

LAPORAN KERJA PRAKTIK

**PENERAPAN KONTEN MEDIA SOSIAL TIKTOK KORIDOR
COWORKING & CREATIVE SPACE DISBUDPORAPAR SURABAYA**



Disusun Oleh :

KOMARUDIN HARIS

(3032010015)

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

GRESIK

2023

LAPORAN KERJA PRAKTIK

**PENERAPAN KONTEN MEDIA SOSIAL TIKTOK KORIDOR
COWORKING & CREATIVE SPACE DISBUDPORAPAR SURABAYA**



Disusun Oleh :

KOMARUDIN HARIS

(3032010015)

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

GRESIK

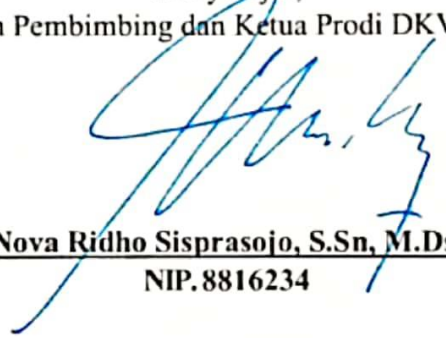
2023

LEMBAR PENGESAHAN

LAPORAN KERJA PRAKTIK
DISBUDPORAPAR SURABAYA
KORIDOR COWORKING & CREATIVE SPACE
(Periode : 7 Agustus 2023 s.d 29 September 2023)


Disusun Oleh:
Komarudin Haris (3032010015)

Menyetujui,
Dosen Pembimbing dan Ketua Prodi DKV UISI



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

Mengetahui,
Sub Koordinator Pengembangan
Ekonomi Kreatif dan Sumber Daya Pariwisata



Herlambang Suchavo S.T, M.M.T.
NIP. 197501152006041017

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayahNya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan Kerja Praktik ini yang berjudul “PENERAPAN KONTEN MEDIA SOSIAL TIKTOK KORIDOR COWORKING & CREATIVE SPACE” dengan baik dan sesuai. Dalam penulisan laporan ini, banyak pihak yang sangat membantu dan mendukung untuk menyelesaikan laporan ini, untuk itu penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada pihak-pihak yang membantu dan berkontribusi dalam pembuatan dan penyelesaian laporan ini. Di antaranya :

1. Bapak Nova Ridho Sisprasajo, S.Sn, M.Ds. selaku Dosen Pembimbing Kerja Praktik dan juga Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual.
2. Bapak Herlambang Sucahyo S.T, M.M.T. Selaku Sub Koordinator Pengembangan Ekonomi Kreatif dan Sumber Daya Pariwisata
3. Ibu Fathimah Nur Addini, S.Pd. Selaku Pembimbing Lapangan.

Susunan Laporan Kerja Praktik ini tentunya jauh dari kesempurnaan. Untuk itu, kritik dan saran yang bersifat membangun dibutuhkan untuk kesempurnaan Laporan ini. Atas perhatian dan kerja samanya saya ucapkan terima kasih.

Semoga laporan Kerja Praktik ini mudah dipahami dan dapat membawa manfaat bagi siapapun yang membacanya. Akhir kata, penulis memohon maaf apabila terdapat kesalahan kata-kata ataupun penulisan, terima kasih.

Gresik, 14 Desember 2023

Penulis

DAFTAR ISI

LAPORAN KERJA PRAKTIK	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL.....	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Tujuan Dan Manfaat Kerja Praktik.....	3
1.2.1 Tujuan Umum	3
1.2.2 Tujuan Khusus.....	4
1.3 Manfaat Kerja Praktik	4
1.4 Metode Pengumpulan Data	6
1.5 Waktu Dan Tempat Pelaksanaan Kerja Praktik.....	7
1.6 Nama Unit Kerja Tempat Pelaksanaan Kerja Praktik.....	7
BAB II PROFIL KORIDOR COWORKING & CREATIVE SPACE.....	8
3.1 Sejarah Dan Perkembangan Koridor Coworking & Creative Space.....	8
2.2 Visi dan Misi Koridor Coworking & Creative Space	9
2.2.1 Visi Koridor Coworking & Creative Space	9
2.2.2 Misi Koridor Coworking & Creative Space	9
3.2 Lokasi Koridor Coworking & Creative Space.....	9
2.4 Struktur Koridor Coworking & Creative Space.....	10
BAB III KAJIAN PUSTAKA.....	11
3.1 Desain Komunikasi Visual.....	11
3.1.1 Unsur - Unsur Desain.....	11
3.1.2 Prinsip - Prinsip Desain	13
3.2 Industri Kreatif	15
3.3 Media Sosial.....	15
3.4 TikTok.....	16
3.4.1 Logo TikTok.....	17

3.4.2 Fitur Tiktok	17
3.5 Media Promosi	19
3.6 Vidiografi	19
3.7 Design Thingking	19
BAB IV PEMBAHASAN	20
4.1 Struktur Organisasi Unit Kerja	20
4.2 Tugas Unit Kerja	20
4.3 Penjelasan Singkat Tentang Tugas Unit Kerja.....	20
4.4 Jadwal Kerja Praktik.....	21
4.5 Tugas Kerja Praktik :.....	21
4.5.1 Tugas Premier.....	21
4.5.2 Tugas Sekunder.....	28
BAB V PENUTUP	35
5.1 Kesimpulan	35
5.2 Saran	35
DAFTAR PUSTAKA	37
LAMPIRAN.....	38
DOKUMENTASI.....	44

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Logo Koridor. Sumber Koridor Coworking Space	8
Gambar 2. 2 Lokasi Koridor	9
Gambar 2. 3 Struktur Koridor	10
Gambar 2. 4 Suasana Tempat Sesrawungan	10
Gambar 3. 1 Logo Tiktok Sumber Wikipedia.....	17
Gambar 4. 1 Struktur unit kerja.....	20
Gambar 4. 2 Gambar Briefing pembuatan konten	22
Gambar 4. 3 Gambar proses editing vidio konten.....	23
Gambar 4. 4 Gambar finishing rendering vidio konten	23
Gambar 4. 5 Gambar Upload google drive konten	24
Gambar 4. 6 Gambar briefing konten story harian	24
Gambar 4. 7 Proses editing story harian	25
Gambar 4. 8 Gambar upload story harian	25
Gambar 4. 9 Gambar briefing penugasan konten event di Koridor	26
Gambar 4. 10 Gambar pengambilan vidio event	27
Gambar 4. 11 Gambar proses editing konten vidio event.....	27
Gambar 4. 12 12 Gambar upload google drive konten event	28
Gambar 4. 13 Gambar briefing event Creative Community Day 2023	29
Gambar 4. 14 Gambar mockup Id Card.....	30
Gambar 4. 15 Gambar mockup X Banner.....	30
Gambar 4. 16 Gambar mockup Panggung	30
Gambar 4. 17 Gambar pengumpulan tugas google drive.....	31
Gambar 4. 18 Hasil Project Tugas Sekunder	31
Gambar 4. 19 Gambar briefing event Surabaya great expo UMKM	32
Gambar 4. 20 Gambar proses editing event surabaya great expo UMKM	33
Gambar 4. 21 Gambar rendering event surabaya great expo UMKM	33
Gambar 4. 22 Gambar upload google drive	34

DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Tabel tugas harian tim media Koridor	21
Tabel 4. 2 Tabel kegiatan kerja praktik.....	21
Tabel 4. 3 Tabel jadwal kerja praktik.....	21

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Desain Komunikasi Visual merupakan program sarjana strata satu (S1) dimana kurikulum dirancang lebih mengarahkan mahasiswa pada penerapan praktek dibandingkan teori. Desain Komunikasi Visual erat kaitannya dengan penggunaan *efek visual* sebagai komponen utama dalam penyampaian suatu informasi atau pesan untuk menarik perhatian *audience*. Konsep visual juga terdapat berbagai jenis seperti gambar, ikon, ilustrasi, foto, tanda, simbol, dan warna yang mayoritas berkaitan dengan indera penglihatan. Selain konsep visual, Desain Komunikasi Visual juga berada dalam lingkup periklanan yang melibatkan unsur suara dan gerakan seperti video, *stop motion*, *motion graphic*, film, dan radio.

Dalam pengaplikasiannya Desain Komunikasi Visual masih sering dianggap tidak terlalu penting oleh sebagian orang, padahal Desain Komunikasi Visual adalah sebuah media untuk pemecah masalah. Begitu pun dalam penerapannya di dunia kerja *profesional* Desain Komunikasi Visual memiliki cakupan yang lebih luas seperti, desain grafis, ilustrator, *editor* untuk media massa, photographer bahkan menjadi *copywriter* hingga pembuat film, dan lain sebagainya. Beberapa contoh profesi tersebut memiliki kaitan yang erat dengan laporan magang ini. Dalam penerapannya, seorang lulusan dari jurusan Desain Komunikasi Visual dituntut mampu bekerja menjadi *desainer multitalent* seperti membuat ide, konsep, hingga merealisasikannya.

KORIDOR adalah komitmen Pemerintah Kota Surabaya untuk menciptakan ekosistem yang memberdayakan para kreator, *inovator*, dan entrepreneur lokal untuk menciptakan inovasi dan mampu bersaing di tingkat global. Dengan itulah merupakan langkah awal untuk membangun dan meningkatkan pondasi ekonomi kreatif di tingkat lokal.

Pada program kerja praktik menjadi penting untuk di lakukan sehingga bisa mendapatkan pengetahuan dan situasi dalam dunia kerja, pada kerja praktik kali

ini berkesempatan untuk mengembangkan potensi diri sehingga bisa menjadikan seseorang yang mampu memberikan solusi yang baik dalam menghadapi suatu permasalahan. Di harapkan bisa membuat pengaruh yang positif terhadap perkembangan pada mahasiswa tersebut sehingga bisa memiliki wawasan yang cukup dalam bidang industry kreatif, dapat di simpulkan bahwa mahasiswa membutuhkan pengetahuan dan pengalaman untuk mengaplikasikan ilmu yang telah di dapatkan sehingga mahasiswa menyiapkan aspek-aspek secara matang dalam menghadapi dunia kerja.

Promosi adalah elemen atau bagian penting dari pemasaran yang digunakan produsen atau perusahaan untuk komunikasi dengan konsumen. Menurut Morissan (2010), komunikasi pemasaran terpadu (Intergrated Marketing Communication) merupakan upaya untuk menjadikan seluruh kegiatan pemasaran dan promosi perusahaan dapat menghasilkan citra atau image yang bersifat satu dan konsisten bagi konsumen. Saat ini media promosi sudah mudah diberikan menggunakan kecanggihan teknologi, misalnya dengan mempromosikan melalui media sosial Instagram, facebook, twitter, whatsapp. Dengan begini masyarakat akan lebih mudah mengenal dan mendapatkan info melalui internet.

Media sosial TikTok merupakan sosial media yang unik sekaligus platform sosial media pertama yang menggabungkan banyak karakteristik sosial media lain dalam satu aplikasi, yang membuat TikTok menjadi hawa baru untuk dunia sosial media pada dekade yang baru ini. TikTok perlahan akan mengubah cara kita bersosial media, bahkan jika kita menghindarinya. Melalui adanya perancangan promosi media TikTok diharapkan mampu untuk menarik minat Mempromosikan tempat dapat di jangkau dengan berbagai cara, seperti memanfaatkan media sosial TikTok sebagai sarana promosi tempat. Media sosial TikTok merupakan salah satu media yang sedang populer. Melalui adanya perancangan promosi media TikTok diharapkan mampu untuk menarik minat.

Tujuan utama laporan kerja praktik ini adalah untuk menyeimbangkan kemampuan mahasiswa agar tidak hanya unggul pada teori, tetapi pada praktik

secara langsung di lapangan. Laporan ini akan menunjukkan bagaimana mahasiswa beradaptasi di lingkungan kerja yang dinamis, menangani proyek-proyek desain dari konseptual hingga di realisasikan, serta menggambarkan peran kontributif mereka dalam meningkatkan kualitas visual dan estetika konten media Radar Gresik. Melalui laporan ini akan harapanya dapat menunjukkan pentingnya peran desain komunikasi visual dalam konteks industri media informasi dan berita.

Dalam problem permasalahan yang diambil di Disbudporapar Surabaya Koridor Coworking & Creative Space belum adanya reels atau media sosial lain untuk mempromosikan kembali tempat Koridor Coworking & Creative Space yang terkenal ramai dimasanya. Akibat pandemic corona untuk pengunjung Koridor ini sepi kembali dan belum ada yang tau anak muda saat ini, maka dari itu dengan adanya sosial media tiktok untuk mengangkat permasalahan yang diambil sehingga Koridor Coworking & Creative Space bisa lebih dikenal dimasyarakat Surabaya kembali dan akan menjadi ramai lagi.

