



**PERANCANGAN DESAIN MEDIA PROMOSI ACARA IIMS
(INDONESIA INTERNATIONAL MOTOR SHOW)
SURABAYA DI PT DYANDRA PROMOSINDO**

KERJA PRAKTIK



Oleh:

NUR LAILI ROCHMAH

20420100024

FAKULTAS DESAIN DAN INDUSTRI KREATIF

UNIVERSITAS DINAMIKA

2023

**PERANCANGAN DESAIN MEDIA PROMOSI ACARA IIMS
(INDONESIA INTERNATIONAL MOTOR SHOW) SURABAYA**

DI PT DYANDRA PROMOSINDO

LAPORAN KERJA PRAKTIK



Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan

Laporan Kerja Praktik

UNIVERSITAS
Dinamika

Oleh :

Nama : NUR LAILI ROCHMAH

NIM : 20420100024

Program : S1 (Strata Satu)

Jurusan : Desain Komunikasi Visual

FAKULTAS DESAIN DAN INDUSTRI KREATIF

UNIVERSITAS DINAMIKA

2023

LEMBAR MOTTO



“Jika orang lain bisa melakukan yang terbaik, maka saya juga harus bisa melakukannya lebih baik lagi”

LEMBAR PERSEMBAHAN



Laporan kerja praktik saya dibuat untuk semua orang yang selalu mendukung dan memberi motivasi saya sampai saat ini.

Terima kasih

LEMBAR PENGESAHAN

**PERANCANGAN DESAIN MEDIA PROMOSI ACARA IIMS
(INDONESIA INTERNATIONAL MOTOR SHOW) SURABAYA
DI PT DYANDRA PROMOSINDO**

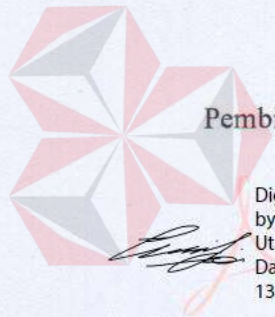
Laporan Kerja Praktik oleh:

Nur Laili Rochmah

NIM : 20420100024

Telah diperiksa, dan disetujui

Surabaya, 26 Juni 2023



Pembimbing

Digitally signed
by Evi Farsiah
Utami
Date: 2023.07.03
13:43:13 +07'00'

Evi Farsiah Utami, S.Ds., MA.

NIDN. 0717029106

Penyelia



Chiquita Putri Aurellia, S.Psi.

Mengetahui,

Ketua Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual

Digitally signed
by Dhika Yuan
Yurisma, M.Ds
Date:
2023.07.03
14:27:07 +07'00'

Dhika Yuan Yurisma, M.Ds.

NIDN. 0720028701

PERNYATAAN
PERSETUJUAN PUBLIKASI DAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Sebagai mahasiswa **Universitas Dinamika**, Saya :

Nama : **Nur Laili Rochmah**
NIM : **20420100024**
Program Studi : **S1 Desain Komunikasi Visual**
Fakultas : **Fakultas Desain dan Industri Kreatif**
Jenis Karya : **Laporan Kerja Praktik**
Judul Karya : **PERANCANGAN DESAIN MEDIA PROMOSI
ACARA IIMS (INDONESIA INTERNATIONAL
MOTOR SHOW) SURABAYA DI PT DYANDRA
PROMOSINDO**

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, 26 Juni 2023



Nur Laili Rochmah
NIM : 20420100024

ABSTRAK

Laporan ini membahas peran desainer grafis dalam industri MICE pada acara IIMS (Indonesia International Motor Show) di PT Dyandra Promosindo Surabaya, sebuah perusahaan event MICE yang tergabung dalam grup MICE Kompas Gramedia. Desainer grafis memainkan peran penting dalam menciptakan brand acara yang kuat dan menarik serta mendukung tujuan acara melalui desain grafis yang efektif.

Laporan ini mengkaji bagaimana desainer grafis dapat menciptakan branding acara yang konsisten dengan mencerminkan identitas pada acara IIMS (Indonesia International Motor Show), mempertimbangkan preferensi budaya dan preferensi peserta dalam pilihan warna dan desain grafis, dan menggabungkan tema acara secara efektif ke dalam desain grafis.

Selain itu, laporan ini juga membahas bagaimana desainer grafis dapat memanfaatkan teknologi dan inovasi terbaru untuk menciptakan desain grafis yang lebih interaktif dan menarik bagi peserta acara dan mengelola proyek grafis industri MICE secara efektif dan efisien. Dengan memahami peran desainer grafis dan kemampuannya dalam menciptakan desain grafis yang efektif, PT Dyandra Promosindo mampu menciptakan acara MICE yang sukses dan memberikan pengalaman unik bagi para peserta acara.

Kata kunci : *MICE, desain grafis, IIMS Surabaya,*

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah S.W.T. yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga Laporan Kerja Praktik yang berjudul **“Perancangan Desain Media Promosi Acara IIMS (Indonesia International Motor Show) di PT Dyandra Promosindo”** 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 Evi Farsiah Utami, S.Ds., MA.** selaku Dosen Pembimbing yang telah membimbing serta memberikan arahan dan dukungan dalam penyusunan Laporan Kerja Praktik dari awal hingga selesai;
4. **Ibu Chiquita Putri Aurellia, S.Psi.** selaku Penyelia dan seluruh Kolega Senior di PT Dyandra Promosindo yang juga memberikan ijin untuk melakukan kerja praktik dan masukan terhadap implementasi kerja praktik, serta memberikan ilmu dan motivasi;
5. Dan untuk semua kolega kreatif, saudara serta keluarga yang turut membantu dan mendukung penyelesaian penyusunan Laporan Kerja Praktik ini.

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

Surabaya, Juni 2023

Nur Laili Rochmah

DAFTAR ISI

LEMBAR MOTTO	ii
LEMBAR PERSEMBAHAN.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iv
SURAT PERNYATAAN.....	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
BAB I.....	1
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
1.6 Pelaksanaan	3
1.7 Sistematika Penulisan	4
BAB II	5
GAMBARAN UMUM INSTANSI.....	5
4.1 Sejarah Perusahaan	5
4.2 Profil Perusahaan	5
4.3 Visi dan Misi.....	6
4.4 Logo Perusahaan.....	7
4.5 Lokasi Perusahaan	8
4.6 Struktur Organisasi	8
4.7 Deskripsi Pekerjaan	9
BAB III.....	13
LANDASAN TEORI.....	13
3.1 Media Sosial	13
3.2 Media Promosi.....	13

3.3	Iklan.....	14
3.4	Desain.....	14
3.5	Unsur Desain.....	15
3.6	Prinsip Desain.....	16
3.7	Layout.....	18
3.8	Tipografi.....	19
BAB IV.....		20
DESKRIPSI PEKERJAAN.....		20
4.1	Penjelasan Pekerjaan.....	20
4.2	Nama Projek.....	20
4.3	Brief.....	21
4.4	Gambar Referensi.....	23
4.5	Software yang digunakan.....	24
4.6	Proses Perancangan Desain.....	24
4.7	Implementasi Karya.....	40
BAB V.....		45
PENUTUP.....		45
LAMPIRAN.....		48
Lampiran 2. Surat Balasan Perusahaan.....		47
Lampiran 3. Form KP - 5 (Acuan Kerja).....		48
Lampiran 4. Form KP – 6 (Log Activity hal. 1).....		49
Lampiran 5 Form KP – 6 (Log Activity hal. 2).....		50
Lampiran 6 Form KP – 6 (Log Activity hal. 3).....		51
Lampiran 7. Form KP – 7 (Absensi hal. 1).....		52
Lampiran 8. Form KP – 7 (Absensi hal. 2).....		53
Lampiran 9. Form KP – 7 (Absensi hal. 3).....		54
Lampiran 10 Kartu Bimbingan Dosen.....		55
Lampiran 11. Biodata Penulis.....		56

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Logo Dyandra Promosindo	7
Gambar 2. 2 lokasi kantor PT Dyandra Promosindo	8
Gambar 2. 3 Struktur Organisasi PT. Dyandra Promosindo	8
Gambar 4. 1 Logo IIMS 2023.....	20
Gambar 4. 2 Font Righteous.....	22
Gambar 4. 3 Font Lato Heavy	22
Gambar 4. 4 Font Lato Reguler	22
Gambar 4. 5 Color Palette IIMS 2023	23
Gambar 4. 6 Referensi Desain	23
Gambar 4. 7 GSM IIMS 2023	24
Gambar 4. 8 Desain Awal Frame Instagram	25
Gambar 4. 9 Desain Frame Feed Alternatif 1	25
Gambar 4. 10 Desain Frame Story Alternatif 1	26
Gambar 4. 11 Desain Frame Feed Alternatif 2	26
Gambar 4. 12 Desain Manual Book	27
Gambar 4. 13 Desain Final Manual Book	27
Gambar 4. 14 Desain Our Programs.....	28
Gambar 4. 15 Desain Final Our Programs.....	28
Gambar 4. 16 Desain Kaos 1	29
Gambar 4. 17 Desain Kaos 2	29
Gambar 4. 18 Desain Final Kaos 1	30
Gambar 4. 19 Desain Final Kaos 2	30
Gambar 4. 20 Desain Awal Flyer.....	31
Gambar 4. 21 Desain Final Flyer.....	31
Gambar 4. 22 Desain Web Banner.....	32
Gambar 4. 23 Desain Final Web Banner	32
Gambar 4. 24 Desain Story Instagram.....	33
Gambar 4. 25 Desain Feed Instagram 1	34
Gambar 4. 26 Desain Feed Instagram 2.....	34
Gambar 4. 27 Desain Final Story Feed Instagram.....	35
Gambar 4. 28 Desain Final Feed Instagram 1	35
Gambar 4. 29 Desain Final Feed Instagram 2	35
Gambar 4. 30 Desain Poster A3.....	36
Gambar 4. 31 Desain Final Poster A3	36
Gambar 4. 32 Desain Vertical Banner	37
Gambar 4. 33 Desain Final Vertical Banner Brand	37
Gambar 4. 34 Desain Final Vertical Banner Our Programs.....	38
Gambar 4. 35 Desain Vector Exhibition Directory.....	38
Gambar 4. 36 Desain Final Vector Exhibition Directory.....	39

