

LAPORAN KERJA PRAKTIK

PENERAPAN DESAIN GRAFIS
DAN *MOTION GRAPHIC* DALAM KERJA PRAKTIK
DI SOEKARNO STRAAT MANAGEMENT



Disusun Oleh:

1. FIKRI AL HAIKAL (3031810013)

JURUSAN DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
UNIVERSITAS INTERNASIONAL SEMEN INDONESIA
GRESIK
2022

LAPORAN KERJA PRAKTIK

PENERAPAN DESAIN GRAFIS
DAN *MOTION GRAPHIC* DALAM KERJA PRAKTIK
DI SOEKARNO STRAAT MANAGEMENT



Disusun Oleh:

2. FIKRI AL HAIKAL (3031810013)

JURUSAN DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
UNIVERSITAS INTERNASIONAL SEMEN INDONESIA
GRESIK
2022



Laporan Kerja Praktik
Tanggal 28 Agustus – 28 Oktober 2021
Di Soekarno Straat Management

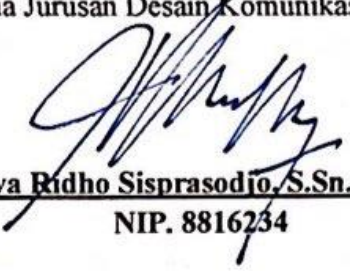
LEMBAR PENGESAHAN
LAPORAN KERJA PRAKTIK
DI SOEKARNO STRAAT MANAGEMENT
DIVISI SOSIAL MEDIA DAN VISUAL
(Periode : 28 Agustus 202021 s.d 28 Oktober 2021)

Disusun Oleh:

FIKRI AL HAIKAL (3031810013)


Mengetahui,

Ketua Jurusan Desain Komunikasi Visual


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

Menyetujui,

Dosen Pembimbing Kerja Praktek



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

Gresik, 18 Mei 2022

SOEKARNO STRAAT MANAGEMENT

Mengetahui,

Kepala Divisi Sosial Media Dan Visual


(Rachmad Febrianto)

Menyetujui,

Pembimbing Lapangan


(Dimas Satyo, S.T.)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat serta karunia-Nya. Sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan kerja praktik ini dengan judul “Penerapan Desain Grafis Dan Motion Graphic Dalam Kerja Praktik Di Soekarno Straat Management”.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan banyak-banyak terimakasih kepada dosen pembimbing yang telah membimbing penulis dalam penulisan laporan ini dan juga kepada pembimbing lapangan divisi sosial media dan visual Soekarno Straat Manajemen, yang telah memberikan banyak ilmu kerja praktik di lapangan. Berkat kerja sama dan bantuan dari berbagai pihak, penulis berhasil menyelesaikan laporan kerja praktik. Penulis menyampaikan banyak terimakasih kepada seluruh pihak yang terlibat dan berkontribusi dalam penyelesaian laporan ini.

Penulisan laporan ini masih banyak kekurangan, mulai dari susunan kalimat hingga tata bahasa. Oleh karena itu, dengan penulis sangat menerima kritik dan saran yang dapat membangun dan sebagai bahan masukan bagi penulis dikemudian hari.

Demikian yang dapat penulis sampaikan. Semoga laporan ini dapat menambah pengetahuan dan pengalaman maupun sebagai bukti dokumentasi telah dilaksanakannya kerja praktik. Penulis berharap laporan ini dapat memberikan manfaat bagi penulis dan pembaca.

Mojokerto, 18 Mei 2022

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Pengesahan	ii
Kata Pengantar.....	iii
Daftar Isi.....	iv
Daftar Gambar	vi
Daftar Tabel.....	vii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Tujuan dan Manfaat.....	2
1.2.1 Tujuan	2
1.2.2 Manfaat	3
1.3 Metodologi Pengumpulan Data	4
1.4 Waktu dan Tempat Pelaksanaan Magang.....	4
1.5 Nama Unit Kerja Tempat Pelaksanaan Magang	4
BAB II.....	5
PROFIL PERUSAHAAN	5
2.1 Sejarah dan Perkembangan Perusahaan	5
2.2 Visi dan Misi Soekarno Straat Management	6
2.3 Lokasi Soekarno Straat Management.....	7
2.4 Struktur Organisasi Soekarno Straat Management	7
2.5 Produk.....	7
BAB III.....	10
TINJAUAN PUSTAKA.....	10

3.1	Sosial Media.....	10
3.1.1	Fungsi Media Sosial.....	10
3.2	Branding	11
3.3	Desain Grafis	12
3.1.2	Prinsip-Prinsip Desain	12
3.1.3	Elemen-Elemen Desain.....	13
3.4	Video	14
3.5	Motion Graphic	15
BAB IV	16
PEMBAHASAN	16
4.1	Struktur Organisasi Unit Kerja	16
4.2	Tugas Unit Kerja.....	16
4.3	Tugas Primer.....	16
4.3.1	Penyusunan <i>Guide</i> Sosial Media Soekarno Straat.....	16
4.4	Tugas Sekunder.....	20
4.4.1	Pengerjaan Materi Videotron	21
BAB V	39
KESIMPULAN DAN SARAN	39
5.1	Kesimpulan	39
5.2	Saran.....	39
Daftar Pustaka	42
Lampiran	44

Daftar Gambar

Gambar 2.1 Personil Soekarno Straat	5
Gambar 2.2 Review oleh HAI Online, Magazine kritikus musik nasional.....	6
Gambar 2.3 Struktur Organisasi Soekarno Straat Management.....	7
Gambar 2.4 Format <i>Fullband</i>	8
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Divisi Sosial Media dan Visual	17
Gambar 4.1 Project Jeda dan Mula.....	23
Gambar 4.2 <i>Asset</i> dari website sebanyak 41 video.....	24
Gambar 4.3 <i>Visualizer</i> Jeda dengan <i>scene</i> tambahan dari <i>Music Video</i>	23
Gambar 4.4 <i>Visualizer</i> Mula dari video lirik.....	29
Gambar 4.5 <i>Flooring</i> kepada personil dan marketing	29

Daftar Tabel

Tabel 4.2 Referensi	17
Tabel 4.3 Prototipe Konten	19
Tabel 4.4 <i>Storyboard</i>	22

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 visual seperti tulisan, gambar atau foto. Penyampaian pesan yang ideal adalah penyampaian pesan yang tidak menimbulkan kesalah pahaman antara pemberi pesan dan penerima pesan. Di era digital mengharuskan sebuah produk atau jasa disampaikan secara detail, akurat, sesuai dengan kebutuhan dan tujuan dari setiap perusahaan.

Soekarno Straat merupakan sebuah grub musik yang beraliran awal *reggae/dub*, yang terbentuk tahun 2013. Hingga, Soekarno Straat menjelma menjadi salah satu band besar di Mojokerto. Dengan usia yang begitu lama untuk sebuah *band*, Soekarno Straat berkeinginan untuk merambah pasar pendengar yang lebih luas. Soekarno Straat Management terbentuk tahun 2019 akhir dengan keresahan awal ingin membuat suatu tim manajerial band yang diisi oleh SDM yang ahli di bidangnya, sehingga membuat suatu band dan tim lainnya terfokus pada tugas masing-masing yang pada saat itu di Mojokerto sendiri belum ada sistem manajerial yang memiliki sistem kerja ala jakarta.

Hasil rapat besar yang dihadiri oleh personil Soekarno Straat dan manajemen beserta penulis yang sudah tergabung di dalamnya. Personil beserta pimpinan manajemen menyatukan suara tentang keinginan untuk menambah pasar yang lebih besar, yakni pasar nasional dengan genre yang lebih general dengan tidak mengesampingkan DNA *reggae/dub* yang mereka bawakan sebelumnya (untuk transisi sementara). Dengan branding terbaru yang mereka bawakan pasca keluarnya lagu pamungkas mereka “Jeda”. Dari tim sosial media dan visual yang berada di bawah management juga mendapatkan tugas untuk membuat sebuah

tampilan visual serta plot yang berbeda dari sebelumnya untuk melakukan post dan *campaign* post di Instagram maupun media sosial lainnya serta melakukan treatment baru untuk pengelolaan sosial media Soekarno Straat, dimana 2 hal tersebut juga mencerminkan branding terbaru mereka.

Dari pembuatan visual serta treatment kontrol sosial media yang berbeda sesuai dengan branding terbaru, penulis mengharapkan respon positif serta menanamkan sisi eksklusifitas konten dan visual dari Soekarno Straat.

1.2 Tujuan dan Manfaat

1.2.1 Tujuan

Adapun tujuan dilaksanakannya Kerja Praktik di Soekarno Straat Management yakni:

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 bagaimana skema kerja di dalam suatu lingkup management yang menaungi *talent* dan berkoordinasi dengan divisi lain
6. Menerapkan branding terbaru yang sesuai dan dapat menarik *audience*
7. Menciptakan timbal balik yang bermanfaat bagi semua pihak.

