



UNIVERSITAS
Dinamika

**PERANCANGAN KONTEN MEDIA SOSIAL
SEBAGAI IKLAN LAYANAN MASYARAKAT DINAS
KETAHANAN PANGAN DAN PERTANIAN KOTA
SURABAYA**

LAPORAN KERJA PRAKTIK

**Program Studi
S1 Desain Komunikasi Visual**

Oleh:

**IRFAN ARDIANTO
21420100041**

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

**PERANCANGAN KONTEN MEDIA SOSIAL
SEBAGAI IKLAN LAYANAN MASYARAKAT
DINAS KETAHANAN PANGAN DAN PERTANIAN
KOTA SURABAYA**

LAPORAN KERJA PRAKTIK

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan
Mata Kuliah Kerja Praktik



UNIVERSITAS
Dinamika

Oleh:

Nama : IRFAN ARDIANTO

NIM : 21420100041

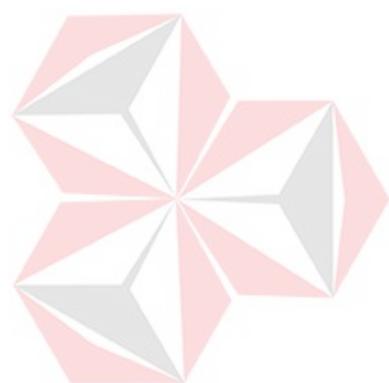
Program : S1 (Strata Satu)

Jurusan : Desain Komunikasi Visual

FAKULTAS DESAIN DAN INDUSTRI KREATIF

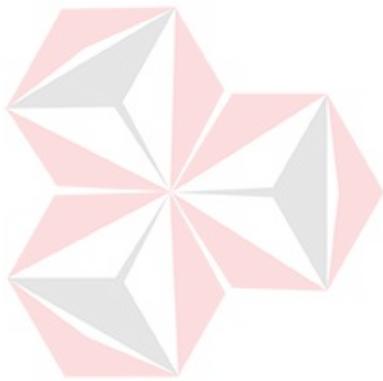
UNIVERSITAS DINAMIKA

2024



UNIVERSITAS
Dinamika

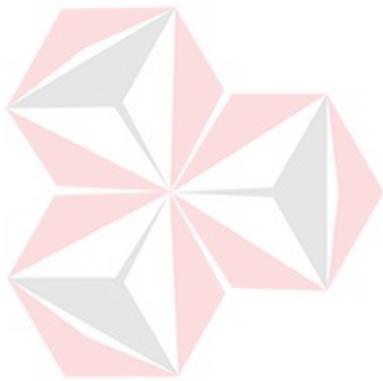
LEMBAR MOTTO



UNIVERSITAS
Dinamika

“Keep Trying While You Still Have The Chance”

LEMBAR PERSEMBAHAN



UNIVERSITAS
Dinamika

*Laporan kerja praktik ini saya persembahkan untuk semua pihak yang terlibat
ataupun selalu mendukung, mendoakan dan memberi semangat pada saya.*

Terima Kasih

LEMBAR PENGESAHAN

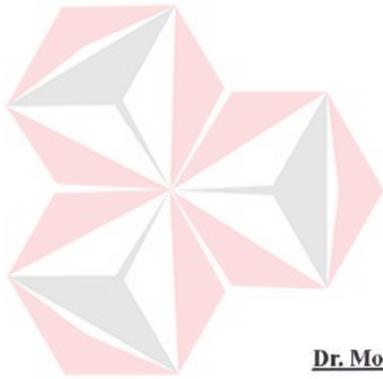
LEMBAR PENGESAHAN

PERANCANGAN KONTEN MEDIA SOSIAL SEBAGAI IKLAN LAYANAN MASYARAKAT DINAS KETAHANAN PANGAN DAN PERTANIAN KOTA SURABAYA

Laporan Kerja Praktik Oleh :

Irfan Ardianto
NIM. 21420100041

Telah diperiksa, diuji, dan disetujui



Surabaya, 15 Juli 2024

Dosen Pembimbing,

Penyelia,

Dr. Mochammad Arifin, S.Pd., M.Si

NIDN. 0717106501

Umi Kustiyowati SH.M.Hum

NIP. 197309161998032004

Mengetahui,

Ketua Program Studi

SI Desain Komunikasi Visual

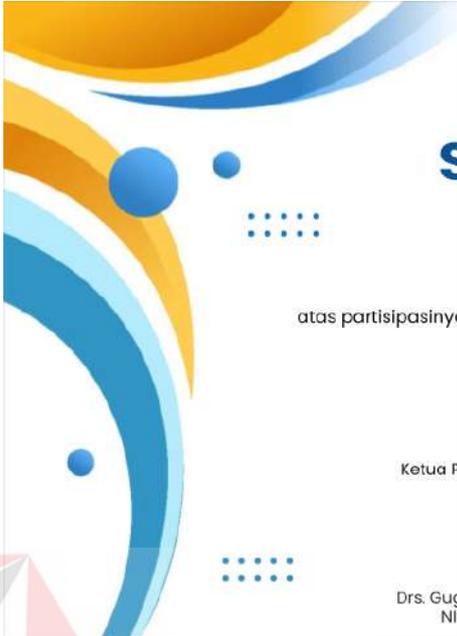


Fakultas Desain Komunikasi Visual
UNIVERSITAS
Dinamika

Dhika Yuan Yurisma, M.Ds.

NIDN. 0720028701

LEMBAR BUKTI KEPESERTAAN MSIB



SERTIFIKAT KEPESERTAAN
diberikan oleh **Pelaksana Pusat Kampus Merdeka** kepada

IRFAN ARDIANTO
NIM: 21420100041 / ID KEGIATAN: 9204094

atas partisipasinya sebagai peserta dan telah menyelesaikan kewajibannya dalam program
Magang Bersertifikat Angkatan 6
di
Dinas Ketahanan Pangan dan Pertanian Kota Surabaya

Ketua Pelaksana Kampus Merdeka



Drs. Gugup Kismono, M.B.A., Ph.D.
NIP 19637051989111001



UNIVERSITAS
Dinamika

LEMBAR PERNYATAAN

PERNYATAAN

PERSETUJUAN PUBLIKASI DAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Sebagai mahasiswa **Universitas Dinamika**, Saya :

Nama : **Irfan Ardianto**
NIM : **21420100041**
Program Studi : **S1 Desain Komunikasi Visual**
Fakultas : **Fakultas Desain dan Industri Kreatif**
Jenis Karya : **Laporan Kerja Praktik**
Judul Karya : **Perancangan Konten Media Sosial Sebagai Iklan Layanan Masyarakat Dinas Ketahanan Pangan Dan Pertanian Kota Surabaya**

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, 28 Juni 2024



Irfan Ardianto
NIM : 21420100041

ABSTRAK

Program MSIB, sebuah inisiatif Kampus Merdeka dari Kemendikbudristek, membuka peluang bagi mahasiswa untuk merasakan pengalaman berharga di dunia kerja selama satu semester (sekitar 5 bulan). Program ini setara dengan 20 SKS dan dirancang untuk membekali mahasiswa dengan keterampilan yang dibutuhkan untuk membangun karir yang komprehensif. Salah satu mitra program MSIB adalah Dinas Ketahanan Pangan dan Pertanian Kota Surabaya (DKPP). DKPP menawarkan 9 posisi magang, salah satunya adalah Social Media Specialist. Tugas utama Social Media Specialist adalah mengelola media sosial DKPP dengan membuat konten informatif yang merupakan iklan layanan masyarakat untuk mengedukasi masyarakat tentang ketahanan pangan dan pertanian. Konten iklan layanan masyarakat ini dapat berupa postingan kegiatan DKPP, infografis informatif tentang ketahanan pangan dan pertanian, poster, flyer, dan reels. Proses pembuatan konten melibatkan pembuatan narasi, desain, dan unggahan di media sosial DKPP. Setiap informasi yang dimuat harus melalui proses koreksi oleh mentor atau staf DKPP untuk memastikan kebenaran dan akurasi informasi yang diterima masyarakat.

Kata kunci: Dinas Ketahanan Pangan Dan Pertanian Kota Surabaya, social media specialist, MSIB, iklan layanan masyarakat, media sosial

KATA PENGANTAR

Dengan penuh rasa syukur, penulis ingin mengucapkan terima kasih atas limpahan rahmat dan karunia Allah SWT yang telah mengantarkan penulis dalam membuat laporan akhir magang Magang dan Studi Independen (MSIB) ini hingga selesai dengan lancar. Berkat karunia-Nya, penulis dapat melaksanakan magang di Dinas Ketahanan Pangan dan Pertanian Kota Surabaya selama periode 16 Februari 2024 hingga 30 Juni 2024. Penyusunan laporan menjadi pertanggungjawaban untuk syarat kelulusan program MSIB Batch 6, sekaligus syarat konversi 20 sks selama 1 semester.