Gambar 4. 37 Mockup Exhibition Directory	39
Gambar 4. 38 Feed Instagram.....	40
Gambar 4. 39 Feed Fun Rally.....	40
Gambar 4. 40 Merchandise Kaos dan Topi.....	41
Gambar 4. 41 Merchandise Kaos Warung	41
Gambar 4. 42 Flyer IIMS.....	41
Gambar 4. 43 Web Banner.....	42
Gambar 4. 44 Story Instagram.....	42
Gambar 4. 45 Feed Instagram.....	42
Gambar 4. 46 Poster A3	43
Gambar 4. 47 Vertical Banner Wuling.....	43
Gambar 4. 48 Exhibiton Directory	44



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Balasan Perusahaan.....	47
Lampiran 2. Form KP - 5 (Acuan Kerja).....	48
Lampiran 3. Form KP – 6 (Log Activity hal. 1).....	49
Lampiran 4 Form KP – 6 (Log Activity hal. 2).....	50
Lampiran 5 Form KP – 6 (Log Activity hal. 3).....	51
Lampiran 6. Form KP – 7 (Absensi hal. 1).....	52
Lampiran 7. Form KP – 7 (Absensi hal. 2).....	53
Lampiran 8. Form KP – 7 (Absensi hal. 3).....	54
Lampiran 9 Kartu Bimbingan Dosen.....	55
Lampiran 10. Biodata Penulis.....	56



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Peran desain grafis memiliki peranan sangat penting dalam membantu membuat media promosi dalam sebuah acara. Keterampilan seorang desainer grafis digunakan oleh banyak industri, termasuk pada acara IIMS (Indonesia International Motor Show) di Industri MICE PT Dyandra Promosindo. IIMS merupakan salah satu event otomotif terbesar di Indonesia yang diselenggarakan setiap tahun oleh PT Dyandra Promosindo. Acara ini merupakan ajang otomotif, sepeda motor dan, perusahaan terkait memamerkan produk dan, layanan mereka kepada pengunjung. Selain itu, IIMS juga menjadi ajang penyampaian tren dan teknologi terkini di industri otomotif. Acara IIMS (Indonesia International Motor Show) diadakan di beberapa kota besar di Indonesia. Antara lain Jakarta, Surabaya, Palembang, Bali dan Medan.

Kurangnya desainer grafis di PT Dyandra Promosindo Surabaya pada proyek acara IIMS (Indonesia International Motor Show) menyebabkan pengaruh pada waktu dalam pembuatan desain grafis yang dibutuhkan dalam acara tersebut. Terutama di media promosi dengan adanya penambahan waktu yang semakin lama dan tidak efisien dengan timeline yang ditentukan, desain yang dibuat juga kurang menarik dan tidak efektif yang dapat memberikan dampak pada citra dan branding event yang kurang menarik pengunjung dalam acara pameran tersebut. Oleh karena itu, peranan desain grafis sangat dibutuhkan untuk menciptakan identitas visual khususnya di Indonesia International Motor Show (IIMS), mulai dari pembuatan logo, desain banner, merchandise hingga dekorasi venue dan lain sebagainya, dengan tujuan untuk menciptakan citra acara yang seragam dan menarik serta membuat visualisasi data yang mudah dipahami, sehingga meningkatkan jumlah pengunjung pameran dengan menciptakan produk yang dapat membangkitkan minat masyarakat.

1.2 Rumusan Masalah

Berikut adalah masalah yang dapat dijadikan fokus laporan peran desainer grafis pada acara IIMS (Indonesia International Motor Show):

1. Bagaimana desainer grafis dapat menggunakan teknologi dan inovasi terbaru untuk menciptakan desain grafis untuk media promosi yang lebih interaktif dan menarik untuk acara?

1.3 Batasan Masalah

1. Laporan berfokus pada peran desainer grafis dalam menciptakan desain media promosi yang efektif untuk acara acara IIMS (Indonesia International Motor Show)
2. Laporan ini membahas peran desainer grafis dalam membuat desain untuk media promosi seperti flyer, banner, spanduk, dll.

1.4 Tujuan

Tujuan laporan perancangan desain media promosi pada acara IIMS (Indonesia International Motor Show) di PT Dyandra Promosindo adalah untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang peran desainer grafis dalam industri MICE terutama pada acara IIMS (Indonesia International Motor Show) dan bagaimana desain grafis yang efektif dapat membantu meningkatkan kualitas acara dan memberikan pengalaman yang lebih baik bagi peserta dan klien. Tujuan laporan ini juga termasuk:

1. Jelaskan peran dan tanggung jawab desainer grafis di media promosi dalam industri MICE, pada acara IIMS (Indonesia International Motor Show) khususnya PT Dyandra Promosindo.
2. Identifikasi manfaat desainer grafis bagi perusahaan penyelenggara acara dan klien, seperti meningkatkan daya tarik acara, meningkatkan keterlibatan peserta, dan meningkatkan citra merek klien.

1.5 Manfaat

Berikut ini adalah beberapa manfaat yang didapatkan selama kerja praktik di PT Dyandra Promosindo Surabaya :

1. Mendapatkan pengalaman langsung tentang industri MICE, bagaimana seorang desainer grafis bisa meningkatkan kualitas branding di industri MICE pada acara IIMS (Indonesia International Motor Show).
2. Praktik keterampilan desain grafis dalam industri MICE sehingga bisa menghasilkan desain yang inovatif dan efektif
3. Memperluas jaringan profesional melalui pertemuan dengan orang – orang di industri MICE, seperti manajer, acara, marketing, dan relasi yang bekerja sama dengan PT Dyandra Promosindo.
4. Mendapatkan pemahaman tentang proses produksi dalam industri MICE seperti bagaimana proyek – proyek dikelola dan diorganisir dengan tim yang benar.

1.6 Pelaksanaan

a. Detail Perusahaan

Nama Perusahaan : PT Dyandra Promosindo

Alamat : Jl. Basuki Rahmat No. 93 – 105, Embong
Kaliasin, Kec. Genteng, Surabaya

Telepon : (031) 5313177

Email : dyandrasurabaya@gmail.com

Website : dyandraconventioncenter.com

b. Periode Kerja Praktik

Tanggal Pelaksanaan : 16 Februari s.d 31 Juni 2023

Waktu Pelaksanaan : Senin s.d Jumat 09.00 – 18.00 WIB

1.7 Sistematika Penulisan

Laporan kerja 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 Laporan Kerja Praktik.

BAB II GAMBARAN UMUM INSTANSI

Dalam bab ini membahas tentang profil instansi yang ditempati dalam pelaksanaan Kerja Praktik pada PT Dyandra Promosindo bagian dari Kompas Gramedia, yang berisi 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 PT Dyandra Promosindo yang diangkat dalam Laporan Kerja Praktik ini.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisikan tentang kesimpulan dan saran terkait pembahasan pada laporan Kerja Praktik, dengan meringkas keseluruhan hasil Laporan Kerja Praktik dan saran yang berisikan masukan untuk permasalahan yang diangkat dalam Laporan Kerja Praktik.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi tentang referensi yang digunakan sebagai daftar pelaksanaan Kerja Praktik.

BAB II

GAMBARAN UMUM INSTANSI

4.1 Sejarah Perusahaan

PT Dyandra Promosindo adalah perusahaan penyelenggara acara yang didirikan pada tahun 1994. Perusahaan ini berkantor pusat di Jakarta dan memiliki kantor di Surabaya dan Bali. Awalnya, perusahaan ini bernama PT Dyandra Media Promosindo dan fokus menyelenggarakan event-event di industri otomotif.

Seiring berjalannya waktu, PT Dyandra Promosindo mengembangkan portofolio acaranya untuk mencakup berbagai industri, termasuk MICE (Meeting, Incentive, Convention, Exhibition). Perusahaan ini telah menyelenggarakan berbagai acara besar seperti Indonesia International Motor Show, Jakarta Fashion Week, Indonesia International Education & Training Expo, dan banyak lagi. Dalam perjalanannya, PT Dyandra Promosindo telah menerima berbagai penghargaan dari berbagai organisasi dan pemerintah, termasuk penghargaan Indonesia MICE Awards, ASEAN Business Award, dan Top 100 Indonesia Original Brands.

