



PERANCANGAN *GRAPHIC STANDARD MANUAL*
PT NALANIRA NUSWANTARA MEDIKA

LAPORAN KERJA PRAKTIK

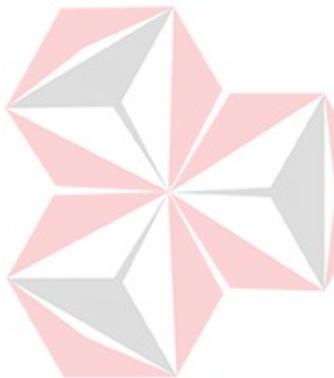


Oleh:
FITRAH CAHYANING SUKMA
22420100003

FAKULTAS DESAIN DAN INDUSTRI KREATIF
UNIVERSITAS DINAMIKA
2025

**PERANCANGAN *GRAPHIC STANDARD MANUAL* PT
NALANIRA NUSWANTARA MEDIKA**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan
Mata Kuliah Kerja Praktik**



Disusun Oleh :

Nama

: Fitrah Cahyaning Sukma

NIM

: 22420100003

Program

: S1 (Strata Satu)

Jurusan

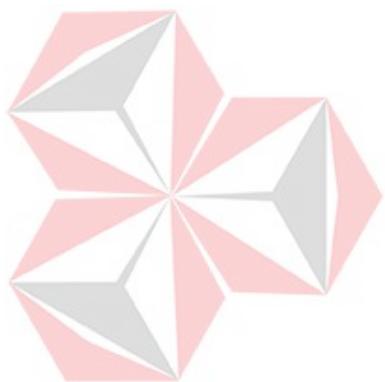
: Desain Komunikasi Visual

FAKULTAS DESAIN DAN INDUSTRI KREATIF

UNIVERSITAS DINAMIKA

2025

LEMBAR MOTTO



UNIVERSITAS
Dinamika
“Belajar hal baru selagi mood”

LEMBAR PENGESAHAN

Perancangan *Graphic Standard Manual* PT Nalanira Nuswantara Medika

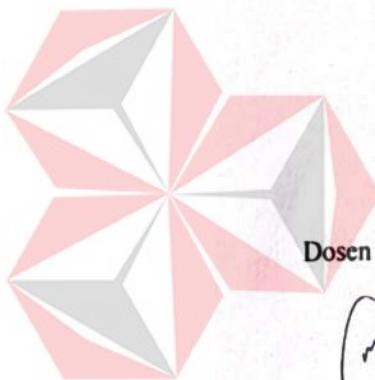
Laporan Kerja Praktik Oleh:

Fitrah Cahyaning Sukma

NIM : 22420100003

Telah diperiksa, diuji dan disetujui

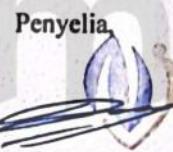
Surabaya,17.....Juli 2025



Dosen Pembimbing,

Dr. Mochammad Arifin, S.Pd., M.S
NIDN. 0717106501

Disetujui:



NALANIRA

dr. Sonny Fadli, Sp.OG., M.Ked.Klin

Mengetahui,

Ketua Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual



Dhika Yuan Yurisma, M.Ds., ACA
NIDN. 0720028701

PERNYATAAN

Sebagai mahasiswa Universitas Dinamika, Saya :

Nama : **Fitrah Cahyaning Sukma**
NIM : **22420100003**
Program Studi : **S1 Desain Komunikasi Visual**
Fakultas : **Fakultas Desain dan Industri Kreatif**
Jenis Karya : **Laporan Kerja Praktik**
Judul Karya : **PERANCANGAN GRAPHIC STANDARD MANUAL
PT NALANIRA NUSWANTARA**

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 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. Apabila dikemudian hari ditemukan dan terbukti terdapat tindakan plagiasi pada karya ilmiah ini, maka Saya bersedia untuk menerima pencabutan terhadap gelar kesarjaan yang telah diberikan kepada Saya.

Demikian surat pernyataan ini Saya buat dengan sebenar-benarnya.

Surabaya, Juli 2025



Fitrah Cahyaning Sukma
NIM. 22420100003

ABSTRAK

PT Nalanira Nuswantara Medika, sebuah perusahaan rintisan di bidang teknologi kesehatan, menghadapi tantangan dalam membangun citra merek yang kuat dan konsisten di tengah persaingan digital yang ketat. Ketiadaan panduan visual yang terpadu menyebabkan presentasi merek menjadi tidak seragam, terutama pada media sosial yang menjadi kanal komunikasi strategis perusahaan. Laporan Kerja Praktik ini bertujuan untuk menjawab permasalahan tersebut dengan merancang sebuah *Graphic Standard Manual* (GSM) yang komprehensif dan efektif. Proses perancangan dilakukan selama Kerja Praktik pada posisi *Graphic Designer Intern*. Ruang lingkup perancangan ini berfokus pada standardisasi identitas visual yang sudah ada, meliputi panduan penggunaan logo, palet warna, tipografi, dan gaya visual, tanpa melakukan *rebranding*. Hasil dari Kerja Praktik ini adalah sebuah dokumen *Graphic Standard Manual* (GSM) yang menjadi fondasi dan acuan utama untuk seluruh aktivitas komunikasi visual PT Nalanira Nuswantara Medika, khususnya untuk platform Hamilku.ID, guna memastikan konsistensi dan profesionalisme citra merek di berbagai media.



Kata Kunci: *Graphic Standard Manual* (GSM), Identitas Visual, PT Nalanira Nuswantara Medika, Hamilku.ID, Desain Komunikasi Visual, Media Sosial

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga Laporan Kerja Praktik yang berjudul **“PERANCANGAN GRAPHIC STANDARD MANUAL PT NALANIRA NUSWANTARA MEDIKA”** dapat terselesaikan dengan baik.

Selesainya laporan kerja praktik ini dikarenakan adanya bantuan dan dukungan dari beberapa pihak. Oleh karena itu, Penulis ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. **Orang tua** selaku pendukung dan pemberi fasilitas dalam menjalankan studi selama berkuliah;
2. **Bapak Prof. Dr. Budi Jatmiko, M.Pd.** selaku Rektor Universitas Dinamika;
3. **Bapak Dhika Yuan Yurisma, M.Ds., ACA** selaku Ketua Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual yang telah memberikan arahan serta dukungan dalam menyusun Laporan Kerja Praktik dari awal hingga selesai;
4. **Bapak Dr. Mohammad Arifin, S.Pd., M.Si** Selaku dosen wali dan dosen pembimbing Kerja Praktik yang telah memberikan arahan serta dukungan dalam menyusun Laporan Kerja Praktik dari awal hingga selesai;
5. **Dr. Sonny Fadli, Sp.OG., M.Ked.Klin.** selaku Penyelia, seluruh Kolega Senior dan seluruh teman-teman di PT Nalanira Nuswantara Medika yang juga memberikan izin untuk melakukan kerja praktik dan masukan terhadap implementasi kerja praktik, serta memberikan ilmu dan motivasi;
6. Dan untuk semua kolega kreatif, saudara serta keluarga yang turut membantu dan mendukung penyelesaian penyusunan Laporan Kerja Praktik ini. Besar harapan penulis untuk Laporan Kerja Praktik ini dapat memberikan manfaat dan penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan penulisan ataupun kata-kata yang kurang berkenan.

