



## **MEMBUAT DESAIN PRODUK TAS OLAHRAGA DAN COMPANY PROFILE**

### **LAPORAN KERJA PRAKTIK**



UNIVERSITAS  
**Dinamika**

Oleh:

**Tito Nanda Ramadhan**

**24420100055**

---

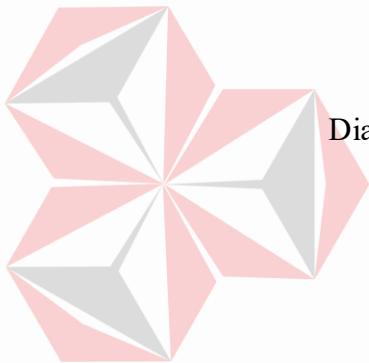
---

**FAKULTAS DESAIN DAN INDUSTRI KREATIF  
UNIVERSITAS DINAMIKA**

**2025**

# **MEMBUAT DESAIN PRODUK TAS OLAHRAGA DAN COMPANY PROFILE**

## **LAPORAN KERJA PRAKTIK**



Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan

Mata Kuliah Kerja Praktik

**Disusun Oleh :**

Nama : Tito Nanda Ramadhan

NIM : 24420100055

Program : S1 (Strata Satu)

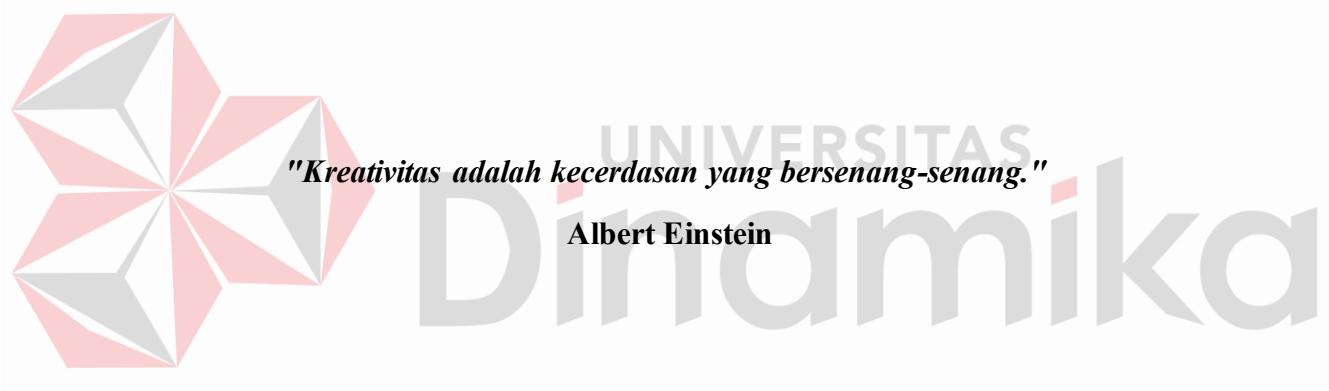
Jurusan : Desain Komunikasi Visual

**FAKULTAS DESAIN DAN INDUSTRI KREATIF**

**UNIVERSITAS DINAMIKA**

**2024**

## LEMBAR MOTTO



## **LEMBAR PERSEMPAHAN**



Untuk kamu yang dulu selalu ingin kuliah setinggi cakrawala biru  
Keinginan itu akan diwujudkan oleh salinan darahmu  
Semoga kau diperlihatkan hal baik di puncak semesta itu

UNIVERSITAS  
**Dinamika**

**LEMBAR PENGESAHAN**  
**MEMBUAT DESAIN PRODUK TAS OLAHRAGA**  
**DAN COMPANY PROFILE**

Laporan disusun oleh :

**Tito Nanda Ramadhan**

24420100055

Telah diperiksa, diuji, dan disetujui

**Surabaya, 14 Juli 2025**



**Mengetahui, Ketua Program Studi**  
**S1 Desain Komunikasi Visual**



Dhika Yuan Yurisma, M.Ds.  
NIDN. 0720028701

## **PERSETUJUAN PUBLIKASI DAN KEASLIAN KARYA ILMIAH**

**Sebagai mahasiswa Universitas Dinamika, Saya :**

**Nama : Tito Nanda Ramadhan  
NIM : 24420100055  
Program Studi : S1 Desain Komunikasi Visual  
Fakultas : Fakultas Desain dan Industri Kreatif  
Jenis Karya : Laporan Kerja Praktik  
Judul Karya : MEMBUAT DESAIN PRODUK TAS OLAHRAGA DAN COMPANY PROFILE**

**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 karya ilmiah saya yang berjudul membuat desain produk tas olahraga dan company profile Pada CV JRY JOURNEY, beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini **Universitas Dinamika** berhak menyimpan, mengalihmediaikan/mengalihformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan laporan kerja praktik saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta.
2. Saya menjamin bahwa saya adalah penulis/pencipta tunggal dari karya tersebut, dan karya tersebut tidak termasuk plagiat serta bebas dari unsur plagiarisme.
3. Apabila di kemudian hari ditemukan plagiarisme dalam karya saya, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai ketentuan yang berlaku di Universitas Dinamika dan/atau sanksi hukum yang berlaku di wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Surabaya, 14 Juli 2025  
Yang menyatakan,



