

LAPORAN KERJA PRAKTIK

**PERAN DESAINER UNTUK PEMBUATAN KONTEN
PROMOSI DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM**



Disusun Oleh :

NABILA FAUZIYAH SUWAHYU

(3031710023)

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

GRESIK

2021

LAPORAN KERJA PRAKTIK

**PERAN DESAINER UNTUK PEMBUATAN KONTEN
PROMOSI DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM**



Disusun Oleh :

NABILA FAUZIYAH SUWAHYU

(3031710023)

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

LEMBAR PENGESAHAN

LAPORAN KERJA PRAKTEK

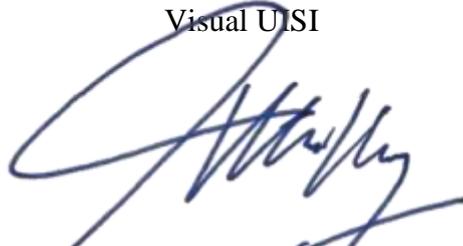
DI SEKARVES INDONESIA

(Periode: 7 September 2020 s.d 25 Oktober 2020)

Disusun Oleh:

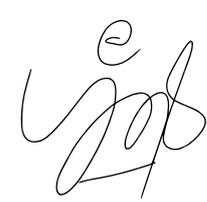
NABILA FAUZIYAH SUWAHYU (3031710023)

Mengetahui,
Ketua Jurusan Desain Komunikasi
Visual UISI



Nova Ridho Sisprasajo, S.Ds., M. Ds.
NIDN. 0706118802

Menyetujui
Dosen Pembimbing Kerja Praktek



Tyas Ajeng Nastiti, ST., M. Ds.
NIDN. 0714129002

Gresik, 25 Februari 2021

Sekarves Indonesia

Mengetahui & Menyetujui,
Pembimbing Lapangan



(Tyas Ajeng Nastiti, ST., M. Ds.)

KATA PENGANTAR

Puji syukur senantiasa penulis panjatkan kepada Tuhan YME karena atas limpahan rahmat, ridha, dan karuniaNya laporan Kerja Praktik dapat diselesaikan. Laporan kerja praktik yang sudah dilaksanakan kurang lebih 2 bulan pada periode 7 September 2020 – 25 Oktober 2020 di Sekarves Indonesia. Tujuan dari penulisan laporan kerja praktik ini untuk menyampaikan laporan kegiatan yang sudah dilaksana ditempat kerja.

Dalam penyusunan laporan kerja praktik ini tentu tidak lepas dari pengarahan dan bimbingan dari berbagai pihak. Maka penulis ucapkan rasa hormat dan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu. Karena dengan arahan dan bimbingan yang didapat penulis dapat menyelesaikan laporan ini. Laporan kerja praktik ini memang masih jauh dari kata sempurna, mungkin ada kesalahan penulisan atau susunan kata dan penulisan. Oleh karena itu, demikian yang bisa penulis sampaikan, kurang lebihnya mohon maaf, dan terima kasih sekali lagi. Semoga laporan ini bermanfaat untuk kita semua.

Gresik, 25 Oktober 2020

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman Judul

Lembar Pengesahan

Kata Pengantar

Daftar Isi

BAB I	7
1.1 Latar Belakang	7
1.2 Tujuan dan Manfaat	7
1.2.1 Tujuan	7
1.2.2 Manfaat	8
1.3 Metodologi Pengumpulan Data	9
1.4 Waktu dan Tempat Pelaksanaan Kerja Praktik.....	9
1.5 Nama Unit Kerja Tempat Pelaksanaan Kerja Praktik	9
BAB II.....	10
2.1 Sejarah.....	10
2.2 Lokasi.....	11
2.3 Struktur Organisasi Sekarves Indonesia	11
2.4 Produk	12
2.4.1 Hijab <i>Basic</i>	12
2.4.2 Hijab Premium.....	12
2.4.3 Hijab Instant	12
2.4.4 Aksesoris	13
BAB III	14
3.1 Desain Komunikasi Visual	14
3.2 Promosi	15

3.3	Instagram.....	16
BAB IV	18
4.1	Alur Kerja	18
4.2	Tugas Unit Kerja.....	18
4.3	Tugas Khusus.....	18
4.4	Kegiatan Kerja Praktik.....	19
4.4.1	Konten Pandora Shawl	19
4.4.2	Konten Promo Element Series.....	21
4.4.3	Konten Harian.....	23
4.4.4	Logo Sekarves Millenials	24
4.4.5	Pemotretan Produk Baru.....	26
4.5	Jadwal Kerja Praktik	27
BAB V	28
5.1	Kesimpulan	28
5.2	Saran	28

Daftar Pustaka

Lampiran

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Desain Komunikasi Visual atau disingkat DKV merupakan salah satu cabang ilmu perpaduan dari ilmu teknik dan ilmu seni. Menurut Tinarbuko (1998), Desain Komunikasi Visual merupakan upaya dalam penyelesaian masalah komunikasi dengan penyelesaian komunikasi visual. Dalam desain komunikasi visual terdapat cabang-cabang ilmu DKV yang dapat sering ditemukan dalam kehidupan sehari-hari seperti desain grafis, desain multimedia, fotografi, videografi, dan desain *game*. Penerapan ilmu desain komunikasi visual juga digunakan untuk keperluan komunikasi bisnis dan industri. Aplikasi ini dapat meliputi proses penyampaian pesan dalam publikasi, periklanan, pemasaran produk, identitas visual untuk institusi, perusahaan, atau produk/jasa sesuai tujuan masing-masing.

