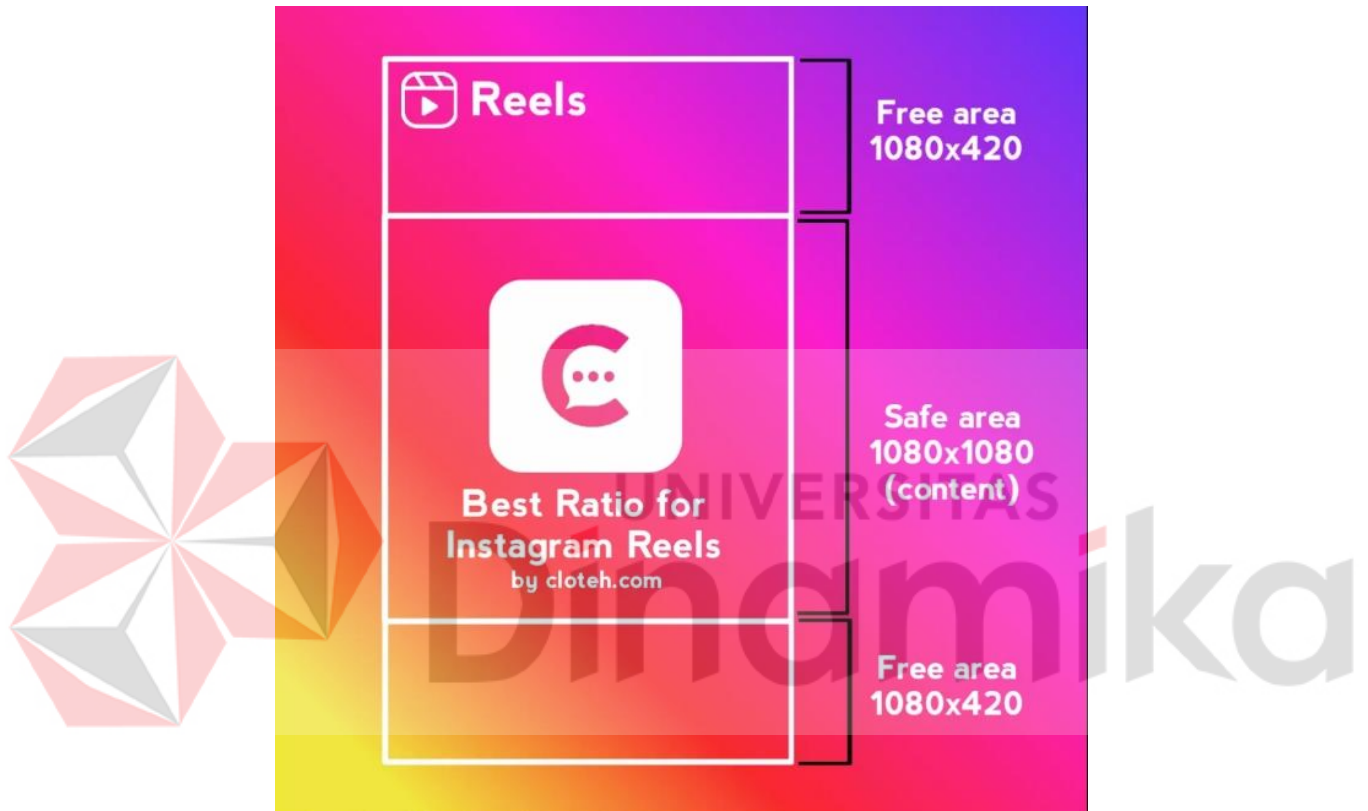
Pencipta konten (*content creator*) sering kali menggunakan *feed* Instagram untuk melakukan penjenamaan (*branding*). Agar berhasil, konten-konten yang diunggah di *feed* Instagram harus direncanakan berdasarkan strategi dan perencanaan yang telah dibuat.