**Tito Nanda Ramadhan  
NIM. 24420100055**

## ABSTRAK

Laporan Kerja Praktik ini membahas secara komprehensif mengenai proses perancangan desain produk tas olahraga dan pembuatan media company profile pada CV JRY JOURNEY, sebuah perusahaan yang bergerak di bidang produksi tas custom berkualitas tinggi. Perusahaan ini menitikberatkan pada nilai personalisasi dan keunikan dalam setiap desain yang ditawarkan, sehingga mampu memenuhi kebutuhan konsumen baik dari segi fungsi maupun estetika. Dengan pengalaman lebih dari satu dekade di industri fashion dan aksesoris, JRY JOURNEY telah memiliki identitas visual yang kuat dan menjadi pilihan utama bagi pelanggan yang menginginkan produk dengan sentuhan personal. Selama kegiatan kerja praktik, penulis mendapatkan kesempatan untuk terlibat secara langsung dalam proses pembuatan desain visual tas olahraga berbahan canvas yang sesuai dengan karakteristik dan citra perusahaan. Selain itu, penulis juga turut merancang company profile sebagai media komunikasi dan promosi, yang bertujuan untuk memperkuat branding serta meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan. Dalam pelaksanaannya, media digital khususnya Instagram menjadi platform utama yang digunakan sebagai media promosi. Optimalisasi berbagai fitur seperti feeds, stories, reels, hingga live streaming menjadi bagian penting dalam membangun hubungan dengan audiens serta menyampaikan pesan visual secara efektif. Penulis juga menerapkan prinsip-prinsip dasar desain komunikasi visual, seperti warna, tipografi, tata letak (layout), dan ilustrasi, dalam setiap materi promosi yang dirancang agar mencerminkan identitas perusahaan secara konsisten. Melalui kerja praktik ini, penulis memperoleh pengalaman berharga dalam memahami dinamika kerja di industri kreatif, meningkatkan kemampuan teknis dalam desain, serta menyadari pentingnya integrasi antara estetika visual dan strategi pemasaran dalam membangun citra sebuah brand.

**Kata Kunci :** Tas Custom, Branding, Media Digital, CV JRY JOURNEY

## KATA PENGANTAR

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

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

- 
1. Bapak Prof. Dr. Budi Jatmiko, M.Pd. selaku Rektor Universitas Dinamika.
  2. Bapak Karsam, MA., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Desain dan Industri Kreatif Universitas Dinamika.
  3. Bapak Dhika Yuan Yurisma, M.Ds., ACA. Selaku Ketua Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual Universitas Dinamika.
  4. Yenny Yunita selaku Manager

Surabaya, 14 Juli 2025

Tito Nanda Ramadhan

## DAFTAR ISI

COVER .....	i
LEMBAR MOTTO .....	ii
LEMBAR PERSEMPAHAN.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iv
LEMBAR PERNYATAAN .....	v
ABSTRAK .....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I .....	1
PENDAHULUAN.....	1
I.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	1
1.3 Batasan Masalah .....	2
1.4 Tujuan.....	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 .....	4
A. Detail Instansi.....	4
B. Periode KP.....	4
1.7 Sistematika Penulisan .....	4
BAB II: GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN .....	4
BAB III: LANDASAN TEORI .....	4
BAB IV: DESKRIPSI PEKERJAAN.....	5
BAB V: PENUTUP .....	5
DAFTAR PUSTAKA .....	5



BAB II.....	6
GAMBARAN UMUM INSTANSI .....	6
2.1 Sejarah Instansi.....	6
2.2 Profil Instansi.....	7
2.3 Visi dan Misi .....	7
2.3.1 Visi .....	7
2.3.2 Misi .....	7
2.4 Logo Instansi .....	8
2.5 Lokasi Kantor CV JRY JOURNEY .....	8
2.6 Struktur Organisasi .....	9
2.7 Pokok Bahasan dan Jabatan.....	9
BAB III.....	11
LANDASAN TEORI .....	11
3.1 Media Digital dan Promosi.....	11
3.2 Instagram.....	11
3.3 Warna .....	12
3.4 Tipografi .....	12
3.5 Layout (Tata Letak).....	13
3.6 Marketing .....	13
BAB IV .....	14
DESKRIPSI PEKERJAAN.....	14
4.1 Ruang Lingkup Pekerjaan .....	14
4.2 Deskripsi Tugas dan Tanggung Jawab .....	14
4.3 Aktivitas Harian.....	15
4.4 Proses Produksi dan Promosi .....	15
4.5 Hasil dan Evaluasi .....	17
BAB V.....	18
PENUTUP.....	18
5.1 Kesimpulan .....	18

5.2 Saran .....	18
DAFTAR PUSTAKA .....	20



UNIVERSITAS  
**Dinamika**

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1 Logo CV JRY JOURNEY .....	8
Gambar 2.2 Peta Lokasi CV JRY JOURNEY Surabaya .....	8
Gambar 2.3 Tempat CV JRY JOURNEY Surabaya .....	9
Gambar 3.1 Teori Warna .....	12
Gambar 4.1 Produksi dan Promosi .....	16
Gambar 4.2 Produksi dan Promosi .....	17



## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **I.1 Latar Belakang**

Mahasiswa sebagai generasi penerus bangsa memiliki peran penting dalam mendorong kemajuan dan pembangunan nasional. Untuk membentuk generasi yang kompeten dan profesional, diperlukan proses pembelajaran yang tidak hanya berfokus pada teori, tetapi juga pada praktik langsung di dunia kerja. Program Studi Desain Komunikasi Visual (DKV) memfasilitasi hal ini melalui mata kuliah Kerja Praktik (KP), yang bertujuan melatih mahasiswa dalam menerapkan ilmu desain ke dalam konteks industri nyata.

