

LAPORAN KERJA PRAKTIK

**PENERAPAN ILMU DESAIN
GRAFIS PADA INDUSTRI KESEHATAN
DI RS GRHA HUSADA GRESIK**



Disusun Oleh:

ABDULLAH HANIF SYAKHSHIYYAH (3032010001)

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

2023

LAPORAN KERJA PRAKTIK

**PENERAPAN ILMU DESAIN
GRAFIS PADA INDUSTRI KESEHATAN
DI RS GRHA HUSADA GRESIK**



Disusun Oleh:

ABDULLAH HANIF SYAKHSHIYYAH (3032010001)

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

2023

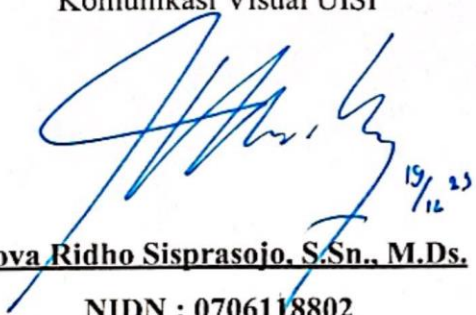
LEMBAR PENGESAHAN

LAPORAN KERJA PRAKTIK
DI RS GRHA HUSADA,
Bagian Pemasaran dan Humas
(Periode : 05 September 2023 s.d 05 Oktober 2023)

Disusun Oleh:

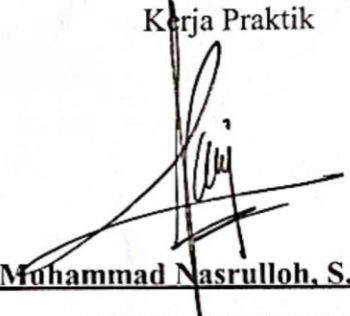
ABDULLAH HANIF SYAKHSHIYYAH (3032010001)

Mengetahui,
Ketua Prodi Desain
Komunikasi Visual UISI



Nova Ridho Sisprasojo, S.Sn., M.Ds.
NIDN : 0706118802

Menyetujui,
Dosen Pembimbing
Kerja Praktik



Muhammad Nasrulloh, S.T., M.T.
NIDN : 0725068701

Mengetahui,
Kepala Pemasaran dan Humas



dr. Lukita Hanggraeni

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas izin, rahmat dan karunia-Nya yang telah membantu penulis sehingga dapat menyelesaikan laporan kerja praktik ini. Laporan kerja praktik yang berjudul "PENERAPAN ILMU DESAIN GRAFIS PADA INDUSTRI KESEHATAN DI RS GRHA HUSADA GRESIK," telah disusun dengan maksud memenuhi salah satu persyaratan akademik untuk menyelesaikan pendidikan dalam program studi Desain Komunikasi Visual di Universitas Internasional Semen Indonesia. Penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih kepada :

1. Bapak Muhammad Nasrulloh, S.T., M.T. selaku Dosen Pembimbing Kerja Praktik.
2. Bapak Nova Ridho Sisprasajo, S.Sn., M.Ds. selaku Ketua Prodi Desain Komunikasi Visual.
3. Ibu dr. Naniek Tri Julaichah Direktur Rumah Sakit Grha Husada Gresik.
4. Ibu dr. Lukita Hanggraeni selaku Kepala bagian Pemasaran & Humas.
5. Achmad Ainul Yaqin selaku Pembimbing Lapangan di Rumah Sakit Grha Husada Gresik.

Laporan kerja praktik ini telah disusun dengan sebaik mungkin oleh penulis. Meskipun demikian, penulis menyadari terdapat kekurangan dalam penyusunan laporan ini, oleh karena itu, penulis menerima kritik dan saran yang konstruktif. Dengan demikian, laporan ini disusun dan penulis berharap bahwa laporan ini dapat bermanfaat serta memberikan panduan di masa yang akan datang.

Gresik, 13 Desember 2023

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR TABEL	viii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Tujuan dan Manfaat	3
1.2.1 Tujuan	3
Umum.....	3
Khusus.....	3
1.2.2 Manfaat	4
1.3 Metodologi Pengumpulan Data	5
1.4 Waktu dan Tempat Pelaksanaan Magang	7
1.5 Nama Unit Kerja Tempat Pelaksanaan Magang	7
BAB II.....	8
PROFIL RUMAH SAKIT GRHA HUSADA GRESIK	8
2.1 Sejarah dan Perkembangan	8
2.2 Visi dan Misi	8
2.2.1 Visi	8
2.2.2 Misi	8
2.3 Lokasi.....	9
2.4 Struktur Organisasi Rumah Sakit.....	9
BAB III	11
KAJIAN PUSTAKA	11
3.1 Desain Komunikasi Visual	11
3.1.1 Unsur – Unsur Desain	11
3.1.2 Prinsip – Prinsip Desain	15

3.2 Media Sosial (Instagram)	17
3.2.1 Fungsi Media Sosial.....	18
BAB IV	19
PEMBAHASAN	19
4.1 Struktur Organisasi Unit Kerja.....	19
4.2 Tugas Unit Kerja.....	19
4.3 Penjelasan Singkat Tentang Tugas Unit Kerja	20
4.4 Jadwal Kerja Praktik.....	20
4.5 Tugas Kerja Praktik.....	21
4.5.1 Tugas Primer	21
4.5.2 Tugas Sekunder	35
BAB V.....	37
PENUTUP.....	37
5.1 Kesimpulan	37
5.2 Saran.....	37
DAFTAR PUSTAKA.....	39
LAMPIRAN	40

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Design thinking	5
Gambar 2.1 Logo rumah sakit grha husada gresik.....	8
Gambar 2.2 Lokasi RS Grha Husada Gresik	9
Gambar 2.3 Struktur Organisasi PT Petro Graha Medika.....	10
Gambar 3.1 Teori warna	11
Gambar 3.2 Tekstur desain	12
Gambar 3.3 Tipografi.....	12
Gambar 3.4 Garis desain	13
Gambar 3.5 Titik desain.....	13
Gambar 3.6 Shape desain.....	14
Gambar 3.7 Space desain	14
Gambar 3.8 Prinsip-prinsip desain.....	15
Gambar 3.9 Instagram.....	17
Gambar 4. 1 Struktur organisasi unit kerja.....	19
Gambar 4.2 Briefing konten hari gigi	22
Gambar 4.3 Proses editing pada after effect konten hari gigi	22
Gambar 4.4 Rendering konten hari gigi.....	23
Gambar 4.5 Capture hasil video hari gigi.....	23
Gambar 4.6 Briefing konten trauma mata.....	24
Gambar 4.7 Proses editing pada after effect konten trauma mata.....	25
Gambar 4.8 Rendering konten trauma mata.....	25
Gambar 4.9 Capture hasil video konten trauma mata.....	26
Gambar 4.10 Briefing konten catering sehat dan hari pangan	26
Gambar 4.11 Proses editing after effect konten catering sehat dan hari pangan ..	27
Gambar 4.12 Rendering konten catering sehat dan hari pangan	28
Gambar 4.13 Capture hasil video konten catering sehat dan hari pangan.....	28
Gambar 4.14 Twibbon desain template	29
Gambar 4.15 Palet warna	29

Gambar 4.16 Eksekusi konten feed	29
Gambar 4.17 Hasil desain konten feeds Instagram.....	31
Gambar 4.18 Sesi pemotretan kalender.....	32
Gambar 4.19 Hasil foto	33
Gambar 4.20 Briefing rangkul jiwa	34
Gambar 4.21 Proses dokumentasi rangkul jiwa	34
Gambar 4.22 Dokumentasi rangkul jiwa	35
Gambar 4.23 Hasil foto bayi	35
Gambar 4.24 Hasil foto kegiatan.....	36

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Tugas harian tim pemasaran & humas	20
Tabel 4.2 Jadwal kerja praktik.....	20
Tabel 4.3 Kegiatan kerja praktik	21

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di dunia sekarang ini, desain komunikasi visual telah menjadi bagian penting dari kehidupan sehari-hari. Dalam semua aspek kehidupan kita, mulai dari periklanan hingga media sosial, komunikasi visual berfungsi sebagai alat yang ampuh untuk menyampaikan pesan, membangun identitas merek, dan memengaruhi persepsi dan emosi audiens. Mahasiswa Desain Komunikasi Visual (DKV) memiliki peran penting dalam mengatasi tantangan kompleks yang muncul dalam masyarakat yang semakin terhubung secara global. Mahasiswa DKV berada di garis depan dalam menciptakan konten visual yang menarik, efektif, dan inovatif. Dalam hal ini, bidang Desain Komunikasi Visual (DKV) memegang peranan penting dalam implementasinya yang mampu menciptakan bahasa visual (bermain gambar), membantu menyampaikan pesan secara efektif, menciptakan identitas merek yang kuat, menginspirasi dan mempengaruhi masyarakat, mendorong perkembangan teknologi dan inovasi.

