



**PERANCANGAN KONTEN MEDIA SOSIAL PROMOSI UNTUK SMA
DIGITAL PRINTING**

LAPORAN KERJA PRAKTIK

PROGRAM STUDI

S1 Desain Komunikasi Visual

**UNIVERSITAS
Dinamika**

Oleh:

MARITZA NOURA AULIA

20420100040

FAKULTAS DESAIN DAN INDUSTRI KREATIF

UNIVERSITAS DINAMIKA

2024

**PERANCANGAN KONTEN MEDIA SOSIAL PROMOSI UNTUK SMA
DIGITAL PRINTING**

LAPORAN KERJA PRAKTIK

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk
menyelesaikan Mata Kuliah Kerja
Praktik



UNIVERSITAS
Dinamika

Disusun Oleh:

Nama : Maritza Noura Aulia
Nim : 20420100040
Program : S1 (Strata Satu)
Jurusan : Desain Komunikasi Visual

FAKULTAS DESAIN DAN INDUSTRI KREATIF

UNIVERSITAS DINAMIKA

2024

LEMBAR MOTTO



UNIVERSITAS
Dinamika

“Terus maju, jangan pernah menyerah”

LEMBAR PERSEMBAHAN



UNIVERSITAS
Dinamika

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

Terima Kasih

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN
PERANCANGAN KONTEN MEDIA SOSIAL PROMOSI UNTUK SMA
DIGITAL PRINTING

Laporan Kerja Praktik oleh :

Maritza Noura Aulia

NIM : 20420100040

Telah diperiksa, diuji, dan disetujui



UNIVERSITAS
Dinamika
Surabaya, Januari 2024

Dosen Pembimbing

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

NIDN. 0721099105

Penyelia



Handojo Pratignjo

Mengetahui,

Ketua Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual



Dhika Yuan Yurisma, M.Ds., ACA

NIDN. 0720028701

LEMBAR PERNYATAAN

PERNYATAAN

PERSETUJUAN PUBLIKASI DAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Sebagai mahasiswa Universitas Dinamika, Saya :

Nama : Maritza Noura Aulia

NIM : 20420100040

Program Studi : S1 Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Fakultas Desain dan Industri Kreatif

Jenis Karya : Laporan Kerja Praktik

Judul Karya : PERANCANGAN KONTEN MEDIA SOSIAL
PROMOSI UNTUK SMA DIGITAL PRINTING

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 keserjanaan yang telah diberikan kepada Saya.

Demikian surat pernyataan ini Saya buat dengan sebenar-benarnya.

Surabaya, Januari 2024



Maritza Noura Aulia
NIM : 20420100040

ABSTRAK

Perkembangan teknologi dan era digital yang semakin maju telah memberikan dampak signifikan terhadap berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam bidang industri percetakan. Media sosial sebagai salah satu wadah untuk mempromosikan produk serta memberikan informasi mengenai barang atau jasa dari sebuah perusahaan. seiring dengan perkembangan media sosial, terutama instagram menjadi semakin populer dikalangan masyarakat, dengan memanfaatkan peluang untuk meningkatkan jangkauan khalayak yang lebih luas.

SMA *Digital Printing* merupakan salah satu percetakan modern yang memperkenalkan teknologi *digital printing*. Dengan teknologi percetakan yang memungkinkan produksi file *digital* secara langsung, percetakan ini menggunakan media sosial instagram sebagai media promosi. Media sosial, khususnya instagram adalah salah satu platform yang digemari oleh masyarakat. Dimana fitur-fitur yang dapat diakses dengan mudah. Seperti fitur *feed*, *reels*, dan *story* yang menyajikan foto atau video untuk audiens sehingga lebih menarik untuk dilihat.

Maka *platform* instagram menjadi salah satu media yang efektif dalam mempromosikan produk percetakan. Instagram adalah salah satu media sosial yang populer dikalangan masyarakat, karena dalam instagram memiliki fitur-fitur yang mudah untuk diakses seperti fitur *feed*, *reels* dan *story* yang dimana dalam fitur ini kita dapat memposting informasi mengenai produk yang dipasarkan, Dengan demikian, perancangan konten media sosial promosi SMA Digital Printing tidak hanya untuk meningkatkan kualitas dan menarik pelanggan, tetapi juga untuk memperkuat citra perusahaan.

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

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga Laporan Kerja Praktik yang berjudul “**Perancangan Konten Media Sosial Promosi Untuk SMA Digital Printing**” dapat terselesaikan dengan lancartanpa 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.

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

1. **Bapak Prof. Dr. Budi Jatmiko, M.Pd.** selaku Rektor Universitas Dinamika;
2. **Dhika Yuan Yurisman, M.Ds., ACA** selaku Ketua Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual;
3. **Ibu Setya Putri Erdiana, S.T., M.DS.** selaku Dosen Pembimbing yang telah membimbing serta memberikan arahan dan dukungan dalam penyusunan LaporanKerja Praktik dari awal hingga selesai;
4. **Bapak Handojo Pratignjo** selaku pemilik SMA Digital Printing.
5. Dan untuk semua pihak-pihak, saudara serta keluarga yang turut membantu dan mendukung penyelesaian penyusunan Laporan Kerha Praktik ini.

Semoga laporan kerja praktik ini dapat memberikan manfaat & penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan ataupun kata-kata yang kurang berkenan.

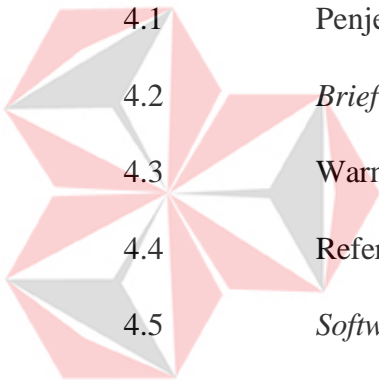
Surabaya, Januari 2024

Maritza Noura Aulia

DAFTAR ISI

LEMBAR MOTTO.....	i
LEMBAR PERSEMBAHAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iv
ABSTRAK.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	2
1.3. Batasan Masalah.....	2
1.4. Tujuan Kerja Praktik	3
1.5. Manfaat	3
1.5.1. Manfaat Teoritis	3
1.5.2. Manfaat Praktis	3
1.6. Pelaksanaan Kerja Praktik.....	3
1.7. Sistematika Penulisan.....	4
BAB II GAMBARAN INSTANSI.....	6
2.1 Sejarah Perusahaan.....	6
2.4 Struktur Organisasi.....	7

BAB III LANDASAN TEORI.....	9
3.1 Media Promosi	9
3.2 Media Sosial.....	9
3.2.1 <i>Instagram</i>	9
3.3 Percetakan	11
3.4 Unsur-Unsur <i>Desain</i>	12
3.4.1 <i>Tipografi</i>	12
3.4.2 <i>Layout</i>	16
BAB IV DESKRIPSI PEKERJAAN	22
4.1 Penjelasan Pekerjaan	22
4.2 <i>Brief</i>	22
4.3 Warna Perusahaan	23
4.4 Referensi	23
4.5 <i>Software</i>	24
4.6 Proses Perancangan Desain Media Marketing	24
4.6.1 <i>Konsep Besar</i>	24
4.6.2 <i>Konsep Desain feed Instagram Hari Natal</i>	25
4.6.3 <i>Proses Desain Feed instagram Tahun Baru</i>	27
4.6.4 <i>Proses Desain Feed instagram Alur Order Cetak</i>	29
4.6.5 <i>Proses Desain Feed instagram Ukuran Kertas A Series</i>	31
4.6.6 <i>Proses Desain Feed instagram jenis-jenis benda yang dapat di cetak</i>	33
BAB V KESIMPULAN & SARAN.....	38
5.1 Kesimpulan	38