Surabaya, 17 Juli 2025

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR MOTTO.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN	iv
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	2
1.3 Batasan Masalah	2
1.4 Tujuan Kerja Praktik.....	2
1.5 Manfaat	3
1.6 Pelaksanaan	4
1.7 Sistematika Penulis.....	4
BAB I : PENDAHULUAN	4
BAB II : GAMBARAN UMUM INSTANSI.....	5
BAB III : LANDASAN TEORI	5
BAB IV : DESKRIPSI PEKERJAAN.....	5
BAB V : PENUTUP	5
DAFTAR PUSTAKA.....	5
BAB II	6
GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....	6
2.1 Sejarah Perusahaan	6
2.2 Profil Perusahaan.....	6



**UNIVERSITAS
Dinamika**



2.3 Visi dan Misi	7
2.4 Logo Perusahaan	8
2.5 Lokasi PT Nalanira Nuswantara Medika	9
2.6 Struktur Organisasi	9
2.7 Deskripsi Pekerjaan	9
2.7.1 CEO.....	9
2.7.2 COO	10
2.7.3 CTO.....	10
2.7.4 <i>Head of IT</i>	10
2.7.5 <i>Head of Design</i>	10
2.7.6 <i>Head of Marketing</i>	10
BAB III.....	11
LANDASAN TEORI.....	11
3.1 Desain	11
3.2 <i>Graphic Standard Manual</i>	11
3.3 <i>Company Profile</i>	11
3.4 Media Sosial.....	12
BAB IV	13
DESKRIPSI PEKERJAAN.....	13
4.1 Penjelasan Pekerjaan.....	13
4.2 Posisi Dalam Pekerjaan.....	13
4.3 <i>Briefing</i>	13
4.4 GSM Hamilku.id	14
4.4.1 GSM Hamilku.id.....	14
4.4.2 <i>Company Profile</i> Hamilku.id.....	14
4.4.3 Desain Kartu Ucapan	15
4.4.4 Desain <i>Template Reels</i> Dokter Bicara & Bidan Bicara.....	15



4.5 Software yang Digunakan	16
4.6 Proses Perancangan <i>Graphic Standard Manual</i>	16
4.6.1 Brainstorming.....	16
4.6.2 Perancangan <i>Brand Guideline</i> GSM.....	16
4.6.3 Perancangan <i>Asset</i> dan Supergrafis GSM	17
4.6.4 Final Perancangan <i>Graphic Standar Manual</i>	17
4.7 Proses Perancangan <i>Company Profile</i>	18
4.7.1 Mencari Referensi <i>Company Profile</i>	18
4.7.2 Perancangan <i>Company Profile</i>	18
4.7.3 Final Perancangan <i>Company Profile</i>	19
4.8 Proses Perancangan Kartu Ucapan Pelanggan <i>Print 3D</i> USG	19
4.8.1 Mencari Referensi.....	19
4.8.2 Perancangan Kartu Ucapan Pelanggan <i>Print 3D</i> USG	20
4.8.3 Final Perancangan Kartu Ucapan <i>Print 3D</i> USG.....	20
4.9 Proses Perancangan <i>Template Reels</i> Dokter Bicara dan Bidan Bicara	21
4.9.1 Brainstorming.....	21
4.9.2 Perancangan <i>Template Reels</i> Dokter Bicara dan Bidan Bicara	21
4.9.3 Final Perancangan <i>Template Reels</i> Dokter Bicara dan Bidan Bicara... ..	22
BAB V.....	23
PENUTUP	23
5.1 Kesimpulan.....	23
5.2 Saran	23
DAFTAR PUSTAKA	24
LAMPIRAN 1 : Surat Balasan dari Perusahaan.....	25
LAMPIRAN 2 : Form KP-5 Acuan Kerja	26
LAMPIRAN 3 : Form KP-5 Garis Besar Rencana Kerja Mingguan	27

LAMPIRAN 4 : Form KP-6 Log Harian dan Catatan Perubahan Acuan Kerja.....	28
LAMPIRAN 5 : Form KP-7 Kehadiran Kerja Praktik	29
LAMPIRAN 6 : Kartu Bimbingan Kerja Praktik.....	30
LAMPIRAN 7 : Biodata Penulis	31



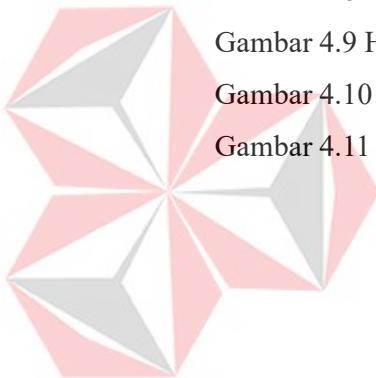
DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 <i>Briefing</i> GSM PT Nalanira Nuswantara Medika.....	14
Tabel 4.2 <i>Briefing Company Profile</i> PT Nalanira Nuswantara Medika.....	14
Tabel 4.3 <i>Briefing</i> Desain Kartu Ucapan.....	15
Tabel 4.5 <i>Briefing Frame Reels</i> Dokter Bicara & Bidan Bicara PT Nalanira Nuswantara Medika	15



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Logo Perusahaan PT Nalanira Nuswantara Medika	8
Gambar 2.2 Lokasi PT Nalanira Nuswantara Medika	9
Gambar 2.3 Susunan Kepengurusan PT Nalanira Nuswantara Medika	9
Gambar 4.1 Perancangan <i>Brand Guideline</i>	16
Gambar 4.2 Perancangan <i>Asset</i> dan Supergrafis GSM.....	17
Gambar 4.3 Hasil Akhir <i>Graphic Standard Manual</i>	17
Gambar 4.4 Referensi <i>Company Profile</i>	18
Gambar 4.5 Perancangan <i>Company Profile</i>	18
Gambar 4.6 Hasil Akhir <i>Company Profile</i>	19
Gambar 4.7 Mencari Referensi.....	19
Gambar 4.8 Perancangan Kartu Ucapan.....	20
Gambar 4.9 Hasil Perancangan Kartu Ucapan.....	20
Gambar 4.10 Perancangan <i>Template Reels</i> Dokter Bicara dan Bidan Bicara.....	21
Gambar 4.11 Hasil Akhir <i>Template Reels</i> Dokter Bicara dan Bidan Bicara	22



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

PT Nalanira Nuswantara merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang layanan kesehatan dan berkomitmen untuk memberikan pelayanan terbaik bagi masyarakat. Dalam menjalankan usahanya, perusahaan tidak hanya fokus pada kualitas layanan secara langsung, tetapi juga pada pentingnya penyampaian informasi yang akurat dan mudah diakses oleh publik. Upaya untuk membangun citra perusahaan yang profesional dan terpercaya menuntut PT Nalanira Nuswantara untuk terus berinovasi, terutama dalam cara berkomunikasi dengan pelanggan dan calon pelanggan.