Rumah Sakit Grha Husada Gresik merupakan lembaga pelayanan kesehatan yang didirikan pada 2 maret 2011, bertugas melayani pasien dengan memberikan fasilitas kesehatan yang terletak di Jl. Padi no 03 komplek perumahan PT Petrokimia Gresik. Rumah Sakit Grha Husada Gresik salah satu anak perusahaan dari PT Petro Graha Medika sebagai naungan hukum sejak 2004. Rumah Sakit Grha Husada Gresik lebih dikenal sebagai rumah sakit yang mengutamakan pelayanan unggulan. Hal ini dibuktikan dengan aktivitas utama Rumah Sakit Grha Husada Gresik pada berbagai layanan unggulan, khususnya poli ceria layanan tumbuh kembang anak dan anak berkebutuhan khusus (ABK), poli pelangi Poli klinik spesialis untuk ibu dan anak. Meliputi Layanan Poli Spesialis Anak, Poli Spesialis Kebidanan & Kandungan, Poli Spesialis Mata, Spesialis Gigi Anak, Poli Vaksin Anak, Poli

Khitan. Dilengkapi dengan fasilitas Ruang Laktasi dan Ruang Bermain Anak serta layanan unggulan VACCINE CENTER yang melayani berbagai macam vaksin untuk bayi hingga dewasa.

RS Grha Husada Gresik juga menjadi tempat pelaksanaan kerja praktik sebagai persyaratan penyelesaian mata kuliah kerja praktik. Dalam kerja praktik ini, penulis bertindak sebagai desainer grafis dan berkolaborasi dengan tim Pemasaran dan Humas untuk memenuhi berbagai kebutuhan sehubungan dengan disiplin ilmu Desain Komunikasi Visual (DKV). Proyek-proyek yang telah penulis selesaikan bertujuan untuk mengatasi masalah dan menyampaikan informasi dengan cara yang kreatif, yang dapat mendukung baik lembaga pelayanan kesehatan maupun masyarakat. Kerja praktik dipahami sebagai kegiatan yang melibatkan kajian praktik kerja di perusahaan, lembaga atau laboratorium yang menerapkan teori yang dipelajari dalam mata kuliah. Di kampus Universitas Internasional Semen Indonesia, kerja praktik merupakan salah satu mata kuliah wajib 2 SKS yang dapat diselesaikan setelah memasuki semester 7 jika beberapa prasyarat yang ada terpenuhi. Selain itu, kerja praktik memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk bekerja langsung di tempat kerja selama masa studinya (terutama bagian dari DKV).

Sehubungan dengan keberadaan di atas, selain syarat gelar, kerja praktik juga diperlukan untuk memperoleh tenaga kerja yang siap dan terampil. Selain itu, mahasiswa mampu bagaimana menciptakan karya yang berharga. Salah satu cara untuk mencapai hal tersebut adalah dengan menyelenggarakan mata kuliah kerja praktik, dimana mahasiswa dapat terjun langsung ke lapangan untuk lebih memahami kondisi perusahaan tempat mahasiswa bekerja, tentunya dengan bimbingan dosen dan kepemimpinan dari perusahaan.

1.2 Tujuan dan Manfaat

1.2.1 Tujuan

Dalam menjalankan program kerja praktik (KP) di RS GRHA HUSADA GRESIK, tentu terdapat tujuan dan keuntungan bagi penulis, baik dalam ranah desain maupun berada dalam lingkungan kerja di lembaga kesehatan. Secara menyeluruh, tujuan dan manfaat dari program kerja praktik adalah sebagai berikut.

Umum

1. Memenuhi persyaratan untuk menyelesaikan gelar sarjana
2. Mengaplikasikan pengetahuan dalam Desain Komunikasi Visual di lingkungan kerja yang telah diperoleh selama studi di perguruan tinggi
3. Memahami metode kerja, mengikuti proses kerja, dan memiliki kemampuan untuk bekerja sama baik secara individu maupun dalam tim.
4. Menyadari peran seorang Desainer Grafis dan kontribusinya dalam lingkungan kerja di instansi kesehatan.

Khusus

1. Untuk memenuhi persyaratan akademik di program studi Desain Komunikasi Visual, harus menyelesaikan jumlah satuan kredit semester (SKS) yang ditetapkan.
2. Membentuk relasi timbal balik yang bermanfaat untuk semua pihak terlibat, termasuk perusahaan, universitas, dan mahasiswa.
3. Mahasiswa memiliki kesempatan untuk mendapatkan pengalaman langsung dalam dunia kerja.
4. Mahasiswa dapat mempraktikkan keterampilan pada potensi dirinya, kemampuan beradaptasi dan keterampilan komunikasi dalam kehidupan kerja.
5. Mahasiswa dapat mengembangkan cara berpikir yang aktif dalam menghadapi masalah yang muncul dalam kehidupan kerja.

1.2.2 Manfaat

Manfaat dari pelaksanaan kerja praktik di RS GRHA HUSADA GRESIK adalah sebagai berikut :

1. Bagi Perguruan Tinggi

- a. Sebagai salah satu cara menjalin kerja sama yang baik antara perusahaan dengan Instansi.
- b. Kerja praktik memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk memperoleh pengalaman langsung dalam dunia kerja yang sesuai dengan bidang studi mereka.
- c. Kerja praktik menawarkan mahasiswa untuk menerapkan teori yang telah dipelajari pada lingkungan perusahaan.

2. Bagi Perusahaan

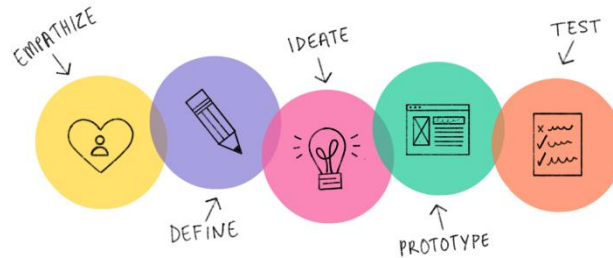
- a. Mahasiswa dapat memberikan ide kreatif dan menyelesaikan permasalahan dalam dunia kerja untuk tetap inovatif.
- b. Dengan bantuan program kerja praktik yang baik, perusahaan dapat membangun citra positif dengan mahasiswa dan instansi.
- c. Mendapatkan pengetahuan baru dengan berbagi dan berkolaborasi dalam sesi brain storming bersama mahasiswa kerja praktik.
- d. Bertukar informasi tentang latar belakang budaya dan demografi mahasiswa kerja praktik.
- e. Membangun hubungan kerjasama yang kuat antara Universitas Internasional Semen Indonesia dan perusahaan.

3. Bagi Mahasiswa

- a. Mahasiswa memiliki kesempatan untuk mengembangkan keterampilan yang relevan.
- b. Mahasiswa dapat membangun hubungan dan jaringan profesional yang baik untuk membantu menemukan pekerjaan.
- c. Kerja praktik menawarkan mahasiswa untuk mendapatkan pengalaman yang berharga sehingga dapat mempelajari proses di perusahaan atau area

kerja tertentu, belajar tentang proses kerja dan mendapatkan gambaran tentang persyaratan dan tanggung jawab pekerjaan.

1.3 Metodologi Pengumpulan Data



Gambar 1.1 Design thinking

RS Grha Husada Gresik menerapkan suatu metode dalam perencanaan proyek yang diberikan kepada penulis selama kerja praktik. Metode *design thinking* merupakan suatu pendekatan inovatif dalam RS Grha Husada Gresik untuk menerapkan proses perencanaan proyek yang menekankan pada interaksi empatik. Metode *design thinking* melibatkan lima tahapan, yaitu *emphatize*, *define*, *ideation*, *prototype*, dan *test*. Serta menerapkan proses pengerjaan dengan beberapa langkah yaitu *briefing*, *research*, pengumpulan data, serta serangkaian tahapan lainnya. Setelah data terkumpul, langkah selanjutnya mencakup pembuatan moodboard, sketsa, digitalisasi, revisi, dan eksekusi akhir. Penjelasan detail dari setiap tahap tersebut adalah sebagai berikut :

1. *Briefing*

Tahapan *briefing* merupakan langkah awal di mana penulis memperoleh informasi terkait proyek atau tugas yang akan diberikan dari pembimbing lapangan di kantor dan beberapa kali juga langsung dari kepala pemasaran.

2. *Research*

Setelah menerima *brief* pada tahap awal, langkah berikutnya adalah melakukan *research* untuk memperoleh berbagai ide kreatif dan inovatif yang dapat digunakan dalam memvisualisasikan proyek atau tugas tersebut. Hal ini termasuk mencari referensi yang sesuai dengan petunjuk atasan atau

kebutuhan proyek.

