

LAPORAN KERJA PRAKTIK

**PENERAPAN KEILMUAN DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
PADA SOSIAL MEDIA DAN PERIKLANAN PT. STARCROSS
CLOTHING**



Disusun Oleh :

Moch Faishal Hilmi

3031910020

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

GRESIK

2022

LAPORAN KERJA PRAKTIK

**PENERAPAN KEILMUAN DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
PADA SOSIAL MEDIA DAN PERIKLANAN PT. STARCROSS
CLOTHING**



Disusun Oleh :

Moch Faishal Hilmi

3031910020

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

GRESIK

2022

**LEMBAR PENGESAHAN
LAPORAN KERJA PRAKTIK**



Laporan Kerja Praktik 10/09/20222
DI PT. STARCROSS CLOTHING

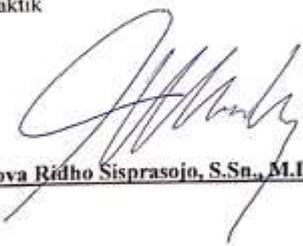
**LEMBAR PENGESAHAN
LAPORAN KERJA PRAKTIK
DI PT. STARCROSS CLOTHING DEPARTEMEN KREATIF
(Periode : 10 Agustus – 10 September 2022)**

Disusun Oleh :

Moch Faishal Hilmi

3031910020

Mengetahui,
Ketua Prodi Desain Komunikasi Visual
Praktik


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

Menyetujui,
Dosen Pembimbing Kerja


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

Gresik, 10 September 2022

Mengetahui



Anugerah Nirwan, S.Kom.

Head Creative & Digital Marketing

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kami panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas isin, rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan laporan kuliah kerja praktik ini dengan baik. Laporan kuliah kerja praktik dengan judul “Penerapan Keilmuan Desain Komunikasi Visual Pada Sosial Media Dan Periklanan PT. Starcross Clothing” Ini disusun dengan tujuan untuk memenuhi salah satu akademik dalam menyelesaikan Pendidikan Program Studi Desain Komunikasi Visual di Universitas Internasional Semen Indonesia. Penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada :

1. Terimakasih kepada Allah SWT atas karunianya saya dapat menyelesaikan Laporan Kerja Praktik.
2. Bapak Nova Ridho Sisprasojo, S.Ds., M.Ds selaku Dosen Pembimbing Kerja Praktik sekaligus Kepala Program Studi Desain Komunikasi Visual.
3. Pihak PT. Starcross Clothing yang telah banyak memberikan pengalaman, tempat dan kesempatan melakukan kerja praktik di perusahaan.
4. Orang tua dan keluarga saya yang telah memberikan dukungan material dan moral.

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 bersifat membangun sangat penulis harapkan.

Demikian laporan ini dibuat dan penulis berharap laporan ini dapat memberikan manfaat den sebagai bahan acuan di masa mendatang.

Gresik, 10 September 2022

Penulis

DAFTAR ISI

Bab I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Tujuan dan manfaat	3
1.3 Tujuan Umum	3
1.4 Khusus	3
1.5 Manfaat	4
1.6 Metodologi Pengumpulan Data	4
1.7 Waktu dan Tempat Pelaksanaan Kerja Praktik	5
1.8 Nama Unit Kerja Tempat Pelaksanaan Kerja Praktik	5
Bab II PROFIL PERUSAHAAN	6
2.1 Sejarah dan Perkembangan PT Starcross Clothing	6
2.2 Visi dan Misi PT Starcross Clothing	7
2.2.1 Visi	7
2.2.2 Misi	7
2.3 Lokasi Kantor PT Starcross Clothing	7
2.4 Struktur Organisasi PT Starcross Clothing	8
2.5 Anak Perusahaan PT Starcross Clothing	8
Bab III TINJAUAN PUSTAKA	9
3.1 Desain Grafis	9
3.2 Digital Marketing	9
3.3 Sosial Media Instagram	9
Bab IV PEMBAHASAN	11
4.1 Struktur Organisasi	11
4.2 Tugas Unit Kerja	11
4.3 Kegiatan Kerja Praktik	12
4.4 Skema dan Proses Kerja Praktik	13
4.5 Penjelasan Singkat Tentang Unit Kerja	14
4.6 Jadwal Kerja Praktik	15
4.7 Tugas Kerja Praktik	15
4.8 Project Desain Souvenir	15
4.9 Project Desain Kaos	16
4.10 Project Konten Pay Day Sale	17
4.11 Project Video Kemerdekaan Indonesia	18

4.12	Foto Produk Menggunakan Model	20
4.13	Foto Produk Katalog	22
4.14	Desain Poster / Flyer	23
4.15	Instagram Story Video	25
BAB V PENUTUP	26
5.1	KESIMPULAN	26
5.2	SARAN	26

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam studi perkuliahan program kerja praktik (KP) sangat berguna bagi mahasiswa. Disamping menjadi syarat kelulusan akademik kerja praktik bermanfaat bagi mahasiswa untuk bisa menerapkan keilmuan yang telah dipelajari selama perkuliahan kedalam dunia kerja. Mahasiswa juga bisa merasakan bagaimana dunia kerja secara profesional sehingga mahasiswa ketika lulus sudah mendapatkan gambaran dan pengalaman dalam dunia kerja. Kerja praktik juga bisa mengasah skill, attitude, komunikasi dan lain sebagainya sehingga membentuk mahasiswa yang siap bersaing dalam dunia kerja ketika lulus nanti.

Universitas Internasional Semen Indonesia (UISI) merupakan kampus yang dibawa naungan PT. Semen Indonesia. UISI mempunyai beberapa program studi salah satunya adalah Desain Komunikasi Visual (DKV). Program studi DKV sendiri mempelajari bagaimana bisa mengkomunikasikan suatu pesan atau informasi dalam bentuk visual (yang dapat terlihat oleh panca indera), mengkomunikasikan suatu pesan dalam bentuk visual bisa menggunakan banyak cara diantaranya adalah ilustrasi, foto, video, branding, dan lain sebagainya. Pada era digital sekarang ini peranan DKV sangat diperlukan karena saat ini perkembangan teknologi digital sangat berkembang pesat, dan semua itu tidak terlepas dari peranan seorang desainer komunikasi visual, misal membuat suatu promosi untuk usaha, desain tampilan aplikasi, branding perusahaan dan lain sebagainya.

Peranan desain grafis dalam segala bidang usaha sangat dibutuhkan. Banyaknya bidang usaha yang memanfaatkan keahlian desainer grafis. Kebutuhan desain promosi yang sekarang semakin marak didunia usaha membuat desain grafis dituntut untuk mengembangkan diri dalam membuat sebuah produk yang bisa menarik minat masyarakat. Untuk tugas menciptakan desain - desain yang menarik baik untuk media cetak maupun elektronik, penerbit, atau perusahaan. Dalam kegiatan branding, perancang grafis mempunyai beberapa peran penting yang tidak bisa diabaikan begitu saja. Adapun peran yang dimaksud diantaranya seperti bertugas menciptakan konten yang efektif dan juga efisien, berperan dalam membuat visual yang kreatif, membantu menentukan desain branding yang berbeda.

