

**PENERAPAN DESAIN GRAFIS PADA PERANCANGAN
DESAIN MEDIA SOSIAL DI MM/Ad**

MBKM: MAGANG INDUSTRI



SEBASTIAN SAKSONO

NIM : 332210023

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS TEKNOLOGI DAN DESAIN
UNIVERSITAS MA CHUNG
MALANG
2025**

**LEMBAR PENGESAHAN
MBKM: MAGANG INDUSTRI**

**PENERAPAN DESAIN GRAFIS PADA PERANCANGAN
DESAIN MEDIA SOSIAL DI MM/Ad**

Oleh:

SEBASTIAN SAKSONO

NIM. 332210023

dari:

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS TEKNOLOGI DAN DESAIN
UNIVERSITAS MA CHUNG**

Dosen Pembimbing,



Ayyub Anshari Sukmaraga, S.Sn., M.Ds.

NIP. 20130014

Dekan Fakultas Teknologi dan Desain,



Prof. Dr. Eng. Romy Budhi Widodo

NIP. 20070035

KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan MBKM ini. Kegiatan magang telah dilaksanakan dengan baik di MM/Ad yang berlokasi di Jl. Kalimantan No. 5, Malang, Jawa Timur.

Laporan ini disusun sebagai salah satu bentuk pertanggungjawaban kegiatan MBKM sekaligus sebagai sarana untuk mendokumentasikan pengalaman, pemahaman, serta keterampilan yang penulis peroleh selama melaksanakan kegiatan MBKM di MM/Ad. Melalui kegiatan ini, penulis mendapatkan kesempatan untuk terlibat langsung dalam proses kreatif dan teknis pada berbagai proyek desain digital serta strategi promosi, sehingga menambah wawasan dan pengalaman nyata di dunia industri kreatif.

Penulis menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, bimbingan, serta kesempatan selama pelaksanaan MBKM, khususnya kepada yang terhormat:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Stefanus Yufra Menahen Taneo, MS., M.Sc. selaku Rektor Universitas Ma Chung.
2. Bapak Prof. Dr. Eng. Romy Budhi Widodo selaku Dekan Fakultas Teknologi dan Desain Universitas Ma Chung.
3. Bapak Sultan Arif Rahmadianto S.Sn., M.Ds. selaku Kepala Program Studi Desain.
4. Bapak Ayyub Anshari Sukmaraga, S.Sn., M.Ds. sebagai dosen pembimbing program MBKM: Magang Industri.
5. Bapak Ronny Stevanus Andreas selaku Founder MM/Ad yang telah memberikan kesempatan untuk melaksanakan MKBM: Magang Industri.
6. Para senior dan rekan-rekan magang yang telah mendukung proses kegiatan magang dan penulisan laporan MBKM: Magang Industri.
7. Keluarga penulis yang telah mendukung proses berjalannya MBKM: Magang Industri.

8. Rekan-rekan Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Ma Chung yang telah mendukung kegiatan dan penulisan laporan MBKM: Magang Industri.
9. Semua pihak-pihak telah membantu penulis baik secara langsung ataupun tidak langsung dalam kegiatan dan penulisan laporan MBKM: Magang Industri.

Penulis menyadari bahwa laporan ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan demi penyempurnaan laporan ini di masa mendatang.

Semoga laporan ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca serta menjadi referensi bagi pihak lain yang membutuhkan. Penulis ucapkan terima kasih banyak kepada semua pihak, semoga Tuhan Yang Maha Esa selalu memberikan berkah akan kebaikan.

Malang, 1 Desember 2025

Penulis

UNIVERSITAS
MA CHUNG



Sebastian Saksono

NIM. 332210023

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR GAMBAR	vi
Bab I Pendahuluan	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Batasan Masalah.....	3
1.3 Tujuan MKBM: Magang Industri.....	3
1.4 Manfaat MBKM: Magang Industri	4
1.4.1 Bagi Mahasiswa.....	4
1.4.2 Bagi Universitas.....	4
1.4.3 Bagi Instansi Tempat Magang (MM/Ad).....	4
Bab II Gambaran Umum Perusahaan	6
2.1 Profil Perusahaan.....	6
2.2 Layanan Perusahaan	6
2.3 Sejarah Perusahaan.....	7
2.4 Visi dan Misi Perusahaan	8
2.4.1 Visi.....	8
2.4.2 Misi.....	8
2.5 Struktur Organisasi Perusahaan.....	8
2.6 Lokasi Perusahaan	10
2.7 Fasilitas Perusahaan	10
Bab III Tinjauan Pustaka	17
3.1 Desain Komunikasi Visual	17
3.1.1 Prinsip-prinsip Dasar Dalam Desain.....	17
3.1.2 Unsur-unsur Dalam Desain.....	18
3.2 Desain Grafis	21
3.3 Media Sosial	21
3.4 Branding	22
3.5 Tipografi	22
3.6 Grid.....	22
3.7 Layout.....	23

3.8 Copywriting.....	24
Bab IV Deskripsi Data dan Hasil MBKM	25
4.1 Metode.....	25
4.2 Hasil.....	26
4.2.1 Desain Media Sosial WOKE Strategic	27
4.2.2 Desain Media Sosial DEI Strategic	29
4.2.3 Desain Media Sosial 12P Modern Branding.....	30
4.2.4 Desain Media Sosial Apple.....	33
4.2.5 Desain Media Sosial Gloss vs Matte Packaging.....	35
4.2.6 Desain Media Sosial Bluebird	37
4.2.7 Desain Media Sosial Paul Rand.....	39
Bab V Penutup.....	41
5.1 Kesimpulan.....	41
5.2 Saran.....	42
5.2.1 Bagi Mahasiswa.....	42
5.2.2 Bagi Universitas.....	42
5.2.3 Bagi MM/Ad.....	42
DAFTAR PUSTAKA.....	44
LAMPIRAN.....	46

UNIVERSITAS
MA CHUNG

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Logo MM/Ad	6
Gambar 2.2 Struktur organisasi perusahaan MM/Ad	8
Gambar 2.3 Lokasi perusahaan dari Universitas Ma Chung.....	10
Gambar 2.4 Area parkir kantor kedua MM/Ad.....	11
Gambar 2.5 Meja pemilik MM/Ad	11
Gambar 2.6 Meja tempat desainer	12
Gambar 2.7 Tempat duduk penulis	12
Gambar 2.8 Meja dinding & rak buku	13
Gambar 2.9 Dapur kantor MM/Ad.....	13
Gambar 2.10 Area belakang kantor MM/Ad.....	14
Gambar 2.11 Toilet kantor MM/Ad	14
Gambar 2.12 Logo Adobe Photoshop	15
Gambar 2.13 Logo Adobe Illustrator	15
Gambar 2.14 Logo Google Drive.....	15
Gambar 3.1 Garis	18
Gambar 3.2 Bidang	19
Gambar 3.3 Bentuk	19
Gambar 3.4 Ruang	20
Gambar 3.5 Tekstur	20
Gambar 3.6 Warna.....	21
Gambar 3.7 Anatomi Grid.....	23
Gambar 3.8 Simetri	23
Gambar 3.9 Asimetri	24
Gambar 4. 1 Bagan <i>Cyclic Strategy</i>	25
Gambar 4.2 <i>Cover Carousel</i> WOKE Strategic	27
Gambar 4.3 Hasil Desain <i>Carousel</i> WOKE Strategic.....	28
Gambar 4.4 <i>Cover Carousel</i> DEI Strategic.....	29
Gambar 4.5 Hasil Desain <i>Carousel</i> DEI Strategic.....	30
Gambar 4.6 <i>Cover Carousel</i> 12P Modern Branding.....	32
Gambar 4.7 Hasil Desain <i>Carousel</i> 12P Modern Branding	32
Gambar 4.8 <i>Cover Carousel</i> Apple	34
Gambar 4.9 Hasil Desain <i>Carousel</i> Apple	34
Gambar 4.10 <i>Cover Carousel</i> Gloss vs Matte Packaging.....	36
Gambar 4.11 Hasil Desain <i>Carousel</i> Gloss vs Matte Packaging	36
Gambar 4.12 <i>Cover Carousel</i> Bluebird.....	38
Gambar 4.13 Hasil Desain <i>Carousel</i> Bluebird.....	38
Gambar 4.14 <i>Cover Carousel</i> Paul Rand	40
Gambar 4.15 Hasil Desain <i>Carousel</i> Paul Rand	40

Bab I

Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah cara masyarakat berkomunikasi, khususnya dalam proses penyebaran informasi (Sahputra & Nendi, 2024). Perubahan ini turut mendorong perusahaan untuk memiliki strategi visual yang kuat, konsisten, dan relevan dengan kebutuhan pasar. Di era digital saat ini, masyarakat semakin terhubung melalui media sosial, di mana tidak hanya menjadi sarana interaksi dan komunikasi, tetapi juga membawa perubahan signifikan pada berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam bidang bisnis dan penjualan.

Di tahun 2025 jumlah identitas pengguna media sosial di seluruh dunia telah mencapai 5,24 miliar, yang mencakup 63,9% dari populasi global (The Global Statistics, 2025). Adopsi yang meluas ini menggarisbawahi integrasi berkelanjutan media sosial ke dalam kehidupan sehari-hari di hampir setiap wilayah di dunia. Peningkatan identitas pengguna didorong tidak hanya oleh pertumbuhan populasi dan perluasan akses internet, tetapi juga oleh proliferasi perangkat seluler dan tren perilaku pengguna yang mendukung komunikasi digital, berbagi konten, dan komunitas daring.

Tingginya intensitas penggunaan media sosial dalam kehidupan sehari-hari menjadikannya sebagai sarana strategis dalam pengembangan usaha. Hal ini membuktikan bahwa media sosial efektif digunakan jika mengetahui dan memahami target, tujuan, strategi apa yang dibutuhkan untuk mengembangkan dan meningkatkan *brand awareness* dari suatu perusahaan (Kesuma, 2021). Media sosial menjadi salah satu media penting dalam membangun identitas visual, meningkatkan daya tarik pesan, serta mendukung upaya *branding* atau promosi pada berbagai *platform* digital.

NEWMEDIA (2025) menyatakan bahwa jumlah pengguna media sosial menghabiskan rata-rata lebih dari 2 jam per hari di berbagai *platform* seperti Instagram. Dominasi tersebut menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi media utama dalam komunikasi digital dan promosi, sehingga peran desain grafis

dan visual menjadi sangat penting untuk menarik perhatian, membangun citra merek, dan meningkatkan keterlibatan audiens.

Desain grafis memiliki dampak signifikan terhadap keberhasilan pemasaran dan promosi digital. Keterlibatan konsumen, yang mencakup metrik seperti suka, komentar, dan berbagi, meningkat secara signifikan ketika konten dirancang dengan mempertimbangkan prinsip-prinsip desain grafis (Kholid Rizky Sapawi et al., 2024). Misalnya, unggahan media sosial yang menggunakan kombinasi warna yang menarik dan tipografi yang jelas cenderung mendapatkan lebih banyak interaksi daripada unggahan yang kurang terorganisir. Desain grafis yang dirancang secara strategis dapat meningkatkan *calls-to-action* (CTA), sehingga menghasilkan lebih banyak pendaftaran, pembelian, atau unduhan. Oleh karena itu, integrasi desain grafis yang efektif harus menjadi prioritas dalam strategi pemasaran modern. Sebuah bisnis atau perusahaan harus berinvestasi dalam mengembangkan tim desain kreatif dan alat digital yang memadai untuk memastikan bahwa konten mereka tidak hanya relevan tetapi juga menarik secara visual.

Penerapan strategi desain grafis yang terintegrasi tersebut telah dijalankan oleh berbagai studio kreatif, salah satunya oleh studio MM/Ad. Studio ini secara konsisten memanfaatkan desain visual sebagai pendukung kebutuhan promosi digital, salah satunya adalah dengan merancang konten media sosial. Dengan mengutamakan konsistensi identitas visual, pemilihan warna dan tipografi yang tepat, serta penyesuaian desain terhadap karakter target audiens, studio MM/Ad mampu meningkatkan daya tarik konten sekaligus memperkuat citra merek di ranah digital. Praktik ini menunjukkan bahwa pengelolaan desain grafis yang strategis tidak hanya berfungsi sebagai elemen estetika, tetapi juga sebagai alat komunikasi yang efektif dalam mencapai tujuan pemasaran.

Hal tersebut menjadi alasan utama penulis memilih MM/Ad sebagai tempat pelaksanaan MKBM. MM/Ad dikenal sebagai studio kreatif yang berfokus pada bidang *branding*, desain grafis, dan desain digital, sehingga memberikan kesempatan bagi penulis untuk mempelajari proses kerja di industri kreatif secara langsung. Melalui kegiatan MBKM ini, penulis tidak hanya memperoleh pengalaman praktis dalam merancang konten dan desain digital, tetapi juga memahami strategi *branding* serta kebutuhan pasar yang relevan dengan

perkembangan industri saat ini. Berdasarkan pertimbangan tersebut, penulis memilih mengikuti program magang melalui skema MBKM: Magang Industri dengan durasi pelaksanaan selama empat bulan. Waktu pelaksanaan yang cukup panjang ini dipilih karena dianggap mampu memberikan pengalaman belajar yang lebih optimal dibandingkan magang dengan durasi yang lebih sedikit. Melalui kesempatan ini, penulis berharap dapat mengembangkan kemampuan profesional di bidang desain grafis dan *branding* secara maksimal sebagai bekal untuk memasuki dunia kerja di masa mendatang.

1.2 Batasan Masalah

Beberapa batasan masalah dalam pelaksanaan MKBM dan laporan ini sebagai berikut:

- a) Penulis melakukan kegiatan MBKM di MM/Ad selama 4 bulan dari tanggal 4 Agustus 2025 hingga 29 November 2025.
- b) Laporan MBKM ini difokuskan pada proyek perancangan desain di media sosial MM/Ad, yaitu pada akun Instagram @mm/ad.graphic.
- c) Pembahasan tidak mencakup aspek manajerial, finansial, maupun produksi nondesain di perusahaan.
- d) Data dan informasi yang digunakan dalam laporan ini diperoleh melalui observasi serta pengalaman langsung selama masa MBKM.

1.3 Tujuan MKBM: Magang Industri

Adapun tujuan dari pelaksanaan MBKM ini adalah:

- a) Mengetahui dan memahami sistem kerja serta proses desain di MM/Ad.
- b) Menerapkan ilmu dan keterampilan desain yang diperoleh selama perkuliahan dalam dunia kerja nyata.
- c) Mengembangkan kemampuan profesional di bidang desain grafis dan *branding*.
- d) Menambah pengalaman dan wawasan mengenai industri kreatif di Indonesia, terutama dalam bidang *branding* dan desain grafis.

- e) Melaksanakan MBKM: Magang Industri sebagai pemenuhan syarat dari mata kuliah dan syarat kelulusan di Universitas Ma Chung.

1.4 Manfaat MBKM: Magang Industri

Kegiatan MBKM ini diharapkan memberikan manfaat bagi berbagai pihak, antara lain:

1.4.1 Bagi Mahasiswa

- a) Menambah pengalaman kerja nyata melalui keterlibatan langsung dalam proyek desain digital dan promosi.
- b) Mengembangkan *soft skill*, termasuk komunikasi, kerja sama tim, adaptasi, dan penyelesaian masalah dalam lingkungan profesional.
- c) Mempersiapkan diri untuk dunia kerja, dengan memahami etika kerja, *deadline*, dan tanggung jawab profesional.

1.4.2 Bagi Universitas

- a) Menambah pengalaman kerja nyata melalui keterlibatan langsung dalam proyek desain digital dan promosi.
- b) Mengembangkan *soft skill*, termasuk komunikasi, kerja sama tim, adaptasi, dan penyelesaian masalah dalam lingkungan profesional.
- c) Mempersiapkan diri untuk dunia kerja, dengan memahami etika kerja, *deadline*, dan tanggung jawab profesional.
- d) Menjadi sarana evaluasi dalam kesesuaian kurikulum dengan kebutuhan industri kreatif.
- e) Meningkatkan hubungan kerja sama antara institusi pendidikan dan perusahaan kreatif.

1.4.3 Bagi Instansi Tempat Magang (MM/Ad)

- a) Mendapatkan bantuan tenaga kreatif dalam proses produksi desain dan *branding*.
- b) Mendapatkan perspektif dan ide kreatif baru dari mahasiswa yang mengikuti tren desain dan perkembangan teknologi.

- c) Memperkuat citra perusahaan, sebagai instansi yang berkontribusi terhadap pendidikan dan pengembangan sumber daya manusia.