1.2 Tujuan Dan Manfaat Kerja Praktik

1.2.1 Tujuan Umum

Terdapat tujuan umum yang ingin di capai saat pelaksanaan Kerja Praktik ini meliputi beberapa hal di antaranya adalah :

1. Mahasiswa dapat mengimplementasikan ilmu yang didapat ketika perkuliahan saat melakukan Kerja Praktik.
2. Mahasiswa mendapatkan gambaran dalam kondisi kerja yang sebenarnya yang sesuai dengan ilmu penjurusannya.
3. Mahasiswa dapat melatih kemampuan pada potensi dirinya, keterampilan dalam beradaptasi dan komunikasi dalam dunia pekerjaan.
4. Mahasiswa dapat membentuk pola pikir yang maju dalam menghadapi permasalahan di dunia kerja.

1.2.2 Tujuan Khusus

Terdapat tujuan khusus yang ingin di capai saat pelaksanaan Kerja Praktik ini meliputi beberapa hal di antaranya adalah :

1. Untuk memenuhi beban satuan kredit semester (SKS) yang harus ditempuh sebagai persyaratan akademik di program studi Desain Komunikasi Visual Universitas Internasional Semen Indonesia.
2. Mengetahui proses kerja di Koridor Coworking & Creative Space.
3. Memenuhi persyaratan untuk menyelesaikan jenjang Pendidikan Desain Komunikasi Visual Universitas Internasional Semen Indonesia.
4. Belajar mengelola tenggat waktu yang ditentukan dalam lingkungan media kerja. Tujuan ini mencakup kemampuan untuk bekerja efisien tanpa mengorbankan kualitas desain.
5. Memiliki kesempatan berinteraksi dengan tim Media Sosial, Vidiografi dan Fotografi Koridor Coworking & Creative Space.
6. Melalui kerja praktik ini merupakan salah satu cara untuk memperkaya dan menambah portofolio dengan proyek-proyek desain yang relevan dengan industri media.
7. Dengan adanya kerja praktik di Koridor Coworking & Creative Space ini nanti ketika lulus kuliah semoga bisa menjadi bagian dari staff media social dari Koridor Coworking & Creative Space.
8. Melalui kerja praktik ini nantinya akan meningkatkan skill yang saya miliki dalam dunia photography, vidiography, dan desain grafis.

1.3 Manfaat Kerja Praktik

Kerja praktik memiliki manfaat yang signifikan bagi lembaga perguruan tinggi, perusahaan, dan mahasiswa. Berikut adalah beberapa manfaat yang bisa didapat dari kerja praktik :

1. Manfaat Bagi Lembaga Perguruan Tinggi :

- a) Sebagai sarana untuk membangun kerja sama yang baik antara Koridor Coworking & Creative Space Disbudporapar Kota Surabaya dengan Universitas Internasional Semen Indonesia.
 - b) Sebagai tolak ukur penilaian persiapan mahasiswa dalam memasuki dunia kerja.
 - c) Meningkatkan relevansi kurikulum sebagai program mata kuliah Desain Komunikasi Visual pada dunia kerja.
2. Manfaat Bagi Dinas Pemerintahan :
- a) Membantu menyelesaikan permasalahan dalam pekerjaan dan memberikan solusi yang baik.
 - b) Organisasi pemerintahan dapat memberikan ruang kepada mahasiswa untuk menyalurkan ide-ide yang kreatif sehingga membantu mengembangkan perusahaan dengan terciptanya ide yang baru.
 - c) Mahasiswa sering membawa pandangan segar dan ide kreatif. Keberadaan mereka dapat membantu perusahaan dalam menemukan solusi baru untuk masalah atau tantangan tertentu.
 - d) Kerja praktik memungkinkan Dinas Pemerintahan untuk menjalin hubungan erat dengan perguruan tinggi dan fakultas. Hal ini dapat membuka peluang kolaborasi lebih lanjut dalam penelitian, pelatihan, dan pengembangan bersama.
3. Manfaat Bagi Mahasiswa :
- a) Mahasiswa bisa mengembangkan potensi dalam dirinya melahirkan wawasan yang luas.
 - b) Mempelajari berkomunikasi dengan benar dan tepat sehingga bisa menjalin hubungan yang baik dan terhindar dari miss komunikasi.
 - c) Mahasiswa dapat mempelajari culture dari suatu perusahaan sehingga bisa beradaptasi ketika terjun ke dunia kerja Inngsung.
 - d) Mahasiswa dapat mengenali karakteritik karyawan sehingga bisa membantu untuk mengatasi masalah dan juga memberikan pelayanan yang terbaik untuk atasan

- e) Mahasiswa terlibat dalam proses brief/meeting yang diberikan oleh pihak dinas pariwisata.

1.4 Metode Pengumpulan Data

Dalam menulis laporan ini dibutuhkan data-data yang valid dan teruji kredibilitasnya, adapun metode yang dilakukan untuk mengumpulkan data-data tersebut adalah :

- a) Briefing

Briefing sebagai awalan untuk melakukan tahap diskusi bersama tim media dengan melakukan diskusi singkat, dengan tujuan untuk dilakukannya mengenai konten apa yang harus dibuat dengan mengumpulkan ide sebanyak-banyaknya.

- b) Refrensi

Setelah mendapatkan brief dari tim media, tahap selanjutnya yaitu melakukan refrensi dimana pada ide yang ditentukan akan mencari refrensi untuk tahapan penyelidikan, pemeriksaan, pencermatan, percobaan pembikinan konten untuk memperoleh hasil.

- c) Moodboard

Kemudian tahap moodboard merupakan tahap dimana lanjutan dari pencarian refrensi. Tahap pembuatan sebuah akhir dari proyek seperti vidio detail setiap karya yang nantinya akan dibuat konten.

- d) Digitalisasi

Digitalisasi merupakan proses untuk dari teknologi menjadi vidio dengan melakukan proses pengamilan vidio dan melakukan proses software seperti Adobe Premiere, CapCut, Adobe Photoshop dan lain sebagainya.

- e) Revisi

Tahap selanjutnya yaitu revisi dimana tahap pengkoreksian vidio yang telah diedit. Revisi berhubungan dengan bagaimana pendapat terhadap vidio yang telah dibuat dan akan diberikan permintaan tambahan untuk menggubah apakah ada ketidakcocokan atau kurang dalam vidio tersebut.

f) Eksekusi

Kemudian tahap eksekusi dimana tahap ini merupakan tahap setelah direvisi oleh salah satu tim media untuk dibetulkan dengan mengubah sedikit didalam proses editing.

g) Publikasi

Tahapan yang terakhir yakni melakukan publikasi dimana merupakan upaya menyebarkan informasi melalui vidio dengan platform TikTok yang bermanfaat seperti yang telah dibuat.

1.5 Waktu Dan Tempat Pelaksanaan Kerja Praktik

Lokasi : Disbudporapar Surabaya Koridor Coworking & Creative Space

Alamat : Siola, Tunjungan St No.1, Genteng, Surabaya, Jawa Timur 60275

Waktu : 07 Agustus 2023 – 30 September 2023

1.6 Nama Unit Kerja Tempat Pelaksanaan Kerja Praktik

Unit Kerja : Team Media Sosial Koridor Coworking & Creative Space

BAB II

PROFIL KORIDOR COWORKING & CREATIVE SPACE

3.1 Sejarah Dan Perkembangan Koridor Coworking & Creative Space



Gambar 2. 1 Logo Koridor. Sumber Koridor Coworking Space

Koridor Coworking Space merupakan ruang kerja yang bisa digunakan secara bebas oleh masyarakat yang berdomisili di Kota Surabaya. Koridor Coworking Space didirikan oleh Wali Kota Surabaya Tri Rismaharini saat masih menjabat. Fasilitas ini dibangun sebagai bagian dari visi Wali Kota Surabaya, Tri Rismaharini, untuk menjadikan Surabaya sebagai sentra kreatif dan teknologi di tingkat global.

Koridor Coworking Space disebut sebagai langkah awal untuk membangun dan meningkatkan pondasi ekonomi kreatif di tingkat lokal. Koridor Coworking Space juga merupakan komitmen Pemerintah Kota Surabaya untuk menciptakan ekosistem yang memberdayakan para kreator, inovator, dan entrepreneur lokal untuk menciptakan inovasi dan mampu bersaing di tingkat global. Bebas dikunjungi secara umum, Koridor Coworking Space memiliki sederet fasilitas mulai dari ruang kerja umum, ruang seminar, ruang diskusi, internet hingga perangkat digital seperti komputer. Pengunjung Koridor Coworking Space diperbolehkan menggunakan fasilitas tersebut dengan mematuhi beberapa syarat di antaranya harus mendaftarkan diri dan memakai pengenal sebagai tanda masuk Koridor Coworking Space.

Perangkat komputer di dalam ruang kerja tersebut sudah terkoneksi dengan internet, sehingga pengunjung bisa langsung menggunakan. Sedangkan pengunjung yang membawa perangkat pribadi seperti laptop maupun smartphone disediakan tempat khusus berupa gazebo ataupun meja kursi. Mereka bebas menggunakan

internet tanpa dikenakan tarif. Dengan catatan untuk mengerjakan sesuatu yang produktif. Koridor Coworking Space yang terletak di dalam gedung Mal Pelayanan Publik Siola bisa diakses melalui pintu utama Gedung Siola. Kemudian masuk ke lantai tiga di mana Koridor Coworking Space berada.

2.2 Visi dan Misi Koridor Coworking & Creative Space

2.2.1 Visi Koridor Coworking & Creative Space

Visi dari Koridor Coworking & Creative Space yaitu Menjadikan Surabaya sebagai sentra kreatif dan teknologi di tingkat global

2.2.2 Misi Koridor Coworking & Creative Space

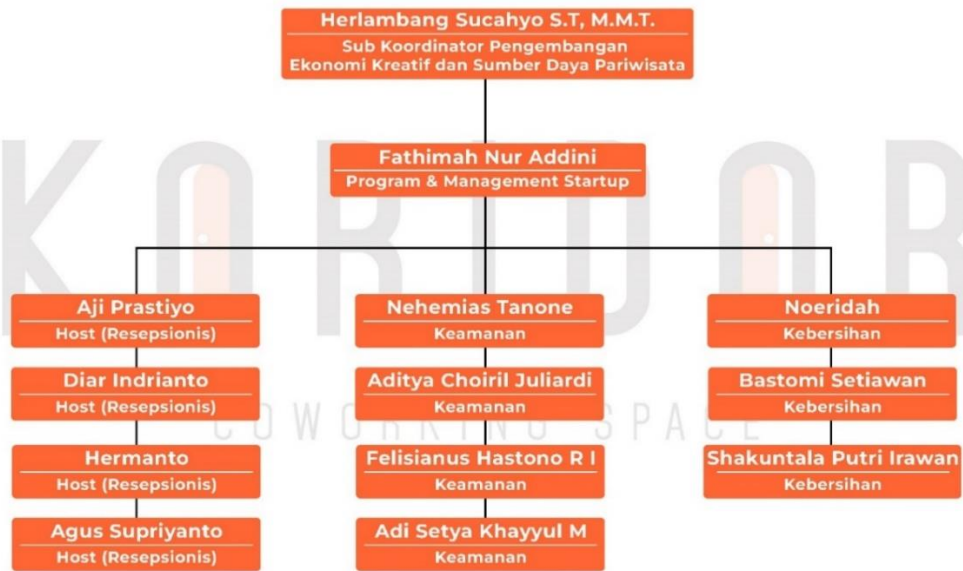
Misi dari Koridor Coworking & Creative Space yaitu Mewadahi ide-ide kreatif dari masyarakat Surabaya khususnya anak muda.

3.2 Lokasi Koridor Coworking & Creative Space



Gambar 2. 2 Lokasi Koridor

2.4 Struktur Koridor Coworking & Creative Space



Gambar 2. 3 Struktur Koridor



Gambar 2. 4 Suasana Tempat Sesrawungan

BAB III

KAJIAN PUSTAKA

3.1 Desain Komunikasi Visual

Desain Komunikasi Visual merupakan program sarjana strata satu (S1) dimana kurikulum dirancang lebih mengarahkan mahasiswa pada penerapan praktek dibandingkan teori. Desain Komunikasi Visual erat kaitannya dengan penggunaan efek visual sebagai komponen utama dalam penyampaian suatu informasi atau pesan untuk menarik perhatian audience. Konsep visual juga terdapat berbagai jenis seperti gambar, ikon, ilustrasi, foto, tanda, simbol, dan warna yang mayoritas berkaitan dengan indera penglihatan. Selain konsep visual, Desain Komunikasi Visual juga berada dalam lingkup periklanan yang melibatkan unsur suara dan gerakan seperti video, stop motion, motion graphic, film, dan radio.