Saat ini, PT Dyandra Promosindo merupakan anak perusahaan Kompas Gramedia Group, sebuah perusahaan media dan konglomerasi yang beroperasi di Indonesia. Dengan dukungan Kompas Gramedia Group, PT Dyandra Promosindo terus berkembang dan memperkuat posisinya sebagai salah satu event organizer terkemuka di Indonesia.

4.2 Profil Perusahaan

PT Dyandra Promosindo merupakan salah satu penyelenggara event MICE (Meeting, Incentive, Convention, Exhibition) di Indonesia. Perusahaan ini merupakan bagian dari Kompas Gramedia MICE Group, sebuah perusahaan media dengan unit bisnis khusus penyelenggaraan event MICE. Sebagai penyelenggara MICE, PT Dyandra Promosindo membantu klien dalam menyelenggarakan berbagai acara seperti seminar, konferensi, pameran, dan acara perusahaan lainnya.

Dalam memenuhi tugasnya, PT Dyandra Promosindo dapat membantu klien dalam perencanaan dan penyelenggaraan berbagai aspek acara, mulai dari lokasi hingga jadwal acara, logistik, dan promosi acara. Sebagai bagian dari grup MICE Kompas Gramedia, PT Dyandra Promosindo juga dapat menggunakan sumber daya online dan media Kompas Gramedia untuk mempromosikan acara. Ini dapat meningkatkan visibilitas acara dan menarik bagi peserta dan acara potensial.

Berikut ini informasi identitas dari PT Dyandra Promosindo :

Nama Perusahaan	:	PT Dyandra Promosindo
Alamat	:	Jl. Basuki Rahmat No. 93 – 105, Embong Kaliasin, Kec. Genteng, Surabaya
Telepon	:	(031) 5313177
Email	:	dyandrasurabaya@gmail.com
Website	:	dyandraconventioncenter.com
Hari Kerja	:	Senin s.d Jumat
Jam Kerja	:	09.00 s.d 18.00 WIB



UNIVERSITAS
Dinamika

4.3 Visi dan Misi

1. Visi

PT Dyandra Promosindo adalah menjadi event organizer terkemuka di Indonesia, menawarkan solusi yang inovatif dan terintegrasi untuk mencapai tujuan klien. Perusahaan berusaha untuk memberikan peserta dan mitra kliennya pengalaman acara yang luar biasa dan nilai yang signifikan.

2. Misi

- a. Menyediakan solusi acara yang inovatif dan terintegrasi untuk memenuhi kebutuhan klien dan mencapai tujuan bisnis mereka.
- b. Menciptakan acara yang luar biasa dan berkesan bagi para peserta dengan mengedepankan kreativitas, keahlian, dan teknologi terkini.

- c. Mengembangkan hubungan jangka panjang dengan klien, pemasok, dan mitra strategis lainnya dengan menjaga integritas dan profesionalisme yang tinggi.
- d. Meningkatkan kemampuan dan kapasitas tim melalui pelatihan dan pengembangan sehingga dapat memberikan layanan yang lebih baik.
- e. Berkontribusi positif bagi masyarakat dan lingkungan dengan menjalankan kegiatan sosial dan lingkungan yang berkelanjutan.
- f. Dengan visi dan misi yang jelas ini, PT Dyandra Promosindo terus berkomitmen untuk menjadi pemimpin dalam industri penyelenggaraan acara di Indonesia

4.4 Logo Perusahaan



www.dyandra.com

member of **Dyandra**&Co.

Gambar 2. 1 Logo Dyandra Promosindo

(Sumber : dokumen PT Dyandra Promosindo Surabaya, Maret 2023)

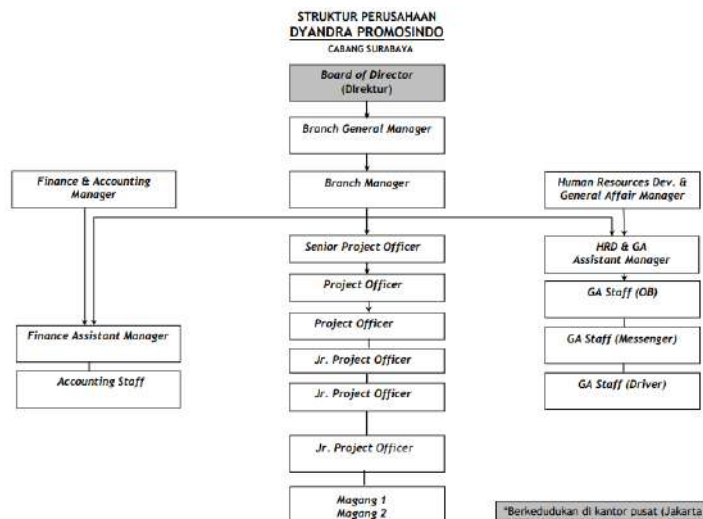
4.5 Lokasi Perusahaan



Gambar 2. 2 lokasi kantor PT Dyandra Promosindo
(Sumber : dokumentasi PT Dyandra Convention Center Surabaya, Maret 2020)

4.6 Struktur Organisasi

Berikut ini adalah susunan struktur organisasi PT Dyandra Promosindo Surabaya



Gambar 2. 3 Struktur Organisasi PT. Dyandra Promosindo

(Sumber : Berkas Penulis, Juni 2023)

General manager	:	Tofani lazuardi
Branch Manager	:	Agustien Dyah
Senior Project manager	:	Friena Widi
Project manager	:	- Oktavina Riyanto - Bramantya Heotomo - Inez Araminta
Finance & Acc	:	- Adyna Dwiylulia - Anggia Lupita
Human Resource and General Affair	:	Chiquita Putri Aurellia
Designer Graphic	:	Fairuz Qurratu'ain



4.7 Deskripsi Pekerjaan

1. General Manager

General Manager (GM) PT Dyandra Promosindo adalah membuat keputusan baik jangka panjang maupun jangka pendek. Diperlukan berbagai pertimbangan untuk mengambil keputusan yang terbaik. Selain itu, tugas kedua GM adalah membuat kebijakan. Berkaitan dengan setiap aturan atau standar yang berkaitan dengan kualitas dan kuantitas, dalam pengelolaan semua kegiatan perusahaan dan penetapan standar.

2. Branch Manager

Branch manager PT Dyandra Promosindo bertanggung jawab atas pelaporan bulanan atau sesuai waktu yang telah disepakati kepada perusahaan pusat. beberapa tugasnya seperti memantau kinerja karyawan dan melakukan pemantauan prosedur kinerja.

3. Senior Project Manager

Senior Project Manager (SPM) bertugas mulai dari pada saat persiapan pameran, pelaksanaan pameran, dan pelaporan pameran. Tugas spesifik SPM tergantung pada penempatan SPM dalam event dan SPM selalu diposisikan sebagai koordinator tim pada event, misalnya koordinator tim sales.

4. Project Manager

Project Manager (PM) juga bertugas mulai dari pada saat persiapan pameran, pelaksanaan pameran, dan pelaporan pameran. Sama seperti SPM, tugas spesifik PM ditentukan pada penempatannya dalam event dan membantu tugas SPM.

Dalam setiap penyelenggaraan event, masing-masing karyawan dibagi lagi ke dalam team dengan tugas dan tanggung jawab yang berbeda-beda. Berikut adalah penjelasan mengenai tugas dan tanggung jawab dari masing-masing team:

a. *Project Officer*

Tim acara bertanggung jawab atas program acara pendukung yang akan diselenggarakan selama pameran berlangsung. Tim ini bertugas untuk menemukan ide atau konsep program acara terbaru. Tim acara bertugas untuk mengupayakan agar program acara pendukung yang berlangsung sesuai dengan rundown yang telah dibuat.

b. *Operational Team*

Operasional Team merupakan tim yang bertanggung jawab atas perlengkapan dan peralatan yang dibutuhkan untuk keberlangsungan pameran. Mulai dari perizinan, peminjaman, pendistribusian, dan pengembalian perlengkapan serta peralatan yang dibutuhkan. Tim ini berkoordinasi dengan semua tim perihal kebutuhan masing-masing tim untuk sebelum hingga pameran selesai.

c. *Sales Team*

Secara singkat tim ini bertugas untuk mengelola semua kegiatan penjualan stand atau booth pameran. *Sales team* bertugas untuk mencari peserta atau *exhibitor* potensial lalu membuat database *exhibitor* agar dapat digunakan untuk pameran berikutnya. Tim ini juga yang membuat dan menentukan paket penjualan atau *sales kit* yang akan ditawarkan pada calon peserta pameran. Menghubungi, menawarkan dan melakukan negosiasi dengan calon peserta pameran dan mengurus surat-surat penting hingga laporan terkait penjualan yang telah dilakukan.

d. *Sponsorship Team*

Tim ini bertugas untuk mencari sponsor yang dapat mendukung kelancaraan pameran. Tim sponsor bertugas untuk membuat standar penawaran untuk ditawarkan ke pada pihak calon sponsor, kemudian melakukan negosiasi. Tanggung jawab tim kepada pihak sponsor adalah memastikan bahwa baik pihak penyelenggara pameran dan pihak sponsor sama-sama mendapatkan apa yang sudah kedua belah pihak sepakati.

e. *Marketing Communication Team*

Marketing Communication Team bertugas untuk membuat strategi promosi pameran, merealisasikan dan juga mengevaluasinya. Tugas dari *marketing communication* adalah untuk membuat *media planning*, *media placement*, mencari *media partners*, membuat konten untuk materi promosi serta mengurus produksi untuk materi produksi tersebut. Tim marketing communication ini juga mendukung dan membantu tugas *Public Relations Department* dalam hal mengurus audiensi dan juga *pers registrations*.

