

LAPORAN KERJA PRAKTEK
PENERAPAN ILUSTRASI DAN DESAIN GRAFIS
PADA MEDIA SOSIAL
PT SEMEN INDONESIA (PERSERO) TBK



Disusun Oleh :

1. Dinda Meylana

(3031810009)

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
UNIVERSITAS INTERNASIONAL SEMEN INDONESIA
GRESIK
2022

LAPORAN KERJA PRAKTEK
PENERAPAN ILUSTRASI DAN DESAIN GRAFIS
PADA MEDIA SOSIAL
PT SEMEN INDONESIA (PERSERO) TBK



Disusun Oleh :

1. Dinda Meylana

(3031810009)

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
UNIVERSITAS INTERNASIONAL SEMEN INDONESIA
GRESIK
2022

LEMBAR PENGESAHAN

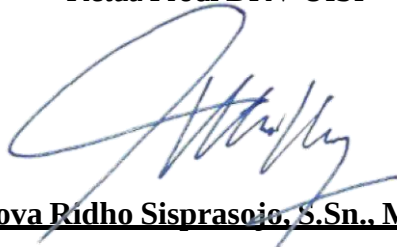
LAPORAN KERJA PRAKTEK DI PT SEMEN INDONESIA (Persero) Tbk, Unit of Internal Communication (Periode : 01 Oktober 2021 s.d 31 Oktober 2021)

Disusun Oleh:

Dinda Meylana

(3031810009)

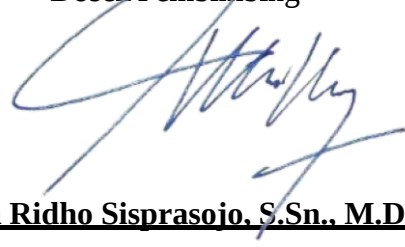
Mengetahui,
Ketua Prodi DKV UISI



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

8816234

Menyetujui
Dosen Pembimbing



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

8816234

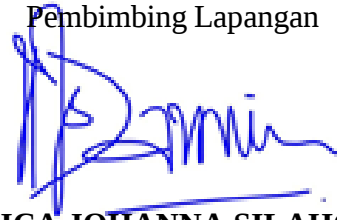
Gresik, 10 Januari 2022
PT SEMEN INDONESIA (Persero) Tbk.

Mengetahui,
Ka.Unit of L&D Ops. and
Certification



ACHMAD SIRRUL ATHO', ST.

Menyetujui,
Pembimbing Lapangan



**DANICA JOHANNA SILAHOORY,
S.M., CHCM.**

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat serta karunia-Nya. Sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan kerja praktik ini dengan judul “Penerapan Ilustrasi dan Desain Grafis pada Media Sosial PT Semen Indonesia (Persero) Tbk”.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan banyak-banyak terimakasih kepada dosen pembimbing yang telah membimbing penulis dalam penulisan laporan ini dan juga kepada pembimbing lapangan unit internal communication PT Semen Indonesia (Persero) Tbk, yang telah memberikan banyak ilmu kerja praktik di lapangan. Berkat kerja sama dan bantuan dari berbagai pihak, penulis berhasil menyelesaikan laporan kerja praktik. Penulis menyampaikan banyak terimakasih kepada seluruh pihak yang terlibat dan berkontribusi dalam penyelesaian laporan ini.

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

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

Gresik, 10 Januari 2022

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Pengesahan.....	ii
Kata Pengantar	iii
Daftar Isi	iv
Daftar Gambar	vi
Daftar Tabel.....	viii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Tujuan dan Manfaat	3
1.3 Metodologi Pengumpulan Data.....	5
1.4 Waktu dan Tempat Pelaksanaan Magang	5
1.5 Nama Unit Kerja Tempat Pelaksanaan Magang	6

BAB II PROFIL PT SEMEN INDONESIA (PERSERO), Tbk.

2.1 Sejarah dan Perkembangan	7
2.2 Visi dan Misi	8
2.3 Lokasi.....	8
2.4 Struktur Organisasi PT Semen Indonesia	9
2.5 Departemen Komunikasi Perusahaan	11
2.6 Unit Internal Communication	12
2.6.1 Tugas Unit Internal Communication	12
2.6.2 Penjelasan Singkat Tentang Tugas Unit Internal Communication	13
2.7 Produk	14
2.8 Anak Perusahaan.....	18
2.9 Logo PT Semen Indonesia	20
2.10 Tagline Perusahaan.....	21

BAB III TINJAUAN PUSTAKA

3.1 Ilustrasi.....	22
3.1.1 Tujuan Penggunaan Ilustrasi.....	22
3.1.2 Jenis-jenis Ilustrasi	23
3.2 Desain Grafis.....	24
3.2.1 Prinsip-prinsip Desain.....	24
3.2.2 Elemen-elemen Desain.....	25
3.2.3 Tipografi.....	26
3.2.4 Layout	26
3.3 Media Sosial.....	26

3.3.1 Fungsi Media Sosial.....	27
--------------------------------	----

BAB IV PEMBAHASAN

4.1 Skema Proses Kerja Praktik	29
4.2 Tugas Premier	29
4.2.1 AKHLAK.....	29
4.3 Tugas Sekunder	47
4.3.1 Poster Dirgahayu Tetara RI.....	47
4.3.2 Poster Mari Berubah Dari Rumah.....	49

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan	51
5.2 Saran.....	51

DAFTAR PUSTAKA	52
-----------------------------	-----------

LAMPIRAN

- Daftar Hadir
- Surat Pemberitahuan Diterima
- Surat Keterangan Selesai Kerja Praktik
- Bukti Seselai Sidang Kerja Praktik
- Hasil Karya
- Dokumentasi Kerja Praktik

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Struktur Organisasi PT Semen Indonesia (Persero) Tbk.....	9
Gambar 2.2 Struktur Organisasi PT Semen Indonesia (Persero) Tbk.....	10
Gambar 2.3 Struktur Departemen Komunikasi Perusahaan	11
Gambar 2.4 Susunan Keanggotaan Unit Internal Communication.....	12
Gambar 2.5 Residential	14
Gambar 2.6 Komersil	14
Gambar 2.7 Beton	15
Gambar 2.8 Energi	15
Gambar 2.9 Pelabuhan dan Bandara	16
Gambar 2.10 Jalan.....	16
Gambar 2.11 Bahan Bangunan	17
Gambar 2.12 Jasa dan Layanan.....	17
Gambar 2.13 Anak Perusahaan PT Semen Indonesia (Persero) Tbk.....	18
Gambar 2.14 Anak Perusahaan PT Semen Indonesia (Persero) Tbk.....	19
Gambar 2.15 Logo SIG	20
Gambar 2.16 Logo Tagline	21
Gambar 4.1 Skema Proses Kerja Praktik	29
Gambar 4.2 Sketsa Amanah Do	30
Gambar 4.3 Sketsa Amanah Don't.....	31
Gambar 4.4 Sketsa Kompeten Do	31
Gambar 4.5 Sketsa Kompeten Don't	32
Gambar 4.6 Sketsa Harmonis Do.....	32
Gambar 4.7 Sketsa Harmonis Don't	33
Gambar 4.8 Sketsa Loyal Do	33
Gambar 4.9 Sketsa Loyal Don't.....	34
Gambar 4.10 Sketsa Adaptif Do	34
Gambar 4.11 Sketsa Adaptif Don't.....	35
Gambar 4.12 Sketsa Kolaboratif Do	35
Gambar 4.13 Sketsa Kolaboratif Don't.....	36
Gambar 4.14 Warna Amanah Do	37
Gambar 4.15 Warna Amanah Don't	37
Gambar 4.16 Warna Kompeten Do.....	38
Gambar 4.17 Warna Kompeten Don't	38
Gambar 4.18 Warna Harmonis Do.....	39
Gambar 4.19 Warna Harmonis Don't	39
Gambar 4.20 Warna Loyal Do	40
Gambar 4.21 Warna Loyal Don't.....	40
Gambar 4.22 Warna Adaptif	41

Gambar 4.23 Warna Adaptif Don't.....	41
Gambar 4.24 Warna Kolaboratif Do	42
Gambar 4.25 Warna Kolaboratif Don't.....	42
Gambar 4.26 Poster Amanah	43
Gambar 4.27 Poster Kompeten	43
Gambar 4.28 Poster Harmonis	44
Gambar 4.29 Poster Loyal.....	44
Gambar 4.30 Poster Adaptif.....	45
Gambar 4.31 Poster Kolaboratif	45
Gambar 4.32 Instagram PT Semen Indonesia (Persero) Tbk	46
Gambar 4.33 Aset Gambar Hut TNI	47
Gambar 4.34 Hasil Editing.....	48
Gambar 4.35 Poster Hut TNI	49
Gambar 4.36 Aset Gambar Mulai Perubahan Dari Rumah.....	50
Gambar 4.37 Poster Mulai Perubahan Dari Rumah.....	50

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Sketsa AKH.....	30
Tabel 4.2 Sketsa LAK	33
Tabel 4.3 Warna AKH	37
Tabel 4.4 Warna LAK.....	40
Tabel 4.5 Poster AKHLAK.....	43

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam proses pembelajaran, melakukan praktek secara langsung di lapangan merupakan hal dapat membantu mahasiswa dalam menerapkan ilmu yang telah dipelajari selama dibangku perkuliahan. Salah satu kegiatan kerja lapangan yang dilakukan mahasiswa adalah Kerja Praktik (KP). Kerja Praktik (KP) merupakan serangkaian kegiatan yang meliputi pemahaman teori atau konsep ilmu pengetahuan yang diaplikasikan dalam pekerjaan sesuai profesi bidang studi yang diambil. Kerja praktik sendiri merupakan kegiatan yang wajib dilakukan oleh para mahasiswa yang tengah menempuh pendidikan di Universitas Internasional Semen Indonesia.

UI SI (Universitas Internasional Semen Indonesia) merupakan universitas di bawah naungan PT Semen Indonesia yang terletak di Kabupaten Gresik. Salah satu program studi di Universitas Internasional Semen Indonesia yang melakukan kegiatan Kerja Praktik adalah prodi Desain Komunikasi Visual. Prodi Desain Komunikasi Visual UI SI mewajibkan setiap mahasiswanya untuk melakukan program kerja praktik karena dengan adanya kerja praktik mahasiswa dapat memperoleh pengalaman belajar atau praktik secara langsung di masyarakat guna meningkatkan wawasan dan keterampilan mahasiswa. Dengan adanya Kerja Praktik mahasiswa akan mengetahui secara langsung proses kinerja dan pelayanan yang terjadi di lapangan dan menerapkan ilmu yang telah diterima pada saat perkuliahan. Cabang ilmu DKV yang telah dipelajari diantaranya adalah ilustrasi dan desain grafis.

Ilustrasi memiliki peranan penting dalam penyampaian informasi. Gambar dapat memperkuat komunikasi dalam beberapa cara yang berbeda, gambar dapat menarik perhatian, membangkitkan emosi, dan dengan mudah dapat menyampaikan informasi yang relatif singkat. Ilustrasi memiliki tujuan untuk memperjelas pesan atau informasi yang disampaikan sebagai variasi bahan ajar sehingga menjadi lebih menarik, komunikatif, memotivasi, dan dapat mempermudah pembaca dalam memahami pesan.

Memudahkan pembaca mengingat konsep atau gagasan yang disampaikan melalui ilustrasi (Arifin & Kusrianto, 2009).

Dalam suatu media, desain grafis memiliki peranan sebagai media informasi dan komunikasi. Pesan visual yang disampaikan dapat berupa informasi produk, jasa atau gagasan secara komunikatif dan persuasif (tujuan publikasi, promosi, dan pemasaran) menggunakan media informasi. Desain grafis membuat pesan yang ingin disampaikan lebih efektif dipahami, diterima, dan dapat mengubah sikap audience, sesuai dengan tujuan pemasaran. (Rio, Andriyat, 2020).

Ilustrasi dan desain grafis sering dijumpai dalam pembuatan konten-konten media sosial, salah satunya adalah media sosial instagram milik PT Semen Indonesia (Persero) Tbk. Konten yang diunggah pada akun instagram PT Semen Indonesia (Persero) Tbk, juga menerapkan peranan ilustrasi dan desain grafis sebagai media informasi dan persuasi.