Pada masa pandemi yang sedang melanda tentu saja membatasi orang untuk beraktifitas di luar dan membelanjakan uangnya. Dengan kemudahan teknologi sekarang proses periklanan dapat dilakukan dimedia sosial, penggunaan media sosial sebagai akun bisnis justru sangat membantu dalam peningkatan penjualan. Oleh karena itu peran desainer sangat dibutuhkan pada masa seperti ini. Untuk mencapai konsumen keberhasilan penyampaian pesan sangat penting, maka dengan ini peran Desain Komunikasi Visual sangat dibutuhkan. Timbul rasa ingin tahu penulis bagaimana pengaplikasian ilmu tersebut dilapangan. Penulis berharap dengan melakukan kerja praktik selama kurang lebih sebulan dapat membantu menyelesaikan masalah di UMKM Sekarves Indonesia.

1.2 Tujuan dan Manfaat

1.2.1 Tujuan

1.2.1.1 Melaksanakan kewajiban mata kuliah kerja Pratik

1.2.1.2 Memenuhi persyaratan untuk menyelesaikan jenjang pendidikan S-1 Desain Komunikasi Visual Universitas Internasional Semen Indonesia.

1.2.1.3 Mahasiswa dapat mempelajari desain maupun pengalaman bekerja di Sekarves Indonesia

1.2.1.4 Menambah relasi atau *networking*

1.2.2 Manfaat

Manfaat dari pelaksanaan Kerja Praktik di Sekarves Indonesia adalah sebagai berikut:

1.2.2.1 Bagi Perguruan Tinggi

1. Memperkenalkan Desain Komunikasi Visual Universitas Internasional Semen Indonesia ke perusahaan dan masyarakat luas.
2. Meningkatkan lulusan sarjana melalui pengalaman kerja praktik.

1.2.2.2 Bagi Perusahaan

1. Perusahaan akan terbantu dengan adanya sumber daya manusia untuk mendapatkan solusi dari permasalahan yang dihadapi oleh perusahaan.
2. Mendapatkan informasi serta ide kreatif dan inovasi dari mahasiswa Kerja Praktik

1.2.2.3 Bagi Mahasiswa

1. Mahasiswa mendapatkan pengalaman dan pembelajaran baru yang belum didapat dalam proses pembelajaran di kampus.
2. Mahasiswa dapat menumbuhkan dan meningkatkan sikap profesionalitas, kreatif dan produktif yang diperlukan mahasiswa untuk memasuki dunia kerja.
3. Pengaplikasian teori yang telah didapatkan dalam perkuliahan dilapangan.

1.3 Metodologi Pengumpulan Data

Metodologi pengumpulan data yang digunakan untuk mengumpulkan data dengan metode wawancara dan pengamatan sebagai berikut:

1.3.1 Metode Wawancara

Metode ini mengumpulkan data dengan cara melakukan tanya jawab atau *interview* secara langsung dengan rekan-rekan yang bekerja di Sekarves Indonesia *store*.

1.3.2 Metode Pengamatan

Metode pengamatan atau *observation* yaitu teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara melakukan pengamatan secara langsung di Sekarves Indonesia *store*.

1.4 Waktu dan Tempat Pelaksanaan Kerja Praktik

Lokasi : Sekarves Indonesia

City of Tommorrow, Jl. Ahmad Yani No. 288, Surabaya

Waktu : 7 September 2020 – 25 Oktober 2020

1.5 Nama Unit Kerja Tempat Pelaksanaan Kerja Praktik

Kerja praktik dilaksanakan di bagian *Content Creator*.

BAB II PROFIL SEKARVES INDONESIA

2.1 Sejarah



Sekarves Indonesia merupakan UMKM yang bergerak pada bidang fasyen hijab muslim, yang didirikan oleh CEO Tyas Ajeng Nastiti sekaligus *founder* Sekarves Indonesia sejak tahun 2019. Sebelum mendirikan Sekarves Indonesia dan memulai di bidang fasyen hijab ibu Tyas selaku CEO juga sempat menjalankan bisnis fasyen sepatu Klastik *Footware* pada tahun 2013. Karena proses pembuatan sepatu *costum* sesuai dengan ukuran kaki konsumen, membuat proses pembuatannya memakan banyak waktu dan tenaga. Sedangkan pada waktu itu ibu Tyas juga merupakan Dosen di Universitas Internasional Semen Indonesia. Kemudian muncul ide untuk membuka bisnis dengan produk yang bisa digunakan dengan nyaman tanpa *range* ukuran, dari ide tersebut awal berdirinya Sekarves Indonesia.



Hingga saat ini Sekarves Indonesia menyediakan produk hijab hijab instan, segiempat, pashmina, dan aksesoris. Desain produk Sekarves Indonesia mengandung unsur lokal dengan *brand* yang ditanamkan bernilai eksklusif. Sekarves merupakan produk premium yang mengutamakan kualitas bahan dan pengemasan produk, dapat dilihat pada *visual brand identity* yang ditanamkan pada setiap produknya. Selain itu dilatar belakangi kebutuhan hijab yang meningkat dan banyak supplier kain, Sekarves sekaligus menjadi lapangan pekerjaan baru bagi supplier kain, dan pemberdayaan sumber daya lokal untuk memenuhi permintaan hijab yang tinggi di pasar.

