



**PERANCANGAN DESAIN FRAME INSTAGRAM POINT OF SALES
SEBAGAI MEDIA PROMOSI PADA PT. ARYAN PP PROPERTI**



LAPORAN KERJA PRAKTIK

Program Studi

S1 Desain Komunikasi Visual

UNIVERSITAS
Dinamika

Oleh :

Ryrra Dzikrika

21420100021

FAKULTAS DESAIN DAN INDUSTRI KREATIF

UNIVERSITAS DINAMIKA

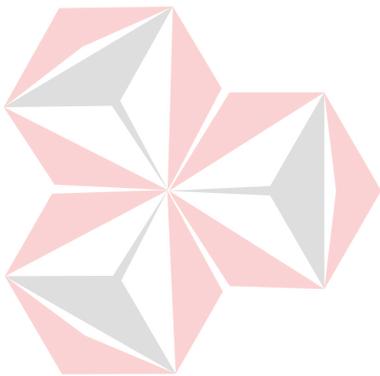
2024

**PERANCANGAN DESAIN FRAME INSTAGRAM POINT OF SALES
SEBAGAI MEDIA PROMOSI PADA PT. ARYAN PP PROPERTI**

LAPORAN KERJA PRAKTIK

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan

Mata Kuliah Kerja Praktik



UNIVERSITAS
Dinamika

Disusun Oleh :

Nama : Ryrra Dzikrika
NIM : 21420100021
Program : S1 (Strata Satu)
Jurusan : Desain Komunikasi Visual

FAKULTAS DESAIN DAN INDUSTRI KREATIF

UNIVERSITAS DINAMIKA

2024

LEMBAR MOTTO



“Bekerja Keras, Mandiri, dan Berprestasi.” Janji pelajar Muhammadiyah

UNIVERSITAS
Dinamika

LEMBAR PERSEMBAHAN



**“Laporan Kerja Praktik ini saya persembahkan untuk Orang Tua, Diri Saya
Sendiri, Dosen, dan teman-teman.”**

UNIVERSITAS
Dinamika

LEMBAR PENGESAHAN

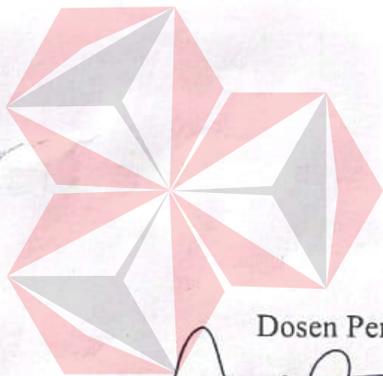
**PERANCANGAN DESAIN FRAME INSTAGRAM POINT OF SALES SEBAGAI
MEDIA PROMOSI PADA PT. ARYAN PP PROPERTI**

Laporan Kerja Praktik Oleh :

Ryrra Dzikrika

NIM. 21420100021

Telah diperiksa, diuji, dan disetujui



Dosen Pembimbing,

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

NIDN. 0704017701

UNIVERSITAS
Surabaya, 2024
Dinamika

Penyelia

Benny Setvawan

Mengetahui,

Ketua Program Studi
S1 Desain Komunikasi Visual



Fakultas Desain dan Industri Kreatif

UNIVERSITAS
Dinamika

Dhika Yuan Yurisma, M.Ds.

NIDN. 0720028701

PERSETUJUAN PUBLIKASI DAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Sebagai mahasiswa Universitas Dinamika, Saya :

Nama : Ryrri Dzikrika
NIM : 21420100021
Program Studi : S1 Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Fakultas Desain dan Industri Kreatif
Jenis Karya : Laporan Kerja Praktik
Judul Karya : Perancangan Desain Frame Instagram Point Of Sales
Sebagai Media Promosi Pada PT. Aryan PP Properti

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 oangkalan 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 keserjaan yang telah diberikan kepada Saya.

Demikian surat pernyataan ini Saya buat dengan sebenar-benarnya.

Surabaya 20 Maret 2024



NIM. 21420100021

ABSTRAK

Kidzania merupakan tempat bermain yang menggunakan konsep edukasi untuk anak-anak. Kidzania Surabaya merupakan cabang dari Kidzania pusat yang berada di Mexico, kidzania ini tersebar diberbagai negara termasuk di Asia. Kidzania Surabaya terletak di Mall Lagoon Avenue Sungkono, kidzania memiliki banyak establisments yang bisa menambah pengetahuan dan pengalaman anak-anak saat bermain khususnya dalam berbagai profesi. Kidzania tidak untuk anak-anak saja namun orang dewasa juga dapat bermain disana contohnya seperti menjadi penyiar radio, menjadi artis, dan lain sebagainya. Kidzania bisa menjadi tempat anak-anak untuk mengetahui pekerjaan berbagai profesi, sehingga bisa membantu anak-anak menemukan cita-citanya. Bukan hanya bermain anak-anak juga diajarkan menjadi orang dewasa yang harus bekerja dan membayar pajak. Kidzania di desain semirip mungkin dengan profesi aslinya contohnya dokter, dalam establisment dokter dirancang semirip mungkin seperti didalam rumah sakit yang dimana anak-anak diajarkan cara mengobati pasien yang cidera, terluka, bahkan operasi. Kidzania juga terdapat mata uang yang disebut KidZos, anak-anak akan mendapatkan kidzos atau gaji jika dia sudah bekerja dan kidzos bisa ditukarkan menjadi barang. Selain itu terdapat pasport yang memberi manfaat menambah gaji tambahan, diskon biaya masuk kidzania, dan pasport ini juga bisa digunakan di seluruh dunia. Kidzania merupakan tempat edukasi terbaik untuk anak-anak karena sangat menambah pengetahuan yang jarang ada di tempat bermain.

Kata Kunci : Tim Point Of Sales, Kidzania Surabaya.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur Penulis Panjatkan atas ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, yang senantiasa melimpahkan rahmat, hidayah, dan karunia-Nya, sehingga Laporan Kerja Praktik dengan judul “Perancangan Desain Frame Instagram Point Of Sales Sebagai Media Promosi Pada PT. Aryan PP Properti” ini dapat terselesaikan dengan lancar sesuai dengan waktu dan ketentuan yang ditetapkan.

Laporan Kerja Praktik ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan mata kuliah Kerja Praktik Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual Universitas Dinamika. Suksesnya Kerja Praktik dan penyusunan Laporan Kerja Praktik ini berkat adanya dukungan dari berbagai pihak, baik itu yang terlibat secara langsung maupun secara tidak langsung. Maka dari itu Penulis ucapkan terima kasih banyak kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Budi Jatmiko, M.Pd. selaku Rektor Universitas Dinamika.
2. Bapak Karsam, MA., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Desain dan Industri Kreatif Universitas Dinamika.
3. Bapak Dhika Yuan Yurisma, M.Ds., ACA. Selaku Ketua Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual Universitas Dinamika.
4. Bapak Dr. Muh. Bahruddin, S.Sos., M.Med.Kom. selaku Dosen Pembimbing yang telah membimbing dan memberikan arahan, masukan serta saran selama pelaksanaan Kerja Praktik hingga penyusunan Laporan Kerja Praktik selesai.
5. Ibu Rani Novita Sari selaku HRD
6. Bapak Benny Setyawan selaku penyelia selama Kerja Praktik.
7. Rekan kerja di PT. Aryan PP Properti, khususnya Tim Point Of Sales KidZania Surabaya yang telah memberikan banyak ilmu dan pengalaman yang berharga.

Surabaya, 14 Mei 2024

Ryrra Dzikrika

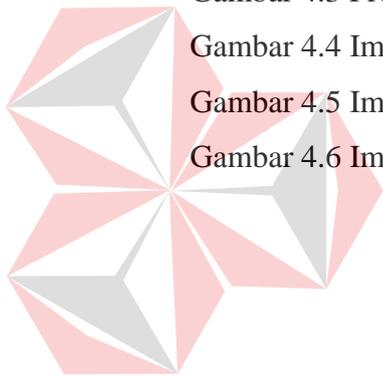
DAFTAR ISI

COVER	i
LEMBAR MOTTO	iii
LEMBAR PERSEMBAHAN	iv
LEMBAR PENGESAHAN	iv
LEMBAR PERNYATAAN	vi
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 LatarBelakang	1
1.2 RumusanMasalah	1
1.3 BatasanMasalah.....	2
1.4 Tujuan.....	2
1.5 Manfaat	2
1.5.1 Bagi Mahasiswa	2
1.5.2 Bagi Instansi	3
1.5.3 Bagi Akademik	3
1.6 Pelaksanaan	3
1.7 SistematikaPenulisan	4
BAB II.....	6
GAMBARAN UMUM INSTANSI.....	6
2.1 Sejarah Instansi	6
2.2 Profil Instansi	6
2.3 Visi dan Misi	7
2.3.1 Visi	7
2.3.2 Misi	7