PT Semen Indonesia (Persero) Tbk adalah perusahaan produsen semen terbesar yang ada di Indonesia dan merupakan perusahaan berbasis di Indonesia dan utamanya bergerak dalam produksi semen. Perusahaan ini mengklasifikasikan bisnisnya ke dalam dua segmen yaitu produksi semen dan produksi non-semen. PT Semen Indonesia (Persero) Tbk juga perusahaan milik pemerintah dalam kategori BUMN dan memiliki beberapa anak perusahaan.

Dalam struktur organisasi yang berada di dalam PT Semen Indonesia (Persero) Tbk, terdapat banyak departemen dan salah satunya adalah Departemen Komunikasi Perusahaan. Departemen Komunikasi Perusahaan terbagi menjadi dua yakni *Unit Internal Communication* dan *Unit External Communication*. Dalam pelaksanaan kerja praktik di PT Semen Indonesia (Persero) Tbk, penulis ditempatkan di *Unit Internal Communication* dan bertugas sebagai ilustrator dan desainer grafis.

Dalam kegiatan kerja praktik yang dilakukan di PT Semen Indonesia (Persero) Tbk, penulis ditempatkan pada *Unit Internal Communication*. Pada unit ini penulis banyak bersinggungan dengan ranah Desain Komunikasi Visual yakni ilustrasi dan desain grafis. Desain grafis banyak digunakan sebagai media komunikasi unit internal

yang disebar dan dipublikasi melalui media sosial milik PT Semen Indonesia (persero) Tbk.

Selama proses kerja praktik berlangsung, terdapat beberapa permasalahan yang ditemukan penulis diantaranya yaitu, komunikasi dan *briefing* dilakukan secara online sehingga terkadang menyebabkan miskomunikasi antar tim, dibutuhkan media yang dapat memvisualisasikan informasi yang ingin disampaikan, menyesuaikan desain dan ilustrasi yang digunakan pada target segmentasi, alur pembuatan karya yang sistematis untuk mempermudah proses pengerjaan, penyesuaian *format file* yang diberikan, dan kesesuaian waktu dan beban tugas yang kurang efektif.

Dari permasalahan yang ditemukan, penulis mencoba untuk memberikan dan mencari solusi pada setiap permasalahan yang dihadapi dengan menggunakan keilmuan Desain Komunikasi Visual yang telah didapatkan selama mengikuti perkuliahan. Penerapan keilmuan Desain Komunikasi Visual membantu penulis menyelesaikan permasalahan yang dihadapi dan memberikan insight pada *Unit Internal Communication* mengenai proses ilustrasi dan desain.

1.2 Tujuan dan Manfaat

1.2.1 Tujuan Kerja Praktik

Adapun tujuan dilaksanakannya Kerja Praktik di PT Semen Indonesia (Persero) Tbk yakni:

1. Mengetahui bagaimana *Unit Internal Communication* berperan di lingkup perusahaan PT Semen Indonesia (Persero) Tbk.
2. Mengetahui luaran apa saja yang diproduksi *Unit Internal Communication*
3. Menambah wawasan dalam dunia kerja khususnya di perusahaan BUMN
4. Menambah pengalaman kerja yang masuk dalam ranah Desain Komunikasi Visual, khusus pengalaman di bidang ilustrasi dan pembuatan konten untuk perusahaan.
5. Dapat bekerja sama dengan team dan menambah skill komunikasi antar sesama anggota tim.

6. Pembuatan konten-konten maupun desain grafis yang kreatif sebagai media untuk menarik audience dengan segmentasi yang telah ditentukan.

1.2.2 Manfaat Kerja Praktik

Adapun beberapa manfaat dalam kegiatan kerja praktek ini, diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Bagi Mahasiswa

- a. Memperluas wawasan, pengetahuan, dan pengalaman sebelum terjun di bidang yang sesungguhnya dalam sebuah lapangan pekerjaan.
- b. Melatih agar tanggap dan peka ketika menghadapi masalah dalam lingkungan kerja.
- c. Meningkatkan dan memperdalam kualitas keterampilan, daya kreativitas, dan kemampuan pribadi khususnya dibidang ilustrasi, desain grafis dan pembuatan konten untuk perusahaan.
- d. Meningkatkan kemampuan dalam berkomunikasi dengan tim, dan mendeliver sebuah komunikasi dalam bentuk ilustrasi dan desain grafis.
- e. Mengembangkan still presentasi dalam proses presentasi karya yang telah dibuat kepada anggota tim.
- f. Meningkatkan rasa percaya diri dalam penyampaian pendapat dan masukan, khususnya dalam ilustrasi dan desain.

2. Bagi Fakultas

- a. Sarana untuk menjembatani hubungan antara instansi dengan **Fakultas Teknologi dan Kreatif Universitas Internasional Semen Indonesia** untuk melakukan kerjasama di masa yang akan datang.
- b. Sebagai sarana untuk mengembangkan kurikulum sesuai dengan kebutuhan yang dibutuhkan di masa yang akan datang.

3. Bagi Instansi

- a. Memperoleh insight tetang desain khususya ilustrasi dan desain grafis untuk pengembangan konten.

- b. Mendapatkan sumbangan ide kreatif desain dan pembuatan konten untuk perusahaan.
- c. Sebagai masukan dan sumbangan pemikiran bagi instansi agar dapat dipergunakan sebagai bahan pertimbangan dalam melakukan aktivitas kerjanya.

1.3 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam melakukan kerja praktik adalah sebagai berikut:

1. Wawancara

Menurut Esterberg (dalam Sugiyono, 2015) wawancara merupakan pertemuan yang dilakukan dua orang untuk bertukar informasi maupun ide dengan menggunakan cara tanya jawab. Sehingga dapat diperoleh kesimpulan atau makna dalam topik tertentu. Dalam kegiatan kerja praktik yang dilakukan, penulis melakukan wawancara kepada pembimbing lapangan sebagai narasumber untuk mengumpulkan data-data mengenai unit kerja dan perusahaan.

2. Dokumentasi

Menurut Sugiyono (2018) dokumentasi merupakan suatu cara yang digunakan untuk mendapatkan data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan angka dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung sebuah penelitian.

1.4 Waktu dan Lokasi Pelaksanaan Kerja Praktik

- **Waktu:**

01 ktober 2021 – 31 Oktober 2021

- **Lokasi:**

PT Semen Indonesia (Persero) Tbk. South Quarter, Towe A, Lt. 19-20. Jl. RA Kartini Kav. 8, Jakarta Selatan 12430

1.5 Nama Unit Kerja Tempat Pelaksanaan Kerja Praktik

Dalam pelaksanaan kerja praktik, penulis ditempatkan pada unit kerja *Internal Communication*.

BAB 2

PROFIL PERUSAHAAN

2.1 Sejarah dan Perkembangan PT Semen Indonesia (Persero) Tbk

PT Semen Indonesia (Persero) Tbk. sebelumnya bernama PT Semen Gresik (Persero) Tbk. diresmikan di Gresik pada tanggal 7 Agustus 1957, PT Semen Indonesia (Persero) Tbk. merupakan perusahaan BUMN persemenan yang menjadi penopang pembangunan nasional sejak masa kemerdekaan hingga saat ini. Pada tahun 1991, Perseroan mencatatkan diri sebagai perusahaan BUMN pertama yang *go public* di Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan kode emiten “SMGR”.

PT Semen Indonesia (Persero) Tbk. merupakan *strategic holding company* yang memayungi anak usaha di bidang produsen semen, non-semen, dan jasa di seluruh Indonesia. Sebagai Badan Usaha Milik Negara (BUMN), porsi saham PT Semen Indonesia (Persero) Tbk. saat ini, 51,01% milik Pemerintah RI dan 48,99% milik publik. Menguasai pangsa pasar nasional dan jangkauan pasar regional, Perseroan berupaya menjadi perusahaan penyedia solusi bahan bangunan terdepan di regional dengan menyediakan berbagai produk dan layanan yang lengkap dan berkualitas.

Perkembangan arah bisnis serta menjawab tantangan yang dihadapi perseroan ke depan, pada tanggal 11 Februari 2020 Perseroan berganti logo menjadi SIG. Perubahan logo dilakukan untuk mengubah brand positioning dan menegaskan kembali visi, misi dan nilai baru agar dapat mewakili layanan atau produk Perseroan yang semakin berkembang.

SIG adalah semangat baru perseroan yang bertindak beda dan selalu melebihi jangkauan (*Go Beyond Next*), yang hadir menjadi solusi kebutuhan konsumen dan pembangunan nasional. SIG berkomitmen menjadi bagian dari penciptaan sustainable living, yang bertanggung jawab secara sosial dan lingkungan untuk meningkatkan kualitas kehidupan di masa mendatang, serta terus menjadi BUMN kebanggaan Bangsa Indonesia.

2.2 Visi Misi PT Semen Indonesia (Persero) Tbk

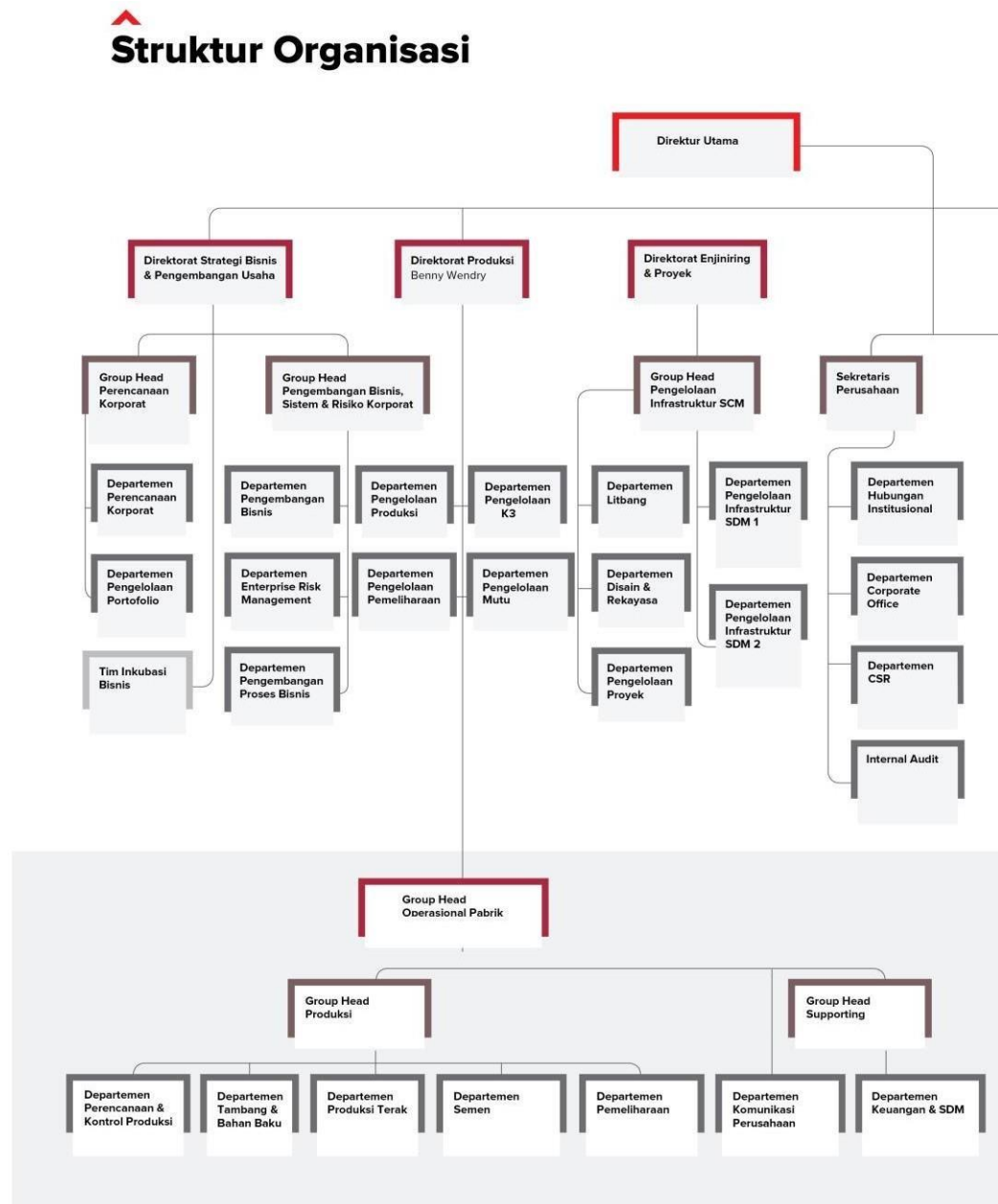
- **VISI :**
Menjadi Perusahaan Penyedia Solusi Bahan Bangunan Terbesar di Regional
- **MISI :**
 1. Berorientasi pada kepuasan pelanggan dalam setiap inisiatif bisnis.
 2. Menerapkan standard terbaik untuk menjamin kualitas.
 3. Fokus menciptakan perlindungan lingkungan dan tanggung jawab sosial yang berkelanjutan.
 4. Memberikan nilai tambah terbaik untuk seluruh pemangku kepentingan (stakeholders).
 5. Menjadikan sumber daya manusia sebagai pusat pengembangan perusahaan.