Seiring dengan perkembangan zaman, lanskap komunikasi telah bergeser secara signifikan ke ranah digital. Keberhasilan sebuah perusahaan kini turut diukur dari kemampuannya untuk hadir dan berinteraksi secara efektif di platform-platform modern, di mana sebagian besar target audiensnya berada. Menyadari hal ini, PT Nalanira Nuswantara melihat media sosial sebagai kanal strategis untuk menjangkau masyarakat luas, membangun komunitas, serta meningkatkan *brand awareness* secara efisien.

Namun, persaingan untuk mendapatkan perhatian audiens di era digital sangatlah ketat. Materi komunikasi yang disajikan harus memiliki identitas yang kuat dan konsisten agar mampu tampil menonjol serta mudah dikenali. Tantangan ini seringkali muncul akibat tidak adanya panduan visual yang terpadu, menyebabkan presentasi merek menjadi tidak seragam di berbagai *platform*. Di sinilah pembuatan *Graphic Standard Manual* (GSM) atau panduan standar grafis memegang peranan penting. Sebagai fondasi komunikasi visual, GSM memiliki kemampuan unggul untuk menyatukan identitas merek, memastikan setiap materi tampil secara profesional, dan meningkatkan kepercayaan serta daya ingat audiens terhadap citra perusahaan.

Oleh karena itu, untuk menjawab tantangan komunikasi digital dan membangun citra merek yang kokoh, PT Nalanira Nuswantara membutuhkan pengembangan fondasi identitas visual yang inovatif dan terstruktur. Dibutuhkan

peran strategis dan kreatif untuk merancang dan menyusun konten *Graphic Standard Manual* yang akan diimplementasikan pada seluruh aktivitas komunikasi perusahaan. Melalui Kerja Praktik ini, penulis mendapatkan kesempatan untuk mengisi peran tersebut, dengan tanggung jawab utama merancang dan menyusun sebuah panduan standar grafis yang koheren dan komprehensif guna mendukung strategi komunikasi digital PT Nalanira Nuswantara Medika.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang diangkat adalah “Bagaimana merancang sebuah *Graphic Standard Manual* (GSM) yang komprehensif dan efektif untuk membangun identitas visual yang kuat dan konsisten bagi perusahaan PT Nalanira Nuswantara Medika?”



1.3 Batasan Masalah

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

1. Perancangan tidak mencakup pembuatan logo baru (*rebranding*), melainkan hanya menstandardisasi identitas visual yang sudah ada.
2. Konten GSM dibatasi pada elemen visual utama, yaitu panduan logo, palet warna, tipografi, dan gaya visual.
3. Contoh penerapan desain hanya akan dibuat dalam bentuk *mockup* untuk media kunci (kartu nama, kop surat, dan templat media sosial).
4. Ruang lingkup Kerja Praktik hanya pada tahap perancangan dan penyusunan dokumen, tidak termasuk implementasi dan evaluasi.

1.4 Tujuan Kerja Praktik

Berdasarkan latar belakang di atas, tujuan dari pelaksanaan Kerja Praktik di PT Nalanira Nuswantara Medika adalah merancang *Graphic Standard Manual* PT Nalanira Nuswantara Medika untuk ketentuan dan penggunaan logo Hamilku.id.

1.5 Manfaat

Manfaat yang diperoleh selama melaksanakan Kerja Praktik di PT Nalanira Nuswantara Medika adalah sebagai berikut:

1.5.1 Bagi Mahasiswa

1. Menerapkan ilmu yang didapatkan selama perkuliahan
2. Menambah pengalaman dan insight dalam industri kreatif
3. Memperluas relasi
4. Mempelajari cara bekerja sama dalam tim secara profesional dengan orang lain
5. Menyelesaikan tugas tepat waktu dan sesuai *brief*
6. Memahami sistem penggerjaan konten kreatif dan proyek di perusahaan

1.5.2 Bagi Instansi/Perusahaan

1. Membantu PT Nalanira Nuswantara Medika dalam perancangan konten kreatif dan penggerjaan proyek
2. Membantu dalam segi sumber daya divisi konten kreatif
3. Memperkuat hubungan antara perusahaan dan perguruan tinggi

1.5.3 Bagi Akademik

1. Dapat mengaplikasikan ilmu desain grafis pada konten media sosial dan proyek di PT Nalanira Nuswantara Medika
2. Memberikan exposure bagi perguruan tinggi dan membentuk citra baik dalam dunia kerja
3. Kerja Praktik dapat digunakan sebagai portfolio saat terjun ke dunia kerja

1.6 Pelaksanaan

a. Detail Perusahaan

Nama Perusahaan	: PT. Nalanira Nuswantara Medika
Alamat	: Jl. Manyar Tirtoasri XI NO. 22, Menur Pumpungan, Kec. Sukolilo,Kota Surabaya, Jawa Timur, 60118
Telepon	
E-mail	: 0812-3453-4260
Website	: doktersonny@gmail.com
Hari Kerja	: Hamilku.id
Jam Kerja	
Hari Kerja	: Senin-Jumat
Jam Kerja	: 08.00-16.00

b. Periode

Tanggal Pelaksanaan	: 10 Maret 2025 – 23 April 2025
Waktu	: Senin-Jumat, 08.00-16.00 (WFO dan WFH)

1.7 Sistematika Penulis

Sistematika penulisan ditujukan untuk memberikan manfaat dan mempermudah pembaca dalam memahami pembahasan dalam laporan Kerja Praktik ini, antara lain:

BAB I : PENDAHULUAN

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

BAB II : GAMBARAN UMUM INSTANSI

Dalam bab ini membahas tentang profil instansi yang ditempati dalam pelaksanaan Kerja Praktik PT Nuansa Kreasi Konten Indonesia, yang berisikan mengenai profil, logo, visi dan misi, tugas dan fungsi, struktur organisasi dan deskripsi pekerjaan dari instansi tersebut.