5.2	Saran	38
	DAFTAR PUSTAKA.....	40



UNIVERSITAS
Dinamika

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 <i>Official color palette</i>	23
Gambar 4. 2 gambar yang dijadikan referensi	23
Gambar 4. 3 <i>Font arial</i>	24
Gambar 4. 4 <i>sketsa Desain</i>	25
Gambar 4. 5 Pembuatan Lembar Kerja.....	25
Gambar 4. 6 proses Desain <i>Feed</i>	26
Gambar 4. 7 <i>Final desain feed</i> instagram.....	26
Gambar 4. 8 proses desain <i>feed</i>	27
Gambar 4. 9 Pembuatan Lembar Kerja.....	27
Gambar 4. 10 proses desain <i>feed</i>	28
Gambar 4. 11 <i>Final Desain</i>	28
Gambar 4. 12 desain sketsa	29
Gambar 4. 13 Pembuatan Lembar Kerja.....	29
Gambar 4. 14 desain alur order	30
Gambar 4. 15 <i>Final desain</i>	30
Gambar 4. 16 <i>sketsa desain</i>	31
Gambar 4. 17 Pembuatan Lembar Kerja.....	31
Gambar 4. 18 Desain Ukuran Kertas	32
Gambar 4. 19 <i>Final desain</i>	32
Gambar 4. 20 Desain Sketsa.....	33
Gambar 4. 21 Lembar Kerja Baru.....	33
Gambar 4. 22 Desain jenis benda yang dapat dicetak	34
Gambar 4. 23 <i>final desain</i>	34
Gambar 4. 24 Implementasi Desain Natal.....	35
Gambar 4. 25 Implementasi Desain Tahun Baru	35
Gambar 4. 26 Implementasi Desain Alur Order.....	36
Gambar 4. 27 Implementasi Desain Ukuran Kertas <i>A Series</i>	36
Gambar 4. 28 implementasi desain jenis-jenis benda yang dapat di cetak.....	37

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Balasan Kerja Praktik Perusahaan.....	37
Lampiran 2 Form Kerja Praktik 5.....	38
Lampiran 3 Form Kerja Praktik 5.....	39
Lampiran 4 Form Kerja Praktik 6.....	40
Lampiran 5 Form Kerja Praktik 7.....	41
Lampiran 6 Kerja Praktik 7	42
Lampiran 7 Form Bimbingan Dosen	43
Lampiran 8 Biodata Penulis.....	44



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan zaman yang semakin maju dengan diiringi perkembangan teknologi yang semakin maju menjadikan era digital yang semakin canggih dengan fitur-fitur yang semakin unggul. Keunggulan teknologi yang semakin canggih menjadikan suatu kemudahan bagi kita semua untuk melakukan berbagai aktivitas melalui alat elektronik yang kita miliki. Keunggulan teknologi dibuat tidak hanya untuk menggantungkan bagi para pengguna, namun keuntungan juga didapatkan oleh para produsen yang mengutamakan alat elektronik sebagai alat penjualan. Sebagaimana besar produsen memanfaatkan teknologi utamanya media sosial sebagai alat untuk media promosi usaha yang dimiliki (Tasya Olivia 2022). Kemudahan dalam penggunaan alat elektronik dengan beberapa media sosial sebagai pelengkap menjadikan alat elektronik sebagai salah satu wadah yang dimanfaatkan oleh produsen dalam proses media promosi.

Media sosial yang menjadikan platform media promosi salah satunya yaitu bidang percetakan. Percetakan merupakan sebuah proses industri untuk memproduksi secara massal tulisan dan gambar, terutama dengan tinta di atas kertas menggunakan sebuah mesin cetak (Nabil, Ferdiansyah, and Harahap 2022). Lingkup kerja usaha dalam percetakan berkaitan dalam mencetak kertas, plastik, atau fleksi, kaca, dan lain-lain. Usaha percetakan merupakan sektor usaha industri kreatif yang cukup banyak jenisnya seperti, salon manual atau digital, digital printing, media cetak, *graphic design*, dan *advertising*. Jenis-jenis barang cetakan dan promosi seperti kartu nama atau *id card*, amplop. Map folder, *x-banner* atau *roll banner*, spanduk, reklame dan lain-lain.

Salah satu percetakan yang berfokus pada layanan cetak digital dengan teknologi modern adalah percetakan SMA *Digital Printing*. Percetakan SMA *Digital Printing* merupakan teknologi cetak *digital printing* dengan teknik

cetak yang dapat mencetak langsung dari file gambar atau teks berbasis digital. Percetakan SMA *Digital Printing* menggunakan media promosi melalui media sosial instagram sebagai alat promosi. Percetakan SMA *Digital Printing* menggunakan medi sosial instagram karena kemajuan teknologi pada setiap alat elektronik yang kita miliki dan cara penggunaan yang mudah.

Percetakan SMA *Digital Printing* memanfaatkan media sosial instagram karena memudahkan untuk menjadi media promosi. Promosi yang digunakan oleh percetakan SMA *Digital Printing* dengan memperjelas keunggulan yang ditawarkan oleh percetakan ini, seperti kualitas cetakan yang tinggi, waktu pengerjaan yang cepat, beragam pilihan produk dan layanan pelanggan yang responsif. Dalam perancangan konten media sosial promosi, ada beberapa hal yang perlu dipertimbangkan seperti tujuan promosi untuk meningkatkan kesadaran tentang layanan dan kemampuan percetakan SMA *Digital Printing* kepada konsumen.

Dengan memperhatikan semua faktor ini, perancangan konten media sosial promosi di percetakan SMA *Digital Printing* dapat membantu meningkatkan kualitas, menarik pelanggan dan memperkuat reputasinya di industri percetakan. Sehingga menjadikan percetakan SMA *Digital Printing* suatu perusahaan percetakan dengan kualitas baik dan hasil yang memuaskan.

1.2. Rumusan Masalah

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

“Bagaimana merancang konten media sosial promosi di SMA *Digital Printing*?”

1.3. Batasan Masalah

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

1. Perancangan berfokus pada akun *instagram* SMA *Digital Printing*.
2. Perancangan konten yang dirancang merupakan konten yang ada pada hari

natal, tahun baru, alur order, ukuran kertas, dan jenis-jenis orderan.

1.4. Tujuan Kerja Praktik

Dengan adanya konten untuk media sosial sebagai media promosi di SMA *Digital Printing*, diharapkan dapat menjadi penunjang promosi yang maksima. Serta dengan adanya kerja praktik ini diharapkan mahasiswa menjadikan pengalaman yang berguna sebagai pembelajaran dan bermanfaat ketika nantinya diterapkan dalam dunia kerja.

1.5. Manfaat

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

1.5.1. Manfaat Teoritis

Laporan kerja praktik dapat memberikan sumbangan pemikiran ilmiah terutama bagi mahasiswa Desain Komunikasi Visual khususnya dalam konten instagram bai perusahaan percetakan.

1.5.2. Manfaat Praktis

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

1.6. Pelaksanaan Kerja Praktik

a. Detai Perusahaan

Nama Perusahaan : SMA Digital Printing

Telepon : 0851-0311-5544

Tempat : Jl. Ngagel Timur IV NO.23, Pucang Sewu, Kec.Gubeng, Surabaya 60283

Email : prapenindah@gmail.com

b. Periode

Tanggal Pelaksanaan : 23 November s.d 23 Desember 2023

Waktu : Senin - Sabtu 08;00 – 17;00 WIB

1.7. Sistematika Penulisan

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

BAB 1 PENDAHULUAN

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

BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Dalam bab ini membahas tentang penjelasan mengenai gambaran umum SMA Digital Printing sebagai tempat pelaksanaan kerja praktik.

BAB III LANDASAN TEORI

Dalam bab ini membahas tentang teori dan konsep para ahli sebagai referensi dalam laporan kerja serta perancangan konten sebagai alat media promosi.

BAB IV DESKRIPSI PEKERJAAN

Dalam bab ini membahas secara detail tentang kegiatan yang telah dilaksanakan pada saat Kerja Praktik di SMA *Digital Printing*.

BAB V PENUTUP

Bab ini terdiri dari kesimpulan yang berisi ringkasan keseluruhan hasil dalam Laporan Kerja Praktik dan saran berisi beberapa masukan untuk permasalahan yang diangkat dalam Laporan Kerja Praktik ini.

DAFTAR PUSTAKA

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



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB II

GAMBARAN INSTANSI

2.1 Sejarah Perusahaan

SMA *Digital Printing* berdiri pada tahun 1984, berkedudukan di Surabaya, Jawa Timur. SMA *Digital Printing* telah 40 tahun lebih dalam bidang percetakan, berawal dari sistem *handpress* kemudian dikembangkan ke mesin *offset printing* sampai sekarang. SDM (Sumber Daya Manusia) yang dimiliki SMA *Digital Printing* yakni tenaga yang berpengalaman menangani bahan dan teknik produksi telah berpengalaman lebih dari 20 tahun di bidangnya.