Maka dari itu penulis ingin menerapkan ilmu yang telah diperoleh selama perkuliahan dan juga ingin mempelajari hal baru yang dapat diperoleh dari PT. Starcross Clothing. Penulis memilih PT. Starcross Clothing menjadi tempat kerja praktik, karena PT. Starcross Clothing merupakan perusahaan clothing yang terus berkembang dan bersaing dengan brand lainnya mulai dari kualitas produk hingga berbagai inovasi yang terus berkembang mengikuti perubahan trend. Disamping itu starcross sendiri adalah suatu brand yang cukup di kenal pada kalangan anak muda dan pastinya desain dan media promosi yang di buat untuk menarik segmentasi pasar anak-anak milenial sangat relevan dengan umur penulis sendiri, maka dari itu di harapkan dapat membuat sebuah desain atau media promosi yang bisa di terima dengan baik oleh remaja. Pada unit kerja divi kreatif di PT. Starcross dibagi menjadi beberapa bagian diantaranya adalah Creative director, Fotografer, Desain Grafis dan Copywriter, pada bagian tugas diisi masing-masing oleh satu orang maka dari itu kekurangan tenaga kerja untuk beberapa bagian. Penulis di tempatkan fleksibel disemua bagian tersebut kecuali copywriter. Alasan dari kepala bidang kreatif mengapa penulis ditempatkan pada semua semua posisi yang fleksibel karena menurut beliau biar bisa mencicipi semua posisi tersebut dan bisa maksimal menerapkan keilmuan Desain Komunikasi Visual yang telah dipelajari pada perkuliahan.

Dengan melakukan kerja praktek di PT. Starcross Clothing ini penulis dapat mempelajari banyak hal tentang cara membuat desain kreatif, proses perancangan suatu media promosi dan berinovasi pada setiap media promosi yang di buat, serta mampu bekerja dalam tim dengan baik. Sehingga penulis sudah mempunyai gambaran dan bekal Ketika terjun langsung ke dunia kerja.

1.2 Tujuan dan manfaat

1.3 Tujuan Umum

1. Mahasiswa bisa menerapkan keilmuan dari bangku perkuliahan kedalam dunia kerja secara langsung.
2. Memahami cara kerja dan proses bekerja Desainer Komunikasi Visual dalam lingkungan perusahaan sehingga mahasiswa siap dan mampu bersaing dalam dunia kerja ketika lulus nanti.
3. Mahasiswa mendapatkan ilmu dari seorang pekerja professional secara langsung dalam perusahaan sehingga mempunyai cara pandang dan penyelesaian pekerjaan yang mungkin sebelumnya belum pernah di dapatkan Ketika dalam perkuliahan.

1.4 Khusus

1. Untuk memenuhi beban satuan kredit semester (SKS) yang harus ditempuh sebagai persyaratan akademis pada progdan studi Desain Komunikasi Visual Universitas Internasional Semen Indonesia.
2. Menciptakan hubungan timbal balik yang bagus baik bagi perusahaan, mahasiswa dan kampus.
3. Mendapatkan pengalaman cara bekerja, cara berfikir, membangun komunikasi dan menyelesaikan tanggung jawab pekerjaan yang di berikan oleh perusahaan.
4. Menambah pengalaman dalam dunia kerja dan bisa menerapkan keilmuan yang berhubungan dengan Desain Komunikasi Visual.
5. Mendapatkan pengalaman di berbagai bidang seperti fotografi, videografi, dan desain grafis
6. Perancangan sebuah konten dengan brief yang telah ditentukan dan bisa mendapatkan cara berfkir baru.

1.5 Manfaat

Manfaat dari pelaksanaan kerja praktik :

1. Bagi Perguruan Tinggi

Menjembatani mahasiswa agar bisa merasakan secara langsung dunia kerja dan dapat menerapkan keilmuan Dkv yang sudah di pelajari dalam perkuliahan sehingga mahasiswa bisa membawa nama baik perguruan tinggi karena telah bekerja dengan baik. Dan sekaligus menjadi bahan evaluasi dan penilaian bagi perguruan tinggi dan program studi dari melihat mahasiswa yang telah melaksanakan kerja praktik.

2. Bagi Perusahaan

Membantu perusahaan dalam menyelesaikan suatu pekerjaan yang berhubungan dengan media visual atau media kreatif. Atau menyumbangkan inovasi dan ide-ide kreatif bagi perusahaan. Perusahaan dapat melihat tenaga kerja yang potensial dikalangan mahasiswa sehingga apabila suatu saat institusi membutuhkan karyawan bisa merekrut mahasiswa yang sudah berpengalaman di bidang tersebut.

3. Bagi Mahasiswa

Mahasiswa dapat menerapkan ilmu yang dimiliki sekagus mengembangkan ilmu yang dipelajari selama perkuliahan di perusahaan. Selain itu, mahasiswa dapat menerapkan sifat professional yang dibutuhkan di perusahaan dan menambahkan pengalaman kerja, wawasan serta pengetahuan di dunia kerja.

1.6 Metodologi Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2012), teknik pengumpulan data adalah langkah utama dalam sebuah penelitian, karena tujuan utama dari penelitian itu sendiri adalah untuk memperoleh data. Pengumpulan data sendiri di lakukan bertujuan agar penulis mempunyai data yang di butuhkan dalam proses pengerjaan suatu projet.

1. Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui komunikasi langsung dan langsung antara peneliti dan informan. Seiring perkembangan teknologi, metode wawancara juga dapat dilakukan melalui sarana tertentu, misalnya telepon, email atau video call melalui Zoom atau Skype. Wawancara dibagi menjadi dua kategori, wawancara terstruktur dan tidak terstruktur.

2. Observasi

Observasi merupakan metode pengumpulan data yang kompleks karena melibatkan banyak faktor yang berbeda dalam prosesnya. Metode pengumpulan data observasi tidak hanya mengukur sikap responden, tetapi juga dapat digunakan untuk merekam berbagai fenomena yang terjadi. Teknik pengumpulan data observasi cocok untuk penelitian yang bertujuan mempelajari perilaku manusia, proses kerja, dan fenomena alam. Metode ini juga cocok untuk responden yang jumlahnya tidak terlalu banyak.

1.7 Waktu dan Tempat Pelaksanaan Kerja Praktik

Perusahaan : PT. Starcross Clothing
Alamat : Jl. Elang Jawa No. 5A, Nglarang, Wedomartani, Kec, Ngemplak, Kab. Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta (55584)
Waktu : 10 Agustus – 10 September 2022

1.8 Nama Unit Kerja Tempat Pelaksanaan Kerja Praktik

Unit Kerja : Divi Kreatif (Perencanaan dan konsep, fotografi, videografi, editor, desain grafis).

Bab II

PROFIL PT. STARCROSS CLOTHING

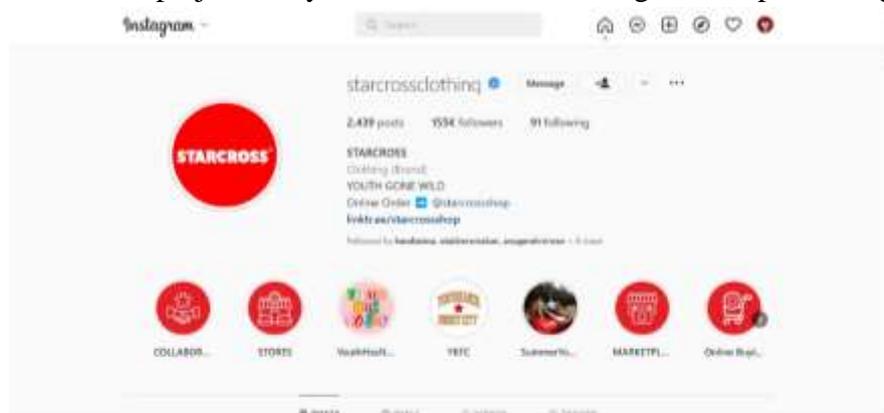
2.1 Sejarah dan Perkembangan PT Starcross Clothing



Gambar .2.1

Starcross adalah sebuah local retail clothing company yang berdiri pada agustus tahun 2004. Starcross, yang semula berkonsentrasi pada penyaluran distribusi dengan menggunakan sistem guerilla. Starcross diresmikan pada tanggal 4 September 2004 yang merupakan bagian dari perusahaan komanditer dari CV. Multiline.