2.2 Lokasi

Berikut merupakan lokasi Sekarves Indonesia:

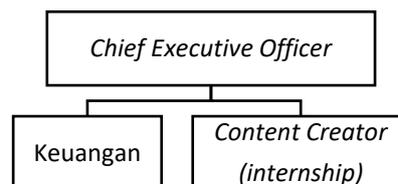
Alamat : City of Tommorow Lt.1, Jl. Ahmad Yani No. 288, Dukuh Menanggal,
Kec. Gayungan, Kota Surabaya, Jawa Timur 60234

No. Telpon : 087760463342

Email : sekarvesid@gmail.com

2.3 Struktur Organisasi Sekarves Indonesia

Struktur organisasi Sekarves Indonesia, sebagai berikut :



2.4 Produk

Berikut ini adalah produk hijab yang diproduksi Sekarves Indonesia :

2.4.1 Hijab Basic

No.	Produk	Keterangan	Harga
1	Bulan Basic	Segiempat	Rp. 40.000,-
2	Bulan Crochet	Segiempat	Rp. 65.000,-
3	Kale Cashmere	Segiempat	Rp. 65.000,-
4	Metis Shawl	Pashmina	Rp. 75.000,-
5	Pandora Shawl	Pashmina	Rp. 85.000,-

2.4.2 Hijab Premium

No.	Produk	Keterangan	Harga
1	Element series	Segiempat (print)	Rp. 219.000,-
2	Kale	Segiempat	Rp. 125.000,-
3	Himalia Lasercut	Segiempat	Rp. 130.000,-
4	Elara Waterproof	Segiempat	Rp. 110.000,-

2.4.3 Hijab Instant

No.	Produk	Keterangan	Harga
1	Io Instant	Instan	Rp. 75.000,-
2	Carme Instant	Instan	Rp. 90.000,-

2.4.4 Aksesoris

No.	Produk	Keterangan	Harga
1	Ciput rajut	Aksesoris	Rp. 75.000,-
2	Masker kain	Aksesoris	Rp. 15.000,-

BAB III TINJAUAN PUSTAKA

3.1 Desain Komunikasi Visual

Desain Komunikasi Visual dapat dilihat maknanya dari arti perkataannya, ‘desain’ merupakan perancangan, ‘komunikasi’ adalah proses penyampaian pesan, dan ‘visual’ adalah segala sesuatu yang dapat dilihat kasat mata. Sehingga dapat dilihat maknanya DKV merupakan proses perancangan atau pemecahan masalah dalam penyampaian pesan dengan visual. Menurut Kusrianto (2007), Desain Komunikasi Visual merupakan ilmu yang mempelajari konsep komunikasi yang dikemas secara kreatif dalam berbagai media penyampaian pesan secara visual, dengan mengelola elemen grafis berupa gambar, *layout*, huruf, dan warna.



Desain Komunikasi Visual memiliki banyak cabang tergantung dengan tujuan perancangan komunikasi visualnya. Menurut pohon DKV di atas akar dari desain komunikasi visual berasal dari beberapa bidang yaitu seni, ekonomi, psikologi, sosial budaya, dan komunikasi. Cabang DKV yaitu ; Ilustrasi, Desain identitas, Fotografi, Percetakan & penerbitan, Tipografi, Periklanan, 3 Dimensional, Animasi, Multimedia, *Computer graphic*, dan *AV/ Effect media*.

Komunikasi visual berfungsi sebagai sarana identifikasi, sarana informasi & instruksi, sarana presentasi, dan promosi. Pelaku yang membuat desain disebut dengan desainer, desainer merupakan orang yang membuat hasil rancangan/desain. Desainer merupakan konduktor atau jembatan antara *client* dan konsumen. Keberhasilan penyampaian pesan merupakan hal yang sangat penting, sehingga peran desainer akan sangat dibutuhkan.

3.2 Promosi

Promosi menurut bahasa adalah kegiatan mengenalkan atau menawarkan suatu merek untuk mengangkat atau memberikan dorongan dipersaingan pasar (KBBI). Makna promosi (*promotion*) dalam bahasa Inggris “*activity that supports or provides active encouragement for the furtherance of a cause, venture, or aim.*”, artinya kegiatan mendorong untuk mencapai suatu tujuan. Ada makna kedua dari *promotion* dalam bahasa Inggris “*the publicization of a product, organization, or venture so as to increase sales or public awareness.*”, artinya mempublikasikan suatu produk, instansi, atau usaha untuk meningkatkan penjualan.

Menurut Swastha (1991), promosi adalah pengarahannya informasi atau persuasi yang dibuat untuk mengarahkan orang kepada tindakan dalam pemasaran. Promosi untuk mempengaruhi konsumen sehingga menimbulkan keinginan bahkan tindakan transaksi untuk membeli produk. Promosi mencakup segala macam komunikasi persuasif untuk mempengaruhi berisikan tentang informasi produk atau jasa, mencakup publisitas, penjualan, dan periklanan (Ziemmerer, 2002).

Kegiatan promosi dapat dilakukan dengan *offline* yaitu dengan media percetakan, dan *online* dengan media elektronik seperti jejaring sosial. Pada masa pandemi banyak usaha yang gencar dalam periklanan *online* dengan mengenakan media sosial. Segala cara banyak dilakukan pengusaha untuk tetap menjaga eksistensi produknya dengan cara menjaga hubungan dengan pelanggan *via online*.

3.3 Instagram

Media sosial Instagram merupakan platform yang berbasis pada fotografi yang memungkinkan penggunanya untuk mem-*posting* dan berbagi foto atau video kepada pengguna lainnya. Instagram berasal dari kata '*insta*' dan '*gram*', '*insta*' berasal dari kata instan yang mengarah kepada foto instan atau kamera polaroid yang dapat langsung mencetak hasil foto setelah beberapa saat setelah mengambil foto. Kata '*gram*' berasal dari kata *telegram* yang mengarah kepada pengiriman pesan. Dapat diartikan Instagram merupakan platform yang berfungsi untuk mengunggah pesan foto atau video dengan cepat seperti kamera polaroid di jejaring sosial dengan internet, sesuai dengan tujuan penggunanya. Instagram terus mengembangkan fiturnya sehingga lebih nyaman dan menghibur untuk penggunanya.