Dalam pengaplikasiannya Desain Komunikasi Visual masih sering dianggap tidak terlalu penting oleh sebagian orang, padahal Desain Komunikasi Visual adalah sebuah media untuk pemecah masalah. Begitu pun dalam penerapannya di dunia kerja profesional Desain Komunikasi Visual memiliki cakupan yang lebih luas seperti, desain grafis, ilustrator, editor untuk media massa, photographer bahkan menjadi copywriter hingga pembuat film, dan lain sebagainya. Beberapa contoh profesi tersebut memiliki kaitan yang erat dengan laporan magang ini. Dalam penerapannya, seorang lulusan dari jurusan Desain Komunikasi Visual dituntut mampu bekerja menjadi desainer multitalent seperti membuat ide, konsep, hingga merealisasikannya.

3.1.1 Unsur - Unsur Desain

1. Warna

Warna adalah unsur yang sangat tajam untuk menyentuh kepekaan penglihatan sehingga mampu merangsang munculnya rasa haru, sedih, gembira, semangat, dan lain-lain (Kusrianto, 2009).

2. Tekstur

Tekstur adalah nilai raba atau halus kasarnya suatu permukaan benda. Tekstur dapat bersifat nyata dan dapat pulatidak nyata (tekstur semu) . Tekstur sering digunakan untuk mengatur keseimbangan dan kontras. Dikomputer tersedia banyak citra texture dan pattern (Supriyono, 2010).

3. Tipografi

Menurut Dendi Sudiana (2001) dalam buku “Pengantar Tipografi” Gambar adalah elemen grafis yang paling mudah dibaca. Tetapi melalui kata-kata yang terdiri dari huruf oleh huruflah memandu pemahaman pembaca pesan atau ide.

4. Garis

Unsur garis adalah unsur yang merupakan titik/poin yang saling terhubung dengan titik/poin lainnya yang akan membentuk sebuah bentukan gambar garis seperti garis lurus, lengkung, zigzag, tidak beraturan, horizontal, vertikal, diagonal.

5. Titik

Titik adalah suatu bentuk kecil yang tidak mempunyai dimensi. Titik cenderung ditampilkan dalam bentukkelompok, dengan variasi jumlah, susunan, dan kepadatan tertentu. Titik dapat membentuk wujud jika didukung dengan gerak, sinar, dan warna.

6. Bidang

Shape adalah sebuah bentukan yang memiliki bentuk seperti lingkaran (circle), kotak (rectangle), segitiga (triangle)ataupun bentukan lain yang memiliki diameter tinggi dan lebar.

7. Ruang

Space adalah ruang atau jarak antara elemen-elemen yang terdapat pada desain grafis. Elemen-elemen tersebut berupa object, background, dan text. Perpaduan antar elemen tersebut harus disesuaikan space-nya sehingga desain yang diperoleh akan membuahkan hasil yang maksimal

karena memberikan kesan menarik dan profesional bagi mata yang melihat.

3.1.2 Prinsip - Prinsip Desain

1. Kesatuan (Unity)

Prinsip pertama adalah kesatuan, yang memiliki arti sebegaisalah satu prinsip dasar desain grafis yang sangat penting. Apabila tidak adanya kesatuan dalam sebuah karya desain akan terlihat kacau dan tidak sedap dipandanginya. Prinsip dari kesatuan dalam komposisi adalah semua bagian bentuk harus saling memiliki keterkaitan. Keterkaitan bisa diciptakan dari sebuah bentuk lainnya yang saling menghubungkan seluruh bentuk tersebut atau disebut dengan prinsip hubungan. Kesatuan membantu membuat elemen-elemen pada sebuah objek saling berdekatan, sehingga mereka akan terlihat bersatu/milik bersama.

2. Keseimbangan (Balance)

Keseimbangan secara visual diartikan sebagai suatu kondisi yang sama, baik itu secara horizontal (kanan-kiri) maupun vertikal (atas-bawah.) Unsur keseimbangan desain meliputi bentuk, tekstur, nilai, ukuran, dan warna. Keseimbangan dalam sebuah desain, dibuat agar orang yang dapat dengan nyaman melihatnya. Keseimbangan terbagi menjadi dua macam, yakni keseimbangan simetris dan keseimbangan asimetris.

- a. Keseimbangan simetris (formal balance) adalah susunan elemen yang meratakan sisi pusat atas ke bawah atau dari kiri ke kanan. Keseimbangan ini sifatnya sederhana dan formal.
- b. Keseimbangan asimetris (informal balance) adalah pengaturan berbeda dengan berat yang sama dari komposisinya pada setiap sisi halaman. Keseimbangan asimetris biasanya banyak digunakan untuk desain kontemporer atau desain modern.

3. Proporsi (Proportion)

Desain juga harus memenuhi prinsip proporsi yakni perbandingan ukuran yang digunakan untuk membantu membandingkan panjang dan

lebar, antara gambar dengan bidang gambarnya. Untuk membuat desain yang proporsional, kalian bisa menggunakan kotak untuk membuat kerangka dengan margin, kolom, dan jarak sehingga membentuk suatu kekeserasian.

4. Irama (Rythm)

Selanjutnya ada prinsip irama yang menjadi sebuah pola pengulangan terus menerus secara teratur, yang dibuat dari adanya unsur-unsur yang berbeda. Irama dapat mengajak mata kita untuk mengikuti pergerakan objek. Dalam desain, prinsip irama sesungguhnya adalah hubungan pengulanya dari berbagai bentukbentuk indir rupa, yang menjadi kunci visual ritme.

5. Kontras (Contras)

Tak kalah penting, terdapat hal untuk menghindari elemen desain dalam satu halaman yang terlihat sama atau serupa yang disebut dengan kontras. Kontras diciptakan dari suatu hal yang berbeda, perbedaan tersebut bisa dilihat dari warna perbedaan ukuran sekarang bentuk dan lain sebagainya. Terkadang, kontras menjadi visualisasi yang paling menarik perhatian orang dalam melihat sebuah halaman tersebut.

6. Harmoni

Selanjutnya ada prinsip harmoni atau keserasian yang memiliki fungsi sebagai faktor yang mengamankan agar suatu desain tidak terkesan terlalu ramai. Kontras memberikan kesan kuat dan aktif sehingga menarik perhatian, harmoni menunjukkan kesan pasif.

7. Penekanan (Emphasis)

Terakhir, desain perlu memiliki prinsip penekanan yang berarti suatu hal yang menjadi fokus atau yang mendapatkan perhatian pertama. Pada bagian penekanan ini, tata letak merupakan kebutuhan yang penting untuk menarik pandangan orang.

3.2 Industri Kreatif

Industri kreatif didefinisikan sebagai industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan dengan menghasilkan dan memberdayakan daya kreasi dan daya cipta individu tersebut (Kemendag, 2007: 10). Menurut Harsono (2011: 7) ekonomi adalah sistem yang berhubungan kegiatan manusia dalam memproduksi, mendistribusikan, pertukaran atau perdagangan, dan mengkonsumsi benda dan jasa yang diciptakannya. Kreatif berhubungan dengan kegiatan manusia yang dilandasi oleh sikap mental yang selalu ingin menghasilkan ide-ide baru yang didasari oleh sebuah konsep keindahan. Untuk bisa menghasilkan ide baru dan mempunyai nilai keindahan.

Menurut Kamil (2015) dalam upaya meningkatkan industri kreatif di Indonesia maka Pemerintah RI telah meluncurkan cetak biru “Ekonomi Kreatif Indonesia”, yakni konsep ekonomi baru yang berorientasi pada kreativitas, budaya, warisan budaya, dan lingkungan. Landasan utama dari industri kreatif adalah sumber daya manusia Indonesia yang akan dikembangkan, sehingga mempunyai peran sentral dibanding faktor-faktor produksi lainnya. Kementerian Perdagangan juga membuat arah dari pengembangan industri kreatif ini, seperti pengembangan yang lebih menitikberatkan pada industri berbasis: (1) lapangan usaha kreatif dan budaya (creative cultural industry); (2) lapangan usaha kreatif (creative industry); (3) Hak Kekayaan Intelektual seperti hak cipta (copyright industry).

3.3 Media Sosial

Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. Pendapat lain mengatakan bahwa media sosial adalah media online yang mendukung interaksi sosial dan media sosial menggunakan teknologi berbasis web

yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif. Saat teknologi internet dan mobile phone makin maju maka media sosial pun ikut tumbuh dengan pesat (Oktavinatoro 2020). Menurut data yang dilansir dari Kompas.com, laporan terbaru dari agensi marketing We Are Social dan platform manajemen media sosial Hootsuite mengungkapkan bahwa lebih dari separuh penduduk di Indonesia telah "melek" alias aktif menggunakan media sosial pada Januari 2021, disebutkan bahwa dari total 274,9 juta penduduk di Indonesia, 170 juta di antaranya telah menggunakan media sosial. Angka pengguna media sosial di Indonesia tersebut tumbuh sebesar 10 juta atau sekitar 6,3 persen dibandingkan bulan Januari 2020.

. Sehingga para pengguna sosial media dengan bebas bisa mengedit, menambahkan, memodifikasi baik tulisan, gambar, video, grafis, dan berbagai model content lainnya. Media sosial mempunyai ciri-ciri, yaitu sebagai berikut :

- a. Pesan yang di sampaikan tidak hanya untuk satu orang saja namun bisa ke berbagai banyak orang contohnya pesan melalui internet
- b. Pesan yang di sampaikan bebas, tanpa harus melalui suatu Gatekeeper.
- c. Pesan yang di sampaikan cenderung lebih cepat di banding media lainnya.

3.4 TikTok

TikTok adalah salah satu media sosial yang sedang marak menjadi trend sebgai besar masyarakat luas selain sebagai media komunikasi daring yang saling terhubung, TikTok juga dapat menjadi media informasi maupun sebagai media untuk berinteraksi bagi perusahaan dan calon konsumen serta dapat mempromosikan usaha atau jasa produk mereka. Awal kemunculan Tiktok pada September 2016.

TikTok memudahkan pengguna secara cepat dan simple membuat video-video yang unik kemudian dibagikan keteman dan dunia luas. Mengembangkan pemikiran-pemikiran yang kreatif sebagai bentuk revolusi konten, menjadikan media sosial ini sebagai sebuah wujud tolak ukur baru dalam berkreasi bagi para online content creator di seluruh dunia, terutama Indonesia.

3.4.1 Logo TikTok



Gambar 3. 1 Logo Tiktok Sumber Wikipedia

3.4.2 Fitur Tiktok

Untuk memberikan dukungan pada para penggunannya dalam membuat konten-konten yang lebih kreatif, TikTok menawarkan berbagai fitur yang menarik kepada para penggunanya (Winarso, 2021), antara lain :

a. Penambahan musik

Salah satu fitur utama pada TikTok adalah penambahan musik, para pengguna TikTok diberikan fitur untuk dapat menambahkan berbagai jenis musik ke dalam video yang sedang dibuat. Para pengguna TikTok dapat dengan bebas menggunakan musik yang telah disediakan di dalam TikTok karena sudah mendapatkan izin dari pemilik musiknya dan akan terbebas dari copyright.

b. Filter pada video

Para pengguna TikTok juga dapat menggunakan filter pada video. Filter digunakan untuk mengubah rona dan tone warna pada video yang disesuaikan dengan objek pada video agar dapat terlihat lebih bagus dan menarik

c. Sticker dan efek video

TikTok juga menyediakan fitur sticker dan efek video yang bisa digunakan agar video yang sedang dibuat menjadi lebih kreatif dan unik. Terdapat 5 kategori efek video yang dapat digunakan oleh pengguna TikTok, antara lain efek visual, efek sticker, efek transisi, efek split, dan efek waktu. Sticker yang disediakan oleh TikTok juga sangat beragam, mulai dari sticker dekoratif, teks, suasana hati, gaya hidup, alam, dan para pengguna TikTok juga bisa mencari sticker yang diinginkan dengan memasukkan kata kunci.

d. Voice changer

Fitur ini memungkinkan para pengguna TikTok untuk dapat mengubah suara dalam video yang sedang dibuat. Dengan fitur voice changer ini, video yang dihasilkan akan menjadi lebih unik dan lucu. Terdapat banyak pilihan voice changer yang bisa digunakan, seperti tupai, bariton, mic, megaphone, bergema, raksasa, dan lainnya.

e. Beautify Fitur

Beautify ini dapat memberikan perubahan pada bentuk wajah, warna mata, dan memperhalus kulit wajah sehingga wajah para pengguna TikTok akan terlihat lebih cantik dan tampan. Fitur ini tentunya akan menambah kepercayaan diri para pengguna TikTok yang ingin tampil dengan menarik.

f. Auto captions

Fitur auto captions merupakan salah satu fitur terbaru dari TikTok yang memungkinkan para pengguna TikTok untuk menambahkan subtitle pada video secara otomatis yang ditranskripsi oleh TikTok. Fitur ini disediakan dengan tujuan untuk memfasilitasi para pengguna TikTok yang memiliki kesulitan dalam mendengar.

g. Hapus komentar dan blokir

pengguna secara massal Fitur ini juga termasuk ke dalam fitur baru yang disediakan oleh TikTok untuk menghindari tindakan bullying. Para pengguna TikTok bisa memilih hingga 100 komentar untuk dihapus atau pengguna TikTok untuk diblokir. Fitur ini akan memudahkan penghapusan komentar dan pemblokiran pengguna TikTok secara massal daripada harus dilakukan satu per satu.

h. Live streaming

TikTok juga memiliki fitur untuk live streaming seperti beberapa media sosial lainnya, tetapi hanya pengguna TikTok yang memiliki paling sedikit 1000 pengikut yang dapat melakukan live streaming

3.5 Media Promosi

Media promosi merupakan alat atau sarana yang digunakan untuk promosi. Ada berbagai macam media promosi yang berkembang saat ini, dari media konvensional sampai media tidak konvensional. Media promosi yang paling tua adalah dari mulut ke mulut. Promosi ini banyak dijumpai pada zaman dahulu karena belum banyak media promosi yang maju seperti saat ini. Contoh media promosi lainnya adalah brosur, leaflet, flyer, poster, billboard, iklan di Koran, televisi, gelas, jam dinding, kartu nama, sticker, dan lain sebagainya (Ardhi, 2013: 4). Media promosi dibagi menjadi beberapa kategori diantaranya adalah media cetak konvensional, iklan media cetak, media luar ruang, media online dan media elektronik.