1.2.2 Manfaat

Manfaat dari pelaksanaan magang penerapan desain grafis dan *motion graphic* dalam kerja praktik di soekarno straat management adalah sebagai berikut:

1. Bagi Perguruan Tinggi
 - Memperkenalkan Desain Komunikasi Visual Universitas Internasional Semen Indonesia ke perusahaan dan masyarakat luas serta membangun hubungan baik dengan instansi terkait.
 - Sebagai sarana untuk mengembangkan kurikulum sesuai dengan kebutuhan yang dibutuhkan di masa yang akan datang.
2. Bagi Perusahaan
 - Perusahaan mendapatkan Sumber Daya Manusia (SDM) yang telah diketahui kualitasnya
 - Mendapatkan sumbangan ide kreatif desain dan pembuatan konten untuk perusahaan.
3. Bagi Mahasiswa
 - Memperoleh gambaran kepada mahasiswa untuk menerapkan ilmu dan teori yang telah didapatkan pada saat diperkuliahkan.
 - Menambah pengalaman, wawasan serta pengetahuan mengenai dunia kerja.
 - Evaluasi untuk mahasiswa dalam mengembangkan keterampilan.
 - Meningkatkan kemampuan dalam berkomunikasi dengan tim, dan *deliver* sebuah komunikasi dalam bentuk desain, branding serta visual
 - Mengembangkan kemampuan presentasi dalam proses presentasi karya yang telah dibuat kepada anggota tim.
 - Meningkatkan rasa percaya diri dalam penyampaian pendapat dan masukan, khususnya dalam desain, branding serta visual

1.3 Metodologi Pengumpulan Data

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

1. Wawancara

Menurut Sugiyono (2013), 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. Yang berarti wawancara merupakan metodologi pengumpulan data melalui komunikasi percakapan dengan pimpinan perusahaan, pembimbing kerja praktik hingga setiap individu di Soekarno Straat Management dengan tujuan mendapatkan data primer yang berkaitan dengan penelitian.

2. 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 sering digunakan dalam berbagai metode pengumpulan data (Kriyantono, 2012).

1.4 Waktu dan Tempat Pelaksanaan Magang

Lokasi : Soekarno Straat Management

Jl. Suratan AMD No. 25, Prajurit Kulon, Kota Mojokerto

Waktu : 28 Agustus – 28 Oktober 2021

1.5 Nama Unit Kerja Tempat Pelaksanaan Magang

Dalam pelaksanaan kerja praktik, penulis sudah tergabung dalam unit kerja Sosial Media dan Visual

BAB II

PROFIL PERUSAHAAN

2.1 Sejarah dan Perkembangan Perusahaan

Soekarno Straat Management berdiri pada akhir tahun 2019, dengan semangat untuk membawa skena band di Mojokerto memiliki etos kerja yang profesional dan diisi oleh SDM yang mumpuni di bidangnya. Soekarno Straat Management terbentuk dari keresahan berapa personil yang merasa hampa akan hadirnya Covid-19 yang memaksa semua perkembangan di sektor manapun terhenti, khususnya musisi dan pegiat seni lainnya.



Gambar 2.1 Personil Soekarno Straat
(kiri, Chandra-Satria-Dio-Fadhil-Syafiril)

Beruntungnya di dalam pertemanan mereka, ada salah satu *brand consultant* yakni Dimas Satyo dan juga *Brand Manager* Doni Prastyo. Personil dari Soekarno Straat pun merunding kedua orang tersebut untuk menjalankan sebuah management yang berisi orang-orang ahli di bidangnya serta menerapkan sistem kerja profesional layaknya manajemen band di sekitaran Jakarta yang maju. Sehingga bukan tidak mungkin, band yang terbentuk di kota kedua ini karyanya dapat lebih dikenal oleh pecinta musik tanah air melalui pemasaran yang luas dan trik-trik marketing serta *treatment* rilis *single* yang sudah dirancang sedemikian rupa, membuktikan pergerakan awal Soekarno Straat Management dapat dikatakan

memuaskan dengan keluarnya single “Jeda” oleh Soekarno Straat, yang di ulas oleh beberapa kritikus musik tanah air, serta beberapa majalah *online* yang berpengaruh di skena musik nasional. Sampai sekarang, yang berada di bawah naungan Soekarno Straat Management masih hanya ada Soekarno Straat.



Gambar 2.2 Review oleh HAI Online, Magazine kritikus musik nasional

2.2 Visi dan Misi Soekarno Straat Management

- **Visi**

Menciptakan karya musik yang relevan dengan dinamika sosial yang terjadi serta mampu membangun ekosistem ekonomi kreatif dalam industri musik independen modern

- **Misi**

- Menghasilkan karya musik yang relevan dengan berbagai kondisi sosial yang terjadi serta mampu diterima secara luas
- Mengoptimalkan hasil karya sebagai salah satu medium untuk menghasilkan *income* bagi personil, crew dan manajemen
- Melakukan *brand development* untuk mendukung *sustainable* ekosistem ekonomi kreatif dalam industri musik independen modern

- Menerapkan sistem dan manajemen untuk menciptakan efisiensi kerja dalam mendukung terciptanya struktur organisasi band independen yang mampu beradaptasi dengan industri musik saat ini

2.3 Lokasi Soekarno Straat Management

Soekarno Straat Management

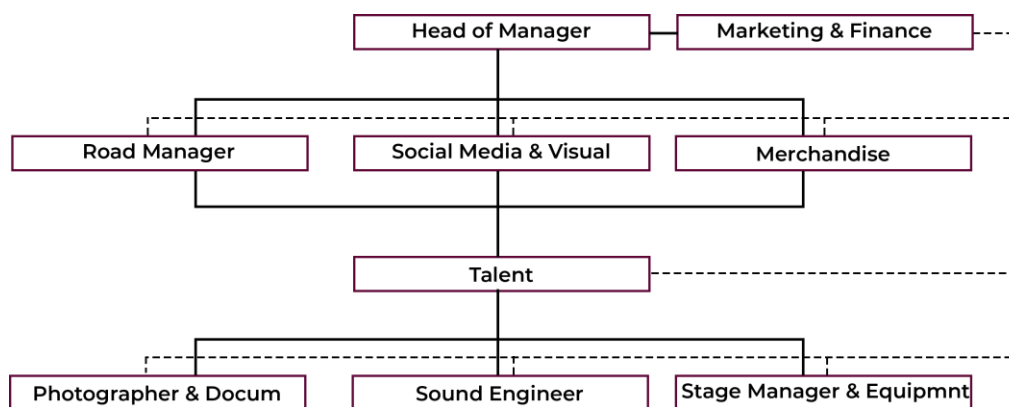
Jl. Suratan AMD No. 25, Prajurit Kulon, Kota Mojokerto

Telepon : 0813-3330-5452

Instagram : @SoekarnoStraat

2.4 Struktur Organisasi Soekarno Straat Management

Berikut adalah struktur organisasi di dalam management yang didalamnya terdapat kepala divisi dan juga anggotanya



Gambar 2.3 Struktur Organisasi Soekarno Straat Management

2.5 Produk

Berikut adalah beberapa jasa yang ditawarkan oleh Soekarno Straat Management.

1. Stage Package

Acoustic Support (IDR 6.000.000)

Format : *Acoustic / unplugged session*

Durasi : 30 Menit

Brand support : Publikasi acara H-3

Half Support (IDR 9.000.000)

Format : *Full band*

Durasi : 30 Menit

Brand support : Publikasi acara H-3

Full Support (IDR 12.000.000)

Format : *Full band*

Durasi : 60 Menit

Brand support : Publikasi acara H-3

****Brand and Publication Support (IDR 2.000.000)***

Durasi : (1) Publikasi poster dilakukan selama H-7 acara melalui seluruh media sosial Soekarno Straat. (2) *Exclusive creative content* publikasi acara oleh Soekarno Straat dan dipublikasikan selama H-7 acara. (3) *Exclusive stage photo* dan dipublikasikan melalui seluruh media sosial Soekarno Straat setelah acara.



Gambar 2.4 Format *Fullband*

2. **Special Package*

Untuk dapat menghadirkan pengalaman bermusik yang berbeda, Soekarno Straat memberikan fitur *Special Package (IDR 13.000.000)* yang meliputi :

Pengambilan paket *Full Support Package (IDR 12.000.000) + Brand and Publication Support (disc 50% : IDR 1.000.000)*.

Terdapat syarat dan ketentuan dalam pengambilan paket produk dan jasa, serta point yang berbintang (*), dapat menghubungi langsung melalui contact person untuk negosiasi lebih lanjut.

