



**PEMANFAATAN BENTUK SIMBOL YANG DAPAT
MENENTUKAN TARGET, IDENTITAS, DAN WATAK
DENGAN TEKNIK SIMPLIFICATION DI PT NUANSA
KREASI KONTEN INDONESIA**

LAPORAN KERJA PRAKTIK



**Program Studi
S1 Desain Komunikasi Visual**

Oleh :

MARGARETHA OLIVIA CAHYANINGTYAS

22420100043

UNIVERSITAS
Dinamika

**FAKULTAS DESAIN DAN INDUSTRI KREATIF
UNIVERSITAS DINAMIKA
2025**

**PEMANFAATAN BENTUK SIMBOL YANG DAPAT MENENTUKAN
TARGET, IDENTITAS, DAN WATAK DENGAN TEKNIK
SIMPLIFICATION DI PT NUANSA KREASI KONTEN INDONESIA**

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



Disusun Oleh :
Nama : Margaretha Olivia Cahyaningtyas
Nim : 22420100043
Program : S1 (Strata Satu)
Jurusan : Desain Komunikasi Visual

**FAKULTAS DESAIN DAN INDUSTRI KREATIF
UNIVERSITAS DINAMIKA
2025**

LEMBAR MOTTO

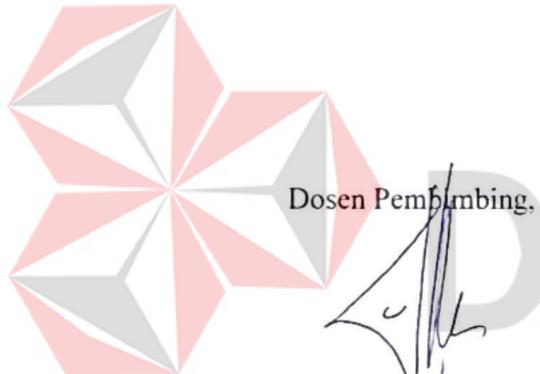


LEMBAR PENGESAHAN

PEMANFAATAN BENTUK SIMBOL YANG DAPAT MENENTUKAN TARGET, IDENTITAS, DAN WATAK DENGAN TEKNIK SIMPLIFICATION DI PT NUANSA KREASI KONTEN INDONESIA

Laporan Kerja Praktik Oleh:
Margaretha Olivia Cahyaningtyas
NIM : 22420100043
Telah diperiksa, diuji dan disetujui

Surabaya, 17 Juli 2025



Disetujui :



Mengetahui,

Ketua Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual



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

PERNYATAAN

Sebagai mahasiswa **Universitas Dinamika**, Saya :

Nama : Margaretha Olivia Cahyaningtyas
NIM : 22420100043
Program Studi : S1 Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Fakultas Desain dan Industri Kreatif
Jenis Karya : Laporan Kerja Praktik
Judul Karya : PEMANFAATAN BENTUK SIMBOL YANG DAPAT MENENTUKAN TARGET, IDENTITAS, DAN WATAK DENGAN TEKNIK SIMPLIFICATION DI PT NUANSA KREASI KONTEN INDONESIA

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

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

Demikian surat pernyataan ini Saya buat dengan sebenar-benarnya.

Surabaya, 17 Juli 2025

Margaretha Olivia Cahyaningtyas
NIM : 22420100043

ABSTRAK

Logo merupakan elemen penting dalam membangun identitas visual sebuah perusahaan. PT Nuansa Kreasi Konten Indonesia sebagai perusahaan yang bergerak di bidang *Design and Branding Consultant* merasa perlu untuk melakukan redesain logo Vibes Media Group agar lebih simbolik, sederhana, dan mudah diingat. Dengan menggunakan teknik *simplification*, proses redesain dilakukan tanpa menghilangkan ciri khas logo sebelumnya, yaitu huruf “V” dan titik merah, sehingga tetap merepresentasikan identitas perusahaan secara konsisten di berbagai media, khususnya media sosial.

Selama kerja praktik, penulis juga terlibat dalam pembuatan berbagai aset visual lainnya seperti frame Instagram dan konten tematik. Seluruh proses perancangan dilakukan melalui tahapan briefing, eksplorasi desain, digitalisasi menggunakan Adobe Illustrator, serta implementasi pada media promosi. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan bahwa desain yang sederhana namun bermakna dapat memperkuat citra perusahaan dan meningkatkan daya ingat audiens terhadap brand.

Kata kunci: logo, simplification, branding, identitas visual, media sosial.



UNIVERSITAS
Dinamika

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga Laporan Kerja Praktik yang berjudul **“PEMANFAATAN BENTUK SIMBOL YANG DAPAT MENENTUKAN TARGET, IDENTITAS, DAN WATAK DENGAN TEKNIK SIMPLIFICATION DI PT NUANSA KREASI KONTEN INDONESIA”** 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. **Bapak Prof. Dr. Budi Jatmiko, M.Pd.** selaku Rektor Universitas Dinamika;
2. **Dhika Yuan Yurisma, M.Ds., ACA** selaku Ketua Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual dan dosen pembimbing yang telah memberikan arahan serta dukungan dalam menyusun Laporan Kerja Praktik dari awal hingga selesai;
3. **Ibu Kezia Angelique Riwong** selaku Penyelia, seluruh Kolega Senior dan seluruh teman-teman di PT Nuansa Kreasi Konten Indonesia yang juga memberikan izin untuk melakukan kerja praktik dan masukan terhadap implementasi kerja praktik, serta memberikan ilmu dan motivasi;
4. 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

Margaretha Olivia Cahyaningtyas

DAFTAR ISI

LEMBAR MOTTO	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN.....	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
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	2
1.5.1 Bagi Mahasiswa.....	2
1.5.2 Bagi Instansi/Perusahaan	3
1.5.3 Bagi Akademik	3
1.6. Pelaksanaan.....	3
1.7. Sistematika Penulisan.....	3
BAB II.....	5
GAMBARAN UMUM INSTANSI.....	5
2.1 Sejarah Perusahaan	5
2.2 Profil Perusahaan.....	5
2.3 Visi dan Misi	6



2.4	Logo Perusahaan	6
2.5	Lokasi PT Nuansa Kreasi Konten Indonesia.....	7
2.6	Struktur Organisasi.....	8
2.7	Deskripsi Pekerjaan.....	8
	BAB III	9
	LANDASAN TEORI	9
3.1	Desain.....	9
3.2	Layout.....	9
3.3	Typografi	10
3.4	Logo	10
3.5	Simplification Logo.....	11
3.6	Identitas Perusahaan	11
3.7	Instagram.....	11
3.8	Media Sosial	12
	BAB IV	13
	DESKRIPSI PEKERJAAN.....	13
4.5.1	Briefing Tentang Referensi Logo	17
4.5.2	Sketsa Logo	17
4.6.2	Pembuatan Digital Frame.....	20
4.8.1	Mencari Referensi Frame Lingkaran.....	22
4.9.1	Briefing dan Referensi dari Perusahaan	23
4.10.1	Briefing dari Klien dan Referensi	24
	BAB V.....	26
	PENUTUP.....	26
5.1.1	Bagi Perusahaan.....	26
5.1.2	Bagi Mahasiswa.....	26
	DAFTAR PUSTAKA	27

DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Briefing Desain Logo PT Nuansa Kreasi Konten Indonesia.....	14
Tabel 4. 2 Briefing dari Perusahaan	14
Tabel 4. 3 Briefing dari Perusahaan	15
Tabel 4. 4 Briefing Frame Lingkaran Instagram PT Nuansa Kreasi Konten Indonesia.....	15
Tabel 4. 5 Briefing Desain Feed Story Hari Besar di Tahun 2025	16
Tabel 4. 6 Briefing Desain Feed Postingan Dari Klien Coolagen.id	16



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kantor PT Nuansa Kreasi Konten Indonesia	5
Gambar 2. 2 Logo Perusahaan PT Nuansa Kreasi Konten Indonesia Sebelum Redesain.....	6
Gambar 2. 3 Logo Perusahaan PT Nuansa Kreasi Konten Indonesia Setelah Redesain.....	6
Gambar 2. 4 Lokasi PT Nuansa Kreasi Konten Indonesia.....	7
Gambar 4. 1 Referensi Desain Logo	17
Gambar 4. 2 Sketsa Logo	18
Gambar 4. 3 Desain Logo PT Nuansa Kreasi Konten Indonesia	18
Gambar 4. 4 Referensi dari Perusahaan Untuk Frame Instagram.....	19
Gambar 4. 5 Desain Final Frame Instagram Vibes Media Group.....	20
Gambar 4. 6 Referensi Untuk Font dan Warna Nama Klien.....	21
Gambar 4. 7 Penggerjaan dan Hasil Digital.....	21
Gambar 4. 8 Beberapa Font dan Warna yang Digunakan	22
Gambar 4. 9 Referensi dari Perusahaan Untuk Frame Story Instagram	22
Gambar 4. 10 Desain Frame Instagram Vibes Media Group	23
Gambar 4. 11 Referensi dari Pinterest Untuk Feed Story Hari Besar	23
Gambar 4. 12 Desain Feed Hari Raya Besar 2025.....	24
Gambar 4. 13 Referensi Feed FnB Drink.....	24
Gambar 4. 14 Desain Feed Postingan dari Klien Coolagen.id.....	25



BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

PT Nuansa Kreasi Konten Indonesia memiliki tim kreatif yang mengikuti style desain yang kekinian namun juga tetap berkonsep sesuai dengan *briefing* dari klien. Perusahaan ini bergerak dibidang *Design and Branding Consultant* yang menerima berbagai klien baik dari perorangan ataupun dari perusahaan. Hal ini dapat dilihat dari sosial media dari Vibes Media Group yang menawarkan *Design Consultant* baik ke perusahaan dan ke klien yang membutuhkan secara desain grafis.

Menurut Gramedia, logo berasal dari bahasa Yunani yaitu “*Logos*” yang berarti tampilan nama dan bentuk yang menampilkan ciri khas dari perusahaan. Logo merupakan elemen penting yang menjadi identitas suatu perusahaan, produk, dan jasa. Logo mempunyai ciri khas dan mampu memvisualisasikan perusahaan yang memiliki arti. Logo pada dasarnya mempunyai banyak sekali arti tergantung sudut pandang dan penafsirannya sehingga logo diperlukan pemahaman dalam memaknai dan mengartikan sebuah logo. Saat ini suatu perusahaan sangat membutuhkan logo apalagi yang simbolik dan simpel namun tetap memiliki arti dari identitas perusahaan dan mudah diingat oleh masyarakat atau klien.

Pada logo PT Nuansa Kreasi Konten Indonesia masih menggunakan typografi dan simbol titik berwarna merah yang dinilai kurang simbolik dan sulit untuk diingat oleh klien dan masyarakat. Dengan menggunakan font “Franklin Gothic Heavy” dan ada simbol titik merah kecil setelah tulisan “Vibes”, PT Nuansa Kreasi Konten Indonesia menginginkan adanya logo baru yang lebih simpel dan dapat diaplikasikan dalam segala media baik promosi, sponsor, fotografi, desain grafis dan videografi. Dengan mempertahankan huruf V dan digabung dengan simbol titik merahnya sebagai ciri khas dari logo yang lama sehingga menghasilkan logo yang simbolik dan dapat diaplikasikan di media apapun.





Berdasarkan penjelasan diatas dibutuhkan peran aktif dibidang kreatif pada divisi Desain dalam PT Nuansa Kreasi Konten Indonesia. Oleh karena itu, penulis berperan dan bertanggung jawab dalam menjalankan pembuatan logo dan desain grafis lainnya yang ada di PT Nuansa Kreasi Konten Indonesia yang dapat digunakan atau diaplikasikan di media sosial Vibes Media Group.

1.2. Rumusan Masalah

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

“Bagaimana merancang logo yang simbolik dan mampu mempresentasikan dari suatu perusahaan tersebut?”

1.3. Batasan Masalah

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

1. Perancangan logo untuk PT Nuansa Kreasi Konten Indonesia.

1.4. Tujuan Kerja Praktik

Tujuan pelaksanaan kerja praktik di PT Nuansa Kreasi Konten Indonesia melalui perancangan materi visual proyek adalah sebagai berikut:

1. Meningkatkan skill penulis di bidang desain komunikasi visual
2. Mendapatkan insight baru dan relasi yang lebih luas
3. Mendapatkan pengalaman bekerja secara langsung
4. Mengetahui sistem dan proses penggeraan yang diterapkan di perusahaan

1.5. Manfaat

Manfaat yang diperoleh selama melaksanakan kerja praktik di PT Nuansa Kreasi Konten Indonesia antara lain:

1.5.1 Bagi Mahasiswa

1. Menerapkan ilmu yang didapatkan selama perkuliahan
2. Menambah pengalaman dan insight dalam industri kreatif
3. Memperluas relasi kerja
4. Memahami brief yang diberikan dan menyelesaikan tugas tepat waktu dan sesuai brief
5. Memahami sistem penggeraan desain dan proyek dari klien di perusahaan

1.5.2 Bagi Instansi/Perusahaan

1. Membantu PT Nuansa Kreasi Konten Indonesia dalam membuat logo baru bagi perusahaan
2. Membantu PT Nuansa Kreasi Konten Indonesia dalam perancangan konten kreatif dan penggerakan proyek
3. Membantu dalam segi sumber daya divisi desain dan aset
4. Memperkuat hubungan antara perusahaan dan perguruan tinggi

1.5.3 Bagi Akademik

1. Dapat mengerti alur proses dalam mengasistensikan desain dengan klien
2. Dapat mengaplikasikan ilmu desain grafis pada konten media sosial dan proyek di PT Nuansa Kreasi Konten Indonesia
3. Kerja Praktik dapat digunakan sebagai portfolio saat terjun ke dunia kerja



1.6. Pelaksanaan

- a. Detail Perusahaan
- Nama Perusahaan : PT Nuansa Kreasi Konten Indonesia
- Alamat : Ruko Northwest Boulevard No NV5/25/ Citraland