2.4 Logo Instansi.....	7
2.5 Lokasi Kantor PT Aryan PP Properti Kidzania Surabaya.....	8
2.6 Struktur Organisasi.....	9
27 Pokok Bahasan dan Jabatan	9
BAB III	11
LANDASAN TEORI	11
3.1 Media Digital dan Promosi	11
3.2 Instagram.....	11
3.2 Website	13
3.3 Warna	13
3.4 Tipografi.....	14
3.5 <i>Layout</i>	15
3.6 Marketing	15
BAB IV	17
DESKRIPSI PEKERJAAN.....	17
4.1 Penjelasan Pekerjaan.....	17
4.2 Posisi dalam Pekerjaan.....	17
4.3 Brief.....	17
4.4 <i>Software</i> yang Digunakan	17
4.5 Proses Perancangan Frame Instagram.....	17
BAB V.....	22
PENUTUP	22
5.1 Kesimpulan	22
5.2 Saran.....	22
DAFTAR PUSTAKA	23
LAMPIRAN	24

DAFTAR GAMBAR

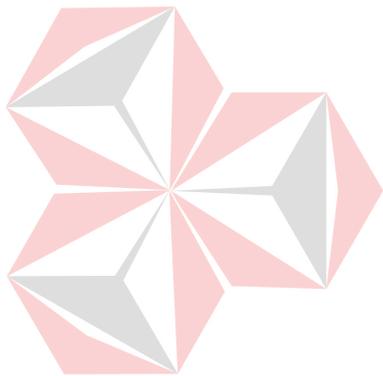
Gambar 2.1 Logo Kidzania Surabaya	7
Gambar 2.2 Peta Kidzania Surabaya	8
Gambar 2.2 Pintu Masuk Kidzania Surabaya	8
Gambar 2.4 Struktur Organisasi.....	9
Gambar 3.1 Teori Warna.....	14
Gambar 3.2 Tipografi.....	15
Gambar 4.1 Proses Mengatur <i>Artboard</i>	18
Gambar 4.2 Proses <i>Editing</i> dan <i>Layouting</i>	18
Gambar 4.3 Proses Pemilihan Format Akhir Desain	19
Gambar 4.4 Implementasi Media Pada Instagram Kidzaniashop	20
Gambar 4.5 Implementasi Media Pada Instagram Kidzaniashop	21
Gambar 4.6 Implementasi Media Pada Instagram Kidzaniashop	21



UNIVERSITAS
Dinamika

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Balasan Intansi/ Perusahaan	24
Lampiran 2. Form KP 5 Acuan Kerja	24
Lampiran 3. Form KP 6 Log Harian	27
Lampiran 4. Form KP 7 Presensi Kerja Praktik.....	30
Lampiran 5. Kartu Bimbingan Kerja Praktik.....	32
Lampiran 6. Biografi	33

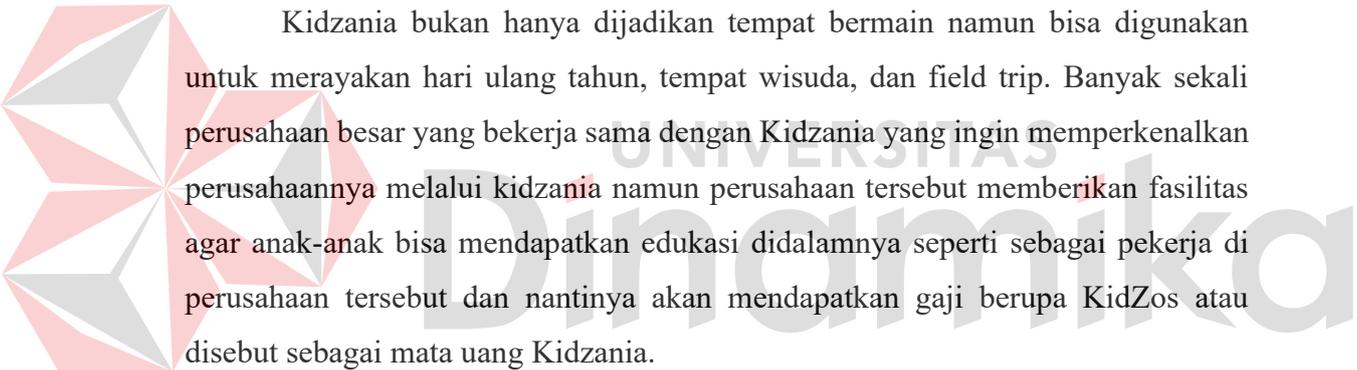


UNIVERSITAS
Dinamika

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kidzania merupakan salah satu tempat bermain yang lebih menonjolkan edukasi, yang terdapat di Surabaya. Kidzania di Indonesia terletak di dua kota yaitu Jakarta dan Surabaya. Kidzania memiliki tujuan yaitu untuk menyentuh hati dan pikiran anak-anak di seluruh dunia dengan menguatkan mereka untuk menjadikan dunia ini tempat yang lebih baik. Kidzania didesain secara unik yang dimana tempat bermain ini dijadikan sebagai kota interaktif untuk anak-anak umur 2-16 tahun yang memadukan bermain dengan belajar melalui berbagai macam profesi yang ada dalam kehidupan nyata.



Kidzania bukan hanya dijadikan tempat bermain namun bisa digunakan untuk merayakan hari ulang tahun, tempat wisuda, dan field trip. Banyak sekali perusahaan besar yang bekerja sama dengan Kidzania yang ingin memperkenalkan perusahaannya melalui Kidzania namun perusahaan tersebut memberikan fasilitas agar anak-anak bisa mendapatkan edukasi didalamnya seperti sebagai pekerja di perusahaan tersebut dan nantinya akan mendapatkan gaji berupa KidZos atau disebut sebagai mata uang Kidzania.

Banyak orang-orang yang mencari informasi Kidzania melalui sosial media contohnya Instagram dan Tiktok. Dan Kidzania juga memanfaatkan kondisi tersebut untuk membuat poster dan cuplikan video yang berisi tentang kegiatan apa saja yang dapat kita lakukan ketika bermain disana. Kidzania di area bermainnya terbagi menjadi tiga divisi yaitu area establishment, fnb, dan Point of sales. Area establishment bertugas sebagai pemandu cara bekerja didalam establishment, fnb bertugas sebagai menjual makanan dan minuman, dan point of sales bertugas untuk menjual merchandise, foto saat bermain di establishment, menjual passport dan membuat konten di Instagram Kidzaniashop.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang diangkat dalam Kerja Praktik, yaitu:

”Bagaimana mendesain frame Instagram Kidzaniashop agar menjadi lebih menarik?”

1.3 Batasan Masalah

Agar lebih jelas dan terarah dengan baik dalam Kerja Praktik, terdapat batasan masalah yang ditetapkan:

1. Merancang kebutuhan desain frame untuk Instagram yang bertujuan untuk memenuhi tugas pokok.
2. Perancangan frame disesuaikan dengan establishment kidzania
3. *Software* yang digunakan selama Kerja Praktik menggunakan *adobe illustrator* dan digunakan di Kidzania PT. Aryan PP Properti. *Software* yang digunakan yaitu *adobe illustrator, photoshop, lightroom*, dan *capcut*.
4. Perancangan desain frame Instagram kidzaniashop diulai pada bulan Februari sampai Maret 2024 sesuai dengan periode Kerja Praktik.

1.4 Tujuan

Tujuan dilaksanakannya Kerja Praktik di Kidzania PT. Aryan PP Properti adalah sebagai berikut:

1. Agar mahasiswa dapat mengetahui dan mengimplementasikan ilmu yang telah didapatkan selama perkuliahan ke dalam dunia kerja.
2. Agar mahasiswa mendapatkan pengalaman dan gambaran tentang pekerjaan secara langsung dan nyata.
3. Agar mahasiswa dapat memahami budaya kerja dan efektivitas manajemen waktu dengan bekerja di suatu Perusahaan atau instansi.

1.5 Manfaat

1.5.1 Bagi Mahasiswa

- a. Mendapatkan ilmu dan menambah pengetahuan baru yang dapat diterapkan ke dalam kehidupan.
- b. Memperoleh pengalaman kerja yang nyata di suatu perusahaan atau instansi.
- c. Dapat mengimplementasikan dan mengembangkan ilmu yang diperoleh saat di perkuliahan.
- d. Menambah relasi.

1.5.2 Bagi Instansi

- a. Perusahaan atau instansi dapat menganalisis tenaga kerja, khususnya di bidang Desain Komunikasi Visual sebagai bahan masukan tenaga kerja yang dibutuhkan oleh perusahaan atau instansi.
- b. Mempermudah perusahaan atau instansi untuk mencari tenaga kerja di bidang Desain Komunikasi Visual.
- c. Menjalin dan mempererat hubungan antar perusahaan dengan perguruan tinggi.
- d. Membantu perusahaan atau instansi untuk menyelesaikan masalah harian selama kegiatan Kerja Praktik berlangsung.