BAB III

TINJAUAN PUSTAKA

3.1 Sosial Media

Menurut Henderi (2007), Media sosial merupakan situs jaringan sosial berbasis web yang memungkinkan bagi setiap individu untuk membangun profil publik ataupun semi public dalam sistem terbatas, daftar pengguna lain dengan siapa mereka terhubung, dan melihat serta menjelajahi daftar koneksi mereka yang dibuat oleh orang lain dengan suatu sistem. Media sosial adalah sarana bagi penggunanya untuk berbagi informasi teks, gambar, video dan audio dengan satu sama lain dan dengan perusahaan dan sebaliknya.

Media sosial adalah sebuah sarana yang dibuat untuk memudahkan interaksi sosial dan komunikasi dua arah antar individu. Dengan kemudahan yang diberikan oleh media sosial, penyebaran informasi dari satu individu ke individu lain menjadi sangat mudah (Paramitha, 2011).

3.1.1 Fungsi Media Sosial

Saat ini media sosial telah membangun sebuah kekuatan besar dalam membentuk pola perilaku dan berbagai bidang dalam kehidupan masyarakat. Hal inilah yang membuat media sosial memiliki fungsi sangat besar. Adapun fungsi media sosial diantaranya sebagai berikut:

- a. Media sosial mendukung demokratisasi pengetahuan dan informasi. Mentransformasi manusia dari pengguna isi pesan menjadi pembuat pesan itu sendiri.
- b. Media sosial adalah media yang didesain untuk memperluas interaksi sosial manusia dengan menggunakan internet dan teknologi web.
- c. Media sosial berhasil mentransformasi praktik komunikasi searah media siaran dari dari satu institusi media ke banyak audience ke dalam praktik komunikasi dialogis antara banyak audience.

Sedangkan menurut Puntoadi (2011) penggunaan media sosial berfungsi sebagai berikut:

- a. Keunggulan membangun personal branding melalui sosial media adalah tidak mengenal trik atau popularitas semu, karena audensilah yang menentukan. Berbagai media sosial menjadi media untuk orang berkomunikasi, berdiskusi dan bahkan memberikan sebuah popularitas di media sosial.
- b. Media sosial memberikan sebuah kesempatan yang berfungsi untuk berinteraksi lebih dekat dengan konsumen. Media sosial menawarkan sebuah konten komunikasi yang lebih individual. Melalui media sosial pula berbagai para pemasar dapat mengetahui kebiasaan dari konsumen mereka dan melakukan suatu interaksi secara personal, serta dapat membangun sebuah ketertarikan yang mendalam.

3.2 Branding

menurut Kotler (2009), *branding* ialah nama, istilah, pertanda, simbol, rancangan atau kombinasi dari semuanya yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang atau jasa atau kelompok penjual dan untuk membedakannya berasal barang atau jasa pesaing. Lebih lanjut Khasanah (2013), *Branding* adalah value yang diberikan kepada pelanggan sebagai kombinasi dari disain, simbol (logo), tanda dan Nama yang membedakan produk perusahaan dari pesaing. Bicara tentang merek, sering orang mempersepsikan bahwa ia adalah nama yang memiliki nilai yang berbeda dengan nama lainnya. Bahkan, ekuitas merek memiliki pengaruh pada keputusan pembelian sebuah produk.

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa, branding merupakan sebuah kegiatan atau cara yang dilakukan oleh seorang atau perusahaan dalam membangun sebuah image atau pandangan yang baik serta menarik sehingga membuat para konsumen selalu teringat dengan brand tersebut.

Namun semuanya yang berkaitan dengan hal-hal yang kasa mata dari sebuah merek mulai dari nama dagang, logo, ciri visual, citra, kredibilitas, karakter, kesan, persepsi, dan anggapan yang ada di benak konsumen perusahaan tersebut.

Lambat laun definisi branding semakin berkembang hingga kini didefinisikan sebagai kumpulan kegiatan komunikasi yang dilakukan perusahaan dalam rangka proses membangun dan membesarkan brand.

3.3 Desain Grafis

Menurut Sachari (2000), kata “desain” adalah kata baru yang indonesiakan dari bahasa inggris: design. Sebetulnya kata “rancang” atau “merancang” adalah terjemahan yang dapat digunakan. Namun dalam perkembangannya kata “desain” menggeser makna kata “rancang” karena kata tersebut tidak dapat mewadahi kegiatan, keilmuan, keluasan dan pamor profesi atau kompetensi Desainer.

3.1.2 Prinsip-Prinsip Desain

1. Keseimbangan (Balance)

Keseimbangan adalah sebuah stabilitas yang diciptakan melalui tampilan berat pada visual dari titik pusat yang berbagi secara merata pada setiap sisinya. Tampilan berat pada setiap elemen desain secara visual menyesuaikan pada faktor ukuran, bentuk, warna, dan tekstur yang dimiliki oleh masing-masing elemen. Apabila suatu desain diletakkan secara teratur, maka akan tercipta sebuah komposisi yang terlihat seimbang secara keseluruhan. Terdapat 2 jenis struktur keseimbangan yaitu keseimbangan simetri dan asimetri. Keseimbangan simetri memiliki tampilan berat secara visual yang seimbang dan stabil dari semua sisi (atas, bawah, kanan, dan kiri) dengan komposisi yang disusun dengan teratur, sedangkan keseimbangan asimetri memiliki tampilan berat yang stabil secara visual walaupun peletakkan pada komposisi tidak tersusun secara teratur (Landa et al, 2011).

2. Tekanan (Emphasis)

Emphasis dapat didapatkan dengan beberapa cara yaitu melalui tata letak, ukuran, kontras, arah, dan struktur diagram. Dalam menciptakan emphasis desainer perlu untuk menampilkan konten yang diletakkan tersusun secara

logis serta mengontrol bagaimana cara informasi atau pesan dapat diterima dan tersampaikan (Landa et all, 2011).

3. Irama (Rhythm)

Dengan proses pengulangan atau repetisi pada berbagai macam elemen desain, maka akan menciptakan pola dan irama. Irama mampu menciptakan sebuah gambar atau desain yang menarik serta mampu menyampaikan informasi atau pesan melalui cara yang tidak terduga (Landa et all, 2011).

4. Kesatuan (Unity)

Dalam sebuah desain dibutuhkan kesatuan agar tercipta sebuah struktur komposisi dan perpaduan yang teratur antara satu elemen dan elemen desain lainnya. Desainer grafis harus mengetahui cara menyusun dan mengatur elemen-elemen desain kedalam sebuah komposisi yang dapat memeprilihatkan kesatuan diantara mereka secara visual (Landa et all, 2011).

3.1.3 Elemen-Element Desain

1. Titik

Titik merupakan bagian terkecil dalam desain. Dari titik, maka akan terbentuk selemen-elemen desain yang dapat merangkai sebuah bentuk desain secara utuh (Landa et all, 2011).

2. Garis

Garis adalah bagian dasar dari elemen desain yang memiliki berbagai fungsi dalam bidang desain. Garis dapat membentuk sebuah objek ataupun desain dengan cara menyatukan suatu tarikan dari satu titik ke titik lainnya secara bertahap, sehingga dapat menjadi sebuah objek atau desain yang utuh (Poulin, 2011).

3. Bentuk

Bentuk merupakan bagian dari elemen dasar desain yang terdiri dari garis untuk menciptakan sebuah bentuk dua dimensi sehingga terlihat datar atau rata. Bentuk terbentuk dari titik-titik yang disatukan sehingga menghasilkan sebuah bidang. Dari sebuah bentuk dapat tercipta tata letak, pola dan berbagai macam komposisi lainnya (Poulin, 2011).

4. Warna

Warna memiliki peran menginformasikan pesan serta kesan yang terkandung dalam sebuah desain. Warna juga mampu menjadi elemen desain yang memiliki daya tarik dalam desain, sehingga para pengamatnya dapat tertarik untuk memahami maksud dari pesan yang ingin disampaikan dalam desain tersebut (Poulin, 2011).

5. Tekstur

Tekstur merupakan tampilan dari permukaan sebuah objek atau desain yang memiliki permukaan yang dapat diraba, sehingga kualitas dari lapisan objek atau desain ini dapat memberikan kesan serta penilaian tersendiri bagi yang merasakan serta melihatnya. (Poulin, 2011).

3.4 Video

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, video merupakan rekaman gambar hidup atau program televisi untuk ditayangkan lewat pesawat televisi, atau dengan kata lain video merupakan tayangan gambar bergerak yang disertai dengan suara. Video sebenarnya berasal dari bahasa Latin, *video-vidivisum* yang artinya melihat (mempunyai daya penglihatan); dapat melihat. Media video merupakan salah satu jenis media audio visual. Media audio visual adalah media yang mengandalkan indera pendengaran dan indera penglihatan. Media audio visual merupakan salah satu media yang dapat digunakan dalam pembelajaran menyimak. Media ini dapat menambah minat siswa dalam belajar karena siswa dapat menyimak sekaligus melihat gambar.

