

LAPORAN KERJA PRAKTIK

**PENERAPAN DESAIN KOMUNIKASI VISUAL DI
INNOV WEDDING PHOTO**



Disusun Oleh:

ACHMAD SHOBIRIN (3031710001)

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
UNIVERSITAS INTERNASIONAL SEMEN INDONESIA
GRESIK
2021**

LAPORAN KERJA PRAKTIK

**PENERAPAN DESAIN KOMUNIKASI VISUAL DI
INNOV WEDDING PHOTO**



Disusun Oleh:

ACHMAD SHOBIRIN (3031710001)

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
UNIVERSITAS INTERNASIONAL SEMEN INDONESIA
GRESIK
2021**



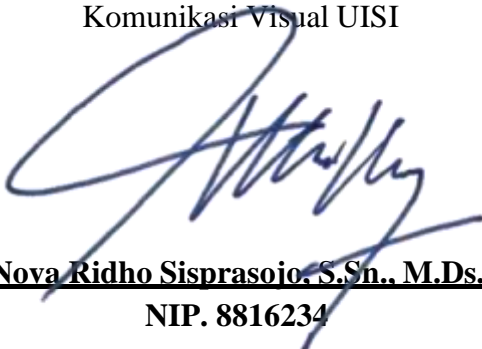
LEMBAR PENGESAHAN

**LAPORAN KERJA PRAKTIK
DI INNOV WEDDING PHOTO
(Periode: 11 Agustus s.d 18 Oktober 2020)**

Disusun Oleh:


ACHMAD SHOBIRIN (3031710001)

Mengetahui,
Kepala Jurusan Desain
Komunikasi Visual UISI



Nova Ridho Sisprasoi, S.Sn., M.Ds.
NIP. 8816234

Menyetujui,
Dosen Pembimbing
Kerja Praktik



Tyas Ajeng Nastiti, S.T., M.Ds.
NIP. 9017247

Gresik, 23 Februari 2020

Innov Wedding Photo

Mengetahui dan menyetujui,
Founder



(Novi Kurniawan)

KATA PENGANTAR

Puji syukur senantiasa penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya. Sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan kerja praktik dengan baik yang judul “Penerapan Desain Komunikasi Visual di Innov Wedding Photo”.

Laporan ini telah diselesaikan oleh penulis berkat kerjasama dan bantuan dari berbagai macam pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan banyak terima kasih kepada seluruh pihak yang berkontribusi dalam penyelesaian laporan ini.

Penulis menyadari dalam penulisan laporan ini masih banyak kekurangan mulai dari tata bahasa, susunan kalimat, isi hingga tingkah laku penulis. Oleh sebab itu, dengan kerendahan hati, penulis menerima dan menampung kritik dan saran yang dapat membangun dari pembaca.

Demikian yang bisa penulis sampaikan, kurang atau lebihnya penulis mengucapkan permintaan maaf. Semoga laporan ini dapat menambah pengetahuan dan pengalaman maupun sebagai bukti dokumentasi setelah melaksanakan kerja praktik.

Gresik, 2 Februari 2021

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman Judul

Halaman Pengesahan

Kata Pengantar

Daftar Isi

BAB I.....	5
1.1 Latar Belakang.....	5
1.2 Tujuan.....	6
1.3 Manfaat.....	6
1.4 Metodologi Pengumpulan Data.....	7
1.5 Waktu dan Lokasi Pelaksanaan Kerja Praktik.....	8
BAB II.....	9
2.1 Sejarah dan Perkembangan.....	9
2.2 Visi Misi Innov Wedding Photo.....	9
2.3 Lokasi Innov Wedding Photo.....	9
2.4 Struktur Organisasi Innov Wedding Photo.....	10
2.5 Produk atau Jasa.....	10
2.6 Logo Perusahaan.....	13
2.7 Tagline Perusahaan.....	13
BAB III.....	14
3.1 Fotografi.....	14
3.2 Komposisi Foto.....	14
3.3 Teknik Pengambilan Gambar.....	15
3.4 Jenis Karya Fotografi.....	16
3.5 Promosi.....	17
3.6 Fungsi Promosi.....	17
BAB IV.....	20
4.1 Skema Proses Magang.....	20
4.2 Tugas Primer.....	20
4.2.1 Cerita Cinta Wedding Exhibition.....	20
4.3 Tugas Sekunder.....	33

4.3.1	Foto Katalog Alzanna	33
4.3.2	Foto Promosi Wedding Runway AP3 Wedding Fair.....	36
4.3.3	Foto Katalog Griya Debby MUA.....	46
4.3.4	Fashion After Effect 2020.....	49
4.3.5	Foto Next Kids Managament Models	51
BAB V	56
5.1	Kesimpulan.....	56
5.2	Saran	56
DAFTAR PUSTAKA	57
LAMPIRAN	58
➤	Lampiran 1 : Daftar hadir	
➤	Lampiran 2 : Surat Diterima Kerja Praktik	
➤	Lampiran 3 : Sertifikat Kerja Praktik	
➤	Lampiran 4 : Dokumentasi Kerja Praktik	

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pendidikan berperan penting dalam membentuk keterampilan seseorang dalam dunia kerja maupun kehidupannya, salah satunya dibidang ilmu Desain Komunikasi Visual. Keilmuan ini mempelajari tentang bagaimana cara menyelesaikan sebuah permasalahan komunikasi atau penyampaian pesan dalam bentuk tulisan, gambar atau foto. Penyampaian pesan yang ideal adalah penyampaian pesan yang tidak menimbulkan kesalah pahaman antara pemberi pesandan penerima pesan. Diera digital mengharuskan sebuah produk atau jasa disampaikan secara detail, akurat, sesuai dengan kebutuhan dan tujuan dari setiap perusahaan. Salah satu cabang keilmuan di bidang Desain Komunikasi Visual adalah Fotografi.

Fotografi adalah kegiatan merekam dan memanipulasi cahaya untuk mendapatkan hasil yang diinginkan. Foto adalah hasil penangkapan objek dengan cahaya sesuai dengan kenyataan atau sebenarnya pada waktu tertentu. Menurut Rustan (2009:54) Fotografi memiliki kemampuan untuk dapat dipercaya oleh penontonnya (kredibilitasnya). Kelebihan tersebut menjadi kekuatan dari hasil karya fotografi dalam dunia periklanan.

Innov Wedding Photo merupakan industri kreatif yang bergerak dibidang fotografi dokumentasi *wedding*. Terletak di kota Surabaya, didirikan pada tahun 2016 oleh Novi Kurniawan. Jasa yang disediakan yaitu mengenai *wedding*, meliputi pra *wedding*, *wedding* hingga *post wedding*. Innov Wedding Photo juga menyediakan properti secara gratis bagi para kliennya yang melakukan *prewedding* dengan tujuan untuk mendukung konsep yang diinginkan para kliennya. Selain itu, Innov Wedding juga melakukan kerjasama dengan industri kreatif lain yang mempunyai frekuensi sama dalam membuat acara *exhibition* untuk mewedahi para industri kreatif dibidang perweddingan dalam mendapatkan klien.

Mata kuliah kerja praktik bertujuan untuk menyeimbangkan *softskills* dan *hardskills* serta memberi kesempatan kepada mahasiswa untuk mengaplikasikan

ilmu yang didapat dengan cara praktik langsung di lapangan. Adanya kerja praktik atau magang ini diharapkan mahasiswa dapat menambah wawasan, pengalaman dan ilmu serta dapat menjadi seorang ahli dibidangnya.

1.2 Tujuan

1. Melaksanakan mata kuliah Kerja Praktik Desain Komunikasi Visual sebagai syarat kelulusan universitas.
2. Menerapkan ilmu Desain Komunikasi Visual pada dunia kerja.
3. Memperoleh pengalaman kerja yang relevan, sehingga memiliki pengetahuan, sikap dan keterampilan pada bidangnya.
4. Mengetahui rasa disiplin dan tanggung jawab dalam menjalankan proses kerja dari perusahaan, baik dalam kelompok atau individu.
5. Mengetahui tata cara kerja dan tingkatan yang berlaku di perusahaan mengenai proses kerja dalam kelompok maupun individu.
6. Menciptakan timbal balik yang bermanfaat bagi semua pihak.

1.3 Manfaat

1.3.1 Bagi Perguruan Tinggi

- Memperkenalkan Desain Komunikasi Visual Universitas Internasional Semen Indonesia ke perusahaan dan masyarakat luas.
- Membina kerjasama yang baik antara universitas dan perusahaan atau instansi terkait.
- Meningkatkan kualitas lulusan melalui pengalaman kerja.

1.3.2 Bagi Perusahaan

- Perusahaan mendapatkan Sumber Daya Manusia (SDM) yang telah diketahui kualitasnya, sehingga memungkinkan dapat langsung direkrut dan diseleksi.
- Mendapat informasi ide kreatif dan inovatif dari mahasiswa magang.

