



**PERENCANAAN KONTEN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI
PADA PT TIGA DINAMIKA SOLUSI INDONESIA**

LAPORAN KERJA PRAKTIK



**Program Studi
S1 Desain Komunikasi Visual**

**UNIVERSITAS
Dinamika**

Oleh:

NOVENTINA MARIA ANDINI KUSUMANINGTYAS

21420100017

FAKULTAS DESAIN DAN INDUSTRI KREATIF

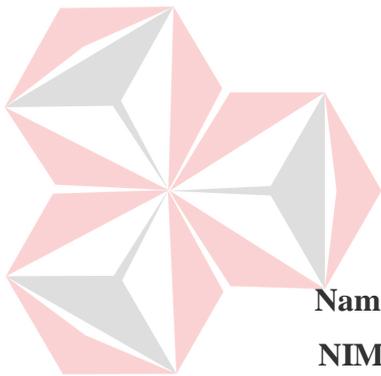
UNIVERSITAS DINAMIKA

2024

**PERENCANAAN KONTEN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI PADA
PT TIGA DINAMIKA SOLUSI INDONESIA**

LAPORAN KERJA PRAKTIK

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan
Mata Kuliah Kerja Praktik



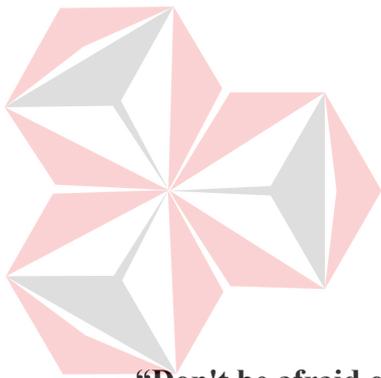
Disusun Oleh :

Nama : Noventina Maria Andini Kusumaningtyas
NIM : 21420100017
Program : S1 (Strata Satu)
Jurusan : Desain Komunikasi Visual

**FAKULTAS DESAIN DAN INDUSTRI KREATIF
UNIVERSITAS DINAMIKA**

2024

LEMBAR MOTTO



UNIVERSITAS
Dinamika

“Don't be afraid of life. Believe that life is worth living, and your belief will help create the fact. ” - William James

LEMBAR PERSEMBAHAN



UNIVERSITAS
Dinamika

Laporan kerja praktik ini saya persembahkan dengan penuh rasa syukur dan hormat, saya ingin menyampaikan penghargaan kepada bapak ibu dosen dan semua orang yang sudah kontribusi untuk memberikan saya semangat dan motivasi.

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN

PERENCANAAN KONTEN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI PADA PT TIGA DINAMIKA SOLUSI INDONESIA

Laporan Kerja Praktik Oleh:

Noventina Maria Andini Kusumaningtyas

NIM. 21420100017

Telah diperiksa, diuji, dan disetujui

Surabaya, 16 Juli 2024

Dosen Pembimbing

Penyelia



Dr. Muh. Bahruddin, S.Sos., M.Med.Kom.

NIDN. 0704017701



Susan Septibagio

Mengetahui

Ketua Progam Studi

S1 Desain Komunikasi Visual



Fakultas Desain dan Industri Kreatif
UNIVERSITAS
Dinamika

Dhika Yuan Yurisma, M.Ds.

NIDN. 0720028701

LEMBAR PERNYATAAN

PERNYATAAN

PERSETUJUAN PUBLIKASI DAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Sebagai mahasiswa Universitas Dinamika, Saya :

Nama : Noventina Maria Andini Kusumaningtyas

NIM : 21420100017

Program Studi : S1 Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Fakultas Desain dan Industri Kreatif

Jenis Karya : Laporan Kerja Praktik

Judul Karya : PERENCANAAN KONTEN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI PADA PT TIGA DINAMIKA SOLUSI INDONESIA

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

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

Demikian surat pernyataan ini Saya buat dengan sebenar-benarnya.

Surabaya, 02 Juli 2024



Noventina Maria Andini Kusumaningtyas
NIM : 21420100017

ABSTRAK

Zaman yang semakin berkembang dan terus maju membuat segala aspek terasa lebih mudah dan leluasa, media promosi menjadi sangat penting dikalangan masyarakat. Media promosi adalah sarana untuk menyampaikan pesan mengenai suatu hal untuk melalui pesan yang disampaikan itu, diharapkan pesannya dapat diterima oleh audiens, secara otomatis mereka akan penasaran dengan training dari 3DS yang dipromosikan. Misalnya ketika audiens penasaran dengan training yang disampaikan, mereka akan lebih sering mencari training tersebut di berbagai media sosial. PT. Tiga Dinamika Solusi Indonesia (3DS) merupakan didirikan pada tahun 1996, selama lebih dari 19 tahun, 3DS telah berinvestasi pada sumber daya manusia, teknologi, solusi dan kemitraan untuk membantu pelanggan kami lebih memahami dan membantu mereka bersaing dan menang. 3DS dibentuk dari sejumlah kecil orang yang berdedikasi untuk memberikan pelatihan dan solusi teknologi bagi industri komersial dan pendidikan. Kemitraan dengan Autodesk dalam bentuk Pusat Pelatihan Resmi yang memberikan pelatihan dan dukungan terhadap lanskap teknologi yang terus berubah telah mendorong kami sebagai salah satu pemain global dalam industri ini. Kemitraan kami dengan Autodesk meluas ke pusat sertifikasi sebagai salah satu pusat sertifikasi resmi untuk profesional bersertifikat dan saluran distribusi. 3DS juga memasuki layanan sektor pendidikan dengan ditunjuk sebagai Autodesk Authorized Academic Partner, yang memberikan informasi dan bantuan program pendidikan untuk institusi pendidikan terkemuka di Indonesia. Sebagai seorang desainer grafis untuk mengimplementasi media promosi. Penulis yang menjadi seorang desainer grafis mempunyai tugas sebagai pembuat desain media promosi seperti Instagram untuk Perusahaan yang akan diterapkan sesuai dengan brief yang telah diberikan oleh perusahaan.

Kata Kunci: Media Promosi, Desain Grafis

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya sehingga Laporan Kerja Praktik berjudul “**Perencanaan Konten Media sebagai Media Promosi pada PT Tiga Dinamika Solusi Indonesia**” dapat terselesaikan dengan tepat waktu dan lancar tanpa terkendala apapun.

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. Dr.Muh.Bahrudin,S.Sos., M.Med.Kom selaku Dosen Pembimbing yang telah membimbing dan memberikan arahan, saran, dan masukan selama pelaksanaan Kerja Praktek hingga penyusunan Laporan Kerja Praktek;
4. Susan Septibagio selaku Senior Manager dan Penyelia dari PT Tiga Dinamika Solusi Indonesia yang sudah memberikan izin untuk melaksanakan kerja praktik serta memberikan motivasi ilmu berharga;
5. Rekan kerja di PT Tiga Dinamika Solusi Indonesia yang telah memberikan banyak pengalaman berharga.

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

Surabaya, 1 Maret 2024

Noventina Maria Andini K

DAFTAR ISI

PERENCANAAN KONTEN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI PADA PT TIGA DINAMIKA SOLUSI INDONESIA	ii
LEMBAR MOTTO.....	iii
LEMBAR PERSEMBAHAN	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
LEMBAR PERNYATAAN.....	vi
ABSTRAK.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB 1	1
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.....	2
A. Bagi Mahasiswa.....	2
B. Bagi Instansi / Perusahaan	2
C. Bagi Akademik	3
1.6 Pelaksanaan	3
1.7 Sistematika Penulisan.....	3
BAB 2	5
GAMBARAN UMUM INSTANSI	5
2.1 Sejarah perusahaan	5
2.2 Profil Perusahaan.....	5
2.3 Company Profile.....	6

2.4 Logo Instansi / Perusahaan	7
2.5 Lokasi PT Tiga Dinamika Solusi Indonesia	7
2.6 Struktur Organisasi	8
BAB III	9
LANDASAN TEORI.....	9
3.1 Media Sosial	9
3.1.1 Instagram	9
3.2 Prinsip Desain.....	12
3.2.1 Prinsip Kesatuan	12
3.2.2 Prinsip Proporsi	12
3.2.3 Prinsip Keseimbangan	13
3.2.4 Prinsip Irama.....	13
3.2.5 Prinsip Titik Berat	13
3.3 Metode Warna	13
3.4 Jenis-Jenis Warna Berdasarkan Letaknya dalam Color Wheel	15
3.4.1 Warna Primer.....	15
3.4.2 Warna Sekunder	16
3.4.3 Warna Tersier	16
3.4.4 Warna Hangat dan Dingin	16
3.4.5 Warna Natural.....	16
3.5 Typografi	17
3.6 Layout.....	18
BAB IV	20
DESKRIPSI PEKERJAAN.....	20
4.1 Penjelasan Pekerjaan	20
4.2 Posisi dalam Pekerjaan	20
4.3 Breafing	20
4.4 Software yang digunakan	21
4.5 Proses Perencanaan Konten Video	21
4.5.1 Proses Tahap Pra Produksi	21
4.5.2 Proses Tahap Produksi.....	22
4.5.3 Proses Tahap Pasca Produksi.....	22
4.5.4 Tahap Implementasi Media	23
4.6 Proses Perencanaan Konten Instagram.....	24
4.6.1 Tahap Pembuatan Artboard.....	24