Kerja Praktik menjadi jembatan antara dunia akademik dan dunia profesional, membantu mahasiswa mengenal dinamika kerja di industri kreatif serta mengasah keterampilan teknis dan konseptual. Dalam pelaksanaannya, penulis memilih JRY JOURNEY sebuah rumah produksi berbentuk CV yang bergerak di bidang produksi konten kreatif dan pengembangan media visual sebagai tempat untuk melaksanakan praktik. Kegiatan utama yang dilakukan adalah merancang desain visual untuk produk tas olahraga berbahan canvas dan menyusun media company profile sebagai alat komunikasi dan promosi perusahaan. Peran desain visual dan media promosi sangat penting dalam membentuk identitas dan citra suatu merek, terutama dalam era visual yang kompetitif saat ini. Oleh karena itu, pengalaman yang diperoleh selama Kerja Praktik di JRY JOURNEY menjadi momen penting bagi penulis untuk mengintegrasikan pengetahuan akademik dengan praktik profesional di bidang Desain Komunikasi Visual.

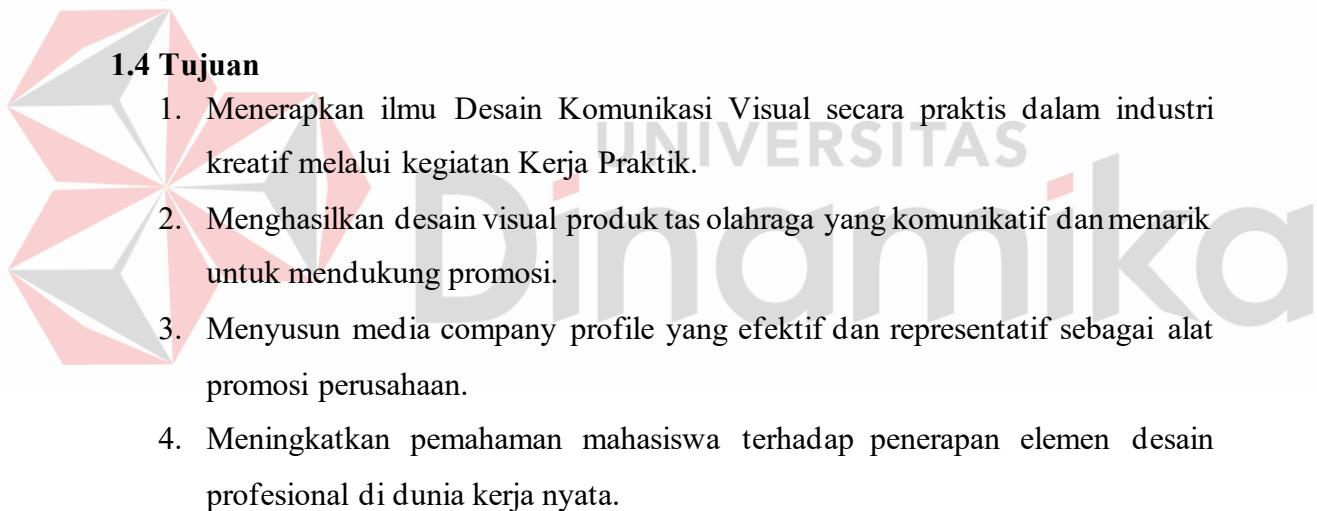
#### **1.2 Rumusan Masalah**

1. Bagaimana proses pembuatan desain visual produk tas olahraga berbahan canvas yang sesuai dengan kebutuhan promosi perusahaan?
2. Bagaimana merancang media company profile yang efektif sebagai alat komunikasi dan promosi bagi JRY JOURNEY?

3. Bagaimana implementasi elemen desain komunikasi visual dalam dunia industri kreatif secara profesional?

### **1.3 Batasan Masalah**

1. Kerja Praktik dilakukan di JRY JOURNEY, sebuah rumah produksi yang bergerak di bidang konten kreatif dan media visual.
2. Kegiatan difokuskan pada dua aspek utama, yaitu pembuatan desain visual produk tas olahraga berbahan canvas dan penyusunan media company profile.
3. Analisis dan pembahasan hanya difokuskan pada implementasi desain komunikasi visual dalam konteks promosi dan identitas perusahaan selama masa praktik.



### **1.4 Tujuan**

1. Menerapkan ilmu Desain Komunikasi Visual secara praktis dalam industri kreatif melalui kegiatan Kerja Praktik.
2. Menghasilkan desain visual produk tas olahraga yang komunikatif dan menarik untuk mendukung promosi.
3. Menyusun media company profile yang efektif dan representatif sebagai alat promosi perusahaan.
4. Meningkatkan pemahaman mahasiswa terhadap penerapan elemen desain profesional di dunia kerja nyata.

### **1.5 Manfaat**

#### **1.5.1 Bagi Mahasiswa**

- a. Dapat memahami berbagai sistem kerja dan budaya yang ada di berbagai instansi/perusahaan.
- b. Dapat menerapkan sekaligus mengembangkan ilmu yang dipelajari selama perkuliahan dengan kerja lapangan.
- c. Memperoleh pengalaman secara nyata di sebuah instansi/perusahaan.

- d. Menambah wawasan dan pengetahuan untuk mempersiapkan diri baik secara teoritis maupun secara praktis.
- e. Mempermudah mahasiswa dalam mencari sebuah pekerjaan setelah melakukan perkuliahan.

### **1.5.2 Bagi Instansi/Perusahaan**

- a. Mempererat hubungan antara industri dan perguruan tinggi.
- b. Membantu industri dalam menyelesaikan permasalahan sehari-hari selama Kerja Praktik dilakukan.
- c. Instansi/perusahaan mendapat bantuan tenaga dari mahasiswa- mahasiswa yang melakukan Kerja Praktik.
- d. Memudahkan instansi/perusahaan dalam mencari tenaga kerja di bidang Desain Komunikasi Visual.
- e. Hasil analisa dan penelitian yang dilakukan selama Kerja Praktik dapat menjadi bahan masukan bagi pihak industri untuk menentukan kebijakan instansi/perusahaan di masa yang akan datang khususnya di bidang Desain Komunikasi Visual.