1.3.3 Bagi mahasiswa

- Memperoleh gambaran kepada mahasiswa untuk menerapkan ilmu dan teori yang telah didapatkan pada saat diperkuliahan.
- Menambah pengalaman, wawasan serta pengetahuan mengenai dunia kerja.
- Membangun relasi dan koneksi dikalangan professional.
- Mengasah kecakapan setiap mahasiswa dalam melakukan interaksi dengan dunia kerjanya.
- Evaluasi untuk mahasiswa dalam mengembangkan keterampilan.

1.4 Metodologi Pengumpulan Data

Metodologi pengumpulan data yang digunakan dalam melakukan kerja praktik, antara lain:

1. Observasi

Merupakan metodologi pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan langsung di lokasi, baik observasi sebelum melaksanakan kerja praktik maupun observasi secara partisipasi yaitu terlibat langsung dalam sebuah kegiatan atau pekerjaan. Menurut Ridwan (2004:104), Observasi merupakan teknik pengumpulan data dengan cara mengamati secara langsung ke objek yang akan diteliti untuk mendapatkan data yang sesuai.

2. Wawancara

Merupakan metodologi pengumpulan data melalui komunikasi percakapan dengan pemilik perusahaan, pembimbing kerja praktik hingga anggota (karyawan) di Innov Wedding Photo dengan tujuan mendapatkan data primer yang berkaitan dengan penelitian. Menurut Sugiyono (2013:317), wawancara merupakan teknik pengumpulan data oleh peneliti dalam melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang ada dan ingin mengetahui responden lebih dalam mengenai tentang yang diteliti.

3. Dokumentasi

Dokumen yang digunakan yaitu berupa laporan-laporan yang berkaitan dengan perusahaan, baik dalam bentuk tulisan, gambar ataupun foto. Dokumentasi

adalah teknik pengumpulan data yang paling digunakan dalam berbagai metode pengumpulan data (Kriyantono, 2012).

4. Studi Literatur

Sumber rujukan yang dijadikan sebagai acuan dalam mencari informasi yang valid. Biasanya menggunakan buku, artikel, jurnal, skripsi dan berbagai macam lainnya.

1.5 Waktu dan Lokasi Pelaksanaan Kerja Praktik

Lokasi: Studio Lifefusion, Jl. Gubeng Kertajaya X No. 18 Surabaya, Jawa Timur.

Waktu: 11 Agustus – 18 Oktober 2020 (2 bulan).

BAB II

PROFIL PERUSAHAAN

2.1 Sejarah dan Perkembangan

Innov Wedding Photo merupakan salah satu industri kreatif di bidang jasa dokumentasi wedding yang berlokasi di Kota Surabaya. Didirikan pada tanggal 7 Januari 2016 oleh Novi Kurniawan, dengan nama awal Novi Photographie yang diambil dari nama awal pemilik sekaligus pendirinya. Pada tahun 2017 masa keemasana industri kreatif ini dilihat dari banyaknya orang yang menggunakan jasanya, dari mengerjakan pre wedding dalam negeri hingga luar negeri. Selanjutnya pada tahun 2019 melakukan rebranding untuk memperbaiki *segmentation, positioning* dan *targeting*.

Industri kreatif Innov Wedding Photo menawarkan jasa berupa dokumentasi wedding, baik pra wedding, wedding maupun post wedding. Karakter yang dijual dari Innov Wedding Photo adalah *bold and luxury image, conceptual and extraordinary pre / post wedding, High quality camera, lighting and album*. Innov Wedding Photo juga menyediakan property secara gratis bagi para kliennya yang menggunakan jasa prewedding agar konsep yang diinginkan oleh klien bisa terealisasi dengan baik dan sesuai. Seperti meja, kursi, bunga dekorasi, kain, koper tenda, peralatan gunung dan lain sebagainya. Selain itu, Innov Wedding Photo juga menyediakan personal stylist yang berfungsi membantu konsep yang diinginkan oleh klien, mulai dari pemilihan tempat, baju, sepatu, property pendukung yang dibutuhkan hingga hingga pose untuk tipa sesi foto dan videonya.

2.2 Visi Misi Innov Wedding Photo

Menjadi penyedia jasa industri dokumentasi yang amanah, professional, bekerja dengan team work dan selalu berkarya dengan sepenuh hati.

2.3 Lokasi Innov Wedding Photo

Innov Wedding Photo

Alamat : Jl. Gubeng Kertajaya X No.18, Surabaya, Jawa Timur

Telepon 0822 1333 0900

Instagram : innovweddingphoto

2.4 Struktur Organisasi Innov Wedding Photo

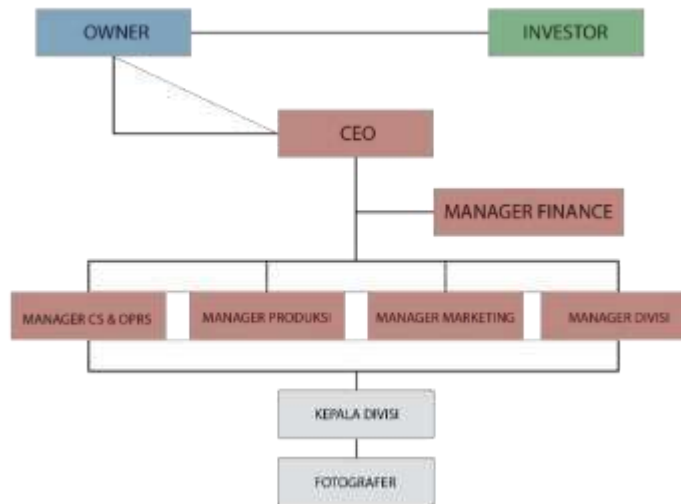


Table 1 Struktur Organisasi Innov Wedding

2.5 Produk atau Jasa

Berikut adalah beberapa jasa yang ditawarkan oleh Innov Wedding Photo.

1. Akad & Tasyakuran Package

6 hours – Surabaya Only

Professional Team:

- ✓ 2 Photographer
- ✓ 2 Videographer
- ✓ 5 Lighting Crew & Equipment
- ✓ 1 Personal Assistant
- ✓ 1 Personal Stylist

Finishing Production

- ✓ 1 Exclusive Album Magazine 20 x 30 cm – 22 sheet
- ✓ Photo All file Copy – USB Flashdisk
- ✓ 30 minutes Documentation Video copy- USB Flashdisk

- ✓ 1 minutes Teaser Video Cinematic
- ✓ 16 Rs + Exclusive Frame (1 photo print)

Free Prewedding (3 jam)

- ✓ 2 Themes Extraordinary Concept (Surabaya only – max 2 gown and suite)
- ✓ 10 photo Edited
- ✓ All File copy by google drive
- ✓ 1 minutes Teaser Video

2. Akad & Tasyakuran / Temu Package

6 hours – Surabaya Only

Professional Team:

- ✓ 2 Photographer
- ✓ 2 Videographer
- ✓ 2 Lighting Crew & Equipment

Finishing Production:

- ✓ 1 Exclusive Album Magazine 20 x 30 cm – 22 sheet
- ✓ Photo All file Copy – USB Flashdisk
- ✓ 30 minutes Documentation Video copy- USB Flashdisk
- ✓ 1 minutes Teaser Video Cinematic
- ✓ 16 Rs + Exclusive Frame (1 photo print)

3. Resepsi Package

7 hours – Surabaya Only

Professional Team:

- ✓ 3 Photographer (Liputan, Beauty, Candid, dan Detail)
- ✓ 2 Videographer (Documentation dan Cinematic)
- ✓ 2 Lighting Crew & Equipment

Finishing Production:

- ✓ 1 Exclusive Album Magazine 20 x 30 cm – 22 sheet
- ✓ 30 File Edit for Instagram
- ✓ Photo All file Copy – USB Flashdisk
- ✓ 30 minutes Documentation Video copy- USB Flashdisk
- ✓ 1 minutes Teaser Video Cinematic
- ✓ 16 Rs + Exclusive Frame (1 photo print)

4. Prewedding Indoor Package

Max 3 hours – Surabaya Only

Professional Team

- ✓ 1 Photographer
- ✓ 1 Videographer
- ✓ 1 Lighting Crew & Equipment
- ✓ 1 Personal Stylist

Finishing Production:

- ✓ 2 Themes Extraordinary Concept (Surabaya only – max 2 gown and suite)
- ✓ 10 photo Edited
- ✓ All File copy by google drive
- ✓ 1 minutes Teaser Video

5. Prewedding Outdoor Package

Max 5 hours – Surabaya Only

Professional Team

- ✓ 2 Photographer
- ✓ 1 Videographer
- ✓ 2 Lighting Crew & Equipment
- ✓ 1 Personal Stylist

Finishing Production:

- ✓ 4 Themes Extraordinary Concept (Surabaya only – max 2 gown and suite)
- ✓ 20 photo Edited
- ✓ All File copy by google drive
- ✓ 16 Rs dan Exclusive Frame (1 photo print)
- ✓ 1 minutes Teaser Video

2.6 Logo Perusahaan



Gambar 1 Logo Innov Wedding Photo

Logo dari perusahaan yang itu berupa Logotype “Innov” menggunakan font script tebal. Logo tersebut memberi kesan apa yang ditawarkan dari perusahaan yaitu

- Bold and Luxury Image
- Conceptual and Extraordinary Pre/Post Wedding
- High Quality Camera, Lighting and Album

2.7 Tagline Perusahaan

Tagline yang digunakan perusahaan ini adalah “Fashion Meet Wedding”. Maksud dari tagline tersebut adalah bahwa Innov Wedding Photo dapat menangkap momen atau mendokumentasikan wedding dengan konsep fesyen, mulai dari peralatan, SDM hingga hasil akhir yang diberikan kepada klien.