5. Finance & Accountant

Tugas Finance & Accountant adalah mengelola dan memegang uang secara langsung baik dalam bentuk uang kartal maupun uang giral. finance lebih konsentrasi memperkirakan performa masa depan bisnis, hingga pekerjaan dan tanggung jawabnya ialah pencarian, pengaturan, pendistribusian dana, dan melakukan pembayaran di perusahaan. Sedangkan accounting bekerja mengolah dan mengurus neraca keuangan dan menulis transaksi dari bisnis untuk menyuguhkan info keuangan. Sesudah pendataan, akuntan juga harus lakukan otorisasi di tiap divisi terkait. Disamping itu staf accounting memiliki tanggung jawab soal masalah pajak.

6. Human Resource and General Affair

Human Resource General Affairs (HRGA) merupakan salah satu departemen pengendalian internal yang mengawasi seluruh aktivitas yang berhubungan dengan SDM dan aktivitas umum lainnya yang mendukung operasional perusahaan.

7. Graphic Designer

Membuat setting desain sesuai spesifikasi yang diberikan klien atau internal, memberikan solusi cetak yang terbaik berdasarkan informasi yang diterima, memeriksa dan meningkatkan kualitas desain yang diterima supaya hasil cetak lebih maksimal, membantu divisi-divisi lain dalam pembuatan desain, misalnya untuk website, sosial media, kartu nama internal, dan materi marketing internal lainnya

BAB III

LANDASAN TEORI

3.1 Media Sosial

Media sosial merupakan media yang dirancang untuk memudahkan suatu komunikasi menjadi dialog interaktif yang berbasis online. Media sosial sering digunakan untuk menjalin suatu jaringan atau pertemanan yang dilakukan untuk saling bertukar informasi mengenai pengalaman, identitas dan pendapat. Dan seiring berjalannya waktu media sosial juga menjadi media promosi untuk berbagai produk dan usaha lainnya.

Media sosial menurut P.N. Howard dan M.R. Parks, (2012) terdiri atas tiga bagian, yakni: infrastruktur informasi dan alat yang digunakan untuk memproduksi dan mendistribusikan isi media. Isi media dapat berupa pesan-pesan pribadi, berita, gagasan dan produk-produk lainnya yang berbentuk digital.

Media sosial menurut Anang (2016) adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia.

3.2 Media Promosi

Media promosi adalah berbagai jenis alat atau cara yang digunakan oleh perusahaan atau organisasi untuk mempromosikan produk, layanan, atau merek mereka kepada target pasar. Tujuan dari media promosi adalah untuk meningkatkan kesadaran dan minat pelanggan potensial terhadap produk atau layanan yang ditawarkan. Beberapa contoh media promosi yang umum digunakan adalah iklan televisi, iklan radio, iklan cetak, iklan daring, spanduk, brosur, poster, dan banyak lagi. Pilihan media promosi yang tepat akan tergantung pada produk atau layanan yang dipromosikan, target pasar yang dituju, dan anggaran yang tersedia untuk promosi. Media promosi yang efektif dapat membantu meningkatkan penjualan dan kesadaran merek, serta

membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Beberapa macam media promosi yang sering digunakan adalah :

1. Media Promosi Online

Media promosi *online* adalah sarana komunikasi yang digunakan untuk mempromosikan suatu bisnis atau usaha secara *online* melalui internet. Berikut adalah beberapa contoh media promosi *online* seperti sosial media ads, email marketing, dan blog

2. Media Promosi Offline

Media promosi *offline* disebut juga sebagai media konvensional yang tidak bergantung pada internet dalam penyebarannya. Beberapa ada media cetak dan juga ada media digital. Berikut adalah beberapa contoh media promosi *offline* seperti brosur, banner, pamflet, poster, dan billboard.

3.3 Iklan

Iklan merupakan salah satu bentuk informasi yang banyak digunakan untuk mempromosikan produk, dalam bentuk komunikasi tidak langsung yang menyajikan keunggulan produk atau jasa yang disusun sedemikian rupa sehingga mampu mengubah pikiran konsumen dan membuat konsumen senang serta melakukan pembelian. (Philip Kotler, dalam terjemahan Nancy – 2000:643).

3.4 Desain

Desain adalah proses kreatif di mana sesuatu direncanakan sedemikian rupa sehingga menciptakan sesuatu yang fungsional bagi penggunaannya. Disitulah letak makna desain dalam kalimat yang paling sederhana dan sederhana.

Kata “desain” atau design secara kajian etimologi berasal dari bahasa latin yaitu: *designare* yang berarti: membuat, membentuk, menandai, menunjuk. Pengertian Design sendiri dalam Kamus Oxford adalah rencana atau gambar yang dibuat untuk memperlihatkan tampilan dan fungsi dari bangunan, pakaian, atau objek lainnya sebelum benar-benar dibuat.

3.5 Unsur Desain

Ada beberapa elemen penting dalam desain grafis yang memiliki kegunaan atau ciri khas tersendiri, baik untuk membuat gambar maupun untuk mengedit gambar. Di bawah ini adalah penjelasan singkat dari masing-masing elemen desain grafis.

1. Garis (Line)

Sebuah garis adalah unsur desain yang menghubungkan antara satu titik poin dengan titik poin yang lain sehingga bisa berbentuk gambar garis lengkung (curve) atau lurus (straight). Garis adalah unsur dasar untuk membangun bentuk atau konstruksi desain.

2. Bentuk (Shape)

Bentuk atau shape adalah segala hal yang memiliki diameter tinggi dan lebar. Bentuk dasar yang dikenal orang adalah kotak (rectangle), lingkaran (circle), segitiga (triangle), dan polygon.

3. Tekstur (Texture)

Tekstur adalah tampilan permukaan (corak) dari suatu benda yang dapat dinilai dengan cara dilihat atau diraba. Yang pada prakteknya, tekstur sering dikategorikan sebagai corak dari suatu permukaan benda, misalnya permukaan karpet, baju, kulit kayu, dan lain sebagainya.

4. Ruang (Space)

Ruang merupakan jarak antara suatu bentuk dengan bentuk lainnya yang pada praktek desain dapat dijadikan unsur untuk memberi efek estetika desain. Sebagai contoh, tanpa ruang Anda tidak akan tahu mana kata dan mana kalimat atau paragraf. Tanpa ruang Anda tidak tahu mana yang harus dilihat terlebih dahulu, kapan harus membaca dan kapan harus berhenti sebentar. Dalam bentuk fisiknya pengidentifikasian ruang digolongkan menjadi dua unsur, yaitu obyek (figure) dan latar belakang (background).

5. Ukuran (Size)

Ukuran adalah unsur lain dalam desain yang mendefinisikan besar kecilnya suatu objek. Unsur ini digunakan untuk memperlihatkan mana objek manakah yang kita mau tonjolkan atau yang mau di publish karena dengan menggunakan unsur ini Anda dapat menciptakan kontras dan penekanan (emphasis) pada obyek desain anda sehingga orang akan tahu mana yang akan dilihat atau dibaca terlebih dahulu.

6. Warna (Color)

Warna merupakan unsur penting dalam objek desain. Dalam pewarnaan hendaknya disesuaikan dengan desain yang akan kita buat. Karena dengan warna orang bisa menampilkan identitas, menyampaikan pesan atau membedakan sifat dari bentuk-bentuk bentuk visual secara jelas. Dalam prakteknya warna dibedakan menjadi dua: yaitu warna yang ditimbulkan karena sinar (Additive color) yang biasanya digunakan pada warna lampu, monitor, TV dan sebagainya, dan warna yang dibuat dengan unsur-unsur tinta atau cat (Subtractive color) yang biasanya digunakan dalam proses pencetakan gambar ke permukaan benda padat seperti kertas, logam, kain atau plastik.

7. Gelap – Terang (Value)

Value merupakan gelap terangnya warna dari sebuah objek, background, atau teks. Sebuah warna yang akan diterangkan dapat menghasilkan warna yang lebih muda, sebaliknya sebuah warna yang akan digelapkan dapat menghasilkan warna tua. Contohnya warna merah diterangkan akan menghasilkan warna merah muda, dan sebaliknya jika digelapkan akan menghasilkan warna merah tua.

3.6 Prinsip Desain

Prinsip dasar desain merupakan pengorganisasian unsur-unsur dasar desain dengan memperhatikan prinsip-prinsip dalam menciptakan dan mengaplikasikan kreativitas. Frank Jefkins (1997:245) mengelompokkan

prinsip-prinsip desain menjadi: kesatuan, keberagaman, keseimbangan, ritme, keserasian, proporsi, skala, dan penekanan. Ada delapan prinsip utama yang perlu diingat dalam hal desain, grafis sebagai berikut :

1. Kesatuan (Unity)

Kesatuan dalam desain grafis berarti koherensi, konsistensi, keutuhan dan keselarasan dari semua elemen desain. Dengan memperhatikan prinsip kesatuan, karya yang dibuat dapat menjadi lebih menyatu dan memunculkan tema yang kuat.