**UNIVERSITAS  
Dian Nuswantoro**

### **1.5.3 Bagi Akademik**

- a. Perguruan tinggi memperoleh masukan dan cara untuk meningkatkan kualitas lulusannya melalui pengalaman Kerja Praktik.
- b. Menjalin dan mempererat hubungan perusahaan dengan pihak perguruan tinggi.
- c. Kerja Praktik dapat dijadikan sebagai alat promosi keberadaan Akademik di tengah-tengah dunia kerja.
- d. Mempermudah perusahaan untuk mencari tenaga kerja di bidang Desain Komunikasi Visual.
- e. Memperbarui keilmuan khususnya di bidang Desain Komunikasi Visual yang diperoleh selama kerja praktik.

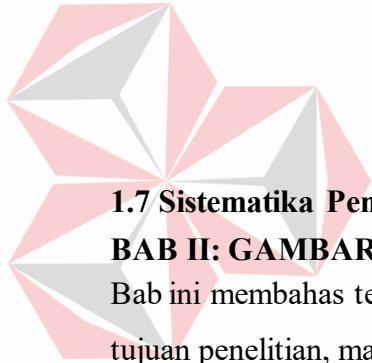
## **1.6 Pelaksanaan**

### **A. Detail Instansi**

Tempat : **JRY JOURNEY**  
Alamat : Jl. Rungkut Asri Timur VI, Rungkut Kidul, Kec. Rungkut, Surabaya, Jawa Timur 60293  
Contact Person : Ibu Yenny Yunita | Manager | 081395951975  
Email : [jryjourney@gmail.com](mailto:jryjourney@gmail.com)  
Website : -

### **B. Periode KP**

Tanggal : 20 April s.d 21 Maret 2025  
Hari Kerja : Senin s.d Sabtu  
Jam Kerja : Senin-Kamis 07:30 – 16:00 WIB  
Jumat 07:30-15:00 WIB  
Sabtu 07:30-14:00 WIB



## **1.7 Sistematika Penulisan**

### **BAB II: GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

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

### **BAB III: LANDASAN TEORI**

Bab ini menjelaskan tentang profil perusahaan atau instansi tempat pelaksanaan Kerja Praktik yaitu CV JRY JOURNEY Surabaya yang memuat data berupa profil, visi, misi, hingga deskripsi kerja.

## **BAB IV: DESKRIPSI PEKERJAAN**

Bab ini menjelaskan tentang pekerjaan yang telah penulis lakukan selama Kerja Praktik di CV JRY JOURNEY Surabaya, disertai dengan penjelasan mengenai proses dan hasil yang telah dikerjakan dan selanjutnya diangkat dalam penulisan Laporan Kerja Praktik.

## **BAB V: PENUTUP**

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

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

## **DAFTAR PUSTAKA**

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

## **BAB II**

### **GAMBARAN UMUM INSTANSI**

#### **2.1 Sejarah Instansi**

CV JRY JOURNEY didirikan sekitar 16 tahun yang lalu di Surabaya dengan semangat untuk menghadirkan produk tas yang tidak hanya fungsional, tetapi juga memiliki nilai estetika dan personal yang tinggi. Berawal dari usaha rumahan dengan tim kecil dan peralatan sederhana, perusahaan ini lahir dari kecintaan terhadap dunia fashion dan kerajinan tangan, khususnya dalam pembuatan tas. Nama "JRY JOURNEY" dipilih sebagai simbol perjalanan dan proses kreatif yang terus berkembang dari waktu ke waktu. Setiap tas yang diproduksi dianggap sebagai bagian dari perjalanan pelanggan, baik secara pribadi maupun profesional. Maka dari itu, personalisasi menjadi nilai utama dalam setiap produk yang dihasilkan. Pada masa awal berdirinya, JRY JOURNEY fokus melayani pesanan lokal di Surabaya dan sekitarnya. Dengan tekad dan ketekunan, reputasi perusahaan pun mulai tumbuh melalui promosi dari mulut ke mulut dan kepuasan pelanggan yang tinggi. Seiring meningkatnya permintaan, perusahaan mulai memperluas jangkauan pemasarannya melalui media sosial dan marketplace, serta mengembangkan berbagai model tas yang sesuai dengan tren dan kebutuhan pasar. Didukung oleh tim kreatif dan produksi yang solid, JRY JOURNEY berhasil membangun kepercayaan pelanggan dari berbagai segmen, baik individu maupun bisnis. Hingga kini, JRY JOURNEY tetap berkomitmen untuk mengedepankan kualitas, inovasi desain, serta pelayanan yang ramah dan profesional. Dengan lebih dari satu dekade pengalaman di industri ini, JRY JOURNEY tidak hanya menjadi produsen tas custom biasa, tetapi juga menjadi mitra dalam membantu pelanggan mengekspresikan jati dirinya melalui produk yang mereka bawa. Komitmen ini akan terus dijaga demi menjadi perusahaan tas custom yang unggul dan terpercaya di Indonesia.

## **2.2 Profil Instansi**

CV JRY JOURNEY merupakan perusahaan yang bergerak di bidang produksi tas custom berkualitas, baik untuk kebutuhan pribadi maupun bisnis. Dengan menyediakan berbagai pilihan model dan motif yang dapat dipersonalisasi, perusahaan ini menawarkan layanan pembuatan tas yang sesuai dengan gaya dan kebutuhan pelanggan. Pengalaman lebih dari satu dekade di industri fashion menjadikan JRY JOURNEY pilihan utama bagi konsumen yang menginginkan produk dengan sentuhan personal.