BAB III

TINJAUAN PUSTAKA

3.1 Fotografi

Fotografi adalah kegiatan merekam dan memanipulasi cahaya untuk mendapatkan hasil diinginkan. Foto adalah hasil penangkapan objek dengan cahaya sesuai dengan kenyataan atau sebenarnya pada waktu tertentu. Menurut Rustan (2009:54), Fotografi memiliki kemampuan untuk dapat dipercaya oleh penontonnya (kredibilitasnya). Kelebihan tersebut menjadi kekuatan dari hasil karya fotografi dalam media media periklanan

3.2 Komposisi Foto

Agar sebuah foto mampu menyampaikan sebuah pesan dengan baik dan lebih menarik, maka diperlukan sebuah kemampuan menyusun unsur-unsur dalam gambar yang biasa disebut komposisi. Berikut beberapa unsur komposisi dan aturan komposisi yang dapat diterapkan (Fery, 2014).

- **Unsur – unsur Komposisi**

1. Unsur Garis

Merupakan elemen penting dalam sebuah komposisi, karena tanpa adanya garis tidak akan ada bentuk, wujud dan seterusnya. Garis dibagi menjadi 4 jenis:

- Garis Horizontal memberikan kesan kokoh dan tenang.
- Garis Vertika dapat menimbulkan kesan agung, megah dan tinggi.
- Garis Diagonal merupakan garis yang mempunyai posisi miring. Mempunyai sifat dinamis dan lebih hidup.
- Garis Lengkung menimbulkan kesan lebih dinamis, lebih hidup dan seksi.

2. Unsur Bentuk

Adalah bagaimana objek tersusun dalam suatu frame yang membentuk bidang dua dimensi, sehingga membentuk susunan yang menarik.

3. Unsur Wujud

Adalah pengembangan dari unsur bentuk dua dimensi yang menjadi wujud tiga dimensi, sehingga memberi kesan kedalaman.

4. Unsur Tekstur

Unsur yang menonjolkan suatu ketidakrataan atau ketidak seragaman suatu permukaan.

5. Unsur Pola (*Pattern*)

Unsur komposisi yang memanfaatkan pengulangan bentuk.

6. Unsur Warna

Adalah unsur yang sangat penting dalam komposisi karena setiap warna akan mewakili emosi atau perasaan tertentu.

• **Aturan Komposisi**

1. *Rule Of Third*

Aturan ini disebut juga aturan sepertiga. Komposisi ini frame dibagi menjadi tiga bagian, kemudian POI (*Point Of Interest*) dari foto diletakkan di pertigaannya.

2. *Rule Of Odds*

Jika diartikan dalam bahasan Indonesia sederhana adalah aturan ganjil. Maksudnya adalah sebuah gambar dirasa akan semakin menarik secara visual jika memiliki jumlah yang ganjil.

3. *Rule Of Space*

Artinya adalah aturan ruang kosong. Biasanya digunakan untuk menggambarkan sebuah pergerakan dalam ruangan yang lebih besar kemudian memberikan ruang kosong.

4. *Point Of View*

Sudut pandang dalam fotografi yang berarti posisi darimana kameramelihat objek atau subjek.

3.3 Teknik Pengambilan Gambar

1. *Freezing* adalah teknik pemotretan yang dapat memberikan efek berhentinya gerakan pada objek. Berarti teknik pemotretan dengan

menggunakan shutter speed tinggi. Biasanya digunakan untuk mengambil gambar yang bergerak cepat.

2. *Bluring* adalah teknik yang dapat memunculkan kesan artistic melalui kesengajaan membuat kabur sebagian dari foto. Teknik pengambilan dengan menggunakan shutter speed rendah, biasanya digunakan untuk menyampaikan keunikan dan estetika gambar.
3. *Panning* adalah pengembangan dari teknik bluring. Teknik membuat background seakan-akan bergerak. Untuk dapat menghasilkan karya dengan teknik ini, saat memotret kamera harus mengikuti gerak dari objek yang ingin ditangkap. Biasanya digunakan untuk menunjukkan arah pergerakan objek dan berfokus pada objek.
4. *Long Exposure (Bulb)* adalah teknik untuk membuat foto yang lebih artistic melalui penangkapan cahaya yang bergerak, dalam penggunaannya, teknik ini memuka rana secara lama tetapi tanpa membuat hasil menjadi over karena pengambilannya pada malam hari atau pada tempat yang gelap. Biasanya kalau menggunakan teknik ini harus menggunakan bantuan alat berupa tripod.
5. *Zooming* adalah teknik yang serupa dengan panning. Namun bedanya kalau panning blur-nya ke kiri atau kanan, sedangkan zooming dalah kedepan atau kebelakang. Teknik ini berhasil jika objek diletakkan ditengah.
6. *Focus of Interest (Deep of Field Technique)* adalah teknik yang sangat menonjolkan objek dalam frame. Teknik ini memiliki fungsi untuk focus of interest dari foto. Pengaturan diafragma menjadi hal penting dalam penggunaan teknik ini.

3.4 Jenis Karya Fotografi

1. Fotografi jurnalistik (photo journalism) adalah karya-karya foto yang khusus memuat nilai berita.
2. Fotografi pernikahan (wedding photography) adalah pemotretan yang khusus untuk pernikahan. Fotografer yang menekuni spesialis foto

pernikahan tentulah harus memiliki wawasan mengenai adat istiadat dan tata cara pernikahan.

3. Fotografi arsitektur (architectural photography) adalah pendekatan documenter, seni dan komersil pada pemotretan objek-objek bangunan.
4. Fotografi busana (fashion photography) adalah foto yang dihasilkan dari memadukan antara busana dengan model.
5. Fotografi ilmiah (scientific photography) adalah foto yang berkaitan dengan aspek-aspek ilmiah (mikrobiologi).
6. Fotografi udara (aerial photography) adalah pemotretan untuk pemetaan, survei pada pegunungan, tata ruang maupun pertanian
7. Fotografi komersil (commercial photography) adalah pemotretan tentang informasi produk yang akan didokumentasikan.
8. Fotografi seni (fine art photography) adalah karya seni ekspresi dengan media fotografi.

3.5 Promosi

Promosi adalah kegiatan yang dilakukan dengan tujuan menyampaikan pesan tertentu mengenai produk atau jasa kepada konsumen, sehingga membantu meningkatkan value pemasaran. Menurut (Philip Kotler, 1997) Promosi merupakan kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengkomunikasikan manfaat dari produk atau jasanya, serta menyakinkan konsumen agar membeli. Sedangkan menurut (Anton Teja Kusuma, 2010) Promosi adalah sebuah teknik pemasaran produk atau jasa yang efektif dalam meningkatkan penjualan produk atau jasa, serta sebagai strategi untuk mengajak prospek melalui transaksi.

3.6 Fungsi Promosi

Menurut Terence A Shimp (2002) menjelaskan bahwa promosi mempunyai fungsi sebagai berikut.

1. Informing (Memberikan Informasi)

Promosi menampilkan pesan informasi mengenai produk atau jasa, baik merek, manfaat ataupun yang lainnya. Sehingga membuat konsumen sadar akan produk atau jasa, serta memfasilitasi penciptaan citra sebuah perusahaan.

2. Persuading (Membujuk)

Media promosi atau iklan yang baik akan dapat mempersuasi konsumen untuk mencoba produk atau jasa yang ditawarkan. Selain itu juga dapat mempengaruhi permintaan produk atau jasa yang lainnya.

3. Reminding (Mengingat)

Media promosi atau iklan juga ikut menjaga agar merek sebuah perusahaan tetap dalam ingatan para konsumennya. Saat kebutuhan seseorang muncul, berhubungan dengan produk atau jasa yang di iklankan, dampak promosi dimasa lalu dapat memungkinkan merek di iklan muncul dibenak konsumen.

4. Adding Value (Menambah Nilai)

Perusahaan dapat melakukan beberapa cara agar dapat menambah nilai penawaran, meliputi inovasi penyempurnaan, kualitas atau mengubah persepsi konsumen, dan komponen nilai tambah tersebut benar-benar independen. Promosi yang efektif dapat menciptakan merek dipandang lebih elegan, lebih bergaya, lebih bergensi, dan bisa lebih unggul.