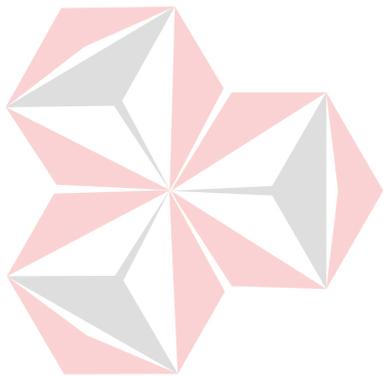
4.6.2 Tahap Editing dan Layouting Gambar.....	25
4.6.3 Tahap Screening	25
4.6.4 Tahap Implementasi Media	26
4.7 Desain Id Card.....	27
4.7.1 Proses Id Card.....	27
4.7.2 Final Id Card.....	28
BAB V	29
PENUTUP.....	29
5.1 Kesimpulan	29
5.2 Saran	29
DAFTAR PUSTAKA	30
LAMPIRAN.....	Error! Bookmark not defined. 31
Lampiran 1. Surat Balasan Instansi	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 2. Form KP – 5 Acuan Kerja.....	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 3. Form KP – 6 Log Harian.....	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 4. Form KP – 7 Presensi Kerja Praktek.....	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 5. Kartu Bimbingan Dosen.....	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 6. Biodata Penulis	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 7. Hasil Plagiasi.....	40

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kantor PT Tiga Dinamika Solusi Indonesia	5
Gambar 2. 2 Ruangan Kerja PT Tiga Dinamika Solusi Indonesia	5
Gambar 2. 3 Logo PT Tiga Dinamika Solusi Indonesia.....	7
Gambar 2. 4 Lokasi PT Tiga Dinamika Solusi Indonesia	7
Gambar 2. 5 Struktur PT Tiga Dinamika Solusi Indonesia	8
Gambar 3. 1 Pengaturan Ukuran Feeds Instagram.....	10
Gambar 3. 2 Tampilan Feeds Instagram.....	10
Gambar 3. 3 Pengaturan Ukuran Stories Instagram	11
Gambar 3. 4 Pengaturan Ukuran Reels Instagram.....	11
Gambar 3. 5 Tampilan Reels Instagram	11
Gambar 3. 6 Pengertian Warna.....	15
Gambar 3. 7 tints, tone, shades	16
Gambar 3. 8 Pengertian Typografi	18
Gambar 3. 9 Pengertian Layout	19
Gambar 4. 1 Rancangan konten Imlek.....	21
Gambar 4. 2 Proses Produksi Konten Imlek.....	22
Gambar 4. 3 Pengaturan Sequence Konten Imlek	23
Gambar 4. 4 Proses Editing Konten Imlek	23
Gambar 4. 5 Publikasi Video di Instagram.....	24
Gambar 4. 6 Pembuatan Artboard di Adobe Illustrator.....	24
Gambar 4. 7 Google Drive Foto kegiatan PT Tiga Dinamika Solusi Indonesia.....	25
Gambar 4. 8 Proses Editing dan Layouting	25
Gambar 4. 9 Screening Melalui Grup Whatsapp.....	25
Gambar 4. 10 Beberapa Contoh Desain Final	26
Gambar 4. 11 Publikasi di Instagram	26
Gambar 4. 12 Proses Pertama.....	27
Gambar 4. 13 Proses Kedua	27
Gambar 4. 14 Final Proses.....	28
Gambar 4. 15 Final ID Card	28

DAFTAR TABEL

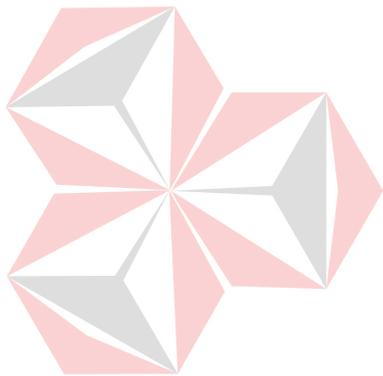
Tabel 4. 1 Briefing PT Tiga Dinamika Solusi Indonesia	21
---	----



UNIVERSITAS
Dinamika

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Balasan Kerja Praktik Perusahaan	31
Lampiran 2 Form Acuan Kerja Praktik 5 (Halaman 1).....	32
Lampiran 3 Form Acuan Kerja Praktik 5 (Halaman 2).....	33
Lampiran 4 Form Log Harian 6 (Halaman 1).....	34
Lampiran 5 Form Log Harian 6 (Halaman 2).....	35
Lampiran 6 Presensi Kerja Praktik (Halaman 1).....	36
Lampiran 7 Presensi Kerja Praktik (Halaman 2).....	37
Lampiran 8 Bimbingan Dosen Kerja Praktik.....	38
Lampiran 9 Biodata Penulis.....	39
Lampiran 10 Hasil Plagiasi.....	40



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Zaman yang semakin berkembang dan terus maju membuat segala aspek terasa lebih mudah dan leluasa, media promosi menjadi sangat penting. Media promosi adalah sarana untuk menyampaikan pesan mengenai suatu hal. Melalui pesan yang disampaikan itu, diharapkan pesannya dapat diterima oleh audiens, secara otomatis mereka akan penasaran dengan produk yang dipromosikan. Misalnya ketika audiens penasaran dengan produk yang disampaikan, mereka akan lebih sering mencari produk tersebut di berbagai media, sedangkan untuk media digital biasanya orang menggunakan Instagram, youtube atau semudah mencari lewat kata kunci di Google.

Sebagai perusahaan yang menjual barang yang dibutuhkan oleh publik, PT Tiga Dinamika Solusi Indonesia pasti membutuhkan media promosi agar produknya dikenal luas oleh masyarakat. Media promosi yang digunakan oleh perusahaan tersebut lebih mengarah ke media digital yaitu Instagram. Walaupun di satu sisi PT Tiga Dinamika Solusi Indonesia. Bagaimana promosi tersebut disampaikan menjadi kunci penting dalam melakukan promosi, namun media digital dan cetak yang dimiliki selama ini oleh perusahaan dapat dibidang belum menarik secara visual. Di era saat ini desain yang menarik adalah desain yang minimalis dengan informasi yang padat dan jelas dengan sentuhan modern dan dinamis pada desain, seperti desain yang menggunakan warna gradasi dengan kombinasi warna, (Kurniawan, 2016) sehingga hal tersebut membuat tampilan desain jadi terlihat lebih menarik. lalu desain dengan menggunakan ilustrasi,ilustrasi adalah sebuah gambar yang berkaitan dengan seni rupa yang dapat mengekspresikan sebuah gambar (Rohidi, 1984).

Hal inilah yang pastinya akan membuat konten media promosi terlihat lebih menarik. Semakin menarik promosinya maka semakin besar peluang konsumen tertarik terhadap produk.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, maka rumusan masalah yang diangkat dalam laporan ini adalah bagaimana merancang “Perancangan media promosi melalui implementasi desain grafis di media”

1.3 Batasan Masalah

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

- A. Merancang media promosi melalui implementasi desain grafis
- B. Mendesain media id card, postingan instagram untuk kebutuhan promosi
- C. Merancang media menggunakan Software Adobe illustrator dan Adobe Photoshop.

1.4 Tujuan Kerja Praktik

Adanya keperluan untuk Perancangan update media promosi melalui implementasi desain grafis Dengan dilaksanakan kerja praktik ini diharapkan mahasiswa dapat memberikan dampak yang baik terhadap perusahaan.

1.5 Manfaat

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

A. Bagi Mahasiswa

- 1. Dapat menerapkan sekaligus mengembangkan ilmu yang dipelajari selama perkuliahan dengan kerja lapangan.
- 2. Memperoleh kesempatan berlatih pada dunia industri.
- 3. Menambah wawasan dan pengetahuan untuk mempersiapkan diri baik secara teoritis maupun secara praktis.

