

**PERANCANGAN KONTEN MEDIA SOSIAL UNTUK MENINGKATKAN
ENGAGEMENT MAD MATT DESIGN MALANG**

MBKM: MAGANG INDUSTRI



**UNIVERSITAS
MA CHUNG**

KARTIKA SELLA SANTOSO

NIM: 332210015

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

**LEMBAR PENGESAHAN
PRAKTIK KERJA LAPANGAN**

**PERANCANGAN KONTEN MEDIA SOSIAL UNTUK
MENINGKATKAN ENGAGEMENT
MAD MATT DESIGN MALANG**

Oleh:

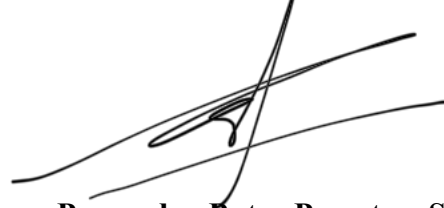
KARTIKA SELLA SANTOSO

NIM. 332210015

dari:

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

Dosen Pembimbing,



Bintang Pramudya Putra Prasetya, S.Sn., M.Ds.

NIP. 20170015

Dekan Fakultas Teknologi dan Desain,



Prof. Dr. Eng. Romy Budhi Widodo

NIP. 20070035

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas karunia dan penyertaan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan akhir Praktik Kerja Lapangan dengan baik. Laporan Praktik Kerja Lapangan dengan judul **”PERANCANGAN KONTEN MEDIA SOSIAL UNTUK MENINGKATKAN ENGAGEMENT MAD MATT DESIGN MALANG”** ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan akademik dalam penyelesaian kegiatan Praktik Kerja Lapangan pada Program Studi Desain Komunikasi Visual di Universitas Ma Chung.

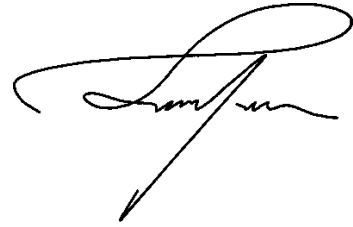
Pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terimakasih kepada berbagai pihak yang telah memberikan dukungan, semangat, serta bimbingan baik bersifat moral maupun material selama kegiatan magang. Ucapan terimakasih ini penulis tujukan kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Stefanus Yufra Menahen Taneo, MS., M.Sc. selaku Rektor Universitas Ma Chung Malang.
2. Bapak Prof. Dr.Eng. Romy Budhi Widodo, ST., MT., M.Pd. selaku Dekan Fakultas Teknologi dan Desain Universitas Ma Chung Malang.
3. Bapak Sultan Arif Rahmadianto, S.Sn., M.Ds. selaku Kepala program studi Desain Komunikasi Visual Universitas Ma Chung yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk mengajukan laporan ini.
4. Bapak Bintang Pramudya Putra Prasetya, S.Sn., M.Ds. Selaku dosen pembimbing program studi Desain Komunikasi Visual Universitas Ma Chung yang telah membimbing penulis dalam pembuatan laporan PKL.
5. Bapak Noviar Rahmat selaku Direktur Mad Matt Design Studio.
6. Berbagai pihak yang telah memberikan bantuan dan dorongan serta berbagi pengalaman dalam proses penyusunan laporan ini yang tidak dapat disebutkan disini semua.

Akhir kata, semoga laporan magang ini bermanfaat ke depannya, khususnya bagi penulis dan umumnya bagi kita semua dalam menambah wawasan dan pengetahuan.

Malang, Desember 2025

Penulis,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Kartika Sella Santoso', with a large, stylized initial 'K'.

Kartika Sella Santoso

NIM. 332210015

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
Bab I	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Batasan Masalah.....	5
1.3 Tujuan	5
1.4 Manfaat	5
1.4.1 Bagi Mahasiswa	5
1.4.2 Bagi Universitas	6
1.4.3 Bagi Studio / Instansi	6
Bab II	7
2.1 Profil Perusahaan.....	7
2.2 Jenis Usaha Perusahaan.....	9
2.3 Sejarah Perusahaan.....	10
2.4 Visi & Misi Perusahaan.....	11
2.4.1 Visi	11
2.4.2 Misi	11
2.5 Struktur Organisasi.....	11
2.6 Deskripsi Pekerjaan Anggota	12
2.7 Lokasi Perusahaan.....	13
2.8 Fasilitas	14
Bab III	7
3.1 Media Sosial.....	19
3.1.1 Definisi Media Sosial.....	19
3.1.2 Jenis-jenis Konten Media Sosial.....	20
3.2 Desain Komunikasi Visual (DKV).....	24
3.2.1 Definisi Desain Komunikasi Visual	24
3.2.2 Peranan Desain Komunikasi Visual	25
3.2.3 Prinsip Visual dalam Konten Media Sosial	26
Bab IV	27
4.1 Metode.....	27

4.2	Aplikasi yang Digunakan.....	28
4.3	Hasil.....	31
4.3.1	Konten Feed Project Showcase	31
4.3.2	Konten Video Reels	35
4.3.3	Konten Behance dan Feed Instagram	38
4.4	Hasil Analisis Efektivitas dan Engagement Konten	42
4.4.1	Perbandingan Engagement Rate Akun (Social Blade).....	42
4.4.2	Perbandingan Kondisi Awal dan Pertumbuhan Akun	43
4.4.3	Pencapaian Engagement Maksimal dan Transformasi Audiens.....	44
Bab V	46
5.1	Kesimpulan	46
5.2	Saran	47
5.2.1	Bagi Mad Matt Design	47
5.2.2	Bagi Mahasiswa	47
5.2.3	Bagi Universitas	48
DAFTAR PUSTAKA	49
Lampiran	52

Bab I

Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

Dalam perkembangan era digitalisasi, penggunaan media sosial merupakan salah satu hal paling menonjol yang dapat memberikan pengaruh pada keberlangsungan kehidupan manusia. Pesatnya perkembangan digitalisasi menuntut setiap manusia memiliki setidaknya paling sedikit 1 (Satu) akun Media Sosial. Status kepemilikan media sosial tidak hanya berada pada anak muda, melainkan juga mereka yang sudah memasuki usia tua. Khususnya pada kalangan muda, Rahmawati dan Putri (2023) menjelaskan bahwa generasi tersebut lebih sering melakukan aktivitas dalam ruang digital, yaitu melalui media sosial. Kehidupan dalam media sosial membuat setiap orang dapat dengan mudah mengakses secara instan segala penjuru dunia yang mereka inginkan. Dunia yang mereka akses menyuguhkan segala macam informasi, baik yang bermanfaat atau tidak, memiliki mutu atau tidak, maupun bersifat positif atau negatif. Kebutuhan akan penyaringan informasi menjadi krusial untuk memastikan bahwa materi yang dipublikasikan bersifat edukatif dan aman bagi lintas generasi. Masyarakat perlu selektif dalam mengonsumsi informasi yang mereka peroleh dari media sosial agar tidak mudah terpengaruh (Mahmudah & Rahahyu, 2020).

