



UNIVERSITAS
Dinamika

**PERANCANGAN KONTEN MEDIA SOSIAL DAN PROMOSI PRODUK
KARYA WHOLESALE CV. TRI KARYA SAMUDRA**

LAPORAN KERJA PRAKTIK



Program Studi

S1 Desain Komunikasi Visual

UNIVERSITAS
Dinamika

Oleh:

INDAH AULIA DAMAYANTI

20420100032

FAKULTAS DESAIN DAN INDUSTRI KREATIF

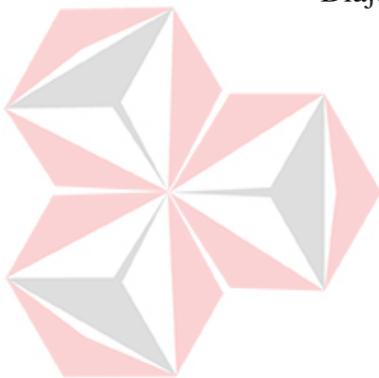
UNIVERSITAS DINAMIKA

2023

**PERANCANGAN KONTEN MEDIA SOSIAL DAN PROMOSI PRODUK KARYA
WHOLESALE CV. TRI KARYA SAMUDRA**

LAPORAN KERJA PRAKTIK

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan
Kerja Praktik



UNIVERSITAS
Dinamika

Oleh:

Nama : INDAH AULIA DAMAYANTI

NIM : 20420100032

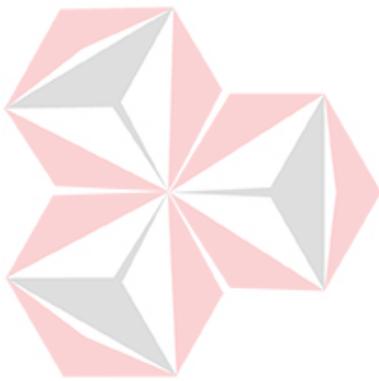
Program : S1 (Strata Satu)

Jurusan : Desain Komunikasi Visual

**FAKULTAS DESAIN DAN INDUSTRI KREATIF
UNIVERSITAS DINAMIKA**

2023

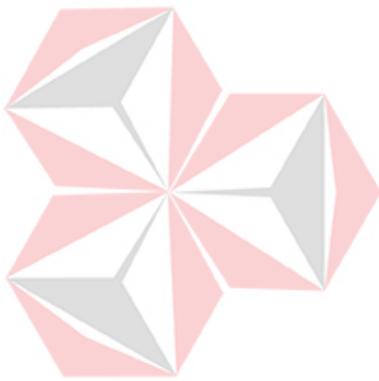
LEMBAR MOTTO



UNIVERSITAS
Dinamika

***“Percaya dan yakin kepada diri sendiri, merupakan
cara paling efektif untuk meraih kesuksesan.”***

LEMBAR PERSEMBAHAN



UNIVERSITAS
Dinamika

Laporan kerja praktek ini saya persembahkan untuk seluruh orang-orang yang selalu memberikan dukungan dan motivasi kepada saya sampai saat ini.

☺ *Terima Kasih* ☺

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN

PERANCANGAN KONTEN MEDIA SOSIAL DAN PROMOSI PRODUK KARYA WHOLESALE CV. TRI KARYA SAMUDRA

Laporan Kerja Praktik oleh :

Indah Aulia Damayanti

NIM : 20420100032

Telah diperiksa, diuji, dan disetujui

Surabaya, 16 Juni 2023

Pembimbing

Penyelia



Setya Putri Erdiana, S.T., M.Ds.

NIDN. 0721099105

KARYA
WHOLESALE

Christy Widyawati, SE., M.Se

Mengetahui,

Ketua Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual



Fakultas Desain dan Industri Kreatif
UNIVERSITAS
Dinarika

Dhika Yuan Yurisma, M.Ds., ACA

NIDN. 0720028701

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI DAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Sebagai mahasiswa Universitas Dinamika, Saya :

Nama : Indah Aulia Damayanti

NIM : 20420100032

Program Studi : S1 Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Desain dan Industri Kreatif

Jenis Karya : Laporan Kerja Praktik

Judul Karya : PERANCANGAN KONTEN MEDIA SOSIAL DAN
PROMOSI PRODUK KARYA WHOLESALE CV. TRI
KARYA SAMUDRA

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, 07 Juli 2023



Indah Aulia Damayanti
NIM : 20420100032

ABSTRAK

Media sosial merupakan salah satu wadah untuk mempromosikan produk serta memberikan informasi mengenai barang maupun jasa dari sebuah *Brand*. Di era digital ini, media promosi terkait erat dengan media sosial dan *marketplace*, maka perlu perancangan yang menarik untuk dapat menyampaikan informasi kepada audiens sesuai dengan tujuan mereka.

Instagram merupakan salah satu *platform* media sosial yang digemari oleh masyarakat di Indonesia. Dimana fitur-fitur yang disediakan dapat diakses dengan mudah oleh target pasar yang ada. Sebagaimana fitur *feeds*, *reels* dan *stori* yang menyajikan foto dan video untuk audiens sehingga lebih menarik untuk dilihat. Maka *platform* instagram ini menjadi salah satu media yang efektif untuk mempromosikan produk Karya Wholesale yang ada pada CV. Tri Karya Samudra sehingga promosi produk yang dilakukan menjadi lebih luas jangkauannya

Instagram adalah salah satu *social media* yang populer dikalangan masyarakat Indonesia. Di dalam Instagram sendiri memiliki fitur *insta feeds*, *reels* dan *story* dimanapada fitur ini kita dapat memposting informasi mengenai produk yang dipasarkan.

Kata kunci: *Media promosi, sosial media, social media, instagram*

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah S.W.T. yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga Laporan Kerja Praktik yang berjudul “**Perancangan Konten Media Sosial Dan Promosi Produk Karya Wholesale CV. Tri Karya Samudra**” dapat terselesaikan dengan lancar tanpa suatu halangan apapun.

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

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

1. **Bapak Prof. Dr. Budi Jatmiko, M.Pd.** selaku Rektor Universitas Dinamika;
2. **Dhika Yuan Yurisma, M.Ds., ACA** selaku Ketua Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual;
3. **Ibu Setya Putri Erdiana, S.T., M.DS.** selaku Dosen Pembimbing yang telah membimbing serta memberikan arahan dan dukungan dalam penyusunan Laporan Kerja Praktik dari awal hingga selesai;
4. **Ibu Christy Widyawati, SE., M.Sc** selaku Direktur Operasional CV. Tri Karya Samudra yang juga memberikan ijin untuk melakukan kerja praktik dan masukan terhadap implementasi kerja praktik, serta memberikan ilmu dan motivasi.
5. Dan untuk semua kolega kreatif, kekasih, saudara serta keluarga yang turut membantu dan mendukung penyelesaian penyusunan Laporan Kerja Praktik ini.

