



**PERANCANGAN KONTEN JOGJA PAINTING  
SEBAGAI MEDIA PENYALURAN INFORMASI  
MENGENAI NFT**

**KERJA PRAKTIK**



UNIVERSITAS  
**Dinamika**

**Oleh :**  
**Paquita Ramadhani Putri**  
**18420100039**

---

---

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

**PERANCANGAN KONTEN JOGJA PAINTING**  
**SEBAGAI MEDIA PENYALURAN INFORMASI**  
**MENGENAI NFT**

Diajukan sebagai sebagai salah satu syarat

untuk menyelesaikan Mata Kuliah Kerja Praktik



UNIVERSITAS  
**Dinamika**  
Disusun oleh :  
Nama : Paquita Ramadhani Putri  
NIM : 18420100039  
Program Studi : S1 Desain Komunikasi Visual

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

## **LEMBAR MOTTO**



*“Hidup hanya kesempatan sekali seumur hidup, manfaatkan sebaik - baiknya”*

UNIVERSITAS  
**Dinamika**

## KATA PERSEMBAHAN



*“Laporan Kerja Praktik ini ku persembahkan kepada kedua orang tua, teman – teman beserta semua pihak yang telah bertengger di otakku selalu memberikan semangat hidup”*

UNIVERSITAS  
**Dinamika**

## LEMBAR PENGESAHAN

### PERANCANGAN KONTEN JOGJA PAINTING SEBAGAI MEDIA PENYALURAN INFORMASI MENGENAI NFT

Laporan Kerja Praktik :

**Paquita Ramadhani Putri**

NIM : 18420100039

Telah diperiksa, diuji dan disetujui

Surabaya, 15 Juli 2025

Disetujui :

Dosen Pembimbing,

Siswo Martono, S.Kom., M.M.

NIDN. 0726027101

Penyelia,

  
*Jogja  
Painting*

Dewi Rachmawati

*Human Resources*

Mengetahui,

Kepala Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual



Dhika Yuan Yurisma, M.Ds., ACA

NIDN. 0720028701

**PERNYATAAN**  
**PERSETUJUAN PUBLIKASI DAN KEASLIAN KARYA ILMIAH**

Sebagai mahasiswa Universitas Dinamika, Saya :

Nama : PAQUITA RAMADHANI PUTRI  
NIM : 18420100039  
Program Studi : S1 Desain Komunikasi Visual  
Fakultas : Fakultas Desain dan Industri Kreatif  
Jenis Karya : Laporan Kerja Praktik  
Judul Karya : PERANCANGAN KONTEN JOGJA PAINTING  
SEBAGAI MEDIA PENYALURAN INFORMASI  
MENGENAI NFT

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.

Demikan surat pernyataan ini Saya buat dengan sebenar-benarnya.

Surabaya, 18 Juli 2025



Paquita Ramadhani Putri  
NIM : 18420100039

## **Abstrak**

Walau NFT sudah menaiki tangga kepopuleran dalam dunia *crypto*, informasi dan pengetahuan mengenai NFT masih tak banyak diketahui di Indonesia. Masih banyak masyarakat Indonesia yang ingin terjun ke dunia NFT tak mengetahui informasi dasar mengenai NFT dan juga tak banyak media Indonesia yang memberikan saran media pembelajaran yang mencakupi keseluruhan NFT. Maka dari itu, perancangan ini bertujuan membantu Jogja Painting, perusahaan berfokus pada seni kreatif berpusat di Jogjakarta dalam menyebarkan informasi dan edukasi mengenai NFT kepada masyarakat Indonesia dan juga membantu promosi Jogja Painting kepada masyarakat luas. Perancangan yang dilakukan berupa konten desain informatif melalui Instagram. Dengan hasil perancangan berupa desain konten yang menarik dan edukatif mampu meningkatkan pemahaman masyarakat Indonesia mengenai pengetahuan NFT.

**Kata Kunci :** *NFT, desain, edukatif, informatif*



## KATA PENGANTAR

Kata syukur tak dapat mendeskripsikan rasa syukur penulis pada Allah S.W.T yang telah memberikan Anugerah – Nya beserta kemudahan pada penulis dalam mengerjakan dan menyelesaikan laporan Kerja Praktik dengan judul “Perancangan konten Jogja Painting sebagai media penyaluran informasi mengenai NFT”.

Laporan Kerja Praktik ini juga tak akan selesai berkat semua pihak yang telah membantu penulis dalam bentuk saran dan kritik, kata semangat mendampingi penulis disetiap pengerjaan laporan Kerja Praktik. Kata terima kasih ingin diberikan kepada :

1. Kedua Orang Tua penulis yang telah memberikan semangat dan motivasi selama pengerjaan laporan Kerja Praktik
2. Prof. Dr. Budi Djatmiko, M. Pd selaku rector Universitas Dinamika
3. Dhika Yuan Yurisma, M. Ds., ACA selaku ketua Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual
4. Siswo Martono, S.Kom., M.M selaku Dosen Pembimbing serta Dosen Wali
5. Ibu Dewi Rachmawati selaku penyelia dari Jogja Painting
6. Seluruh pihak di Jogja Painting yang selalu memberikan saran serta membuat kegiatan magang penulis tak terlupakan
7. Teman – teman kuliah yang selalu memberikan masukan serta memberikan semangat
8. Teman SMA penulis, Nina Olivia L. dan Rania Amira selalu menyemangati, membantu beserta memotivasi penulis selama pengerjaan Kerja Praktik

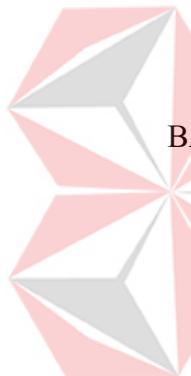
Semoga seluruh pihak yang bersangkutan diberikan banyak berkah oleh Allah S.W.T beserta kemudahan dalam kehidupan sehari – hari mereka.

**Surabaya, Juli 2025**

**Penulis**

## DAFTAR ISI

	<b>halaman</b>
Abstrak .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR .....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR BAGAN .....	xii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	2
1.3 Batasan Masalah.....	3
1.4 Tujuan Perancangan .....	3
1.5 Manfaat .....	3
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....	4
2.1 Latar Belakang Perusahaan .....	4
2.2 Identitas Perusahaan .....	5
2.3 Budaya Perusahaan.....	5
2.4 Visi Perusahaan .....	5
2.5 Misi Perusahaan .....	6
2.6 Struktur Perusahaan.....	6
BAB III LANDASAN TEORI.....	8
3.1 Desain .....	8
3.2 Unsur Desain .....	8
3.2.1 Garis ( <i>line</i> ) .....	9



3.2.2 Bentuk ( <i>shape</i> ) .....	10
3.2.3 Simbol ( <i>symbol</i> ) .....	12
3.2.4 Tekstur ( <i>texture</i> ).....	13
3.2.5 Ukuran ( <i>size</i> ) .....	14
3.2.6 Ruang ( <i>space</i> ).....	14
3.2.7 Warna ( <i>color</i> ).....	15
3.3 Tipografi .....	19
3.4 Instagram .....	22
3.5 NFT ( <i>non-fungible token</i> ) .....	27
3.5.1 Kelebihan NFT .....	29
3.5.2 Kekurangan NFT .....	30
BAB IV DESKRIPSI PEKERJAAN .....	31
4.1 Deskripsi Pekerjaan .....	31
4.2 Ide dan Konsep .....	32
4.3 Proses Sketsa Desain .....	34
4.3.1 Sketsa halaman cover.....	35
4.3.2 Sketsa halaman pertama.....	36
4.3.3 Sketsa halaman kedua.....	37
4.3.4 Sketsa halaman ketiga.....	38
4.3.5 Sketsa halaman keempat.....	39
4.3.6 Sketsa halaman kelima.....	40
4.3.7 Sketsa halaman keenam .....	41
4.3.8 Sketsa halaman ketujuh .....	42
4.3.9 Sketsa halaman kedelapan .....	43



4.4 Proses Digitalisasi Desain .....	43
4.5 Implementasi Karya .....	46
4.5.1 Desain halaman cover .....	47
4.5.2 Desain halaman pertama.....	48
4.5.3 Desain halaman kedua .....	49
4.5.4 Desain halaman ketiga .....	50
4.5.5 Desain halaman keempat .....	51
4.5.6 Desain halaman kelima.....	52
4.5.7 Desain halaman keenam .....	53
4.5.8 Desain halaman ketujuh.....	54
4.5.9 Desain halaman kedelapan.....	55
BAB V PENUTUP.....	56
5.1 Kesimpulan.....	56
5.2 Saran.....	57
DAFTAR PUSTAKA .....	58
Sumber Jurnal .....	58
Sumber Buku.....	59
Sumber Internet .....	59
LAMPIRAN .....	61

## DAFTAR GAMBAR

### halaman

Gambar 2.1 Logo perusahaan Jogja Painting.....	4
Gambar 3.1 Contoh garis organik.....	9
Gambar 3.2 Contoh garis geometris.....	9
Gambar 3.3 Contoh bentuk naturalis.....	10
Gambar 3.4 Contoh bentuk geometris.....	11
Gambar 3.5 Contoh bentuk dekoratif.....	11
Gambar 3.6 Contoh bentuk abstrak.....	12
Gambar 3.7 Simbol rambu lalu lintas.....	12
Gambar 3.8 Beberapa contoh gambar tekstur.....	13
Gambar 3.9 Macam – macam jenis ukuran ( <i>size</i> ).....	14
Gambar 3.10 Bentuk ruang ( <i>space</i> ).....	14
Gambar 3.11 Roda warna beserta nama warna.....	15
Gambar 3.12 Skema warna primer, sekunder dan tersier.....	16
Gambar 3.13 Pembagian warna panas dan dingin.....	17
Gambar 3.14 Skema pembagian warna berdasarkan keharmonisan.....	18
Gambar 3.15 Bentuk font <i>sans serif</i> .....	20
Gambar 3.16 Bentuk font <i>serif</i> .....	20
Gambar 3.17 Bentuk font <i>script</i> .....	21
Gambar 3.18 Bentuk font <i>decorative</i> .....	21
Gambar 3.19 Logo Instagram.....	22
Gambar 3.20 Bentuk Instagram <i>story</i> .....	23
Gambar 3.21 Bentuk <i>video reels</i> Instagram.....	24
Gambar 3.22 Bentuk <i>caption</i> dan <i>hashtag</i> Instagram.....	25
Gambar 3.23 Bentuk fitur berbagi foto dan video.....	25
Gambar 3.24 Bentuk <i>likes</i> dan <i>comment</i> Instagram.....	26
Gambar 3.25 Bentuk <i>likes</i> dan <i>comment</i> Instagram.....	26
Gambar 3.26 Bentuk DM ( <i>direct message</i> ) Instagram.....	27





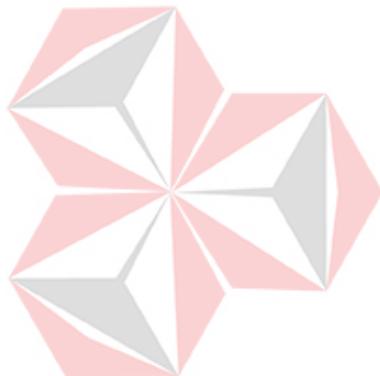
Gambar 3.27 Macam – macam gambar NFT.....	28
Gambar 3.28 NFT <i>cryptokitties</i> .....	29
Gambar 4.1 Aplikasi Adobe Illustrator dan Medibang Paint Pro.....	31
Gambar 4.2 Aplikasi Adobe Illustrator dan Medibang Paint Pro.....	31
Gambar 4.3 Warna yang digunakan dalam Instagram <i>post</i> .....	33
Gambar 4.4 Font Coolvetica.....	33
Gambar 4.5 Font Myriad variable.....	34
Gambar 4.6 Sketsa halaman cover <i>post</i> .....	35
Gambar 4.7 Sketsa halaman pertama <i>post</i> .....	36
Gambar 4.8 Sketsa halaman kedua <i>post</i> .....	37
Gambar 4.9 Sketsa halaman ketiga <i>post</i> .....	38
Gambar 4.10 Sketsa halaman keempat <i>post</i> .....	39
Gambar 4.11 Sketsa halaman kelima <i>post</i> .....	40
Gambar 4.12 Sketsa halaman keenam <i>post</i> .....	41
Gambar 4.13 Sketsa halaman ketujuh <i>post</i> .....	42
Gambar 4.14 Sketsa halaman kedelapan <i>post</i> .....	43
Gambar 4.15 Proses pembuatan Instagram <i>post</i> .....	44
Gambar 4.16 Proses pembuatan Instagram <i>post</i> .....	44
Gambar 4.17 Proses pembuatan Instagram <i>post</i> .....	45
Gambar 4.18 Pembuatan ilustrasi halaman pertama Instagram <i>post</i> .....	45
Gambar 4.19 Pembuatan ilustrasi halaman ketiga Instagram <i>post</i> .....	46
Gambar 4.20 Pembuatan ilustrasi halaman cover Instagram <i>post</i> .....	46
Gambar 4.21 Desain halaman cover.....	47
Gambar 4.22 Desain halaman pertama.....	48
Gambar 4.23 Desain halaman kedua.....	49
Gambar 4.24 Desain halaman ketiga.....	50
Gambar 4.25 Desain halaman keempat.....	51
Gambar 4.26 Desain halaman kelima.....	52
Gambar 4.27 Desain halaman keenam.....	53
Gambar 4.28 Desain halaman ketujuh.....	54

Gambar 4.29 Desain halaman kedelapan..... 55



## **DAFTAR TABEL**

	<b>halaman</b>
Tabel 2.1 Budaya Jogja Painting.....	5
Tabel 2.2 Penjelasan tugas dan tanggung jawab tiap jabatan Jogja Painting.....	7

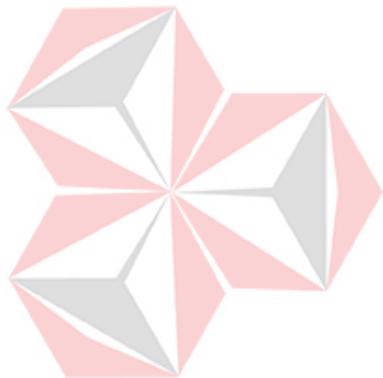


UNIVERSITAS  
**Dinamika**

## **DAFTAR BAGAN**

**halaman**

Bagan 2.1 Bagan struktur perusahaan Jogja Painting..... 6



UNIVERSITAS  
**Dinamika**

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang Masalah

*Crypto* sudah tak asing di telinga beberapa masyarakat Indonesia. Mereka memasuki dunia ekonomi Indonesia pada tahun 2013 dengan *bitcoin*. Ditambah lagi, kemudahan akses *crypto* sebagai alat bayar baru dengan banyak fasilitas mendukung penggunaan mata uang tersebut serta ekonomi digital yang makin maju (Nugraningsih Widi, 2024). Banyak masyarakat yang menganggap bahwa *crypto* lebih menguntungkan daripada saham serta aman dari pencurian, tapi ada juga tidak menerima *crypto* sebagai alat bayar baru karena belum banyak riset mengenai *crypto* di Indonesia, mudah diretas oleh pengguna lain dan belum adanya hukum legal penggunaan *crypto* di Indonesia (Allianz Indonesia, 2021).

