

LAPORAN PRAKTEK KERJA LAPANGAN
PERAN *CONTENT CREATOR* DALAM PEMBUATAN KONTEN
***INSTAGRAM* LAYANAN INFORMASI DAN MOTIVASI DI PT. PLN UP3**
YOGYAKARTA

Laporan Praktik Kerja Lapangan ini Disusun untuk Memenuhi
Gelar Ahli Madya (A.Md) dalam bidang Komunikasi
dengan spesifikasi Periklanan



Disusun Oleh:

MUHAMMAD ICHZA HAMAS

2016/AD/5079

PROGRAM STUDI PERIKLANAN
SEKOLAH TINGGI ILMU KOMUNIKASI YOGYAKARTA

2021

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan segala kerendahan hati, penulis ingin mempersembahkan laporan Tugas Akhir Praktik Kerja Lapangan ini kepada:

1. Allah AWT. atas segala limpahan rahmat dan ridhonya, sehingga diberikan kemudahan dan dicukupkan ilmu.
2. Keluarga tercinta. Terutama Bapak, Ibu, Ilham, Fida, dan Lita yang selalu mendoakan, menyemangati dan membantu penulis sehingga penulis dapat selalu semangat untuk segera menyelesaikan laporan.
3. Yuvi, *support system* terbaik. Yang selalu membantu dan menyemangati dalam pengerjaan laporan ini. Semoga tetap menjadi orang baik, berbakti kepada keluarga dan sukses buat usahanya.
4. Dosen pembimbing, Mbak Karin, yang sangat-sangat baik dan sabar (walaupun sedikit ngeri) dalam membimbing dan membantu penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan dengan baik.
5. Dosen *Advertising*. Penulis mengucapkan banyak terima kasih karena sudah memberikan ilmu dengan sebaik-baiknya, sehingga menjadi bekal penulis untuk mempraktekan ilmu yang sudah diajarkan didalam pekerjaan.

STIKOM
SEKOLAH TINGGI ILMU KOMUNIKASI
Y O G Y A K A R T A

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT karena berkat rahmat dan karunianya penulis dapat melaksanakan Praktik Kerja Lapangan (PKL) dan menyelesaikan Laporan Tugas Akhir dengan judul “Peran *Content Creator* dalam Pembuatan Konten *Instagram* Layanan Informasi dan Motivasi di PT. PLN UP3 Yogyakarta” dengan baik.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah memberikan bantuan dalam bentuk apapun baik secara langsung maupun tidak langsung. Ucapan terima kasih tersebut penulis haturkan kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa, atas segala kemurahan nikmat dan anugerah-Nya.
2. Keluarga yang selalu memberikan doa serta dukungan.
3. R. Sumantri Raharjo, S.Sos, M.Si, selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi (STIKOM) Yogyakarta.
4. Rike Tias Permanis Sari, M.A selaku Ketua Program Studi Advertising.
5. Karina Rima Melati, S.Sn., M.Hum selaku dosen pembimbing yang telah sabar membantu dan membimbing penulis hingga dapat menyelesaikan Laporan Tugas Akhir.
6. Seluruh pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.

Semoga adanya laporan Praktik Kerja Lapangan ini dapat bermanfaat bagi pihak lain yang berkepentingan dan bagi pembaca.

Yogyakarta, 30 Maret 2022

Penulis,

Muhammad Ichza Hamas

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN ETIKA AKADEMIK.....	iv
HALAMAN MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR BAGAN.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
ABSTRAK.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A...Latar Belakang	1
B...Rumusan Masalah.....	4
C...Tujuan Praktik Kerja Lapangan (PKL).....	4
D...Manfaat Praktik Kerja Lapangan (PKL).....	4
E... Waktu dan Tempat Praktik Kerja Lapangan (PKL).....	5
F... Metode Praktik Kerja Lapangan (PKL)	
a. Observasi.....	5
b. Kajian Pustaka.....	5
c. Wawancara.....	6
BAB II KERANGKA KONSEP.....	7
A...Penegasan Judul.....	7
1. Konten.....	7
2. <i>Content Creator</i>	7
3. <i>Instagram</i>	8
4. Layanan Informasi dan Motivasi.....	8
B...Landasan Teori.....	8
B.1. Konten.....	9
B.2. <i>Content Creator</i>	13
B.3. Desain Komunikasi Visual.....	15
B.3.1. Pengertian Desain Komunikasi Visual.....	16
B.3.2. Perkembangan Desain Komunikasi Visual.....	17
B.3.3. Lingkup Kerja Desain Komunikasi Visual.....	17
a... Tipografi.....	17
b... <i>Layout</i>	21
c... Ilustrasi.....	23
d... Audio.....	25
e... Cetak.....	25
f... Digital.....	27
g... Nirmana.....	28
h... Visual.....	34