2. Keberagaman (Variety)

Keberagaman dalam desain bertujuan untuk menghindari suatu desain yang monoton. Untuk itu diperlukan sebuah perubahan dan pengkontrasan 15 yang sesuai. Adanya perbedaan besar kecil, tebal tipis pada huruf, pemanfaatan pada gambar, perbedaan warna yang serasi, dan keragaman unsur-unsur lain yang serasi akan menimbulkan variasi yang harmonis.

3. Keseimbangan (Balance)

Cukup penting dalam penataan sebuah halaman, karena sebuah aturan agar penempatan elemen dan halaman memiliki sinkronisasi yang baik. Ada dua macam jenis keseimbangan, yakni keseimbangan formal atau simetris dan keseimbangan informal atau juga disebut tidak simetris. Prinsip keseimbangan ini lebih sering digunakan dalam penggambaran dinamika, energi dan pesan yang tidak formal, biasanya gaya anak muda yang tidak menyukai banyak aturan dan bersifat bebas namun tetap ingin terlihat rapi. Yang nantinya prinsip ini akan berkaitan dengan kesatuan dan harmoni. (Kusrianto, 2008:279)

4. Irama (Rhythm)

Irama dalam desain grafis adalah pengulangan atau variasi elemen desain. Irama dapat muncul dari pengulangan yang konsisten dari elemen yang sama, atau dari elemen yang berbeda (dari segi bentuk, ukuran, posisi atau elemen) tetapi membentuk pola ritme.

5. Keserasian (Harmony)

Keserasian sebagai usaha dari berbagai macam bentuk, bangun, warna, tekstur, dan elemen lain yang disusun secara seimbang dalam suatu komposisi utuh agar nikmat untuk dipandang. Keserasian adalah keteraturan di antara bagian-bagian suatu karya.

6. Proporsi (Proportion)

Proporsi merupakan kesesuaian ukuran dan bentuk hingga tercipta keselarasan dalam sebuah bidang. Terdapat tiga hal yang berkaitan dengan masalah proporsi, yaitu penempatan susunan yang menarik, penentuan ukuran dan bentuk yang tepat, dan penentuan ukuran sehingga dapat diukur atau disusun sebaik mungkin.

7. Skala (Scale)

Skala adalah ukuran relatif dari suatu objek, jika dibandingkan terhadap objek atau elemen lain yang telah diketahui ukurannya.

8. Tekanan (Emphasis)

Tekanan merupakan penggunaan elemen desain dengan menonjolkan salah satu elemen agar dapat menarik perhatian audience.

3.7 Layout

Layout bermakna tata letak, sedangkan menurut istilah Layout berarti kegiatan menyusun, menata, mengatur, dan mengkombinasikan unsur-unsur komunikasi grafis meliputi, teks, gambar, bidang, dan elemen desain menjadi tampilan visual yang estetis, menarik, dan persuasif. Dapat ditarik pengertian bahwa, Layout adalah susunan tata letak yang mengatur penempatan elemen desain pada sebuah media atau halaman untuk mencapai konsep yang terarah.

Menurut tokoh desain, Suriyanto Rustan (dalam bukunya berjudul Layout, Dasar & Penerapannya, 2009) Layout merupakan tata letak dari elemen-elemen desain terhadap suatu bidang dalam media tertentu untuk mendukung konsep atau pesan yang dibuat.

3.8 Tipografi

Salah satu elemen penting dalam dunia desain yaitu tipografi. Menurut Suriyanto Rustan (2011) tipografi adalah cara penulisan atau penempatan jenis huruf pada suatu layout, dimana unity sangat diutamakan pada tipografi. Tipografi menurut Frank Jefkins (1994) adalah seni memilih huruf dari ratusan jumlah rancangan atau desain jenis huruf yang tersedia, menggabungkannya dengan jenis huruf yang berbeda, menggabungkan sejumlah kata yang sesuai dengan ruang yang tersedia, dan menandai naskah untuk proses typesetting, menggunakan ketebalan dan ukuran huruf yang berbeda.



BAB IV

DESKRIPSI PEKERJAAN

4.1 Penjelasan Pekerjaan

Selama melakukan kerja praktik di PT Dyandra Promosindo milik salah satu perusahaan Kompas Gramedia yang bergerak di industri MICE, proyek yang dikerjakan adalah membuat desain untuk konten dan promosi baik media sosial maupun media cetak untuk kebutuhan event IIMS (Indonesia International Motor Show) yang diselenggarakan di Surabaya.

4.2 Nama Projek



Gambar 4. 1 Logo IIMS 2023

(Sumber: Berkas penulis, 2023)

IIMS (Indonesia International Motor Show) merupakan salah satu pameran otomotif terbesar di Indonesia yang diselenggarakan setiap tahunnya. Pameran tersebut diselenggarakan oleh Dyandra Promosindo, anak perusahaan Kompas Gramedia. Sejak tahun 2016, acara yang biasanya diadakan di Jakarta, Surabaya, dan Makassar ini memiliki banyak sekali merek dan model kendaraan yang berbeda antara lain mobil, motor dan aksesoris mobil lainnya. IIMS biasanya menjadi tempat produsen mobil memamerkan produk dan teknologi terbaru serta mempromosikan merek mereka kepada pengunjung dan media. Selain itu, IIMS

menawarkan kesempatan kepada pengunjung untuk mencoba dan membandingkan kendaraan dan model yang berbeda di satu tempat.

4.3 Brief

Brief memiliki peran yang sangat penting bagi para desainer grafis dalam menjalankan tugasnya. Panduan itu sendiri memudahkan desainer untuk mendapatkan informasi tentang tujuan desain, seperti mempromosikan produk atau layanan, meningkatkan kesadaran merek, atau menyampaikan pesan tertentu. Desainer grafis dapat menggunakan informasi ini untuk membuat desain yang memenuhi kebutuhan klien. Menginformasikan tentang pesan atau informasi yang disampaikan oleh desain. Ini membantu desainer grafis membuat desain yang menyampaikan pesan secara efektif. dapat memberikan panduan tentang gaya dan tampilan desain yang diminta oleh klien. Ini membantu desainer grafis untuk membuat desain sesuai dengan keinginan klien. Berikut ini brief terkait desain yang akan dibuat :

1. Desain Frame Feed dan story Instagram
2. Desain Manual Book
3. Desain Logo Our Programs
4. Desain Mockup Merchandise
5. Desain Flyer
6. Desain Web Banner
7. Desain Feed dan Story
8. Desain Poster
9. Desain Vertical Banner
10. Desain Floor Plan Isometric

4.3.1. Konsep Tipografi

Terdapat 3 jenis tipografi yang digunakan sebagai pedoman membuat desain social media dan periklanan :

1. Righteous

RIGHTEOUS (For Tagline BOOST)
ABCDEFGHIJKLMN**OP**QRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqr**st**uvwxyz
1234567890

Gambar 4. 2 Font Righteous

(Sumber: Dokumentasi Penulis, Juni 2023)

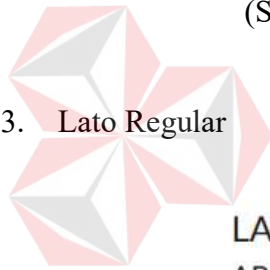
2. Lato Heavy

LATO HEAVY (For Tagline or Headline)
ABCDEFGHIJKLMN**OP**QRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqr**st**uvwxyz
1234567890

Gambar 4. 3 Font Lato Heavy

(Sumber: Dokumentasi Penulis, Juni 2023)

3. Lato Regular



LATO REGULAR (For Bodycopy)
ABCDEFGHIJKLMN**OP**QRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqr**st**uvwxyz
1234567890

Gambar 4. 4 Font Lato Regular

(Sumber: Dokumentasi Penulis, Juni 2023)

4.3.2. Konsep Warna

Pewarnaan yang digunakan dalam desain sosial media dan periklanan di IIMS (Indonesia International Motor Show) menggunakan color palette yang telah disediakan oleh perusahaan PT Dyandra Promosindo, dengan tujuan agar karya yang dibuat memiliki konsistensi dalam segi desainnya.



Gambar 4. 5 Color Palette IIMS 2023

(Sumber Dokumen Penulis, Juni 2023)

4.4 Gambar Referensi

Untuk memudahkan desainer dalam merancang konten feed dan story Instagram, biasanya divisi desainer grafis memiliki GSM IIMS dan mengacu pada konten instagram IIMS dari Jakarta. Selanjutnya, desainer yang akan mencari gambar yang serupa atau relate di Internet. Biasanya gambar-gambar tersebut berasal dari kiriman photoshoot client, sisanya mendownload sendiri dari situs penyedia gambar gratisan seperti Freepik, Unsplash, dan Pexels.



Gambar 4. 6 Referensi Desain

(Sumber Dokumen Penulis, Juni 2023)

4.5 Software yang digunakan

Dalam pembuatan desain, penggunaan software yang tepat sangatlah penting. Ada beberapa software yang seringkali digunakan. Salah satunya adalah Adobe Illustrator, yang dikenal sebagai software desain vektor yang sangat powerful dan fleksibel. Kemampuannya dalam menghasilkan gambar vektor membuat software ini sering digunakan dalam pembuatan logo, poster, dan berbagai jenis desain lainnya.