UNIVERSITAS
MA CHUNG

pencetakan digital dan pembuatan cetakan tangan, serta pemasangan papan nama luar dan dalam ruangan.

2.3 Sejarah Perusahaan

MM/Ad merupakan perusahaan periklanan yang berlokasi di Malang dan didirikan pada tahun 1977 oleh Bapak Hengky Andreas bersama istrinya, Ibu Christanty Dewi. Pada awal berdirinya, perusahaan ini bernama Micky Mouse Advertising dan masih berfokus sebagai agensi pemasaran surat kabar dan majalah, sekaligus melayani penjualan susu serta minyak tanah. Nama “Micky Mouse” diambil dari tokoh pada majalah pertama yang diedarkan oleh Bapak Hengky saat menjalankan usaha sebagai agen koran. Seiring waktu, beliau memutuskan untuk memusatkan perhatian pada bisnis agen koran yang saat itu berkembang pesat dan memiliki oplah serta omzet terbesar di Malang. Memasuki awal tahun 1984, dengan dukungan rekan-rekan, Micky Mouse Agency mulai mengembangkan lini usaha baru bernama Micky Mouse Advertising yang bergerak di bidang periklanan surat kabar, khususnya Jawa Pos dan KOMPAS. Hingga kini, MM/Ad dikenal sebagai satu-satunya biro iklan rekanan resmi Jawa Pos dan KOMPAS di Malang, serta terus berekspansi ke bidang periklanan ShowBiz, kemudian merambah iklan *indoor* dan *outdoor*. Pada akhir tahun 2006, perusahaan membentuk divisi interaktif dan web bernama Foresight Creative di bawah naungan MMplus Creative sebagai bagian dari divisi kreatif dan desain MM/Ad. Selanjutnya, pada akhir tahun 2009, Micky Mouse Advertising membuka cabang di Surabaya dengan nama Icon Creative yang berfokus pada desain grafis dan layanan konsultan merek.

MM/Ad juga memiliki banyak penghargaan, antara lain:

- a) INTERACTION (poster) ASIA POSTER BIENNIAL AWARD 2007, Singapore - Juri Award Poster Design.
- b) IDN Awards Singapore 2007 - Merit Award from IDN.
- c) Bursa Efek Indonesia Logo 2009 - Top Three Award Indonesian Financial Ministry.
- d) Gallery Award with 5 gold star dari international logo community - Lindasari Logo Design.

- e) International Hiiibrand Award 2010 - Nominee Award - BLC Boneless Chicken Logo.
- f) International Logopond Community - Logo of the Month - Bestman Logo.
- g) International Hiiibrand Award 2011 - Merit Award - Kertanegara Guest House Logo.
- h) International Hiiibrand Award 2013 - Merit Award - Ya'an Earthquake Poster CSR.

2.4 Visi dan Misi Perusahaan

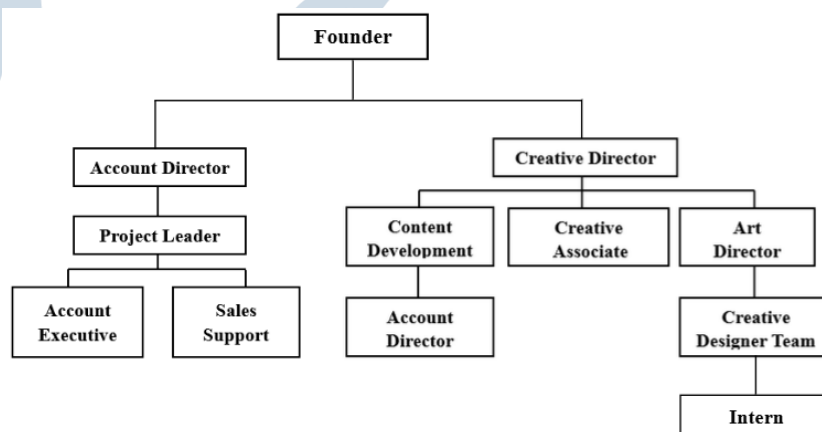
2.4.1 Visi

Menjadi salah satu perusahaan kreatif & agensi digital Indonesia terbaik yang berfokus pada peningkatan loyalitas pelanggan dalam memberikan solusi atas pertumbuhan bisnis mereka.

2.4.2 Misi

Perusahaan berkomitmen menghasilkan karya kreatif berkualitas tinggi dengan harga kompetitif bagi pasar kelas menengah ke atas, didukung pelayanan yang profesional dan bermutu, serta dibuktikan melalui kredibilitas perusahaan yang terus berkembang bersama para pemegang saham.

2.5 Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 2.2 Struktur organisasi perusahaan MM/Ad (Sumber: Data perusahaan)

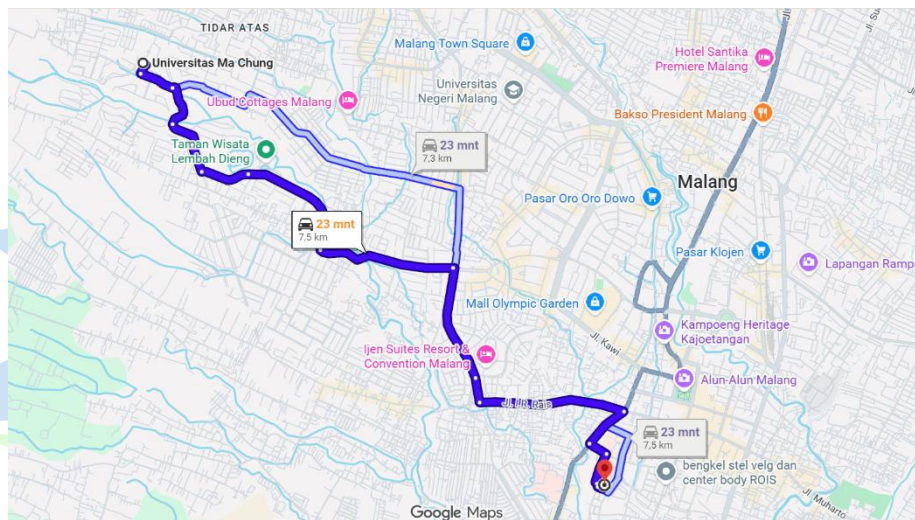
Founder berperan sebagai pemegang dan penanggung jawab utama perusahaan, serta menetapkan visi, arah strategis, serta kebijakan perusahaan secara keseluruhan. Terdapat dua posisi utama dibawah *founder*, yaitu *Account Director* dan *Creative Director*. *Account Director* bertanggung jawab melakukan evaluasi terhadap capaian kinerja *Account Executive*. Dalam biro iklan, *Account Executive* memiliki tugas utama berkomunikasi dan berdiskusi dengan klien serta pihak terkait mengenai produk yang akan diiklankan, termasuk informasi perusahaan, detail produk, anggaran, tujuan pemasaran, dan hasil riset pasar. Dari berbagai tanggung jawab tersebut, peran terpenting *Account Executive* yaitu memelihara hubungan yang baik dengan klien sepanjang pelaksanaan proyek serta menangani setiap permasalahan secara cepat dan tepat agar loyalitas klien terhadap biro iklan tetap terjaga. Kemudian *Sales Support* merupakan posisi dalam divisi pemasaran yang berfungsi dalam pengolahan data proyek, melakukan tindak lanjut kepada pelanggan, serta menyiapkan kebutuhan administrasi penjualan.

Kemudian ada *Creative Director*, dengan tanggung jawab mengarahkan dan mengoordinasikan seluruh proses kreatif. *Creative Director* membawahi tiga divisi, yaitu *Content Development*, *Creative Associate*, dan *Art Director*. *Content Development* berfokus pada pengembangan konsep, ide, dan konten komunikasi agar pesan yang disampaikan tetap konsisten dan sesuai dengan tujuan branding, selain itu divisi ini juga mendukung tim desain dan membantu dalam kebutuhan penulisan dan pengeditan. Setelah *Content Development*, terdapat *Creative Associate* yang berperan dalam membantu proses kreatif, baik dalam pengembangan ide maupun eksekusi konsep desain. Sementara itu, *Art Director* bertanggung jawab atas aspek visual dan estetika desain. *Art Director* memimpin tim *Creative Designer* dalam menghasilkan karya visual yang selaras dengan identitas merek dan kebutuhan klien.

Selain itu, terdapat posisi *intern* (magang) yang diawasi langsung oleh *founder*. *Intern* terlibat dalam aktivitas kreatif sebagai bagian dari proses pembelajaran dan pengembangan kompetensi di lingkungan kerja. Tugas yang dikerjakan oleh *intern* meliputi proyek desain dari klien ataupun proyek desain untuk kebutuhan perusahaan MM/Ad sendiri, seperti proyek desain *carousel* di Instagram.

2.6 Lokasi Perusahaan

MM/Ad mengoperasikan tiga kantor yang seluruhnya berlokasi di Kota Malang, Jawa Timur. Penulis melaksanakan kegiatan MBKM di kantor yang terletak di Jalan Ambon, Kasin, Kecamatan Klojen, Kota Malang, Jawa Timur 65117, yang berada tidak jauh dari Rumah Sakit Islam Aisyiyah Malang. Sementara itu, kantor administrasi MM/Ad beralamat di Jalan Kalimantan No. 05, Malang 65117, dan kantor produksi signage berlokasi di Jalan Sumba, Kasin, Kota Malang, Jawa Timur.



Gambar 2.3 Lokasi perusahaan dari Universitas Ma Chung (Sumber: Google Maps)

2.7 Fasilitas Perusahaan

MM/Ad menjalankan aktivitas operasionalnya di tiga lokasi kerja dengan fungsi yang berbeda. Lokasi pertama difungsikan sebagai pusat administrasi yang menyatu dengan rumah pribadi dan mengelola kebutuhan administratif seluruh studio. Lokasi kedua berperan sebagai pusat pengerjaan proyek desain, sedangkan lokasi ketiga digunakan khusus untuk kegiatan produksi *signage*. Dalam pelaksanaan kegiatan MBKM, penulis ditempatkan di lokasi kedua yang berfokus pada penanganan proyek desain untuk seluruh klien MM/Ad.

MM/Ad menyediakan beberapa fasilitas di kantor kedua untuk mendukung kegiatan kerja dan magang. Di bagian luar, terdapat area parkir yang dikhususkan untuk sepeda motor.



Gambar 2.4 Area parkir kantor kedua MM/Ad (Sumber: Dokumentasi Penulis)

Memasuki ruangan, disebelah kanan terdapat meja dari pemilik/*founder* dan desainer interior utama MM/Ad, beserta iMac yang digunakan *founder* untuk mengerjakan proyek dari klien.



Gambar 2.5 Meja pemilik MM/Ad (Sumber: Dokumentasi Penulis)

Di bagian kiri setelah memasuki lebih ke dalam ruangan terdapat meja besar tempat para desainer bekerja menggunakan komputer perusahaan, pengecualian untuk anak magang, karena perusahaan tidak menyediakan komputer untuk anak magang, sehingga penulis menggunakan laptop pribadi.



Gambar 2.6 Meja tempat desainer (Sumber: Dokumentasi Penulis)

Bagian sebelah kiri meja adalah tempat penulis mengerjakan proyek desain selama magang, berdekatan dengan salah satu desainer MM/Ad.



Gambar 2 7 Tempat duduk penulis (Sumber: Dokumentasi Penulis)

Di dalam ruangan pada area tempat desainer bekerja, terdapat meja panjang yang menempel ke dinding. Meja tersebut digunakan untuk tempat menaruh buku-buku penting mengenai desain. Bagian atasnya disertai rak yang juga berisi buku-buku dan juga beberapa hasil desain seperti brosur, kalender dan kemasan yang biasanya digunakan untuk referensi atau contoh pada saat pengerjaan proyek desain.



Gambar 2.8 Meja dinding & rak buku (Sumber: Dokumentasi Penulis)

Di bagian dalam kantor MM/Ad ini juga tersedia dapur dengan fasilitas seperti kompor, kulkas, wastafel, alat makan dan alat memasak yang semuanya bisa digunakan oleh desainer yang bekerja di sana.



Gambar 2.9 Dapur kantor MM/Ad (Sumber: Dokumentasi Penulis)

Melewati dapur, terdapat bagian belakang dari kantor yang biasanya digunakan sebagai tempat istirahat para desainer yang bekerja di sana. Fasilitas yang disediakan seperti tempat duduk dan meja. Area tersebut juga digunakan oleh pembantu yang bekerja di sana untuk mencuci dan menjemur pakaian.



Gambar 2.10 Area belakang kantor MM/Ad (Sumber: Dokumentasi Penulis)

Selain itu, di area belakang kantor MM/Ad juga tersedia toilet yang biasa digunakan oleh pembantu ataupun pekerja di sana.



Gambar 2.11 Toilet kantor MM/Ad (Sumber: Dokumentasi Penulis)

Dalam pengerjaan proyek desain di MM/Ad, pemilik perusahaan menghimbau untuk menggunakan *software* Adobe, dikarenakan memudahkan dalam pengiriman dan proses pengeditan, karena semua desainer di MM/Ad juga menggunakan *software* Adobe.



Gambar 2.12 Logo Adobe Photshop (Sumber: adobe.com)

Software yang paling sering penulis gunakan adalah Adobe Photoshop, yaitu *software* untuk *editing* standar industri untuk pengeditan gambar dan desain grafis, mengedit foto, memanipulasi gambar, dan *retouching* yang memungkinkan pengguna membuat desain kompleks dari poster, logo, hingga desain digital untuk berbagai media.



Gambar 2.13 Logo Adobe Illustrator (Sumber: adobe.com)

MM/Ad juga menggunakan Adobe Illustrator dalam pembuatan desain berbasis *vector*. Penulis sendiri menggunakan *software* ini untuk pengerjaan desain logo. Fitur-fitur yang disediakan oleh *software* ini memungkinkan desainer untuk membuat desain dengan cepat tanpa menyebabkan kualitas seperti pada gambar menjadi pecah atau buram.



Gambar 2.14 Logo Google Drive (Sumber: workspace.google.com)

Untuk membagikan atau menyimpan *file* dan aset, MM/Ad menggunakan Google Drive. Google Drive adalah layanan penyimpanan awan (*cloud storage*) gratis dari Google yang memungkinkan untuk menyimpan *file* (dokumen, foto, video, dll.) secara *online* dan mengaksesnya dari perangkat apa pun dengan koneksi internet, serta membagikan dan mengeditnya bersama orang lain secara kolaboratif. Fitur yang diberikan oleh Google Drive sangat memudahkan pekerjaan di MM/Ad serta menghemat waktu pada saat proyek perlu diberikan atau dibagikan kepada desainer lain.



UNIVERSITAS
MA CHUNG

Bab III

Tinjauan Pustaka

3.1 Desain Komunikasi Visual

Desain Komunikasi Visual (DKV) merupakan bidang keilmuan yang menitikberatkan pada penyampaian pesan melalui media visual yang dirancang secara terencana guna mencapai tujuan komunikasi tertentu (Judijanto et al., 2025). DKV tidak hanya menekankan pada keindahan visual semata, tetapi juga pada makna dan pesan yang ingin disampaikan kepada audiens. Oleh karena itu, pemahaman terhadap konteks komunikasi, karakteristik audiens, serta media yang digunakan menjadi aspek penting dalam penerapan DKV. Secara konseptual, DKV memadukan unsur seni visual dengan strategi komunikasi yang matang untuk menghasilkan pesan yang efektif dan tepat sasaran (Rinaldi et al., 2021 sebagaimana dikutip dalam (Judijanto et al., 2025)).