3.6 Vidiografi

Video yang hebat merupakan alat komunikasi dengan pengaruh yang tak dapat bandingannya. 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.

3.7 Design Thinking

Design Thinking adalah melakukan uji coba (testing) terhadap pengguna. Pada tahapan terakhir proses design thinking ini, desainer akan melakukan uji coba untuk mendapatkan feedback dan memperbaiki solusi yang ada serta membuat produk menjadi lebih baik lagi. Feedback dari pengguna berguna untuk mengetahui kekurangan dan kelebihan dari produk agar dapat dilakukan perbaikan (Ambrose & Harris, 2010). Dalam tahap pengujian ini, desainer dapat melakukan perubahan dan penyempurnaan untuk mengesampingkan solusi masalah dan mendapatkan pemahaman sedalam mungkin tentang produk dan penggunaannya.

BAB IV PEMBAHASAN

4.1 Struktur Organisasi Unit Kerja



Gambar 4. 1 Struktur unit kerja

4.2 Tugas Unit Kerja

Tugas peserta kerja praktik di Koridor Coworking & Creative Space DISBUDPORAPAR Surabaya yaitu di Bidang creative. Pada Bidang creative berhubungan dengan Desain Komunikasi Visual seperti pembuatan feeds pada Instagram, story instagram lalu beberapa kebutuhan grafis, dan pembuatan konten video

4.3 Penjelasan Singkat Tentang Tugas Unit Kerja

Kegiatan Kerja Praktik ini dilakukan sesuai pengetahuan Desain Komunikasi Visual yang di berikan selama 6 semester ini. Alur pada kegiatan Kerja Praktik yang dilakukan di Koridor Coworking Space yaitu dimulai dengan adanya proses pengenalan Perusahaan, dan bidang, serta pengenalan alur kerjanya. Lalu diberi pembekalan dan briefing penugasan apa saja yang dilakukan selama 2 bulan, berikut penugasan yang di berikan untuk peserta magang diantaranya :

Tugas Harian Tim Media Koridor
➤ Pembuatan konten vidio Koridor
➤ Pembuatan story suasana Koridor
➤ Liputan event Koridor
➤ Pembuatan katalog yang dibutuhkan

Tabel 4. 1 Tabel tugas harian tim media Koridor

Kegiatan Kerja Praktik	Minggu Ke-							
	1	2	3	4	5	6	7	8
Pengenalan perusahaan dan unit kerja								
Breafing penugasan dan proyek kerja								
Proses Kerja								

Tabel 4. 2 Tabel kegiatan kerja praktik

4.4 Jadwal Kerja Praktik

Kegiatan kerja praktik ini dilaksanakan selama 2 bulan tepatnya di Koridor Coworking & Creative Space berikut adalah jadwal pelaksanaan kerja praktik :

Hari Kerja	Jam Masuk	Jam Pulang
Senin	08.00 WIB	15.30 WIB
Selasa	08.00 WIB	15.30 WIB
Rabu	08.00 WIB	15.30 WIB
Kamis	08.00 WIB	15.30 WIB
Jumat	08.00 WIB	15.30 WIB
Sabtu & Minggu	Libur	

Tabel 4. 3 Tabel jadwal kerja praktik

4.5 Tugas Kerja Praktik :

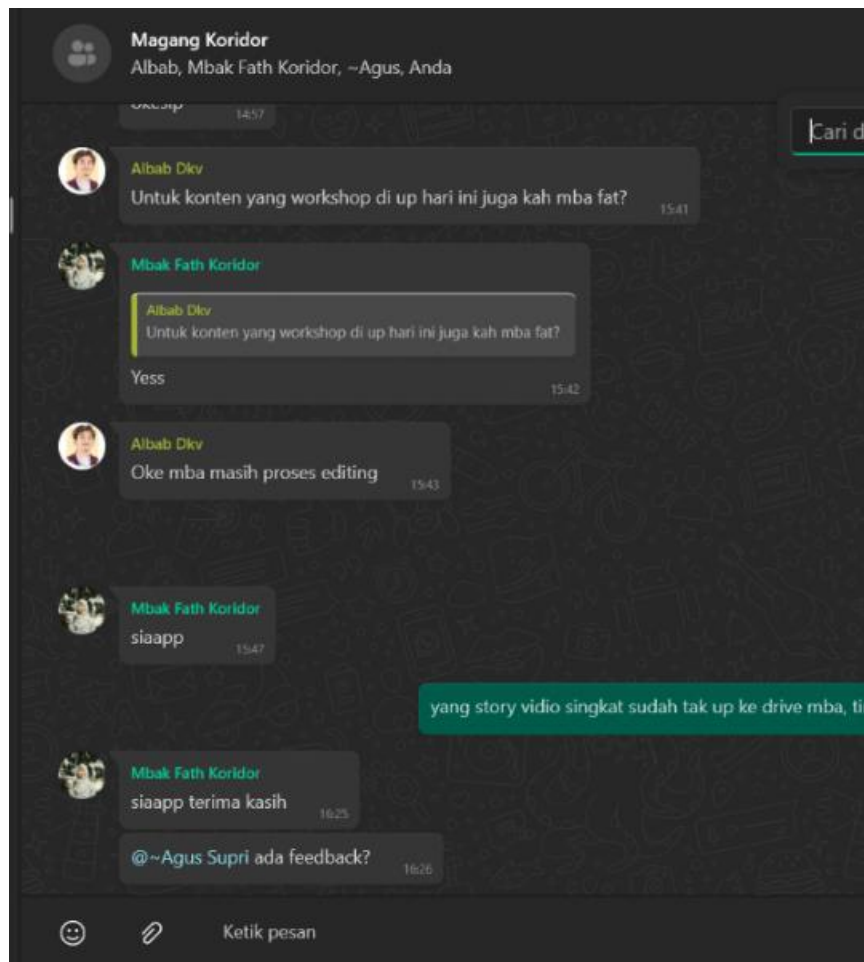
4.5.1 Tugas Premier

Tugas primer adalah tugas utama yang menjadi fokus dalam pengerjaan Kerja Praktik yang terlaksana di Koridor Coworking & Creative Space. Tugas primer yang diberikan yaitu sebagai berikut :

1. Membuat konten media sosial reels Instagram atau Tiktok Koridor Coworking & Creative Space.

a) *Briefing* pembuatan konten

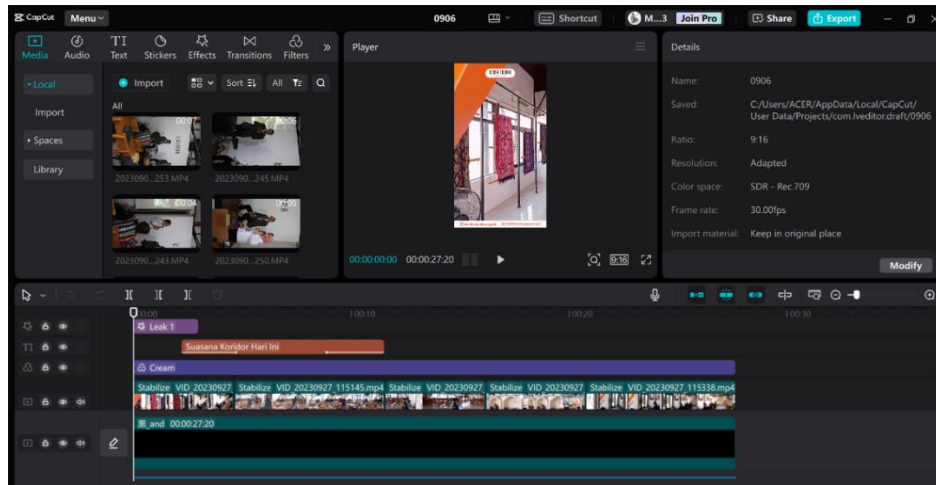
Pada briefing awal menggunakan WhatsApp Grup dengan pembimbing lapangan, Dengan membahas konten yang akan dibuat vidio nantinya akan diup ke drive untuk tahap revisi jika ada, namun kalau tidak ada konten akan langsung di up ke Instagram maupun TikTok.



Gambar 4. 2 Gambar Briefing pembuatan konten

b) Proses *editing*

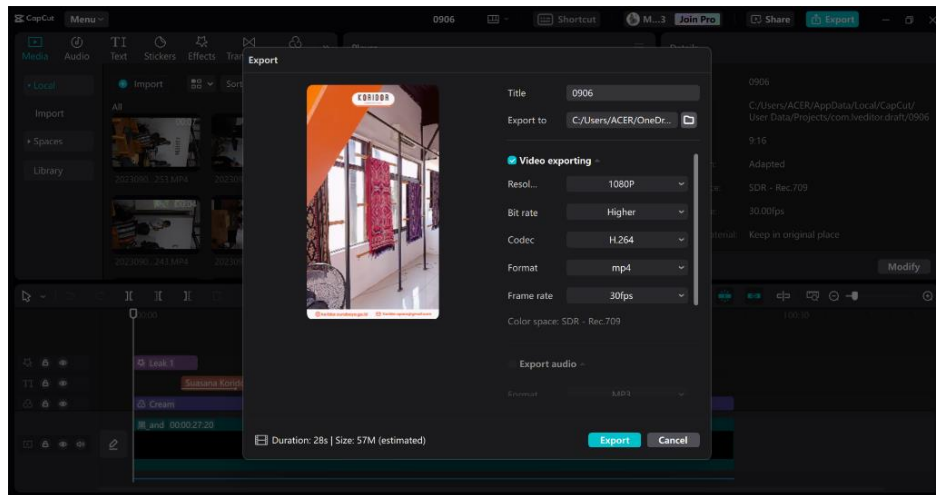
Pada tahap selanjutnya yaitu ketahap *editing* dimana sesudah proses pengambilan gambar kemudia masuk *editing* dengan *software capcut* dimana untuk mengedit vidio tersebut. Berikut proses pengerjaannya.



Gambar 4. 3 Gambar proses editing vidio konten

c) *Finishing*

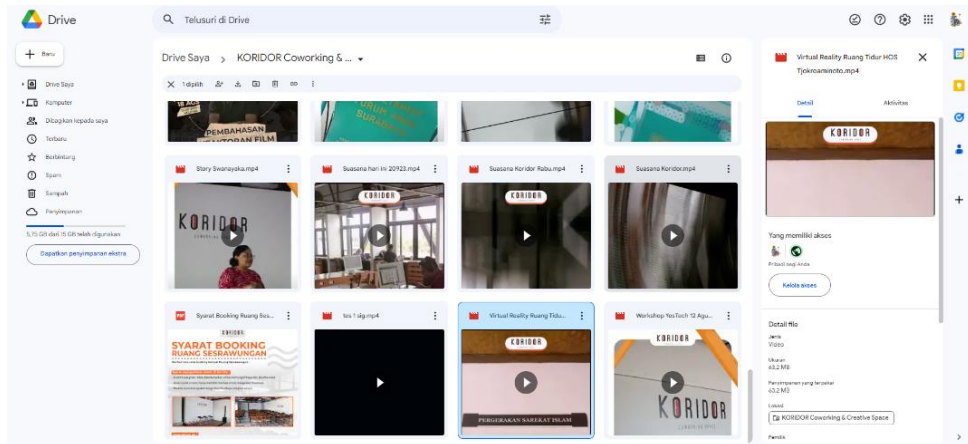
Ketika proses editing sudah selesai maka dilakukan priview hasil pada pembimbing lapangan dimana nantinya akan di *approve*, Berikutnya akan masuk ke tahap *finishing rendering* hasil akhir dari konten vidio tersebut.