Utara, Kec. Pakal, Surabaya, Jawa Timur

Telepon : 0821 33802358

E-mail : vibesmediamanagement@gmail.com

Website : [Vibes Media](http://Vibes%20Media)

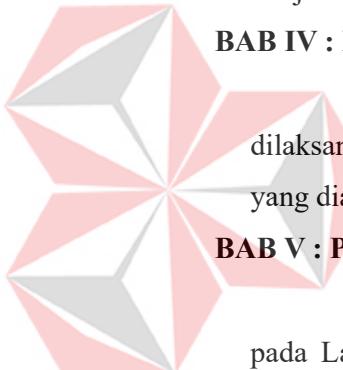
b. Periode

Tanggal Pelaksanaan : 23 Januari 2025 – 23 Mei 2025

Waktu : Senin s.d Jumat 15.00 – 21.00 WIB (WFH dan WFO)

1.7. Sistematika Penulisan

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 INSTANSI

2.1 Sejarah Perusahaan

PT Nuansa Kreasi Konten Indonesia adalah perusahaan yang bergerak di bidang *Design and Branding Consultant* di Indonesia. Didirikan pada tahun 2021 dengan nama PT Nuansa Kreasi Konten Indonesia yang berkantor di Ruko Northwest Boulevard No NV5/25/ Citraland Utara, Kec. Pakal, Surabaya, Jawa Timur. Perseroan dan anak perusahaan ini sama sama bergerak di bidang *Design and Branding Consultant* yang menerima segala bentuk brand baik yang kecil maupun yang besar untuk di konsultasikan baik videografi, fotografi, desain dan branding.

Vibes Media Group adalah bagian dari PT Nuansa Kreasi Konten Indonesia yang dikelola oleh PT itu sendiri. Vibes Media Group yang menyediakan tempat untuk *Design and Branding Consultant* yang juga memulai usaha pada tahuna 2021 yang berlokasi sama dengan PT. Sistem karyawan dari Vibes Media Group adalah dengan menghire karyawan freelance saat ada project, videografi, fotografi, desain dan branding.

2.2 Profil Perusahaan



Gambar 2. 1 Kantor PT Nuansa Kreasi Konten Indonesia

(Sumber: Dokumentasi Intern, April 2025)

2.3 Visi dan Misi

Visi :

Menjadi perusahaan *Design and Branding Consultant* yang inovatif dan terpercaya dalam menciptakan identitas visual yang kuat dan berdampak melalui solusi kreatif yang adaptif terhadap perkembangan zaman.

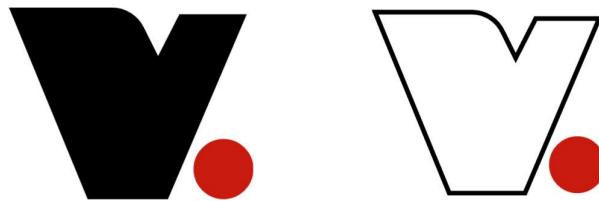
Misi :

1. Memberikan layanan desain dan branding yang profesional, kreatif, dan sesuai kebutuhan klien dari berbagai sektor.
2. Mengembangkan identitas visual klien yang kuat melalui desain, fotografi, videografi, dan media promosi lainnya.
3. Meningkatkan kehadiran dan daya saing klien melalui optimalisasi media sosial dan platform digital.
4. Menjadi mitra strategis yang mendukung pertumbuhan merek klien secara berkelanjutan melalui solusi branding yang relevan dan terukur.



Gambar 2. 2 Logo Perusahaan PT Nuansa Kreasi Konten Indonesia Sebelum Redesain

(Sumber: Berkas Perusahaan)



Gambar 2. 3 Logo Perusahaan PT Nuansa Kreasi Konten Indonesia Setelah Redesain

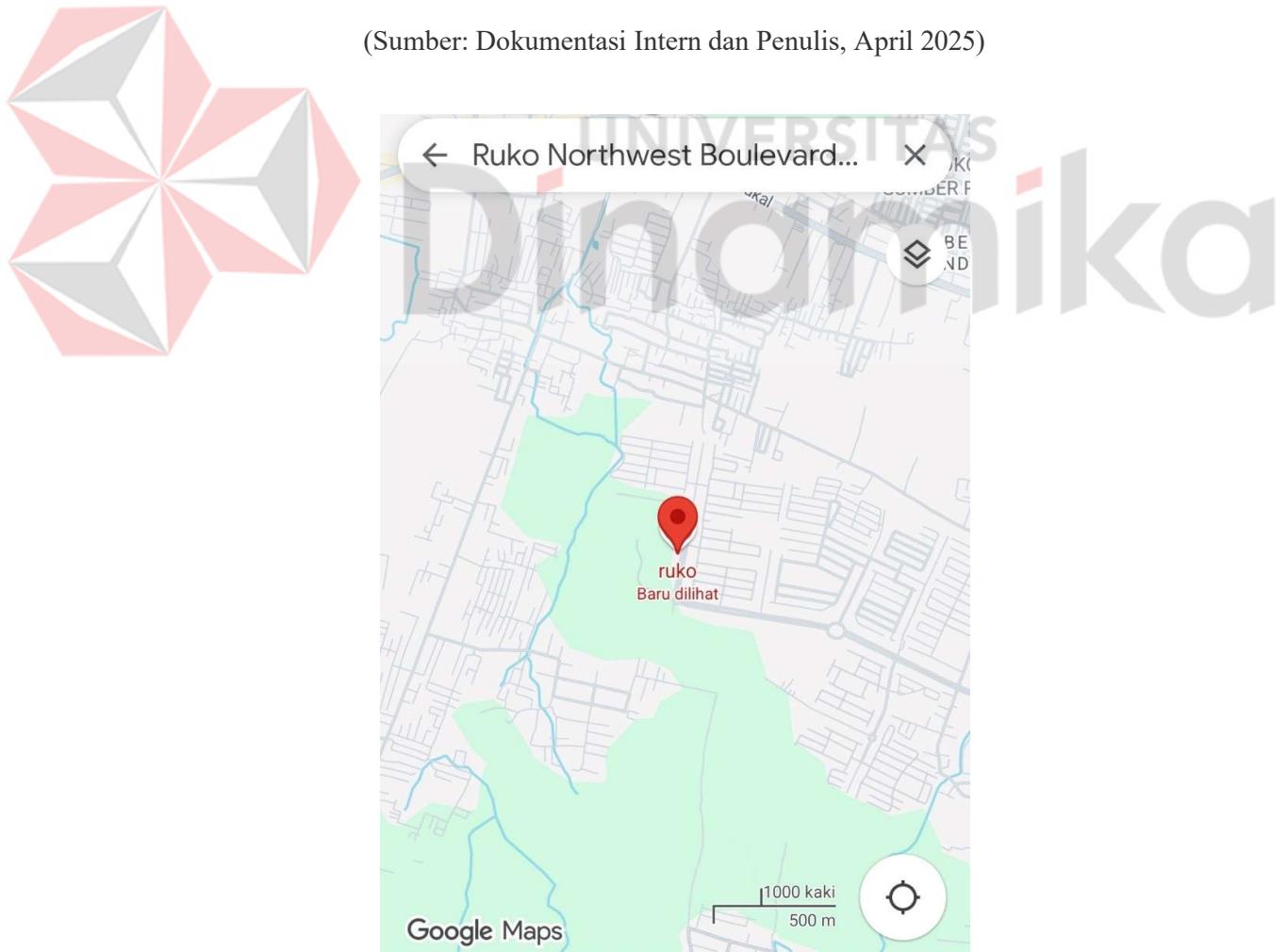
(Sumber: Peneliti)

