



**PERANCANGAN MEDIA DIGITAL MARKETING BADAN
KOORDINASI KEGIATAN KESEJAHTERAAN SOSIAL
JAWA TIMUR**

LAPORAN KERJA PRAKTIK

**Program Studi
S1 Desain Komunikasi Visual**

Oleh:

ADITYA RIZKY SYAWALDI

20420100046

FAKULTAS DESAIN DAN INDUSTRI KREATIF

UNIVERSITAS DINAMIKA

2024

**PERANCANGAN MEDIA DIGITAL MARKETING BADAN
KOORDINASI KEGIATAN KESEJAHTERAAN SOSIAL
JAWA TIMUR**

LAPORAN KERJA PRAKTIK

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan
Mata Kuliah Kerja Praktik

Oleh:

Nama : Aditya Rizky Syawaldi
NIM : 20420100046
Program : S1 (Strata Satu)
Jurusan : Desain Komunikasi Visual



**FAKULTAS DESAIN DAN INDUSTRI KREATIF
UNIVERSITAS DINAMIKA
2024**

LEMBAR MOTTO



UNIVERSITAS
Dinamika

*“Bertanggung jawab dengan apa yang sudah kau
lakukan”*

LEMBAR PERSEMBAHAN



UNIVERSITAS
Dinamika

Laporan kerja praktik ini saya persembahkan kepada bapak ibu dosen dan badan koordinasi kegiatan kesejahteraan sosial jawa timur.

Terima Kasih

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN
PERANCANGAN MEDIA DIGITAL MARKETING
BADAN KOORDINASI KEGIATAN KESEJAHTERAAN SOSIAL
JAWA TIMUR

Laporan Kerja Praktik oleh :

Aditya Rizky Syawaldi

NIM : 20420100046

Telah diperiksa, diuji, dan disetujui

Surabaya, 19 Januari 2024

Pembimbing



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

NIDN. 0721099105

Penyelia



Drs. Bajoe Setijono, MM.

Mengetahui,

Ketua Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual



Fakultas Desain dan Industri Kreatif
UNIVERSITAS
Dinamika

Dhika Yuan Yurisma, M.Ds., ACA

NIDN. 0720028701

LEMBAR PERNYATAAN

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI DAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Sebagai mahasiswa Universitas Dinamika, Saya :

Nama : Aditya Rizky Syawaldi
NIM : 20420100046
Program Studi : S1 Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Desain dan Industri Kreatif
Jenis Karya : Laporan Kerja Praktik
Judul Karya : PERANCANGAN MEDIA DIGITAL MARKETING
BADAN KOORDINASI KEGIATAN
KESEJAHTERAAN SOSIAL JAWA TIMUR

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, 9 Januari 2024



Aditya Rizky Syawaldi
NIM : 20420100046

ABSTRAK

Badan Koordinasi Kegiatan Kesejahteraan Sosial Jawa Timur mengintegrasikan media sosial dalam upaya pemasaran dan promosinya. Promosi diidentifikasi sebagai suatu strategi penting dalam meningkatkan penjualan, dan dalam konteks ini, media sosial dianggap sebagai sarana efektif. Dalam era digital yang terhubung, peran marketing berkembang meluas ke dimensi digital yang dikenal sebagai digital marketing. Penelitian lebih lanjut dapat dilakukan untuk mengevaluasi potensi dan dampak penggunaan media sosial dalam meningkatkan promosi gedung Badan Koordinasi Kesejahteraan Sosial Jawa Timur..

Digital Marketing sangat membantu dalam mempromosikan suatu produk atau layanan dengan memanfaatkan internet. Pendekatan ini tidak hanya memberikan kemudahan akses bagi audiens untuk mengakses pemasaran dari berbagai lokasi dan kapan saja, tetapi juga menunjukkan betapa pentingnya keberadaan internet bagi masyarakat modern. Menggunakan media sosial seperti Instagram sebagai media promosi dengan fitur yang lengkap seperti *feed* dan *reels*, implementasi *digital marketing* berupa konten yang konsisten dan terintegrasi dengan menyesuaikan karakteristik dan keunikan dari platform..

Untuk mencapai keberhasilan dalam strategi promosi media sosial khususnya instagram dengan memahami audiens mereka secara menyeluruh, mengetahui konten yang paling relevan, serta memperhatikan tren dan kebutuhan konsumen yang terus berkembang. Dalam kesimpulannya, promosi pada media sosial dapat menghasilkan hal yang penting bagi Badan Koordinasi Kegiatan Kesejahteraan Sosial Jawa Timur untuk memperkuat citra mereknya di era digital saat ini. Untuk sukses dalam penerapan strategi promosi ini, Badan Koordinasi Kegiatan Kesejahteraan Sosial Jawa Timur harus memahami audiens mereka secara menyeluruh, mengetahui platform media sosial yang relevan, serta melakukan analisis data dan tren terbaru.

Kata Kunci: *Digital Marketing, Marketing, Media Sosial.*

KATA PENGANTAR

Dengan rasa syukur atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, saya sampaikan laporan kerja praktek dengan judul “**Perancangan Media Digital Marketing Badan Koordinasi Kegiatan Kesejahteraan Sosial Jawa Timur**” dapat diselesaikan dengan tepat waktu.

Laporan Kerja Praktik ini disusun untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan mata kuliah Kerja Praktik Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual di Universitas Dinamika. Laporan ini sukses dibuat karena adanya bentuk bantuan serta dukungan dari beberapapihak yang terlibat, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu disampaikanlah terima kasih 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. Setya Putri Erdiana, S.T., M.Ds. Selaku Dosen Pembimbing yang telah membimbing serta memberikan arahan dan dukungan untuk menyelesaikan laporan kerja praktik
4. Drs. Bajoe Setijono, MM. selaku penyelia dan semua kolega dari Badan Koordinasi Kegiatan Kesejahteraan Sosial Jawa Timur yang sudah memberikan izin untuk melaksanakan kerja praktik serta sudah memberikan motivasi serta ilmu.

Harapan penulis dalam Laporan Kerja Praktik ini dapat memberikan banyak manfaat dan penulis memohon maaf apabila terdapat kesahalan penulisan maupun kata-kata yang kurang berkenan.

Surabaya, Januari 2024

Aditya Rizky Syawaldi

DAFTAR ISI

LEMBAR MOTTO	ii
LEMBAR PERSEMBAHAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iv
LEMBAR PERNYATAAN	v
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
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 Akademik	3
1.5.3 Bagi Perusahaan	3
1.6 Waktu Pelaksanaan	4
1.7 Sistematis Penulisan.....	4
BAB II.....	6
GAMBARAN UMUM INSTANSI.....	6
2.1 Sejarah Perusahaan	6
2.2 Profil Perusahaan	7
2.3 Visi dan Misi.....	8
2.4 Logo Perusahaan	9
2.5 Lokasi Badan Koordinasi Kegiatan Kesejahteraan Sosial Jawa Timur.....	9
2.6 Struktur Organisasi	10
2.7 Deskripsi Pekerjaan	10
BAB III LANDASAN TEORI.....	12

3.1	<i>Marketing</i>	12
3.2	<i>Digital Marketing</i>	12
3.3	Instagram.....	14
3.3.1	<i>Reels</i>	14
3.3.2	<i>Feed</i>	15
3.4	Fotografi.....	16
3.5	Videografi.....	18
3.6	<i>Cinematic</i>	19
3.7	Desain Grafis.....	20
3.7.1	Warna.....	20
3.7.2	<i>Layout</i>	21
3.7.3	<i>Typography</i>	21
BAB IV DESKRIPSI PEKERJAAN		24
4.1	Penjelasan Pekerjaan.....	24
4.2	Brief.....	24
4.3	Konsep Tipografi.....	24
4.4	<i>Software</i>	26
4.5	Pengambilan Gambar Feed Instagram.....	27
4.6	Desain <i>Feed</i> Instagram.....	28
4.6.1	Sketsa Feed Instagram.....	29
4.6.2	Proses Desain <i>Feed</i> Instagram.....	30
4.6.3	Implementasi Desain <i>Feed Instagram</i>	31
4.7	Pengambilan <i>Video Reels Instagram</i>	33
4.8	<i>Editing Video</i>	33
4.8.1	Proses <i>Editing Video</i>	33
BAB V PENUTUP.....		36
5.1	Kesimpulan.....	36
5.2	Saran.....	36
DAFTAR PUSTAKA		37
LAMPIRAN.....		Error! Bookmark not defined.
Lampiran 1 Surat Balasan Kerja Praktik Perusahaan.....		Error! Bookmark not defined.
Lampiran 2 Form Kerja Praktik 5 (Halaman 1).....		Error! Bookmark not defined.