### 3.1.2 Feed instagram pada akun Sejuta Kuliner Indonesia

### ***Reels Instagram***

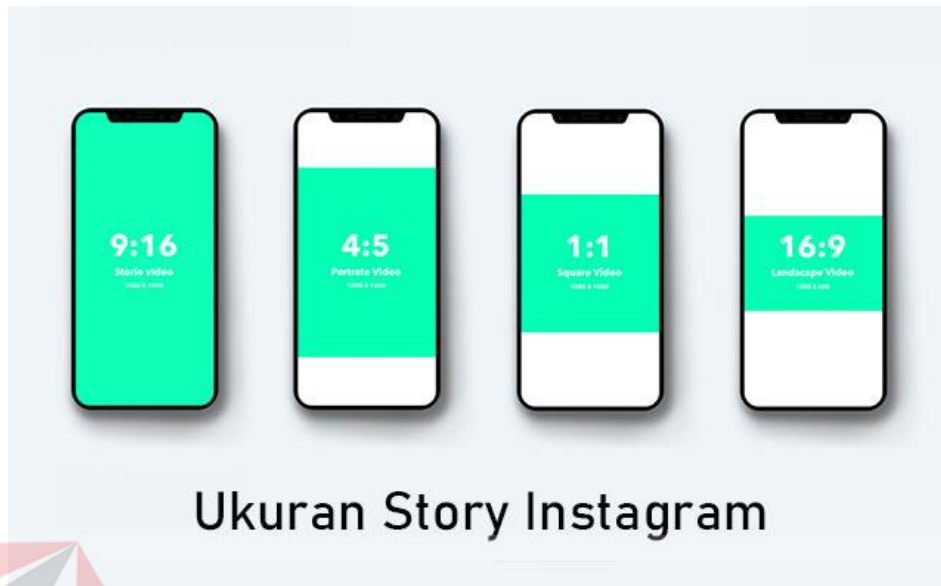
*Reels* adalah video menarik dan imersif yang bisa digunakan untuk mengekspresikan kisah merek Anda secara kreatif, mengedukasi pemirsa, dan membantu bisnis Anda mudah ditemukan oleh orang yang mungkin menyukainya. Orang-orang mengakses *Reels* untuk turut meramaikan tren budaya, berkolaborasi dengan komunitas, dan menemukan ide-ide baru. Dengan fitur kreatif, seperti efek, musik, dan stiker, bisnis Anda bisa membuat video menghibur yang menginspirasi pemirsa.



3.1.3 rasio & ukuran reels untuk optimasi instagram

### **Story Instagram**

Instastory merupakan singkatan dari Instagram *stories*. Instastory ini adalah salah satu fitur instagram yang memungkinkan para penggunanya untuk membagikan foto atau video yang akan terhapus secara otomatis dalam waktu 24 jam setelahnya. Di dalam fitur Instastory juga terdapat efek-efek yang dapat menghibur para penggunanya.



#### 3.1.4 rasio & ukuran story untuk optimasi instagram

### **3.2 Sejuta Kuliner**

Sejuta Kuliner adalah restoran *start up* yang berjalan baru 2 tahun ini sudah terbilang lancar untuk bisnisnya karna dalam kurum waktu mereka berhasil membuka 3 cabang dan Sejuta Kuliner Indonesia menjual makanan indonesia seperti ikan bakar, ayam bakar, mie goreng, dan lainnya.

#### **3.2.1 Makanan Indonesia**

Salah satu tradisi kuliner yang paling kaya di dunia, dan penuh dengan cita rasa yang kuat. Kekayaan jenis masakannya merupakan cermin keberagaman budaya dan tradisi Nusantara yang terdiri dari sekitar 6.000 pulau berpenghuni, dan menempati peran penting dalam budaya nasional Indonesia secara umum.

Hampir seluruh masakan Indonesia kaya dengan bumbu berasal dari rempah-rempah seperti kemiri, cabai, temu kunci, lengkuas, jahe, kencur, kunyit, kelapa dan gula aren dengan diikuti penggunaan teknik-teknik memasak menurut bahan, dan tradisi-adat yang terdapat pula pengaruh melalui perdagangan yang berasal seperti dari India, Tiongkok, Timur Tengah, dan Eropa .