BAB III : LANDASAN TEORI

Dalam bab ini membahas tentang berbagai teori yang relevan dan cocok dengan judul Laporan Kerja Praktik ini guna menunjang penulisan Laporan Kerja Praktik.

BAB IV : DESKRIPSI PEKERJAAN

Dalam bab ini membahas secara detail tentang pekerjaan yang telah dilaksanakan pada saat Kerja Praktik di PT Nuansa Kreasi Konten Indonesia, yang diangkat dalam Laporan Kerja Praktik ini.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisikan tentang kesimpulan dan saran terkait pembahasan pada Laporan Kerja Praktik. Kesimpulan berisi ringkasan keseluruhan hasil dalam Laporan Kerja Praktik ini, sementara saran berisi beberapa masukan untuk permasalahan yang diangkat dalam Laporan Kerja Praktik ini.

DAFTAR PUSTAKA

Bab ini berisikan tentang referensi yang digunakan sebagai daftar pelaksanaan kerja praktik.

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Perusahaan

PT. Nalanira Nuswantara Mediqa adalah sebuah perusahaan rintisan (*startup*) Indonesia yang bergerak di bidang teknologi kesehatan atau *health-tech*. Perusahaan ini didirikan oleh Dr. Sonny Fadli, Sp.OG., M.Ked.Klin., yang memiliki latar belakang sebagai dokter spesialis kebidanan dan kandungan sekaligus seorang akademisi di Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS). Keahlian ganda pendirinya menjadi landasan utama bagi perusahaan dalam mengembangkan solusi inovatif yang menggabungkan keilmuan medis dengan teknologi untuk menjawab tantangan kesehatan di masyarakat.

Produk utama yang menjadi fokus perusahaan adalah platform digital bernama Hamilku.ID. Platform ini dirancang khusus sebagai asisten digital bagi para ibu hamil di seluruh Indonesia. Fitur unggulannya adalah kemampuan untuk melakukan deteksi dini risiko kehamilan secara mandiri melalui digitalisasi Kartu Skor Poedji Rochjati (KSPR), sebuah metode skrining yang sudah teruji. Selain itu, Hamilku.ID juga menyediakan konten edukasi seputar kehamilan dan memfasilitasi pengguna untuk mendaftar konsultasi medis secara lebih mudah.

Pengembangan platform Hamilku.ID memiliki dasar riset yang kuat, di mana platform ini merupakan hasil dari penelitian ilmiah yang dilakukan dalam tesis master pendirinya di ITS. Hal ini menunjukkan pendekatan berbasis bukti yang digunakan perusahaan dalam menciptakan layanannya. Meskipun berfokus pada aplikasi kehamilan, pendaftaran merek dagang perusahaan mencakup spektrum layanan yang lebih luas, mengindikasikan adanya potensi pengembangan bisnis di masa depan ke dalam ekosistem layanan yang lebih komprehensif bagi ibu dan anak.

2.2 Profil Perusahaan

PT Nalanira Nuswantara Mediqa adalah perusahaan rintisan teknologi kesehatan (*health-tech*) yang berfokus pada inovasi untuk meningkatkan kualitas kesehatan ibu dan anak di Indonesia. Didirikan oleh Dr. Sonny Fadli, Sp.OG.,

M.Ked.Klin., seorang dokter spesialis kandungan sekaligus akademisi, perusahaan ini menggabungkan keahlian medis dengan kemajuan teknologi untuk menyediakan solusi kesehatan yang mudah diakses. Berbasis di Jawa Timur, perusahaan ini bertujuan untuk memberdayakan para ibu hamil melalui edukasi dan deteksi dini.

Produk utama dari PT Nalanira Nuswantara Medika adalah platform digital Hamilku.ID. Platform ini merupakan layanan berbasis aplikasi web yang dirancang sebagai asisten kehamilan digital. Hamilku.ID menyediakan fitur unggulan berupa skrining risiko kehamilan mandiri yang berbasis ilmiah, serta konten-konten edukasi dan fasilitas untuk pendaftaran konsultasi medis.

Berikut adalah beberapa informasi mengenai identitas dari PT Nalanira Nuswantara Medika:



Nama Perusahaan	:	PT. Nalanira Nuswantara Medika
Alamat	:	Jl. Manyar Tirtoasri XI NO. 22, Menur Pumpungan, Kec. Sukolilo, Kota Surabaya, Jawa Timur, 60118
Telepon	:	0812-3453-4260
E-Mail	:	doktersonny@gmail.com
Website	:	Hamilku.id
Hari Kerja	:	Senin-jumat
Jam Kerja	:	08.00-16.00

2.3 Visi dan Misi

Visi:

Menjadi pelopor inovasi teknologi kesehatan di Indonesia yang terdepan dalam upaya menekan angka kematian ibu dan bayi, serta mewujudkan generasi masa depan yang sehat dan berkualitas melalui pemberdayaan perempuan dan akses kesehatan yang merata.

Misi:

1. Mengembangkan Solusi Digital Inovatif: Menciptakan dan mengembangkan platform teknologi seperti Hamilku.ID yang mudah diakses dan digunakan untuk memberikan edukasi, fasilitas deteksi dini risiko, dan kemudahan akses layanan kesehatan bagi ibu hamil.
2. Meningkatkan Literasi Kesehatan: Secara aktif menyediakan konten edukasi yang akurat, relevan, dan mudah dipahami untuk meningkatkan pengetahuan dan kesadaran ibu hamil mengenai pentingnya menjaga kesehatan selama masa kehamilan dan persalinan.
3. Memperkuat Ekosistem Kesehatan Ibu dan Anak: Membangun kemitraan strategis dengan para profesional kesehatan (dokter, bidan), fasilitas kesehatan, dan komunitas untuk menciptakan sistem pendukung yang terintegrasi dan komprehensif bagi para ibu.
4. Mendorong Pencegahan Berbasis Data: Memanfaatkan data dan teknologi untuk mengembangkan metode skrining dan deteksi risiko yang lebih efektif, sehingga intervensi dapat dilakukan sedini mungkin untuk mencegah komplikasi kehamilan.