2.5 Lokasi PT Nuansa Kreasi Konten Indonesia



Gambar 2. 4 Lokasi PT Nuansa Kreasi Konten Indonesia

(Sumber: Dokumentasi Intern dan Penulis, April 2025)



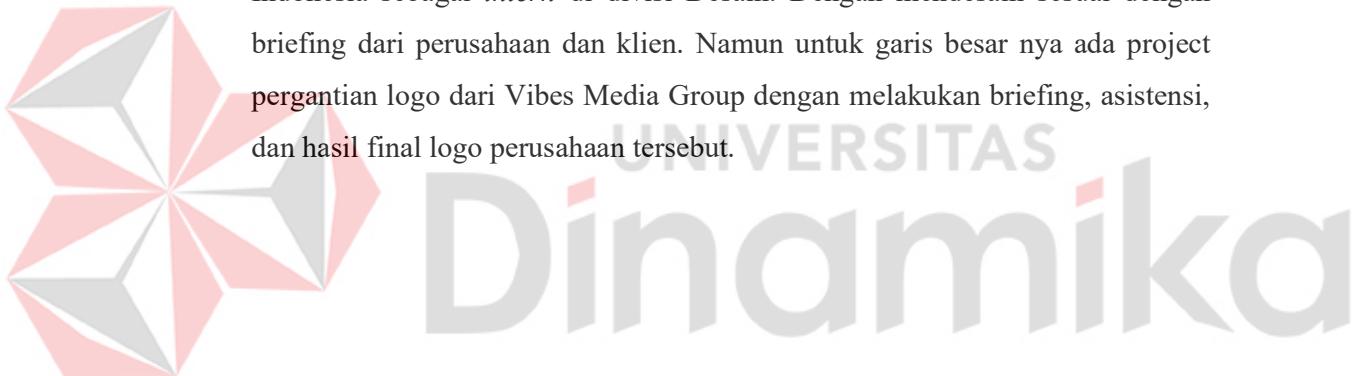
2.6 Struktur Organisasi

PT Nuansa Kreasi Konten Indonesia atau Vibes Media Group mempunyai sistem hire karyawan freelance tergantung dengan briefing job yang diberikan klien dan mempunyai 4 karyawan tetap yaitu :

1. Johan Ekatama – CEO + Founder + Creative Departement (Photographer)
2. Christopher Kevin – CMO + Creative Director (Videografer)
3. Kezia Angelique Riwong – Creative Departement + Social Media Strategist
4. Francesco Erastian Rastana – Creative Departement + Graphic Designer

2.7 Deskripsi Pekerjaan

Penulis menjalankan kerja praktik di PT Nuansa Kreasi Konten Indonesia sebagai *intern* di divisi Desain. Dengan mendesain sesuai dengan briefing dari perusahaan dan klien. Namun untuk garis besar nya ada project pergantian logo dari Vibes Media Group dengan melakukan briefing, asistensi, dan hasil final logo perusahaan tersebut.



BAB III

LANDASAN TEORI

3.1 Desain

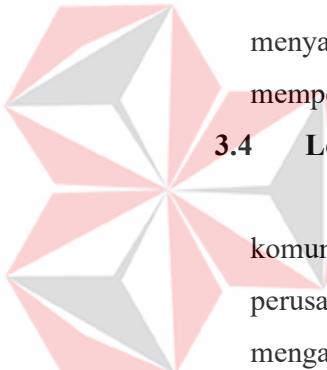
Desain merupakan perancangan karya yang memiliki fungsi dan tujuan yang jelas yaitu sebagai pemecah masalah atau memberi solusi dari suatu masalah yang ada. Desain mempunyai konsep yang berbeda dengan senirupa yakni dari tujuannya yang berbeda dan fungsi yang berbeda. Lingkup dalam dunia desain sangatlah banyak, seperti Desain Produk Industri (*Industrial Design*), Desain Grafis (*Graphic Design*), Desain Interior (*Interior Design*), Desain Multi Media (*Multi Media Design*), Desain Komunikasi Visual (*Visual Communication Design*), dan masih banyak lainnya. Dengan desain, dapat melingkupi segala aspek yang dapat dipecahkan oleh imaji dan kreatif dari manusia (Sachari & Sunarya, 2000).

3.2 Layout

Layout adalah penataan elemen visual dalam segala bentuk desain dan berfungsi untuk terorganisasi elemen-elemen yang ada pada desain. Dalam konteks desain grafis, layout sangatlah penting karena mampu mendukung fungsi dari media sebagai alat komunikasi, oleh sebab itu penataan layout desain sangat penting dan tidak bisa dipisahkan (Kurnianto, 2013).

Menurut Ratnawati, 2020 layout mempunyai beberapa prinsip yang digunakan dalam desain yaitu :

- a. Sequence adalah urutan atau alur pembacaan dari layout yang berkaitan dengan arah gerak mata.
- b. Emphais adalah tekanan atau penonjolan salah satu elemen layout dengan tujuan untuk menarik perhatian audiens. Emphais biasa disebut juga *focal point* atau *center of interest*.
- c. Balance adalah keseimbangan yang simetris dan asimetris yang bertujuan untuk membagi sama berat kanan kiri atau atas/bawah secara setara, dengan hal ini maka layout desain akan mempunyai keseimbangan dan setara.

- 
- d. Unity adalah kesatuan unsur unsur atau elemen elemen yang telah disusun.

Tidak hanya elemen saja namun juga kesatuan fisik dan non fisik yang ada dalam konsep desain tersebut.

3.3 Typografi

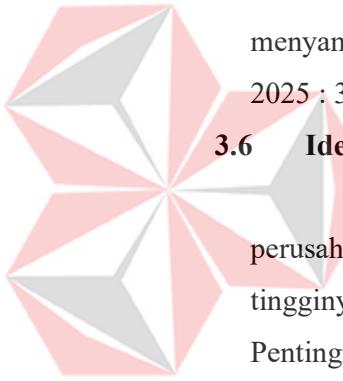
Tipografi mempunyai peran yang penting karena dapat menjadi identitas perusahaan, organisasi perorangan, dan dapat mempengaruhi penciptaan suatu brand (Raflyanto et al., 2023). Dalam dunia desain sangat dibutuh Tipografi dikarenakan dapat menyampaikan informasi yang dibutuhkan atau yang ingin di sampaikan. Tipografi sendiri adalah pengatur huruf atau teks sebagai elemen visual penting yang mempertimbangkan penampilan, kesan visual, aspek daya tarik dan pesan yang ingin disampaikan. Menurut Telkom University 2023, elemen dalam Tipografi terdiri dari huruf teks, huruf judul, serif dan sans serif, font dan typeface. Fungsi dari Tipografi sendiri selain menyampaikan pesan, dapat menciptakan sebuah karakter baru yang dapat memperkuat konsep dan tema yang telah di buat.