Lampiran 3 Form Kerja Praktik 5 (Halaman 2) **Error! Bookmark not defined.**
Lampiran 4 Form Kerja Praktik 6 (Halaman 1) **Error! Bookmark not defined.**
Lampiran 5 Form Kerja Praktik 7 (Halaman 1) **Error! Bookmark not defined.**
Lampiran 6 Form Kerja Praktik 7 (Halaman 2) **Error! Bookmark not defined.**
Lampiran 7 Form Bimbingan Dosen..... **Error! Bookmark not defined.**
Lampiran 8 Biodata Penulis **Error! Bookmark not defined.**



UNIVERSITAS
Dinamika

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kantor Badan Koordinasi Kegiatan Kesejahteraan Sosial Jawa Timur	7
Gambar 2.2 Logo Instansi	9
Gambar 2.3 Lokasi Instansi.....	9
Gambar 2.4 Struktur Organisasi Instansi 2019 - Sekarang	10
Gambar 3.1 Digital Marketing	12
Gambar 3.2 Statistik Media Sosial 2023	13
Gambar 3.3 Ukuran Reels Instagram	14
Gambar 3.4 Reels Bkkks Jatim	15
Gambar 3.5 Ukuran Feeds Instagram.....	15
Gambar 3.6 Feed Instagram Bkkks Jatim	16
Gambar 3.7 Komposisi Rules of Thirds.....	17
Gambar 3.8 Komposisi Simetris	17
Gambar 3.9 Komposisi Perspektif	18
Gambar 3.10 pengambilan cinematic video.....	20
Gambar 3.11 Lingkaran Warna.....	20
Gambar 3.12 Layout Design	21
Gambar 3.13 Tipografi Serif – Times New Romans	22
Gambar 3.14 Tipografi Sans Serif - Helvetica.....	23
Gambar 3.15 Tipografi Dekoratif – Cakecafe.....	23
Gambar 4.1 Font League Spartan.....	25
Gambar 4.2 Font ROBOTO	25
Gambar 4.3 Font Minion Pro Semi Bold	26
Gambar 4.4 Software.....	26
Gambar 4.5 Aula Gedung BKKKS Convention Center.....	27
Gambar 4.6 Gedung Convention.....	27
Gambar 4.7 Aula Gedung Convention Center	28
Gambar 4.8 Sketsa Feed Instagram.....	29
Gambar 4.9 Proses Feed Instagram.....	30
Gambar 4.10 Proses Desain Feed Instagram.....	30

Gambar 4.11 Proses Desain Feed Instagram.....	31
Gambar 4.12 Hasil Desain Feed Instagram.....	32
Gambar 4.13 Akun Instagram Yayasanbk3sjatim.....	32
Gambar 4.14 sequence cinematic video	33
Gambar 4.16 Proses Editing Video Workshop	34
Gambar 4.17 Proses Editing Video Hari Anak	34
Gambar 4.18 Final Editing Video Workshop.....	35



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 5 Form Kerja Praktik 7 (Halaman 1)	35
Lampiran 5 Form Kerja Praktik 7 (Halaman 2)	36
Lampiran 7 From Bimbingan Dosen... ..	37
Lampiran 8 Biodata Penulis.....	38



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Badan Koordinasi Kegiatan Kesejahteraan Sosial Jawa Timur berperan sebagai lembaga yang menitikberatkan pada aspek kemanusiaan. Sumber pendapatan utama badan ini berasal dari jasa penyewaan gedung serba guna yang dimilikinya. Dalam rangka memasarkan dan mempromosikan gedung tersebut, Badan Koordinasi Kegiatan Kesejahteraan Sosial Jawa Timur masih belum menggunakan media sosial sebagai sebuah media dalam mempromosikan Gedung, promosi sendiri merupakan salah satu cara untuk meningkatkan penjualan, dan teknik promosi juga dikenal sebagai salah satu bagian dari strategi *marketing*.

Marketing, sebagai serangkaian proses untuk menciptakan, mengomunikasikan, dan menghantarkan nilai kepada pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pemegang kepentingannya (Wiralaga, 2009). Kegiatan-kegiatan ini memiliki nilai yang sangat signifikan bagi para mitra, pelanggan, dan masyarakat secara umum. Di era yang kian terperinci dan terhubung secara digital seperti saat ini, peran *marketing* semakin meluas dan menyebar hingga mencapai dimensi digital, yang dikenal sebagai *digital marketing*.

Digital Marketing membuktikan keberhasilannya sebagai sarana yang sangat efektif dalam mempromosikan suatu produk atau layanan dengan mengandalkan kecanggihan internet. Melalui pendekatan ini, audiens dapat dengan mudah mengakses kampanye pemasaran dari berbagai lokasi dan kapan pun mereka menginginkannya. Keberadaan Internet bukan hanya menjadi alat untuk memperoleh informasi, tetapi juga sebagai saluran komunikasi yang sangat penting dan sumber kemudahan dalam menjalani aktivitas sehari-hari. Oleh karena itu, *digital marketing* tidak hanya memberikan manfaat sebatas peningkatan penjualan, tetapi juga menyediakan platform yang memungkinkan para pelanggan untuk terlibat secara aktif dengan brand atau produk yang dipasarkan, menciptakan pengalaman yang lebih mendalam dan terhubung secara personal dengan Badan Koordinasi Kegiatan Kesejahteraan Sosial Jawa Timur.

Mengacu pada di atas maka asumsi penyelesaiannya adalah dengan merancang media *digital marketing* yang diimplementasikan dalam *feed* instagram dan selalu disusun sesuai dengan brief yang telah diberikan. Dengan demikian, konten yang dihasilkan secara konsisten diharapkan dapat menarik perhatian dan meraih minat dari target konsumen.

1.2 Rumusan Masalah

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

“Bagaimana merancang media *digital Marketing* Badan Koordinasi Kegiatan Kesejahteraan Sosial Jawa Timur?”

1.3 Batasan Masalah

Di dalam laporan ini terdapat beberapa Batasan masalah yang akan dirancang sebagai berikut:

1. Merancang konten untuk Instagram menggunakan *software* Adobe Premiere, Canva.
2. Melakukan editing video dokumentasi yang akan diupload di *reels* akun Instagram @bkkksjatim dengan durasi tidak lebih dari 3 menit dengan format 1080 x 1920 *pixels landscape*.
3. Merancang media *digital marketing* yang diupload di akun Instagram @yayasanbk3sjatim dengan ukuran 1080 x 1080 *pixels*.

1.4 Tujuan Kerja Praktik

Pemanfaatan konten Instagram sebagai alat promosi untuk Gedung Badan Koordinasi Kegiatan Kesejahteraan Sosial Jawa Timur diharapkan meningkatkan pemasaran gedung, dengan fokus pada peningkatan kunjungan dan tingkat penyewaan. Melalui kerja praktik ini, diharapkan mahasiswa dapat memberikan dampak positif yang signifikan.

1.5 Manfaat

Dalam laporan kerja praktik yang sudah ditulis oleh penulis terdapat beberapa manfaat antara lain yaitu :

1.5.1 Bagi Mahasiswa

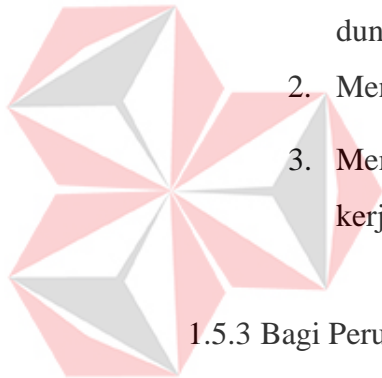
1. Mendapatkan pengalaman serta ilmu dari kerja praktik
2. Menerapkan ilmu yang diperoleh dari kampus dan merealisasikan di tempat kerja praktik
3. Dapat mengembangkan skill untuk bekerja secara professional

1.5.2 Akademik

1. Kerja praktik yang sudah dilaksanakan dapat ditambahkan ke dalam portofolio untuk melengkapi pengalaman dan untuk masuk ke dalam dunia kerja.
2. Menjadi bekal untuk menjadi pekerja yang professional
3. Memberikan citra yang baik kepada perguruan tinggi terhadap tempat kerja praktik.

1.5.3 Bagi Perusahaan

1. Membuat jangkauan promosi gedung dari Badan Koordinasi Kegiatan Kesejahteraan Sosial menjadi lebih luas dan lebih banyak di minati oleh khalayak karena promosi yang kreatif serta interaktif
2. Membantu perusahaan dalam pembuatan konten promosi di sosial media.



UNIVERSITAS
Dinamika

1.6 Waktu Pelaksanaan

a. Detail Perusahaan

Nama Perusahaan : BADAN KOORDINASI KEGIATAN KESEJAHTERAAN
SOSIAL JAWA TIMUR

Alamat : Jl. Raya Tenggilis GG-10, Surabaya

Telepon : 082232324134

E-mail : bk3sjatim@gmail.com

b. Tanggal Pelaksanaan : 1 Agustus – 1 September 2023

Waktu : Senin – Jumat 08.00 – 16.00 WIB

1.7 Sistematis Penulisan

Laporan ini di harapkan dapat menjadi manfaat untuk para pihak yang membutuhkan secara teoritis maupun praktisi, seperti berikut :

BAB 1 PENDAHULUAN

Bab 1 ini membahas latar belakang dari kerja praktik, rumusan masalah, Batasan masalah, tujuan, manfaat, pelaksanaan kerja praktik dan sistematis penulisan laporan kerja peraktik.

BAB 2 GAMBARAN UMUM INSTANSI

Bab 2 membahas mengenai instansi tempat kerja praktik di Badan Koordinasi Kegiatan Sosial Jawa Timur, yang berisikan mengenai profil, logo, visi, misi, struktur organisasi dan deskripsi pekerjaan dari instansi tersebut.

BAB 3 LANDASAN TEORI

Di dalam bab 3 ini berisikan mengenai berbagai teori yang relevan dan cocok dengan topik untuk penunjang penulisan laporan kerja praktik ini.

BAB 4 DESKRIPSI PEKERJAAN

Bab 4 membahas secara detail tentang pekerjaan yang telah dilaksanakan pada saat kerja praktik di Badan Koordinasi Kegiatan Kesejahteraan Sosial Jawa Timur yang diangkat dalam laporan kerja praktik.