2.3 Lokasi PT Semen Indonesia (Persero) Tbk

PT Semen Indonesia (Persero) Tbk. South Quarter, Tower A, Lt. 19-20. Jl. RA Kartini Kav. 8, Jakarta Selatan, Indonesia. 12430.

2.4 Struktur Organisasi PT Semen Indonesia (Persero) Tbk

PT Semen Indonesia memiliki struktur organisasi yang tersusun sebagai berikut:



Gambar 2.1 Struktur Organisasi PT Semen Indonesia (Persero) Tbk

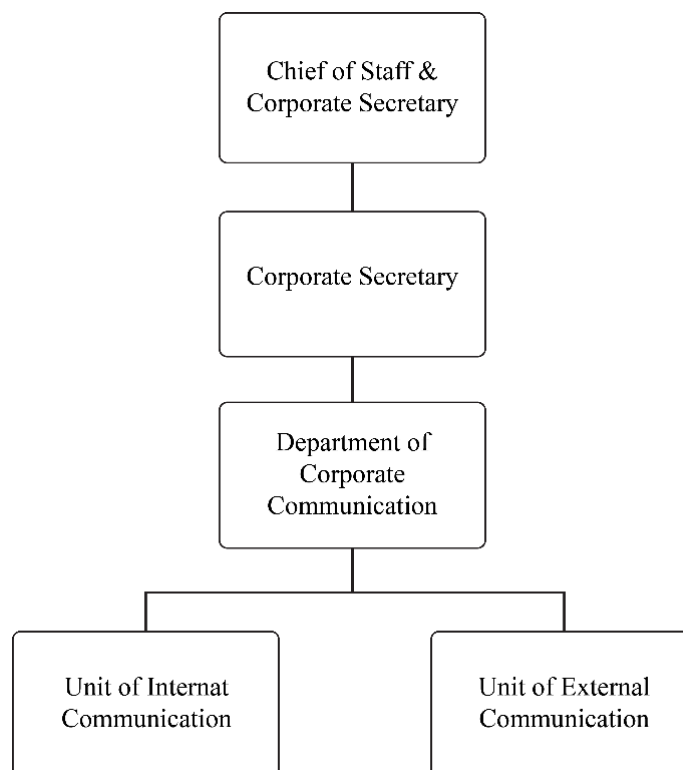


Gambar 2.2 Struktur Organisasi PT Semen Indonesia (Persero) Tbk

2.5 Departemen Komunikasi Perusahaan

Departemen *Corporate Communication* merupakan ‘payung’ yang membawahi berbagai aspek komunikasi, termasuk *Public Relations* (PR)/hubungan dengan media, komunikasi internal, hubungan dengan investor, hubungan dengan masyarakat (CSR), maupun hubungan dengan pemerintah. Singkatnya, CSR dan PR/Humas berada di bawah *Corporate Communication*.

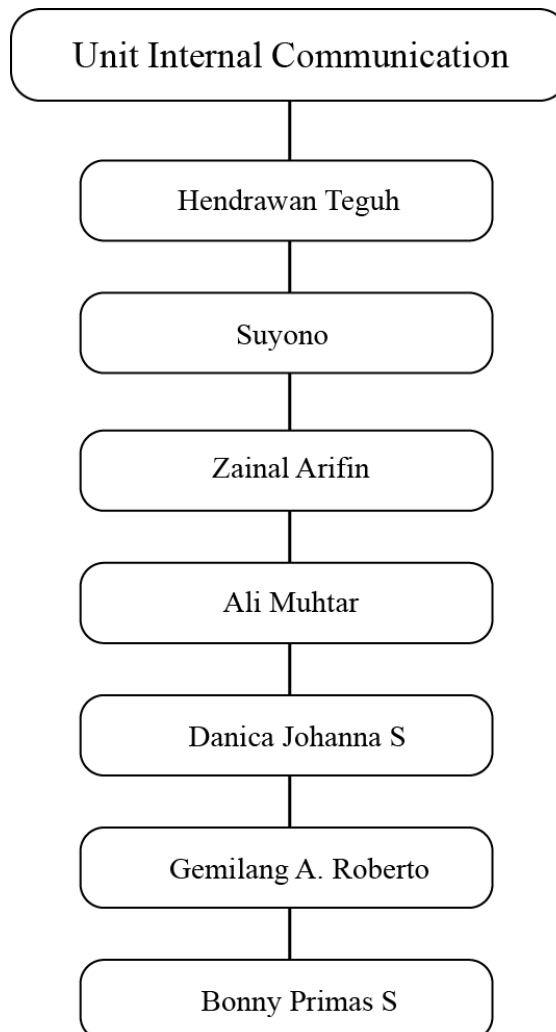
Ruang lingkup Corcom mulai dari menjalin komunikasi internal dan eksternal, menjaga reputasi perusahaan, mempromosikan produk, mengawasi program Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) maupun mencegah krisis yang mungkin terjadi. Berikut merupakan gambar bagan dari Departemen Komunikasi Perusahaan yang ada di PT Semen Indonesia (Persero) Tbk adalah sebagai berikut:



Gambar 2.3 Struktur Departemen Komunikasi Perusahaan

2.6 Unit Internal Communication

Unit Internal Communication masuk dalam departemen *Corporate Communication* (Komunikasi Perusahaan). Berikut merupakan gambar susunan keanggotaan unit kerja *Internal Communication* adalah sebagai berikut:



Gambar 2.4 Susunan Keanggotaan *Unit Internal Communication*

2.6.1 Tugas Unit Internal Communication

Unit Internal Communication dalam lingkup perusahaan PT Semen Indonesia (Persero) Tbk, memiliki tugas sebagai berikut:

- Pengelolaan media internal perusahaan (Portal SMILE, WA *corporate*, Email)

-
- Alignment distribusi informasi dengan *External Communication*
 - Penyusunan, produksi, dan dokumentasi *Company Profile* Perusahaan
 - Penyusunan *brand guideline*
 - Program alignment Kementrian BUMN untuk internal karyawan
 - Pengolaan dokumentasi dan profile BOD (Dewan Direksi) dan BOC (Desan Komisaris)
 - Pengelolaan dokumentasi korporasi (*plant, office, raw material*, produk turunan lain, CSR (*Corporate Social Responsibility*), profile karyawan, dll)
 - Pengelolaan *merchandise*, cinderamata, plakat
 - Pengelolaan kunjungan tamu. Industrial, edukasi dan pemerintahan
 - Pembuatan dan pengelolaan produksi kalender dan agenda korporasi
 - Pembuatan media cetak korporasi, BOD, BOC (visual cetak di koran atau majalah, kartu ucapan fisik dan digital, dll)
 - Pembuatan media luar ruang (visual untuk cetak banner, spanduk, baliho, signage, dll)
 - Pengelolaan dokumentasi pemberitaan/ arsip (tulisan, foto, audio, video)

2.6.2 Penjelasan Singkat Tentang Tugas Unit Internal Communication

Unit Internal communication merupakan unit yang berhubungan langsung dengan internal perusahaan. Selain itu *Unit Internal Communication* juga berhubungan dengan desain komunikasi dan visual seperti dalam penyusunan *brand guideline*, pembuatan media cetak, pembuatan media luar ruangan, pembuatan postingan untuk media sosial seperti WA dan Instagram. Dalam beberapa tugas *Unit Internal Communication* juga menyusun kegiatan, memproduksi merchandise, cinderamata perusahaan, dan penyedia aset perusahaan lainnya seperti foto, video dan audio.

2.7 Produk

PT Semen Indonesia (Persero) Tbk, memiliki beberapa jenis produk diantaranya adalah sebagai berikut:

a. Residential



Gambar 2.5 Residential

Solusi produk berkualitas tinggi untuk mendapatkan hasil konstruksi rumah yang baik dan tahan lama. Produk residential diantaranya, PCC, Dynamix Extra, Power dan Dynamix Mansory

b. Komersil



Gambar 2.6 Komersil

Setiap proyek konstruksi memiliki kriteria dan pengawasan yang cermat sepanjang tahap konstruksi. SIG hadir dengan produk dan layanan berkualitas dengan pengendalian mutu dan waktu pengerjaan yang baik untuk dapat

menghasilkan konstruksi yang berkualitas tinggi dan menguntungkan. Produk Komersil diantaranya, PWRPRO dan MaxStrength

c. Beton



Gambar 2.7 Beton

Solusi beton yang inovatif, berkelanjutan dan berkualitas tinggi dari SIG menjadikan setiap proyek konstruksi menjadi lebih baik. Produk Beton diantaranya, MiniMix, PakCrete, SpeedCrete, ThruCrete, DekoCrete, ApexCrete, EzyFloCrete, MassCrete, OptimaCrete, MarineCrete, StillCrete dan ComfilPlas

d. Energi



Gambar 2.8 Energi

Diperlukan teknologi yang sesuai dengan kebutuhan untuk menghasilkan konstruksi yang terbaik. SIG menghadirkan teknologi terkini sesuai kebutuhan konstruksi yang memiliki kompleksitas tinggi dengan kualitas

yang tetap terjaga. Produk Energi diantaranya, SuperTermo, DuPro +SBC, DuPro + LH, DuPro + HSR, DuPro + MSR, MarineCrete dan StilCrete

e. Pelabuhan dan Bandara



Gambar 2.9 Pelabuhan dan Bandara

Solusi produk dan layanan logistik dari SIG untuk pembangunan pelabuhan laut dan udara yang membutuhkan produk berkualitas untuk kondisi lingkungan ekstrim terpapar kandungan sulfat atau klorida tinggi. Produk Pelabuhan dan Bandara diantaranya, DuPro+, UltraPro, MarineCrete dan StilCrete

f. Jalan



Gambar 2.10 Jalan

Pengerjaan proyek konstruksi untuk lalu lintas menuntut kecepatan lebih pada proses kegiatan dibandingkan dengan yang lain agar segera dapat digunakan kembali. SIG hadir untuk menjawab tantangan tersebut dengan

produk dan layanan untuk konstruksi ekstra cepat dengan kualitas yang tetap terjaga. Produk Jalan diantaranya, SprintPro, SpeedCrete, UltraPro, DuPro + SBC, DuPro + LH, DuPro + HSR, DuPro + MSR dan ComfilPlas

g. Bahan Bangunan Lainnya



Gambar 2.11 Bahan Bangunan

Produk-produk bahan bangunan yang variatif dan inovatif dari SIG untuk segala kebutuhan konstruksi. Produk Bahan Bangunan Lainnya diantaranya, Agregat