Dalam pembuatan laporan ini selama lima bulan menjalani proses magang, penulis mendapat banyak pengalaman, pembelajaran, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan penuh rasa syukur, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi selaku pihak yang mengadakan program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM);
2. Dinas Ketahanan Pangan dan Pertanian Kota Surabaya (DKPP) selaku mitra Magang Bersertifikat;
3. Bapak Prof. Dr. Budi Jatmiko, M.Pd. selaku Rektor Universitas Dinamika;
4. Bapak Dhika Yuan Yurisma, M.Ds. selaku Ketua Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual;
5. Bapak Dr. Mochammad Arifin, S.Pd., M.Si selaku Dosen Pembimbing dari kampus yang memberikan masukan, dukungan, serta arahan kepada penulis dalam pembuatan laporan akhir ini;
6. Orang tua dan saudara yang selalu berdoa dan memberikan dukungan kepada penulis, agar selama pelaksanaan hingga berakhirnya kegiatan magang ini bisa dilakukan dengan lancar;
7. Ibu Kepala Dinas Ketahanan Pangan dan Pertanian Kota Surabaya dan seluruh pegawai beserta jajarannya, yang telah membuka kesempatan dan memberikan arahan kepada para mahasiswa agar dapat melakukan kegiatan MSIB di tempat ini;

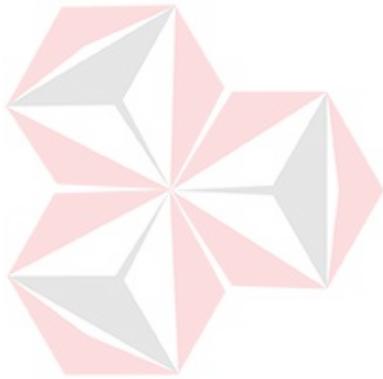
8. Mentor dan pendamping yang tidak luput dalam memberikan motivasi, arahan, apresiasi, dan pengalamannya selama penulis melakukan kegiatan magang di Dinas Ketahanan Pangan dan Pertanian Kota Surabaya;
9. Rekan-rekan divisi Social Media Specialist selaku rekan seperjuangan yang saling support, kooperatif, dan profesional sehingga dapat menyelesaikan program dan laporan akhir ini dengan semaksimal mungkin.

Penulis sadar bahwa laporan ini masih belum cukup sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun kepada para pembaca agar menjadi lebih baik lagi. Semoga laporan ini dapat bermanfaat untuk pembaca dan penulis.

Surabaya, 28 Juni 2024



Irfan Ardianto
(21420100041)



UNIVERSITAS
Dinandika

DAFTAR ISI

LEMBAR MOTTO.....	ii
LEMBAR PERSEMBAHAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
LEMBAR BUKTI KEPERSERTAAN MSIB	v
LEMBAR PERNYATAAN	vi
ABSTRAK.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	2
1.3 Batasan Masalah	2
1.4 Tujuan Kerja Praktik.....	2
1.5 Manfaat	2
BAB II GAMBARAN UMUM INSTANSI	4
2.1 Sejarah Perusahaan	4
2.2 Profil Perusahaan	4
2.3 Visi, Misi, dan Value.....	6
2.4 Logo Perusahaan.....	6
2.5 Struktur Organisasi	7
2.6 Jadwal Kerja	8
BAB III LANDASAN TEORI.....	9
3.1 Iklan Layanan Masyarakat.....	9
3.2 Media Sosial	9
3.3 Instagram	9
3.4 Desain	9
3.5 Prinsip Desain.....	9
3.6 Elemen Desain	10
3.7 Layout.....	11

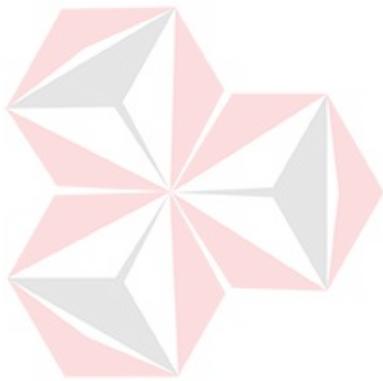
3.8 Copywriting	11
3.9 Tipografi	11
3.10 Video Editing	12
3.11 Photo Editing	12
BAB IV DESKRIPSI PEKERJAAN	13
4.1 Penjelasan Pekerjaan	13
4.2 Posisi dalam Pekerjaan	13
4.3 Metodologi Pengerjaan Tugas	15
4.4 <i>Software</i> Yang Digunakan	20
4.5 Hasil Pencapaian Magang	21
BAB V PENUTUP	25
5.1 Kesimpulan	25
5.2 Saran	26
DAFTAR PUSTAKA	27
LAMPIRAN	Error! Bookmark not defined.
Lampiran. 1 Surat Penerimaan MSIB dari Pihak Mitra	Error! Bookmark not defined.
Lampiran. 2 Form KP 3 dan 4 Nilai Softskill dan Hardskill	Error! Bookmark not defined.
Lampiran. 3 Form KP 5 Laporan Bulanan Platform MSIB	Error! Bookmark not defined.
Lampiran. 4 Form KP - 6 Rekap Kehadiran MSIB DKPP Kota Surabaya	Error! Bookmark not defined.
Lampiran. 5 Kartu Bimbingan Dosen	Error! Bookmark not defined.
Lampiran. 6 Biodata Penulis	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Ruang Rapat DKPP Kota Surabaya	5
Gambar 2.2 Website DKPP Kota Surabaya	6
Gambar 2.3 Logo Perusahaan DKPP Kota Surabaya	6
Gambar 2.4 Struktur Organisasi DKPP Kota Surabaya	7
Gambar 4.1 Pembagian Tim Desain, Video Reels, dan Copywriting	13
Gambar 4.2 Content Planner Social Media Specialist	16
Gambar 4.3 Brief Konten Untuk Flyer/Reels	16
Gambar 4.4 StoryBoard Video Project Reels	17
Gambar 4.5 Opsi Referensi/Footage Gambar di Website Pexels	17
Gambar 4.6 Opsi Referensi/Footage Gambar di Website Freepik	17
Gambar 4.7 Dokumentasi Lapangan Social Media Specialist	18
Gambar 4.8 Proses Edit Konten Flyer Feed di Adobe Illustrator	18
Gambar 4.9 Proses Edit Konten Reels Instagram di Aplikasi CapCut	19
Gambar 4.10 Asistensi Desain Flyer di Telegram	19
Gambar 4.11 Publikasi Konten Desain Flyer	20
Gambar 4.12 Feed/Flyer Harian DKPP Kota Surabaya	21
Gambar 4.13 Feed/Flyer Peringatan Hari Besar DKPP Kota Surabaya	22
Gambar 4.14 Video Reels Harian dan Liputan DKPP Kota Surabaya	22
Gambar 4.15 Project Short Film Cerita Idul Adha Keluarga Bapak	23
Gambar 4.16 Video Project SAFARI di Kebun Raya Mangrove	23
Gambar 4.17 Video Project Eco Fun Run KRM Surabaya	23
Gambar 4.18 Feed MSIB Batch 6 DKPP Kota Surabaya	24

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Jabatan Organisasi DKPP Kota Surabaya.....	8
Tabel 2.2 Jadwal Kegiatan Magang.....	8



UNIVERSITAS
Dinamika

DAFTAR LAMPIRAN

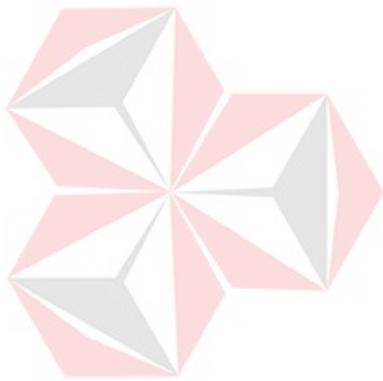
Lampiran 1.1 Surat Penerimaan MSIB dari Pihak MitraError! Bookmark not defined.

Lampiran 1.2 Nilai Softskill serta Hardskill.....Error! Bookmark not defined.

Lampiran 1.3 Laporan Bulanan Platform MSIBError! Bookmark not defined.

Lampiran 1.4 Rekap Kehadiran MSIB DKPP Kota Surabaya Error! Bookmark not defined.

Lampiran 1.5 Kartu Bimbingan KP.....Error! Bookmark not defined.



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pemerintah Indonesia melalui Kemendikbudristek meluncurkan program bernama Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM). Tujuannya untuk mengubah pendidikan tinggi yang ada di Indonesia menjadi lebih baik. MBKM terdiri dari beberapa program salah satunya adalah Magang dan Studi Independen Bersertifikat (MSIB). Dengan adanya program tersebut, dapat memberikan sebuah peluang kepada mahasiswa untuk menggali potensi sekaligus belajar belajar seputar dunia kerja, salah satunya dengan magang.