Lebih lanjut, Arief S. Sadiman (2009) menyatakan video adalah media audio visual yang menampilkan gambar dan suara. Pesan yang disajikan bisa berupa fakta (kejadian, peristiwa penting, berita) maupun fiktif (seperti misalnya cerita), bisa bersifat informatif, edukatif maupun instruksional. Daryanto mengungkapkan media video adalah segala sesuatu yang memungkinkan sinyal audio dapat dikombinasikan dengan gambar bergerak secara sekuensial.

Berdasarkan pengertian menurut beberapa ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa video merupakan salah satu jenis media audio-visual dan dapat

menggambarkan suatu objek yang bergerak bersama-sama dengan suara alamiah atau suara yang sesuai. Video menyajikan informasi, memaparkan proses, menjelaskan konsep yang rumit, mengajarkan keterampilan, menyingkat atau memperpanjang waktu, dan mempengaruhi sikap.

3.5 Motion Graphic

Menurut Gallagher (2007), Seni dari Motion Graphics adalah kedinamisan dari nama yang di berikan. memberikan kehidupan kepada gambar dan tulisan dan merekam mereka menjadi sebuah pesan yang ingin di sampaikan kepada penontonnya. Motion Graphics adalah teks, gambar, atau kombinasi dari keduanya yang bergerak dalam ruang dan waktu, menggunakan pergerakan dan ritme untuk mengkomunikasikannya. Motion Graphis digunakan dalam tv dan film untuk membantu memperkenalkan ceritanya.

Menurut Betancourt (2012), *Motion Graphics* adalah grafik yang menggunakan footage dari video atau teknologi animasi untuk menciptakan ilusi dari *motion* atau gerakan dan biasanya di kombinasikan dengan audio untuk digunakan dalam projek multimedia.

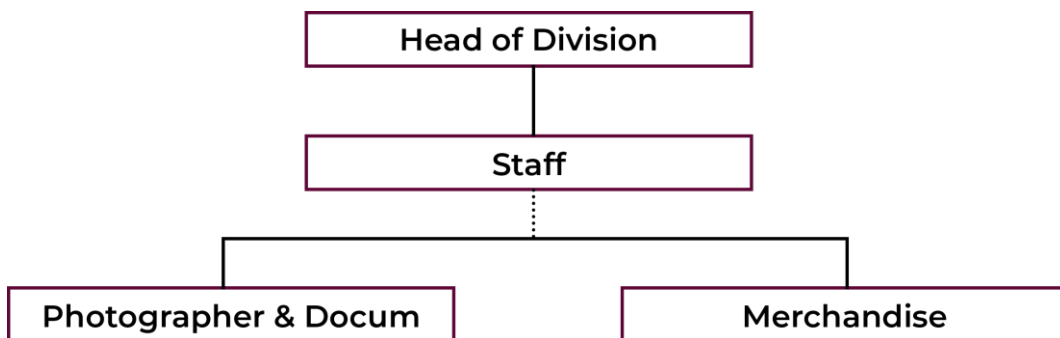
Dari pengertian oleh beberapa ahli di atas, dapat diperoleh kesimpulan yakni, *motion graphic* merupakan suatu seni yang dinamis yang memberikan kehidupan pada gambar dan tulisan maupun kombinasi diantara keduanya serta bergerak dalam ruang dan waktu. Sehingga menciptakan ilusi atau pergerakan yang digunakan dalam projek multimedia seperti halnya TV dan film.

BAB IV

PEMBAHASAN

4.1 Struktur Organisasi Unit Kerja

Berikut merupakan Struktur Divisi Sosial Media dan Visual dari Soekarno Straat Mangement:



Gambar 4.1 Struktur Divisi Sosial Media dan Visual

4.2 Tugas Unit Kerja

Unit kerja/Divisi Sosial Media dan Visual, bertujuan untuk mengatur segala postingan di sosial media talent seperti Instagram, Twitter, Youtube dan hal-hal yang menyangkut dengan kebutuhan Visual seperti *tone* warna, gaya desain, font dan berbagai kebutuhan tampilan talent di atas panggung. Divisi ini juga bertanggung jawab atas desain di sosial media, *merchandise* dan memberikan *brief* ke eksekutor atas projek yang akan di garap dengan arahan dari *Marketing* dan *Head of Manager*.

4.3 Tugas Primer

Tugas primer merupakan tugas utama yang menjadi fokus pengerjaan dalam melakukan kerja praktik di Soekarno Straat Management. Tugas Khusus yang dikerjakan berupa penyusunan *guide* visual sosial media sebagai upaya penyesuaian branding Soekarno Straat.

4.3.1 Penyusunan *Guide* Sosial Media Soekarno Straat

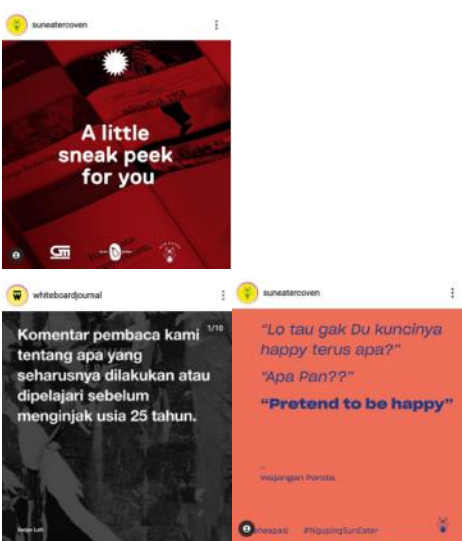
Guide visual merupakan salah satu acuan pembuatan konten visual yang ditujukan untuk sosial media milik Soekarno Straat. *Guide* berisikan tentang

referensi, warna, jenis teks serta arahan pembuatan konten. Dalam pembuatan *guide* ini, penulis terlebih dahulu menyesuaikan bagaimana pembawaan serta keinginan marketing terhadap pandangan audiens kepada Soekarno Straat. Proses pengerjaan guideline terbagi menjadi 2 tahap, yakni pengumpulan referensi serta prototipe eksekusi konten. Sebagai penyambung dari beberapa single dan campaign sebelumnya, menurut penuturan Doni selaku marketing, penggunaan *tone* warna pada visual, didasarkan pada cover single “Jeda”, yakni *Monochrome*, Biru dan Kuning.

- **Referensi Desain Sosial Media**

Pengumpulan referensi konten dibuat sebagai langkah awal pengerjaan. Yang bertujuan agar mempermudah proses pengerjaan, karena jika nanti dalam tahap eksekusi konten terjadi hal yang tidak sesuai dalam layout atau kata yang terlalu panjang, maka bentuk masih bisa disesuaikan, karena masih bisa fleksibel dalam eksekusi serta masih bisa melihat bentuk dari referensi yang sudah ada.

Tabel 4.2 Referensi desain sosial media


No	Visual	Deskripsi
1		<p>Penggunaan visual treatment difokuskan kepada pesan yang ingin disampaikan oleh Soekarno Straat yang berarti menjadi semi <i>microblog</i> namun tetap dengan segi entertain, sesuai dengan permintaan dari tim marketing. Dalam <i>treatment post</i> seperti ini, diharapkan audiens paham dengan <i>statement</i> yang di sampaikan oleh <i>post</i> tersebut. Didukung dengan penggunaan <i>copywriting</i> yang singkat dan jelas.</p>

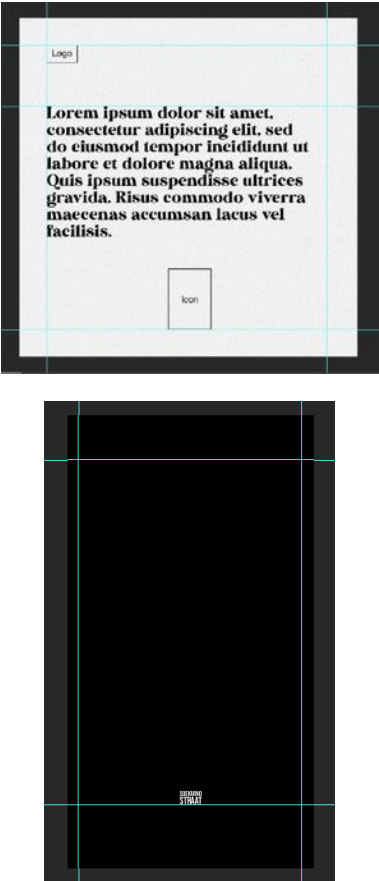
2	<p>Font</p> <p>Soekarno Straat</p> <p>Soekarno Straat</p> <p>Soekarno Straat</p> <p>Soekarno Straat</p>	<p>Dalam penggunaan font yang digunakan untuk campaign post. Berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan personil dan marketing, Soekarno Straat merujuk kepada Sun Eather dan juga The Panturas. Dimana penggunaan font cenderung tegas dan mudah untuk dipahami. Penulis mendapatkan saran dari marketing untuk penggunaan font Montserrat untuk versi serif dan Duke Charming serta margin untuk versi san-serif</p>
---	---	---

- **Prototipe Konten Sosial Media Soekarno Straat**

Dalam tahap pembuatan prototipe konten ini, referensi yang telah dikumpulkan bersama dengan tim marketing, dibuat dengan mengambil konten treatment edukasi untuk *audiens* Soekarno Straat, dimana *guide* ini ditujukan sebagai *treatment* serta edukasi terhadap netizen tentang apa yang ingin Soekarno Straat sampaikan, konten berisikan *copywriting* yang berasal dari *brief* yang diberikan oleh marketing. Terlebih jika masuk ketahap *Grand Plan* perilisan album terbaru, pastinya membutuhkan konten edukasi, pendekatan dengan *audiens* dan *blow up issue* tentang suatu hal yang telah terjadi dan memiliki hubungan dengan single yang akan dirilis.