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

Surabaya, Juli 2023

Indah Aulia Damayanti

DAFTAR ISI

LEMBAR MOTTO.....	ii
LEMBAR PERSEMBAHAN.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
LEMBAR PERNYATAAN	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
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 Kerja Praktik.....	2
1.5 Manfaat	3
1.5.1 Bagi Mahasiswa.....	3
1.5.2 Bagi Instansi/Perusahaan	3
1.5.3 Bagi Akademik	3
1.6 Pelaksanaan.....	3
1.7 Sistematika Penulisan	4
DAFTAR PUSTAKA	5
BAB II	6
GAMBARAN UMUM INSTANSI	6
2.1 Sejarah Perusahaan	6
2.2 Profil Perusahaan	6

2.3	Visi dan Misi.....	7
2.4	Logo Perusahaan.....	8
2.5	Lokasi CV. Tri Karya Samudra	8
2.6	Struktur Organisasi	8
2.6	Deskripsi Pekerjaan	9
BAB III LANDASAN TEORI.....		10
3.1	Media Promosi.....	10
3.2	Media Sosial	10
3.2.1	Instagram	10
3.2.2	<i>Feeds</i> Instagram.....	11
3.2.3	<i>Reels</i> Instagram	11
3.3	Unsur – unsur Desain	11
3.4	<i>Layout</i>	13
3.5	Tipografi.....	14
BAB IV DESKRIPSI PEKERJAAN.....		16
4.1	Penjelasan Pekerjaan	16
4.2	<i>Brief</i>	16
4.2.1	Warna Perusahaan	16
4.2.2	Referensi.....	17
4.3	Proses Perancangan Desain Media Marketing	17
4.3.1	Konsep Besar.....	17
4.3.2	Proses Desain FAQ Instagram.....	19
4.3.3	Proses Desain <i>Feed</i> Instagram.....	20
4.3.4	Proses Desain <i>Story</i> Instagram	21
4.3.5	Proses Instagram <i>Feeds</i> Peringatan Hari <i>Valentine</i>	23
4.3.6	Proses Desain <i>Flyer</i> Katalog Karya Wholesale.....	24
4.4	Implementasi Desain	25
PENUTUP.....		28

5.1 Kesimpulan	28
5.2 Saran	28
5.2.1 Bagi Perusahaan	28
4.4.1 Bagi Mahasiswa.....	29
DAFTAR PUSTAKA.....	30
LAMPIRAN.....	31
<i>Lampiran 1 Surat Balasan Kerja Praktik Perusahaan.....</i>	31
<i>Lampiran 2 Form Kerja Praktik 5 (Halaman 1)</i>	32
<i>Lampiran 3 Form Kerja Praktik 5 (Halaman 2)</i>	33
<i>Lampiran 4 Form Kerja Praktik 6 (Halaman 1)</i>	34
<i>Lampiran 7 Form Kerja Praktik 7 (Halaman 1)</i>	35
<i>Lampiran 8 Form Kerja Praktik 7 (Halaman 2)</i>	36
<i>Lampiran 10 Form Bimbingan Dosen</i>	37
<i>Lampiran 9 Biodata Penulis</i>	38



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kantor CV. Tri Karya Samudra	6
Gambar 2. 2 Logo Perusahaan CV. Tri Karya Samudra	8
Gambar 2. 3 Lokasi Kantor CV. Tri Karya Samudra.....	8
Gambar 2. 4 Struktur Organisasi Social Media Koordinator CV. Tri Karya Samudra.....	8
Gambar 3.2.1 <i>Feeds</i> Instagram	11
Gambar 3.2.1 <i>Reels</i> Instagram	11
Gambar 3. 3 Garis	12
Gambar 3. 3 Bidang	12
Gambar 3. 3 Tekstur Y2K.....	13
Gambar 3. 3 <i>Pallette</i> Warna.....	13
Gambar 3. 4 <i>Layout</i>	14
Gambar 3. 5 Cara Pemakaian Tipografi.....	15
Gambar 4.2.1 <i>Official Color Pallate</i> Karya Wholesale	16
Gambar 4.2.2 <i>Feeds</i> Instagram Karya Wholesale.....	17
Gambar 4.3.1 Font Minion Pro	18
Gambar 4.3.1 Font Balinest	18
Gambar 4.3.1 Font Redrains DEMO	18
Gambar 4.3.1 Font NoirPro-Regular.....	19
Gambar 4.3.2 Sketsa Alternatif Desain FAQ.....	19
Gambar 4.3.2 <i>Final</i> Desain	20
Gambar 4.3.3 Sketsa Desain Instagram <i>Feed</i> 1	20
Gambar 4.3.3 Sketsa Desain Instagram <i>Feed</i> 2	20
Gambar 4.3.3 <i>Final</i> Desain <i>Feed</i> Instagram 1	21

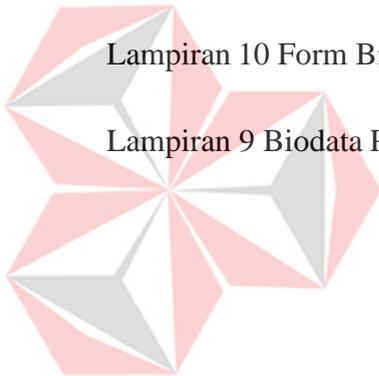
Gambar 4.3.4 Sketsa Desain Instagram <i>Story</i>	22
Gambar 4.3.4 <i>Final</i> Desain <i>Story</i> Instagram.....	22
Gambar 4.3.5 Sketsa <i>Feeds</i> Instagram Hari <i>Valentine</i>	23
Gambar 4.3.5 <i>Final Feeds</i> Instagram Hari <i>Valentine</i>	23
Gambar 4.3.6 Sketsa Desain <i>Flyer</i> Katalog Produk Karya Wholesale.....	24
Gambar 4.3.6 <i>Final</i> Desain <i>Flyer</i> Katalog Produk	25
Gambar 4. 4 Desain FAQ Instagram.....	25
Gambar 4. 4 Desain <i>Feeds</i> Instagram	26
Gambar 4. 4 Desain <i>Story</i> Instagram	26
Gambar 4. 4 Desain <i>Feeds</i> Instagram Hari <i>Valentine</i>	27
Gambar 4. 4 Desain <i>Flyer</i> Katalog Produk Karya Wholesale	27



UNIVERSITAS
Dinamika

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Balasan Kerja Praktik Perusahaan.....	31
Lampiran 2 Form Kerja Praktik 5 (Halaman 1)	32
Lampiran 3 Form Kerja Praktik 5 (Halaman 2)	33
Lampiran 4 Form Kerja Praktik 6 (Halaman 1)	34
Lampiran 7 Form Kerja Praktik 7 (Halaman 1)	35
Lampiran 8 Form Kerja Praktik 7 (Halaman 2)	36
Lampiran 10 Form Bimbingan Dosen.....	37
Lampiran 9 Biodata Penulis.....	38



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi yang sangat cepat memudahkan masyarakat untuk dapat memperoleh informasi melalui berbagai media. Para pengusaha saat ini berpartisipasi dalam berbagai bidang mulai mengeksplorasi dan membentuk bisnis di banyak media *online*, terutama di media sosial dan *marketplace*. Mulai dari pembangunan interaksi dan komunikasi, menunjukkan bakat, kegiatan promosi dan juga manfaat melalui media sosial maupun *marketplace*. Pada *Brand Karya Wholesale* milik CV. Tri Karya Samudra telah menggunakan media sosial dan *marketplace* yang digunakan antara lain Instagram, Facebook, Tiktok, dan Youtube sedangkan untuk *marketplace* yang digunakan oleh *Brand Karya Wholesale* yaitu Shopee, Lazada, dan Tokopedia. Namun media sosial Instagram dan *marketplace* Shopee merupakan media promosi yang paling diminati oleh audiens *Karya Wholesale*. Konten-konten yang menarik merupakan salah satu cara untuk dapat mempromosikan produk secara efektif sehingga target pasar yang ada dapat terjangkau dengan mudah.