Di dalam program MSIB terdapat banyak mitra yang telah terdaftar dan berbagai macam regulasi penyeleksian peserta magangnya. Pada kesempatan ini, penulis mengikuti program MSIB di Dinas Ketahanan Pangan dan Pertanian (DKPP) Kota Surabaya. Di sana, penulis berposisi di bagian divisi Social Media Specialist selama hampir 5 bulan, yaitu mulai tanggal 16 Februari hingga 30 Juni 2024. DKPP Kota Surabaya sendiri bertugas mengurus bidang pangan melalui optimalisasi lahan dengan program pertanian perkotaan (Urban Farming) di Kota Surabaya. Selain fokus pada tugas pokoknya, DKPP Kota Surabaya juga mengelola aset Pemkot Surabaya seperti UPTD Kebun Raya Mangrove, Taman Hutan Raya, dan Klinik Hewan Surabaya.

Sebagai Social Media Specialist, tugas utama penulis adalah membuat branding program KaSurBoyo serta mengembangkan media sosial dan website DKPP dan bekerja dengan tim secara dinamis untuk memberikan informasi serta membangun citra positif DKPP di media sosial.

Dengan adanya program MSIB, penulis mendapatkan pengalaman berharga sebagai posisi Social Media Specialist dalam ranah dunia kerja. Banyak hal yang bisa didapatkan disini, seperti membuat ide kreatif, menyusun brief, dan menerapkan brief dengan pemahaman desain grafis dan video editing. Pengalaman ini tentu saja meningkatkan kemampuan dan keahlian penulis dalam bidang tersebut.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pernyataan latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang diangkat adalah sebagai berikut:

“Bagaimana merancang konten media sosial sebagai iklan layanan masyarakat Dinas Ketahanan Pangan dan Pertanian Kota Surabaya?”

1.3 Batasan Masalah

Beberapa batasan masalah yang ditentukan agar laporan tersusun dengan rapi, yaitu sebagai berikut:

1. Perancangan konten video harian dan video proyek khusus untuk media sosial DKPP Kota Surabaya
2. Perancangan konten desain visual flyer/feed untuk media sosial

1.4 Tujuan Kerja Praktik

Tujuan dari pelaksanaan kerja praktik di Dinas Ketahanan Pangan dan Pertanian Kota Surabaya adalah membuat atau merancang konten media sosial sebagai iklan layanan masyarakat.

1.5 Manfaat

Manfaat yang diperoleh selama melaksanakan kerja praktik di Dinas Ketahanan Pangan dan Pertanian Kota Surabaya antara lain:

1.5.1 Bagi Mahasiswa

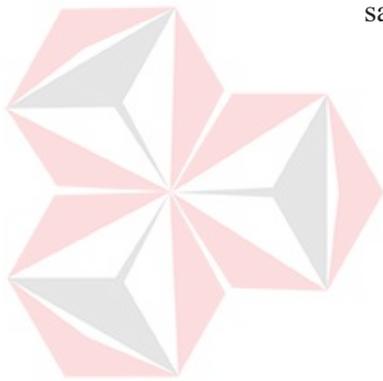
1. Mengimplementasikan ilmu copywriting, editing video, dan desain grafis yang telah diajarkan selama perkuliahan
2. Menambah pengalaman, jaringan relasi, dan *insight* dalam industri kreatif
3. Mengatur manajemen waktu, resiko, cara menyikapi masalah secara profesional dan mencari solusi yang terbaik
4. Memahami setiap proses distribusi konten media sosial
5. Mempelajari cara bekerja sama dalam tim secara profesional dengan orang lain
6. Menyelesaikan tugas sesuai target dan tepat waktu

1.5.2 Bagi Instansi/Perusahaan

1. Membantu Dinas Ketahanan Pangan dan Pertanian Kota Surabaya dalam perancangan konten media sosial sebagai iklan layanan masyarakat
2. Membantu dari segi sumber daya yang ada divisi *social media specialist*
3. Membangun hubungan antara mitra dengan perguruan tinggi

1.5.3 Bagi Akademik

1. Dapat mengimplementasikan ilmu desain grafis, editing video, dan copywriting pada konten media sosial sebagai iklan layanan masyarakat Dinas Ketahanan Pangan dan Pertanian Kota Surabaya
2. Memberikan citra yang baik bagi perguruan tinggi di dunia kerja
3. Kerja Praktik dapat digunakan sebagai *asset* dan bahan *portfolio* pada saat terjun di dunia kerja nantinya



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB II

GAMBARAN UMUM INSTANSI

2.1 Sejarah Perusahaan

Dinas Ketahanan Pangan dan Pertanian (DKPP) Kota Surabaya merupakan sebuah instansi pemerintah daerah yang bertanggung jawab untuk melaksanakan tugas-tugas terkait ketahanan pangan dan pertanian di wilayah Kota Surabaya. Dipimpin oleh seorang Kepala Dinas, DKPP Surabaya sebelumnya dikenal sebagai Dinas Pertanian Surabaya dan diresmikan pada tahun 1994 oleh Walikota Surabaya di wilayah Kabupaten Jambangan.

DKPP Kota Surabaya memiliki sejarah panjang yang dimulai dari tahun 2008. Sebelumnya, DKPP dikenal sebagai Dinas Perikanan Kelautan Peternakan Pertanian dan Kehutanan (Dinas PKPPK). Pada tahun 2008, Dinas PKPPK mengalami peleburan dengan Balai Informasi Penyuluhan Pertanian (BIPP), Dinas Pertanian, Dinas Perikanan, dan Dinas Peternakan untuk menjadi Dinas Pertanian Kota Surabaya.

Balai Pembibitan, yang merupakan bagian dari struktur BIPP, didirikan berdasarkan Peraturan Wali Kota tahun 2008. Dinas Pertanian Kota Surabaya mengalami perubahan nama dan struktur organisasi menjadi DKPP Kota Surabaya pada tahun 2016. Perubahan nama dan struktur organisasi ini mencerminkan perluasan fokus DKPP, tidak hanya pada sektor pertanian, tetapi juga pada ketahanan pangan secara keseluruhan. DKPP memainkan peran penting dalam memastikan ketersediaan pangan yang aman dan berkelanjutan bagi masyarakat Kota Surabaya.

2.2 Profil Perusahaan





Gambar 2.1 Ruang Rapat DKPP Kota Surabaya

(Sumber: Dokumentasi intern dan penulis, 2024)

Dinas Ketahanan Pangan dan Pertanian (DKPP) Kota Surabaya dibentuk berdasarkan Peraturan Daerah No 3 Tahun 2021 dan diperkuat dengan Peraturan Walikota Nomor 78 Tahun 2021. Tugas dan fungsi DKPP diatur dalam peraturan tersebut, termasuk pembentukan Unit Pelaksana Teknis Kebun Raya Mangrove melalui Peraturan Walikota Nomor 41 Tahun 2023.

Dimasa pandemi, DKPP memainkan peran penting dalam program kemandirian pangan melalui optimalisasi lahan dengan program pertanian perkotaan (Urban Farming). DKPP tidak hanya fokus pada tugas pokoknya, tetapi juga mengelola aset Pemkot Surabaya seperti UPTD Kebun Raya Mangrove, Taman Hutan Raya, dan Klinik Hewan Surabaya. Sebagai media edukasi dan contoh bagi masyarakat, DKPP memiliki miniagro dan Sentra Pertanian Terpadu yang terbuka untuk dikunjungi publik, menunjukkan bahwa kegiatan pertanian masih bisa digalakkan di Surabaya meskipun lahan terbatas.

Berikut adalah beberapa informasi mengenai identitas dari Dinas Ketahanan dan Pertanian Kota Surabaya:

Nama Perusahaan : Dinas Ketahanan dan Pertanian Kota Surabaya
Alamat : Jalan Pagesangan II No. 56, Kec. Jambangan,
Kota Surabaya, Provinsi Jawa
Timur, Kode Pos 60233
Telepon : (031) – 828 2328 (*Office*)
E-mail : dinaskppsby@surabaya.go.id
Website : dkpp.surabaya.go.id



Gambar 2.2 Website DKPP Kota Surabaya
(Sumber: Berkas DKPP Kota Surabaya, 2024)

2.3 Visi, Misi, dan Value

1) Visi

“Gotong Royong Menuju Surabaya Kota Dunia yang Maju, Humanis dan Berkelanjutan”

2) Misi

1. Mendorong terwujudnya ketersediaan dan pola konsumsi pangan yang beragam, bergizi, seimbang dan aman;
2. Mewujudkan Pengelolaan Taman Hutan Raya yang Berkualitas;
3. Mewujudkan pelayanan publik yang berkualitas.