3.1.1 Prinsip-prinsip Dasar Dalam Desain

Pembuatan desain memerlukan penerapan prinsip-prinsip dasar, karena desain memiliki peranan penting dalam mengarahkan proses perancangan. Prinsip desain berfungsi sebagai pedoman atau aturan yang membantu desainer dalam mengombinasikan berbagai unsur secara efektif (Yasa et al., 2024). Beberapa prinsip desain yang perlu diperhatikan antara lain sebagai berikut:

a) **Keseimbangan**

Keseimbangan adalah pengaturan elemen visual secara proporsional dalam sebuah desain. Terdapat dua jenis keseimbangan, yaitu keseimbangan simetris dan keseimbangan asimetris. Penerapan keseimbangan yang tepat mampu menciptakan kesan visual yang harmonis dan tertata dengan baik.

b) **Kontras**

Kontras merupakan penerapan perbedaan yang jelas antar elemen dalam sebuah desain, seperti perbedaan warna, ukuran, bentuk, maupun tekstur. Penerapan kontras secara tepat dapat meningkatkan daya tarik visual serta membantu audiens dalam memahami pesan yang disampaikan.

c) Gerakan

Gerakan dalam desain merujuk pada alur pandangan mata audiens saat mengamati sebuah karya visual. Efek gerak dapat dihasilkan melalui penataan elemen visual, seperti garis, bentuk, dan pola, sehingga menciptakan kesan dinamis serta memberikan energi pada desain.

d) Fokus

Fokus merupakan elemen utama atau area tertentu dalam desain yang menjadi pusat perhatian audiens. Penekanan fokus dapat dibangun melalui perbedaan warna, ukuran, maupun tingkat kontras agar pesan utama tersampaikan dengan jelas.

e) Kesatuan

Kesatuan adalah keterpaduan seluruh elemen desain yang membentuk hubungan visual yang selaras. Prinsip ini dapat diwujudkan melalui konsistensi warna, pengulangan elemen visual, serta penerapan gaya desain yang seragam.

3.1.2 Unsur-unsur Dalam Desain

Menurut I Wayan Adi Putra Yasa et al., (2024) terdapat beberapa unsur dalam desain. Berikut beberapa unsur-unsurnya:

a) Garis

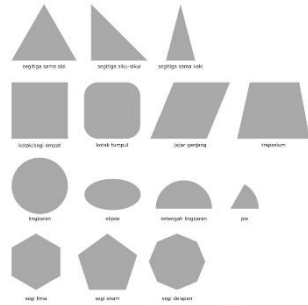
Garis adalah fondasi utama desain yang berfungsi sebagai penunjuk arah, pemisah area, atau pemberi kesan dinamis. Variasinya beragam, mulai dari lurus hingga putus-putus.



Gambar 3.1 Garis (Sumber: idseducation.com)

b) Bidang

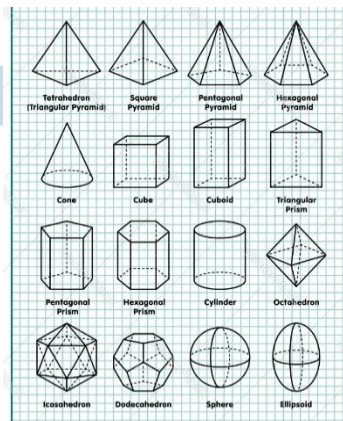
Bidang adalah area dua dimensi yang terbentuk dari pertemuan atau batasan garis, warna, atau perbedaan tekstur, sehingga memiliki panjang dan lebar, tetapi tidak memiliki kedalaman.



Gambar 3.2 Bidang (Sumber: idseeducation.com)

c) Bentuk

Bentuk merupakan unsur visual dua dimensi yang memiliki ukuran panjang dan lebar, serta dapat hadir dalam berbagai karakter, baik geometris maupun organik, sederhana maupun kompleks. Dalam konteks desain, bentuk berperan dalam pengaturan ruang serta membantu membangun struktur visual yang jelas.

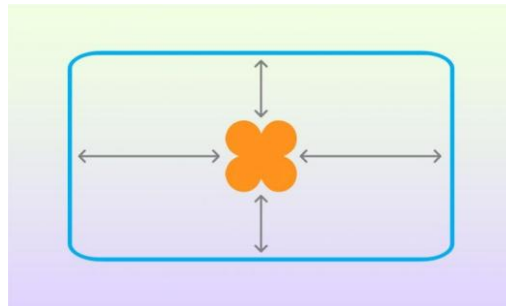


Gambar 3.3 Bentuk (Sumber: VectorStock.com)

d) Ruang

Ruang merupakan area yang terdapat di sekitar, di antara, maupun di dalam elemen desain. Penataan ruang yang tepat dapat memengaruhi persepsi audiens terhadap sebuah karya visual. Selain itu, penggunaan ruang negatif

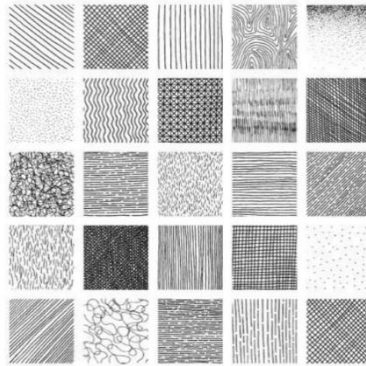
memiliki peranan penting dalam menciptakan keseimbangan serta kejelasan visual dalam desain.



Gambar 3.4 Ruang (Sumber: idseducation.com)

e) Tekstur

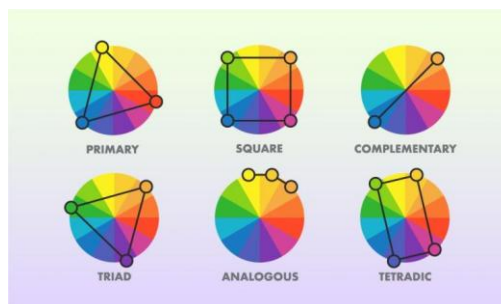
Tekstur merupakan karakteristik fisik permukaan yang dapat dikenali melalui indra peraba maupun penglihatan. Di dunia desain, elemen ini berperan penting dalam menciptakan efek visual yang lebih nyata sekaligus memberikan kedalaman pada suatu karya.



Gambar 3. 5 Tekstur (Sumber: idseducation.com)

f) Warna

Warna merupakan salah satu elemen desain yang memiliki pengaruh besar dalam sebuah karya visual. Penggunaan warna dapat membangkitkan emosi, menarik perhatian audiens, serta menyampaikan pesan tertentu. Oleh karena itu, pemilihan warna yang tepat menjadi faktor penting dalam menghasilkan desain yang efektif dan komunikatif.



Gambar 3.6 Warna (Sumber: sman7bpp.sch.id)

3.2 Desain Grafis

Desain grafis merupakan sebuah metode komunikasi visual yang menggabungkan berbagai elemen seperti gambar, teks, warna, bentuk, dan simbol untuk menyampaikan informasi serta menciptakan persepsi tertentu terhadap suatu pesan secara efektif (Harsari et al., 2024). Dalam bidang ini, teks tidak hanya dipandang sebagai rangkaian kata, melainkan juga dianggap sebagai bagian dari gambar karena merupakan abstraksi visual dari simbol-simbol suara. Di sisi lain, menurut Evelyn Huang desain grafis adalah sesuatu yang menarik, mempesona, dan tidak terlupakan.

3.3 Media Sosial

Media sosial dapat didefinisikan sebagai wadah interaksi digital yang memungkinkan individu untuk saling berbagi, bertukar informasi, dan berkolaborasi dalam sebuah komunitas virtual. Berbagai ahli memandang media sosial sebagai titik temu antara komunikasi pribadi dan publik, di mana pengguna berperan aktif dalam menciptakan konten mereka sendiri (Rachmawati, 2021). Selain mencakup berbagai platform jejaring sosial seperti Instagram, karakteristik utama dari media ini adalah kemampuannya memfasilitasi komunikasi dua arah yang mengutamakan adanya timbal balik atau respons langsung antara pengirim dan penerima pesan. Desain grafis memiliki peran strategis dalam menghasilkan konten visual yang menarik pada platform media sosial. Melalui perancangan visual yang tepat, merek dapat menyampaikan pesan kepada audiens secara lebih efektif sekaligus meningkatkan tingkat keterlibatan (Nurdiansyah, 2024).

3.4 Branding

Kotler menyatakan bahwa konversi suatu produk menjadi merek disebut *branding*, yang mana mengacu pada pemberian kekuatan merek pada produk dan jasa (Shariq, 2018). Desainer grafis berperan dalam membantu merek membangun dan mengembangkan identitas visual, meliputi perancangan logo, pemilihan palet warna, serta berbagai elemen *branding* lainnya demi memberi visibilitas sebuah *brand*. Visibilitas berarti membangun *personal brand* agar dikenal oleh audiens yang relevan. Proses ini dilakukan melalui strategi promosi diri yang terencana dan partisipasi aktif di *platform* yang sering digunakan oleh target audiens (Cybellium, 2024). Penggunaan media sosial, jaringan profesional, serta aktivitas *public speaking* berperan penting dalam memperluas jangkauan. Dengan visibilitas yang baik, seseorang dapat dipandang sebagai figur berpengaruh dan kompeten di bidangnya, sehingga berpotensi mendapatkan peluang, kerja sama, dan perkembangan karier yang lebih luas. Konsistensi penerapan identitas visual di seluruh media digital menjadi faktor penting dalam memperkuat pengenalan dan citra merek (Nurdiansyah, 2024).

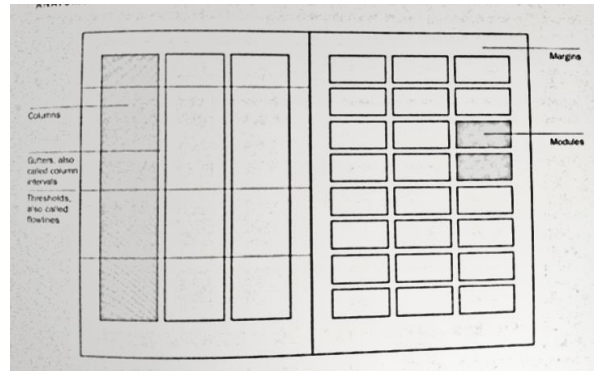
3.5 Tipografi

Tipografi merupakan keahlian krusial dalam dunia desain yang melibatkan pengaturan karakter, kata, serta teks dalam berbagai situasi komunikasi. Sebagai instrumen utama bagi seorang desainer, teknik ini menjadi kunci untuk memastikan pesan disampaikan secara visual dengan lebih efisien dan menarik. Melalui penyusunan elemen tekstual yang tepat, sebuah informasi tidak hanya dapat dibaca, tetapi juga mampu memberikan dampak komunikasi yang lebih kuat kepada audiens (Dabner. David et al., 2023). Selain berfungsi untuk menyampaikan pesan secara jelas, tipografi juga berperan penting dalam menarik perhatian dan meningkatkan minat pengguna (Sulaiman, 2023).

3.6 Grid

Grid adalah sebuah sistem garis vertikal dan horizontal yang berfungsi untuk membagi ruang dan mengatur proporsi elemen dalam sebuah halaman. Dengan adanya *grid*, desainer dapat menata teks dan gambar secara lebih terstruktur

sehingga berbagai elemen visual dapat tersusun rapi dan menciptakan keseimbangan (Evans & Sherin, 2013).

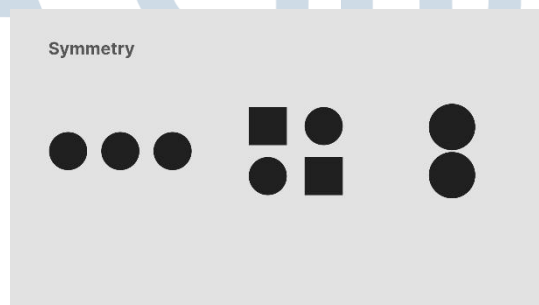


Gambar 3.7 Anatomi Grid (Sumber: The Graphic Design Reference & Specification Book)

3.7 Layout

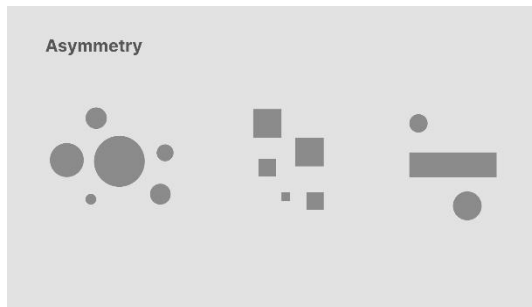
Menurut Mahabi & Ratum (2024) *layout* merupakan proses pengaturan dan penempatan berbagai elemen dalam suatu bidang guna mendukung penyampaian konten atau pesan yang ingin disampaikan. Susunan *layout* yang efektif mampu memengaruhi cara pembaca menangkap dan menafsirkan informasi. Persepsi visual, yang berkaitan dengan prinsip-prinsip desain, terbentuk melalui pengolahan dan pengaturan atribut dari setiap elemen desain.

Pada dasarnya, *layout* dibagi ke dalam dua pendekatan utama, yaitu simetris dan asimetris (Dabner. David et al., 2023). *Layout* simetris merupakan bentuk tata letak konvensional yang menyusun elemen desain secara seimbang berdasarkan satu sumbu pusat.



Gambar 3.8 Simetri (Sumber: learn.nural.id)

Sementara itu, *layout* asimetris tidak berpusat pada satu titik keseimbangan tertentu dan cenderung menampilkan kesan yang lebih bebas serta dinamis.



Gambar 3.9 Asimetri (Sumber: learn.nural.id)

3.8 Copywriting

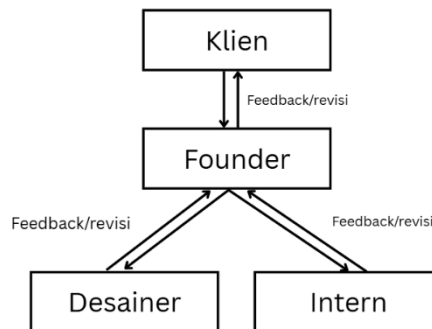
Istilah *copywriting* memiliki beragam definisi yang berkaitan dengan teknik penulisan persuasif. Secara sederhana, *copywriting* dapat dipahami sebagai seni menulis yang bertujuan untuk memperoleh respon dari audiens atau pembaca (Maslen dalam Fiandra et al., 2023). Dalam penerapannya, *copywriting* tidak terbatas pada teks tertulis, tetapi juga dapat disampaikan melalui media visual seperti gambar maupun video (Zhang dalam Fiandra et al., 2023).

(Hogarth dalam Fiandra et al., 2023) menjelaskan bahwa *copywriting* merupakan bentuk tulisan yang dibuat oleh seorang penulis untuk disebarluaskan dengan tujuan komersial. Penerapannya banyak ditemukan dalam berbagai media periklanan, seperti *website*, *landing page*, televisi, majalah, surat kabar, serta media lainnya. Hernández menyatakan, seiring dengan pesatnya perkembangan internet, keberadaan *copywriting* menjadi elemen yang semakin penting dan hampir tidak terpisahkan dalam kegiatan pemasaran (Fiandra et al., 2023)

Bab IV

Deskripsi Data dan Hasil MBKM

4.1 Metode



Gambar 4. 1 Bagan Cyclic Strategy (Sumber: Data penulis)

Sistem yang digunakan di MM/Ad menggunakan sistem metode *cyclic strategic*, dimana klien memberikan *brief* pekerjaan atau proyek kepada Bapak Ronny Stevanus Andreas selaku *founder* dan desainer lalu beberapa beberapa pekerjaan diberikan lagi ke karyawan/desainer, kemudian beberapa *brief* juga diberikan kepada *intern* atau anak magang secara langsung sebagai latihan. Jika sudah menyelesaikan tugas yang diberikan, maka hasilnya dapat diberikan ke Bapak Ronny untuk memastikan hasil pekerjaan sudah sesuai dan juga untuk menerima revisi jika dibutuhkan.

a) Brief

Apa yang terakhir dikerjakan dan tugas apa saya yang dikerjakan hari itu akan disampaikan selama *briefing* di kantor. Untuk proyek desain media sosial yang dikerjakan oleh penulis yaitu desain *carousel* untuk akun instagram @mmad.graphic. *Brief* pengerjaan berupa *chat* yang dikirim langsung oleh *founder* melalui WhatsApp, kemudian juga diberikan *brief* lisan tentang konten yang akan dikerjakan.

b) Pengerjaan proyek

Setelah pengiriman dan penyampaian *brief* oleh *founder*, penulis mulai melakukan riset melalui berbagai macam sumber di internet tentang desain yang akan dibuat. Pada tahap desain, penulis menerapkan sistem *grid* tepi sebagai acuan dalam proses *layouting* untuk menjaga konsistensi, keteraturan, dan keseimbangan visual pada setiap *slide carousel*. *Grid* tepi digunakan untuk menentukan batas aman penempatan elemen desain, seperti teks, logo, ilustrasi, dan elemen visual lainnya agar tidak terlalu dekat dengan tepi kanvas serta tetap sebagai acuan pada beberapa elemen agar tetap terlihat simetris. Desain konten @mmad.graphic sendiri yaitu membahas tentang studi kasus sebuah *brand* ataupun *branding*. Setelah riset, penulis membuat desain *carousel* menggunakan *template* desain dari perusahaan. Setiap desain *carousel* menggunakan gaya desain minimalis yang berfokus pada teks *copywriting headline*, *subheadline* dan teks penjelasan yang hanya menggunakan 2 jenis *font* yaitu Butler dan News Gothic. Nuansa warna yang digunakan adalah hitam dan kuning. Jumlah *slide* di tiap konten juga berbeda tergantung pada seberapa banyak pembahasan mengenai *branding* yang dibawakan.

c) Pengumpulan hasil

Pekerjaan atau proyek yang sudah selesai dikerjakan dikirim langsung kepada *founder* melalui aplikasi WhatsApp kemudian dilakukan konfirmasi pengumpulan. Beberapa pekerjaan seperti desain *carousel* untuk akun instagram @mmad.advertising diunggah ke dalam Google Drive perusahaan.

d) Konfirmasi pekerjaan

Setiap selesai kerja, karyawan memastikan pekerjaannya sudah selesai seluruhnya. Jika ada proyek yang tidak memungkinkan untuk diselesaikan hari itu, karyawan akan lembur ataupun melanjutkan tugas di keesokan harinya.