Brand Development Lead Instagram APAC Paul Webster mengungkapkan, bahwa sejak diluncurkan pada tahun 2010 aplikasi Instagram telah memiliki 400 juta lebih pengguna aktif dari seluruh dunia. Indonesia sendiri adalah salah satu negara dengan jumlah pengguna Instagram terbanyak dengan 89 persen pengguna Instagram yang berusia 18-34 tahun mengakses IG (Instagram) setidaknya seminggu sekali. Pengguna Instagram mayoritas anak muda, terdidik, dan mapan. Rata-rata mereka berusia 18-24 tahun sebanyak 59 persen, usia 45-34 tahun 30 persen, dan yang berusia 34-44 tahun 11 persen. Pengguna Instagram perempuan yang paling aktif sebanyak 63 persen dan laki-laki 37 persen. (Prihatiningsih 2017)

Produk yang dipasarkan oleh *Karya Wholesale* di CV. Tri Karya Samudra ini memiliki beragam jenis tipe produk seperti Kimono, Spa wrap, Bandana, Handuk serta APD. Konten yang ada pada media promosi *Karya Wholesale* dibuat dalam berbagai macam bentuk, antara lain ilustrasi, foto, video dan lain-lain. Konten-konten yang dibuat sesuai *brief* yang diberikan oleh perusahaan kepada penulis untuk melakukan perancangan konten dan promosi produk pada media sosial dan *marketplace* dengan tema tertentu, misalnya perayaan hari-hari besar di Indonesia, Instagram *story* interaktif

promosi produk berupa diskon yang ada pada produk Karya Wholesale di CV. Tri Karya Samudra

Instagram dipilih sebagai media penjualan online oleh Karya Wholesale. karena eksistensi Instagram dibandingkan media sosial lainnya, seperti Facebook dan Twitter. Selain itu, Instagram lebih dipilih dibandingkan marketplace lainnya yang sedang berkembang seperti Tokopedia, Shopee, Buka Lapak, dan lain sebagainya, karena cara penggunaan Instagram lebih simple. Berdasarkan apa yang dijual oleh Karya Wholesale seperti APD dan fashion lainnya, Instagram dapat menargetkan pasar pembeli untuk Karya Wholesale sendiri. Serta brosur *pamphlet* juga mendukung untuk pemasaran produk

1.1 Rumusan Masalah

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

“Bagaimana cara merancang konten media sosial dan promosi produk Karya Wholesale di CV. Tri Karya Samudra”

1.2 Batasan Masalah

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

1. Perancangan konten Instagram menggunakan *software* Adobe Indesign.
2. Perancangan *feed, story, reels* dan grafis instagram interaktif postingan di akun Karya Wholesale.

1.3 Tujuan Kerja Praktik

Dengan adanya konten untuk media sosial sebagai media promosi di CV. Tri Karya Samudra ini diharapkan dapat mejadi penunjang maksimalnya promosi dan penjualan produk Karya Wholesale milik CV. Tri Karya Samudra. Serta dengan adanya kerja praktik ini diharapkan mahasiswa mampu memberikan terobosan dari segi pembuatan promosi kepada CV. Tri Karya Samudra, serta untuk merancang desain media sosial dan *marketplace* yang lebih menarik guna menunjang promosi yang dilakukan.

1.2 Manfaat

Dalam perancangan ilustrasi pada saat melakukan Kerja Praktik di CV. Tri Karya Samudra ini, manfaat yang dapat diperoleh antara lain :

1.5.1 Bagi Mahasiswa

1. Melakukan penerapan ilmu yang telah diperoleh di perkuliahan.
2. Menambah pengalaman, ilmu serta relasi dalam dunia industri kreatif.
3. Mampu bekerja secara profesional didalam tim dan dapat menyelesaikan tugas tepat waktu.
4. Dapat memahami bagaimana perancangan konten dalam perusahaan itu dibuat.

1.5.2 Bagi Instansi/Perusahaan

1. Membantu CV. Tri Karya Samudra dalam perancangan konten media sosial dan promosi produk Karya Wholesale.
2. Membantu meningkatkan *insight* customer di CV. Tri Karya Samudra.
3. Memperkuat hubungan antara perusahaan dan perguruan tinggi.
4. Memudahkan perusahaan dalam mempromosikan produk di media sosial dan Marketplace

1.5.3 Bagi Akademik

1. Dapat menerapkan ilmu desain pada konten media sosial di CV. Tri Karya Samudra.
2. Perguruan tinggi akan diketahui dan memiliki citra baik dalam dunia kerja.
3. Kerja Praktik dapat digunakan sebagai *portfolio* untuk menuju dunia kerja nantinya.

1.3 Pelaksanaan

a. Detail Perusahaan

Nama Perusahaan : CV. Tri Karya Samudra

Alamat : Jl. Royal Regency Cluster Serenade B07/131,
Sumur Welut Kec. Lakarsantri, Surabaya 60215
Telepon 087855878408
E-mail : ask.karyawholesale@gmail.com
Website : <https://msha.ke/karya.wholesale>

b. Periode

Tanggal Pelaksanaan : 6 Januari s.d 16 Maret 2023
Waktu : Senin s.d Jumat 08:00 – 16:00 WIB

1.4 Sistematika Penulisan

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

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini membahas tentang latar belakang, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan, manfaat, pelaksanaan (kerja praktik), dan sistematika penulisan Laporan Kerja Praktik.

BAB II GAMBARAN UMUM INSTANSI

Dalam bab ini membahas tentang profil instansi yang ditempati dalam pelaksanaan Kerja Praktik pada *Brand* Karya Wholesale milik CV. Tri Karya Samudra, yang berisikan mengenai profil, logo, visi dan misi, tugas dan fungsi, struktur organisasi dan deskripsi pekerjaan dari instansi tersebut.

BAB III LANDASAN TEORI

Dalam bab ini membahas tentang berbagai teori yang relevan dan cocok dengan judul Laporan Kerja Praktik ini guna menunjang penulisan Laporan Kerja Praktik.

BAB IV DESKRIPSI PEKERJAAN

Dalam bab ini membahas secara detail tentang pekerjaan yang telah dilaksanakan pada saat Kerja Praktik di CV. Tri Karya Samudra, yang diangkat dalam Laporan Kerja Praktik ini.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisikan tentang kesimpulan dan saran terkait pembahasan pada Laporan Kerja Praktik. Kesimpulan berisi ringkasan keseluruhan hasil dalam Laporan Kerja Praktik ini,

sementara saran berisi beberapa masukan untuk permasalahan yang diangkat dalam Laporan Kerja Praktik ini.

DAFTAR PUSTAKA

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



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB II

GAMBARAN UMUM INSTANSI

2.1 Sejarah Perusahaan

CV, Tri Karya Samudra bergerak di bidang konveksi yang mulai dibangun pada tahun 2017 di Surabaya atas dasar peluang usaha konveksi yang begitu besar. Pada tahun 2020 sebagai bagian dari upaya untuk mencegah penyebrana COVID – 19 perusahaan berkontribusi dalam pembuatan APD serta di tahun yang sama CV. Tri Karya Samudra resmi menjadi perusahaan yang berbadan hukum dengan nama CV. Tri Karya Samudra .

Seiring berjalannya waktu CV. Tri Karya Samudra mengembangkan produk yang dapat mendukung kebutuhan safety di bidang kecantikan dan wellness seperti bandana, handuk , kemben, dan kimono. Dengan dukungan Sumber Daya Manusia yang terampil dan management perusahaan yang sehat, CV. Tri Karya Samudra terus ber-inovasi menjadi perusahaan yang selalu meningkatkan layan dan kualitas yang disajikan.

2.2 Profil Perusahaan



Gambar 2. 1 Kantor CV. Tri Karya Samudra

CV. Tri Karya Samudra adalah perusahaan yang memiliki *Brand* bernama Karya Wholesale dimana bergerak dalam bidang konveksi dengan produk APD. Produk yang dipasarkan sudah menjangkau berbagai wilayah di Indonesia serta banyak *reseller* resmi yang sudah terdaftar.

