

**LAPORAN KERJA PRAKTIK**  
**PENERAPAN DESIGN LAYOUTING UNTUK**  
**CONTENT SOSIAL MEDIA CLUVE LIMITED**



**Disusun Oleh :**

**AFRIYAN DWI EFENDI**

**3031810001**

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

**GRESIK**

**2022**

**LAPORAN KERJA PRAKTIK**  
**PENERAPAN DESIGN LAYOUTING UNTUK**  
**CONTENT SOSIAL MEDIA CLUVE LIMITED**



**Disusun Oleh :**

**AFRIYAN DWI EFENDI**

**3031810001**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL**  
**UNIVERSITAS INTERNASIONAL SEMEN INDONESIA**  
**GRESIK**  
**2022**

**LEMBAR PENGESAHAN**

**LAPORAN KERJA PRAKTIK  
DI CLUVE LIMITED Graphic Designer  
(Periode : 01 Agustus 2021 s.d 01 Oktober 2021)**

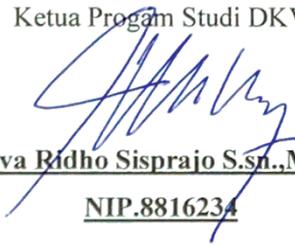
Disusun Oleh:

**AFRIYAN DWI EFENDI**

(3031810001)

Mengetahui

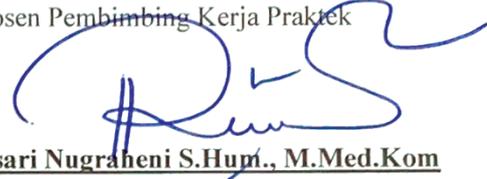
Ketua Progam Studi DKV

  
Nova Ridho Sisprajo S.Sn.,M.Ds.

NIP.8816234

Mengetahui

Dosen Pembimbing Kerja Praktek

  
Roostikasari Nugraheni S.Hum., M.Med.Kom

NIDN : 0707078502

Menyetujui

Pembimbing Lapangan

  
Gresik, 23 Januari 2022

Tito Ardian Saputro

## 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 01 Agustus 2021 – 01 Oktober 2021 di Cluve Limited. Tujuan dari penulisan laporan kerja praktik ini untuk menyampaikan laporan kegiatan yang sudah saya tempuh selama pelaksanaan kerja praktik di Cluve Limited.

Dalam penyusunan laporan kerja praktik ini tentu tidak lepas dari pengarahan dan bimbingan dari berbagai pihak. Penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ibu Roostikasari Nugraheni, S.Hum., M.Med.Kom. selaku Dosen Pembimbing Kerja Praktik.
2. Bapak Nova Ridho Sisprasajo, S.Sn., M.Ds. selaku Kepala Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Internasional Semen Indonesia.
3. Mas Tito Ardian selaku Founder/Owner dari Cluve Limited.

Laporan kerja praktik ini telah disusun dengan sebaik-baiknya oleh penulis. Namun, penulis menyadari adanya kekurangan dalam penulisan ini, oleh karena itu kritik dan saran yang sifatnya membangun sangat penulis harapkan. Demikian laporan ini dibuat dan penulis berharap laporan ini dapat memberikan manfaat dan acuan di masa mendatang.

Gresik, 23 Januari 2022

Penulis

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
<b>Kata Pengantar .....</b>	<b>iii</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang .....</b>	<b>1</b>
<b>1.2 Tujuan dan Manfaat.....</b>	<b>2</b>
<b>1.3 Metodologi Pengumpulan Data.....</b>	<b>3</b>
<b>a. Wawancara.....</b>	<b>3</b>
<b>b. Observasi .....</b>	<b>3</b>
1.4 Waktu dan Tempat Pelaksanaan Kerja Praktik .....	3
1.5 Nama Unit Kerja Tempat Pelaksanaan Magang .....	3
<b>BAB II .....</b>	<b>4</b>
<b>PROFIL CLUVE LIMITED.....</b>	<b>4</b>
<b>2.1 Sejarah dan Perkembangan Cluve Limited .....</b>	<b>4</b>
<b>2.2 Lokasi Cluve Limited .....</b>	<b>6</b>
<b>2.3 Struktur Organisasi Cluve Limited .....</b>	<b>6</b>
<b>2.4 Produk.....</b>	<b>7</b>
2.4.1 Tshirt .....	7
2.4.2 Shirt .....	9
2.4.3 Jacket.....	12
2.4.4 Aksesoris .....	14
<b>BAB III.....</b>	<b>15</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>15</b>
<b>3.1 Graphic Design.....</b>	<b>15</b>

---

3.1.1 Teori desain grafis .....	15
<b>3.1.2 Prinsip dasar desain grafis .....</b>	<b>20</b>
3.2.1 Teori Tipografi .....	22
1) <i>Oldstyle</i> .....	22
2) <i>Modern</i> .....	23
3) <i>Slab serif</i> .....	23
4) <i>Sans serif</i> .....	24
3.3 Pengertian Digital Marketing .....	25
3.3.1 Indikator Digital Marketing .....	26
3.3.2 Dimensi Digital Marketing .....	27
3.3.3 Faktor yang mempengaruhi efektifitas Digital Marketing .....	27
<b>BAB IV .....</b>	<b>29</b>
<b>PEMBAHASAN .....</b>	<b>29</b>
<b>4.1 Struktur Organisasi Unit Kerja.....</b>	<b>29</b>
<b>4.2 Alur Kerja.....</b>	<b>29</b>
<b>4.3 Tugas Unit Kerja.....</b>	<b>30</b>
4.3.1 Konsep.....	30
4.3.2 Referensi.....	30
4.3.3 Sketsa .....	31
4.3.4 Proses Digitalisasi .....	31
<b>1. Feed Instagram.....</b>	<b>32</b>
<b>2. Instagram Story .....</b>	<b>34</b>
4.4 Tugas Tambahan .....	36
4.5 Kegiatan Kerja Praktik .....	38
4.6 Jadwal Kerja Praktik .....	38
<b>BAB V.....</b>	<b>39</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>39</b>

<b>5.1 Kesimpulan .....</b>	<b>39</b>
<b>5.2 Saran .....</b>	<b>39</b>
DAFTAR PUSTAKA.....	40
Lampiran .....	41
1. Surat Tanda Diterima Kerja Praktik.....	41
2. Daftar Hadir.....	42
3. Dokumentasi Kerja Praktik .....	45
4. Surat Selesai magang .....	46

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Kerja Praktik (KP) Bagi mahasiswa Desain Komunikasi Visual Kerja Praktik merupakan bentuk pengaplikasian dari ilmu yang telah di pelajari selama perkuliahan dan di implementasikan langsung di lapangan. Kerja praktik dilaksanakan dengan cara magang kerja disuatu instansi atau Lembaga yang sesuai dengan jurusan yang diambil.

Cabang ilmu Desainer grafis adalah proses mengombinasikan tipografi, ilustrasi, fotografi dan cetak untuk tujuan persuasive (mengajak), memberikan informasi atau perintah. Pengertian desain grafis adalah sebuah aplikasi dari keterampilan seni dan komunikasi, yang tujuannya untuk sebuah bisnis dan industry (Suryanto).

Cluve limited berdiri sejak tahun 2014 dengan diolah oleh tiga orang. Berdasarkan hasil wawancara, pengelola yang sekarang menjelaskan dari awal produksi Cluve limited hanya menciptakan empat desain untuk produk kaos dan memasarkannya ke teman-teman terdekat saja. Kemudian pada tahun 2018 Cluve limited mulai membuka store yang berlokasi di GKB Gresik, pada saat itu store menjadi satu dengan brand Sunfriday. Saat pertama kali membuka store Cluve limited juga mulai menciptakan koleksi produk-produk baru yaitu celana, jaket, tas, topi. Pada saat itu desain yang digunakan untuk implementasi pada produknya masih mencontoh desain pada internet kemudian merubahnya sedikit pada desain tersebut. Store hanya berjalan setahun karena ada beberapa problem yang menghambat untuk berproduksi, lalu pengelola memilih untuk break. Dan pada awal tahun 2020 Cluve limited kembali berproduksi dengan diolah oleh seseorang saja yang bernama Titok Ardian dengan lokasi store yang berbeda yaitu di Jl.Kartini Gresik hingga sekarang.

Dalam kegiatan Kerja praktik di Cluve Limited, penulis bergerak di ranah Desain grafis khususnya dalam manajemen konten Sosial media

## **1.2 Tujuan dan Manfaat**

Kegiatan Kerja Praktik ini memiliki beberapa tujuan yang akan menghasilkan manfaat-manfaat tertentu sebagai berikut:

### **1.2.1 Tujuan**

#### **a. Umum**

1. Memperoleh pengalaman kerja dan mendapat peluang untuk dapat berlatih menangani permasalahan di masyarakat.
2. Menciptakan timbal balik yang bermanfaat bagi semua pihak.
3. Mengetahui tata cara kerja dan tingkatan yang berlaku di perusahaan mengenai proses kerja dalam kelompok maupun individu.
4. Melaksanakan mata kuliah Kerja Praktik sebagai syarat kelulusan universitas.
5. Menerapkan ilmu Desain Komunikasi Visual pada dunia kerja.