BAB 5 PENUTUP

Bab 5 berisikan tentang kesimpulan dan saran terkait pembahasan terhadap laporan kerja praktik. Kesimpulan ini berisikan keseluruhan hasil dalam laporan kerja praktik dan saran berisikan beberapa masukan untuk masalah yang diangkat.

DAFTAR PUSTAKA

Dan yang terakhir yaitu Daftar Pustaka. Daftar Pustaka berisikan daftar berbagai referensi yang digunakan untuk menulis laporan kerja praktik ini.



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB II

GAMBARAN UMUM INSTANSI

2.1 Sejarah Perusahaan

Badan Koordinasi Kegiatan Kesejahteraan Sosial Provinsi Jawa Timur merupakan organisasi sosial koordinatif tingkat Provinsi yang merupakan lembaga non Pemerintah yang independen dan mendukung program serta kegiatan Pemerintah di bidang pemberdayaan dan pelayanan Penyandang Masalah Kesejahteraan Sosial, pengembangan serta mobilisasi Potensi dan Sumber Kesejahteraan Sosial serta penanganan permasalahan sosial dan mendorong tumbuhnya kepedulian sosial agar terbangun masyarakat yang peka sosial.

Para Pengurus dan anggota kelompok kerja Badan Koordinasi Kegiatan Kesejahteraan Sosial Provinsi Jawa Timur adalah relawan sosial yang mempunyai kompetensi, dedikasi dan kepedulian yang tinggi dalam penanganan dan pengembangan usaha kesejahteraan sosial.

Dalam rangka melaksanakan tanggung jawab sosialnya terhadap penanganan serta pengentasan berbagai permasalahan kesejahteraan sosial yang bersifat kompleks dan melibatkan sejumlah isu yang sangat beragam di wilayah Jawa Timur, Badan Koordinasi Kegiatan Kesejahteraan Sosial Provinsi Jawa Timur telah mengambil inisiatif untuk meningkatkan koordinasi dan menjalin kerjasama erat dengan berbagai pihak. BKKKS berkomitmen untuk berkoordinasi dengan Pemerintah, organisasi sosial, serta mitra-mitra lainnya, baik di tingkat Nasional maupun Daerah, dengan tujuan utama mengembangkan jejaring kemitraan yang kokoh dan berkelanjutan. Dalam melibatkan diri dalam kerangka kolaboratif ini, BKKKS berharap dapat menciptakan sinergi yang lebih efektif dan efisien dalam upaya penanggulangan serta pemberdayaan masyarakat terkait isu-isu kesejahteraan sosial di Jawa Timur.

2.2 Profil Perusahaan



Gambar 2.1 Kantor Badan Koordinasi Kegiatan Kesejahteraan Sosial Jawa Timur

(Sumber: Dokumentasi pribadi)

Badan Koordinasi Kegiatan Kesejahteraan Sosial Jawa Timur, sebagai lembaga non-Pemerintah yang independen, memegang peran strategis sebagai organisasi sosial koordinatif tingkat Provinsi. Keberadaan BKKKS tidak hanya sebagai entitas yang terpisah, melainkan juga sebagai mitra yang proaktif dalam mendukung dan melaksanakan program-program Pemerintah di sektor pemberdayaan dan pelayanan bagi Penyandang Masalah Kesejahteraan Sosial. Dengan meneguhkan independensinya, BKKKS berkomitmen untuk memberikan kontribusi maksimal dalam menjembatani koordinasi antara sektor swasta, masyarakat, dan pemerintah dalam upaya bersama untuk meningkatkan kesejahteraan sosial di tingkat Provinsi. Dalam hal ini, BKKKS turut berperan aktif dalam merumuskan dan mengimplementasikan kebijakan serta inisiatif-inisiatif yang mendukung pemenuhan hak dan kebutuhan PMKS, sehingga tercipta lingkungan yang inklusif dan berkeadilan di wilayah Jawa Timur.

Berikut adalah informasi mengenai identitas dari Badan Koordinasi Kegiatan Sosial Jawa Timur :

Nama Perusahaan : Badan Koordinasi Kegiatan Kesejahteraan Sosial Jawa Timur

Alamat : Jl. Raya Tenggilis GG-10, Surabaya

Telepon : 082232324134

E-mail : bk3sjatim@gmail.com

Hari Kerja : Senin - Jumat

Jam Kerja : 08.00 – 16. 00 WIB

2.3 Visi dan Misi

1. Visi:

Terwujudnya masyarakat Jawa Timur yang peduli dan berperan aktif dalam pembangunan sosial dan kesejahteraan sosial.

2. Misi :

- Mengembangkan jaringan informasi dan komunikasi untuk mendorong kepedulian sosial.
- Mengembangkan dan meningkatkan kesetiakawanan sosial dan pola-pola penanganan masalah sosial.
- Mengembangkan jaringan kemitraan yang berkaitan dengan penanganan masalah sosial.
- Meningkatkan kepedulian dan mengintegrasikan berbagai potensi yang ada dalam masyarakat.

2.4 Logo Perusahaan



Gambar 2.2 Logo Instansi

(Sumber : www.bk3sjatim.org)

2.5 Lokasi Badan Koordinasi Kegiatan Kesejahteraan Sosial Jawa Timur



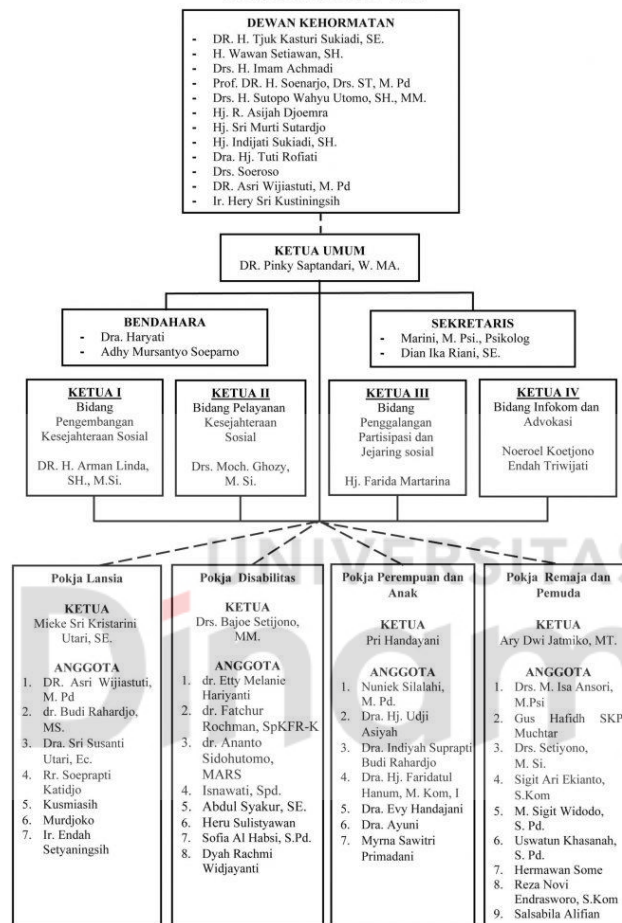
Gambar 2.3 Lokasi Instansi

(Sumber : Dokumentasi Pribadi)

2.6 Struktur Organisasi

Gambar dibawah ini merupakan struktur organisasi dari Badan Koordinasi Kegiatan Kesejahteraan Sosial Jawa Timur

**STRUKTUR ORGANISASI BKKKS PROVINSI JAWA TIMUR
MASA BHAKTI 2019 - 2024**



Gambar 2.4 Struktur Organisasi Instansi 2019 - Sekarang

(Sumber : <https://bk3sjatim.org>)

2.7 Deskripsi Pekerjaan

1 Dewan Kehormatan

Dewan Kehormatan merupakan pimpinan tertinggi di Badan Koordinasi Kegiatan Kesejahteraan Sosial Jawa Timur, memiliki tanggung jawab lebih terhadap perusahaan.

2 Ketua Umum

Ketua Umum memiliki tanggung jawab mengkoordinasikan dan mengorganisasikan seluruh penyelenggaraan organisasi dan program kerjanya dan mempertanggungjawabkan secara internal.

3 Bendahara dan Sekretaris

Bendahara dan Sekretaris memiliki tanggung jawab untuk mengendalikan suatu dokumen dan mengelola administrasi keuangan di Badan Koordinasi Kegiatan Kesejahteraan Sosial Jawa Timur.

4 Ketua

Ketua memiliki tanggung jawab untuk mengkoordinasikan anggota pada setiap divisi masing – masing.

Ketua I – Memiliki tanggung jawab pada bidang pengembangan kesejahteraan sosial.

Ketua II – Memiliki tanggung jawab pada bidang pelayanan kesejahteraan sosial.

Ketua III – Memiliki tanggung jawab pada bidang penggalangan partisipasi dan jejaring sosial.

Ketua IV – Memiliki tanggung jawab pada bidang info komunikasi dan advikasi.



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB III LANDASAN TEORI

3.1 *Marketing*

Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk dan nilai dengan individu dan kelompok lainnya (Pasigai, 2022).

Pemasaran yang dilakukan oleh Badan Koordinasi Kegiatan Kesejahteraan Sosial Jawa Timur bertujuan untuk secara signifikan meningkatkan angka minat sewa pada Gedung Convention Center, dengan strategi yang terencana dan berkelanjutan guna memberikan dampak positif bagi pemenuhan kebutuhan ruang acara serta meningkatkan citra dan keterlibatan masyarakat terhadap fasilitas tersebut.