3.4 Logo

Logo adalah identitas dari suatu perusahaan, organisasi maupun komunitas yang memiliki tujuan untuk memberikan informasi visual dari suatu perusahaan atau organisasi tersebut. Logo juga memberikan tanda visual yang mengandung makna filosofis dan efektif dalam menyampaikan pesan dan tujuan melalui visual yang baik (Liana Hutapea et al., 2025 : 60). Dengan adanya logo, akan memudahkan perusahaan untuk menempatkan posisi sesuai bidangnya.

Menurut Creativism, logo terbagi menjadi 6 macam yaitu :

- 1. Monogram (Lettermarks) adalah jenis logo yang terdiri dari beberapa huruf saja yang menggambarkan inisial perusahaan.
- 2. Pictorial adalah jenis logo berupa ikon, gambar, atau simbol yang simpel tetapi masih mempunyai makna atau arti.
- 3. Emblem adalah jenis logo yang mempunyai tulisan didalam simbol / ikonnya dan mempunyai makna yang lebih dalam dan kompleks.
- 4. Logotype adalah pelambangan nama perusahaan secara langsung tanpa adanya simbol ataupun ikon.

- 
5. Logo Abstrak adalah jenis logo yang tidak merepresentasikan objek apapun yang ada di dunia ini yang artinya bersifat abstrak atau tidak tentu.
 6. Maskot adalah jenis logo yang berbentuk atau bergambar manusia atau makhluk hidup dan benda yang ada di dunia dan memiliki bentuk seperti manusia.

3.5 Simplification Logo

Simplification adalah kesederhanaan baik secara visual, dan simplification logo adalah menyederhanakan bentuk visual logo menjadi lebih mudah di ingat dan mampu tertanam di benak klien atau audiens. Dengan melakukan eleminasi elemen yang dirasa tidak penting, menggunakan tipografi yang dapat terbaca, menciptakan cirikhas yang berkesan, dan membatasi warna palet yang digunakan. Perancangan logo wajib memperhatikan fungsi dalam keterbacaan logo tersebut dan dapat menjadi medium dari atau media dalam menyampaikan informasi suatu perusahaan dan lain lain (Liana Hutapea et al., 2025 : 353).

3.6 Identitas Perusahaan

Identitas suatu perusahaan sangat penting karena dapat membuat perusahaan menjadi terlihat lebih profesional, meningkatkan loyal konsumen, tingginya kepercayaan, media promosi, menjaga stabilitas suatu perusahaan. Pentingnya sumber daya manusia sebagai anggota suatu perusahaan untuk melakukan pengembangan identitas dan menjaga sustainabilitas dari perusahaan hal 236. Identitas suatu perusahaan juga dapat menjadi data untuk melakukan rebranding karena dengan begitu, identitas suatu perusahaan tersebut tidak akan berubah – ubah.

3.7 Instagram

Instagram diambil dari kata “Insta” yang berarti instan sedangkan “gram” berasal dari telegram atau penyampai informasi secara cepat. Instagram merupakan media sosial yang paling tepat dan cepat dalam mendapatkan target audiens suatu perusahaan (Wifalin, 2016 : 2). Banyak para pengguna media sosial saat ini yang menggunakan Instagram untuk mengirim pesan, melihat video dan melakukan promosi. Didalam Instagram, dapat berbagi foto video dari

segala kegiatan pemilik akun, dan juga dapat dijadikan media promosi suatu perusahaan atau organisasi.

3.8 Media Sosial

Media sosial adalah media yang memiliki akses cepat dan global dan dapat menyampaikan secara informasi yang ada (Kartini et al., 2020 : 136). Media sosial dapat mengikuti perkembangan zaman karena dari setiap inovasinya yang semakin cepat dan instan dalam mendapatkan informasi. Media sosial juga diciptakan untuk berkomunikasi satu sama lain dan dapat mempromosikan suatu perusahaan tertentu.



BAB IV

DESKRIPSI PEKERJAAN

4.1 Penjelasan Pekerjaan

Penulis menjalani kerja praktik sebagai *intern* di PT Nuansa Kreasi Konten Indonesia, khususnya pada divisi Desain. Sebagai Desainer Grafis, penulis bertanggung jawab mengelola berbagai elemen visual, termasuk media sosial Instagram @Vibesmediagroup. Tugasnya dengan mendesainkan logo baru untuk PT Nuansa Kreasi Konten Indonesia, mendesain feed story hari raya besar 2025, desain frame *Instagram*, mendesain projek klien, *brainstorming*. Seluruh kegiatan ini dilakukan dengan pemantauan dari mentor dan HRD, dan diselesaikan sesuai dengan briefing dan persetujuan.

4.2 Posisi Dalam Pekerjaan

Penulis menjalankan kerja praktik di PT Nuansa Kreasi Konten Indonesia sebagai *intern* di divisi Desain. Tanggung jawab utama penulis dalam posisi ini adalah membuat redesain logo perusahaan, konten postingan feed dan desain grafis lainnya yang menarik.

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. Desain Logo PT Nuansa Kreasi Konten Indonesia
2. Desain frame dan filter instagram dari PT Nuansa Kreasi Konten Indonesia
3. Desain nama klien untuk aset tambahan pada video ulang tahun
4. Penambahan pada frame instagram berbentuk frame lingkaran PT Nuansa Kreasi Konten Indonesia
5. Desain feed story hari besar di tahun 2025
6. Desain feed postingan dari klien Coolagen.id

4.3.1 Desain Logo PT Nuansa Kreasi Konten Indonesia

No	Aspek	Briefing
1.	Simbol	Huruf V dan titik berwarna merah
2.	Warna	Putih, Merah dan Hitam
3.	Dimensi	1 : 1 (850 x 850 px)
4.	Script	Meredesain logo perusahaan yang lama menjadi lebih simpel dan mudah di ingat dan dapat diaplikasikan dimedia apapun baik foto dan video

Tabel 4. 1 Briefing Desain Logo PT Nuansa Kreasi Konten Indonesia

4.3.2 Desain frame dan filter instagram dari PT Nuansa Kreasi Konten Indonesia

No	Aspek	Briefing
1.	Warna	Kuning, putih dan tosca
2.	Dimensi	Potrait (1080 x 1920 px)
3.	Logo	Tergantung layouting dan tidak semua frame diberikan logo

Tabel 4. 2 Briefing dari Perusahaan

4.3.3 Desain Nama Klien Untuk Aset Tambahan Pada Video Ulang Tahun

No	Aspek	Briefing
1.	Tipografi	Coestral Personal Use dan Kunstler Script
2.	Warna	Pink, biru, rosegold, dan silver
3.	Dimensi	Landscape (1920 x 1080 px)
4.	<i>Script</i>	Membuat nama klien yang berulang tahun dan dapat diaplikasikan di video
5.	<i>Editing</i>	Warna metalik dan shine