Tabel 4.3 Prototipe Konten dan save margin

No	Prototipe	Deskripsi
1		<p>Pembuatan prototipe difungsikan agar penulis paham bagaimana penempatan dan penataan kata dalam post hingga penggunaan berapa banyak kata. Dikarenakan dari marketing tidak menginginkan pakem desain agar tidak kaku, maka penulis menggunakan fleksibilitas konten, yakni bisa menambahkan atau mengurangi elemen di dalam desain postingan namun tetap berpegang pada kejelasan penyampaian pesan. Sebagai salah satu contoh, dapat menambahkan ilustrasi kecil, atau menggunakan gambar sebagai <i>background</i>-nya.</p>

2	<p>Save Margin</p> 	<p><i>Save margin</i> adalah garis bantu untuk membatasi objek agar tidak keluar dari area yang diinginkan.</p> <p><i>Save margin</i> diperlukan agar audiens dapat mendapatkan area baca yang enak dipandang serta tidak terlalu menepi, sehingga mengurangi kenyamanan membaca.</p> <p>Feed (1080x1080) Samping : 150x150 piksel Font atas : 400 piksel</p> <p>Story 2:1 (2160x1080) Atas : 150 piksel Bawah : 300 piksel Samping : 60 piksel</p>
---	--	--

4.4 Tugas Sekunder

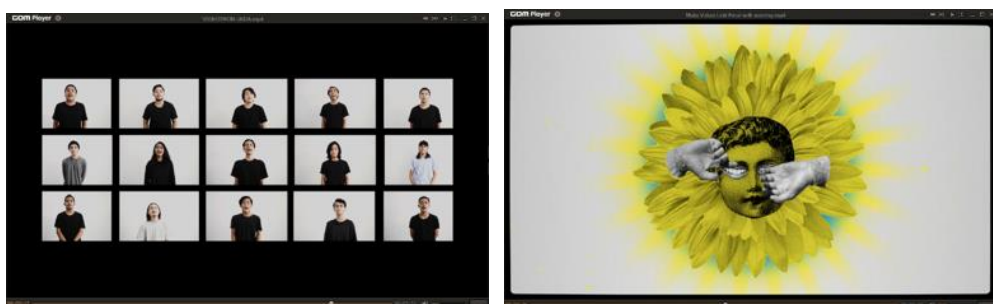
Tugas sekunder merupakan tugas yang diberikan diluar tugas utama. Tugas sekunder yang diberikan berupa pengerjaan materi untuk videotron sebagai penyesuaian tempat perform dan pemenuhan materi untuk “Manggung”. Videotron sendiri merupakan layar LED yang biasanya terpasang di bagian belakang panggung untuk mendukung acara agar lebih meriah.

4.4.1 Pengerjaan Materi Videotron

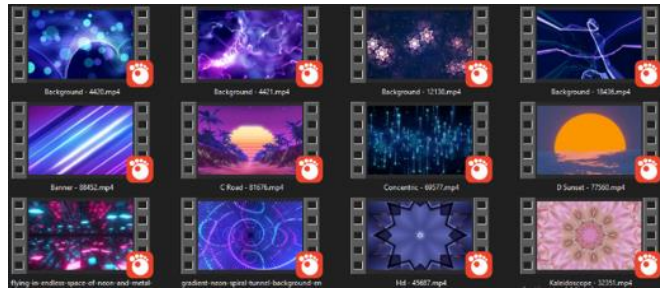
Terdapat 4 tahapan dalam pengerjaan materi videotron, yakni pembuatan serta pencarian materi video, *Storyboard*, eksekusi video, *flooring* ke personil dan tim, serta penyimpanan di arsip. Pembuatan materi videotron juga akan dibatasi yakni sebanyak 7 lagu yang aman dibawakan dan tidak mempengaruhi branding terbaru Soekarno Straat.

- **Pembuatan dan Pencarian video**

Dalam tahapan ini, terdapat 2 cara untuk pembuatan materi video, yakni penulis membuat *video visualizer* berdasarkan bahan yang ada, dan penulis mencari bahan di *website* penjualan *asset* video. Penulis menggunakan 2 cara ini dikarenakan, kebanyakan *single* yang diproduksi, belum memiliki *visualizer* yang mumpuni dan tidak memiliki *asset* grafis serta video, sehingga penulis menyarankan untuk membeli *asset* video di *website* untuk efisiensi kerja. Berbeda dengan 2 *single* terbaru yang sudah berada di naungan Soekarno Straat Manajemen, dimana *single* “Jeda” dan “Mula”. Memiliki *asset* grafis serta video yang tersimpan, baik yang mentah maupun yang sudah jadi. Sehingga penulis bisa memanfaatkan *asset* tersebut sebagai *visualizer* pada videotron.



Gambar 4.1 *Project* Mula dan Jeda

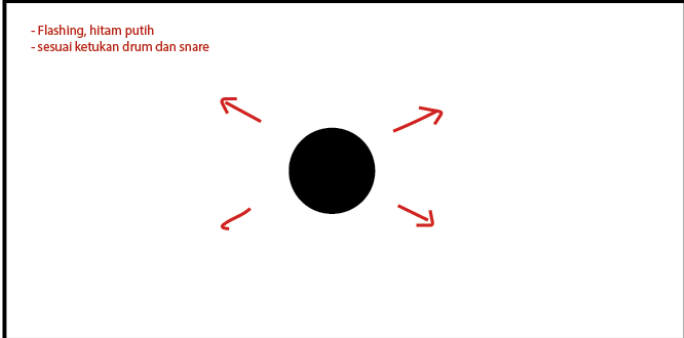






Gambar 4.2 Asset dari website sebanyak 41 video



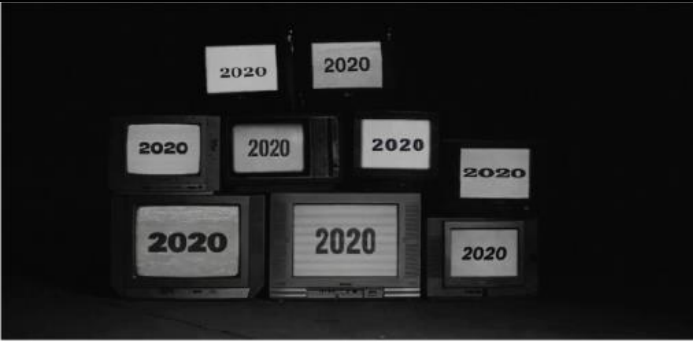
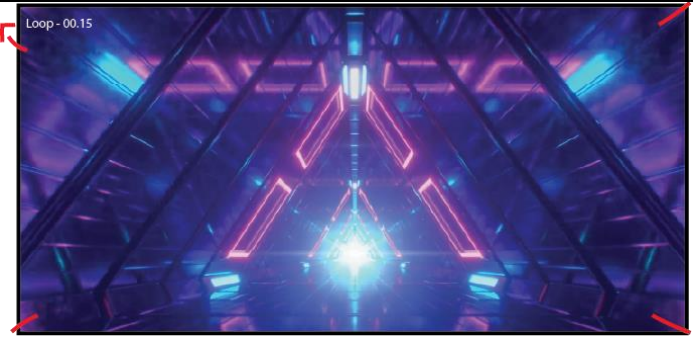
- **Storyboard**


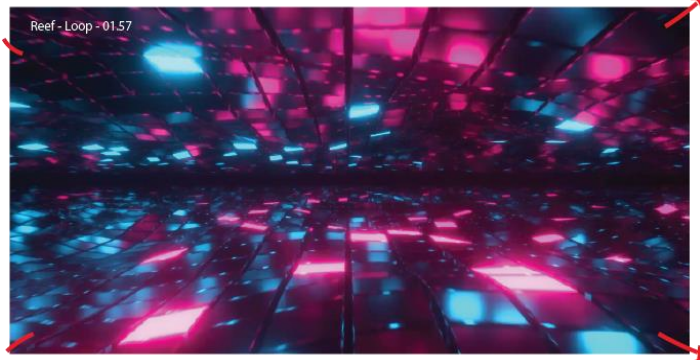


Storyboard berfungsi sebagai acuan pembuatan video visualizer, objek storyboard terdiri dari gambar-gambar penunjuk atau referensi video yang akan dipakai didalam video. Berikut merupakan storyboard video visualizer :