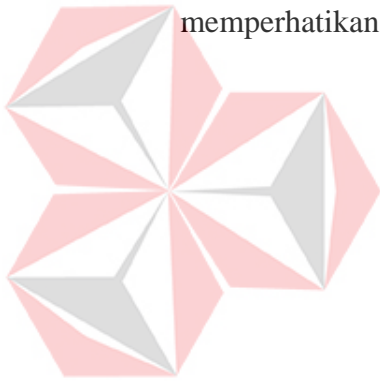
### 3.2.2 *Packaging*

Secara umum *packaging* tidak hanya sebagai pelindung saja, melainkan juga menjadi daya tarik yang bisa mengundang pembelian suatu produk.

Hal ini bisa dibuktikan ketika anda sedang berada di suatu *minimarket* dan melihat rak makanan. Pasti diantara beberapa apa makanan ada yang sangat menarik perhatian dan menampilkan citra makanan yang enak, jadi membuat penasaran dan tertarik membelinya.

*Packaging* tersedia dalam banyak jenis yang dibuat khusus untuk setiap jenis produk seperti produk makanan, minuman, parfum, shampo, alat elektronik dan dan produk lainnya. Produk yang dibungkus dengan *packaging* yang menarik juga memiliki nilai tambah. Meskipun anda sering mendengar pepatah seperti *Don't judge book by cover* namun kenyataannya, *packaging* sangat mempengaruhi pandangan orang tentang suatu produk.

Penting diperhatikan karena *Packaging* juga termasuk dalam strategi pemasaran, jadi bagi Anda yang ingin membuat suatu produk jangan lupa untuk memperhatikan desain *packaging* yang menarik.



UNIVERSITAS  
Dinamika

### 3.3.1 Vektor

Menurut Kusrianto (2007:119) Dalam dunia grafika komputer dikenal ada dua jenis grafik, salah satunya Vektor adalah titik dan garik yang membentuk *line drawing* yang dibuat menggunakan perhitungan matematika. Vektor mampu membuat gambar dengan ukuran *file* yang lebih kecil.

Objek berbaris vektor adalah sebuah gambar yang terbentuk dari garis dan kurva termasuk warna dan letak posisi. Grafis jenis vektor merupakan perkembangan pada banyaknya pixel penyusunan dan kondosi *monitor* karena tampilan vektor tersusun atas garis-garis.

Vektor tidak bergantung pada resolusi atau, gambar vektor adalah gambar yang tersimpan dalam persamaan matematika (disebut alogaritma) yang menunjukkan kurva, garis, dan bentuk-bentuk lain. Mudah diperbesar/diperkecil tanpa menurunkan kualitas gambar. Gambar vektor adalah gambar yang tidak tergantung pada resolusi, sehingga saat kita melakukan pembesaran dan pengecilan, gambar tetap mempunyai kualitas yang sama.



Gambar 3.3.1 visual saat pembuatan konten instagram



### 3.3.2 Layout

*Layout* adalah tata letak elemen-elemen desain terhadap suatu bidang dalam media tertentu untuk mendukung konsep / pesan yang dibawanya. Definisi *layout* dalam perkembangannya sudah sangat meluas dan melebur dengan definisi desain itu sendiri, sehingga banyak orang mengatakan *me-layout* itu sama dengan mendesain (Rustan, 2008: 2)

Menurut Tom Lincy, prinsip *layout* yang baik diperlukan adanya: Kesatuan, komposisi yang baik dan enak dilihat, variasi agar tidak monoton atau membosankan. Keseimbangan dalam *layout* sehingga terlihat sepadan, serasi, selaras, irama yang berupa pengulangan bentuk atau unsur-unsur *layout* dan warna, harmoni adalah keselarasan atau keserasian hubungan antara unsur-unsur yang memberikan kesan kenyamanan dan keindahan. Proporsi merupakan suatu perbandingan. Kontras merupakan perpaduan antara warna gelap dan terang (Kusrianto. 2007: 277). *Layout* adalah penyusunan dari elemen-elemen desain yang berhubungan kedalam sebuah bidang sehingga membentuk susunan atristik.