3.2 *Digital Marketing*

Digital Marketing adalah salah satu media pemasaran yang saat ini sedang banyak diminati oleh masyarakat untuk mendukung berbagai kegiatan yang dilakukan. Mereka sedikit demi sedikit mulai meninggalkan model pemasaran konvensional/tradisional beralih ke pemasaran modern yaitu *digital marketing* (Pasigai, 2022).

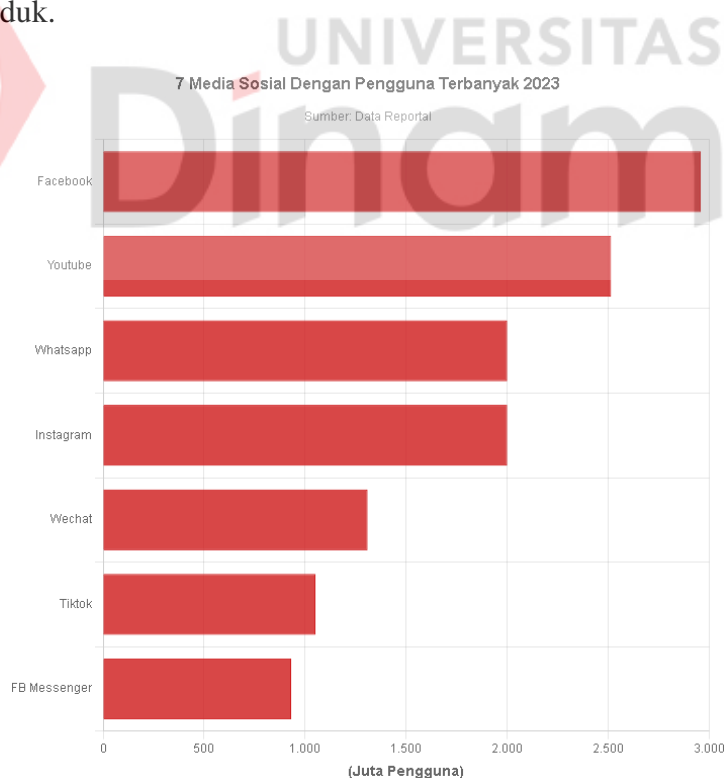


Gambar 3.1 Digital Marketing

(Sumber : <https://istockphoto.com>)

Badan Koordinasi Kegiatan Kesejahteraan Sosial Jawa Timur mengimplementasikan strategi pemasaran secara digital dengan memanfaatkan platform media sosial berupa aplikasi yang bernama Instagram, sebagai sarana efektif untuk membangun kehadiran daring, meningkatkan visibilitas, dan memperluas jangkauan audiens, sehingga memberikan ruang yang lebih luas bagi informasi dan promosi terkait kegiatan sosial serta program kesejahteraan yang mereka adakan.

Dalam *digital marketing* menurut (Andy Prasetyo Wati, 2020) Media sosial telah menarik perhatian yang signifikan, karena potensi media sosial bisa mendukung brand, peningkatan penjualan, layanan pelanggan dan pengembangan produk. Banyak konsumen kini cenderung memandang media sosial sebagai sumber informasi yang lebih dapat diandalkan ketika mereka mencari informasi tentang suatu produk. Salah satu tren utama dalam hal ini adalah penggunaan Instagram, yang semakin populer berkat praktik endorse dan fitur promosi yang tersedia secara langsung di platform tersebut. Dengan demikian, Instagram menjadi salah satu sarana yang signifikan dalam upaya konsumen untuk memperoleh informasi yang dapat dipercaya mengenai berbagai produk.



Gambar 3.2 Statistik Media Sosial 2023

(Sumber : <https://data.goodstats.id>)

3.3 Instagram

Instagram merupakan salah satu media yang potensial digunakan sebagai media promosi (Indika & Jovita, 2017). Melihat kesempatan yang bagus dari memanfaatkan Instagram sebagai media *digital marketing*, Badan Koordinasi Kegiatan Kesejahteraan Sosial Jawa Timur merancang konten *marketing* yang akan di upload pada *reels* dan *feed*.

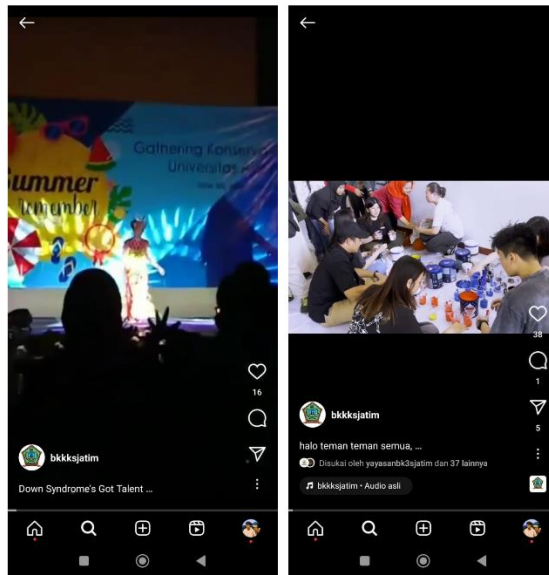
3.3.1 Reels

Perancangan media *digital marketing* berupa *video reels* yang digunakan sebagai video dokumentasi acara yang telah dilakukan oleh Badan Koordinasi Kegiatan Kesejahteraan Sosial Jawa Timur dengan durasi sekitar 3 menit. Rasio yang digunakan oleh Instagram *Reels* adalah 9:16 dengan ukuran 1080 *pixels* x 1920 *pixels*.



Gambar 3.3 Ukuran *Reels* Instagram

(Sumber : <https://instagram.com/geometrymedia>)

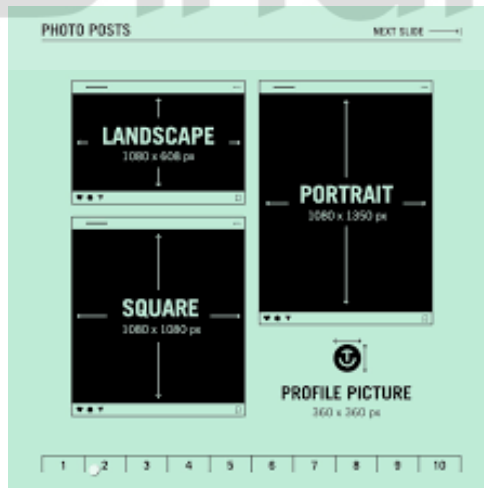


Gambar 3.4 Reels Bkkks Jatim

(Sumber : Dokumentasi penulis 2023)

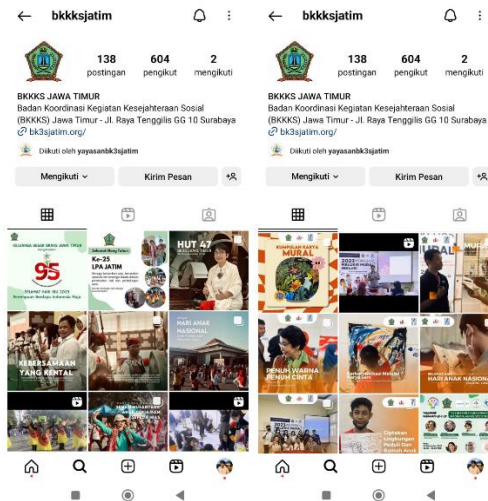
3.3.2 Feed

Perancangan media *digital marketing* Badan Koordinasi Kegiatan Kesejahteraan Sosial Jawa Timur berfokus pada meningkatkan angka sewa Gedung sehingga yang akan diupload di feed Instagram adalah promosi Gedung convention center dengan ukuran 1080px X 1080px.



Gambar 3.5 Ukuran *Feeds* Instagram

(Sumber : <https://Facebook.com/DesignwithKaranshah>)



Gambar 3.6 Feed Instagram Bkks Jatim
(Sumber : Dokumentasi penulis 2023)

3.4 Fotografi

Menurut Maynard, fotografi merupakan sains atau lebih tepatnya seni menghasilkan gambar dengan menggunakan aktivitas penandaan pada suatu permukaan sensitif dengan menggunakan bantuan cahaya. (Setiawan & Bornok, 2015). Ada beberapa macam komposisi pada fotografi yang umum digunakan antara lain:

1. *Rules Of Thirds*

Rule of thirds merupakan bentuk komposisi yang sangat fundamental dan penting bagi seorang fotografer. Pendekatan ini melibatkan pembagian bidang gambar menjadi sembilan bagian yang seukuran dan menempatkan titik menarik pada garis atau titik di dalam area yang terbagi tiga. Ada empat titik di mana titik menarik dapat ditempatkan, sementara garis menarik dibentuk oleh dua garis horizontal dan dua garis vertikal. Titik menarik ditempatkan di sepanjang keempat garis atau titik tersebut, yang dapat berupa bagian mata dari objek atau objek itu sendiri.



Gambar 3.7 Komposisi *Rules of Thirds*

(Sumber : <https://pixel.web.id>)

2. Simetris

Simetri adalah suatu metode komposisi yang menempatkan objek dan membagi bidang gambar secara merata di sebelah kanan dan kiri, menciptakan tampilan yang simetris. Dibutuhkan ketelitian dan keberimbangan yang baik saat menerapkan prinsip komposisi ini agar mencapai hasil yang sepenuhnya simetris.