1.5.3 Bagi Akademik

- a. Perguruan Tinggi lebih dikenal di dunia industri melalui Kerja Praktik yang dilaksanakan.
- b. Perguruan Tinggi mendapatkan relasi dan kerjasama yang baik dengan perusahaan atau instansi.
- c. Perguruan Tinggi memperoleh masukan untuk meningkatkan kualitas lulusannya melalui Kerja Praktik yang telah dilaksanakan.
- d. Perguruan Tinggi dapat memperbarui keilmuan, khususnya di bidang Desain Komunikasi Visual yang diperoleh selama pelaksanaan Kerja Praktik.

1.6 Pelaksanaan

A. Detail Instansi

Nama Instansi : PT Aryan PP Properti, KidZania Surabaya
Alamat : Jl. Abdul Wahab Siamin, Grand Lagoon, Surabaya, Jawa Timur.
Telepon : (031) 9920 6651
Email : <https://surabaya.kidzania.com/in-id>
Website : partner@kidzania.biz.id

B. Periode

Tanggal : 12 Februari 2024 – 12 April 2024

Senin-Jumat (09.30-17.30), Sabtu-Minggu
(11.30-19.30)

1.7 Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini membahas tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, periode Kerja Praktik, dan sistematika penulisan.

BAB II : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Bab ini menjelaskan tentang profil perusahaan atau instansi tempat pelaksanaan Kerja Praktik yaitu PT Aryan PP Properti, KidZania Surabaya yang memuat data berupa profil, visi, misi, hingga deskripsi kerja.

BAB III : LANDASAN TEORI

Bab ini menjelaskan mengenai teori-teori yang relevan untuk digunakan dalam perancangan fotografi periklanan digital dan teori-teori yang mendukung dalam penulisan Laporan Kerja Praktik.

BAB IV : DESKRIPSI PEKERJAAN

Bab ini menjelaskan tentang pekerjaan yang telah penulis lakukan selama Kerja Praktik di PT Aryan PP Properti, KidZania Surabaya, disertai dengan penjelasan mengenai proses dan hasil yang telah dikerjakan dan selanjutnya diangkat dalam penulisan Laporan Kerja Praktik.

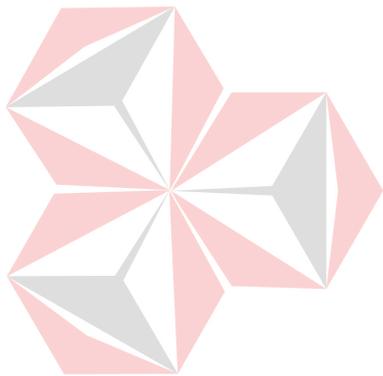
BAB V : PENUTUP

Bab ini membahas tentang kesimpulan serta saran mengenai Laporan Kerja Praktik yang telah disusun. Pada bagian kesimpulan berisi ringkasan dari hasil terkait permasalahan yang telah dijelaskan sebelumnya.

Sedangkan pada bagian saran berisi tentang beberapa masukan untuk menyelesaikan permasalahan yang terjadi di dalam Laporan Kerja Praktik ini.

DAFTAR PUSTAKA

Bagian daftar pustaka ini berisi tentang informasi mengenai daftar referensi yang digunakan penulis sebagai acuan dalam penyusunan Laporan Kerja Praktik yang didapatkan dari, buku, website di internet, dan jurnal.



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB II

GAMBARAN UMUM INSTANSI

2.1 Sejarah Instansi

Kidzania pertama kali didirikan di Negara Mexico tepatnya di kota Santa Fe pada tanggal 1 September 1999. Kidzania diciptakan dan dikembangkan oleh pengusaha Mexico Xavier lopez Ancona, yang saat ini menjadi CEO Kidzania. Sejarah Kidzania diawali dengan keinginan rasa Bersama, semangat yang membara untuk menciptakan permainan yang lebih baik. Lalu menciptakan negara sendiri yang dimana anak-anak dapat membuat Keputusan dan tanggung jawab sendiri atas perbuatan yang mereka lakukan, selain itu di Kidzania anak-anak dapat bertindak secara mandiri selayaknya orang dewasa. Kidzania memiliki hak-hak untuk mewujudkan keinginan mereka yaitu hak untuk: melakukan sesuatu, mengetahui sesuatu, menciptakan sesuatu, memberi, peduli, dan bermain.

Kidzania surabaya terlokasi di Mall Lagoon Avanie Jl. Abdul Wahab Siamin Kav. 9-10. Kidzania merupakan wahana permainan yang bertema edukasi untuk anak-anak yang menggabungkan antara bermain dan belajar dari berbagai macam profesi dan pekerjaan yang ada dalam kehidupan nyata. Kidzania berusaha menghadirkan pengalaman unik dan realistis untuk anak-anak. Menghadirkan mitra industri merupakan hal yang penting untuk Kidzania dalam memperkaya aktivitas, selain itu bisa memberikan keahlian dan pengalaman bernilai untuk anak-anak.

2.2 Profil Instansi

Perusahaan PT Aryan PP Properti KidZania Surabaya merupakan tempat bermain anak yang di konsep menyerupai kota interaktif dan unik. Kidzania adalah tempat bermain sekaligus belajar bagi anak usia 2-16 tahun dengan berbagai macam profesi menarik yang ada dalam kehidupan nyata. Berikut adalah informasi tentang Perusahaan PT Aryan PP Properti KidZania Surabaya :

Detail : Perusahaan PT Aryan PP Properti KidZania Surabaya
Instansi
Alamat : Jl. Abdul Wahab Siamin, Grand Lagoon, Surabaya, Jawa Timur.

Telepon : (031) 9920 6651
Email : <https://surabaya.kidzania.com/in-id>
Website : partner@kidzania.biz.id

2.3 Visi dan Misi

2.3.1 Visi

“Menyentuh hati dan pikiran anak-anak di seluruh dunia dengan menguatkan mereka untuk menjadikan dunia ini tempat yang lebih baik.”

2.3.2 Misi

1. Memberikan pengalaman belajar dan hiburan terbaik, khususnya dalam bermain peran untuk anak-anak.
2. Memberikan komitmen dan partisipasi tinggi untuk meningkatkan kehidupan.
3. Memberikan solusi suportif untuk menjaga lingkungan kita.

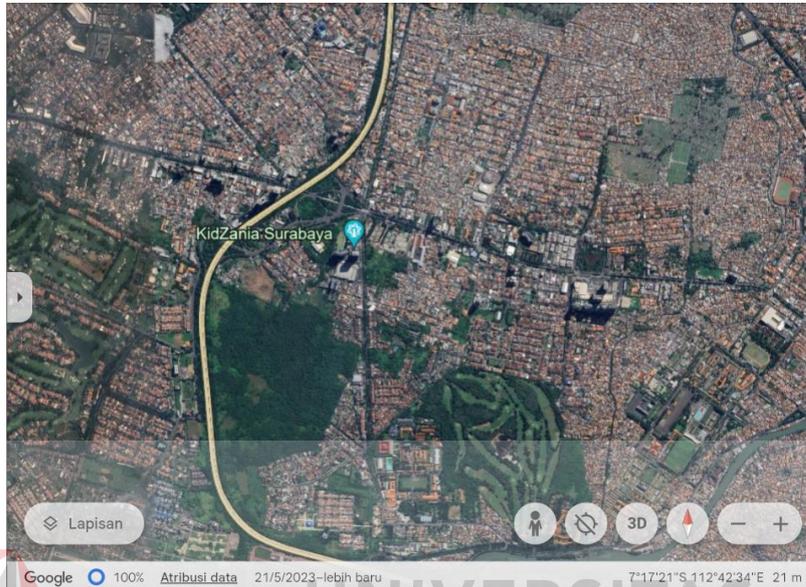
2.4 Logo Instansi



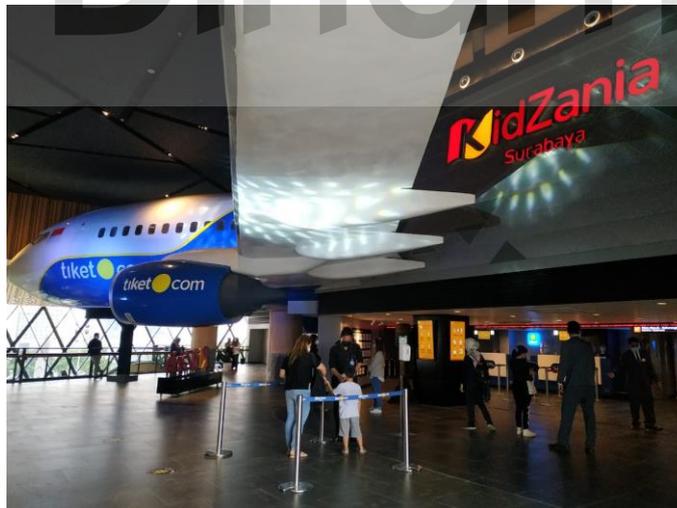
Gambar 2.1 Logo KidZania Surabaya
(Sumber : <https://images.app.goo.gl/XDBQu2fd7xuWS1Ma8>)

2.5 Lokasi Kantor PT Aryan PP Properti Kidzania Surabaya

Lokasi PT Aryan PP Properti KidZania Surabaya terletak di Jl. Abdul Wahab Siamin, Grand Lagoon, Surabaya, Jawa Timur.