Hal ini bisa juga disebut manajemen bentuk dan bidang. Tujuan utama *layout* adalah menampilkan elemen-elemen gambar dan teks agar menjadi komunikatif dalam sebuah cara yang dapat memudahkan pembaca menerima informasi yang disajikan.



Gambar 3.3.2 visual untuk *layout*

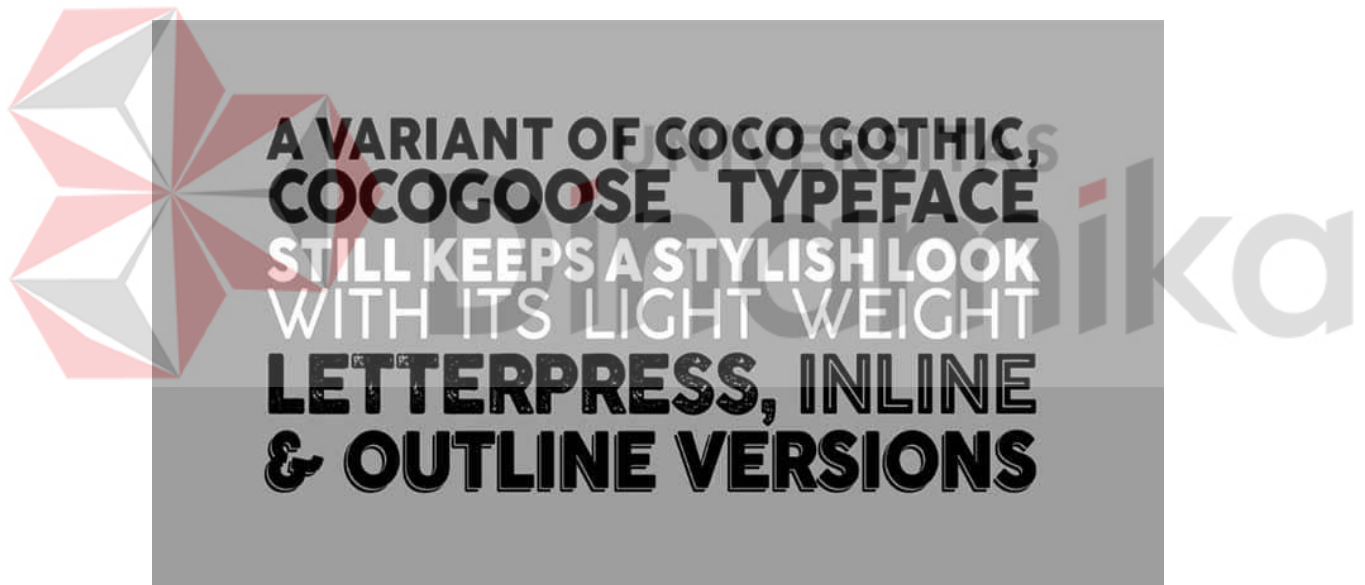
### 3.3.3 Tipografi

Tipografi pada dasarnya adalah teknik dalam memilih teks dalam proses desain grafis. Jadi pengertian tipografi secara umum adalah teknik dalam melakukan penyusunan huruf dan teks di dalam suatu pembuatan visual supaya dapat terbaca dan menarik untuk dilihat. Seni ini berkaitan erat dengan pemilihan jenis huruf atau yang dikenal dengan sebutan *font*.

Tipografi akan menentukan estetika di dalam suatu desain grafis. Oleh sebab itu, perlu kemampuan khusus untuk dapat menyusun tipografi yang menarik secara visual dan dapat diterima dengan baik oleh pembacanya.

Contoh tipografi yang mungkin sering ditemui adalah tipografi di desain poster dan kemasan. Ketika kalian menyaksikan tulisan di dalam suatu poster atau desain kemasan, maka itulah yang dinamakan dengan tipografi.