2.2 Visi dan Misi SMA *Digital Printing*

A. Visi

Selalu berupaya menjadi perusahaan yang terpercaya, handal dan berdaya saing tinggi dengan memberikan pelayanan prima, berkualitas dan bertanggung jawab.

B. Misi

Menjaga dan meningkatkan kepuasan pelanggan dengan memberikan solusi jasa yang ekonomis dengan kualitas pelayanan terbaik.

2.3 Alamat dan Kontak SMA *Digital Printing*

Tempat : SMA Digital Printing

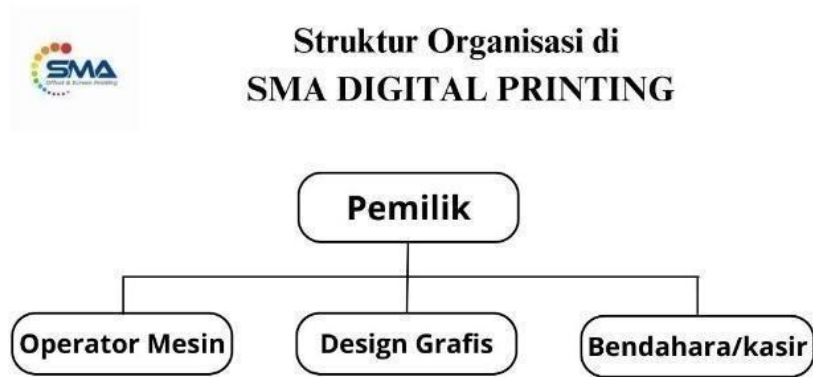
Alamat : Jl. Ngagel Timur IV No.23, Pucang Sewu Kecamatan Gubeng, Surabaya 60283

Phone : 0851-0311-5544

Email : prapenindah@gmail.com

2.4 Struktur Organisasi

Berikut ini adalah seluruh struktur organisasi dari SMA *Digital Printing* yaitu:



Gambar 2. 1 *struktur organisasi*

2.5 Lokasi SMA *Digital Printing*

SMA *Digital Printing* berlokasi di Jl. Ngagel Timur IV No.23, Pucang Sewu, Kec.Gubeng, Surabaya 60283



Gambar 2. 2 *Lokasi SMA Digital Printing*



Gambar 2. 3 Ruang cetak di SMA *Digital Printing*



Gambar 2. 4 Ruang cetak di SMA *Digital Printing*



BAB III LANDASAN TEORI

3.1 Media Promosi

Media promosi adalah sarana yang digunakan untuk promosi. Ada banyak jenis media promosi yang berkembang saat ini, mulai dari media konvensional sampai media tidak konvensional. Media promosi yang paling tua adalah dari mulut ke mulut. Promosi ini banyak dijumpai di zaman dahulu karena belum banyak media promosi yang maju seperti saat ini. Contoh media promosi lainnya adalah brosur, *leaflet*, *flyer*, *poster*, *billboard*, iklan di koran, televisi, gelas, jam dinding, kartu nama, *sticker*, dan lain sebagainya (Amaliah, Fianto, and Yosep 2015).

3.2 Media Sosial

Menurut Kotler dan Keller media sosial adalah sarana dimana konsumen dapat berbagi informasi teks, gambar, audio dan video di antara mereka dengan perusahaan dan sebaliknya. Peran jejaring sosial dalam meningkatkan bisnis semakin diakui, media sosial memungkinkan perusahaan untuk mengubah cara berkomunikasi dengan pelanggan, memasarkan produk, layanan dan berinteraksi satu sama lain dengan pelanggan untuk membangun hubungan yang baik (Mahmudah and Rahayu 2020). Media sosial digunakan untuk mempromosikan produk. Dengan membagikan postingan atau video pendek, dapat menarik konsumen yang sesuai dengan target pasar.

3.2.1 Instagram

Instagram adalah salah satu media sosial yang dapat dimanfaatkan sebagai media pemasaran. Melalui Instagram produk barang/jasa yang ditawarkan dengan mengupload foto atau video singkat, sehingga para calon konsumen dapat melihat jenis-jenis barang/jasa yang ditawarkan.

1. Feeds Instagram

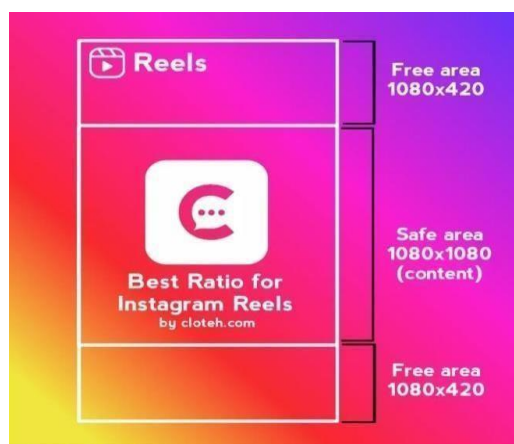
Feeds merupakan salah satu fitur yang dimiliki oleh Instagram untuk menampilkan foto atau video yang diunggah oleh pengguna Instagram ke bagian profil dengan menampilkan konten yang bersusun.



Gambar 3. 1 *feed* Instagram
(Sumber : bhinneka.com)

2. Reels Instagram

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



Gambar 3. 2 rasio & ukuran *reels* Instagram

(Sumber : cloteh.com)

3. Story Instagram

Instastory merupakan salah satu fitur instagram yang memungkinkan penggunanya untuk membagikan foto atau video yang akan terhapus secara otomatis dalam waktu 24 jam. Di dalam fitur *instastory* juga memiliki efek-efek yang dapat menghibur para penggunanya.



Gambar 3. 3 rasio & ukuran *story instagram*

(Sumber : iteachandroid.com)

3.3 Percetakan

Percetakan adalah sebuah proses industri untuk memproduksi secara massal atau bersamaan berupa tulisan dan gambar dengan tinta diatas kertas yang menggunakan mesin cetak (Hakim et al. 2017)

Terdapat beberapa macam percetakan, yaitu:

1. *Offset Printing*

Offset Printing merupakan percetakan yang digunakan untuk cetak massal seperti buku, brosur, dan kemasan. Cara ini menggunakan prinsip dasar bahwa tinta tidak diaplikasikan secara langsung pada bahan cetak (seperti kertas) melainkan melalui *roller* dan *silinder*.

2. *Digital Printing*

Digital Printing merupakan metode percetakan yang menggunakan teknologi digital untuk mentransfer gambar dari file komputer ke media cetak.

3. *Screen Printing*

Screen Printing merupakan metode pencetakan dimana tinta diterapkan ke media cetak melalui layar yang di tenun.

3.4 Unsur-Unsur *Desain*

Unsur *desain* merupakan susunan elemen dasar yang membentuk dasar dari setiap karya *desain*. Berikut adalah beberapa unsur desain:

3.4.1 *Tipografi*

Tipografi adalah teknik menyusun huruf huruf dan teks dalam suatu kreasi visual menjadi sedemikian rupa sehingga muda untuk dibaca dan menarik untuk dilihat. Peran dari tipografi adalah untuk mengkomunikasikan ide atau informasi dari halaman tersebut ke pengamat. Secara tidak sadar manusia selalu berhubungan sengan tipografi setiap hari, setiap saat. Pada merek dagang komputer yang kita gunakan, koran atau majalah yang kita baca, label pakain yang kita kenakan, dan masih banyak lagi. Hampir semua hal yang berhubungan denagn desain komunikasi visual mempunyai unsur tipografi di dalamnya. Kurangnya peerhatian pada tipografi dapat mempengaruhi desain yang indah menjadi kurang atau tidak komunikatif (Priscilia Yunita Wijaya 1999). Menurut (Priscilia Yunita Wijaya 1999) tipografi bagi 3 jenis, yaitu kelompok huruf, spasi huruh dan ukuran huruf.

1. **Kelompok Huruf**

a. *Serif*

Serif merupakan jenis huruf yang memberikan kesan formal, elegan dan canggih dengan garis dengan ujung meruncing dan garis tebal tipis yang kuat.



Gambar 3. 4 *Serif*

b. *Sans Serif*

Sans serif merupakan jenis kelompok huruf yang memiliki Kesan kuat, stabil, dan tegas dengan bentuk garis huruf yang sama tebal.