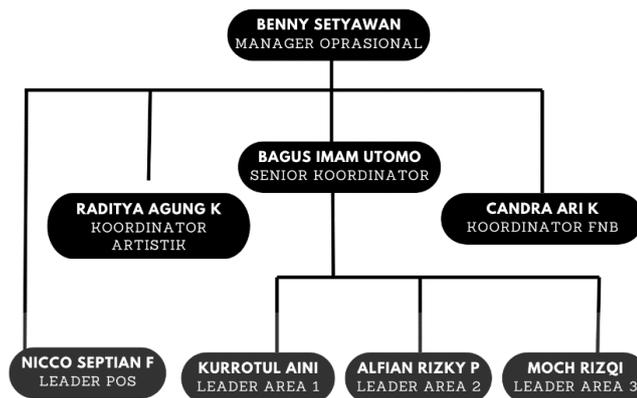
Gambar 2.2 Peta Lokasi Kidzania Surabaya
(Sumber: Berkas Penulis, 2024)



Gambar 2.3 Pintu masuk Kidzania Surabaya
(Gambar: <https://images.app.goo.gl/VCqJt1WEaSzAV2198>)

2.6 Struktur Organisasi

OPERATION STRUCTURAL



Gambar 2.4 Struktur Organisasi
(Sumber: Berkas Penulis, 2024)

2.7 Pokok Bahasan dan Jabatan

Di dalam instansi, diperlukannya suatu kesinambungan dalam melakukan pekerjaan, pembagian kerja perlu diterapkan dalam setiap jabatan yang ada di dalam instansi. Di bawah ini merupakan deskripsi tugas dari setiap jabatannya.

A. Manager Operasional

Manager operasional bertanggung jawab untuk mengoptimalkan proses dan system dalam organisasi agar operasional Perusahaan dapat dilaksanakan dengan baik.

B. Senior koordinator

Senior koordinator bertanggung jawab untuk mengkoordinasikan berbagai pihak yang terlibat dalam program kerja, baik mitra, klien, ataupun staf.

C. Koordinator Artistik

Koordinator artistik memiliki tanggung jawab untuk merencanakan, mengorganisir, dan mengendalikan seluruh aktivitas yang berkaitan dengan artistik.

D. Koordinator FNB

Koordinator FNB (*Food and Beverage*) bertugas mengawasi, mengkoordinasi, dan memastikan kepuasan pelanggan terkait dengan penyajian makanan dan minuman di Kidzania Surabaya.

E. Leader POS

Seorang leader pos (*Point of Sales*) bertanggung jawab untuk mengarahkan dan mendorong kinerja tim penjualan agar dapat meningkatkan penjualan Kidzania.

F. Leader Area 1

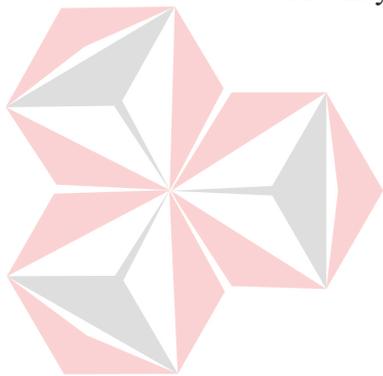
Seorang leader area 1 bertanggung jawab untuk membimbing, mengarahkan, serta mengawasi pengelolaan seluruh aktivitas yang terjadi di wilayah area 1 dalam instansi.

G. Leader Area 2

Seorang leader area 2 bertanggung jawab untuk membimbing, mengarahkan, serta mengawasi pengelolaan seluruh aktivitas yang terjadi di wilayah area 2 dalam instansi.

H. Leader Area 3

Seorang leader area 3 bertanggung jawab untuk membimbing, mengarahkan, serta mengawasi pengelolaan seluruh aktivitas yang terjadi di wilayah area 3 dalam instansi.



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB III

LANDASAN TEORI

3.1 Media Digital dan Promosi

Media digital salah satu teknologi yang menggunakan internet dan menggunakan sistem, di era digital saat ini pengoperasian sistem dilakukan secara otomatis. Media berasal dari bahasa latin yang memiliki arti sebagai perantara, sedangkan media secara sederhana yaitu media yang berbentuk interaksi antar manusia dengan komputer secara khusus. Media digital saat ini sangat penting sekali bagi kehidupan manusia contohnya untuk bekerja, belajar, mencari informasi, dan masih banyak lagi.

Media sosial khususnya Instagram memiliki banyak keuntungan dalam melakukan kegiatan promosi, seperti menyampaikan informasi untuk konsumen tanpa perlu biaya dan tenaga. Melalui Instagram kita dapat menyampaikan informasi secara singkat dan tidak harus berupa tulisan, kita dapat menyampaikannya melalui foto, dan video.

Promosi adalah suatu pemasaran yang bersifat media dan non media meningkatkan permintaan konsumen atau untuk memperbaiki kualitas produk (Sutisna, 2003). Menurut Rangkuti (2009:51) dalam bukunya berjudul Strategi Promosi yang kreatif dan analisis kasus *integrated* perusahaan melakukan promosi dengan tujuan mencari laba. Dalam melakukan promosi perusahaan harus didasari dengan beberapa tujuan seperti *Public Relation, Personal Selling, Direct Marketing, Modifikasi tingkah laku*. (Abdul & Arif, 2020)

3.2 Instagram

Instagram merupakan sosial media yang berupa gambar dan video secara online. Kata “insta” berasal dari kata “instan” yang artinya dapat memperlihatkan gambar-gambar secara instan. Kata “gram” berasal dari kata “telegram” yang diketahui cara kerjanya mengirimkan informasi secara cepat. Instagram sudah banyak diketahui orang-orang mulai dari berbagai kalangan masyarakat dengan mudah dapat menggunakannya. Instagram memiliki banyak manfaat untuk berbisnis guna membangun *brand*, dengan menggunakan instagram kita dapat

mengunggah foto dengan menggunakan jaringan internet sehingga informasi dapat tersampaikan secara cepat. (Untari & Fajariana, 2018)

a. Feeds

Feeds instagram merupakan fitur utama yang sudah ada sejak pertama kali adanya Instagram. *Feeds* ini berisi tentang postingan pengguna yang berupa gambar dan video, pada fitur ini kita dapat memberikan komentar, mengirim, menyimpan, dan tombol suka kepada postingan pengguna lain. *Feeds* Instagram memiliki dua ukuran yaitu *square* 1:1 dan *potrait* 4:5. Untuk rasio *square* umumnya berukuran 1080x1080 px, sedangkan *potrait* umumnya berukuran 1080x1350 px.

b. Stories

Stories Instagram merupakan fitur singkat yang dapat digunakan pengguna untuk mengunggah foto atau video secara singkat dalam waktu 24 jam. *Stories* Instagram juga memiliki berbagai jenis cerita yang dapat dicoba seperti foto atau video biasa, boomerang, tata letak, dan dual. Pada pembuatan *stories* kita juga bisa menambahkan musik, stiker, efek, dan *gift*. Untuk ukuran *stories* yaitu 1080 x 1920 px.

c. Reels

Reels Instagram merupakan fitur yang baru saja dikeluarkan oleh Instagram. *Reels* dapat digunakan untuk mendesain foto dan video agar lebih menarik, *reels* memiliki beberapa tools seperti audio, durasi, kecepatan, efek, tata letak, dan petunjuk waktu. *Reels* instagram memiliki ukuran 1080 x 1920 px dengan rasio aspek 9:16.

d. Direct Messages (DM)

Direct messages merupakan fitur yang dapat digunakan pengguna Instagram untuk mengirimkan pesan kepada pengguna lainnya. Selain itu pengguna juga dapat membuat grup dengan pengguna lainnya. Pada fitur ini kita dapat mengirimkan stiker, *gift*, video call, mengirim foto, mengirim pesan suara, dan mengubah latar pesan sesuai tema yang diinginkan secara pribadi.

e. Explore

Explore Instagram merupakan fitur yang memiliki kegunaan menjelajahi berbagai konten yang disajikan. Pengguna dapat melihat konten dari pengguna lainnya, dan dapat menambah pertemanan dengan pengguna lain berdasarkan minat pengguna.

f. *Live Streaming*

Live streaming atau biasa dikenal dengan siaran langsung merupakan fitur dari Instagram yang bisa digunakan pengguna. Dalam melakukan siaran langsung pengguna dapat membagikan kegiatannya secara *live* kepada pengikutnya, saat ingin memulai siaran langsung pastikan koneksi internet stabil. Pengguna juga dapat melakukan siaran langsung dengan pengguna Instagram lainnya, untuk saat ini *live* bisa dilakukan maksimal sampai 4 pengguna Instagram.