B. Bagi Instansi / Perusahaan

- 1. Mempererat hubungan antara industri dan perguruan tinggi.
- 2. Instansi/perusahaan mendapat bantuan tenaga dari mahasiswa- mahasiswa yang melakukan Kerja Praktik .
- 3. Memudahkan instansi/perusahaan dalam mencari tenaga kerja di bidang digital advertising.
- 4. Hasil analisa dan penelitian yang dilakukan selama Kerja Praktik dapat

menjadi bahan masukan bagi pihak industri untuk menentukan kebijakan instansi/perusahaan di masa yang akan datang khususnya di bidang digital marketing.

C. Bagi Akademik

1. Perguruan tinggi memperoleh masukan dan cara untuk meningkatkan kualitas lulusannya melalui pengalaman Kerja Praktik.
2. Jalanan kerjasama dengan dunia usaha, Lembaga BUMN, BUMD, Perusahaan Swasta, dan Instansi Pemerintahan
3. Kerja Praktik dapat dijadikan sebagai alat promosi keberadaan Akademik ditengah-tengah dunia kerja.
4. Perguruan tinggi yang akan lebih dikenal di dunia industri

1.6 Pelaksanaan

Detail Instansi

Nama Instansi : PT. Tiga Dinamika Solusi Indonesia
Alamat : Jl. Panjang Jiwo No 60 Kecamatan Tenggilis Mejoyo,
Kota Surabaya Kode Pos 60299 Indonesia
Telepon (PTSP Center) : (031) 99852170
Email : susan@3dsolusindo.com
Website : www.3dsolusiindo.com

Periode

Tanggal Pelaksanaan : 01 Februari 2024 – 01 Maret 2024
09.00 – 17.00 (Senin – Jumat)

1.7 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini membahas tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, periode kerja praktek, hingga sistematika penulisan.

BAB II: GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Bab ini membahas tentang profil instansi tempat pelaksanaan Kerja Praktek yaitu PT Tiga Dinamika Solusi Indonesia yang memuat data berupa Sejarah, profil, visi misi, hingga job description.

BAB III: LANDASAN TEORI

Bab ini membahas berbagai macam teori yang relevan untuk digunakan dalam perancangan desain konten media sosial dan segala bentuk teori yang mendukung dalam penulisan Laporan Kerja Praktek ini.

BAB IV: DESKRIPSI PEKERJAAN

Bab ini membahas tentang pekerjaan yang telah dilakukan selama Kerja Praktek di PT Tiga Dinamika Solusi Indonesia, disertai penjelasan mengenai proses dan hasil yang telah dikerjakan dan selanjutnya diangkat diangkat dalam penulisan Laporan Kerja Praktek ini.

BAB V: PENUTUP

Bab ini membahas tentang kesimpulan dan juga saran mengenai Laporan Kerja Praktek yang telah tersusun. Pada bagian kesimpulan berisi ringkasan dari suatu hasil yang terkait dengan permasalahan yang telah dijelaskan sebelumnya. Sedangkan pada bagian saran berisi beberapa masukan untuk menyelesaikan permasalahan yang terjadi di dalam Laporan Kerja Praktek ini.

DAFTAR PUSTAKA

Pada bagian daftar pustaka berisi tentang informasi terkait dalam penulisan Laporan Kerja Praktek ini yang didapatkan dari buku, jurnal, dan situs-situs di internet.

BAB 2

GAMBARAN UMUM INSTANSI

2.1 Sejarah perusahaan

PT Tiga Dinamika Solusi Indonesia berdiri sejak tahun 1996, Pendiri PT Tiga Dinamika Solusi Indonesia telah berinvestasi pada sumber daya manusia, teknologi, solusi, dan kemitraan untuk membantu pelanggan kami lebih memahami dan membantu mereka bersaing dan menang. 3DS dibentuk dari sejumlah kecil orang yang berdedikasi untuk memberikan pelatihan dan solusi teknologi bagi industri komersial dan pendidikan. Kemitraan dengan Autodesk dalam bentuk Pusat Pelatihan Resmi yang memberikan pelatihan dan dukungan terhadap lanskap teknologi yang terus berubah telah mendorong kami sebagai salah satu pemain global dalam industri ini. Kemitraan kami dengan Autodesk meluas ke pusat sertifikasi sebagai salah satu Pusat Sertifikasi Resmi untuk Profesional Bersertifikat dan saluran distribusi. 3DS juga memasuki layanan sektor pendidikan dengan ditunjuk sebagai Autodesk Authorized Academic Partner, yang memberikan informasi dan bantuan program pendidikan untuk institusi pendidikan terkemuka di Indonesia.

2.2 Profil Perusahaan



Gambar 2. 1 Kantor PT Tiga Dinamika Solusi Indonesia



Gambar 2. 4 Ruang Kerja PT Tiga Dinamika Solusi Indonesia

PT. Tiga Dinamika Solusi Indonesia merupakan telah berinvestasi pada sumber daya manusia, teknologi, solusi, dan kemitraan untuk membantu pelanggan kami lebih memahami dan membantu mereka bersaing dan menang. Kemitraan kami dengan Autodesk meluas ke pusat sertifikasi sebagai salah satu Pusat Sertifikasi Resmi untuk Profesional Bersertifikat dan saluran distribusi

Nama Perusahaan : PT Tiga Dinamika Solusi Indonesia

Alamat : Jl. Panjang Jiwo No 60, Kec. Tenggilis Mejoyo, Surabaya,
Jawa Timur 60299

Telepon : (031) 99852170

E-mail : susan@3dsolusindo.com

Hari Kerja : Senin – Jumat

Jam Kerja : 09.00 – 17.00 WIB

2.3 Company Profile

Bagi orang-orang yang membuat sesuatu, kami menyediakan solusi dan layanan profesional untuk konstruksi, desain produk dan teknik serta hiburan media dalam pelatihan, sertifikasi, pengadaan dan konsultasi untuk komunitas profesional, antusias, dan pendidikan

1. AUTODESK – Authorized Training Center

Belajar dari pakar industri, Menjangkau ATC memungkinkan Anda bekerja dengan instruktur yang berpengalaman luas di ruang kelas yang luas menggunakan contoh proyek dan latihan yang menekankan penerapan praktis di dunia nyata.

2. AUTODESK – Reseller

Siapa pun membuat apa pun, Di seluruh industri manufaktur, arsitektur, bangunan, konstruksi, media, dan hiburan, Autodesk memberi Anda kekuatan untuk membuat

3. AUTODESK – Authorized Academic Partner

Bangun Masa Depan Anda, Tetap kompetitif dari dunia akademis dan seluruh dunia karir profesional Anda dengan melibatkan profesional pelatihan dan sertifikasi.

4. CERTIPORT – Authorized Testing Center

Tempa Masa Depan Anda, Tetap kompetitif dari dunia akademis dan seterusnya karir profesional Anda dengan mengikuti pelatihan dan sertifikasi profesional.

5. CHAOS GROUP

Rasakan Masa Depan , Dibuat untuk seniman, desainer, dan ahli dalam segala hal, perangkat lunak rendering 3D kami membantu Anda melakukan visualisasi apa pun yang bisa dibayangkan

6. FARONICS

Teknologi yang Dapat Anda Percayai , Dari manajemen mesin jarak jauh hingga banyak hal manajemen perangkat untuk operasi penting diyakini oleh lebih dari 30.000 pelanggan 150 negara di dunia