#### **b. Khusus**

1. Untuk Mengetahui sistem dan proses marketing sebuah perusahaan dengan menggunakan media sosial sebagai media promosi.
2. Mengembangkan keterampilan desainer grafis

### **1.2.2 Manfaat**

Manfaat dari pelaksanaan magang di Cluve Limited adalah sebagai berikut:

1. Bagi Perguruan Tinggi
  - a. Menjalin kerjasama yang antara universitas dan perusahaan atau instansi terkait.
  - b. mengenalkan Desain Komunikasi Visual UISI kepada perusahaan yang bersangkutan.
2. Bagi Perusahaan
  - a. Perusahaan mendapatkan Sumber Daya Manusia (SDM) yang dapat membantu berjalanya perusahaan.
  - b. Memberi ide-ide baru dan inovasi bagi perusahaan.
3. Bagi Mahasiswa

- a. Memperoleh gambaran bagi mahasiswa dalam menerapkan ilmu dan teori yang telah didapatkan pada saat diperkuliahan.
- b. Menambah pengalaman, wawasan serta pengetahuan mengenai dunia kerja.
- c. Membangun relasi dan koneksi dikalangan profesional.
- d. Evaluasi untuk mahasiswa dalam mengembangkan keterampilan di dunia kerja.

### 1.3 Metodologi Pengumpulan Data

Metode yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam melaksanakan kegiatan kerja praktik adalah sebagai berikut:

#### a. Wawancara

Metode Wawancara digunakan untuk mengumpulkan informasi dan melakukan tanya jawab dengan Mas Tito Ardian selaku CEO dari *brand* Cluve Limited.

#### b. Observasi

Metode observasi dilakukan dengan pengamatan terhadap proses produksi divisi kreatif selama kerja praktik di perusahaan dan mengamati permasalahan apa yang terjadi di perusahaan.

### 1.4 Waktu dan Tempat Pelaksanaan Kerja Praktik

**Lokasi** : Pelaksanaan Kerja Praktik dilaksanakan secara offline yang berada di Jl. RA Kartini no.98, Gresik

**Waktu** : 01 Agustus 2021 – 01 Oktober 2021

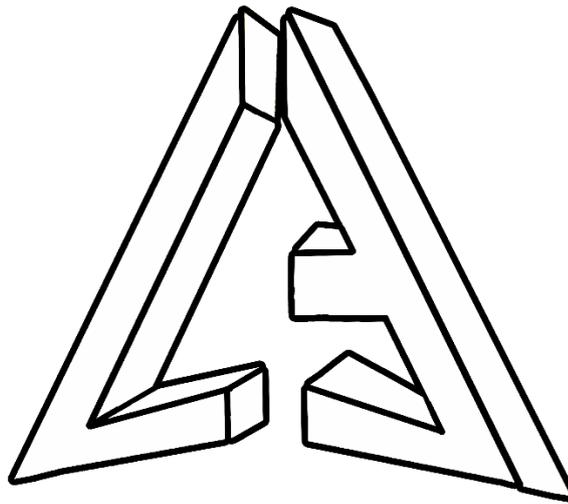
### 1.5 Nama Unit Kerja Tempat Pelaksanaan Magang

Unit Kerja : Saya disini sebagai Graphic Designer yang bertugas membuat beberapa design feed untuk Instagram dan template harian untuk Instagram story.

## BAB II

### PROFIL CLUVE LIMITED

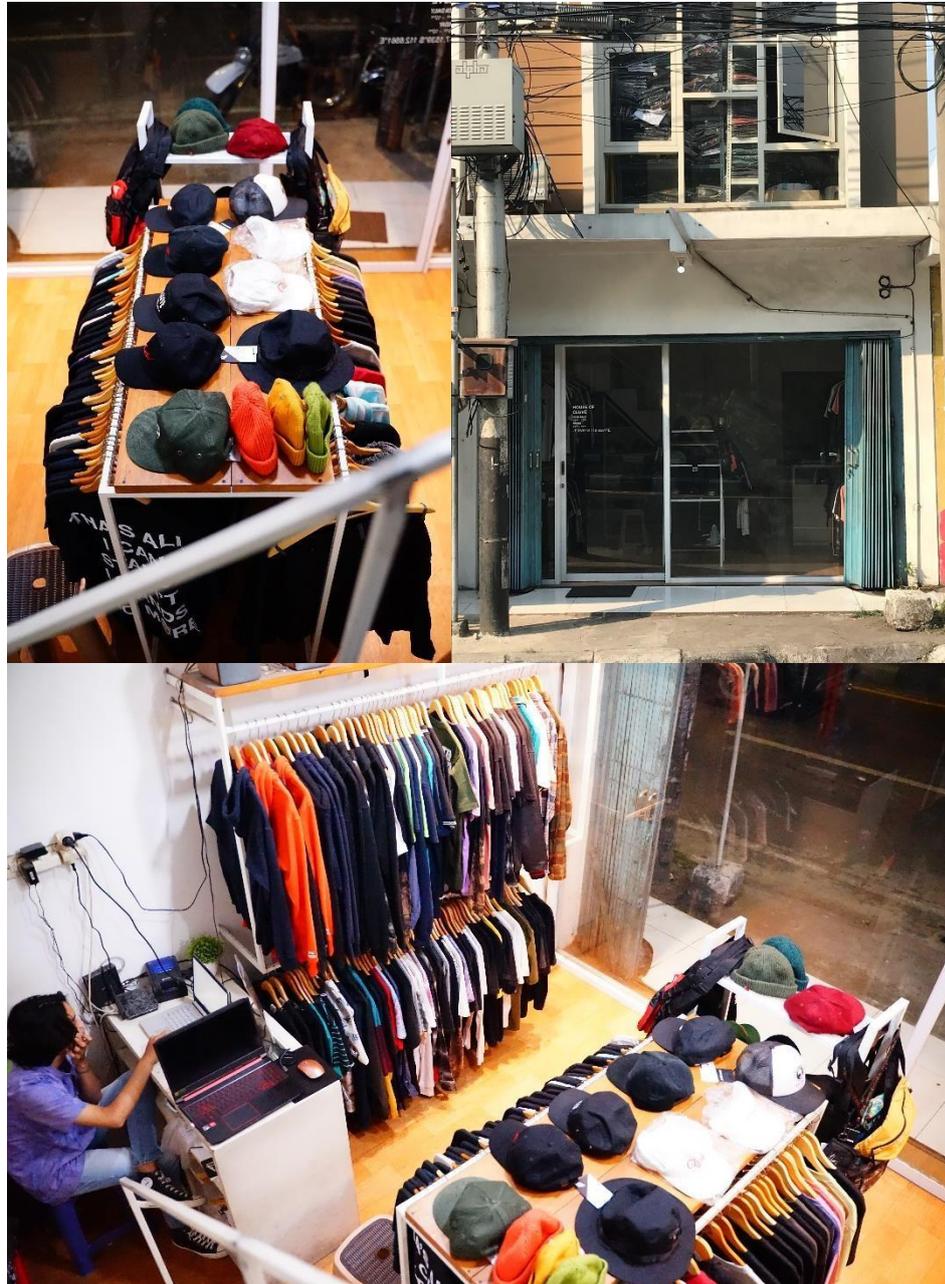
#### 2.1 Sejarah dan Perkembangan Cluve Limited



*Gambar 2.1 1Logo Cluve*

Cluve limited adalah salah satu store clothing yang berada di Kabupaten Gresik. Cluve limited mulai berdiri sejak tahun 2014 yang diolah oleh tiga orang, pertama kali berproduksi Cluve limited menciptakan empat desain hanya untuk produk kaos kemudian dipasarkan ke teman-teman terdekat. Kemudian pada tahun 2017 Cluve limited mulai membuka store yang berlokasi di GKB gresik, dan pada saat itu juga Cluve limited mulai menciptakan produk-produk barunya, seperti celana, tas, topi, jaket. Store pada saat itu hanya berjalan satu tahun saja lalu pengelola memutuskan untuk break berproduksi, dikarenakan ada beberapa problem yang menghambat produksi pada Cluve limited. Pada awal tahun 2020 Cluve limited mulai produksi kembali yang dikelola hanya satu orang yang bernama

Titok Ardian. Pada saat itu Titok Ardian juga membuka store yang lokasinya berbeda dengan awal, lokasi store Cluve limited saat ini berada di Jl.Kartini Gresik. Pada store ini pemilik juga ingin menambahkan beberapa brand luar dari ibu kota seperti maternal, Abigail, 4.20, thanks insomnia, EFG, compass, dan ventela.