Kemudian, dewasa ini media sosial tidak hanya merupakan tempat untuk mencari akses informasi, tetapi juga memiliki peran sebagai latar kerja orang-orang yang memiliki pemikiran kreatif. Orang-orang yang bekerja untuk media sosial, mencurahkan ide-ide mereka dan dikemas dalam sebuah informasi menarik berupa konten. Konten yang akan disajikan harus benar-benar berasal dari proses pemikiran yang matang. Untuk menyajikan sebuah konten, mereka harus memiliki konsep terkini dan menarik. Dalam penelitian Yusuf et al., (2020), penjual beramai-ramai membuat konten yang edukatif dan menarik yang dapat memikat serta menimbulkan minat beli. Konsep yang disajikan tidak boleh berisi sembarangan dan bertentangan dari tema serta pasar yang akan dituju. Berdasarkan penelitian Pemilihan tema harus dirancang mengikuti dan menyesuaikan berdasarkan waktu, atau dalam artian tren pasar.

Rahmawati dan Putri (2023) menyebutkan bahwa perusahaan harus lebih memahami keinginan konsumen dengan memperhatikan tren saat ini. Konten akan dapat menarik perhatian pasar apabila yang disajikan benar informatif dan terkini. Selanjutnya, pasar akan menunjukkan ketertarikan pada konten yang dibuat apabila tema yang dibawakan benar-benar sesuai dengan keinginan mereka.

Pada pembuatan konten yang menarik, pekerja yang menyusun adanya perancangan konten tersebut dapat berjalan secara individu maupun dinaungi oleh sebuah perusahaan. Pekerja yang bernaung dalam sebuah perusahaan berarti harus membuat konten yang dapat membuat publik tertarik pada perusahaan. Salah satunya seperti perusahaan dapat memiliki produk untuk dipasarkan. Pemasaran produk dalam era digitalisasi ini hanya perlu untuk memanfaatkan media sosial dengan menggaet pekerja untuk membuat konten tentang produk. Pemasaran produk yang memanfaatkan media sosial merupakan suatu bentuk strategi optimalisasi promosi dan dapat meningkatkan penjualan (Abdilah *et al.*, 2022). Mad Matt Design merupakan salah satu dari sekian banyak perusahaan yang mampu memanfaatkan fungsi media sosial untuk memasarkan produk mereka. Melalui konten yang dikembangkan dengan estetika dan relevansi tinggi oleh pekerja.

Selanjutnya, Mad Matt Design merupakan perusahaan yang bergerak di bidang kreatif. Memiliki tanda fokus menyajikan produk buatan dalam segi ilustrasi dengan narasi visual yang sangat memikat. Visi yang dimiliki oleh Matt Design ialah membantu mewujudkan imajinasi kreatif konsumen. Mad Matt Design menampung semua ide dari konsumen, dengan menuangkan kreasi terbaik mereka pada design yang akan dibuat. Produk ilustrasi Mad Matt Design Studio membawakan tema horor serta mengekspresikan budaya. Produk yang dikeluarkan oleh Mad Matt Design berupa *Merchandise, Poster Film, Artwork Cover*, dan sebagainya. Sesuai dengan kebutuhan pasar saat ini yang selaras dengan fungsi media sosial, Mad Matt Design membuat design produk mengikuti pada minat pasar yaitu berdasarkan pada tren pasar. Untuk membuat produk design berkualitas sesuai dengan keinginan klien, minat pasar, serta

tidak meninggalkan citra horor, Mad Matt Design tentu memiliki tim kreatif yang sangat memahami hal tersebut.

Selain tim kreatif yang menciptakan design produk sesuai minat konsumen, Mad Matt Design memiliki tim yang mampu menarik perhatian konsumen. Tim tersebut bekerja dalam belakang layar yaitu berfokus pada perancangan konten yang akan disajikan dalam Media Sosial. Perancangan ini memerlukan ide, ketelitian, serta kesinambungan antara produk yang dipasarkan, Mad Matt Design, dan calon konsumen. Mereka menunjang keseimbangan minat beli konsumen terhadap produk yang secara tidak langsung dalam media sosial tersebut, produk itu ditawarkan. Calon konsumen lebih suka mengonsumsi konten yang singkat yang seringkali berupa video di media sosial (Rahmawati dan Putri, 2023).

Alur perancangan konten untuk dapat dipajang dalam media sosial harus dipikir secara matang oleh tim media sosial tersebut. Alur yang dibuat harus berkesinambungan, runtut, dan detail untuk memperoleh konten yang berkualitas. Selain berkualitas, isi dari konten harus memamerkan produk design yang dapat dibuat oleh Mad Matt Design. Dalam Prabowo dan Gusti (2024), konten yang tepat dan konsisten dengan memperhatikan visual yang menarik dapat memberikan dampak pada pembelian produk. Produksi konten yang bertujuan menarik minat beli konsumen merupakan proses yang kompleks. Hal ini melibatkan integrasi antara sinkronisasi warna, pemilihan visual, serta durasi video yang proporsional untuk menjaga retensi audiens. Kemudian, perancangan konten dilakukan dengan proses yang detail dengan memadukan ide-ide dari setiap orang dalam tim.





Gambar 1. 1 Perancangan Konten untuk Media Sosial (Sumber: Data Perusahaan)

Hal ini terbukti pada saat konsumen tertarik membeli produk setelah melihat konten yang mengedukasi tentang produk dan mereka memutuskan untuk melakukan pembelian (Sania dan Aulia, 2021). Pemaduan ide tersebut menciptakan script konten yang akan membawa alur konten akan seperti apa, melakukan proses shoot video dengan menimbang angle pengambilan dan cahaya yang bagus serta pas, dan langkah terakhir dalam pengambilan konten ini ialah proses edit video yang harus selaras dan dapat dinilai layak untuk ditontonkan pada calon konsumen. Selanjutnya, konten yang telah melalui proses pengeditan video, dapat dilakukan kembali proses edit untuk diupload dalam laman media sosial.

Berdasarkan uraian tersebut, perancangan konten media sosial menjadi aspek penting dalam mendukung strategi komunikasi visual Mad Matt Design. Konten yang dirancang tidak hanya berfungsi sebagai sarana publikasi karya, tetapi juga sebagai media untuk membangun interaksi dan keterlibatan audiens. Tingkat engagement, seperti likes, komentar, shares, dan views, menjadi indikator keberhasilan konten media sosial dalam menarik perhatian audiens. Oleh karena itu, diperlukan perancangan konten media sosial yang terstruktur dan sesuai dengan karakter brand Mad Matt Design agar mampu meningkatkan engagement serta memperkuat hubungan antara studio dan audiensnya.