2.4 Logo Instansi / Perusahaan

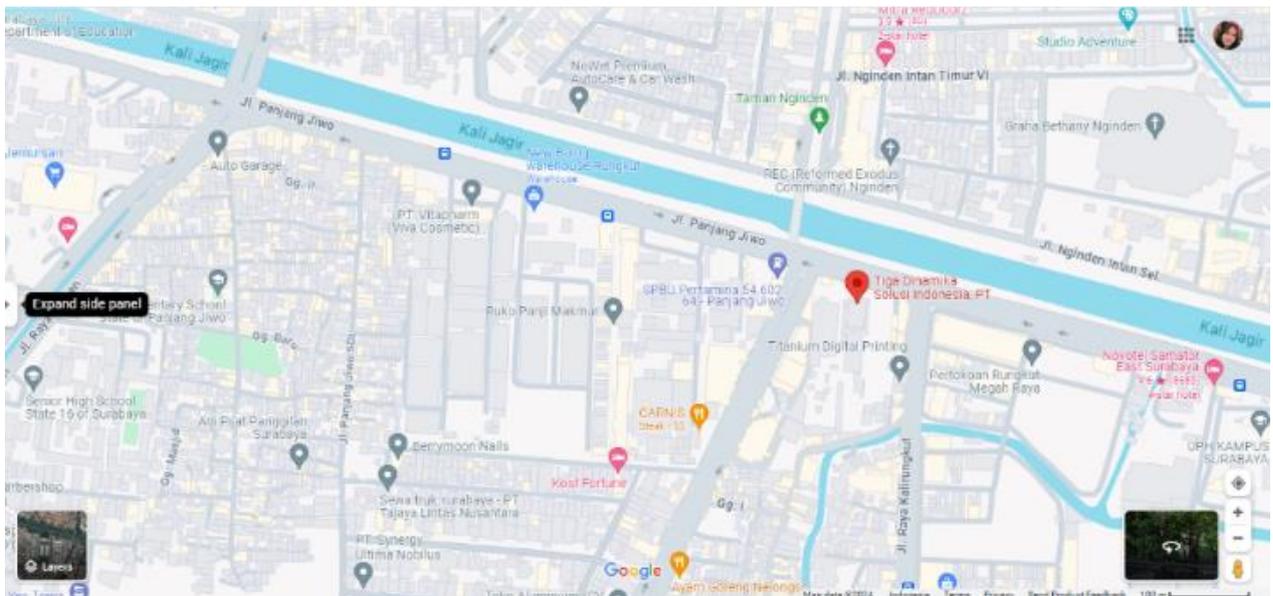


www.3dsolusindo.com

Gambar 2. 5 Logo PT Tiga Dinamika Solusi Indonesia

2.5 Lokasi PT Tiga Dinamika Solusi Indonesia

Lokasi PT Tiga Dinamika Solusi Indonesia terletak di Jl. Panjang Jiwo No 60. Surabaya, Kecamatan Tenggilis Mejoyo, Provinsi Jawa Timur, Kode Pos 602999

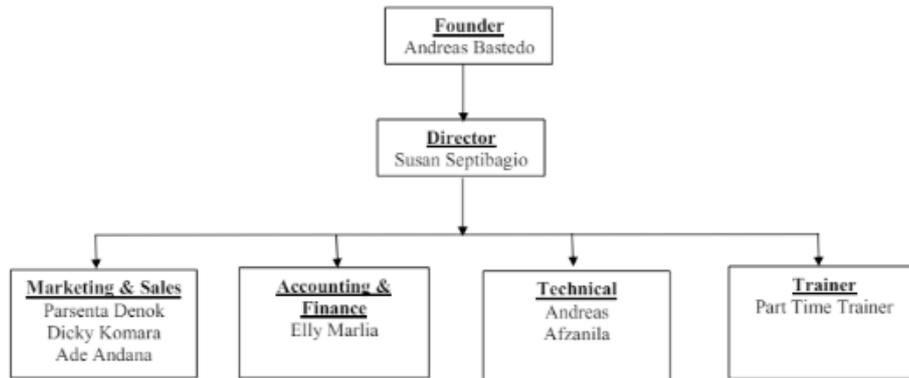


Gambar 2. 6 Lokasi PT Tiga Dinamika Solusi Indonesia

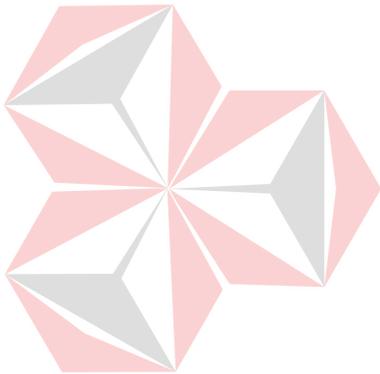
2.6 Struktur Organisasi



Bagan struktur organisasi PT. Tiga Dinamika Solusi Indonesia :



Gambar 2. 7 Struktur PT Tiga Dinamika Solusi Indonesia



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB III

LANDASAN TEORI

3.1 Media Sosial

Van Dijk dalam (Siregar, 2022) menyatakan bahwa media sosial adalah platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi merek dalam beraktifitas maupun berkolaborasi. Karena itu media social dapat dilihat sebagai medium (fasilitator) online yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebuah ikatan sosial. Meike dan Young dalam Nasrullah (2015) mengartikan kata media sosial sebagai konvergensi antara komunikasi personal dalam arti saling berbagi diantara individu (to be share one-to-one) dan media publik untuk berbagi kepada siapa saja tanpa ada kekhususan individu. Menurut Boyd dalam Nasrullah (2015) media sosial sebagai kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu maupun komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi, dan dalam kasus tertentu saling berkolaborasi atau bermain. Media sosial memiliki kekuatan pada user-generated content (UGC) dimana konten dihasilkan oleh pengguna, bukan oleh editor sebagaimana di instansi media massa. Pada intinya, dengan sosial media dapat dilakukan berbagai aktifitas dua arah dalam berbagai bentuk pertukaran, kolaborasi, dan saling berkenalan dalam bentuk tulisan, visual maupun audiovisual. Sosial media diawali dari tiga hal, yaitu Sharing, Collaborating dan Connecting (Siregar, 2022).

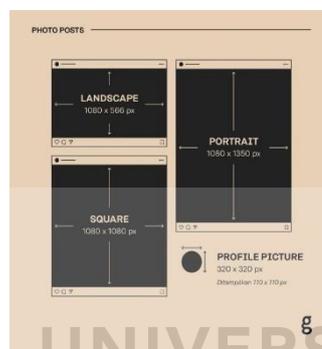
Maka dari itu Instagram dipilih sebagai media penyebaran informasi terkait Kantor PT Tiga Dinamika Solusi Indonesia.

3.1.1 Instagram

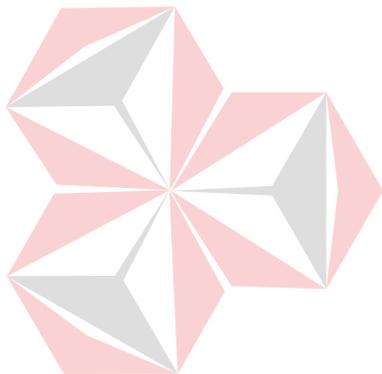
Instagram adalah platform media sosial yang umum digunakan dan populer untuk berbagi gambar dan video. Didirikan pada tahun 2010 dan telah menjadi salah satu platform yang paling banyak digunakan di dunia. Instagram awalnya fokus pada berbagi foto, namun seiring berjalannya waktu, fitur lain ditambahkan untuk memungkinkan pengguna berbagi video. Instagram memiliki berbagai fitur-fitur yang dapat digunakan untuk berbagi foto maupun video, dan fitur ini memiliki karakteristik masing-masing.

A. Feeds

Feeds adalah tempat utama pengguna dapat melihat foto dan video yang diunggah oleh pengguna yang mereka ikuti. Unggahan tersebut tersusun dalam urutan kronologis terbalik (terkini ke terdahulu). Feeds Instagram memiliki dua jenis rasio yang dapat digunakan yaitu square 1:1 dan portrait 4:5. Untuk rasio square pada umumnya berukuran 1080x1080 Px, sedangkan untuk portrait pada umumnya berukuran 1080x1350 Px. Feeds cocok dimanfaatkan untuk kebutuhan jurnalistik suatu instansi.



Gambar 3. 1 Pengaturan Ukuran Feeds Instagram



Gambar 3. 4 Tampilan Feeds Instagram

B. Stories

Stories adalah cerita singkat yang dapat berisi foto atau video dan hilang setelah 24 jam. Pengguna dapat menambahkan stiker, teks, efek, dan bahkan musik ke dalam Stories. Rasio yang digunakan untuk membuat desain Instagram Story adalah 9:16 dengan ukuran 1080x1920 Px.



Gambar 3. 5 Pengaturan Ukuran Stories Instagram

C. Reels

Reels adalah platform untuk mengunggah video baik video panjang maupun video pendek, dengan batas maksimum 10 menit. Reels cocok untuk konten video dengan penjelasan yang lebih mendalam, contohnya konten wawancara narasumber. Rasio yang digunakan untuk membuat Reels adalah 9:16 dengan ukuran 1080x1920 Px.



Gambar 3. 6 Pengaturan Ukuran Reels Instagram



Gambar 3. 7 Tampilan Reels Instagram

D. Explore

Halaman Explore menampilkan konten yang disesuaikan dengan minat pengguna berdasarkan aktivitas sebelumnya. Di sini pengguna dapat menemukan akun baru, tag populer, dan konten menarik lainnya.

E. Live Streaming

Live Streaming di Instagram memungkinkan pengguna untuk melakukan siaran langsung, sehingga pengguna dapat berinteraksi secara langsung (real-time) dengan pengikut (followers).

F. Direct Messages (DM)

Pesan langsung bersifat pribadi yang dikirim secara online. DM seperti yang digunakan sekarang dapat merujuk ke pesan pribadi di sejumlah layanan media sosial.

G. Profil

Halaman yang menampilkan informasi tentang Anda, seperti foto profil, biodata, dan tautan ke situs web.