2.4 Logo Perusahaan



Gambar 2.3 Logo Perusahaan DKPP Kota Surabaya
(Sumber: dkpp.surabaya.go.id, 2024)

2.5 Struktur Organisasi

Berikut merupakan Struktur Organisasi MSIB Dinas Ketahanan Pangan dan Pertanian Kota Surabaya Batch 6 2024:



Gambar 2.4 Struktur Organisasi DKPP Kota Surabaya

(Sumber: dkpp.surabaya.go.id, Juni 2024)

NAMA	JABATAN
Ir. Antiek Sugiarti M.Si	Kepala DKPP Kota Surabaya
Dr. Kanti Budiarti S.Sos	Sekretaris
Fahrienda Dwita SE	Kepala Sub Bagian Keuangan
Umi Kustyowati SH, M.Hum	Ketua Tim Kerja Umum dan Kepegawaian
Dwi Suryaning Endah Yanie ST	Kepala Bidang Pangan
Wiludjeng Handaryatiningsih S.Si	Ketua Tim Kerja Ketahanan Pangan
Naratama Haryo Pamungkas SE	Ketua Tim Kerja Keamanan Pangan
Amalia Kurniawati S.Sos, M.Si	Kepala Bidang Perikanan

Edy Kurniawan Saputra S.T., M.MT	Ketua Tim Kerja Perikanan Budidaya
Ir. Manggar	Ketua Tim Kerja Perikanan Tangkap
Rahmad Kodariawan SP, MM	Kepala Bidang Pertanian
Dian Anggraini S.TP	Ketua Tim Kerja Pengembangan Pertanian Perkotaan dan Penyuluh
Tri Okta Kurniawati ST	Ketua Tim Kerja Pengelolaan Prasarana Pertanian
Drh. Sunarno Aristono M.Si	Kepala Bidang Peternakan
Drh. Rinni Sulestari	Ketua Tim Kerja Kesehatan Hewan dan Kesehatan Masyarakat Veteriner
Drh. Maria Augustin Christiningtyas	Ketua Tim Kerja Pengembangan Usaha Peternakan
Eva Dwi Komala S.P	Kepala UPTD Kebun Raya Mangrove

Tabel 2.1 Jabatan Organisasi DKPP Kota Surabaya

(Sumber: Olahan penulis, 2024)

2.6 Jadwal Kerja

Program MSIB telah berlangsung dari 16 Februari hingga 30 Juni 2024. Kegiatan magang pada Dinas Ketahanan Pangan dan Pertanian Kota Surabaya dimulai aktif pada awal Maret, yang sebelumnya sudah dilakukan pelatihan dan pembekalan materi oleh para mentor. Berikut adalah jadwal jam kerja untuk kegiatan magang di Dinas Ketahanan Pangan dan Pertanian Kota Surabaya:

HARI	JAM MASUK	JAM PULANG
SENIN	07.30	16.00
SELASA	07.30	16.00
RABU	07.30	16.00
KAMIS	07.30	16.00
JUMAT	07.30	15.30
SABTU & MINGGU	LIBUR	LIBUR

Tabel 2.2 Jadwal Kegiatan Magang

(Sumber: Olahan penulis, 2024)

BAB III

LANDASAN TEORI

3.1 Iklan Layanan Masyarakat

Iklan Layanan Masyarakat merupakan media promosi untuk menarik perhatian audiens terhadap sebuah iklan yang dipublikasikan dan dipromosikan sebagai media pelayanan dari organisasi sosial maupun suatu individu agar dapat dikenal luas. Iklan Layanan Masyarakat menjadi bagian dari pelayanan masyarakat yang tidak mempromosikan atau mengambil keuntungan dari program kegiatan, atau pelayanan pemerintah, organisasi sosial, dan pengumuman-pengumuman lain yang dikenal sebagai pelayanan masyarakat (Atika et al., 2018).

3.2 Media Sosial

(Nasrullah, 2015:11) mengatakan bahwa media sosial yaitu sebuah medium di internet yang memungkinkan penggunanya untuk merepresentasikan diri dan melakukan interaksi, bekerjasama, berbagi, komunikasi dengan pengguna lain dan membentuk ikatan sosial secara virtual (Puspitarini & Nuraeni, 2019).

3.3 Instagram

Juju dan Sulianta mengatakan dalam bukunya, Instagram merupakan media sosial yang memiliki kelebihan dan pengaruhnya sendiri, dengan kombinasi antara komunitas, berbagai layanan online, dan ruang lingkup elemen dari dunia maya. Penggunaan media ini bertujuan agar dapat selalu berkomunikasi, terkoneksi, dan saling berbagi (Ratnasari et al., 2015)

3.4 Desain

Desain merupakan langkah dari suatu perancangan yang menggunakan kreativitas ide dalam membuat suatu karya dan sejenisnya yang bermanfaat. Aktivitas yang menaungi di bidang kreatif atau desain adalah desain industri, arsitektur, desain produk, desain interior, dan desain grafis (Anindita & Riyanti, 2016).

3.5 Prinsip Desain

(Rustan, 2017:74) Prinsip desain adalah sebuah aturan atau pedoman dalam menyusun elemen desain agar terlihat fungsional dan indah secara visual. Prinsip desain mencakup keseimbangan (balance), urutan (sequence), kesatuan (unity), dan

penekanan (*emphasis*) (Hartadi et al., 2020). Kombinasi dari prinsip-prinsip desain tersebut akan menciptakan estetika keindahan yang menambah efisiensi dan efektivitas desain ketika berinteraksi dengan audiens. Berikut merupakan penjelasan dari beberapa pedoman dari prinsip desain, meliputi:

- a) **Keseimbangan (*balance*)** mencakup warna, tata letak, serta komposisi elemen desain yang seimbang dan tidak berat sebelah jika dilihat secara visual.
- b) **Urutan (*sequence*)** merupakan urutan dari prioritas keterbacaan informasi dalam suatu desain. Pada umumnya, audiens akan melakukan kegiatan membaca informasi dari arah kiri ke kanan serta dari atas ke bawah.
- c) **Kesatuan (*unity*)** merupakan campuran dari elemen – elemen desain yang menjadi pendukung antara yang satu dengan yang lain sehingga menciptakan sebuah kesatuan dengan makna tertentu.
- d) **Penekanan (*emphasis*)** yaitu penekanan elemen dari suatu desain sebagai hook agar dapat menarik perhatian dalam menyampaikan suatu informasi tertentu.

3.6 Elemen Desain

Desain grafis merupakan media penyampaian informasi dalam bahasa komunikasi visual melalui wujud dwimatra maupun trimatra yang terdiri dari berbagai elemen desain serta melibatkan kaidah-kaidah estetika. Elemen desain yang ada pada desain grafis mencakup bahan pokok (*ingredients*) yang berupa titik, bentuk (*shape*), garis, dan tekstur (Dewojati, 2015).

Untuk menghasilkan desain yang sesuai, diperlukan adanya pemahaman antara prinsip desain dan elemen desain. Dalam menunjang hal tersebut, diperlukan elemen – elemen yang mendukung, seperti:

- a) **Titik** merupakan sebuah elemen visual yang relatif kecil dan biasanya tampil satu grup dengan susunan, kepadatan beragam, dan jumlah
- b) **Bentuk (*shape*)** merupakan suatu elemen gabungan dari sebuah titik dan garis yang berdimensi panjang dan lebar. Bentuk terdiri dari dua jenis, yaitu mencakup bidang geometri dan nongeometri.

- c) **Garis** adalah sebuah elemen lanjutan yang membentuk suatu sifat dan gerakan yang berasal dari bertemunya elemen titik dengan titik lainnya. Elemen garis juga dapat digambarkan menjadi lurus ataupun melengkung.
- d) **Tekstur** merupakan elemen dengan corak di suatu permukaan yang memberi dimensi atau perasaan tertentu yang dapat dilihat dan disentuh.

3.7 Layout

Layout adalah tata letak elemen-elemen desain terhadap suatu bidang dalam media tertentu untuk mendukung konsep/pesan yang dibawanya. Elemen yang digunakan dalam desain layout seperti titik, garis, bidang, warna, dan tipografi. Tujuan berbagai elemen tersebut ada dalam layout adalah menyampaikan informasi dengan lengkap dan tepat serta untuk tujuan kenyamanan pengunjung dalam membaca dan mencari informasi (Monica, 2010).

3.8 Copywriting

Copywriting adalah seni atau teknik penyampaian pesan menggunakan tulisan untuk tujuan promosi. Tulisan yang disebut copy pada kalimat copywriting, dapat ditemukan dan digunakan di berbagai media seperti iklan, artikel, blog, tagline, nama brand, dan nama produk (Vairagya Yogantari et al., 2021). Tujuan copywriting adalah untuk mendorong konsumen melakukan tindakan yang diinginkan, seperti membeli produk, menelepon untuk informasi, berlangganan layanan, atau mengikuti akun media sosial brand. Jadi dapat disimpulkan bahwa copywriting adalah suatu elemen penting dalam dunia marketing untuk menarik perhatian dan mendorong konsumen melakukan tindakan yang menguntungkan bagi brand.