Walau *cryptocurrency* dikelilingi dengan kontroversi, Masih ada orang Indonesia menginvestasikan tenaga beserta biaya pada *cryptocurrency* dengan harapan mampu menghasilkan uang yang melimpah. Selain *bitcoin*, bentuk dari *crypto* ada NFT (*non-fungible token*) yang tengah *trending* di dunia *crypto* serta menarik perhatian masyarakat non pengguna *cryptocurrency* yang mulai disegani orang Indonesia pada tahun 2022.

NFT sendiri merupakan aset digital yang terbentuk dari rangkaian *blockchain* sehingga menjadi satu kesatuan kode kepemilikan tersendiri (Raden, 2023). Yang membuat NFT unik dari aset *crypto* yang lain visual setiap NFT berbeda – beda sehingga membuatnya lebih berharga dan memiliki harga lebih tinggi dari aset *crypto* lainnya. Awalnya, NFT hanya berbentuk dalam sebuah ilustrasi tapi seiring berjalannya waktu mulai banyak variasi yang dikeluarkan seperti video, *gif*, ilustrasi 3D, game, musik dan nama domain.

Dengan keunikan dari NFT membuat banyak masyarakat Indonesia mulai terjun ke dunia NFT, terutama seniman – seniman Indonesia melihat peluang bisnis yang melimpah dan disaat bersamaan menjadikannya sebagai tempat *showcase* hasil karya seni mereka kepada calon pembeli beserta pengguna NFT lainnya. Oleh karena itu, mulai banyak munculnya komunitas NFT berusaha menyebarluaskan informasi dasar NFT, seniman – seniman di dunia NFT beserta karya mereka masing – masing. Hal tersebut yang dilakukan oleh Jogja Painting, berusaha menyebarluaskan semua informasi dan ilmu yang mereka ketahui mengenai NFT dan memberikan kesempatan kepada para seniman untuk memamerkan hasil karya seni mereka agar diketahui oleh masyarakat Indonesia.

Untuk menggapai tujuan tersebut, Jogja Painting menggunakan aplikasi Instagram untuk dijadikan sebagai media penyaluran informasi mengenai NFT. Dengan banyaknya pengguna Instagram di Indonesia berdasarkan dari data dari statista mencapai 99,4 juta pengguna yang setara dengan 31,6 persen dari total keseluruhan populasi di Indonesia (Stacy, 2024). Dengan desain *post* yang menarik beserta isinya yang juga menarik dan informatif, Jogja Painting berusaha mendapatkan *audience* baru beserta calon pengguna NFT. Untuk membantu tujuan Jogja Painting, penulis membuat perancangan post Instagram berisikan informasi NFT yang menarik dan menghasilkan desain Instagram *post* yang menarik perhatian masyarakat.

## 1.2 Rumusan Masalah

Dengan latar belakang yang tertera, rumusan masalah yang didapatkan adalah “Bagaimana merancang Instagram *post* sebagai media penyaluran informasi mengenai NFT?”.

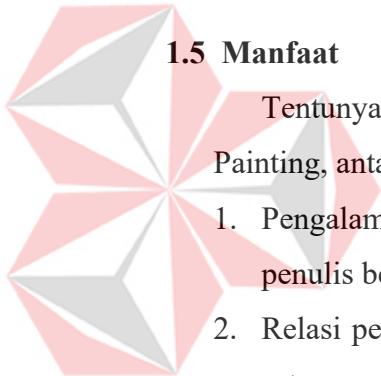
### 1.3 Batasan Masalah

Agar tidak keluar dari topik utama, dibuatnya batasan masalah untuk dijadikan jangkar utama dalam perancangan Instagram post ini, diantaranya :

- a. Penjelasan dasar mengenai Instagram dan Instagram *post*
- b. Perancangan desain konten Instagram *post* Jogja Painting

### 1.4 Tujuan Perancangan

Berdasarkan latar belakang dan batasan masalah diatas, tujuan yang didapat dari perancangan Instagram *post* adalah menghasilkan desain konten Instagram *post* Jogja Painting mengenai NFT.



### 1.5 Manfaat

Tentunya, perancangan ini manfaat yang berguna bagi penulis serta pihak Jogja Painting, antara lain :

1. Pengalaman yang didapat selama Kerja Praktik di Jogja Painting dimana penulis berharap mampu diimplementasikan pada saat terjun ke dunia kerja
2. Relasi penulis, teman Kerja Praktik beserta pihak Jogja Painting yang terikat satu
3. Hasil desain Instagram *post* dapat menarik perhatian *audience* baru beserta membantu Jogja Painting

## BAB II

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

#### 2.1 Latar Belakang Perusahaan



Gambar 2.1 Logo perusahaan Jogja Painting

(sumber : [jogjapainting.id](http://jogjapainting.id))



Jogja Painting merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang *art agency and creative community* dibawah BDBS *company – digital visual media, management and creative community* yang berfokus pada seni kreatif di Indonesia. Jogja Painting didirikan pada 13 Mei 2014 dengan Budi Santoso sebagai *founder* perusahaan yang berpusat di kota Yogyakarta.

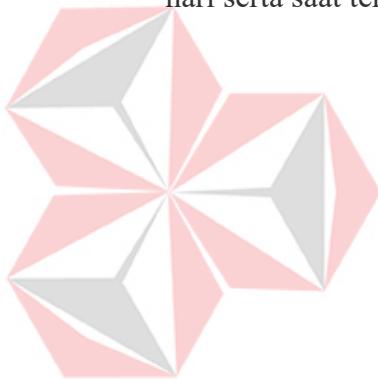
Jogja Painting memiliki spesialisasi produk pada seni lukis, mural, 3D *trick art*, *floor art*, dekorasi interior dan eksterior serta *art merchandise*. Tim mereka terdiri dari beberapa *artist* dari berbagai daerah di Indonesia yang berintegrasi, terampil dan berbakat. Mereka selalu membawa pesan – pesan positif di setiap karya seni yang dimana merupakan tujuan Jogja Painting, yaitu membawa keajaiban pada karya seni.

## 2.2 Identitas Perusahaan

- Nama perusahaan : Jogja Painting  
 Alamat perusahaan : Plaza UNY lantai 4 no.4, Jalan Affandi/Gejayan, Caturtunggal, Depok, Sleman D.I.Y  
 Nomor telepon : 0274 - 5011 - 165  
 Website : [www.jogjapainting.id](http://www.jogjapainting.id)  
 Instagram : @jogjapainting

## 2.3 Budaya Perusahaan

Jogja Painting memiliki budaya yang selalu diterapkan dalam perusahaan. Diharapkannya budaya tersebut dapat diimplementasikan dalam kehidupan sehari – hari serta saat terjun ke dunia kerja nantinya. Budaya tersebut adalah :



DO	DON'T
<i>Happy</i>	<i>Assume</i>
<i>Deal done</i>	<i>Afraid</i>
<i>Solution oriented</i>	<i>Blame</i>
<i>Kaizen</i>	<i>Excuse</i>
<i>Be artistic</i>	<i>Justify</i>

Tabel 2.1 Budaya Jogja Painting

## 2.4 Visi Perusahaan

Jogja Painting memiliki visi yang adalah “Menjadi perusahaan seni visual terbaik dan terbesar skala internasional”.

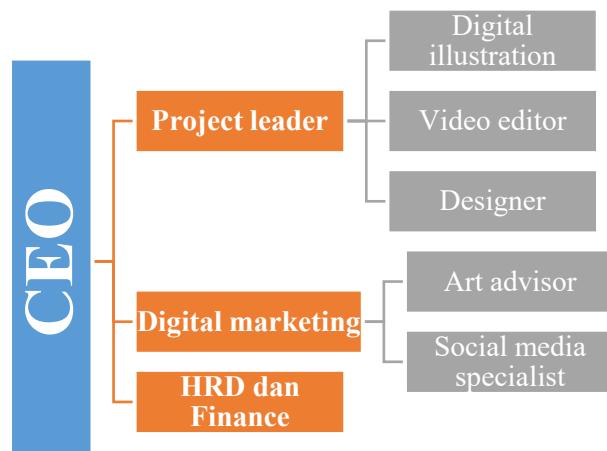
## 2.5 Misi Perusahaan

Agar mampu menggapai visi tersebut, Jogja Painting memiliki 4 misi dengan tujuan menjadi pilar utama untuk mewujudkan visi perusahaan. Misi tersebut antara lain :

1. Menciptakan *one – stop solution* dalam bidang seni melalui konseptualisasi ide, desain objek dan eksekusi karya seni
2. Menciptakan inovasi produk seni dengan cara mendesain ulang, mengembangkan dan meningkatkan nilai suatu karya seni
3. Menginisiasi komunitas seniman berbakat skala nasional bahkan internasional dengan E3 programs (*Embracing, Educating and Empowering*)
4. Membangun agensi seniman sebagai wadah membangun karir dan membuka lapangan pekerjaan profesional

## 2.6 Struktur Perusahaan

Struktur perusahaan sangatlah penting dalam berdiri dan bertahannya suatu perusahaan. Jogja Painting memiliki struktur perusahaan berupa 4 bagian inti dengan 5 sub bagian bercabang dari 2 bagian inti yang diawali dengan Budi Santoso sebagai *founder/CEO*. Berikut rincian serta tugas tiap jabatan dari struktur perusahaan Jogja Painting :



**Bagan 2.1 Bagan struktur perusahaan Jogja Painting**

<b>Jabatan</b>	<b>Tugas dan Tanggung jawab</b>
<i>CEO</i>	Merencanakan, mengelola dan menganalisa segala aktivitas fungsional bisnis seperti operasional, sumber daya manusia, keuangan dan pemasaran untuk mencapai visi perusahaan dalam jangka pendek maupun panjang
<i>Project leader</i>	Menyelenggarakan perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi segala kegiatan operasional projek
<i>Digital marketing</i>	Merencanakan, mengelola dan mengkoordinir proses penjualan dan pemasaran untuk menggapai target penjualan serta mengembangkan pasar secara efektif
<i>HRD</i>	Merencanakan, mengembangkan kebijakan dan sistem pengelolaan sumber daya manusia serta mengontrol pelaksanaan fungsi manajemen sumber daya manusia untuk meningkatkan produktivitas manusia
<i>Finance</i>	Merencanakan, mengembangkan dan mengontrol fungsi keuangan dan akuntansi dalam memberikan informasi keuangan secara komprehensif dan tepat waktu untuk mendukung pencapaian target finansial perusahaan
<i>Art advisor</i>	Menyelenggarakan pelaksanaan segala kegiatan operasional projek dan menjamin kepuasaan pelanggan
<i>Digital illustrator</i>	Menciptakan ilustrasi dan desain dengan menggunakan keterampilan menggambar dan melukis sesuai kebutuhan perusahaan baik produk maupun konten
<i>Video editor</i>	Memilih, merangkai, meyusun ulang dan memanipulasi video menjadi satu rangkaian video sesuai konsep yang dibutuhkan
<i>Designer</i>	Menciptakan desain berisi pesan yang koheren untuk kampanye iklan untuk membantu perusahaan mengembangkan <i>brand</i> berbasis visual
<i>Social media specialist</i>	Merancang dan melakukan interaksi dengan pelanggan dan calon pelanggan dengan memberikan konten – konten yang interaktif, menganalisa, melakukan pengujian, optimalisasi strategi dan memantau dengan tujuan membangun <i>brand awareness</i>

**Tabel 2.2 Penjelasan tugas dan tanggung jawab tiap jabatan Jogja Painting**

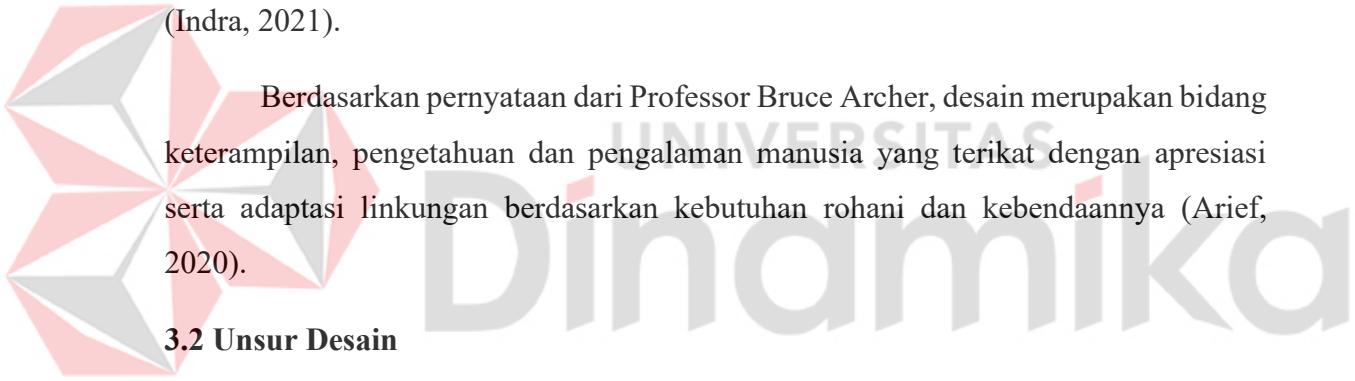
## **BAB III**

### **LANDASAN TEORI**

Landasan teori merupakan kumpulan teori yang bertujuan menjadi pilar pembantu atau acuan dalam pemanfaatan Instagram *post* sebagai penyaluran informasi mengenai NFT. Dengan adanya landasan teori dapat membantu proses penggerjaan dengan baik.