Meskipun berkaitan erat dengan desain grafis, tetapi tipografi sebenarnya juga dapat digunakan pada seni-seni murni. Salah satu seni non-desain grafis yang memanfaatkan tipografi adalah puisi. Tipografi puisi adalah struktur yang membentuk suatu puisi, mulai dari tepi kanan-kiri, baris, hingga penggunaan huruf kapitalnya.



Gambar 3.3.3 Visual tipografi

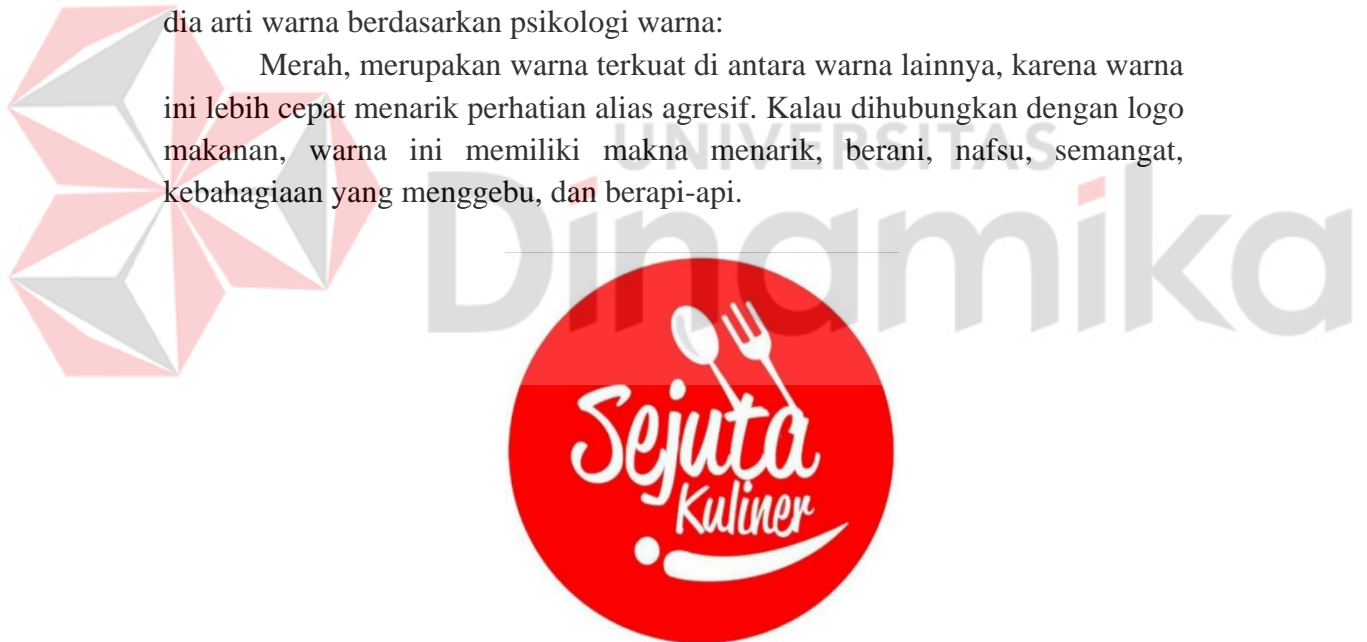
### 3.3.4 Warna

Warna adalah unsur penting dalam objek desain. Karena warna memiliki kekuatan yang mampu mempengaruhi citra orang yang melihatnya. Masing-masing warna mampu memberikan respon secara psikologis (Suproyono, 2010:58). Warna diyakini mempunyai dampak psikologis terhadap manusia. Dampak tersebut dapat dipandang dari berbagai macam aspek, baik aspek indera, maupun aspek budaya.

Drew (2008), mengatakan bahwa warna harus diletakan sesuai kontennya untuk memahami implikasi yang terkait dengan maknanya. Warna dapat dipisahkan dan digunakan secara terpisah untuk menyampaikan pesan emosi yang tepat, tanggapan asosiatif, dari atau perilaku yang dipelajari.