Berikut adalah informasi tentang Perusahaan CV JRY JOURNEY Surabaya :

Nama Instansi : CV JRY JOURNEY

Bidang Usaha : Produksi Tas Custom

Alamat	: Jl. Rungkut Asri Timur VI, Rungkut Kidul, Surabaya
Telepon	: 0813-9595-1975
Email	: jryjourney@gmail.com
Media Sosial	: Instagram & TikTok - @jryjourney
Manajer	: Yenny Yunita

## **2.3 Visi dan Misi**

### **2.3.1 Visi**

Menjadi perusahaan terdepan dalam industri tas custom di Indonesia yang mengedepankan kreativitas, kualitas, dan personalisasi.

### **2.3.2 Misi**

Menyediakan produk tas berkualitas tinggi dengan desain yang unik dan personal. Memberikan pelayanan prima dan konsultasi kreatif kepada pelanggan. Terus berinovasi dalam desain dan teknologi produksi. Membangun kepercayaan dan kepuasan pelanggan melalui integritas dan profesionalisme.

## 2.4 Logo Instansi

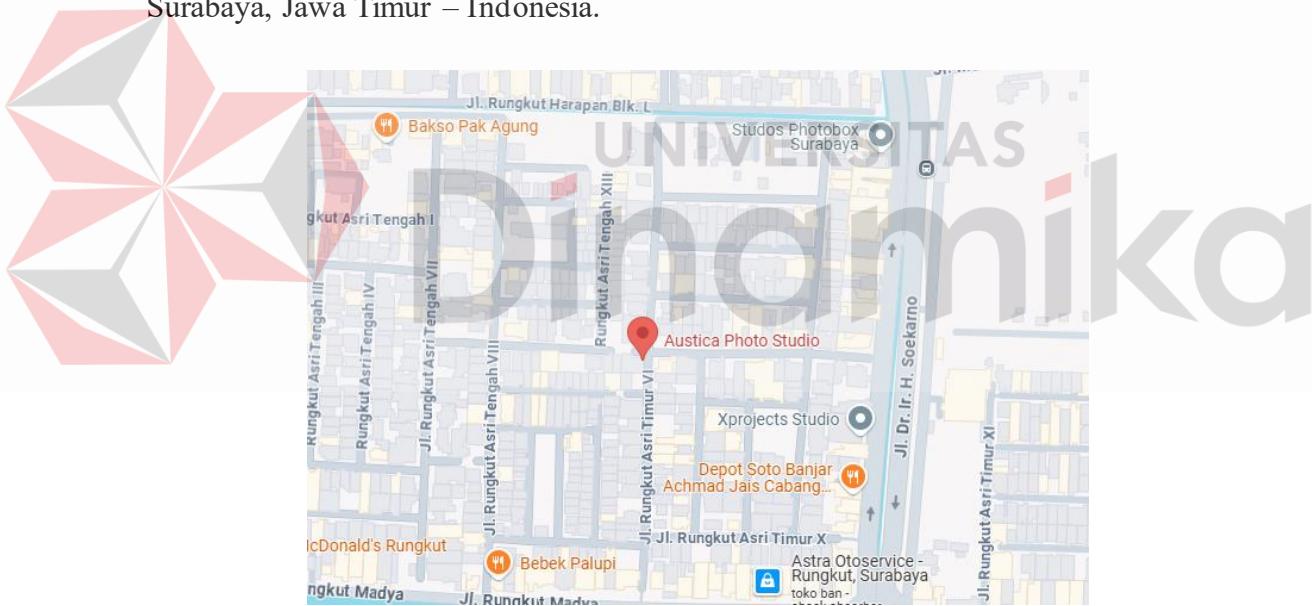


Gambar 2.1 Logo CV JRY JOURNEY

(Sumber: CV JRY JOURNEY, 2025)

## 2.5 Lokasi Kantor CV JRY JOURNEY

Lokasi CV JRY JOURNEY terletak di Jl. Rungkut Asri Timur VI, Rungkut Kidul, Surabaya, Jawa Timur – Indonesia.



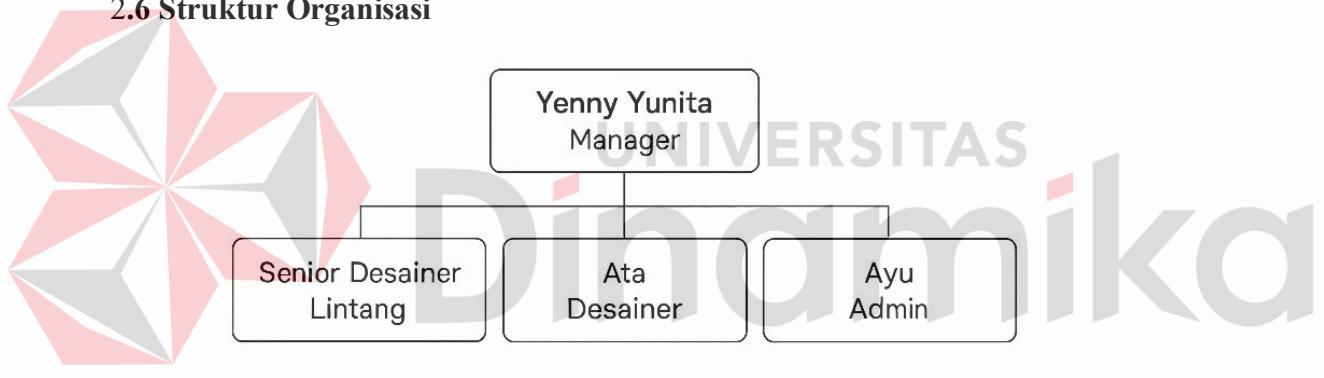
Gambar 2.2 Peta Lokasi CV JRY JOURNEY Surabaya

(Sumber: Google Maps, 2025)



Gambar 2.3 Tempat CV JRY JOURNEY Surabaya  
(Sumber: CV JRY JOURNEY, 2025)

## 2.6 Struktur Organisasi



## 2.7 Pokok Bahasan dan Jabatan

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

### 1. Manager – Yenny Yunita

Bertanggung jawab atas seluruh operasional perusahaan, pengambilan keputusan strategis, dan pengawasan tim.