*Gambar 2.1 store Cluve Limited*

## 2.2 Lokasi Cluve Limited

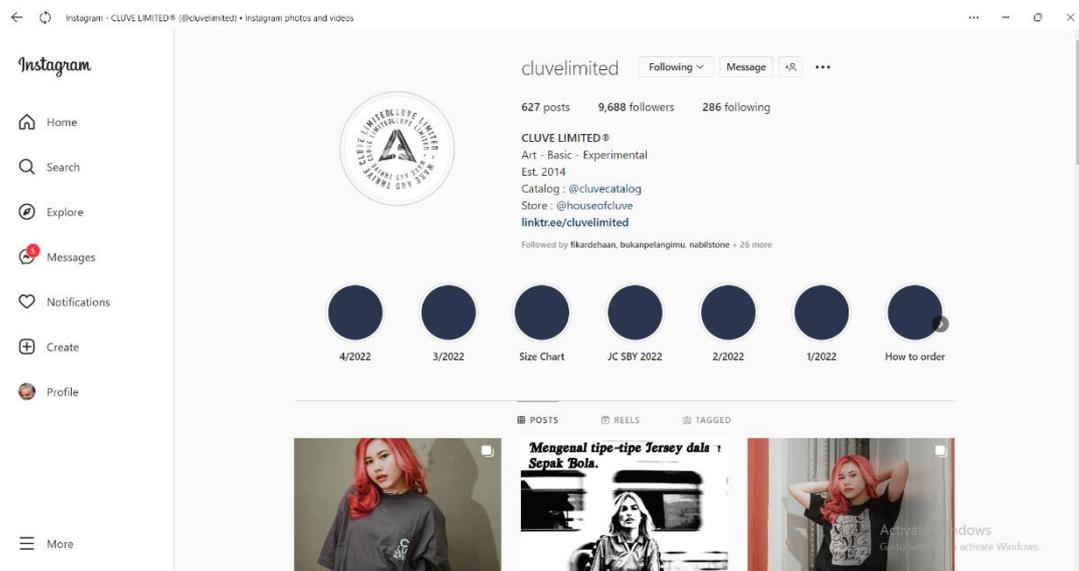
Alamat : Jl. RA Kartini no.98, Kebomas, Gresik

Email : cluvelimited@gmail.com

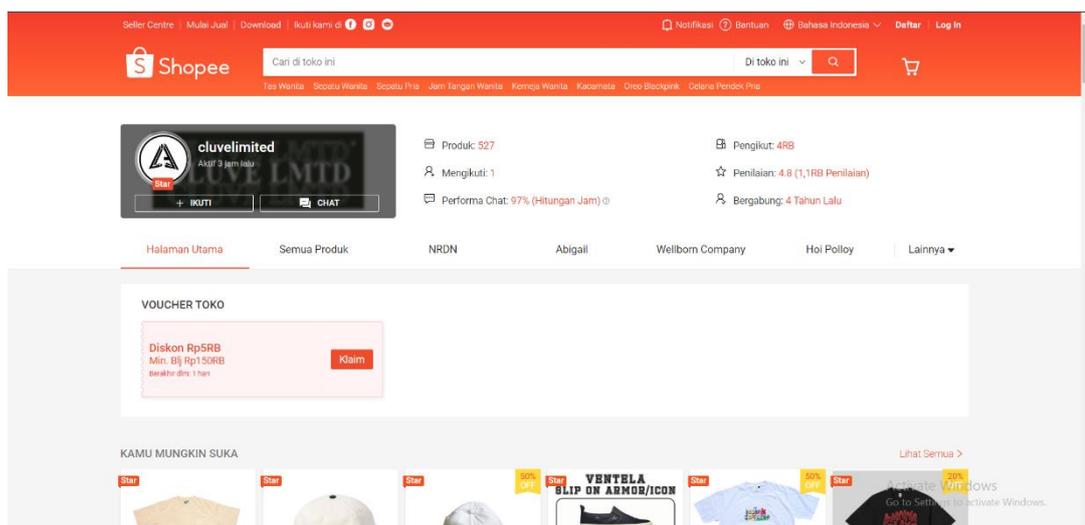
No. Telp : 089629772477

Instagram : @cluvelimited

Shopee : Cluve Limited



Gambar 2.2 Instagram Cluve Limited



Gambar 2.2 Shopee Cluve Limited

## 2.3 Struktur Organisasi Cluve Limited

CEO perusahaan : Tito Ardian

## 2.4 Produk

Berikut ini merupakan jenis produk yang di produksi CluveLimited :

### 2.4.1 Tshirt

Berikut beberapa contoh produk T-Shirt dari Cluve Limited :

No	Produk	Keterangan	Harga
1		Tshirt	Rp. 150.000
2		Tshirt	Rp. 150.000

3		Tshirt	Rp.150.000
4		Tshirt	Rp. 150.000
5		Tshirt	Rp. 150.000

6		Segiempat	Rp. 150.000
---	---	-----------	-------------

Tabel 2.4.1 Tshirt

### 2.4.2 Shirt

Berikut beberapa contoh produk Shirt dari Cluve Limited :

No	Produk	Keterangan	Harga
1		Flannel Shirt	Rp. 250.000

2		Flannel Shirt	Rp. 250.000
3		Flannel Shirt	Rp. 250.000
4		Flannel Shirt	Rp. 250.000

5		Shirt	Rp, 230.000
6		Shirt	Rp. 230.000

Tabel 2.4.2 Shirt

### 2.4.3 Jacket

Berikut beberapa contoh produk Jacket dari Cluve Limited :

No	Produk	Keterangan	Harga
1		Trucker Jacket	Rp. 340.000
2		Coach Jacket	Rp. 325.000
3		Hoodie	Rp. 300.000

4		Varsity Jacket	Rp. 380.000
5		Varsity Jacket	Rp. 380.000

Tabel 2.4.3 Jacket

### 2.4.4 Aksesoris

Berikut beberapa contoh produk Aksesoris dari Cluve Limited :

No	Produk	Keterangan	Harga
1		Polocap	Rp. 130.000
2		Slingbag	Rp. 130.000
3		Bagpack	Rp. 230.000

Tabel 2.4.4 Aksesoris

## BAB III

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 3.1 Graphic Design

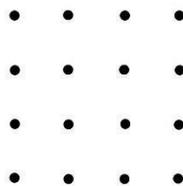
*Graphic Design* adalah proses mengombinasikan tipografi, ilustrasi, fotografi dan cetak untuk tujuan *persuasive* (mengajak), memberikan informasi atau perintah. Pengertian desain grafis adalah sebuah aplikasi dari keterampilan seni dan komunikasi, yang tujuannya untuk sebuah bisnis dan industri (Suryanto).

*Graphic*, atau Grafis dalam bahasa Indonesia, berasal dari bahasa Yunani *Graphein* yang berarti menulis atau menggambar. Sementara itu, istilah Seni Grafis yaitu seni gambar dalam dua dimensi pada umumnya mencakup beberapa bentuk kegiatan, seperti menggambar, melukis, dan fotografi. Secara spesifik, cakupan tadi terbatas pada karya yang dicetak atau karya seni yang dibuat untuk diperbanyak melalui proses cetak (Kusrianto, 2007 : 100).

##### 3.1.1 Teori desain grafis

a. Unsur – unsur desain grafis Kusrianto, (2007:30) berpendapat bahwa untuk dapat mewujudkan suatu tampilan visual, ada beberapa unsur yang harus diperhatikan, antara lain adalah:

1. **Titik**, Titik adalah salah satu unsur visual yang wujudnya relatif kecil, di mana dimensi memanjang dan melebarnya dianggap tidak berarti. Titik cenderung ditampilkan dengan bentuk kelompok dengan variasi jumlah, susunan, dan kepadatan tertentu.



Gambar 1 Titik

2. **Garis**, Garis dianggap sebagai unsur visual yang banyak berpengaruh terhadap pembentukan suatu objek sehingga garis selalu dikenal sebagai goresan atau coretan, juga menjadi batas limit suatu bidang atau warna. Ciri khas garis adalah terdapatnya arah serta dimensi memanjang. Garis dapat tampil dalam bentuk lurus, lengkung, gelombang, zigzag, dan lainnya. Kualitas garis ditentukan oleh tiga hal, yaitu orang yang membuatnya, alat yang digunakan serta bidang dasar tempat garis digoreskan.

Wujud garis sangat bervariasi, garis lurus mempunyai kesan kaku dan formal, garis lengkung memberi kesan lembut dan luwes, garis zigzag terkesan keras dan dinamis, garis tidak beraturan memiliki kesan fleksibel dan tidak formal. Berbagai macam garis tersebut dapat digunakan untuk mempresentasikan citra produk, jasa, korporasi atau organisasi.

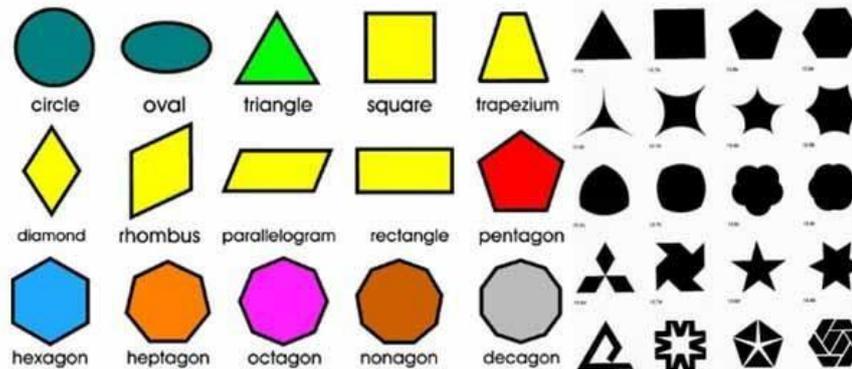
Tipe garis yang merujuk pada arah garis menggambarkan hubungan antargaris terhadap halaman. Garis-garis horizontal memiliki kesan pasif, tenang dan damai. Sedangkan garis vertikal memiliki kesan stabil, gagah, dan elegan. Sementara garis diagonal memiliki kesan aktif, dinamis, bergerak dan menarik perhatian (Supriyono, 2010 : 58).