Gambar 4. 4 Gambar finishing rendering vidio konten

d) Upload google drive

Pada upload google drive tahap ini akhir dari pengumpulan tugas pembuatan konten yang sudah dibuat dan untuk selanjutnya akan di up ke sosial media.

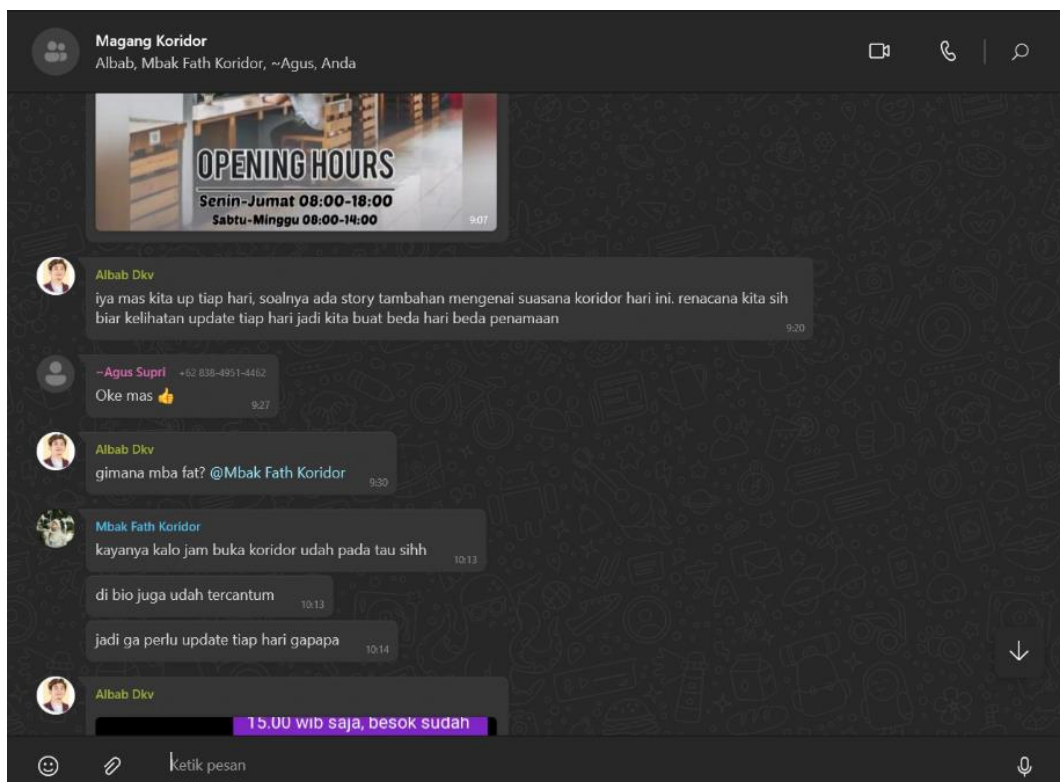


Gambar 4. 5 Gambar Upload google drive konten

2. Membuat story suasana koridor setiap hari.

a) *Briefing* konten story harian

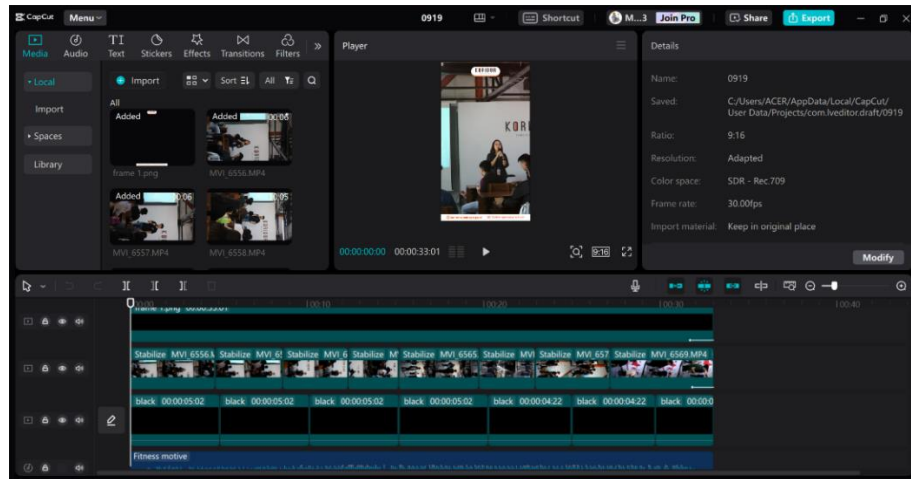
Pada tahap ini *briefing* menggunakan WhastsApp Grup dan juga ada pertemuan secara langsung, Tahap ini mendiskusikan tentang konten yang akan dibuat harian distory instagam dengan melakukan pencarian *refensi*.



Gambar 4. 6 Gambar *briefing* konten story harian

b) Proses *editing*

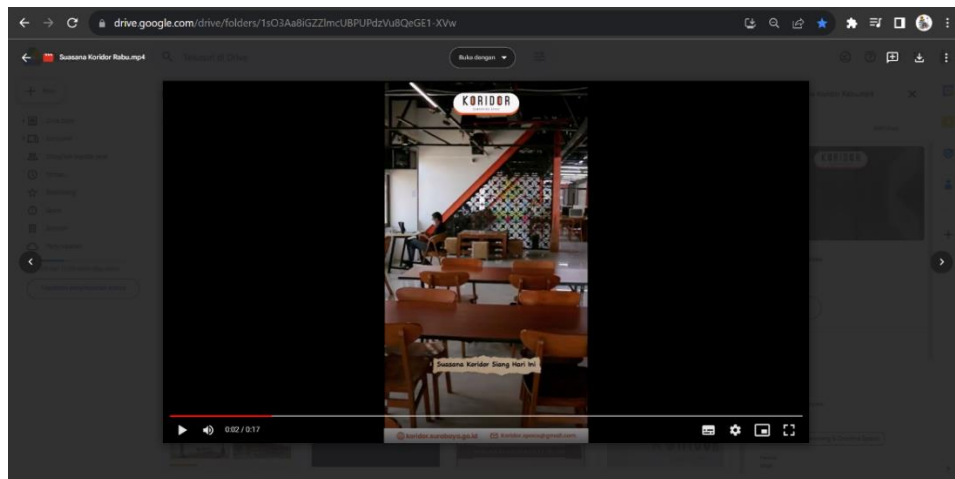
Pada tahap selanjutnya yaitu ketahap *editing* dimana sesudah proses pengambilan gambar kemudian masuk *editing* dengan *software capcut* dimana untuk mengedit video tersebut. Berikut proses pengerjaannya.



Gambar 4. 7 Proses editing story harian

c) Upload *google drive*

Pada upload *google drive* tahap ini akhir dari pengumpulan tugas pembuatan konten yang sudah dibuat dan untuk selanjutnya akan di up ke *story* sosial media instagram.

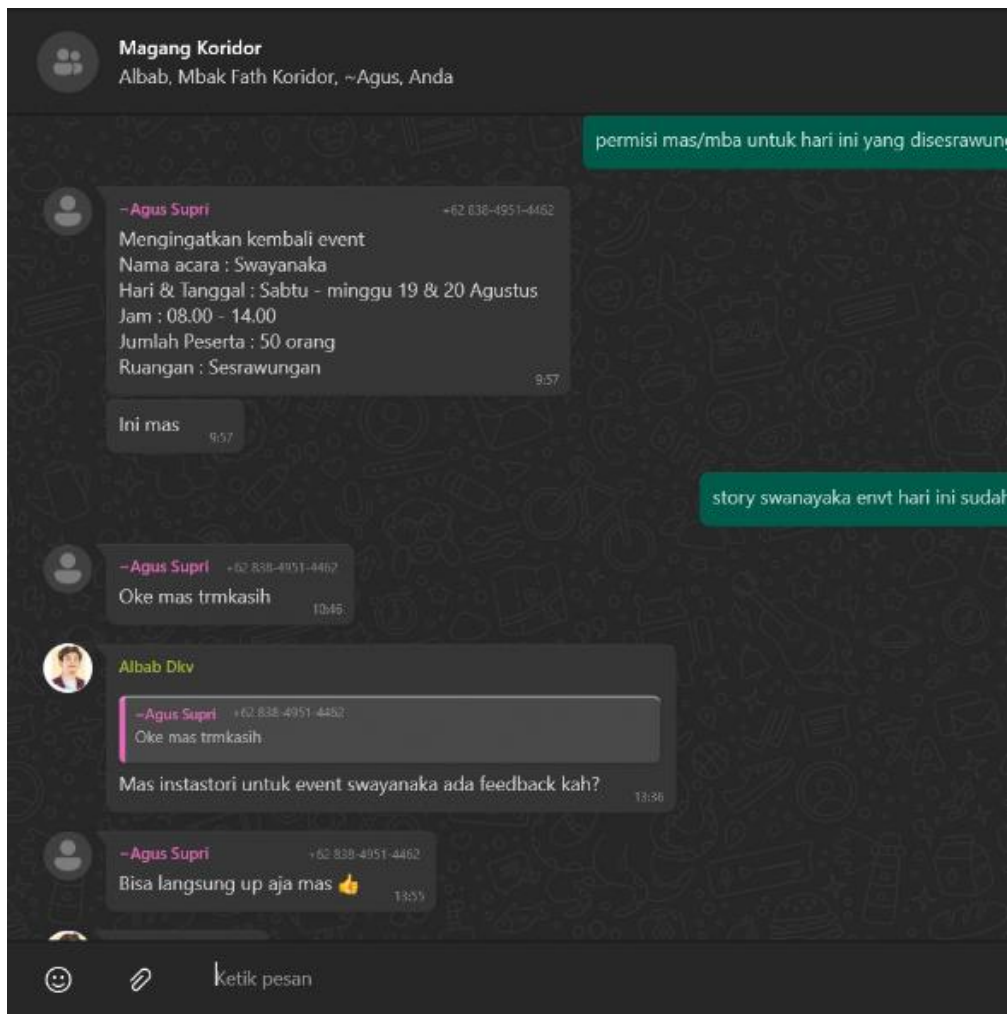


Gambar 4. 8 Gambar upload story harian

3. Meliput kegiatan acara atau event yang ada di Koridor Coworking & Creative Space.

a) *Briefing* kegiatan *event* di koridor

Pada tahap ini *briefing* menggunakan WhastsApp Grup dan juga ada pertemuan secara langsung, Tahap ini mendiskusikan tentang konten yang akan dibuat harian distory instagam dengan melakukan pencarian *refensi*.



Gambar 4. 9 Gambar *briefing* penugasan konten event di Koridor

b) *Proses* pengambilan vidio

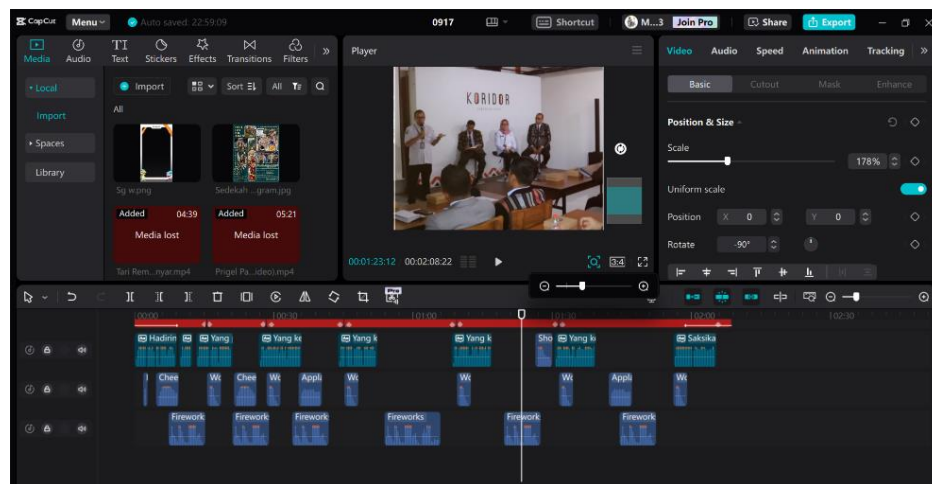
Pada proses ini, dilakukan pengambilan vidio dari beberapa *angel* dan pengambilan tersebut dilakukan secara langsung.