4.2 Hasil

Setelah menyelesaikan kegiatan MBKM di MM/Ad selama 4 bulan, penulis menghasilkan beberapa proyek utama yaitu konten media sosial Instagram.

4.2.1 Desain Media Sosial WOKE Strategic

Proyek media sosial WOKE Strategic adalah pengerjaan desain *carousel* berjumlah 9 *slide* yang diberikan *founder* kepada penulis untuk diunggah di akun instagram @mmad.graphic. Pengerjaan desain ini meliputi beberapa tahap.

a) Riset

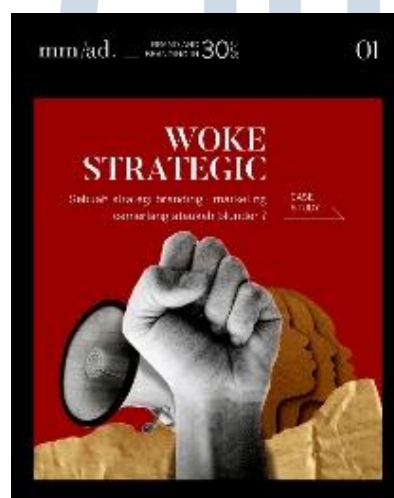
Pada tahap riset, penulis mencari sumber-sumber di internet terkait strategi *branding* WOKE. Riset dicari pada situs-situs yang membahas berita, fakta, dan sejarah *brand/branding* terkait.

b) Pengumpulan aset

Setelah riset mengenai apa saja yang harus dicantumkan pada tampilan desain, berikutnya dilakukan pengumpulan aset desain untuk visual pada *carousel*. Aset desain didapat dari Google Images, situs penghasil gambar seperti iStock dan Freepik, ataupun hasil unggahan AI.

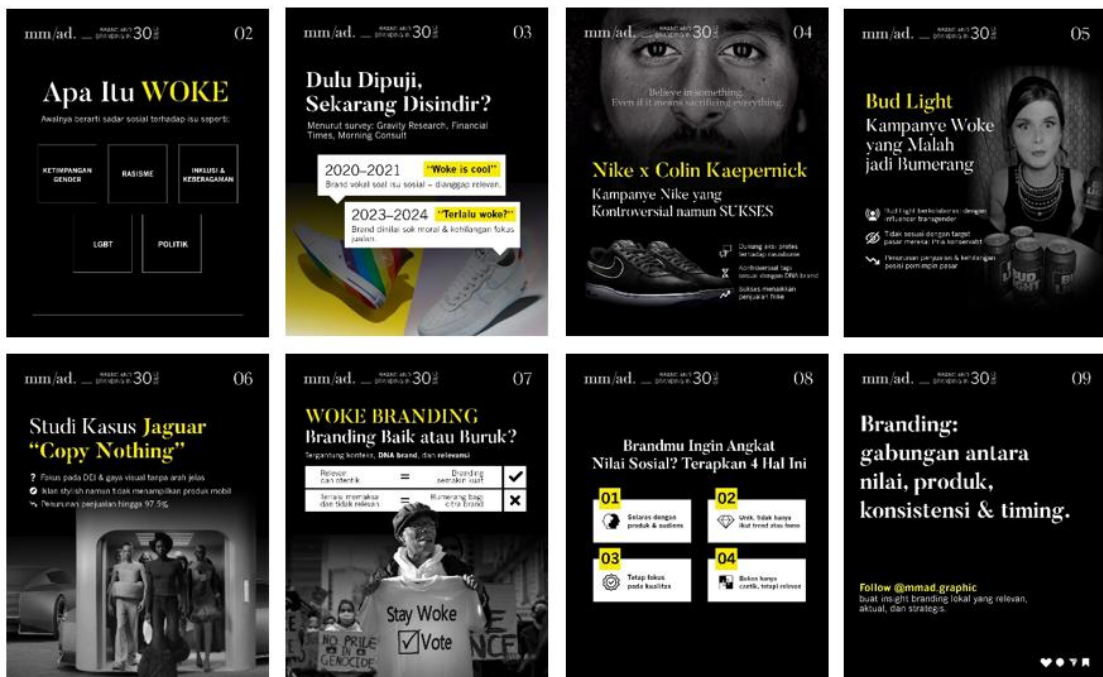
c) Proses Desain

Pada tahap desain, penulis menerapkan sistem *grid* tepi sebagai acuan dalam proses *layouting*. *Slide* pertama berfungsi sebagai *cover* yang menjadi titik awal interaksi audiens dengan konten *carousel*. Pada *slide* ini, penulis menampilkan visual utama yang merepresentasikan topik *branding* WOKE, disertai dengan *copywriting* singkat dan persuasif yang berperan sebagai *hook* untuk menarik perhatian audiens. *copywriting* pada slide *cover* dirancang agar mampu memicu rasa ingin tahu, sehingga mendorong audiens untuk melanjutkan membaca ke *slide* berikutnya.



Gambar 4.2 Cover *Carousel* WOKE Strategic (Sumber: Data Pribadi)

Slide setelah *cover* berisi penjelasan tentang konten yang dibawakan, mulai dari definisi, studi kasus, tips mengenai *branding* bertema konten yang dihadirkan, dan juga kalimat CTA (*Call to Action*) di akhir *slide*. Setiap *slide* juga harus memiliki *copywriting* yang selaras visual, misalnya dengan penekanan kata kunci, ukuran *font* yang tepat, dan ikonik visual pendukung agar pesan tidak hanya terbaca namun juga terlihat.



Gambar 4.3 Hasil Desain *Carousel* WOKE Strategic (Sumber: Data Pribadi)

d) Hasil

Setelah hasil desain selesai, penulis mengirim hasil desain dalam *format* JPG kepada *founder* melalui WhatsApp, kemudian setelah itu menerima revisi secara lisan. Revisi dikerjakan pada *file* pengerjaan yang sama, lalu setelah selesai, hasil revisi dikirim kembali kepada *founder* untuk selanjutnya diunggah pada Instagram @mmad.graphic oleh beliau bila sudah sesuai dengan arahan revisi.

4.2.2 Desain Media Sosial DEI Strategic

Proyek media sosial DEI Strategic adalah pengerjaan desain *carousel* berjumlah 8 *slide* yang diberikan *founder* kepada penulis untuk diunggah di akun instagram @mmad.graphic. Pengerjaan desain ini meliputi beberapa tahap.

a) Riset

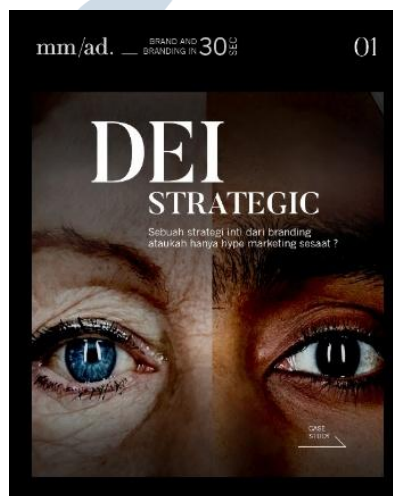
Pada tahap riset, penulis mencari sumber-sumber di internet terkait strategi *branding* yang menggunakan DEI. Riset dicari pada video iklan, artikel, dan situs-situs yang membahas berita, fakta, dan sejarah *branding* terkait.

b) Pengumpulan dan Pembuatan Aset

Pada tahap ini, penulis mengumpulkan gambar dan *icon* desain yang akan dicantumkan pada tampilan desain, kemudian juga dilakukan pengeditan pada aset gambar serta *digital imaging* pada *software* Photoshop untuk beberapa gambar seperti pada *cover* dengan tujuan mendukung pembahasan agar memudahkan audiens tentang apa yang disampaikan. Aset desain didapat dari Google Images, hasil *screenshot* video iklan di YouTube, situs penghasil gambar seperti iStock dan Freepik, dan juga hasil unggahan AI.

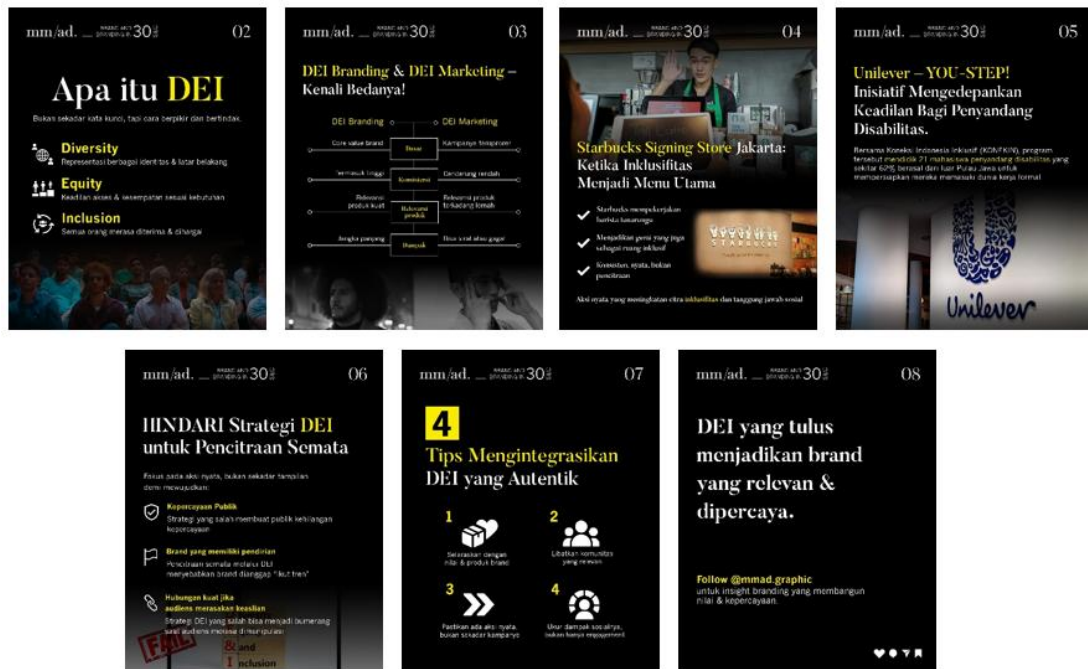
c) Proses Desain

Sama seperti desain *carousel* lainnya, penulis menggunakan *grid* tepi untuk menentukan batas aman penempatan elemen desain. *Slide* pertama berfungsi sebagai *cover* dengan *copywriting* singkat dan persuasif yang berperan sebagai *hook* untuk menarik perhatian audiens.



Gambar 4.4 Cover *Carousel* DEI Strategic (Sumber: Data Pribadi)

Slide setelah cover berisi penjelasan tentang konten yang dibawakan, mulai dari definisi, studi kasus, tips mengenai *branding* bertema konten yang dihadirkan, dan juga kalimat CTA (*Call to Action*) di akhir *slide*. Gambar, teks, dan elemen desain lain ditata hingga menciptakan kontras dan fokus melalui perbedaan warna, ukuran, dan bentuk.



Gambar 4.5 Hasil Desain *Carousel* DEI Strategic (Sumber: Data Pribadi)

d) Hasil

Hasil desain dikirim dalam *format* JPG beresolusi tinggi kepada *founder* melalui WhatsApp, kemudian diberi revisi secara lisan. Revisi dikerjakan pada *file* pengerjaan yang sama. Setelah selesai, hasil revisi dikirim kembali kepada *founder* untuk selanjutnya diunggah pada Instagram @mmad.graphic oleh beliau bila sudah sesuai dengan arahan revisi.

4.2.3 Desain Media Sosial 12P Modern Branding

Proyek media sosial 12P Modern Branding adalah pengerjaan desain *carousel* berjumlah 10 *slide* yang diberikan *founder* kepada penulis dan menjadi pembelajaran besar tentang *branding*, terutama untuk 2 konten sebelumnya. Desain

ini untuk diunggah di akun instagram @mmad.graphic. Pengerjaan desain ini meliputi beberapa tahap.

a) Riset

Di tahap riset, penulis mencari sumber-sumber di internet terkait 12P Modern Branding. Isi konten dicari pada situs-situs dan media sosial yang membahas berita, fakta, dan sejarah *branding* terkait.

b) Pengumpulan dan Pembuatan Aset

Pada tahap ini, penulis mengumpulkan gambar dan *icon* desain yang akan dicantumkan pada tampilan desain, kemudian juga dilakukan pengeditan pada aset gambar serta *digital imaging* pada *software* Photoshop untuk beberapa gambar seperti pada *cover* dengan tujuan mendukung pembahasan agar memudahkan audiens tentang apa yang disampaikan. Aset desain didapat dari Google Images, hasil *screenshot* gambar pada media sosial Instagram, situs penghasil gambar seperti iStock dan Freepik, dan juga hasil unggahan AI.

c) Proses Desain

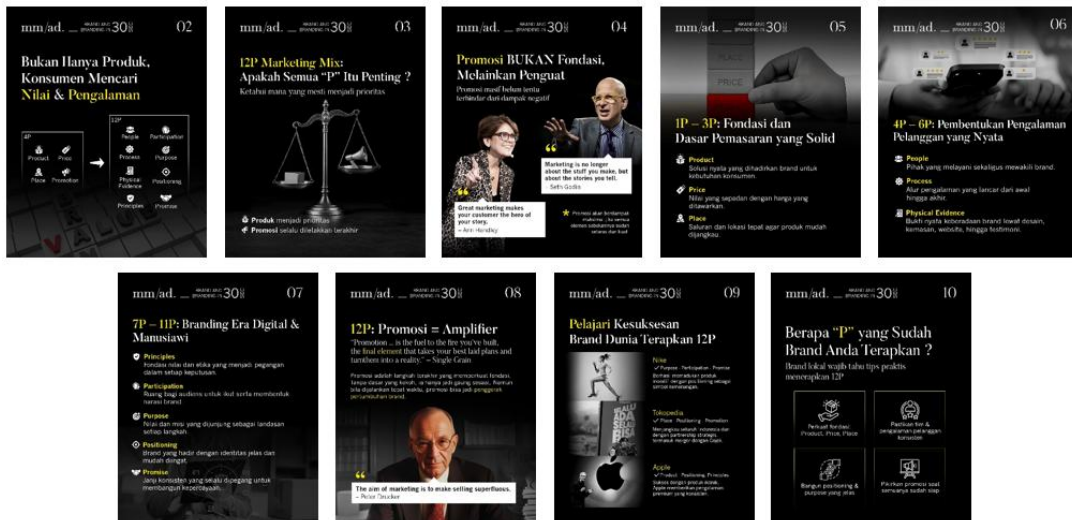
Slide pertama berfungsi sebagai *cover* dengan *copywriting* singkat dan persuasif yang berperan sebagai *hook* untuk menarik perhatian audiens. *Slide* setelah *cover* berisi penjelasan tentang konten yang dibawakan, mulai dari definisi, studi kasus, tips mengenai *branding* bertema konten yang dihadirkan, dan juga kalimat CTA (*Call to Action*) di akhir *slide*. Gambar, teks, dan elemen desain lain ditata hingga menciptakan keterpaduan seluruh elemen desain yang membentuk hubungan visual yang selaras. Prinsip ini dapat diwujudkan melalui konsistensi warna, pengulangan elemen visual, serta penerapan gaya desain yang seragam.



Gambar 4.6 Cover Carousel 12P Modern Branding (Sumber: Data Pribadi)

d) Hasil

Hasil desain dikirim dalam format JPG beresolusi tinggi kepada founder melalui WhatsApp, kemudian diberi revisi secara lisan. Revisi dikerjakan pada file pengerjaan yang sama. Setelah selesai, hasil revisi dikirim kembali kepada founder untuk selanjutnya diunggah pada Instagram @mmad.graphic oleh beliau bila sudah sesuai dengan arahan revisi.