Gambar 2 Garis

3. **Bidang** Bidang merupakan unsur visual yang berdimensi panjang dan lebar. Ditinjau dari bentuknya, bidang bisa dikelompokkan menjadi dua, yaitu bidang geometri atau beraturan dan bidang non-geometri alias tidak beraturan. Bidang geometri adalah bidang yang relatif mudah diukur

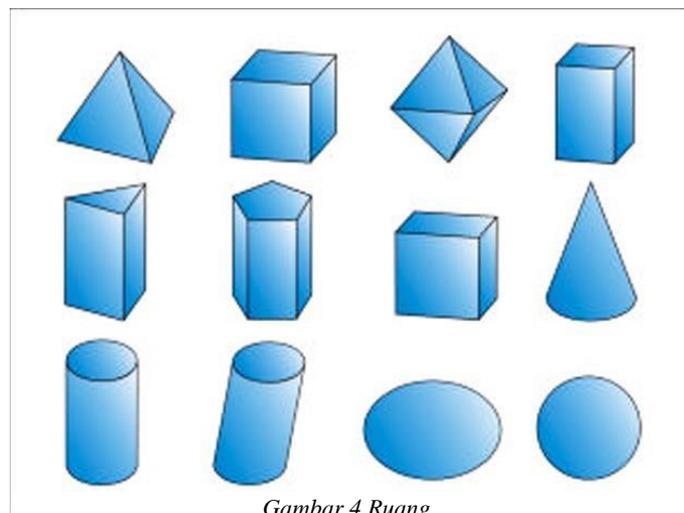
keluasannya, sedangkan bidang nongeometri merupakan bidang yang relatif sukar diukur keluasannya. Bidang bisa dihadirkan dengan menyusun titik maupun garis dalam kepadatan tertentu, dan dapat pula dihadirkan dengan mempertemukan potongan hasil goresan satu garis atau lebih. Pengertian bidang dalam desain grafis memiliki pengertian lebih luas area kosong di antara elemenelemen visual san space yang mengelilingi foto, bisa pula disebut sebagai bidang. Bidang kosong (blank space) bahkan bisa dianggap



Gambar 3 Bidang

sebagai elemen desain, seperti halnya garis, warna, bentuk, dan lain-lain (Supriyono, 2010 : 68).

4. **Ruang** Ruang dapat dihadirkan dengan adanya bidang. Pembagian bidang atau jarak antar objek berunsur titik, garis, bidang, dan warna. Ruang lebih mengarah pada perwujudan tiga dimensi sehingga ruang dapat dibagi dua, yaitu ruang nyata dan semu. Keberadaan ruang sebagai salah satu unsur visual sebenarnya tidak dapat diraba tetapi dapat dimengerti.



Gambar 4 Ruang

5. **Warna** Warna dapat membantu menciptakan mood dan membuat teks lebih berbicara. Sebagai contoh, desain publikasi yang menggunakan warna-warna soft dapat menyampaikan kesan lembut, tenang dan romantis. Warna-warna kuat dan kontras dapat memberikan kesan dinamis, cenderung meriah (Supriyono, 2010 : 70).

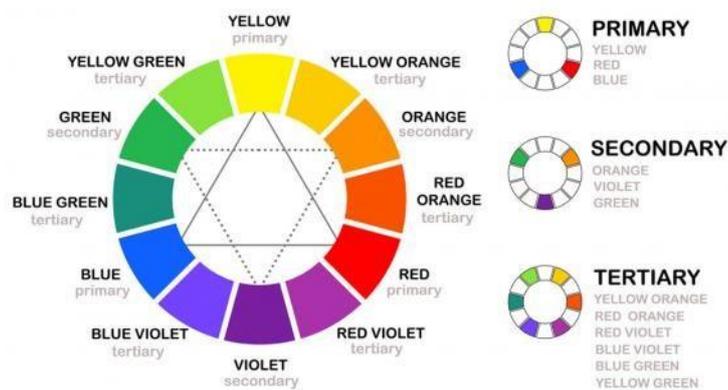
Warna sebagai visual yang berkaitan dengan bahan yang mendukung keberadaannya ditentukan oleh jenis pigmennya. Kesan yang ditentukan oleh mata lebih ditentukan oleh cahaya. Permasalahan mendasar dari warna adalah hue (spektrum warna), saturation (nilai kepekatan), dan lightness (nilai cahaya dari gelap ke terang). Ketiga unsur tersebut memiliki nilai nol hingga seratus. Hal yang paling menentukan adalah lightness. Jika ia bernilai nol, maka seluruh palet warna akan menjadi hitam (gelap tanpa cahaya), sebaliknya jika lightness bernilai seratus, warna akan berubah menjadi putih, alias tidak berwarna karena terlalu silau. Pada nilai empat puluh hingga empat puluh kita akan melihat warna dengan jelas.

Supriyono, (2010 : 72) mengatakan bahwa berdasarkan hue (spektrum warna) warna dibagi menjadi tiga golongan, yaitu :

- 1) **Warna primer** (*primary colors*) terdiri dari warna merah, kuning dan biru
- 2) **Warna sekunder** (*secondary color*), merupakan campuran dua warna primer dengan perbandingan seimbang, menghasilkan warna orange (merah + kuning), hijau (kuning + biru), dan ungu (biru merah)
- 3) **Warna tersier** (*tertiary colors*) merupakan gabungan antara warna primer dan sekunder, yaitu: kuning - orange, merah - orange, merah - ungu, biru - ungu, biru - hijau, dan kuning hijau.

Warna dapat memberikan respons secara psikologis dan mampu mempengaruhi citra orang yang melihatnya. Berikut adalah klasifikasi warna yang ditimbulkan:

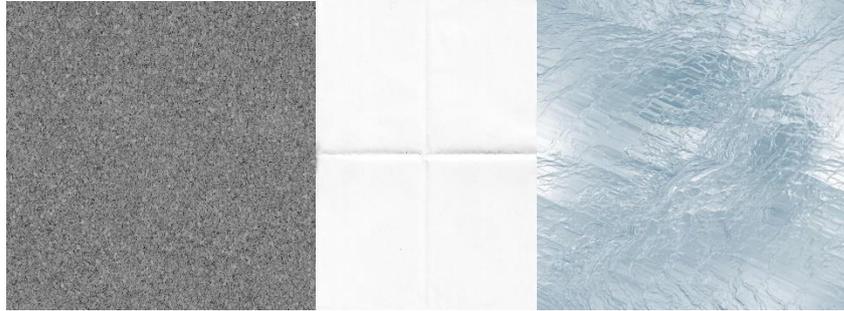
- 1) **Merah** : kekuatan, bertenaga, kehangatan, nafsu, cinta, agresif, bahaya.
- 2) **Biru** : kepercayaan, konservatif, keamanan, teknologi, kebersihan, pemerintah.
- 3) **Hijau** : alami, kesehatan, pandangan yang enak, kecemburuan, pembaharuan.
- 4) **Kuning** : optimis, harapan, filosofi, ketidakjujuran atau kecurangan, pengecut, pengkhianat.
- 5) **Ungu** : spektural, misterius, keagungan, perubahan bentuk, galak arogan.
- 6) **Orange** : energi, keseimbangan, kehangatan.
- 7) **Cokelat** : bumi, dapat dipercaya, nyaman, bertahan
- 8) **Abu-abu** : intelek, futuristik, modis, kesenduan, merusak.
- 9) **Putih** : kemurnian atau suci, bersih, kecermatan innocent (tanpa dosa), steril, kematian.
- 10) **hitam** : kekuatan, seksualitas, kemewahan, kematian, misteri, kekuatan, ketidakberdayaan, keanggunan.



Gambar 5 Warna

6. **Tekstur** Tekstur adalah nilai raba dari suatu permukaan. Secara fisik tekstur dirubah menjadi tekstur kasar dan halus dengan kesan pantul

mengkilat dan kusam. Ditinjau dari efek tampilannya, tekstur dapat digolongkan menjadi tekstur nyata dan tekstur semu. Disebut tekstur nyata



*Gambar 6 Tekstur*

bila ada kesamaan antara hasil raba dan penglihatan. Misalnya, bila suatu permukaan terlihat kasar dan ketika diraba juga terasa kasar. Sementara itu, pada tekstur semu terdapat perbedaan antara hasil dan perabaan. Misalnya, bila dilihat tampak kasar tetapi ketika diraba ternyata sebaliknya, yaitu terasa halus. Dalam penerapannya, tekstur dapat berpengaruh terhadap unsur visual lainnya, yaitu kejelasan titik, kualitas garis, keluasan bidang dan ruang, serta intensitas warna.