Market needs yang semakin hari semakin berkembang, menuntut Starcross untuk terus berkembang pula, sehingga keinginan market atau customer dalam industri yang digelutinya dapat terpenuhi. Dalam perjalanannya Starcross membidik segmentasi pasar dengan deskripsi:



Gambar 2.2 Instagram Starcross Clothing

1. Wanita – Laki-laki
2. Anak-anak – Remaja – Dewasa muda – Dewasa
3. Usia 3 – 6 tahun / usia 14 – 18 tahun / usia 19 – 27 tahun

Pada awalnya Starcross memproduksi pakaian seperti t-shirts, jackets, shirts, poloshirts, pants, skirts, jeans. Untuk meluaskan pangsa pasarnya, Starcross, terus memperluas lini produknya seperti bags (tas) dan aksesoris fashion lainnya, seperti beanies, mesh hat, wallet,

phonecase, pin, sandals, shoes, denims dan boxer serta produk pakaian untuk anak kecil usia 3 sampai dengan 6 tahun, dengan tagline khusus Starcross kidz.

Starcross dalam perkembangan usahanya, telah banyak memiliki store di berbagai daerah di Indonesia yang semakin hari semakin bertambah. Hingga saat ini store Starcross sudah tersebar di kota-kota besar diantaranya, Yogyakarta – Bandung – Jakarta – Surabaya – Bali – Malang – Makasar – Banjarmasin – Palembang dan juga kota kabupaten di Indonesia lainnya. Dengan memegang tagline bring the new hope Starcross bersaing dengan semangat kompetitif secara professional.

2.2 Visi dan Misi PT Starcross Clothing

2.2.1 Visi

Starcross sendiri berarti dengan persaingan pasar yang semakin kompetitif dapat melewatinya dan juga bring the new hope membawa harapan baru dalam dunia fashion. Starcross merupakan kesatuan pola kerja dan komitmen yang terintegrasi dalam keinginan untuk memberikan solusi yang dibutuhkan dalam berpakaian dan fashion.

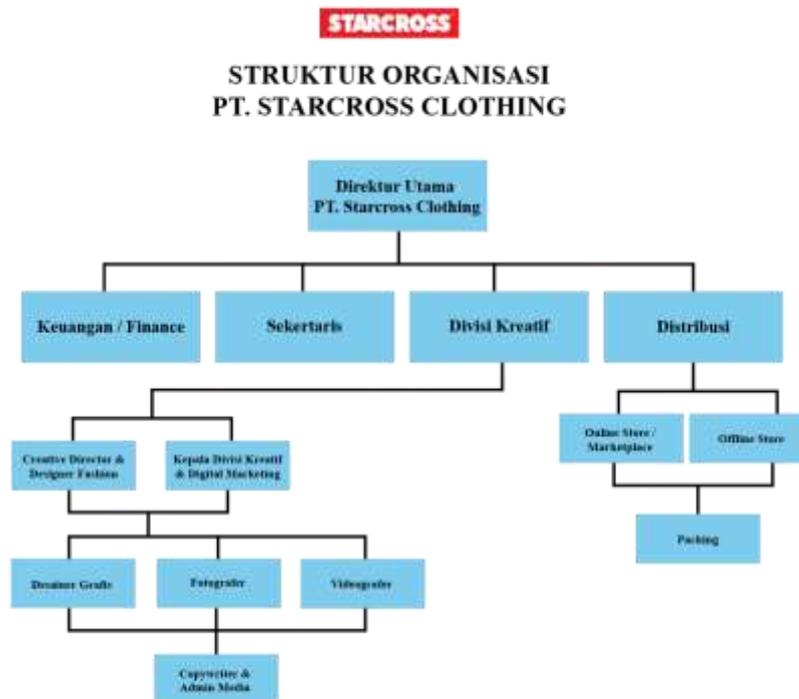
2.2.2 Misi

1. Selalu mengedepankan kualitas, detail, kuat dan trend terkini
2. Starcross berkeinginan memberikan solusi terbaik untuk kebutuhan fashion sesuai target segmentasi dan positioning yang ditawarkan
3. Memenuhi keinginan dan kebutuhan gaya hidup berbusana, starcross berusaha memperluas varian dan diferensiasi produk

2.3 Lokasi Kantor PT Starcross Clothing

Jl. Elang Jawa No. 5A, Nglarang, Wedomartani, Kec, Ngemplak, Kab. Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta (55584)

2.4 Struktur Organisasi PT Starcross Clothing



2.5 Anak Perusahaan PT Starcross Clothing

(Vast Clothing) Brand pakaian yang mejadi anak perusahaan starcross dengan menjual kaos dan di khususkan untuk menjadi distributor sepatu Vans. Vast sendiri mempunyai store di Yogyakarta dan juga online store.

Bab III

TINJAUAN PUSTAKA

3.1 Desain Grafis

Menurut Suyanto Desain grafis dapat didefinisikan sebagai aplikasi dari keterampilan seni dan komunikasi untuk kebutuhan bisnis dan industri (yang biasa disebut seni komersil).

Hakikatnya seorang desainer grafis adalah seorang perancang, pencetus, dan penemu ide. Seorang desainer grafis memiliki tanggung jawab untuk mengubah komunikasi verbal menjadi komunikasi visual agar suatu pesan dapat diterima dengan lebih mudah diiringi estetika dan pencitraan yang lebih baik.

3.2 Digital Marketing

Digital marketing menurut Heidrick & Struggless (2009:1) adalah perkembangan dari digital marketing melalui web, telepon genggam dan perangkat games, menawarkan akses baru periklanan yang tidak digemborkan dan sangat berpengaruh. Jadi mengapa para marketer di seluruh Asia tidak mengalihkan penggunaan budget dari marketing tradisional seperti TV, radio dan media cetak ke arah media teknologi baru dan media yang lebih interaktif. Saat ini digital marketing sangat berpengaruh besar terhadap perusahaan karena zaman digital pada sekarang ini periklanan atau media promosi lebih interaktif dan beberapa sosial media pun memfasilitasi dengan di tambahkannya konten promosi yang tentunya ada biaya tertentu tergantung dari berapa target jumlah orang yang di sasar dalam iklan tersebut.

3.3 Sosial Media Instagram

Media sosial (Social Media) adalah saluran atau sarana pergaulan sosial secara online di dunia maya (internet). Para pengguna (user) media sosial berkomunikasi, berinteraksi, saling kirim pesan, dan saling berbagi (sharing), dan membangun jaringan (networking). Menurut Van Dijk (2013) (Fuchs dalam Nasrullah, 2015), Instagram sebagai aplikasi yang digunakan untuk membagi foto mengakibatkan banyak pengguna yang terjun ke ranas bisnis seperti akun sosial bisnis yang turut mempromosikan produk-produknya lewat Instagram (M Nisrina, 2015).