i.... Kebutuhan Desain Komunikasi Visual Untuk Perusahaan.....	35
B.4. <i>Instagram</i>	37
B.5. <i>Content Mapping</i> dan <i>Editorial Plan</i>	44
a.... <i>Content Mapping</i>	44
b.... <i>Editorial Plan</i>	45
B.6. Layanan Informasi dan Motivasi.....	46
BAB III DESKRIPSI PERUSAHAAN.....	51
A... Sejarah Perusahaan.....	51
B... Deskripsi Perusahaan PT. PLN UP3 Yogyakarta.....	53
C... Visi dan Misi Perusahaan.....	56
D... Tujuan PT. PLN UP3 Yogyakarta.....	59
E... Struktur Organisasi.....	60
F... Objek Praktik yang Dilakukan.....	64
BAB IV PEMBAHASAN.....	66
A... Kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL).....	66
B... Proses Pembuatan Konten.....	68
B.1. Pembahasan Karya.....	75
a.... <i>Brief</i> dari Wakil Divisi Humas.....	77
b.... <i>Content Mapping</i>	77
c.... Mencari Bahan Pendukung.....	78
d.... <i>Editing</i>	79
e.... <i>Caption Instagram</i>	79
f.... Revisi.....	79
g.... <i>Konten Fix</i>	80
h.... Unggah <i>Instagram</i>	80
B.2. Pembahasan Konten Desain Motivasi dan Pembuatan <i>Caption</i>	80
a.... Konten Desain Motivasi.....	80
b.... <i>Caption</i>	80
B.2.1. Desain Konten <i>Instagram</i> PT. PLN UP3 Yogyakarta tentang “Ucapan Optimisme”.....	81
a.... <i>Brief</i> dari Wakil Divisi Humas.....	81
b.... Konsep Desain.....	82
c.... Warna.....	82
d.... <i>Layout</i>	83
e.... Tipografi.....	83
f.... <i>Caption</i>	83
g.... Keterangan Visual.....	83
B.2.2. Desain Konten <i>Instagram</i> PT. PLN UP3 Yogyakarta tentang “Ucapan Semangat”.....	85
a.... <i>Brief</i> dari Wakil Divisi Humas.....	85
b.... Konsep Desain.....	85
c.... Warna.....	85
d.... <i>Layout</i>	86
e.... Tipografi.....	86
f.... <i>Caption</i>	86
g.... Keterangan Visual.....	86
B.2.3. Desain Konten <i>Instagram</i> PT. PLN UP3 Yogyakarta tentang “Ucapan Sadar Diri”.....	88