Warna menjadi aspek yang sangat melekat dengan dunia desain, termasuk untuk pembuatan logo. Kamu pasti bertanya-tanya kenapa warna merah, oranye, dan kuning sangat mendominasi di logo makanan ataupun logo restoran. Sebelum lebih lanjut, kamu harus tahu dasar-dasarnya dulu, GenK. Ini dia arti warna berdasarkan psikologi warna:

Merah, merupakan warna terkuat di antara warna lainnya, karena warna ini lebih cepat menarik perhatian alias agresif. Kalau dihubungkan dengan logo makanan, warna ini memiliki makna menarik, berani, nafsu, semangat, kebahagiaan yang menggebu, dan berapi-api.



Gambar 3.3.4 Visual untuk warna

## BAB IV DESKRIPSI PEKERJAAN

### 4.1 Penjelasan Pekerjaan

Tahap awal dalam pembuatan rancangan konten Sejuta Kuliner Indonesia, penulis diberikan *brief* mengenai pekerjaan yang akan dikerjakan dalam proses kerja praktik. Pekerjaan yang didapatkan penulis adalah membuat desain maskot untuk promosi digital.

Tahap pengerjaan desain konten meliputi:

1. Pencarian referensi dan merancang sebuah ide yang akan digunakan pada saat membuat desain.
2. Pembuatan pola tulisan untuk memudahkan pembuatan konten.
3. Penyesuaian desain yang akan digunakan pada konten.
4. Penyeuaian konsep yang akan diaplikasikan pada konten.

### 4.2 *Creative Brief*

*Creative Brief* adalah langkah pendekatan komunikasi yang dilakukan secara antar muka untuk menggali informasi tentang perusahaan. *Creative Brief* berisi data-data penting mengenai semua hal yang menyangkut arah dan tujuan dari dilaksanakannya pekerjaan kreatif sehubungan dengan kebutuhan perusahaan. *Creative Brief* biasanya juga dilengkapi dengan menyantumkan target pasar, kondisi pasar dan kompetitor.

Dalam melakukan proses desain, *Creative Brief* sangat penting karena dengan melakukan sebuah proses *Creative Brief* seorang desainer akan memperoleh data yang *valid* dari sumber utama, yaitu pemilik perusahaan sendiri. Tujuan dari proses ini adalah mendapat data yang dibutuhkan selama proses perancangan berlangsung, diantaranya adalah menentukan seperti apa desain konten yang dibutuhkan Sejuta Kuliner Indonesia yang sesuai dengan pasar.

Setelah mendapatkan data, langkah selanjutnya adalah menganalisa data yang sudah terkumpul. Teknik analisa data dalam proses ini menggunakan teknik analisa kualitatif. Analisa data kualitatif adalah upaya yang dilakukan dengan bekerja menggunakan data, mengorganiasikan data memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan dipelajari lalu memutuskan apa yang akan diceritakan kepada orang lain ( Moleong 2007:248 )

Setelah melakukan analisis data Sejuta Kuliner Indonesia dari *Creative Brief* penulis mengambil beberapa data yang dibutuhkan untuk perancangan konten, diantaranya :

### **1. Tujuan Perancangan**

Dari proses analisa data, Sejuta Kuliner Indonesia yang mampu meningkatkan konten yang menarik untuk dilihat. Dengan adanya konten diharapkan bisa menarik lebih banyak pelanggan pasar.

### **2. Target pasar**

Target pasar yang dituju Sejuta Kuliner Indonesia adalah masyarakat dengan usia remaja yang terbiasa membeli makanan melalui aplikasi digital.

### **3. Produk**

Sejuta Kuliner Indonesia menawarkan produk berupa makanan siap saji yang dipesan dengan sistem *On Demand* sehingga pesanan tetap hangat.

### **4. Lokasi**

Lokasi yang dituju Sejuta Kuliner Indonesia untuk memasarkan jasanya adalah wilayah Kota di Jawa Timur yaitu Sidoarjo dan Surabaya.

### **5. Konsep**

Konten yang mampu memvisualisasikan bahan makanan menjadi sebuah game.