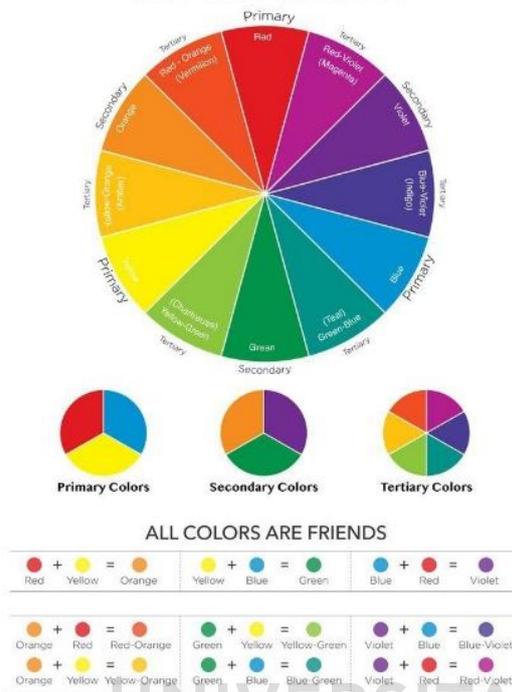
3.2 Website

Website atau yang dikenal dengan situs salah satu kumpulan informasi dalam bentuk data. *Website* memiliki dua sifat dinamis dan statis. Secara dinamis *website* selalu berubah-ubah, dan informasinya terdapat dua arah dari pemilik dan pengguna *website*, sedangkan statis informasi *website* tetap dan jarang berubah serta isi informasinya searah dari pemilik *website*.

3.3 Warna

Salah merupakan salah satu unsur keindahan dalam desain dan seni selain unsur-unsur visual yang lain (Sulaiman Darma Prawira, (1989:4). Sedangkan menurut Sadjiman Ebdy Sanyoto (2005:9) warna memiliki beberapa fungsi seperti: (1) sebagai identitas, (2) sebagai isyarat, (3) fungsi psikologis, (4) fungsi alamiah.

COLOR WHEEL



Gambar 3.1 Teori Warna
(Sumber: Pinterest)

Terdapat beberapa warna yang sering digunakan untuk mendesain, seperti *hue* atau sebutan lain dari warna. Warna memiliki tiga jenis yaitu warna primer merupakan warna dasar seperti warna merah, biru, dan kuning. Warna sekunder merupakan warna yang dihasilkan dari warna campuran seperti warna kuning dan merah yang menghasilkan warna orange, biru dan kuning yang menghasilkan warna hijau, warna biru dan merah yang menghasilkan warna ungu. Sedangkan warna tersier merupakan warna yang dihasilkan dari percampuran warna primer dan sekunder. (Monica & Luzar, 2011)

3.4 Tipografi

Tipografi dalam desain merupakan *visual language* yang diartikan sebagai dapat dilihat. Tipografi menjadi salah satu sarana yang untuk menerjemahkan kata yang terdapat pada halaman. Untuk membuat desain yang menarik dan memiliki informasi komunikasi, tipografi tidak dapat dilupakan dari elemen desain. Tipografi merupakan ilmu yang mempelajari bentuk huruf, angka, tanda baca, dan tidak hanya dilihat sebagai simbol suara tetapi dilihat sebagai bentuk desain.



Gambar 3.2 Tipografi
(Sumber: <https://htmlburger.com/blog/fun-fonts/>)

Sebagai contoh *font Cheersmiel* merupakan font yang memberikan keceriaan dan kegembiraan. Dengan desain yang gembira font ini ideal untuk buku anak-anak, atau desain yang bertema ceria dan gembira jenis font ini merupakan font dekoratif. tipografi memiliki empat prinsip yang mempengaruhi keberhasilan suatu desain yaitu *graphic clarity*, *visibility*, dan *readability*. Dari keempat prinsip tersebut pokok dari desain tipografi mempunyai tujuan utama untuk memastikan informasi yang akan disampaikan dari suatu desain dapat tersampaikan dengan tepat. (Wijaya, 1999)

3.5 Layout

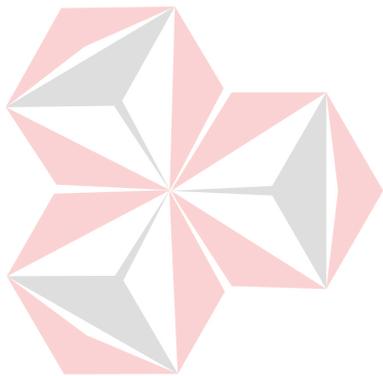
Layout atau tata letak merupakan penyusunan dari elemen-elemen desain sehingga membentuk tata letak desain yang artistik. Tujuan dari *layout* yaitu menampilkan elemen gambar dan teks yang disusun sehingga menjadikan sebuah karya desain yang komunikatif yang dapat memudahkan pembaca mendapatkan informasi yang disajikan (Sunardi. “Pengertian Layout.”). Tata letak merupakan suatu keputusan strategis operasional yang dapat menentukan keefisiensi operasional suatu perusahaan dalam jangka panjang. (Ichwanto, et al., 2021)

3.6 Marketing

Marketing atau dikenal dengan pemasaran merupakan proses individu dan kelompok individu untuk mendapatkan apa yang mereka butuhkan dengan melakukan penawaran secara bebas bertukar produk dan jasa yang bernilai dengan pihak lain (Kotler, 2005). Drucker (1973) mengatakan bahwa orang menganggap

penjualan akan selalu dibutuhkan. Oleh karena itu tujuan dari pemasaran adalah mengetahui dan memahami pelanggan dengan baik sehingga produk dan jasa dapat sesuai dengan pelanggan dan mampu menjual dengan sendirinya.

Jenis pemasaran ini memiliki beberapa keunikan dibandingkan dengan pemasaran konvensional. Beberapa keunikan seperti: (1) Interaktivitas, (2) memperkuat dampak pemasaran, (3) konsumen menjadi tidak terbatas, (4) informasi *online* selalu tersedia, (5) pendekatan kepada konsumen dilakukan secara aktif, (6) terjadi diskusi dengan konsumen atau antar konsumen, (7) memiliki banyak informasi, (8) lebih mudah diukur menggunakan teknologi, (9) mudah beradaptasi, (10) personalisasi, (11) efisiensi biaya. (Rauf, et al., 2021)



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB IV DESKRIPSI PEKERJAAN

4.1 Penjelasan Pekerjaan

Selama melaksanakan Keja Praktik di Kidzania PT. Aryan PP Properti Surabaya. Penulis ditugaskan di Tim POS (Point Of Sales). Bagian ini bertanggung jawab untuk mengelola strategi penjualan dan rencana pemasaran untuk mencapai target penjualan Kidzania. Pembuatan desain frame instagram

4.2 Posisi dalam Pekerjaan

Selama pelaksanaan kerja praktik di PT. Aryan PP Properti, penulis diberi tanggung jawab sebagai desainer frame instagram milik @kidzaniashop. Pemilik memiliki tugas pokok membuat frame instagram secara kreatif dan inovatif, selama melakukan aktivitas di Kidzania Surabaya.

4.3 Brief

Brief atau pengarahan merupakan proses paling awal untuk merancang sebuah desain. *Brief* merupakan tahap terpenting dalam menyusun sebuah desain, pengarahan ini biasanya dilakukan pada evaluasi di waktu sore dan malam secara offline. Selama *brief* akan diberitahu dalam sehari akan mengerjakan apa saja, nantinya penulis akan melanjutkan desain sesuai *brief* desain frame sampai tahap akhir.

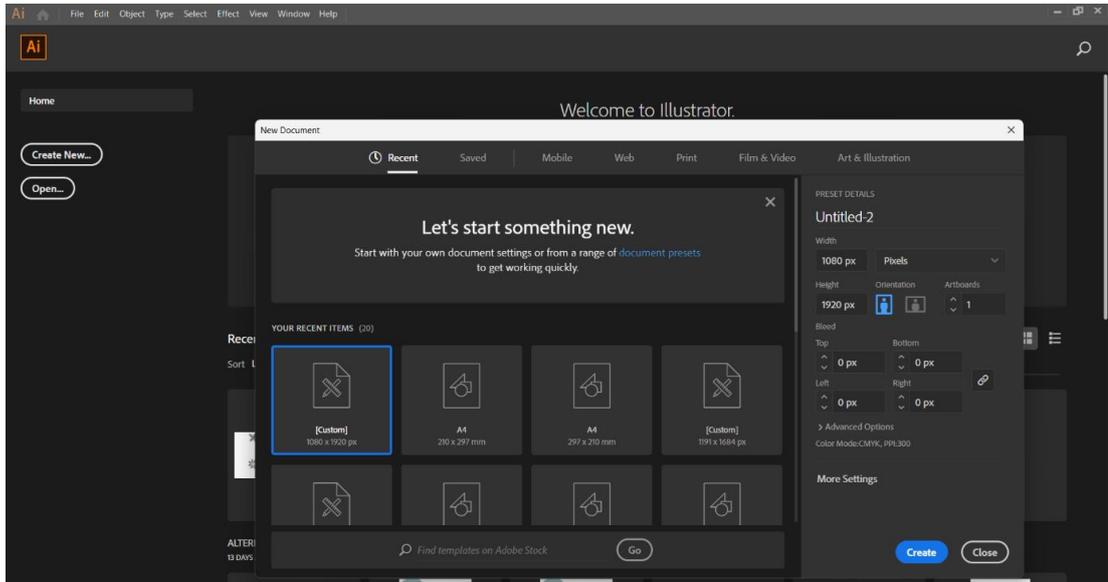
4.4 Software yang Digunakan

Dalam pembuatan desain frame untuk instagram @kidzaniashop ada beberapa *software editing* yang sangat umum digunakan. Penulis menggunakan *software editing* yang membutuhkan akurasi tepat seperti seperti Adobe Illustrator.