1.2 Batasan Masalah

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

- a. Penulis melakukan kegiatan PKL di Mad Matt Design selama 4 bulan sejak 4 Agustus 2025 hingga 28 November 2025.
- b. Hasil yang dikerjakan merupakan berbagai macam konten yang dipublikasikan di sosial media.
- c. Posisi penulis sebagai mahasiswa magang dengan jabatan sebagai Social Media Specialist di bawah pengawasan pemilik selaku Owner studio dan mentor penulis.

1.3 Tujuan

Berikut beberapa tujuan penulis melaksanakan kegiatan MBKM: Magang Industri di Mad Matt Design adalah sebagai berikut:

- a. Mendapatkan pengalaman dalam mengelola media sosial melalui pembuatan dan pengembangan konten kreatif.
- b. Menerapkan ilmu yang telah didapatkan selama proses belajar dan mengukur kemampuan mahasiswa untuk bahan evaluasi bagi penulis sebagai mahasiswa.
- c. Membantu penulis untuk menyiapkan diri memasuki dunia industri kreatif.
- d. Melaksanakan PKL dengan jenis MBKM: Magang Industri sebagai pemenuhan syarat dari mata kuliah PKL dan syarat kelulusan di Universitas Ma Chung.

1.4 Manfaat

Terdapat manfaat dari kegiatan PKL yang telah dilaksanakan di Mad Matt Design adalah sebagai berikut:

1.4.1 Bagi Mahasiswa

Manfaat yang didapatkan bagi Mahasiswa selama MBKM: Magang Industri di Mad Matt Design yaitu:

- a. Mendapatkan pengalaman, wawasan, dan kesempatan untuk bekerja di bidang pengelolaan media sosial serta pembuatan konten kreatif bersama tim Mad Matt Design.
- b. Dapat memenuhi persyaratan mata kuliah dan kelulusan Universitas Ma Chung.
- c. Mengetahui peluang dan perkembangan strategi media sosial serta tren konten digital di industri kreatif.

1.4.2 Bagi Universitas

Manfaat yang didapatkan Universitas selama MBKM: Magang Industri di Mad Matt Design yaitu:

- a. Mendapat relasi kerjasama antara Universitas Ma Chung dan Mad Matt Design.
- b. Mempromosikan Universitas Ma Chung sebagai universitas yang ikut berperan dalam lingkup Desain Komunikasi Visual kepada masyarakat.
- c. Memberi bahan masukan kepada universitas.

1.4.3 Bagi Studio / Instansi

Manfaat yang didapatkan oleh Mad Matt Design selama mahasiswa melakukan MBKM: Magang Industri yaitu:

- a. Dapat menjalin kerjasama dan relasi antara Mad Matt Design dengan Universitas Ma Chung.
- b. Studio mendapatkan gagasan kreatif dari mahasiswa yang berkontribusi pada pengembangan gaya visual dan kualitas konten.
- c. Mendapatkan referensi dan ide baru dalam pengembangan gaya visual serta konten kreatif dari mahasiswa.

Bab II

Gambaran Umum Perusahaan

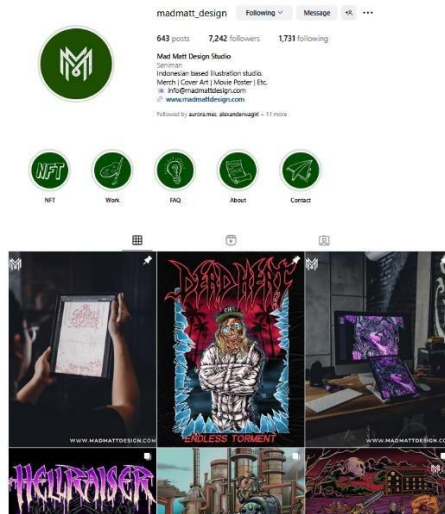
2.1 Profil Perusahaan

- a) Nama Perusahaan : Mad Matt Design
- b) Logo Perusahaan :

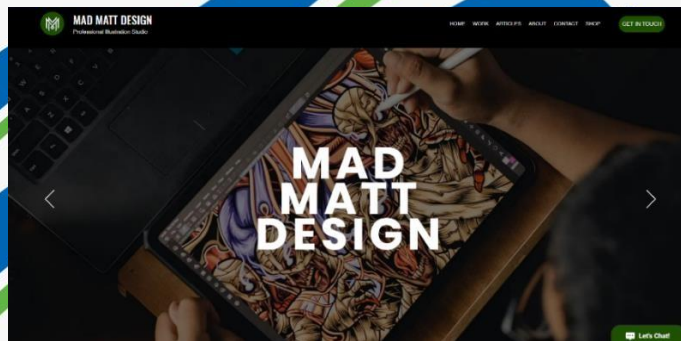


Gambar 2.1 Logo Perusahaan (Sumber: Data perusahaan)

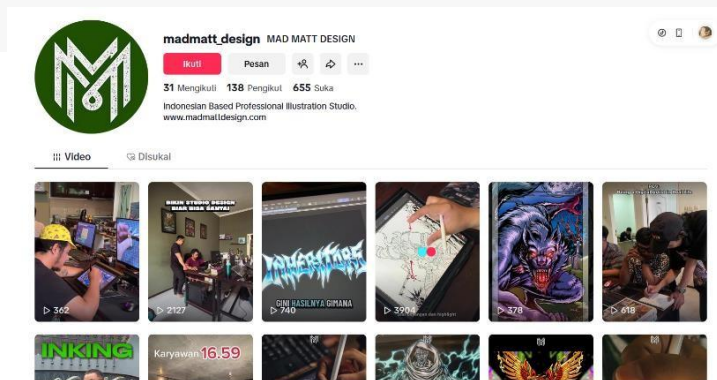
- c) Jenis Perusahaan : Studio Ilustrasi
- d) Pelayanan : Custom ilustrasi (t-shirt, poster film atau konser, cover buku atau album musik, pinball, dan kebutuhan visual russefering).
- e) Tahun Berdiri : 2014
- f) Alamat Perusahaan : Perumahan Bumi Asri Sengkaling, Tahap III Blok E10 Kec. Dau, Kab. Malang, Jawa Timur 65151
- g) Hari Kerja : Senin – Jumat, 10.00 - 18.30 WIB
- h) Hari Magang : Senin – Jumat, 10.00 – 17.00 WIB
- i) Nomor Telepon : 08990330665
- j) Website : www.madmattdesign.com
- k) Email : info@madmattdesign.com
- l) Media Sosial : @madmatt_design (Instagram, TikTok)



Gambar 2.2 Instagram Mad Matt Design
(Sumber: Instagram MadMatt)



Gambar 2.3 Website Mad Matt Design (Sumber: madmattdesign.com)



Gambar 2.4 Tiktok Mad Matt Design (Sumber: Tiktok MadMatt)

2.2 Jenis Usaha Perusahaan

Mad Matt Design merupakan studio ilustrasi yang berlokasi di Kabupaten Malang dan telah dikenal luas sebagai spesialis dalam bidang *merchandise design*. Portofolio karya Mad Matt Design mencakup berbagai ilustrasi kustom yang variatif, mulai dari desain kaos hingga karya visual untuk poster film, konser, buku, serta album musik. Selain pengerjaan proyek musik, studio ini juga memiliki keahlian dalam menciptakan ilustrasi tematik untuk perayaan atau *event* tertentu, seperti ilustrasi bertema Halloween yang menonjolkan estetika horor dan elemen visual yang detail. Dalam beberapa tahun terakhir, studio ini juga menjalin kerja sama strategis dengan klien internasional, khususnya dari Norwegia, guna mendukung penyelenggaraan acara tahunan *russefeiring*. Keberagaman proyek ini membuktikan kemampuan Mad Matt Design dalam mengadaptasi gaya visual mereka untuk berbagai kebutuhan industri kreatif global.