### 2. Senior Desainer – Lintang

Mengelola proses desain, memberikan arahan kepada tim desainer, dan menjamin kualitas serta keunikan setiap desain.

**3. Desainer – Ata**

Melaksanakan proses desain tas sesuai permintaan pelanggan, berinovasi dalam motif dan model produk.

**4. Admin – Ayu**

Bertanggung jawab dalam pengelolaan administrasi, pemrosesan pesanan, komunikasi pelanggan, dan pengelolaan data harian.



## **BAB III**

### **LANDASAN TEORI**

#### **3.1 Media Digital dan Promosi**

Media digital merupakan salah satu bentuk teknologi modern yang memanfaatkan jaringan internet dan sistem otomatisasi dalam proses operasionalnya. Kata "media" berasal dari bahasa Latin yang berarti perantara. Dalam konteks digital, media menjadi sarana interaksi antara manusia dan komputer dalam penyampaian informasi atau komunikasi. Di era digital saat ini, peran media digital sangat signifikan dalam berbagai aspek kehidupan seperti bekerja, belajar, mencari informasi, hingga berkomunikasi secara real-time. Salah satu platform media sosial yang memiliki pengaruh besar dalam kegiatan promosi adalah Instagram. Platform ini memberikan banyak keuntungan bagi pelaku usaha, termasuk dalam membangun citra brand dan menjangkau audiens yang lebih luas. Promosi digital yang kreatif dan tepat sasaran dapat dilakukan melalui strategi komunikasi pemasaran terintegrasi (integrated marketing communication) yang mencakup public relation, personal selling, direct marketing, dan lainnya (Abdul & Arif, 2020).

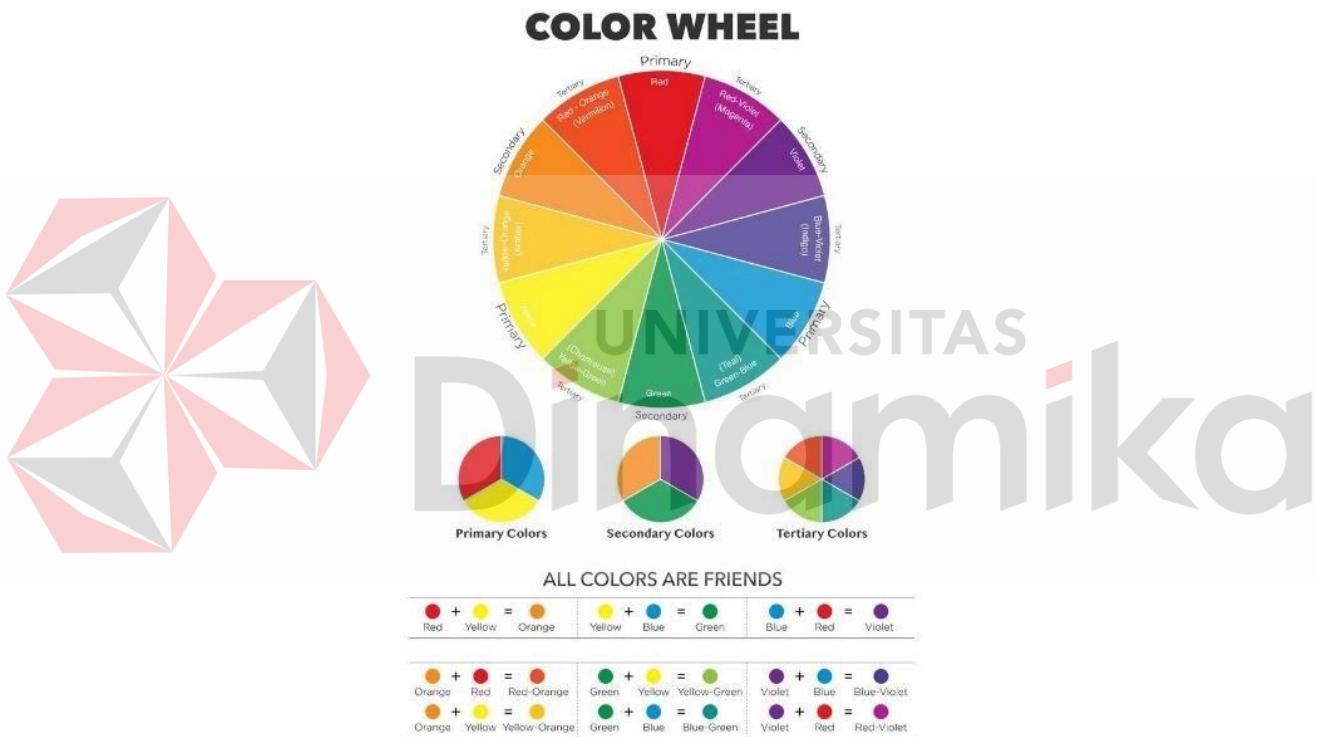
#### **3.2 Instagram**

Instagram adalah media sosial berbasis visual yang memungkinkan penggunanya membagikan foto dan video secara instan. Istilah "insta" berasal dari kata instan, sedangkan "gram" dari kata telegram, menggambarkan kecepatan dalam menyampaikan informasi. Dengan berbagai fitur seperti feeds, stories, reels, explore, DM, dan live streaming, Instagram menjadi sarana yang sangat efektif dalam mendukung kegiatan pemasaran digital bagi pelaku usaha. Melalui Instagram, bisnis seperti JRY JOURNEY dapat membangun hubungan lebih dekat dengan konsumen, menampilkan produk secara visual menarik, dan memperkuat brand image dengan konten yang kreatif dan terjadwal.