4.5 Proses Perancangan Frame Instagram

A. Tahap pembuatan *Artboard*

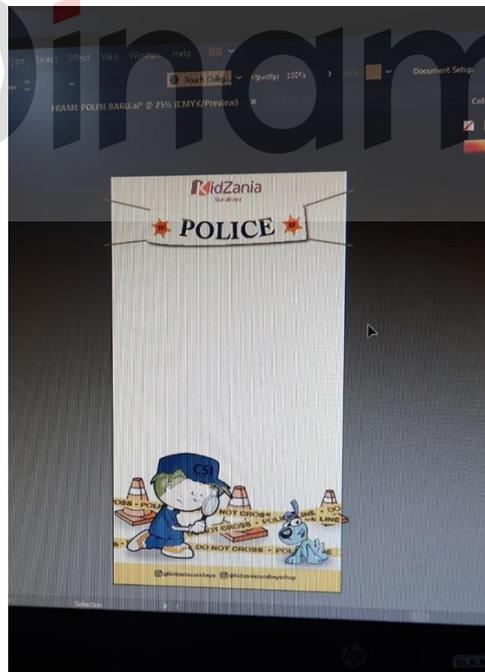
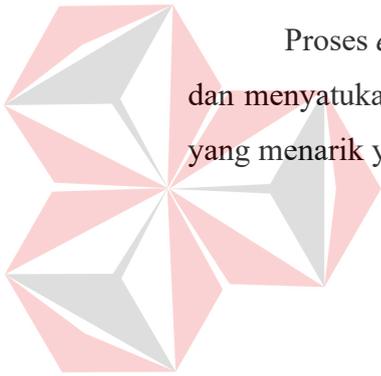
Tahap pembuatan *artboard* merupakan tahap awal sebelum melakukan desain. Dalam tahap ini penulis harus mengetahui ukuran yang akan digunakan untuk desain frame instagram agar sesuai. Berikut ini tampilan dari Adobe Illustrator untuk mengatur ukuran *artboard*



Gambar 4.1 Proses Mengatur Artboard
(Sumber: Berkas Penulis, 2024)

B. Proses *Editing* dan *Layouting*

Proses *editing* merupakan proses untuk menyusun, *layout*, mengatur warna, dan menyatukan aset-aset yang sudah dibuat dari tahap *brief* agar menjadi desain yang menarik yang nantinya diunggah ke media sosial Instagram.



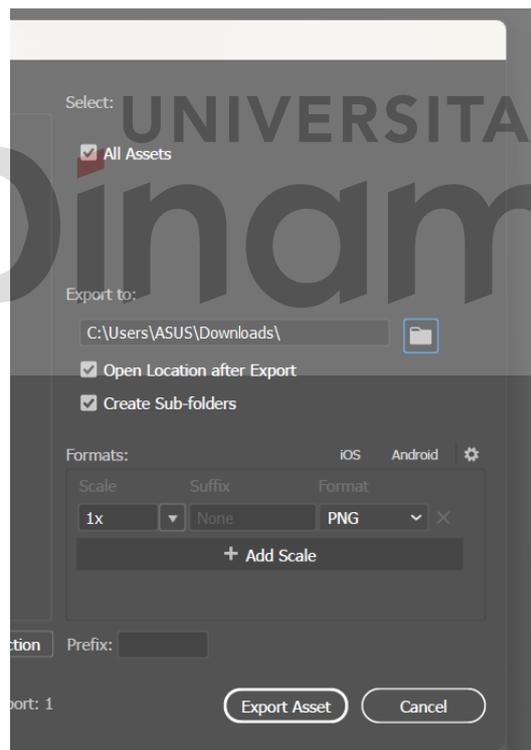
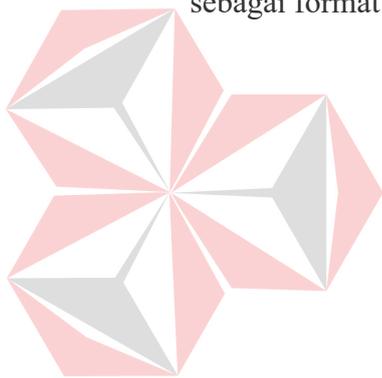
Gambar 4.2 Proses *Editing* dan *Layouting*
(Sumber: Berkas penulis, 2024)

C. Proses *Screening*

Tahap ini merupakan proses pengajuan hasil desain yang telah dibuat kepada Leader atau ketua tim yang bertanggung jawab atas desain yang telah dibuat. Pada tahap ini desain akan direvisi bila ada hal-hal yang perlu ditambah atau dikurang, sehingga pesan yang akan disampaikan dari desain tersebut dapat tersampaikan dengan baik kepada audiens.

D. Proses *Rendering*

Setelah melakukan tahap *screening* penulis juga perlu melakukan tahap *render*. Pada tahap ini merupakan proses menyatukan objek berupa foto, teks, dan lainnya menjadi satu. *Render* untuk gambar yang sudah didesain dapat disesuaikan format akhirnya menjadi format JPEG, PNG, atau PDF sesuai dengan kebutuhan. Di media sosial Instagram ini menyipkan file dengan menggunakan format JPEG sebagai format akhir.



Gambar 4.3 Proses Pemilihan Format Akhir Desain
(Sumber: Penulis, 2024)

E. Tahap Implementasi Media

Setelah tahap *screening* dan *rendering* selanjutnya terdapat tahap implementasi media atau publikasi desain ke media sosial untuk disampaikan

kepada target audiens. Menggunakan media sosial agar pesan tersebut tersebar secara luas, dan diharapkan desain tersebut dapat memberikan pesan kepada audiens dengan baik.



Gambar 4.4 Implementasi Media pada Instagram Kidzaniashop
(Sumber: Penulis, 2024)



Gambar 4.5 Implementasi Media pada Instagram Kidzaniashop
(Sumber: Penulis, 2024)



Gambar 4.6 Implementasi Media Instagram Kidzaniashop
(Sumber: Penulis, 2024)

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Perancangan desain frame instagram terhadap media digital pada Kidzania Surabaya PT. Aryan PP Properti yang bertujuan untuk menyampaikan informasi dan merepost experience pengunjung dengan cara kreatif dan menarik. Dengan memanfaatkan media digital dan media sosial sebagai cara menyampaikan informasi yang efisien. Sehingga target pasar dapat menerima pesan secara singkat dengan penyampaian yang lebih jelas.

5.2 Saran

- a. Penulis memiliki beberapa saran yang ditunjukkan kepada perusahaan antara lainnya:
- b. Terus melakukan riset terhadap media-media yang didukung dengan perkembangan teknologi
- c. Eksplora lebih banyak teknologi-teknologi dan referensi *design* agar dapat meningkatkan efisiensi dalam mendesign frame Instagram agar lebih menarik.
- d. Riset dapat dilakukan dengan banyak mengamati *trend* yang sudah ada di media sosial. Eksplora dapat dilakukan dengan memanfaatkan jaringan media internet seperti menggunakan Pinterest, dan Instagram.
- e. Penulis juga memberikan beberapa saran kepada pemegang selanjutnya, antara lainnya:
- f. Pemegang lebih aktif dan mempunyai rasa ingin tahu yang tinggi agar lebih banyak mendapatkan ilmu dan pengalaman.
- g. Pemegang lebih banyak melatih diri dengan *hardskill* dan *softskill* agar mempermudah kinerja sebagai pemegang
 - a. Pemegang lebih aktif berinteraksi dan berkomunikasi kepada pihak perusahaan agar mendapatkan banyak relasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul, D., & Arif, M. (2020). Pemanfaatan Media Digital Dalam Pembelajaran Pai Melalui Pendekatan Saintifik. *E-Journal System IAIN Bengkulu (Institut Agama Islam Negeri)*, 76-81.
- Ichwanto, M. A., Ansyorie, M. A., Alfianto, I., Saputra, S. A., Maharani, N. I., Putri, E. S., & Hasan, F. I. (2021). Optimalisasi Potensi Desa Dono Mulyo Melalui Desain Layout Perkebunan Tebu Dan Media Digital. *Jurnal Pengabdian Vokasi: Volume 02, Nomor:02*, 92-96.
- Monica, & Luzar, L. C. (2011). Efek Warna Dalam Dunia Desain Dan Periklanan. *HUMANIORA*, 1084-1096.
- Rauf, A., Manullang, S. O., Ardiansyah, E., Diba, F., Awaluddin, I. A., Muniarty, P., . . . Hardi, S. (2021). *Digital Marketing : Konsep dan Strategi*. Cirebon: Insania.
- Untari, D., & Fajariana, D. E. (2018). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram. *Jurnal Sekertaris dan Manajemen*, 271-278.
- Wijaya, P. Y. (1999). Tipografi Dalam Desain Komunikasi Visual. *Nirmana*, 47-54.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Balasan Instansi



Surabaya, 6 Februari 2024

No: 003/HRD/APRO/KZ-SUB/2/2024

Kepada Yth:

Universitas Dinamika

Dekan Fakultas Desain dan Industri Kreatif

Up : Bapak Karsam, MA., Ph.D.