3.2 Prinsip Desain

Prinsip Desain adalah hal-hal umum yang harus ada dan diperhatikan karena unsur-unsur tersebut sangat penting dalam desain. Seperti keselarasan, keseimbangan dan kontras. (Prinsip-prinsip desain, 2008)

3.2.1 Prinsip Kesatuan

Prinsip kesatuan berkenaan dengan komposisi visual dalam perancangan. Komposisi dalam pengertian ini diwujudkan oleh elemen-elemen visual. Batu bata, balok kayu atau beton yang biasa digunakan sebagai bahan bangunan untuk menahan pengaruh cuaca ataupun untuk menopang struktur bangunan juga mewujudkan elemen-elemen visual yang dapat membentuk komposisi

3.2.2 Prinsip Proporsi

Proporsi adalah perhubungan geometris dari sisi-sisi suatu segi empat dan isinya, juga rasio atau perbandingan dari bagian-bagian yang berbeda dalam suatu komposisi (Belakang 2008) Proporsi berfungsi untuk mengetahui kedudukan objek terhadap sekitarnya atau terhadap objek itu sendiri.

3.2.3 Prinsip Keseimbangan

Keseimbangan adalah kualitas yang terdapat dalam setiap objek dimana daya tarik visual kedua bagian masing-masing sisi pusat keseimbangan, atau pusat perhatian adalah sama. Bilamana mata, yang bergerak dari samping ke samping, mendapatkan daya tarik yang sama pada sebelah kiri dan kanan objek itu, perhatian berayun seperti bandul dan akhirnya istirahat pada sebuah titik di tengah kedua ekstrim itu. Bila pusat keseimbangan ini ditanding dengan kuat sehingga mata puas beristirahat padanya, suatu perasaan tenang muncul dalam diri pengamat.

3.2.4 Prinsip Irama

Irama diartikan sebagai pengulangan garis, bentuk, wujud atau warna secara teratur atau harmonis. Pada prinsip irama bila menatap desain, mata bergerak menurut irama dari satu benda ke benda lain

3.2.5 Prinsip Titik Berat

Penekanan suatu hal yang penting atau menyolok dari suatu bentuk atau ruang menurut besarnya, potongan atau penempatan secara relatif terhadap bentuk-bentuk dan ruang-ruang lain dari suatu organisasi (Belakang, 2008). Desain yang baik mempunyai titik berat yang menarik perhatian, bisa dicapai melalui perulangan ukuran, kontras, susunan dan hal yang tak terduga.

3.3 Metode Warna

Menurut (2013) Warna adalah estetika yang penting, karena melalui warna itulah kita dapat membedakan secara jelas keindahan suatu objek. Warna dapat didefinisikan secara subjektif/psikologis yang merupakan pemahaman langsung oleh pengalaman indera penglihatan kita dan secara objektif/fisik sebagai sifat cahaya yang dipancarkan. Secara objektif/fisik warna diproyeksikan dari panjang gelombang (wave length), dan panjang gelombang warna yang masih bisa ditangkap mata manusia berkisar 380-780 nanometer. Cahaya yang tampak oleh mata merupakan salah satu bentuk pancaran energi sempit dari gelombang elektromagnetik. Pemahaman tentang teori warna ini sudah berlangsung lama, yang dikaji dari sudut pandang ilmu pengetahuan, psikis, dan estetika.

Beberapa teori warna yang mengkaji dari sudut pandang ilmu pengetahuan adalah dari Isaac Newton seorang fisikawan yang telah mengkaji teori optik yang kemudian

menghasilkan penemuannya mengenai refraksi cahaya menggunakan prisma kaca segitiga yang menghasilkan warna. Kemudian ada teori komplementer yang dicetuskan oleh Brewster yang menghasilkan teori pemahaman pembagian warna menjadi beberapa kelompok/clustering.

Teori ini pertama kali diungkapkan pada 1831. Untuk pemahaman teori warna secara psikis, pada konsep ini warna lebih berperan dalam suatu arti atau makna. Warna tidak hanya untuk keindahan estetika, warna bisa mewakili mood atau suasana. Misalnya merah menggambarkan keadaan psikis yang berhubungan dengan semangat dan memiliki pengaruh pada produktivitas, kompetisi dan keberanian. Kemampuan warna menciptakan impresi, mampu menimbulkan efek-efek tertentu. Secara psikologis diuraikan oleh J. Linschoten dan Mansyur tentang warna sebagai berikut: warna-warna itu bukanlah suatu gejala yang hanya dapat diamati saja, warna itu memengaruhi kelakuan, memegang peranan penting dalam penilaian estetis dan turut menentukan suka tidaknya kita akan bermacam-macam benda. Dari pemahaman diatas dapat diambil kesimpulan bahwa warna, selain dapat dilihat dengan mata ternyata mampu memengaruhi perilaku seseorang, memengaruhi penilaian estetis dan turut menentukan suka tidaknya seseorang pada suatu benda atau objek yang dilihatnya.

Pemahaman secara estetika ini yang akan kita bahas lebih dalam lagi, menurut Louis Prang (1876) atau yang sering dikenal Prang Color Wheel, warna dapat dibagi menjadi tiga bagian yaitu: Hue, istilah yang digunakan untuk menunjukkan nama dari suatu warna, seperti kuning, merah, hijau, dan sebagainya. Value, adalah dimensi kedua atau mengenai terang gelapnya warna. Terakhir adalah Intensity, sering kali disebut chroma, dimana dimensi yang berhubungan dengan cerah atau suramnya suatu warna. Teori Prang saat ini yang paling banyak digunakan dalam industri kreatif baik untuk cetak maupun digital, dikarenakan penyederhanaan pengelompokan warna yang mudah dipahami dan diterapkan didalam industri tersebut. Dan teori prang merupakan teori paling populer yang digunakan dikarenakan sistem warna Prang adalah sistem yang bisa diterapkan pertama kali untuk mereproduksi warna cetakan.

Industri kreatif seperti desain grafis, desain interior, desain fashion, menggunakan Prang Color Wheel sebagai acuan dalam menerapkan warna yang digunakan dalam aplikasi. Mereka menerapkan teori warna tersebut untuk mencari keseimbangan warna

yang harmonis untuk keperluan penciptaan visual agar lebih menarik dan dan bisa dinikmati indera mata terkait dengan pemahaman teori warna secara psikis. Hal yang akan dibahas lebih dalam adalah mengenai penggunaan sederhana dari teori warna untuk memadamadankan busana sehari-hari baik untuk sekolah, bersosialisasi, bekerja, ataupun tujuan formal. Tidak semua orang bisa memilih padanan busana atasan, bawahan dan aksesoris yang saling menunjang warnanya, sehingga yang terjadi adalah penggunaan warna pilihan



Gambar 3. 8 Pengertian Warna

3.4 Jenis-Jenis Warna Berdasarkan Letaknya dalam Color Wheel

Menurut (Meilani, 2013) ada beberapa jenis warna seperti warna primer, warna sekunder, warna tersier, warna hangat dan dingin serta warna natural

3.4.1 Warna Primer

Pertama Warna primer adalah warna utama yang terdiri dari biru, merah, dan kuning yang disebut juga sebagai Hue. Ketiga warna dasar ini adalah warna yang bisa dikombinasikan dan menghasilkan warna-warna turunan lainnya. Warna-warna inilah yang bisa ditangkap oleh mata manusia karena mata manusia seperti spesies lain yang memiliki tiga macam reseptor warna yang disebut makhluk trichromat. Karena pada dasarnya warna primer bukan milik cahaya, tetapi lebih merupakan konsep biologis, yang didasarkan pada respons fisiologis mata manusia terhadap cahaya. Secara fundamental, cahaya adalah spektrum berkesinambungan dari panjang gelombang (wave length), yang berarti terdapat jumlah warna yang tak terhingga. Mata manusia hanya mampu menangkap panjang gelombang sampai batas tertentu karena jenis alat penerima/reseptor manusia yang disebut sel kerucut hanya mampu menangkap panjang gelombang

hingga 780 nanometer. Sehingga tiga warna dasar inilah yang mampu ditangkap manusia dan disebut sebagai warna utama.

3.4.2 Warna Sekunder

Warna-warna yang dihasilkan dari percampuran warna-warna primer (biru, merah, dan kuning) dalam satu ruang warna

3.4.3 Warna Tersier

Warna yang dihasilkan dari campuran satu warna primer dengan satu warna sekunder dalam sebuah ruang warna.

3.4.4 Warna Hangat dan Dingin

Color wheel bisa dibagi menjadi dua: warna hangat dan warna dingin. Warna hangat merupakan warna yang energik, terang, dan menarik perhatian. Sedangkan untuk warna dingin merupakan warna yang memberikan impresi tenang dan mempunyai efek menenangkan.