### 3.3 Warna

Warna merupakan unsur visual penting dalam dunia desain dan komunikasi visual. Menurut Sulaiman Darma Prawira (1989:4), warna adalah salah satu unsur keindahan dalam seni dan desain. Sementara Sadjiman Ebdi Sanyoto (2005:9) menyebutkan fungsi warna antara lain:

1. Sebagai identitas
2. Sebagai isyarat
3. Memiliki fungsi psikologis
4. Fungsi alamiah



Gambar 3.1 Teori Warna  
(Sumber: Pinterest)

### 3.4 Tipografi

Tipografi adalah seni dan teknik penyusunan huruf dalam desain grafis yang berfungsi untuk menyampaikan pesan secara visual. Dalam desain branding, tipografi bukan hanya soal jenis huruf, melainkan juga bentuk, ukuran, spasi, dan tata letak yang dapat mempengaruhi persepsi dan keterbacaan suatu pesan. Pada desain promosi JRY JOURNEY, pemilihan tipografi yang bersih, modern, dan mudah dibaca menjadi elemen penting dalam menciptakan komunikasi visual yang kuat dan profesional.

### **3.5 Layout (Tata Letak)**

Layout adalah pengaturan visual dari elemen-elemen desain seperti gambar, teks, ikon, dan ruang kosong sehingga menciptakan tampilan yang estetis dan informatif. Tata letak yang baik memungkinkan informasi dapat diterima dengan mudah oleh audiens dan membantu memperkuat fokus visual. Desain layout dalam konten promosi JRY JOURNEY disusun secara rapi dan menarik untuk menunjang pesan brand yang ingin disampaikan, sekaligus meningkatkan kenyamanan visual pengguna dalam mengakses informasi produk.

### **3.6 Marketing**

Pemasaran (marketing) adalah proses sosial dan manajerial di mana individu atau kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan melalui penciptaan dan pertukaran produk yang bernilai. Menurut Kotler (2005), pemasaran adalah upaya memahami konsumen secara mendalam agar produk yang ditawarkan dapat menjual dirinya sendiri. Drucker (1973) menyebutkan bahwa pemasaran yang efektif membuat penjualan menjadi “tidak perlu” karena produk sudah sesuai dengan kebutuhan pasar.

Pemasaran digital memiliki beberapa keunggulan dibandingkan pemasaran konvensional, seperti:

- a) Interaktivitas langsung dengan konsumen
- b) Personalisasi pesan
- c) Efisiensi biaya
- d) Kemampuan untuk diukur secara akurat
- e) Akses informasi 24/7
- f) Adaptasi cepat terhadap tren pasar (Rauf, et al., 2021)

Strategi pemasaran yang diterapkan oleh JRY JOURNEY melalui media sosial seperti Instagram, memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah dengan konsumen sekaligus meningkatkan loyalitas dan jangkauan audiens secara efektif.

## **BAB IV**

### **DESKRIPSI PEKERJAAN**

#### **4.1 Ruang Lingkup Pekerjaan**

Kegiatan kerja di CV JRY JOURNEY berfokus pada proses produksi dan promosi tas custom. Pekerjaan yang dilakukan mencakup seluruh proses mulai dari desain produk, produksi, administrasi pemesanan, hingga publikasi dan promosi melalui media sosial. Seluruh aktivitas dilakukan secara kolaboratif dengan pembagian tugas berdasarkan struktur organisasi yang telah ditetapkan.

#### **4.2 Deskripsi Tugas dan Tanggung Jawab**

##### 1. Manager – Yenny Yunita

- Mengelola dan mengawasi jalannya seluruh kegiatan operasional perusahaan.
- Membuat keputusan strategis dan rencana bisnis jangka pendek maupun panjang.
- Menyusun kebijakan perusahaan dan mengatur sistem kerja tim.
- Berkoordinasi dengan tim desain, produksi, dan administrasi untuk memastikan target terpenuhi.
- Membangun relasi dengan mitra bisnis dan pelanggan besar.

##### 2. Senior Desainer – Lintang

- Membuat konsep desain tas custom berdasarkan permintaan konsumen.
- Memberikan arahan dan koreksi kepada desainer lainnya.
- Mengawasi proses desain dari awal hingga siap produksi.
- Memastikan desain memiliki kualitas visual dan fungsionalitas tinggi.
- Mengembangkan model dan motif baru yang sesuai dengan tren pasar.

##### 3. Desainer – Ata

- Menyusun dan merealisasikan desain visual produk berdasarkan arahan senior desainer.
- Melakukan revisi desain sesuai masukan dari pelanggan atau atasan.

- Mengoperasikan software desain seperti Adobe Illustrator atau CorelDRAW.
- Menyiapkan file desain untuk proses produksi tas.

#### 4. Admin – Ayu

- Menerima dan mencatat setiap pesanan dari pelanggan.
- Menyusun jadwal produksi berdasarkan daftar pesanan.
- Menjaga komunikasi dengan pelanggan terkait status pesanan.
- Mengelola media sosial seperti Instagram dan TikTok, termasuk menjawab DM, komentar, dan unggahan konten.
- Membuat laporan harian dan mingguan mengenai aktivitas operasional.