Perihal : Balasan Izin Praktek (Permohonan Kuliah Praktik Kerja Lapangan)

Dengan hormat,

Berdasarkan Surat Nomor **390/KP/UDK-01/II/2024** Tanggal 2 Februari 2024 perihal Permohonan Ijin Kuliah Kerja Profesi kepada mahasiswi :

- A. Nama : **Niluh Ayu Maul'disa**
NIM : 21420100020
- B. Nama : **Rosa Setya Ramadhanty**
NIM : 21420100039
- C. Nama : **Ryrra Dzikrika**
NIM : 21420100021

Menindaklanjuti Surat Permohonan Kuliah Pratik Kerja Lapangan dari Bapak, Bersama surat ini kami **bersedia** memberikan kesempatan Kuliah Praktik Kerja Lapangan (PKL) di PT Aryan PP Properti (KidZania Surabaya) kepada 3 (tiga) Mahasiswi dari Universitas Dinamika Program Studi Desain Komunikasi Visual selama 2 bulan terhitung mulai tanggal **12 Februari 2024 – 12 April 2024**.

Demikian surat jawaban dari kami, atas perhatian dan kerjasamanya kami mengucapkan terima kasih.

Hormat kami,

PT Aryan PP Properti

Rani Novita Sari

HRD



PT ARYAN PP PROPERTI

Lampiran 2. Form KP – 5 Acuan Kerja

ACUAN KERJA

Nama Instansi/Perusahaan : PT. ARYAN PP PROPERTI (KIDZANIA SURABAYA)

Nama Penyelia : Benny Setyawan

Jabatan Penyelia : Head of Operational & P.O.S

Alamat Instansi/Perusahaan : Lagoon Avenue Mall Jl. KH Abdul Wahab Siamin, Grand Lagoon No. Kav. 9-10, Dukuh Pakis, Surabaya, Jawa Timur.

Telepon/Hp. : 0858-5086-6977

Fax : -

E-mail : benny@kidznia.biz.id

Nama Mahasiswa : Ryrra Dzikrika

NIM Mahasiswa : 21420100021

Telepon/Hp. : 0856-0621-4262

Fax : -

E-mail : 21420100021@dinamika.ac.id

Nama Dosen Pembimbing : Dr. Muh. Bahrudin, S.Sos., M.Med.Kom.

Telepon/Hp. : 0815-5308-0133

Fax : -

E-mail : bahrudin@dinamika.ac.id

Judul/Topik/Tema : Perancangan Desain Frame Instagram Sebagai Media Promosi Pada PT. Aryan PP Properti

Uraian Singkat : Perancangan kebutuhan konten media sosial Instagram milik @kidzaniashop antara lainnya berupa desain frame instagram story.

Perkiraan Jangka Waktu : 12 Februari s/d 12 Maret 2024

Garis Besar Rencana Kerja Mingguan

No.	Waktu (Hari & Jam)	Uraian Rencana Kerja
1.	Minggu I Tanggal : 12 FEB. s/d 21 FEB. 2024 Hari Kerja : Senin... s/d. Minggu Jam Kerja : 09.30 s/d. 17.30 WIB	- Training di Tin POS - Mendesain frame Instagram Story
2.	Minggu II Tanggal : 25 FEB. s/d. 05. MAR 2024 Hari Kerja : Senin... s/d. Minggu Jam Kerja : 09.30 s/d. 17.30 WIB	- Membuat Frame Instagram Story - Editing Frame - Upload Story Instagram
3.	Minggu III Tanggal : 06. MAR. s/d. 22. MAR. 2024 Hari Kerja : Senin... s/d. Minggu Jam Kerja : 09.30 s/d. 17.30 WIB	- Memotret Pengejangan - Editing Frame - Selling Produk
4.	Minggu IV Tanggal : 23. MAR. s/d. 16. APR. 2024 Hari Kerja : Senin... s/d. Minggu Jam Kerja : 09.30 s/d. 17.30 WIB	- Membuat Frame Instagram Story - Editing Frame dan upload story - Selling produk

Yang bertandatangan di bawah ini menyatakan telah membaca dan memahami isi dari Acuan Kerja.

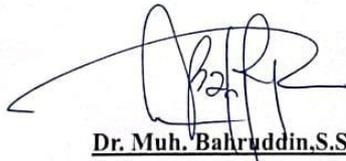
Peserta Kerja Praktik,



Ryyra Dzikrika

NIM. 21420100021

Dosen Pembimbing,



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

NIDN. 0704017701

Surabaya, 2024

Penyelia



PT. ARYAN PP PROPERTI
Benny Setvawan

Lampiran 3. Form KP – 6 Log Harian

LOG HARIAN DAN CATATAN PERUBAHAN ACUAN KERJA

Hal : 1
 Nama/NIM : Ryrri Dzikrika/ 21420100021
 Instansi/Bagian/Divisi : PT Aryan PP Properti, KidZania/ Tim P.O.S
 Judul : Perancangan Desain Frame Instagram Point of Sales
 Sebagai Media Promosi Pada PT. Aryan PP. Properti

No.	Hari/ Tanggal	Jam Kerja (Datang & Pulang)	Uraian/ Catatan/ Perubahan	Paraf
1.	12 Feb 2024	08.00 - 17.00	Training Tim Pos selling Produk	Ryrri Hf
2.	13 Feb 2024	09.30 - 17.30	Training Tim Pos Selling Produk	Ryrri Hf
3.	15 Feb 2024	09.20 - 17.43	Training Tim Pos Selling Produk	Ryrri Hf
4.	17 Feb 2024	11.26 - 19.39	Training Tim Pos Selling Produk	Ryrri Hf
5.	18 Feb 2024	11.20 - 19.35	Membuat desain Frame Selling Produk	Ryrri Hf
6.	19 Feb 2024	09.23 - 17.30	Membuat desain Frame Memotret Pengunjung Selling Produk	Ryrri Hf
7.	20 Feb 2024	09.23 - 17.30	Memotret Pengunjung Editing desain frame Menawarkan Produk	Ryrri Hf
8.	22 Feb 2024	09.27 - 17.26	Memotret Pengunjung Upload frame ke Instagram Menawarkan Produk	Ryrri Hf
9.	23 Feb 2024	09.20 - 17.52	Editing desain Frame Memotret Pengunjung Menawarkan Produk	Ryrri Hf
10.	24 Feb 2024	11.25 - 19.35	Editing desain Frame Memotret Pengunjung Menawarkan Produk	Ryrri Hf
11.	27 Feb 2024	09.23 - 17.30	Memotret Pengunjung upload frame ke Instagram Menawarkan Produk	Ryrri Hf
12.	28 Feb 2024	09.29 - 17.23	Editing desain Frame Memotret Pengunjung Menawarkan Produk	Ryrri Hf

13.	29 Feb 2024	09.30 - 18.14	- Memotret Pengunjung - Editing desain frame - Menawarkan Produk	Ryza Hh
14.	2 Maret 2024	09.30 - 19.40	- Memotret Pengunjung - Mendisplay Produk	Ryza Hh
15.	3 Maret 2024	11.30 - 19.30	- Upload Frame ke Instagram - Memotret Pengunjung - Menawarkan Produk	Ryza Hh
16.	4 Maret 2024	09.22 - 17.46	- Editing Frame - Memotret Pengunjung - Menawarkan Produk	Ryza Hh
17.	7 Maret 2024	09.23 - 17.30	- Editing Frame - Menawarkan produk	Ryza Hh
18.	8 Maret 2024	09.23 - 17.29	- Editing Frame - Upload Frame ke Instagram - Menawarkan Produk	Ryza Hh
19.	12 Maret 2024	09.25 - 17.30	- Memotret Pengunjung - Menawarkan Produk	Ryza Hh
20.	13 Maret 2024	11.25 - 17.25	- Upload Frame ke Instagram - Memotret Pengunjung	Ryza Hh
21.	15 Maret 2024	09.30 - 17.32	- Memotret Pengunjung - Menawarkan Produk	Ryza Hh
22.	16 Maret 2024	09.21 - 17.39	- Editing Frame - Upload Frame ke Instagram - Menawarkan Produk	Ryza Hh
23.	17 Maret 2024	09.24 - 17.30	- Memotret Pengunjung - Menawarkan Produk	Ryza Hh
24.	22 Maret 2024	11.21 - 17.02	- Upload Frame ke Instagram - Memotret Pengunjung - Menawarkan Produk	Ryza Hh
25.	23 Maret 2024	09.18 - 17.25	- Editing Frame - Men display produk - Menawarkan produk	Ryza Hh
26.	24 Maret 2024	09.26 - 17.23	- Memotret Pengunjung - Menawarkan Produk	Ryza Hh
27.	29 Maret 2024	09.20 - 17.37	- Upload Frame ke Instagram - Memotret Pengunjung - Menawarkan Produk	Ryza Hh
28.	30 Maret 2024	09.30 - 17.30	- Upload Frame ke Instagram - Menawarkan Produk	Ryza Hh