3.4.5 Warna Natural

Warna yang dikategorikan natural dalam color wheel adalah: hitam, abu-abu, dan putih. Warna-warna natural dapat diperoleh dari warna sekunder dan tersier yang memiliki tone rendah/gelap.

- Tints** : penambahan warna putih
- Shades** : penambahan warna hitam
- Tone** : penambahan warna abu-abu



Image & Description Combined by Dr. Veronica Lee (NY, US)
Direct Source: <http://www.rgbcolor.com/color-lab/color-theory/color-theory-info.htm>
Gambar 3. 9 tints, tone, shades

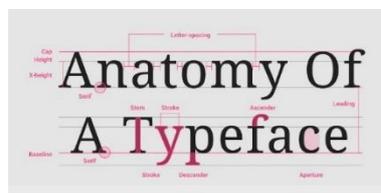
3.5 Typografi

Menurut (Monica, The Effect of Color, Typography, and Layout on Site Design, 2010) Tipografi adalah seni merancang, menyusun, dan mengatur tata letak huruf serta jenisnya dengan pengaturan dan penyebarannya pada ruang yang tersedia, untuk menghasilkan kesan tertentu, sehingga akan membantu pembaca untuk mendapatkan kenyamanan membaca semaksimal mungkin, baik dari segi keterbacaan maupun estetika. Dalam perancangan desain untuk Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Jawa Timur terdapat beberapa jenis typeface yang digunakan, dari yang bersifat informatif hingga bersifat dekoratif. Typeface jenis serif dan sans serif digunakan untuk konten yang bersifat informatif. Sedangkan typeface jenis script dan Arabic digunakan untuk konten peringatan tertentu dan ucapan selamat kepada instansi atau individu tertentu. Berikut ini beberapa contoh tampilan typeface yang digunakan dalam perancangan desain konten media sosial di Instagram.

Jenis huruf Serif mempunyai tebal-tipis garis yang jelas dan biasanya jenis huruf ini dipakai pada teks buku dan surat kabar. Sedangkan jenis huruf Sans Serif tidak terlalu jelas tebal-tipis garisnya, walaupun ada hanya akan terlihat sedikit sekali perbedaannya. Jenis huruf ini biasanya digunakan pada judul utama, sub judul, dan pada periklanan. Pada ukuran huruf yang normal, jenis huruf Serif adalah yang paling umum digunakan pada desain situs. Tetapi yang harus diperhatikan untuk pemakaian desain situs adalah pemilihan jenis huruf Serif yang kaitnya atau garisnya tidak terlalu tipis agar keterbacaannya lebih mudah.

Selain pemilihan jenis huruf, hal lain yang harus diperhatikan dalam pembuatan desain situs adalah jarak antar baris atau spasi dalam penulisan teks isi situs tersebut. Terkadang ada beberapa situs yang lebih mengutamakan informasi berupa teks saja dan meminimalkan gambar, sehingga akan sangat penting agar pengunjung merasa nyaman dalam membaca teks-teks tersebut agar pesan yang ingin disampaikan dari situs tersebut bias diterima oleh pengunjung. Untuk teks yang panjang, jarak spasi harus lebih dekat dibandingkan dengan teks yang pendek untuk memudahkan mata melihat ke baris berikutnya. Jika jarak spasi terlalu besar, pembaca akan lebih terfokus pada jarak antar baris tersebut bukan pada baris teksnya. Ini merupakan salah satu efek positif negative dari sebuah desain.

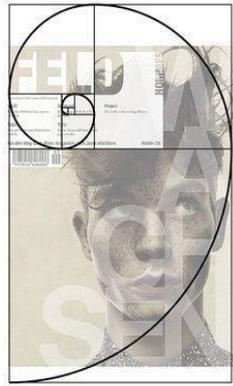
Keterbacaan sebuah teks juga dipengaruhi oleh ukuran hurufnya. Untuk huruf yang digunakan di layar komputer tidak sama aturannya dengan yang digunakan di media cetak. Pengaruh cahaya dari komputer membuat mata pembaca menjadi lebih cepat lelah, maka sebaiknya pemilihan huruf tidak terlalu kecil. Semakin kecil huruf yang digunakan di desain situs akan semakin terlihat berbayang tampilan huruf tersebut, sehingga tingkat keterbacaannya semakin kurang juga. Untuk teks pada media cetak minimal ukuran huruf yang masih bias digunakan adalah 8 poin. Sedangkan untuk teks pada komputer minimalnya adalah 10 poin. Judul biasanya 14-18 poin dan sub-judul antara 12-14 poin.



Gambar 3. 10 Pengertian Typografi

3.6 Layout

Menurut (Monica, The Effect of Color, Typography, and Layout on Site Design, 2010) Layout adalah tata letak elemen-elemen desain terhadap suatu bidang dalam media tertentu untuk mendukung konsep/pesan yang dibawanya dan dalam hal topik ini adalah media komputer. Elemen-elemen yang biasa digunakan dalam layout sebuah situs tidak jauh berbeda dengan elemen yang digunakan dalam desain media cetak, seperti titik, garis, bidang, warna, tipografi, dan tekstur. Tujuan berbagai elemen tersebut ada dalam layout adalah menyampaikan informasi dengan lengkap dan tepat serta untuk tujuan kenyamanan pengunjung dalam membaca dan mencari informasi di situs tersebut. Layout situs yang baik juga harus memperhitungkan kemudahan navigasi serta estetika dari tiap halamannya. Desain sebuah situs pasti akan melibatkan elemen garis, yang dapat tampak secara fisik dapat juga tidak. Garis dapat menciptakan kesan estetis pada suatu karya desain. Dalam sebuah situs, garis dapat berfungsi sebagai pembagi suatu area, penyeimbang berat dan sebagai pengikat sistem desain supaya terjaga kesatuannya. Garis yang tidak tampak dalam sebuah desain biasanya digunakan sebagai grid yaitu alat bantu agar tercipta keteraturan dan kerapihan pada saat penempatan beberapa baris teks atau paragraf dengan teks lainnya atau antara beberapa baris teks dengan gambar-gambar, seperti pada Gambar 8-10.



Gambar 3. 11 Pengertian Layout

Jika dalam desain media cetak, ada yang disebut dengan elemen bidang, maka dalam desain situs yang dibahas kali ini bidang yang berupa gambar. Sebuah situs hampir selalu menyertakan gambar pada beberapa halamannya. Dan besar-kecilnya ukuran file gambar akan mempengaruhi lamanya loading situs tersebut, jadi akan lebih baik jika ukuran file gambar antara 100-200KB saja. Jika memang terpaksa harus menampilkan gambar yang cukup besar ukurannya sehingga loading situs menjadi lama (> 10 detik), maka sebaiknya pada halaman situs tersebut dibuatkan loading bar / progress bar / hourglass icon agar pengunjung tahu bahwa mereka sedang menunggu proses loading / download. Menu utama atau yang biasa disebut navigasi utama pada sebuah situs menjadi peranan yang cukup penting dalam layout situs tersebut.

BAB IV

DESKRIPSI PEKERJAAN

4.1 Penjelasan Pekerjaan

Selama melaksanakan kerja praktik di PT Tiga Dinamika Solusi Indonesia, penulis ditugaskan idi bagian yang sangat bertanggung jawab dalam mengelola media sosial di PT Tiga Dinamika Solusi Indonesia. Pembuatan Desain postingan Instagram yang selaras dengan program terdapat di program studi S1 Desain Komunikasi Visual, yang selanjutnya akan dijelaskan secara umum beberapa konten yang telah dibuat selama pelaksanaan kerja praktek.

4.2 Posisi dalam Pekerjaan

Dalam pelaksanaan kerja praktek di PT Tiga Dinamika Solusi Indonesia, penulis diberi tanggung jawab sebagai desainer. Penulis memiliki tugas pokok membuat konten instagram di PT Tiga Dinamika Solusi Indonesia.