Tabel 4. 3 Briefing dari Perusahaan

4.3.4 Penambahan Pada Frame Instagram Berbentuk Frame Lingkaran PT Nuansa Kreasi Konten Indonesia

No	Aspek	Briefing
1.	Tipografi	Akira Expanded Super Bold
2.	Warna	Putih, Merah dan Hitam
3.	Dimensi	Potrait (1080 x 1920 px)
4.	Logo	Tulisan Vibes Media Group melingkari frame

Tabel 4. 4 Briefing Frame Lingkaran Instagram PT Nuansa Kreasi Konten Indonesia

4.3.5 Desain Feed Story Hari Besar di Tahun 2025

No	Aspek	Briefing
1.	Tipografi	Coestral Personal Use dan Kunstler Script
2.	Warna	Pink, biru, rosegold, dan silver
3.	Dimensi	Landscape (1920 x 1080 px)
4.	Script	Membuat nama klien yang berulang tahun dan dapat diaplikasikan di video
5.	Editing	Warna metalik

Tabel 4. 5 Briefing Desain Feed Story Hari Besar di Tahun 2025

4.3.6 Desain Feed Postingan Dari Klien Coolagen.id

No	Aspek	Briefing
1.	Tipografi	Tergantung layouting dan konsep desain feed
2.	Warna	Pink, Kuning muda, Biru muda
3.	Dimensi	4 : 5 (1080 x 1350 px)
4.	Logo	Kanan atas, Kiri atas, dan Tengah atas

Tabel 4. 6 Briefing Desain Feed Postingan Dari Klien Coolagen.id

4.4 Software yang Digunakan

Penulis menggunakan beberapa *Software* untuk proses penggerjaan materi visual. Pembuatan serta penataan logo, frame, dan aset dengan menggunakan *Adobe Illustrator*. Penyesuaian warna aset foto yang akan dijadikan feed *Instagram* dengan menggunakan *Adobe Photoshop*.

4.5 Proses Desain Logo PT Nuansa Kreasi Konten Indonesia

4.5.1 Briefing Tentang Referensi Logo

Sebelum membuat logo baru dari Vibes Media Group, dilakukan briefing referensi logo baru dari Vibes Media Group. Dengan mereferensi dari instgram perusahaan lain. Dengan hal ini, penulis dapat memikirkan ide ntuk logo baru dari perusahaan.



Gambar 4. 1 Referensi Desain Logo

(Sumber : Berkas Penulis, 2025)

4.5.2 Sketsa Logo

Selanjutnya melakukan sketsa terlebih dahulu dalam bentuk manual yang kemudian akan di asistensikan ke perusahaan. Dengan menggunakan manual akan memudahkan untuk revisi nantinya.



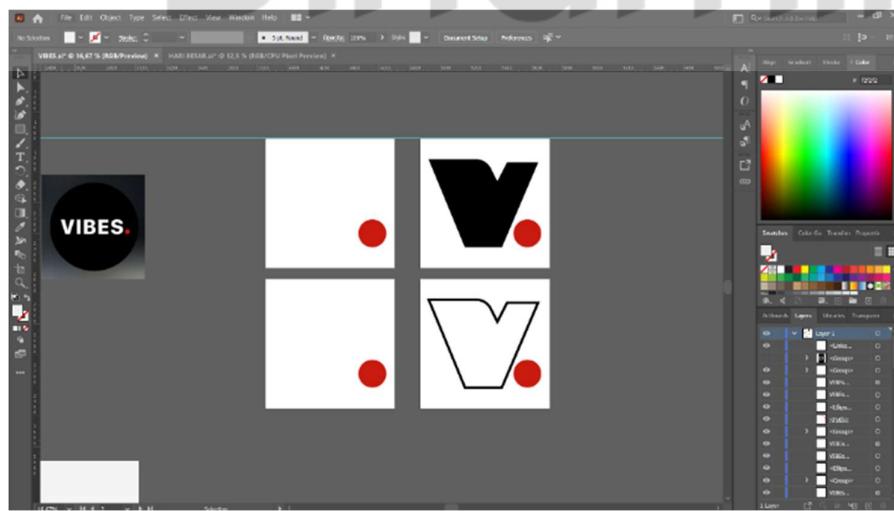
Gambar 4. 2 Sketsa Logo

(Sumber : Berkas Penulis, 2025)



4.5.3 Pembuatan Digital Logo yang Terpilih

Sebelum memfinalkan logo baru dari Vibes Media Group, dilakukan digital di *Adobe Illustrator* untuk menghasilkan logo yang rapi dan presisi terlebih dahulu dan melakukan asistensi kembali dengan perusahaan untuk memastikan sudah fix.



Gambar 4. 3 Desain Logo PT Nuansa Kreasi Konten Indonesia

(Sumber : Berkas Penulis, 2025)

4.6 Proses Desain Desain Frame dan Filter Instagram dari PT Nuansa Kreasi Konten Indonesia

4.6.1 Mencari Inspirasi dan Referensi

Membuat frame story Instagram yang dapat digunakan untuk memposting story yang proyek yang sedang dikerjakan oleh Vibes Media Group. Dengan mencari inspirasi dari *Pinterest* dan perusahaan juga menyarankan inspirasi sehingga mendapatkan beberapa ide yang dapat diaplikasikan pada konsep frame instagram.

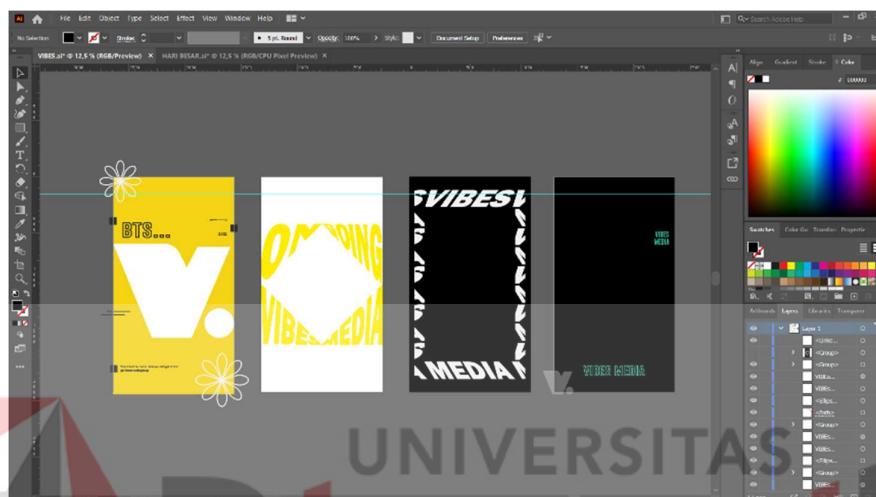


Gambar 4. 4 Referensi dari Perusahaan Untuk Frame Instagram

(Sumber : Berkas Penulis, 2025)

4.6.2 Pembuatan Digital Frame

Inspirasi atau referensi yang di nilai cocok dan sesuai untuk perusahaan Vibes Media Group akan di digitalkan dengan menggunakan *Adobe Illustrator* untuk menghasilkan frame yang presisi dan penggunaan warna yang digunakan terkesan menarik.