Gambar 3.8 Komposisi Simetris

(Sumber : <https://pixel.web.id>)

3. Perspektif

Teknik komposisi perspektif melibatkan penggunaan efek jauh-dekat yang dihasilkan oleh lensa saat mengambil gambar, menciptakan tampilan dimensi yang sangat menarik. Penggunaan teknik ini menggabungkan efek dimensi dan proporsi untuk mengalihkan perhatian mata ke titik menarik (POI).



Gambar 3.9 Komposisi Perspektif

(Sumber : <https://pixel.web.id>)

Foto yang diambil adalah beberapa bagian dari Gedung convention center dengan menggunakan teknik *rules of third*, setiap sudut dan nuansa yang diabadikan dalam foto tersebut menjadi representasi visual yang mengundang minat dan memikat, memberikan gambaran tentang keindahan dan keunikan Gedung Convention Center.

3.5 Videografi

Videografi adalah media untuk merekam suatu moment atau kejadian yang dirangkum dalam sebuah sajian gambar dan suara yang dapat kita nikmati dikemudian hari, baik sebagai sebuah kenangan ataupun sebagai bahan kajian untuk mempelajari apa yang sudah atau pernah terjadi (Erlyana & Hansen, 2021). Video yang diambil adalah beberapa kegiatan yang ada pada event di Badan Koordinasi Kegiatan Kesejahteraan Sosial Jawa Timur seperti Hari Anak Nasional 2023 dan Workshop Mural Anak Inklusi 2023. Video berdurasi 3 menit tersebut bertujuan untuk memberikan pesan dan maka dari itu teknik yang cocok untuk video tersebut adalah teknik video *cinematic*.

3.6 Cinematic Video

Video *Cinematic* ialah video yang mempunyai cerita atau video yang menyampaikan alur sebuah cerita layaknya sebuah film (Guarango, 2022). Dalam video yang akan ditampilkan terdapat beberapa video yang menggunakan teknik *cinematic* guna menampilkan kesan pesan yang disampaikan dan memperlihatkan seluruh rangkaian acara. Ada beberapa macam teknik yang digunakan pada *cinematic* video yang umum digunakan antara lain:

1. *PAN*

Pan atau teknik Panning adalah strategi menggerakkan kamera secara horizontal dari satu ujung ke ujung lainnya, dari sisi kiri ke kanan atau sebaliknya. Proses ini terfokus pada suatu poros atau titik tertentu, dengan satu-satunya perubahan yang terjadi adalah arah pergerakan, baik itu dari kiri ke kanan atau sebaliknya, memperlihatkan keadaan sekitar pada video yang direkam atau membangun kesan lokasi pada cerita.

2. *TILT*

Teknik pengambilan gambar Tilt sebenarnya mirip dengan Pan. Perbedaannya terletak pada gerakan vertikal kamera, yang dapat dilakukan dari atas ke bawah atau sebaliknya. Seperti pada teknik Pan, kamera harus tetap diam atau terfokus pada satu titik tertentu.

3. *DOLLY*

Dolly adalah teknik pengambilan video yang memerlukan keahlian khusus, terutama jika kamera pada smartphone kurang optimal. Hal ini dikarenakan Dolly melibatkan gerakan kamera untuk mendekati dan menjauhi objek utama. Dolly cenderung menciptakan ilusi bagi penonton bahwa mereka sedang bergerak menuju objek utama, memberikan pengalaman visual yang tentu saja dapat berbeda bagi mereka.

4. *ZOOM*

Teknik Zoom dapat dianggap setara dengan Dolly, namun perbedaannya terletak pada pembesaran titik fokus tertentu dalam bingkai gambar. Proses ini dapat dilakukan melalui perangkat lunak tanpa perlu menggerakkan kamera untuk mendekati atau menjauhi objek utama.



Gambar 3.10 pengambilan *cinematic video*

(Sumber : <https://unsplash.com>)

3.7 Desain Grafis

Desain grafis pada dasarnya adalah pekerjaan berkomunikasi di mana pesan yang disampaikan adalah visual gambar dan tipografi/elemen-elemen desain dalam seni. Dan beberapa penelitian membuktikan media komunikasi visual lebih efektif ketimbang media lainnya yang hanya mengandalkan teks. (Setiawan & Bornok, 2015)

3.7.1 Warna

Warna merupakan unsur penting dalam obyek desain. Karena dengan warna orang bisa menampilkan identitas, menyampaikan pesan atau membedakan sifat dari bentuk-bentuk bentuk visual secara jelas (Rochmawati, 2020).

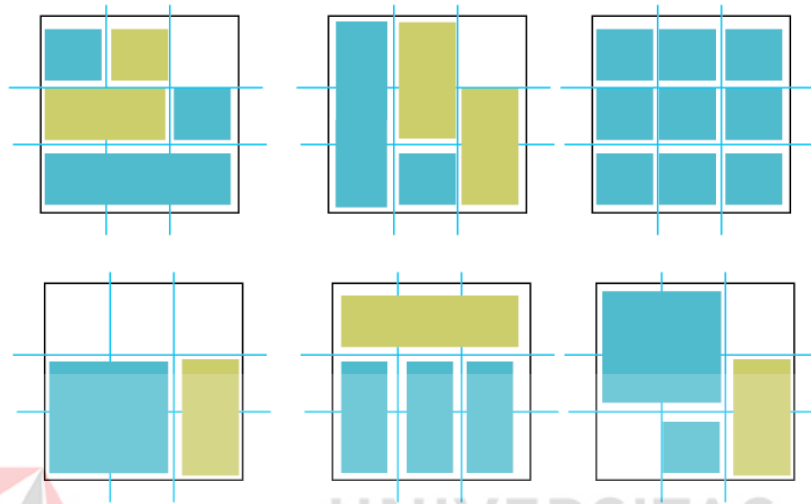


Gambar 3.11 Lingkaran Warna

(Sumber : <https://Kompas.com>)

3.7.2 Layout

Layout merupakan tata peletakan elemen dalam desain seperti elemen grafis, elemen visual, elemen teks, dan lainnya memiliki *impact* yang besar dalam desain tersebut. *Layout* dapat memberi kesan atau pesan yang akan disampaikan kepada audiens. *layout* dapat mempengaruhi isi konteks dan informasi yang ingin disebarluaskan, serta ide dan tema desain (Angela & Suhartono, 2022).



Gambar 3.12 Layout Design

(Sumber : <https://wordpress.com>)

3.7.3 Tipografi

Menurut Sihombing (2001:3) dalam (Sekarlaranti & Junaedi, 2016) Tipografi adalah sebuah ilmu dalam desain grafis yang mempelajari tentang seluk beluk huruf. Tipografi sering digunakan sebagai pedoman untuk mendesain tulisan yang akan digunakan baik pada iklan maupun kemasan, adapun penegerertian lainnya Tipografi merupakan disiplin ilmu yang terkait dengan seleksi dan penataan huruf, termasuk pengaturan penyebarannya di dalam ruang yang tersedia. Tujuannya adalah menciptakan impresi khusus yang dapat meningkatkan kenyamanan membaca seoptimal mungkin bagi pembaca dan ada beberapa jenis tipografi diantara lain:

1. Tipografi Serif

Dalam Tipografi Serif, jenis huruf yang ada umumnya berupa garis tipis dan memiliki kait pada bagian ujung goresan. Merujuk ke berbagai sumber, tipografi Serif juga sering disebut sebagai huruf Roman karena pertama kali digunakan oleh bangsa Romawi.

Tipografi Serif dianggap lebih mudah dibaca untuk jenis tulisan panjang. Oleh karena itu, tipografi ini seringkali digunakan dalam buku, majalah, dan surat kabar.

ABCDEFGHIH
IJKLMNOPQ
RSTUVWXYZ
1234567890

Gambar 3.13 Tipografi Serif – Times New Romans
(Sumber : Dokumentasi penulis 2024)

2. Tipografi Sans Serif

Kata sans dalam bahasa Prancis berarti ‘tanpa’, sedangkan serif berarti ‘kait’. Maka dari itu, tipografi Sans Serif merujuk kepada jenis-jenis huruf yang tidak memiliki kait pada ujung goresan mereka.

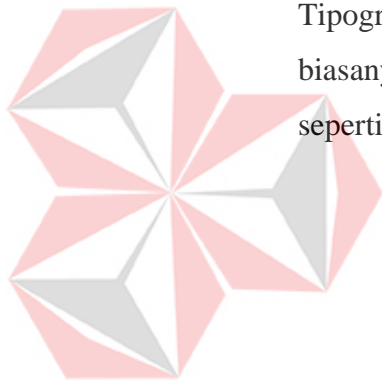
Jenis tipografi ini dapat menampilkan kesan minimalis dan modernitas. Beberapa perusahaan besar bahkan menggunakan font ini untuk logo mereka, seperti Gojek, Google, Spotify, dan Netflix.

**ABCDEFGHIJ
KLMNOPQ
RSTUVWXYZ
1234567890**

Gambar 3.14 Tipografi Sans Serif - Helvetica
(Sumber : Dokumentasi penulis 2023)

3. Tipografi Dekoratif

Tipografi dekoratif juga disebut sebagai tipe display. Font pada jenis ini biasanya digunakan untuk judul atau untuk sejumlah teks dalam ukuran besar, seperti di kartu ucapan, logo, dan poster.