#### **3.1 Desain**

Desain memiliki arti perancangan atau rencana. Bila dijabarkan lebih lengkap, desain merupakan suatu perencanaan secara visual untuk menghasilkan suatu wujud dengan tujuan memecahkan masalah (Tambunan Leonard, 2022). Ada juga arti desain merupakan perencanaan yang dilakukan sebelum adanya pembuatan suatu karya (Indra, 2021).



Berdasarkan pernyataan dari Professor Bruce Archer, desain merupakan bidang keterampilan, pengetahuan dan pengalaman manusia yang terikat dengan apresiasi serta adaptasi lingkungan berdasarkan kebutuhan rohani dan kebendaannya (Arief, 2020).

#### **3.2 Unsur Desain**

Desain tak hanya sekedar uraian gambar, desain memiliki beberapa unsur yang membuat sebuah desain unik dan *aesthetic*. Unsur desain yang dimaksud adalah beberapa bagian yang menentukan suatu wujud dalam sebuah karya (Sumaryati Catri, 2013). Unsur – unsur desain berupa garis, bentuk, warna, tekstur, simbol, ruang dan ukuran.

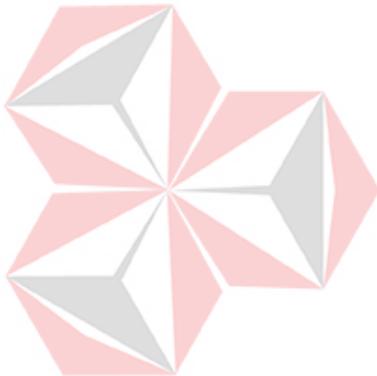
### 3.2.1 Garis (*line*)

Garis merupakan unsur desain paling dasar yang telah digunakan oleh masyarakat dalam membuat sebuah karya. Garis berupa hasil goresan diatas suatu permukaan sebagai alat penanda suatu media.

Menurut Bambang Irawan pada dalam buku dengan judul “Dasar – dasar desain” (Irawan Bambang, 2013), ada 3 macam jenis garis, antara lain :

a. Garis organik

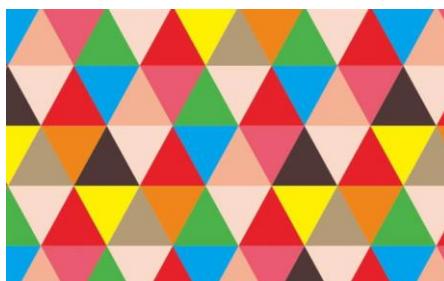
Disebut organik karena mereka mengadopsi berbagai bentuk di alam, maka hasil garis organik memiliki bentuk yang bebas.



**Gambar 3.1 Contoh garis organik**  
(sumber : smpn55sby.sch.id)

b. Garis geometris

Garis yang terbentuk karena adanya bantuan sebuah alat. Bila kedua ruas digabungkan, akan membentuk suatu bidang seperti bidang persegi, segitiga dan lingkaran.



**Gambar 3.2 Contoh garis geometris**  
(sumber : moondoggiesmusic.com)

c. Garis batas

Mereka terbentuk karena adanya pertemuan antara 2 permukaan berbeda baik dari segi warna maupun kedudukannya.

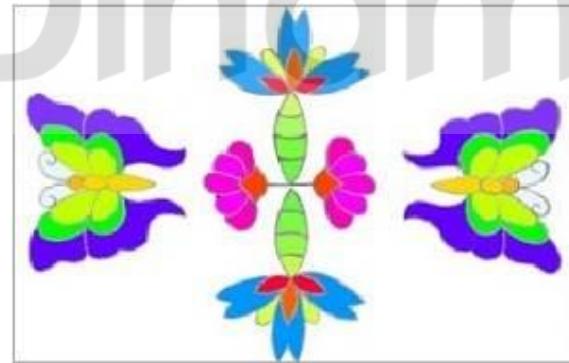
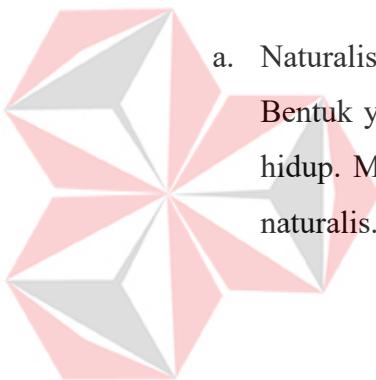
### 3.2.2 Bentuk (*shape*)

Bentuk adalah hasil dari beberapa garis yang membentuk suatu area atau bidang. Semua benda memiliki bentuk masing – masing yang membuat benda tersebut gampang dikenali dan berbeda dengan lainnya. Bentuk hanya dapat terlihat berbentuk bila dapat dilihat dari segala arah.

Bentuk pun juga memiliki berbagai macam jenis, bentuk – bentuk tersebut diantaranya :

a. Naturalis

Bentuk yang dapat berubah dan melalui siklus pertumbuhan seperti makhluk hidup. Manusia, tumbuhan dan hewan menjadi beberapa contoh dari bentuk naturalis.



**Gambar 3.3 Contoh bentuk naturalis**

(sumber : fitinlive.com)

b. Geometris

Bentuk yang mampu diukur. Bentuk yang selalu kita lihat dalam kehidupan sehari – hari seperti persegi, segitiga, lingkaran dan yang lainnya.



**Gambar 3.4 Contoh bentuk geometris**

(sumber : kreasa.id)

c. Dekoratif

Bentuk yang diciptakan dari bentuk asli dan dimodifikasi atau diubah dengan masih adanya unsur bentuk asli tersebut. Corak pada baju dan berbagai hiasan pada benda mengandung banyak bentuk dekoratif.



**Gambar 3.5 Contoh bentuk dekoratif**

(sumber : sonora.id)

#### d. Abstrak

Tidak mengikuti bentuk apapun, tetapi masih memegang aspek dari prinsip desain. Bentuk abstrak juga merupakan bentuk yang tidak terdefinisi dikarenakan bentuk mereka yang tak dapat dikelompokkan pada bentuk normal. Rambu lalu lintas salah satu contoh dari penggunaan bentuk abstrak.



**Gambar 3.6 Contoh bentuk abstrak**  
(sumber : detik.com)

#### 3.2.3 Simbol (*symbol*)

Simbol merupakan sebuah bentuk atau pola yang memiliki arti atau makna. Simbol digunakan sebagai lambang atau isyarat utama untuk menunjukkan ciri khas dari suatu organisasi. Simbol juga menjadi perantara di dunia sehari – hari kita dalam menghasilkan suatu makna, membuat mereka menjadi sistem representasi mengungkapkan ide – ide suatu benda (Havidz Ichsan, 2020).



**Gambar 3.7 Simbol rambu lalu lintas**

(sumber : safetysign.co.id)

### 3.2.4 Tekstur (*texture*)

Tekstur adalah bagian desain yang memberikan rasa suatu permukaan bahan pada karya. Tekstur diciptakan untuk menonjolkan suatu bahan pada karya baik karya bentuk nyata atau semu (Adi Nugroho Setyo, 2021). Tekstur juga merupakan keadaan suatu permukaan yang timbul dan mampu dirasakan oleh indera peraba.



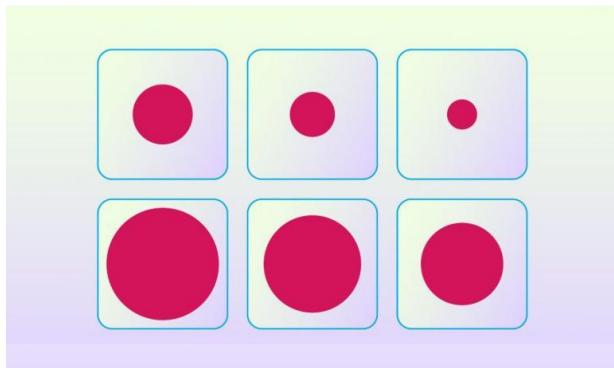
Gambar 3.8 Beberapa contoh gambar tekstur

(sumber : mikirbae.com)

Dengan indera peraba, kita mampu merasakan halus atau kasar suatu permukaan pada benda dan dengan indera penglihatan kita mampu mendeskripsikan suatu tekstur dari apa yang terlihat di permukaan tersebut. Dengan adanya tekstur, kita mampu mengetahui karakteristik dan kualitas permukaan dengan material lainnya (Wahyu Lestari Devy, 2023).

### 3.2.5 Ukuran (*size*)

Ukuran adalah unsur desain yang mendeskripsikan besar kecilnya suatu objek. Ukuran digunakan sebagai patokan utama seberapa menonjolnya tiap desain yang digunakan. Perpaduan antar besar kecilnya suatu desain dapat membuat hasil desain tersebut menghasilkan kontras yang seimbang.

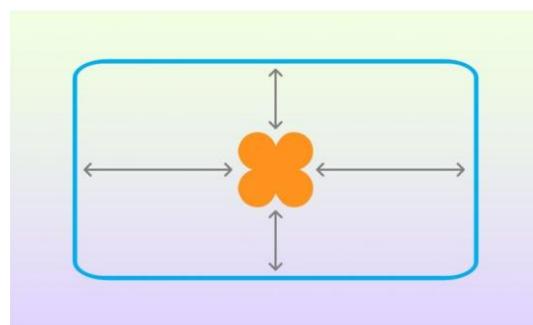


**Gambar 3.9 Macam – macam jenis ukuran (*size*)**

(sumber : idseducation.com)

### 3.2.6 Ruang (*space*)

Ruang yang dimaksud adalah tiap jarak antar desain. Ruang merupakan salah satu hal penting yang dibutuhkan dalam menghasilkan desain yang mampu dimengerti oleh orang lain dan enak untuk dilihat. Tak adanya ruang mampu membuat suatu desain terlihat berantakan dan susah dicerna oleh orang lain.

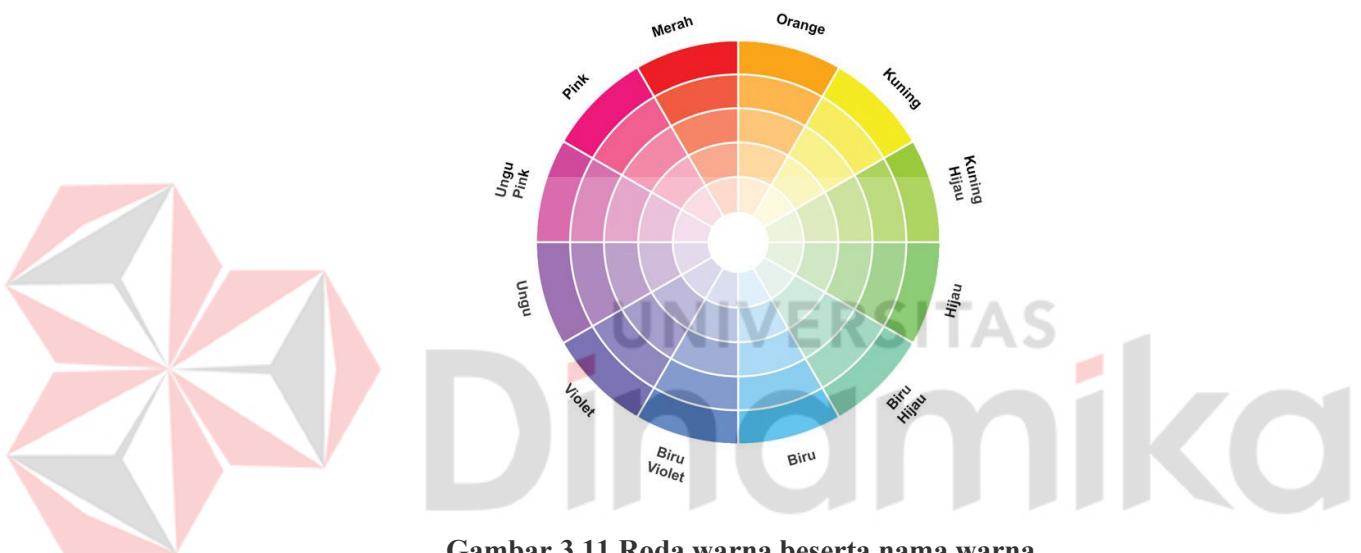


**Gambar 3.10 Bentuk ruang (*space*)**

(sumber : idseducation.com)