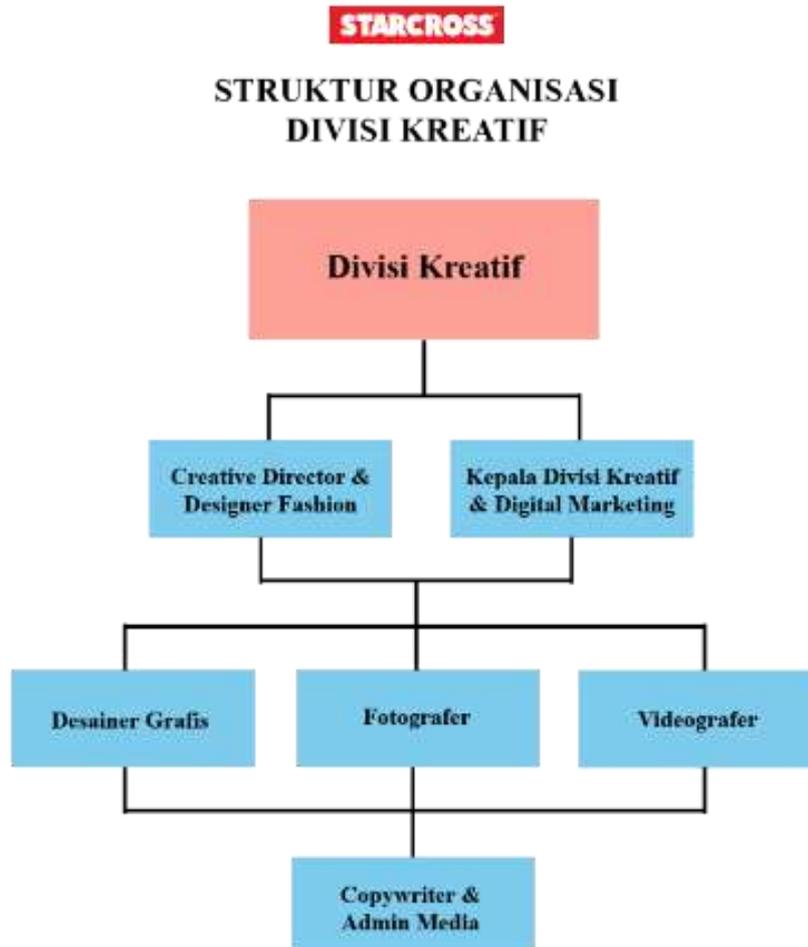
3.4 Fotografi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) fotografi diartikan sebagai seni dan penghasilan gambar dan cahaya pada film atau permukaan yang dipekan. Sedangkan menurut Wikipedia fotografi berasal dari Bahasa Inggris yaitu 'photography' yang mana berasal dari Bahasa Yunani yaitu 'photos' artinya cahaya dan 'Grafo' yang artinya menulis atau melukis. Sehingga secara umum fotografi dapat diartikan sebagai proses melukis atau menulis dengan menggunakan media cahaya. Sementara itu menurut Ansel Adams, fotografi adalah sebagai media berekspresi dan komunikasi yang kuat, menawarkan berbagai persepsi, interpretasi, dan eksekusi yang tak terbatas. Berdasarkan pengertian fotografi di atas bisa disimpulkan bahwa fotografi merupakan aktivitas mengambil gambar melalui kamera untuk menghasilkan karya seni dan bisa dinikmati baik diri sendiri atau publik. Maka dari itu, fotografi memiliki banyak teknik yang bisa membantu dalam menghasilkan berbagai karya yang membuat orang tertarik untuk melihatnya.

3.5 Videografi

Video itu bisa mengubah sejarah, mengilhami pergerakan tertentu, membagi dan memperkuat emosi, serta membangun komunitas. (stockman, 2014) Videografi adalah media untuk merekam suatu moment/kejadian yang dirangkum dalam sebuah sajian gambar dan suara yang dapat kita nikmati dikemudian hari, baik sebagai sebuah kenangan ataupun sebagai bahan kajian untuk mempelajari apa yang sudah/pernah terjadi. Videografi banyak digunakan untuk pembuatan profil perusahaan, konten, media promosi, edukasi dan lain sebagainya. Dalam videografi sendiri ada beberapa langkah-langkah untuk menciptakan atau membuat sebuah momen dimulai dari pra-produksi untuk pembuatan konsep, narasi dan juga storyboard kemudian pada tahap produksi untuk mengesekusi dari konsep atau narasi yang sudah dibuat dan yang terakhir pra-produksi pada tahap ini bisa disebut juga dengan finishing yaitu mengedit video dan penyempurnaan pada gambar maupun audio, sehingga orang yang melihat video tersebut disuguhkan dengan tampilan audio visual yang menarik.

Bab IV PEMBAHASAN



4.1 Struktur Organisasi

4.2 Tugas Unit Kerja

Tugas Divisi Kreatif dari PT. Starcross Clothing yaitu merancang, membuat dan memasarkan melalui digital marketing dengan skema sebagai berikut :

1. Merancang sebuah rencana konten untuk durasi/waktu yang sudah di tentukan.
2. Membuat media promosi digital atau cetak yang berupa foto, video atau poster dengan berpatokan pada ketentuan brief yang sudah di susun dalam table rencana konten
3. Mendesain baju atau merchandise

4. Membuat konsep dan desain untuk sebuah even yang di adakan oleh perusahaan

4.3 Kegiatan Kerja Praktik

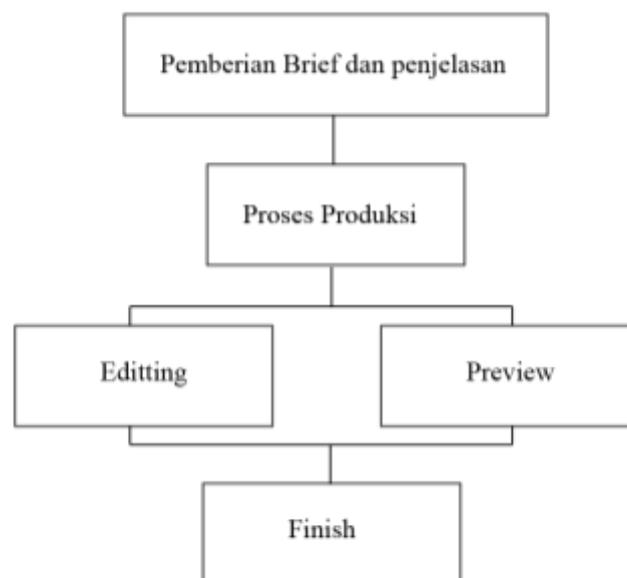
Kegiatan kerja praktik yang di lakukan pada PT. Starcross Clothing dengan skema alur yang pertama adalah mahasiswa di kenalkan dengan perusahaan, staf dan posisi. Mahasiswa juga dijelaskan bagaimana system kerja dan lingkungan kerja yang di tempati. Mahasiswa juga di tunjukan hasil dari konten-konten atau desain yang sudah di buat yang bertujuan supaya mahasiswa bisa memahami karakter dan style yang di gunakan perusahaan, sehingga mahasiswa sudah mempunyai gambaran Ketika melaksanakan kerja praktik selama 1 bulan kedepan. Untuk pengerjaan suatu project mahasiswa juga harus menerapkan desain thinking, dimana kita harus peka terhadap suatu permasalahan atau kebutuhan yang biasa disebut dengan Empati (*Empathise*). Kemudian ketika kita sudah mendapatkan permasalahan dan mendapat data Tahap *Define* akan membantu para desainer dalam sebuah tim untuk mengumpulkan ide-ide hebat untuk membangun fitur, fungsi, dan elemen lain yang akan memungkinkan mereka untuk menyelesaikan masalah. Yang ketiga pada tahap *Ideate*, mahasiswa atau desainer harus mampu berfikir kreatif untuk menyelesaikan permasalahan yang ditemukan. Ada ratusan teknik *Ideation* seperti *Brainstorm*, *Brainwrite*, *Worst Possible Idea*, dan *SCRAMPER*. Sesi *Brainstorm* dan *Worst Possible Idea* biasanya digunakan untuk merangsang pemikiran bebas dan untuk memperluas ruang masalah. Setelah melakukan tahap *brainstorm* atau *ideate* mahasiswa membuat *protoype* yang nantinya bakal di asistensikan dan di evaluasi oleh *Creative Director* sudah sesuai dan layak untuk di *publish* atau belum.