**ABCDEFGHIJ
KLMNOPQ
RSTUVWXYZ
1234567890**

Gambar 3.15 Tipografi Dekoratif – Cakecafe
(Sumber : Dokumentasi penulis 2023)

BAB IV

DESKRIPSI PEKERJAAN

4.1 Penjelasan Pekerjaan

Kegiatan kerja praktik yang dilaksanakan oleh penulis di Badan Koordinasi Kegiatan Sosial Jawa Timur sebagai seorang desainer grafis dan editor video untuk meningkatkan promosi dan dokumentasi di sosial media. Penulis yang menjadi seorang desainer grafis mempunyai tugas sebagai pembuat desain grafis yang akan diterapkan dan diunggah pada Instagram. Pembuatan desain grafis ini dibuat sesuai dengan *brief* yang telah diberikan oleh perusahaan.

4.2 Brief

Brief berperan sebagai penunjang sebelum mengerjakan suatu pekerjaan agar ketika mengerjakan tidak salah Langkah. Di bawah ini ada beberapa *brief* yang diberikan perusahaan kepada penulis saat melaksanakan kerja praktik.

1. Desain feed untuk BKKKS Convention Center
2. Desain feed untuk hari besar
3. Desain *story* Instagram interaktif
4. Membuat short video dan *reels*
5. Membuat *short* video untuk promosi produk baru
6. Membuat Video Short untuk *story* Instagram
7. *Take* video dokumentasi

4.3 Konsep Tipografi

Tipografi yang dipilih oleh penulis dalam pembuatan desain grafis untuk Badan Koordinasi Kegiatan Kesejahteraan Sosial Jawa Timur mencerminkan keahlian dan kebijaksanaan yang disertakan dalam setiap elemen huruf. Dengan cermat mempertimbangkan jenis huruf, ukuran, dan tata letak, penulis berhasil menghadirkan sebuah tampilan visual yang tidak hanya estetis, tetapi juga secara efektif mengkomunikasikan pesan-pesan penting Badan Koordinasi Kegiatan Kesejahteraan Sosial Jawa Timur kepada khalayaknya.

1. *League Spartan*

**ABCDEFGHIJ
KLMNOPQR
STUVWXYZ
1234567890**

Gambar 4.1 *Font League Spartan*

(Sumber : Dokumentasi penulis 2023)

2. *ROBOTO*



ABCDEFGHIJK
LMNOPQRSTU
VWXYZ
1234567890

Gambar 4.2 *Font ROBOTO*

(Sumber : Dokumentasi penulis 2023)

3. *Minion Pro Semi Bold*

ABCDEFGHI
JKLM
NOPQRSTU
VWXYZ
1234567890

Gambar 4.3 *Font Minion Pro Semi Bold*

(Sumber : Dokumentasi penulis 2023)

4.4 *Software*

Software yang menjadi andalan penulis dalam menjalankan tugas di perusahaan melibatkan sejumlah platform kreatif, di antaranya adalah Canva. Canva menjadi pilihan utama penulis saat menggarap konten-konten yang ditujukan untuk *feed* Instagram, *story*, dan tahap *finishing* dari berbagai materi visual. Dalam proses kreasi konten yang bersifat grafis, kecanggihan dan keterjangkauan Canva memberikan penulis fleksibilitas untuk menghasilkan desain-desain yang estetik dan berkesan.

Penulis mengandalkan Adobe Premiere Pro untuk menciptakan video kreatif dengan keahlian profesional. Software ini tidak hanya digunakan untuk konten berdurasi panjang, tetapi juga optimal untuk video pendek, khususnya reels.



Gambar 4.4 *Software*

(Sumber : Dokumentasi Penulis 2023)

4.5 Pengambilan Gambar Feed Instagram



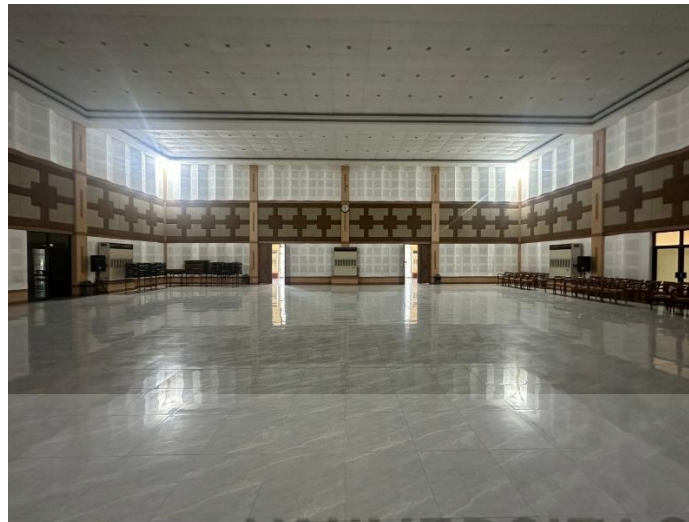
Gambar 4.5 Aula Gedung BKKKS Convention Center
(Sumber : Dokumentasi Penulis 2023)

Proses pengambilan gambar dilakukan dengan format *landscape*, strategi yang terbukti efektif dalam menciptakan tata letak visual yang memudahkan proses penyuntingan dan penyesuaian untuk keperluan *feed* Instagram.



Gambar 4.6 Gedung Convention
(Sumber : Dokumentasi Penulis 2023)

Selain itu, penekanan pada komposisi gambar menjadi kunci utama dalam menjadikan setiap potret gedung memiliki daya tarik yang maksimal. Dalam hal ini, komposisi yang diaplikasikan adalah komposisi *The Rule of Thirds*, sebuah pendekatan yang membantu menciptakan keseimbangan visual dengan membagi gambar menjadi sembilan bagian sejajar.



Gambar 4.7 Aula Gedung Convention Center

(Sumber : Dokumentasi penulis 2023)

Melibatkan gedung Badan Koordinasi Kegiatan Kesejahteraan Sosial Jawa Timur dalam grid ini memungkinkan objek utama tetap berada dalam posisi simetris yang estetis, menjadikan setiap gambar tidak hanya informatif tetapi juga artistik. Dengan demikian, pengambilan gambar ini bukan hanya mencerminkan keindahan fisik gedung, tetapi juga merupakan upaya dalam membangun citra yang kuat dan menarik melalui platform media sosial.

4.6 Desain *Feed* Instagram

Desain *feed* Instagram Badan Koordinasi Kegiatan Kesejahteraan Sosial Jawa Timur dirancang oleh penulis melalui beberapatahapan proses yaitu sketsa, proses desain dan hasil desain.

4.6.1 Sketsa Feed Instagram

Tahap pembuatan feed untuk Instagram Badan Koordinasi Kegiatan Kesejahteraan Sosial Jawa Timur melibatkan sejumlah proses yang dimulai dengan tahapan sketsa, dimana tujuannya adalah agar feed yang dihasilkan mencapai tingkat kematangan visual sehingga meminimalkan revisi yang diperlukan. Dalam tahapan sketsa ini, penekanan diberikan pada penggarapan konsep dasar, penataan elemen visual, dan pemilihan warna yang sesuai dengan identitas merek BKKKS. Melalui sketsa ini, tim kreatif dapat menggambarkan secara kasar ide-ide utama yang akan diaplikasikan dalam feed Instagram, menciptakan landasan yang kokoh sebelum masuk ke tahap penyuntingan yang lebih rinci.



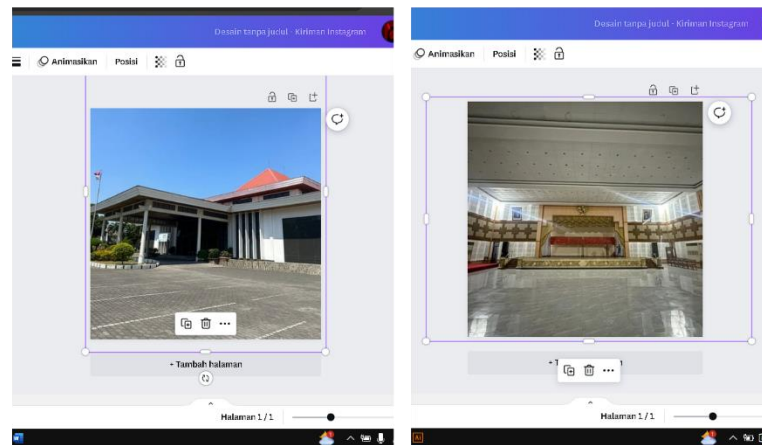
Gambar 4.8 Sketsa *Feed* Instagram

(Sumber : Dokumentasi penulis 2023)

Sketsa tersebut berukuran 1080 x 1080 *pixels*, dengan *background* foto dari gedung convention center, dan memiliki beberapa informasi mengenai Badan Koordinasi Kegiatan Kesejahteraan Sosial Jawa Timur seperti nomor telepon dan website. Warna yang dipilih adalah warna merah dengan permintaan dari atasan, warna merah juga memiliki filosofi energi dan kegembiraan untuk melakukan suatu kegiatan.

4.6.2 Proses Desain *Feed* Instagram

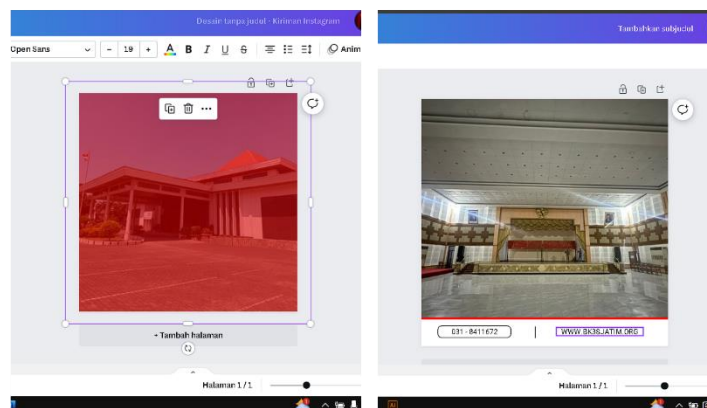
Tahap selanjutnya, setelah sketsa mendapatkan persetujuan yang positif dari pihak perusahaan, adalah proses desain yang menjadi langkah krusial dalam membawa konsep-konsep tersebut menjadi kenyataan visual.