2.4 Logo Perusahaan



Gambar 2.1 Logo Perusahaan PT Nalanira Nuswantara Medika

(Sumber: Berkas Perusahaan 2025)

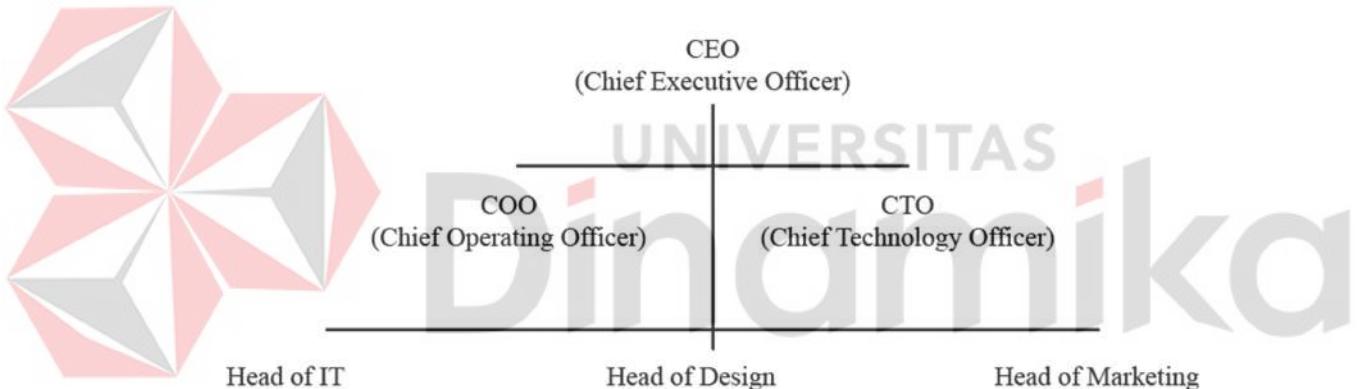
2.5 Lokasi PT Nalanira Nuswantara Medika



Gambar 2.2 Lokasi PT Nalanira Nuswantara Medika

(Sumber: Dokumentasi Intern dan Penulis, April 2025)

2.6 Struktur Organisasi



Gambar 2.3 Susunan Kepengurusan PT Nalanira Nuswantara Medika

(Sumber: Berkas Perusahaan, 2025)

2.7 Deskripsi Pekerjaan

2.7.1 CEO

CEO merupakan pemimpin perusahaan yang menetapkan visi strategis dan arah jangka panjang bisnis. Ia bertanggung jawab atas pengambilan keputusan besar dan menjadi representasi utama perusahaan ke publik, investor, dan mitra. CEO memastikan semua divisi bergerak sejalan dengan tujuan perusahaan secara holistik.

2.7.2 COO

COO mengatur dan mengawasi operasional harian agar berjalan efisien dan selaras dengan strategi perusahaan. Ia menerjemahkan visi CEO ke dalam aktivitas nyata, dari manajemen tim hingga distribusi sumber daya. Posisi ini menjadi penghubung kunci antara perencanaan dan pelaksanaan.

2.7.3 CTO

CTO berfokus pada inovasi teknologi serta pengembangan produk digital atau sistem informasi. Ia memimpin tim IT dan memastikan infrastruktur digital mendukung pertumbuhan bisnis. CTO juga bertanggung jawab atas keamanan, efisiensi, dan skalabilitas teknologi perusahaan.

2.7.4 *Head of IT*

Head of IT mengelola operasional teknis di bidang teknologi informasi sehari-hari, termasuk jaringan, perangkat keras, dan keamanan data. Ia memastikan sistem berjalan lancar dan mendukung produktivitas tim. *Head of IT* juga berkoordinasi dengan CTO untuk pelaksanaan kebijakan teknologi.



2.7.5 *Head of Design*

Head of Design memimpin tim kreatif dalam menghasilkan desain visual yang sesuai dengan identitas dan pesan perusahaan. Ia mengawasi kualitas estetika, konsistensi *brand*, dan inovasi desain di berbagai platform. Perannya sangat penting dalam membangun daya tarik visual dan pengalaman pengguna.

2.7.6 *Head of Marketing*

Head of Marketing bertanggung jawab atas strategi promosi, komunikasi, dan pertumbuhan pasar perusahaan. Ia menyusun kampanye yang memperkuat *brand* dan menjangkau target audiens secara efektif. Posisi ini berperan besar dalam membentuk persepsi publik dan meningkatkan penjualan.

BAB III

LANDASAN TEORI

3.1 Desain

Desain merupakan kata baru berupa peng-Indonesiaan dari kata *design* (bahasa Inggris), istilah ini menggeser kata ‘rancang/rancangan/merancang’ yang dinilai kurang mengekspresikan keilmuan, keluasan dan kewibawaan profesi (Sachari & Sunarya, 2000).

Desain adalah proses perancangan yang melibatkan kreativitas manusia yang bertujuan membuat suatu benda, sistem, dan sejenisnya yang memiliki manfaat bagi umat manusia. Aktivitas yang termasuk dalam desain antara lain desain industri, desain *interior*, arsitektur, desain produk, desain grafis, dan profesi-profesi lainnya (Anindita & Riyanti, 2016).

3.2 Graphic Standard Manual

Brand guidelines atau *Graphic Standard Manual* adalah buku yang berisikan tentang aturan logo, pemilihan jenis *font*, *layout*, *pattern*, dan segala elemen yang digunakan oleh sebuah *brand* atau perusahaan guna membangun identitas yang kuat. Biasanya aturan ini digunakan sebagai panduan dasar untuk desainer supaya tidak keluar dari jalur alias konsisten dari apa yang terlihat, terdengar, dan terasa dari suatu merek (Roji, Widyo Wibisono T, & Indra, 2023).

3.3 Company Profile

Disisi lain *company profile* merupakan identitas perusahaan dalam penyediaan informasi bagi public eksternal. Tidak hanya menjadi media informasi, *company profile* juga memiliki fungsi sebagai alat komunikasi. *Company profile* berisi informasi tentang perusahaan yang dijelaskan secara ringkas, jelas dan valid dan ditujukan untuk membuat agar para calon investor dan klien timbul rasa kepercayaan terhadap perusahaan, karena apa yang ditampilkan oleh perusahaan benar adanya. Informasi tersebut diantaranya prospek perusahaan, struktur jabatan, lokasi dan informasi kontak perusahaan (Nu'man, 2023).

3.4 Media Sosial

Media sosial adalah sebuah media *online*, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia (Guntoro, Rikardo, Amirullah, Fahrizani, & Suarsana, 2022).



BAB IV

DESKRIPSI PEKERJAAN

4.1 Penjelasan Pekerjaan

Penulis menjalani kerja praktik sebagai *Graphic Designer Intern* di PT Nalanira Nuswantara Medika, khususnya pada Divisi *Social Media*. Penulis bertanggung jawab dalam proses perancangan dan penyusunan *Graphic Standard Manual* (GSM). Panduan ini dirancang untuk membangun fondasi identitas visual yang kuat dan konsisten sebagai acuan bagi seluruh materi komunikasi perusahaan, terutama untuk konten pada media sosial Instagram @hamilku.id.