### **3.1.2 Prinsip dasar desain grafis**

#### *a. Kesatuan*

Kesatuan atau unity merupakan salah satu prinsip yang menekankan pada keselarasan dari unsur-unsur yang disusun, baik dalam wujudnya maupun kaitannya dengan ide yang mendasarinya. Kesatuan diperlukan dalam suatu karya grafis yang mungkin terdiri dari beberapa elemen di dalamnya. Dengan adanya kesatuan itulah, elemen-elemen yang ada saling mendukung sehingga diperoleh fokus yang dituju. Secara elementer, ada beberapa cara untuk mencapai kesatuan, yaitu:

1. Menentukan dominasi agar diperoleh pengaruh yang tepat
2. Dominasi pada ukuran
3. Dominasi pada warna
4. Dominasi pada letak atau penempatan
5. Ukuran sebagai daya Tarik
6. Menyatukan arah

## 7. Menyatukan bentuk

### *b. Keseimbangan*

Menurut (Kusrianto, 2007 : 38), keseimbangan atau balance merupakan prinsip dalam komposisi yang menghindari kesan berat sebelah atas suatu bidang atau ruang yang diisi dengan unsur-unsur rupa. Keseimbangan dapat dibagi menjadi

1) Balans simetri dan asimetris,

2) Balans memusat dan menyebar Faktor yang mendukung keseimbangan yaitu posisi atau penempatan, proporsi, kualitas, dan arah dari unsur-unsur pendukungnya. Komposisi yang bagus, artinya yang indah dipandang mata merupakan keharusan dalam mendesain. Tata letak sangatlah penting karena itu akan membuat orang yang melihatnya terkagum - kagum. Jadi tata letak yang benar menentukan bagaimana nilai dari karya desain tersebut.

### *c. Irama*

Irama atau ritme adalah penyusunan unsur-unsur dengan mengikuti suatu pola penataan tertentu secara teratur agar didapatkan kesan yang menarik. Penataannya dapat dilaksanakan dengan mengadakan pengulangan maupun pergantian secara teratur.

### *d. Kontras*

Kontras di dalam suatu komposisi diperlukan sebagai vitalitas agar tidak terkesan monoton. Tentu saja, kontras ditampilkan secukupnya saja karena bila terlalu berlebihan, maka muncul ketidakteraturan dan kontradiksi yang jauh dari kesan harmonis.

### *e. Fokus*

Fokus atau pusat perhatian selalu diperlukan dalam suatu komposisi untuk menunjukkan bagian yang dianggap penting dan diharapkan menjadi perhatian abstrak ini. utama. Penggunaan keharmonisan dalam membuat suatu fokus dilakukan dengan menjadi segala sesuatu yang berada di sekitar fokus mendukung fokus yang telah ditentukan.

### *f. Proporsi*

Proporsi adalah perbandingan ukuran antara bagian dengan bagian dan antara bagian dengan keseluruhan. Prinsip komposisi tersebut menekankan pada ukuran dari suatu unsur yang akan disusun dan sejauh mana ukuran itu menunjukan keharmonisan tampilan sesuatu desain.

### 3.2.1 Teori Tipografi

Dalam desain grafis, tipografi didefinisikan sebagai suatu proses seni untuk menyusun bahan publikasi menggunakan huruf cetak. Oleh karena itu, “menyusun” meliputi merancang bentuk huruf cetak hingga merangkainya dalam sebuah komposisi yang tepat untuk memperoleh suatu efek tampilan yang dikehendaki. Desain komunikasi visual tidak bisa lepas dari tipografi sebagai unsur pendukungnya. Perkembangan tipografi banyak dipengaruhi oleh faktor budaya serta teknik pembuatan. Karakter tipografi yang ditimbulkan dari bentuk hurufnya bisa dipersepsikan berbeda.

Lazlo Moholy berpendapat bahwa sebuah kata atau kalimat bukan saja bisa berarti suatu makna yang mengacu kepada sebuah obyek ataupun gagasan, tetapi juga memiliki kemampuan untuk menyuarakan suatu citra ataupun kesan secara visual. Hal itu dikarenakan terdapat nilai fungsional dan nilai estetika dalam suatu huruf. Pemilihan jenis huruf disesuaikan dengan citra yang ingin diungkapkan (Kusrianto, 2007 : 190-191).

- Jenis-jenis Huruf

#### 1) *Oldstyle*

Huruf-huruf diciptakan dalam periode tahun 1470 ketika muncul huruf Venetian buatan seniman Venice. Aldin ciptakan Aldus Manutius dari Itali, dan Caslon di Jerman. Periode Oldstyle berakhir di abad ke – 16 dengan munculnya periode transisi berupa karya John Baskerville yang menjembatani periode berikutnya. Beberapa font yang dapat dikategorikan ke dalam kelompok Oldstyle adalah Bembo, Bauer Text, CG Cloister, ITC Usherwood, Claren-don, Garamond, Goudy Oldstyle, Palatino (Palmspring), dan lain-lain.



Gambar 1 Font Oldstyle

## 2) Modern

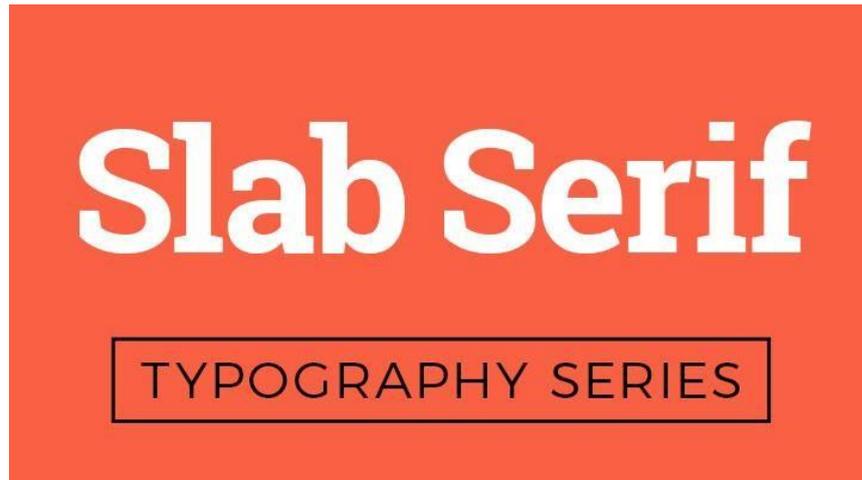
Dimulai pada abad ke – 18 ketika Giambastita Bodoni menciptakan karya-karya yang kita kenal sebagai font Bodoni hingga sekarang. Periode itu cukup panjang hingga abad ke – 20 dan jumlah karya-karya typeface sudah semakin banyak. Fontfont yang termasuk dalam kelompok tersebut di antaranya Bodoni, Bauer Bodoni, Didot, Torino, Auriga, ITCFenice, Linotype Modern, Walbaum Book, ITC Zapf Book, Bookman, Cheltenham, Malior, dan lain-lain.



Gambar 2 Font Modern

## 3) Slab serif

Kelompok huruf Slab Serif ditandai dengan bentuk serif yang tebal, bahkan sangat tebal. Masa kemunculan jenis huruf itu bervariasi dan ikut menandai kemunculan huruf-huruf yang berfungsi lebih tepat sebagai penarik perhatian, yaitu sebagai penarik perhatian, yaitu sebagai Header. contohcontoh huruf Slab Serif antara lain Botton, Aachen, Calvert, Lubalin Graph, Mamphis, Rockwell, Serifa, Claredon, Stymie, dan lain-lain.

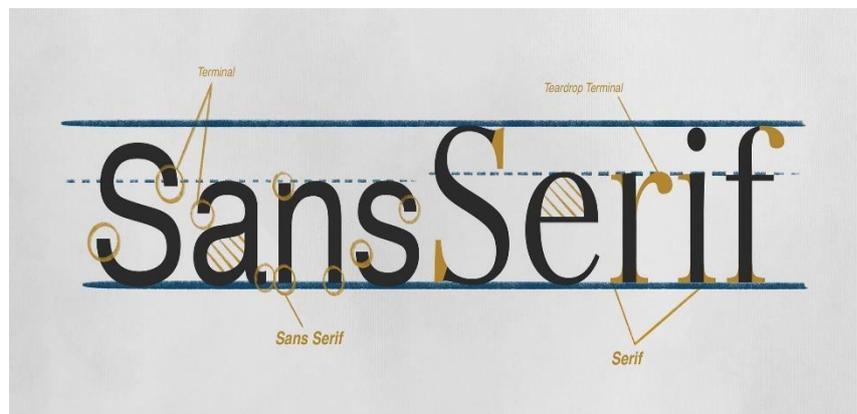


*Gambar 3 Font Slab Serif*

#### **4) Sans serif**

Sans serif adalah huruf tanpa serif (kait ujung). Pertama kali jenis huruf tersebut diciptakan oleh William Caslon IV (teturunan

William Caslon pencipta font Caslon di era Oldstyle) pada tahun 1816. Pada awal kemunculannya, font jenis itu disebut Grotesque karena pada zaman itu bentuk



*Gambar 4 Font Sans Serif*

huruf tanpa serif itu dirasa aneh dan unik (grotesque artinya aneh). Hingga kini, orang Inggris masih suka menyebut huruf tanpa serif dengan istilah Grotesques. Contohcontoh huruf Sans Serif, antara lain Frankin Gothic, Akzident Grotesk, Helvetica, Univers, formula, Avant Garde, Gill Sans, Futura, Optima (Kusrianto, 2007 : 202-204).