Tabel 4.4 Storyboard





	Storyboard	Keterangan
Jeda	<p>- Flashing, hitam putih - sesuai ketukan drum dan snare</p> 	<p>Lingkaran hitam zoom in lalu muncul sesuai ketukan lagu di intro 00.00-00.48</p>
	<p>- Flashing, hitam putih - sesuai ketukan drum dan snare - kontinyu</p> <p>Copy Lirik sampai bridge 2, Montserrat All caps</p>	<p>Lirik keluar sesuai ucapan, background putih dan berganti dengan hitam sesuai ketukan lagu 00.48-02.35</p>


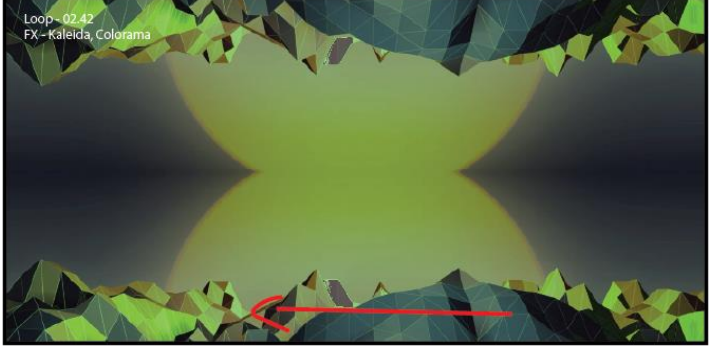

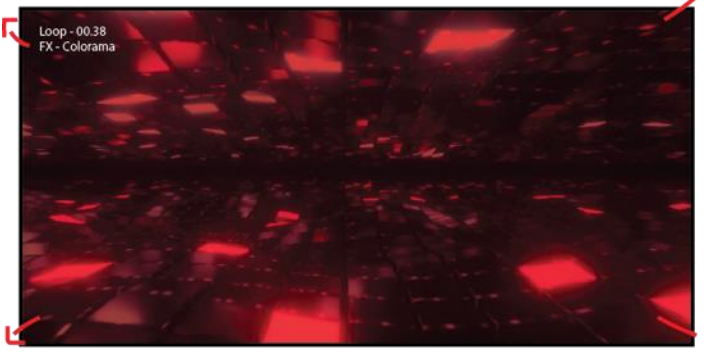
		<p><i>Still source</i> video klip 02.35-02.46</p>
		<p><i>Still source</i> video klip 02.46-03.07</p>
		<p><i>Still source</i> video klip 03.08-03.16</p>
	<p>- Klip 5 personil</p> 	<p><i>Still source</i> video klip 03.16-03.26</p>

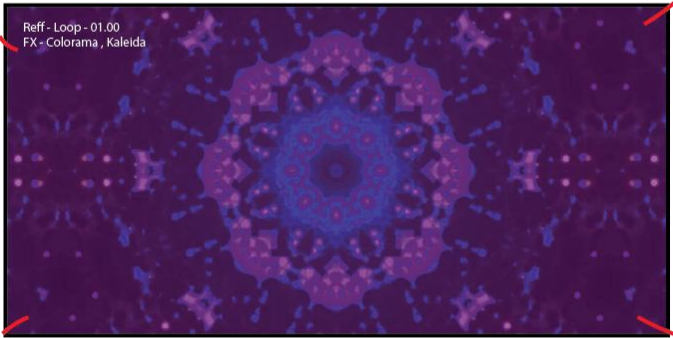

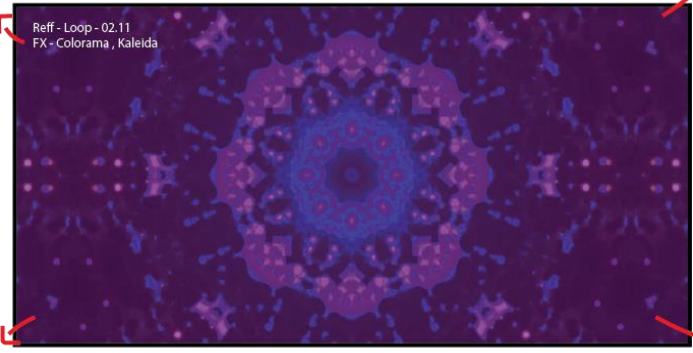
		<p><i>Still source</i> video klip 03.26-03.28</p>
		<p><i>Still source</i> video klip 03.28-03.37</p>
		<p><i>Still , zoom out, source</i> video klip 03.37-end</p>
<p>Asa Biru</p>		<p><i>Video Source</i> Loop Zoom in</p>

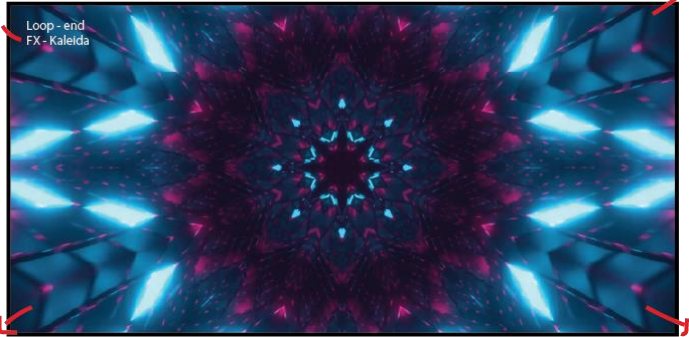

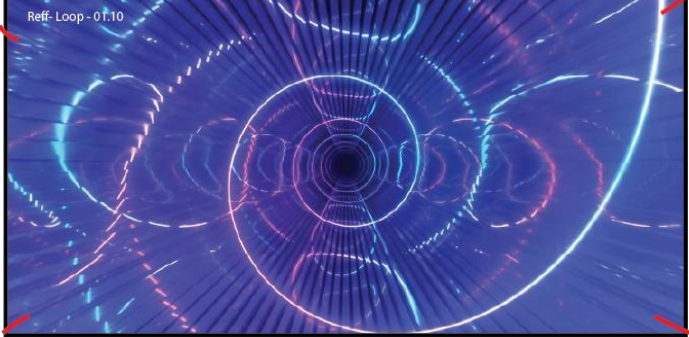
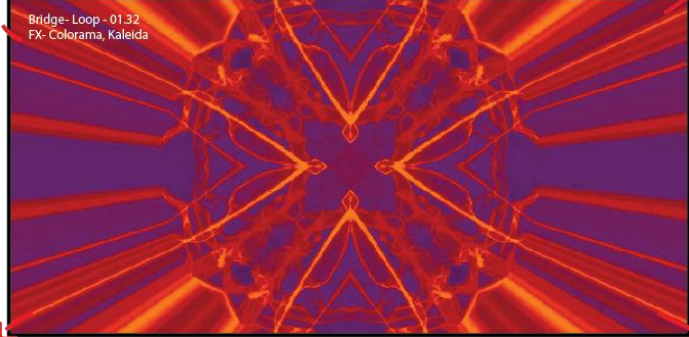
		<p>Lirik keluar sesuai ucapan, background putih dan berganti dengan hitam sesuai ketukan lagu</p>
		<p><i>Video Source</i> <i>Loop Zoom in</i></p>
		<p><i>Video Source,</i> <i>Loop Zoom in,</i> <i>Rotate</i></p>
		<p><i>Video Source</i> <i>Loop Zoom in</i></p>

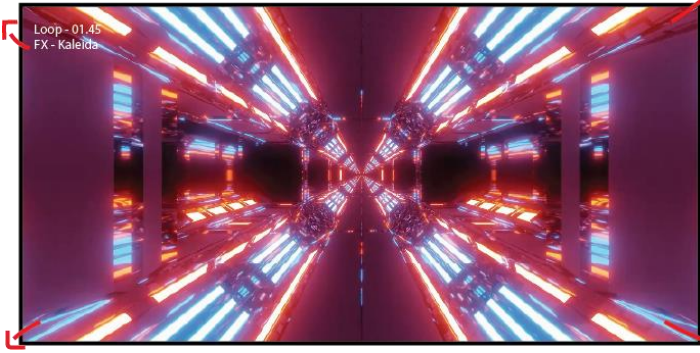
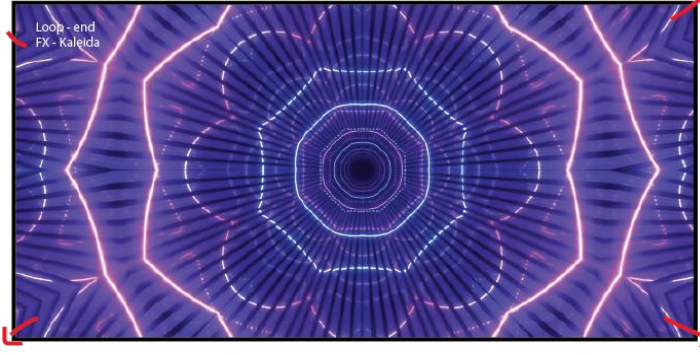