Gambar 4.7 Hasil Desain Carousel 12P Modern Branding (Sumber: Data Pribadi)

4.2.4 Desain Media Sosial Apple

Proyek media sosial Apple adalah pengerjaan desain *carousel* berjumlah 8 *slide* yang diberikan *founder* kepada penulis untuk pembelajaran mengenai *branding* perusahaan Apple, yang membahas bagaimana Apple bangkit dari nyaris bangkrut. Konten ini diunggah di akun instagram @mmad.graphic. Pengerjaan desain ini meliputi beberapa tahap.

a) Riset

Di tahap riset, penulis mencari sumber-sumber di internet terkait perusahaan Apple dan *brandingnya*. Isi konten dicari pada situs-situs dan media sosial yang membahas berita, fakta, dan sejarah *branding* terkait.

b) Pengumpulan dan Pembuatan Aset

Pada tahap ini, penulis mengumpulkan gambar dan *icon* desain yang akan dicantumkan pada tampilan desain *carousel*, kemudian juga dilakukan pengeditan pada aset gambar serta *digital imaging* pada *software* Photoshop untuk beberapa gambar seperti pada *cover* dengan tujuan mendukung pembahasan agar memudahkan audiens tentang apa yang disampaikan. Aset desain didapat dari Google Images, hasil *screenshot* gambar pada media sosial Instagram, situs penghasil gambar seperti iStock dan Freepik, dan juga hasil unggahan AI.

c) Proses Desain

Slide pertama berfungsi sebagai *cover* dengan *copywriting* singkat dan persuasif yang berperan sebagai *hook* untuk menarik perhatian audiens. *Slide* setelah *cover* berisi penjelasan tentang konten yang dibawakan, mulai dari definisi, studi kasus, tips mengenai *branding* bertema konten yang dihadirkan, dan juga kalimat CTA (*Call to Action*) di akhir *slide*. Gambar, teks, dan elemen desain lain ditata hingga menciptakan keterpaduan seluruh elemen desain yang membentuk hubungan visual yang selaras. Prinsip ini dapat diwujudkan melalui konsistensi warna, pengulangan elemen visual, serta penerapan gaya desain yang seragam.



Gambar 4.8 Cover Carousel Apple (Sumber: Data Pribadi)

d) Hasil

Hasil desain dikirim dalam format JPG beresolusi tinggi kepada founder melalui WhatsApp, kemudian diberi revisi secara lisan. Revisi dikerjakan pada file pengerjaan yang sama. Setelah selesai, hasil revisi dikirim kembali kepada founder untuk selanjutnya diunggah pada Instagram @mmad.graphic oleh beliau bila sudah sesuai dengan arahan revisi.



Gambar 4.9 Hasil Desain Carousel Apple (Sumber: Data Pribadi)

4.2.5 Desain Media Sosial Gloss vs Matte Packaging

Proyek media sosial ini membahas tentang bagaimana *packaging* berbahan *full gloss* dan *matte* memberi pengaruh pada persepsi pembeli/konsumen. Proyek media sosial ini berjumlah 8 *slide* yang diberikan *founder* kepada penulis untuk pembelajaran mengenai *packaging*. Konten ini diunggah di akun instagram @mmad.graphic. Pengerjaan desain ini meliputi beberapa tahap.

a) Riset

Di tahap riset, penulis mencari sumber-sumber di internet terkait jenis-jenis *packaging* dan bahannya. Isi konten dicari pada situs-situs dan media sosial yang membahas informasi dan fakta terkait.

b) Pengumpulan dan Pembuatan Aset

Pada tahap ini, penulis mengumpulkan gambar dan *icon* desain yang akan dicantumkan pada tampilan desain *carousel*, kemudian juga dilakukan pengeditan pada aset gambar serta *digital imaging* di *software* Photoshop untuk beberapa gambar seperti pada *cover* dengan tujuan mendukung pembahasan agar memudahkan audiens tentang apa yang disampaikan. Aset desain didapat dari Google Images, hasil *screenshot* gambar pada media sosial Instagram, situs penghasil gambar seperti iStock dan Freepik, dan juga hasil unggahan AI.

c) Proses Desain

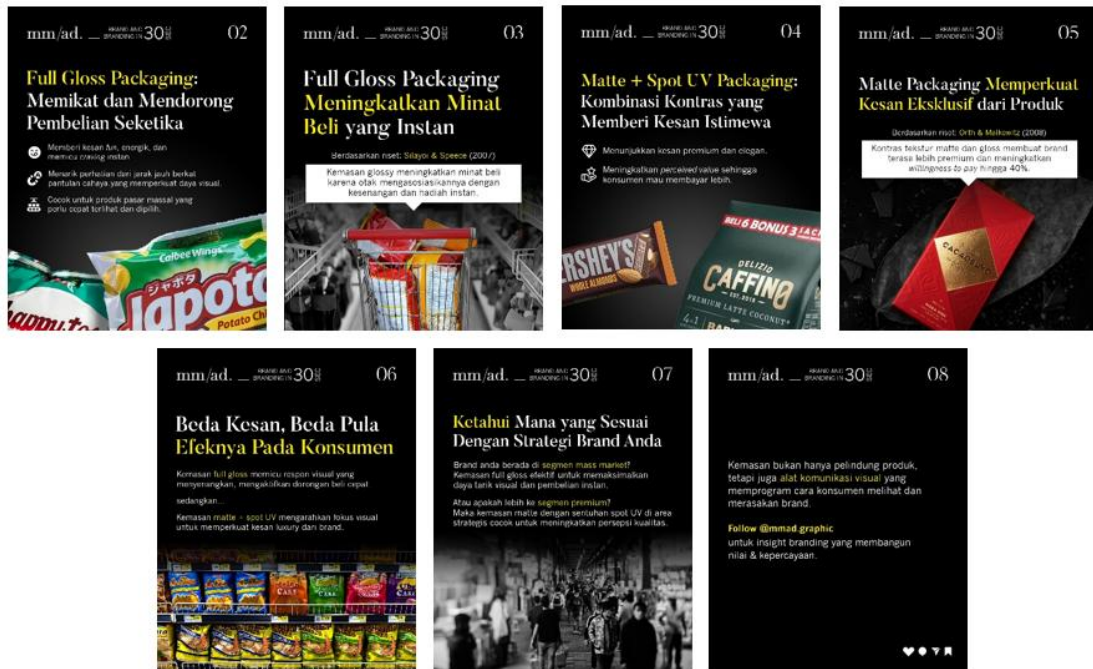
Slide pertama berfungsi sebagai *cover* dengan *copywriting* singkat dan persuasif yang berperan sebagai *hook* untuk menarik perhatian audiens. *Slide* setelah *Cover* berisi penjelasan tentang konten yang dibawakan, mulai dari definisi, studi kasus, tips mengenai *branding* bertema konten yang dihadirkan, dan juga kalimat CTA (*Call to Action*) di akhir *slide*. Gambar, teks, dan elemen desain lain hingga menciptakan kontras dan fokus melalui perbedaan warna, ukuran, dan bentuk.



Gambar 4.10 Cover Carousel Gloss vs Matte Packaging (Sumber: Data Pribadi)

d) Hasil

Hasil desain dikirim dalam format JPG beresolusi tinggi kepada founder melalui WhatsApp, kemudian diberi revisi secara lisan. Revisi dikerjakan pada file pengerjaan yang sama. Setelah selesai, hasil revisi dikirim kembali kepada founder untuk selanjutnya diunggah pada Instagram @mmad.graphic oleh beliau bila sudah sesuai dengan arahan revisi.



Gambar 4.11 Hasil Desain Carousel Gloss vs Matte Packaging (Sumber: Data Pribadi)

4.2.6 Desain Media Sosial Bluebird

Proyek media sosial ini membahas tentang bagaimana sebuah perusahaan taksi Bluebird bisa menjadikan pelayanan sebagai *branding* utama. Proyek media sosial ini berjumlah 10 *slide* yang diberikan *founder* kepada penulis untuk pembelajaran mengenai *branding* melalui pelayanan. Konten ini diunggah di akun instagram @mmad.graphic. Pengerjaan desain ini meliputi beberapa tahap.

a) Riset

Di tahap riset, penulis mencari sumber-sumber di internet terkait perusahaan Bluebird dan *branding*nya. Isi konten dicari pada situs-situs dan media sosial yang membahas berita, fakta, dan sejarah *branding* terkait.

b) Pengumpulan dan Pembuatan Aset

Pada tahap ini, penulis mengumpulkan gambar dan *icon* desain yang akan dicantumkan pada tampilan desain *carousel*, kemudian juga dilakukan pengeditan pada aset gambar serta *digital imaging* di *software* Photoshop untuk beberapa gambar seperti pada *cover* dengan tujuan mendukung pembahasan agar memudahkan audiens tentang apa yang disampaikan. Aset desain didapat dari Google Images, hasil *screenshot* gambar pada media sosial Instagram, situs penghasil gambar seperti iStock dan Freepik, dan juga hasil unggahan AI.

c) Proses Desain

Slide pertama berfungsi sebagai *cover* dengan *copywriting* singkat dan persuasif yang berperan sebagai *hook* untuk menarik perhatian audiens. *Slide* setelah *cover* berisi penjelasan tentang konten yang dibawakan, mulai dari definisi, studi kasus, tips mengenai *branding* bertema konten yang dihadirkan, dan juga kalimat CTA (*Call to Action*) di akhir *slide*. Gambar, teks, dan elemen desain lain hingga menciptakan kontras dan fokus melalui perbedaan warna, ukuran, dan bentuk.



Gambar 4.12 Cover Carousel Bluebird (Sumber: Data Pribadi)

d) Hasil

Hasil desain dikirim dalam *format* JPG beresolusi tinggi kepada *founder* melalui WhatsApp, kemudian diberi revisi secara lisan. Revisi dikerjakan pada *file* pengerjaan yang sama. Setelah selesai, hasil revisi dikirim kembali kepada *founder* untuk selanjutnya diunggah pada Instagram @mmad.graphic oleh beliau bila sudah sesuai dengan arahan revisi.



Gambar 4.13 Hasil Desain Carousel Bluebird (Sumber: Data Pribadi)

4.2.7 Desain Media Sosial Paul Rand

Proyek media sosial ini membahas tentang bagaimana desain grafis berevolusi melalui sebuah prinsip dari Paul Rand. Proyek media sosial ini adalah proyek media sosial terakhir di masa MBKM dengan jumlah 8 *slide* yang diberikan *founder* kepada penulis untuk pembelajaran mengenai *branding* Paul Rand. Konten ini diunggah di akun instagram @mmad.graphic. Pengerjaan desain ini meliputi beberapa tahap.

a) Riset

Di tahap riset, penulis mencari sumber-sumber di internet terkait perusahaan Bluebird dan *branding*nya. Isi konten dicari pada situs resmi yang membahas Paul Rand beserta karya-karyanya dan juga dari media sosial yang membahas berita, fakta, dan sejarah *branding* terkait.

b) Pengumpulan Aset Desain

Pada tahap ini, penulis mengumpulkan gambar dan *icon* desain yang akan dicantumkan pada tampilan desain *carousel*, kemudian juga dilakukan pengeditan pada aset gambar serta *digital imaging* di *software* Photoshop untuk beberapa gambar seperti pada *cover* dengan tujuan mendukung pembahasan agar memudahkan audiens tentang apa yang disampaikan. Aset desain didapat dari Google Images, hasil *screenshot* gambar pada media sosial Instagram, situs penghasil gambar seperti iStock dan Freepik, dan juga hasil unggahan AI.

c) Proses Desain

Pada *Slide* pertama berfungsi sebagai *cover* dengan *copywriting* singkat dan persuasif yang berperan sebagai *hook* untuk menarik perhatian audiens. *Slide* setelah *cover* berisi penjelasan tentang konten yang dibawakan, mulai dari definisi, studi kasus, tips mengenai *branding* bertema konten yang dihadirkan, dan juga kalimat CTA (*Call to Action*) di akhir *slide*. Gambar, teks, dan elemen desain lain hingga menciptakan kontras dan fokus melalui perbedaan warna, ukuran, dan bentuk.



Gambar 4.14 Cover Carousel Paul Rand (Sumber: Data Pribadi)

d) Hasil

Hasil desain dikirim dalam format JPG beresolusi tinggi kepada founder melalui WhatsApp, kemudian diberi revisi secara lisan. Revisi dikerjakan pada file pengerjaan yang sama. Setelah selesai, hasil revisi dikirim kembali kepada founder untuk selanjutnya diunggah pada Instagram @mmad.graphic oleh beliau bila sudah sesuai dengan arahan revisi.



Gambar 4.15 Hasil Desain Carousel Paul Rand (Sumber: Data Pribadi)

Bab V

Penutup

5.1 Kesimpulan

Setelah melaksanakan MBKM di MM/Ad selama kurang lebih empat bulan, penulis memperoleh berbagai pengetahuan dan pengalaman kerja secara langsung di perusahaan *branding* dan desain. Selama masa MBKM, penulis diberikan kesempatan untuk terlibat secara langsung dalam beberapa proyek yang dikembangkan oleh MM/Ad di mana penulis juga mendapat sedikit gambaran tentang pengerjaan desain di sebuah perusahaan. Beberapa proyek yang telah dikerjakan antara lain:

- 7 proyek desain *carousel* konten di akun Instagram @mmad.graphic yang menjadi fokus dalam laporan MBKM ini.
- 5 proyek desain *carousel* konten di akun Instagram @mmad.advertising.
- 1 proyek konten video reel di akun Instagram @mmad.advertising.
- 3 proyek desain logo + *mockup*.
- 2 proyek desain *banner* properti.
- 2 proyek desain brosur.
- 1 proyek desain postingan lowongan.

Total keseluruhan proyek desain yang telah dikerjakan berjumlah 21 proyek. Dari jumlah tersebut, dihasilkan 85 desain *carousel* berformat JPG untuk konten Instagram @mmad.graphic dan @mmad.advertising, serta 1 video reel berformat MP4. Selain itu, terdapat 16 desain logo berformat JPG, 5 desain *banner* berformat JPG, 5 desain brosur berformat JPG, dan terakhir sebanyak 2 desain proyek postingan lowongan kerja.

Melalui beragam proyek, *deadline*, dan *brief*, MBKM ini telah menjadi pengalaman berharga dan kesempatan penulis untuk bisa bekerja sama dengan MM/Ad. Berbagai pengalaman tersebut memberikan pembelajaran yang berharga dan berkesan bagi penulis selama masa MBKM. Secara keseluruhan, kegiatan MBKM ini menjadi pengalaman yang sangat bermanfaat serta memberikan

kesempatan bagi penulis untuk belajar bekerja secara profesional di lingkungan studio *branding* dan desain.

5.2 Saran

Setelah terlaksananya kegiatan MBKM di MM/Ad, penulis memiliki beberapa saran yang diharapkan dapat membantu membangun kualitas yang lebih baik lagi dalam beberapa hal, yaitu:

5.2.1 Bagi Mahasiswa

Bagi mahasiswa kedepannya dalam melaksanakan MBKM atau PKL diharapkan beberapa hal:

- a) Menyesuaikan diri dengan *flow* kerja di tempat magang.
- b) Dapat menjaga sikap dan nama baik pribadi maupun almamater.
- c) Fokus mendapatkan sebanyak-banyaknya hal yang diperlukan untuk dunia kerja nantinya.

5.2.2 Bagi Universitas

Bagi universitas, penulis berharap kepada pihak universitas beberapa hal:

- a) Dapat lebih baik dan terjadwal dalam memberikan informasi-informasi terkait pelaksanaan magang dan dalam memberikan kebutuhan yang diperlukan selama masa magang.
- b) Dapat memberikan edukasi atau ilmu mengenai manajemen *file*, karena cukup dibutuhkan dalam pelaksanaan kegiatan magang.
- c) Bisa memberikan rekomendasi tempat magang yang lebih banyak dan lebih fokus/tertuju pada peminatan masing-masing pelaksana magang.

5.2.3 Bagi MM/Ad

Bagi perusahaan tempat penulis melaksanakan MBKM yaitu MM/Ad, penulis berharap:

- a) Pihak MM/Ad berkenan membuat sebuah divisi/tim khusus *intern*, sehingga kegiatan magang bisa lebih terarah.
- b) Lebih memberi kesempatan kepada *intern* atau pelaksana magang untuk menggunakan fasilitas seperti komputer untuk pengerjaan proyek desain.