### 3.2.7 Warna (*color*)

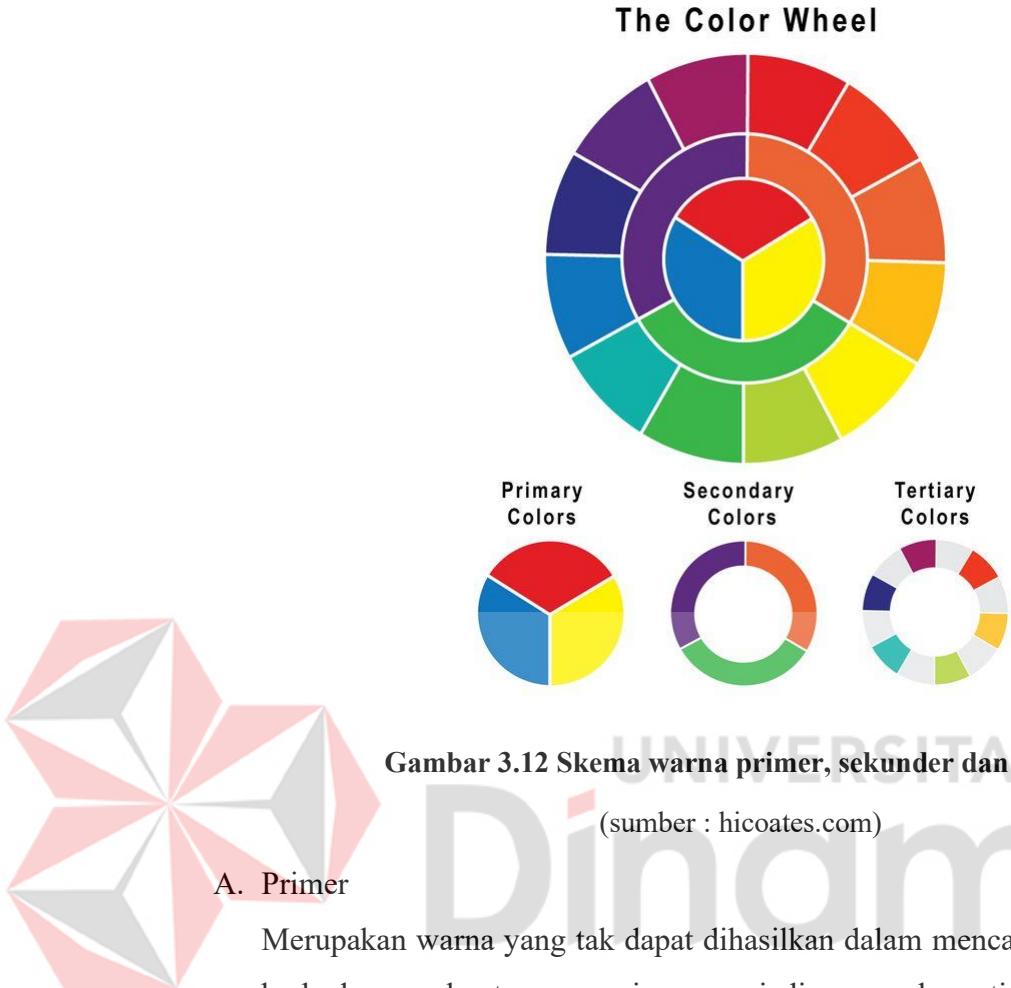
Warna selalu menjadi hal utama yang dilihat dari hasil akhir desain. Warna sendiri sering diartikan sebagai suatu pemahaman langsung yang dihasilkan oleh indera penglihatan manusia yang dihasilkan dari efek cahaya yang dipancarkan. Istilah warna dalam desain merupakan salah satu hal terpenting yang mempengaruhi daya tarik suatu benda ataupun desain (Luzar Laura Christina, 2011). Warna menciptakan suatu ide, mengekspresikan emosi yang ingin diinterpretasikan oleh tiap desainer serta memberikan sebuah simbolisme pada suatu desain.



Gambar 3.11 Roda warna beserta nama warna

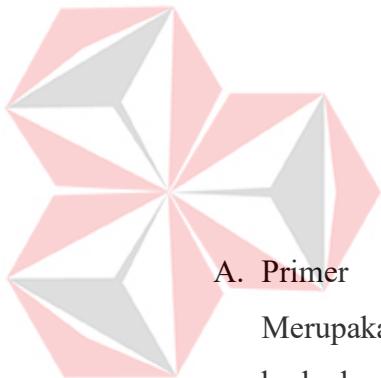
(sumber : machung.ac.id)

Warna tak hanya sekedar estetika, tetapi juga menjadi pembawa suasana desain sehingga pesan yang ingin disampaikan oleh desainer tersebut tercapai. Warna memiliki berbagai macam jenis, yang sering dikenal merupakan pembagian warna primer, sekunder dan tersier yang berasal dari roda warna (*color wheel*) dibuat oleh David Brewster pada tahun 1831. Penjelasan macam warna tersebut adalah :



Gambar 3.12 Skema warna primer, sekunder dan tersier

(sumber : hicoates.com)



#### A. Primer

Merupakan warna yang tak dapat dihasilkan dalam mencampur 2 warna yang berbeda, membuat warna primer menjadi warna dasar tiap warna yang ada. Contoh dari warna primer adalah biru, merah dan kuning.

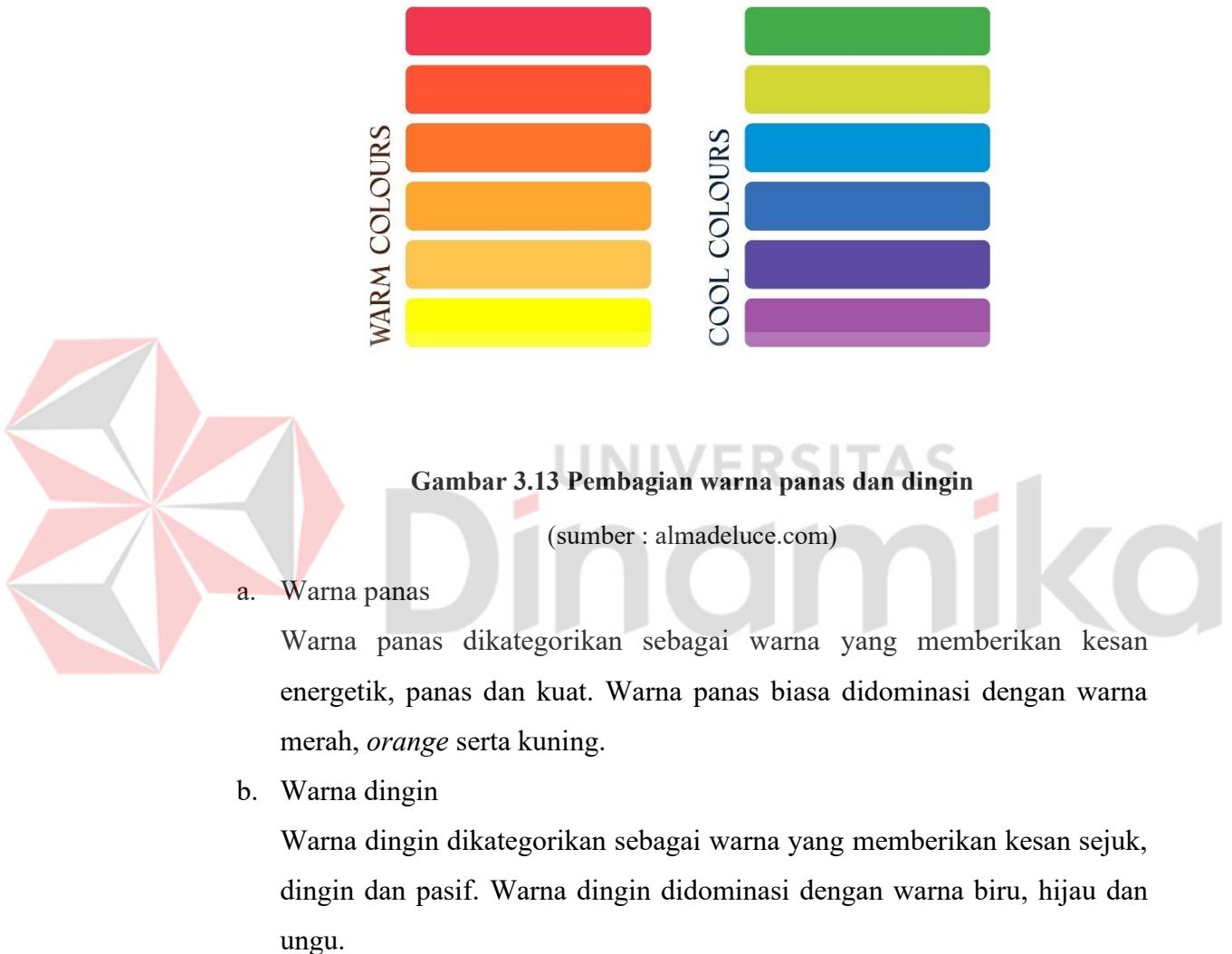
#### B. Sekunder

Merupakan campuran dari 2 warna primer. Beberapa warna sekunder berupa hijau berasal dari campuran biru dan kuning, *orange* berasal dari campuran merah dan kuning serta ungu campuran biru dan merah.

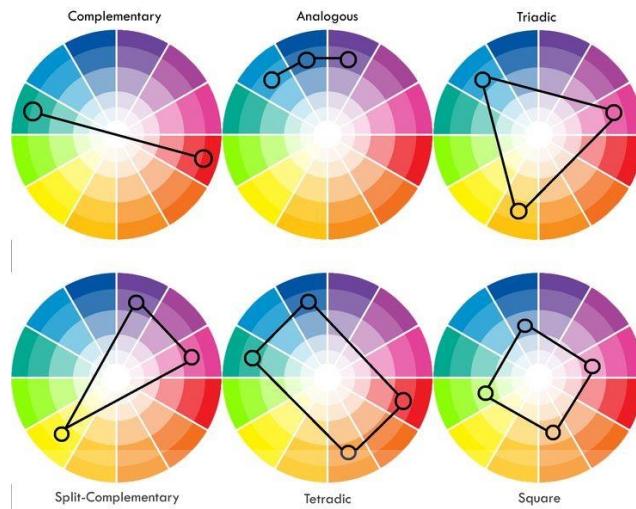
#### C. Tersier

Berasal dari campuran warna primer dan sekunder. Walau begitu, tak semua warna dari kedua kelompok dapat dicampur untuk menghasilkan suatu warna baru. Contoh dari warna tersier adalah magenta, hasil campuran dari warna primer merah dengan warna sekunder ungu.

Tak hanya pembagian warna primer, sekunder dan tersier, pembagian warna juga dibagi menjadi 2 macam, yaitu warna panas dan warna dingin. Pembagian warna tersebut diantaranya :



Ada juga pembagian warna berdasarkan keharmonisannya dengan warna lainnya. Pembagian warna tersebut berdasarkan Universitas Binus (binus university, 2015) adalah :



**Gambar 3.14 Skema pembagian warna berdasarkan keharmonisan**

(sumber : jasalogo.id)

### 1. Warna Komplementer

Merupakan warna yang terletak bersebrangan dalam roda warna dan menghasilkan perpaduan yang kontras satu sama lain. Contoh perpaduan warna menjadi warna komplementer adalah merah – hijau, ungu – kuning dan biru – orange.

### 2. Warna Analogous

Kelompok warna yang terletak berdekatan dengan warna lainnya dimana membuat kontras harmonis dan terlihat natural. Contoh perpaduan warna menjadi warna analogous adalah hijau – hijau kuning – kuning, merah – merah orange – orange.

### 3. Warna Triadic

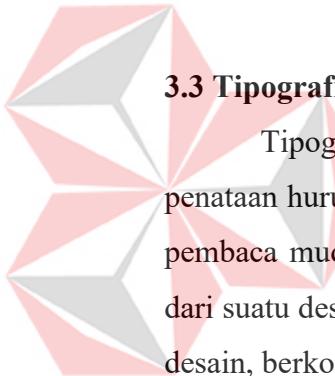
Sekelompok warna kontras dengan membentuk segitiga sama sisi dengan ketiga sudut bertemu dengan 3 warna yang akhirnya menjadi warna triadic. Contoh dari perpaduan warna triadic adalah hijau – ungu – orange, merah – kuning – biru.

### 4. Warna Tetradic

Merupakan perpaduan antara 2 warna komplementer, kombinasi antara warna panas dan dingin.

### 5. Warna Split Komplementer

Merupakan skema warna berupa 1 warna dasar dan 2 warna sekunder yang terletak berdekatan dalam roda warna.



### 3.3 Tipografi

Tipografi adalah salah satu ilmu dalam dunia seni atau desain mengenai penataan huruf, penggunaan huruf pada desain dan penyusunan kata – kata agar para pembaca mudah membacanya (Rinanda, 2016). Tipografi salah satu bagian penting dari suatu desain yang bertujuan menjadi sarana utama dalam menyebarkan informasi desain, berkomunikasi dengan pembaca dan menjadi penarik utama dalam desain.

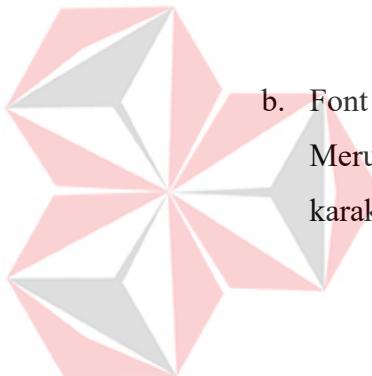
Dalam tipografi, jenis tipografi terbagi menjadi 4 jenis tipografi yang biasa ditemui dalam suatu desain, antara lain :

a. Font *Sans serif*

Merupakan font yang tak memiliki sapuan atau busur akhir pada ujung tiap karakter huruf. Kalimat sans memiliki arti “tanpa”, membuat font *sans serif* tak memiliki busur akhir.

## *Sans-Serif*

Abc



b. Font *Serif*

Merupakan font yang memiliki sapuan atau busur akhir di tiap ujung karakter huruf, membuatnya terlihat rapi.

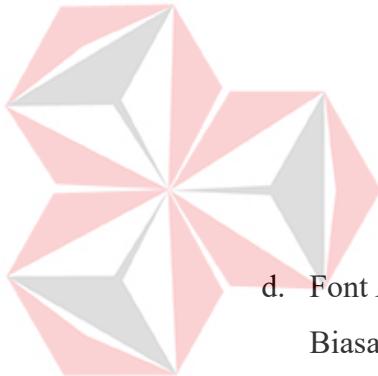
**Gambar 3.15 Bentuk font *sans serif***  
(sumber : newenglandrepro-com)



**Gambar 3.16 Bentuk font *serif***  
(sumber : design-tutsplus.com)

### c. Font *Script*

Merupakan sebutan lain dari font kaligrafi, lebih mengutamakan perasaan dan sering dihasilkan oleh hasil tangan manusia.



