



**PERANCANGAN *LAYOUT* MEDIA CETAK DAN KONTEN DIGITAL UNTUK
PROMOSI DI PARAHITA DIAGNOSTIC CENTER**

KERJA PRAKTIK

PROGRAM STUDI

S1 DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

Oleh:

EZRA STANLEY HARJANTO

22420100005

FAKULTAS DESAIN DAN INDUSTRI KREATIF

UNIVERSITAS DINAMIKA

2025

**PERANCANGAN *LAYOUT* MEDIA CETAK DAN KONTEN DIGITAL UNTUK
PROMOSI DI PARAHITA DIAGNOSTIC CENTER**

KERJA PRAKTIK

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Proyek Akhir



Oleh:

Nama : Ezra Stanley Harjanto

NIM : 22420100005

Program Studi: S1 Desain Komunikasi Visual

FAKULTAS DESAIN DAN INDUSTRI KREATIF

UNIVERSITAS DINAMIKA

2025

LEMBAR MOTTO



UNIVERSITAS
Dinamika

“Teruslah Melangkah Ke Depan”

LEMBAR PERSEMBAHAN



UNIVERSITAS
Dinamika

*Laporan kerja praktik ini saya persembahkan untuk
Semua pihak yang telah membantu saya dan mendoakan saya
Terima Kasih*

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN

PERANCANGAN LAYOUT MEDIA CETAK DAN KONTEN DIGITAL UNTUK PROMOSI DI PARAHITA DIAGNOSTIC CENTER

Diajukan sebagai syarat untuk mengerjakan Kerja Praktik

Laporan Kerja Praktik oleh :

Ezra Stanley Harjanto

NIM : 22420100005

Telah diperiksa, diuji, dan disetujui

Surabaya, 16 Juli 2025

Dosen Pembimbing,

Penyelia,



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

NIDN : 0717106501



Tanira Nur Alifa

NIP : 12694

Mengetahui,

Ketua Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual



Ketua Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual

Dhika Yogi Yurisma, M. Des.

Dhika Yogi Yurisma, M. Des.

NIDN : 0720028701

LEMBAR PERNYATAAN

PERNYATAAN

PERSETUJUAN PUBLIKASI DAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Sebagai mahasiswa Universitas Dinamika, Saya :

Nama : Ezra Stanley Harjanto
NIM : 22420100005
Program Studi : SI Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Fakultas Desain dan Industri Kreatif
Jenis Karya : Laporan Kerja Praktik
Judul Karya : PERANCANGAN LAYOUT MEDIA CETAK DAN KONTEN DIGITAL UNTUK PROMOSI DI PARAHITA DIAGNOSTIC CENTER

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

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

Demikian surat pernyataan ini Saya buat dengan sebenar-benarnya.

Surabaya, 16 Juli 2025



Ezra Stanley Harjanto
NIM : 224201000055

ABSTRAK

Di era digital ini, media sosial menjadi salah satu wadah untuk memberikan informasi mengenai sebuah acara maupun layanan. Namun demikian, media cetak masih memiliki peran penting sebagai sarana promosi dan penyampaian informasi secara langsung kepada masyarakat. Parahita Diagnostic Center memanfaatkan berbagai media, baik digital maupun cetak, untuk menjangkau target audiens secara lebih luas dan meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap layanan kesehatan yang disediakan.

Masalah yang dihadapi adalah masih banyak masyarakat yang belum mengenal Parahita Diagnostic Center secara menyeluruh. Oleh karena itu, diperlukan perancangan media promosi yang menarik dan informatif agar pesan dapat diterima dengan baik oleh masyarakat. Media cetak seperti baliho, brosur, X banner, spanduk, billboard, serta media digital seperti feed Instagram digunakan untuk mendukung penyebaran informasi mengenai layanan pemeriksaan laboratorium dan kesehatan.

Penulis bertanggung jawab menjalankan kerja praktik di Parahita Diagnostic Center dengan menghasilkan desain baliho, brosur, X banner, spanduk, billboard, dan feed Instagram sebagai media promosi dan informasi untuk menjawab permasalahan tersebut.

Kata kunci: *media cetak, layout design, layanan kesehatan, media promosi*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa , karena atas limpahan berkat dan Karunia-Nya yang diberikan sehingga Penulis dapat menyelesaikan laporan Proyek Akhir Kerja Praktik yang berjudul “PERANCANGAN *LAYOUT* MEDIA CETAK DAN KONTEN DIGITAL UNTUK PROMOSI DI PARAHITA DIAGNOSTIC CENTER”.