3.9 Tipografi

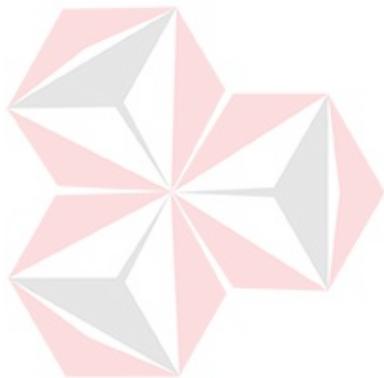
Dalam suatu karya desain, semua elemen yang ada pada void (ruang tempat elemen-elemen desain disusun) saling berkaitan. Tipografi sebagai salah satu elemen desain juga mempengaruhi dan dipengaruhi oleh elemen desain yang lain, serta dapat mempengaruhi keberhasilan suatu karya desain secara keseluruhan. Penggunaan tipografi dalam desain komunikasi visual disebut dengan desain tipografi (Priscilia Yunita Wijaya, 1999).

3.10 Video Editing

Video editing merupakan proses menggabungkan beberapa teks, gambar, audio, video, penambahan judul, variasi, transisi, effect, lagu, sound effect, narasi, merubah tampilan warna, menu khusus untuk bentuk kepingan baik itu format DVD maupun Blue Ray dari video mentah menjadi video yang mempunyai tampilan dan format video seperti yang diinginkan yang menghasilkan sebuah informasi dengan tujuan tertentu (Dianti, 2017).

3.11 Photo Editing

(Nardi, 2011: 47) mengatakan bahwa, *photo editing* adalah merencanakan dan memilih serta menggabungkan kembali potongan gambar yang diambil para editor untuk disiarkan dalam bentuk modifikasi gambar (Dewi, 2012).



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB IV DESKRIPSI PEKERJAAN

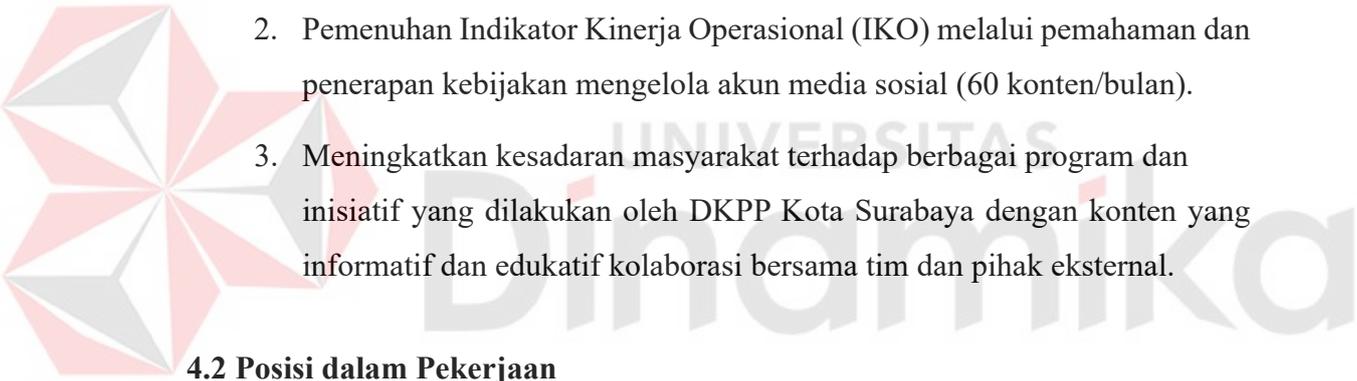
4.1 Penjelasan Pekerjaan

Secara umum program magang di Dinas Ketahanan Pangan dan Pertanian Kota Surabaya sebagai Social Media Specialist mencakup bidang Branding Kasurboyo, Pengembangan Sosial Media dan Pengelolaan Website. Posisi penulis sebagai Social Media Specialist juga memiliki peran penting dalam menyebarkan informasi dan membangun citra positif Dinas Ketahanan Pangan dan Pertanian Kota Surabaya di mata publik. Sebagai divisi Social Media Specialist, kami memiliki peran dan tanggung jawab sebagai berikut:

1. Membangun dan mempertahankan citra positif DKPP Kota Surabaya dengan menjaga nilai atau value dalam setiap konten kreativitas dan inovasi.
2. Pemenuhan Indikator Kinerja Operasional (IKO) melalui pemahaman dan penerapan kebijakan mengelola akun media sosial (60 konten/bulan).
3. Meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap berbagai program dan inisiatif yang dilakukan oleh DKPP Kota Surabaya dengan konten yang informatif dan edukatif kolaborasi bersama tim dan pihak eksternal.

4.2 Posisi dalam Pekerjaan

Tanggung jawab utama penulis sebagai Social Media Specialist di Dinas Ketahanan Pangan dan Pertanian (DKPP) Kota Surabaya adalah mengelola akun media sosial dengan hasil meningkatkan citra dan publikasi DKPP Kota Surabaya.



KELOMPOK CI MELIST DKPP 6						
BULAN MEI JUNI						
Kelompok 1		Kelompok 2			Kelompok 3	
Nama	Bagian	Nama	Bagian	Nama	Bagian	
Balqis	Copyw...	Lamki	Reels	Fadli	Desain	
Irfan	Copyw...	Sukma	Reels	Alfina	Desain	
Seker	Copyw...	Zuhriyah	Reels	Zuhriyah	Desain	
Dafy	Copyw...	Andika	Reels	Izza	Desain	
Aulia	Copyw...	Fika	Reels	Aryanti	Desain	
Balqis	Koordi...	Lamki	Koordi...	Fadli	Koordi...	

Gambar 4.1 Pembagian Tim Desain, Video Reels, dan Copywriting

(Sumber: Berkas penulis, 2024)

Divisi Social Media Specialist terbagi menjadi 4 tim yaitu desain, video reels, copywriting, dan IT (khusus untuk mahasiswa magang program studi sistem informasi dan teknik informatika). Tiga dari tim tersebut (desain, video, dan copywriting) melakukan rotasi jobdesk antar anggota di setiap bulannya. Pada dua bulan pertama, penulis masuk dengan tim desain untuk membuat berbagai desain seperti poster/flyer, feed Instagram, dan konten infografis. Pada bulan ketiga, penulis beralih ke tim video untuk mengambil footage video dan mengedit konten video edukatif, menarik, kegiatan dinas, dan menjadi talent untuk konten video informatif. Sedangkan di bulan terakhir menjadi tim copywriting untuk membuat brief, judul, narasi, storyboard (projek besar), dan caption pada konten yang akan dibuat. Pembuatan konten harus mengikuti kebutuhan dinas dan setiap desain harus melalui asistensi mentor dan pimpinan DKPP Kota Surabaya. Hal ini dilakukan untuk memastikan kebenaran informasi yang disampaikan kepada masyarakat dan menghindari penyebaran hoax.

Proses pelaksanaan project magang di divisi Social Media Specialist dibagi pembagian tim sesuai kriteria kinerja agar memudahkan jalannya mekanisme kerja di dalam divisi ini. Berikut merupakan deskripsi pekerjaan dari masing-masing tim dalam divisi Social Media Specialist:

1. Tim Copywriter memiliki tugas sebagai perencanaan konten, penyusunan brief konten, melakukan riset dan validasi informasi serta monitoring produksi konten.
2. Tim Design memiliki tugas dalam produksi konten grafis, pembuatan asset dan pembuatan desain visual lainnya.
3. Tim Video memiliki tugas untuk produksi konten video, pengambilan video, proses editing video.
4. Tim IT memiliki tugas untuk merubah tampilan User Interface website menjadi lebih menarik dan sering dikunjungi.

Selama melakukan kegiatan magang di Dinas Ketahanan Pangan dan Pertanian Kota Surabaya ini, cakupan penugasannya luas khususnya pada divisi social media specialist yang harus membuat berbagai macam konsep konten video dan desain yang sesuai dengan kebutuhan atau identitas dinas. Hal ini menjadi pengalaman bagus karena dapat bekerja dibawah tekanan dan

membantu mengatur manajemen waktu sehingga pengerjaan tugas dapat selesai tepat waktu dan maksimal.

4.3 Metodologi Pengerjaan Tugas

Pembuatan konten di Social Media Specialist dilakukan secara tim yang terbagi menjadi 3, yaitu tim copywriter, tim desain, dan tim video. Setiap bulan, anggota tim akan dirotasi agar para mentee dapat mencoba semua jobdesk dan meningkatkan pengalaman serta skill mereka. Dalam membuat konten, penulis harus konsisten dan selalu menjaga kualitas informasi yang akan disebarluaskan kepada masyarakat.