1. *Profile*

Profile pada fitur Instagram ini merupakan penjelasan profil identitas dari penggunanya, dilengkapi dengan bagian *profile picture*, *name*, *username*, *bio*, dan *highlight*.

- a) *Profile picture* merupakan foto profil dari pengguna.
- b) *Username* merupakan nama yang digunakan untuk ID akun pengguna.
- c) *Name* merupakan bagian keterangan nama pengguna.
- d) *Bio* merupakan bagian keterangan seperti deskripsi dari pengguna atau akun.
- e) *Highlight* merupakan sorotan atau bagian dari aktifitas *instastory* yang diabadikan di profil pengguna.

2. *Feed*

Feed merupakan bagian dari konten postingan yang akan muncul pada beranda pengguna dan pengikut dari akunnya. Dalam fitur ini juga dilengkapi fitur lainnya seperti *like*, *comment*, *save*, *tag*, *caption* dan *hashtag*.

- a) *Like* merupakan fitur Instagram yang digunakan pengguna untuk memberikan hati (apresiasi) pada unggahan yang mereka sukai.
- b) *Comment* merupakan fitur yang digunakan untuk menyampaikan komen atau interaksi dengan pengguna.

- c) *Sent* merupakan fitur yang digunakan untuk membagikan postingan kepada pengguna lain.
- d) *Tag* merupakan fitur yang digunakan untuk menandai pengguna lain pada postingan yang diunggah.
- e) *Caption* merupakan fitur yang digunakan untuk meletakkan deskripsi dari postingan yang diunggah.
- f) *Hashtag* merupakan fitur Instagram yang berada di dalam caption dengan kata yang diawali tanda pagar (#) berfungsi untuk mengidentifikasi tentang topik tertentu yang sedang diunggah.

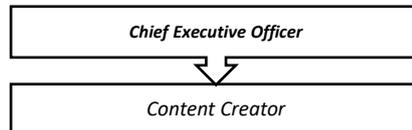
3. *Insta-story*

Insta-story fitur Instagram yang digunakan untuk membagikan aktivitas sehari-hari, perbedaannya dengan fitur *feed*, fitur ini digunakan untuk jangka pendek selama 24 jam. Sehingga setelah hitungan 24 jam postingan yang kita unggah akan otomatis hilang. Fitur tambahan yang dapat digunakan difitur ini ada *story menu*, *filter*, *gallery*, *flash*, *camera button*, dan *camera switch*.

- a) *Story menu* merupakan fitur Instagram yang berisi menu untuk *take/* pengambilan *insta-story*, isinya berupa *create*, *boomerang*, *layout*, *multi-capture*, *level*, *photobooth*, *superzoom*, dan *handsfree*.
- b) *Filter* merupakan fitur Instagram yang digunakan untuk tambahan efek saat mengambil foto atau video untuk *insta-story*.
- c) *Gallery* merupakan fitur di *insta-story* untuk membuat unggahan *story* dari foto yang sudah ada di *gallery*.
- d) *Flash* merupakan fitur pada Instagram untuk mengaktifkan *flash* kamera, untuk *flash* depan dan belakang.
- e) *Camera button* merupakan fitur untuk mengambil foto atau video.
- f) *Camera switch* merupakan fitur yang digunakan untuk mengganti kamera yang akan digunakan, depan atau belakang.

BAB IV PEMBAHASAN

4.1 Alur Kerja



Struktur organisasi pada unit kerja *content creator* dibimbing langsung bersama CEO.

4.2 Tugas Unit Kerja

Tugas pada unit kerja bagian *content creator* sebagai berikut :

1. Membuat konten untuk akun Instagram perusahaan (sesuai tugas khusus yang diberikan perusahaan)
2. Membuat konten *cover* shopee perusahaan (sesuai tugas khusus yang diberikan perusahaan)
3. Pemotretan produk baru

4.3 Tugas Khusus

Tugas khusus yang diberikan perusahaan dibagi menjadi primer dan skunder, dibagi sebagai berikut:

1. Tugas Khusus Primer
 - Membuat konten *feed* dan *insta-story* produk Pandora Shawl
 - Membuat konten promo *Element series*
 - Membuat konten harian (*games*)
2. Tugas Khusus Skunder

- Perancangan logo & teaser Sekarves Millenilas (bersama tim KBMI UISI)
- Pemotretan produk Sekarves Millenials

4.4 Kegiatan Kerja Praktik

Kegiatan yang dilakukan penulis selama 2 bulan mencakup aktifitas antara lain:

1. Pada awal melakukan pengumpulan data mengenai Sekarves Indonesia untuk menemukan kata kunci, yang akan digunakan untuk menentukan ide dan konsep yang sesuai.
2. Asistensi dilakukan jarak jauh *via online (wahtsapp dan HO meet)* dengan melampirkan konsep ide dan sketsa, kemudian pada tahap asistensi akan mendapat saran serta kritik untuk konsep yang terpilih.
3. Adapula pemotretan produk baru dilakukan di lokasi yang ditentukan dengan melakukan asistensi konsep pemotretan sebelumnya.