	 <p>Loop - end</p>	<p><i>Still source, Slide Left</i></p>
<p>Asa Biru</p>	 <p>Loop - 01.39 FX - Kaleida</p>	<p><i>Video Source, Loop Zoom in, Rotate</i></p>
	 <p>Loop - 01.09</p>	<p><i>Video Source, Loop Zoom in</i></p>
	 <p>Right Loop - 02.10 FX - Kaleida</p>	<p><i>Video Source, Loop Zoom in, Rotate</i></p>

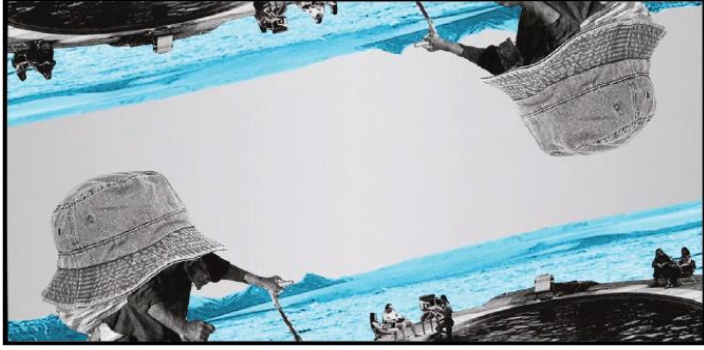



		<p><i>Video Source, Loop Zoom in,</i></p>
		<p><i>Video Source, Loop Zoom in, Rotate</i></p>
		<p><i>Video Source, Loop Zoom i</i></p>
<p>Semua Warna</p>		<p><i>Video Source, Loop Zoom in, Slide left</i></p>





		<p><i>Video Source, Loop Zoom in, Rotate</i></p>
		<p><i>Video Source, Loop Zoom in, Side left</i></p>
		<p><i>Video Source, Loop Zoom in, Rotate</i></p>
<p>Hoax</p>		<p><i>Video Source, Loop Zoom in</i></p>





		<p><i>Video Source, Loop Zoom in, Rotate</i></p>
		<p><i>Video Source, Loop Zoom in</i></p>
		<p><i>Video Source, Loop Zoom in, Rotate</i></p>





	 <p>Loop - end FX - Kaleida</p>	<p><i>Video Source, Loop Zoom in, Rotate</i></p>
<p>Meta- morfosis</p>	 <p>Loop - 00.47 FX - Colorama, Kaleida</p>	<p><i>Video Source, Loop Zoom in, Rotate</i></p>
	 <p>Ref- Loop - 01.10</p>	<p><i>Video Source, Loop Zoom in, Rotate</i></p>
	 <p>Bridge- Loop - 01.32 FX- Colorama, Kaleida</p>	<p><i>Video Source, Loop Zoom in, Rotate</i></p>



		<p><i>Video Source, Loop Zoom in</i></p>
		<p><i>Video Source, Loop Zoom in, Rotate</i></p>
<p>Mula</p>		<p><i>Scale up transition 00.00-00.23</i></p>
		<p><i>Position up and down, looping movement 00.23-00.35</i></p>

		<p><i>Zoom out, rotation</i> 00.35-00.44</p>
		<p><i>Scale and position, snake looping movement,</i> 00.45-00.54</p>
		<p><i>Rotation, scale up kaki, position movement</i> 00.54-01.05</p>
		<p><i>Position movement, Rotation</i> 01.05-01.15</p>

		<p><i>Position movement</i> 01.15-01.25</p>
		<p><i>Scale up transition</i> 01.26-01.34</p>
		<p><i>Scale and position, snake looping movement,</i> 01.34-01.43</p>
		<p><i>Rotation, scale up kaki, position movement</i> 01.44-01.54</p>

		<p><i>Scale up, Rotation, looping hand movement, particle effect</i> 01.55-02.15</p>
		<p><i>Rotation, Optical lens distortion effects, text animation</i> 02.15-02.35</p>
		<p><i>Position movement, Rotation</i> 02.36-02.47</p>
		<p><i>Position movement</i> 02.47-02.57</p>

		<p><i>Position movement, text animation</i> 02.58-03.06</p>
		<p><i>Scale up transition, position movement, looping movement</i> 03.06-03.19</p>
		<p><i>Position movement, Rotation</i> 03.20-03.30</p>
		<p><i>Position movement</i> 03.30-03.40</p>

		<p><i>Scale up</i> <i>transition,</i> <i>position</i> <i>movement</i> 03.40-03.50</p>
		<p><i>Position</i> <i>movement,</i> <i>Rotation</i> 03.50-end</p>

- **Eksekusi video**

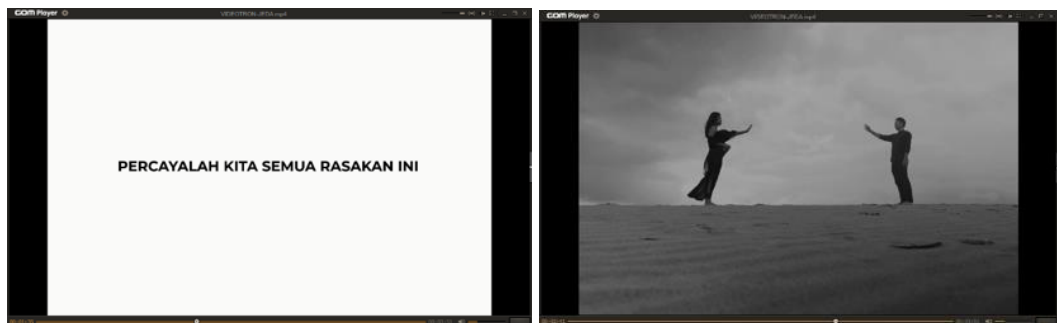
Eksekusi video berupa penggabungan beberapa asset, yakni *video looping* yang dibeli dari website yang juga menyesuaikan terhadap lagu, penyatuan *video looping* melalui aplikasi *Adobe After Effect* dengan menggunakan efek video yang berada di dalamnya, yang sering digunakan salah satunya adalah *CC Kaleida* dan *Colorama*. *CC Kaleida* berfungsi untuk memberikan efek kaleidoskop pada video, sedangkan *Colorama* berfungsi untuk mengubah spektrum warna sesuai yang diinginkan. Berikut daftar *visualizer* lagu yang berupa *video looping* :

1. Jeda
2. Asa Biru
3. Kertas Kosong
4. Semua Warna
5. Hoax

6. Metamorfosis

7. Mula

Sementara itu, 2 lagu terbaru dari Soekarno Straat yang memiliki asset gambar dan video, dalam eksekusi juga menyesuaikan dengan kebutuhan lagu. Dalam Single “Jeda”, lagu lebih dominan ke arah musik *rap* dan memiliki pengucapan kata yang cenderung cepat, sehingga penulis memutuskan untuk menambahkan lirik kedalam *video visualizer*, hal ini bertujuan agar audiens dapat membaca lirik di videotron sambil bernyanyi. Penulis menggunakan warna dominan hitam dan putih yang disesuaikan dengan ritme lagu sebagai penambah *ambience* ke-neri-an yang ada pada *single* ini. Penulis juga menambahkan beberapa scene dari *Video Music* “Jeda” sebagai *scene* tambahan dibagian *bridge* di akhir lagu.



Gambar 4.10 : *Visualizer* Jeda dengan *scene* tambahan dari *Music Video* Berbeda 180 derajat single “Mula” lebih santai dan *easy-listening*. Sehingga penulis tidak perlu memasukkan lirik kedalam *visualizer*-nya, dan berfokus pada penempatan *asset* grafis yang ada dan disesuaikan dengan video lirik yang sudah dirilis sebelumnya. Jika di dalam video lirik terdapat lirik lagu yang, maka di *visualizer* ini, penulis menghilangkan penempatan lirik dan diganti dengan penyesuaian penempatan elemen grafis di dalam *scene*.