4.3 Breafing

Briefing atau pengarahan adalah proses awal untuk merancang sebuah konten yang akan dieksekusi. Briefing ini sangat penting karena arahan ini lah yang akan menjadi dasar dan acuan dalam menyusun konten yang akan dibuat. Tahap briefing ini umumnya dilakukan secara luring di perusahaan PT Tiga Dinamika Solusi Indonesia. Isi dari briefing ini meliputi rencana kegiatan pada hari itu, konten apa yang harus dibuat, dan ketentuan-ketentuan khusus dari konten yang akan dibuat. Berikut ini beberapa konten Instagram di PT Tiga Dinamika Solusi Indonesia

No	Bentuk Tugas selama Kerja Praktik	Tanggal Posting/ Deadline
1	Desain Postingan Isra Miraj	08 Februari 2024
2	Desain dan Video Imlek	09 Februari 2024
3	Desain Feed On The Job 1	12 Februari 2024
4	Desain Feed On The Job 2	12 Februari 2024
5	Desain Feed On The Job 3	12 Februari 2024
6	Desain Fedd Dokumentasi ARCH:ID 2022	12 Februari 2024
7	Desain Feed Valentine	14 Februari 2024

8	Video Dokumentasi ARCH:ID 2024	04 Maret 2024
9	Konten Video PT Tiga Dinamika Solusi Indoneia	07 Maret 2024
10	Desain Nyepi	11 Maret 2024
11	Desain Pengucapan Ramadhan	12 Maret 2024
12	Desain Id Card	
13	Desain Promo Ramadhan Sale	22 Maret 2024
14	Desain Feed Wafat Isa Almasih	29 Maret 2024
15	Desain Pengumuman Libur	05 April 2024
16	Desain Pengucapan Idul Fitri	10 April 2024

Tabel 4. 1 Briefing PT Tiga Dinamika Solusi Indonesia

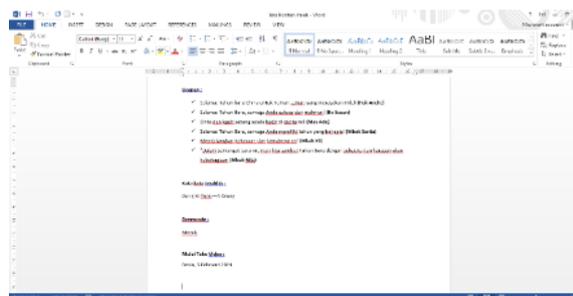
4.4 Software yang digunakan

Dalam pembuatan konten PT Tiga Dinamika Solusi Indonesia terdapat beberapa software editing yang umum dan sering digunakan. Untuk konten berbasis desain, untuk kebutuhan cetak Desain Postingan yang membutuhkan tingkat ketajaman dan akurasi dalam grafisnya, umumnya menggunakan software Adobe Illustrator. Selanjutnya dalam pembuatan konten berbasis video umumnya menggunakan software Adobe Premiere

4.5 Proses Perencanaan Konten Video

4.5.1 Proses Tahap Pra Produksi

Tahap ini adalah tahapan awal sebelum melakukan produksi. Dalam tahap pra produksi hal-hal yang perlu dilakukan adalah menentukan ide utama, menyusun pesan yang akan disampaikan melalui menyusun skrip. Berikut ini beberapa dokumentasi script konten tahap pra produksi.



Gambar 4. 1 Rancangan konten Imlek

4.5.2 Proses Tahap Produksi

Pada tahap produksi ini merupakan tahap pengambilan rekaman video. Pengambilan video ini mengacu pada skrip yang telah disusun sebelumnya pada tahap pra produksi. Dalam tahap produksi ini pengambilan video dilakukan di lingkungan Kantor PT Tiga Dinamika Solusi Indonesia.



Gambar 4. 2 Proses Produksi Konten Imlek

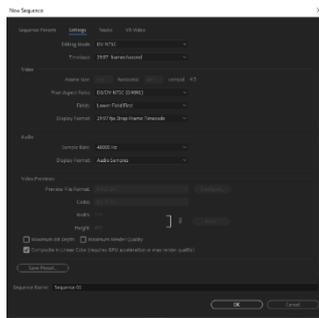
4.5.3 Proses Tahap Pasca Produksi

Pada tahap pasca produksi terdapat beberapa hal yang harus dilakukan yaitu editing dan screening. Hal pertama yang harus dilakukan adalah tahap editing video menggunakan software Adobe Premiere. Hal kedua yang harus dilakukan adalah tahap screening atau tahap pengajuan ke pimpinan untuk dikoreksi dan dikurasi untuk mengetahui hal-hal apa saja yang kurang dalam konten video yang telah dibuat untuk selanjutnya direvisi jika terdapat hal yang memang harus direvisi kembali.

Editing video ini meliputi mengumpulkan dan merangkai potongan- potongan video yang telah diambil pada saat tahap produksi. Kemudian tahap selanjutnya adalah penambahan audio yang mendukung dalam penyampaian pesan konten yang dibuat. Langkah terakhir adalah pemberian color grading untuk menambah kesan estetik dan dramatis dalam video.

A. Pembuatan Dokumen Awal

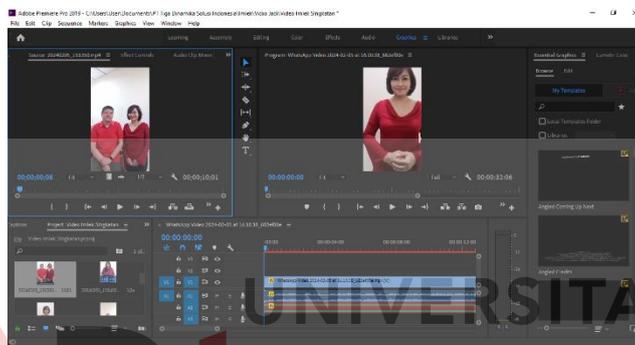
Langkah awal dalam proses editing video adalah pembuatan sequence. Sequence merupakan bidang atau tempat untuk menyusun, menata, dan menyunting file-file multimedia yang akan disusun menjadi satu video yang utuh. Ukuran sequence yang digunakan sebesar 1920x1080 Px, atau dapat disebut juga dengan ukuran video Full High-Definition (FHD). Berikut setelan yang digunakan untuk membuat konten moderasi beragama bertema Imlek



Gambar 4. 3 Pengaturan Sequence Konten Imlek

B. Proses Editing

Proses editing video merupakan proses untuk menyusun dan menyatukan file-file multimedia, dan memberikan efek visual sehingga menjadi satu video yang utuh, agar dapat menyampaikan pesan moderasi beragama kepada masyarakat secara efektif dan tepat sasaran.



Gambar 4. 4 Proses Editing Konten Imlek

C. Proses Screening

Tahap screening awal dilakukan di lingkup tim karyawan, tahap screening selanjutnya video akan diteruskan kepada pimpinan Kantor PT Tiga Dinamika Solusi Indonesia. Pada tahap ini konten akan dikoreksi kembali apakah ada hal-hal yang perlu ditambahkan atau direvisi sehingga penyampaian pesan dari konten tersebut dapat tersampaikan ke masyarakat secara tepat sasaran.

4.5.4 Tahap Implementasi Media

Setelah melalui tahap screening, selanjutnya adalah tahap publikasi atau implementasi media. Media yang dipilih untuk publikasi konten video ini adalah Instagram. Hal ini bertujuan untuk menyampaikan informasi dan pesan secara luas tentang Pengucapan Imlek. Diharapkan konten ini dapat berdampak positif bagi masyarakat luas. Video tersebut dapat ditonton melalui tautan berikut ini.

<https://www.instagram.com/reel/C3IWQv6JXDk/?igsh=MTR2cm9xeGdpZmlwag>

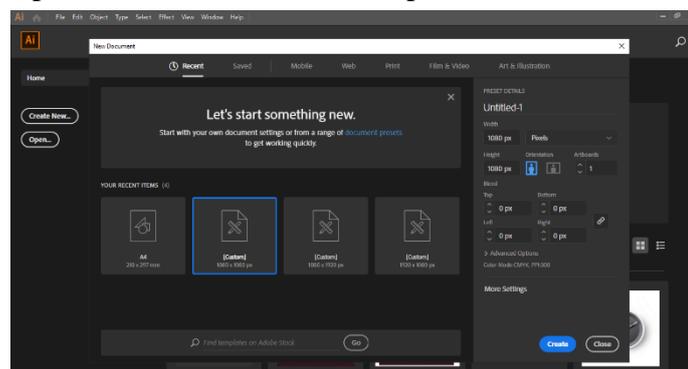


Gambar 4. 5 Publikasi Video di Instagram

4.6 Proses Perencanaan Konten Instagram

4.6.1 Tahap Pembuatan Artboard

Langkah awal dalam perancangan desain konten di Instagram adalah pembuatan artboard. Artboard merupakan bidang gambar untuk merancang sebuah desain di sebuah software dalam hal ini adalah software Adobe Illustrator . Ukuran artboard yang digunakan sebesar 1080x1080 Px, ukuran ini merupakan ukuran feed Instagram berbentuk ukuran untuk membuat feed Instagram berbentuk square dengan rasio 1:1. Konten feeds Instagram PT Tiga Dinamika Solusi Indonesia menggunakan konsep feeds Instagram square, maka ukuran artboard yang digunakan adalah 1080x1080 Px, berikut ini setelan pembuatan artboard tersebut pada software Adobe Illustrator



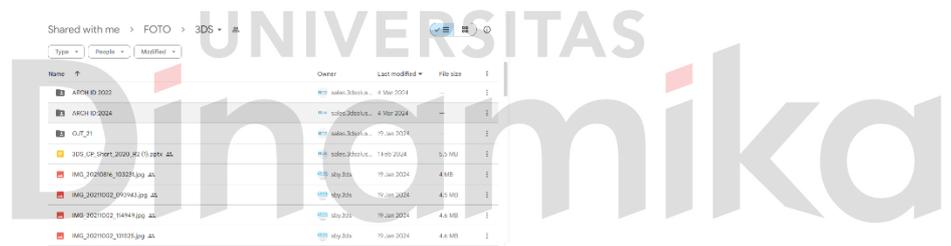
Gambar 4. 6 Pembuatan Artboard di Adobe Illustrator

4.6.2 Tahap Editing dan Layouting Gambar

Tahap berikutnya adalah tahap editing dan layouting menggunakan software Adobe Illustrator. Tahap ini adalah tahap menyusun elemen desain, foto, dan tipografi yang kreatif dan informatif, agar pesan yang ingin disampaikan dapat diterima masyarakat secara tepat tanpa ada kesalahpahaman.