Gambar 2.5 Ilustrasi Halloween (Sumber: Data Perusahaan)

Layanan yang disediakan oleh Mad Matt Design meliputi pembuatan ilustrasi untuk berbagai kebutuhan merchandise, seperti desain sweater, desain pinball, dekorasi eksterior bus, serta produksi konten visual untuk media sosial. Studio ini terus

berinovasi dan berkomitmen untuk menghadirkan layanan kreatif yang profesional serta sesuai dengan kebutuhan klien, baik di tingkat nasional maupun internasional.



Gambar 2.6 Ilustrasi Pinball (Sumber: Data Perusahaan)

2.3 Sejarah Perusahaan

Mad Matt Design didirikan pada tahun 2014 oleh Noviar Rahmat sebagai studio desain yang berfokus pada seni visual dan ilustrasi. Pada awal berdirinya, Mad Matt Design memulai perjalanan kreatif dengan formasi kecil yang terdiri dari satu orang seniman dan satu rekan seniman. Proyek-proyek awal studio ini banyak berfokus pada desain poster tur band serta merchandise musik, yang kemudian menjadi ciri khas gaya awal Mad Matt Design.

Seiring waktu, Mad Matt Design terus bertumbuh dan memperluas tim kreatifnya. Saat ini, studio telah memiliki lima ilustrator dengan latar belakang serta gaya yang beragam, yang memperkaya identitas visual Mad Matt Design. Berkat pengalaman lebih dari lima tahun di industri desain, studio ini semakin dikenal di kalangan klien dengan berbagai kebutuhan visual, mulai dari ilustrasi tematik hingga desain produk. Pada tahun 2016, Mad Matt Design mulai memfokuskan diri pada produksi ilustrasi bertema horor. Namun, seiring dengan meningkatnya permintaan, studio ini mulai merambah berbagai proyek desain lain, seperti desain kemasan produk, sampul buku, dan pembuatan desain eksterior bus.

Pada tahun 2018, Mad Matt Design mulai menembus pasar internasional, khususnya Norwegia. Bekerja sama dengan desainer asal Norwegia yaitu Andreas Jonnstud dengan menjadi ilustrator di bawah nama Xgeniuz dan Lindlogo. Dengan proyek yang dikerjakan berupa desain aset visual untuk kebutuhan *russefeiring*, sebuah tradisi perayaan pelajar di Norwegia. Hingga kini, pasar Norwegia telah menjadi salah satu pasar tetap bagi Mad Matt Design.

Tahun 2020 menjadi tonggak penting bagi studio ini. Di tengah tantangan pandemi COVID-19, Mad Matt Design tetap berhasil meraih prestasi dan memperluas pasar internasional. Pada tahun tersebut, pendiri studio, Noviar Rahmat, mendapatkan nominasi di AMI Awards 2020 dalam kategori desainer grafis, sebuah pengakuan atas kontribusinya di dunia desain grafis nasional. Selain itu, Mad Matt Design juga berhasil menembus pasar Thailand melalui desain kaos alloverprint, yang mendapat banyak permintaan selama masa pandemi.

2.4 Visi & Misi Perusahaan

2.4.1 Visi

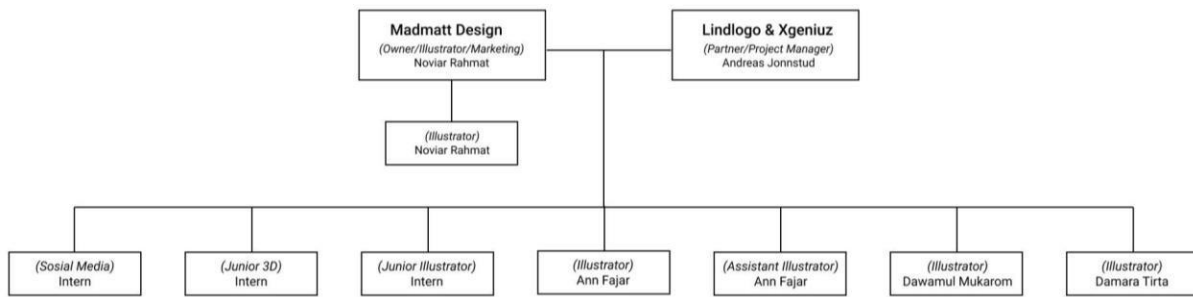
Menjadi studio ilustrasi yang mampu memberdayakan kreativitas generasi muda, khususnya di Kota Malang.

2.4.2 Misi

- a. Menghasilkan karya ilustrasi yang tidak hanya estetis tetapi juga mampu menyampaikan pesan secara efektif.
- b. Mendorong pengembangan kreativitas anak muda melalui kolaborasi dan inovasi di bidang seni visual.

2.5 Struktur Organisasi

Dalam upaya mencapai efisiensi operasional, Mad Matt Design merancang struktur organisasi yang sederhana dan efektif. Beberapa posisi dalam studio diisi oleh individu yang merangkap beberapa peran, sehingga memungkinkan terciptanya fleksibilitas serta responsivitas yang tinggi dalam menjalankan setiap tugas. Berikut adalah rincian struktur organisasi yang diterapkan oleh Mad Matt Design.



Gambar 2.7 Struktur organisasi Mad Matt Design

(Sumber: Data perusahaan)

2.6 Deskripsi Pekerjaan Anggota

Setiap anggota tim di Mad Matt Design memiliki peran yang spesifik dalam proses kreatif. Berikut jobdesc masing-masing anggota:

- a. **Pemilik dan Art Director:** bertanggung jawab dalam menentukan arah kreatif studio dengan berkontribusi langsung dalam proses kreatif sebagai ilustrasi sketsa, mengelola keuangan, serta membangun dan menjaga hubungan dengan klien. Selain berperan sebagai pemilik, ia juga aktif terlibat dalam kegiatan pemasaran studio.
- b. **Partner:** berperan sebagai admin yang menangani komunikasi dan administrasi dengan klien internasional, terutama dari Norwegia.
- c. **Project Manager:** bertugas mendistribusikan pekerjaan kepada para ilustrator sesuai arahan pemilik. Selain itu, ia juga memantau dan memastikan perkembangan setiap proyek berjalan sesuai dengan jadwal yang telah ditetapkan.
- d. **Illustrator dan Junior Illustrator:** bertanggung jawab dalam pembuatan aset visual berdasarkan brief dari klien. Proses kerja dimulai dengan pembuatan sketsa, dilanjutkan dengan tahap lining, pewarnaan, hingga tahap akhir. Mereka juga menangani revisi berskala besar pada setiap proyek sesuai kebutuhan klien.