4.4.1 Konten Pandora Shawl

Pembuatan konten produk Pandora Shawl untuk akun Instagram Sekarves Indonesia, meliputi video teaser, katalog (*feed* Instagram), dan *insta-story*. Brief yang diberikan membuat konten produk Pandoran Shawl dengan mengolah bahan foto produk yang sudah tersedia. Kemudian proses asistensi yang dilakukan secara *online* melalui *whatsapp group*.

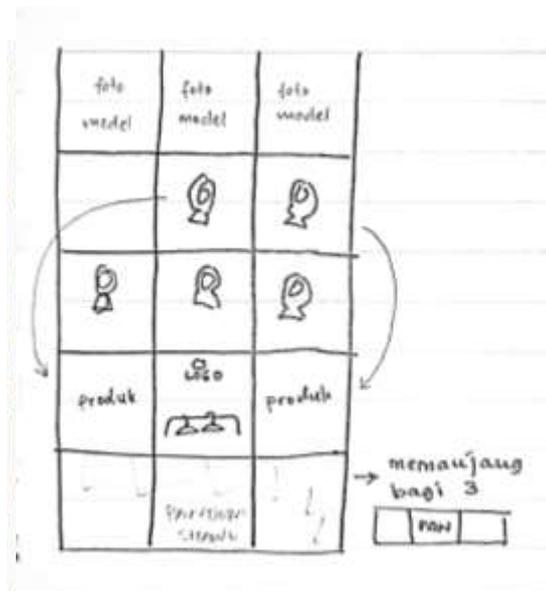


Figure 1 Sketsa layout Pandora Shawl



Figure 2 Pandora Shawl (feed)



Figure 3 Pandora Shawl (insta-story)

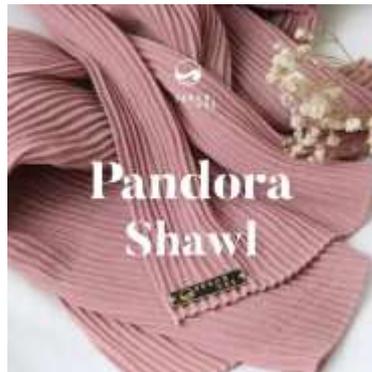


Figure 4 Pandora Shawl (shopee cover)

Keyword yang dikumpulkan selama melakukan pengamatan *interview* dengan *owner* yaitu *elegan* dan *premium*. Sehingga untuk konsep konten yang dibawakan *elegan*, *premium*, dan *minimalis*. Unsur *elegan* didapatkan dengan menggunakan *font serif*, sehingga terlihat *elegan* dan *mewah*. Unnsur *premium* dapat dilihat dari pemilihan warna *font* dengan warna *silver* dan *emas*. Kemudian banyak foto *close-up* yang digunakan untuk menunjukkan *tekstur* dan *detail* dari kain Pandora Shawl.

4.4.2 Konten Promo Element Series

Pembuatan konten promo produk *Element Series* untuk akun Instagram *Sekarves Indonesia*, meliputi video *insta-story*, dan *feed* Instagram. Brief yang diberikan membuat konten produk *Element series* dengan mengolah bahan foto produk yang sudah tersedia. Kemudian proses asistensi yang dilakukan secara *online* melalui *whatsapp group*.

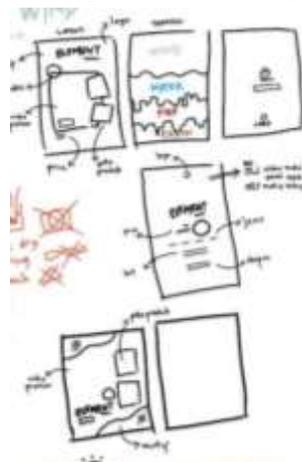


Figure 5 Sketsa Element Series



Figure 6 Element series (insta-story)

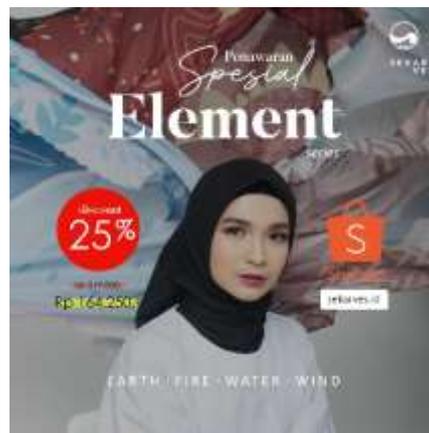


Figure 7 Element series (feed)

Konsep desain yang digunakan yaitu dengan *keyword* elegan, dan premium, berdasarkan dari citra perusahaan dan produk *element series* yang merupakan salah satu produk premium Sekarves Indonesia. Unsur premium dan eksklusif dapat dilihat dari *font serif* yang digunakan, sehingga terkesan premium dan mewah. Penggunaan *font script* untuk penekanan kata “penawaran spesial”. Kemudian tulisan “discount 25%” menggunakan warna mencolok sebagai *emphasis* untuk daya tarik pelanggan. Teknik marketing lain yang digunakan yaitu dengan menampilkan perbedaan harga diskon dan non-diskon, sehingga pelanggan merasakan ada perubahan pada segi nominal yang ditawarkan.

4.4.3 Konten Harian

Pembuatan konten harian untuk akun Instagram Sekarves Indonesia, meliputi *games*, *reminder*, dan tata cara perawatan hijab. Brief yang diberikan membuat konten harian dengan mengolah bahan foto produk yang sudah tersedia. Kemudian proses asistensi yang dilakukan secara *online* melalui *whatsapp group*.