Gambar 3. 5 *Sans Serif*

c. *Script*

Script merupakan jenis huruf yang memiliki kesan akrab, berirama, dan indah dengan bentuk garisan yang menyerupai tulisan buatan tangan.



Gambar 3. 6 *Script*

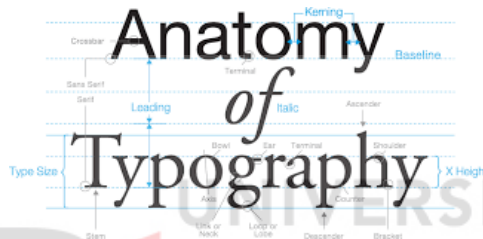
(Sumber : Freepik.com)

2. Spasi Huruf

Penggunaan spasi antar huruf berperan penting dalam tipografi guna untyuk meningkatkan keterbacaan suatu kalimat atau urutan huruf. Spasi mempertimbangkan toleransi format antar huruf dan kalimat agar proorsional untuk kemudahan dalam pembacaan.

3. Ukuran Huruf

Ukuran huruf biasanya ditentukan oleh jenis paragrafdan ukuran ruang dan target audiens. Penelitian yang baik dirancang untuk menyajikan informasi dengan cara yang mudah untuk dipahami

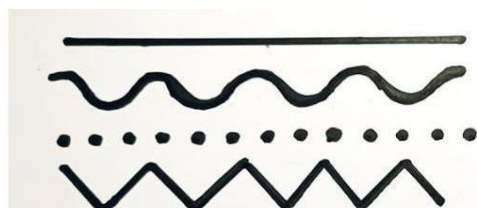


Gambar 3. 7 Cara Pemakaian Tipografi

(sumber : wordpress.com)

4. Garis (*line*)

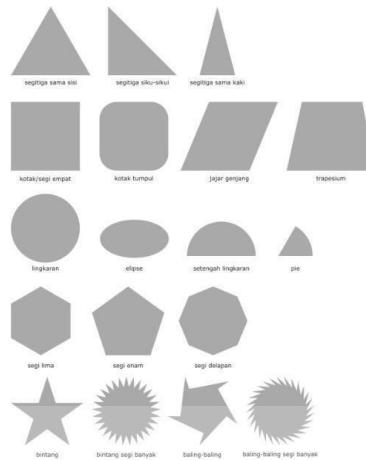
Garis adalah elemen dasar yang membentuk segala bentuk. Di dalam dunia komunikasi visual garis memiliki berbagai jenis seperti tebal, tipis, panjang, pendek, lurus, putu-putus, horizontal, dan vertikal.



Gambar 3. 8 Garis

5. Bentuk (*shape*)

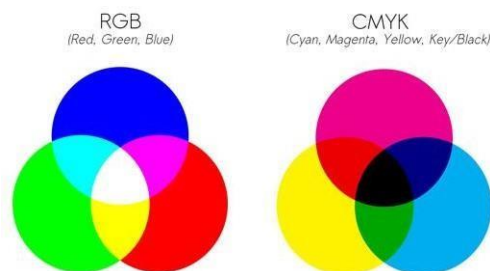
Bentuk adalah suatu bidang yang mempunyai diameter, tinggi, dan lebar. Bentuk dasar yang diketahui oleh manusia adalah persegi, lingkaran dan segitiga.



Gambar 3. 9 Bentuk (*shape*)

6. Warna

Warna merupakan elemen penting dalam objek desain, karena dengan warna orang dapat menampilkan identitas, menyampaikna pesan dan membedakan sifat dari bentuk visual denagn jelas. Warna dibedakan menjadi dua yaitu warna yang ditimbulkan karena sinar (*Addictive color/RGB*) dan warna yang tercipta dari tinta atau unsur warna (*Substractive color/CMYK*).



Gambar 3. 10 Pallet warna

7. Tekstur

Tekstur adalah tampilan permukaan (corak) dari suatu benda yang dapat dinilai dengan cara melihat dan menyentuh. Tekstur sering dikategorikan sebagai corak dari suatu permukaan benda, misalnya permukaan kayu, karpet dan cat canva.

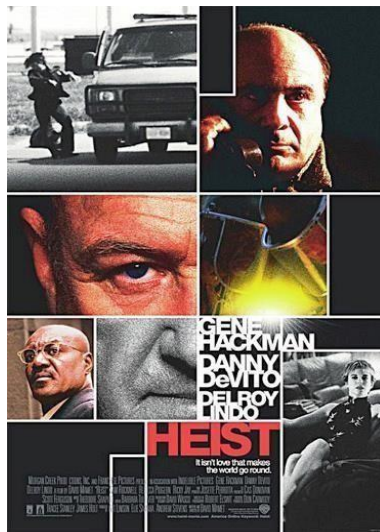
3.4.2 *Layout*

Layout atau tata letak adalah suatu kegiatan menyusun, mengatur dan memadukan unsur komunikasi grafis (teks, gambar, Tabel dll) menjadi komunikasi visual yang komunikatif, estetik dan menarik (Gumelar 2014) .

Tujuan utama layout adalah menampilkan elemen-elemen gambar dan teks agar menjadi komunikatif dalam sebuah cara yang dapat memudahkan pembaca menerima informasi yang disajikan.

Menurut (Syamsul Arifin 2023) Layout memiliki beberapa macam jenis, antara lain sebagai berikut :

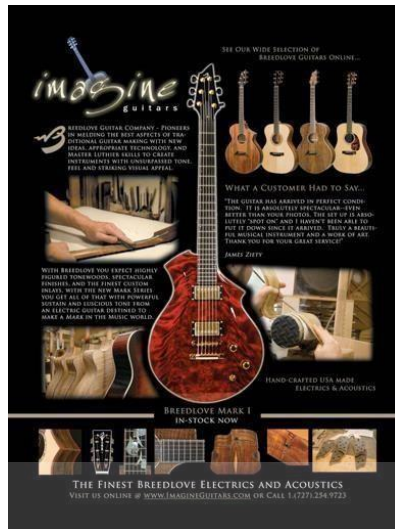
- a. ***Mondrian Layout***, memiliki desain yang mengacu pada karya Piet Mondrian, yang memiliki desain yang asimetris, menggunakan warna dasar merah, kuning, biru serta garis hitam sebagai pemisah antar ruang, unsur gambar ditempatkan dalam bidang segi empat.



Gambar 3. 11 *Mondrian Layout*

(Sumber : *wordpress.com*)

- b. *Axial Layout*, tata letak aksial menampilkan visual yang cukup kuat. Fokus utama dari layout jenis ini berada di tengah halaman. Kemudian, elemen pendukung diletakkan disisi kanan dan kiri.



Gambar 3. 12 *Axial layout*
(Sumber : wordpress.com)

- c. *Picture Window Layout*, elemen utama dari jenis ini adalah tampilan gambar dengan ukuran besar dengan penggunaan porsi teks yang tidak terlalu banyak. Pada *layout* ini biasanya digunakan untuk membuat desain brosur atau media promosi lainnya. Jika menggunakan *layout* ini maka harus memperhatikan porsi tulisan atau teks. Porsi teks dalam *picture window layout* tidak terlalu banyak.



Gambar 3. 13 *Picture Window Layout*
(Sumber : wordpress.com)

- d. **Big Type Layout**, tata letak pada *layout* ini menggunakan *font* dengan ukuran besar sebagai elemen utamanya. Sedangkan jika ada gambar lain yang menyertai, maka fungsinya hanya menjadi unsur pendukung saja. *Layout* ini memfokuskan judul dan huruf pertama dalam suatu kalimat atau pesan utama dari iklan.



Gambar 3. 14 *Big Type Layout*

(Sumber : wordpress.com)

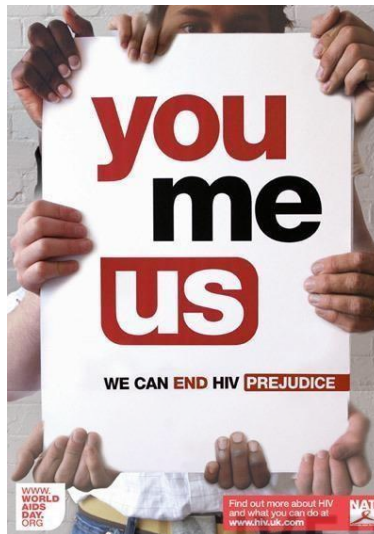
- e. **Silhouette Layout**, tata letak yang terinspirasi dari karya fotografi atau ilustrasi yang menyoroti bentuk bayangan dari suatu objek. Visual jenis *layout* bisa berupa ilustrasi warna, teks hingga pembiasan warna halus. Mayoritas desainer menggunakan nuansa retro dan klasik ketika membuat karya desain.