4.4 Skema dan Proses Kerja Praktik

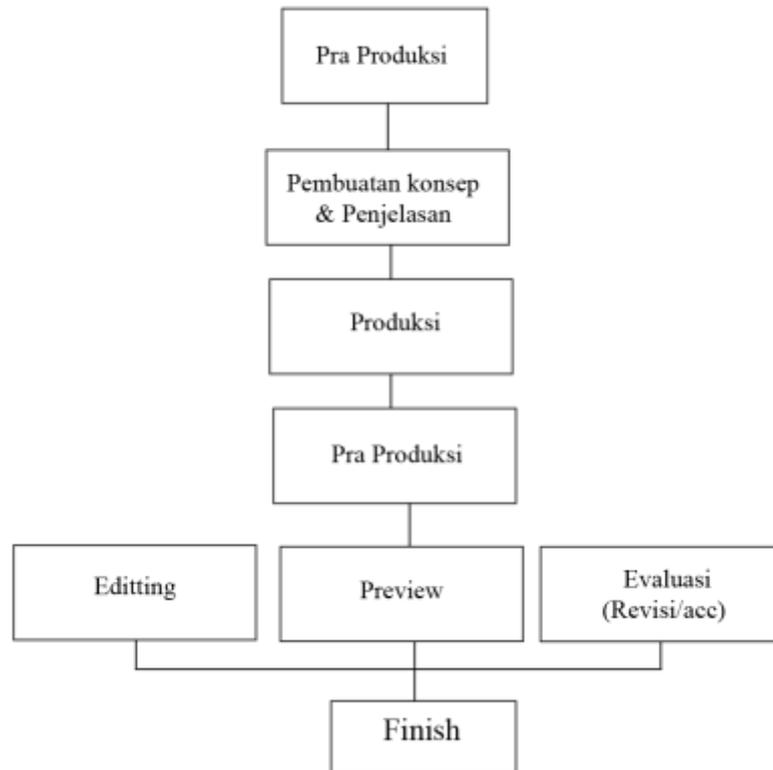
Skema kerja praktik



Skema Proses Fotografi



Skema Videografi



4.5 Penjelasan Singkat Tentang Unit Kerja

Divisi kreatif dalam PT. Starcross sendiri ada beberapa posisi kerja diantaranya adalah fotografer, videographer, desainer grafis dan digital marketing. Dalam unit kerja ini mahasiswa tidak hanya mengemban satu posisi pekerjaan namun 3 sekaligus dengan skema yang sudah di tentukan. Dengan begitu mahasiswa bisa mengimplementasikan keilmuan Desain komunikasi visual yang sudah di pelajari baik itu desain grafis, fotografi atau videografi. Dalam proses pengerjaan sebuah desain atau media kreatif mahasiswa berdiskusi langsung dengan kreatif director atau kepala divi kreatif, yang tentunya juga bisa mendapatkan ilmu baru atau masukan yang dapat di gunakan dalam penyelesaian sebuah project.

4.6 Jadwal Kerja Praktik

Berikut ini adalah jadwal kerja praktik yang telah di laksanakan selama 1 bulan.

Hari Kerja	Jam Masuk	Jam Pulang
Senin	10:00 WIB	17:00 WIB
Selasa	10:00 WIB	17:00 WIB
Rabu	10:00 WIB	17:00 WIB
Kamis	10:00 WIB	17:00 WIB
Jumat	10:00 WIB	17:00 WIB
Sabtu	10:00 WIB	17:00 WIB

4.7 Tugas Kerja Praktik

(Tugas Sekunder)

4.8 Project Desain Souvenir

Pada minggu-minggu pertama melaksanakan kerja praktik, PT. Starcross pada saat itu sedang melakukan kolaborasi dengan brand permen terkemuka di Indonesia yaitu permen Hexos. Starcross berkolaborasi dengan membuat souvenir untuk produk terbarunya permen Hexos. Produk yang di produksi oleh Starcross diantaranya adalah baju, stiker dan gantungan kunci. Penulis disini di percaya untuk membuat sebuah desain souvenir gantungan kunci dengan tema yang sudah di tentukan oleh creative director Starcross.

Penulis memberikan beberapa alternatif desain untuk souvenir gantungan kunci ini dan pemilihan desain di lakukan oleh creative director, berikut ini adalah hasil dan progres pengerjaan :



Gambar 2.3 Proses Desain Souvenir

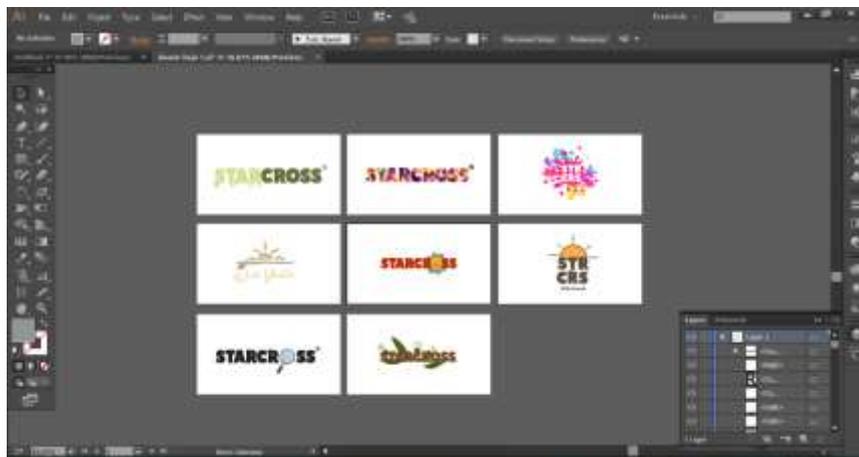


Gambar 2.4 Hasil Souvenir

4.9 Project Desain Kaos

Setelah menyelesaikan project pertama, penulis di beri tugas oleh creative director untuk membuat desain kaos dengan tema, konsep dan jumlah yang di bebaskan oleh beliau. Dari beberapa desain yang sudah penulis buat kurang lebih ada 3 desain yang terpilih untuk di produksi pada akhir tahun ini sekitar bulan November-Desember. Berikut ini progres dan hasil desain untuk di

yang terpilih produksi :