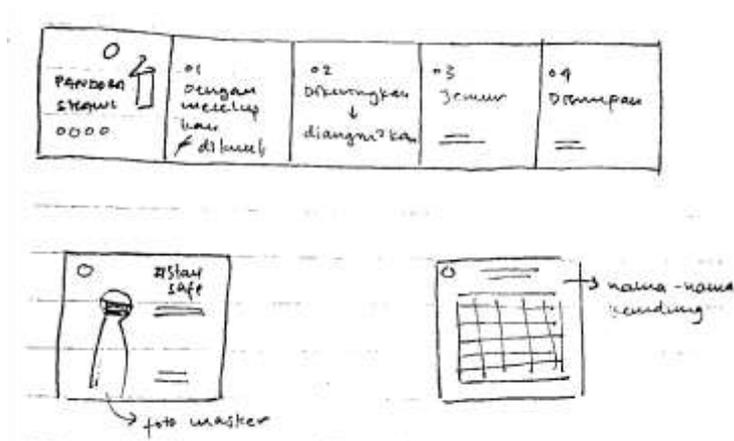


Figure 8 Sketsa Daily Post



Figure 9 Cara perawatan Pandora Shawl (daily post)

Konten ‘Cara Perawatan Pandora Shawl’ menjelaskan cara mencuci hijab plisket, karena memiliki tekstur yang unik sehingga perlu perawatan khusus agar tetap terjaga kondisinya. Konsep desain yang digunakan *clean* dan *elegant*, warna putih memberikan kesan kebersihan. Pada *slide feed* pertama menampilkan ikon-ikon pictogram yang biasa dijumpai pada label pakaian sehingga mudah dikenali. Kemudian tahapan instruksi disampaikan secara singkat agar mudah dipahami dan dihafal.



Figure 11 Reminder (daily post)



Figure 10 Games (daily post)

Konten harian lainnya seperti ‘reminder’ dan ‘games’ juga menyesuaikan dengan *keyword* yang digunakan pada konsep konten sebelumnya. Konten ‘reminder’ untuk mengingatkan pelanggan mengenai protokol kesehatan karena masih adanya isu pandemi. Konten ‘games’ untuk selingan hiburan dan interaksi dengan pelanggan, permainan bingo nama-nama hijab *series* dari Sekarves Indonesia. Konsep yang digunakan menggunakan warna *bronze* dengan desain minimalis, sehingga tetap sesuai dengan *keyword* dari citra perusahaan.

4.4.4 Logo Sekarves Millenials

Sekarves Millenials merupakan *repositioning* dari Sekarves Indonesia untuk para generasi Millenials, dari segi model hijab yang ditawarkan dan harganya. Proses pembuatan logo untuk Sekarves Millenials dilakukan dengan diskusi bersama antara tim *internship* dan tim desain dari KBMI. Diskusi dilakukan secara *online* melalui HO Meet. Hasil desain logo gabungan hasil konsep tim *internship* dan desain KBMI.

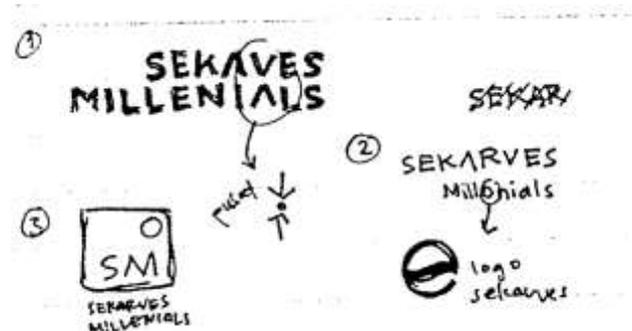


Figure 12 Sketsa Logo Sekarves Millenials

Perancangan alterative logo yang dibuat tetap memasukan logo utama dari Sekarves Indonesia, seperti menggunakan logogramnya, atau logotypenya kemudian ditambahkan elemen lain. Logo pertama (Figure 13, paling kanan), menggunakan logotype kemudian menambahkan millnials. Logo kedua (Figure 13, tengah), menggunakan logotype dari logo Sekarves Indonesia dan menggunakan stilasi logogram menjadi pengganti huruf 'e'. Logo ketiga (Figure 13, paling kanan), logogram baru dengan menggunakan logogram dan logotype dari logo Sekarves, dengan menggunakan singkatan 'SM'.



Figure 13 alternatif logo Sekarves Millenials



Figure 14 Logo terpilih
(gabungan logogram dari tim KBMI & logotype dari tim internship)

Logo Sekarves Millenials terpilih, logogram merupakan hasil kreasi tim desain KBMI, dan logotype terpilih dari alternatif yang penulis buat. Filosofi logotype bertuliskan 'Sekarves Millenials' dengan huruf 'V' dan 'A' dibuat sejajar dan saling

berhadapan sehingga menunjuk ke tengah, maknanya untuk kedepannya Sekarves Millennials akan menjadi pusat perhatian bagi kaum perempuan Millennials dalam fashion. Warna lillac melambangkan *modern*, *young*, dan merupakan warna millennials yang banyak digunakan sekarang.

4.4.5 Pemotretan Produk Baru

Pemotretan produk baru untuk Sekarves Millenials bersama tim *internship*, proses pemotretan dilakukan secara kelompok dengan tim *internship*. Konsep pemotretan yang diangkat yaitu *nature*, dengan menyelipkan warna-warna hijau dari tanaman. Sesi pemotretan produk terbagi menjadi dua, yaitu pemotretan *flatlay* dan *catalog* dengan model.