- c) Pihak MM/Ad dapat membuat jadwal atau list pengerjaan yang lebih terinci untuk memudahkan pengerjaan yang terorganisir serta membantu memudahkan dalam penyusunan data di laporan magang.



UNIVERSITAS
MA CHUNG

DAFTAR PUSTAKA

- Cybellium. (2024). *Personal Branding in the Digital Age*. Cybellium Ltd.
- Dabner, David, Stewart, S., & Vickress, A. (2023). *Graphic Design School* (7th ed.). Thames & Hudson.
- Evans, P., & Sherin, A. (2013). *The Graphic Design Reference & Specification Book* (2nd ed.). Rockport Publishers.
- Fiandra, Y. A., Ganefri, & Yulastri, A. (2023). *Digital Entrepreneurship: Digital Technology For Sustainable Entrepreneurship* (P. Susanto, Ed.; 1st ed.). Penerbit Berkah Prima.
- Harsari, Rr. N., Wahidiyat, M. P., Permanasari, D. E., Negoro, A. T., Sutarwiyasa, I. K., Mustikadara, I. S., Basiroen, V. J., Putih, R. A., Suminto, M. A., Setiyoko, N., Renzina, Y. D., Afandi, H. R., Setiasih, N. W., Setiawan, I. K., Dewanto, T. H., & Judijanto, L. (2024). *Dasar-dasar Desain Grafis: Teori dan Panduan Dasar bagi Pemula* (E. Efitra & W. Gustiani, Eds.; 1st ed.). PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Judijanto, L., Savitri, P. K. C., Lesmana, P. S. W., Muryasari, D., Irfan, I., & Wicaksono, N. F. A. (2025). *DKV Teori Dan Aplikasi* (I. K. Sari, Ed.; 1st ed.). PT. Green Pustaka Indonesia.
- Kholid Rizky Sapawi, M., Tiara Anjarsari, V., & Nugroho, K. (2024). *The Influence of Graphic Design in Digital Marketing Industry: An Experimental Study* (Issue 1).
<https://prosiding.arimsi.or.id/index.php/ICMSNSC>
- Mahabi, W., & Ratum, A. (2024). ANALISA VISUAL TUGAS INFOGRAFIS DALAM PEMBELAJARAN MATERI LAYOUT DESAIN DI MATA KULIAH KOMPUTER GRAFIS I. *EDUTECH*, 23(3), 460–473. <https://doi.org/10.17509/e.v23i3.73886>
- Nurdiansyah, D. (2024). *Desain Grafis Gen Z* (W. Kurniawadi, Ed.; 1st ed.). Wawasan Ilmu.
- Rachmawati, H. (2021). *Komunikasi Merek Di Media Sosial & Penerapannya Pada TV Berita*. Deepublish.
- Shariq, M. (2018). *BRAND EQUITY DIMENSIONS-A LITERATURE REVIEW*. www.aarf.asia,
- Sulaiman, A. M. (2023). *TIPOGRAFI: DASAR DAN PENERAPANYA* (1st ed.). MITRA CENDEKIA.
- Yasa, I. W. A. P., Putra, R. W., Kurniawan, H., Ruslan, A., Muhdaliha, B., Suryani, R. I., Dwitasari, P., Jayanegara, I. N., Mustikadara, I. S., Asia,

S. N., Prasetyo, D., Alamin, R. Y., Negoro, A. T., Anggasta, B., Lesmana, P. S. W., Sutarwiyasa, I. K., Ramadhani, N., & Judijanto, L. (2024). *Desain Komunikasi Visual: Teori dan Perkembangannya* (E. Efitra, E. Pamela, & S. Sepriano, Eds.). PT. Sonpedia Publishing Indonesia.



UNIVERSITAS
MA CHUNG

LAMPIRAN

Lampiran 1 : Biodata Mahasiswa

Nama : Sebastian Saksono
NIM : 332210023
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Tempat, Tanggal Lahir : Bekasi, 12 Juli 2004
Alamat : Jl. Danau Tondanu Barat II Blok A3/B6
Nama Orang Tua : Michael Juni Saksono
E-mail : 332210023@student.machung.ac.id
Dosen Pembimbing : Ayyub Anshari Sukmaraga, S.Sn., M.Ds.



UNIVERSITAS
MA CHUNG

Lampiran 2 : Lembar Penilaian Mahasiswa



Teknologi & Desain

Universitas Ma Chung
Soegeng Hendarto Bhakti Persada Building
Villa Puncak Tidar N-01
Malang 65151, Indonesia
ftd@machung.ac.id (Mail)
+62 341 550171 (Phone)
+62 341 550175 (Fax)

FORM PKL_FTD03

LEMBAR PENILAIAN EKSTERNAL PRAKTIK KERJA LAPANGAN (PKL)

Nama Mahasiswa	: Sebastian Saksano
NIM	: 332210023
Program Studi	: Desain Komunikasi Visual
Pembimbing Lapangan	: Penny
Tanggal Pelaksanaan	: 4 Agustus 2025 - 29 November 2025
Tempat PKL	: MM/Ad
Topik PKL	: Perancangan Desain Grafis dan Branding di MM/Ad

Komponen Penilaian :

No	Komponen Penilaian	Nilai Angka (0-100)
1	Disiplin dalam kehadiran (presensi)	90
2	Kesungguhan dalam melakukan praktik kerja	70
3	Disiplin dalam pekerjaan	70
4	Kemampuan memecahkan masalah	70
5	Tanggung jawab	60
6	Kemauan untuk mengetahui hal-hal yang ada di tempat praktik kerja	80
7	Pengetahuan tentang ilmu yang dilaksanakan	70
8	Keterampilan	70
9	Kemampuan menyampaikan pendapat	80
10	Kemampuan dalam bekerja sama	80
Rerata (Jumlah Nilai : 10 komponen)		74

Rentang Nilai:

MUTU	RENTANG	BOBOT NILAI
A	95,00 s/d 100	4,00
AB	90,00 s/d 94,99	3,70
BA	82,00 s/d 89,99	3,30
B	73,00 s/d 81,99	3,00
BC	65,00 s/d 72,99	2,70
CB	60,00 s/d 64,99	2,30
C	56,00 s/d 59,99	2,00
CD	50,00 s/d 55,99	1,50
D	40,00 s/d 49,99	1,00
E	00,00 s/d 39,99	0,00

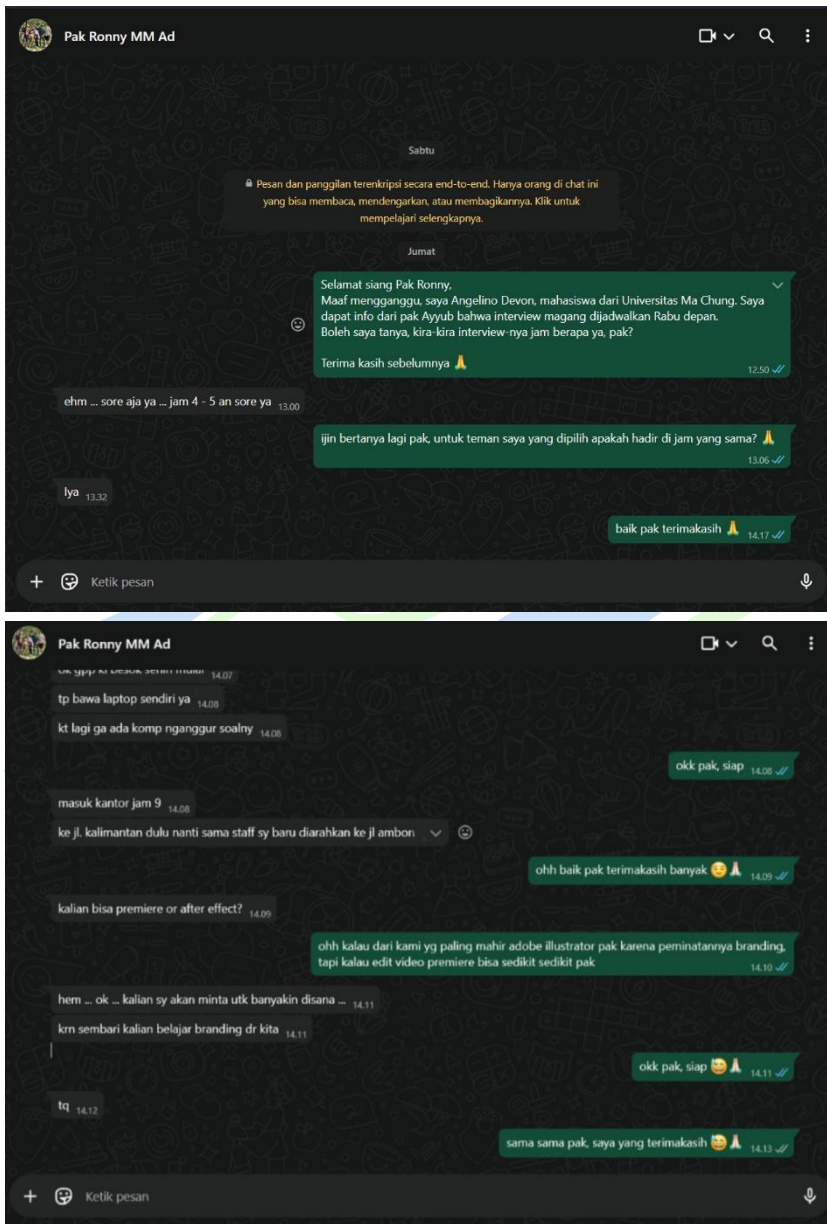
Malang, 29 November 2025

Pembimbing Lapangan
MICKY MOUSE adv.
agc.
JK. KAW. NO. 18 T.P. 3669/2
JK. KALIMANTAN. NO. 5 T.P. 3823/1 / 333015



"EXCELLENCE THROUGH COMPETENCY"

Lampiran 3 : Lembar Penerimaan Magang



Lampiran 4 : Lembar Penerimaan Kontrak MBKM



FORM KONTRAK KEGIATAN MBKM JALUR PRODI/FAKULTAS

Nomor : ____/MACHUNG/____/KONTRAK MBKM MANDIRI/____/20____ * (ditisi oleh Fakultas)

A. Identitas Mahasiswa

Nama Mahasiswa	: Sebastian Saksono
NIM	: 332210023
Fakultas	: Teknologi dan Desain
Program Studi	: Desain Komunikasi Visual
Peminatan	: Branding
Nama Dosen PA	: Amar Ma'ruf Strya Bakti, S.Pd., M.Pd

B. Identitas Kegiatan MBKM Jalur Prodi/Fakultas

Jenis MBKM	: Praktik Kerja Lapangan
Nama Kegiatan	: Magang di MM/AD Studio
Topik	: Perancangan Desain Grafis dan Branding di MM/AD
Durasi Kegiatan	: 1 semester
Periode Pelaksanaan	: Gasal - Tahun Ajaran 2025/2026
Dosen Pembimbing MBKM	: Ayyub Anshari Sukmaraga, S.Sn., M.Ds

C. Daftar Konversi Mata Kuliah dan Beban SKS

Berikut adalah rincian mata kuliah dan beban SKS yang setara dengan aktivitas kegiatan MBKM sebagaimana yang dicantumkan pada poin B.

No	Kode Mata Kuliah	Nama Mata Kuliah	Pelaksanaan KRS	SKS
1	SDV4101	Marketing	Semester Gasal 2025/2026	2
2	SDV4116	Visual Merchandising	Semester Gasal 2025/2026	4
3	SDV4117	Manajemen Desain	Semester Gasal 2025/2026	3
4	SDV4105	Etika Profesi	Semester Gasal 2025/2026	2
5	SDV4106	Praktik Kerja Lapangan	Semester Gasal 2025/2026	3
6	SDV4107	Proyek Desain Media Digital	Semester Gasal 2025/2026	3
7	SDV4111	Video Lanjut + Praktikum	Semester Gasal 2025/2026	3
Total SKS				20



Atas pelaksanaan program MBKM sebagaimana yang tertuang pada poin B, maka mahasiswa diberikan nilai konversi di akhir periode semester berjalan.



Malang, 19 Agustus 2025

Mahasiswa Pelaksana,

(Sebastian Saksono)
NIM. 332210023

**Mengetahui,
PIC/Koord. Kegiatan MBKM**

(Ayyub Anshari Sukmaraga, S.Sn., M.Ds.)
NIP. 20130014



Dosen Penasihat Akademik (PA),

(Amar Ma'ruf Styah Bakti, S.Pd., M.Pd.)
NIP. 20210006

**Menyetujui,
Ketua Program Studi Desain Komunikasi
Visual**

(Sultan Arif Rahmadianto, S.Sn., M.Ds.)
NIP. 20140015

MA CHUNG

Lampiran 5 : Formulir Jurnal Harian MBKM

Tanggal Kegiatan	Deskripsi Kegiatan	Hambatan	Keterangan	Status	Bukti
01 November 2025	Melanjutkan pengerjaan desain carousel Bluebird	-	Hari ke-77 kegiatan PKL di MM/AD	Menunggu Persetujuan	Lihat Bukti
01 Oktober 2025	Melanjutkan pengerjaan brosur Maahyra	Kurang memahami tone warna dalam brosur (warna tidak sinkron antara gambar satu dengan lainnya)	Hari ke-50 kegiatan PKL di MM/AD	Menunggu Persetujuan	Lihat Bukti
01 September 2025	Melanjutkan pengerjaan feeds 12P Modern Branding	Durasi pengerjaan agak lama karena masalah device	Hari ke-25 kegiatan PKL di MM/AD	Menunggu Persetujuan	Lihat Bukti
02 Oktober 2025	Mengerjakan cover brosur Maahyra dan poster we're hiring	Kurang dalam pemilihan gambar	Hari ke-51 kegiatan PKL di MM/AD	Menunggu Persetujuan	Lihat Bukti
02 September 2025	Melanjutkan pengerjaan feeds 12P Modern Branding	-	Hari ke-26 kegiatan PKL di MM/AD	Menunggu Persetujuan	Lihat Bukti
03 November 2025	Finishing desain carousel Bluebird	-	Hari ke-78 kegiatan PKL di MM/AD	Menunggu Persetujuan	Lihat Bukti
03 Oktober 2025	Melanjutkan poster we're hiring	-	Hari ke-52 kegiatan PKL di MM/AD	Menunggu Persetujuan	Lihat Bukti
03 September 2025	Melanjutkan pengerjaan feeds 12P Modern Branding dan latihan membuat nama perusahaan: Noor Holding	Kesulitan membuat nama perusahaan karena pertama kali	Hari ke-27 kegiatan PKL di MM/AD	Menunggu Persetujuan	Lihat Bukti
04 Agustus 2025	Mengerjakan feeds instagram tentang media sosial terhadap bisnis umkm dengan deadline 3 hari .	Adaptasi dengan lingkungan tempat PKL	Hari ke-1 kegiatan PKL, pengenalan lingkungan dan karyawan serta jobdesc selama PKL.	Menunggu Persetujuan	Lihat Bukti
04 November 2025	Redesain carousel tentang company profile untuk akun instagram @mmad.advertising	Masih kesulitan dalam pemilihan gambar dan penentuan copywriting	Hari ke-79 kegiatan PKL di MM/AD	Menunggu Persetujuan	Lihat Bukti

