

LAPORAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN

**PERAN DESAINER GRAFIS DI MAKIVE COMMUNICATION:
Pembuatan Konten Visual Instagram @pesantren.mahasiswa.surga dan
Print Ad Makive Communication**

Laporan Praktik Kerja Lapangan ini Disusun untuk Memperoleh Gelar Ahli Madya (A.Md) dalam Bidang Komunikasi dengan Spesifikasi Periklanan



ALMAR ATU SHOLICHA

2017/AD/5207

**PROGRAM STUDI PERIKLANAN
SEKOLAH TINGGI ILMU KOMUNIKASI
YOGYAKARTA**

2020

HALAMAN PERSETUJUAN

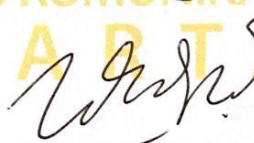
Dengan ini menyatakan bahwa laporan karya mahasiswa dengan:

Nama : Almar Atu Sholicha
NIM : 2017/AD/5207
Jurusan : Advertising

Telah selesai melakukan Praktik Kerja Lapangan di Makive Communication. Jl. Gedongkuning Gg. Cendana No.7 Pringgolayan Yogyakarta pada 4 Maret 2020 sampai 4 Juni 2020 di bagian Desain Grafis, dan telah menyelesaikan laporan dan siap disidangkan dengan judul : Peran Desainer Grafis Di Makive Commnication: Pembuatan Konten Visual Instagram @pesntren.mahasiswa.surga dan Print Ad Makive Communication.

STIKOM
SEKOLAH TINGGI ILMU KOMUNIKASI
YOGYAKARTA

Yogyakarta, 10 September 2020



Widya Sekar Dwisari, M.A
Pembimbing

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan praktik kerja lapangan dengan judul, Peran Desainer Grafis Di Makive Communication: Pembuatan Konten Visual Instagram @pesantren.mahasiswa.surga dan Print Ad Makive Communication.

Nama : Almar Atu Sholicha

NIM : 2017/AD/5207

Telah disahkan dan dipresentasikan di hadapan dosen penguji/pembahasan jurusan/ program studi Advertising Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi (STIKOM) Yogyakarta pada:

Hari/tanggal : 25 Agustus 2020

Waktu : 12:00 WIB

Tempat : Ruang B-2.1

Pembimbing/Penguji I

Penguji II

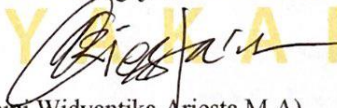


(Widya Sekar Dwisari, M.A)



(Karina Rima Melati, M.Hum)

Penguji III



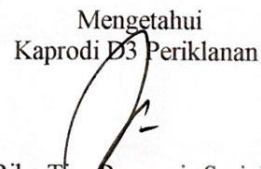
(Dhini Widyantika Ariesta M.A)

Mengesahkan
Ketua STIKOM Yogyakarta



R. Sumantri Raharjo, S. Sos M.Si

Mengetahui
Kaprod D3 Periklanan



Rike Tias Permanis Sari, M.A

PERYATAAN ETIKA AKADEMIK

Nama : Almar Atu Sholicha
NIM : 2017/AD/5207
Judul Laporan : Peran Desainer Grafis Di Makive Communication:
Pembuatan konten Visual Instagram
@pesantren.mahasiswa.surga dan Print Ad Makive
Communication.

Dengan ini menatakan bahwa :

1. Karya tulis yang saya buat berupa laporan ini bersifat orisinil, murni karya tulisan saya. Laporan ini merupakan deskripsi atas Praktek Kerja Lapangan (PKL) membuat karya di Industri Kreatif dengan bimbingan dosen pembimbing.
2. Karya ini bukan hasil dari plagiasi (*copy paste*) karya orang lain. Adapun sumber kutipan yang saya baca merupakan acuan untuk mendukung argumentasi yang saya buat, kemudian mencantumkan sumber sebenarnya secara resmi dalam kutipan dan daftar pustaka sebagai rujukan ilmiah.
3. Apabila dikemudian hari saya terbukti melakukan plagiasi serta melanggar etika akademik, yang secara sah dan dapat dibuktikan berdasarkan dokumen-dokumen yang kuat atau sah oleh pimpinan STIKOM Yogyakarta, maka saya bersedia dengan sepenuh hati mencabut gelar yang telah di peroleh.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguhnya.