### d. Font *Decorative*

Biasa digunakan sebagai tagline atau judul. Font *decorative* memiliki ciri ornamental atau hiasan.



**Gambar 3.18 Bentuk font *decorative***  
(sumber : fontkong.com)

### 3.4 Instagram



**Gambar 3.19 Logo Instagram**

(sumber : logos-world.net)

Hingga sekarang, masih banyak masyarakat menggunakan Instagram sebagai media sosial dalam membagikan postingan foto atau video dengan pengguna lainnya. Dengan banyaknya pengguna Instagram di Indonesia per Januari 2025 berupa 91 juta dan sekitar 85 persen pengguna Instagram di Indonesia membuatnya menepati posisi keempat pengguna Instagram terbanyak di dunia setelah negara Brazil, Amerika dan India (Kemp, 2025).

Instagram sendiri merupakan aplikasi sosial berfokus pada *sharing* foto dan video dengan pengguna lain secara *instant*. Kata Instagram berasal dari kata “instan” berartikan *instant* serta kata “gram” dari kata telegram yang berartikan cepat dalam mengirimkan informasi kepada orang lain.

Dibentuk oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger pada bulan Oktober 2010 bersama perusahaan Burn.inc. Sesudahnya terbitnya Instagram, banyak pengguna sekitar 7 juta hingga 8 juta pengguna baru Instagram berdatangan dan tetap meningkat hingga sekarang. Penggunaan Instagram dalam penyebaran informasi sangat penting dengan adanya banyak fitur dari Instagram yang memudahkan kegiatan *sharing* kepada pengguna Instagram lainnya secara efektif. Selain fitur utama Instagram *post*, ada beberapa fitur lain yang selalu digunakan oleh penggunanya, adalah :

#### A. Instagram story

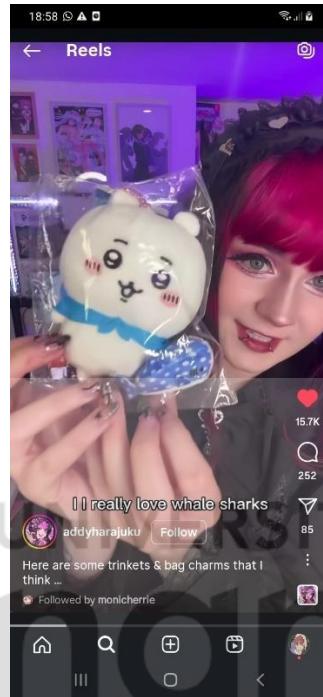
Salah satu fitur favorit para pengguna Instagram dimana mereka mampu membagikan foto atau video dengan jangka waktu 24 jam, sehingga banyak followers ataupun pengguna lain melihatnya. Ditambah lagi dengan adanya fitur edit, pengguna mampu menambah teks, stiker serta filter sehingga membuat *story* pengguna tersebut terlihat menarik.



**Gambar 3.20 Bentuk Instagram story**  
(sumber : penulis)

## B. Video *reels*

Fitur Instagram berupa video dengan durasi sekitar 15 – 60 detik dengan tujuan mempromosikan, saran konten dan membagikan kepada pengguna lain ataupun *followers* kita sebagai sarana kreatif dalam Instagram.



Gambar 3.21 Bentuk *video reels* Instagram

(sumber : penulis)

## C. *Caption* dan *Hashtag*

Pengguna Instagram selalu memanfaatkan *caption* dan *hashtag* untuk mempromosikan konten mereka ke pengguna lain. Penggunaan *caption* dengan adanya kata – kata menarik, memberikan cerita menarik yang memberikan konteks pada unggahan dan menggunakan *emoji* sehingga dapat menarik pengguna Instagram lain.



**Gambar 3.22 Bentuk *caption* dan *hashtag* Instagram**  
(sumber : mashmoshem.co.id)

*Hashtag* juga berguna dalam mempromosikan konten yang kita unggah, dengan memberikan hashtag sesuai konten yang diunggah dapat menarik pengguna yang tertarik ataupun baru dengan kategori konten tersebut. Hashtag berguna dalam mengelompokkan konten – konten tertentu dan mudah dicari dalam *search hashtag* tersebut.

#### D. Fitur berbagi foto dan video

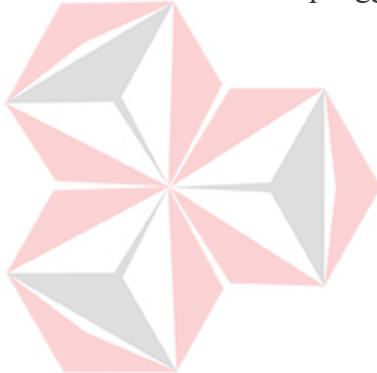


**Gambar 3.23 Bentuk fitur berbagi foto dan video**  
(sumber : penulis)

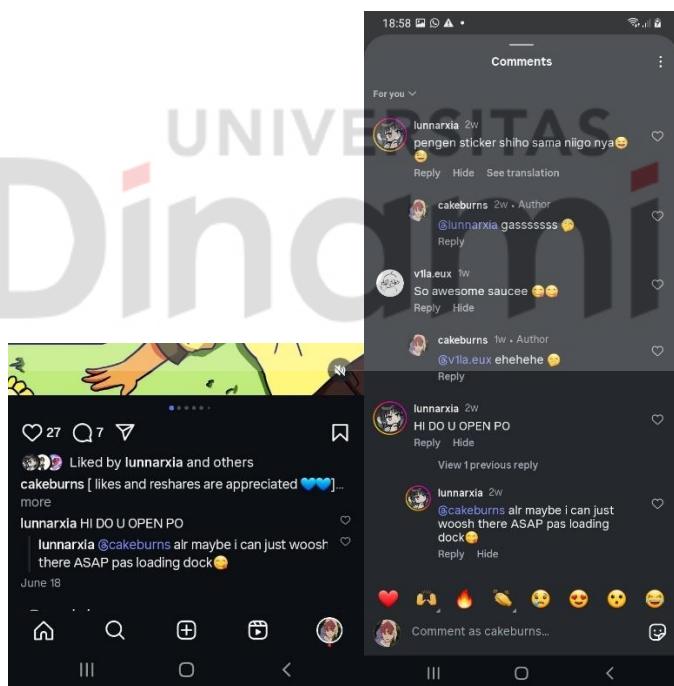
Fitur utama Instagram dalam membagikan atau mempromosikan konten foto dan video kepada pengguna lain. Fitur ini bisa digunakan sebagai platform kreativitas dalam hal estetika ataupun *identity visual*. Fitur ini juga digunakan sebagai alat promosi suatu produk ataupun organisasi dan mampu berinteraksi dengan pengguna yang tertarik dengan konten produk atau organisasi tersebut.

#### E. Likes dan Comment

Fitur *likes* dan *comment* menjadi jembatan apresiasi pengguna dalam unggahan tiap pengguna lain. Dengan memberikan *like*, kita memberikan apresiasi pada konten yang kita sukai dan berinteraksi lebih lanjut dengan memberikan *comment* pada konten tersebut serta berinteraksi dengan pengguna lain yang menyukai konten tersebut.



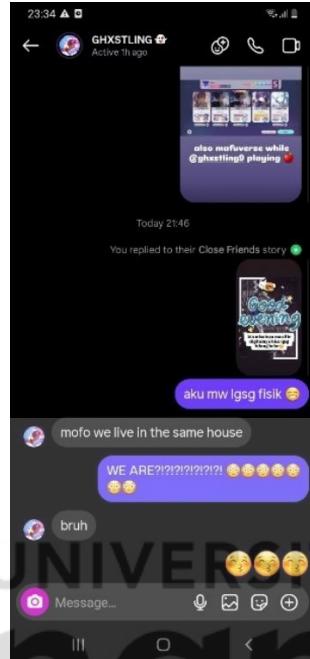
UNIVERSITAS  
Dindinika



**Gambar 3.24 dan 3.25 Bentuk *likes* dan *comment* Instagram**  
(sumber : penulis)

#### F. DM (*direct message*)

Dengan fitur ini, kita dapat berinteraksi secara pribadi dengan pengguna lain. Kita juga dapat mengirimkan foto, video dan link dalam DM (*direct message*) serta menjadi platform tanya jawab mengenai konten produk.



**Gambar 3.26 Bentuk DM (*direct message*) Instagram  
(sumber : penulis)**

### 3.5 NFT (*non-fungible token*)

NFT (*non-fungible token*) adalah aset digital yang mengandung berbagai macam informasi dalam bentuk *blockchain* dan keseluruhannya dikemas dalam bentuk token (Peniel, 2021). Ada juga menganggap NFT merupakan aset digital dalam jaringan *blockchain* yang memiliki kode identifikasi, membuat tiap NFT berbeda dan unik dengan NFT lainnya (Mochamad James Falahuddin, 2022). Aset NFT majoritas dalam bentuk gambar, tetapi juga adanya NFT dalam bentuk video, fotografi, *skin avatar game*, video game dan musik.



**Gambar 3.27 Macam – macam gambar NFT**

(sumber : [essentialdesign.net](http://essentialdesign.net))

Kata NFT berasal dari 2 kata, *fungible* dan *token*. Kata *fungible* sendiri berartikan “kemampuan suatu aset untuk ditukar dengan aset serupa” dan kata *token* berartikan “aset digital”. Dengan kedua kata digabung menjadi *non-fungible token* yang artinya aset digital yang berwujud atau tak berwujud dan memiliki nilai yang tak dapat digantikan ataupun ditukar. Walau NFT telah muncul sejak tahun 2012, kepopuleran NFT mulai melonjak pada tahun 2020 hingga 2021 dengan kemudahannya dalam menggunakan NFT, sifat keunikan yang dimiliki tiap NFT dan penghasilan cukup fantastis yang dapat menggapai kurang lebih 2 miliar.

Salah satu pilar utama yang membuat NFT popular adalah *game blockchain* Cryptokitties pada November 2017. Cryptokitties merupakan *game* dimana pengguna mengoleksi cryptokitty yang memiliki tiap keunikan masing – masing. Ada juga opsi aksesoris yang membuat cryptokitty menjadi lebih unik dan langka, membuatnya memiliki harga mahal. Banyaknya pengguna memainkan *game* ini menjadi salah satu api awal mulanya kepopuleran NFT.



**Gambar 3.28 NFT cryptokitties**

(sumber : cryptozombies.io)

### 3.5.1 Kelebihan NFT

Tentunya, ada beberapa kelebihan yang didapat dalam investasi NFT menurut blockchainmedia.id (Ahmad, 2023). Kelebihan tersebut diantaranya :

- a. Unik dan langka

Tiap NFT memiliki keunikannya sendiri, membuatnya tak dapat tergantikan dengan NFT lainnya.

- b. Aset digital yang mudah diperjual beli

Dengan mudahnya NFT diperjual belikan, NFT juga mudah diperdagangkan dalam dunia crypto. Transaksi NFT yang cepat dan aman memudahkan para penjual dan pembeli dalam melakukan kegiatan transaksi jual beli.

- c. Dapat menjadi sumber penghasilan yang menguntungkan

Melakukan investasi NFT dapat menguntungkan bagi para seniman, dimana mereka mampu menghasilkan karya serta menjualbelikan hasil karya mereka dalam bentuk NFT.

Para investor NFT juga mendapatkan hasil menguntungkan dalam menjual aset mereka menjadi NFT dan menghasilkan penghasilan fantastis.

- d. Keamanan aset digital

NFT memiliki keamanan yang tinggi dimana mereka dilindungi dengan teknologi blockchain. Dengan perlindungan teknologi blockchain, tiap NFT mampu dilacak serta diverifikasi dengan tujuan pengurangan pencurian aset digital.

### 3.5.2 Kekurangan NFT

Dengan adanya kelebihan, tentunya juga berdampingan dengan kekurangannya. Kekurangan dari investasi NFT adalah :

a. Masalah lingkungan

Teknologi *blockchain* sebagai pelindung NFT memerlukan energi gas yang sangat besar agar mampu berjalan. Dengan banyak diperlukannya energi gas, limbah yang dibuang dapat menjadi faktor utama kerusakan lingkungan sekitar. Tentunya ada aplikasi solana, aplikasi NFT ramah lingkungan tapi tetap saja harus membutuhkan banyak energi gas agar dapat berjalan.

b. Pasar spekulatif

Nilai NFT masih tak bisa diukur sebagai nilai investasi nilai panjang karena masih bersifat spekulatif dan tidak stabil, membuat harga NFT yang tinggi bisa jadi melonjak kebawah keesokan harinya.

c. Biaya yang mahal

Biaya pembuatan dan menjual NFT sangat tinggi sehingga hanya beberapa orang tertentu yang mampu membiayai kedua kegiatan tersebut

d. Kurangnya likuiditas (*liquidity*)

Kegiatan likuiditas dalam dunia NFT masih sangat terbatas. Hal ini membuat penjual kesulitan dalam menjual NFT mereka dalam jumlah besar serta mendapatkan harga pasti untuk NFT mereka dengan cepat.

## **BAB IV**

### **DESKRIPSI PEKERJAAN**

#### **4.1 Deskripsi Pekerjaan**

Tugas utama yang diberikan pihak Jogja Painting pada penulis adalah mendesain Instagram *post* berisikan informasi mengenai NFT. Penulis juga diberikan tugas membuat ilustrasi dalam desain tersebut dengan tujuan sebagai desain tambahan beserta sarana penjelasan mengenai informasi yang diangkut dalam Instagram post tersebut.

Pihak Jogja Painting telah memberikan elemen – elemen desain yang harus digunakan dalam Instagram *post* sehingga setiap desain postingan terlihat konsisten.

Proses penggerjaan desain Instagram *post* antara lain :

- a. Perancangan konsep yang digunakan
- b. Pembuatan sketsa desain
- c. Pembuatan desain Instagram *post*

Aplikasi yang akan digunakan dalam proses mendesain Instagram post Jogja Painting adalah Adobe Illustrator 2020, sedangkan aplikasi yang akan digunakan dalam membuat ilustrasi tambahan akan menggunakan MediBang Paint Pro.