Metode design thinking menjadi strategi utama dalam merancang konten media sosial yang efektif. Metode design thinking merupakan metode problem solving, problem forming maupun problem design yang berfokus pada user atau pengguna (Syahrul, 2019). Keunggulannya terletak pada kemampuan memicu ide-ide kreatif selama tahap inspirasi, ideasi, dan implementasi pengembangan ide baru. Proses ini memungkinkan penyempurnaan berkelanjutan hingga solusi dan desain yang optimal tercapai. Design thinking terdiri dari 5 tahapan yang terdiri dari:

1. Empathize

Pada tahap pembuatan konten media sosial, tim copywriter merancang strategi konten harian melalui content planner agar setiap konten yang dibuat tidak monoton dan bisa diproduksi oleh tim desain atau video. Konten bervariasi antara flyer dan video reels, dan diproduksi berdasarkan riset mendalam dari sumber terpercaya untuk memastikan mutu dan kebenaran informasi. Tim juga berkonsultasi dengan mentor dan pembimbing untuk mendapatkan masukan dalam menyempurnakan sebuah konten.

Content planner ini berperan dalam membantu mengatur pembagian tugas dan memetakan pengerjaan konten secara merata. Selain itu juga memudahkan dalam memantau status konten, apakah sudah diunggah atau masih dalam proses pengajuan.

Empathize merupakan sebuah proses inti dikarenakan permasalahan yang ada harus diselesaikan dengan cara berpusat kepada manusia, metode ini berupaya untuk memahami permasalahan yang dialami pengguna supaya kita dapat merasakan dan mencari solusi untuk permasalahan tersebut (Sari et al., 2020).

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
21	Perikanan	Lela	3 Tips memilih bibit lele berkualitas	[Etnografi gambaran yang menunjukkan kriteria bibit lele]	Bibit Jawa, Paran, Malampoh, Berpohani	Halo #ArekTani	Feeds	Orfan	Uploaded		
21	Perikanan	Lela	Pemilihan Lela	[Dua hal Tiga Faktor Pemilih]	Sipis, sarike? Lela, ikan yang tangguh tak borosnya, ternyata merupakan predator. Menawarinya di	Halo #ArekTani	Reels	Toam Reals	Uploaded		
21	Perikanan	Lela	Teknik Komu? Lela adalah ikan yang tergolong melakukan Kambalarnet	Apakah saja faktor pemilihnya?	Sipis, sarike? Lela, ikan yang tangguh tak borosnya, ternyata merupakan predator. Menawarinya di	Halo #ArekTani	Feeds	Dafy	Uploaded		
21	Perikanan	Lela	5 Tips Menyimpan Telur Agar Tetap Fresh dan Lebih Awet!	[Scene 1] Aulas, memisahkan telur yang baru dibeli ke dalam kukusan	Si Baik Cagang Telur yang Boleh	Halo #ArekTani	Reels	Team Reals	Accepted		
21	Perikanan	Lela	Telur, nutrisi penting untuk tumbuh kembang si kecil	Si Baik Cagang Telur yang Boleh	Halo #ArekTani	Feeds	Aryati	Accepted			
21	Perikanan	Lela	Parasitosis GIM	Halo #ArekTani?	Halo #ArekTani?	Reels	Team Reals	Uploaded			
21	Perikanan	Lela	Gula Wakanda PMK di Kota Surabaya	DKPP Surabaya dengan gembira melakukan asogram nasional PMK	Halo #ArekTani	Feeds	Dafy	Uploaded			
22	Pertanian	Bawang dan Telur	Fakta Telur	L. Tinggi Protein	Telur memiliki kandungan protein	Halo #ArekTani	Feeds	Orfan	Accepted		
22	Pertanian	Bawang dan Telur	4 Fakta Menarik Ayam Petelur	L. Memiliki rentang hidup sekitar antara 10 - 20 tahun	Halo #ArekTani	Feeds	Alfina	Accepted			
22	Pertanian	Bawang dan Telur	Tips Memilih Bawang Merah yang Berkualitas	Teksturnya keras dan terasa berat	Perilaku ukuran dan ketebalannya	Halo #ArekTani	Feeds	Diko	Uploaded		
22	Pertanian	Bawang dan Telur	Bawang Merah, Si Kaya Manfaat	L. Melawan Penyakit Jantung	Kaya akan antioksidan dan vitamin	Halo #ArekTani	Feeds	Sekar	Uploaded		

Gambar 4.2 Content Planner Social Media Specialist

(Sumber: Berkas penulis, 2024)

copywriter msib dkpp
auliasdy, Balqis, Dafy, Izza Rasida, Mellyana, Sekar DN (Sosmed Spesialis), Zuhriyah Akmalul Fitri (Sosmed Spesialis), You

[14/6] Jenis Konten: Flyer (Single Post)

🎯 Title: Hindari Penggunaan Garam Dan Gula Pada Pengolahan Kambing, Kenapa?

📄 Konten:
Masakan daging kambing memang identik dengan rasa gurih yang khas. Namun, menambahkan garam berlebihan justru dapat membahayakan kesehatan, seperti meningkatkan risiko tekanan darah tinggi. Perlu diingat bahwa asupan garam harian yang dianjurkan bagi penderita hipertensi hanya 2,3 gram, atau kurang dari seperempat sendok makan. Kandungan sodium alami dalam daging kambing sudah cukup untuk memberikan rasa gurih pada masakan.

Konsumsi daging kambing dalam batas wajar, yaitu tidak lebih dari 90 gram per hari, dan dimasak dengan cara yang lebih sehat seperti dikukus atau direbus, tetap aman dan bahkan bermanfaat bagi kesehatan.

Daging kambing kaya akan zat besi yang penting untuk menjaga daya tahan tubuh, serta kalsium yang berperan dalam kesehatan tulang dan gigi.

📄 Caption:
Halo #ArekTani
Tahukah kamu? Menambahkan garam berlebihan pada masakan daging kambing, seperti sate, gulai, atau sop, justru dapat membahayakan kesehatan, salah satunya resiko tekanan darah tinggi loh!

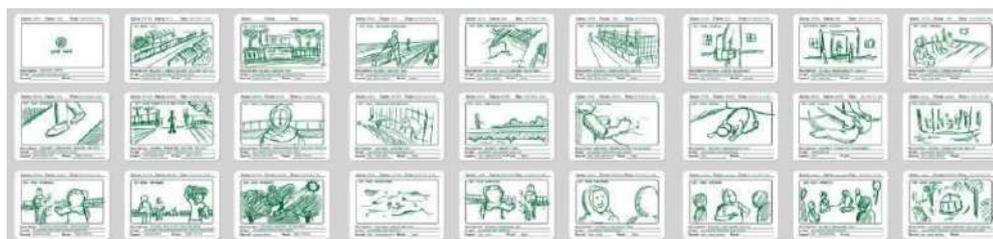
Jika dimasak dengan cara yang lebih sehat, daging kambing kaya akan zat besi yang penting untuk menjaga daya tahan tubuh, serta kalsium yang berperan dalam kesehatan tulang dan gigi.

Yuk, simak informasinya agar dapat mengolah daging kambing dengan lebih sehat!

#DKPPSurabaya
#Paternakan
#KethahananPangan
#Daging
#Cara Mengolah Daging Kambing
#Kambing

Gambar 4.3 Brief Konten Untuk Flyer/Reels

(Sumber: Berkas penulis, 2024)

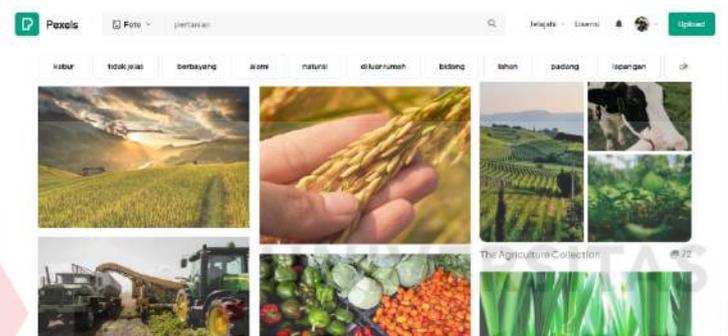


Gambar 4.4 StoryBoard Video Project Reels

(Sumber: Berkas penulis, 2024)

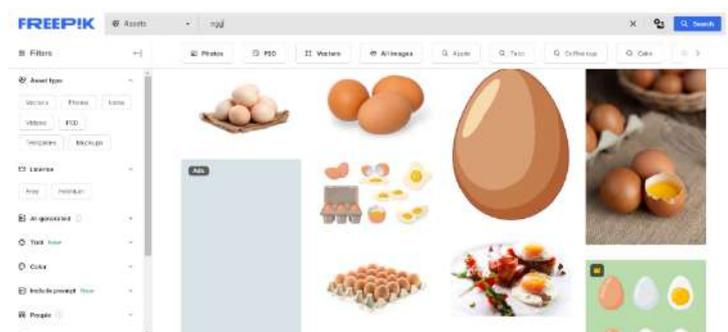
2. Define

Tahap Define dalam proses pembuatan konten media sosial berfungsi untuk mendefinisikan dan menganalisis masalah secara menyeluruh untuk menemukan solusi yang tepat di tahap selanjutnya. Pada tahap ini, tim akan mengidentifikasi elemen desain yang diperlukan untuk konten flyer maupun video sesuai dengan briefing dari content planner. Elemen-elemen tersebut dapat dicari melalui dokumentasi lapangan, dan footage atau aset digital di website dengan memperhatikan hak ciptanya. Proses ini dilakukan tim desain atau tim video sesuai jenis konten yang akan dibuat.