Yogyakarta, 10 September 2020


METERAI
TEMPEL
6000
ENAM RIBURUPIAH
Almar Atu Sholicha

MOTO

“Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan.”
(QS. Al-Insyirah : 6)

“It’s okay if you don’t know anything, you can still know anything.”
(Seventeen- Henggarae)

“Let’s do our best, rather being the best”

HALAMAN PERSEMBAHAN

Tugas Akhir ini penulis persembahkan untuk

1. Allah SWT, yang masih mengizinkan penulis untuk dapat menyelesaikan laporan ini.
2. Rasulullah Muhammad SAW, yang telah menjadi Suri Tauladan bagi Umat Islam.
3. Kedua orang tua yang sangat saya sayangi dan cintai, yang telah memotivasi saya selama ini utamanya dalam menyelesaikan perkuliahan.
4. Anak-anak grub gaje wasap, Ocha, Yeppy, Okta, Leta, Very, Helmi, Syaiful, Biondy, Dhizon, Bagas yang mau saya repotin tiap hari.
5. Sahabat-sahabat saya selama perkuliahan Ika, Kumala, Winda, Gea, Yuvi, Asti dan Bestari yang selalu *men-support* dan memberikan pesan positive kepada saya.
6. Teman-teman Advertising 2017.
7. Mas Fedy yang selalu membimbing saya dan teman-teman Akindo TV dengan sabar, serta Teman Akindo TV angkatan 14 & 15 yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu terimakasih atas dukungan dan *support*-nya.
8. Para dosen Mbak Rike, Mbak Karin, Mbak Sekar, Ibu Yuni, Mbak Dini, Mas Miko, Mas Yoyok, Pak Edial, Mas Pampam dan para dosen STIKOM lain, terimakasih atas ilmu pengetahuan, dan pelajaran serta bimbingannya selama ini.
9. Para staf karyawan kampus yang telah memberikan *support* dan pelayanan yang baik selama masa perkuliahan saya di STIKOM Yogyakarta.
10. Terimakasih kepada Pak Elvin dan Pak Joe selaku *founder* dan *owner* yang telah mengizinkan saya melaksanakan Praktek Kerja Lapangan di Makive Communication

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga tugas akhir dengan judul Peran Desainer Grafis Di Makive Communication dapat terselesaikan. Tugas akhir ini disusun sebagai salah satu persyaratan memperoleh gelar Ahli Madya (A.Md) di program studi Advertising Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Yogyakarta. Terelesaikannya laporan ini tidak luput dari bantuan dan dukungan serta motivasi dari semua pihak. Untuk itu dengan segala kerendahan hati penulis ucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Sumantri Raharjo, M.Si selaku Direktur Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Yogyakarta.
2. Ibu Widya Sekar Dwisari, M.A selaku dosen pembimbing yang selalu meluangkan waktu, tenaga dan memberi dukungan dan semangat kepada penulis hingga terselesaikannya Tugas Akhir ini.
3. Kedua orang tua penulis yang senantiasa memberi samngat tiada henti.
4. Pak Elvin dan Pak Joe selaku founder dan owner yang mengizinkan penulis melaksanakan PKL Makive Communication.
5. Seluruh pihak yang turut membantu dalam Tugas Akhir ini.

Besar harapan penulis, semoga Tugas Akhir ini dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan dan bagi para pembaca pada umumnya. Akhir kata penulis mengucapkan terimakasih.