Figure 15 Foto Katalog

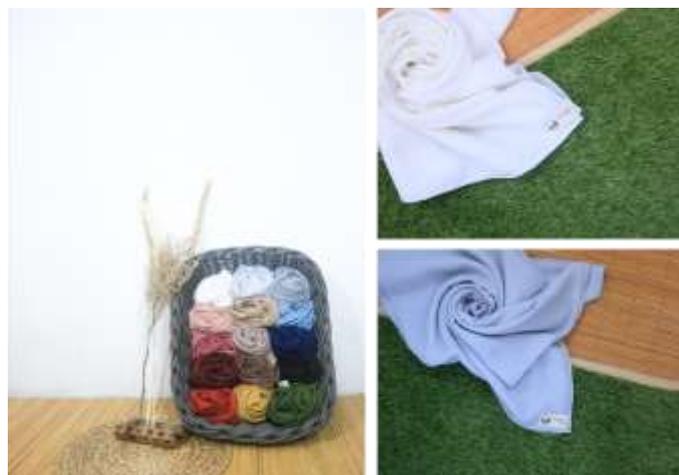


Figure 16 Foto Flatlay

4.5 Jadwal Kerja Praktik

Kerja Praktik dilaksanakan selama 2 bulan, sejak tanggal 7 September – 25 Oktober 2020 di Sekarves Indonesia, kegiatan Kerja Praktik yang dilakukan antara lain:

Tabel Kegiatan Kerja Praktik

Kegiatan	Minggu ke-							
	September				Oktober			
	1	2	3	4	1	2	3	4
1. Pengenalan perusahaan	■							
2. Pengenalan proses dan alur kerja di Sekarves	■							
3. Pengenalan kerja di Sekarves	■	■						
4. Pengumpulan data	■	■	■	■	■	■	■	■
5. Pembuatan laporan								■

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan yang didapatkan dari melakukan proses kerja praktik selama 2 bulan yang dilaksanakan pada tanggal 7 September – 25 Oktober 2020 di Sekarves Indonesia, mahasiswa jadi mendapatkan pengalaman mengenai pengaplikasian teori desain yang didapat selama perkuliahan dengan *client* secara *real*. Melatih profesionalitas dalam berhadapan dengan *client* dan mengikuti brief yang sudah diberikan. Peran desainer pada kerja praktik ini sebagai medium atau jembatan antara informasi yang disampaikan oleh pembimbing (*owner*) dengan desain, sehingga tersampaikan dengan pelanggan.

Proses asistensi yang dilakukan pada saat perkuliahan dan dilapangan akan sedikit berbeda, pada saat dilapangan alternatif desain yang sudah dibuat dalam proses *brainstorming* akan lebih baik dipilih salah satu yang terbaik. Sehingga proses asistensi dengan menunjukkan hasil desain dari desain yang terbaik, dan ada kemungkinan untuk tambahan dan perubahan dari pembimbing. Sehingga proses *brainstorming* yang dilakukan oleh desainer merupakan tahapan yang tidak bisa dilewati, agar memperkecil adanya revisi atau penolakan.

5.2 Saran

Saran dari penulis mengenai segala aspek yang ditampilkan harapannya dapat menjadi refrensi bagi pembaca dan perusahaan. Proses penentuan kata kunci serta citra perusahaan sangat dibutuhkan untuk penyesuaian dengan kebutuhan perusahaan, membantu konsumen untuk mengidentifikasi, dan selaras dengan segmentasi pasar yang dituju.

DAFTAR PUSTAKA

- Basu, Swastha. 1991. *Manajemen Pemasaran Modern*, Liberty. Yogyakarta
- Kusrianto. 2007. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tinarbuko, Sumbo. 1998. “Memahami Tanda, Kode, dan Makna Iklan Layanan Masyarakat”. Tesis. Bandung: ITB
- Tinarbuko, Sumbo. 2007. *DeKaVe: Berkomunikasi Lewat Tanda (Visual)*
<https://dgi.or.id/read/observation/dekave-berkomunikasi-lewat-tanda-visual.html>. Diakses pada 29 Januari 2021.
- Thabroni, Gamal. 2019. *Desain Komunikasi Visual (DKV): Penjelasan Lengkap*
<https://serupa.id/desain-komunikasi-visual-dkv-penjelasan-lengkap/>.
Diakses pada 29 Januari 2021.
- Zimmerer, Thomas. 2002. *Essentials Of Entrepreneurship And Small Business Management*. Edisi Ketiga. New York: Prentice-Hall.

LAMPIRAN

1. Surat Keterangan Diterima Kerja Praktik
2. Copy Daftar Hadir
3. Dokumentasi Kerja Praktik
4. Sertifikat

1. Surat Keterangan Diterima Kerja Praktik



SEKARVES INDONESIA
City of Television (City) LLC, Dukuh Merunggai, kec. Gayungan, Kota Surabaya,
 Jans Tisar 60234, sekarvesid@gmail.com - 087760463142

Nomor : 1
 Perihal : Persetujuan (in) Kerja Praktik di Sekarves Indonesia

Surabaya, 25 Oktober 2020

Kepada Yth
 Universitas Internasional Semen Indonesia
 Program Studi Desain Komunikasi Visual

Dengan hormat,
 Bersama dengan ini :

Nama : Tyas Ajeng Nasrili, S.Sn., M.Ds.
 Perusahaan : Sekarves Indonesia
 Jabatan : CEO Sekarves Indonesia

Menyatakan bahwa :

Nama : Nabila Fauziah Suwalyu
 Status : Mahasiswa
 Universitas : Universitas Internasional Semen Indonesia
 NIM : 503170023

Dengan persetujuan kami telah melakukan Kerja Praktik di perusahaan sebagai
 Konten Kreator, sejak tanggal 07 September 2020 - 25 Oktober 2020