**Gambar 4.1 dan 4.2 Aplikasi Adobe Illustrator dan MediBang Paint Pro**

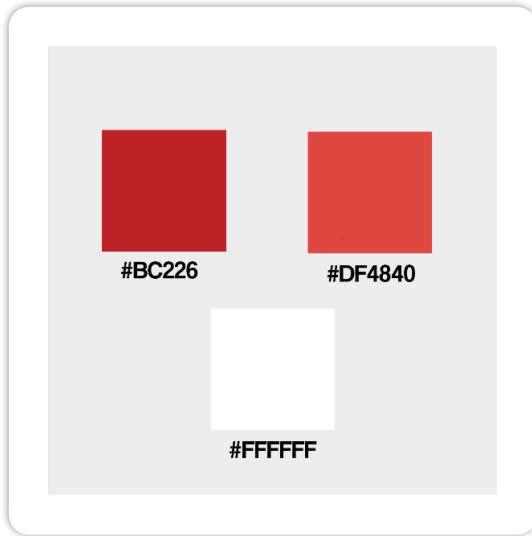
(sumber : penulis)

## 4.2 Ide dan Konsep

Pencarian ide dan konsep diawali dengan membaca informasi – informasi yang telah dipilah oleh bagian divisi *copywriting* dan memulai *brainstorming* ide desain beserta melihat referensi sesuai dengan tema dengan informasi yang telah terkumpul. Tentunya, ide akan disesuaikan dengan yang diperlukan oleh pihak Jogja Painting. Ada beberapa elemen desain yang diwajibkan dalam Jogja Painting, diantaranya :

### A. Warna

Warna yang digunakan dalam desain Instagram *post* adalah warna #BC226 dan warna #DF4840 dengan tambahan warna #FFFFFF. Warna #BC226 dan #DF4840 memiliki arti *passionate*, semangat dan kekuatan. Penggunaan kedua warna tersebut pada desain Instagram post mengartikan *passion* yang dimiliki Jogja Painting dalam membagikan informasi mengenai NFT kepada masyarakat Indonesia serta harapan dari Jogja Painting mampu memberikan semaksimalnya dalam membagikan informasi mengenai NFT. Tambahan warna #FFFFFF dalam desain ini menyeimbangkan kedua warna utama, #BC226 dan #DF4840 sehingga desain tak terlihat biasa dan tak hanya menggunakan sekedar warna merah.



**Gambar 4.3 Warna yang digunakan dalam desain Instagram post**  
(sumber : penulis)



#### B. Tipografi

Tipografi yang akan digunakan dalam desain Instagram post ada 2 font. Font pertama merupakan font Coolvetica yang digunakan sebagai judul post beserta sub judul post. Penggunaan font Coolvetica sebagai judul dan sub judul bertujuan menonjolkan judul dari Instagram post, membuat para pengguna Instagram tertarik untuk melihat postingan tersebut berkat font Coolvetica.



**Gambar 4.4 Font Coolvetica**  
(sumber : [samsungfontsapk.com](http://samsungfontsapk.com))

Font kedua adalah font Myriad variable. Font digunakan sebagai isi informasi dalam Instagram post. Penggunaan font Myriad variable bertujuan tak bertabrakan dengan font Coolvetica dan tak membuat pengguna kesusahan membaca isi informasi postingan tersebut.

## Myriad Variable

The quick brown fox jumps over the lazy dog

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm

Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

1234567890 (.,!#%&\*/@:;)

## Penultimate

The spirit is willing but the flesh is weak

## SCHADENFREUDE

3964 Elm Street and 1370 Rt. 21

<https://fonts-online.ru> info@fonts-online.ru

**Gambar 4.5 Font Myriad variable**  
(sumber : online-fonts.com)

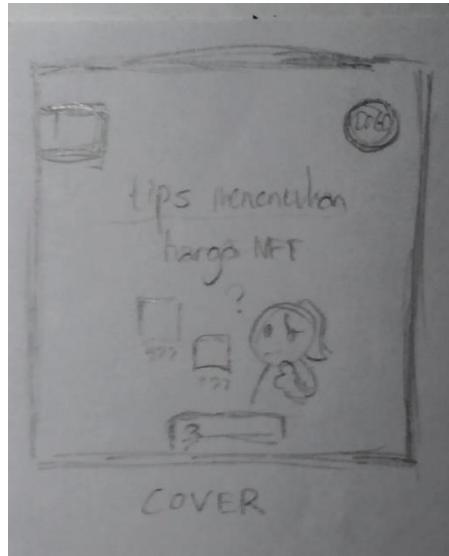


### 4.3 Proses Sketsa Desain

Sebelum mulai mendesain secara digital, dibutuhkannya sketsa manual sebagai patokan awal dalam mendapatkan desain yang sesuai dengan kebutuhan serta konsep dari pihak Jogja Painting. Dengan adanya sketsa manual, dapat memudahkan penulis saat mendesain secara digital.

Berikut merupakan sketsa – sketsa untuk Instagram post mulai dari halaman pertama hingga halaman terakhir Instagram post.

#### 4.3.1 Sketsa halaman cover



Gambar 4.6 Sketsa cover post

(sumber : penulis)

Diatas merupakan sketsa untuk cover Instagram *post*. Desain Instagram menggunakan ukuran 4500 x 5625 pixel agar mampu menampilkan tiap elemen desain dengan maksimal. Judul post menggunakan font Coolvetica dan diletakkan ditengah desain, memudahkan pengguna Instagram membaca judul post dengan ukuran font 74 pt. Dibawah judul ada ilustrasi seseorang terlihat bingung melihat karyanya berukuran sekitar 800 x 640 px.

Pojok kiri atas ada logo FYI, salah satu tema informasi dari Instagram *post* tersebut dengan ukuran 177 x 113 px. Pojok kanan atas merupakan logo id.nft, salah satu sub grup dalam Jogja Painting berfokus pada NFT berukuran 82,7 x 93 px. Ditambah juga nama website dari id.nft diletakkan dibawah ilustrasi dengan ukuran 34 pt.

#### 4.3.2 Sketsa halaman pertama



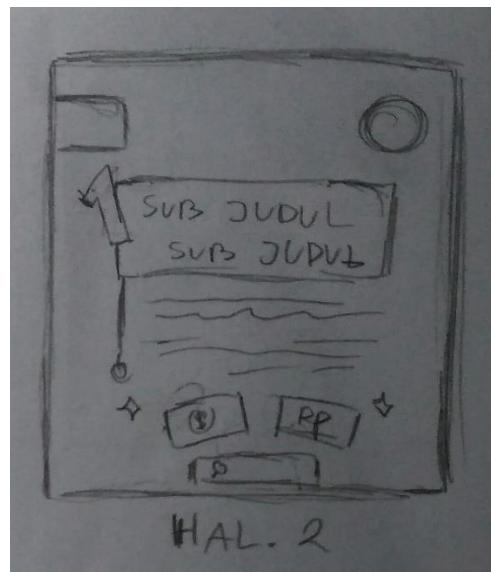
Gambar 4.7 Sketsa halaman pertama post

(sumber : penulis)

Sketsa diatas menjadi pembuka dari Instagram *post*, dengan desain kotak menyerupai papan banner berisikan penjelasan mengenai susahnya para *artist* yang ingin memberikan harga NFT yang tidak terlalu mahal maupun murah dengan menggunakan font myriad variable dan ukuran font 12 px serta ukuran kotak berkisar 812 x 661 px.

Dibawah penjelasan merupakan ilustrasi seseorang melihat ke penjelasan diatas dan terlihat bingung dengan nama website diletakkan disebelah ilustrasi karena posisi ilustrasi tak dapat membuat nama website diletakkan dibawah seperti desain sebelumnya. Tentu saja, kedua logo di pojok kiri dan kanan atas sama seperti dalam desain sebelumnya serta ukuran yang sama.

### 4.3.3 Sketsa halaman kedua



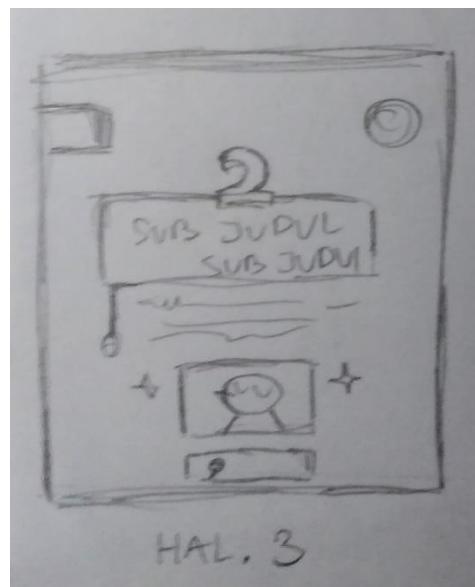
Gambar 4.8 Sketsa halaman kedua *post*

(sumber : penulis)

Dalam sketsa halaman kedua mulai masuk dalam tips – tips dalam menentukan harga NFT. Agar tak terlihat biasa, desain sub judul dilengkapi dengan elemen nomer 1 dengan ukuran 222 pt, membuatnya terlihat besar dan sub judul yang akan menjadi letak tips pertama dalam Instagram *post* ini dengan menggunakan font Coolvetica dengan ukuran 67 pt. Dibawah sub judul berisikan penjelasan dengan font Myriad variable dengan ukuran 12 pt.

Tips pertama membahas mengenai pengeluaran dalam membuat dan menjual NFT, sehingga ilustrasi yang digunakan merupakan uang yang berhubungan dengan konteks penjelasan dari tips tersebut. Ukuran yang digunakan dalam ilustrasi berukuran 618 x 494 px. Letak logo di pojok kiri dan kanan atas sama seperti dalam desain sebelumnya dan nama website kembali terletak dibawah ilustrasi dengan ukuran yang sama seperti desain sebelumnya.

#### 4.3.4 Sketsa halaman ketiga



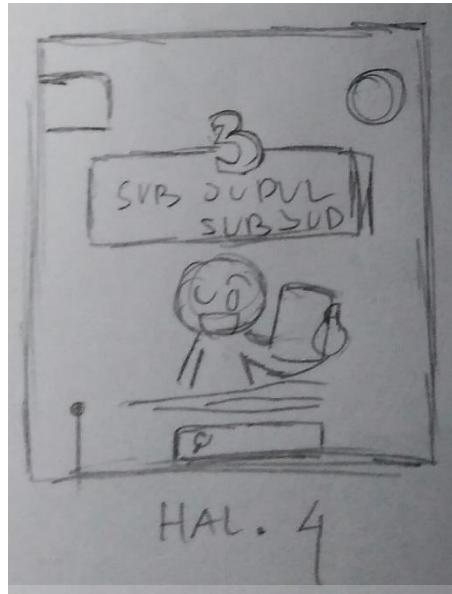
Gambar 4.9 Sketsa halaman ketiga *post*

(sumber : penulis)

Sketsa halaman ketiga berlanjut ke tips selanjutnya, dengan posisi nomer 2 diletakkan diatas sub judul memiliki ukuran sekitar 200 pt. Sub judul berada dibawah nomer 2 dengan ukuran disamakan dengan ukuran dan font dalam halaman sebelumnya, berupa 67 pt. Seperti halaman sebelumnya, teks penjelasan terletak dibawah sub judul dengan ukuran dan font yang sama sesuai dengan teks penjelasan dalam halaman sebelumnya.

Ilustrasi berupa karya NFT, terlihat mewah karena berhubungan dengan tips tersebut, kelangkaan dan kegunaan karya NFT menjadi tolak ukur dalam menentukan harga. Ukuran yang digunakan dalam ilustrasi berupa 710 x 568 px.

#### 4.3.5 Sketsa halaman keempat



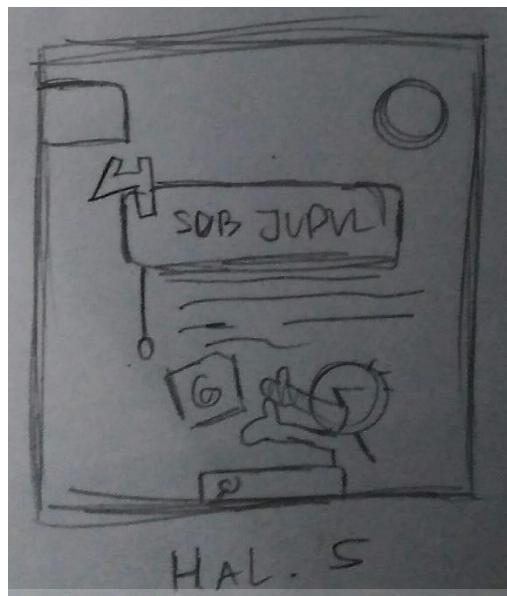
Gambar 4.10 Sketsa halaman keempat *post*

(sumber : penulis)

Sketsa halaman keempat memiliki beberapa perbedaan dengan halaman sebelumnya. Letak ilustrasi dan teks penjelasan tukar posisi dengan tujuan menekankan ilustrasi yang digunakan dalam halaman keempat. Desain nomer 3 dan sub judul untuk halaman keempat mengikuti bentuk desain dari halaman sebelumnya dengan ukuran dan font yang sama.

Ilustrasi menunjukkan seseorang yang sedang memamerkan karya NFT mereka yang menyesuaikan dengan tips selanjutnya berupa reputasi dari pengembang NFT. Ukuran dari ilustrasi berupa 718 x 516 px. Dibawah ilustrasi berupa teks penjelasan menggunakan ukuran dan font yang sama dengan halaman sebelumnya.

#### 4.3.6 Sketsa halaman kelima



Gambar 4.11 Sketsa halaman kelima *post*

(sumber : penulis)

Sketsa untuk halaman kelima kembali mengikuti desain halaman ketiga. Posisi nomer 4 disebelah kiri desain kotak sub judul dengan ukuran 222 pt. Sub judul berada ditengah halaman dengan ukuran 67 pt menggunakan font Coolvetica dan desain kotak mengelilingi sub judul dengan ukuran 925 x 157 px.