Berikut adalah beberapa informasi mengenai identitas dari CV. Manna Indo Lakta:

Nama Perusahaan : CV. Tri Karya Samudra
Alamat : Jl. Royal Regency Cluster Serenade B07/131, Sumur Welut
Kec. Lakarsantri, Surabaya
Telepon : +6287855878408
E-mail : ask.karyawholesale@gmail.com
Website : <https://msha.ke/karya.wholesale>
Hari Kerja : Senin s/d Jumat
Jam Kerja : Senin s.d Jumat 09:00 – 16:00 WIB

2.3 Visi dan Misi

1. Visi

Menjadi perusahaan di bidang konveksi yang menyajikan produk yang berkualitas, bertumbuh, dan berkualitas di dalam pasar global.

2. Misi

1. Mengembangkan pasar dan membangun bisnis yang sehat serta memberikan pelayanan yang terbaik bagi pelanggan.
2. Memenuhi kebutuhan pelanggan dengan memberikan harga kompetitif dan produk berkualitas.
3. Memberikan kontribusi membuka lapangan pekerjaan dan peningkatan nilai bagi masyarakat
4. Menyediakan dan memelihara lingkungan kerja yang kondusif bagi karyawan kami.

2.4 Logo Perusahaan



Gambar 2. 2 Logo Perusahaan CV. Tri Karya Samudra
(Sumber: Direktur Operasional CV. Tri Karya Samudra)

2.5 Lokasi CV. Tri Karya Samudra



Gambar 2. 3 Lokasi Kantor CV. Tri Karya Samudra
(Sumber: Dokumentasi Penulis, Januari 2023)

2.6 Struktur Organisasi

Berikut ini merupakan susunan struktur organisasi CV. Tri Karya Samudra.



Gambar 2. 4 Struktur Organisasi Social Media Koordinator CV. Tri Karya Samudra
(Sumber : Materi Compro CV. Tri Karya Samudra)

2.6 Deskripsi Pekerjaan

1. General Manager

Genral Manager merupakan pemimpin yang memimpin beberapa manajemen. Yang bertugas untuk beberapa atau seluruh manajer fungsional sehingga memiliki beberapa tanggung jawab terhadap seluruh bagian manajemen di CV. Tri Karya Samudra

2. Kepala Bagian Produksi

Kepala Bagian Produksi memiliki peran penting yaitu memastikan kelancaran produksi dan mengawasi atas jalannya sesuai dengan di rencanakan.

3. Kepala Bagian Keuangan dan Administrasi

Kepala Bagian Keuangan dan Administrasi di CV. Tri Karya Samudra memiliki tanggung jawab untuk mengendalikan seluruh kegiatan yang berkaitan dengan keuangan agar sesuai dengan anggaran yang telah di tentukan.

4. Kepala Bagian Pemasaran

Kepala Bagian Pemasaran pada CV. Tri Karya Samudra memiliki peran untuk bertanggung jawab atas pemasaran produk dan memajukan perluasan pasar.

5. Karyawan

Karyawan pada CV. Tri Karya Samudra, memiliki tanggung jawab untuk mengerjakan sebuah tugas operasional perusahaan.

BAB III

LANDASAN TEORI

3.1 Media Promosi

Media promosi adalah alat atau sarana digunakan untuk promosi. Ada berbagai jenis media promosi yang berkembang hari ini, dari media konvensional ke media tidak konvensional. Media promosi tertua berasal dari mulut ke mulut. Promosi ini sering ditemukan di era pertama karena tidak ada banyak media promosi maju seperti sekarang ini. Contoh media promosi lainnya adalah brosur, selebaran, selebaran, poster, papan iklan, iklan di surat kabar, televisi, kaca, jam dinding, kartu nama, stiker, dan lain-lain (Amaliah, Fianto, and Yosep 2015). Media sosial digunakan untuk ladang promosi produk yang sangat relevan di era saat ini hanya dengan membagikan postingan ataupun video pendek, dapat memikat para konsumen yang sesuai dengan target pasar. Contoh media sosial yang digunakan untuk promosi adalah Instagram, Facebook, Tiktok, dan lain – lainnya.

3.2 Media Sosial

Media Sosial menurut Philip Kotler dan Kevin Keller (Mahmudah and Rahayu 2020) adalah sarana untuk konsumen membagikan informasi teks, gambar, audio, dan video di antara mereka dan dengan perusahaan dan sebaliknya. Peran jejaring sosial semakin diakui untuk meningkatkan kinerja komersial. Media sosial memungkinkan perusahaan untuk mengubah cara berkomunikasi dengan pelanggan, pemasaran produk, layanan dan berinteraksi satu sama lain dengan pelanggan yang bertujuan untuk membangun hubungan yang baik

3.2.1 Instagram

Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto yang membuat pengguna memotret foto, mengaplikasikan filter digital, dan berbagi ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik Instagram sendiri. Instagram berdiri pada tahun 2010 dan didirikan oleh dua bersahabat Kevin Systrom dan Mike Krieger. Instagram memiliki tujuan utama salah satunya ialah sebagai media favorit penggunanya yang ingin mempublikasikan kegiatan, barang, tempat atau pun dirinya sendiri kedalam bentuk foto dan video (Mahendra 2017).

A. Feeds Instagram

Feeds merupakan salah satu fitur yang dimiliki oleh Instagram untuk menampilkan foto atau video yang diunggah oleh pengguna Instagram pada bagian profilnya dengan dengan tampilan konten yang bersusun.



Gambar 3.2.1 *Feeds* Instagram

B. Reels Instagram

Reels Instagram adalah fitur yang dimiliki oleh Instagram untuk membuat video singkat selama 15 detik dengan pilihan audio, efek, dan tools kreatif lainnya. Tidak hanya itu, fitur ini juga memungkinkan untuk menggabungkan atau merekam beberapa klip untuk dapat menjadi satu video yang utuh.



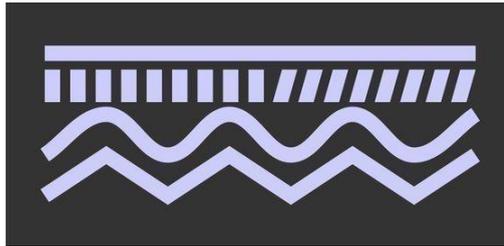
Gambar 3.2.1. *Reels* Instagram

3.3 Unsur-unsur Desain

Unsur dalam seni merupakan susunan elemen visual berbeda: garis, bentuk (komposisi), tekstur (rasa permukaan material), dan warna. Elemen visual memainkan peran penting dalam seni. Seni rupa di sini berkaitan dengan seni rupa atau sering disebut dengan visualisasi, yaitu suatu susunan atau komposisi atau kesatuan unsur-unsur visual.

1. Garis

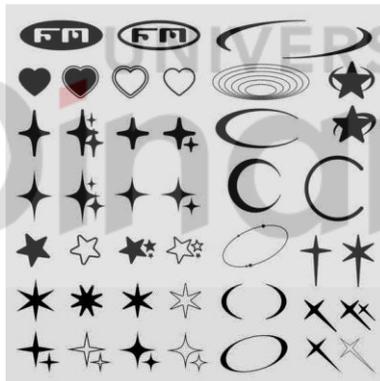
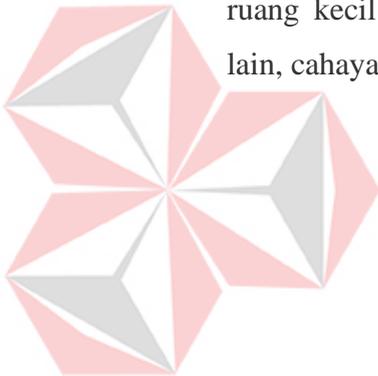
Garis yang dihasilkan adalah goresan nyata dan tentang suatu objek, kumpulan objek dan warna. Berbagai jenis garis seperti panjang, pendek, tipis, tebal, lurus, putus-putus, horizontal dan vertikal.