Laporan ini digunakan sebagai syarat kelulusan dalam menyelesaikan program S1 Desain Komunikasi Visual Universitas Dinamika. Penyelesaian laporan Proyek Akhir ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak eksternal maupun internal yang telah memberikan banyak masukan, nasihat, kritik dan saran, maupun dukungan kepada Penulis. Oleh karena itu, Penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada :

1. **Orang tua** yang selalu memotivasi, mendukung, mendoakan, dan memberikan semangat kepada Penulis untuk menyelesaikan Proyek Akhir ini.
2. **Bapak Prof.Dr Budi Jatmiko,M.Pd** selaku Rektor Universitas Dinamika.
3. **Dhika Yuan Yurisma, M.Ds.,ACA** selaku ketua program studi S1 Desain Komunikasi Visual
4. **Dr. Mochammad Arifin, S.Pd., M.Si** selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan saran dan arahan, motivasi maupun dukungan dalam penyelesaian Tugas Akhir ini.
5. **Seluruh pihak dan teman-teman** yang belum dapat penulis sebutkan yang selama ini memberikan bantuan dan dukungan kepada Penulis.

Penulis menyadari bahwa Proyek Akhir yang telah dilakukan masih banyak terdapat kekurangan, sehingga kritik yang bersifat membangun dan saran dari semua pihak sangatlah diharapkan untuk perbaikan laporan maupun aplikasi agar menjadi lebih baik di kemudian hari. Semoga laporan Proyek Akhir ini dapat diterima dengan baik dan bermanfaat bagi penulis maupun semua pihak. Semoga Tuhan memberkati semua kebaikan yang telah diberikan untuk membantu penulis.

Surabaya,Juli 2025

Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRAK	v
LEMBAR PENGESAHAN	vi
LEMBAR PERNYATAAN	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.4 Tujuan	2
1.5 Manfaat.....	2
1.6 Pelaksanaan Sistematis.....	3
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....	4
2.1 Sejarah Perusahaan.....	4
2.2 Logo perusahaan.....	5
2.3 Visi Misi	5
2.4 Struktur Organisasi.....	6
2.5 Lokasi Kantor Parahita Diagnostic Center.....	7
BAB III LANDASAN TEORI	8
3.1 Media Cetak	8
3.2 Media Sosial Instagram	8
3.3 Warna	8
3.4 Tipografi.....	9
3.5 Layout.....	9
BAB IV DESKRIPSI PEKERJAAN	10
4.1 Penjelasan Pekerjaan	10
4.4 Posisi Dalam Pekerjaan.....	10
4.3 Briefing.....	10

4.4	Proses Pengerjaan Desain	10
4.4.1	Pembuatan Desain	11
4.4.2	Hasil Akhir	11
4.4.3	Proses Resize Desain.....	12
A.	1 Perancangan Resize Desain.....	12
B.	Hasil Akhir Desain	13
4.4.4	Resize Sindrom Metabolik	13
A.	Hasil Akhir Desain	14
4.4.5	Perancangan Desain Story Instagram.....	15
A.	Proses Pembuatan Desain	15
B.	Hasil Akhir Desain	16
4.4.6	Perancangan Resize Design Baliho	16
A.	Hasil Akhir	17
BAB V	PENUTUP	18
5.1	Kesimpulan.....	18
5.2	Saran.....	18
DAFTAR PUSTAKA	20

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Logo Parahita Diagnostic Center.....	5
Gambar 2.2 Struktur Organisasi Lab Parahita.....	6
Gambar 4.1 Brief Desain Parahita Diagnostic Center.....	10
Gambar 4.2 Pembuatan Desain Immune Booster.....	11
Gambar 4.3 Hasil Akhir Desain Immune Booster.....	11
Gambar 4.4 Brief Output Yang Dibutuhkan	12
Gambar 4.5 Resize Cell Therapy 9:16.....	12
Gambar 4.6 Final Resize Cell Therapy 9:16	13
Gambar 4.7 Briefing Resize Sindrom Metabolik	13
Gambar 4.8 Final Resize Sindrom Metabolik	14
Gambar 4.9 Brief Story IG Mitos Atau Fakta	15
Gambar 4.10 Proses pembuatan Story IG Mitos Atau Fakta	15
Gambar 4.11 Hasil Akhir Story IG Mitos Atau Fakta.....	16
Gambar 4.12 Perancangan Resize Design Baliho.....	16
Gambar 4.13 Hasil Akhir Desain Puasa	17