3. *Moodboard*

Tahap *moodboarding* merupakan kelanjutan dari proses *research*. Pada tahap ini, dibuat suatu acuan desain untuk sebuah proyek. *Moodboarding* melibatkan penyusunan elemen desain seperti palet warna, gambar referensi yang mencakup suasana, warna, dan tema, sehingga hasil desain dapat terlihat secara keseluruhan.

4. Sketsa

Setelah menemukan *moodboard* yang sesuai, langkah berikutnya adalah mengembangkan sketsa dari konsep desain yang kemudian akan diubah menjadi bentuk digital.

5. Digitalisasi

Proses digitalisasi merupakan langkah mengubah dari bentuk analog ke bentuk digital. Pada tahap ini, sketsa yang telah dibuat akan diubah menjadi format digital menggunakan perangkat lunak desain seperti Corel Draw, Adobe Illustrator, Adobe Photoshop, dan sejenisnya.

6. Revisi

Tahap revisi melibatkan koreksi ulang pada desain yang telah diubah menjadi bentuk digital. Proses revisi ini terkait dengan *feedback* dari atasan terkait desain tersebut. Atasan dapat memberikan permintaan tambahan untuk mengubah beberapa elemen, namun perubahan tersebut tidak bersifat menyeluruh.

7. Eksekusi

Tahap eksekusi merupakan tahap final saat desainer mulai mengkonsepkan ide kreatif dan pemikiran menjadi karya grafis. Proses eksekusi memerlukan kemampuan visualisasi serta keterampilan desain yang sesuai dengan prinsip-prinsip desain.

8. Publikasi

Langkah terakhir melibatkan publikasi dari hasil desain final, dimana ini adalah usaha untuk menyebarkan informasi yang bermanfaat dari desain yang telah selesai dibuat.

1.4 Waktu dan Tempat Pelaksanaan Magang

Lokasi : Jl. Padi No.03 Komplek Perumahan PT Petrokimia Gresik

Waktu : 05 September – 05 Oktober 2023

1.5 Nama Unit Kerja Tempat Pelaksanaan Magang

Unit kerja : Pemasaran dan Humas

BAB II

PROFIL RUMAH SAKIT GRHA HUSADA GRESIK

2.1 Sejarah dan Perkembangan



Gambar 2.1 Logo rumah sakit grha husada gresik

Rumah sakit Grha Husada Gresik merupakan salah satu anak perusahaan dari PT Petro Graha Medika sebagai naungan hukum sejak tahun 2004. Rumah sakit Grha Husada Gresik telah ditetapkan sebagai rumah sakit umum kelas D oleh Kementerian Kesehatan RI No : HK/02.03/I/1888/2013 pada tanggal 25 Oktober 2013 di Jakarta dan mulai beroperasi pada tanggal 31 Desember 2013 oleh keputusan Bupati Gresik.

2.2 Visi dan Misi

Sebagai rumah sakit umum kelas D RS Grha Husada Gresik memiliki visi dan misi untuk mencapai tujuan. Adapun visi dan misinya sebagai berikut :

2.2.1 Visi

Menjadi Rumah Sakit Unggulan Utama Masyarakat di Wilayah Gresik dan Sekitarnya.

2.2.2 Misi

1. Menciptakan pelayanan kesehatan unggulan kepada masyarakat industri dan umum.
2. Menyediakan fasilitas perawatan kesehatan yang nyaman dan sesuai standar.

3. Mengelola rumah sakit sebagai unit bisnis yang kompetitif dengan mempertahankan peran sosial.
4. Meningkatkan kompetensi, dedikasi, dan kesejahteraan karyawan rumah sakit.
5. Membantu perusahaan pelanggan dalam upaya efektif dan efisien pada pengelolaan dan pemeliharaan kesehatan.

2.3 Lokasi

Jl. Padi No.03 Komplek Perumahan PT Petrokimia Gresik, Tlogopojok, Kroman, Kec. Gresik, Kabupaten Gresik, Jawa Timur 61118.



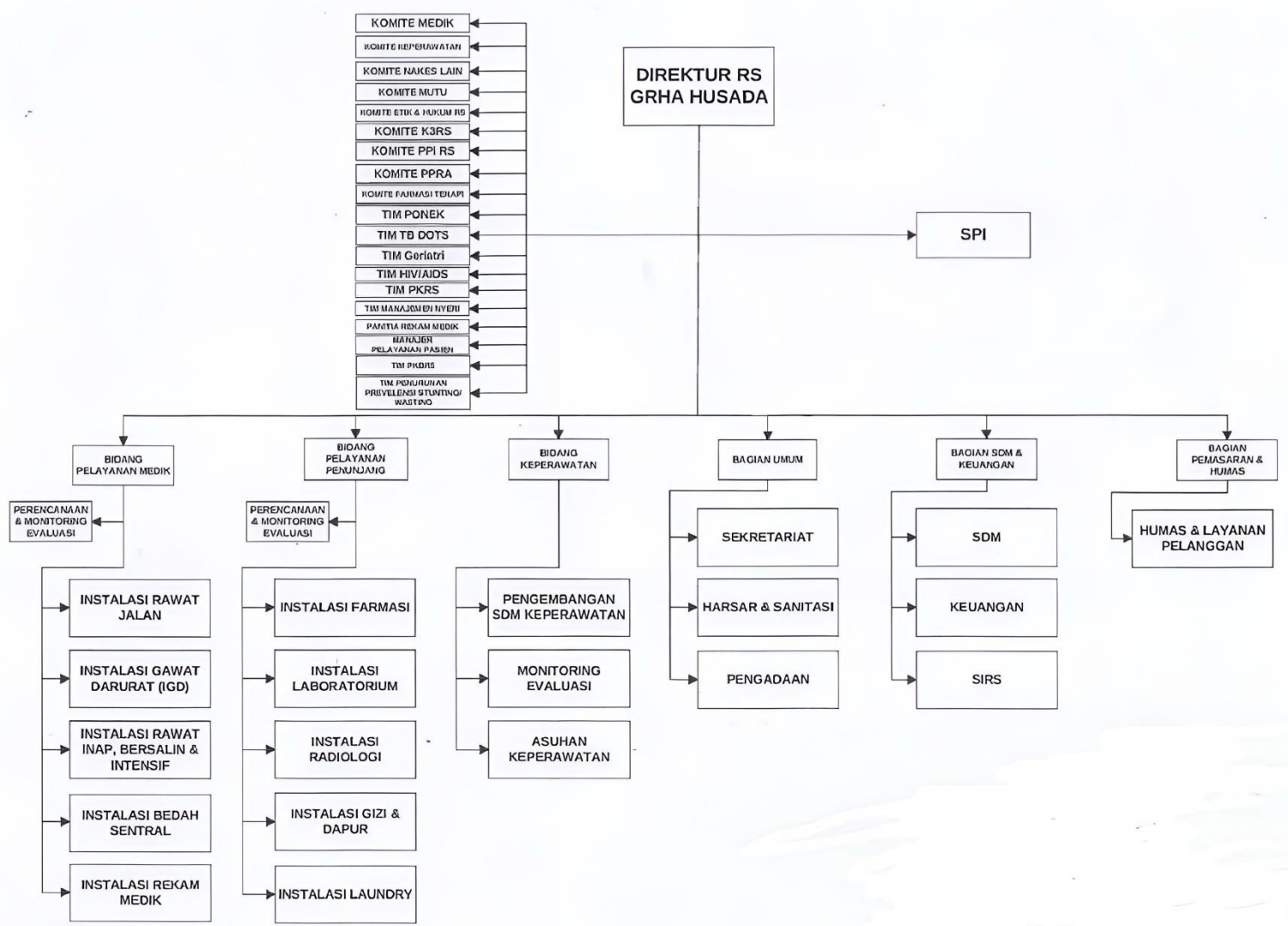
Gambar 2.2 Lokasi RS Grha Husada Gresik

2.4 Struktur Organisasi Rumah Sakit

Sesuai lampiran SK Direksi PT Petro Graha Medika tentang struktur organisasi Rumah Sakit Grha Husada Gresik.