Gambar 4. 10 Gambar pengambilan vidio event

c) *Proses editing*

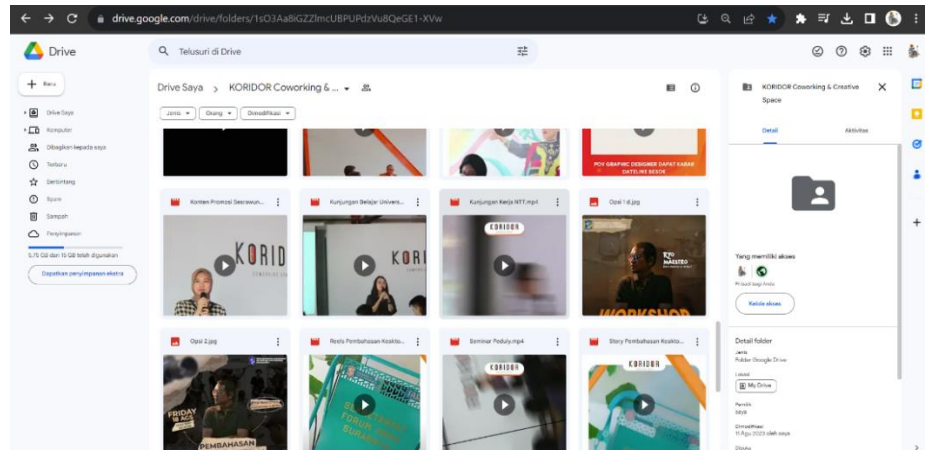
Pada tahap selanjutnya yaitu ketahap *editing* dimana sesudah proses pengambilan gambar kemudia masuk *editing* dengan *software capcut* dimana untuk mengedit vidio tersebut. Berikut proses pengerjaannya.



Gambar 4. 11 Gambar proses editing konten vidio event

d) *Upload google drive*

Pada *upload google drive* tahap ini akhir dari pengumpulan tugas pembuatan konten yang sudah dibuat dan untuk selanjutnya akan di up ke *reels* instagram dan tiktok.



Gambar 4. 12 12 Gambar upload google drive konten event

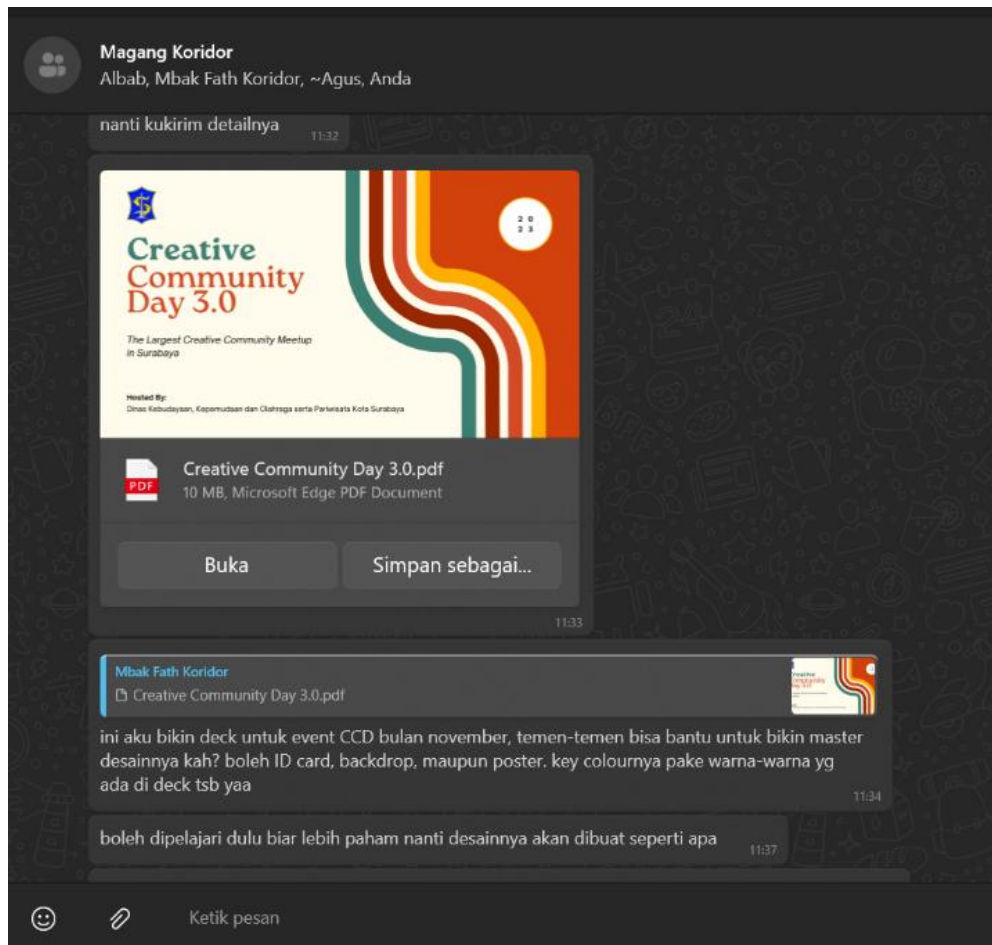
4.5.2 Tugas Sekunder

Tugas Khusus merupakan tugas yang diberikan diluar dari tugas utama. Dalam tugas khusus ini yang diberikan berupa tugas seperti Pembuatan katalog, Pembuatan akun TikTok, Pembuatan *best desain event Creative Community Day 2023*. Selain itu juga mengikuti beberapa kegiatan yang ada di dinas yaitu Liputan event Surabaya Great Expo UMKM.

1. Pembuatan *best desain event Creative Community Day 2023*

a) *Briefing* pembuatan master desain event *Creative Community Day 2023*

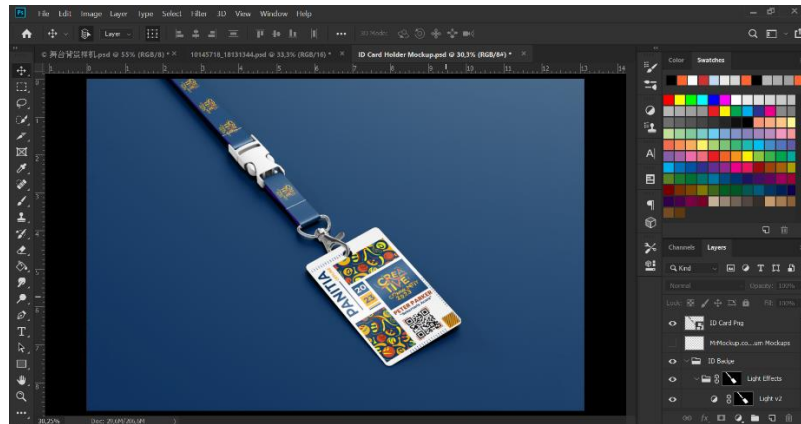
Pada tahap ini *briefing* menggunakan WhastsApp Grup dan juga ada pertemuan secara langsung, Tahap ini mendiskusikan tentang acara tersebut, namun ini masih tahap evaluasi kedepannya untuk diprentasikan.



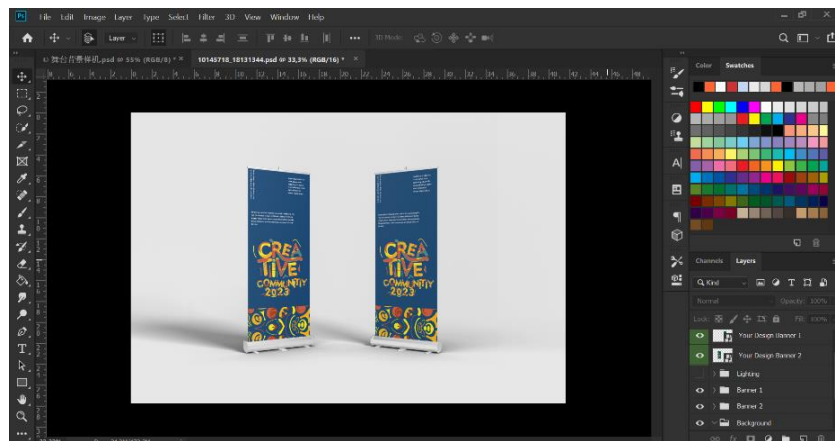
Gambar 4. 13 Gambar briefing event Creative Community Day 2023

b) Pembuatan mockup

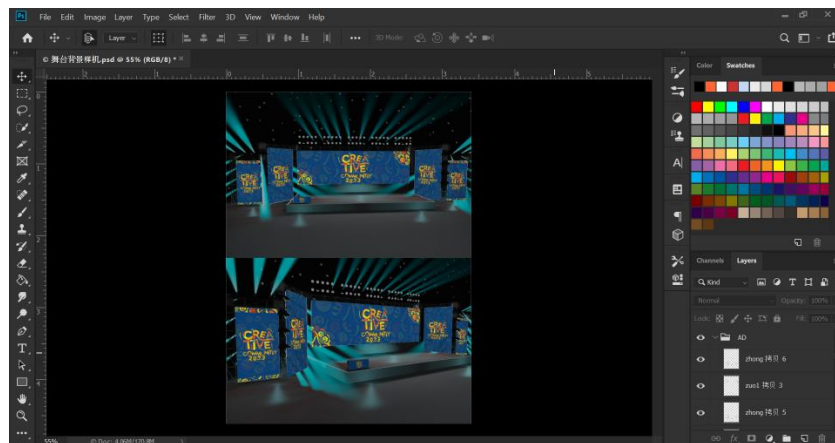
Tahap selanjutnya pembuatan *mockup* yang terdiri dari poster, id card, x banner, panggung. Pembuatan ini dilakukan dengan menggunakan *software* Adobe Photoshop



Gambar 4. 14 Gambar mockup Id Card



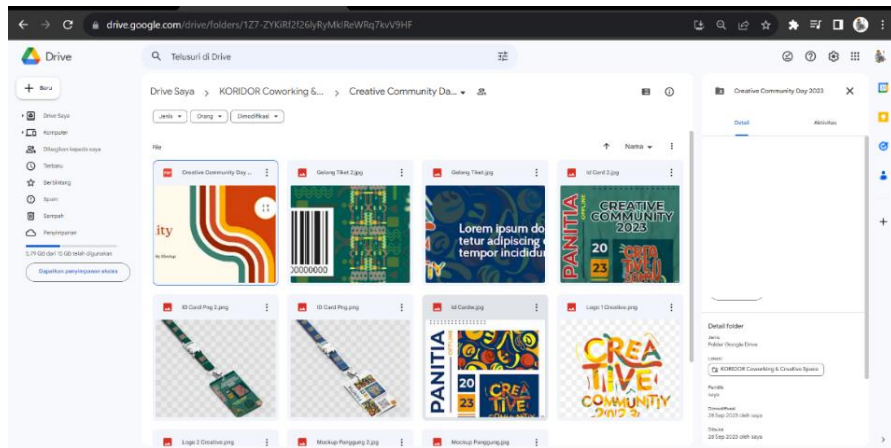
Gambar 4. 15 Gambar mockup X Banner



Gambar 4. 16 Gambar mockup Panggung

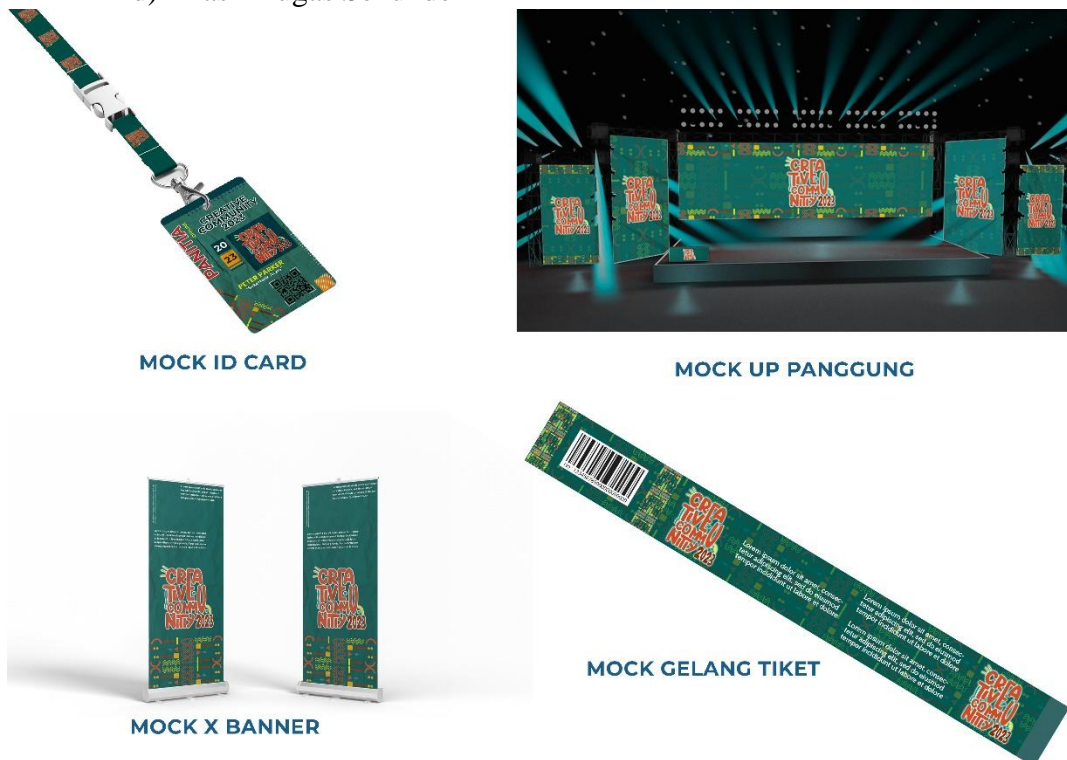
c) Pengumpulan hasil

Tahap terakhir yaitu pengumpulan hasil master desain yang akan nantinya dipresentasikan kepada kepala bidang *creatif*, hasil ini cuman dibuat untuk seagai acuan untuk event tersebut. Pengumpulan tugas ini di up ke *google drive*.