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Balasan Perusahaan	21
Lampiran 2. Form KP-5 Acuan Kerja	22
Lampiran 3. Form KP-6 Log Harian	24
Lampiran 4. Form KP-7 Kehadiran Kerja Praktik	26
Lampiran 5. Form KP-8 Kartu Bimbingan Kerja Praktik	28
Lampiran 6. Biodata Penulis	29



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era digitalisasi saat ini, perkembangan teknologi informasi telah mengubah cara perusahaan beroperasi dan berkomunikasi dengan masyarakat. Keberadaan media sosial menjadi sangat penting sebagai sarana untuk mempromosikan layanan, memberikan informasi terkini, menjalin hubungan dengan publik, serta membangun citra positif perusahaan. Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai platform berbagi informasi, tetapi juga menjadi alat strategis untuk mendidik masyarakat, meningkatkan kesadaran, dan mendorong partisipasi aktif dalam berbagai program. Melalui media sosial, informasi dapat disampaikan dengan cara yang lebih menarik dan mudah dipahami, memanfaatkan konten visual seperti gambar, video, infografis, dan desain feed yang terstruktur dengan baik.

Selain media sosial, media cetak juga tetap memiliki peran penting sebagai sarana komunikasi visual, terutama untuk mendukung promosi dan penyebaran informasi dalam bentuk fisik. Media cetak seperti baliho, brosur, X banner, spanduk, billboard, dan buku profil berfungsi untuk memperkenalkan layanan, memberikan informasi yang detail kepada masyarakat, serta mendukung citra profesional perusahaan.

Namun, pada praktiknya masih banyak masyarakat yang belum mengenal secara menyeluruh layanan yang disediakan oleh Parahita Diagnostic Center. Hal ini menjadi tantangan yang perlu diatasi dengan strategi komunikasi visual yang tepat. Oleh karena itu, diperlukan perancangan desain media cetak dan konten feed Instagram yang menarik, informatif, dan mampu menyampaikan informasi dengan jelas agar dapat menjangkau target audiens lebih luas dan meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap layanan kesehatan yang ditawarkan.

Melalui kerja praktik di Parahita Diagnostic Center, penulis memiliki tanggung jawab untuk mendukung perancangan berbagai materi promosi tersebut, mulai dari baliho, brosur, X banner, spanduk, billboard, hingga konten feed Instagram, sebagai solusi untuk memperkenalkan layanan Parahita Diagnostic Center kepada masyarakat secara lebih efektif.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, maka rumusan masalah dalam kerja praktik ini adalah bagaimana merancang *layout* media cetak dan konten digital untuk promosi di Parahita Diagnostic Center.

1.3 Batasan Masalah

1. Perancangan difokuskan pada pembuatan desain media cetak seperti baliho, brosur, X banner, spanduk, dan billboard.
2. Perancangan hanya mencakup pembuatan konten feed Instagram sebagai media digital pendukung promosi.
3. Hasil karya harus sesuai dengan lingkup desain Parahita Diagnostic Center.

1.4 Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuannya adalah merancang *layout* media cetak dan konten digital untuk promosi di Parahita Diagnostic Center.

1.5 Manfaat

Manfaat dari Kerja Praktik ini terdiri dari 3 bagian :

A. Bagi Mahasiswa

1. Mahasiswa dapat menerapkan pengetahuan dan keterampilan desain komunikasi visual yang diperoleh selama perkuliahan ke dalam dunia kerja nyata.
2. Menambah pengalaman bekerja di lingkungan profesional, khususnya di bidang perancangan media cetak dan digital.
3. Meningkatkan kemampuan teknis, kreativitas, dan kepekaan dalam merancang materi promosi yang efektif.
4. Memperluas relasi dan membangun jaringan kerja dengan tenaga profesional di industri layanan kesehatan.