Gambar 2.5 Proses Desain Baju



Gambar 2.6 Hasil Desain Terpilih



Gambar 2.9 Mockup



Gambar 2.8 Hasil Desain Terpilih



Gambar 3.0 Mockup



Gambar 2.7 Hasil Desain Terpilih

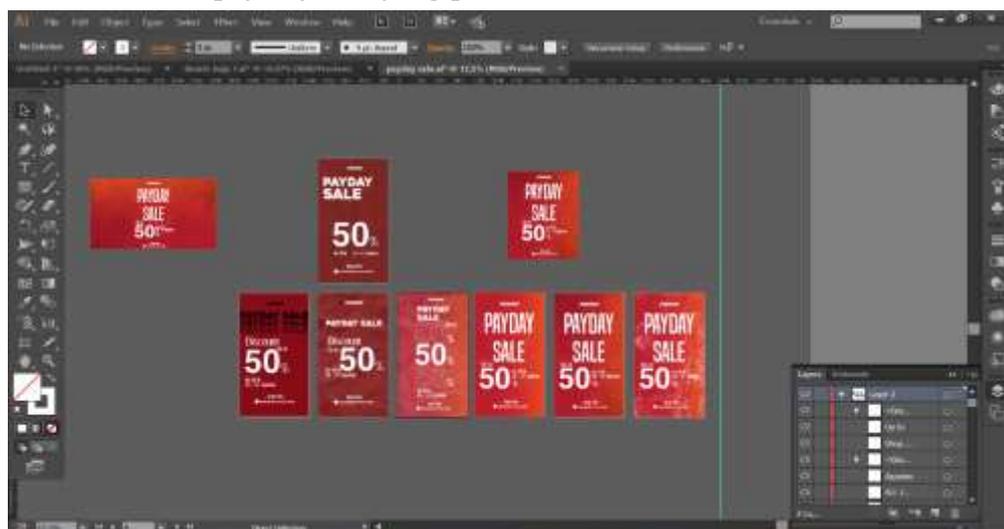


Gambar 3.1 Mockup

Tugas Primer

4.10 Project Konten Pay Day Sale

Pay day sale sendiri merupakan salah satu promo yang di tawarkan oleh e-commerce atau toko online untuk menarik para pelanggannya, penawaran ini biasanya berlangsung Ketika masuk pada tanggal gajian para pekerja atau karyawan. Starcross sendiri biasanya membuat konten pay day sale mulai dari tanggal 25 – 1 di setiap bulan dan menawarkan potongan harga 25-30%. Starcross membuat iklan pay day sale di Instagram dan banner / sampul pada toko online. Berikut ini adalah beberapa 17nstagram dan hasil dari konten pay day sale yang penulis buat :



Gambar 3.2 Progres Pay Day Sell

Pada tahap pembuatan desain ini penulis memberikan beberapa alternatif kepada kepala divisi kreatif untuk di pilih dan di lanjutkan untuk tahap finishing. Layout, warna, font dan tekstur dari alternatif desain yang terpilih kemudian di kembangkan lagi untuk pembuatan feed dan sampul toko online. Dan berikut ini adalah hasil dari konten pay day sale yaitu instastory, feed Instagram dan banner toko online :



Gambar 3.3 Sampul Marketplace



Gambar3.4 Instagram Story



Gambar 3.5 Feed Instagram

4.11 Project Video Kemerdekaan Indonesia

Dalam pembuatan video kemerdekaan ini penulis menjadi cameraman dan pembuat konsep. Penulis membuat konsep video yang ingin menampilkan sebuah perbedaan dari skala kecil di dalam kantor atau perusahaan yang mana banyak perbedaan agama, suku dan ras, namun dari perbedaan itu tetap bisa bersatu untuk bekerja sama membangun visi dan misi di dalam perusahaan tanpa adanya perselisihan.



Gambar 3.6 Dokumentasi Progres Pembuatan Video



Gambar 3.7 Bukti Upload Instagram

Talent yang ingin penulis pakai dalam video adalah perwakilan karyawan dari sebagian divisi untuk mengutarakan pendapat tentang "apa itu arti kemerdekaan bagi anda?". Video ini di buat untuk konten instagram yang di publish pada 17 Agustus 2022. Berikut ini progres dan hasil yang sudah penulis buat :



Gambar 3.8 Barcode Video

Scan Barcode Untuk Menampilkan Video

4.12 Foto Produk Menggunakan Model

Foto produk menggunakan model bertujuan untuk menampilkan produk baru dan untuk di upload pada akun sosial media dengan tema dan moodboard yang sudah di tentukan pada tabel plan content. Pada foto yang ada object manusia biasanya menggunakan satu lighting yang bertujuan untuk menampilkan dimensi pada object, sehingga tidak terlihat frame dan masih ada sedikit shadow yang terlihat. Untuk proses pemotretan biasanya creative director yang mengarahkan langsung untuk pose model. Berikut ini bukti dokumentasi dan hasil dari foto produk menggunakan model :



Gambar 3.9



Gambar 4.0



Gambar 4.1



Gambar 4.2



Gambar 4.3



Gambar 4.4



Gambar 4.5



Gambar 4.6



Gambar 4.7

Bukti dokumentasi pengerjaan project :



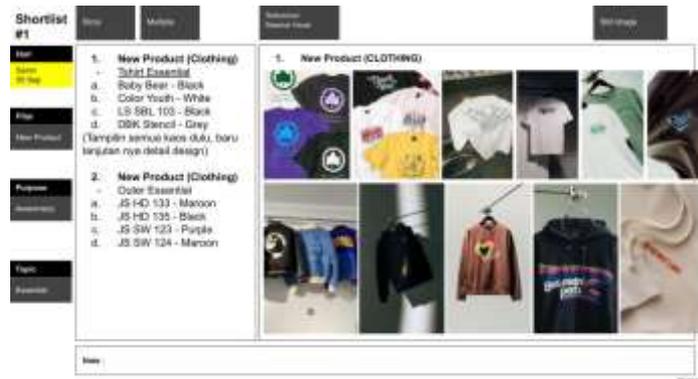
Gambar 4.8



Gambar 4.9

4.13 Foto Produk Katalog

Foto produk untuk katalog sendiri hanya menunjukkan detail produknya seperti warna, sablon, dan detail kain. Foto produk ini tanpa menggunakan properti atau penataan khusus, yang diutamakan adalah produk terlihat jelas dan warna asli dengan hasil foto tidak jauh berbeda. Foto ini di gunakan untuk upload ke akun instagram Starcross Catalog dan juga untuk preview produk di online store seperti shope atau Tokopedia. Berikut ini refrensi atau moodboard yang digunakan untuk foto produk katalog:



Berikut ini adalah hasil dan dokumentasi Ketika pengerjaan foto produk untuk katalog:



Gambar 5.0



Gambar 5.1



Gambar 5.2



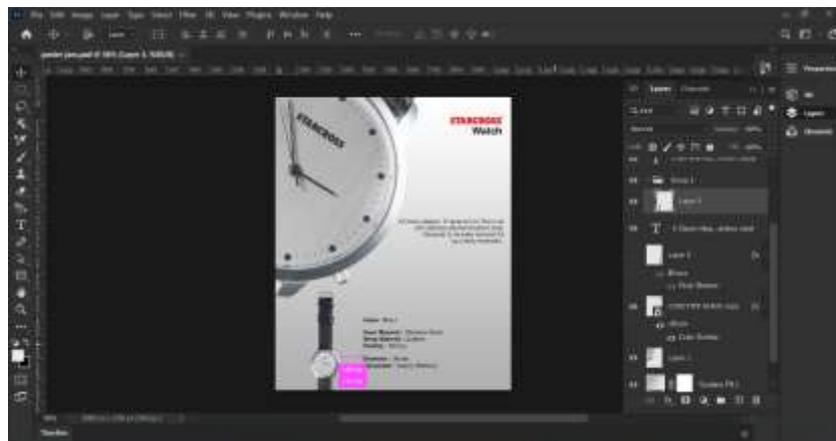
Gambar 5.3

4.14 Desain Poster / Flyer

Desain poster yang dibuat untuk kebutuhan event atau menampilkan detail dari produk. Pada proses pembuatan desain penulis langsung berkordinasi dengan Kepala Divisi Kreatif. Proses pengerjaan di mulai dengan di jelaskannya event atau produk yang akan di tampilkan serta di berikan beberapa kunci visual untuk refrensi pengerjaan. Berikut ini adalah hasil dan proses pengerjaan :