Gambar 4. 17 Gambar pengumpulan tugas google drive

d) Hasil Tugas Sekunder

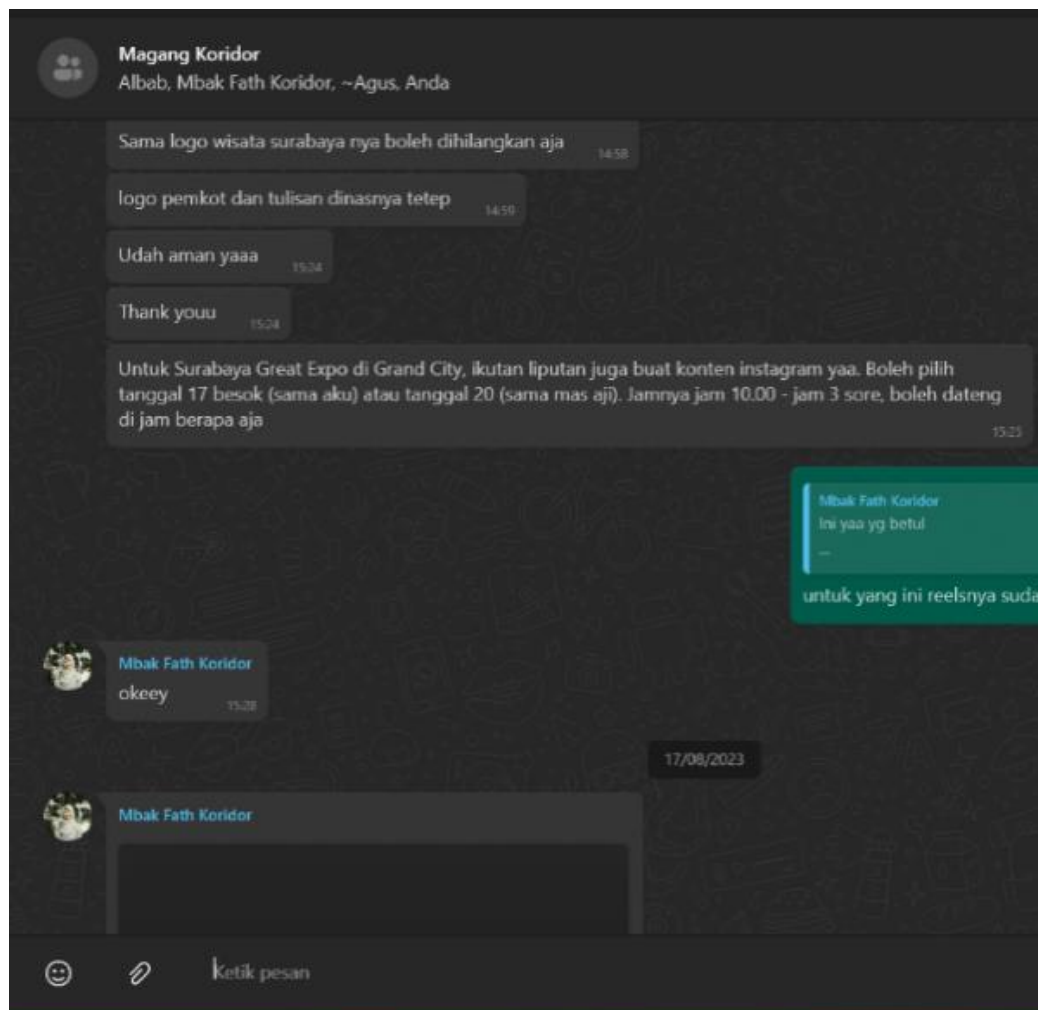


Gambar 4. 18 Hasil Project Tugas Sekunder

2. Liputan event Surabaya Great Expo UMKM

a) Briefing

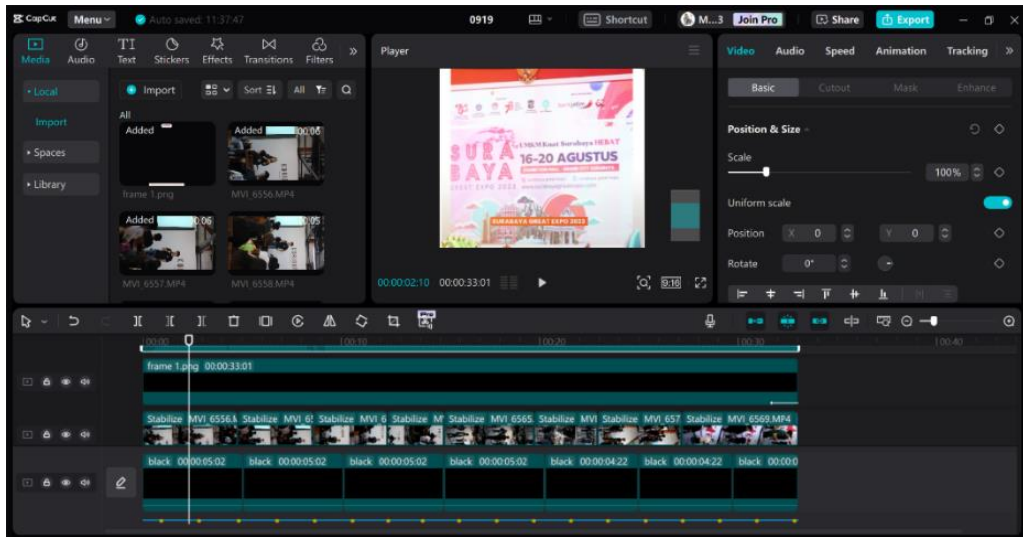
Pada tahap ini *briefing* menggunakan WhastsApp Grup dan juga ada pertemuan secara langsung, dimana nanti untuk proses pengambilan vidio langsung berada dilokasi dimana event berlangsung.



Gambar 4. 19 Gambar briefing event Surabaya great expo UMKM

b) Proses *Editing*

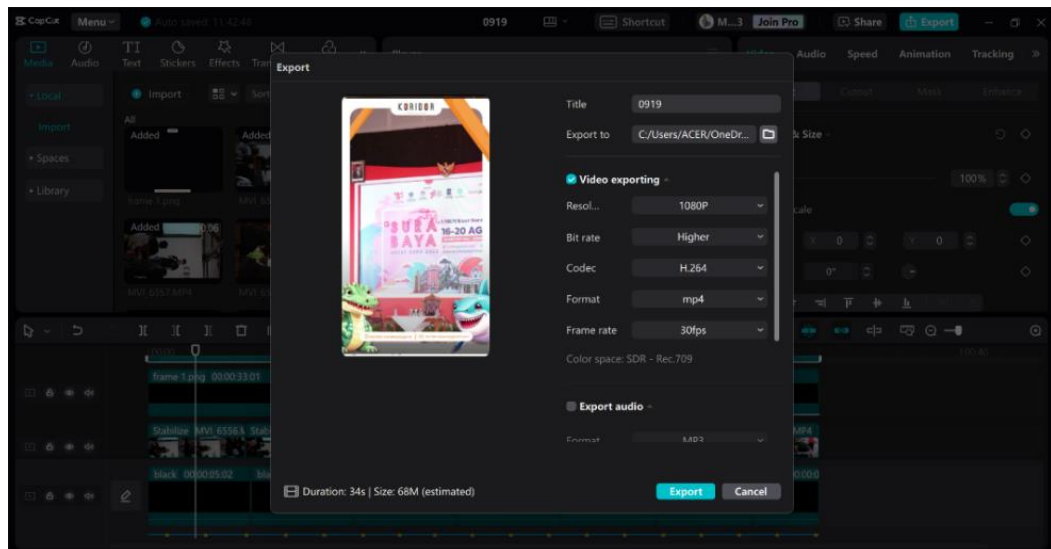
Pada tahap selanjutnya yaitu ketahap *editing* dimana sesudah proses pengambilan gambar kemudia masuk *editing* dengan software dimana untuk mengedit vidio tersebut. Berikut proses pengerjaannya.



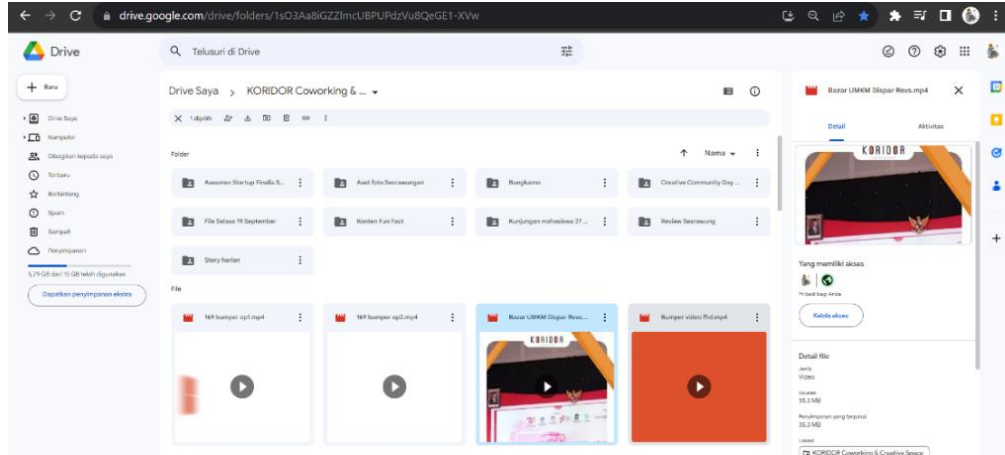
Gambar 4. 20 Gambar proses editing event surabaya great expo UMKM

c) *Finishing* dan upload drive

Pada tahap terakhir ini melakukan *finishing* yaitu melakukan *rendering* dan mengupload ke google drive yang akan nantinya di postring di *story* Instagram.



Gambar 4. 21 Gambar rendering event surabaya great expo UMKM



Gambar 4. 22 Gambar upload google drive

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diambil selama dua bulan kerja praktik berlangsung adalah mahasiswa diberi kesempatan untuk terjun langsung ke dalam dunia kerja khususnya dalam hal ini di dunia Dinas Kepemerintahan dengan menerapkan sesuai bidang keilmuannya, dengan adanya program kerja praktik mahasiswa dapat memanfaatkan ilmu yang didapat selama perkuliahan. Program kerja praktik juga memberi banyak manfaat untuk mahasiswa seperti menambah relasi, berkesempatan *sharing* dan *brain storming* dengan orang-orang kedinasan, dan mendapat ilmu baru yang sebelumnya belum pernah diajarkan saat di perkuliahan yaitu sistem kerja di pemerintahan dinas, kehidupan para pekerja pemerintahan dan masih banyak lagi. Harapannya, manfaat-manfaat tersebut dapat menjadi bekal di kemudian hari yang dapat diterapkan di dunia kerja yang sesungguhnya.

5.2 Saran

Berdasarkan kegiatan kerja praktik yang telah dilakukan di Dinas Kepemerintahan, diharapkan mahasiswa secara professional dengan ide ide baru dan kreatif mampu bersaing dengan desainer-desainer lain dalam industry ekonomi kreatif dimasa depan, serta membuka wawasan bahwa seorang desainer tidak hanya bisa bekerja di dunia *Agency*, *studio kreatif*, tetapi sekarang *desainer* juga di butuhkan oleh lembaga Dinas kepemerintahan seperti di Koridor Coworking & Creative Space DISBUDPORAPAR.

Penulisan laporan ini masih belum sempurna dan memiliki banyak kesalahan, olehkarena itu adanya saran yang membangun sangat diperlukan. Selain itu peserta Kerja Praktik dapat memberi saran sebagai berikut terhadap Dinas sendiri :

1. Perusahaan perlu melakukan penerapan visual yang konsisten, karena dari konsisten tersebut dapat menciptakan *brand awarness* dan juga dapat diingat oleh audince lainnya.