B. Bagi Perusahaan

1. Perusahaan mendapatkan kontribusi ide dan tenaga kreatif dari mahasiswa untuk mendukung kegiatan promosi layanan kesehatan.
2. Membantu perusahaan menghasilkan desain media cetak dan digital yang lebih variatif dan menarik sesuai tren visual.
3. Meningkatkan efisiensi kerja dalam proses pembuatan materi promosi karena adanya tambahan sumber daya.
4. Membuka peluang kerja sama yang berkelanjutan antara perusahaan dengan institusi pendidikan untuk pengembangan SDM.

C. Bagi Akademik

1. Menjadi sarana penerapan ilmu yang telah diberikan di bangku perkuliahan ke dalam praktik kerja nyata.
2. Memberikan bukti nyata bahwa materi perkuliahan relevan dan bermanfaat bagi kebutuhan industri kreatif.
3. Menjalin kerja sama yang baik antara kampus dengan perusahaan dalam pengembangan kurikulum berbasis kebutuhan dunia kerja.
4. Menjadi bahan evaluasi dan perbaikan metode pembelajaran di bidang desain komunikasi visual agar semakin sesuai dengan kebutuhan industri.

1.6 Pelaksanaan Sistematis

Tempat : Parahita Diagnostic Center
Alamat : Jl. Dharmawangsa No.66, Airlangga, Kec. Gubeng, Surabaya, Jawa Timur 60286
Telpon & Faks : -
Contact Person : Kanaka Bhaswara / 082257176832
Email : info@labparahita.com
Website : <https://www.labparahita.com/>
Periode KP : 3 bulan
Hari Kerja : Selasa s.d Sabtu
Jam Kerja : 12:00 – 16:00 WIB

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Perusahaan

KeParahita Diagnostic Center merupakan laboratorium klinik yang berdiri sejak tahun 1987 dengan nama asal Laboratorium Klinik Pramita. Laboratorium ini didirikan oleh Drs. H. Moh. Sulthon Amien, MM, di Surabaya, khususnya di Jl. Dharmawangsa 70

Kemudian, pada 1 April 2007, laboratorium ini rebranding menjadi Pramita Utama Diagnostic Center di bawah naungan PT. Cita Mulia, dengan integrasi nilai spiritualisasi dalam manajemen.

Selanjutnya, pada 1 Juni 2010, perusahaan mengganti nama menjadi Parahita Diagnostic Center, dari kata Sansekerta “Parahita” yang bermakna “saling mensejahterakan dan memberi manfaat”

Seiring perkembangan, Parahita telah berekspansi dan kini memiliki banyak cabang di kota-kota besar seperti Surabaya, Gresik, Jember, Solo, Yogyakarta, Bandung, Bekasi, Tangerang, Jakarta, dan Makassar.

Laboratorium ini berkomitmen untuk terus mengembangkan layanan penunjang diagnostik bermutu tinggi melalui integrasi teknologi dan pelayanan sepenuh hati, dengan dukungan akreditasi seperti ISO 9001:2015 dan ISO 15189:2012

Selama masa kerja praktik, penulis terlibat langsung dalam proses perancangan visual berbagai media mulai dari media cetak seperti baliho, brosur, X-banner, spanduk, billboard, serta desain feed Instagram. Keterlibatan ini menunjang aktivitas promosi layanan kesehatan yang dikembangkan Parahita, sejalan dengan ekspansi dan penguatan brand perusahaan sebagai #TemanSehat.

2.2 Logo perusahaan

Parahita Diagnostic Center adalah laboratorium klinik yang bergerak di bidang layanan kesehatan, khususnya pemeriksaan laboratorium dan diagnostik medis. Parahita Diagnostic Center memiliki visi untuk menjadi pusat diagnostik terlengkap, terintegrasi, dan terpercaya di Indonesia. Perusahaan ini terus berkomitmen memberikan pelayanan terbaik kepada masyarakat melalui pemeriksaan laboratorium yang akurat, pelayanan sepenuh hati, dan penggunaan teknologi terkini. Parahita Diagnostic Center juga didukung oleh tenaga ahli profesional di bidang kesehatan dan laboratorium, sehingga mampu memberikan hasil pemeriksaan yang tepat dan bermanfaat bagi masyarakat.