h. Jasa dan Layanan



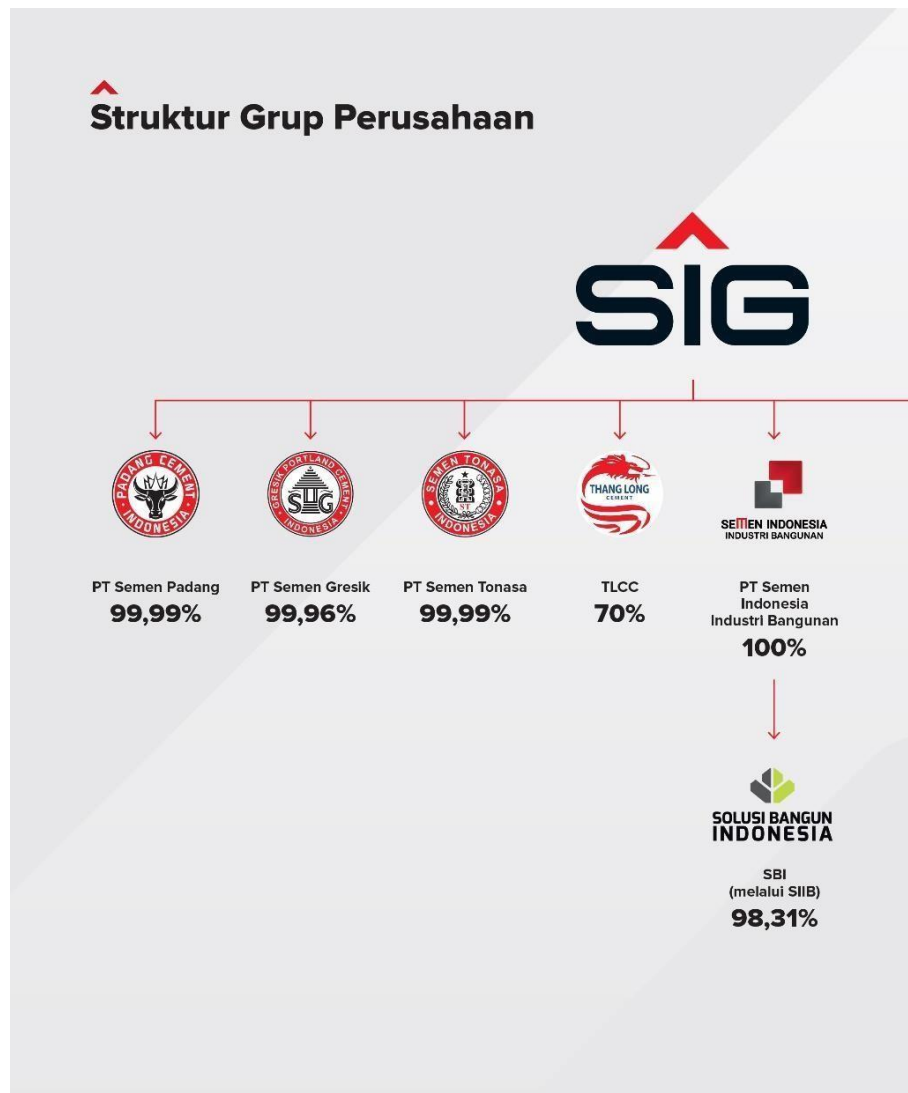
Gambar 2.12 Jasa dan Layanan

Berbagai jasa dan layanan pendukung dari SIG menjadi solusi untuk pelaksanaan proyek konstruksi yang lebih terintegrasi. Produk Jasa dan Layanan diantaranya, penyedia kemasan, kedistributoran, jasa angkutan &

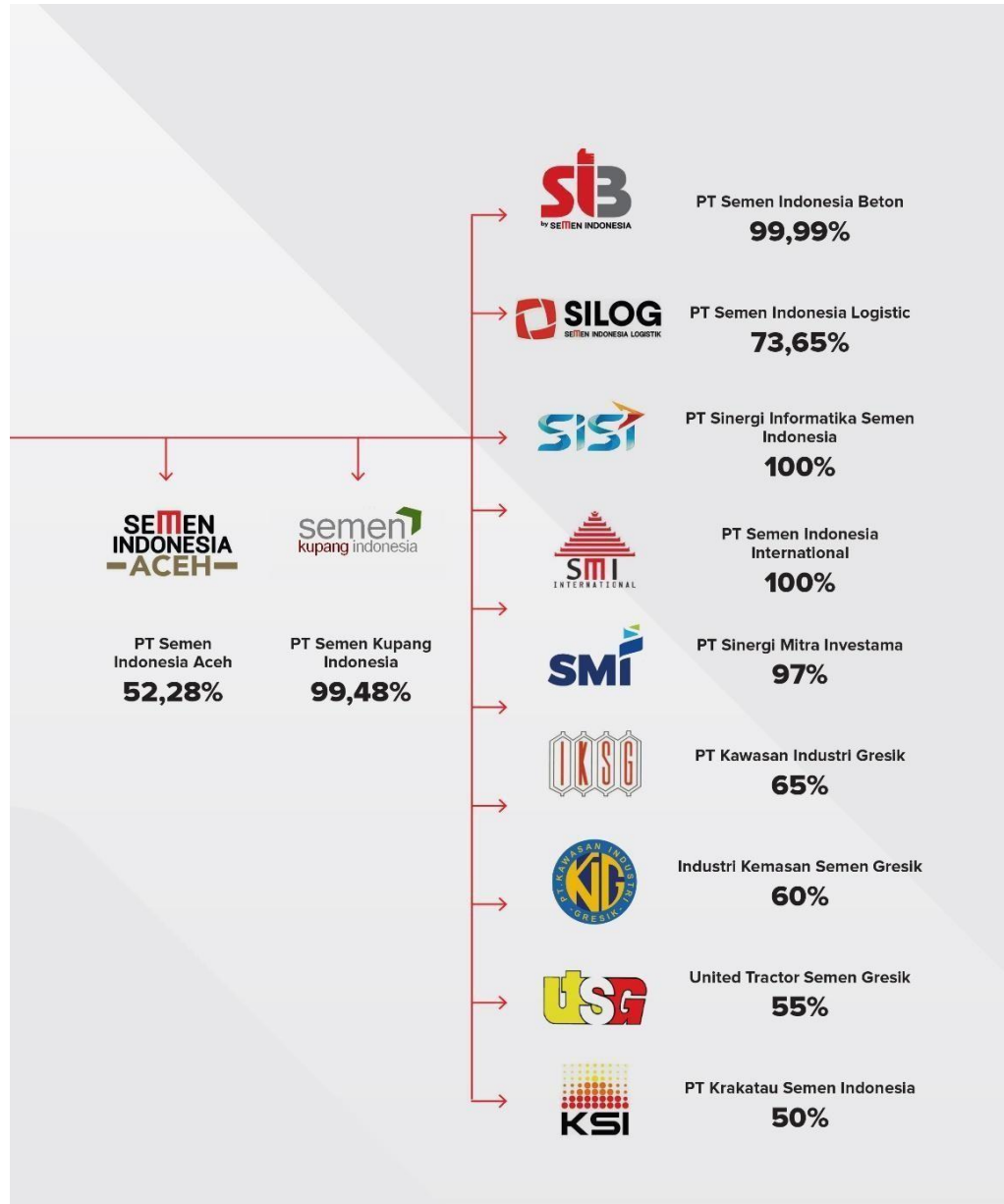
forwarding, kawasan industri, international trading, mining & heavy equipment, teknologi informasi, pengembangan properti, konstruksi & manufaktur, penyedia tenaga kerja, dan nathabumi

2.8 Anak Perusahaan PT Semen Indonesia (Persero) Tbk

PT Semen Indonesia (Persero) Tbk. memiliki anak-anak perusahaan yang berada dibawah naungannya diantaranya yang terlampir pada gambar dibawah ini:



Gambar 2.13 Anak Perusahaan PT Semen Indonesia (Persero) Tbk



Gambar 2.14 Anak Perusahaan PT Semen Indonesia (Persero) Tbk

2.9 Logo PT Semen Indonesia (Persero) Tbk



Gambar 2.15 Logo SIG

Arti Logo SIG

- **Warna Merah**

Merepresentasikan keberanian dan warna dari seorang pemimpin. Merah merupakan warna simbol dari determinasi, passion dan aksi nyata. Warna merah juga merupakan warna yang mewakili warna utama Bangsa Indonesia

- **Warna Hitam**

Merupakan warna netral yang paling kuat. Hitam merupakan simbol kekuatan yang paling elegan. Warna ini juga memiliki arti tekad yang kuat.

- **Segitiga Merah**

Ujung panah merepresentasikan SIG yang selalu melangkah maju. Arah ke atas menunjukkan pertumbuhan dan perkembangan berkelanjutan. Dasar lebar merepresentasikan landasan yang memberikan perlindungan dan perhatian dalam perusahaan. Sudut puncak tajam merepresentasikan SIG yang fokus pada pendekatan detail.

2.10 Tagline PT Semen Indonesia (Persero) Tbk



The logo consists of the words "Go Beyond Next" in a bold, sans-serif font. The word "Go" is on the first line, "Beyond" is on the second line, and "Next" is on the third line. A red 'X' is positioned over the 't' in "Next".

Gambar 2.16 Logo Tagline

- **Go Beyond Next**

SIG telah menjadi perusahaan yang mengalami transformasi tujuan. Untuk membangun kondisi kehidupan yang berkelanjutan bagi generasi mendatang, SIG akan bertindak beda dan selalu melebihi jangkauan (*Go Beyond Next*).

BAB 3

TINJAUAN PUSTAKA

3.1 Ilustrasi

Ilustrasi dalam bahasa Belanda '*ilustratie*' memiliki arti sebagai hiasan dengan gambar atau pembuatan sesuatu yang jelas. Kebanyakan penggunaan ilustrasi dalam buku adalah dalam bentuk kartun (Nurhadiat, Dedi, 2004). Kata ilustrasi berasal dari kata '*illusion*'. Sebagai bentuk perumpamaan yang terbentuk dalam pikiran manusia yang dilatarbelakangi banyak sebab. Ilustrasi tumbuh sebagai suatu ekspektasi dari ketidakmungkinan dan tidak berbeda jauh dengan angan-angan, bersifat maya atau virtual. Ilustrasi bisa digambarkan dalam berbagai macam bentuk, lewat tulisan, gambar maupun bunyi (Fariz, 2009 dalam Santoso & Aditia, 2020).

Kata ilustrasi dalam bahasa Inggris yakni '*illustration*' memiliki arti gambar, foto, ataupun lukisan. Gambar ilustrasi merupakan gambar yang menceritakan atau memberikan penjelasan atau memberikan gambaran pada suatu naskah atau cerita tertulis. Dalam perkembangan ilustrasi, ilustrasi tidak hanya berguna sebagai sarana pendukung cerita, tetapi juga sebagai penghias ruang kosong. Contohnya dalam koran, majalah, tabloid, dan lainnya. Ilustrasi memiliki banyak macam bentuk, seperti karya seni sketsa, lukis, karikatur, grafis, dan akhir-akhir ini bahkan banyak dipakai image bitmap hingga karya foto (Soedarso, 2014).

3.1.1 Tujuan Penggunaan Ilustrasi

Terdapat beberapa tujuan dalam penggunaan ilustrasi pada sebuah media, diantaranya adalah sebagai berikut:

- Ilustrasi sebagai cara untuk memperjelas pesan atau informasi yang ingin disampaikan.
- Ilustrasi digunakan untuk memberikan variasi pada bahan ajar sehingga pelajaran menjadi lebih menarik, memotivasi, komunikatif, dan lebih memudahkan pembaca dalam memahami pesan yang dimaksudkan.

-
- c. Ilustrasi memudahkan pembaca untuk mengingat gagasan atau konsep yang disampaikan melalui ilustrasi (Arifin & Kusrianto, 2009).

3.1.2 Jenis-jenis Ilustrasi

Berdasarkan bentuk visualnya, gambar ilustrasi memiliki berbagai jenis yaitu (Soedarso, 2014):

- a. Ilustrasi Naturalis merupakan gambar yang memiliki bentuk dan warna yang sama dengan kenyataan, yang terdapat di alam tanpa adanya penambahan atau pun pengurangan.
- b. Ilustrasi Dekoratif merupakan gambar yang memiliki fungsi sebagai penghias sesuatu dengan bentuk yang disederhanakan atau dilebih-lebihkan.
- c. Ilustrasi Kartun merupakan gambar yang memiliki bentuk lucu ataupun memiliki ciri khas tertentu. Biasanya gambar kartu banyak menghiasi, komik, majalah anak-anak, dan cerita bergambar.
- d. Ilustrasi Karikatur merupakan gambar sindiran atau kritikan yang dalam penggambarannya telah mengalami penyimpangan bentuk proporsi tubuh. Gambar karikatur banyak ditemukan di koran atau majalah.
- e. Ilustrasi Cerita Bergambar (Cergam) merupakan sejenis komik atau gambar yang berisikan teks. Dalam menggambar cergam terdapat teknik gambar yang dibuat berdasarkan cerita berbagai macam sudut pandang penggambaran yang menarik.
- f. Ilustrasi Buku Pelajaran memiliki fungsi untuk merancang teks atau suatu keterangan peristiwa baik ilmiah maupun gambar bagian. Bentuk ilustrasi pada buku pelajaran bisa berupa foto, gambar natural, dan bentuk bagian.
- g. Ilustrasi Khayalan merupakan gambar hasil pengolahan daya cipta secara imajinatif (khayal). Penggambaran ilustrasi khayalan banyak ditemukan pada novel, ilustrasi cerita, roman, dan komik.