3.6.1 Jenis Media Promosi

Jenis dan bentuk media ada berbagai macam, tergantung dari tujuan dan kebutuhan penyampaian pesan. Menurut (Rudi Brets, 2008:52) beberapa jenis media sebagai berikut:

1. Media Audio

Merupakan jenis media yang menghubungkan indra pendengar (telinga) yang memanipulasi kemampuan suara. Pesan yang dapat disampaikan melalui audio adalah pesan verbal (bahasa lisan atau kata-kata) dan pesan non-verbal (music, vokalisasi dan bunyi-bunyian lainnya).

2. Media Visual

Media visual merupakan jenis media yang melibatkan indra penglihatan (mata), serta juga dapat melibatkan indra peraba (kulit). Beberapa contoh diantaranya:

- Media visual verbal; media yang berisi pesan verbal atau pesan linguistik yang berbentuk tulisan. Misalnya buku, majalah, surat kabar, dan lainnya.
- Media visual grafis; media visual yang berisi pesan non-verbal, pesan berupa symbol-simbol atau unsur – unsur grafis. Misalnya sketsa, foto, gambar, diagram, peta, dan lainnya.
- Media visual non-cetak; media visual yang berisi pesan dalam bentuk tiga dimensi. misalnya dalam bentuk diorama, miniature, model, *mock up*, dan *specimen*.

3. Media Audio Visual

Merupakan jenis media yang melibatkan indera pendengaran dan indera pengelihatan secara bersamaan dalam satu kesatuan. Pesan yang disampaikan dalam jenis ini bersifat verbal dan non-verbal. Misalnya film drama, film dokumenter, dan lain sebagainya.

BAB IV

HASIL KERJA

4.1 Skema Proses Magang



Table 2 Skema proses kerja praktik

4.2 Tugas Primer

Tugas primer merupakan tugas utama yang menjadi fokus pengerjaan dalam melakukan kerja praktik. Tugas primer yang diberikan berupa kegiatan Wedding Exhibition dengan judul Pameran Cerita Cinta. Penjelasannya sebagai berikut:

4.2.1 Cerita Cinta Wedding Exhibition

Merupakan Exhibition Wedding yang diselenggarakan kerja sama antara History Surabaya Entertainment dan ASTON Sidoarjo Hotel and Conference Center. Didalam History Surabaya Entertainment terdapat beberapa vendor yang mempunyai frekuensi sama di bidang wedding. Vendor tersebut meliputi Innov Wedding Photo, Raisya Decoration, Anamfest Communication.

Cerita Cinta Wedding Exhibition diselenggarakan selama tiga hari mulai dari tanggal 16 – 18 Oktober 2020 di ASTON Sidoarjo Hotel and Conference Center. Konsep Exhibition Wedding ini diselenggarakan dengan tujuan untuk membangkitkan semangat para industri kreatif dibidang wedding saat pandemi,

menjadi tempat silaturahmi sesama industri kreatif, dan menjadi Wedding Exhibition pertama di Sidoarjo yang dilaksanakan dalam Hotel. Posisi penulis dalam pengerjaan Wedding Exhibition ini adalah sebagai tim desain media cetak. Agar acara ini dapat mendatangkan peserta dan pengunjung, panitia acara membuat beberapa media promosi diantaranya folded flyer, billboard, T banner, banner dan lain sebagainya. Penjelasannya sebagai berikut:

1. Pemotretan

Kegiatan pemotretan yang dilakukan untuk mempersiapkan kebutuhan-kebutuhan media promosi. Mengkolaborasikan antara beberapa vendor yaitu Paras Asri Wedding, Raisya Decoration, Novnov Fashiongraphy, Cerah Videography dan Hotel Aston Sidoarjo . Pemotretan ini dilaksanakan di ASTON Sidoarjo Hotel and Conference Center selama sehari.

➤ Konsep

Konsep fotonya mengangkat tema tradisional dan modern dengan tidak menghilangkan background lokasinya, karena dijadikan sebagai promosi dari Hotel Aston Sidoarjo. Pemotretan ini menggunakan dua model sebagai objek utama. Tema tradisional digambarkan dengan dekorasi yang bernuansa tradisional seperti ukiran dinding kayu dan akar-akaran, model menggunakan pakaian kebaya yang identik dengan pakaian tradisional Jawa, serta didukung dengan make up yang identik dengan tradisional Jawa digambarkan dengan menggunakan konde pada rambutnya. Tema modern digambarkan dengan dekorasi natural yang minimalis sebagai background serta menggunakan background setiap sudut hotel, model menggunakan gaun serta didukung dengan mahkota yang ada di atas kepalanya agar memunculkan konsep modern.

➤ Survei

Survei dalam pemotretan ini dilakukan dengan mengamati setiap sudut hotel dengan tujuan dijadikan tempat pemotretan.

➤ Imageboard

Imageboard dalam hal ini bagian dari tahapan sebelum melakukan pemotretan, berfungsi untuk memudahkan fotografer dalam merealisasikan konsep.



Gambar 2 Imageboard pemotretan Pameran Wedding Cerita Cinta


➤ Proses

Proses pemotretan melibatkan dua fotografer bertugas sebagai fotografer utama dan fotografer kedua (pengganti). Dua lightingman yang bertugas mengatur lighting.



Gambar 3 Kegiatan pemotretan Pameran Wedding Cerita Cinta

➤ Foto

No	Konsep	Foto
1	<p>Sudut pengambilan gambar ini menggunakan frog eye view, dengan tujuan memunculkan kesan modern yang elegan dan anggun, serta menunjukkan arsitektur hotel dan nama hotel dengan tujuan mempromosikan hotel. Menggunakan tiga lighting, satu lighting utama dan dua lighting sebagai pengisi.</p>	 <p><i>Gambar 4 Hasil 1 Foto Pameran Wedding Cerita Cinta</i></p>
2	<p>Pengambilan sudut gambar ini menggunakan normal view, dengan tujuan berfokus pada make up serta gaun yang modern dan elegan. Menggunakan tiga lighting, satu lighting utama dan dua lighting sebagai pengisi. Tipe shot yang digunakan yaitu medium shoot karena memperlihatkan beberapa bagian seperti makeup dan gaun.</p>	 <p><i>Gambar 5 Hasil 2 Foto Pameran Wedding Cerita Cinta</i></p>

<p>3</p>	<p>Pengambilan sudut dalam gambar ini menggunakan normal view. Tipe shot yang digunakan adalah long shot dengan tujuan tetap memperlihatkan suasana background dan keseleuruhan gaun. Gambar ini melibatkan dua model modern dan tradisional karena digunakan sebagai kebutuhan billboard. Menggunakan tiga lighting, satu lighting utama dan dua lighting sebagai pengisi.</p>	 <p><i>Gambar 6 Hasil 3 Foto Pameran Wedding Cerita Cinta</i></p>
<p>4</p>	<p>Pengambilan sudut dalam gambar ini menggunakan high angle, dengan tujuan memperlihatkan dekorasi bunga-bunga yang diatas namu tidak menghilangkan bagian bawahnya. Tipe shot yang digunakan adalah longh shot dengan tujuan memperlihatkan keseluruhan dari objek dan background agar konsep tradisionalnya tersampaikan. Menggunakan tiga lighting, satu lighting utama dan dua lighting sebagai pengisi.</p>	 <p><i>Gambar 7 Hasil 4 Foto Pameran Wedding Cerita Cinta</i></p>

2. Denah

Tahapan dalam proses pembuatan denah malalui observasi langsung ke lokasi dan juga melakukan pengukuran setiap sudut ruangan. Denah digunakan untuk

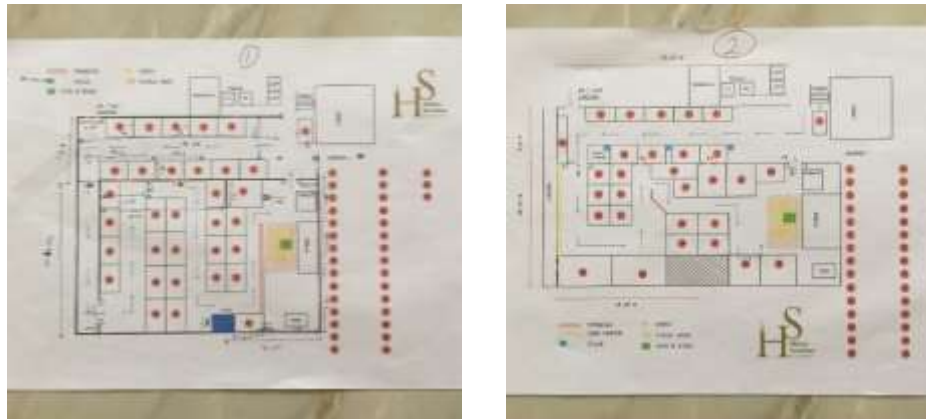
menjual tiap stand kepada para calon peserta, selain itu sebagai informasi mengenai lokasi.