a.... <i>Brief</i> dari Wakil Divisi Humas.....	88
b....Konsep Desain.....	88
c....Warna.....	89
d....Tipografi.....	89
e.... <i>Caption</i>	89
f....Keterangan Visual.....	89
B.2.4. Desain Konten <i>Instagram</i> PT. PLN UP3 Yogyakarta tentang “Ucapan Optimis”.....	91
a.... <i>Brief</i> dari Wakil Divisi Humas.....	91
b....Konsep Desain.....	91
c....Warna.....	92
d....Tipografi.....	92
e.... <i>Caption</i>	92
f....Keterangan Visual.....	92
B.2.5. Desain Konten <i>Instagram</i> PT. PLN UP3 Yogyakarta tentang “Ucapan Keyakinan”.....	94
a.... <i>Brief</i> dari Wakil Divisi Humas.....	94
b....Konsep Desain.....	94
c....Warna.....	94
d.... <i>Layout</i>	95
e....Tipografi.....	95
f.... <i>Caption</i>	95
g....Keterangan Visual.....	95
B.2.6. Desain Konten <i>Instagram</i> PT. PLN UP3 Yogyakarta tentang “Ucapan Optimis”.....	97
a.... <i>Brief</i> dari Wakil Divisi Humas.....	97
b....Konsep Desain.....	97
c....Warna.....	98
d....Tipografi.....	98
e.... <i>Caption</i>	98
f....Keterangan Visual.....	99
BAB V PENUTUP.....	100
A...Kesimpulan.....	101
B...Saran.....	101
B.1. Saran untuk Almamater.....	102
B.2. Saran untuk Perusahaan.....	102
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. <i>Font</i> Serif.....	18
Gambar 2. <i>Font Sans Serif</i>	20
Gambar 3. <i>Font Fantasy</i>	20
Gambar 4. Desain Model <i>Sheet Manual</i>	24
Gambar 5. Baliho PLN.....	36
Gambar 6. Promo Peduli Ramadhan PLN 2021.....	36
Gambar 7. Jadwal Rencana Pemeliharaan/Perbaikan Layanan Jaringan Listrik di DIY.....	36
Gambar 8. Logo PT. PLN.....	55
Gambar 9. <i>Corporate Color</i> PT. PLN.....	79
Gambar 10. <i>Visual Corporate</i> PT. PLN.....	79
Gambar 11. Desain ucapan “Optimisme”.....	81
Gambar 12. Konten Desain yang sudah diunggah <i>Instagram @plnjogja</i>	84
Gambar 13. Desain ucapan “Semangat”.....	85
Gambar 14. Konten Desain yang sudah diunggah <i>@plnjogja</i>	87
Gambar 15. Desain ucapan “Sadar diri”.....	88
Gambar 16. Konten Desain yang sudah diunggah <i>@plnjogja</i>	90
Gambar 17. Desain ucapan “Optimis”.....	91
Gambar 18. Konten Desain yang sudah diunggah <i>Instagram @plnjogja</i>	93
Gambar 19. Desain ucapan “Keyakinan”.....	94
Gambar 20. Konten Desain yang sudah diunggah <i>Instagram @plnjogja</i>	96
Gambar 21. Desain ucapan “Optimis”.....	97
Gambar 22. Konten Desain yang sudah diunggah <i>Instagram @plnjogja</i>	99

DAFTAR BAGAN

Bagan 1. Strukur Organisai PT. PLN UP3 Yogyakarta.....	60
Bagan 2. Proses pembuatan Desain di PT. PLN UP3Yogyakarta.....	76

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Daftar Kegiatan Praktek Kerja Lapangan (PKL).....	70
Tabel 2. Nama Akun Referensi Materi.....	77

ABSTRAK

Konten *Instagram* merupakan hal yang sangat penting dalam menyampaikan sebuah informasi kepada masyarakat. *Instagram* dinilai sebagai media yang sangat efektif digunakan untuk menyampaikan informasi, sebab jumlah pengguna *Instagram* saat ini sangat banyak, dan *Instagram* sendiri mudah diakses oleh siapapun dan melalui media apapun baik handphone, PC ataupun yang lain. PT. PLN UP3 Yogyakarta merupakan perusahaan yang aktif mengunggah berbagai macam konten-konten visual di *Instagram @plnjogja*, seperti konten layanan informasi berupa jaringan listrik, promosi, kemudian konten motivasi yang ditunjukkan untuk masyarakat dan pelanggan. *Instagram @plnjogja* menjadi media yang efektif untuk menyampaikan informasi dan memberikan konten berupa motivasi secara menarik. Dengan pemahaman mengenai konten desain dan membuat *caption* secara mendalam berupa motivasi, penulis kemudian mengolah konten tersebut berdasarkan *brief* yang telah diberikan. Pada akhirnya konten desain berupa motivasi terdiri dari 6 konten desain dan *caption* yang telah di unggah pada media sosial *Instagram @plnjogja*.

Kata Kunci : *Instagram, Content Creator, Desain, Konten Motivasi, PT. PLN UP3 Yogyakarta*

ABSTRACT

Instagram content is very important in conveying information to the public. Instagram is considered as a very effective medium used to convey information, because the number of Instagram users is currently very large, and Instagram itself is easily accessible by anyone and through any media, whether cellphone, PC or other. PT. PLN UP3 Yogyakarta is a company that actively uploads various kinds of visual content on Instagram @plnjogja, such as information service content in the form of electricity networks, promotions, and motivational content aimed at the public and customers. Instagram @plnjogja is an effective medium to convey information and provide interesting motivational content. By understanding the design content and making in-depth captions in the form of motivation, the authors then process the content based on the brief that has been given. In the end, the design content in the form of motivation consists of 6 design content and captions that have been uploaded on Instagram @plnjogja social media.

Keywords: *Instagram, Content Creator, Design, Motivational Content, PT. PLN UP3 Yogyakarta*