3.2 Desain Grafis

Desain grafis adalah sebuah bentuk visual komunikasi yang berfungsi untuk menyampaikan informasi atau pesan kepada audience. Desain grafis merepresentasikan bentuk visual dari ide yang bergantung pada pembuat atau pencipta, pemelihara, serta pengaturan dalam elemen-elemen visual (Robin Landa, dkk, 2011 dalam Emanuelle, 2021).

3.2.1 Prinsip-Prinsip Desain

1. Keseimbangan (*Balance*)

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

2. Tekanan (*Emphasis*)

Emphasis dapat didapatkan dengan beberapa cara yaitu melalui tata letak, ukuran, kontras, arah, dan struktur diagram. Dalam menciptakan emphasis desainer perlu untuk menampilkan konten yang diletakkan tersusun secara logis serta mengontrol bagaimana cara informasi atau pesan dapat diterima dan tersampaikan (Linda, dkk, 2011).

3. Irama (*Rhythm*)

Dengan proses pengulangan atau repetisi pada berbagai macam elemen desain, maka akan menciptakan pola dan irama. Irama mampu menciptakan

sebuah gambar atau desain yang menarik serta mampu menyampaikan informasi atau pesan melalui cara yang tidak terduga (Landa, dkk, 2011).

4. Kesatuan (*Unity*)

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

3.2.2 Elemen-Elemen Desain

1. Titik

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

2. Garis

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

3. Bentuk

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

4. Warna

Warna memiliki peran menginformasikan pesan serta kesan yang terkandung dalam sebuah desain. Warna juga mampu menjadi elemen desain yang memiliki daya tarik dalam desain, sehingga para pengamatnya dapat tertarik untuk

memahami maksud dari pesan yang ingin disampaikan dalam desain tersebut (Poulin, 2011).

5. Tekstur

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

3.2.3 Tipografi

Tipografi adalah sebuah pembentukkan atau pembuatan huruf melalui proses cetak (Rustan, 2010). Tipografi berfungsi sebagai pembantu proses penyusunan dan pengaturan kata-kata ke dalam bentuk tulisan, sehingga konten atau pesan yang ingin disampaikan dapat dikomunikasikan dengan baik (Squire, 2006). Desainer perlu memahami berbagai macam visual dan elemen desain yang terdiri dari tipografi, serta memahami cara menggunakan dan menyusunnya dengan baik agar pesan yang terkandung di dalamnya dapat dikomunikasikan dengan baik kepada audiens (Rustan, 2010).

3.2.4 Layout

Layout adalah sebuah susunan atau peletakkan berbagai macam elemen-elemen desain dalam suatu bidang yang diterapkan dalam berbagai media. *Layout* memiliki peran memperjelas informasi serta konsep yang terdapat di dalam suatu bidang dan media (Rustan, 2009)

3.3 Media Sosial

Menurut Henderi (2007) (dalam Armayani, dkk, 2021) media sosial merupakan situs jaringan sosial berbasis web yang memungkinkan bagi setiap individu untuk membangun profil publik ataupun semi public dalam sistem terbatas, daftar pengguna lain dengan siapa mereka terhubung, dan melihat serta menjelajahi daftar koneksi mereka yang dibuat oleh orang lain dengan suatu sistem. Media sosial adalah sarana

bagi penggunaannya untuk berbagi informasi teks, gambar, video dan audio dengan satu sama lain dan dengan perusahaan dan sebaliknya (Kotler & Keller 2012).

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

3.3.1 Fungsi Media Sosial

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

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

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

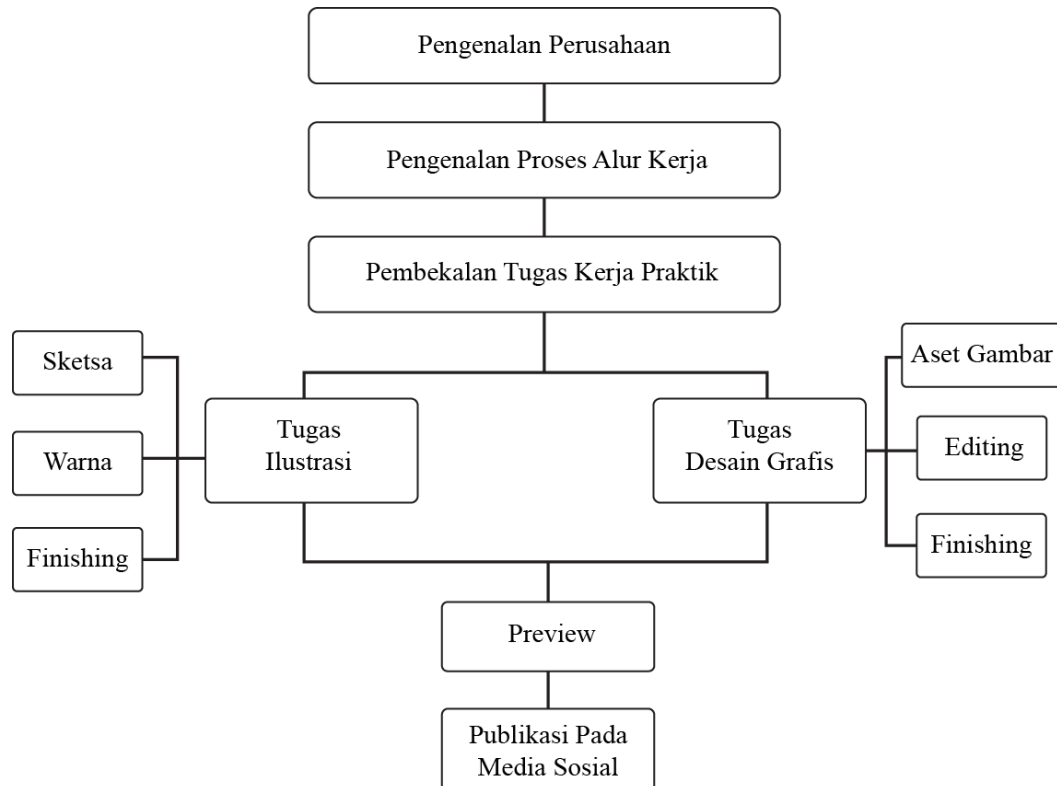
- a. Keunggulan membangun personal branding melalui sosial media adalah tidak mengenal trik atau popularitas semu, karena audience adalah yang menentukan. Berbagai media sosial menjadi media untuk orang berkomunikasi, berdiskusi dan bahkan memberikan sebuah popularitas di media sosial.
- b. Media sosial memberikan sebuah kesempatan yang berfungsi untuk berinteraksi lebih dekat dengan konsumen. Media sosial menawarkan sebuah konten komunikasi yang lebih individual. Melalui media sosial pula berbagai para pemasar dapat

mengetahui kebiasaan dari konsumen mereka dan melakukan suatu interaksi secara personal, serta dapat membangun sebuah ketertarikan yang mendalam.

BAB 4

PEMBAHASAN

4.1 Skema Proses Kerja Praktik



Gambar 4.1 Skema Proses Kerja Praktik

4.2 Tugas Primer

Tugas primer merupakan tugas utama yang menjadi fokus dalam pengerjaan selama berlangsungnya kerja praktik di PT Semen Indonesia (Persero) Tbk. Tugas primer yang diberikan berupa pembuatan poster ilustrasi “AKHLAK”. Kepanjangan dari AKHLAK adalah amanah, kompeten, harmonis, loyal, adaptif, dan kolaboratif.

4.2.1 AKHLAK

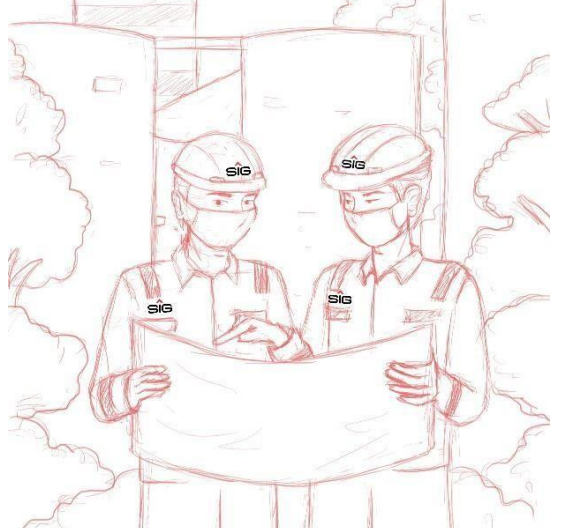
AKHLAK merupakan salah satu konten yang diproduksi oleh Unit Internal Communication. Dalam poster AKHLAK memuat Do dan Don't, hal yang dilakukan dan tidak dilakukan oleh pegawai PT Semen Indonesia (Persero) Tbk. dalam

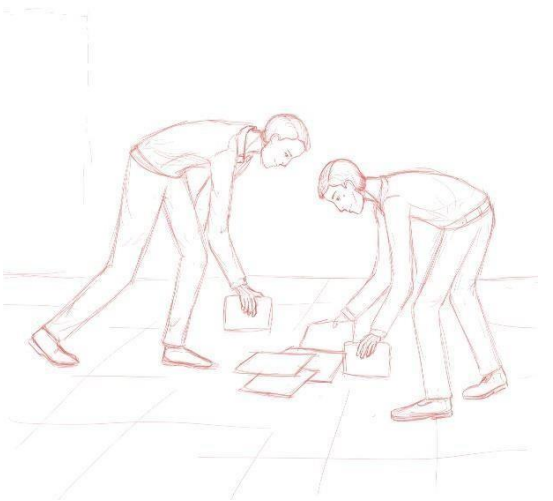
pembuatan poster AKHLAK, penulis bertugas sebagai ilustrator yang memvisualisasikan deskripsi kegiatan yang diberikan. Dalam proses pengerjaan terdapat 3 tahapan yakni, tahap sketsa, tahap pewarnaan dan tahap finishing (penempatan ilustrasi pada poster). Pada pelaksanaan kerja praktik, tugas minggu ke-3 yang diberikan adalah pembuatan poster AKH terlebih dahulu dan disusul dengan LAK pada minggu ke 4.

- **Sketsa**

Sketsa dibuat sebagai langkah awal dalam proses pengerjaan. Yang bertujuan agar mempermudah selama proses pengerjaan, karena dalam tahapan sketsa jika ada perubahan bentuk masih belum terlalu kompleks dan masih fleksibel. Proses sketsa dilakukan secara digital menggunakan aplikasi Autodesk Sketchbook. Sketsa Do's dan Don't dalam poster AKHLAK yang telah dibuat oleh penulis adalah berikut:

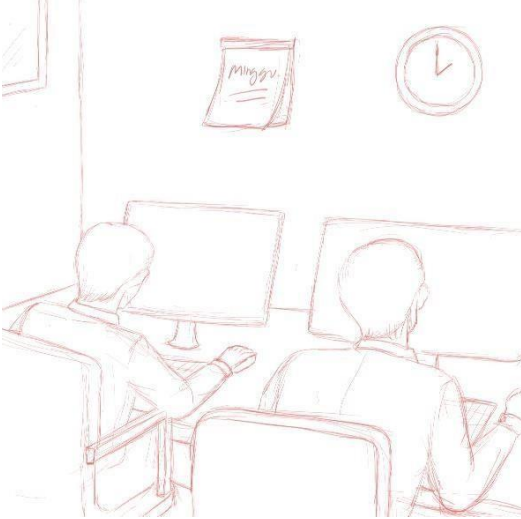
No	Sketsa AKH	Deskripsi brief Do's/Dont's
1	 Gambar 4.2 Sketsa Amanah Do	Amanah Do's • Gambar yang menunjukkan 2 orang sedang berbicara di meja rapat. 1 orang memberi tugas, 1 orang menyatakan siap menerima tugas. • X: kamu siap menerima tugas ini? Y: siap pak boss. Akan saya pelajari dan segera kerjakan.