4.2 Posisi Dalam Pekerjaan

Selama periode kerja praktik, penulis ditempatkan pada posisi *Graphic Designer Intern* di bawah naungan Divisi *Social Media* PT Nalanira Nuswantara Medika. Posisi ini memiliki tanggung jawab sentral dalam merancang dan menyusun *Graphic Standard Manual* (GSM) yang berfungsi sebagai acuan utama untuk memastikan konsistensi visual merek di seluruh *platform* komunikasi, termasuk *Instagram* @hamilku.id dan *Youtube*.

4.3 Briefing

Briefing berfungsi sebagai panduan dalam proses perancangan desain yang akan dibuat. Berikut adalah *briefing* dari pihak *mentor* yang diberikan kepada Penulis:

1. GSM Hamilku.id
2. *Company Profile* Hamilku.id
3. Kartu Ucapan
4. *Template Reels* Dokter Bicara & Bidan Bicara

4.4 GSM Hamilku.id

4.4.1 GSM Hamilku.id

Tabel 4.1 Briefing GSM PT Nalanira Nuswantara Medika

No	Aspek	Briefing
1.	Logo	Membuat ketentuan ukuran minimal, jarak antar logo, pengaplikasian logo dengan <i>background</i> , larangan perubahan bentuk dan warna logo
2.	Warna	Pink, hijau, putih
3.	Dimensi	A4 <i>landscape</i> (L 29,7 cm x P 21 cm)
4.	Supergrafis	Membuat supergrafis yang bisa dibuat untuk media lainnya saat mendesain
5.	Asset	Membuat <i>asset</i> untuk disusun menjadi supergrafis
6.	Font	Inglobal, calibri

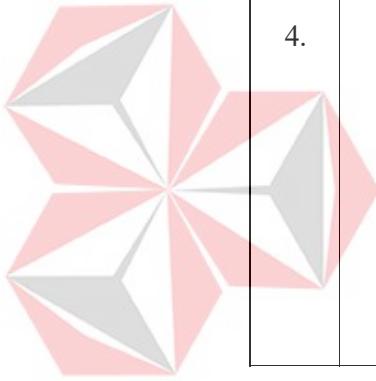
4.4.2 Company Profile Hamilku.id

Tabel 4.2 Briefing Company Profile PT Nalanira Nuswantara Medika

No	Aspek	Briefing
1.	Warna	Hijau, pink
2.	Dimensi	A4 <i>Landscape</i> (L 29,7 cm x P 21 cm)
3.	Logo	Disetiap slide diberi logo
4.	Isi	Berisikan <i>About us</i> , visi misi, fitur hamilku.id, menjadi <i>partner</i> , <i>partner</i> dan kemitraan, diagram alur kerja, struktur jabatan, kontak hamilku.id
5.	Font	Inglobal, calibri

4.4.3 Desain Kartu Ucapan

Tabel 4.3 Briefing Desain Kartu Ucapan



No	Aspek	Briefing
1.	Font	Abril Fatface, jua
2.	Warna	Pink, putih
3.	Dimensi	<i>Landscape</i> (148 mm x 105 mm)
4.	Naskah	<p>Versi 1 Terima kasih, Ibu _____, telah mempercayakan Hamilku ID untuk mengabadikan kisah _____, yang kini berusia _____ minggu/bulan. Semoga kehamilan ini berjalan lancar hingga hari bahagia tiba.</p> <p>Perjalanan ini begitu berharga, dan kami senang menjadi bagian darinya.</p> <p>Versi 2 Terima kasih telah mempercayakan Hamilku ID untuk mengabadikan momen kehamilan Anda. Semoga kehamilan ini berjalan lancar hingga hari bahagia tiba.</p> <p>Perjalanan ini begitu berharga, dan kami senang menjadi bagian darinya.</p>

4.4.4 Desain *Template Reels* Dokter Bicara & Bidan Bicara

Tabel 4.5 Briefing Frame Reels Dokter Bicara & Bidan Bicara PT Nalanira Nuswantara Medika

No	Aspek	Briefing
1.	Font	Waffle Soft, Open Sans
2.	Warna	Hijau, pink, kuning
3.	Dimensi	<i>Potrait</i> (1080 x 1920 px)
4.	Logo	Logo di bagian atas kanan

4.5 Software yang Digunakan

Dalam proses penggerjaan *Graphic Standard Manual* (GSM), penulis mengandalkan alur kerja yang efisien dengan memanfaatkan kombinasi perangkat lunak desain. Untuk tahap awal, seluruh asset visual seperti ikon, ilustrasi, dan elemen grafis lainnya dirancang menggunakan *Adobe Illustrator* untuk memastikan kualitas gambar berbasis vektor yang tajam dan fleksibel.

Setelah semua *asset* siap, proses penyusunan tata letak (*layout*) halaman-halaman panduan dilakukan menggunakan *Adobe Illustrator* untuk presisi dan kontrol desain yang mendetail, serta *Canva* untuk kemudahan dan kecepatan dalam membuat *mockup* penerapan pada media sosial. Kombinasi kedua aplikasi ini memungkinkan proses perancangan yang fleksibel dan hasil akhir yang komprehensif.

4.6 Proses Perancangan *Graphic Standard Manual*

4.6.1 Brainstorming

Pada tahap ini Penulis melakukan *brainstorming* atau diskusi bersama tim desain yang lain untuk mentukan *brand guideline* yang akan dijadikan GSM.

4.6.2 Perancangan *Brand Guideline* GSM

Pada tahap ini Penulis mulai merancang *brand guideline* sesuai hasil diskusi dengan tim desain pada tahap sebelumnya. Pada tahap ini *software* yang digunakan adalah *Adobe Illustrator*.

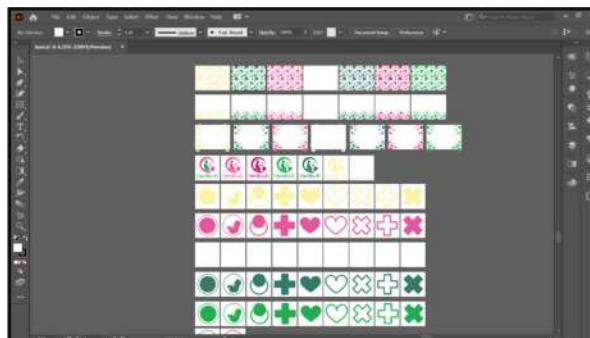


Gambar 4.1 Perancangan *Brand Guideline*

(Sumber: Berkas Penulis 2025)

4.6.3 Perancangan Asset dan Supergrafis GSM

Setelah tahap perancangan *brand guideline* selesai penulis kemudian merancang asset yang nantinya dapat disusun untuk pembuatan supergrafis. Supergrafis bertujuan sebagai penunjang dari *brand guideline* sebelumnya.