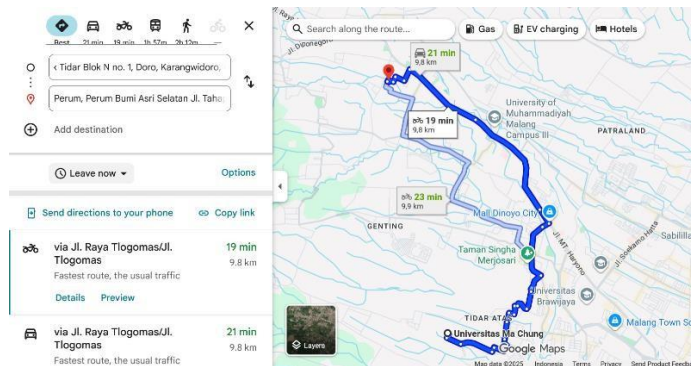
- e. Assistant Illustrator: bertugas menata file aset visual yang telah dibuat oleh para ilustrator serta melakukan revisi skala kecil. Selain itu, ia juga bertanggung jawab dalam pembuatan desain untuk kebutuhan media sosial. Setelah selesai, file akan diunggah ke drive agar dapat diakses oleh admin untuk kemudian disampaikan kepada klien.
- f. Sosial Media: bertugas membuat dan mengelola konten media sosial Madmatt, serta bertanggung jawab atas keseluruhan proses kerja mulai dari perencanaan dan penjadwalan konten, penulisan *copywriting*, hingga eksekusi dan publikasi konten.

2.7 Lokasi Perusahaan

Mad Matt Design berlokasi di Perumahan Bumi Asri Sengkaling,
Tahap III Blok E10 Kec. Dau, Kab. Malang, Jawa Timur 65151



Gambar 2.8 Studio Mad Matt Design (Sumber: Dokumentasi penulis)



Gambar 2.9 Lokasi Mad Matt Design (Sumber: Google map)

2.8 Fasilitas

Studio ini menyediakan beberapa fasilitas untuk mendukung kegiatan kerja dan magang. Di bagian luar studio, terdapat area parkir yang dikhususkan untuk sepeda motor. Perlu diketahui bahwa Mad Matt Design berbagi ruangan dengan studio lain yang memiliki hubungan kerja sama, yaitu Louds Studio yang bergerak di industri desain grafis seperti *branding* dan *motion* grafis. Dimana kedua studio tersebut membuka lowongan magang secara bersamaan. Oleh karena itu studio difokuskan untuk pelaksanaan kegiatan magang kedua studio. Didukung dengan mayoritas tim Mad Matt Design juga bekerja secara *remote* dan hanya ada dua ilustrator yang rutin datang ke studio berperan sebagai mentor magang bersama pemilik studio begitu juga dengan Louds Studio.



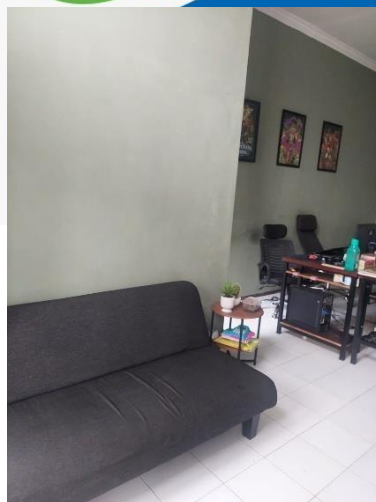
Gambar 2.10 Area parkir studio (Sumber: Dokumentasi penulis)

Saat memasuki area studio, sisi kiri bangunan dilengkapi dengan fasilitas area *outdoor* yang diperuntukkan bagi kegiatan relaksasi.



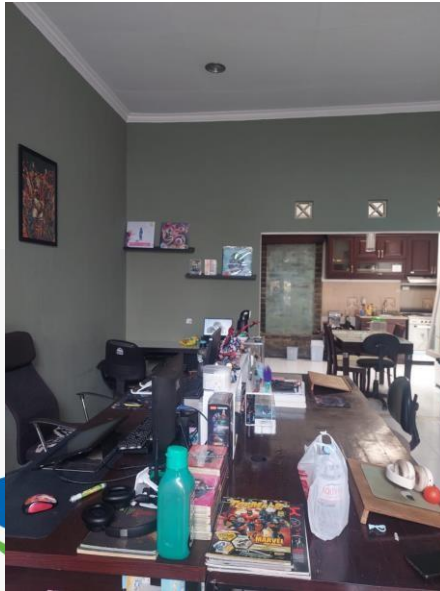
Gambar 2.11 Area outdoor studio (Sumber: Dokumentasi penulis)

Saat memasuki studio, pada bagian depan terdapat ruang tamu kecil. Area ini dilengkapi dengan sebuah sofa yang disediakan sebagai tempat duduk.



Gambar 2.12 Ruang tamu (Sumber: Dokumentasi penulis)

Di bagian tengah, terdapat dua meja kerja. Meja pertama dilengkapi dengan dua kursi dan satu komputer yang terhubung dengan *pen display*. Meja ini disediakan untuk tempat bekerja para *intern*. Meskipun perangkat tersebut jarang digunakan karena sebagian besar intern lebih memilih menggunakan peralatan pribadi mereka.



Gambar 2.13 Area tengah studio (Sumber: Dokumentasi penulis)

Pada bagian kanan, terdapat ruang rapat (*meeting room*). Ruangan ini biasa digunakan untuk berbagai aktivitas formal seperti rapat pekerjaan dan *sharing session*. Selain itu, ketika jam kerja berakhir, ruangan ini sering dimanfaatkan sebagai tempat hiburan dan bersantai.



Gambar 2.14 Meeting Room (Sumber: Dokumentasi penulis)

Dalam proses distribusi tugas, pemilik studio menginstruksikan penggunaan aplikasi Trello. Trello adalah aplikasi manajemen proyek visual yang membantu tim dalam mengelola berbagai proyek, alur kerja, dan pelacakan tugas secara efisien. Pengguna dapat menambahkan *file*, daftar periksa, hingga otomatisasi proses kerja sesuai kebutuhan.