Yogyakarta, 18 Agustus 2020

Penulis



Almar Atu Sholicha

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENEGASAN.....	iii
PERYATAAN ETIKA AKADEMIK.....	iv
MOTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR BAGAN	xv
DAFTAR TABEL	xvi
ABSTRAK	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	3
C. Tujuan dan Praktek Kerja Lapangan.....	3
D. Manfaat Praktek Kerja Lapangan	4
E. Waktu dan Tempat Praktek Kerja Lapangan	4
F. Metode Praktek Kerja Lapangan	4
BAB II PENEGASAN JUDUL dan KERANGKA TEORI	6
A. Penegasan Judul	6
B. Kerangka Teori	6
B.1. Desain Grafis.....	6
B.2. Unsur-Unsur Desain Grafis.....	7
B.2.1. Layout	8
B.2.2. Tipografi	10
B.2.3. Warna.....	12
B.3. Desain Produk	16
B.3.1. Tujuan dan Fungsi Desain Produk.....	16
B.4. Konsep Desain	16
B.5. Desainer Grafis	17
B.5.1 Tugas Desainer Grafis	18
B.5.2 Syarat Desainer Grafis.....	18
B.5.3 Tujuan Desainer Grafis.....	18
B.6. Iklan	19
B.6.1. Fungsi Iklan	19
B.6.2. Tujuan Iklan.....	20
B.7. Media Iklan	21
B.8. Instagram.....	22
B.9. Print Ad	23
B.10. Biro Iklan.....	23
B.10.1. Divisi Kreatif	24
B.10.2. Fungsi Biro Iklan	25
BAB III DESKRIPSI PERUSAHAAN.....	26
A. Sejarah Perusahaan	26
B. Profil Perusahaan	29

C. Visi dan Misi Perusahaan	29
D. Logo dan Makna	30
E. Pelayanan dan Jasa	31
F. Struktur Organisasi	33
G. Divisi Pekerjaan	34
H. Daftar Klien	35
I. Suasana Kerja	36
BAB IV KEGIATAN PKL DAN PEMBAHASANNYA	38
A. Kegiatan Selama Praktek Kerja Lapangan	38
B. Pembahasan Karya	47
B.1 Peran Desainer Grafis Dalam Pembuatan Konten Visual Instgram untuk @pesantren.mahasiswa.surga	54
B.1.1 ‘Amalan Surga’	54
1. Brief dari tim kreatif	54
2. Referensi	54
3. Konsep Desain	55
4. Proses Desain	55
a. Layout	55
b. Tipografi	55
c. Warna	55
5. Revisi	56
a. Warna	56
6. Unggah Instagram	58
B.1.2 ‘Reminder PMB Surga’	59
1. Brief dari tim kreatif	59
2. Referensi	59
3. Konsep Desain	59
4. Proses Desain	59
a. Layout	59
b. Tipografi	59
c. Warna	59
5. Revisi	60
a. Layout	60
6. Unggah Instagram	62
B.1.3 ‘Bisikan Surga’	63
1. Brief dari tim kreatif	63
2. Referensi	64
3. Konsep Desain	65
4. Proses Desain	64
a. Layout	64
b. Tipografi	64
c. Warna	64
5. Revisi	65
a. Layout	65
B.1.4 ‘Tips Efektif Selama Kuliah Daring’	68
1. Brief dari tim kreatif	68
2. Referensi	68
3. Proses Desain	68