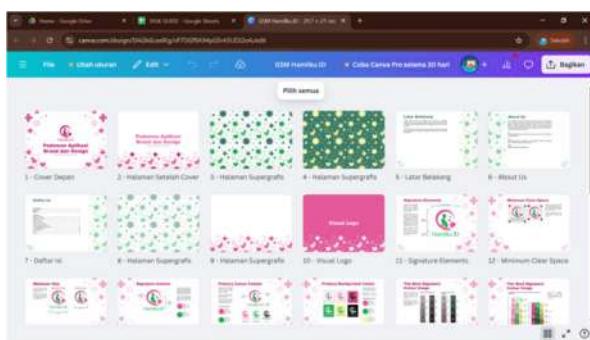
Gambar 4.2 Perancangan Asset dan Supergrafis GSM

(Sumber: Berkas Penulis 2025)



4.6.4 Final Perancangan *Graphic Standar Manual*

Hasil desain yang telah dibuat diasistensikan dan mendapatkan *feedback* dari mentor, kemudian setelah direvisi hasil akhir dari *Graphic Standard Manual* digunakan sebagai acuan pihak perusahaan dalam mengimplementasikan logo.



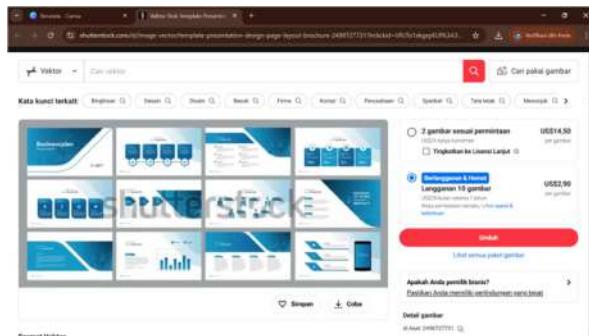
Gambar 4.3 Hasil Akhir *Graphic Standard Manual*

(Sumber: Berkas Penulis 2025)

4.7 Proses Perancangan *Company Profile*

4.7.1 Mencari Referensi *Company Profile*

Pada tahap ini Penulis melakukan *brainstorming* atau diskusi bersama tim desain yang lain untuk mentukan *brand guideline* yang akan dijadikan GSM.



Gambar 4.4 Referensi *Company Profile*

(Sumber: Sutterstock 2025)

4.7.2 Perancangan *Company Profile*

Pada tahap ini Penulis mulai merancang *company profile* sesuai hasil diskusi dengan tim desain pada tahap sebelumnya. Pada tahap ini *software* yang digunakan adalah *Adobe Illustrator*.

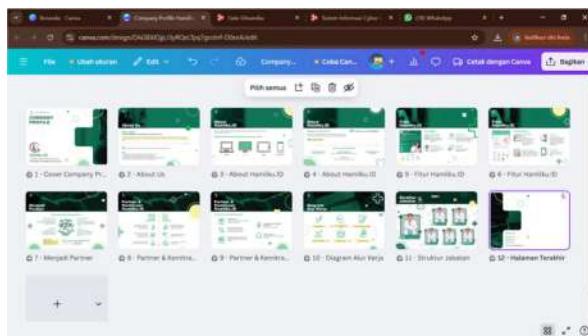


Gambar 4.5 Perancangan *Company Profile*

(Sumber: Berkas Penulis 2025)

4.7.3 Final Perancangan *Company Profile*

Hasil desain yang telah dibuat diasistensikan dan mendapatkan *feedback* dari *mentor*, kemudian setelah direvisi hasil akhir dari *Company Profile* digunakan sebagai identitas perusahaan dalam mengenalkan Hamilku.id ke masyarakat dan mitra yang berminat menjadi *partner*.



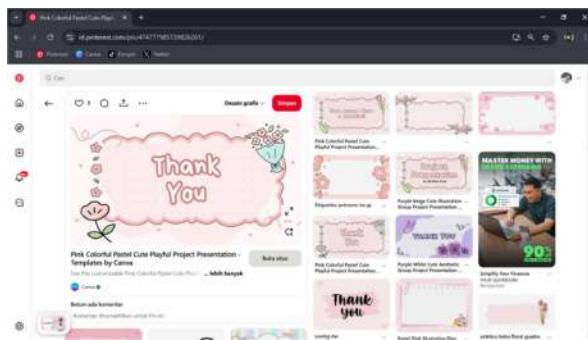
Gambar 4.6 Hasil Akhir *Company Profile*

(Sumber: Berkas Penulis 2025)

4.8 Proses Perancangan Kartu Ucapan Pelanggan Print 3D USG

4.8.1 Mencari Referensi

Pada tahap ini Penulis mencari referensi di *pinterest* yang nantinya akan dikembangkan sendiri sesuai dengan *brief* dari *mentor*. Referensi yang dicari berhubungan dengan warna pink dengan sedikit dekorasi.

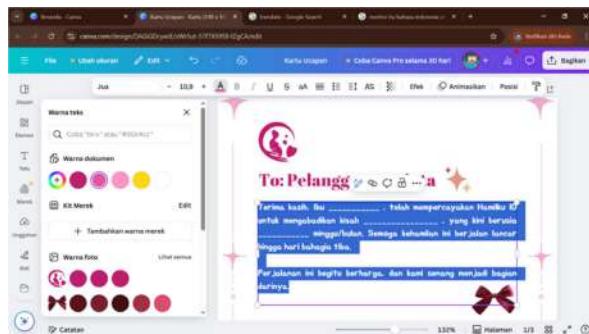


Gambar 4.7 Mencari Referensi

(Sumber: Pinterest 2025)

4.8.2 Perancangan Kartu Ucapan Pelanggan Print 3D USG

Pada tahap ini Penulis mulai merancang kartu ucapan sesuai briefing dari mentor tim desain pada tahap sebelumnya. Pada tahap ini Penulis menggunakan *Canva* untuk mendesain dan menggunakan *font* sesuai *brief*.



Gambar 4.8 Perancangan Kartu Ucapan

(Sumber: Berkas Penulis 2025)

4.8.3 Final Perancangan Kartu Ucapan Print 3D USG

Hasil desain yang telah dibuat diasistensikan dan diterima mentor, kemudian setelah direvisi hasil akhir dari kartu ucapan digunakan sebagai kartu ucapan untuk pelanggan yang memesan produk *print 3D* hamilku.id.