Dilanjutkan teks penjelasan dibawah sub judul menggunakan font Myriad variable dengan ukuran 12 pt dan ilustrasi berupa seseorang memperlihatkan karya NFT mereka dengan senang menggunakan ukuran 903 x 738 px.

#### 4.3.7 Sketsa halaman keenam



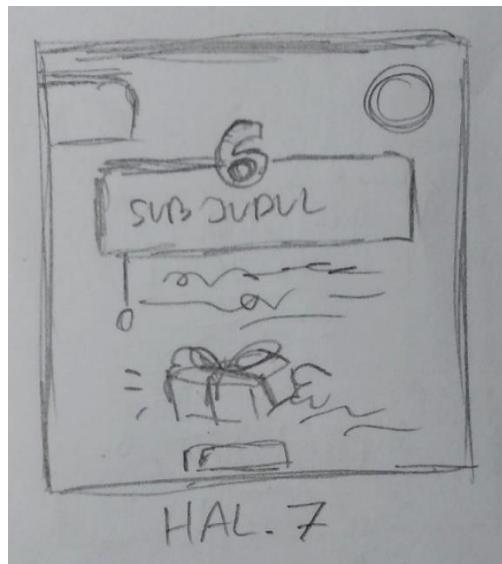
Gambar 4.12 Sketsa halaman keenam post

(sumber : penulis)

Sketsa desain dari halaman menggunakan desain seperti halaman sebelumnya, nomer 5 diposisikan kiri desain kotak sub judul dengan ukuran 222 pt. Ukuran font sub judul berupa 67 pt dan desain kotak mengelilingi sub judul berupa 1041 x 232 px.

Teks penjelasan terletak dibawah sub judul dengan ukuran 12 px menggunakan font Myriad variable serta adanya ilustrasi dibawah teks penjelasan berupa logo – logo platform NFT seperti opensea dengan ukuran 209 px, menyesuaikan tips dimana memanfaatkan platform tersebut dalam kegiatan jual beli NFT. Posisi dan ukuran logo pojok kiri dan kanan atas dan nama website dibawah ilustrasi sama seperti halaman sebelumnya.

#### 4.3.8 Sketsa halaman ketujuh



**Gambar 4.13 Sketsa halaman ketujuh post**

(sumber : penulis)

Sketsa halaman ketujuh menggunakan desain dimana posisi nomer 6 berada diatas sub judul dengan ukuran 222 px dengan tujuan menonjolkan urutan tips. Dibawah nomer 6 merupakan sub judul dengan ukuran 67 px menggunakan font Coolvetica dengan desain kotak dengan ukuran 894 x 194 px mengelilingi sub judul.

Dibawah sub judul ada teks penjelasan menggunakan font Myriad variable dengan ukuran 12 pt yang dilanjutkan dengan ilustrasi orang memberikan hadiah dengan ukuran 717 x 525 px, mengikuti tema tips yang merupakan memberikan hadiah kepada pengikut setia karya NFT.

#### 4.3.9 Sketsa halaman kedelapan



**Gambar 4.14 Sketsa halaman kedelapan post**

(sumber : penulis)

Sketsa halaman kedelapan merupakan kalimat penutup dari Instagram *post*. Digunakan ilustrasi jempol dengan ukuran 748 x 464 px mengilustrasikan apresiasi Jogja Painting kepada para pembaca yang telah membaca Instagram *post* hingga akhir. Dibawah ilustrasi merupakan kalimat penutup kepada para pembaca menggunakan font Coolvetica dengan ukuran 85 px.

Untuk posisi dan ukuran logo pojok kiri dan kanan atas beserta nama website menyerupai dengan desain halaman sebelumnya.

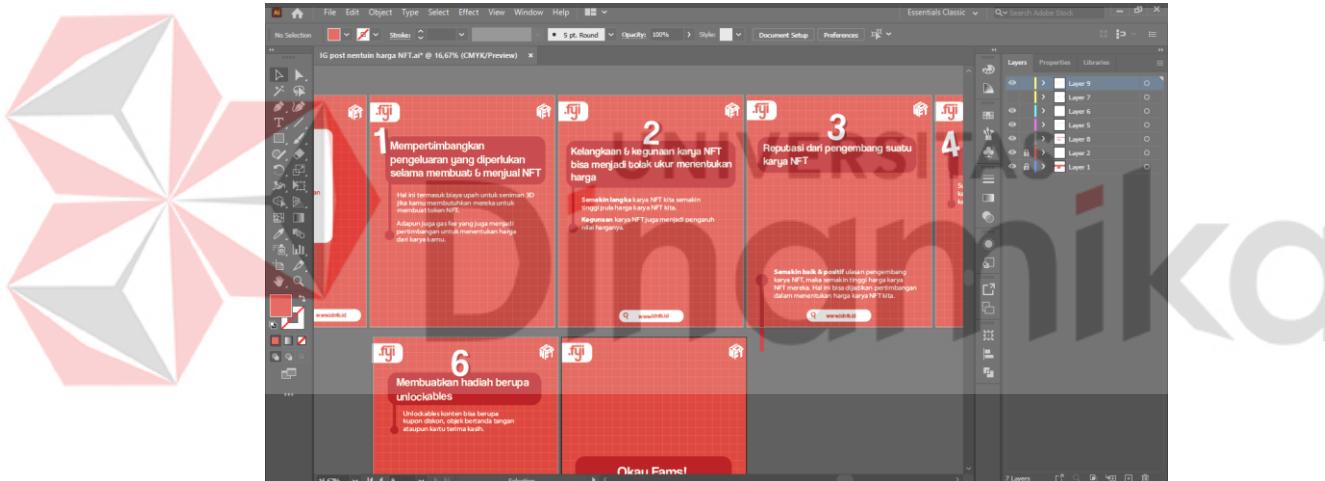
#### 4.4 Proses Digitalisasi Desain

Setelah proses sketsa desain dan beberapa revisi desain dari pihak Jogja Painting, dimulainya proses digitalisasi dari desain sketsa. Aplikasi yang digunakan dalam proses digitalisasi desain adalah Adobe Illustrator 2020. Ukuran kanvas berupa 4000 x 2850 px.



**Gambar 4.15 Proses pembuatan Instagram post**

(sumber : penulis)



**Gambar 4.16 Proses pembuatan Instagram post**

(sumber : penulis)



**Gambar 4.17 Proses pembuatan Instagram post**

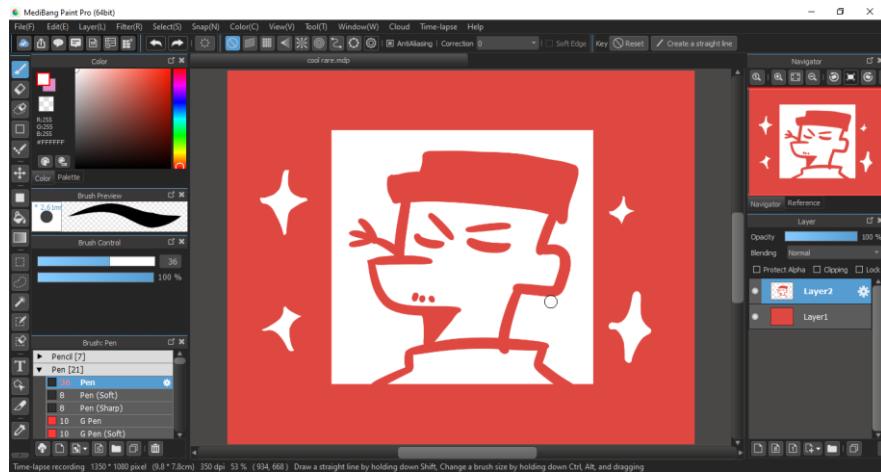
(sumber : penulis)

Untuk digitalisasi ilustrasi tambahan, penulis menggunakan aplikasi MediBang paint pro. Ukuran kanvas yang digunakan dalam tiap proses pembuatan ilustrasi 1350 x 1080 px.



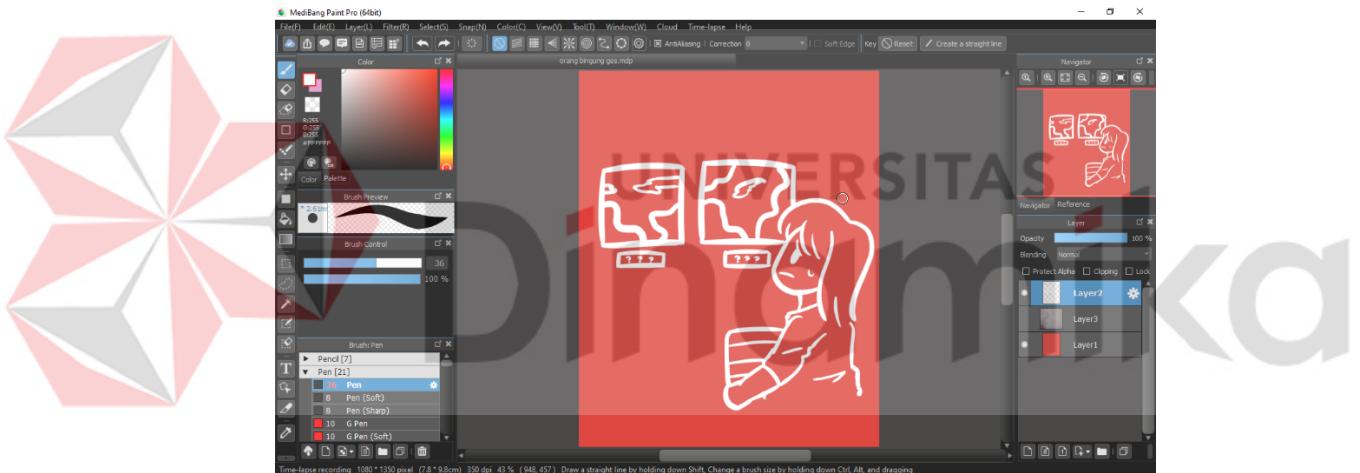
**Gambar 4.18 Pembuatan ilustrasi halaman pertama Instagram post**

(sumber : penulis)



**Gambar 4.19 Pembuatan ilustrasi halaman ketiga Instagram post**

(sumber : penulis)



**Gambar 4.20 Pembuatan halaman cover Instagram post**

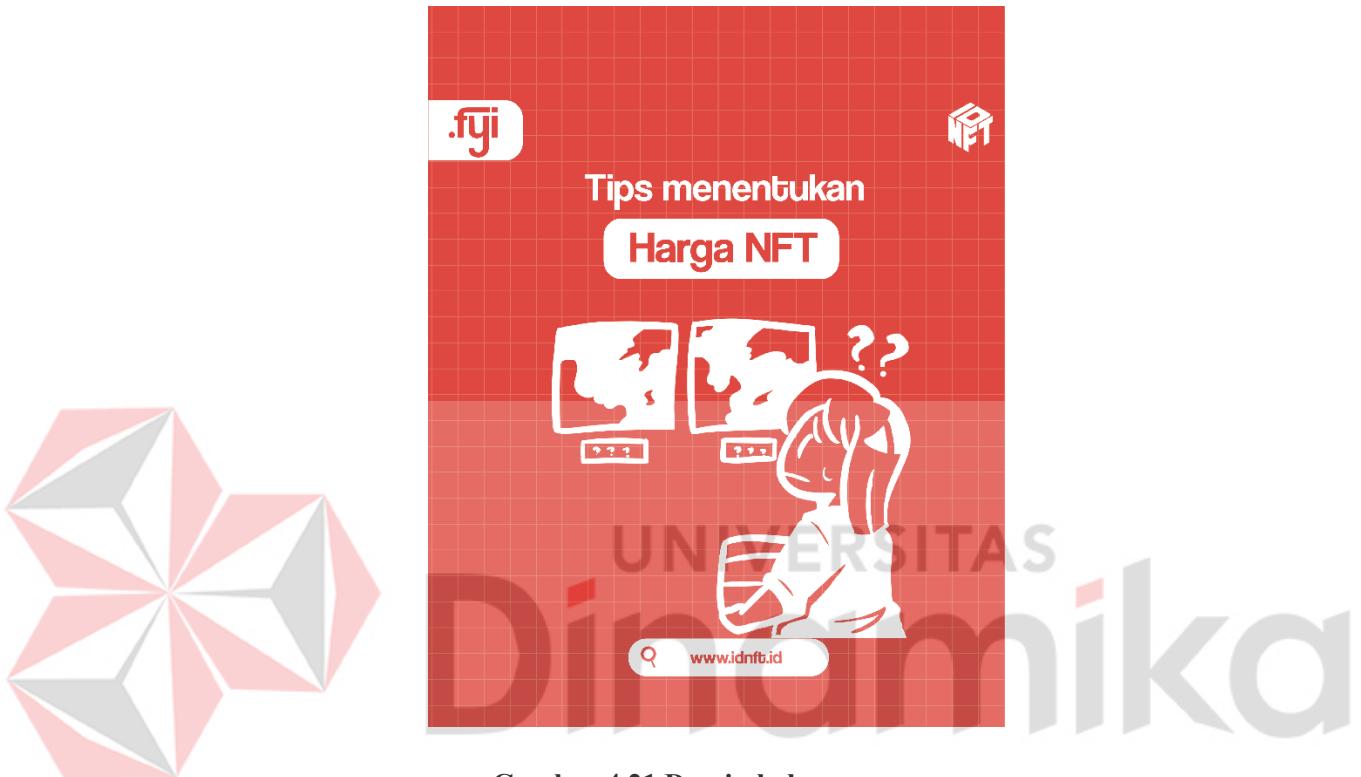
(sumber : penulis)

#### 4.5 Implementasi Karya

Setelah proses brainstorming, sketsa desain hingga proses digitalisasi desain, dengan adanya beberapa bagian yang perlu revisi dari pihak Jogja Painting akhirnya didapatkannya desain Instagram *post* yang sesuai dengan kebutuhan Jogja Painting yang kemudian akan diposting dalam akun Instagram.