Gambar 2.15 Logo Trello (Sumber: brandlogos.net)

Trello sangat membantu tim studio karena mendukung kolaborasi secara *real-time* dengan tampilan antarmuka sederhana berbasis *kanban* atau seperti papan nama. Fitur ini memudahkan pengguna untuk memantau perkembangan proyek secara cepat. Aplikasi ini juga fleksibel, dapat diakses melalui *desktop*, *website*, maupun perangkat *mobile*.



Gambar 2.16 Logo Dropbox (Sumber: brandlogos.net)

Untuk penyimpanan dan berbagi hasil pekerjaan, Mad Matt Design menggunakan Dropbox. Dropbox adalah layanan penyimpanan berbasis *web* yang memungkinkan pengguna menyimpan, berbagi data, serta menyinkronkan *file* secara online. Karena studio memanfaatkan fitur berbayar dari Dropbox, fasilitas ini juga disediakan kepada intern untuk mendukung aktivitas mereka



Bab III

Tinjauan Pustaka

3.1 Media Sosial

3.1.1 Definisi Media Sosial

Media sosial merupakan salah satu perkembangan teknologi digital bagi pengguna untuk terhubung, berbagi informasi, dan berinteraksi melalui berbagai format konten seperti teks, foto, ilustrasi, audio, maupun video. Menurut Kesuma (2023), bahwa media sosial didefinisikan sebagai sekelompok aplikasi berbasis internet berdasarkan teknologi Web 2.0 dan memungkinkan terjadinya pertukaran, penciptaan, serta kolaborasi konten yang dihasilkan oleh pengguna atau user-generated content. Definisi tersebut menegaskan bahwa media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga merupakan ruang kreatif yang memberikan kesempatan bagi pengguna untuk mengekspresikan diri dan memengaruhi lingkungan digital.

Dalam dunia industri kreatif modern, keberadaan media sosial menjadi bagian penting dikarenakan sifatnya yang visual, cepat, dan mudah diakses. Platform seperti Instagram dan TikTok berkembang menjadi medium utama bagi kreator visual dan brand untuk menampilkan karya, membangun hubungan dengan audiens, serta memperluas jangkauan pasar (Kohar *et al.*, 2025). Salah satu contoh media sosial yaitu Instagram mengutamakan tampilan visual berupa foto, ilustrasi, *carousel*, dan video pendek, sedangkan TikTok menonjolkan format video singkat yang dinamis dan memiliki tingkat penyebaran (viralitas) yang tinggi. Kombinasi sifat visual dan kemudahan interaksi ini menjadikan kedua platform tersebut sebagai wadah yang efektif untuk promosi, edukasi, maupun pembentukan identitas digital (Arsandi *et al.*, 2024).

Salah satu faktor terpenting dalam keberhasilan pengelolaan media sosial adalah tingkat engagement, yaitu segala bentuk interaksi yang dilakukan audiens terhadap konten. Engagement dapat berupa likes, komentar, shares, saves, views, maupun durasi tontonan konten (Syahititi *et al.*, 2024). Tingginya engagement menunjukkan bahwa konten yang dipublikasikan mampu menarik perhatian, relevan, dan memiliki nilai bagi audiens. Oleh karena itu, banyak pelaku industri kreatif

berlomba-lomba membuat konten yang tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga memiliki narasi, konsep, dan gaya penyampaian yang sesuai dengan kebutuhan dan karakter audiens (Putri dan Asnusa, 2025)

Pada studio kreatif media sosial memiliki peran yang sangat strategis. Selain menjadi etalase digital untuk memamerkan hasil karya ilustrasi, media sosial juga berfungsi sebagai sarana untuk membangun citra visual yang konsisten dan khas sesuai karakter studio. Melalui konten ilustrasi, video proses kerja (*behind the scenes*), maupun konten edukasi visual, studio kreatif dapat memperkuat identitas brand sekaligus menjangkau calon klien yang lebih luas (Fani *et al.*, 2024). Hal ini menunjukkan bahwa media sosial bukan hanya tempat hiburan, tetapi telah menjadi platform pemasaran, branding, dan komunikasi visual yang sangat penting dalam industri kreatif saat ini.

3.1.2 Jenis-jenis Konten Media Sosial

Konten media sosial dibedakan menjadi beberapa jenis utama yang berfungsi untuk menarik perhatian audiens, menyampaikan pesan digital, serta meningkatkan engagement. Setiap jenis konten memiliki karakteristik visual dan komunikasi yang berbeda sehingga dapat disesuaikan dengan kebutuhan brand atau studio kreatif (Septrian dan Nirmala, 2025).

a. Konten Informasi

Konten informasi adalah konten yang memberikan edukasi dan wawasan baru kepada audiens. Konten ini dapat berupa tips, fakta singkat, tutorial, atau penjelasan mengenai suatu topik tertentu. Konten informasi umumnya bertujuan untuk meningkatkan nilai edukatif dari akun media sosial dan memperkuat brand sebagai sumber pengetahuan yang kredibel.

Menurut Oktaviani dan Setiawan (2020), konten informasi merupakan jenis konten yang paling efektif dalam membangun kepercayaan audiens karena menyajikan edukasi, fakta, dan pengetahuan yang relevan dengan kebutuhan pengguna media sosial. Konten ini dinilai mampu memberikan nilai tambah sehingga audiens lebih cenderung melihat brand sebagai sumber informasi yang kredibel. Ketika sebuah akun

rutin menyajikan konten informatif yang akurat dan bermanfaat, tingkat kepercayaan dan interaksi pengguna meningkat, ditandai dengan lebih banyaknya Tindakan seperti menyimpan, membagikan, atau mengomentari konten tersebut. Dengan demikian, konten informasi tidak hanya menarik audiens, tetapi juga memperkuat hubungan jangka panjang antara brand dan pengikutnya.



Gambar 3.1 Konten Informasi (Sumber: Instagram Mad Matt Design)

b. Konten Visual

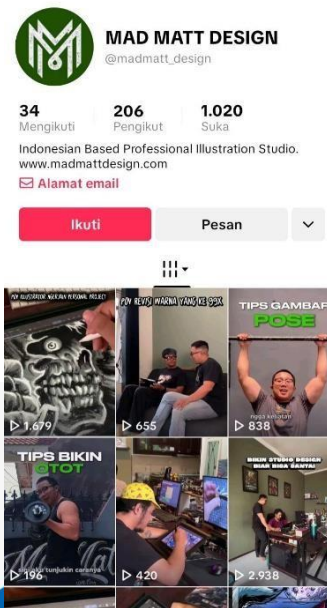
Konten visual merupakan jenis konten yang mengutamakan kekuatan gambar seperti foto, ilustrasi, poster, desain grafis, dan elemen visual lainnya yang dirancang untuk menarik perhatian audiens. Dominasi elemen visual pada platform seperti Instagram dan TikTok membuat konten jenis ini memiliki daya tarik tinggi dan lebih mudah memicu interaksi. Arifah & Anggapuspa (2023) menjelaskan bahwa visualisasi yang menarik mampu meningkatkan kemungkinan audiens melakukan tindakan engagement seperti likes, komentar, atau membagikan konten karena otak manusia memproses informasi visual lebih cepat dibandingkan teks. Dalam konteks Mad Matt