Gambar 4.9 Proses *Feed* Instagram

(Sumber : Dokumentasi penulis 2023)

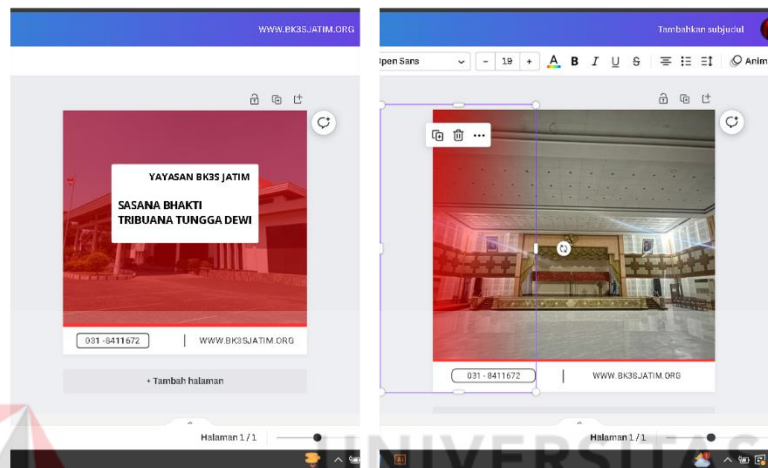
Dalam tahap desain ini, penulis memanfaatkan keahlian dan kreativitasnya untuk mengembangkan setiap elemen visual dalam feed Instagram Badan Koordinasi Kegiatan Kesejahteraan Sosial Jawa Timur. Dengan menggunakan perangkat lunak desain seperti Canva dan Adobe Illustrator, penulis menghadirkan detail-detail yang cermat, termasuk pemilihan font, warna, dan elemen grafis, untuk memastikan feed memiliki daya tarik yang optimal.



Gambar 4.10 Proses Desain *Feed* Instagram

(Sumber : Dokumentasi penulis 2023)

Selama proses desain, penulis tetap memperhatikan keselarasan visual dengan identitas merek Badan Koordinasi Kegiatan Kesejahteraan Sosial Jawa Timur, menjaga konsistensi estetika yang telah ditentukan sebelumnya. Pemilihan elemen-elemen desain yang tepat dan penataan yang cermat menjadi fokus utama, dengan tujuan menghasilkan *feed* Instagram yang tidak hanya menarik perhatian secara individual, tetapi juga memberikan kesan yang serasi dan terintegrasi ketika dilihat sebagai keseluruhan.



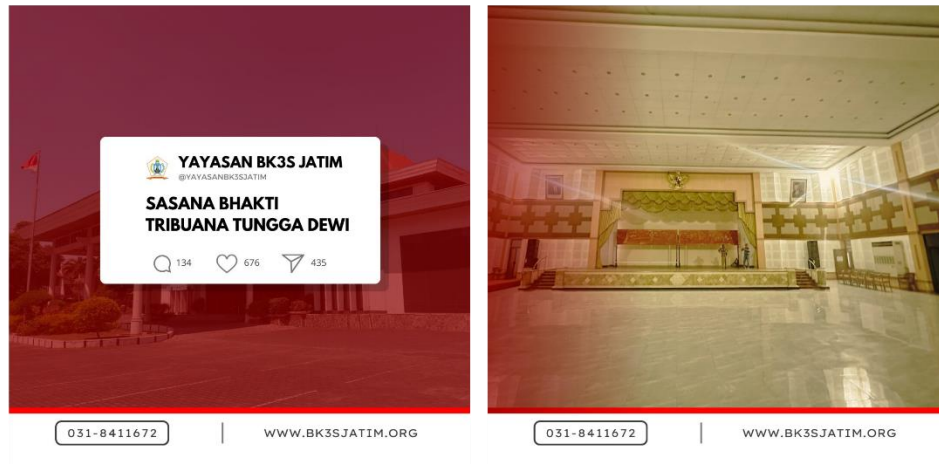
Gambar 4.11 Proses Desain *Feed* Instagram
(Sumber : Dokumentasi penulis 2023)

Dengan demikian, proses desain ini menjadi langkah penting dalam memastikan bahwa setiap *posting* di *feed* Instagram yang bernama *yayasanbk3sjatim* mencerminkan profesionalisme, daya tarik visual, dan keterhubungan yang erat dengan visi serta nilai-nilai yang ingin disampaikan kepada pengikut Badan Koordinasi Kegiatan Kesejahteraan Sosial Jawa Timur di media sosial

4.6.3 Implementasi Desain *Feed* Instagram

Berikut merupakan hasil perancangan konten *feed* Instagram yang telah dibuat dan disetujui oleh pihak perusahaan, menggambarkan tingkat akurasi dan kualitas visual yang diupayakan dalam menyampaikan pesan-pesan BKKKS Jawa Timur. Dengan mendapatkan persetujuan dari pihak perusahaan, setiap *posting* dalam *feed* tersebut menjadi representasi visual yang efektif dari identitas merek,

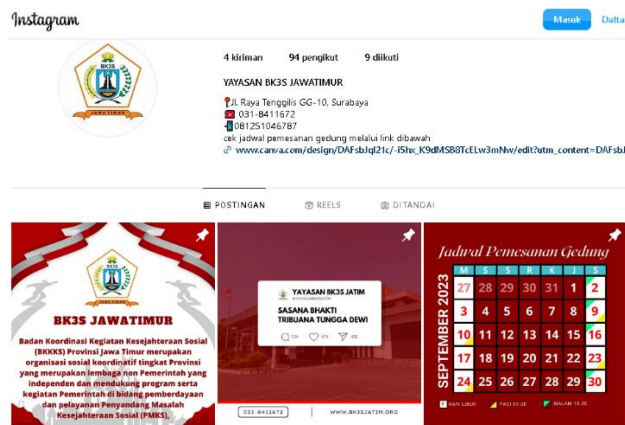
tujuan organisasi, dan nilai-nilai yang ingin ditekankan. Keberhasilan mendapatkan persetujuan tersebut juga mencerminkan kolaborasi yang erat antara tim kreatif dan pihak perusahaan, di mana setiap tahap perancangan konten berlangsung dengan komunikasi yang terbuka dan responsif.



Gambar 4.12 Hasil Desain *Feed* Instagram

(Sumber : Dokumentasi penulis 2023)

Desain feed ini, yang berhasil mencapai kesuksesan dengan angka menyukai mencapai 6 orang, berfungsi sebagai pembuka yang menarik untuk akun Instagram yayasanbk3sjatim.



Gambar 4.13 Akun Instagram Yayasanbk3sjatim

(Sumber : Dokumentasi penulis 2023)

4.7 Pengambilan *Video Reels Instagram*

Pengambilan *video* dilaksanakan selama event workshop mural anak inklusi sedang berlangsung pada tanggal 1 - 2 Agustus 2023 dan acara hari anak nasional pada tanggal 6 Agustus 2023, konten *video* biasanya dilakukan dengan format *video landscape* dengan kamera ke resolusi 1080 atau FHD dengan menerapkan komposisi *The Rule Of Thirds* agar model atau objek tetap simetris, selanjutnya penulis mengambil *video* dokumentasi dengan teknik *cinematic*.



Gambar 4.14 *sequence cinematic video*

(Sumber : Dokumentasi penulis 2023)

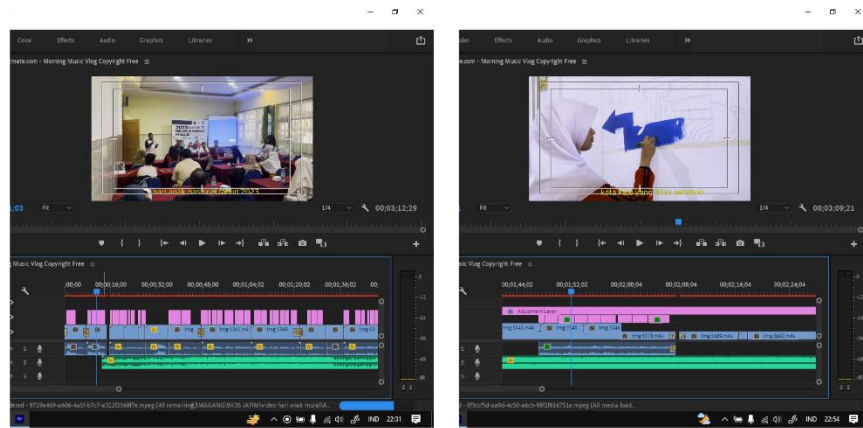
Selain itu, penulis juga berperan dalam mendokumentasikan acara-acara yang diadakan Badan Koordinasi Kegiatan Kesejahteraan Sosial Jawa Timur. Dalam menghasilkan dokumentasi yang berkesan, baik dari segi estetika, faktor-faktor seperti perencanaan, penepatan kamera yang strategis, penggunaan angle yang kreatif, dan editing *video* yang baik merupakan elemen-elemen kunci yang perlu diperhatikan.

4.8 *Editing Video*

Video sebagai bagian dari dokumentasi akan diedit yang kemudian diunggah ke Instagram bkkksjatim. Dalam Laporan Kerja Praktik ini, penulis memperlihatkan keterlibatannya dalam berbagai tahapan proses editing *video*, serta menampilkan hasil akhir dari upaya tersebut.