Gambar 3.3 Garis

2. Bentuk

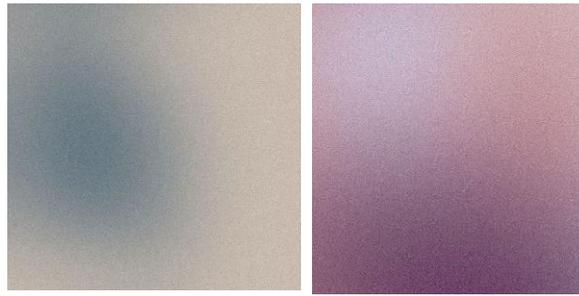
Bentuk adalah ruang kecil yang ada karena dibatasi oleh kehadiran atau tekstur warna selain garis gelap dan terang (garis besar) dan bayangan. “Bentuk adalah ruang kecil yang diciptakan oleh batas-batasnya (garis), dengan adanya warna lain, cahaya redup, atau tekstur bayangan”



Gambar 3.3 Bidang

3. Tekstur

Texture (tekstur) merupakan suatu unsur rupa yang menunjukkan rasa yang ada dari permukaan bahan, sengaja dibuat dan dihadirkan untuk mencapai bentuk rupa, sebagai bentuk dari usaha dalam memberikan rasa tertentu pada permukaan bidang suatu karya seni rupa yang nyata. Tekstur bisa dibuat dan bisa terjadi secara alami.



Gambar 3.3 Tekstur Y2K

4. Warna

Warna merupakan elemen penting dalam objek desain. Warna dapat mengekspresikan identitas atau citra yang ingin disampaikan dengan warna merek. Setiap warna memiliki banyak arti, menyampaikan perasaan dan pesan tertentu. Secara umum, mata kita secara alami dapat menerima cahaya yang dipantulkan dari permukaan suatu benda. “Benda berwarna ditangkap oleh mata melalui retina dan diciptakan oleh pantulan warna yang masuk ke kesadaran kita, sehingga kita dapat memahami bahwa warna adalah efek cahaya pada mata”

(Soegeng TMed, 1987)



Gambar 3.3 Pallette Warna

3.4 *Layout*

Layout atau tata letak adalah aktivitas membuat, mengatur, dan menggabungkan elemen komunikasi grafis (teks, gambar, tabel, dll.) menjadi media komunikasi visual yang komunikatif, estetis dan menarik (Hendratman 2009)

Layout dimaksudkan untuk menunjang tampilan penyajian informasi yang disampaikan dalam karya desain. Proses perencanaan diharapkan dapat menambah nilai estetika dan manfaat pada karya desain.



Gambar 3.4 *Layout*

3.5 Tipografi

Tipografi adalah seni mengatur huruf dalam tata letak desain yang dapat digunakan. Tipografi merupakan elemen penting dalam desain grafis yang tidak dapat berdiri sendiri. Tipografi sangat penting dalam banyak ilmu seperti komunikasi, teknologi, psikologi dan dll.

Menurut tipografi dibagi ke dalam 3 macam, yaitu kelompok huruf, spasi huruf, dan ukuran huruf (Priscilia Yunita Wijaya 1999).

1. Kelompok Huruf

a) Serif

Serif adalah jenis huruf yang memberikan kesan formal, elegan dan halus, serta bentuk garis huruf dengan ujung mengerucut dan garis tebal atau tipis yang kuat.

b) Sans Serif

Sans Serif merupakan jenis kelompok huruf yang memiliki kesan kuat, stabil, dan tegas dengan bentuk garisan huruf yang sama tebal.

c) Script

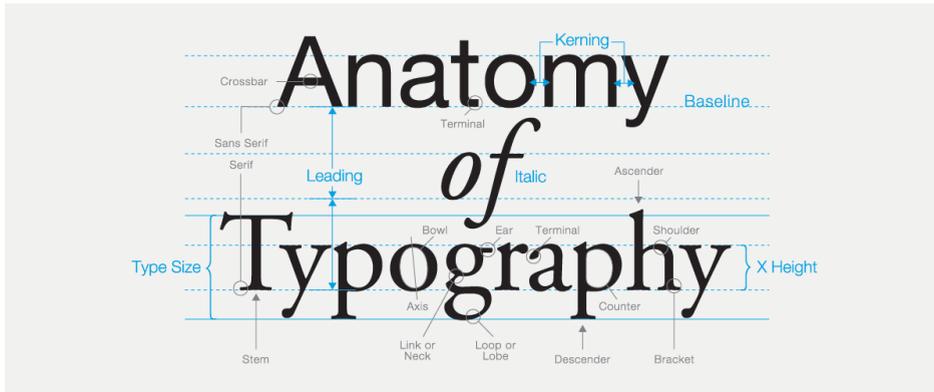
Script jenis huruf dengan kesan akrab, berirama dan indah dengan bentuk garis yang mirip dengan tulisan tangan.

2. Spasi Huruf

Penggunaan spasi antar huruf memegang peranan penting dalam penyusunan tipografi guna meningkatkan keterbacaan sebuah kalimat atau susunan huruf. Spasi mempertimbangkan toleransi format antar huruf dalam kalimat agar proporsional sehingga mudah dibaca (Priscilia Yunita Wijaya 1999)

3. Ukuran Huruf

Ukuran huruf biasanya ditentukan oleh jenis paragraf dan ukuran ruang dan target audiens. pemilihan yang baik dirancang untuk penyajian informasi yang mudah dipahami.



Gambar 3.5 Cara Pemakaian Tiporgrafi



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB IV

DESKRIPSI PEKERJAAN

4.1 Penjelasan Pekerjaan

Kegiatan kerja praktik yang dilakukan oleh penulis pada *Brand Karya Wholesale* milik CV. Tri Karya Samudra sebagai desainer grafis. Desainer grafis mengembangkan tugas sebagai pembuat desain media visual yang nantinya akan diunggah pada media sosial Instagram dan *marketplace* Shopee. Pembuatan desain media visual ini dilakukan sesuai *brief* yang telah dibuat oleh perusahaan.

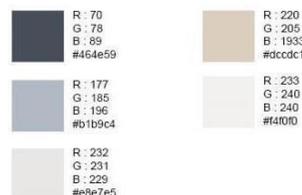
4.2 Brief

Brief berperan sebagai acuan atau landasan dalam pembuatan desain yang akan dibuat nantinya. Berikut *brief* yang diberikan oleh penyelia yang diberikan kepada penulis :

1. Desain FAQ Karya Wholesale
2. Desain *feed* Instagram
3. Desain Instagram *story* interaktif
4. Desain Instagram *feeds* untuk memperingati Hari *Valentine*
5. Desain *Flyer* katalog produk

4.2.1 Warna Perusahaan

Pewarnaan yang digunakan dalam desain sosial media di Karya Wholesale menggunakan *color palette* yang telah disediakan oleh perusahaan, dengan tujuan agar karya yang dibuat memiliki konsistensi dalam segi desainnya.



Gambar 4.2.1 *Official Color palette* Karya Wholesale

(Sumber: Dokumentasi Penulis, April 2023)

4.2.2 Referensi

Pencarian referensi merupakan bagian dalam perancangan karya yang akan dibuat. Pada tahap ini penulis mencari referensi melalui media sosial Instagram Karya Wholesale yaitu karya wholesale.



Gambar 4.2.2 Feeds Instagram Karya Wholesale

(Sumber : Instagram karya.wholesale)

4.3 Proses Perancangan Desain Media Marketing

Pembuatan desain Karya Wholesale desain FAQ, *feeds*, *story*, hari *valentine* dan brosur. Menggunakan konsep besar yang telah tersusun rapi oleh penulis mulai dari tipografi, *software*, *sketch* dan final desain.