➤ Survei

Survei merupakan tahapan pertama yang dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui mengenai lokasi, baik berupa luas lokasi, ukuran setiap sudut ruangan, serta setiap sudut terdapat bagian apa saja.

➤ Alternatif

Tahapan ini membuat beberapa alternatif denah. Menentukan peletakan stand, panggung, resgitrasi, pintu masuk dan keluar, transint, ruang ganti, alur pengunjung dan lain sebagainya.



Gambar 8 Alternatif desain denah

➤ Digital

Denah ini berfungsi juga sebagai media untuk menawarkan dan menginformasikan kepada para vendor wedding mengenai lokasi pameran.



Gambar 9 Denah Pameran Wedding Cerita Cinta

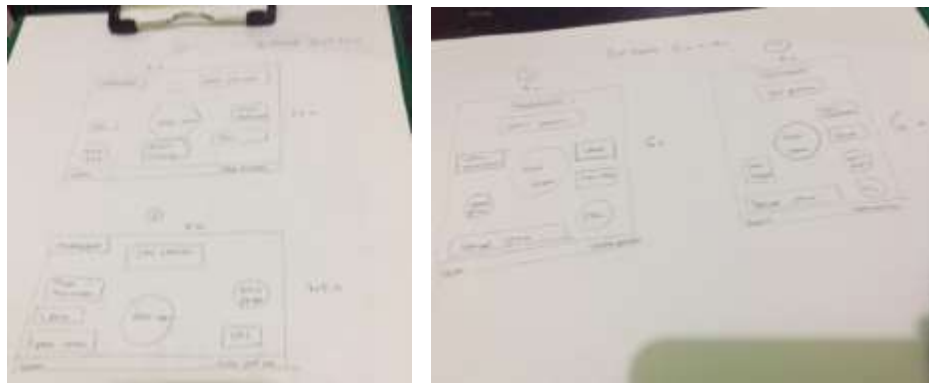
3. Billboard

Billboard ditempatkan disekitar bahu jalan yang strategis, mempunyai ukuran yang besar memudahkan para pengendara motor atau mobil untuk membaca informasi yang disampaikan.

➤ Brief

Billboard digunakan bertujuan untuk menginformasikan kepada masyarakat, dengan tidak menghilangkan konsep foto. Informasi yang ingin disampaikan berupa judul pameran, waktu pelaksanaan pameran, penyelenggara pameran, tempat pelaksanaan pameran, sponsor utama, media partner, support acara, Master Ceremony acara dan grand prize

➤ Sketsa



Gambar 10 Sketsa billboard Pameran Wedding Cerita Cinta

➤ Digital



Gambar 11 Billboard 1 Pameran Wedding Cerita Cinta



Gambar 13 Lokasi billboard 1



Gambar 12 Billboard 2 Pameran Wedding Cerita Cinta



Gambar 14 Lokasi billboard 2 Pameran Wedding Cerita Cinta

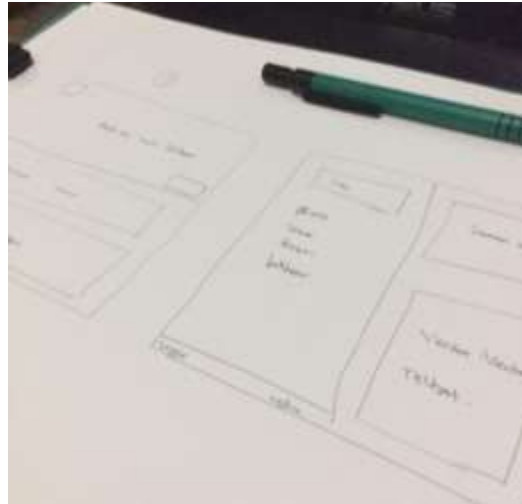
➤ Pengaplikasian



Gambar 15 Pengaplikasian Billboard Pameran Wedding Cerita Cinta

4. Brosur

Brosur disebarakan langsung ke tempat-tempat yang strategis sesuai dengan tujuan dan kebutuhan. Bertujuan untuk menginformasikan vendor – vendor yang terlibat dan susunan acara utama.



Gambar 17 Sketsa brosur Pameran Wedding Cerita Cinta



Gambar 16 Brosur Pameran Wedding Cerita Cinta

5. T Banner

T Baner di tempatkan pada sekitar area parkir dan kawasan dekat hotel, dengan tujuan untuk menginformasikan kepada para pengunjung hotel dan juga masyarakat yang sedang melewati jalan depan hotel.



Gambar 18 T Banner Pameran Wedding Cerita Cinta

➤ Pengaplikasian



Gambar 19 Pengaplikasian T Banner Pameran Wedding Cerita Cinta

6. Banner

Banner berukuran 5 x 1 meter diletakkan di depan pintu hotel untuk menginformasikan kepada pengunjung hotel.



Gambar 20 Banner Pameran Wedding Cerita Cinta

7. Sticker

Sticker ditempelkan ke pundak atau lengan pengunjung untuk membedakan pengunjung hotel dan pengunjung pameran, serta menandai pengunjung yang sudah melakukan cuci tangan dan cek suhu.

8. ID Card



Gambar 21 Sticker pengunjung Pameran Wedding Cerita Cinta

Id card digunakan untuk membedakan peserta, panitia dan pengunjung, agar tidak menimbulkan kesalah pahaman.



Gambar 22 ID Card Pameran Wedding Cerita Cinta

9. X Banner

X banner berisi informasi dan juga mengingatkan kepada para pengunjung, peserta dan panitia mengenai protokol kesehatan, agar acara tetap lancar dan tidak ada kendala.



Gambar 23 Protokol Kesehatan

4.3 Tugas Sekunder

4.3.1 Foto Katalog Alzanna

Alzanna Muslim Wedding Dress terletak di Kota Surabaya, merupakan industri kreatif yang menyewakan berbagai macam gaun untuk mendukung kemeriahan pernikahan setiap orang. Industri kreatif ini masih baru jadi membutuhkan foto katalog untuk keperluan promosi atau penyewaan.

➤ Konsep

Pemotretan ini tidak mempunyai konsep yang lebih karena lebih berfokus pada gaun dan kebaya yang ingin disewakan. Pesan yang ingin disampaikan dari Alzanna Wedding adalah pakain Muslim yang mempunyai keindahan, sehingga dapat mendukung estetika dari setiap pasangan yang melangsungkan pernikahan.

➤ Imageboard

Imageboard dalam hal ini bagian dari tahapan sebelum melakukan pemotretan, berfungsi untuk memudahkan fotografer dalam merealisasikan konsep.



Gambar 24 Imageboard foto katalog Alzanna Wedding

➤ Foto

No	Konsep	Foto
1	<p>Sudut pengambilan gambar menggunakan normal view dan tipe shotnya medium shot untuk menunjukkan sisi atas pakain dan hijabnya. Menggunakan unsur bunga yang berwarna kontras dengan warna gaun untuk menggambarkan ke indahan. Menggunakan satu lighting dari balik jendela.</p>	 <p data-bbox="962 1032 1310 1093"><i>Gambar 25 Foto 1 Katalog Alzanna Wedding</i></p>
2	<p>Sudut pengambilan gambar menggunakan normal view dan tipe shotnya medium shot untuk menunjukkan sisi atas pakain dan hijabnya. Menggunakan unsur bunga yang sama dengan gaun untuk menggambarkan ke indahan. Menggunakan satu lighting dari balik jendela. Menggunakan pose yang anggun untuk mendukung konsep gaunnya.</p>	 <p data-bbox="959 1827 1307 1888"><i>Gambar 26 Foto 2 Katalog Alzanna Wedding</i></p>

<p>3</p>	<p>Menggunakan pose yang menggambar dari sisi gaunnya yang lebih mudah untuk dibuat bergerak namun tetap kelihatan anggun dan indah. Sudut pengambilan gambar menggunakan normal view dan tipe shotnya medium shot untuk menunjukkan sisi atas pakain dan hijabnya. Menggunakan tiga lighting, satu lighting sebagai utama dan dua lighting sebagai pengisi.</p>	 <p><i>Gambar 27 Foto 3 Katalog Alzanna Wedding</i></p>
<p>4</p>	<p>Sudut pengambilan gambar menggunakan normal view dan tipe shotnya wide shot untuk menunjukkan keseluruhan gaun dan hijab yang digunakan oleh model. Menggunakan tiga lighting, satu lighting sebagai utama dan dua lighting sebagai pengisi. Posenya menggambar gaunnya mempunyai sayap untuk mendukung keindahan setiap pengantin.</p>	 <p><i>Gambar 28 Foto 4 Katalog Alzanna Wedding</i></p>

4.3.2 Foto Promosi Wedding Runway AP3 Wedding Fair

Pemotretan ini berlangsung di Aria Hotel Surabaya, kolaborasi dengan beberapa vendor yaitu, Next Management Models, Novnov Fashion Graphie, LT Pro, Aria Hotel, Nuries Fashion Accessories, Herman Sahara Gown dan Banks Tailor. Pemotretan ini bertujuan untuk keperluan promosi sub acara Wedding Runway di AP3 Wedding Fair.