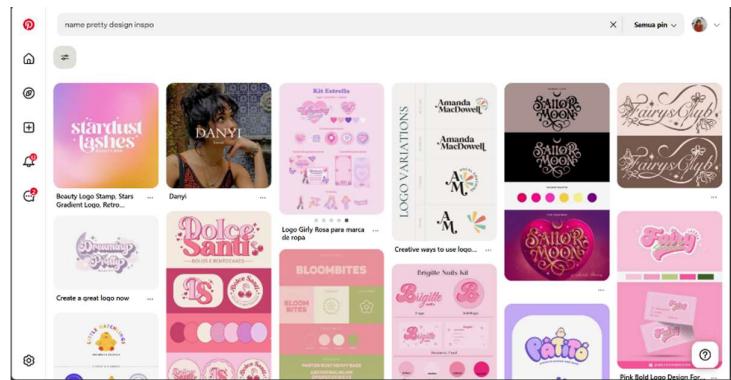
Gambar 4. 5 Desain Final Frame Instagram Vibes Media Group

(Sumber : Berkas Penulis, 2025)

4.7 Desain Nama Klien Untuk Aset Tambahan Pada Video Ulang Tahun

4.7.1 Mencari Referensi Untuk Typografi Sesuai Konsep Video

Membuat typografi nama Klien yang akan digunakan dalam video perayaan ulang tahun klien Sebelum melakukan digital dan pewarnaan, penulis mencari referensi font dan konsep terlebih dahulu di *Pinterest* dan mencocokan dengan konsep video yang bertema dream fairy.



Gambar 4. 6 Referensi Untuk Font dan Warna Nama Klien

(Sumber : Berkas Penulis, 2025)

4.7.2 Mendigitalkan Nama Klien dan Pewarnaan

Kemudian ide di digitalkan di *Adobe Photoshop* untuk menghasilkan efek warna metalik dan shine sesuai dengan konsep video yang memiliki konsep dream dan fairy. Kemudian warna yang digunakan yaitu pink metalik, silver, biru metalik, dan rose gold. Yang kemudian akan diletakan pada video ulang tahun klien.



Gambar 4. 7 Pengeraaan dan Hasil Digital

(Sumber : Berkas Penulis, 2025)



Gambar 4. 8 Beberapa Font dan Warna yang Digunakan

(Sumber : Berkas Penulis, 2025)

4.8 Penambahan Pada Frame Instagram Berbentuk Frame Lingkaran PT Nuansa Kreasi Konten Indonesia

4.8.1 Mencari Referensi Frame Lingkaran

Membuat frame story Instagram berbentuk lingkaran yang juga dapat digunakan untuk memposting story untuk Vibes Media Group. Dengan mencari referensi frame berbentuk lingkaran dan briefing dari perusahaan untuk menambahkan frame story instagram kembali. Dengan mereferensi dari perusahaan lain sehingga penulis mendapatkan ide untuk pembuatan frame story instagram selanjutnya.

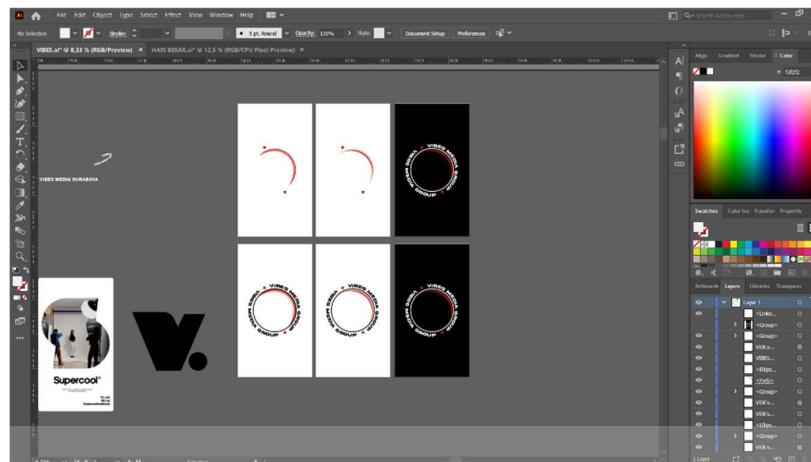


Gambar 4. 9 Referensi dari Perusahaan Untuk Frame Story Instagram

(Sumber : Berkas Penulis, 2025)

4.8.2 Mendigitalkan Desain Frame Story Instagram

Hasil final di digitalkan di *Adobe Illustrator* untuk menghasilkan frame yang presisi yang kemudian di asistensikan ke Vibes Media Group dan dapat digunakan di instagram.



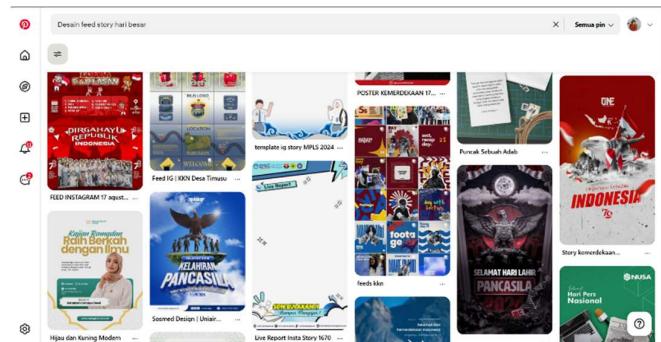
Gambar 4. 10 Desain Frame Instagram Vibes Media Group

(Sumber : Berkas Penulis, 2025)

4.9 Desain Feed Story Hari Besar di Tahun 2025

4.9.1 Briefing dan Referensi dari Perusahaan

Membuat desain hari besar di tahun 2025 dari isra miraj, imlek, sampai natal 2025. Dengan adanya briefing dari perusahaan Vibes Media Group dan referensi dari perusahaan dan *Pinterest*, penulis mulai mendesain dan melayout hasil ide yang dibuat.



Gambar 4. 11 Referensi dari Pinterest Untuk Feed Story Hari Besar

(Sumber : Berkas Penulis, 2025)

4.9.2 Hasil Final Desain Story Hari Besar 2025

Komponen komponen atau elemen yang akan digunakan untuk feed di tata atau di layout di *Adobe Illustrator* untuk menghasilkan desain yang menarik dan rapi serta sesuai dengan ukuran story feed instagram Vibes Media Group.



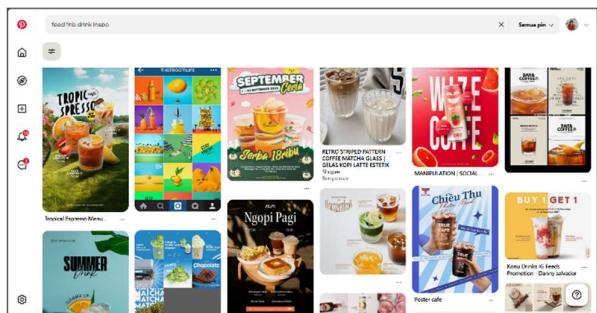
Gambar 4. 12 Desain Feed Hari Raya Besar 2025

(Sumber : Berkas Penulis, 2025)

4.10 Desain Feed Postingan dari Klien Coolagen.id

4.10.1 Briefing dari Klien dan Referensi

Membuat desain feed postingan untuk klien, Coolage.id yang bergerak di bidang fnb. Dengan memberikan briefing dan mencari referensi melalui *Pinterest* mampu menghasilkan ide layouting, konsep, warna, dan lain lain.