Gambar 4.9 Hasil Perancangan Kartu Ucapan

(Sumber: Berkas Penulis 2025)

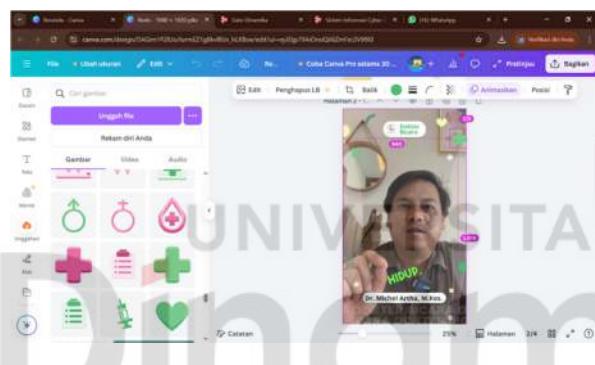
4.9 Proses Perancangan *Template Reels* Dokter Bicara dan Bidan Bicara

4.9.1 Brainstorming

Pada tahap ini Penulis melakukan *brainstorming* atau diskusi bersama tim desain yang lain untuk mentukan ketentuan apa saja yang perlu ditampilkan pada *template reels* dokter bicara dan bidan bicara.

4.9.2 Perancangan *Template Reels* Dokter Bicara dan Bidan Bicara

Pada tahap ini Penulis mulai merancang *Template Reels* sesuai hasil diskusi dengan tim desain pada tahap sebelumnya. Pada tahap ini Penulis menggunakan *Canva* untuk membuat *template* dengan *asset* yang telah dibuat.

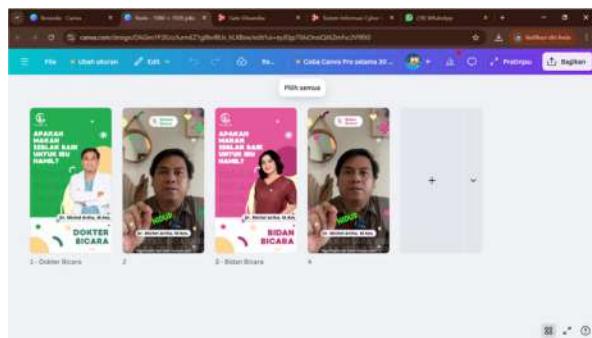


Gambar 4.10 Perancangan *Template Reels* Dokter Bicara dan Bidan Bicara

(Sumber: Berkas Penulis 2025)

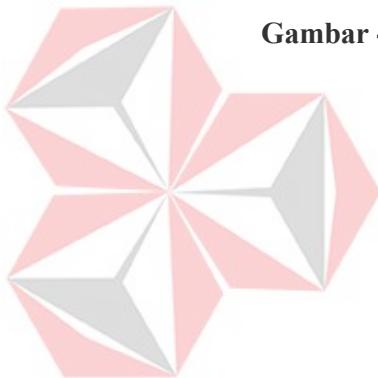
4.9.3 Final Perancangan *Template Reels* Dokter Bicara dan Bidan Bicara

Hasil desain yang telah dibuat diasistensikan dan mendapatkan *feedback* dari mentor. Hasil akhir dari *Template Reels* dokter bicara dan bidan bicara digunakan sebagai bingkai untuk kebutuhan konten media sosial yang akan di *upload* di *Instagram* Hamilku.id.



Gambar 4.11 Hasil Akhir *Template Reels* Dokter Bicara dan Bidan Bicara

(Sumber: Berkas Penulis 2025)



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Kerja Praktik di PT Nalanira Nuswantara Mediika telah berhasil merancang dan menyusun sebuah *Graphic Standard Manual* (GSM) yang komprehensif untuk menjawab tantangan inkonsistensi identitas visual. Perancangan ini berfokus pada standardisasi elemen visual yang sudah ada, meliputi panduan logo, palet warna, dan tipografi, tanpa melakukan *rebranding*. Panduan ini dirancang secara spesifik untuk menjadi acuan utama dalam pembuatan konten pada media sosial Instagram @hamilku.id dan aktivitas komunikasi lainnya. Dokumen GSM yang dihasilkan menjadi fondasi visual untuk membangun citra merek yang lebih kuat, profesional, dan konsisten di berbagai platform. Dengan demikian, tujuan Kerja Praktik untuk merancang sebuah panduan standar grafis yang koheren guna mendukung strategi komunikasi digital perusahaan telah tercapai.

5.2 Saran

Disarankan agar PT Nalanira Nuswantara Mediika segera mengimplementasikan secara penuh *Graphic Standard Manual* (GSM) yang telah dirancang sebagai acuan wajib untuk semua materi komunikasi. Guna memastikan penerapan yang efektif, perlu dilakukan sosialisasi kepada seluruh divisi terkait, terutama tim desain dan pemasaran. Selain itu, perusahaan sebaiknya menunjuk penanggung jawab untuk mengawasi konsistensi penerapan identitas visual sesuai dengan pedoman yang ada. Mengingat ruang lingkup Kerja Praktik ini tidak mencakup tahap evaluasi, maka disarankan untuk melakukan peninjauan dan evaluasi secara berkala terhadap efektivitas GSM dalam membangun *brand awareness*. Untuk pengembangan jangka panjang, panduan ini dapat diperluas untuk mencakup media aplikasi lain seiring dengan potensi perkembangan bisnis perusahaan di masa depan.

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>
- Guntoro, H., Rikardo, D., Amirullah, Fahrисані, A., & Suarsana, I. P. (2022). Analisa Hubungan Kebersihan Cargo Bilges dengan Cargo Hold dalam Mendukung Kelancaran Proses Bongkar Muat. *Journal Marine Inside*, 1(2), 1–32. <https://doi.org/10.56943/ejmi.v1i2.9>
- Nu'man, M. (2023). PENERAPAN COMPANY PROFILE PT GRIYA IDOLA INDUSTRIAL REAL ESTATE DALAM CUSTOMER RELATIONS. *Aleph*, 87(1,2), 149–200. Retrieved from https://repositorio.ufsc.br/xmlui/bitstream/handle/123456789/167638/341506.pdf?sequence=1&isAllowed=y%0Ahttps://repositorio.ufsm.br/bitstream/handle/1/8314/LOEBLEIN%2C_LUCINEIA_CARLA.pdf?sequence=1&isAllowed=y%0Ahttps://antigo.mdr.gov.br/saneamento/proees
- Roji, P., Widyo Wibisono T, R., & Indra, W. (2023). Perancangan Buku Graphic Standart Manual Sebagai Panduan Aktivitas Rebranding Pada Ukmk Icha Cactus, Succulent and Plant. *Jurnal Nawala Visual*, 5(2), 103–109. Retrieved from <https://jurnal.idbbali.ac.id/index.php/nawalavisual>
- Sachari, A., & Sunarya, Y. Y. (2000). Pengantar Tinjauan Desain. *ResearchGate*, (July 2000), 159–190.