### **4.3 Konsep**

Konsep merupakan hal yang penting dalam perancangan desain. Dalam perancangan konten Sejuta Kuliner Indonesia ini konsep perancangan didapatkan melalui *Creative Brief* serta mengumpulkan data melalui forum diskusi grup dengan tujuan mendapatkan hasil diskusi dengan perusahaan dan juga menciptakan promosi secara *online*. Dari hasil pengumpulan data serta analisa data maka diperoleh konsep. Konten yang bisa memvisualisasikan citra perusahaan. Untuk penampilan konten yang lebih menghibur, contohnya ya udah seperti permainan teka-teki, tebak makanan, dll

Selain didapatkan konsep konten, dari proses pengumpulan data analisa diperoleh juga bahwa konten Sejuta Kuliner Indonesia akan dibuat dengan metode teknik ilustrasi vektor.

#### 4.4 Refrensi Desain

Berdasarkan konsep ide, desain digital, buat konten baru menggunakan warna-warna dari Sejuta Kuliner akan digunakan untuk membuat suatu konten baru di butuhkan sebuah inspirasi serupa konten yang mirip tetapi di ubah sesuai keinginan konten kreator.



Gambar 4.3 gambar yang dijadikan refrensi untuk konten Sejuta Kuliner

#### 4.5 Konsep Desain/Alternatif Desain

Dibagian ini kita sudah memulai merubah konsep dari refrensi yang sudah kami ambil untuk di jadikan konten Sejuta Kuliner Indonesia.



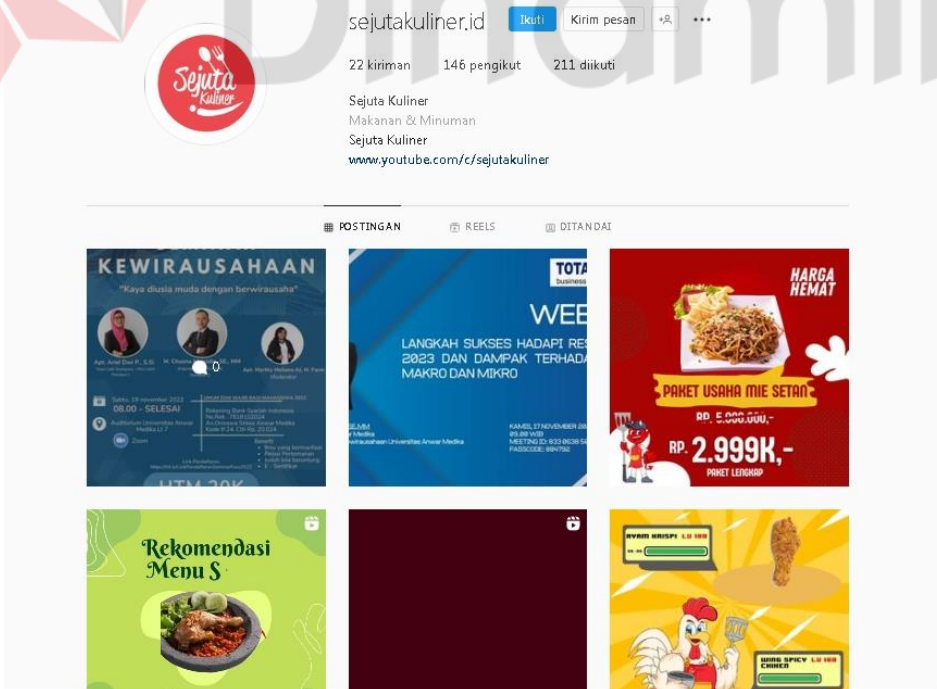
Gambar 4.4 gambar yang sudah di ubah/dimodifikasi sudah siap di unggah

#### 4.6 Final Design

Berdasarkan konsep ide, desain digital, warna dari desain Sejuta Kuliner akan digunakan untuk kepentingan promosi sehingga dapat sesuai dengan harapan yang diinginkan yaitu terjadi perubahan persepsi masyarakat akan citra perusahaan dan peningkatan jumlah pelanggan yang tertarik untuk mencoba hidangannya.