Instansi : Parahita Diagnostic Center
Alamat : Jl. Dharmawangsa No.66, Airlangga, Kec. Gubeng, Surabaya, Jawa Timur 60286
Telepon & Faks : (031) 5023484
Contact Person : Kanaka Bhaswara / 082257176832
Email : info@parahita.co.id



Gambar 2.1 Logo Parahita Diagnostic Center

Sumber : Website resmi parahita (2025)

2.3 Visi Misi

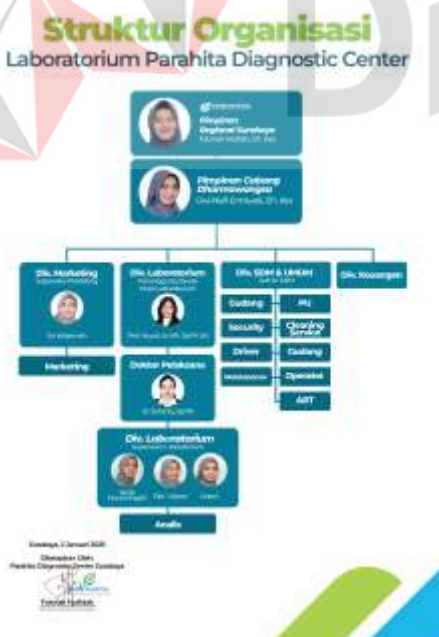
Visi

Menjadi diagnostic center terlengkap, terintegrasi, dan terpercaya, yang berfungsi sebagai pusat rujukan nasional dengan pelayanan sepenuh hati

Misi

1. Membangun integrasi manajemen laboratorium dengan memadukan spiritual, ilmu pengetahuan, teknologi, dan profesionalisme
2. Mengembangkan SDM yang profesional, berdedikasi, smart, bertanggung jawab, dan bermoral tinggi
3. Melakukan inovasi di bidang SDM, peralatan diagnostik, layanan pemeriksaan, dan teknologi
4. Menyediakan layanan kesehatan prima, termasuk edukasi dan informasi kepada masyarakat serta perusahaan, terutama seputar occupational health
5. Mewujudkan tanggung jawab sosial (CSR) untuk meningkatkan kesejahteraan karyawan dan masyarakat luas.

2.4 Struktur Organisasi



Gambar 2.2 Struktur Organisasi Lab Parahita

Sumber : Website resmi parahita (2025)

2.5 Lokasi Kantor Parahita Diagnostic Center

Jl. Basuki Rahmat No.98-104, Embong Kaliasin, Kec. Genteng, Surabaya, Jawa Timur 60271



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB III

LANDASAN TEORI

3.1 Media Cetak

Menurut Erik, (2009) media cetak adalah salah satu media komunikasi visual yang menggunakan bahan fisik seperti kertas, kain, atau bahan lainnya untuk menyampaikan informasi secara langsung kepada masyarakat. Media cetak memiliki keunggulan dalam menjangkau target audiens pada lokasi tertentu, memberikan kesan profesional, serta mendukung promosi dalam jangka waktu yang lebih panjang. Contoh media cetak yang umum digunakan adalah baliho, brosur, X-banner, spanduk, billboard, dan buku profil. Dalam perancangannya, media cetak harus memperhatikan unsur-unsur visual seperti tata letak (layout), warna, dan tipografi agar informasi dapat disampaikan dengan jelas, menarik, dan mudah dipahami audiens.

3.2 Media Sosial Instagram

Menurut BENABIO, (2012), media sosial adalah platform digital yang memungkinkan terjadinya komunikasi, interaksi, serta penyebaran informasi secara cepat dan luas. Salah satu media sosial yang banyak digunakan di Indonesia adalah Instagram. Instagram menyediakan berbagai fitur berbasis visual seperti feed, story, reels, dan IGTV yang memudahkan perusahaan membagikan konten informatif dengan desain yang menarik. Dalam konteks promosi, Instagram berperan penting untuk membangun citra positif perusahaan, menjangkau target pasar yang lebih luas, serta meningkatkan keterlibatan audiens melalui konten yang konsisten dan relevan.

3.3 Warna

Menurut Bonsignore, (2012), warna memiliki fungsi penting dalam desain yaitu untuk menarik perhatian, membangun suasana, serta memperkuat identitas visual suatu brand atau pesan. Pemilihan warna yang tepat dapat memengaruhi persepsi audiens dan membantu menciptakan kesan tertentu sesuai dengan tujuan desain. Penggunaan warna yang konsisten juga memperkuat branding perusahaan sehingga mudah dikenali oleh

publik.