- Legibility dan keterbacaan

*Legibility* adalah tingkat kemudahan mata mengenali suatu tulisan dengan mudah. Hal ini bisa ditentukan oleh:

- 1) Kerumitan desain huruf, seperti penggunaan serif, kontras stroke, dan lain-lain.
- 2) Penggunaan warna.
- 3) Frekuensi pengamat menemui huruf tersebut dalam kehidupan sehari-hari.

*Keterbacaan* adalah tingkat kenyamanan sesuatu susunan huruf saat dibaca, yang dipengaruhi oleh:

- 1) Jenis huruf
- 2) Ukuran
- 3) Pengaturan, termasuk di dalamnya alur, spasi, perataan dan lainlain
- 4) Kontras warna terhadap latar belakang.

### 3.3 Pengertian Digital Marketing

Menurut para ahli :

- a) **Sánchez-Franco et al., (2014)** mendefinisikan pemasaran digital sebagai hasil pemasaran evolusi. Evolusi terjadi ketika perusahaan menggunakan saluran media digital untuk sebagian besar pemasaran. Saluran media digital dapat di atasi dan diizinkan percakapan terus menerus, dua arah, dan pribadi antara pemasar dan konsumen.
- b) **Kaufman dan Horton (2014)** menunjukkan pemasaran digital sebagai model pemasaran non tradisional.
- c) **Menurut Lane (2008) dalam (Katherine Taken Smith, 2011)** pemasaran digital adalah praktik mempromosikan produk dan layanan menggunakan saluran distribusi digital. Pemasaran digital juga disebut sebagai e-marketing dan termasuk iklan digital atau online, yang mengirimkan pesan pemasaran kepada pelanggan.
- d) **Menurut Coviello et al, dalam (Fawaid, 2017)** Digital Marketing adalah penggunaan internet dan penggunaan teknologi interaktif lain untuk membuat dan menghubungkan dialog antara perusahaan dan konsumen

yang telah teridentifikasi. Mereka juga berpendapat bahwa e-marketing merupakan bagian dari e-commerce.

- e) **Menurut Sanjaya dan Tarigan (2009:47)** Digital Marketing adalah kegiatan pemasaran termasuk branding yang menggunakan berbagai media. Sebagai contoh yaitu blog, website, e-mail, adwords, dan berbagai macam jaringan media sosial.

### 3.3.1 Indikator Digital Marketing

Menurut Yazer Nasdini (2012:32) indikator Digital Marketing yaitu :

a) ***Accessibility (aksesibilitas).***

*Accessibility* adalah kemampuan pengguna untuk mengakses informasi dan layanan yang disediakan secara online periklanan. istilah *Accessibility* umumnya terkait dengan cara pengguna dapat mengakses situs Sosial media.

b) ***Interactivity (interaktivitas).***

*Interactivity* adalah Tingkat komunikasi dua arah yang mengacu pada kemampuan timbal balik komunikasi antara pengiklan dan konsumen, dan menanggapi input yang mereka terima.

c) ***Entertainment (hiburan).***

*Entertainment* adalah kemampuan beriklan untuk memberi kesenangan atau hiburan kepada konsumen. Secara umum memang banyak iklan yang memberikan hiburan sambil menyisipkan informasi-informasi.

d) ***Credibility (kepercayaan).***

*Credibility* adalah bagaimana tingkat kepercayaan konsumen online iklan yang muncul, atau sejauh mana iklan memberikan informasi tentang mereka dapat dipercaya, tidak memihak, kompeten, kredibel dan spesifik.

e) ***Irritation (kejengkelan).***

*Irritation* adalah gangguan yang terjadi dalam iklan online, seperti manipulasi iklan sehingga mengarah pada penipuan atau pengalaman buruk konsumen tentang periklanan online.

f) ***Informativeness (informatif).***

Kemampuan iklan untuk menyuplai informasi kepada konsumen adalah hakekat dari sebuah iklan. Iklan juga harus memberikan gambaran yang sebenarnya mengenai sebuah produk sehingga bisa memberikan keuntungan ekonomis bagi konsumen.

### 3.3.2 Dimensi Digital Marketing

Dimensi *Digital Marketing* penjualan sebagai bagian dari bauran pemasaran 4P menurut Kotler dan Keller (2012:25) yaitu product, price, place, promotion yaitu:

**a) Product (produk).**

Suatu yang dapat ditawarkan kepasar untuk mendapatkan perhatian, agar produk yang dijual mau dibeli, digunakan atau dikonsumsi yang dapat memenuhi suatu keinginan atau kebutuhan dari konsumen.

**b) Price (harga).**

Sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen dengan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa yang nilainya ditetapkan oleh pembeli dan penjual melalui tawar menawar, atau ditetapkan oleh penjual untuk satu harga yang sama terhadap semua pembeli.

**c) Place (tempat).**

Tempat diasosiasikan sebagai saluran distribusi yang ditujukan untuk mencapai target konsumen. Sistem distribusi ini mencakup lokasi, transportasi, pergudangan dan sebagainya.

**d) Promotion (promosi).**

Promosi berarti aktivitas yang menyampaikan manfaat produk dan membujuk pelanggan membelinya.

### 3.3.3 Faktor yang mempengaruhi efektifitas Digital Marketing

Dalam (Goel et al., 2017)

**a) Sasaran pasar.**

Ini merupakan faktor terpenting dalam memilih target pasar. Ini akan melibatkan biaya besar jika ingin mempromosikan produk anda di setiap

platform di internet dan ingin fokus pada jutaan pengguna internet sebagai target pasar anda.

**b) Teknologi.**

Seperti kita ketahui, teknologi adalah tulang punggung pemasaran digital, jadi untuk pemasar sangat penting untuk tetap diperbarui tentang teknologi.

**c) Konten.**

Konten adalah tempat dimana anda akan dapat berdiri terpisah dari pemain lain di industry. Situs dan pesan anda harus memiliki bahasa yang relatable dan rasional Konten

**d) Anggaran.**

Pemasaran digital lebih murah dari pemasaran tradisional, namun demikian tentu tidak gratis. Dengan demikian muncul kebutuhan untuk menyiapkan anggaran yang sangat khusus untuk itu.

**e) Media sosial.**

banyak bisnis yang terlibat dalam media sosial. Organisasi hari ini tetap dinamis dan catatan jaringan online yang sehat. organisasi juga meminta pekerja mereka melakukan hal yang sama untuk terhubung dengan klien mereka. Banyak organisasi melakukan promosi melalui jejaring sosial berbasis web.

## BAB IV PEMBAHASAN

### 4.1 Struktur Organisasi Unit Kerja

Struktur Organisasi di Cluve limited terdiri dari :



### 4.2 Alur Kerja

Berkoordinasi langsung dengan owner/founder Cluve Limited



### 4.3 Tugas Unit Kerja

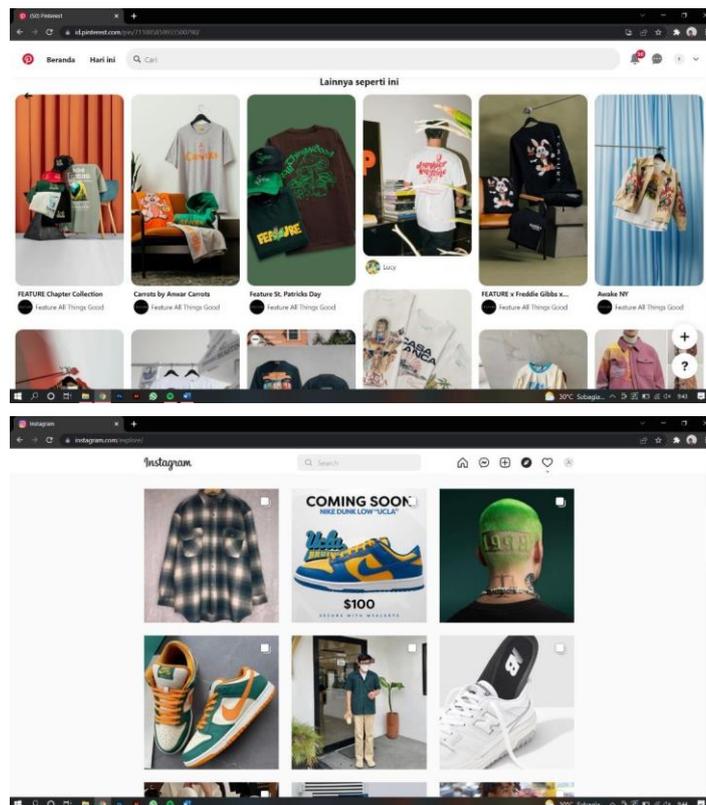
Dalam pelaksanaannya desainer grafis memiliki tugas inti sebagai berikut:

#### 4.3.1 Konsep

Kerja Praktik dilakukan pertemuan secara offline di store Cluve Limited dengan Owner, melakukan briefing tentang profil Cluve Limited, konsep dan konten-konten yang akan digunakan di Instagram Cluve Limited.