Nomor : 022/07/LI.00.01/SK/PGM/2022

Tanggal : 01 Juli 2023



Gambar 2.3 Struktur Organisasi PT Petro Graha Medika

BAB III

KAJIAN PUSTAKA

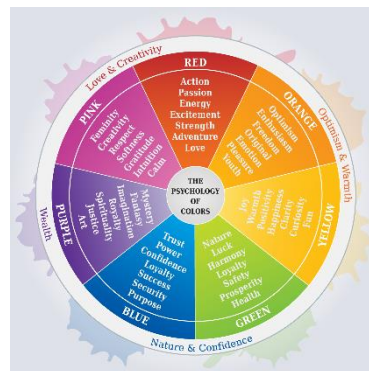
3.1 Desain Komunikasi Visual

Desain Komunikasi Visual merupakan disiplin ilmu yang bertujuan untuk memahami konsep komunikasi dan ekspresi kreatif melalui berbagai media guna menyampaikan pesan dan ide kreatif secara visual. Hal ini dilakukan dengan mengelola elemen-elemen grafis, seperti bentuk dan gambar, tata letak huruf, serta memahami psikologi warna dan tata letak (*layout*). Melalui pendekatan ini, ide kreatif dapat efektif disampaikan kepada audiens atau kelompok yang menjadi target penerima pesan (Kusrianto, 2007).

Menurut Manshur (2013), Desain Komunikasi Visual telah merambah berbagai bidang, termasuk seni, industri, politik publik, organisasi acara, dan komunikasi massa. Desain Komunikasi Visual dianggap sebagai strategi untuk mengomunikasikan ide melalui karya visual kepada target tertentu, seperti meningkatkan citra suatu produk.

3.1.1 Unsur – Unsur Desain

1. Warna

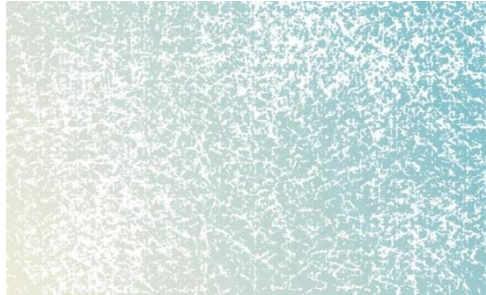


Gambar 3.1 Teori warna

Warna merupakan elemen yang sangat kuat dalam merangsang sensitivitas penglihatan, mampu memicu timbulnya perasaan seperti kebahagiaan, kesedihan, kegembiraan, semangat, dan lain sebagainya

(Kusrianto, 2009).

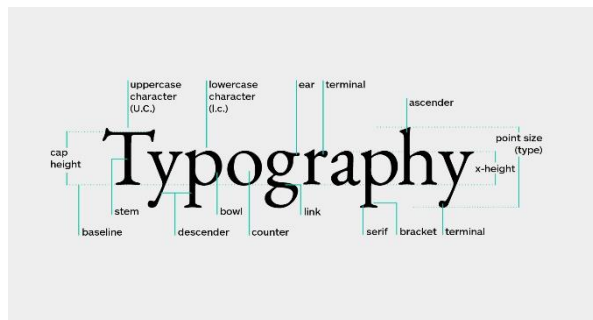
2. Tekstur



Gambar 3.2 Tekstur desain

Tekstur menandakan pada tingkat kekasaran atau kehalusan permukaan suatu objek. Tekstur dapat bersifat konkret atau tidak nyata (tekstur semu). Pemanfaatan tekstur seringkali dilakukan untuk mengatur keseimbangan dan menciptakan kontras. Di dalam komputer, terdapat beragam citra tekstur dan pola yang tersedia (Supriyono, 2010).

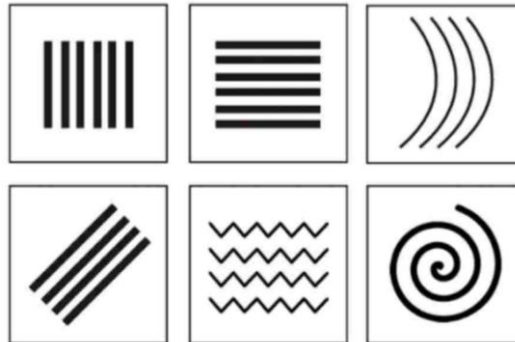
3. Tipografi



Gambar 3.3 Tipografi

Dalam bukunya yang berjudul “Pengantar Tipografi,” Dendi Sudiana (2001) menyatakan bahwa gambar merupakan elemen grafis yang dapat dibaca dengan mudah. Namun, dalam membimbing pemahaman pembaca terhadap pesan atau ide, kata-kata yang terbentuk dari huruf-huruf lah yang memainkan peran utama.

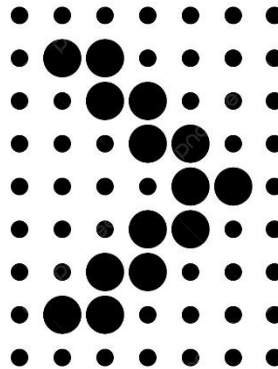
4. Garis



Gambar 3.4 Garis desain

Unsur garis mencakup titik atau poin yang saling terkoneksi, membentuk berbagai jenis gambar garis seperti garis lurus, lengkung, zigzag, tidak teratur, horizontal, vertikal, dan diagonal.

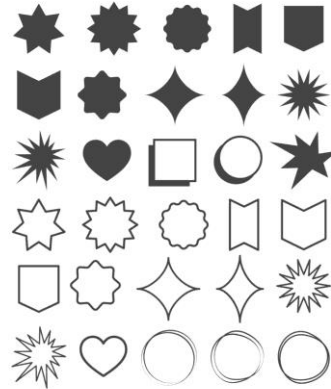
5. Titik



Gambar 3.5 Titik desain

Titik merupakan suatu entitas kecil yang tidak memiliki dimensi. Biasanya, titik disajikan dalam bentuk kelompok dengan variasi dalam jumlah, susunan, dan kepadatan tertentu. Titik memiliki potensi untuk membentuk bentuk atau wujud apabila diperkuat dengan unsur-unsur seperti gerak, sinar, dan warna.

6. Bidang



Gambar 3.6 Shape desain

Shape adalah suatu bentukan yang dapat berwujud sebagai lingkaran, kotak, segitiga, atau bentuk lain yang memiliki dimensi tinggi dan lebar.

7. Ruang



Gambar 3.7 Space desain

Space atau jarak antara elemen-elemen yang ada dalam desain grafis, seperti objek, latar belakang, dan teks. Hubungan antar elemen ini perlu disesuaikan dengan ruangnya agar desain dapat mencapai hasil maksimal, memberikan kesan menarik, dan terlihat profesional bagi pengamat.

3.1.2 Prinsip – Prinsip Desain



Gambar 3.8 Prinsip-prinsip desain

1. Kesatuan (*Unity*)

Prinsip pertama dalam desain adalah kesatuan, yang merupakan salah satu prinsip dasar yang sangat penting dalam desain grafis. Jika kesatuan tidak diterapkan dalam suatu karya desain, maka hasilnya akan terlihat berantakan dan tidak estetik. Prinsip kesatuan dalam komposisi mengharuskan seluruh bagian suatu bentuk memiliki keterkaitan yang erat, agar dapat tercipta melalui hubungan antar bentuk, sehingga terciptalah prinsip keterhubungan. Penerapan prinsip kesatuan pada hakikatnya menerapkan elemen-elemen desain dipadukan dalam satu objek, sehingga menimbulkan kesan menyatu atau termasuk dalam satu properti bersama.

2. Keseimbangan (*Balance*)

Keseimbangan visual dapat dijelaskan sebagai kondisi dimana elemen-elemen desain memiliki suatu bentuk yang setara, baik secara horizontal (kanan-kiri) maupun vertikal (atas-bawah). Elemen-elemen desain yang dapat mempengaruhi keseimbangan antara lain bentuk, tekstur, nilai, ukuran, dan warna. Tujuan dari menciptakan keseimbangan dalam

desain adalah agar pengamat dapat melihatnya dengan nyaman. Keseimbangan terbagi menjadi dua jenis, yaitu keseimbangan simetris dan keseimbangan asimetris.

- a. Keseimbangan simetris (*formal balance*) merupakan susunan elemen yang disusun terpusat dari sisi pusat atas ke bawah atau dari kiri ke kanan. Keseimbangan ini bersifat sederhana dan formal.
- b. Keseimbangan asimetris (*informal balance*) adalah susunan komposisi yang berbeda-beda dengan berat yang sama dari susunan komposisi pada setiap sisi halaman. Keseimbangan asimetris sering kali digunakan untuk desain kontemporer atau desain modern.

3. Proporsi (*Proportion*)

Prinsip desain juga harus mengikuti kaidah proporsi, khususnya perbandingan ukuran untuk membandingkan panjang dan lebar, antara gambar dan area gambar. Untuk membuat desain yang proporsional, Anda dapat menggunakan kotak untuk membuat bingkai dengan margin, kolom, dan spasi untuk menciptakan harmoni.