29.	31 Maret 2024	09.30 - 17.22	- Upload Frame ke Instagram - Menawarkan Produk	Ryza <i>Abd</i>
30.	5 April 2024	11.22 - 17.30	- Upload Frame ke Instagram - Menawarkan Produk	Ryza <i>Abd</i>
31.	6 April 2024	11.23 - 19.40	- Upload Frame ke Instagram - Memotret Pengunjung - Menawarkan Produk	Ryza <i>Abd</i>
32.	7 April 2024	11.16 - 19.31	- Upload Frame ke Instagram - Memotret Pengunjung - Menawarkan Produk	Ryza <i>Abd</i>

*) Paraf dilakukan oleh penyelia atau orang yang mewakili instansi/ perusahaan

Peserta Kerja Praktek,

Penyelia,

Dosen Pembimbing,



Ryza
Ryza Dzilvika



PT. ABYAN PP PRO
BSR/2024/5



Dr. Nur. Pahrudin, S.Sos. M.Mel.Fon.

Dinamika

Lampiran 4. Form KP – 7 Presensi Kerja Praktik

AREA :

idZania
Surabaya

ABSENSI MAGANG

NO	NAMA	TANGGAL	JAM DATANG	JAM PULANG	TANDA TANGAN
1.	Ryrra Dzikrika	12 FEB. 2024	08.00	17.00	Ryrr
2.	Ryrra Dzikrika	13 FEB. 2024	09.23	17.30	Ryrr
3.	Ryrra Dzikrika	15 FEB. 2024	09.20	17.43	Ryrr
4.	Ryrra Dzikrika	17 FEB. 2024	08.11.26	19.34	Ryrr
5.	Ryrra Dzikrika	18 FEB. 2024	11.20	19.35	Ryrr
6.	Ryrra Dzikrika	19 FEB. 2024	09.23	17.30	Ryrr
7.	Ryrra Dzikrika	20 FEB. 2024	09.23	17.30	Ryrr
8.	Ryrra Dzikrika	22 FEB. 2024	09.27	17.26	Ryrr
9.	Ryrra Dzikrika	23 FEB. 2024	09.20	17.52	Ryrr
10.	Ryrra Dzikrika	24 FEB. 2024	11.25	19.35	Ryrr
11.	Ryrra Dzikrika	27 FEB. 2024	09.27	17.30	Ryrr
12.	Ryrra Dzikrika	30 FEB. 2024	09.29	17.23	Ryrr
13.	Ryrra Dzikrika	29 FEB. 2024	09.30	18.19	Ryrr
14.	Ryrra Dzikrika	2 MARET. 2024	09.30	19.40	Ryrr
15.	Ryrra Dzikrika	3 MARET. 2024	11.30	19.30	Ryrr
16.	Ryrra Dzikrika	4 MARET. 2024	09.22	17.46	Ryrr
17.	Ryrra Dzikrika	7 MARET. 2024	09.23	17.30	Ryrr
18.	Ryrra Dzikrika	8 MARET. 2024	09.24	17.29	Ryrr
19.	Ryrra Dzikrika	12 MARET. 2024	09.25	17.30	Ryrr
20.	Ryrra Dzikrika	13 MARET. 2024	11.25	17.25	Ryrr
21.	Ryrra Dzikrika	15 MARET. 2024	09.30	17.32	Ryrr
22.	Ryrra Dzikrika	16 MARET. 2024	09.21	17.39	Ryrr
23.	Ryrra Dzikrika	17 MARET. 2024	09.24	17.30	Ryrr

ABSENSI MAGANG

NO	NAMA	TANGGAL	JAM DATANG	JAM PULANG	TANDA TANGAN
1.	Ryrra Dzikrika	22.3.2024	11.21	17.02.	Ryrr
2.	Ryrra Dzikrika	23.3.2024	09.18	17.25	Ryrr
3.	Ryrra Dzikrika	24.3.2024	09.21	17.23	Ryrr
4.	Ryrra Dzikrika	29.3.2024	09.20	17.37	Ryrr
5.	Ryrra Dzikrika	30.3.2024	09.30	17.30	Ryrr
6.	Ryrra Dzikrika	31.3.2024	09.30	17.22	Ryrr
7.	Ryrra Dzikrika	5.4.2024	11.22	17.30	Ryrr
8.	Ryrra Dzikrika	6.4.2024	11.28	19.40	Ryrr
9.	Ryrra Dzikrika	7.4.2024	11.16.	19.31	Ryrr
10.	Ryrra Dzikrika	14.4.2024	11.30	19.35	Ryrr
11.	Ryrra Dzikrika	15.4.2024	11.25	19.51	Ryrr
12.	Ryrra Dzikrika	16.4.2024	09.30	17.30	Ryrr

Lampiran 5. Kartu Bimbingan Kerja Praktik



KARTU BIMBINGAN KERJA PRAKTIK

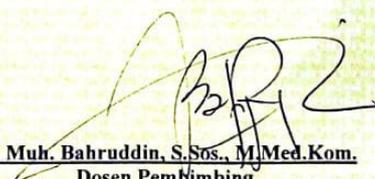
NAMA INSTANSI	PT ARYAN PP PROPERTI
ALAMAT INSTANSI	LAGGON AVENUE MALL JL. KH ABDUL WAAB SIAMIN, GRAND LAGOON NO. KAV. 09-10, DUKUH PAKIS, SURABAYA, JAWA TIMUR
CONTACT PERSON	(031) 9920 6651
JUDUL KERJA PRAKTIK	PERANCANGAN DESAIN FRAME INSTAGRAM POINT OF SALES SEBAGAI MEDIA PROMOSI PADA PT ARYAN PP PROPERTI
NAMA MAHASISWA	RYRRA DZIKRIKA
NIM	21420100021

JADWAL BIMBINGAN

Tanggal	Jam (mulai-selesai)	Materi Bimbingan	Tanda Tangan MHS	Paraf Dosen
20/5/2024	13.30 - 14.00	isi Bab I - Bab II	RyR	
25/6/2024	13.00 - 14.17	isi Bab IV - Penutup	RyR	
26/6/2024	10.30 - 12.00	konsultasi tatanan word	RyR	
1/7/2024	13.10 - 13.45	konsultasi ukuran	RyR	
2/7/2024	13.00 - 13.30	konsultasi Bab II	RyR	
3/7/2024	10.30 - 11.00	konsultasi keseluruhan	RyR	
4/7/2024	11.30 - 12.00	konsultasi seluruh laporan	RyR	

Surabaya, 6 Juli 2024

Menyetujui,
Hasil Laporan KP


Dr. Muh. Bahrudin, S.Sos., M.Med.Kom.
Dosen Pembimbing

Lampiran 6. Biografi



PROFIL

Saya seorang mahasiswi semester 5 Universitas Dinamika, Surabaya Jurusan S1 Desain Komunikasi Visual. Saya memiliki pengalaman berorganisasi dan kepanitiaan. Saya tertarik dalam suatu hal yang berbau desain, mengedit video, dan menggambar. Saya dapat bekerja dalam tim dan berdedikasi untuk belajar serta mengasah keampuan.

PENDIDIKAN

Universitas Dinamika – Surabaya, Indonesia September, 2021 – sekarang
S-1, Desain Komunikasi Visual
IPK: 3.81 (86 SKS)

SMA Muhammadiyah 2 – Surabaya, Indonesia Juli, 2018 – Mei, 2021
Jurusan IPS

KEMAMPUAN DAN KOMPETENSI

- Komunikasi
- Bekerjasama dalam Tim
- Leadership

ORGANISASI DAN VOLUNTEER

Fondasi Akhirat Juli, 2018 – Sekarang
Humas

Gerakan Peduli Sosial Desember, 2023 – Sekarang
Anggota kewirausahaan

Koor Perlengkapan (Komisi Pemilihan Raya) 2023 Juni, 2023 – Desember, 2023

Sekretaris *Workshop Digital art 2022*

Anggota Humas DKV Awards 2023

Koor Konsumsi Ospek Jurusan 2023