a. Layout.....	68
b. Tipografi.....	68
c. Warna	69
5. Revisi.....	69
a. Layout.....	69
6. Unggah Instagram	71
B.1.5 ‘Penjelasan PMB Gelombang Khusus’	72
1. Brief dari tim kreatif	72
2. Referensi.....	72
3. Konsep Desain.....	72
4. Proses Desain	73
a. Layout.....	73
b. Tipografi.....	73
c. Warna	73
5. Revisi.....	74
a. Layout.....	74
b. Tipografi.....	75
c. Warna	75
6. Unggah Instagram	78
B.1.6 Instastory ‘Amalan Surga’	79
1. Brief dari tim kreatif	79
2. Referensi.....	79
3. Konsep Desain.....	79
4. Proses Desain	79
a. Layout.....	79
b. Tipografi.....	80
c. Warna	80
5. Revisi.....	80
6. Unggah Instagram	81
B.1.7 Instastory ‘Reminder PMB Surga’	82
1. Brief dari tim kreatif	82
2. Referensi.....	82
3. Konsep Desain.....	82
4. Proses Desain	82
a. Layout.....	82
b. Tipografi.....	82
c. Warna	82
5. Revisi.....	83
6. Unggah Instagram	84
B.1.8 Instastory ‘Informasi Terkait Covid-19’	84
1. Brief dari tim kreatif	84
2. Referensi.....	84
3. Konsep Desain.....	84
4. Proses Desain	85
a. Layout.....	85
b. Tipografi.....	85
c. Warna	85
5. Revisi.....	86

6. Unggah Instagram	88
B.2 Peran Desainer Grafis Dalam Pembuatan Konten Visual Print Ad untuk Makive Communication	88
B.2.1 Build Your Digital Markeing With Us	88
1. Brief dari tim kreatif	88
2. Referensi.....	88
3. Konsep Desain.....	88
4. Proses Desain	88
a. Layout.....	89
b. Tipografi.....	89
c. Warna	89
5. Konten Fix	90
B.2.2 ‘Tenang, Ada Makive’	90
1. Brief dari tim kreatif	90
2. Konsep Desain.....	91
3. Proses Desain	91
a. Layout.....	91
b. Tipografi.....	91
c. Warna	91
4. Konten Fix	92
B.2.3 ‘It’s Time To Take A Risk’	93
1. Brief dari tim kreatif	93
2. Konsep Desain.....	93
3. Proses Desain	93
a. Layout.....	93
b. Tipografi.....	94
c. Warna	94
4. Konten Fix	95
B.2.4 ‘Let’s Grow With Makive’	95
1. Brief dari tim kreatif	95
2. Konsep Desain.....	96
3. Proses Desain	96
a. Layout.....	96
b. Tipografi.....	96
c. Warna	96
4. Konten Fix	97
B.2.5 ‘Let’s Be Different With Makive’	98
1. Brief dari tim kreatif	98
2. Konsep Desain.....	98
3. Proses Desain	98
a. Layout.....	98
b. Tipografi.....	98
c. Warna	98
4. Konten Fix	99

BAB V PENUTUP	100
A. Kesimpulan	100
B. Saran.....	101
DAFTAR PUSTAKA	102
LAMPIRAN	104