➤ Konsep

Gatsby merupakan gaya hidup pada tahun 1920-an di Amerika. Gatsby menggambarkan seseorang yang mempunyai pergaulan hidup yang gemerlap, suka melakukan pesta. Pada era ini pemotretan menggunakan pencahayaan yang keras. Pakain yang digunakan laki-laki menggunakan jas, sedangkan perempuan pakainnya rata-rata dari bulu – bulu. Penggunaan warna pada era ini rata-rata menggunakan warna yang mempunyai kesan mewah, seperti hitam, putih, silver dan gold.

➤ Imageboard

Imageboard dalam hal ini bagian dari tahapan sebelum melakukan pemotretan, berfungsi untuk memudahkan fotografer dalam merealisasikan konsep.



Gambar 29 Imageboard foto Wedding Runway

➤ Foto

No	Konsep	Foto
1	<p>Pengambilan sudut pada gambar ini menggunakan low eye view, sedangkan tipe shotnya menggunakan wide shot dengan tujuan untuk berfokus pada keseluruhan konsep yang ingin disampaikan yaitu lokasi, properti pendukung dan pakain yang digunakan model. Menggunakan 4 lighting, dua lighting untuk pencahayaan modelnya, dua lighting untuk mengisi cahaya ruangan.</p>	 <p><i>Gambar 30 Foto 1 Wedding Runway</i></p>
2	<p>Pada gambar ini menyampaikan konsep pada keromantisan pada era dulu. Menggunakan tipe shot medium close up karena berfokus pada kegiatan yang dilakukan kedua model. Sudut properti dari dinding hotel sebagai pendukung pada konsep Gatsby yang ingin disampaikan. Menggunakan satu lighting sebagai pencahayaan pada modelnya.</p>	 <p><i>Gambar 31 Foto 2 Wedding Runway</i></p>

<p>3</p>	<p>Pada gambar ini menggunakan sudut pengambilan gambar normal view dan tipe shot medium shot karena ingin menyampaikan keromantisan pada era dulu dan juga menyampaikan pakain kedua model tersebut yang sesuai dengan konsep Gatsby. Menggunakan satu lighting sebagai pencahayaan pada model.</p>	 <p><i>Gambar 32 Foto 3 Wedding Runway</i></p>
<p>4</p>	<p>Pada gambar ini menggunakan sudut pengambilan normal view, sedangkan tipe shotnya menggunakan wide shot, dengan tujuan untuk menyampikan keseluruhan konsep yang ingin disampaikan yaitu pakain, lokasi dan suasana. Menggunakan empat lighting, satu lighting sebagai utama, dua lighting sebagai pencahayaan sisi samping model dan satu lighting untuk memberi pencahayaan pada background.</p>	 <p><i>Gambar 33 Foto 4 Wedding Runway</i></p>

➤ Proses



Gambar 35 Kegiatan pemotretan Wedding Runway



Gambar 34 Kegiatan pemotretan Wedding Runway

➤ Pricelist


Pembuatan pricelist digunakan untuk menawarkan Wedding Runway yang merupakan bagian dari sub acara AP3 Wedding Fair di Tunjungan Plaza lantai tiga. Penawaran ini untuk vendor makeup, fashion designer dan perias.

➤ Sketsa





Gambar 36 Sketsa layouting pricelist Wedding Runway

➤ Digital



No	Konsep	Digital
1	<p>Pada halaman ini menampilkan foto bertema Gatsby dan menampilkan judul serta logo-logo vendor yang terlibat dalam pemotretan.</p>	

Gambar 37 Cover pricelist Wedding Runway

<p>2</p>	<p>Pada halaman ini menampilkan tulisan sale, menjelaskan bahwa ada yang ingin ditawarkan atau jual.</p>	 <p><i>Gambar 38 Halaman 1 pricelist Wedding Runway</i></p>
<p>3</p>	<p>Halaman ini menjelaskan mengenai harga khusus untuk Make Up Artis dan fasilitas yang didapatkan.</p>	 <p><i>Gambar 39 Halaman 2 pricelist Wedding Runway</i></p>



<p>4</p>	<p>Pada halaman ini menampilkan foto sebagai media untuk menarik perhatian dan minat para vendor.</p>	 <p><i>Gambar 40 Halaman 3 pricelist Wedding Runway</i></p>
<p>5</p>	<p>Halaman ini menjelaskan mengenai harga khusus untuk fashion designer dan fasilitas yang didapatkan.</p>	 <p><i>Gambar 41 Halaman 4 pricelist Wedding Runway</i></p>

<p>6</p> <p>Pada halaman ini menampilkan foto sebagai media untuk menarik perhatian dan minat para vendor.</p>	 <p>Gambar 42 Halaman 5 pricelist Wedding Runway</p>
<p>7</p> <p>Pada halaman ini berisi penawaran untuk para vendor Makeup Artis atau Fashion Designer yang ingin melakukan private show dan fasilitas yang akan didapatkan.</p>	 <p>Gambar 43 Halaman 6 pricelist Wedding Runway</p>

<p>8</p>	<p>Pada halaman ini berisi mengenai jadwal pelaksanaan private show, Fashion Designer show dan Makeup Artis show.</p>	
<p>9</p>	<p>Pada halaman ini terdapat poster dari acara utama yaitu AP3 Wedding Fair.</p>	

Gambar 44 Halaman 7 pricelist Wedding Runway

Gambar 45 Halaman 8 pricelist Wedding Runway

10	Pada halaman ini menampilkan foto sebagai media untuk menarik perhatian dan minat para vendor.	 <p>Gambar 46 Halaman 9 pricelist Wedding Runway</p>
11	Pada halam ini sebagai penutup berisi ucapan terimakasih.	 <p>Gambar 47 Halaman 10 pricelist Wedding Runway</p>

4.3.3 Foto Katalog Griya Debby MUA

Griya Debby merupakan salah satu industri kreatif asal Sidoarjo, awalnya hanya memosisikan sebagai salon, selanjutnya melihat industri kreatif wedding yang semakin berkembang akhirnya Griya Debby melakukan rebranding menjadi Griya Debby Make Up Artist. Kemudian melakukan photoshoot sebagai katalog dari industri kreatifnya.

Konsep fotonya mengangkat tema muslim dan modern dengan tujuan untuk pembuatan katalog. Pemotretan dilakukan didalam studio dengan background pink dan putih minimalis. Ditambahi dengan bunga-bunga sebagai pendukung dari konsep keseluruhan.

➤ Imageboard

Imageboard dalam hal ini bagian dari tahapan sebelum melakukan pemotretan, berfungsi untuk memudahkan fotografer dalam merealisasikan konsep. Kumpulan dari beberapa gambar yang sesuai dengan narasi.



Gambar 48 Imageboard foto katalog Griya Debby

➤ Foto

No	Konsep	Foto
1	<p>Pada gambar ini menggunakan sudut pengambilan low eye view dan tipe shot wide shot dengan tujuan untuk memperlihatkan keseluruhan konsep yang ingin disampaikan, mulai dari makeup, goawn yang panjang dan lokasi. Menggunakan dua lighting, satu lighting sebagai utama dan satu lighting lagi sebagai pengisi pencahayaan.</p>	 <p><i>Gambar 49 Foto 1 Katalog Giryra Debby</i></p>
2	<p>Pada gambar ini menggunakan sudut pengambilan low eye view untuk memberikan kesan mewah dan tipe shot wide shot dengan tujuan untuk memperlihatkan keseluruhan konsep yang ingin disampaikan, mulai dari makeup, dress yang panjang dan lokasi. Menggunakan dua lighting, satu lighting sebagai utama dan satu lighting lagi sebagai pengisi pencahayaan.</p>	 <p><i>Gambar 50 Foto 2 Katalog Giryra Debby</i></p>

<p>3</p>	<p>Pada gambar ini berfokus pada beberapa bagian yang ingin disampaikan yaitu makeup, mahendi, hijab dan sebagian dari atasan gown. Pada pemotretan ini mengangkat tema muslim. Menggunakan 2 lighting continuous, satu lighting sebagai cahaya utama dan satu lagi sebagai pencahayaan pengisi.</p>	 <p><i>Gambar 51 Foto 3 Katalog Giryra Debby</i></p>
<p>4</p>	<p>Pada gambar ini menggunakan sudut pengambilan wide shot karena ingin berfokus pada keseluruhan konsep yang ingin disampaikan mulai dari gown, makeup, properti dan lokasi yang digunakan. Tipe shot yang digunakan low eye view dengan tujuan untuk memberikan kesan mewah dan anggun. Menggunakan satu lighting continuous dan pencahayaan dari matahari.</p>	 <p><i>Gambar 52 Foto 4 Katalog Giryra Debby</i></p>

4.3.4 Fashion After Effect 2020

Fashion After Effect merupakan event pencarian bakat model di Surabaya yang diselenggarakan oleh Next Management Models bekerja sama dengan para industri kreatif di Surabaya yang lainnya.