Showing 1 to 10 of 105 entries

Previous 1 2 3 4 5 ... 11 Next

Tanggal Kegiatan	Deskripsi Kegiatan	Hambatan	Keterangan	Status	Bukti
04 Oktober 2025	Melanjutkan poster we're hiring	Kurang dalam mengembangkan ide	Hari ke-53 kegiatan PKL di MM/AD	Menunggu Persetujuan	Lihat Bukti
04 September 2025	Mengedit gambar bis bagong untuk kebutuhan mockup dan melanjutkan pengerjaan feeds 12P Modern Branding	Speed kerja kurang	Hari ke-28 kegiatan PKL di MM/AD	Menunggu Persetujuan	Lihat Bukti
05 Agustus 2025	Melanjutkan pengerjaan desain feeds media sosial tentang media sosial terhadap bisnis umkm di akun instagram @mmad.advertising	Belum terbiasa dengan flow kerja di MM/AD Visual Communication yang cepat.	Hari ke-2 kegiatan PKL di MM/AD Visual Communication.	Menunggu Persetujuan	Lihat Bukti
05 November 2025	Membuat desain carousel tentang letter sign untuk akun instagram @mmad.advertising	Kekurangan aset foto hasil kerja letter sign MM/AD	Hari ke-80 kegiatan PKL di MM/AD	Menunggu Persetujuan	Lihat Bukti
05 September 2025	Menyerahkan hasil pengerjaan feeds 12P Modern Branding	Kurang mahir menentukan cover carousel	Hari ke-29 kegiatan PKL di MM/AD	Menunggu Persetujuan	Lihat Bukti
06 Agustus 2025	Melanjutkan pengerjaan desain feeds edukasi medsos untuk UMKM dan melaporkan hasil ke pembimbing.	Kekurangan pada kerning, spacing, kontras, dan copywriting di hasil desain	Hari ke-3 kegiatan PKL di MM/AD Visual Communication.	Menunggu Persetujuan	Lihat Bukti
06 November 2025	Membuat brosur rumah Alexander	Masih kesulitan menentukan layout dan gambar cover yang sesuai	Hari ke-81 kegiatan PKL di MM/AD	Menunggu Persetujuan	Lihat Bukti
06 Oktober 2025	Revisi we're hiring	-	Hari ke-54 kegiatan PKL di MM/AD	Menunggu Persetujuan	Lihat Bukti
06 September 2025	Merevisi logo mycozykos menjadi berwarna gradient	Kurang mahir menggunakan fitur Adobe Illustrator secara menyeluruh	Hari ke-30 kegiatan PKL di MM/AD	Menunggu Persetujuan	Lihat Bukti
06 September 2025	Menyerahkan hasil pengerjaan feeds 12P Modern Branding	Kurang mahir menentukan cover carousel	Hari ke-29 kegiatan PKL di MM/AD (5 september libur)	Menunggu Persetujuan	Lihat Bukti

Showing 1 to 10 of 105 entries

Previous 1 2 3 4 5 ... 11 Next

Tanggal Kegiatan	Deskripsi Kegiatan	Hambatan	Keterangan	Status	Bukti
07 Agustus 2025	Menyerahkan hasil desain feeds edukasi UMKM ke pembimbing dan mulai pengerjaan video tentang totem sign untuk reels akun Instagram @mmad.advertising	Belum terbiasa menggunakan After Effect untuk membuat video reels	Hari ke-4 kegiatan PKL di MM/AD Visual Communication	Menunggu Persetujuan	Lihat Bukti
07 November 2025	Melanjutkan pengerjaan desain brosur rumah Alexander	Kesulitan menentukan copywriting yang sesuai	Hari ke-82 kegiatan PKL di MM/AD	Menunggu Persetujuan	Lihat Bukti
07 Oktober 2025	Membuat banner Villa Pesona Batu	Belum terlalu memahami isi konten banner villa	Hari ke-55 kegiatan PKL di MM/AD	Menunggu Persetujuan	Lihat Bukti
06 Agustus 2025	Melanjutkan pengerjaan video reel totem sign	Hambatan durasi pengerjaan karena device kurang memadai	Hari ke-5 kegiatan PKL di MM/AD Visual Communication	Menunggu Persetujuan	Lihat Bukti
08 November 2025	Finishing dan menyerahkan hasil desain brosur rumah Alexander	-	Hari ke-83 kegiatan PKL di MM/AD	Menunggu Persetujuan	Lihat Bukti
08 Oktober 2025	Revisi banner Villa Pesona Batu	-	Hari ke-56 kegiatan PKL di MM/AD	Menunggu Persetujuan	Lihat Bukti
08 September 2025	Merevisi logo mycozykos menjadi berwarna gradient	Kurang mahir menggunakan fitur Adobe Illustrator secara menyeluruh	Hari ke-30 kegiatan PKL di MM/AD	Menunggu Persetujuan	Lihat Bukti
09 Agustus 2025	Melanjutkan pengerjaan video reel totem sign, revisi copywriting, dan pembelajaran tentang color palette desain reel	Device kurang memadai	Hari ke-6 kegiatan PKL di MM/AD Visual Communication	Menunggu Persetujuan	Lihat Bukti
09 Oktober 2025	Melanjutkan pengerjaan desain banner Pesona Batu	-	Hari ke-57 kegiatan PKL di MM/AD	Menunggu Persetujuan	Lihat Bukti
09 September 2025	Melanjutkan pengerjaan carousel relevansi billboard untuk akun Instagram @mmad.advertising dan membuat nama pengganti untuk restoran Segi Sambi Pelataran	-	Hari ke-31 kegiatan PKL di MM/AD	Menunggu Persetujuan	Lihat Bukti

Showing 21 to 30 of 105 entries

Previous 1 2 3 4 5 ... 11 Next



Tanggal Kegiatan	Deskripsi Kegiatan	Hambatan	Keterangan	Status	Bukti
10 November 2025	Membuat logo untuk PT Naga Indonesia Plywood	-	Hari ke-94 kegiatan PKL di MM/AD	Menunggu Persetujuan	Lihat Bukti
10 Oktober 2025	Melanjutkan pengerjaan desain banner Villa Pesona Batu	-	Hari ke-90 kegiatan PKL di MM/AD	Menunggu Persetujuan	Lihat Bukti
10 September 2025	Melanjutkan pengerjaan carousel tentang relevansi billboard untuk akun Instagram @mmad.advertising	Kurang dalam pemilihan gambar dan copywriting	Hari ke-82 kegiatan PKL di MM/AD	Menunggu Persetujuan	Lihat Bukti
11 Agustus 2025	Penyerahan hasil video reel totem sign dan memulai pengerjaan desain feed tentang Woke Strategic untuk akun Instagram mmad.graphic.	Masalah detail pada desain feed yang kurang	Hari ke-7 (minggu ke-2) kegiatan PKL di MM/AD Visual Communication	Menunggu Persetujuan	Lihat Bukti
11 November 2025	Melanjutkan pengerjaan logo PT Naga Indonesia Plywood	Referensi logo sebelumnya terbatas	Hari ke-95 kegiatan PKL di MM/AD	Menunggu Persetujuan	Lihat Bukti
11 Oktober 2025	Menyerahkan hasil pengerjaan desain Villa Pesona Batu	-	Hari ke-89	Menunggu Persetujuan	Lihat Bukti
11 September 2025	Mengerjakan desain wallproject Natura Valley	Belum terlalu memahami isi konten wallproject (Logo besar, layout, rumah jangan tertutup)	Hari ke-33 kegiatan PKL di MM/AD	Menunggu Persetujuan	Lihat Bukti
12 Agustus 2025	Melanjutkan pengerjaan desain feed @mmad.graphic	-	Hari ke-9 kegiatan PKL di MM/AD Visual Communication	Menunggu Persetujuan	Lihat Bukti
12 November 2025	Melanjutkan pengerjaan logo PT Naga Indonesia Plywood	-	Hari ke-96 kegiatan PKL di MM/AD	Menunggu Persetujuan	Lihat Bukti
12 September 2025	Melanjutkan pengerjaan wallproject Natura Valley	Revisi billboard (Ketahu dimana billboard dipasang, ukuran font perlu disesuaikan)	Hari ke-34 kegiatan PKL di MM/AD	Menunggu Persetujuan	Lihat Bukti

Showing 31 to 40 of 105 entries

[Previous](#) 1 2 3 4 5 ... 11 [Next](#)

Tanggal Kegiatan	Deskripsi Kegiatan	Hambatan	Keterangan	Status	Bukti
13 Agustus 2025	Merevisi hasil desain feed Woke Strategic	-	Hari ke-9 kegiatan PKL di MM/AD Visual Communication	Menunggu Persetujuan	Lihat Bukti
13 November 2025	Melanjutkan pengerjaan logo PT Naga Indonesia Plywood	Revisi logo (nama PT sebaris)	Hari ke-97 kegiatan PKL di MM/AD	Menunggu Persetujuan	Lihat Bukti
13 November 2025	Melanjutkan pengerjaan logo PT Naga Indonesia Plywood	-	Hari ke-97 kegiatan PKL di MM/AD	Menunggu Persetujuan	Lihat Bukti
13 Oktober 2025	Membuat carousel tentang packaging glossy & matte untuk akun Instagram @mmad.graphic	Masih kesulitan menentukan copywriting	Hari ke-90 kegiatan PKL di MM/AD	Menunggu Persetujuan	Lihat Bukti
13 September 2025	Melanjutkan pengerjaan carousel relevansi billboard	-	Hari ke-35 kegiatan PKL di MM/AD	Menunggu Persetujuan	Lihat Bukti
14 Agustus 2025	Pengerjaan tracing form Willis Dental Care dan melanjutkan pengerjaan desain feed @mmad.graphic	-	Hari ke-10 kegiatan PKL di MM/AD Visual Communication	Menunggu Persetujuan	Lihat Bukti
14 November 2025	Melanjutkan pengerjaan logo PT Naga Indonesia Plywood	-	Hari ke-98 kegiatan PKL di MM/AD	Menunggu Persetujuan	Lihat Bukti
14 November 2025	Memperbanyak variasi logo	Kurang mahir menentukan representasi logo yang sesuai	Hari ke-98 kegiatan PKL di MM/AD	Menunggu Persetujuan	Lihat Bukti
14 Oktober 2025	Menyerahkan hasil pengerjaan desain carousel glossy & matte	Kesulitan menentukan gambar untuk carousel	Hari ke-81 kegiatan PKL di MM/AD	Menunggu Persetujuan	Lihat Bukti
15 Agustus 2025	Penyerahan desain feed Woke Strategic	-	Hari ke-11 kegiatan PKL di MM/AD Visual Communication	Menunggu Persetujuan	Lihat Bukti

Showing 41 to 50 of 105 entries

[Previous](#) 1 ... 4 5 6 ... 11 [Next](#)

Tanggal Kegiatan	Deskripsi Kegiatan	Hambatan	Keterangan	Status	Bukti
15 November 2025	Melanjutkan pengerjaan logo PT Naga Indonesia Plywood	-	Hari ke-99 kegiatan PKL di MM/AD	Menunggu Persetujuan	Lihat Bukti
15 Oktober 2025	Mengerjakan desain carousel tentang kalender bisnis dan company profile untuk akun Instagram @mmad.advertising	Kekurangan aset foto kalender dan company profile buatan MM/AD untuk kebutuhan konten	Hari ke-82 kegiatan PKL di MM/AD	Menunggu Persetujuan	Lihat Bukti
15 September 2025	Membuat logo untuk restoran Rasa Liman	Kesulitan mendapatkan referensi	Hari ke-36 kegiatan PKL di MM/AD	Menunggu Persetujuan	Lihat Bukti
16 Agustus 2025	Latihan membuat logo mycozykos	Kurang memahami tahap membuat logo yang cepat	Hari ke-12 kegiatan PKL di MM/AD Visual Communication	Menunggu Persetujuan	Lihat Bukti
16 Oktober 2025	Melanjutkan pengerjaan desain carousel tentang kalender bisnis dan company profile untuk akun Instagram @mmad.advertising	Kekurangan aset foto kalender dan company profile buatan MM/AD untuk kebutuhan konten	Hari ke-83 kegiatan PKL di MM/AD	Menunggu Persetujuan	Lihat Bukti
16 September 2025	Menyerahkan hasil desain carousel relevansi billboard dan menyiapkan ide konten berikutnya	-	Hari ke-37 kegiatan PKL di MM/AD	Menunggu Persetujuan	Lihat Bukti
17 November 2025	Memperbanyak variasi logo	Kurang mahir menentukan representasi logo yang sesuai	Hari ke-90 kegiatan PKL di MM/AD	Menunggu Persetujuan	Lihat Bukti
17 Oktober 2025	Mengumpulkan foto-foto kalender bisnis dan company profile buatan MM/AD untuk aset konten	Kekurangan variasi kalender dan tidak ada company profile fisik	Hari ke-84 kegiatan PKL di MM/AD	Menunggu Persetujuan	Lihat Bukti
17 September 2025	Presentasi logo Rasa Liman	Revisi logo Rasa Liman karena ada ruang kosong dan kurang balance dan detail	Hari ke-38 kegiatan PKL di MM/AD	Menunggu Persetujuan	Lihat Bukti
18 Agustus 2025	Melanjutkan pengerjaan logo mycozykos	-	Hari ke-13 kegiatan PKL di MM/AD Visual Communication	Menunggu Persetujuan	Lihat Bukti

Showing 51 to 60 of 105 entries

[Previous](#) 1 ... 5 6 7 ... 11 [Next](#)



Tanggal Kegiatan	Deskripsi Kegiatan	Hambatan	Keterangan	Status	Bukti
16 November 2025	Finishing dan menyerahkan hasil desain logo PT Naga Indonesia Plywood	-	Hari ke-91 kegiatan PKL di MM/AD	Menunggu Persetujuan	Lihat Bukti
16 Oktober 2025	Tidak ada kegiatan PKL di kantor karena izin mengikuti ujian wajib HSK di kampus	-	Hari ke-86 kegiatan PKL di MM/AD (tidak ke kantor)	Menunggu Persetujuan	Lihat Bukti
16 September 2025	Melanjutkan revisi logo Rasa Liman	Kurang menerapkan tahap desain dalam pengerjaan tugas	Hari ke-39 kegiatan PKL di MM/AD	Menunggu Persetujuan	Lihat Bukti
16 Agustus 2025	Melanjutkan pengerjaan logo mycozykos dan revisi logo karena terlalu bonté, kurang story dan kurang menggambarkan teknologi	-	Hari ke-14 kegiatan PKL di MM/AD Visual Communication	Menunggu Persetujuan	Lihat Bukti
19 November 2025	Membuat desain carousel tentang Paul Rand untuk akun Instagram @mmad.graphic	Perlu riset dalam karena materi cukup luas	Hari ke-92 kegiatan PKL di MM/AD	Menunggu Persetujuan	Lihat Bukti
18 September 2025	Melanjutkan pengerjaan revisi logo Rasa Liman	-	Hari ke-40 kegiatan PKL di MM/AD	Menunggu Persetujuan	Lihat Bukti
20 Agustus 2025	Melanjutkan pengerjaan logo dan memulai pengerjaan desain feed DEI Strategic di @mmad.graphic	-	Hari ke-15 kegiatan PKL di MM/AD	Menunggu Persetujuan	Lihat Bukti
20 November 2025	Melanjutkan pengerjaan desain carousel tentang Paul Rand	-	Hari ke-93 kegiatan PKL di MM/AD	Menunggu Persetujuan	Lihat Bukti
20 Oktober 2025	Revisi carousel gloss vs matte	Revisi cover karena matte kurang terlihat	Hari ke-88 kegiatan PKL di MM/AD	Menunggu Persetujuan	Lihat Bukti
20 September 2025	Mulai pengerjaan logo Rasa Liman versi digital	Kurang memainkan tebal tipis dalam logo	Hari ke-41 kegiatan PKL di MM/AD	Menunggu Persetujuan	Lihat Bukti

Showing 61 to 70 of 105 entries

Previous 1 ... 6 7 8 ... 11 Next

Tanggal Kegiatan	Deskripsi Kegiatan	Hambatan	Keterangan	Status	Bukti
21 Agustus 2025	Melanjutkan pengerjaan desain feed @mmad.graphic	-	Hari ke-16 kegiatan PKL di MM/AD	Menunggu Persetujuan	Lihat Bukti
21 November 2025	Tidak ada kegiatan PKL di kantor karena izin untuk bimbingan wajib	-	Hari ke-94 kegiatan PKL di MM/AD (tidak ke kantor)	Menunggu Persetujuan	Lihat Bukti
21 Oktober 2025	Melanjutkan pengerjaan desain carousel tentang company profile untuk akun Instagram @mmad.advertising	Pengerjaan agak lama karena masalah device	Hari ke-87 kegiatan PKL di MM/AD	Menunggu Persetujuan	Lihat Bukti
22 Agustus 2025	Melanjutkan pengerjaan desain feed DEI Strategic	-	Hari ke-17 kegiatan PKL di MM/AD	Menunggu Persetujuan	Lihat Bukti
22 November 2025	Melanjutkan pengerjaan desain carousel tentang Paul Rand	-	Hari ke-95 kegiatan PKL di MM/AD	Menunggu Persetujuan	Lihat Bukti
22 Oktober 2025	Merevisi carousel glossy vs matte (mengganti cover jadi godiva)	Copywriting kurang menarik	Hari ke-89 kegiatan PKL di MM/AD	Menunggu Persetujuan	Lihat Bukti
22 September 2025	Revisi logo Rasa Liman versi digital	Kurang rapi	Hari ke-42 kegiatan PKL di MM/AD	Menunggu Persetujuan	Lihat Bukti
23 Agustus 2025	Melanjutkan pengerjaan logo mycozykos	-	Hari ke-18 kegiatan PKL di MM/AD	Menunggu Persetujuan	Lihat Bukti
23 Oktober 2025	Melanjutkan pengerjaan carousel company profile	Masalah listrik mati di tempat magang	Hari ke-96 kegiatan PKL di MM/AD	Menunggu Persetujuan	Lihat Bukti
23 September 2025	Mengerjakan mockup Rasa Liman dan carousel tentang Apple di akun Instagram @mmad.graphic	Pemilihan gambar kurang	Hari ke-43 kegiatan PKL di MM/AD	Menunggu Persetujuan	Lihat Bukti