4.8.1 Proses *Editing Video*

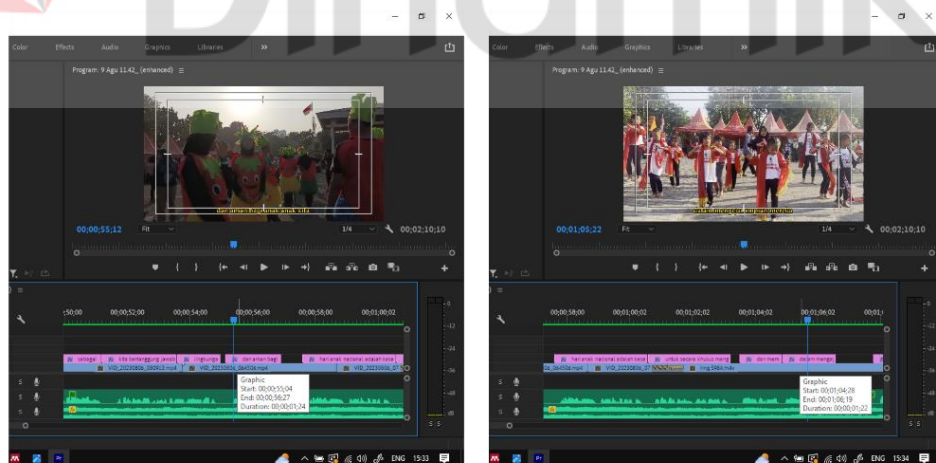
Di dalam pembuatan konten *video* workshop untuk dokumentasi yang akan di upload di media Instagram, penulis menggunakan *software* Adobe Premiere Pro. Disini ada proses *editing video* untuk *workshop* mural anak inklusi pada tanggal 1 – 2 Agustus tahun 2023.



Gambar 4.15 Proses *Editing Video Workshop*

(Sumber : Dokumentasi penulis 2023)

Langkah utama membuat new project video dan import footages pada project section premier pro, kemudian menyusun beberapa video yang telah diambil, menambahkan *backsound*, dan melakukan pewarnaan atau *color grading* agar *video* terlihat memiliki cerita. Untuk ukuran setiap konten menggunakan 1080 x 1920 *pixels* untuk *video reels* Instagram yang berdurasi 3 menit.



Gambar 4.16 Proses *Editing Video Hari Anak*

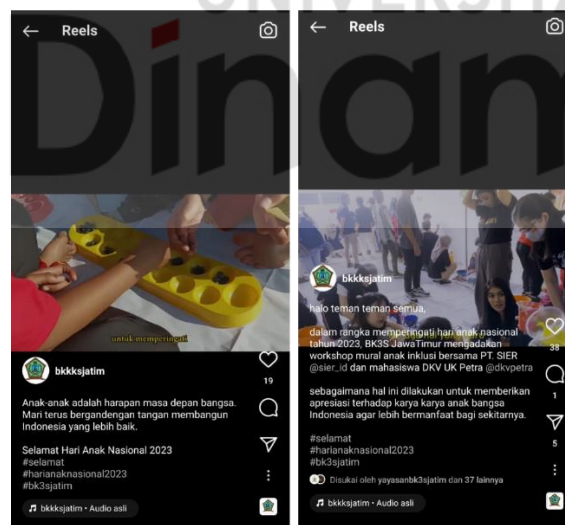
(Sumber : Dokumentasi penulis 2023)

Proses editing video untuk Hari Anak Nasional pada tanggal 6 Agustus tahun 2023 menggunakan konsep video informatif, yaitu video yang ditujukan

kepada orang tua bahwa anak ada masa depan sebuah bangsa. Menggunakan *color grading* yang *soft* dan *background* yang tidak terlalu ramai, video ini beresolusi 1080hd dengan ukuran 1080 x 1920 *pixels landscape*. Caption yang dibuat oleh penulis digunakan sebagai video pengetahuan untuk memberikan apresiasi terhadap karya karya anak bangsa dan akan diupload pada akun Instagram bkkksjatim.

4.9 Implementasi Video

Berikut ini adalah hasil dari perancangan konten video yang telah diposting pada akun Instagram @bkkksjatim, yang merupakan bagian pekerjaan dari penulis selama masa kerja praktik di Badan Koordinasi Kegiatan Kesejahteraan Sosial Jawa Timur. Dalam rangkaian tugas praktik tersebut, penulis telah berdedikasi untuk merancang konten video yang tidak hanya informatif, tetapi juga memikat dan relevan dengan tujuan dan misi Badan Koordinasi Kegiatan Sosial Jawa Timur dalam meningkatkan kesejahteraan sosial di wilayah Jawa Timur.



Gambar 4.17 *Final Editing Video Workshop*

(Sumber : Dokumentasi penulis 2023)

Desain feed ini, yang berhasil mencapai kesuksesan terbesar dari konten video yang pernah dibuat oleh Badan Koordinasi Kegiatan Kesejahteraan Sosial Jawa Timur dengan angka menyukai mencapai 30 orang, dan dilihat lebih dari 800 kali tayang.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan perancangan media digital *marketing* di Badan Koordinasi Kegiatan Kesejahteraan Sosial Jawa Timur adalah ketika BKKKS secara aktif menyebarkan kegiatan pada media sosial khususnya instagram, jumlah minat dari masyarakat pun semakin meningkat. Hal ini tercermin dari perubahan pada postingan yang sebelumnya jarang mendapat respon positif, namun ketika BKKKS mulai aktif dalam berbagi informasi, terjadi peningkatan yang signifikan dalam jumlah likes yang diterima. Hal ini menunjukkan bahwa keterlibatan aktif dalam kegiatan promosi dapat membawa dampak positif pada interaksi dan minat dari audiens terhadap BKKKS.

Penggunaan teknik *cinematic* dalam merancang sebuah video lebih mendapatkan perhatian dari audiens. Hal ini dapat terlihat dari peningkatan signifikan dalam jumlah penonton yang mengakses reels Instagram bkkksjatim. Melalui penerapan teknik *cinematic*, video tersebut mampu menarik perhatian dan menciptakan pengalaman visual yang lebih memikat, yang kemudian tercermin dalam peningkatan partisipasi dan minat dari audiens terhadap konten yang disajikan. Dengan kesimpulan tersebut penulis berharap semua pengalaman yang telah di dapat dapat menjadi penunjang penulis dalam menjalani hari sebagai mahasiswa dan menjadi bekal dikemudian hari saat memasuki dunia pekerjaan yang sebenarnya.

5.2 Saran

Adapun saran yang dapat penulis berikan selama kerja praktik berlangsung adalah merancang konten dengan ide - ide yang baru dengan memperbanyak referensi dan memperluas jangkauan audiens dengan menggunakan media sosial yang berbeda seperti Facebook, Tiktok, dan lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Andy Prasetyo Wati. (2020). *Digital Marketing*. Edulitera (Anggota IKAPI).
<https://repository.um.ac.id/1150/1/fullteks.pdf>
- Angela, C. V., & Suhartono, A. W. (2022). Analisa Terhadap Feeds Instagram Dyandra Academy Sebelum Dan Sesudah Penerapan Teori Layout. *Jurnal DKV Adiwarna*, 2022, 1–11. <https://datareportal.com/reports/digital-2022->
- Erlyana, Y., & Hansen, H. (2021). Pelatihan Fotografi Dan Videografi Secara Virtual Dalam Peningkatan Kemampuan Diri Pada Pandemic Covid-19. *Jurnal Pengabdian Dan Kewirausahaan*, 5(1). <https://doi.org/10.30813/jpk.v5i1.2725>
- Guarango, P. M. (2022). No Title4, הכי קשה לראות את מה שבאמת לנגד העיניים. הארץ, 8.5.2017), 2003–2005.
- Indika, D. R., & Jovita, C. (2017). Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen. *Jurnal Bisnis Terapan*, 1(01), 25–32. <https://doi.org/10.24123/jbt.v1i01.296>
- Pasigai, M. A. (2022). Pentingnya Konsep Dan Strategi Pemasaran Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis. *Jurnal Ilmu Ekonomi Studi Pembangunan*, 1(1), 51–56.
- Rochmawati, I. (2020). Unsur-Unsur Desain Pengantar Desain Grafis. *Unsur-Unsur Desain Pengantar Desain Grafis*, 1–13. [https://repository.unikom.ac.id/63038/1/04-Unsur unsur Desain.pdf](https://repository.unikom.ac.id/63038/1/04-Unsur%20unsur%20Desain.pdf)
- Sekarlaranti, A., & Junaedi, S. (2016). Persepsi Konsumen Terhadap Warna, Tipografi, Bentuk Grafis Dan Gambar Pada Kemasan Produk Dengan Pendekatan Multidimensional Scaling. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan/ Journal of Theory and Applied Management*, 6(1), 9–24. <https://doi.org/10.20473/jmtt.v6i1.2656>
- Setiawan, R., & Bornok, M. B. (2015). Estetika Fotografi. *Research Report Humanities and Social Science*, 1, 1–113. <https://journal.unpar.ac.id/index.php/Sosial/article/view/1468>
- Wiralaga, H. R. (2009). *Manajemen Pemasaran*.
[http://eprints.binadarma.ac.id/10124/1/TUGAS 1.pdf](http://eprints.binadarma.ac.id/10124/1/TUGAS%201.pdf)