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Warna Primer	13
Gambar 2. Warna Sekunder	14
Gambar 3. Warna Tersier	15
Gambar 4. Logo Makive Communication	20
Gambar 5. Desain Untuk Gio Dental	40
Gambar 6. Tampilan laman Instagram STIKES Surya Global Sebelum Di ubah ke layout baru	43
Gambar 7. Layout 1 Instagram STIKES Global	44
Gambar 8. Layout 2 Instagram STIKES Surya Global.....	44
Gambar 9. Desain Packaging Brand Bake It Alternatif 1	46
Gambar 10. Desain Packaging Brand Bake It Alternatif 2	46
Gambar 11. Tampilan Desain Mock Up	47
Gambar 12. Referensi Desain 1	54
Gambar 13. Referensi Desain 2	55
Gambar 14. Warna Layout Amalan Surga.....	56
Gambar 15. Desain Awal Amalan Surga	56
Gambar 16. Warna Setelah Revisi	57
Gambar 17. Revisi Pertama	57
Gambar 18. Hasil Akhir Desain Amalan Surga.....	58
Gambar 19. Postingan Desain Amalan Surga Di Instagram STIKES Surya Global.....	58
Gambar 20. Warna Layout Reminder PMB.....	60
Gambar 21. Desain Awal Reminder PMB.....	60
Gambar 22. Revisi Pertama Reminder Surga	61
Gambar 23. Tambahan Slide ke dua	61
Gambar 24. Hasil Akhir Reminder PMB <i>slide</i> pertama	62
Gambar 25. Hasil Akhir Reminder PMB <i>slide</i> ke dua.....	62
Gambar 26. Postingan Feed Reminder PMB <i>slide</i> pertama	63
Gambar 27. Postingan Feed Reminder PMB <i>slide</i> ke dua.....	63
Gambar 28. Warna Layout Bisikan Surga	64
Gambar 29. Desain Awal Bisikan Surga <i>slide</i> pertama.....	65
Gambar 30. Desain Awal Reminder PMB <i>slide</i> kedua.....	65
Gambar 31. Desain Stelah Di Revisi	66
Gambar 32. Hasil Akhir Revisi.....	67
Gambar 33. Desain Akhir <i>slide</i> pertama.....	67
Gambar 34. Hasil Akhir <i>slide</i> kedua.....	68
Gambar 35. Warna Layout Tips Efektif Selama Kuliah Daring.....	69
Gambar 36. Desain pertama Tips Efektif Selama Kuliah Daring	69
Gambar 37. Revisi pertama.....	70
Gambar 38. Warna Revisi.....	70
Gambar 39. Hasil Akhir Desain Tips Efektif Selama Kuliah Daring.....	71
Gambar 40. Postingan Feed Tips Efektif Selama Kuliah Daring	71
Gambar 41. Referensi Gambar Instagram STIKES Surya Global.....	72
Gambar 42. Warna Layout Penjelasan PMB Gelombang Khusus.....	73
Gambar 43. Desain Awal Penjelasan PMB Gelombang Khusus <i>slide</i> pertama .	74
Gambar 44. Desain Awal Penjelasan PMB Gelombang Khusus <i>slide</i> kedua.....	74

Gambar 45. Revisi pertama Penjelasan PMB Gelombang Khusus <i>slide</i> pertama	75
Gambar 46. Warna Font Penjelasan PMB Gelombang Khusus	75
Gambar 47. Revisi kedua Penjelasan PMB Gelombang Khusus <i>slide</i> pertama	76
Gambar 48. Warna font untuk desain ‘Penjelasan PMB Gelombang Khusus’ ..	76
Gambar 49. Hasil akhir PenjelasanPMB Gelombang Khusus <i>slide</i> pertama	77
Gambar 50. Hasil akhir Penjelasan PMB Gelombang Khusus <i>slide</i> kedua.....	77
Gambar 51. Postingan PenjelasanPMB Gelombang Khusus <i>slide</i> pertama	78
Gambar 52. Postingan PenjelasanPMB Gelombang Khusus <i>slide</i> kedua.....	78
Gambar 53. Referensi Instastory.....	79
Gambar 54. Desain awal Instastory Amalan Surga	80
Gambar 55. Desain akhir Instastory Amalan Surga.....	81
Gambar 56. Postingan Instastory Amalan Surga	81
Gambar 57. Warna untuk Desain Instastory ‘Reminder PMB Surga’	82
Gambar 58. Desain awal Instastory ‘Reminder PMB Surga’	83
Gambar 59. Desain akhir Instastory ‘Reminder PMB Surga’	83
Gambar 60. Postingan Instastory ‘Reminder PMB Surga’	84
Gambar 61. Desain akhir Instastory ‘Informasi Terkait Covid-19’ pertama.....	85
Gambar 62. Desain akhir Instastory ‘Informasi Terkait Covid-19’ kedua	86
Gambar 63. Desain akhir Instastory ‘Informasi Terkait Covid-19’ ketiga	86
Gambar 64. Desain akhir Instastory ‘Informasi Terkait Covid-19’ pertama.....	87
Gambar 65. Desain akhir Instastory ‘Informasi Terkait Covid-19’ kedua	87
Gambar 66. Desain akhir Instastory ‘Informasi Terkait Covid-19’ ketiga	88
Gambar 67. Warna untuk desain Print Ad ‘Build Your Digital Marketing With Us’	89
Gambar 68. Desain Print Ad ‘Build Your Digital Marketing With Us’	90
Gambar 69. Desain akhir Print Ad ‘Build Your Digital Marketing With Us’	90
Gambar 70. Warna untuk desain Print Ad ‘Tenang Ada Makive’	92
Gambar 71. Desain Print Ad ‘Tenang Ada Makive’	92
Gambar 72. Desain Akhir Print Ad ‘Tenang Ada Makive’	93
Gambar 73. Warna untuk desain Print Ad ‘It’s Time To Take A Risk’	94
Gambar 74. Desain Print Ad ‘It’s Time To Take A Risk’	95
Gambar 75. Desain akhir Print Ad ‘It’s Time To Take A Risk’	95
Gambar 76. Warna untuk Print Ad ‘Let’s Grow With Makive’	97
Gambar 77. Desain untuk Print Ad ‘Let’s Grow With Makive’	97
Gambar 78. Desain akhir Print Ad ‘Let’s Grow With Makive’	97
Gambar 79. Warna untuk desain Print Ad ‘Let’s Be Different With Makive’ ...	98
Gambar 80. Desain Print Ad ‘Let’s Be Different With Makive’	99
Gambar 81. Desain akhir untuk Print Ad ‘Let’s Be Different With Makive’	99