3.4 Tipografi

Menurut Bigelow, (1999) tipografi adalah seni memilih dan mengatur huruf agar pesan tertulis dapat dibaca dengan jelas, menarik, dan mendukung keseluruhan konsep visual. Tipografi yang baik harus memperhatikan jenis huruf, ukuran, jarak antar huruf, serta hirarki informasi. Pemilihan tipografi yang tepat juga dapat membangun karakter visual dan memberikan identitas pada desain.

Typography: (tipografi dalam bahasa Indonesia) adalah seni dan teknik menata huruf dalam desain, termasuk pemilihan jenis huruf, ukuran, spasi, dan elemen visual lainnya untuk menyampaikan pesan secara efektif.

Typo: adalah kesalahan yang terjadi dalam proses penulisan yang berhubungan dengan tipografi, namun lebih spesifik mengacu pada kesalahan dalam pengetikan.

Contoh typo: Salah eja (misalnya, "tulisna" seharusnya "tulisan"), salah ketik huruf (misalnya, "belajr" seharusnya "belajar"), atau penggunaan karakter yang salah.

Typo bisa disebabkan oleh berbagai faktor, seperti kurangnya perhatian, kesalahan teknis (seperti keyboard yang rusak), atau kurangnya pengetahuan tentang ejaan.

3.5 Layout

Menurut Lauer & Pentak, (2012) layout adalah proses penataan elemen-elemen visual pada suatu bidang desain agar terlihat terstruktur, seimbang, dan mudah dipahami. Layout yang baik membantu mengarahkan perhatian audiens pada informasi penting, menciptakan keseimbangan visual, serta membuat desain terlihat rapi dan profesional. Prinsip layout juga mendukung kenyamanan membaca dan penyampaian informasi secara efektif.

BAB IV

DESKRIPSI PEKERJAAN

4.1 Penjelasan Pekerjaan

Selama 3 bulan dalam melaksanakan Kerja Praktik di Parahita Diagnostic Center. Dalam proses kerja praktik ini membantu dalam proses pembuatan desain media cetak seperti baliho, brosur, X banner, spanduk, billboard, dan juga Media sosial layouting feed untuk Parahita Diagnostic Center

4.4 Posisi Dalam Pekerjaan

Dalam melaksanakan Kerja Praktik di Parahita Diagnostic Center. Penulis diberikan tanggung jawab sebagai Desainer Grafis dan Layouting yaitu membantu membuat sebuah iklan di media sosial, resize iklan, dan membuat iklan.

4.3 Briefing

Pentingnya Briefing yang dilakukan oleh PIC Desain untuk melancarkan kegiatan kegiatan dalam kantor Parahita Diagnostic Center.

4.4 Proses Pengerjaan Desain

Pada tahap awal pengerjaan desain diperlukan memahami briefing yang telah diberikan di website trello.com yang dibagikan oleh PIC desain.