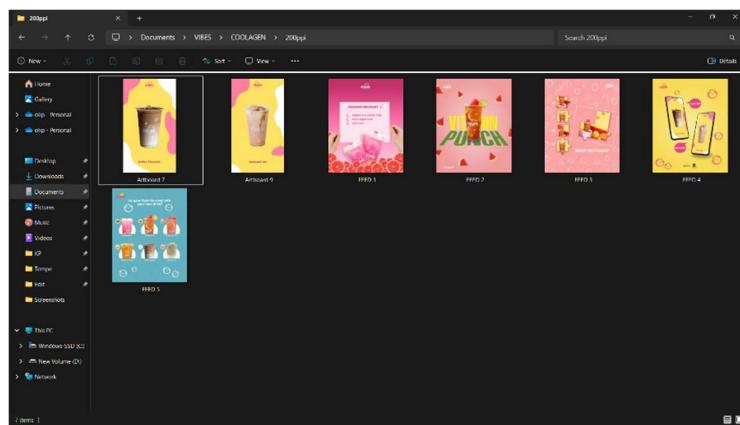


Gambar 4. 13 Referensi Feed FnB Drink

(Sumber : Berkas Penulis, 2025)

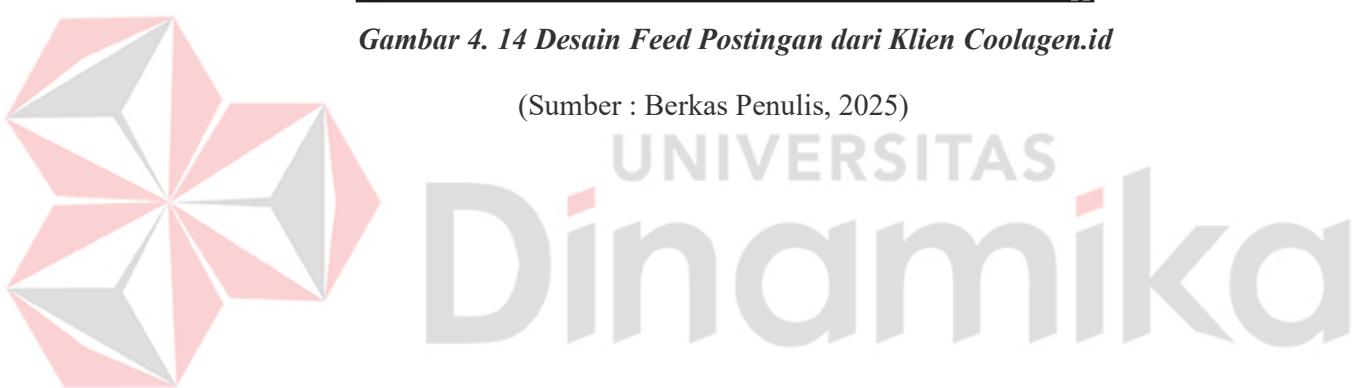
4.10.2 Briefing dari Klien dan Referensi

Desain di tata di *Adobe Illustrator* untuk menghasilkan kualitas gambar yang baik dan sesuai dengan Coolagen.id dan menghasilkan warna yang menarik.



Gambar 4. 14 Desain Feed Postingan dari Klien Coolagen.id

(Sumber : Berkas Penulis, 2025)



BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Selama 4 bulan melaksanakan Kerja Praktik di PT Nuansa Kreasi Konten Indonesia, penulis mendapatkan banyak pengalaman, relasi, dan wawasan yang cukup luas. Pengalaman ini menunjukkan bahwa pembuatan logo mampu membawa efek yang sangat besar bagi identitas suatu perusahaan dan mampu memahami klien dalam mengerjakan projek klien. Selain itu, komunikasi yang baik, disiplin, inisiatif, kerjasama, dan relasi yang efektif dengan partner sangat dibutuhkan dalam pengerjaan tersebut.

5.2 Saran

Beberapa saran yang dapat penulis berikan dari hasil kerja praktik di di PT Nuansa Kreasi Konten Indonesia adalah sebagai berikut:

5.1.1 Bagi Perusahaan

1. Diharapkan ada kerja sama antara perusahaan dengan Universitas Dinamika Surabaya
2. Mengembangkan lebih banyak wawasan dan melek tentang dunia sosial, teknologi, dan komunikasi dalam bidang promosi, khususnya media sosial dan target pelanggan
3. Senantiasa mengembangkan ide dan inovasi dalam bidang Promosi

5.1.2 Bagi Mahasiswa

1. Menjaga nama baik Universitas Dinamika Surabaya
2. Menjaga sifat disiplin, inisiatif dan kerja sama dengan partner
3. Melaksanakan tugas dan arahan dengan baik
4. Mengikuti peraturan perusahaan dengan baik

DAFTAR PUSTAKA

Kartini, Harahap, I. A., Arwana, N. Y., & Rambe, S. W. T. B. (2020). Teori dalam Penelitian Media. *Jurnal Edukasi Nonformal*, 3(2), 136–140.

Kurnianto, A. (2013). Analisis Layout Surat Kabar berdasarkan Prinsip-Prinsip Desain melalui Metode Estetika Birkhoff. *Humaniora*, 4(2), 986.
<https://doi.org/10.21512/humaniora.v4i2.3540>

Liana Hutapea, Siti Auliza Fatma Nasution, Muhammad Fikri Alif Ghani, Nursiah Nursiah, Hanif Maulana Pratama, Riki Novianto, Amanda Yasmintia, & Mauly Efendi. (2025). Analisis Semiotika Logo UIN Sumatera Utara: Pendekatan Tanda dan Makna Menurut Teori Charles Sanders Peirce. *Filosofi : Publikasi Ilmu Komunikasi, Desain, Seni Budaya*, 2(2), 60–70.
<https://doi.org/10.62383/filosofi.v2i2.602>

Raflyanto, M., Qeis, M. I., & Anto, P. (2023). Kajian tipografi pada logo UMKM Daddy's Takoyaki. *Jurnal Kreasi Seni Dan Budaya*, 01(01).
https://www.academia.edu/download/107003459/Artikel_Ilmiah_Mohammand_Raflyanto_201946500602.pdf

Sachari, A., & Sunarya, Y. Y. (2000). Pengantar Tinjauan Desain. *ResearchGate*, July 2000, 159–190.

Wifalin, M. (2016). Efektivitas Instagram Common Grounds. *Jurnal E-Komunikasi*, 4(2), 1–9. <https://publication.petra.ac.id/index.php/ilmu-komunikasi/article/view/4853/4462>

[SKRIPSI MARTNA RATNAWATI.pdf](#)

[Tipografi: Pengertian, Elemen, Fungsi, Klasifikasi dan Tips Penggunaan - Telkom University](#)

[Logo: Pengertian Hingga Manfaat Logo – Gramedia Literasi](#)

[6 Macam-Macam Logo yang Harus Anda Ketahui! - Creativism](#)