➤ Konsep

Pada pemotretan ini yaitu memberi tantangan kepada setiap peserta yang mengikuti event. Mangangkat konsep high fashion dengan mengkolaborisan batik sebagai pakaian yang digunakan setiap peserta. Lokasi pemotretan berada di Rooftop Suite Hotel Surabaya dengan babcground Kota Surabaya.

➤ Imageboard


Imageboard dalam hal ini bagian dari tahapan sebelum melakukan pemotretan, berfungsi untuk memudahkan fotografer dalam merealisasikan konsep. Kumpulan dari beberapa gambar yang sesuai degan narasi.



Gambar 53 Imageboard pemotretan Fashion After Effect 2020

➤ Foto

No	Konsep	Foto
1	<p>Pada gambar ini peserta ditantang untuk menciptakan pose yang sesuai dengan pakain dan sepatu yang digunakan. Menggunkana satu lighting sebagai cahaya utama.</p>	 <p><i>Gambar 54 Foto 1 Fashion After Effect 2020</i></p>
2	<p>Pada gambar ini peserta ditantang untuk menciptakan pose yang sesuai dengan pakain dan sepatu yang digunakan. Menggunkana satu lighting sebagai cahaya utama.</p>	 <p><i>Gambar 55 Foto 2 Fashion After Effect 2020</i></p>

<p>3</p>	<p>Pada gambar ini setiap peserta mengawali dengan berdiri biasa kemudian dalam hitungan 10 setiap peserta harus bisa menentukan posenya yang sesuai dengan pakain dan sepatu yang digunakan serta melihat posisi peserta yang lainnya. Menggunakan satu lighting sebagai pencahayaan utama.</p>	 <p><i>Gambar 56 Foto 3 Fashion After Effect 2020</i></p>
----------	--	---

➤ Proses



Gambar 57 Kegiatan pemotretan Fashion After Effect 2020

4.3.5 Foto Next Kids Management Models

Pemotretan ini dilakukan untuk kebutuhan katalog Kids Management Models dan juga event pencarian bakat model anak-anak. Bekerja sama dengan salah satu outlet mall di Grand City, sekaligus pemotretannya dilokasi tersebut. Pada pemotretan ini mengangkat konsep kasual dengan berfokus pada pakaian yang dipakai setiap model anak.

➤ Imageboard

Imageboard dalam hal ini bagian dari tahapan sebelum melakukan pemotretan, berfungsi untuk memudahkan fotografer dalam merealisasikan konsep. Kumpulan dari beberapa gambar yang sesuai dengan narasi.




Gambar 58 Imageboard foto Kids Next Management Model

➤ Foto

No	Narasi	Foto
1	Pengambilan gambar menggunakan tipe shot wide shot untuk mengambil fokus keseluruhan dari objek, mulai dari gaya modelnya, pakaian yang digunakan dan sepatunya. Menggunakan satu lighting sebagai cahaya utama untuk modelnya.	

Gambar 59 Foto 1 Kids Next Management Model

<p>2</p>	<p>Pengambilan gambar menggunakan tipe shot wide shot dan memblurkan background untuk mengambil fokus keseluruhan dari objek, mulai dari gaya modelnya, pakaian yang digunakan dan sepatunya. Menggunakan satu lighting sebagai cahaya utama untuk modelnya.</p>	 <p><i>Gambar 60 Foto 2 Kids Next Management Model</i></p>
<p>3</p>	<p>Pada foto ini menggambarkan pakaian yang kasual dan enjoy saat digunakan. Menggunakan satu lighting sebagai cahaya utama untuk modelnya.</p>	 <p><i>Gambar 61 Foto 3 Kids Next Management Model</i></p>

4	<p>Pada foto ini menggambar dua anak kecil yang sedang bersantai menggunakan pakaian kasual. Balok digunakan untuk menyeimbangkan komposisi foto.</p>	 <p><i>Gambar 62 Foto 4 Kids Next Management Model</i></p>
5	<p>Pada foto ini menggambar anak sedang enjoy dengan pakaian kasual yang digunakannya. Menggunakan satu lighting sebagai cahaya utama untuk modelnya.</p>	 <p><i>Gambar 63 Foto 5 Kids Next Management Model</i></p>

<p>6</p>	<p>Pada foto ini menggambarkan anak seng bergaya keren dengan pakaian kasual yang sedang digunakannya. Menggunakan satu lighting sebagai cahaya utama.</p>	 <p><i>Gambar 64 Foto 6 Kids Next Management Model</i></p>
<p>7</p>	<p>Pada foto ini menggambarkan kebersamaan anak-anak dengan pakain kasual yang digunakannya. Mengatur tinggi rendahnya model meyeimbangkan komposisi. Menggunakan satu lighting sebagai cahaya utama</p>	 <p><i>Gambar 65 Foto 7 Kids Next Management Model</i></p>

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Desain komunikasi visual sangat dibutuhkan pada era semakin berkembangnya zaman. Berbagai macam perusahaan atau industri kreatif sadar akan bahwa menyampaikan pesan lewat visual dapat memudahkan dalam memahami sebuah pesan tersebut. Salah satu cabang keilmuan desain komunikasi visual adalah fotografi, yang mempunyai kemampuan dalam menyampaikan pesan sesuai dengan realitasnya, sehingga dipercaya kredibilitasnya. Kemampuan tersebut menjadi kekuatan fotografi dalam dunia periklanan.

Magang yang dilaksanakan selama dua bulan dapat menumbuhkan rasa tanggung jawab, profesionalitas, dan juga manajemen waktu yang baik. Suasana magang yang tidak diperoleh di perkuliahan menjadi pengalaman baru dan pembelajaran. Bertemu dengan orang-orang hebat membantu dalam memotivasi diri sendiri dan juga memperluas *networking*. Setiap perusahaan mempunyai karakter yang berbeda-beda, dengan perbedaan bukan berarti harus bermusuhan. Namun dengan perbedaan tersebut dapat menumbuhkan sifat kerjasama dan menciptakan kolaborasi, sehingga dapat meningkatkan citra setiap perusahaan dan juga menjaga silaturahmi sesama pengusaha.

5.2 Saran

Magang ditempat yang sesuai dengan yang disukai merupakan hal paling menyenangkan, dengan mengerjakan atas dasar suka, seseorang dapat menumbuhkan rasa percaya diri, kerjasama dan juga rasa kekeluargaan. Waktu magang selesai bukan berarti berhenti untuk saling berkomunikasi, namun tetap menjaga silaturahmi. Setelah selesai menempuh perkuliahan tanpa harus mencari pekerjaan, seseorang tersebut dapat kembali lagi ke perusahaan yang ditempati magang.

DAFTAR PUSTAKA

- Hendrawan, Fery. 2014. *Rahasia Lighting & Editing*. Jakarta: Gramedia.
- Aditiawan Ranga. 2015. *Kitab Fotografi Edisi Praktis*. Jakarta: Prima.
- Burhanuddin. 2014. *Fotografi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

LAMPIRAN

1. Daftar Hadir



UNIVERSITAS INTERNASIONAL SEMEN INDONESIA
 Kompleks PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk
 Jalan Veteran, Gresik, Jawa Timur 61122
 Telp. (031) 3985482, (031) 3981732 ext. 3662 Fax. (031) 3985481

LEMBAR KEHADIRAN MAGANG

Nama : Achmad Shobirin

NIM : 3031710001

Judul Magang : Peranan Desain Komunikasi Visual di Masa Pandemi Covid-19

No	Tanggal	Kegiatan	TTD Pelaksana	TTD Pembimbing Lapangan
1	Selasa 11/08/2020	-Pengenalan Lingkungan Kerja -Brief Magang	<i>SS</i>	<i>AS</i>
2	Rabu 12/08/2020	-Photoshoot Billboard Pameran Wedding ASTON Sidoarjo	<i>SS</i>	<i>AS</i>
3	Jum'at 14/08/2020	-Foto Wedding Winda Nimo di Fave Hotel	<i>SS</i>	<i>AS</i>
4	Sabtu 15/08/2020	-Foto Wedding Affan & Aisa Mojokerto	<i>SS</i>	<i>AS</i>
5	Minggu 16/08/2020	-Photoshoot Ulang Tahun Bain	<i>SS</i>	<i>AS</i>
6	Senin 17/08/2020	-Photoshoot Prewedding Aini & Miftakhlul (Kusuma Dewi)	<i>SS</i>	<i>AS</i>
7	Selasa 18/08/2020	- Editing Foto	<i>SS</i>	<i>AS</i>
8	Rabu 19/08/2020	-Simulasi Protokol Kesehatan Wedding di Hotel Midtown	<i>SS</i>	<i>AS</i>
9	Jum'at 21/08/2020	-Editing Foto -Seleksi Foto	<i>SS</i>	<i>AS</i>
10	Sabtu 22/08/2020	-Photoshoot Fashion Alter Effect Model Serch 2020	<i>SS</i>	<i>AS</i>
11	Minggu 23/08/2020	-Editing Foto	<i>SS</i>	<i>AS</i>
12	Senin 24/08/2020	-Seleksi Foto -Nempel Album Foto	<i>SS</i>	<i>AS</i>
13	Selasa 25/08/2020	-Imageboard Photoshoot Catalog Griya Debby	<i>SS</i>	<i>AS</i>