#### 4.3.2 Referensi

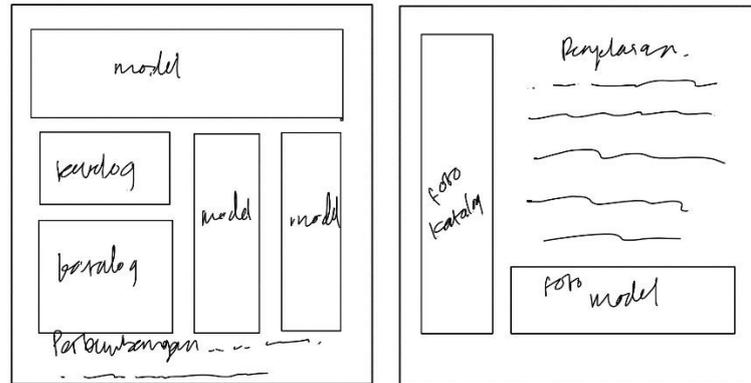
Mencari referensi konten-konten Instagram yang menarik dari pinterest dan brand-brand lokal maupun luar untuk referensi konten media sosial Cluve Limited.



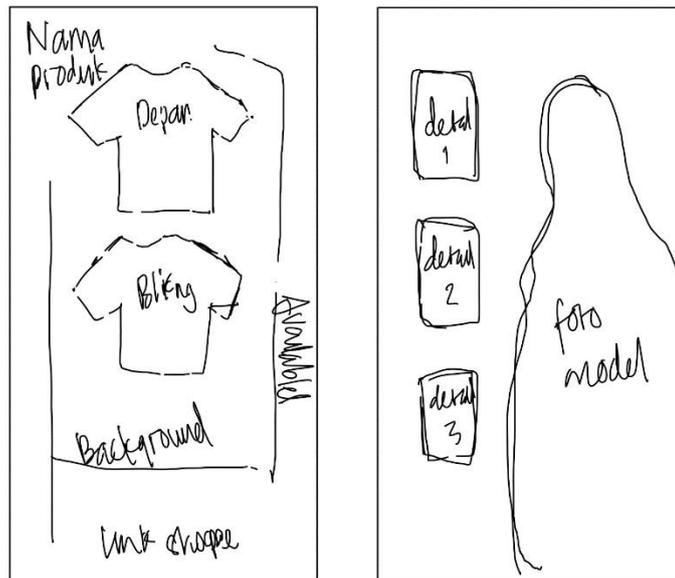
Gambar 4.3.2 Referensi

### 4.3.3 Sketsa

Pada tahap ini dilakukan pembuatan sketsa untuk konten yang akan dibuat sesuai dengan briefing:



Gambar 4.3.4 Sketsa feed instagram



Gambar 1 7 Sketsa instastory

### 4.3.4 Proses Digitalisasi

Setelah semua tahap konsep, pencarian referensi dan sketsa. Dilanjutkan dengan proses digitalisasi dengan hasil dibawah:

### 1. Feed Instagram

No	Konsep	Foto
1	<p>Membuat motion sandal dengan konsep dibuat seakan-akan sandal tersebut berjalan dengan santai, yang berarti sandal tersebut digunakan untuk bersantai.</p>	 <p style="text-align: center;">Gambar 1 Motion sandal</p>
2	<p>Editing foto model dengan konsep kolase dan digunakan ber-slide untuk setiap detailnya.</p>	

		 <p>Gambar 2 Editing model</p>
3	<p>Membuat layouting feed tentang informasi-informasi seputar sejarah, tips, manfaat dan lain-lain di dunia clothing.</p>	 <p><b>SEJARAH PERKEMBANGAN BORDIR</b> #TENTANGBORDIR</p>  <p><b>SEJARAH PERKEMBANGAN BORDIR</b></p> <p>Catatan sejarah menyebutkan, seni bordir sebenarnya sudah ada semenjak usang tepatnya semenjak insen mengenai pakaian yaitu kurang lebih 30.000 SM. Hal ini mampu dibuktikan dengan ditemukannya sisa fosil pakaian, sepatu dan topi, di masa lalu yang dihiasi oleh bordir output jahiten tangan.</p> <p>Seni bordir jua diketahui sudah ada pada banyak sekali belahan global misal-nya Siberia sejak tahun 5000 SM. Sementara pada China bordir dipredkai sudah terdapat sekitar tahun 3500 SM melalui temuan pakaian yang berhvas-kan benang sutera. Bordir pada setiap negara pun umumnya memiliki ciri khas masing-mesing.</p>

		 <p><b>TEKNIK PEMBUATAN BORDIR</b></p> <p><b>1. Bordir Tangan</b>      Bordir tangan pada dasarnya merupakan teknik bordir yang pengerjaannya dilakukan menggunakan menggunakan tangan. Karena dibentuk dengan tangan, bordir ini sudah pasti mempunyai nilai tersendiri apalagi jenis tusukannya lebih bervariasi.</p> <p><b>2. Bordir Mesin</b>      Bordir mesin merupakan teknik bordir yg proses pembuatannya dikerjakan dengan mesin. Mesin yg dimaksud mampu berupa mesin jahit biasa, mesin bordir listrik &amp; pula mesin bordir komputer.</p>
--	--	--

Gambar 3  
 Feed materi

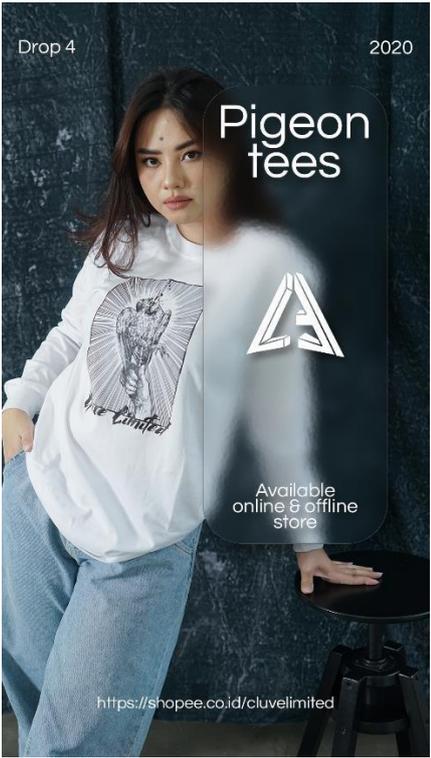
Tabel 1 Feed instagram

**2. Instagram Story**

No	Konsep	Foto
1	Membuat layout catalog product dari Cluve Limited untuk dijadikan Instagram story dengan penjelasan produk dan tautan link e-commercenya.	 <p><b>LIONA GREY SHORTPANTS</b></p> <p><b>CLUVELIMITO</b></p> <p><b>ONLINE &amp; OFFLINE STORE</b>  <a href="https://shopee.co.id/cluvelimited">https://shopee.co.id/cluvelimited</a></p>

Gambar 4  
 Instagram story

2 Membuat layout model dari Cluve Limited untuk dijadikan Instagram story dengan penjelasan produk dan tautan link e-commercenya.