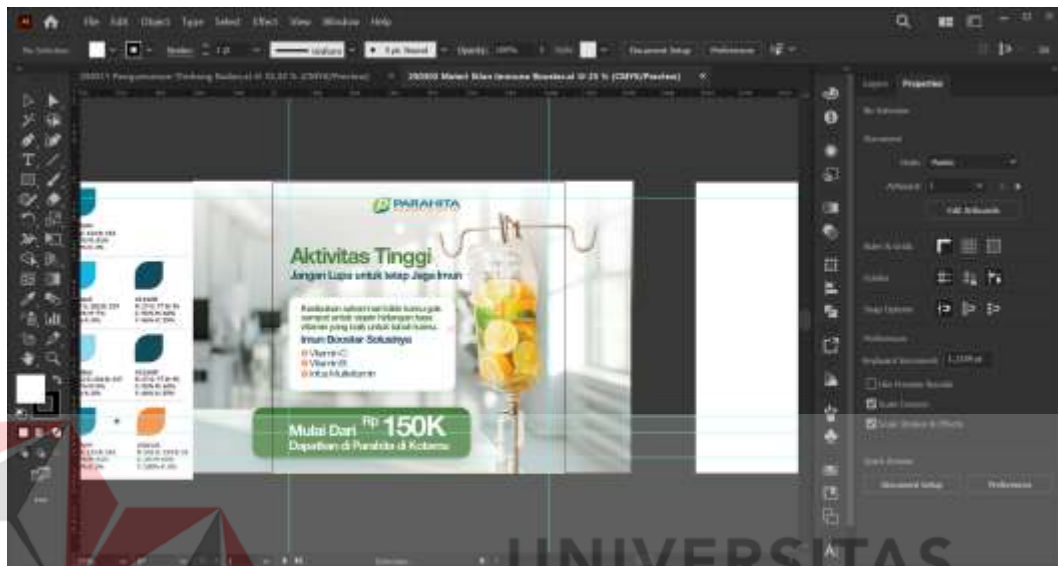


Gambar 4.1 Brief Desain Parahita Diagnostic Center

Sumber : dibuat Penulis (2025)

4.4.1 Pembuatan Desain

Tahap awal pembuatan desain dengan menata elemen-elemen visual dengan menyesuaikan gaya desain Parahita Diagnostic Center. Setelah itu dilanjutkan dengan asistensi apabila ada kekurangan akan dibenahi oleh PIC desain agar sesuai dengan target.



Gambar 4.2 Pembuatan Desain Immune Booster

Sumber : dibuat Penulis (2025)

4.4.2 Hasil Akhir

Pada tahap akhir pembuatan desain penataan elemen artboard dengan menyesuaikan gaya Parahita Diagnostic Center penulis mendapatkan persetujuan dari PIC devisi dengan sedikit revisi.

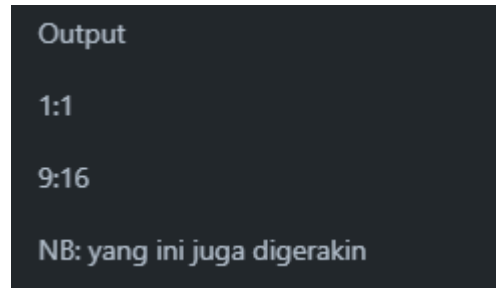


Gambar 4.3 Hasil Akhir Desain Immune Booster

Sumber : dibuat Penulis (2025)

4.4.3 Proses Resize Desain

Dalam Proses awal resize penulis perlu untuk melihat brief sebagai patokan ukuran yang dibutuhkan untuk media cetak.



1

Gambar 4.4 Brief Output Yang Dibutuhkan

Sumber : dibuat penulis (2025)

A. 1 Perancangan Resize Desain

Dari desain yang telah dibuat oleh PIC desain Penulis mengubah format dari 1:1 ke ukuran yang diperlukan.



Gambar 4.5 Resize Cell Therapy 9:16

Sumber : dibuat penulis (2025)

B. Hasil Akhir Desain



Gambar 4.6 Final Resize Cell Therapy 9:16

Sumber : dibuat penulis (2025)

4.4.4 Resize Sindrom Metabolik

Pada tahap awal pengerjaan desain diperlukan memahami briefing yang telah diberikan di website trello.com yang dibagikan oleh PIC desain.



Gambar 4.7 Briefing Resize Sindrom Metabolik

Sumber : dibuat penulis (2025)

A. Hasil Akhir Desain

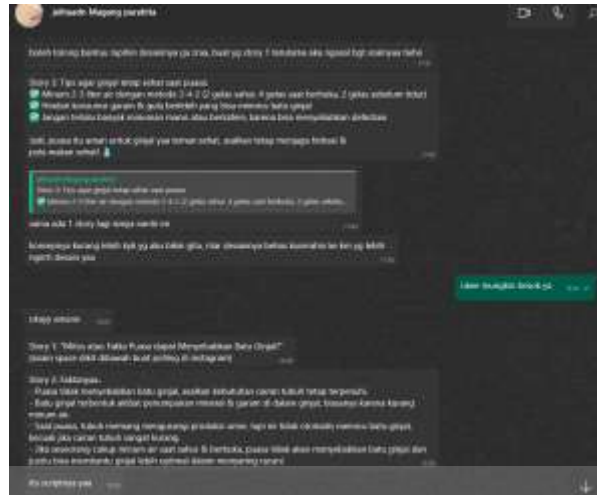


Gambar 4.8 Final Resize Sindrom Metabolik

Sumber : dibuat penulis (2025)

4.4.5 Perancangan Desain Story Instagram

Tahap awal merancang desain feed Instagram dimulai dengan brief yang dilakukan oleh divisi Content Creator melalui Whatsapp



Gambar 4.9 Brief Story IG Mitos Atau Fakta

Sumber : dibuat penulis (2025)

A. Proses Pembuatan Desain

Pada tahap awal penataan elemen desain menyesuaikan gaya Parahita Diagnostic Center. Setelah itu di asistensikan kepada divisi Content Creator agar desain sesuai target.