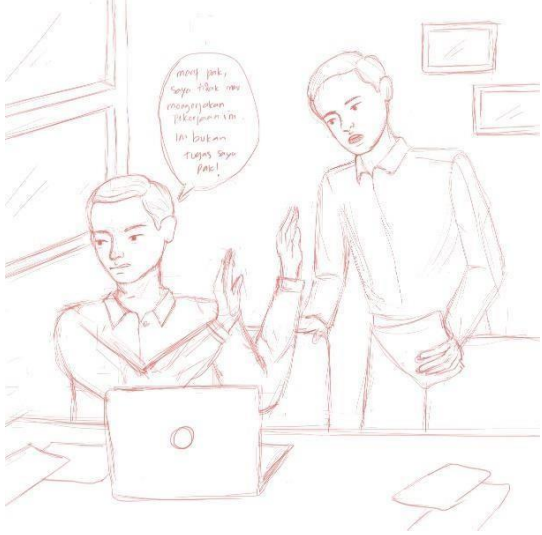
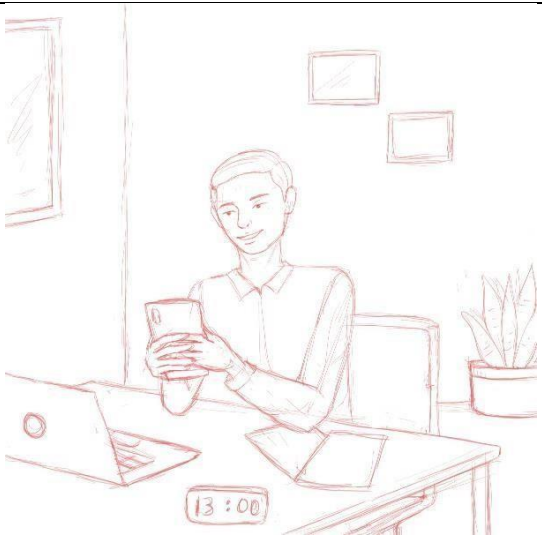
2	 Gambar 4.3 Sketsa Amanah Don't	Amanah Don't's Gambar yang menunjukkan gratifikasi/ menerima suap
3	 Gambar 4.4 Sketsa Kompeten Do	Kompeten Do's Gambar suasana di pabrik. Ada karyawan pakai cattle pack (warna orange cattle pack SIG) ada bangunan pabrik semen. Suasana pabrik yang asri dengan pepohonan. Karyawan boleh lebih dari 1 orang, sedang terlihat kerjasama.

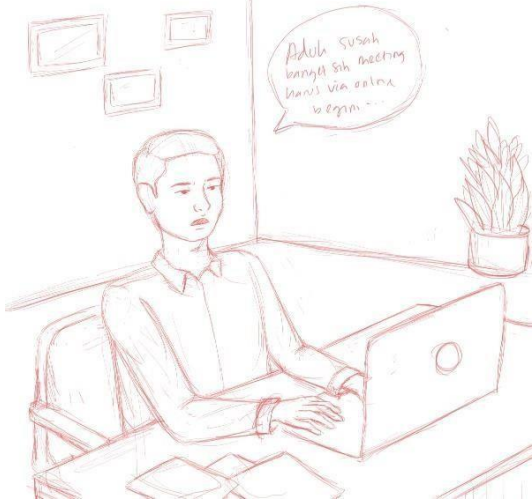
4	 Gambar 4.5 Sketsa Kompeten Don't	Kompeten Don't's • Gambar karyawan di meja kerja. Dengan posisi sedang menagntuk/tidur, ada jam dinding yang menunjukkan pukul 14:00 WIB dan terdapat balon kata. • X: males ah ikut pelatihan, mending tidur aja.”
5	 Gambar 4.6 Sketsa Harmonis Do	Harmonis Do's • Suasana kantor/office ada 2 orang. 1 orang sedang memungut tumpukan berkas/kertas yang jatuh berserakan, 1 orang lainnya membantu.

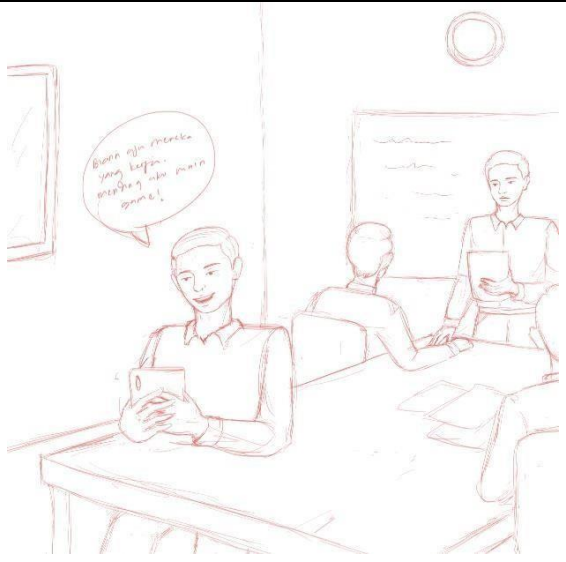
6	 Gambar 4.7 Sketsa Harmonis Don't	Harmonis Don't's - Gambar 2 orang. 1 meminta bantuan untuk membuat presentasi di laptop, 1 orang lain tidak bersedia membantu. - X: Bro, boleh bantu jelasin proses kerja alat ini gak? - Y: Aduh sorry bro, cari tau aja sendiri!
---	---	--

Tabel 4.1 Sketsa AKH

No	Sketsa LAK	Deskripsi brief Do's/Don't's
1	 Gambar 4.8 Sketsa Loyal Do	Loyal Do's Gambar di CCR pabrik, Karyawan sedang bekerja, di dinding ada tulisan kalender MINGGU. Jadi loyal direpresentasikan bersedia bekerja diweekend.

2	 Gambar 4.9 Sketsa Loyal Don't	Loyal Don't's • Gambar menunjukkan karyawan yang tidak mematuhi intruksi pimpinan. Terdapat bubble chat untuk karyawan yang menolak pekerjaan. • X: maaf pak, saya tidak mau mengerjakan kerjaan ini. ini bukan tugas saya pak!" .
3	 Gambar 4.10 Sketsa Adaptif Do	Adaptif Do's • Gambar karyawan sedang kerja WFH. Menggunakan laptop, dan sedang bermain hp. Di atas meja terdapat jam digital. Mimik wajah antusias teradap teknologi.

4	 Gambar 4.11 Sketsa Adaptif Don't	Adaptif Don't's • Gambar karyawan di kantor, sedang duduk di meja kerja dan di depannya ada laptop. Lalu ada bubble chat. • X: aduh susah banget sih meeting harus via online gini..”
5	 Gambar 4.12 Sketsa Kolaboratif Do	Kolaboratif Do's • Gambar suasana kantor di ruang rapat. • X: ini semua karena hasil kerja seluruh team. Tetap semanta!!”

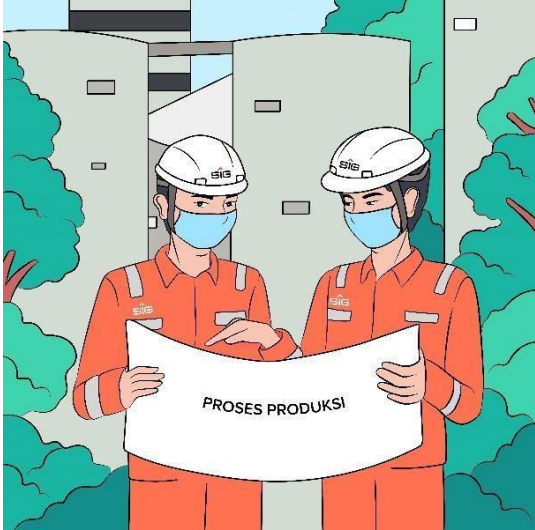
6	 Gambar 4.13 Sketsa Kolaboratif Don't	Kolaboratif Don't's • Gambar sekelompok group sedang berdiskusi, dan 1 orang duduk terpisah tidak mau bergabung berdiskusi, dan malah main hp. Terdapat bubble chat pada orang yang tidak mau bergabung. • X: biarin mereka aja yang kerja, mending aku main game.” .
---	--	--

Tabel 4.2 Sketsa LAK

- **Warna**

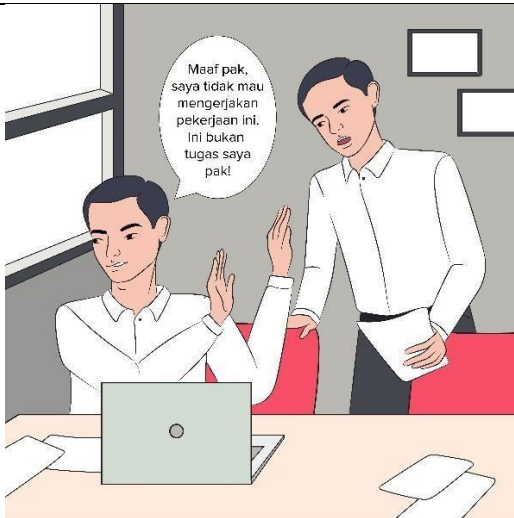
Setelah tahap sketsa, tahap berikutnya adalah tahap pewarnaan. Dalam tahap ini, sketsa yang telah dibuat akan digambar ulang dan diberikan warna untuk memperjelas gambar visual dari masing-masing sketsa. Palet warna yang digunakan merupakan warna korporasi sesuai brand guideline yang diberikan sebagai pendoman. Proses ini dilakukan di aplikasi Adobe Illustrator. Pewarnaan ilustrasi Do's dan Don't dalam poster AKHLAK yang telah dibuat oleh penulis adalah berikut:

No	Warna AKH	Deskripsi brief Do's/Don't's
1	 Gambar 4.14 Warna Amanah Do	Amanah Do's - Gambar yang menunjukkan 2 orang sedang berbicara di meja rapat. 1 orang memberi tugas, 1 orang menyatakan siap menerima tugas. - X: kamu siap menerima tugas ini? - Y: siap pak boss. Akan saya pelajari dan segera kerjakan.
2	 Gambar 4.15 Warna Amanah Don't	Amanah Don't's Gambar yang menunjukkan gratifikasi/ menerima suap

3	 Gambar 4.16 Warna Kompeten Do	Kompeten Do's Gambar suasana di pabrik. Ada karyawan pakai cattle pack (warna orange cattle pack SIG) ada bangunan pabrik semen. Suasana pabrik yang asri dengan pepohonan. Karyawan boleh lebih dari 1 orang, sedang terlihat kerjasama.
4	 Gambar 4.17 Warna Kompeten Don't	Kompeten Don't's - Gambar karyawan di meja kerja. Dengan posisi sedang menagntuk/tidur, ada jam dinding yang menunjukkan pukul 14:00 WIB dan terdapat balon kata. - X: males ah ikut pelatihan, mending tidur aja.”

5	 Gambar 4.18 Warna Harmonis Do	Harmonis Do's Suasana kantor/office ada 2 orang. 1 orang sedang memungut tumpukan berkas/kertas yang jatuh berserakan, 1 orang lainnya membantu.
6	 Gambar 4.19 Warna Harmonis Don't	Harmonis Don't's - Gambar 2 orang. 1 meminta bantuan untuk membuat presentasi di laptop, 1 orang lain tidak bersedia membantu. - X: Bro, boleh bantu untuk jelasin proses kerja alat ini gak? - Y: Aduh sorry bro, cari tau aja sendiri!

Tabel 4.3 Warna AKH

No	Warna LAK	Deskripsi brief Do's/Don't's
1	 Gambar 4.20 Warna Loyal Do	Loyal Do's Gambar di CCR pabrik, Karyawan sedang bekerja, di dinding ada tulisan kalender MINGGU. Jadi loyal direpresentasikan bersedia bekerja diweekend.
2	 Gambar 4.21 Warna Loyal Don't	Loyal Don't's - Gambar menunjukkan karyawan yang tidak mematuhi intruksi pimpinan. Terdapat bubble chat untuk karyawan yang menolak pekerjaan. - X: maaf pak, saya tidak mau mengerjakan kerjaan ini. ini bukan tugas saya pak!"

3	 Gambar 4.22 Warna Adaptif Do	Adaptif Do's • Gambar karyawan sedang kerja WFH. Menggunakan laptop, dan sedang bermain hp. Di atas meja terdapat jam digital. Mimik wajah antusias teradap teknologi.
4	 Gambar 4.23 Warna Adaptif Don't	Adaptif Don't's • Gambar karyawan di kantor, sedang duduk di meja kerja dan di depannya ada laptop. Lalu ada bubble chat. • X: aduh susah banget sih meeting harus via online gini..”