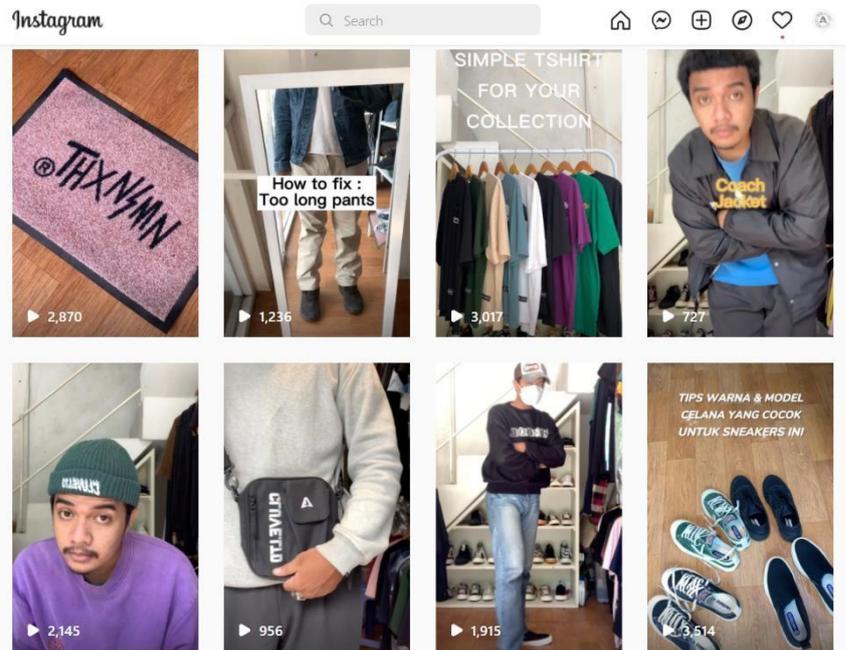
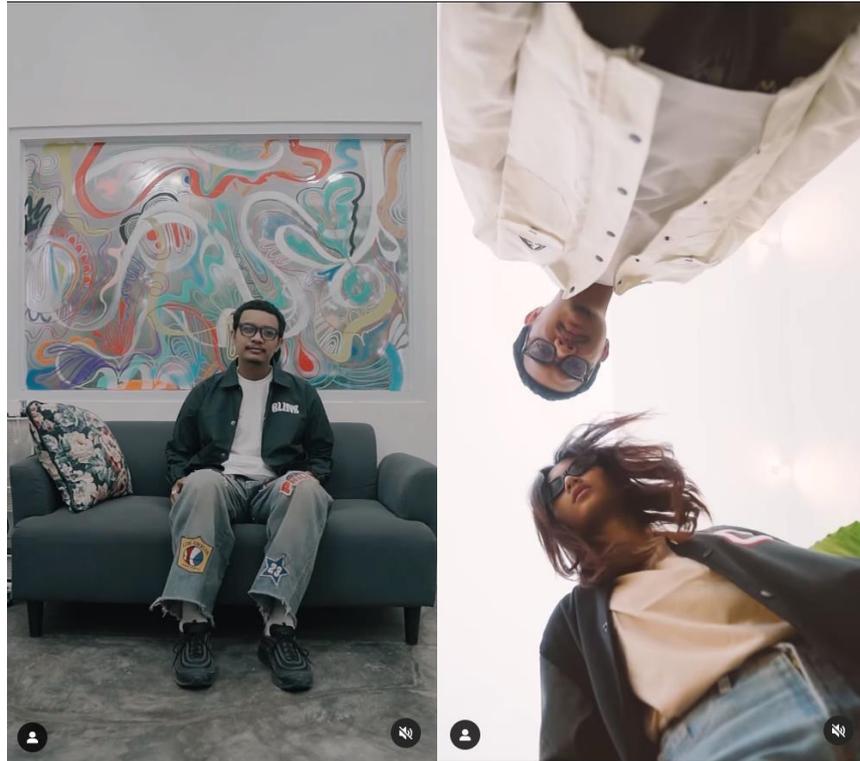


Gambar 5  
Instagram story

3	Membuat layout catalog product dari Cluve Limited untuk dijadikan Instagram story dengan penjelasan produk.	 <p>CLARY GREEN BEANIE Drop 1/2021</p> <p>Gambar 6 Instagram Story</p>
---	---	---

#### 4.4 Tugas Tambahan

Selain Desain Grafis, jobdesk lain yang dikerjakan adalah pembuatan konten tiktok dan Instagram reels dengan konsep soft selling maupun hard selling.



Gambar 4.4 Reels instagram

#### 4.5 Kegiatan Kerja Praktik

Kegiatan magang dilakukan selama kurang lebih 2 bulan, yang mencakup aktifitas antara lain:

1. Meeting dengan Owner membahas tentang pembuatan konsep selama seminggu kedepan.
2. Proses pembuatan ide, konsep dan sketsa dilakukan asistensi melalui media online.
3. Proses pembuatan konten feed seminggu 3 kali dan Instagram story sehari 8 kali.

#### 4.6 Jadwal Kerja Praktik

Penempatan pelaksanaan kegiatan kerja praktik ini dilakukan kurang lebih selama dua bulan. Adapun jadwal pelaksanaan kerja praktik dapat disimpulkan pada tabel berikut:

No.	Hari Kerja	Jam Masuk	Jam Pulang
1.	Senin – Sabtu (Jumat,Sabtu Fleksibel tergantung konten)	11.00	17.00
2.	Minggu	Libur	

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Kesimpulan yang didapatkan dari melakukan proses kerja praktik selama kurang lebih 2 bulan di Cluve Limited, mahasiswa mendapatkan pengalaman mengenai pengaplikasian teori teori desain yang didapat selama perkuliahan dengan client secara real. Melatih komunikasi dengan client dan mengikuti brief yang sudah diberikan dari client. Peran desainer pada kerja praktik ini sebagai 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 suatu perusahaan, membantu konsumen untuk mengidentifikasi suatu masalah, dan selaras dengan segmentasi pasar yang dituju oleh perusahaan.

## DAFTAR PUSTAKA

Suyanto. (2004), *Aplikasi Desain Grafis untuk Periklanan*. Andi, Yogyakarta.  
(Tautan Buku) Diakses tanggal 14 Agustus 2019

Adi Kusrianto (2010), *Pengantar Tipografi, Elexmedia Computindo: Jakarta*

Brewster, *teori komplementer, split komplementer, triad, serta tetrad.*

Eko Nugroho, Yogyakarta (2008), *Pengenalan teori warna menurut Eko Nugroho.*

Buku Layout2020 Suriyanto Rustan, *Mengenal layout cetak, UI/UX, Website dan Apps.*

Supriyono Rakhmat Yogyakarta (2010), *Buku Desain Komunikasi Visual: Teori dan Aplikasi.*

## Lampiran

### 1. Surat Tanda Diterima Kerja Praktik



### SURAT KETERANGAN KERJA PRAKTIK

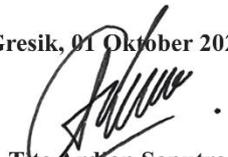
Berdasarkan permohonan izin kerja praktek kepada mahasiswa:

Nama : Afriyan Dwi Efendi  
Instansi : Universitas Internasional Semen Indonesia  
Jurusan : Desain Komunikasi Visual

Bersama ini kami sampaikan bahwa mahasiswa tersebut kami terima untuk melaksanakan kerja praktek di CLUVE LIMITED terhitung mulai 01 Agustus 2021 s.d 01 Oktober 2021.

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

Gresik, 01 Oktober 2021

  
The Ardian Saputro  
Owner

**2. Daftar Hadir**

**LEMBAR KEHADIRAN KERJA PRAKTIK**

**Nama : AFRIYAN DWI EFENDI**

**NIM : 3031810001**

**Judul Kerja Praktik : PENERAPAN DESIGN LAYOUTING UNTUK  
 CONTENT SOSIAL MEDIA CLUVE LIMITED**

No	Tanggal	Kegiatan	TTD Pelaksana	TTD Pembimbing
1	01 Agustus 2021	Penerimaan Kerja Praktik		
2	02-07 Agustus 2021	- Briefing - Pembuatan Template Instastory - Desain Feed Instagram		
3	09-14 Agustus 2021	- Briefing - Pembuatan Template Instastory - Desain Feed Instagram		

4	16 -21 Agustus 2021	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Briefing</li> <li>- Pembuatan Template Instastory</li> <li>- Desain Feed Instagram</li> </ul>		
5	23-28 Agustus 2021	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Briefing</li> <li>- Pembuatan Template Instastory</li> <li>- Desain Feed Instagram</li> </ul>		
6	30 Agustus - 04 September 2021	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Briefing</li> <li>- Pembuatan Template Instastory</li> <li>- Desain motion Feed Instagram</li> </ul>		
7	06-11 September 2021	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Briefing</li> <li>- Pembuatan Template Instastory</li> <li>- Desain Feed Instagram</li> </ul>		

8	13-18 September 2021	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Briefing</li> <li>- Pembuatan Template Instastory</li> <li>- Motion Feed Instagram</li> <li>- Pembuatan reels</li> </ul>		
9	20-25 September 2021	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Briefing</li> <li>- Pembuatan Template Instastory</li> <li>- Desain feed anniv Cluve Instagram</li> </ul>		
10	27 September – 02 Oktober 2021	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Briefing</li> <li>- Pembuatan Template Instastory</li> <li>- Desain Feed + instastory interaksi Instagram</li> </ul>		

### 3. Dokumentasi Kerja Praktik



#### 4. Surat Selesai magang



### SURAT KETERANGAN KERJA PRAKTIK

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Tito Ardian Saputro  
Jabatan : Owner

Dengan ini menerangkan bahwa:

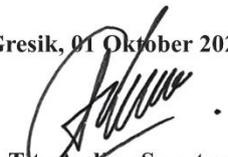
Nama : Afriyan Dwi Efendi  
Instansi : Universitas Internasional Semen Indonesia  
Jurusan : Desain Komunikasi Visual

Bahwa yang bersangkutan telah melaksanakan kerja praktik di CLUVE LIMITED yang telah dilaksanakan selama kurang lebih 2 bulan, mulai tanggal 01 Agustus s/d 01 Oktober 2021.

Selama di CLUVE LIMITED yang bersangkutan telah mempelajari tentang desain layouting untuk kebutuhan konten media sosial dari CLUVE LIMITED. dan pada saat surat ini dikeluarkan, yang bersangkutan sudah melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya dengan baik.

Demikian surat keterangan kerja praktek ini kami buat untuk dapat dipergunakan sebagaimana semestinya.

Gresik, 01 Oktober 2021



Tito Ardian Saputro  
Owner