4. Irama (*Rythm*)

Prinsip berikutnya adalah prinsip irama, prinsip tersebut mengacu pada pola pengulangan yang terjadi secara teratur, terbentuk oleh elemen-elemen yang berbeda. Irama memiliki kemampuan untuk mengarahkan mata agar mengikuti pergerakan objek. Dalam konteks desain, prinsip irama sebenarnya adalah hubungan pengulangan dari berbagai bentuk dan elemen visual yang membentuk inti dari ritme visual.

5. Kontras (*Contras*)

Tak kalah pentingnya, ada satu hal yang perlu dihindari ketika elemen desain pada satu halaman terlihat sama atau serupa, hal tersebut dapat diartikan sebagai kontras. Kontras tercipta dari berbagai hal yang berbeda, perbedaan tersebut dapat dilihat pada warna, ukuran, bentuk, dan sebagainya. Terkadang, kontras secara elemen visual yang paling menarik perhatian orang saat melihat suatu halaman.

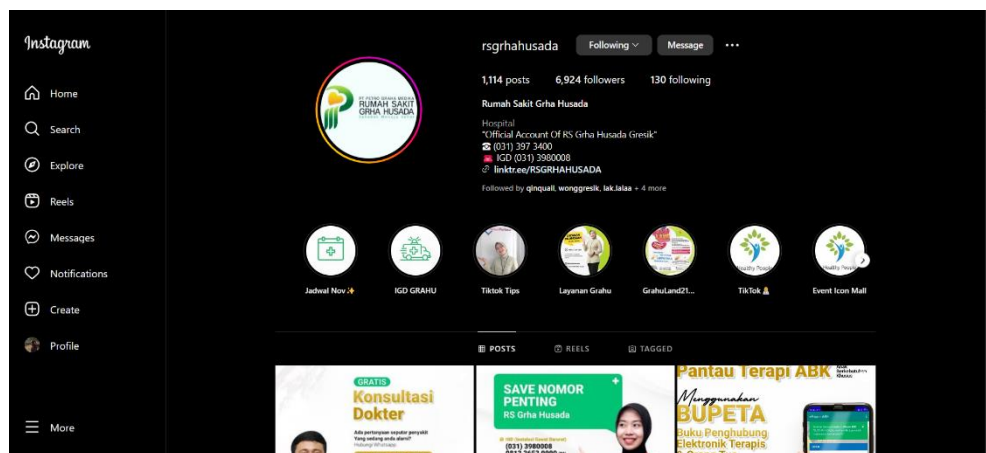
6. Harmoni

Selain itu, prinsip harmoni atau keserasian menjadi salah satu faktor yang bertujuan untuk memastikan bahwa suatu desain tidak terlihat ramai sehingga memberikan kesan yang kuat, dinamis dan mampu menarik perhatian.

7. Penekanan (*Emphasis*)

Prinsip akhir dalam desain adalah penekanan, yang menandakan adanya elemen atau aspek yang menjadi pusat perhatian utama atau fokus. Dalam konteks penekanan, tata letak menjadi faktor kunci untuk menarik perhatian orang yang melihatnya.

3.2 Media Sosial (Instagram)



Gambar 3.9 Instagram

Instagram merupakan media sosial yang memberikan layanan untuk para pengguna berbagi foto atau video secara online. Instagram dapat mengunggah foto dengan menggunakan jaringan internet, sehingga informasi yang disampaikan dapat diterima dengan cepat. Setelah diluncurkan pada tahun 2010, Instagram dengan cepat mendapatkan popularitas, dengan satu juta pengguna terdaftar dalam dua bulan, 10 juta dalam setahun dan akhirnya 800 juta pada September 2017.

Menurut Van Dijk (2013) yang dikutip oleh Fuchs dalam Nasrullah (2015:11), media sosial merupakan komunikasi yang menekankan pada

keberadaan pengguna dengan memberikan mereka kesempatan untuk untuk beraktivitas dan berkolaborasi. Dengan demikian, kita dapat melihat bahwa media sosial berperan sebagai sarana online (fasilitator) yang memperkuat interaksi antar pengguna dan sebagai wadah untuk menciptakan ikatan sosial. Media sosial mengajak semua yang pihak yang berkepentingan untuk berpartisipasi dengan memberikan kontribusi secara terbuka, memberikan komentar, serta berbagi informasi dengan cepat dan tanpa batas waktu.

Media sosial, khususnya Instagram, mengajak siapa pun yang tertarik untuk berpartisipasi dengan memberikan kontribusi terbuka, memberikan komentar, dan berbagi informasi dengan cepat dan tanpa batas waktu. Media sosial memiliki karakteristik di mana pesan yang disampaikan tidak hanya ditujukan untuk satu individu saja, tetapi dapat mencapai berbagai banyak orang.

3.2.1 Fungsi Media Sosial

1. Komunikasi

Fungsi utama dari media sosial adalah untuk melakukan komunikasi. Dengan hadirnya media sosial, siapa pun dapat berkumpul dan membentuk interaksi komunikasi tanpa adanya batasan waktu dan geografi.

2. Marketing

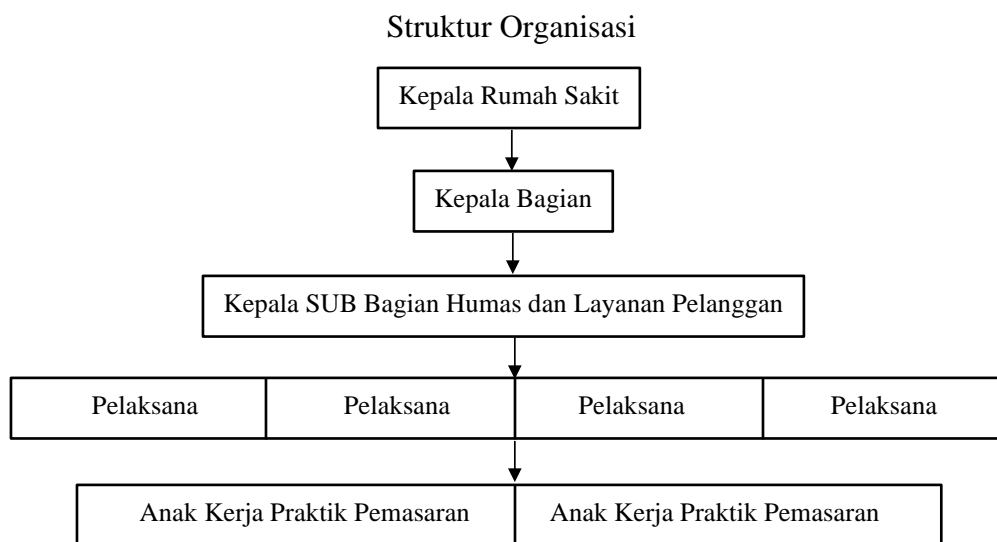
Media sosial bisa dimanfaatkan untuk keperluan marketing atau pemasaran. Sebagai platform yang umumnya digunakan, media sosial berhasil menciptakan layanan yang mempermudah para pebisnis dalam mencapai audiens yang lebih luas. Menurut Michael Cross (2013), media sosial juga dapat dipergunakan untuk kegiatan pemasaran dan berinteraksi melalui pesan berbasis web. Karena internet terus berkembang, berbagai teknologi dan fitur yang tersedia untuk pengguna juga mengalami perubahan.

BAB IV

PEMBAHASAN

4.1 Struktur Organisasi Unit Kerja

Berikut merupakan struktur organisasi bagian Pemasaran dan Humas RS Grha Husada Gresik. Pada kerja praktik penulis ditempatkan pada bagian Pemasaran dan Humas RS Grha Husada Gresik.



Gambar 4. 1 Struktur organisasi unit kerja

4.2 Tugas Unit Kerja

Tugas peserta kerja praktik di RS Grha Husada Gresik yaitu di Bidang Pemasaran dan Humas untuk membuat PKRS atau biasa disebut Promosi Kesehatan Rumah Sakit. Pada Bidang Pemasaran dan Humas berhubungan dengan Desain Komunikasi Visual seperti pembuatan konten pada Instagram @rsgrhahusada, lalu beberapa kebutuhan grafis, pembuatan foto maupun video serta mengikuti kegiatan di luar kota.