4.3.1 Konsep Besar

a. Tipografi

yang digunakan dalam pembuatan desain sosial media Karya Wholesale milik CV. Tri Karya Samudra menggunakan *font official* yang terdiri dari 3 jenis font yaitu :

1. *Minion pro*

Font *Minion pro* termasuk jenis tipografi kelompok huruf *Serif*.

The Quick Brown
for jump over
the lazy dog
1234567890

Gambar 4.3.1 Font Minion pro

(Sumber: Dokumentasi Penulis, April 2023)

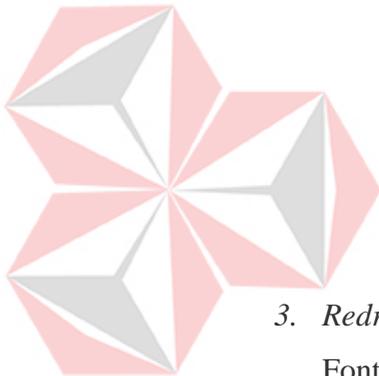
2. *Balinst*

Font *Balinst* termasuk jenis tipografi kelompok huruf *Serif*.

The Quick Brown
for jump over
the lazy dog
1234567890

Gambar 4.3.1 Balinst

(Sumber: Dokumentasi Penulis, April 2023)



3. *Redrains DEMO*

Font *Redrains DEMO* termasuk jenis tipografi kelompok huruf *Serif*.

The Quick Brown
for jump over
the lazy dog
1234567890

Gambar 4.3.1 Font Redrains DEMO

(Sumber: Dokumentasi Penulis, April 2023)

4. *NoirPro-Regular*

Font *NoirPro-Regular* termasuk jenis tipografi kelompok huruf *Sans Serif*.

The Quick Brown
for jump over
the lazy dog
1234567890

Gambar 4.3.1 Font NoirPro-Regular

(Sumber: Dokumentasi Penulis, April 2023)

b. Software

Software digunakan dalam pembuatan perancangan karya sebagai media pendukung agar dapat mempermudah penulis dalam pembuatannya. *Software* yang penulis gunakan ialah *software* Adobe Indesign. Adobe Indesign merupakan *software* yang penulis gunakan untuk proses perancangan karya dari penataan layout, pewarnaan, pemilihan tipografi dan juga *finishing*.

4.3.2 Proses Desain FAQ Instagram

Pembuatan desain Karya Wholesale dari proses sketsa digital, pembuatan alternatif design, desain terpilih dan final desain.

1. Sketsa Desain

Pembuatan sketsa digital ini penulis membuat sketsa secara digital yang nantinya akan diasistensikan kepada penyelia untuk dipilih yang sesuai. Desain yang dibuat menggunakan ornamen-ornamen yang relevan dengan citra *Brand* Karya Wholesale.



Gambar 4.3.2 Sketsa Desain FAQ

(Sumber : Dokumentasi Penulis, Januari 2023)

2. Final Desain

Pada tahap ini penulis melakukan proses terakhir dari desain yang telah dibuat sesuai dengan arahan dari penyelia. Perubahan beberapa elemen dan penambahan ornamen digunakan untuk membuat visual dari desain ini lebih baik dan menarik.



Gambar 4.3.2 Final Desain

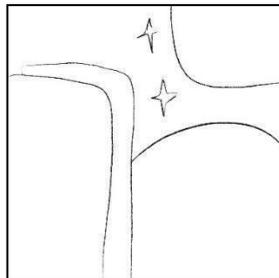
(Sumber: Dokumentasi Penulis, Januari 2023)

4.3.3 Proses Desain Feed Instagram

Pembuatan desain *feed* Instagram oleh penulis pada *Brand Karya Wholesale* melalui beberapa tahap antara lain pembuatan sketsa digital dan final desain.

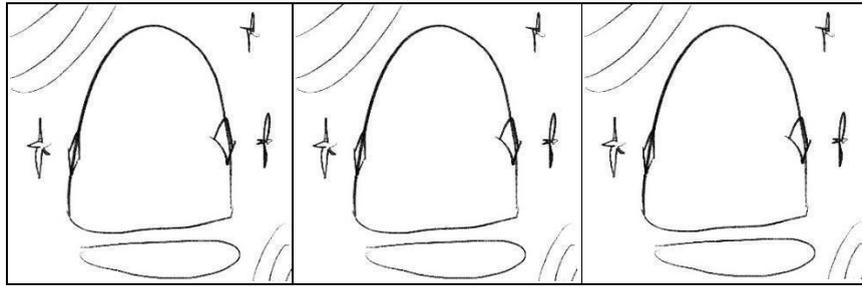
1. Sketsa Desain

Pada tahap pembuatan sketsa digital desain *feed* Instagram karya yang dibuat merupakan karya dengan elemen-elemen visual dan layout yang sudah tertata. Sketsa digital ini nantinya akan diasistensikan kepada penyelia untuk dilakukan perbaikan karya yang dibuat.



Gambar 4.3.3 Sketsa Desain Instagram Feed 1

(Sumber: Dokumentasi Penulis, Januari 2023)

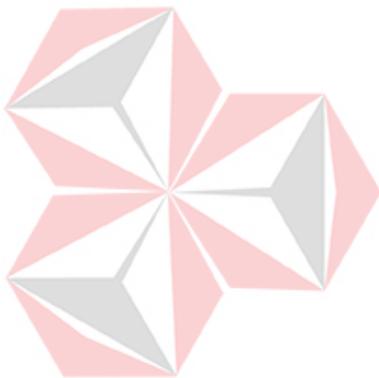


Gambar 4.3.3 Sketsa Desain Instagram *Feed* 2

(Sumber: Dokumentasi Penulis, Januari 2023)

2. *Final* Desain

Tahap ini merupakan tahap terakhir dimana karya yang telah dibuat oleh penulis dan melalui tahap perbaikan karya disetujui oleh penyelia.



Gambar 4.3.3 *Final* Desain *Feed* Instagram 1

(Sumber: Dokumentasi Penulis, Januari 2023)



Gambar 4.3.3 *Final* Desain *Feed* Instagram 2

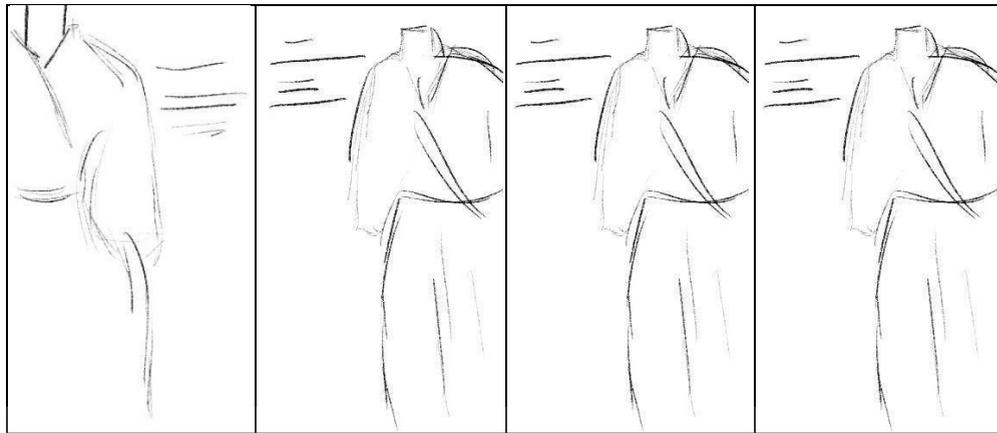
(Sumber: Dokumentasi Penulis, Januari 2023)

4.3.4 Proses Desain *Story* Instagram

Pembuatan desain *feed* instagram oleh penulis pada *Brand* Karya Wholesale melalui beberapa tahap antara lain pembuatan sketsa digital, perbaikan karya, final desain.