5	 Gambar 4.24 Warna Kolaboratif Do	Kolaboratif Do's • Gambar suasana kantor di ruang rapat. • X: ini semua karena hasil kerja seluruh team. Tetap semanta!!”
6	 Gambar 4.25 Warna Kolaboratif Don't	Kolaboratif Don't's • Gambar sekelompok group sedang berdiskusi, dan 1 orang duduk terpisah tidak mau bergabung berdiskusi, dan malah main hp. Terdapat bubble chat pada orang yang tidak mau bergabung. • X: biarin mereka aja yang kerja, mending aku main game.”

Tabel 4.4 Warna LAK

- **Finishing**

Finishing merupakan tahapan dimana gambar ilustrasi yang telah selesai akan dimasukkan ke dalam poster AKHLAK. Elemen yang ada di dalam poster disesuaikan dengan brand guideline yang telah diberikan. Poster dibuat di aplikasi Adobe Photoshop. Poster AKHLAK yang telah dibuat oleh penulis adalah sebagai berikut:

No	Poster AKHLAK	Deskripsi singkat
1	 Gambar 4.26 Poster Amanah	Kedua gambar amanah Do's dan Don't's dijadikan dalam satu poster dengan layout yang simple dengan menonjolkan gambar ilustrasi yang ada. Gambar disusun bersampingan agar audience memahami letak perbedaan antar Do's dan Don't's.
2	 Gambar 4.27 Poster Kompeten	Kedua gambar kompeten Do's dan Don't's dijadikan dalam satu poster dengan layout yang simple dengan menonjolkan gambar ilustrasi yang ada. Gambar disusun bersampingan agar audience memahami letak perbedaan antar Do's dan Don't's.

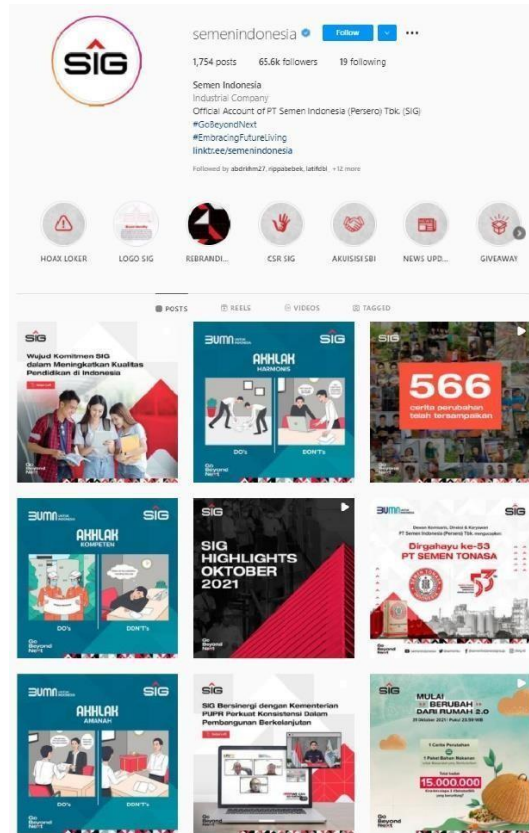
3	 Gambar 4.28 Poster Harmonis	Kedua gambar harmonis Do's dan Don't's diwujudkan dalam satu poster dengan layout yang simple dengan menonjolkan gambar ilustrasi yang ada. Gambar disusun bersampingan agar audience memahami letak perbedaan antar Do's dan Don't's.
4	 Gambar 4.29 Poster Loyal	Kedua gambar loyal Do's dan Don't's diwujudkan dalam satu poster dengan layout yang simple dengan menonjolkan gambar ilustrasi yang ada. Gambar disusun bersampingan agar audience memahami letak perbedaan antar Do's dan Don't's.

5	 Gambar 4.30 Poster Adaptif	Kedua gambar adaptif Do's dan Don't's dijadikan dalam satu poster dengan layour yang simpe dengan menonjolkan gambar ilustrasi yang ada. Gambar disusun bersampingan agar audiance memahami letak perbedaan antar Do's dan Don't's.
6	 Gambar 4.31 Poster Kolaboratif	Kedua gambar kolaboratif Do's dan Don't's dijadikan dalam satu poster dengan layour yang simpe dengan menonjolkan gambar ilustrasi yang ada. Gambar disusun bersampingan agar audiance memahami letak perbedaan antar Do's dan Don't's.

Tabel 4.5 Poster AKHLAK

- Final

Hasil final poster yang telah jadi akan dipublikasi pada media sosial PT Semen Indonesia (Persero) Tbk, yakni intagram @semenindonesia dan WA corporate.



Gambar 4.32 Instagram PT Semen Indonesia (Persero) Tbk

4.3 Tugas Sekunder

Tugas sekunder merupakan tugas yang diberikan diluar tugas utama. Tugas sekunder yang diberikan merupakan tugas pembuatan poster untuk media sosial PT Semen Indonesia berupa greeting poster “Dirgahayu Tentara Republik Indonesia” dan poster “Mari Berubah Dari Rumah 2.0”.

4.3.1 Poster Dirgahayu Tentara RI

Terdapat 3 tahapan dalam pembuatan poster greeting Hut TNI. Yaitu pengumpulan aset gambar, editing gambar dan yang terakhir adalah editing poster.

- Aset Gambar

Pada tahapan ini penulis mengumpulkan beberapa gambar untuk diseleksi mana yang akan dipakai sebagai aspek visual yang ada di dalam poster. Berikut adalah aset gambar yang terpilih:



Gambar 4.33 Aset Gambar Hut TNI

- Editing

Setelah aset gambar didapatkan maka tahapan selanjutnya adalah editing gambar. Editing dilakukan dilakukan dengan gaya digital imaging. Gambar diedit dijadikan satu kesatuan dengan tone warna yang hampir sama sehingga gambar yang dihasilkan akan terkesan lebih rapi dan memiliki warna yang sama seolah-olah gambar tersebut diambil secara langsung. Editing dilakukan dengan aplikasi Adobe Photoshop dan untuk warna menggunakan Adobe Lightroom. Berikut merupakan hasil dari editing gambar yang telah dilakukan dengan digital imaging:



Gambar 4.34 Hasil Editing

- Poster

Gambar yang telah dibuat akan dimasukan ke dalam poster. Layouting pada poster dilakukan dengan memperhatikan brand guideline yang telah diberikan. Proses ini dilakukan di aplikasi Adobe Photoshop. Berikut adalah hasil jadi dari poster greeting Hut TNI yang telah dibuat:



Gambar 4.35 Poster Hut TNI

4.3.2 Poster Mari Berubah Dari Rumah

Terdapat 2 tahapan dalam pembuatan poster Mari Berubah Dari Rumah. Yaitu pengumpulan aset gambar dan editing gambar beserta dengan finishing.

- Aset gambar

Aset gambar telah diberikan di dalam format file psd. Dimana di dalamnya memuat aset-aset grafis dan beberapa gambar pendukung. Penulis hanya menambahkan satu gambar objek pendukung.



Gambar 4.36 Aset Gambar Mulai Berubah Dari Rumah

- Editing dan finishing

Proses editing dilakukan di Adobe Photoshop dengan file psd yang telah diberikan. Proses editing gambar dilakukan agar gambar lebih menyatu dengan objek-objek yang lain yang ada di dalam poster. Sedangkan layout dilakukan agar tata letak seluruh komponen tersusun secara terstruktur. Berikut adalah hasil dari akhir dari proses editing dan layouting:



Gambar 4.37 Poster Mulai Berubah Dari Rumah

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Kerja praktik merupakan kegiatan yang wajib dilakukan bagi mahasiswa Desain Komunikasi Visual, Universitas Internasional Semen Indonesia. Ilmu yang telah dipelajari dibangku perkuliahan akan diterapkan dalam kerja praktik dilapangan. Cabang keilmuan DKV yang diterapkan dalam kerjapraktik adalah ilustrasi dan desain grafis. Ilustrasi dan desain grafis mempunyai peran penting dalam menyampaikan informasi kepada audience, khususnya pada postingan di media sosial.

Kerja praktik yang dilakukan selama satu bulan di PT Semen Indonesia (Persero) Tbk, memberikan banyak pengalaman dan pelajaran bagi penulis. Seperti cara berkomunikasi dengan tim, bekerjasama, memvisualisasikan brief yang diberikan dalam bentuk ilustrasi dan desain. Ilustrasi dan desain yang buat pun harus menyesuaikan, karena setiap instansi memiliki karakter dan selera yang berbeda-beda. Tidak hanya itu, kerja praktik yang dilakukan juga menumbuhkan rasa percaya diri dan membuat penulis lebih membuka diri untuk menerima masukan dari anggota tim selama proses kerja praktik. Banyak pengalaman baru yang didapatkan selama melakukan kerja praktik di PT Semen Indonesia (Persero) Tbk.

5.2 Saran

Melakukan kerja praktik yang sesuai dengan bidang keahlian merupakan hal yang menyenangkan, dapat menimbulkan rasa percaya diri, menumbuhkan rasa kekeluargaan dan kerjasama tim. Kegiatan kerja praktik juga dapat membangun relasi ke dunia kerja. Jika perusahaan tempat kerja praktik merasa cocok dengan kinerja yang telah dilakukan selama kerja praktik berlangsung, maka terdapat kemungkinan untuk dapat kerja kembali di perusahaan tersebut setelah kelulusan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin & Kusrianto. 2009. “Sukses Menulis Buku Ajar dan Referensi”. PT Gramedia Widiasarana Indonesia: Jakarta
- Armayani, dkk. 2021. “Analisis Peran Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan Penjualan Online”. Jurnal Pendidikan Tambusai, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan. Vol. 5 No.3
- Emanuelle, Patricia. 2021. “Perancangan Promosi Pelepasan Nipah”. Kripsi, Universitas Mutimedia Nusantara
- Henderi, dkk. 2007. “Pengertian Media Sosial”. Jakarta: Kencana
- Kotler & Keller. 2012. “Manajemen Pemasaran edisi ketigabelas jilid 1 dan 2 dialihbahasakan oleh Bob Sabran”. Jakarta: Erlangga
- Nurhadiat, Dedi. 2004. “Pendidikan Seni Rupa”. PT Grasindo: Jakarta
- Poulin, Richard. 2011. “The Language of Graphic Design – An Illustrated Handbook for Understanding Fundamental Design Principles”. Beverly, Massachusetts: Rockport Publishers
- Paramitha, Cindy Rizal Putri. 2011. “Analisis Faktor Pengaruh Promosi Berbasis Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan dalam Bidang Kuliner”. Skripsi, Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro
- Puntoadi, Danis. 2011. “Menciptakan Penjualan Melalui Social Media”. Jakarta: PT Elex Komputindo
- Rio, Andriyat. 2020. “Peranan Desain Grafis Pada Media”.
<https://staff.uniku.ac.id/rioandriyat/peran-desain-grafis-pada-media/>.
Diakses pada 7 Januari 2022, pukul 11:51 AM
- Robin, Landa. 2011. “Graphic Design Solutions 4th ed”. Boston, MA: Wadsworth Cengage Learning
- Rustan, Surianto. 2010. “Huruf Font Tipografi”. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Rustan, Surianto. 2009. “Layout Dasar dan Penerapannya”. Jakarta: Gramedia
- Sugiyono. 2015. Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R&D. Alfabeta: Bandung

-
- Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R&D. Alfabeta: Bandung
- SIG. 2020. “Profile Perusahaan”. <https://sig.id/id/profil-perusahaan/>. Diakses pada 28 Desember 2021, pukul 8:35 PM
- SIG. 2020. “Struktur Organisasi”. <https://sig.id/id/struktur-organisasi/>. Diakses pada 28 Desember 2021, pukul 8:42 PM
- SIG. 2020. “Struktur Grup”. <https://sig.id/id/struktur-grup/>. Diakses pada 28 Desember 2021, pukul 9:16 PM
- SIG. 2020. “Produk dan Solusi”. <https://sig.id/id/informasi-produk-dan-solusi/>. Diakses pada 28 Desember 2021, pukul 9:34 PM
- SIG. 2020. “Brand Guidelines”. Versi 1.0
- Santoso & Aditia. 2020. “Perancangan Buku Ilustrasi Digital Sebagai Media Informasi tentang Neurosis”. Jurnal Vol.7 No.2
- Soedarso. 2014. “Perancangan Buku Ilustrasi Perjalanan Mahapatih Gajah Mada”. Desain Komunikasi Visual, BINUS University. Vo.5 No.2