Berikut dibawah hasil desain digital setiap halaman Instagram post berdasarkan konsep dan kebutuhan dari pihak Jogja Painting sehingga dapat diposting dalam akun Instagram Jogja Painting nantinya.

#### 4.5.1 Desain halaman cover



Gambar 4.21 Desain halaman cover

(sumber : penulis)

Dalam desain halaman cover, ditunjukkan judul Instagram *post* dengan tulisan “Harga NFT” terlihat menonjol dengan desain kotak terlihat seperti *highlight* dengan tujuan menekankan tema dari Instagram *post* tersebut. Dibawah judul Instagram *post* merupakan ilustrasi berupa seseorang yang terlihat bingung memberikan harga pada karya NFT mereka, mengikuti dengan tema informasi dalam postingan tersebut. Dibawah ilustrasi ditambahkan nama website sehingga para pembaca mampu mengunjungi website tersebut setelah membaca postingan tersebut.

Warna *background* desain Instagram *post* menggunakan warna merah dan warna putih pada setiap ilustrasi dan logo yang digunakan dalam halaman cover. Penggunaan warna merah dengan tujuan menonjolkan judul, ilustrasi beserta logo sehingga para pembaca dapat fokus pada setiap elemen tersebut. Logo FYI mengikuti warna background agar terlihat dengan desain *highlight* putih mengelilinginya.

#### 4.5.2 Desain halaman pertama



**Gambar 4.22 Desain halaman pertama**

(sumber : penulis)

Dalam desain halaman pertama diperlihatkan desain papan banner berisikan teks pembuka untuk Instagram post. Dibawah desain teks pembuka berupa ilustrasi seseorang bingung memilih karya NFT mereka, menyesuaikan dengan teks pembuka yang mendeskripsikan beberapa artist yang masih kebingungan dalam menentukan harga NFT mereka. Dengan penempatan ilustrasi, nama website pindah posisi di pojok

kanan bawah sehingga tak menabrak dengan penempatan ilustrasi yang digunakan dalam Instagram *post* tersebut.

Warna *background* menggunakan warna merah seperti halaman cover sehingga desain terlihat konsisten dan tidak terlalu berubah dari desain sebelumnya. Warna putih juga masih digunakan dalam ilustrasi dan beberapa elemen desain. Teks pembuka menggunakan warna merah sesuai warna *background* dengan adanya kalimat “terlalu tinggi”, “terlalu rendah” dan “tips” terlihat lebih tebal dari kalimat lainnya dengan tujuan menarik mata para pembaca postingan.

#### 4.5.3 Desain halaman kedua



**Gambar 4.23 Desain halaman kedua**

(sumber : penulis)

Desain halaman kedua menunjukkan tips pertama dengan nomer 1 terlihat di posisi kiri desain dengan ukuran besar sehingga dapat menangkap mata para pembaca dan judul dari tips terletak ditengah Instagram *post* dengan desain kotak sebagai *highlight* judul tersebut, membuat para pembaca mudah dalam membacanya.

Dibawah judul merupakan teks penjelasan dengan elemen desain garis menyesuaikan ukuran dari *space* yang digunakan oleh teks penjelasan dengan tujuan mempermudah para pembaca melihat desain tersebut. Dibawah teks penjelasan adalah ilustrasi berupa dompet berisi banyak uang yang menyesuaikan dengan tema tips tersebut.

#### 4.5.4 Desain halaman ketiga



**Gambar 4.24 Desain halaman ketiga**

(sumber : penulis)

Desain halaman ketiga menunjukkan tips selanjutnya dengan menggunakan elemen desain yang menyerupai dengan halaman kedua, hanya saja elemen desain nomer 2 diletakkan diatas sub judul sehingga terlihat nomer tips selanjutnya. Judul tips tetap berada ditengah Instagram post dengan teks penjelasan tips tetap berada dibawah setelah sub judul.

Ilustrasi yang digunakan berupa karya NFT yang terlihat mempesona, menyangkut dengan tema tips yang sedang dibahas dalam halaman ketiga yaitu kelangkaan sebuah NFT dapat menjadi tolak ukur dalam menentukan harga.

Warna *background* desain masih menggunakan warna merah, menyesuaikan dengan desain halaman sebelumnya beserta elemen – elemen desain menggunakan warna putih menjadi penyeimbang penggunaan warna dalam desain Instagram *post*.

#### 4.5.5 Desain halaman keempat



**Gambar 4.25 Desain halaman keempat**

(sumber : penulis)

Desain halaman keempat menukar posisi ilustrasi dengan teks penjelasan dengan tujuan memberikan variasi pada tiap desain Instagram *post* sehingga walau konsisten tapi tidak terlihat sama. Penempatan nomer 3 dan judul tips mengikuti penempatan kedua elemen desain tersebut pada halaman ketiga dan dibawah berupa ilustrasi seseorang yang bangga memamerkan hasil karya mereka, mengikuti dengan tema tips yang merupakan reputasi pengembang karya NFT.

#### 4.5.6 Desain halaman kelima



Gambar 4.26 Desain halaman kelima

(sumber : penulis)

Halaman kelima kembali dengan desain dari halaman kedua, berupa nomer 4 terletak di sisi kiri desain dan judul tips “*proof of concept*” ditengah desain. Dibawah judul tips berupa teks penjelasan dengan didampingi ilustrasi seseorang menjelaskan fungsi karya NFT mereka, menyesuaikan dengan isi teks penjelasan berupa membuktikan karya mereka berfungsi selayaknya dengan gagasan awal karya tersebut.

#### 4.5.7 Desain halaman keenam



Gambar 4.27 Desain halaman keenam

(sumber : penulis)

Dalam halaman keenam desain mengikuti posisi desain dari halaman ketiga Instagram post, nomer 5 terletak diatas judul tips dengan tujuan memberikan variasi letak penomeran tips. Dibawah judul merupakan teks penjelasan mengenai pemanfaatan platform *marketplace* NFT dalam memperjualbelikan karya NFT.

Dibawah teks penjelasan merupakan ilustrasi dari logo – logo platform *marketplace* NFT seperti *opensea*, *foundation* dan *rarible* sehingga memberikan pembaca pilihan platform dan tak hanya memanfaatkan satu platform saja.

#### 4.5.8 Desain halaman ketujuh



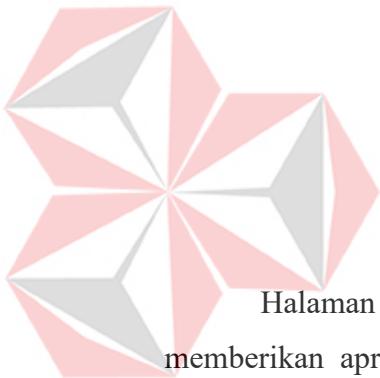
Gambar 4.28 Desain halaman ketujuh

(sumber : penulis)



Dalam desain halaman ketujuh posisi nomer 6 terletak diatas judul tips dengan judul tips tetap berada ditengah halaman desain Instagram *post*. Untuk posisi teks penjelasan dan ilustrasi diatur dengan sebagian dari teks penjelasan terletak dibawah judul tips dan sebagian berada dibawah ilustrasi, membuat ilustrasi kotak hadiah yang memiliki berbagai macam kupon berada tepat diantara teks penjelasan tersebut.

#### 4.5.9 Desain halaman kedelapan



Gambar 4.29 Desain halaman kedelapan

(sumber : penulis)

Halaman terakhir, halaman kedelapan diakhiri dengan ilustrasi jempol memberikan apresiasi kepada para pembaca yang telah membaca Instagram *post* hingga akhir dan tepat dibawah ilustrasi berupa kata penutup berharap mampu memberikan tips terbaik dan dapat membantu para pembaca yang ingin mencoba terjun dalam kegiatan jual beli NFT.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil laporan kerja praktik dengan judul “Perancangan Konten Jogja Painting sebagai Media Penyaluran Informasi mengenai NFT”, dapat ditarik beberapa kesimpulan selama melaksanakan kegiatan kerja praktik antara lain :

- a. Penggunaan Instagram *post* sebagai media penyaluran informasi dapat menjadi salah satu sarana dalam menyebarkan informasi
- b. Pembuatan desain Instagram *post* diperlukan konsep dan referensi yang mencukupi sehingga mampu menghasilkan desain yang maksimal dan sesuai dengan keinginan beserta kebutuhan pihak Jogja Painting
- c. Komunikasi antar rekan kerja sangat penting dalam proses revisi desain dengan tujuan dapat saling memberikan masukan dan saran sehingga mendapatkan hasil desain yang diinginkan oleh pihak Jogja Painting
- d. Hasil desain Instagram *post* Jogja Painting mampu menarik para pembaca dalam mengikuti update informasi mengenai NFT di akun Instagram Jogja Painting beserta membuka kesempatan dalam menjelajahi dunia NFT



## 5.2 Saran

Setelah melaksanakan kegiatan kerja praktik di Jogja Painting, dapat disimpulkan beberapa saran yang mampu digunakan oleh penulis maupun pihak Jogja Painting kedepannya, diantaranya :

- a. Memperbanyak sumber referensi desain sehingga mampu mendapatkan hasil desain yang maksimal dan sesuai dengan kriteria yang dibutuhkan oleh Jogja Painting
- b. Dapat memperluas cabang Jogja Painting ke beberapa kota sehingga mampu melahirkan berbagai macam relasi di penjuru Indonesia
- c. Meningkatkan komunikasi antar rekan kerja sehingga mampu menghasilkan suasana tempat kerja yang nyaman, inovatif dan kreatif



## DAFTAR PUSTAKA

### **Sumber Jurnal**

*Adi Nugroho Setyo, R. D. (2021). Perancangan Identitas Perusahaan dalam Bentuk Stationery Desain di Rumah Kreasi Grafika. Jurnal Ilmiah Komputer Grafis vol.14 no.1, 52.*

*Arief, H. M. (2020). Desain Iklan Marketplace untuk Menarik Perhatian Minat Konsumen (studi iklan online shop shopee). Repository Universitas Islam Kalimantan, 1-2.*

*Havidz Ichsan, A. (2020). Kajian Arsitektur Simbolik pada Bangunan Olahraga Jakarta International Velodrome. Jurnal Arsitektur Zonasi vol.3 no.3 Oktober 2020, 366.*

*Indra, P. (2021). Penerapan Konsep Smart Building Sekolah Tinggi Seni Rupa dan Desain Kota Baru Paranghayang. Itenas repository Institut Teknologi Nasional Bandung, 2.*

*Luzar Laura Christina, M. (2011). Efek Warna dalam Dunia Desain dan Periklanan. HUMANIORA vol.2 no.2, 1085.*

*Nugraningsih Widi, N. T. (2024). Analisis Yuridis Pemanfaatan Aset Kripto untuk Kepentingan Investasi dan Transaksi di Indonesia. Sosial Simbiosis : Jurnal Intergrasi Ilmu Sosial dan Politik Vol.1 No.2 Mei 2024, 105.*

*Raden, F. S. (2023). Transaksi Komunikasi yang Terjadi di Dalam Non Fungible Token (NFT) Melalui Media Platform Opensea. Prosiding Konferensi Nasional Sosial dan Politik (KONASPOL) vol.1, 486-487.*

*Rinanda, P. (2016). Tipografi Kreasi Motif Gorga Batak. Jurnal Proporsi vol.1 no.2 , 192.*

*Sumaryati Catri, H. Z. (2013). Dasar Desain II. Repotori Institusi Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi, 22-64.*

*Tambunan Leonard, I. M. (2022). Pelatihan Desain Grafis untuk Meningkatkan Kreativitas dan Inovasi Digital bagi Masyarakat di Desai Buluh Apo. Reswara : Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat vol.3 no.2 edisi juli 2022, 515.*

*Wahyu Lestari Devy, E. R. (2023). Pengaruh Pola, Tekstur dan warna pada Kualitas Desain Ruang dalam Bangunan Statiun BNI City. Jurnal Arsitektur Pendapa vol.6 no.2, 39.*

### **Sumber Buku**

*Irawan Bambang, T. P. (2013). Dasar - dasar desain. Jakarta: Griya Kreasi (Penebar Swadaya Grup).*

*Mochamad James Falahuddin, S. M. (2022). NFT & Metaverse : Blockchain, Dunia Virtual & Regulasi. Jakarta: Perkumpulan Kajian Hukum Terdesentralisasi Indonesia legal study for crypto asset and blockchain.*

### **Sumber Internet**

*Ahmad, A. (2023, Maret 26). Kelebihan dan Kekurangan NFT : menjelajahi aset digital baru yang sedang populer. Retrieved from blockchainmedia.id: <https://blockchainmedia.id/kelebihan-dan-kekurangan-nft-menjelajahi-aset-digital-baru-yang-sedang-populer/>*

*Allianz Indonesia. (2021, Juni 4). Memahami apa itu cryptocurrency beserta kelebihan dan kekurangannya. Retrieved from Allianz.co.id: <https://www.allianz.co.id/explore/memahami-apa-itu-cryptocurrency-beserta-kelebihan-dan-kekurangannya.html>*

*binus university. (2015, agustus 6). articles : jenis - jenis warna berdasarkan keharmonisannya. Retrieved from dkv.binus.ac.id: <https://dkv.binus.ac.id/2015/08/26/jenis-jenis-warna-berdasarkan-keharmonisannya/>*

*Kemp, S. (2025, maret 12). essential instagram stat. Retrieved from datareportal.com:  
<https://datareportal.com/essential-instagram-stats>*

*Peniel, B. Y. (2021, desember 30). kontroversi NFT, peluang dan tantangan. Retrieved from djkn.kemenkeu.go.id: <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpknl-manado/baca-artikel/14584/Kontroversi-NFT-Peluang-dan-Tantangan.html>*

*Stacy, D. J. (2024, Februari 15). Leading Countries Based on Instagram Audience Size as of January 2024. Retrieved from statista:  
<https://www.statista.com/statistics/578364/countries-with-most-instagram-users/>*