Design, konten visual menjadi elemen identitas utama karena studio menampilkan karya ilustrasi bertema horor dan budaya dengan ciri estetika yang unik. Keunikan gaya visual tersebut tidak hanya memperkuat karakter brand, tetapi juga menjadikan akun Mad Matt Design lebih mudah dikenali di antara banyaknya kreator visual lain di media sosial.

c. Konten Video

Konten video merupakan jenis konten yang saat ini paling digemari di berbagai platform media sosial karena mampu menggabungkan elemen visual, gerak, suara, dan teks secara simultan sehingga lebih menarik perhatian audiens. Popularitas format video pendek seperti TikTok dan Instagram Reels tidak terlepas dari tingginya *retention rate* yang membuat penonton bertahan lebih lama untuk mengonsumsi konten. Tatasari *et al.*, (2025) menyatakan bahwa konten video memiliki tingkat engagement yang lebih tinggi dibandingkan gambar atau teks karena sifatnya yang dinamis, mudah dipahami, dan mampu menyampaikan pesan secara cepat namun tetap menarik secara emosional maupun visual. Dalam konteks studio kreatif, jenis konten yang sering digunakan meliputi *behind the scenes* proses menggambar, timelapse, proses editing, hingga showcase portofolio karya. Konten seperti ini tidak hanya memperlihatkan

kemampuan teknis kreator, tetapi juga memperkuat identitas visual serta meningkatkan kedekatan dengan audiens.



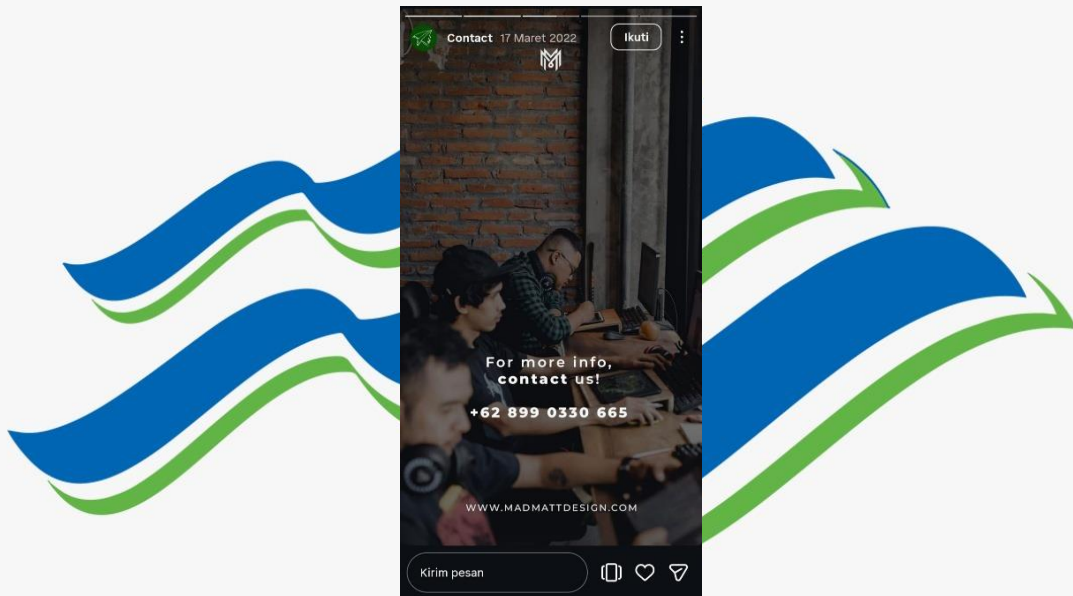
Gambar 3.2 Konten Video Pendek
(Sumber: TikTok Mad Matt Design)

d. Konten Interaktif

Konten interaktif merupakan jenis konten yang dirancang untuk mendorong partisipasi langsung dari audiens melalui aktivitas seperti polling, kuis, games, sesi tanya jawab (Q&A), *challenge*, hingga konten yang mengajak pengguna untuk memberikan reaksi tertentu. Bentuk konten ini dianggap efektif karena tidak hanya menyampaikan pesan, tetapi juga melibatkan audiens secara emosional dan kognitif dalam proses interaksi. Ridwan dan Sari (2023) mengatakan bahwa konten interaktif mampu meningkatkan engagement secara signifikan karena membuat audiens merasa lebih dekat dan terhubung dengan brand.

e. Konten Promosi

Konten promosi merupakan jenis konten yang difokuskan untuk memasarkan produk atau jasa dengan menampilkan keunggulan, manfaat, harga, promo, ulasan pelanggan, hingga hasil karya yang dapat menarik perhatian audiens. Konten seperti ini berfungsi sebagai alat komunikasi pemasaran yang bertujuan membangun minat beli sekaligus memperkuat posisi brand di tengah persaingan digital. Sinaga dan Simanjuntak (2024) menyatakan bahwa konten promosi yang dipadukan dengan visual yang menarik seperti desain estetik, komposisi grafis yang rapi, dan penonjolan kualitas produk mampu meningkatkan ketertarikan audiens dan membuat brand lebih mudah menonjol dibandingkan kompetitor.



Gambar 3.3 Konten Promosi (Sumber: Instagram Mad Matt Design)

3.2 Desain Komunikasi Visual (DKV)

3.2.1 Definisi Desain Komunikasi Visual

Desain Komunikasi Visual (DKV) merupakan ilmu yang mempelajari bagaimana pesan dapat disampaikan secara efektif melalui elemen-elemen visual yang terstruktur dan estetik. Menurut Cuhandi *et al.*, (2025), DKV mengintegrasikan tipografi, warna, ilustrasi, simbol, komposisi, layout, serta prinsip-prinsip estetika

untuk menciptakan pesan yang tidak hanya informatif, tetapi juga mampu memengaruhi persepsi dan emosi audiens. Pada media sosial, peran DKV menjadi semakin krusial karena karakter platform yang sangat mengutamakan visual sehingga konten harus mampu menarik perhatian dalam hitungan detik. Penerapan DKV memungkinkan brand menciptakan identitas visual yang kuat dan konsisten, meningkatkan ketertarikan audiens melalui visual yang menarik, memperjelas pesan komunikasi sehingga lebih mudah dipahami, sekaligus memperkuat *brand awareness* melalui penggunaan gaya visual yang khas dan berulang. Selain itu, DKV membantu membangun pengalaman visual yang terarah, sehingga konten tidak hanya terlihat estetik tetapi juga relevan dengan tujuan komunikasi.