Selain itu, Adobe Photoshop juga sering digunakan sebagai software desain grafis yang memungkinkan pengguna untuk mengedit dan memanipulasi gambar digital. Terakhir, Affinity Designer juga merupakan software desain yang bisa menjadi alternatif pengganti Adobe Illustrator dan Photoshop. Software ini memiliki kemampuan untuk membuat gambar vektor dan juga mengedit foto dengan fitur-fitur yang berkualitas tinggi.

4.6 Proses Perancangan Desain

Proses perencanaan desain terdiri dari beberapa tahap untuk membuat konsep desain yang dapat diimplementasikan dan memenuhi persyaratan atau tujuan yang ditentukan. Proses ini mencakup beberapa tahap sebagai berikut :

A. Penentuan Konsep

Pada tahap ini, perancang desain harus membuat berbagai konsep desain yang memungkinkan untuk mencapai tujuan yang ditetapkan. Konsep desain yang digunakan dalam acara IIMS dan IIMS Infinite Live Surabaya 2023 adalah desain otomotif dan teknologi.



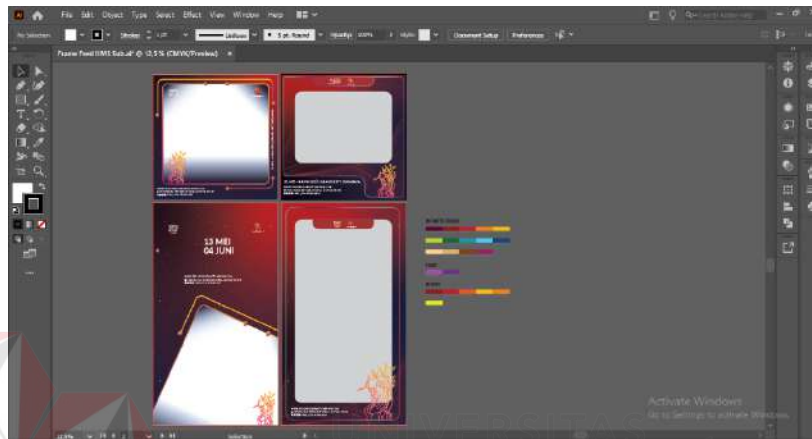
Gambar 4. 7 GSM IIMS 2023

(Sumber Dokumen Penulis, Juni 2023)

B. Perancangan Desain Frame

1. Sketsa Digital

Pada tahap ini membuat sketsa digital dari *key visual* yang ada dalam GSM IIMS 2023. Ukuran yang dibuat adalah 1080 x 1080 Pixel dan 1080 x 1920 Pixel sedangkan untuk software yang digunakan adalah Adobe Illustrator. Sketsa digital ini nantinya akan diasistensikan kepada mentor dan divisi project untuk dilakukan perbaikan karya yang dibuat.



Gambar 4. 8 Desain Awal Frame Instagram

(Sumber Dokumen Penulis, Juni 2023)

2. Desain Final

Pada tahap ini adalah tahap final setelah perbaikan karya dari asistensi desain berupa feed dan story.



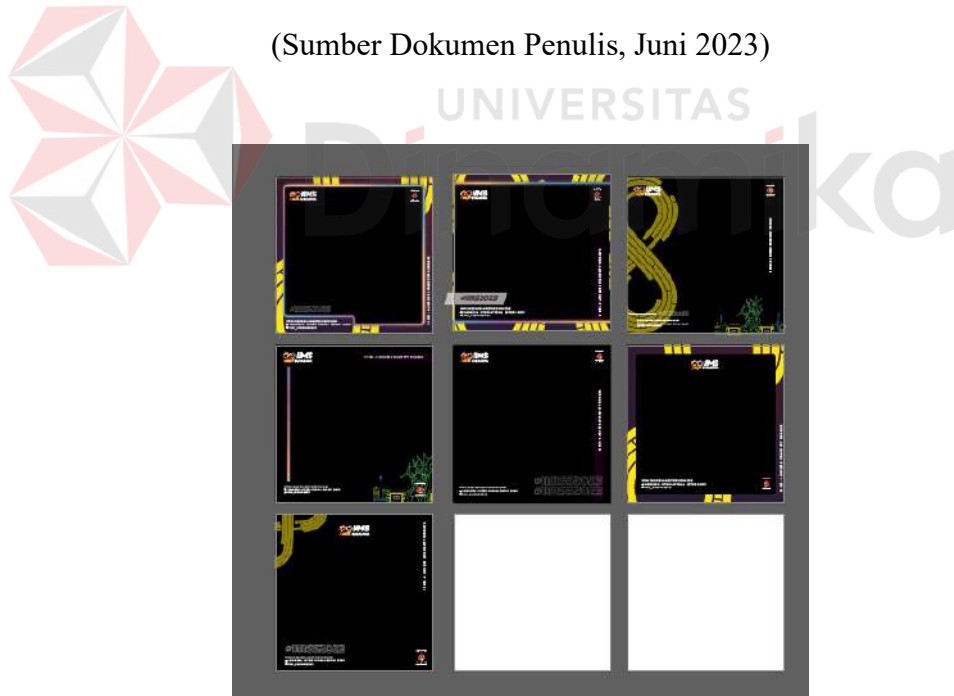
Gambar 4. 9 Desain Frame Feed Alternatif 1

(Sumber Dokumen Penulis, Juni 2023)



Gambar 4. 10 Desain Frame Story Alternatif 1

(Sumber Dokumen Penulis, Juni 2023)



Gambar 4. 11 Desain Frame Feed Alternatif 2

(Sumber Dokumen Penulis, Juni 2023)

C. Perancangan Desain Manual Book

1. Sketsa Digital

Pada tahap ini membuat sketsa digital untuk manual book dengan ukuran A4 yang didesain menggunakan key visual yang ada dalam GSM IIMS 2023 sedangkan untuk software yang digunakan adalah Adobe Illustrator. Sketsa digital ini nantinya akan diasistensikan kepada mentor dan divisi project untuk dilakukan perbaikan karya yang dibuat.



Gambar 4. 12 Desain Manual Book

(Sumber Dokumen Penulis, Juni 2023)

2. Desain Final

Pada tahap ini adalah tahapan setelah memperbaiki desain yang telah di asistensikan dan di *approved* oleh mentor. Dalam tahap ini desain final setelah melakukan perubahan di layouting dan komposisi peletakkannya.



Gambar 4. 13 Desain Final Manual Book

(Sumber Dokumen Penulis, Juni 2023)

D. Desain Logo Our Programs

1. Sketsa Digital

Pada tahap ini membuat sketsa digital dari Our Programs IIMS Surabaya 2023. Dengan kriteria menggunakan karakter vector dan teks software yang digunakan adalah Adobe Illustrator. Sketsa digital ini nantinya akan diasistensikan kepada mentor dan divisi project untuk dilakukan perbaikan karya yang dibuat.

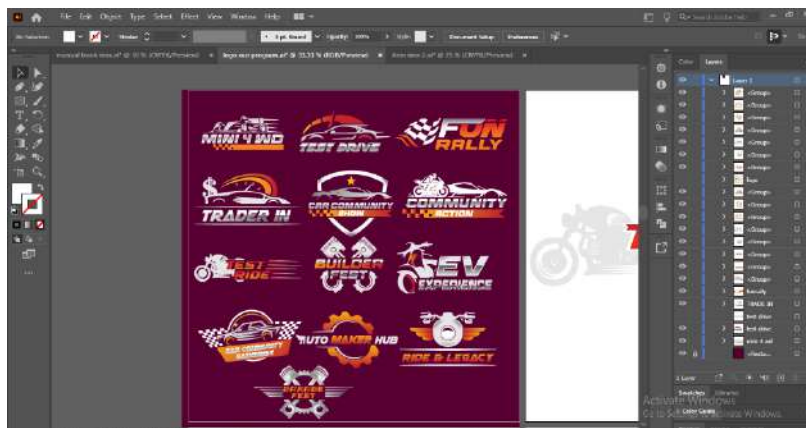


Gambar 4. 14 Desain Our Programs

(Sumber Dokumen Penulis, Juni 2023)

2. Desain Final

Pada tahap ini adalah tahapan setelah memperbaiki desain yang telah di asistensikan dan di approved oleh mentor. Dalam tahap ini desain dirubah menggunakan warna yang sama desain yang selaras dan dibuat lebih terlihat otomotif.



Gambar 4. 15 Desain Final Our Programs

(Sumber Dokumen Penulis, Juni 2023)

E. Desain Mockup Merchandise

1. Mockup Desain

Pada tahap ini membuat mockup kaos IIMS Surabaya 2023 software yang digunakan adalah Adobe Photoshop dengan proses awal seleksi objek, perwanaaan baju, peletakan logo, dan teks pada mockup sesuai ketentuan. Setelah dibuat desain akan di asistensikan dan di *approved*. oleh pihak divisi promosi.



Gambar 4. 16 Desain Kaos 1

(Sumber Dokumen Penulis, Juni 2023)



Gambar 4. 17 Desain Kaos 2

(Sumber Dokumen Penulis, Juni 2023)

2. Desain Final

Pada tahap ini adalah tahapan setelah memperbaiki desain mockup yang telah di asistensikan dan di approved oleh mentor. Dalam tahap ini desain dirubah dari segi peletakan seperti logo dan teks.