Gambar 3. 15 *Silhouette Layout*

(Sumber : wordpress.com)

- f. **Frame Layout**, tata letak yang dimana teks dan gambar diletakkan di dalam sebuah *frame* atau bingkai. *frame layout* biasanya digunakan untuk membuat desain surat undangan, iklan, poster dan lain-lain. ini karena *frame layout* memiliki kesan rapi, seimbang dan teratur.



Gambar 3. 16 *Frame Layout*

(Sumber : *wordpress.com*)

- g. **Circus Layout**, memiliki tata letak yang tidak terikat pada hal apapun. Dengan komponen atau elemen desain yang tidak beraturan. *Layout* ini cocok untuk meluapkan ekspresi yang ramai, kesibukan atau bahkan kekacauan. *Layout* ini biasanya digunakan untuk membuat majalah sekolah, poster pameran, poster konser dan lain-lain yang memiliki kesan energik.



Gambar 3. 17 *Circus Layout*

(Sumber : *wordpress.com*)

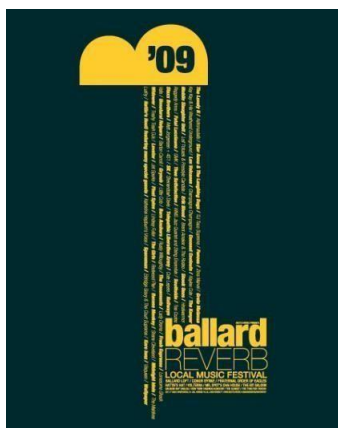
h. Rebus Layout, pada *layout* ini gambar dan tulisan saling terkait dan terjalin. Kesan yang ditimbulkan desain ini adalah unik, menawan dan bahkan `bercitra`.



Gambar 3. 18 *Rebus Layout*

(Sumber : *wordpress.com*)

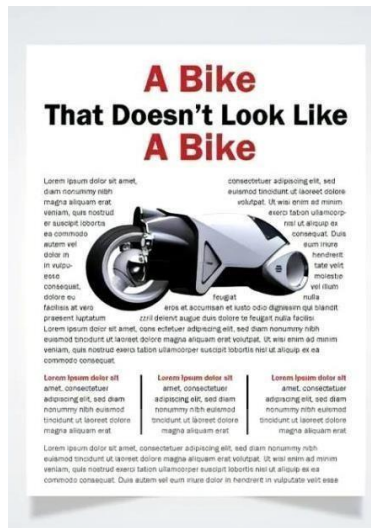
i. Type Speciment Layout, pada *layout* ini berfokus pada desain huruf dan tipografi. Biasanya menampilkan beragam jenis huruf yang ditampilkan dengan cara menarik dan kreatif. *Layout* memperlihatkan keindahan dan karakteristik dari setiap jenis huruf. Pemilihan warna yang tepat juga penting untuk menampilkan pesan utama dan pesan pendukung pada karya desain.



Gambar 3. 19 *Type Speciment Layout*

(Sumber : *wordpress.com*)

j. **Copy Heavy Layout**, pada *layout* ini memiliki konsentrasi pada pengaturan huruf. Dengan visualnya didominasi oleh teks atau copy. *Layout* ini lebih mengedepankan berita atau isi di dalam artikel daripada gambar. Keberadaan gambar hanya sebagai elemen pendukung saja.



Gambar 3. 20 *Copy Heavy Layout*

(Sumber : <https://www.gamelab.id>)



BAB IV DESKRIPSI PEKERJAAN

4.1 Penjelasan Pekerjaan

Kegiatan kerja praktik yang dilakukan oleh SMA *Digital Printing* sebagai desain grafis untuk perancangan konten promosi. Desain grafis mengembangkan tugas sebagai pembuat desain media visual yang nantinya akan di unggah pada media sosial instagram. Pembuatan desain media visual ini dilakukan sesuai *brief* yang telah dibuat oleh perusahaan.

4.2 Brief

Brief adalah pendekatan komunikasi yang dilakukan secara antar muka untuk menggali informasi tentang perusahaan. *Brief* berperan sebagai acuan atau landasan dalam pembuatan desain yang dibuat.

Berikut *brief* yang diberikan oleh penyelia kepada penulis saat melakukan kerja praktik :

1. Desain *feed instagram* untuk memperingati natal.
2. Desain *feed instagram* untuk perayaan tahun baru 2024
3. Desain alur order cetak.
4. Desain ukuran kertas *A series*.
5. Desain jenis-jenis benda yang dapat dicetak

4.3 Warna Perusahaan

Pewarnaan yang digunakan dalam desain sosial media di SMA *Digital Printing* yaitu menggunakan *color palette* yang telah disediakan oleh perusahaan dengan tujuan agar desain yang dibuat memiliki konsistensi dalam segi desainnya.



Gambar 4. 1 *Official color palette*

4.4 Referensi

Pencarian referensi merupakan bagian dalam perancangan karya yang akan dibuat. Pada tahap ini penulis mencari referensi untuk pembuatan konten baru dengan membutuhkan sebuah inspirasi serupa konten yang mirip tetapi dikembangkan sesuai keinginan penulis.



Gambar 4. 2 gambar yang dijadikan referensi

4.5 Software

Setelah referensi sudah ditentukan dan dikembangkan, *software* yang digunakan dalam pembuatan perancangan karya sebagai media pendukung agar dapat mempermudah penulis dalam pembuatannya. *Software* yang digunakan ialah *Software Coraldraw*. *Coraldraw* merupakan *software* yang penulis gunakan untuk perancangan desain dari pewarnaan, penataan *layout*, pemilihan tipografi dan *finishing*.

4.6 Proses Perancangan Desain Media Marketing

Pembuatan desain promosi SMA *Digital Printing* desain *feeds* instagram, hari natal, Tahun baru, order cetak, ukuran kertas *A series* dan jenis jenis benda yang dapat dicetak. Menggunakan konsep besar yang telah tersusun rapi oleh penulis mulai dari tipografi, *software* dan *final desain*.

4.6.1 Konsep Besar

a. Tipografi

Font yang digunakan dalam pembuatan desain sosial media promosi di SMA *Digital Printing*, yaitu menggunakan *font* yang telah di tintukan oleh perusahaan yaitu *Font Arial*. *Font Arial* termasuk jenis tipografi huruf *sans serif*.

Arial aaaa

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789 **01234567890**

Gambar 4. 3 *Font arial*

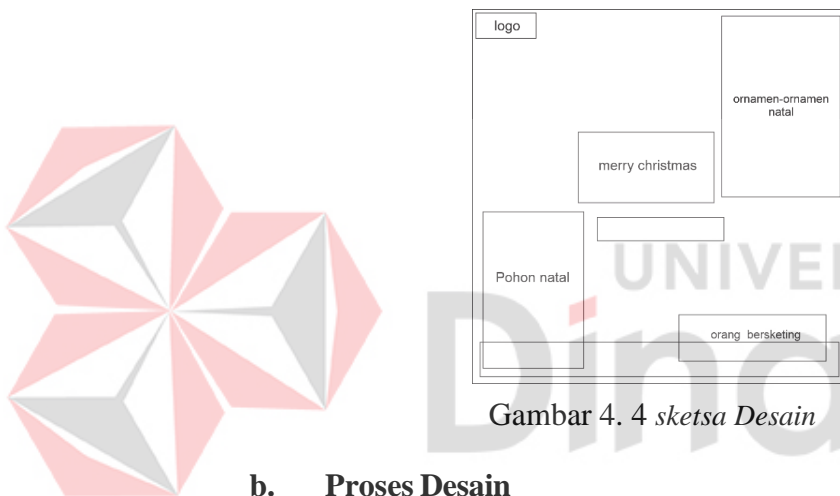
(sumber : designworkplan.com)

4.6.2 Konsep Desain *feed* Instagram Hari Natal

Pembuatan desain *feed* instagram dari sketsa *digital*, pembuatan alternatif, desain terpilih dan final.

a. Sketsa Desain

Pembuatan sketsa *digital* ini penulis membuat sketsa secara digital yang nantinya akan diasistensikan kepada penyelia untuk dipilih sesuai. Desain yang digunakan menggunakan ornamen-ornamen yang terdapat pada hari natal.