Showing 71 to 80 of 105 entries

Previous 1 ... 7 8 9 10 11 Next

Tanggal Kegiatan	Deskripsi Kegiatan	Hambatan	Keterangan	Status	Bukti
24 November 2025	Melanjutkan pengerjaan desain carousel tentang Paul Rand	-	Hari ke-96 kegiatan PKL di MM/AD	Menunggu Persetujuan	Lihat Bukti
24 Oktober 2025	Melanjutkan pengerjaan desain carousel company profile	-	Hari ke-70 kegiatan PKL di MM/AD	Menunggu Persetujuan	Lihat Bukti
24 September 2025	Melanjutkan pengerjaan carousel Apple	-	Hari ke-44 kegiatan PKL di MM/AD	Menunggu Persetujuan	Lihat Bukti
25 Agustus 2025	melanjutkan penyelesaian pengerjaan logo mycozykos	kurangnya kecepatan pengerjaan	Hari ke-19 kegiatan PKL di MM/AD	Menunggu Persetujuan	Lihat Bukti
25 November 2025	Membuat desain carousel tentang neon box di akun Instagram @mmad.advertising	Kekurangan aset foto untuk isi desain carousel	Hari ke-97 kegiatan PKL di MM/AD	Menunggu Persetujuan	Lihat Bukti
25 Oktober 2025	Melanjutkan pengerjaan desain carousel company profile	-	Hari ke-71 kegiatan PKL di MM/AD	Menunggu Persetujuan	Lihat Bukti
25 September 2025	Revisi carousel Apple	Copywriting kurang	Hari ke-45 kegiatan PKL di MM/AD	Menunggu Persetujuan	Lihat Bukti
26 Agustus 2025	menyerahkan hasil pembuatan logo mycozykos	revisi banyak soal logo: - logo harus merepresentasikan usaha(cth:digital, segmen, simplicity - Harus dependable, kokoh (cth:mandiri) - Serif = luxury, historical	Hari ke-20 kegiatan PKL di MM/AD	Menunggu Persetujuan	Lihat Bukti
26 November 2025	Melanjutkan pengerjaan desain carousel tentang neon box	-	Hari ke-98 kegiatan PKL di MM/AD	Menunggu Persetujuan	Lihat Bukti
26 September 2025	Mengerjakan carousel tentang flyer dan brosur untuk akun Instagram @mmad.advertising dan latihan membuat brosur	-	Hari ke-46 kegiatan PKL di MM/AD	Menunggu Persetujuan	Lihat Bukti

Showing 81 to 90 of 105 entries

Previous 1 ... 7 8 9 10 11 Next

TAS
JING

Tanggal Kegiatan	Deskripsi Kegiatan	Hambatan	Keterangan	Status	Bukti
27 Agustus 2025	mengevaluasi hasil pembuatan logo mycozykos	mati listrik di tempat kegiatan PKL	Hari ke-21 kegiatan PKL di MM/AD	Menunggu Persetujuan	Lihat Bukti
27 November 2025	Melanjutkan pengerjaan desain carousel neon box dan finishing carousel letter sign	-	Hari ke-99 kegiatan PKL di MM/AD	Menunggu Persetujuan	Lihat Bukti
27 Oktober 2025	Membuat maskot untuk perusahaan Akasia Bank	Masalah mati listrik di tempat magang	Hari ke-72 kegiatan PKL di MM/AD	Menunggu Persetujuan	Lihat Bukti
27 September 2025	Melanjutkan pengerjaan carousel flyer dan brosur	-	Hari ke-47 kegiatan PKL di MM/AD	Menunggu Persetujuan	Lihat Bukti
28 Agustus 2025	membuat feeds tentang apa itu totem sign untuk akun Instagram @mmad.advertising	masalah garis elemen yang harus lebih tipis dari teks	Hari ke-22 kegiatan PKL di MM/AD	Menunggu Persetujuan	Lihat Bukti
28 November 2025	Finishing dan upload desain carousel neon box dan letter sign	-	Hari ke-100 kegiatan PKL di MM/AD	Menunggu Persetujuan	Lihat Bukti
28 Oktober 2025	Melanjutkan pengerjaan desain maskot Akasia Bank	Kurang memahami tahap pengerjaan maskot	Hari ke-73 kegiatan PKL di MM/AD	Menunggu Persetujuan	Lihat Bukti
29 Agustus 2025	Mengupload carousel totemsign dan mengerjakan feeds tentang relevansi billboard untuk akun Instagram @mmad.advertising	- Kurangnya kecepatan kerja pribadi - Kurang riset logo, competitor	Hari ke-23 kegiatan PKL di MM/AD	Menunggu Persetujuan	Lihat Bukti
29 November 2025	Cek hasil akhir desain untuk akun Instagram @mmad.graphic dan @mmad.advertisement	-	Hari ke-101 kegiatan PKL di MM/AD (hari terakhir)	Menunggu Persetujuan	Lihat Bukti
29 Oktober 2025	Melanjutkan pengerjaan maskot Akasia Bank dan membuat carousel tentang Bluebird untuk akun Instagram @mmad.graphic	-	Hari ke-74 kegiatan PKL di MM/AD	Menunggu Persetujuan	Lihat Bukti

Showing 91 to 100 of 105 entries

Previous 1 ... 7 8 9 10 11 Next


Tanggal Kegiatan	Deskripsi Kegiatan	Hambatan	Keterangan	Status	Bukti
29 September 2025	Menyerahkan hasil desain carousel flyer dan brosur	-	Hari ke-48 kegiatan PKL di MM/AD	Menunggu Persetujuan	Lihat Bukti
30 Agustus 2025	Mengerjakan feeds untuk akun Instagram @mmad.graphic tentang 12P Modern Branding	-	Hari ke-24 kegiatan PKL di MM/AD	Menunggu Persetujuan	Lihat Bukti
30 Oktober 2025	Melanjutkan pengerjaan desain carousel Bluebird	-	Hari ke-75 kegiatan PKL di MM/AD	Menunggu Persetujuan	Lihat Bukti
30 September 2025	Membuat brosur Maahyra	Kurang memahami aturan dalam layout brosur	Hari ke-49 kegiatan PKL di MM/AD	Menunggu Persetujuan	Lihat Bukti
31 Oktober 2025	Melanjutkan pengerjaan desain carousel Bluebird	Masalah mati listrik di tempat magang	Hari ke-76 kegiatan PKL di MM/AD	Menunggu Persetujuan	Lihat Bukti

Showing 101 to 105 of 105 entries

Previous 1 ... 7 8 9 10 11 Next

UNIVERSITAS
MA CHUNG

Lampiran 6 : Lembar Partisipasi Seminar PKL



UNIVERSITAS
MA CHUNG


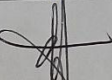
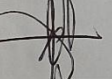


**FAKULTAS
TEKNOLOGI DAN DESAIN
UNIVERSITAS MA CHUNG**


Universitas Ma Chung
Soegeng Hendarto Bhakti Persada Building
Villa Puncak Tidar N-01
Malang 65151, Indonesia
ftd@machung.ac.id (Mail)
+62 341 550171 (Phone)
+62 341 550175 (Fax)

FORM PKL_FTD06

LEMBAR PARTISIPASI SEMINAR PRAKTIK KERJA LAPANGAN (PKL)


Nama Mahasiswa	: Sebastian Saksono
NIM	: 332210023
Program Studi	: Desain Komunikasi Visual

No	Hari, tanggal	Judul PKL	Pemateri PKL	TTD Dosen Pembimbing Pemateri
1	Rabu 5 Februari 2025	Penambahan dan Perubahan Fitur pada Website CONFINS di PT Adicpta Inovasi Teknologi	Natanael Missionday Galoryant	
2	Kamis 6 Februari 2025	Fotografis pada Media Promosi Club Basket Bimasakti	Jonathan Victor Abriliyan Sugiarto	
3	Kamis 6 Februari 2025	Produksi Video Konten Pemasaran Media Sosial di Djitugo Marketing Agency Denpasar-Bali	Muhammad Ryan Taruna Fadilla	
4	Jumat 7 Februari 2025	Pengelolaan dan Pengembangan Brand Guideliner di 247 Creative Space	Marcel Setiagi Admogo	
5	Jumat 7 Februari 2025	Pengembangan Intellectual Property dan Urban Toys Berbasis 3D Printing di 247 Creative Space	Yongiwani Mathius	




"EXCELLENCE THROUGH COMPETENCY"

Lampiran 7 : Lembar Bimbingan Laporan PKL



UNIVERSITAS
MA CHUNG







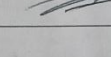
FAKULTAS
Teknologi & Desain

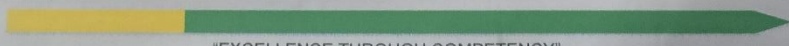
Universitas Ma Chung
Soegeng Hendarto Bhakti Persada Building
Villa Puncak Tidar N-01
Malang 65151, Indonesia
ftd@machung.ac.id (Mail)
+62 341 550171 (Phone)
+62 341 550175 (Fax)

FORM PKL_FTD04

LEMBAR BIMBINGAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN (PKL)

Nama Mahasiswa	: Sebastian Saksono
NIM	: 332210023
Program Studi	: Desain Komunikasi Visual
Judul Laporan PKL	: Penerapan Desain Grafis Pada Perancangan Desain Media Sosial di Mm/Ad

No	Hari, tanggal	Topik Bimbingan	TTD Dosen Pembimbing
1.	Jumat, 21 November 2025	Konsultasi judul, pedoman penulisan, dan Latar belakang	
2.	Kamis, 18 Desember 2025	Konfirmasi judul, Revisi Bab I dan II	
3.	Kamis, 10 Desember 2025	Bab I, II, dan IV	
4.	Kamis, 9 Januari 2026	Bab IV dan Daftar Pustaka	
5.	Jumat, 9 Januari 2026	Bab IV	



"EXCELLENCE THROUGH COMPETENCY"

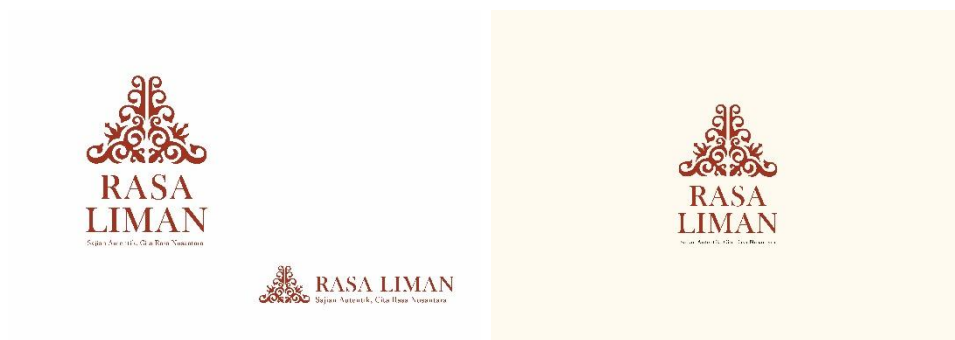
Lampiran 8 : Hasil Pekerjaan Selama MBKM: Magang Industri

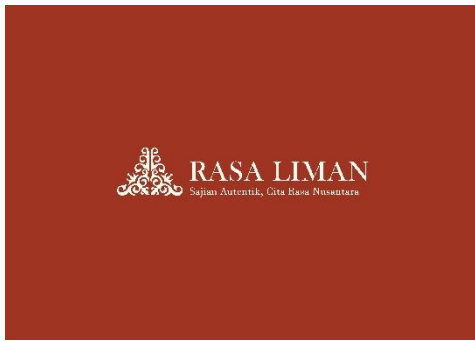
PROYEK LOGO + MOCKUP MYCOZYKOS



MA CHUNG

PROYEK LOGO + MOCKUP RASA LIMAN



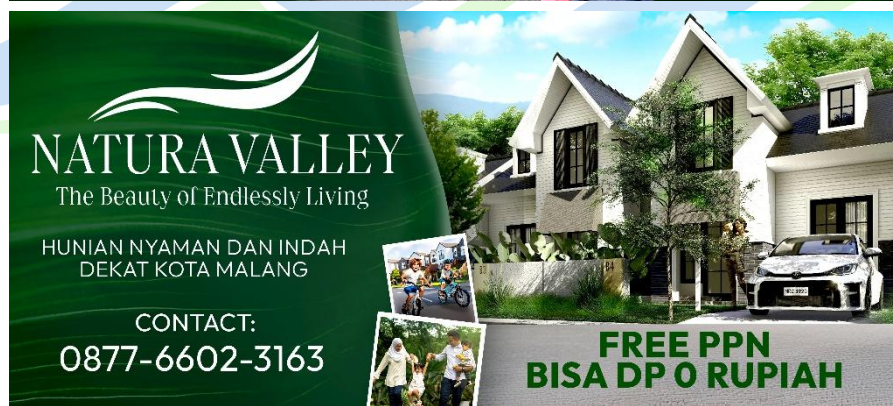


PROYEK LOGO + MOCKUP PT NAGA INDONESIA PLYWOOD





PROYEK BANNER NATURA VALLEY



MA CHUNG
PROYEK BANNER PESONA BATU



PROYEK BROSUR ALEXANDER

MAP LOCATION

Technical Specification

5 MENIT

The Alexander
Designed to elevate every aspect of your modern life

Enjoy luxury that feels close in every corner of Alexander

One step away from a regional-scale facility

WHERE LIVING & LEARNING MEET IN HARMONY

Highlights of Alexander and perceive the luxury soothing ambience of it

PROYEK VIDEO REELS TOTEM SIGN

TO MAKE YOUR BUSINESS STAND OUT

MAKE IT

mmad.advertising MORE THAN JUST A SIGN

Totemsign saat ini mulai banyak dilirik sebagai solusi memperkuat identitas perusahaan. Tidak sekedar penanda lokasi, totemsign adalah cara baru untuk brand mu berbicara lebih keras pada sekitar.

MM/Ad Advertising
Jl. Kalimantan No. 05 Kota Malang
Klik link di bio untuk info lengkap

#totemsign #neonbox #signage #branding #advertising #noonboxmalang

Liked by alexanderwagiri and 6 others

PROYEK DESAIN *CAROUSEL* @mmad.advertising

Desain *Carousel* UMKM

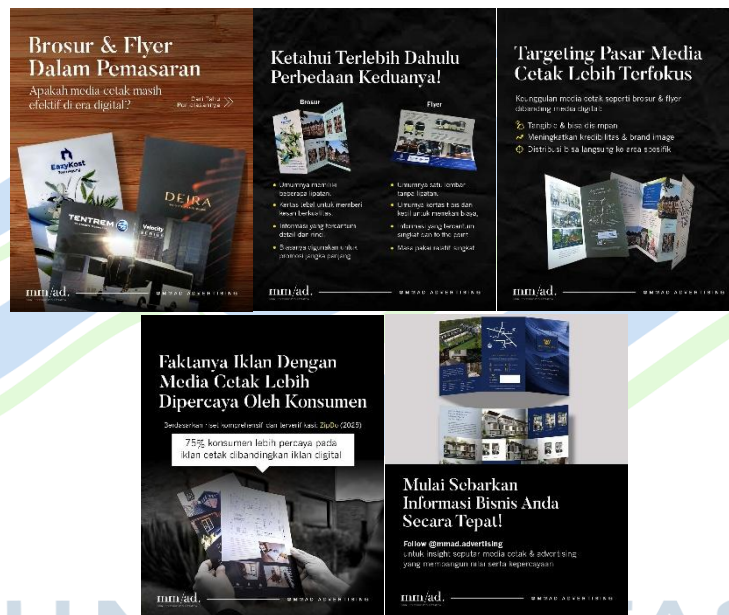
Desain *Carousel* Totem Sign

Desain *Carousel* Billboard

Carousel Kalender Bisnis



Carousel Flyer & Brosur



DESAIN POSTINGAN LOWONGAN