Gambar 5.4 Hasil Poster produk jam tangan

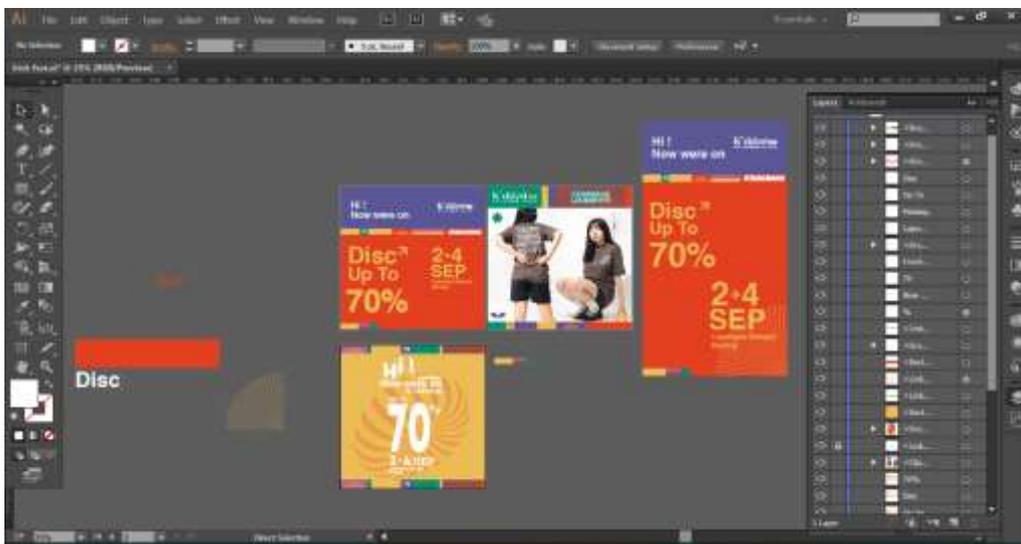


Gambar 5.5 Proses Pembuatan Poster / Feed

Yang kedua pembuatan poster untuk acara Kick fest yang diadakan di malang. Kick fest sendiri adalah adalah sebuah acara clothing expo tahunan yang diadakan di beberapa kota yang berada di Pulau Jawa, seperti Bandung, Jakarta, Yogyakarta, Surabaya, dan Malang. Starcross di undang untuk membuka store pada acara kick fest yang di selenggarakan di malang. Untuk pembuatan poster sendiri color pallet sudah di sediakan sama panitia kickfest kita hanya tinggal membuat layout atau menambahkan elemen-elemen desain yang lain, beberapa moodboard di sediakan oleh creative director untuk kita eksplorasi sendiri sehingga mendapatkan hasil yang maksimal. Berikut ini adalah hasil dan dokumentasi pengerjaan poster kickfest 2022 di malang.



Gambar 5.6 Hasil Poster Kickfest



Gambar 5.7 Dokumentasi Pengerjaan Kickfest

4.15 Instagram Story Video

Instagram story yang di buat adalah untuk mempromosikan produk atau memberi pemberitahuan promo kepada audience. Ketika ada pengeluaran model pakaian baru atau ada promo di toko online. Pembuatan instagram story h-2 atau h-1 sebelum publikasi, degan tahapan asistensi terlebih dahulu kepada kepala bidang kreatif. Proses pembuatan instagram story tetap berpatokan pada tabel konten yang berisi kode produk, mood board dan deadline. Penulis membuat video motion untuk instagram story yang bertujuan agar lebih menarik dan tidak membosankan, dengan harapan audience yang melihat tidak langsung skip melainkan tetap di tonton hingga selesai. Berikut ini proses pembuatan dan hasil akhir :



Gambar 5.8 Thumbnail Story Ig



Gambar 5.9 Thumbnail Story Ig



Gambar 6.0 Dokumentasi Proses Pengerjaan Ig Story



Gambar 6.1 Barcode Preview Video

BAB V

PENUTUP

5.1 KESIMPULAN

Peran seorang Desainer komunikasi visual pada era sekarang sangatlah penting karena suatu perusahaan atau brand mempromosikan produk atau barangnya kebanyakan melalui situs online atau sosial media dan harus menyajikan tampilan visual yang bagus dan menarik. Khususnya pada divisi kreatif PT. Starcross Clothing, penulis di berikan kesempatan untuk bisa mengimplementasikan keilmuan yang telah di pelajari pada bangku perkuliahan. Pada saat pelaksanaan kerja praktik penulis di tuntut agar bisa bekerja sama dengan tim untuk penyelesaian suatu project baik itu project desain konten, fotografi ataupun videografi. Penulis telah belajar banyak hal pada kerja praktik yang telah di laksanakan. Penulis tidak di tempatkan hanya pada posisi kerja tertentu saja namun penulis di berikan kesempatan untuk bisa bekerja dalam bidang desain, fotografi, videografi dan editing. Sehingga penulis bisa mendapatkan pengalaman dalam dunia kerja secara langsung dan di beberapa bidang. Tidak hanya itu, penulis juga bisa mengerti bagaimana proses untuk membuat sebuah konten mulai dari konsep hingga bisa di publish. Selain itu penulis belajar dan di latih agar bertanggung jawab dengan pekerjaan yang telah di berikan.

5.2 SARAN

Melaksanakan kerja praktik dengan bidang dan lingkungan kerja yang di sukai memang menjadi hal yang menyenangkan, namun kita juga tetap harus belajar dengan hal-hal baru lainnya sehingga kita tidak terpaku hanya dengan keilmuan atau bidang itu saja. Sebagai orang yang bekerja pada bidang kreatif kita tidak hanya di tuntut untuk selalu berinovasi dengan hal baru namun kita juga harus bekerja secara profesional dan taat akan pekerjaan yang di berikan oleh perusahaan agar kita bisa membawa nama baik diri sendiri dan juga universitas.

DAFTAR PUSTAKA

- binus.id. (2020, maret 17). *school of information system*. Retrieved from <https://sis.binus.ac.id/2020/03/17/design-thinking-pengertian-tahapan-dan-contoh-penerapannya/>: <https://sis.binus.ac.id/2020/03/17/design-thinking-pengertian-tahapan-dan-contoh-penerapannya/>
- serupa.id, a. (2019, maret 5). *Desain Grafis*. Diambil kembali dari serupa.id: <https://serupa.id/pengertian-desain-grafis/>
- Struggless, H. &. (2020, mei 20). *Pengertian digital marketing menurut para ahli*. Retrieved from justaris.com: <https://www.justaris.com/pengertian-digital-marketing-menurut-para-ahli-strategi-dan-perkembangannya-di-indonesia/>

LAMPIRAN

1. Surat Tanda Diterima



Yogyakarta, 10 September 2022

PENERIMAAN PROGRAM INTERSHIP (MAGANG)

Dengan surat ini menyatakan bahwa :

Nama : Moch Faishal Hilmi
Tanggal Lahir : 25 Agustus 1998
Asal Institusi : Universitas Internasional Semen Indonesia
Jurusan : Desain Komunikasi Visual
Durasi magang : 10 Agustus – 10 September 2022
Jabatan : Divisi Kreatif

Dengan surat ini menyatakan bahwa saudara/i telah diterima magang/kerja praktik di perusahaan kami dengan waktu yang sudah di tentukan.

Atas perhatian dan kerjasama Saudara/i, kami ucapkan terima kasih.