4.3 Penjelasan Singkat Tentang Tugas Unit Kerja

Pelaksanaan kerja praktik ini sesuai dengan pemahaman Desain Komunikasi Visual yang telah diperoleh selama 6 semester. Proses kegiatan kerja praktik di RS Grha Husada Gresik dimulai dengan pengenalan perusahaan dan pemahaman alur kerjanya. Selanjutnya, peserta diberikan pembekalan dan briefing mengenai beberapa tugas yang akan diberikan selama satu bulan kerja praktik di Pemasaran dan Humas diantaranya :

Tabel 4.1 Tugas harian tim pemasaran & humas

Tugas Harian Tim Pemasaran dan Humas
• Desain feeds Instagram
• Pembuatan <i>Motion Graphic</i> konten video PKRS
• Pembuatan aset foto kalender 2024
• Foto Dokumentasi program Rangkul Jiwa

4.4 Jadwal Kerja Praktik

Kegiatan kerja praktik dilaksanakan selama 1 bulan tepatnya di Pemasaran dan Humas diantaranya, berikut adalah jadwal pelaksanaan kerja praktik :

Tabel 4.2 Jadwal kerja praktik

Hari Kerja	Jam Masuk	Jam Pulang
Senin	07.00 WIB	16.00 WIB
Selasa	07.00 WIB	16.00 WIB
Rabu	07.00 WIB	16.00 WIB
Kamis	07.00 WIB	16.00 WIB
Jum'at	07.00 WIB	16.00 WIB
Sabtu & Minggu	LIBUR	

Tabel 4.3 Kegiatan kerja praktik

Kegiatan Kerja Praktik	Minggu ke-			
	1	2	3	4
Pengenalan perusahaan dan sistem kerja				
Briefing project dan pengenalan project kerja				
Proses kerja				

4.5 Tugas Kerja Praktik

4.5.1 Tugas Primer

Fokus utama dalam pelaksanaan kerja praktik di RS Grha Husada Gresik adalah tugas primer, yang terdiri dari pembuatan desain feeds Instagram, produksi foto dan video *Motion Graphic*.

1. Pembuatan *Motion Graphic* konten video PKRS

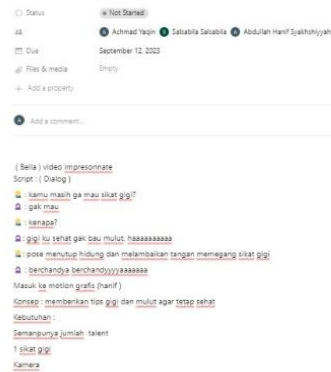
Pada pengerjaan *Motion Graphic* konten video PKRS penulis mendapatkan tugas berupa konten video reels, tugas ini dilakukan beberapa tahapan yaitu :

- **Memperingati Hari Kesehatan Gigi dan Mulut Nasional**

- a. *Briefing* dari video *Motion Graphic*

Dalam sesi *briefing* awal, pembimbing lapangan meminta pembuatan konten video serta membuat cover dalam memperingati hari kesehatan gigi dan mulut nasional dengan konsep video *portrait* serta terdapat sentuhan *Motion Graphic*. Video tersebut menggunakan materi yang telah ditentukan oleh atasan bagian Pemasaran dan Humas.

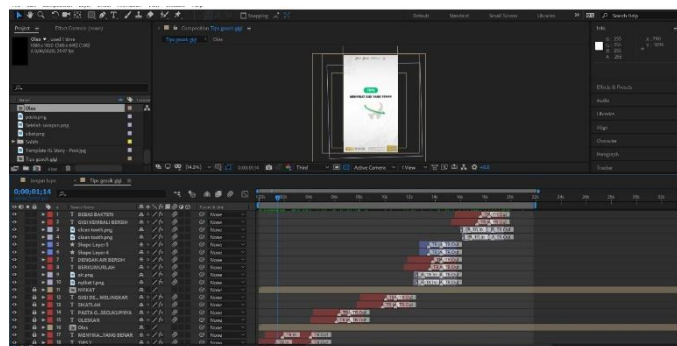
Hari Kesehatan Gigi dan Mulut Nasional



Gambar 4.2 Briefing konten hari gigi

b. Proses editing

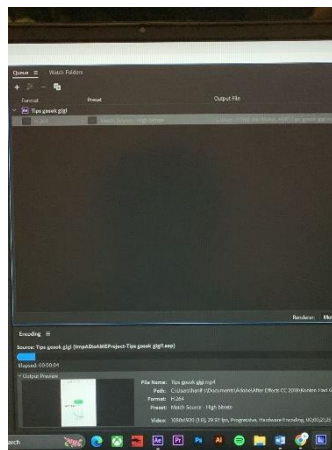
Langkah berikutnya adalah proses *editing* setelah memiliki ide kreatif dan mengumpulkan aset visual. Pada video ini sudah melalui tahap *editing offline* oleh rekan kerja praktik lainnya, Langkah berikutnya yakni *editing online* dengan membuat *Motion Graphic* pada materi yang telah ada disatukan sesuai *moodboard*. Penulis menggunakan Adobe After Effects sebagai *tools editing*, termasuk untuk animasi dalam proses pengerjaan dan Adobe Photoshop untuk cover dan aset visual. Berikut adalah proses pengerjaannya.



Gambar 4.3 Proses editing pada after effect konten hari gigi

c. *Finishing*

Setelah melalui proses *editing* hingga *rendering*, langkah berikutnya adalah melakukan *preview* hasil kepada pembimbing lapangan untuk pengecekan dan persetujuan dari atasan. Berikut adalah hasil akhir dari *motion graphic* video :



Gambar 4.4 Rendering konten hari gigi

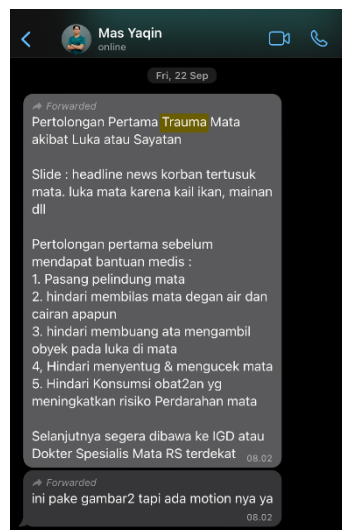


Gambar 4.5 Capture hasil video hari gigi

- **Pertolongan Pertama Trauma Mata Akibat Luka**

- a. *Briefing* dari video *Motion Graphic*

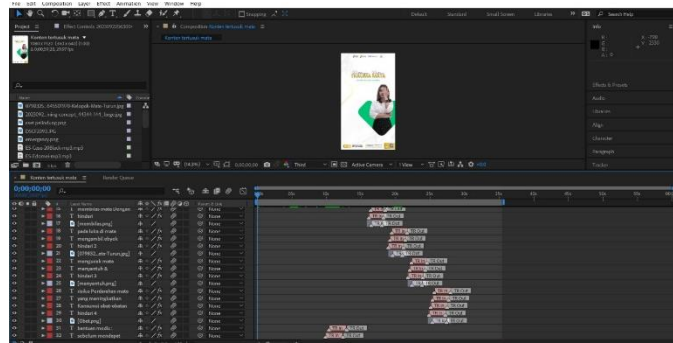
Briefing awal atasan Pemasaran dan Humas memberikan tugas untuk pembuatan video gerak (*Motion Graphic*) serta membuat cover mengenai Pertolongan Pertama Trauma Mata Akibat Luka dengan menggunakan materi yang telah ditentukan oleh atasan bagian Pemasaran dan Humas.



Gambar 4.6 Briefing konten trauma mata

- b. Proses *editing*

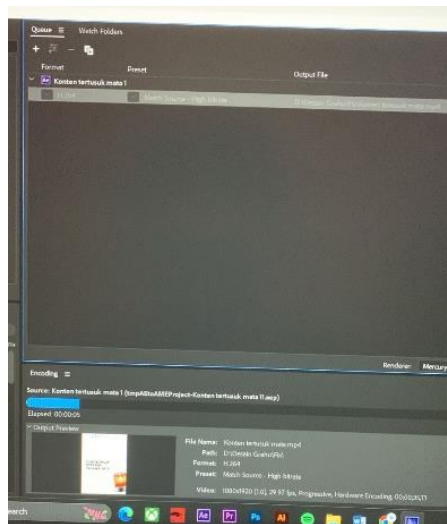
Tahapan selanjutnya adalah proses *editing* yang dimana penulis telah memiliki ide kreatif dan mengumpulkan aset visual. Pada tahap ini, materi yang telah diberikan akan disatukan dengan aset visual sesuai *moodboard*. Penulis menggunakan Adobe After Effects sebagai *tools editing*, termasuk untuk animasi dalam proses pengerjaan dan Adobe Photoshop untuk cover dan aset visual. Berikut adalah proses pengerjaannya.