#### 4.3 Aktivitas Harian

Kegiatan operasional harian di CV JRY JOURNEY biasanya dimulai pukul 08.00 dan berakhir pada pukul 16.00 WIB.

#### 4.4 Proses Produksi dan Promosi

Dalam pembuatan tas custom, terdapat beberapa tahapan utama, yaitu:

- Konsultasi Desain – Pelanggan mengajukan model dan motif tas yang diinginkan.
- Pembuatan Desain Digital – Desainer membuat pratinjau digital dari permintaan pelanggan.
- Persetujuan Desain – Desain dikirim ke pelanggan untuk disetujui.
- Produksi Tas – Setelah desain disetujui, tas dibuat oleh tim produksi.
- Finishing dan Quality Check – Produk dicek kualitasnya sebelum dikemas.
- Pengemasan dan Pengiriman – Produk dikirim ke pelanggan.
- Promosi Produk – Hasil produksi dan testimoni pelanggan dipublikasikan melalui Instagram dan TikTok.

- Contoh gambar produksi dan promosi di instagram :



Gambar 4.1 produksi dan promosi  
(Sumber:[https://www.instagram.com/p/DJ6EUgzzviO/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link&igsh=MzRlODBiNWFIZA==](https://www.instagram.com/p/DJ6EUgzzviO/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFIZA==))



#### 4.5 Hasil dan Evaluasi

Selama pelaksanaan tugas, kegiatan promosi melalui Instagram memberikan dampak yang positif terhadap penambahan pesanan dan interaksi dengan pelanggan. Pengelolaan visual branding, konsistensi konten, serta penggunaan warna brand (kuning keemasan dan hitam) memberikan ciri khas yang mudah dikenali. Proses kerja yang terstruktur dan komunikasi antartim yang baik menjadi kunci keberhasilan dalam mempertahankan kepuasan pelanggan.

## BAB V PENUTUP

### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan dan pengamatan di CV JRY JOURNEY, dapat disimpulkan bahwa perusahaan ini memiliki sistem kerja yang terstruktur dan fokus pada kualitas serta personalisasi produk. Dengan mengusung konsep tas custom, JRY JOURNEY mampu memenuhi kebutuhan konsumen baik secara fungsional maupun estetika.

Pemanfaatan media digital khususnya Instagram sebagai media promosi juga terbukti efektif dalam menjangkau pasar yang lebih luas dan meningkatkan interaksi dengan konsumen. Strategi promosi yang dijalankan tidak hanya menampilkan produk, namun juga membangun citra brand yang kuat melalui penggunaan elemen visual seperti warna brand #cd992d dan tipografi yang konsisten. Selain itu, pembagian tugas berdasarkan struktur organisasi memudahkan koordinasi antar divisi, mulai dari manajemen, desain, hingga administrasi. Kolaborasi yang baik antar anggota tim berkontribusi besar dalam kelancaran proses produksi dan pelayanan kepada pelanggan.

### 5.2 Saran

Untuk meningkatkan kinerja dan jangkauan pasar yang lebih luas, berikut beberapa saran yang dapat dipertimbangkan oleh CV JRY JOURNEY:

#### 1. Meningkatkan Aktivitas Digital Marketing

Melakukan promosi yang lebih konsisten dan kreatif di media sosial, termasuk penggunaan konten reels dan kolaborasi dengan influencer atau komunitas fashion lokal.

#### 2. Pengembangan Produk dan Inovasi Desain

Terus melakukan riset terhadap tren pasar agar produk yang ditawarkan tetap relevan dan diminati konsumen.

#### 3. Otomatisasi dan Digitalisasi Sistem

Mengembangkan sistem pemesanan dan pelacakan produksi berbasis web untuk meningkatkan efisiensi kerja dan pelayanan kepada pelanggan.

#### 4. Pelatihan Internal dan Pengembangan Tim

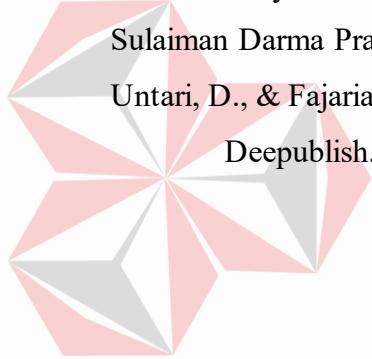
Memberikan pelatihan berkala kepada tim desain dan admin untuk meningkatkan kompetensi dan produktivitas.

Dengan mempertahankan komitmen terhadap kualitas dan pelayanan, serta terus beradaptasi dengan perkembangan digital, JRY JOURNEY berpotensi untuk menjadi salah satu pemimpin pasar di industri tas custom di Indonesia.



## **DAFTAR PUSTAKA**

- Abdul, M., & Arif, R. (2020). \*Strategi Komunikasi Pemasaran\*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Drucker, P. F. (1973). \*Management: Tasks, Responsibilities, Practices\*. New York: Harper & Row.
- Kotler, P. (2005). \*Manajemen Pemasaran\*. Jakarta: Indeks.
- Monica, & Luzar. (2011). \*Teori Warna dalam Desain\*. Yogyakarta: Andi.
- Rauf, M., et al. (2021). \*Pemasaran Digital dan Perilaku Konsumen\*. Makassar: Unhas Press.
- Sadjiman Ebdi Sanyoto. (2005). \*Dasar-dasar Desain\*. Bandung: CV Remaja Rosda Karya.
- Sulaiman Darma Prawira. (1989). \*Unsur Seni dalam Desain\*. Surabaya: ITS Press.
- Untari, D., & Fajariana, A. (2018). \*Media Sosial dan Branding Bisnis\*. Yogyakarta: Deepublish.



UNIVERSITAS  
**Dinamika**