Gambar 4. 18 Desain Final Kaos 1

(Sumber Dokumen Penulis, Juni 2023)



Gambar 4. 19 Desain Final Kaos 2

(Sumber Dokumen Penulis, Juni 2023)

F. Desain Flyer

1. Sketsa Digital

Pada tahap ini membuat sketsa digital untuk desain flyer IIMS Surabaya 2023 dengan ukuran A5 yang didesain menggunakan key visual yang ada dalam GSM IIMS 2023 sedangkan untuk software yang digunakan adalah Affinity Designer. Sketsa digital ini nantinya akan

diasistensikan kepada mentor dan divisi project untuk dilakukan perbaikan karya yang dibuat



Gambar 4. 20 Desain Awal Flyer

(Sumber Dokumen Penulis, Juni 2023)

2. Desain Final

Pada tahap ini adalah tahapan setelah memperbaiki desain flyer yang telah di asistensikan dan di approved oleh mentor. Dalam tahap ini desain dirubah dari segi peletakan dan menghapus beberapa kata.



Gambar 4. 21 Desain Final Flyer

(Sumber Dokumen Penulis, Juni 2023)

G. Desain Web Banner

1. Sketsa Digital

Pada tahap ini adalah membuat sketsa digital untuk desain web banner media partner IIMS Surabaya 2023 dengan ukuran yang ditentukan seperti 960 x 180 pixel, 800 x 800 pixel, 1288 x 880 pixel, 1080 x 1080 pixel dll. sejumlah 12 web banner untuk 12 website media partner yang didesain menggunakan key visual yang sudah disediakan sedangkan untuk software yang digunakan adalah Affinity Designer. Sketsa digital ini nantinya akan diasistensikan kepada divisi project.



Gambar 4. 22 Desain Web Banner

(Sumber Dokumen Penulis, Juni 2023)

2. Desain Final

Pada tahap ini adalah tahapan final dari desain web banner untuk media partner yang sudah di approved



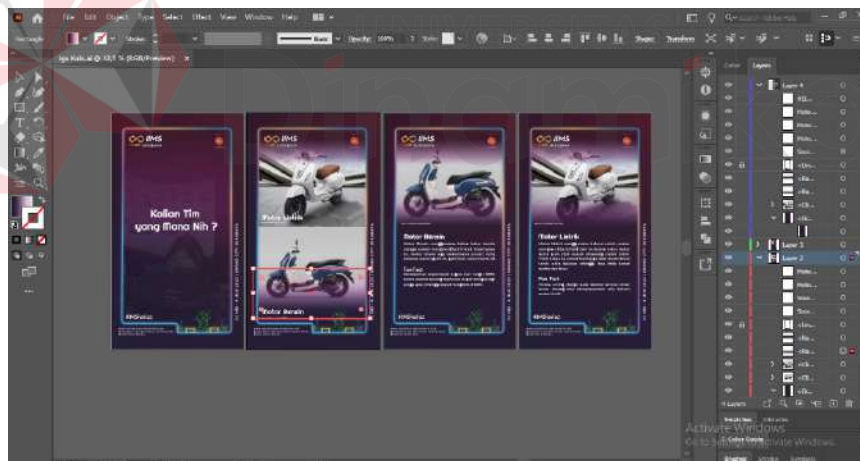
Gambar 4. 23 Desain Final Web Banner

(Sumber Dokumen Penulis, Juni 2023)

H. Desain Feed dan Story

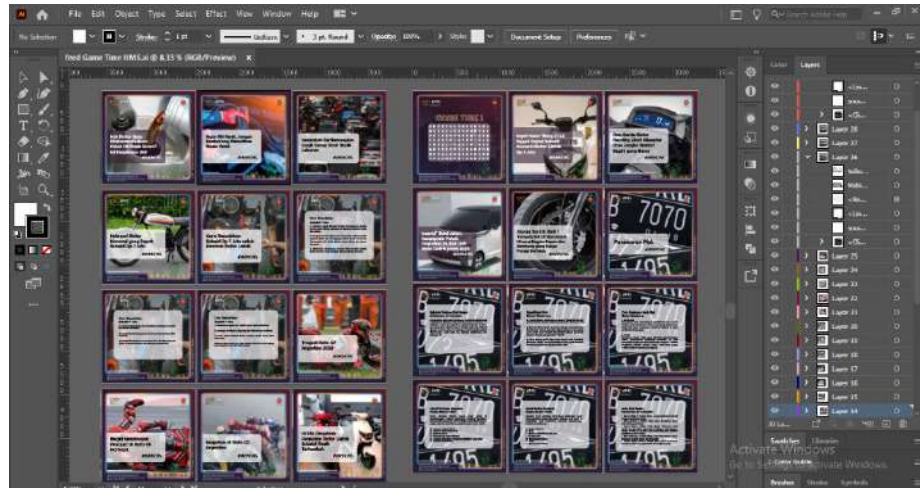
1. Sketsa Digital

Pada tahap ini adalah membuat sketsa digital untuk desain feed dan story Instagram dengan ukuran feed 1080 x 1080 pixel dan story Instagram 10800 x 1920 pixel. Dari desain feed yang pertama berisikan informasi tentang IIMS News dan menggunakan frame alternatif 1, kemudian desain story Instagram yang berisikan story interaktif dengan desain menggunakan frame alternatif 1, dan selanjutnya adalah desain feed Instagram dari desain ini berisikan tentang tata cara dan informasi seperti lomba dsb. Oleh karena itu desain ini menggunakan tekni seleksi foto, editing color grading dan beberapa teknik lainnya agar terlihat menarik dan komunikatif. Software yang digunakan Adobe Illustrator dan Adobe Photoshop. Sketsa digital ini nantinya akan diasistensikan kepada divisi Promosi.



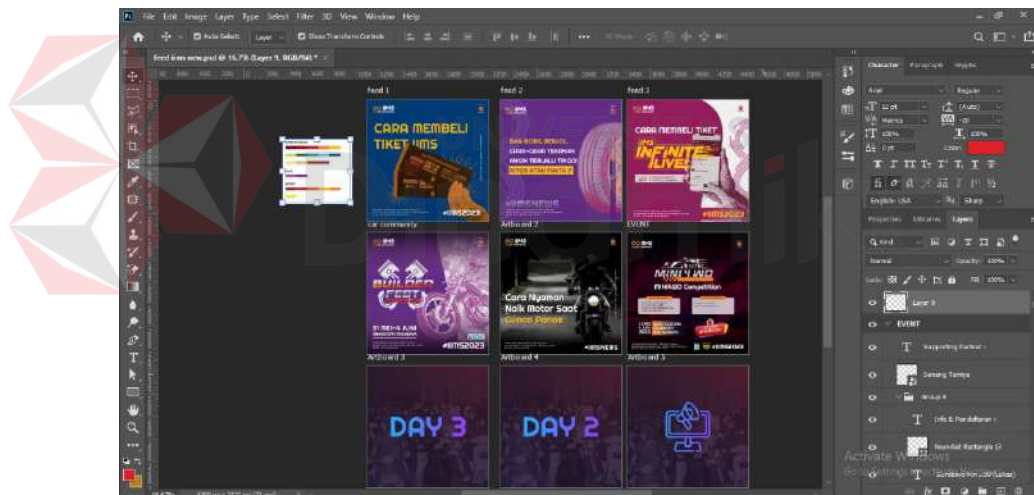
Gambar 4. 24 Desain Story Instagram

(Sumber Dokumen Penulis, Juni 2023)



Gambar 4. 25 Desain Feed Instagram 1

(Sumber Dokumen Penulis, Juni 2023)



Gambar 4. 26 Desain Feed Instagram 2

(Sumber Dokumen Penulis, Juni 2023)

2. Desain Final

Pada tahap ini adalah tahapan setelah memperbaiki desain story dan feed yang telah di asistensikan dan di approved oleh mentor.



Gambar 4. 27 Desain Final Story Feed Instagram

(Sumber Dokumen Penulis, Juni 2023)



Gambar 4. 28 Desain Final Feed Instagram 1

(Sumber Dokumen Penulis, Juni 2023)



Gambar 4. 29 Desain Final Feed Instagram 2

(Sumber Dokumen Penulis, Juni 2023)

I. Desain Poster A3

1. Sketsa Digital

Pada tahap ini membuat sketsa digital untuk desain poster IIMS Surabaya 2023 dengan ukuran A3 yang didesain menggunakan key visual yang ada dalam GSM IIMS 2023 sedangkan untuk software yang digunakan adalah Affinity Designer. Sketsa digital ini nantinya akan

diasistensikan kepada mentor dan divisi project untuk dilakukan perbaikan karya yang dibuat



Gambar 4. 30 Desain Poster A3

(Sumber Dokumen Penulis, Juni 2023)

2. Desain Final

Pada tahap ini adalah tahapan setelah memperbaiki desain poster yang telah di asistensikan dan di approved oleh mentor.