Gambar 4.7 Proses editing pada after effect konten trauma mata

c. *Finishing*

Pada tahap ini, penulis melakukan *preview* hasil kepada pembimbing lapangan untuk pengecekan dan persetujuan dari atasan. Berikut adalah hasil akhir dari *motion graphic* video :



Gambar 4.8 Rendering konten trauma mata



Gambar 4.9 Capture hasil video konten trauma mata

- **Catering Grha Husada dan Memperingati Hari Pangan Nasional**

- a. *Briefing* dari video *Motion Graphic*

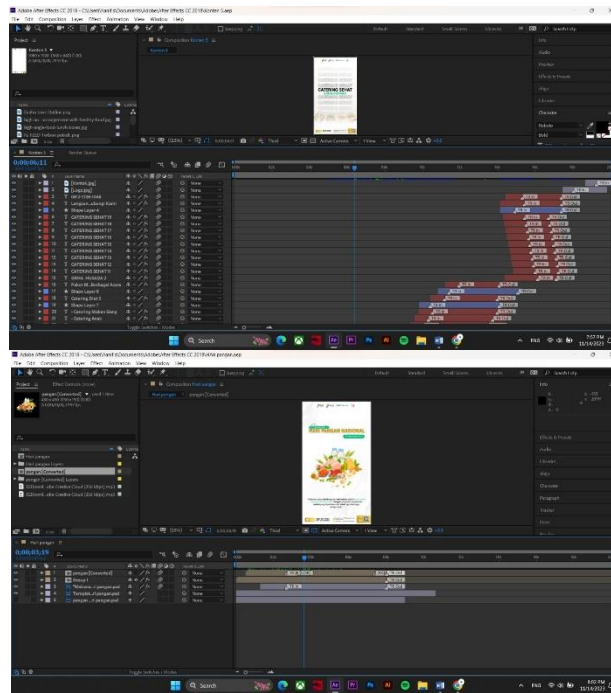
Dalam sesi *briefing* awal, pembimbing lapangan meminta pembuatan konten video *Motion Graphic* serta covernya tentang Catering Grha Husada dan Memperingati Hari Pangan Nasional. Video tersebut menggunakan materi yang telah ditentukan oleh atasan bagian Pemasaran dan Humas.



Gambar 4.10 Briefing konten catering sehat dan hari pangan

b. Proses *editing*

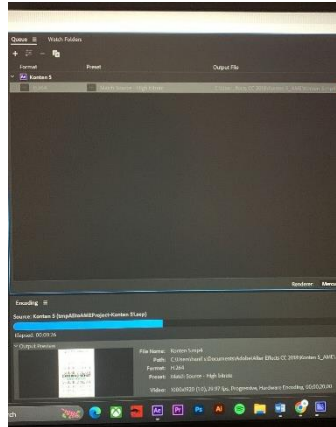
Tahap selanjutnya adalah proses *editing* setelah memiliki ide kreatif dan mengumpulkan aset visual. Tahap ini menyatukan materi yang ada dengan aset visual sesuai *moodboard*. Penulis menggunakan Adobe After Effects sebagai *tools editing*, termasuk untuk animasi dalam proses pengerjaan dan Adobe Illustrator untuk aset visual. Berikut adalah proses pengerjaannya.



Gambar 4.11 Proses editing after effect konten catering sehat dan hari pangan

c. *Finishing*

Setelah melalui proses *editing* hingga *rendering*, langkah berikutnya adalah melakukan *preview* hasil kepada pembimbing lapangan untuk pengecekan dan persetujuan dari atasan. Berikut adalah hasil akhir dari *motion graphic video* :



Gambar 4.12 Rendering konten catering sehat dan hari pangan



Gambar 4.13 Capture hasil video konten catering sehat dan hari pangan

2. Desain Feeds Instagram (@rsgrhahusada)

Dalam pembuatan desain konten *feeds* Instagram, penulis diberi tugas untuk mendesain konten sosial media Instagram di akun @rsgrhahusada yang merupakan akun official rumah sakit dengan jumlah 10 desain.

a. Briefing konten *feeds*

Sebelum memulai proses desain konten *feeds* Instagram, peserta kerja praktik diberikan acuan desain seperti palet warna dan beberapa logo *watermark*. Materi kontennya sudah disediakan oleh tim Pemasaran dan Humas. Lalu langkah selanjutnya adalah mengumpulkan aset desain yang diambil dari penyedia aset desain di web.



Gambar 4.14 Twibbon desain template



Gambar 4.15 Palet warna

b. Proses Desain

Dalam tahap proses desain postingan Instagram, penulis menggunakan alat desain Adobe Photoshop untuk membuat desain grafis. Selanjutnya akan melakukan asistensi dari pembimbing lapangan untuk mendapatkan masukan terkait visualisasi dari desain tersebut.

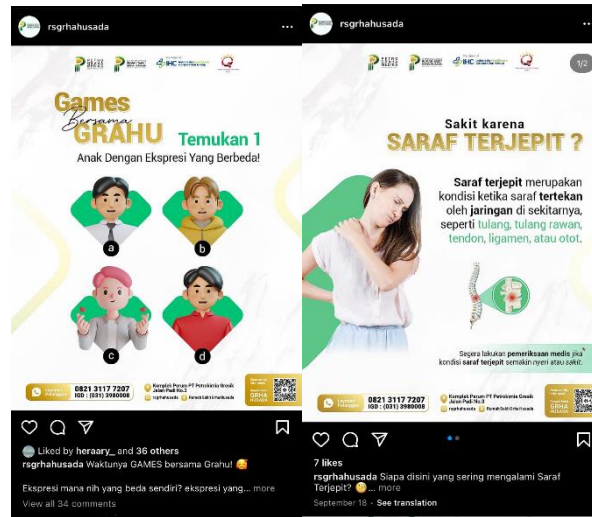


Gambar 4.16 Eksekusi konten feed

c. *Finishing*

Setelah desain di *export*, penulis melakukan preview dengan pembimbing lapangan untuk dicek dan disetujui oleh atasan di bagian pemasaran dan humas. Setelah mendapatkan persetujuan, desain final siap untuk dijadikan postingan *feeds* Instagram, lengkap dengan penambahan *caption* dan penggunaan *hashtag* yang sesuai. Berikut adalah hasil postingan di akun Instagram @rsgrhahusada :





Gambar 4.17 Hasil desain konten feeds Instagram

3. Pembuatan Aset Foto Kalender 2024

Sehubungan dengan adanya rencana pembuatan kalender tahun 2024 untuk RS Grha Husada Gresik, penulis diberi tugas untuk melakukan sesi pemotretan dengan konsep yang telah disesuaikan, nantinya akan digunakan sebagai foto pada kalender tersebut.

a. Briefing

Atasan Pemasaran dan humas memberikan tugas foto kalender 2024 RS Grha Husada Gresik. Penulis melakukan riset melalui internet untuk mencari referensi ide konsep foto terkait rumah sakit, setelah itu akan disesuaikan dengan aset lokasi yang cocok dengan konsep tersebut.

b. Proses pengerjaan

Pada tahap proses pengerjaan, penulis langsung melakukan pemotretan menggunakan kamera mirrorless dan survei lokasi dilakukan bersama atasan di bagian pemasaran dan humas. Berikut adalah proses dari sesi pemotretan tersebut.



Gambar 4.18 Sesi pemotretan kalender

c. *Finishing*

Pada tahap akhir ini, penulis melakukan pengeditan pada hasil foto yang dihasilkan dari sesi pemotretan untuk memastikan kesesuaian dengan konsep, termasuk penyatuan tone warna dan melakukan retouch foto.





Gambar 4.19 Hasil foto

4. Foto Dokumentasi Program Rangkul Jiwa

Dalam rangka kerjasama antara Petrokimia Gresik dan RS Grha Husada Gresik melalui program “Rangkul Jiwa,” terdapat inisiatif positif yang memberikan dampak baik kepada masyarakat Gresik. Sepuluh Orang Dengan Gangguan Jiwa (ODGJ) telah menerima terapi sosial berkelompok sebagai bagian dari program ini. Tugas penulis adalah mendokumentasikan foto kegiatan tersebut sebagai bukti pelaksanaan program.

a. *Briefing*

Briefing awal atasan pemasaran dan humas memberikan tugas untuk mendokumentasikan program Rangkul Jiwa dengan cara Foto dan Video portrait.



Gambar 4.20 Briefing rangkul jiwa

b. Proses Dokumentasi

Proses dokumentasi program Rangkul Jiwa selama lima pekan, penulis menggunakan Handphone untuk sesi foto.



Gambar 4.21 Proses dokumentasi rangkul jiwa

c. Hasil Dokumentasi

Setelah penulis melakukan dokumentasi, setelah itu langsung mengupload di G-Drive dan berikut hasilnya:



Gambar 4.22 Dokumentasi rangkul jiwa

4.5.2 Tugas Sekunder

Tugas sekunder merupakan beberapa tugas yang telah diberikan di luar dari tugas utama. Dalam konteks tugas sekunder ini, penulis diberi tugas untuk kegiatan seperti melakukan sesi foto bayi dan mengambil foto dokumentasi kegiatan.

1. Sesi Foto Bayi

Beberapa aktivitas lain yakni kegiatan sesi *photoshoot* untuk bayi yang baru lahir, dengan hasil foto cetak yang kemudian diberikan sebagai souvenir dalam bingkai.