2. Memanfaatkan pemasaran produk yang aktif melalui berbagai media lainnya seperti Instagram, YouTube, TikTok, Webiste dan lain-lainnya.
3. Menampilkan postingan yang interaktif kepada audience di Instagram @koridorcoworking&creativespace seperti pengadaan *Story* Q&A, *giveaway*, live, kompetisi foto ataupun video yang mengharuskan peserta untuk follow akun instagram sebelum mengikuti kompetisi tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Astrid S. Susanto, Sakinah Wan Abraham (Wan.) Komunikasi: teori dan praktis
Penerbit Erlangga Jakarta.
- D SUSANTO (2021) Model AISAS untuk Memetakan Keputusan Pembelian
Konsumen Berdasarkan Kualitas Konten Tiktok# RACUNSHOPEE
- Kamil A. (2015) INDUSTRI KREATIF INDONESIA: PENDEKATAN
ANALISIS KINERJA INDUSTRI
- Kusmiati. R, artini, Sripudji Astuti dan Pamuji Suptandar. 1999. Teori Dasar Desain
Komunikasi Visual. Djambatan, Jakarta.
- Kusrianto, Adi. 2009. Pengantar Desain Komunikasi Visual. Penerbit Andi
Publisher, Yogyakarta.
- Monica Larasati (2010: 10) PERANCANGAN MEDIA PROMOSI PT
PETRONIKA
- Oktavinatoro, Candra (2020). PERAN KONTEN KREATOR DALAM
PERANCANGAN VIDEO INSTAGRAM LIQUID GROUP
YOGYAKARTA.

LAMPIRAN

➤ Surat Tanda Diterima Kerja Praktik



**PEMERINTAH KOTA SURABAYA
DINAS KEBUDAYAAN, KEPEMUDAAN
DAN OLAHRAGA SERTA PARIWISATA**

Jalan Tunjungan No. 1 - 3 Lantai
II Surabaya Telp. (031) 5318409
Fax. (031) 5318376

SURAT KETERANGAN

Nomor : 400.14.5.4/ 7422 /436.7.16/2023

Yang bertanda tangan di bawah ini kami :

Nama : Dra. Wiwiek Widayati
Jabatan : Kepala Dinas
Instansi : Dinas Kebudayaan, Kepemudaan dan Olahraga serta Pariwisata
Kota Surabaya
Alamat : Jl. Tunjungan no. 1 – 3 Surabaya (Gedung SIOLA Lantai 2)

Dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Komarudin Haris
Institusi : Universitas Internasional Semen Indonesia
Fakultas : Teknologi Informasi dan Kreatif
Progdi : Desain Komunikasi Visual
NIM : 3032010015

Yang bersangkutan telah diterima magang di Dinas Kebudayaan, Kepemudaan dan Olahraga serta Pariwisata Kota Surabaya mulai tanggal 07 Agustus 2023 s.d 30 September 2023.

Demikian surat keterangan ini kami buat dengan sebenarnya, untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 10 AUG 2023

KEPALA DINAS

Dra. Wiwiek Widayati
Pembina Utama Muda
NIP196705161993022001

Gambar 6. 1 Tanda diterima kerja praktik

➤ Surat Selesai Kerja Praktik



**PEMERINTAH KOTA SURABAYA
DINAS KEBUDAYAAN, KEMUDAAN
DAN OLAHRAGA SERTA PARIWISATA**

Jalan Tunjungan No. 1 - 3 Lantai
II Surabaya Telp. (031) 5318409
Fax. (031) 5318376

SURAT KETERANGAN

Nomor : 400.14.5.4/ 8910 /436.7.16/2023

Yang bertanda tangan di bawah ini kami :

Nama : Dra. Wiwiek Widayati
Jabatan : Kepala Dinas
Instansi : Dinas Kebudayaan, Kepemudaan dan Olahraga serta Pariwisata
Kota Surabaya
Alamat : Jl. Tunjungan no. 1 – 3 Surabaya (Gedung SIOLA Lantai 2)

Dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Komarudin Haris
Institusi : Universitas Internasional Semen Indonesia
Fakultas : Teknologi Informasi dan Kreatif
Progdi : Desain Komunikasi Visual
NIM : 3032010015

Yang bersangkutan telah selesai melaksanakan magang di Dinas Kebudayaan, Kepemudaan dan Olahraga serta Pariwisata Kota Surabaya pada tanggal 30 September 2023.

Demikian surat keterangan ini kami buat dengan sebenarnya, untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 02 OCT 2023

KEPALA DINAS




Dra. Wiwiek Widayati
Pembina Utama Muda
NIP196705161993022001

Gambar 6. 2 Tanda selesai kerja praktik

➤ Lembar Evaluasi 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



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 : Komarudin Haris
NIM : 3032010015
Judul Magang : Penerapan Konten Media Sosial Tiktok Koridor Coworking & Creative Space Disbudporapar Surabaya

LEMBAR EVALUASI MAGANG

Pembimbing Lapangan

Nama : Komarudin Haris
NIM : 3032010015
Judul Magang : Penerapan Konten Media Sosial Tiktok Koridor Coworking & Creative Space Disbudporapar Surabaya

ASPEK	BOBOT (B) %	NILAI (N)	N X B
Penulisan Laporan (Kelengkapan, Kesesuaian, Konten, Referensi)	10 %	85	8,5
Aplikasi Keilmuan (Kesesuaian penyelesaian Masalah dengan teori)	25 %	80	20
Penguasaan Materi Magang (Pembelajaran yang didapatkan dimagang dan kerjasama)	50 %	85	42,5
Kerajinan dan Sikap	15 %	90	13,5
JUMLAH	100%	JUMLAH	84,5

Gresik,
Dosen Pembimbing

(Nova Ridho Sisprasoto, S.Sn., M.Eds.)
NIP. 8816234

LEMBAR EVALUASI MAGANG

Dosen Pembimbing

Nama : Komarudin Haris
NIM : 3032010015
Judul Magang : Penerapan Konten Media Sosial Tiktok Koridor Coworking & Creative Space Disbudporapar Surabaya

LEMBAR EVALUASI MAGANG

Pembimbing Lapangan

Surabaya, 2 Oktober 2023
Pembimbing Lapangan

(Fatimah Nur Addini, S.Pd)

Gambar 6. 3 Lembar evaluasi penilaian



































➤ Lembar 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 : Komarudin Haris
NIM : 3032010015
Judul Magang : Penerapan Konten Media Sosial Tiktok Koridor Coworking & Creative Space
Disbudporapar Surabaya

































No	Tanggal	Kegiatan	TTD Pelaksana	TTD Pembimbing lapangan
1	07/08/2023 - 09/08/2023	Pengenalan lingkungan Koridor Coworking & Creative Space		
2	10/08/2023	Pembuatan kalender content bulan Agustus		
3	11/08/2023	Pengisian ide kontent mingguan untuk setiap hari		
4	12/08/2023	Konten liputan event Yes Tech di Koridor		
5	14/08/2023	Diskusi pembuatan bumper Koridor		
6	15/08/2023	Pembuatan bumper vidio Koridor		
7	16/08/2023	Finishing bumper vidio Koridor		
8	17/08/2023	Pembuatan konten liputan bazar UMKM Dispar		
9	18/08/2023	Finishing liputan bazar UMKM Dispar		
10	19/08/2023	Konten event Swayanaka di Koridor		
11	21/08/2023	Pengisian ide kontent mingguan untuk setiap hari		
12	22/08/2023	Diskusi dan revisi pengisian konten		
13	23/08/2023	Pembuatan konten fun fact freelance		
14	24/08/2023	Revisi dan upload konten gdrive		
15	25/08/2023	Event seminar Unair		
16	26/08/2023	Liputan konten AWS		
17	27/08/2023	Liputan konten Generation Girl		

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

Gambar 6. 4 Absen kehadiran kerja praktik 1

LEMBAR KEHADIRAN MAGANG

Nama : Komarudin Haris
NIM : 3032010015
Judul Magang : Penerapan Konten Media Sosial Tiktok Koridor Coworking & Creative Space
Disbudporapar Surabaya

















No	Tanggal	Kegiatan	TTD Pelaksana	TTD Pembimbing lapangan
18	29/08/2023	Liputan konten Pelatihan Inkubasi Usaha Pemuda Batch 3		
19	30/08/2023	Liputan konten Pelatihan Inkubasi Usaha Pemuda Batch 3		
20	01/09/2023	Revisi konten dan finishing upload gdrive		
21	02/09/2023	Konten event The future of social humanity A vision for a better world		
22	04/09/2023	Pengambilan video suasana tempat Koridor		
23	05/09/2023	Proses editing vidio suasana tempat Koridor		
24	06/09/2023	Revisi dan upload konten gdrive		
25	07/09/2023	Liputan konten Kunjungan Kerja NTT		
26	08/09/2023	Liputan konten seminar Peduly		
27	09/09/2023	Liputan konten workshop Kreator film		
28	11/09/2023	Pembuatan Konten Virtual Reality Ruang Tidur HOS Tjokroaminoto		
29	12/09/2023	Proses editing vidio Virtual Reality Ruang Tidur HOS Tjokroaminoto dan upload gdrive		
30	13/09/2023	Pengambilan video suasana Koridor		
31	14/09/2023	Proses editing vidio suasana tempat Koridor Dan upload gdrive		
32	15/09/2023	Pembuatan katalog ruang sesrawungan		
33	18/09/2023	Proses revisi dan upload di google drive final		

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

Gambar 6. 5 Absen kehadiran kerja praktik 2

LEMBAR KEHADIRAN MAGANG

Nama : Komarudin Haris
NIM : 3032010015
Judul Magang : Penerapan Konten Media Sosial Tiktok Koridor Coworking & Creative Space
Disbudporapar Surabaya

No	Tanggal	Kegiatan	TTD Pelaksana	TTD Pembimbing lapangan
34	19/09/2023	Dokumentasi asesmen startup		
35	20/09/2023	Pembuatan vidio story asesmen startup		
36	21/09/2023	Brief tugas konten		
37	22/09/2023	Brifcing event Creative Community Day 2023		
38	25/09/2023	Pembuatan konten peminjaman buku		
39	26/09/2023	Pembuatan poster peminjaman ruang sesrawungan		
40	27/09/2023	Pembuatan konten instastory kunjungan koridor		
41	29/09/2023	Finishing event Creative Community Day 2023		

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

Gambar 6. 6 Absen kehadiran kerja praktik 3

DOKUMENTASI



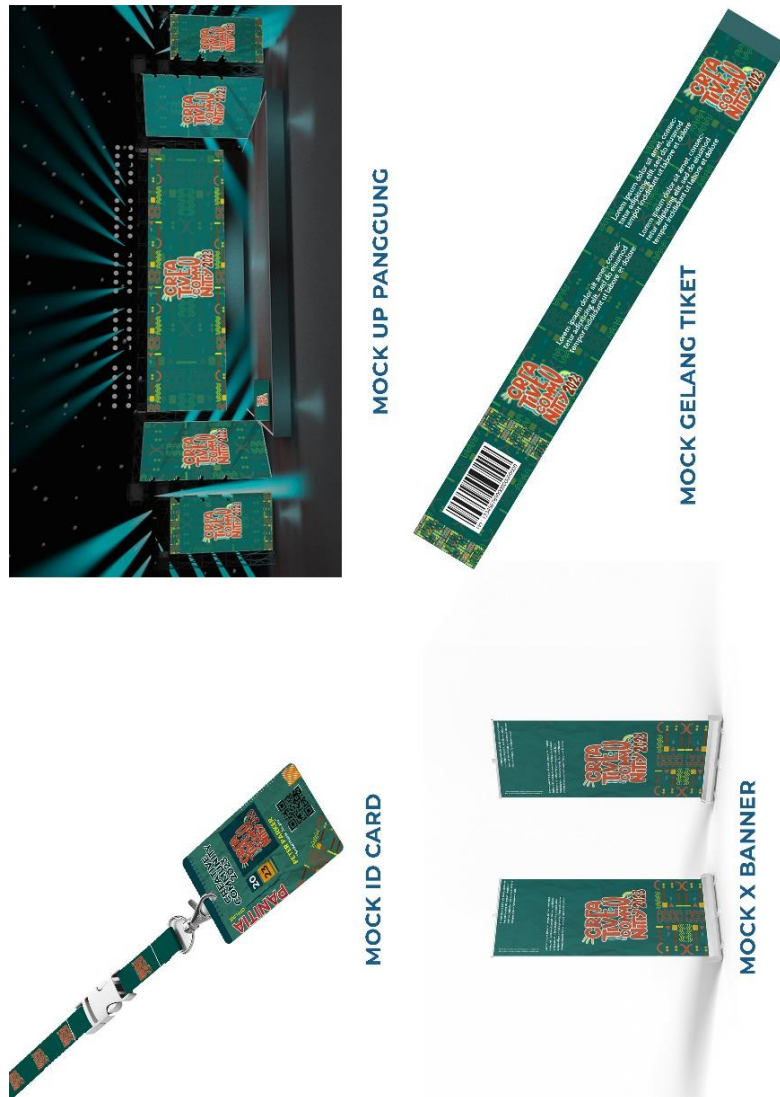
Gambar 7. 1 Dokumentasi foto bersama



Gambar 7. 2 Dokumentasi kegiatan lapangan



Gambar 7. 3 Dokumentasi kegiatan event



Gambar 7. 4 Hasil mockup tugas