Gambar 4.5 Opsi Referensi/Footage Gambar di Website Pexels

(Sumber: pexels.com, 2024)



Gambar 4.6 Opsi Referensi/Footage Gambar di Website Freepik

(Sumber: freepik.com, 2024)



Gambar 4.7 Dokumentasi Lapangan Social Media Specialist

(Sumber: Dokumentasi penulis, 2024)

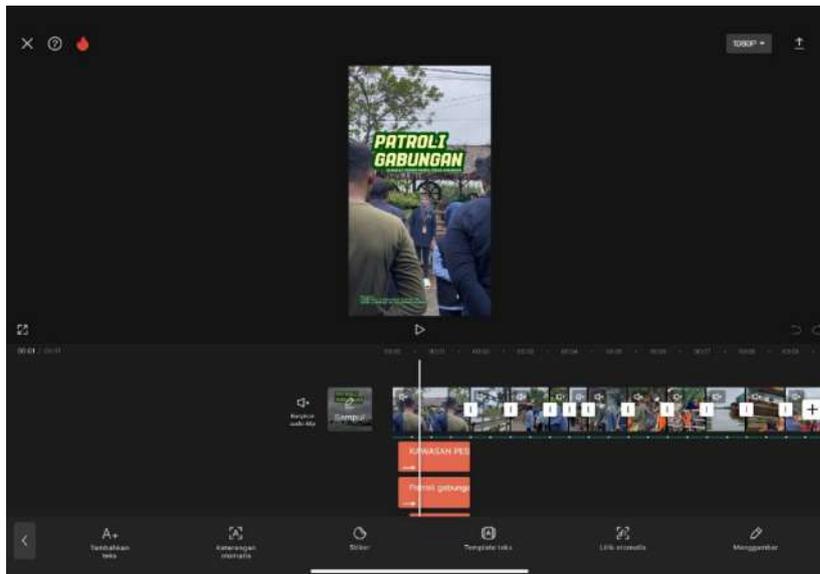
3. Ideate

Pada tahap ideate, perancang dihadapkan pada tugas penting untuk menghasilkan solusi inovatif melalui rancangan yang dibuatnya. Dalam konteks pembuatan konten media sosial, tahap ini mencakup proses desain untuk konten seperti flyer dan editing video. Untuk proses pengerjaan desain bisa menggunakan software seperti Adobe Illustrator atau Adobe Photoshop, sedangkan untuk editing video, dapat menggunakan Adobe Premiere atau CapCut.



Gambar 4.8 Proses Edit Konten Flyer Feed di Adobe Illustrator

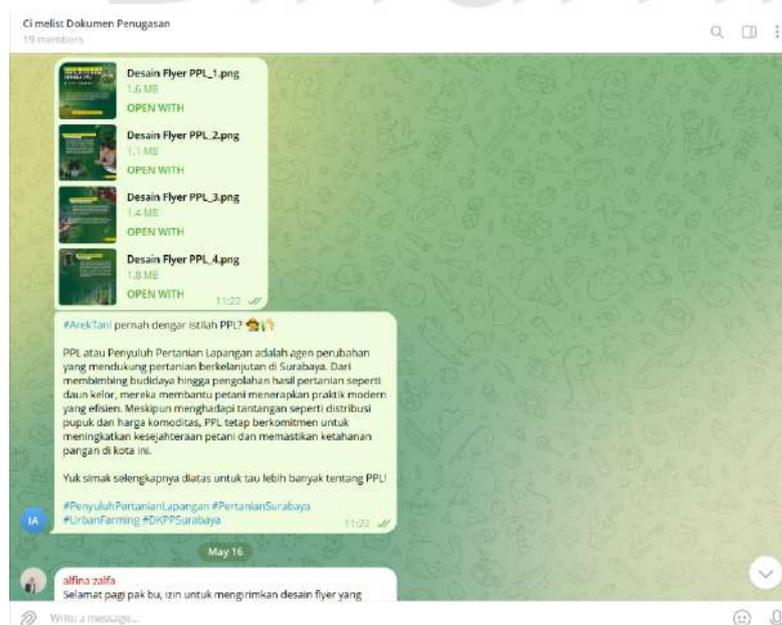
(Sumber: Berkas penulis, 2024)



Gambar 4.9 Proses Edit Konten Reels Instagram di Aplikasi CapCut
(Sumber: Berkas penulis, 2024)

4. Prototype

Tahap pembuatan prototype ini merupakan langkah untuk mewujudkan ide-ide yang telah dirancang sebelumnya. Pada tahap ini, hasil desain flyer dan video yang telah diedit akan difinalisasi dan kemudian akan dikonsultasikan dengan pembimbing dan mentor untuk memastikan keakuratan informasi konten sebelum dipublikasikan di media sosial Dinas Ketahanan Pangan dan Pertanian Kota Surabaya.



Gambar 4.10 Asistensi Desain Flyer di Telegram
(Sumber: Berkas penulis, 2024)

5. Test

Tahap akhir dalam metode design thinking adalah uji coba. Pada tahap ini, perancang menguji media yang telah difinalisasi dari tahap sebelumnya. Dalam konteks pembuatan konten media sosial, uji coba dilakukan dengan mempublikasikan konten flyer dan video di media sosial Dinas Ketahanan Pangan dan Pertanian, seperti Instagram.



Gambar 4.11 Publikasi Konten Desain Flyer

(Sumber: Berkas penulis, 2024)

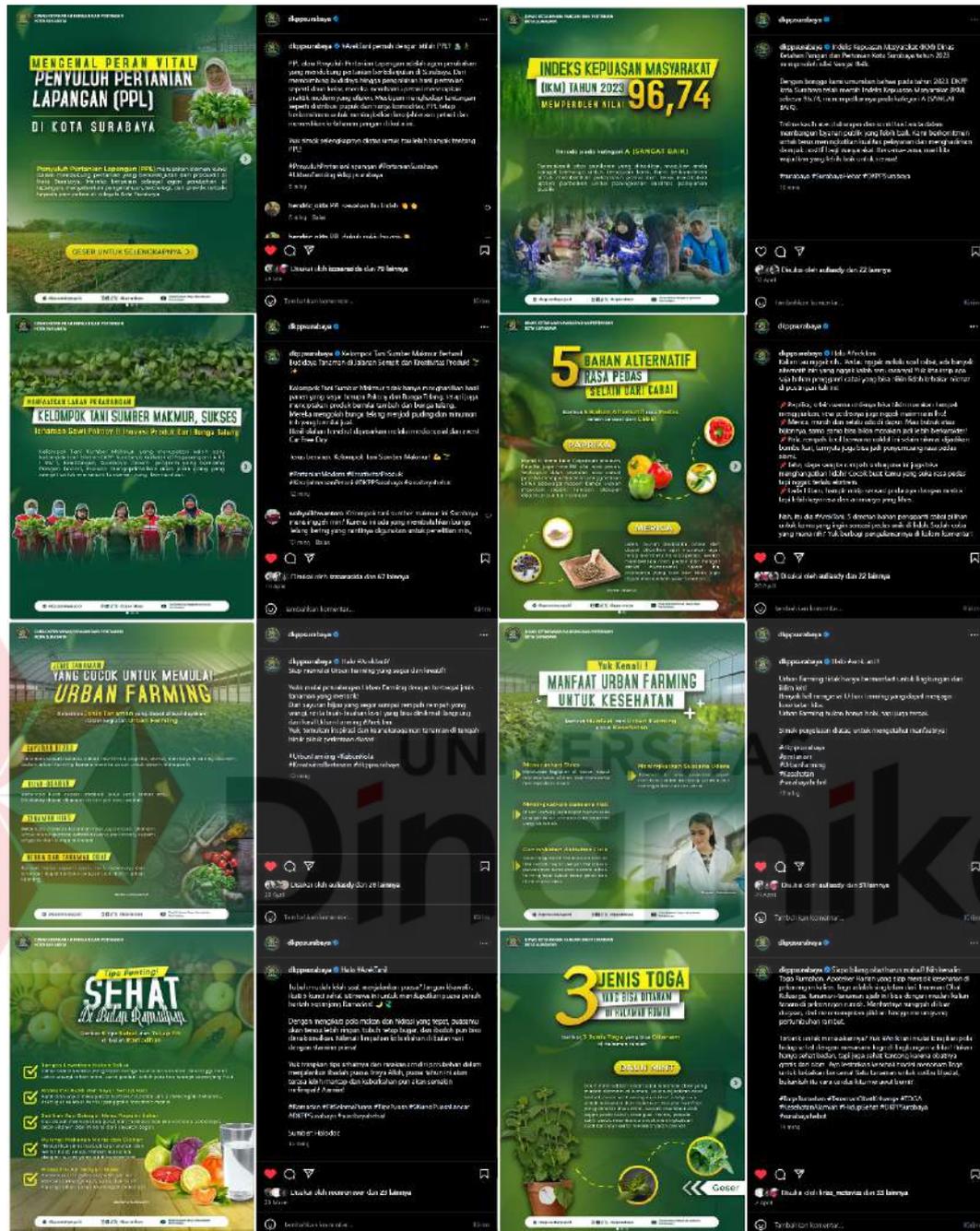
4.4 Software Yang Digunakan

Dalam pengerjaan tugas konten di Dinas Ketahanan Pangan dan Pertanian Kota Surabaya, penulis menggunakan beberapa software editing dan desain. Pengerjaan konten video reels, penulis menggunakan software Adobe Premiere Pro dan Capcut. Capcut digunakan ketika memilah dan menyambungkan footage serta beberapa transisi video, sedangkan Adobe Premiere Pro digunakan pada saat color grading dan beberapa efek visual. Hal ini bertujuan agar proses editing lebih cepat dan kualitasnya tetap terjaga.