DAFTAR BAGAN

Bagan 1. Struktur Organisasi Makive Communication.....	35
Bagan 2. Proses pembuatan Desain Visual Instagram di Makive Communication.....	48
Bagan 3. Proses pembuatan Print Ad di Makive Communication.....	48

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Laporan Kegiatan PKL.....	38
Tabel 2. Brief konten visual Instagram dari Tim Kreatif Makive Communication.....	50

ABSTRAK

Iklan merupakan sarana untuk menyampaikan informasi melalui media massa berupa media cetak, media elektronik, media luar ruangan, dan media internet. internet atau yang biasa kita sebut dengan media sosial memang banyak dinikmati setiap kalangan, mau muda ataupun tua semua sudah mengenal internet karena dapat diakses dimana saja dan kapan saja. termasuk beriklan di media sosial atau internet. selain harganya murah beriklan di internet mampu menjangkau audiens yang banyak atau luas . maka dari itu desain visual yang ditampilkan di internet harus memiliki tampilan informatif, dan persuatif. Disini peran desainer grafis didalam biro iklan Makive Communication adalah dengan membuat desain yang dapat dipahami dengan baik oleh khalayak. Maka dari itu desainer grafis disini diminta agar dapat menyampaikan brief dari klien dengan menciptakan suatu desain visual yang informatif dan persuasif. Pemilihan warna, tipografi bisa menjadi identitas suatu desain. Penempatan layout yang tepat juga merupakan hal yang penting didalam membuat sebuah desain.

Kata Kunci: Desain, Desainer Grafis, Instagram, Print Ad, Layout, Makive Communication

ABSTRACT

Advertising is a means of conveying information through mass media in the form of print media, electronic media, outdoor media, and internet media. The internet or what we usually call social media is indeed enjoyed by many, whether young or old, all are familiar with the internet because it can be accessed anywhere and anytime. including advertising on social media or the internet. Besides being cheap, advertising on the internet is able to reach a large or broad audience. therefore the visual design displayed on the internet must have an informative and persuasive appearance. Here the role of graphic designers in the Makive Communication advertising agency is to create designs that can be understood well by the public. Therefore, graphic designers here are asked to be able to convey the brief from the client by creating an informative and persuasive visual design. Color selection, typography can be the identity of a design. The right layout placement is also important in making a design.

Keywords : Design, Graphic Designer, Instagram, Print AD, Layout, Makive Communica