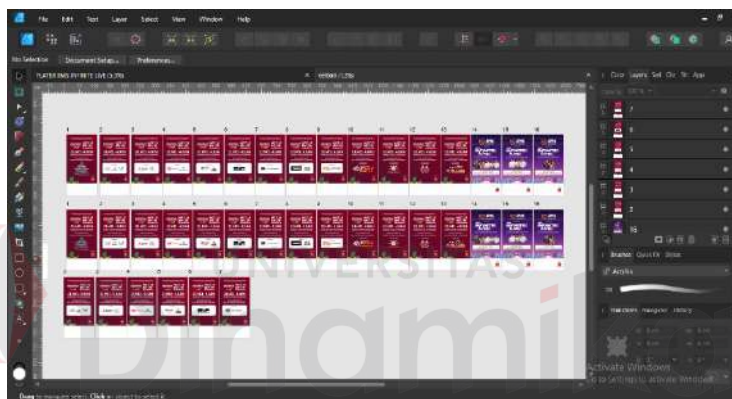
Gambar 4. 31 Desain Final Poster A3

(Sumber Dokumen Penulis, Juni 2023)

J. Desain Vertical Banner

1. Sketsa Digital

Pada tahap ini membuat sketsa digital untuk desain vertical banner IIMS Surabaya 2023 dengan ukuran 100 x 200 cm yang didesain menggunakan key visual yang ada dalam GSM IIMS 2023. Isi dari vertical banner ini adalah logo Our Programs yang di perlombakan dan brand – brand yang ikut serta dalam acara IIMS 2023 sedangkan untuk software yang digunakan adalah Affinity Designer. Sketsa digital ini nantinya akan diasistensikan kepada mentor dan divisi project untuk dilakukan perbaikan karya yang dibuat



Gambar 4. 32 Desain Vertical Banner

(Sumber Dokumen Penulis, Juni 2023)

2. Desain Final

Pada tahap ini adalah tahapan setelah memperbaiki desain vertical banner yang telah di asistensikan dan di approved oleh mentor.



Gambar 4. 33 Desain Final Vertical Banner Brand

(Sumber Dokumen Penulis, Juni 2023)



Gambar 4. 34 Desain Final Vertical Banner Our Programs

(Sumber Dokumen Penulis, Juni 2023)

K. Desain Floor Plan Isometric

1. Sketsa Digital

Pada tahap ini membuat sketsa digital untuk desain Floor Plan Exhibition Directory IIMS Surabaya 2023 dengan ukuran 465 x 260 cm yang didesain seperti vector dan kemudian di buat isometric agar mempermudah pembaca memahami exhibition directory. Sedangkan untuk software yang digunakan adalah Adobe Illustrator. Sketsa digital ini nantinya akan diasistensikan kepada mentor dan divisi project untuk dilakukan perbaikan karya yang dibuat



Gambar 4. 35 Desain Vector Exhibition Directory

(Sumber Dokumen Penulis, Juni 2023)

2. Desain Final

Pada tahap ini adalah tahapan setelah membuat vector yang sudah di buat isometric dan ditambah logo exhibition dan bran brand lainnya yang telah di asistensikan dan di approved oleh mentor setelah itu dilanjut membuat mockup untuk mempermudah mencetak file tersebut.



Gambar 4. 36 Desain Final Vector Exhibition Directory

(Sumber Dokumen Penulis, Juni 2023)



Gambar 4. 37 Mockup Exhibition Directory

(Sumber Dokumen Penulis, Juni 2023)

4.7 Implementasi Karya

A. Desain Frame Feed dan story Instagram



Gambar 4. 38 Feed Instagram

(Sumber Dokumen Penulis, Juni 2023)

B. Desain Logo Our Programs



Gambar 4. 39 Feed Fun Rally

(Sumber Dokumen Penulis, Juni 2023)

C. Desain Mockup Merchandise



Gambar 4. 40 Merchandise Kaos dan Topi

(Sumber Dokumen Penulis, Juni 2023)



Gambar 4. 41 Merchandise Kaos Warung

(Sumber Dokumen Penulis, Juni 2023)

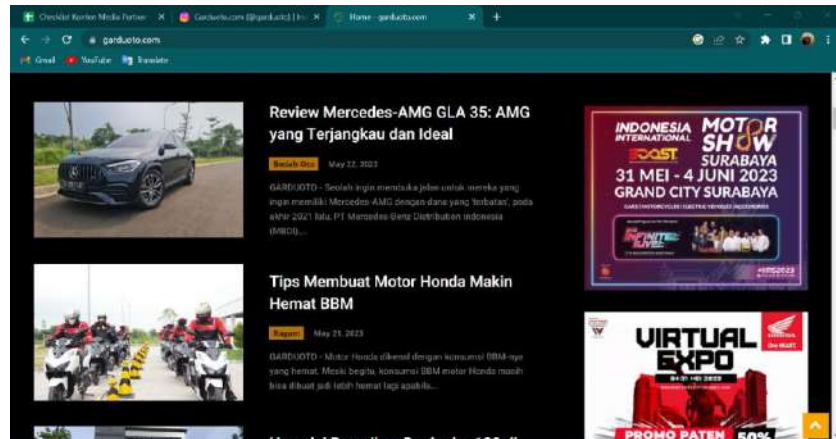
D. Desain Flyer



Gambar 4. 42 Flyer IIMS

(Sumber Dokumen Penulis, Juni 2023)

E. Desain Web Banner



Gambar 4. 43 Web Banner

(Sumber Dokumen Penulis, Juni 2023)

F. Desain Feed dan Story



Gambar 4. 44 Story Instagram

(Sumber Dokumen Penulis, Juni 2023)



Gambar 4. 45 Feed Instagram

(Sumber Dokumen Penulis, Juni 2023)

G. Desain Poster A3



Gambar 4. 46 Poster A3

(Sumber Dokumen Penulis, Juni 2023)

H. Desain Vertical Banner



Gambar 4. 47 Vertical Banner Wuling

(Sumber Dokumen Penulis, Juni 2023)

I. Desain Floor Plan Isometric



Gambar 4. 48 Exhibiton Directory

(Sumber Dokumen Penulis, Juni 2023)



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pengalaman selama melaksanakan kegiatan Kerja Praktik dalam kurun waktu 4 bulan di PT Dyandra Promosindo Kompas Gramedia Surabaya maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Mengetahui bagaimana sistem promosi dalam sebuah exhibition yang dapat menarik banyak kalangan
2. Menambah ilmu dan wawasan tentang dunia desain dan media promosi.
3. Memahami cara menjalin relasi dengan baik dengan exhibitor
4. Mengetahui tata cara kerja dalam sebuah tim, memahami tujuan yang ingin dicapai dan komunikasi yang baik dengan seluruh tim.
5. Dapat mengimplementasikan ilmu yang telah didapat pada pengajaran yang ada di perkuliahan.

5.2 Saran

Adapun saran yang dapat dikemukakan dari hasil kerja praktik di PT Dyandra Promosindo Kompas Gramedia Surabaya, yaitu lebih bisa manajemen waktu dari berbagai divisi agar dapat melancarkan hasil kinerja desainer dan dapat bekerja dengan hasil yang maksimal, lebih teliti dan berhati-hati dalam membuat desain terutama desain luar ruangan.

DAFTAR PUSTAKA

- Naira, B. (2020, July 31). *Pengertian Desain: Fungsi, Tujuan, prinsip, Dan Metode*. WRITTEN. <https://written.id/desain/pengertian-desain/>
- Saputra, Y., yopi & Chairunnisa, Z. (2018, July 13). *Beginilah Peran penting Desainer Grafis*. Docotel Official Blog. <https://blog.docotel.com/beginilah-peran-penting-desainer-grafis/>
- Ammariah , H. (2023, March 8). *Desain Grafis: Pengertian, unsur & Prinsip Dasar: SMK kelas 10*. Belajar Gratis di Rumah Kapan Pun! | Blog Ruangguru - Belajar Gratis di Rumah Kapan Pun! | Blog Ruangguru. <https://www.ruangguru.com/blog/unsur-dan-prinsip-dasar-desain-grafis>
- Wikimedia Foundation. (2023, May 17). *Indonesia International Motor Show*. Wikipedia. https://id.wikipedia.org/wiki/Indonesia_International_Motor_Show
- Wikimedia Foundation. (2023, June 24). *Dyandra Promosindo*. Wikipedia. https://id.wikipedia.org/wiki/Dyandra_Promosindo
- Firlyana, F. (2023, March 6). *Media sosial: Pengertian, Fungsi, Dan Jenisnya*. DailySocial.id. <https://dailysocial.id/post/media-sosial-adalah>
- Mulachela, H. (2022, Jan 13). *Iklan Adalah: Pengertian, Jenis, Dan Medianya*. Nasional Katadata.co.id. <https://katadata.co.id/intan/berita/61dfca894d6d6/iklan-adalah-pengertian-jenis-dan-medianya>
- Hendi. (2020, February 25). *Pengaturan Membuat media Cetak | H3ndy*. Pengaturan membuat media cetak. <https://h3ndy.com/pengaturan-membuat-media-cetak/>
- Rochmawati, I. (2020, June 8). *09-fungsi Desain Grafis*. Repository. <https://repository.unikom.ac.id/65166/>
- Design, S. (2022, January 5). *The role of graphic designers in making promotional media*. Branding Graphic Design Agency Indonesia Jakarta Surabaya. <https://www.soocadesign.com/en/blog/peran-desainer-grafis-pembuatan-media-promosi/>