Demikian surat keterangan ini dibuat atas permintaan yang bersangkutan untuk
 keperluan persyaratan kekuliah yang diminta

Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Salam Hormat,


Tyas Ajeng Nasrili, S.Sn., M.Ds.
 CEO Sekarves Indonesia

2. Copy Daftar Hadir



UNIVERSITAS INTERNASIONAL SEMEN INDONESIA
Kampus PT Semen Indonesia (Persero) Tbk.
 Jl. Vikoma, Gresik Jawa Timur 61122
 Telp: (031) 6901481, 60111801723 ext. 3427 Fax: 6111101461

LEMBAR KEDAHIRAN MAGANG

Nama : NABILA FAUZIAH S.
 NIM : 503170023
 Instansi Magang : _____

No	Tanggal	Kegiatan	PED Pembelajaran	UPTD Pembelajaran Lapangan
1.	7 Sept '20	bergabung dengan tim desain grafis		
2.	8 Sept '20	memahami tugas-tugas desain grafis		
3.	9 Sept '20	menyusun desain untuk produk baru		
4.	10 Sept '20	menyusun desain untuk produk baru		
5.	11 Sept '20	menyusun desain untuk produk baru		
6.	12 Sept '20	menyusun desain untuk produk baru		
7.	13 Sept '20	menyusun desain untuk produk baru		
8.	14 Sept '20	menyusun desain untuk produk baru		
9.	15 Sept '20	menyusun desain untuk produk baru		
10.	16 Sept '20	menyusun desain untuk produk baru		
11.	17 Sept '20	menyusun desain untuk produk baru		
12.	18 Sept '20	menyusun desain untuk produk baru		
13.	19 Sept '20	menyusun desain untuk produk baru		
14.	20 Sept '20	menyusun desain untuk produk baru		
15.	21 Sept '20	menyusun desain untuk produk baru		
16.	22 Sept '20	menyusun desain untuk produk baru		
17.	23 Sept '20	menyusun desain untuk produk baru		
18.	24 Sept '20	menyusun desain untuk produk baru		
19.	25 Sept '20	menyusun desain untuk produk baru		
20.	26 Sept '20	menyusun desain untuk produk baru		

Daftar Hadir Mahasiswa (Mata Kuliah Magang) dalam magang dan diawasi oleh UPTD dan UPTD Pembelajaran Lapangan sesuai magang di perusahaan.



UNIVERSITAS INTERNASIONAL SEMEN INDONESIA
Kampus PT Semen Indonesia (Persero) Tbk.
 Jl. Vikoma, Gresik Jawa Timur 61122
 Telp: (031) 6901481, 60111801723 ext. 3427 Fax: 6111101461

LEMBAR KEDAHIRAN MAGANG

Nama : _____
 NIM : _____
 Instansi Magang : _____

No	Tanggal	Kegiatan	UPTD Pembelajaran	UPTD Pembelajaran Lapangan
10	2 Okt '20	Pada hari ini saya diberikan tugas untuk membuat desain untuk produk baru		
11	3 Okt '20	Pada hari ini saya diberikan tugas untuk membuat desain untuk produk baru		
12	4 Okt '20	Pada hari ini saya diberikan tugas untuk membuat desain untuk produk baru		
13	5 Okt '20	Pada hari ini saya diberikan tugas untuk membuat desain untuk produk baru		
14	6 Okt '20	Pada hari ini saya diberikan tugas untuk membuat desain untuk produk baru		
15	7 Okt '20	Pada hari ini saya diberikan tugas untuk membuat desain untuk produk baru		
16	8 Okt '20	Pada hari ini saya diberikan tugas untuk membuat desain untuk produk baru		
17	9 Okt '20	Pada hari ini saya diberikan tugas untuk membuat desain untuk produk baru		
18	10 Okt '20	Pada hari ini saya diberikan tugas untuk membuat desain untuk produk baru		
19	11 Okt '20	Pada hari ini saya diberikan tugas untuk membuat desain untuk produk baru		
20	12 Okt '20	Pada hari ini saya diberikan tugas untuk membuat desain untuk produk baru		
21	13 Okt '20	Pada hari ini saya diberikan tugas untuk membuat desain untuk produk baru		
22	14 Okt '20	Pada hari ini saya diberikan tugas untuk membuat desain untuk produk baru		
23	15 Okt '20	Pada hari ini saya diberikan tugas untuk membuat desain untuk produk baru		
24	16 Okt '20	Pada hari ini saya diberikan tugas untuk membuat desain untuk produk baru		
25	17 Okt '20	Pada hari ini saya diberikan tugas untuk membuat desain untuk produk baru		
26	18 Okt '20	Pada hari ini saya diberikan tugas untuk membuat desain untuk produk baru		
27	19 Okt '20	Pada hari ini saya diberikan tugas untuk membuat desain untuk produk baru		
28	20 Okt '20	Pada hari ini saya diberikan tugas untuk membuat desain untuk produk baru		
29	21 Okt '20	Pada hari ini saya diberikan tugas untuk membuat desain untuk produk baru		
30	22 Okt '20	Pada hari ini saya diberikan tugas untuk membuat desain untuk produk baru		

Daftar Hadir Mahasiswa (Mata Kuliah Magang) dalam magang dan diawasi oleh UPTD dan UPTD Pembelajaran Lapangan sesuai magang di perusahaan.

3. Dokumentasi Kerja Praktik



Figure 17 Dokumentasi kegiatan pemotretan produk



Figure 18 Dokumentasi kegiatan diskusi offline



Figure 19 Dokumentasi foto bersama

4. Sertifikat Kerja Praktik