UNIVERSITAS INTERNASIONAL SEMEN INDONESIA
 Kompleks PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk.
 Jalan Veteran, Gresik, Jawa Timur 61122
 Telp: (031) 3985482, (031) 3981732 ext. 3662 Fax: (031) 3985481

14	Rabu 26/08/2020	-Photoshoot Catalog Griya Debby	Si	<i>[Signature]</i>
15	Jum'at 28/08/2020	-Editing Foto	Si	<i>[Signature]</i>
16	Sabtu 29/08/2020	-Nempel Album -Editing Foto	Si	<i>[Signature]</i>
17	Minggu 30/08/2020	-Imageboard Photoshoot Pameran Wedding Cerita Cinta -Editing Foto	Si	<i>[Signature]</i>
18	Senin 31/08/2020	-Foto Billboard Pameran Wedding Cerita Cinta di ASTON Sidoarjo	Si	<i>[Signature]</i>
19	Selasa 1/09/2020	-Survei dan Mengukur Lokasi Pameran Wedding Cerita Cinta di ASTON Sidoarjo	Si	<i>[Signature]</i>
20	Rabu 2/09/2020	-Simulasi Protokol Kesehatan Wedding di Masjid Al-Akbar Surabaya	Si	<i>[Signature]</i>
21	Jum'at 4/09/2020	-Desain Denah Pameran Wedding Cerita Cinta -Membuat Image Board Photoshoot Portofolio Alzana	Si	<i>[Signature]</i>
22	Sabtu 5/09/2020	-Photoshoot Portofolio Alzana	Si	<i>[Signature]</i>
23	Minggu 6/09/2020	-Desain Billboard Pameran Wedding Cerita Cinta	Si	<i>[Signature]</i>
24	Senin 7/09/2020	-Desain Pricelist Runway Present Novnovfashion & Next Model Management	Si	<i>[Signature]</i>
25	Selasa 8/09/2020	-Photoshoot "Inspirasi Make Up Wedding Muslim"	Si	<i>[Signature]</i>
26	Rabu 9/09/2020	-Revisi Billboard Pameran Wedding Cerita Cinta di	Si	<i>[Signature]</i>
27	Jum'at 11/09/2020	-Photoshoot Next Kids Management Models	Si	<i>[Signature]</i>
28	Sabtu 12/09/2020	-Desain Folded Flyer Pameran Cerita Cinta	Si	<i>[Signature]</i>
29	Minggu 13/09/2020	-Photoshoot Portofolio Fasya Make Up Artis	Si	<i>[Signature]</i>



UNIVERSITAS INTERNASIONAL SEMEN INDONESIA
 Kompleks PT. Semen Indonesia (Pasarrejo) Tbk.
 Jalan Veteran, Gresik, Jawa Timur 61122
 Telp: (031) 3985482, (031) 3981732 ext. 3662 Fax: (031) 3985481

		- Desain Instastory Pameran Cerita Cinta		
30	Senin 14/09/2020	- Revisi Folded Flyer Pameran Cerita Cinta	Si	
31	Selasa 15/09/2020	- Dokumentasi Acara IIBF	Si	
32	Rabu 16/09/2020	-Beautyshoot Chindra	Si	
33	Kamis 17/09/2020	-Meeting Pameran Wedding Cerita Cinta di ASTON Sidoarjo City Hotel and Conference Center	Si	
34	Minggu 20/09/2020	-Photoshoot Fashion After Effect 2020	Si	
35	Senin 21/09/2020	-Desain T Banner Pameran Cerita Cinta	Si	
36	Selasa 22/09/2020	-Photoshoot Gatsby Style AP3	Si	
37	Rabu 23/09/2020	-Desain Banner Pameran Cerita Cinta	Si	
38	Jum'at 25/09/2020	-Desain Kop Surat	Si	
39	Sabtu 26/09/2020	-Photoshoot Next Management Model Campaign	Si	
40	Minggu 27/09/2020	-Photoshoot Produk Eduplay	Si	
41	Senin 28/09/2020	-Revisi Denah Pameran Cerita Cinta	Si	
42	Selasa 29/09/2020	-Imageboard Prawedding Vira Dea	Si	
43	Rabu 30/09/2020	-Desain X Banner Protokol Kesehatan Pameran Cerita Cinta	Si	
44	Jum'at 2/10/2020	-Prawedding Vira Dea	Si	










UNIVERSITAS INTERNASIONAL SEMEN INDONESIA

Kompleks PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk.

Jalan Veteran, Gresik, Jawa Timur 61122

Telp: (031) 3985482, (031) 3981732 ext. 3662 Fax: (031) 3985481

45	Sabtu 3/10/2020	-Pameran Wedding "Unlimited Dream Wedding" Hotel Santika	Ss	
46	Minggu 4/10/2020	-Pameran Wedding "Unlimited Dream Wedding" Hotel Santika -Imageboard Prawedding Kariza	Ss	
47	Senin 5/10/2020	-Prawedding Kariza (Sanggar Kerinci) -Imageboard Prawedding Eki & Fifi	Ss	
48	Selasa 6/10/2020	-Prawedding Eki & Fifi	Ss	
49	Rabu 7/10/2020	-Prepare Pameran Tradisional Wedding Surabaya -Editing Foto	Ss	
50	Jum'at 9/10/2020	-Desain Denah Untuk Peserta -Desain Sign in-out Pameran Cerita Cinta	Ss	
51	Sabtu 10/10/2020	-Wedding Alkautsar & Riri	Ss	
52	Minggu 11/10/2020	-Desain Id Card Panitia dan Peserta -Desain Sticker Visitor	Ss	
53	Senin 12/10/2020	-Technical Meeting Pameran Wedding Cerita Cinta di ASTON Sidoarjo City Hotel and Conference Center	Ss	
54	Selasa 13/10/2020	-Desain Kupon Undian -Desain Plakat Grand Priza Sepeda Motor	Ss	
55	Jum'at 15/10/2020	-Pameran Wedding Cerita Cinta di ASTON Sidoarjo City Hotel and Conference Center	Ss	
56	Sabtu 17/10/2020	-Pameran Wedding Cerita Cinta di ASTON Sidoarjo City Hotel and Conference Center	Ss	
57	Minggu 18/10/2020	-Pameran Wedding Cerita Cinta di ASTON Sidoarjo City Hotel and Conference Center	Ss	

2. Surat Pemberitahuan Diterima



INNOV WEDDING PHOTO

PEMBERITAHUAN
 PENERIMAAN KERJA PRAKTIK

MAHASISWA / WI:

**UISI
GRESIK**

Kepada Yth.

Program Studi
 Desain Komunikasi Visual
 Universitas Internasional Semen Indonesia

INNOV WEDDING PHOTO

Jl. Gubeng Kertaja X No. 18
 Surabaya - Jawa Timur
 CP : Novi Kurniawan
 082213330900

No : 001/IN-WP/VIII/2020
 Surabaya , 11 Agustus 2020

Kepada :

Program Studi
 Desain Komunikasi Visual
 Universitas Internasional Semen Indonesia
 di tempat

Dengan Hormat,
 Menindaklanjuti surat permintaan kerjasama kerja praktik magang, bahwasannya mahasiswa program studi Desain Komunikasi Visual Universitas Internasional Semen Indonesia bernama:

No	Nama Mahasiswa / Mahasiswi	NIM	Program Studi
1.	Achmad Shobirin	3031710001	DKV

Dengan ini dari pihak Innov Wedding Photo memperkenankan untuk melaksanakan kerja praktik di Innov Wedding Photo pada tanggal 11 Agustus 2020 sampai 20 Oktober 2020 (2 bulan masa kerja praktik).

Demikian pemberitahuan ini kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.



Novi Kurniawan
 Founder Innov Wedding Photo

3. Sertifikat Kerja Praktik



Gambar 66 Sertifikat sebagai tanda selesainya kerja praktik

4. Dokumentasi Kerja Praktik



Gambar 67 Kegiatan olahraga badminton mingguan untuk merelaksasi otot dan pikiran



Gambar 68 Liputan berita kegiatan Fashion After Effect 2020



Gambar 69 Foto bareng dengan tim dan pengantin



Gambar 72 Kegiatan Pemotretan katalog Next Management Models



Gambar 71 Meeting bersama Nikahmu aplikasi