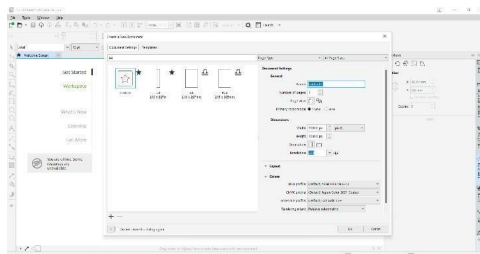
Gambar 4. 4 sketsa Desain

b. Proses Desain

Berikut merupakan proses desain dalam perancangan *feed* instagram untuk konten media sosial instagram.

1. Membuat Lembar Kerja Baru

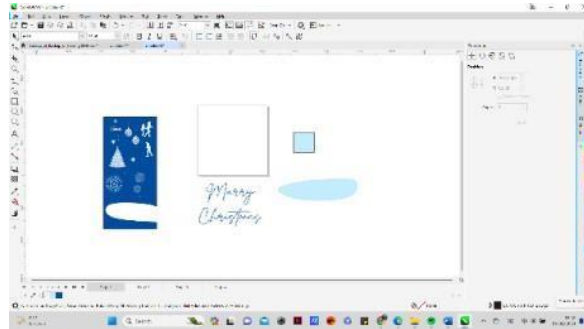
Langkah pertama adalah membuat lembaran baru di *CoralDraw*. Disini penulis menggunakan ukuran 1080px X 1080px.



Gambar 4. 5 Pembuatan Lembar Kerja

2. Memulai Desain Sesuai Konten yang Diberikan

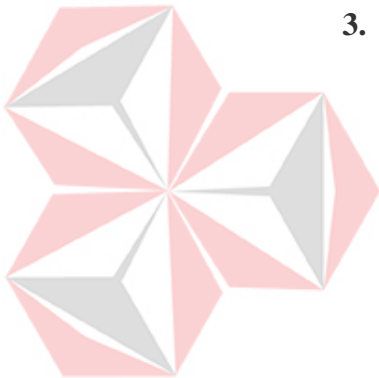
Langkah kedua yaitu memulai pengerjaan desain. Desain dikerjakan sesuai konten yang sudah diberikan pada *brief*



Gambar 4. 6 proses Desain *Feed*

3. Final Desain

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

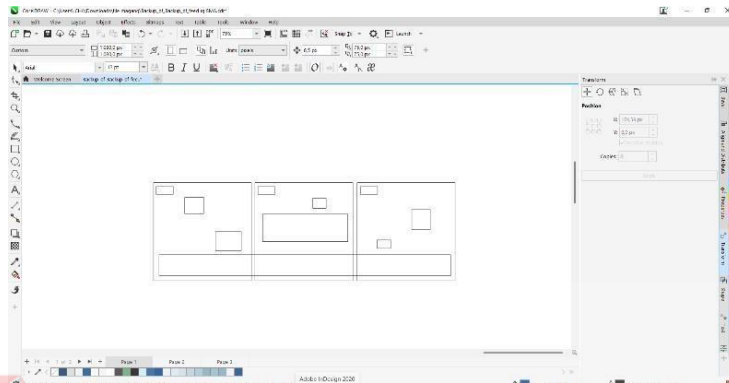


Gambar 4. 7 Final desain *feed* instagram

4.6.3 Proses Desain Feed instagram Tahun Baru

a. Sketsa Desain

Pembuatan sketsa digital ini penulis membuat sketsa secara *digital* yang nantinya akan diasistensikan kepada penyelia untuk dipilih sesuai. Desain yang digunakan menggunakan ornamen-ornamen pada tahun baru.



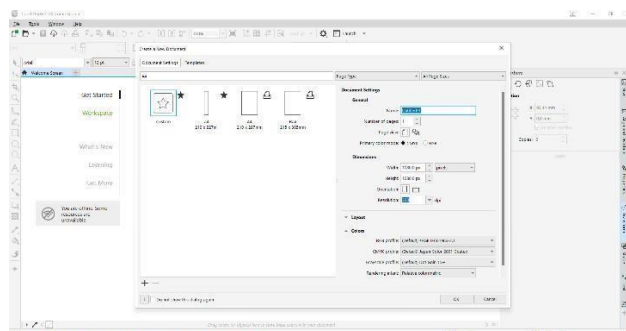
Gambar 4. 8 proses desain *feed*

b. Proses desain

Berikut merupakan proses desain dalam perancangan *feed* instagram untuk media sosial SMA *Digital Printing*.

1. Membuat Lembar Kerja Baru

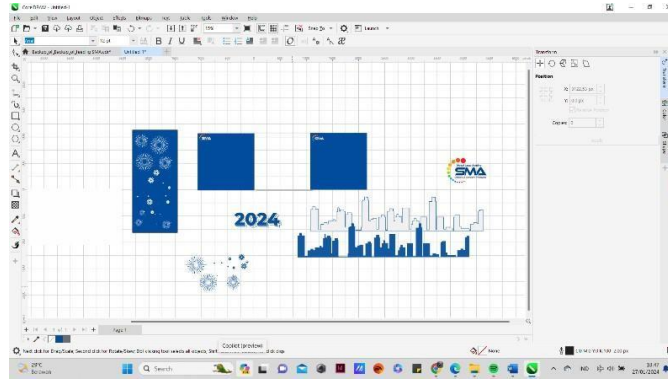
Langkah pertama adalah membuat lembaran baru di *CoralDraw*. Disini penulis menggunakan ukuran 1080px x 1080px.



Gambar 4. 9 Pembuatan Lembar Kerja

2. Memulai Desain Sesuai Konten yang Diberikan

Langkah kedua yaitu memulai pengerjaan desain. Desain dikerjakan sesuai konten yang sudah diberikan pada *brief*.



Gambar 4. 10 proses desain *feed*

3. Final Desain

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

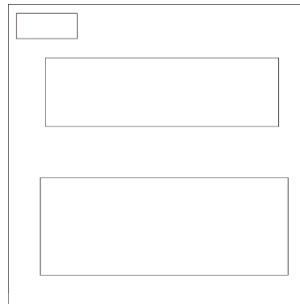


Gambar 4. 11 Final Desain

4.6.4 Proses Desain *Feed* instagram Alur Order Cetak

a. Sketsa Desain

Pembuatan sketsa digital ini penulis membuat sketsa secara digital yang nantinya akan diasistensikan kepada penyelia untuk dipilih sesuai. Desain yang digunakan menggunakan ornamen-ornamen yang berkaitan dengan alur order cetak.



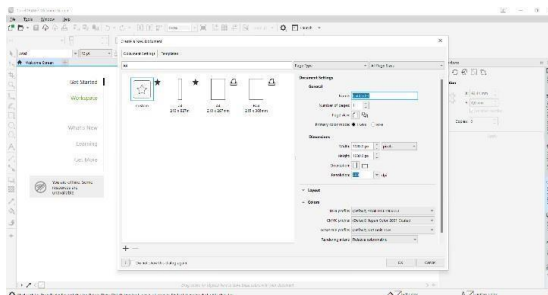
Gambar 4. 12 desain sketsa

b. Proses desain

Berikut merupakan proses desain dalam perancangan feed instagram untuk media sosial SMA *Digital Printing*.