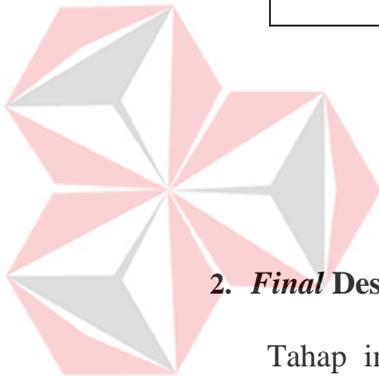
1. Sketsa Desain

Pada tahap pembuatan sketsa digital desain story Instagram karya yang dibuat merupakan karya dengan elemen-elemen visual dan layout yang sudah tertata. Sketsa digital ini nantinya akan diasistensikan kepada penyelia untuk dilakukan perbaikan karya yang dibuat.



Gambar 4.3.4 *Sketsa Desain Instagram Story*

(Sumber: Dokumentasi Penulis, Januari 2023)



2. *Final* Desain

Tahap ini merupakan tahap terakhir dimana karya yang telah dibuat oleh penulis dan melalui tahap perbaikan karya disetujui oleh penyelia.



Gambar 4.3.4 *Final Desain Story Intagram*

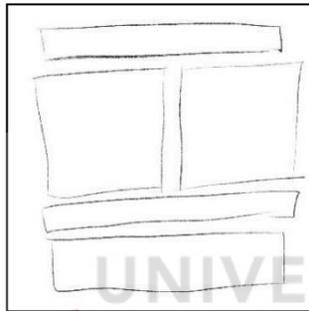
(Sumber: Dokumentasi Penulis, Maret 2022)

4.3.5 Proses Instagram Feeds Peringatan Hari Valentine

Hari kartini merupakan salah satu peringatan hari besar di Indonesia, Mamabear ikut turut serta untuk memeriahkan hari besar satu ini dengan memberikan ucapan melalui Instagram *story* Karya wholesale yaitu karya.wholesale. Dalam pembuatan desain instagram *story* peringatan hari *valentine* memiliki beberapa tahap yaitu sketsa digital finishing.

1. Sketsa Digital

Sketsa digital yang dibuat merupakan sketsa dengan layouting yang baik serta memiliki elemen-elemen visual yang sesuai dengan *brief* yang diberikan. Karya yang telah dibuat selanjutnya diasistensikan pada penyelia.



Gambar 4.3.5 Sketsa Feeds Instagram Hari Valentine

(Sumber: Dokumentasi Penulis, Febuari 2023)



2. Final Desain

Pada tahap ini desain yang telah dibuat mendapat persetujuan dari penyelia untuk dapat dipublikasikan pada media sosial Instagram.



Gambar 4.3.5 Final Feeds Instagram Hari Valentine

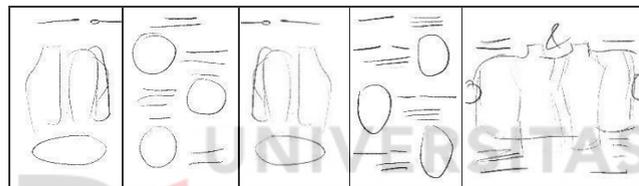
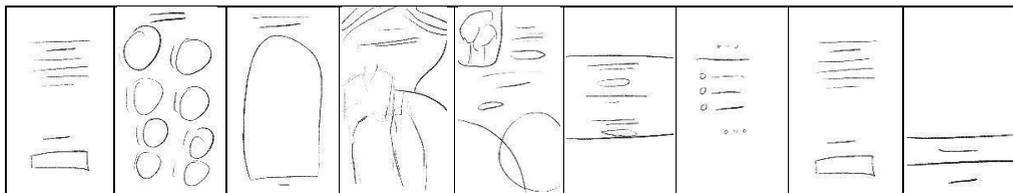
(Sumber: Dokumentasi Penulis, Januari 2023)

4.3.6 Proses Desain *Flyer* Katalog Karya Wholesale

Pembuatan desain katalog produk milik CV. Tri Karya Samudra oleh penulis menggunakan beberapa tahapan antara lain sketsa digital, final desain.

1. Sketsa Desain

Sketsa digital yang digunakan pada pembuatan desain flyer katalog produk menggunakan elemen menggunakan elemen visual milik Karya Wholesale yaitu berupa foto produk dengan penambahan beberapa ornamennya dan kata - kata.



Gambar 4.3.6 Sketsa Desain *Flyer* Katalog Produk Karya Wholesale

(Sumber: Dokumentasi Penulis, Maret 2023)

2. *Final* Desain

Tahap ini merupakan tahap terakhir dimana desain yang telah dibuat telah diasistensikan pada penyelia dan telah disetujui dengan penambahan ornamen dan perbaikan kata - kata yang digunakan.





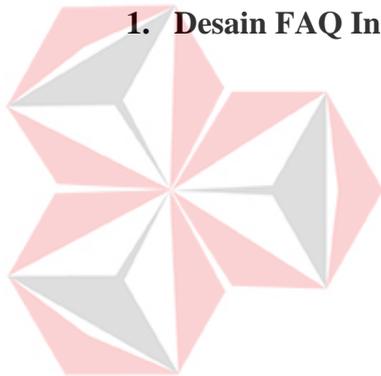
Gambar 4.3.6 Final Desain Flyer Katalog Produk

(Sumber: Dokumentasi Penulis, Maret 2023)

4.4 Implementasi Desain

Setelah dilakukan perancangan yang dimulai dari sketch desain dan final desain. Hasil desain akan diimplementasikan sebagai berikut.

1. Desain FAQ Instagram

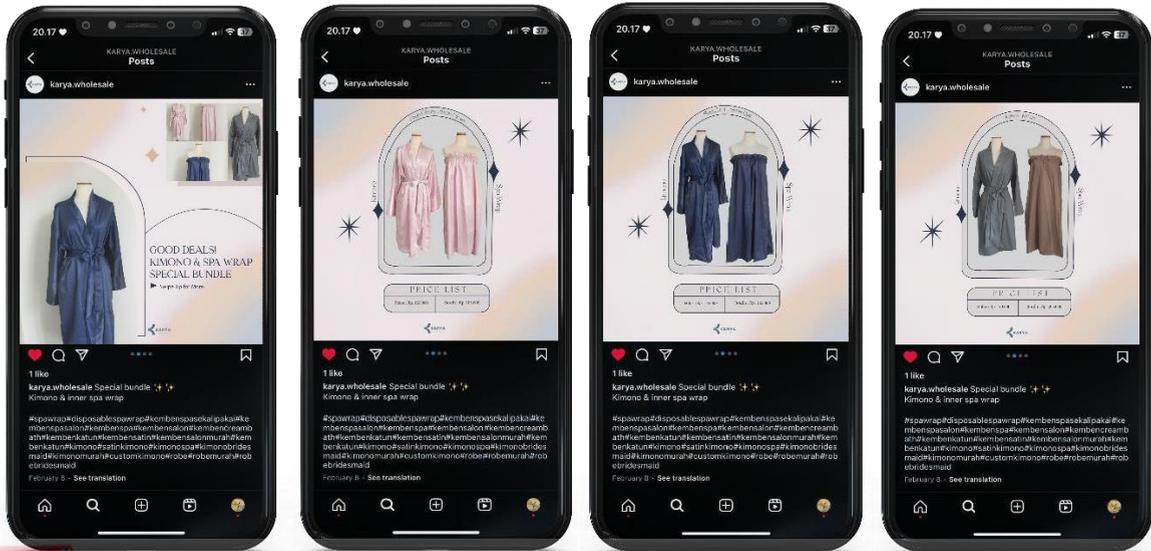


Gambar 4.4 Desain FAQ Instagram

Diposting pada tanggal 10 February 2023

56 orang melihat *story* tersebut.