Elemen desain dapat ditemukan pada pembuatan tools di sebelah kiri, sedangkan untuk menambahkan foto dapat ditambahkan pada menu “File-Open” di atas kiri. Aktifkan rulers and grid untuk memudahkan pekerjaan dalam menentukan batas desain, untuk mengaktifkannya dapat menekan tombol CTRL dan R pada keyboard.

Elemen desain yang digunakan umumnya berupa elemen desain yang bernuansa sesuai sama postingan tertentu. Sedangkan untuk foto yang digunakan adalah foto hasil dokumentasi kegiatan PT Tiga Dinamika Solusi Indonesia. Semua foto PT Tiga Dinamika Solusi Indonesia tersimpan pada Google Drive, sehingga dapat diunduh saat dibutuhkan.



Gambar 4. 7 Google Drive Penyimpanan Foto kegiatan PT Tiga Dinamika Solusi Indonesia

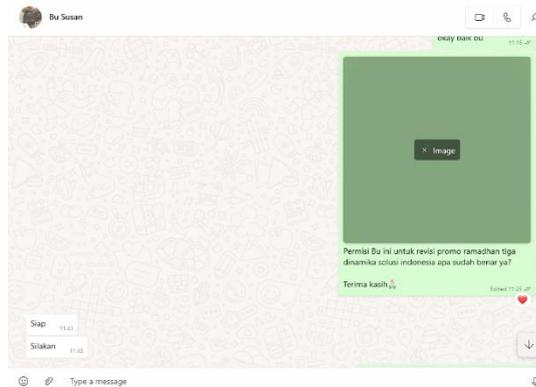


Gambar 4. 8 Proses Editing dan Layouting

4.6.3 Tahap Screening

Tahap screening adalah tahap koreksi dan revisi desain yang telah dibuat untuk mendapatkan kritik dan masukan dari tim Informasi dan PT Tiga Dinamika Solusi Indonesia. Pengiriman desain biasanya melalui grup Whatsapp dan akan diberi masukan melalui Whatsapp maupun secara langsung di ruang PT Tiga Dinamika Solusi Indonesia. Pada gambar di bawah ini adalah salah satu contoh bentuk screening

desain yang dikoreksi langsung oleh Kasubag Informasi dan Humas Kanwil Kemenag Provinsi Jawa Timur.



Gambar 4. 9 Screening Melalui Grup Whatsapp

Setelah melalui tahap screening maka didapatkan desain final yang siap untuk dipublikasi. Berikut beberapa contoh desain final yang telah dibuat selama pelaksanaan Kerja Praktek.



Gambar 4. 10 Beberapa Contoh Desain Final.

4.6.4 Tahap Implementasi Media

Tahap implementasi media atau publikasi adalah tahap mengunggah desain final ke media sosial sebagai konsumsi publik. Publikasi bertujuan untuk menyampaikan informasi dan pesan secara informatif, tepat, dan aktual kepada masyarakat luas, sehingga masyarakat mendapatkan informasi yang aktual dan meminimalisir terjadinya kesalahpahaman. Berikut ini beberapa contoh desain final yang telah terpublikasi di Instagram

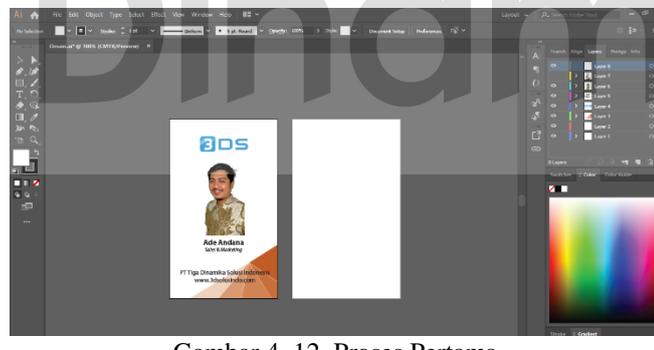


Gambar 4. 11 Publikasi di Instagram

4.7 Desain Id Card

Desain brosur yang dibuat oleh penulis dibuat dengan menggunakan teknik digital imaging dan berbeda dengan sebelumnya.

4.7.1 Proses Id Card



Gambar 4. 12 Proses Pertama



Gambar 4. 13 Proses Kedua



Gambar 4. 14 Final Proses

4.7.2 Final Id Card

Dalam final brosur yang dibuat oleh penulis diperuntukan untuk perubahan id card lama ke baru di Perusahaan PT Tiga Dinamika Solusi Indonesia



Gambar 4. 15 Final ID Card

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Kerja praktik di PT Tiga Dinamika Solusi Indonesia merupakan pengalaman yang berharga bagi saya. Saya banyak belajar tentang teknologi terbaru dan bagaimana menerapkannya dalam dunia nyata. Saya juga mendapatkan kesempatan untuk bekerja dengan profesional di bidang Desainer, membangun jaringan dan koneksi. Saya sangat bersyukur atas kesempatan ini dan saya yakin bahwa pengalaman ini akan sangat bermanfaat bagi saya di masa depan.

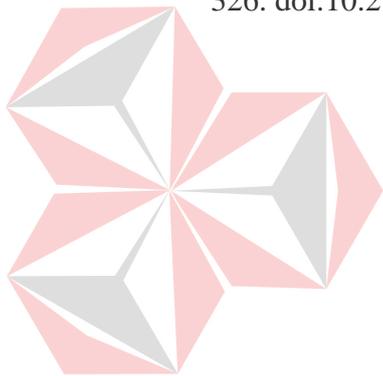
5.2 Saran

Berdasarkan pengalaman saya selama kerja praktik, saya memberikan beberapa saran kepada PT Tiga Dinamika Solusi Indonesia, antara lain:

1. Meningkatkan program pelatihan dan pengembangan karyawan
2. Memberikan kesempatan kepada karyawan untuk mengikuti pelatihan dan seminar tentang teknologi terbaru
3. Memberikan kesempatan kepada karyawan untuk terlibat dalam proyek-proyek yang menantang
4. Meningkatkan komunikasi dan koordinasi antara karyawan
5. Riset dan eksplorasi terhadap perkembangan media sosial ini penting guna efisiensi penyampaian pesan kepada masyarakat yang lebih kreatif melalui media sosial. Riset dapat berupa mencari trend di sosial media dan memadukannya dengan pesan yang ingin disampaikan. Eksplorasi dapat berupa pemanfaatan media sosial selain Instagram seperti Youtube dan Tiktok.

DAFTAR PUSTAKA

- Meilani, M. (2013). Jenis-Jenis Warna Berdasarkan Letaknya dalam Color Wheel. *Jenis-Jenis Warna Berdasarkan Letaknya dalam Color Wheel*, 4(1), 328. doi:10.21512/humaniora.v4i1.3443
- Monica. (2010). The Effect of Color, Typography, and Layout on Site Design. *Journal of Humaniora*, 1(2), 463-464.
- Monica. (2010). The Effect of Color, Typography, and Layout on Site Design. *Journal of Humaniora*, 1(2), 464-467.
- Prinsip prinsip design. (2008). *Dahlioni*, 9(1), 4-7.
- Siregar, H. (2022). Pemanfaatan media sosial untuk efektifitas komunikasi. *sosial media*(1), 71-82. doi:10.52738/pjk.v2i1.102
- Teori warna : Penerapan Lingkaran Warna dalam Berbusana. (2013). *Humaniora*, 4(1), 326. doi:10.21512/humaniora.v4i1.3443



UNIVERSITAS
Dinamika