1. Membuat Lembar Kerja Baru

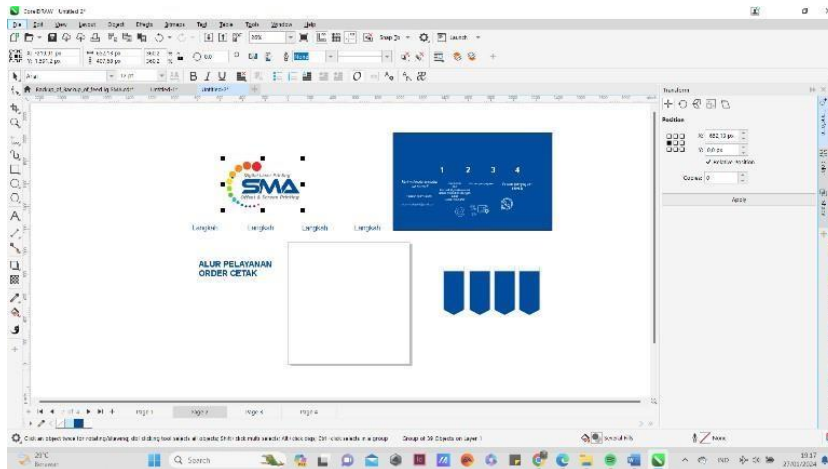
Langkah pertama adalah membuat lembaran baru di *CoralDraw*. Disini penulis menggunakan ukuran 1080px x 1080px.



Gambar 4. 13 Pembuatan Lembar Kerja

2. Memulai Desain Sesuai Konten yang Diberikan

Langkah kedua yaitu memulai pengerjaan desain. Desain dikerjakan sesuai konten yang sudah diberikan pada *brief*.



Gambar 4. 14 desain alur order

3. Final Desain

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

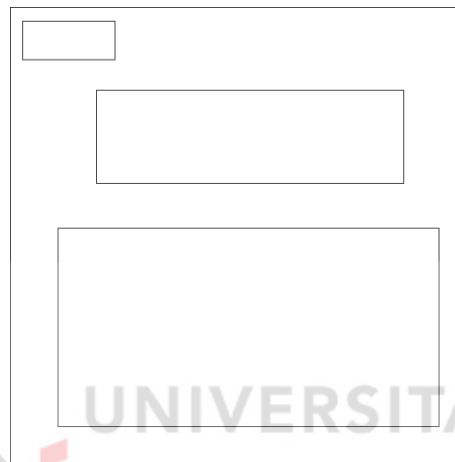


Gambar 4. 15 Final desain

4.6.5 Proses Desain Feed instagram Ukuran Kertas A Series

a. Sketsa Desain

Pembuatan sketsa digital ini penulis membuat sketsa secara digital yang nantinya akan diasistensikan kepada penyelia untuk dipilih sesuai. Desain yang digunakan menggunakan ornamen- ornamen yang berkaitan dengan ukuran kertas A Series.



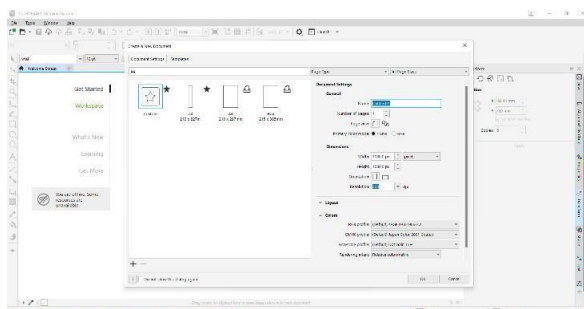
Gambar 4. 16 sketsa desain

b. Proses desain

Berikut merupakan proses desain dalam perancangan feed instagram untuk media sosial SMA *Digital Printing*.

1. Membuat Lembar Kerja Baru

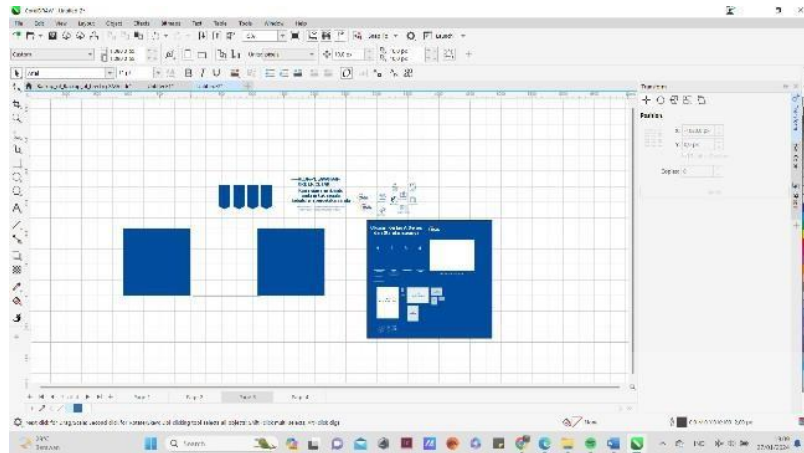
Langkah pertama adalah membuat lembaran baru di *CoralDraw*. Disini penulis menggunakan ukuran 1080px x 1080px.



Gambar 4. 17 Pembuatan Lembar Kerja

2. Memulai Desain Sesuai Konten yang Diberikan

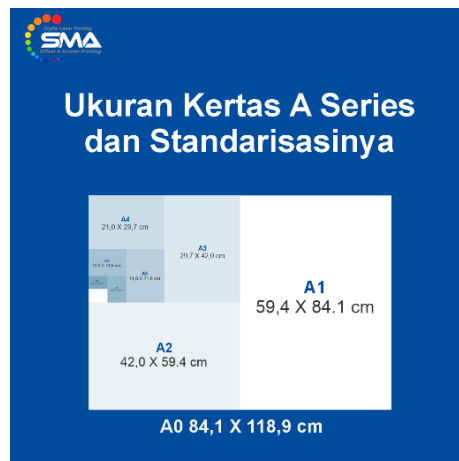
Langkah kedua yaitu memulai pengerjaan desain. Desain dikerjakan sesuai konten yang sudah diberikan pada *brief*.



Gambar 4. 18 Desain Ukuran Kertas

3. Final Desain

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

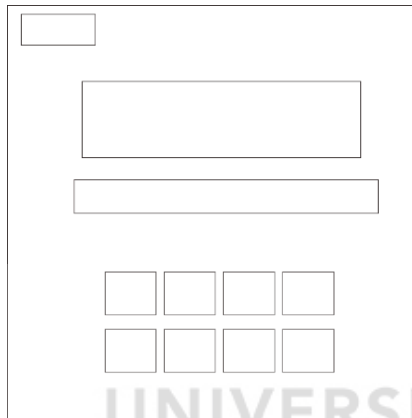


Gambar 4. 19 Final desain

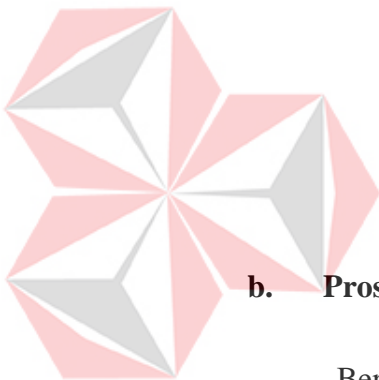
4.6.6 Proses Desain Feed instagram jenis-jenis benda yang dapat di cetak

a. Sketsa Desain

Pembuatan sketsa digital ini penulis membuat sketsa secara digital yang nantinya akan diasistensikan kepada penyelia untuk dipilih sesuai. Desain yang digunakan menggunakan ornamen-ornamen yang berkaitan dengan jenis benda yang dapat di cetak.



Gambar 4. 20 Desain Sketsa

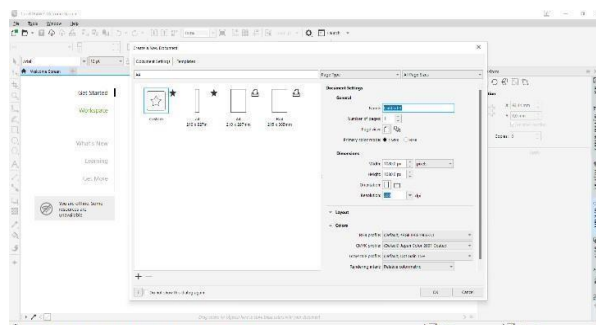


b. Proses desain

Berikut merupakan proses desain dalam perancangan feed instagram untuk media sosial SMA *Digital Printing*.