2. Desain Feeds Instagram



Gambar 4.4 Desain Feeds Instagram

Diposting pada tanggal 8 Febuary 2023
10 Orang menyukai foto feeds tersebut.

3. Desain Story Instagram



Gambar 4.4 Desain Story Instagram

Diposting pada tanggal 17 Febuary 2023
40 orang melihat story tersebut.

4. Desain Feeds Instagram Hari Valentine



Gambar 4.4 Desain Feeds Instagramn Hari Valentine

Diposting pada tanggal 14 Febuary 2023

13 Orang menyukai foto *feeds* tersebut.

5. Desain Flier Katalog Produk Karya Wholesale



Gambar 4.4 Desain Flier Katalog Produk Karya Wholesale

Flier katalog produk karya wholesale didesain sesuai dengan warna *official* dari karya wholesale, *flier* katalog terebut berisi tentang produk – produk dari karya wholesale serta dengan penjelasan singkat dan harga dari produknya. *Flier* dicetak dengan kertas *Art paper 120 gsm* dan *flier* disebarakan di tempat klinik kecantikan, rumah sakit, florist dan saat pameran diacara tertentu.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pengalaman selama melaksanakan kegiatan Kerja Praktik dalam kurun waktu tiga bulan di Karya Wholesale milik CV. Tri Karya Samudra ini, sebagai desain marketing merancang konten media sosial dan mempromosikan produk dari perusahaan. Dengan memanfaatkan media sosial Instagram dan *flyer* katalog produk sebagai tempat promosi produk dari karya wholesale, dengan konten yang sesuai dengan arahan dan citra dari perusahaan. Memanfaatkan fitur Instagram yaitu feeds, Instagram story dan reels dapat memasarkan produk karya wholesale sesuai target marketing yang diinginkan. Serta flyer katalog dapat memudahkan perusahaan dalam memperkenalkan produk atau layanan kepada pelanggan dan masyarakat secara luas. Bisa dimanfaatkan untuk menawarkan suatu produk atau jasa kepada pelanggan dan masyarakat luas. Sebagai media promosi yang praktis mudah diedarkan secara luas. Maka dapat disimpulkan beberapa hal dengan, mengetahui bagaimana sistem promosi produk berjalan di CV. Tri Karya Samudra terutama pada *Brand* Karya Wholesale. Menambah ilmu dan wawasan tentang dunia desain dan promosi produk. Mengetahui tata cara kerja dalam sebuah tim, memahami tujuan yang ingin dicapai dan komunikasi yang baik dengan seluruh tim. Dapat mengimplementasikan ilmu yang telah didapat pada pengajaran yang ada di perkuliahan. Setiap perusahaan mempunyai identitas warna, tipografi, angle, foto dan lain – lainnya Mendapatkan brief, asistensi, dan revisi diperusahaan. Konsep yang disesuaikan dengan produk, target pasar dan event ataupun hari besar lainnya.

5.2 Saran

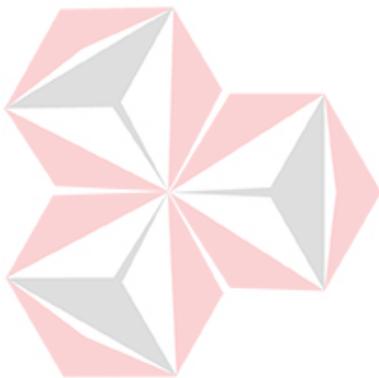
Adapun saran yang dapat dikemukakan dari hasil kerja praktik di CV. Tri Karya Samudra, antara lain sebagai berikut:

5.2.1 Bagi Perusahaan

Diharapkan adanya kerja sama antara universitas dengan perusahaan dalam pengoptimalan cara belajar melalui kerja praktik ini. Lebih mengembangkan ide-ide kreatif dan senantiasa melakukan inovasi.

5.2.2 Bagi Mahasiswa

Menjaga nama baik universitas dengan menjaga perilaku dengan selalu mematuhi aturan dalam perusahaan. Aktif dalam melakukan tugas sesuai arahan yang diberikan. Melakukan kerjasama dengan baik bersama seluruh staf perusahaan. Mampu menggunakan software lainnya seperti *Adobe Illustration*, *Indesign*, *After Effect* dan lainnya. Memanfaatkan media sosial seperti Instagram, tiktok, youtube dan lain – lainnya. Menambahkan *Motion graphic* dan *videography*, serta dapat menggunakan *Audio visual (AV)* dalam komponen gambar dan juga suara, yang diolah secara bersamaan untuk kemudian disajikan ke dalam sebuah presentasi, tontonan, dan juga video pendek yang sesuai dengan kebutuhan. Dengan adanya media audio visual ini, diharapkan penyampaian informasi dapat lebih jelas dan juga menarik.



UNIVERSITAS
Dinamika

DAFTAR PUSTAKA

- Amaliah, Norma, Achmad Yanu Alif Fianto, and Sigit Prayitno Yosep. 2015. "Perancangan Media Promosi Pt Petronika Sebagai Upaya Pembentukan Citra Perusahaan." *Jurnal Art Nouveau* 4(1): 133–43.
<https://jurnal.dinamika.ac.id/index.php/ArtNouveau/article/view/768/0>.
- Hendratman, Denny. 2009. "BISNIS DENGAN OUTLET DAN STRATEGI PELAYANAN OUTLET TERHADAP KINERJA PENJUALAN DALAM MENINGKATKAN (Studi Kasus PT . Indosat Semarang) Sertifikasi."
- Mahendra, Bimo. 2017. "Eksistensi Sosial Remaja Dalam Instgram." *Jurnal Visi Komunikasi* 16(01): 151–60. www.frans.co.id.
- Mahmudah, Siti Muslichatul, and Muthia Rahayu. 2020. "Pengelolaan Konten Media Sosial Korporat Pada Instagram Sebuah Pusat Perbelanjaan." *Jurnal Komunikasi Nusantara* 2(1): 1–9.
- Prihatiningsih, Witanti. 2017. "Motif Penggunaan Media Sosial Instagram Di Kalangan Remaja." *Communication* 8(1): 51.
- Priscilia Yunita Wijaya. 1999. "Tipografi Dalam Desain Komunikasi Visual." *Nirmana* 1(1): 47–54. <http://puslit2.petra.ac.id/ejournal/index.php/dkv/article/view/16040>.
<https://www.bhinneka.com/blog/ukuran-feed-instagram-terbaru/> diakses pada tanggal 20 Mei 2023
- [https://www.fortuneidn.com/tech/surti/ukuran-feed-instagram#:~:text=3.%20Spesifikasi%20ukuran%20Reels&text=Namun%2C%20sejak%20pertengahan%20Maret%202022,halaman%209%3A16%20\(vertical\)](https://www.fortuneidn.com/tech/surti/ukuran-feed-instagram#:~:text=3.%20Spesifikasi%20ukuran%20Reels&text=Namun%2C%20sejak%20pertengahan%20Maret%202022,halaman%209%3A16%20(vertical)) diakses pada tanggal 20 Mei 2023
- <https://pin.it/211VOZr> diakses pada tanggal 18 Mei 2023
- <https://pin.it/25njWqS> diakses pada tanggal 18 Mei 2023
- <https://blc.surabaya.go.id/artikel/detail/Panduan-Kombinasi-Warna-dalam-Membuat-Logo> diakses pada tanggal 18 Mei 2023
- https://www.freepik.com/premium-vektor/sale-instagram-story_12627981.htm diakses pada tanggal 18 Mei 2023
- <https://learn.nural.id/course/graphic-design/fundamental-tipografi/konsep-dasar-tipografi> diakses pada tanggal 18 Mei 2023