Hormat Kami



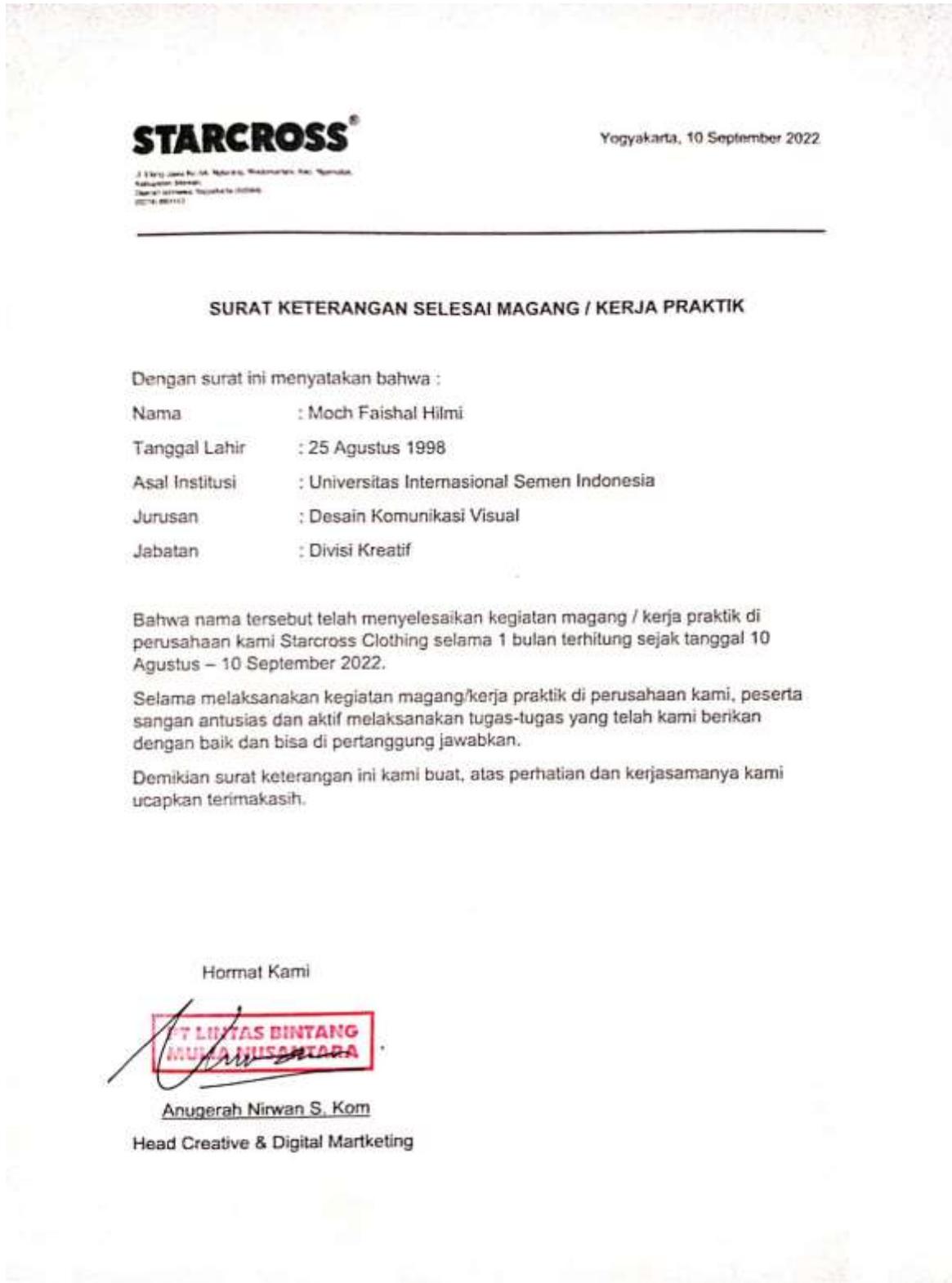
ANUGERAH BINTANG
NIRWAN S. KOM

Anugerah Nirwan S. Kom
Head Creative & Digital Marketing

2. Sertifikat Kerja Praktik



3. Surat Selesai Kerja Praktik



4. Dokumentasi Kerja Praktik



5. Dokumentasi Sidang



6. Lembar Asistensi Kerja Praktik



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

LEMBAR ASISTENSI KERJA PRAKTIK

Nama : Moch faishal hilmi
NIM : 3031910020
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Judul Kerja Praktik : Penerapan Keilmuan Desain Komunikasi Visual Pada Sosial Media Dan Periklanan Pt. Starcross Clothing

KERJA PRAKTIK dilaksanakan terhitung mulai : 10 Agustus - 10 Sept.
Laporan harus sudah dikumpul : Akhir November

No	Tanggal	Kegiatan	Paraf Dosen Pembimbing
1	1/11 22	- Per-banier later belateng - Langkah alur proses rfp - Lampiran $\frac{2}{3}$ belum ada.	
1.	18/11 22	ACC	

Gresik,
Dosen Pembimbing Kerja Praktik

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

7. Daftar Kehadiran Kerja Praktik



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

LEMBAR KEHADIRAN MAGANG

Nama : Moch Faishal Hilmi
NIM : 3031910020
Judul Magang : Penerapan Keilmuan Desain Komunikasi Visual Pada Sosial Media Dan Periklanan PT. Starcross Clothing

No	Tanggal	Kegiatan	TTD Pelaksana	TTD Pembimbing lapangan
1	8-10 AGUSTUS	Pengenalan lingkungan kerja dan Sistem kerja.	<i>Faishal</i>	<i>Name</i>
2	10-15 AGUSTUS	Pengerjaan project sekunder (Sovenir)	<i>Faishal</i>	<i>Name</i>
3	15-17 AGUSTUS	Pengerjaan Video kemerdekaan	<i>Faishal</i>	<i>Name</i>
4	18-20 AGUSTUS	Event Starcross	<i>Faishal</i>	<i>Name</i>
5	21-25 AGUSTUS	Foto Produk	<i>Faishal</i>	<i>Name</i>
6	25-29	Pengerjaan konten payday	<i>Faishal</i>	<i>Name</i>
7	30-1 SEPT	Pengerjaan konten kickfest	<i>Faishal</i>	<i>Name</i>
8	2-5 SEPT	Pengerjaan konten video product	<i>Faishal</i>	<i>Name</i>
9	5-10 SEPT	Foto Model Product & Perpisahan	<i>Faishal</i>	<i>Name</i>

Catatan :
Tuliskan kegiatan yang dilakukan (Harian/ Mingguan) selama magang dan ditandatangani oleh Pelaksana magang dan Pembimbing Lapangan dimana magang dilaksanakan.

8. Lembar Evaluasi Dan Penilaian



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



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

LEMBAR EVALUASI MAGANG

Dosen Pembimbing

Nama : Moch Faishal Hilmi
NIM : 30300020
Judul Magang : Penerapan Keilmuan Desain Komunikasi Visual Pada Sosial Media Dan Periklanan PT. Starcross Clothing

ASPEK	BOBOT (B) %	NILAI (N)	N X B
Penulisan Laporan (Kelengkapan, Kesesuaian, Konten, Referensi)	10 %	81.5	8.15
Aplikasi Keilmuan (Kesesuaian penyelesaian Masalah dengan teori)	25 %	88	22
Penguasaan Materi Magang (Pembelajaran yang didapatkan dimagang dan kerjasama)	50 %	84	42
Kerajinan dan Sikap	15 %	85	12.75
JUMLAH	100%	JUMLAH	84.9

Gresik, 29 Desember 2022
Dosen Pembimbing

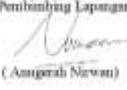
(Nova Rizki Satriano, S.Sn., M.Ds)
NIP. 6516234

LEMBAR EVALUASI MAGANG

Pembimbing Lapangan

Nama : Moch Faishal Hilmi
NIM : 30300020
Judul Magang : Penerapan Keilmuan Desain Komunikasi Visual Pada Sosial Media Dan Periklanan PT. Starcross Clothing

ASPEK	BOBOT (B) %	NILAI (N)	N X B
Penulisan Laporan (Kelengkapan, Kesesuaian, Konten, Referensi)	10 %	90	9
Aplikasi Keilmuan (Kesesuaian penyelesaian Masalah dengan teori)	25 %	85	21.25
Penguasaan Materi Magang (Pembelajaran yang didapatkan dimagang dan kerjasama)	50 %	90	45
Kerajinan dan Sikap	15 %	92	13.8
JUMLAH	100%	JUMLAH	89,05

Yogyakarta, 10 September 2022
Pembimbing Lapangan

(Amprah Nirwan)