Kemudian dalam pengerjaan konten flyer/feed menggunakan Adobe Illustrator dan Adobe Photoshop. Adobe Photoshop digunakan pada waktu proses memanipulasi gambar dan pengolahan aset dengan memperhatikan ketentuan brief, lalu untuk Adobe Illustrator digunakan dalam penyesuaian ukuran feed dan penataan elemen feed agar tetap konsisten setiap postingan.

4.5 Hasil Pencapaian Magang

4.4.1 Feed/Flyer Instagram DKPP Kota Surabaya



Gambar 4.12 Feed/Flyer Harian DKPP Kota Surabaya

(Sumber: Berkas penulis, 2024)



Gambar 4.15 Project Short Film Cerita Idul Adha Keluarga Bapak
(Sumber: Berkas penulis, 2024)



Gambar 4.16 Video Project SAFARI di Kebun Raya Mangrove
(Sumber: Berkas penulis, 2024)



Gambar 4.17 Video Project Eco Fun Run KRM Surabaya
(Sumber: Berkas penulis, 2024)

4.4.2 Feed Instagram MSIB.DKPP



Gambar 4.18 Feed MSIB Batch 6 DKPP Kota Surabaya

(Sumber: Berkas penulis, 2024)

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Pelaksanaan program magang selama hampir 5 bulan di Dinas Ketahanan Pangan dan Pertanian Kota Surabaya sebagai Social Media Specialist sangat banyak manfaatnya. banyak ilmu dan pengalaman yang diperoleh penulis dalam dunia kerja. *Soft skills* yang diasah adalah sebagai berikut:

1. Beradaptasi dan Bekerja sama dalam team;
2. Berkoordinasi baik dengan rekan kerja, mentor dan masyarakat;
3. Menyiptakan ide kreatif dan unik;
4. Kemampuan memahami brief dan mendesain sesuai dengan prinsip dasar desain grafis atau desain komunikasi visual;
5. Manajemen waktu, resiko, cara menyikapi masalah dan mencari solusi terbaik.

Dari pelaksanaan program magang ini, ada beberapa *hard skills* yang diasah diantaranya:

1. Kemampuan menulis copywriting, menyusun brief dan merancang storyboard;
2. Pengoperasian *software* design dan editing video (Adobe Photoshop, Adobe Illustrator, Adobe Premiere Pro dan Capcut);
3. Kemampuan mengoperasikan kamera dan pengambilan gambar serta video;

Dengan adanya program MSIB ini, penulis merasa bersyukur karena dapat mengikuti kesempatan untuk merasakan pengalaman, belajar hal baru, mengembangkan diri dan terjun langsung merasakan dunia kerja. Program ini sangat bermanfaat dalam mengembangkan kompetensi yang dimiliki. Untuk itu, program ini diharapkan dapat terus ditingkatkan dan dikembangkan untuk tempat para mahasiswa dalam mencari pengalaman dan merasakan dunia kerja secara langsung.

5.2 Saran

Selama hampir 5 bulan mengikuti kegiatan MBKM Magang MSIB di Dinas Ketahanan Pangan dan Pertanian Kota Surabaya, penulis memiliki beberapa saran yang memungkinkan untuk diterapkan pada pelaksanaan magang selanjutnya:

1. Regulasi penyeleksian dari setiap mitra berbeda-beda sehingga membuat banyak pendaftar bingung. Untuk itu diharapkan proses seleksi dilaksanakan secara sistematis dan terjadwal untuk seluruh mitra;
2. Ketika proses pendaftaran mitra dan posisi magang, terdapat kesulitan dalam menemukan posisi dan mitra yang sesuai. Beberapa hari sebelum penutupan pendaftaran berakhir, menu pendaftaran sering mengalami buffering dan eror dalam proses mengaksesnya.
3. Ruang dan fasilitas yang disediakan dirasa kurang mendukung dalam proses pengerjaan project. Diharapkan untuk kedepannya, tersedia fasilitas pendukung agar dapat menunjang hasil kerja yang lebih maksimal dan kesejahteraan yang lebih baik lagi.
4. Ada banyak project yang direncanakan dan dilaksanakan secara mendadak dalam waktu yang cukup singkat. Semoga kedepannya dalam pelaksanaan program, bisa lebih terorganisir dan berjalan dengan lebih sistematis agar memudahkan proses dalam bekerja.

DAFTAR PUSTAKA

- Anindita, M., & Riyanti, M. T. (2016). Tren Flat Design Dalam Desain Komunikasi Visual. *Jurnal Dimensi DKV Seni Rupa Dan Desain*, 1(1), 1–14. <https://doi.org/10.25105/jdd.v1i1.1816>
- Atika, J., Minawati, R., & Waspada, A. E. B. (2018). Iklan Layanan Masyarakat Peduli Sampah. *PROPORSI : Jurnal Desain, Multimedia Dan Industri Kreatif*, 3(2), 188–197. <https://doi.org/10.22303/proporsi.3.2.2018.188-197>
- Dewi, M. S. (2012). Penggunaan Aplikasi Adobe Photoshop Dalam Meningkatkan Keterampilan Editing Foto Bagi Anak Tunarungu. *E-JUPEKhu (JURNAL ILMIAH PENDIDIKAN KHUSUS)*, 1(2), 260–270.
- Dewojati, R. K. W. (2015). Desain Grafis Sebagai Media Ungkap Periklanan. *Imaji*, 7(2). <https://doi.org/10.21831/imaji.v7i2.6633>
- Dianti, Y. (2017). Pelatihan Videografi dan Editing Video sebagai Sarana Pengembangan Media Informasi BKKBN Provinsi Jambi. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 5–24. [http://repo.iain-tulungagung.ac.id/5510/5/BAB 2.pdf](http://repo.iain-tulungagung.ac.id/5510/5/BAB%202.pdf)
- Hartadi, M. G., Swandi, I. W., & Mudra, I. W. (2020). Warna Dan Prinsip Desain User Interface (Ui) Dalam Aplikasi Seluler “Bukaloka.” *Jurnal Dimensi DKV Seni Rupa Dan Desain*, 5(1), 105–119. <https://doi.org/10.25105/jdd.v5i1.6865>
- Monica, M. (2010). Pengaruh Warna, Tipografi, dan Layout pada Desain Situs. *Humaniora*, 1(2), 459. <https://doi.org/10.21512/humaniora.v1i2.2887>
- Priscilia Yunita Wijaya. (1999). Tipografi Dalam Desain Komunikasi Visual. *Nirmana*, 1(1), 47–54. <http://puslit2.petra.ac.id/ejournal/index.php/dkv/article/view/16040>
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Jurnal Common*, 3(1), 71–80. <https://doi.org/10.34010/common.v3i1.1950>
- Ratnasari, A., Hamdan, Y., & Julia, A. (2015). Anne Ratnasari, 2 Yusuf Hamdan, 3 Aan Julia. *Inter Komunika : Jurnal Komunikasi*, 509–516.
- Syahrul, Y. (2019). Penerapan Design Thinking Pada Media Komunikasi Visual Pengenalan Kehidupan Kampus Bagi Mahasiswa Baru Stmik Palcomtech Dan Politeknik Palcomtech. *Jurnal Bahasa Rupa*, 2(2), 109–117. <https://doi.org/10.31598/bahasarupa.v2i2.342>
- Vairagya Yogantari, M., Gst Bagus Bayu Baruna Ariesta, I., Desain Komunikasi Visual, P., & Desain dan Bisnis Bali, I. (2021). Kajian Pengaruh Copywriting Kreatif Terhadap Identitas Brand Kedai Kopi Takeaway Di Denpasar. *Jurnal Nawala Visual*, 3(1), 8–16. <https://jurnal.idbbali.ac.id/index.php/nawalavisual/article/view/160>