1. Membuat Lembar Kerja Baru

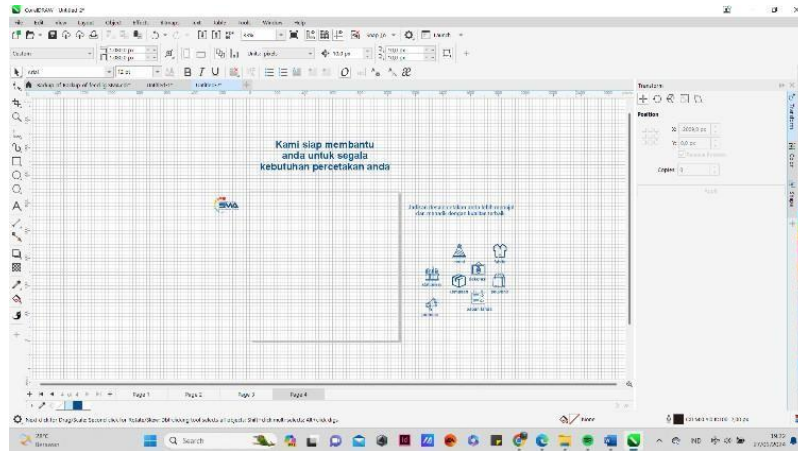
Langkah pertama adalah membuat lembaran baru di *CoralDraw*. Disini penulis menggunakan ukuran 1080px x 1080px.



Gambar 4. 21 Lembar Kerja Baru

2. Memulai Desain Sesuai Konten yang Diberikan

Langkah kedua yaitu memulai pengerjaan desain. Desain dikerjakan sesuai konten yang sudah diberikan pada *brief*.



Gambar 4. 22 Desain jenis benda yang dapat dicetak

3. Final Desain

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



Gambar 4. 23 final desain

4.5 Implementasi Pada Sosial Media

Setelah dilakukan perancangan yang dimulai dari *sketch desain* dan *final desain*. hasil desain akan di implementasikan sebagai berikut.

1. Desain Natal



Gambar 4. 24 Implementasi Desain Natal

5 orang melihat *feeds* tersebut

2. Desain Tahun Baru



Gambar 4. 25 Implementasi Desain Tahun Baru

Diposting pada tanggal 9 Januari 2024

5 orang melihat *feeds* tersebut

3. Desain Alur Order Cetak



Gambar 4. 26 Implementasi Desain Alur Order

Diposting pada tanggal 25 Januari 2024

5 orang melihat *feeds* tersebut

4. Desain Ukuran Kertas A Series



Gambar 4. 27 Implementasi Desain Ukuran Kertas A Series

Diposting pada tanggal 25 Januari 2024

5 orang melihat *feeds* tersebut

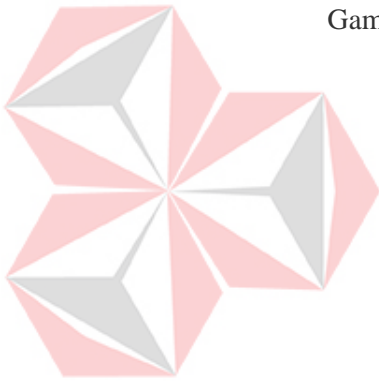
5. Desain jenis-jenis benda yang dapat di cetak



Gambar 4. 28 implementasi desain jenis-jenis benda yang dapat di cetak

Diposting pada tanggal 25 Januari 2024

5 orang melihat *feeds* tersebut



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB V

KESIMPULAN & SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pengalaman selama melaksanakan kerja praktik di SMA *Digital Printing* sebagai desain marketing, perancangan konten media sosial dan mempromosikan produk dari percetakan. Dengan memanfaatkan media sosial instagram sebagai tempat promosi produk percetakan dengan konten yang sesuai dengan arahan dan citra dari perusahaan. Dengan menggunakan fitur instagram atau *feed* dapat memasarkan produk percetakan sesuai dengan target yang diinginkan. Maka dapat disimpulkan beberapa hal dengan mengetahui bagaimana sistem promosi produk berjalan, menambah ilmu dan wawasan tentang dunia percetakan dan promosi, mengetahui tata cara kerja dalam sebuah *tim*. Dapat menerapkan ilmu yang *yang* telah didapat pada pengajaran yang ada di perkuliahan. Setiap perusahaan mempunyai identitas warna, tipografi dan lain- lainnya. Mendapat *brief*, asistensi dan revisi. Konsep yang disesuaikan dengan produk, target pasar dan event maupun hari besar lainnya.

5.2 Saran

Adapun beberapa konten yang dibagikan di media sosial dengan mencerminkan nilai dan kualitas layanan SMA *Digital Printing*, dengan tetap konsisten dalam jadwal posting dan membangun ekspektasi dari pengikut. Hal ini membantu menciptakan kehadiran yang konsisten di platform media sosial. Gunakan gambar atau video berkualitas tinggi untuk menampilkan produk dan layanan cetak. Visualisasi yang baik dapat membantu calon pelanggan lebih memahami potensi dan kualitas cetakan yang ditawarkan dan fokus pada promosi dan keunggulan SMA *Digital Printing*. Bagikan testimoni pelanggan, proyek sukses, atau keunggulan

teknologi yang dimiliki percetakan. Dengan menerapkan saran-saran di atas, SMA *Digital Printing* dapat memaksimalkan potensi media sosial sebagai alat promosi yang efektif. Selain itu, interaksi yang baik dan konten yang menarik akan membantu membangun citra positif dan memperluas pengaruhnya di dunia *digital*.



UNIVERSITAS
Dinamika

DAFTAR PUSTAKA

- Amaliah, Norma, Achmad Yanu Alif Fianto, and Sigit Prayitno Yosep. 2015. "Perancangan Media Promosi Pt Petronika Sebagai Upaya Pembentukan Citra Perusahaan." *Jurnal Art Nouveau* 4 (1): 133–43. <https://jurnal.dinamika.ac.id/index.php/ArtNouveau/article/view/768/0>.
- Gumelar, Rangga Galura. 2014. "Layout Majalah Sebagai Sebuah Cerminan Identitas Pembaca Studi Kasus Layout Majalah Cosmopolitan Dan Aneka Yes." *Jurnal Komunikasi* 2 (3): 51. <https://ejournal.lppmunsera.org/index.php/LONTAR/article/view/341/385>.
- Hakim, Nuky Kurnia, Choirul Anam, Jurusan Desain Produk, Institut Teknologi, and Adhi Tama. 2017. "Desain Workstation Modular Untuk Area Produksi."
- Mahmudah, Siti Muslichatul, and Muthia Rahayu. 2020. "Pengelolaan Konten Media Sosial Korporat Pada Instagram Sebuah Pusat Perbelanjaan." *Jurnal Komunikasi Nusantara* 2 (1): 1–9. <https://doi.org/10.33366/jkn.v2i1.39>.
- Nabil, Faiqi, Hendra Praditya Ferdiansyah, and Ahmad Taufiq Harahap. 2022. "Evaluasi Proses Manajemen Sistem Pada Usaha Percetakan Di Kota Semarang." *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis* 4 (1): 47–54. <https://doi.org/10.47233/jteksis.v4i1.343>.
- Priscilia Yunita Wijaya. 1999. "Tipografi Dalam Desain Komunikasi Visual." *Nirmana* 1 (1): 47–54. <http://puslit2.petra.ac.id/ejournal/index.php/dkv/article/view/16040>.
- Syamsul Arifin. 2023. "12 Jenis Layout Untuk Desain Grafis Dan Media Cetak." 2023. <https://www.gamelab.id/news/2319-12-jenis-layout-untuk-desain-grafis-dan-media-cetak-lengkap-dengan-gambar>.
- Tasya Olivia. 2022. "Media Sosial Digunakan Sebagai Media Promosi." 2022. <https://kumparan.com/tasyaolivia1001/media-sosial-digunakan-sebagai-media-promosi-1yPorN4XNAY>.

Lampiran 8 Biodata Penulis

Nama : Maritza Noura Aulia
Tempat Lahir : Surabaya
Tanggal Lahir : 10 Maret 2002
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Pekerjaan : Pelajar/mahasiswa
Kewarganegaraan : WNI
Alamat : Gajah Mada Sekolahan, Surabaya
Telepone : 081357080923
Email : maritzanoura2002@gmail.com
Riwayat pendidikan : 2008 - 2014 SDN Sawunggaling VIII
2014 - 2017 SMPN 21 Surabaya
2017 - 2020 SMA Bhayangkari 1 Surabaya
2020 - Sekarang S1 Desain Komunikasi Visual



UNIVERSITAS
Dinamika

Universitas Dinamika Surabaya