Gambar 4.4 : *Visualizer* Mula dari video lirik

- ***Flooring* ke personil dan tim**

Setelah eksekusi materi video, penulis perlu mem-*floor*-kan hasil video beserta kode-kode untuk men-sinkron-kan antara masuknya lagu dengan *visualizer* di videotron, hal ini dikhususkan untuk *single* “Jeda”. Dimana membutuhkan masuknya lagu dan *visualizer* secara bersamaan, dikarenakan terdapat lirik di dalam *visualizer* dan agar tidak terjadi ketidak-sinkron-an antara lagu dan *visualizer*



Gambar 4.12 *Flooring* kepada personil dan marketing

- **Penyimpanan di arsip**

Setelah pembuatan materi semua lagu selesai, selanjutnya adalah penyimpanan file di arsip dengan rapi. Dalam hal ini agar mempermudah pencarian file dan siapa pemegangnya. Dalam hal ini kepala divisi sosial media dan visual, ditunjuk sebagai arsip file tersebut.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Kerja praktik merupakan kegiatan yang wajib dilakukan bagi mahasiswa Desain Komunikasi Visual, Universitas Internasional Semen Indonesia. Ilmu yang telah dipelajari dibangku perkuliahan akan diterapkan dalam kerja praktik dilapangan. Cabang keilmuan DKV yang diterapkan dalam kerja praktik adalah branding, desain grafis, video editing serta *motion graphic*. Desain grafis yang dipadukan dengan branding memiliki peran penting dalam penyampaian pesan kepada audience terhadap branding terbaru Soekarno Straat yang perlahan mengganti wajah lama dengan wajah baru yang terasa eksklusif dan universal, lebih khusus pada audience di media sosial.

Kerja praktik yang dilakukan selama dua bulan di Soekarno Straat Management, memberikan banyak pengalaman dan pelajaran bagi penulis. Seperti cara berkomunikasi dengan tim dan di hadapan orang banyak, bekerja sama, memahami dan mengaplikasikan brief pada media aplikasi serta masih banyak lagi yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Desain guide visual yang dibuat pun menyesuaikan dengan branding terbaru yang merupakan keinginan dari personil dan marketing, serta tetap berusaha memiliki karakter dalam desainnya. Tidak hanya itu. Penulis juga mendapatkan pengetahuan dan pengetahuan baru saat terjun ke industri musik, saat kerja praktik di Soekarno Straat Manajement.

5.2 Saran

Melakukan kerja praktik sesuai dengan bidang keahlian memang merupakan hal yang menyenangkan. Namun, dibalik itu masih banyak sekali hal menarik yang berkaitan dengan keahlian yang diminati dan perlu dipelajari serta didalami. Dan tidak memungkiri bahwa bekerja dibawah naungan manajemen, sangat efisien dan mempermudah pekerjaan, karena tiap divisi dibagi jobdes masing masing serta bertanggung jawab masing masing. Manajemen tempat penulis kerja

praktik adalah sejatinya tepat penulis bekerja. Sehingga setelah kelulusan penulis bisa berfokus dan dapat ikut serta membawa nama baik dan kinerja manajemen lebih bagus dan lebih besar lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus Sachari.2000.Sosiologi Desain. Sejarah Perkembangan Desain & Dunia Kesenirupaan di Indonesia.166.
- Arief S. Sadiman. (2009). Media Pendidikan. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Betancourt, Michael. (2012): “The Origins of Motion Graphic”
www.cinegraphic.net/article.php/20130306203217744 (di akses pada 2 Januari 2022)
- Brown, M.E. and Gallagher, P.K. (2007) Handbook of Thermal Analysis and Calorimetry: Recent Advances, Techniques and Applications. Elsevier, The Netherlands, 5, 517.
- Dokumen Arsip Soekarno Straat, Album Semua warna, Video Klip Single Jeda (2021), Video Lirik Single Mula (2021).
- Henderi, dkk. 2007. “Pengertian Media Sosial”. Jakarta: Kencana
- Kamus Besar Bahasa Indonesia., <https://kbbi.web.id/>
- Khasanah, Imroatul., 2013., Jurnal Dinamika Manajemen Vol. 4, No. 1, pp: 93-102.
- Kotler & Keller. 2012. “Manajemen Pemasaran edisi ketiga belas jilid 1 dan 2 dialih bahasakan oleh Bob Sabran”. Jakarta: Erlangga
- Paramitha, Cindy Rizal Putri. 2011. “Analisis Faktor Pengaruh Promosi Berbasis Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan dalam Bidang Kuliner”. Skripsi, Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro
- Poulin, Richard. 2011. “The Language of Graphic Design – An Illustrated Handbook for Understanding Fundamental Design Principles”. Beverly, Massachusetts: Rockport Publishers
- Puntoadi, Danis. 2011. “Menciptakan Penjualan Melalui Social Media”. Jakarta: PT Elex Komputindo
- Puntoadi, Danis. 2011. “Menciptakan Penjualan Melalui Social Media”. Jakarta: PT Elex Komputindo
-

Rio, Andriyat. 2020. “Peranan Desain Grafis Pada Media”.

<https://staff.uniku.ac.id/rioandriyat/peran-desain-grafis-pada-media/>.

Robin, Landa. 2011. “Graphic Design Solutions 4th ed”. Boston, MA: Wadsworth
Cengage Learning

LAMPIRAN

i. Daftar Hadir



Kerja Praktik
 Tanggal 28 Agustus – 28 Oktober 2021
 Di Soekarno Straat Management

Daftar Kehadiran Kerja Praktik

Nama : Fikri Al Haikal
 NIM : 3031810013

No	Tanggal	Nama Kegiatan	T/D	Pembimbing
1	28 Agustus 2021	Rapat Rutin		
2	2 September 2021	Pencarian Referensi Guide		
3	7 September 2021	Pencarian Referensi Guide dana ACC oleh kepala divisi dan marketing		
4	8 September 2021	Rapat Rutin		
5	9 September 2021	Pengerjaan Guide		
6	13 September 2021	Pengerjaan Guide		
7	17 September 2021	Pengerjaan finishing guide dengan acc oleh kepala divisi dan marketing		
8	24 September 2021	-Rapat Rutin -Flooring guide ke seluruh tim		
9	27 September 2021	-pemberian brief kebutuhan videotron -pencarian materi dan konsep		
10	30 September 2021	-pencarian materi videotron di website berbayar		
11	5 Oktober 2021	-Rapat Rutin - pencarian materi videotron di website berbayar		
12	6 Oktober 2021	Eksekusi Materi Videotron		
13	10 Oktober 2021	Eksekusi Materi Videotron		
14	14 Oktober 2021	Eksekusi Materi Videotron		
15	17 Oktober 2021	Eksekusi Materi Videotron		
16	20 Oktober 2021	Eksekusi Materi Videotron		
17	21 Oktober 2021	Flooring ke personil dan finishing		
18	23 Oktober 2021	Finishing dana ACC kepala divisi dan marketing		
19	25 Oktober 2021	Penyimpanan di arsip		
20	28 Oktober 2021	Rapat Rutin		

ii. Surat Pemberitahuan Diterima



Nomor : 0023/MSS/IX/2021
Perihal : Penerimaan Program Internship

Mojokerto, 7 September 2021

Kepada Yth.
Koordinator Kerja Praktek
Universitas Internasional Semen Indonesia

Dengan hormat,

Berdasarkan Surat Nomor: 0224/K1.05/03-01.01.01.01/09.21, perihal permohonan izin kerja praktek kepada mahasiswa:

Nama : Fikri Al Haikal
NIM : 3031810013
Prodi : Desain Komunikasi Visual

Bersama ini kami sampaikan bahwa mahasiswa tersebut kami terima untuk melaksanakan kerja praktek di manajemen kami terhitung mulai 28 Agustus 2021 s.d 28 Oktober 2021

Demikian surat pemberitahuan ini kami sampaikan. Atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terima kasih.

Hormat kami,
Soekarno Straat Management



Dimas Satyo
Head of Manager

iii. Sertifikat Kerja Praktik



Surat Keterangan Program Internship (0009/MSS/I/2022)

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dimas Satyo
Jabatan : Head of Manager Soekarno Straat

Dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Fikri Al Haikal
NIM : 3031810013
Prodi : Desain Komunikasi Visual

Telah selesai melaksanakan program internship di Soekarno Straat Team and Management dan dibimbing oleh Dimas Satyo selaku Head of Manager Soekarno Straat, dari tanggal 28 Agustus 2021 hingga 28 Oktober 2021 sesuai dengan surat permohonan dari Universitas Internasional Semen Indonesia.

Selama melaksanakan program internship ini, yang bersangkutan sangat antusias serta melaksanakan segala tugas dan tanggung jawab yang telah kami berikan dengan baik.

Demikian surat keterangan ini kami buat, atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terima kasih.

Hormat kami,
Soekarno Straat Management



(Dimas Satyo)
Head of Manager

iv. Dokumentasi Kerja Praktik



Gambar 1 *Flooring* materi videotron saat rapat rutin



Gambar 2 Rapat *Flooring* guide visual serta penyesuaian *grandplan*



Gambar 3 Doa bersama untuk kelancaran management



Gambar 4 *Brainstorming* pencarian materi videotron



Gambar 5 Rapat rutin awal bulan



Gambar 6 Ngopi bareng untuk kedekatan internal

v. Dokumentasi Kerja Praktik