Gambar 4.5 postingan konten instagram Sejuta Kuliner Indonesia



Gambar 4.6 profil Sejuta Kuliner Indonesia

## **BAB V PENUTUP**

### **5.1 Kesimpulan**

Sejuta kuliner Indonesia merupakan anggota bantuan sosial pangan program sembako yang berdiri pada tahun 2020 dan memulai bisnis baru dengan menjual berbagai macam makanan yang menggunakan teknik promosi berupa *feed*, *reels*, dan *story* yang di posting di instagram dan bertujuan untuk memperkenalkan produknya kelayak umum. Perancangan konten Instagram bertujuan untuk meningkatkan citra positif perusahaan serta menarik perhatian masyarakat dan dalam perancangan konten sejuta kuliner Indonesia yang menggunakan *creative brief* dengan ide dan konsep desain serta pemilihan warna visual yang semenarik mungkin serta menggunakan tipografi. tipografi adalah teknik dalam melakukan penyusunan huruf dan teks di dalam suatu pembuatan visual supaya dapat terbaca dan menarik untuk dilihat.

1. Perancangan konten Sejuta Kuliner Indonesia membutuhkan *creative Brief* dari pemilik perusahaan agar ide dan konsep desain serta pemilihan warna visual lebih efektif.
2. Tujuan perancangan konten Instagram untuk meningkatkan citra positif perusahaan serta menarik perhatian masyarakat.
3. Implementasi dari konten Instagram menggunakan *Software Adobe Illustrator*.

### **5.2 Saran**

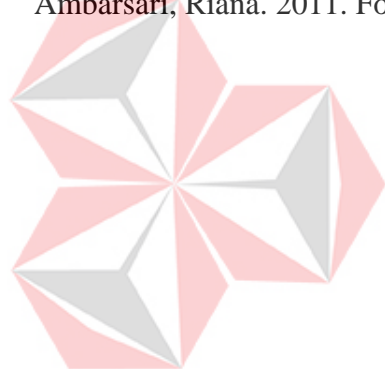
Berdasarkan penjelasan laporan kerja praktik diatas, adapun saran yang dikemukakan oleh penulis setelah melakukan kerja praktik di Restoran Sejuta Kuliner Indonesia yang meliputi :

1. Membangun hubungan serta kolaborasi yang harmonis antara pemilik perusahaan lain supaya bisnis yang dilakukan berjalan dengan lancar.
2. Dalam memilih suatu proyek harus disesuaikan dengan keahlian yang dimiliki hal ini merupakan tindakan yang bijak untuk mencapai hasil yang maksimal.
3. Membangun hubungan serta kolaborasi yang harmonis antara mahasiswa dan pihak pelaksana praktek agar memudahkan pengerjaan proyek sesuai dengan peruntukannya



## DAFTAR PUSTAKA

- Kurianto, Adi. 2007. Pengantar Desain Komunikasi Visual. Yogyakarta : CV. Andi Offset
- Rustan, Suriyanto. (2008). Layout Dasar & Penerapannya. Jakarta: PT Gramedia Pustaka utama. (Suproyono, 2010:58).
- Kurianto, Adi. 2007. Pengantar Desain Komunikasi Visual. Yogyakarta : CV. Andi Offset
- Moleong, Lexy J. 2007. Metodologi Penelitian Kualitatif. Edisi Revisi. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya
- Supriyono, Rakhmat. 2010. Desain Komunikasi Visual: Teori dan Aplikasi. Yogyakarta : Jalasutra
- Prawira, S.D. warna Sebagai Salah Satu Unsur Seni dan Desain. Jakarta: Depdikbud, 1999. H. 4
- Rakhmat Supriyono. 2010. Desain Komunikasi Visual-Teori dan Aplikasi. Yogyakarta: ANDI
- Ambarsari, Riana. 2011. Food Photography For Everyone. Jakarta: Elex Media Komputindo



UNIVERSITAS  
Dinamika