Gambar 4.10 Proses pembuatan Story IG Mitos Atau Fakta

Sumber : dibuat penulis (2025)

B. Hasil Akhir Desain



Gambar 4.11 Hasil Akhir Story IG Mitos Atau Fakta

Sumber : dibuat penulis (2025)

4.4.6 Perancangan Resize Design Baliho

Dari desain yang telah dibuat oleh PIC desain Penulis mengubah format dari 1:1 ke ukuran yang diperlukan.



Gambar 4.12 Brief Desain Puasa

Sumber : dibuat penulis (2025)

A. Hasil Akhir



Gambar 4.13 Hasil Akhir Desain Puasa

Sumber : dibuat penulis (2025)



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil kerja praktik yang telah dilakukan di Parahita Diagnostic Center, dapat disimpulkan bahwa perancangan desain media cetak dan konten feed Instagram berperan penting dalam mendukung kegiatan promosi dan penyampaian informasi layanan kesehatan kepada masyarakat. Media cetak seperti baliho, brosur, X-banner, spanduk, billboard, serta konten digital berupa feed Instagram dirancang dengan memperhatikan unsur desain komunikasi visual, meliputi warna, tipografi, dan layout, sehingga mampu menarik perhatian audiens dan menyampaikan informasi dengan jelas. Melalui kerja praktik ini, penulis mendapatkan pengalaman langsung dalam menerapkan ilmu desain komunikasi visual di dunia kerja nyata serta memahami proses kerja profesional di bidang desain grafis.

5.2 Saran

Penulis memberikan beberapa saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi instansi dan mahasiswa. Bagi Parahita Diagnostic Center, diharapkan dapat terus mengembangkan program pelatihan desain dan komunikasi visual, khususnya untuk meningkatkan kemampuan tim dalam menghadapi perkembangan tren media cetak dan digital. Selain itu, penulis menyarankan agar instansi semakin aktif memanfaatkan berbagai media promosi, baik media cetak maupun digital, agar informasi layanan kesehatan dapat menjangkau masyarakat secara lebih luas. Penulis juga berharap kerja sama dengan lembaga pendidikan dapat terus ditingkatkan melalui kegiatan magang, seminar, atau workshop yang mendukung peningkatan kompetensi di bidang desain komunikasi visual.

Bagi mahasiswa, penulis menyarankan agar mereka dapat memanfaatkan kesempatan kerja praktik sebaik-baiknya untuk belajar langsung di dunia industri. Mahasiswa diharapkan lebih proaktif dalam mengembangkan ide-ide desain yang kreatif dan inovatif agar dapat diterapkan pada proyek nyata di lapangan. Selain itu, penting bagi

mahasiswa untuk menjaga komunikasi yang baik dengan pembimbing lapangan maupun rekan kerja agar dapat memahami proses kerja yang profesional. Dengan pengalaman yang diperoleh, diharapkan mahasiswa mampu membangun portofolio dan jaringan kerja yang bermanfaat untuk mendukung karier di masa depan.



UNIVERSITAS
Dinamika

DAFTAR PUSTAKA

- BENABIO, J. (2012). Social Media: The Basics. In *Skin & Allergy News* (Vol. 43, Issue 10). [https://doi.org/10.1016/s0037-6337\(12\)70402-3](https://doi.org/10.1016/s0037-6337(12)70402-3)
- Bigelow, C. (1999). Review of Bringhurst (1996): The elements of typographic style. In *Written Language & Literacy* (Vol. 2, Issue 1, pp. 156–161). <https://doi.org/10.1075/wll.2.1.12big>
- Bonsignore, S. J. (2012). The Art of Color TV. In *Journal of the SMPTE* (Vol. 65, Issue 8). <https://doi.org/10.5594/j13935>
- Erik, M. (2009). Branding and Integrated marketing communications. In *Marketing Communications*.
- Lauer, D., & Pentak, S. (2012). *Design basics, Eighth Edition*.



UNIVERSITAS
Dinamika