LAMPIRAN

1. Daftar Hadir



PT Semen Indonesia (Persero) Tbk.
South Quarter Tower A Lt. 19-20
Jl. RA Kartini Kav. 8, Jakarta Selatan 12430, Indonesia

P. +62 21 526174-5
f. +62 21 5261716

R/74203200/002-7

DAFTAR HADIR MAHASISWA KERJA PRAKTEK UNIVERSITAS INTERNASIONAL SEMEN INDONESIA

NO.	NAMA MAHASISWA	OKTOBER 2021																												
		KET		1	4	5	6	7	8	11	12	13	14	15	18	20	21	22	25	26	27	28	29							
1	Dinda Meylana	IN																												
		OUT																												

Keterangan :
Pagel : 08.00 WIB
Sore : 16.00 WIB
*) Copy untuk Lampiran Laporan
*) Mohon diserahkan kembali ke Unit of L&D Ops. and Certification



Unit Kerja : Unit of Internal Communication
Nama Pembimbing : DANICA JOHANNA SILAHOODY, S.M., CHCM, -- (6311)
Tanda Tangan

2. Surat Pemberitahuan Diterima



PT Semen Indonesia (Persero) Tbk.
South Quarter Tower A Lt. 19-20
Jl. RA Kartini Kav. 8, Jakarta Selatan 12430, Indonesia

p. +62 21 5261174 5
f. +62 21 5261176
R/74203200/002-3

Nomor : 7731/SM.15/SUP/50032582/2000/09.2021
Lamp. : -
Perihal : **Panggilan Kerja Praktek**

Kepada Yth.
Elsi Mersilia Hanesti, S.EI., M.SEI
Universitas Internasional Semen Indonesia

Menunjuk Surat Saudara No: 0219/KI.05/03-01.01.01.01/09.21 tanggal 01 September 2021, Perihal: Permohonan Ijin Kerja Praktek, dengan ini kami beritahukan bahwa kami dapat menerima mahasiswa/siswa saudara atas nama:

No.	NAMA	NIM	JURUSAN
1.	Dinda Meylana	3031810009	Desain Komunikasi Visual

Untuk melakukan Kerja Praktek di PT Semen Indonesia (Persero) Tbk, Penempatan Pabrik jakarta di unit kerja Unit of Internal Communication dengan ketentuan sbb :

1. Setiap mahasiswa/siswa yang melakukan Kerja Praktek harus diikutsertakan dalam Asuransi Kecelakaan kerja oleh Institusi ybs .
2. Kerja Praktek dilaksanakan mulai tanggal 01 October 2021 s.d. 31 October 2021
3. Perusahaan tidak menyediakan sarana akomodasi (penginapan) & transportasi.
4. Mahasiswa/siswa tersebut di atas diharapkan kehadirannya pada :

- Hari/Tanggal : Jum'at, 01 October 2021
- Pukul : 07.30 WIB sd. Selesai
- Tempat : Teams Meeting
(informasi link dan ID Teams menyusul)
- Acara : Pengarahan online dari Perusahaan
- Mengirimkan email dengan melampirkan :
 1. Kartu Tanda Pelajar/Mahasiswa (KTP) sebanyak 1 (satu) lembar.
 2. Polis Asuransi Kecelakaan Kerja/Kesehatan sebanyak 1 (satu) lembar.
 3. Surat Keterangan Sehat dari Rumah Sakit dan menyatakan bebas COVID-19.
 4. Pas foto berwarna ukuran 2x3 sebanyak 2 (dua) lembar.
 5. Surat Panggilan dan Dokumen Pendukung.

Demikian atas perhatian Saudara kami sampaikan terima kasih.

Gresik, 16 September 2021
PT Semen Indonesia (Persero) Tbk
An. Direksi,
SM of I & D Operational & Certifica

ACHMAD SIRRUL ATHO', ST.



3. Surat Keterangan Selesai Kerja Parktik

F/26203200/004-15.3

SURAT KETERANGAN

0000030/HM.10/KET/50056664/2000/01.2022

Direksi PT Semen Indonesia (Persero) Tbk dengan ini menerangkan bahwa :

Nama Mahasiswa	: Dinda Meylana
No. Induk Mahasiswa	: 3031810009
Jurusan	: Desain Komunikasi Visual
Universitas	: Universitas Internasional Semen Indonesia

Telah melaksanakan Kerja Praktek di unit kerja *Unit of Internal Communication*, selama 1 bulan, mulai tanggal : 01 Oktober 2021 s.d 31 Oktober 2021.

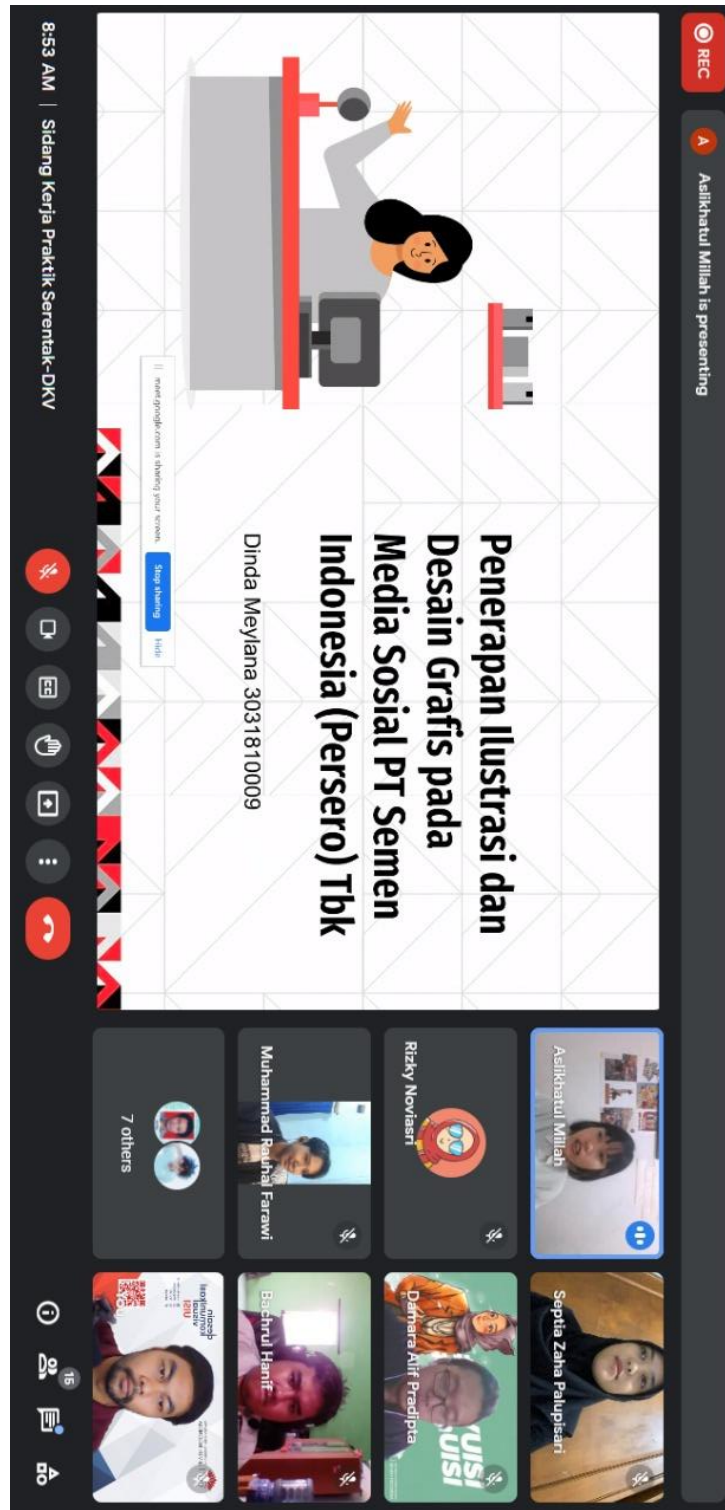
Demikian Surat Keterangan ini untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Tuban, 19 Januari 2022
PT Semen Indonesia (Persero) Tbk
A.n. Direksi
SM of I&D Operational & Certification



ANDI ANINDA ANWAR, S.Psi., MM.

4. Bukti Selesai Sidang Kerja Praktik



5. Hasil Karya



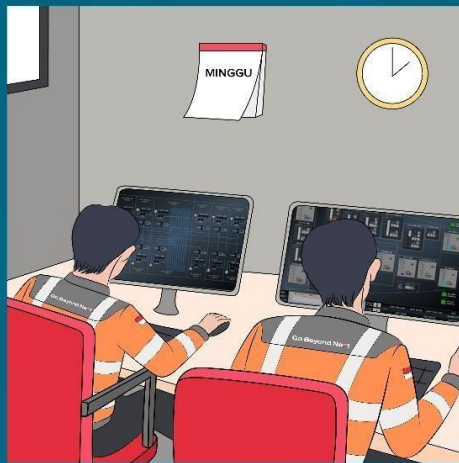




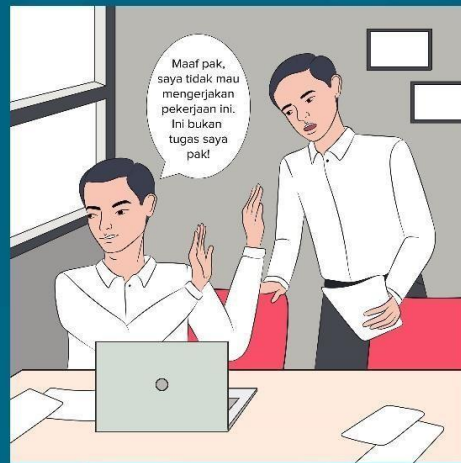
BUMI UNTUK INDONESIA

SIG

AKHLAK LOYAL



DO's



DON'T's

Go
Beyond
Next



BUMI UNTUK INDONESIA

SIG

AKHLAK KOLABORATIF



DO's



DON'T's

**Go
Beyond
Next**



BUMI UNTUK INDONESIA

SIG

Dewan Komisaris, Direksi dan Karyawan
PT Semen Indonesia (Persero) Tbk.

Mengucapkan :

**DIRGAHAYU
TENTARA
REPUBLIK
INDONESIA**

5 Oktober 2021

*Bangga Milik TNI,
Jayalah TNI,
Jayalah Indonesia!*

Go Beyond Next

 semenindonesia

 @semenku

 @semenindonesiagrup

 @sig.id



The poster features the SIG logo at the top left. The main title 'MULAI BERUBAH DARI RUMAH 2.0' is prominently displayed in the upper right. Below the title, a call to action encourages sharing experiences with the hashtag #MulaiBerubahDariRumah. A key message states that one inspiring story equals one motivation for change and one package of goodness. The 'How to Participate' section lists six steps: sharing stories of food waste/loss, providing supporting photos/videos, sending them to a specific WhatsApp number or email, allowing for multiple submissions, converting stories into food packages for those affected by COVID-19, and ending on October 31, 2021. The bottom left shows various merchandise items like a foldable lunch box, a silicone food pouch, and a foldable tote bag, with a note that 50 inspiring stories will win these prizes. The 'Go Beyond Next' logo is at the bottom left corner.

SIG

Yuk Ceritakan Pengalaman
#MulaiBerubahDariRumah
versi Insan SIG

▶ **1 Cerita Inspiratif = 1 Semangat Perubahan = 1 Paket Kebaikan**

**MULAI
▶▶ BERUBAH
DARI RUMAH 2.0**

Cara Partisipasi:

1. Bagikan cerita tentang perubahan kecil seputar food waste/food loss yang sudah dilakukan dan manfaat apa yang dirasakan.
2. Siapkan foto atau video yang mendukung cerita food waste/food loss yang dilakukan.
3. Kirimkan foto/video beserta cerita sebagai caption ke nomor whatsapp Corporate Communication 081131187959 atau melalui email ke corporate.communication@sig.id
4. Setiap peserta boleh mengirimkan lebih dari satu foto/video dan cerita.
5. Setiap 1 cerita akan dikonversikan menjadi paket bahan makanan kepada teman-teman yang membutuhkan dan terdampak covid-19.
6. Periode aktivasi sampai tanggal 31 Oktober 2021.

Dapatkan hadiah merchandise menarik untuk 50 cerita inspiratif.

Go Beyond Next

6. Dokumentasi Kerja Parktik