Gambar 4.23 Hasil foto bayi

2. Foto Kegiatan

Penulis melakukan foto kegiatan vaksinasi Petrokimia *Health Fest* di Gor Tri Dharma Petrokimia, kegiatan CSR Petrokimia *Bugar Academy* di Gor Tri Dharma Petrokimia, dan kegiatan Bakti Sosial Petrokimia di Babat, Lamongan.



Gambar 4.24 Hasil foto kegiatan

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan yang didapat setelah satu bulan kerja praktik adalah mahasiswa berkesempatan merasakan langsung suasana kerja dengan menerapkan kemampuan desain komunikasi visualnya, khususnya sebagai bagian dari tim pemasaran dan humas RS Graha Husada Gresik. Mahasiswa banyak mendapatkan hal baru melalui program kerja praktik ini serta dapat mengaplikasikan ilmu yang telah dipelajarinya selama waktu perkuliahan, sekaligus memperoleh manfaat seperti memperluas jaringan, memperoleh kesempatan berinteraksi dan berdiskusi dengan pegawai rumah sakit untuk memperoleh pemahaman baru mengenai pekerjaannya. Manfaat yang diperoleh melalui kerja praktik ini diharapkan menjadi bekal berharga yang dapat berhasil diterapkan dalam dunia kerja nyata di masa depan.

5.2 Saran

Berdasarkan pelaksanaan program kerja praktik di RS Grha Husada Gresik, diharapkan mahasiswa dapat menunjukkan kemampuan profesional dengan ide-ide baru dan kreatif, sehingga mampu bersaing dengan desainer lain dalam industri ekonomi kreatif di masa depan. Program ini membuka wawasan bahwa seorang desainer tidak hanya dapat bekerja di *agency* atau studio kreatif, tetapi juga dibutuhkan di Rumah Sakit seperti RS Grha Husada Gresik. Meskipun laporan ini masih belum sempurna dan memiliki beberapa kesalahan, saran yang membangun sangat diharapkan. Selain itu, peserta kerja praktik dapat memberikan saran berikut terkait dengan Rumah Sakit:

1. Perusahaan dapat menjalankan penerapan visual yang konsisten namun tetap beragam, dimana konsistensi tersebut dapat menciptakan kesadaran merek dan mudah diingat oleh audiens. Perusahaan perlu secara rutin memposting konten di platform Instagram karena konsistensi tersebut dapat meningkatkan

algoritma instagram untuk mengelola penampilan kontennya.

2. Memanfaatkan pemasaran produk secara aktif melalui berbagai media lain, seperti YouTube, situs web, dan *platform* lainnya.
3. Menampilkan postingan interaktif kepada audiens di Instagram @rsgrhahusada, seperti mengadakan instastory tanya jawab ke audiens, kompetisi foto, atau video yang mengharuskan peserta untuk mengikuti akun Instagram sebelum berpartisipasi dalam kompetisi tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- A Kusrianto. (2007). Pengantar Desain Komunikasi Visual. Yogyakarta: Andi Offset.
- Cross, M. (2013). Social Media Security (Leveraging Social Networking While Mitigating Risk). Newnes, 2013.
- Hutabarat R.C., Manshur A. (t.thn.). Markisa Asam (*Passiflora edulis Sims*). Dipetik September 25, 2013, dari http://hortikultura.litbang.deptan.go.id/IPTEK/Karsinah_markisaasam.pdf
- <https://www.scribd.com/doc/217804876/warna-sebagai-unsur-visual>
- <https://saintif.com/tipografi/>
- <https://pakarkomunikasi.com/pengertian-media-sosial-menurut-para-ahli>
- <https://www.detik.com/edu/detikpedia/d-5838921/7-prinsip-dasar-desain-grafislengkap-dengan-unsur-unsurnya>
- https://kc.umh.ac.id/17503/8/BAB_II.pdf
- Kusrianto, Adi. (2009). Pengantar Desain Komunikasi Visual. Yogyakarta: ANDI
- Supriyono. (2010). Desain Komunikasi Visual: Teori dan Aplikasi
- Sudiana, Dendi. 2001. Pengantar Tipografi. Bandung: Rumah Produksi Dendi Sudiana

LAMPIRAN

- Surat Penerimaan Kerja Praktik



- **Surat 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 KERJA PRAKTIK

Nama : Abdullah Hanif Syakhshiyah
NIM : 3032010001
Judul Kerja Praktik : PENERAPAN ILMU DESAIN GRAFIS PADA INDUSTRI KESEHATAN DI RS GRHA HUSADA GRESIK

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

Gresik,
Dosen Pembimbing

(Muhammad Nasrulloh, S.T., M.T.)
NIP. 8721358

LEMBAR EVALUASI KERJA PRAKTIK

Nama : Abdullah Hanif Syakhshiyah
NIM : 3032010001
Judul Kerja Praktik : PENERAPAN ILMU DESAIN GRAFIS PADA INDUSTRI KESEHATAN DI RS GRHA HUSADA GRESIK

ASPEK	BOBOT (B) %	NILAI (N)	N X B
Penulisan Laporan (Kelengkapan, Kesesuaian, Konten, Referensi)	10 %	95	9,5
Aplikasi Keilmuan (Kesesuaian penyelesaian Masalah dengan teori)	25 %	95	23,75
Penguasaan Materi Magang (Pembelajaran yang didapatkan dimagang dan kerjasama)	50 %	92	46
Kerajinan dan Sikap	15 %	96	14,7
JUMLAH	100%	JUMLAH	93,95

Gresik, 28 Nov 2023
Pembimbing Lapangan

(Achmad Ainul Yaqin)

• **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 KERJA PRAKTIK





















Nama : Abdullah Hanif Syakhshiyah
NIM : 3032010001
Judul Kerja Praktik : PENERAPAN ILMU DESAIN GRAFIS PADA INDUSTRI KESEHATAN DI RS GRHA HUSADA GRESIK

September









No	Tanggal	Kegiatan	TTD Pelaksana	TTD Pembimbing lapangan
1	05/09/2023	Pengarahan dan pengenalan lingkup RS Grha Husada		
2	06/09/2023	<ul style="list-style-type: none"> Pembagian tugas harian Foto kegiatan Rangkul Jiwa 		
3	07/09/2023	<ul style="list-style-type: none"> Foto kegiatan Vaksin Petro Health Fest Mengerjakan desain feed instagram 		
4	08/09/2023	Mengerjakan motion graphic Hari Kesehatan Gigi dan Mulut Nasional – Proses editing		
5	09/09/2023	-	-	-
6	10/09/2023	Kegiatan Bakti Sosial di Babat, Lamongan		
7	11/09/2023	Mengerjakan motion graphic Hari Kesehatan Gigi dan Mulut Nasional - Final video		
8	12/09/2023	Mengerjakan motion graphic Hari Pangan Nasional - Proses editing		
9	13/09/2023	<ul style="list-style-type: none"> Mengerjakan motion graphic Hari Pangan Nasional - Final video Foto kegiatan Rangkul Jiwa 		
10	14/09/2023	Mengerjakan desain feed instagram		
11	15/09/2023	Mengerjakan desain feed instagram		
12	16/09/2023	-	-	-
13	17/09/2023	-	-	-



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

14	18/09/2023	Mengerjakan desain feed instagram		
15	19/09/2023	Pemotretan Kalender RS Grha Husada		
16	20/09/2023	<ul style="list-style-type: none"> • Pemotretan Kalender RS Grha Husada • Foto kegiatan Rangkul Jiwa 		
17	21/09/2023	Mengerjakan motion graphic Pertolongan Pertama Trauma Mata - Proses editing		
18	22/09/2023	Sesi foto bayi		
19	23/09/2023	-	-	-
20	24/09/2023	-	-	-
21	25/09/2023	Mengerjakan motion graphic Pertolongan Pertama Trauma Mata – Final video		
22	26/09/2023	Mengerjakan desain feed instagram		
23	27/09/2023	<ul style="list-style-type: none"> • Mengerjakan desain feed instagram • Foto kegiatan Rangkul Jiwa 		
24	28/09/2023	<ul style="list-style-type: none"> • Foto kegiatan Petrokimia Bugar Academy • Mengerjakan motion graphic Catering Grha Husada - Proses editing 		
25	29/09/2023	Mengerjakan motion graphic Catering Grha Husada – Final video		
26	30/09/2023	-	-	-

Oktober

27	01/10/2023	-	-	-
28	02/10/2023	Mengerjakan desain feed instagram		
29	03/10/2023	Mengerjakan desain feed instagram		
30	04/10/2023	<ul style="list-style-type: none"> • Mengerjakan desain feed instagram • Foto kegiatan Rangkul Jiwa 		
31	05/10/2023	Mengerjakan desain feed instagram		

- **Dokumentasi**