3.2.2 Peranan Desain Komunikasi Visual

Menurut (Nathalia, 2014) desain komunikasi visual memiliki peran krusial dalam menyampaikan pesan untuk tujuan tertentu melalui media visual yang terukur. Berdasarkan fungsi dan tujuannya dalam industri kreatif kontemporer, DKV memiliki tiga peran strategis utama:

a. Identifikasi

Fungsi ini bertujuan untuk menciptakan karakter unik yang membedakan suatu produk atau karya dari kompetitornya. Melalui elemen visual yang konsisten, desain membantu audiens mengenali identitas dan asal-usul sebuah brand atau karya seni dengan cepat.

b. Informasi

Desain berperan dalam menyederhanakan pesan yang kompleks menjadi bentuk visual yang mudah dipahami. Fungsi ini memastikan bahwa detail teknis, arah, maupun prosedur dapat diinterpretasikan secara akurat oleh audiens melalui hierarki visual yang sistematis

c. Persuasi

Fungsi persuasi berfokus pada upaya menarik perhatian serta memengaruhi persepsi audiens. Dalam konteks portofolio, fungsi ini digunakan untuk mempresentasikan keahlian teknis dan nilai estetika karya

agar dapat meyakinkan calon klien atau publik mengenai kualitas profesionalitas kreatornya.

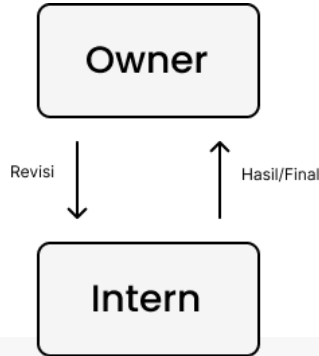
3.2.3 Prinsip Visual dalam Konten Media Sosial

Menurut Permana dan Erdansyah (2022) bahwa terdapat sejumlah prinsip visual yang menjadi dasar penting dalam perancangan konten media sosial, khususnya dalam membangun tampilan yang efektif dan komunikatif. Prinsip pertama adalah komposisi, yaitu pengaturan elemen visual dalam suatu desain untuk menciptakan keseimbangan, ritme, serta arah pandang yang memandu mata audiens menuju informasi yang paling penting. Kedua, tipografi berperan melalui pemilihan jenis huruf, ukuran, jarak, dan hierarki teks guna memastikan pesan tertata rapi, mudah dibaca, dan mampu menekankan informasi tertentu. Warna juga menjadi elemen sentral karena dapat membangun suasana emosional, menciptakan mood tertentu, serta memperkuat identitas visual brand melalui palet warna yang konsisten. Prinsip lainnya adalah konsistensi visual, yakni keseragaman gaya desain pada setiap konten untuk menjaga estetika keseluruhan, terutama pada platform seperti Instagram yang menonjolkan tampilan grid visual. Konsistensi ini mencakup warna, gaya ilustrasi, layout, hingga tone desain agar brand mudah dikenali. Terakhir, visual hierarchy digunakan untuk mengatur prioritas informasi melalui ukuran, kontras, posisi, dan warna sehingga audiens dapat dengan cepat menangkap pesan utama sebelum melihat detail lain.

Bab IV

Deskripsi Data dan Hasil Kerja Lapangan

4.1 Metode



Gambar 4.1 (Sumber: Data Penulis)

Sistem kerja yang digunakan di Mad Matt Design menerapkan metode *cyclic strategy* untuk mendukung otonomi kreatif penulis. Dalam metode ini, penulis bertanggung jawab penuh untuk merumuskan ide dan konsep konten visual berdasarkan *brief* awal. Peran *Owner* lebih difokuskan sebagai kurator yang memberikan koreksi, masukan, serta validasi terhadap ide yang diajukan oleh penulis. Setelah ide dieksekusi menjadi desain, hasil karya diunggah ke papan kerja Trello untuk ditinjau secara mendetail. Apabila terdapat ketidaksesuaian, *Owner* akan memberikan arahan revisi untuk diperbaiki oleh penulis hingga desain mencapai tahap final dan siap publikasi.

Semua proses akan terjadi di aplikasi Trello. Menggunakan fitur card untuk menampung brief hingga hasil setiap proyek dan fitur list untuk memantau tahapan proyek. Tahapan tersebut bisa dipantau dengan cara, card proyek dipindahkan ketujuh list yang sudah tersedia di board. Fungsi dari masing-masing list yaitu sebagai berikut:

- a. **List Masuk:** di mana proyek baru masuk untuk didistribusikan dan dikerjakan.

- b. **List Writing / Shooting:** proyek mulai memasuki proses produksi aktif, meliputi kegiatan penyusunan naskah (scriptwriting) hingga eksekusi pengambilan gambar video (shooting).
- c. **List Editing:** tahap penyuntingan materi visual yang sedang berjalan, baik berupa format video maupun desain feed Instagram.
- d. **List Ready to Upload:** proyek yang telah selesai disunting dan kini sedang menunggu peninjauan (review) dari owner sebelum dinyatakan siap tayang.
- e. **List Approved to Upload:** Status proyek yang telah selesai ditinjau dan disetujui oleh owner untuk segera dipublikasikan di media sosial.
- f. **List In Revision:** proyek yang mendapatkan feedback untuk direvisi akan ditaruh di list ini untuk proses pengerjaan revisi.
- g. **List Uploaded:** ketika proyek sudah selesai untuk nantinya diarsipkan.



Gambar 4.2 Trello Mad Matt Design (Sumber: Data Perusahaan)

4.2 Aplikasi yang Digunakan

Dalam pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan selama empat bulan di Mad Matt Design, penulis memanfaatkan sejumlah perangkat lunak untuk menunjang produksi konten visual. Berikut adalah aplikasi yang digunakan:

a. Figma

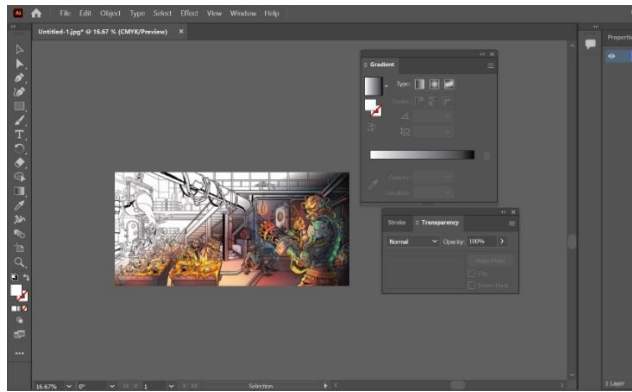
Figma merupakan aplikasi desain berbasis vector yang tidak hanya populer untuk desain antarmuka, tetapi juga sangat efektif digunakan dalam perancangan konten media social yang kompleks. Aplikasi ini memiliki fitur multi-frame yang memudahkan desainer untuk Menyusun dan melihat tampilan feed Instagram (seperti carousel atau grid) secara keseluruhan dalam satu kanvas kerja. Dengan fleksibilitas alat vektor yang presisi dan system pengelolaan aset yang rapi, Figma memungkinkan pembuatan desain story, feed, dan materi promosi digital dengan kualitas visual yang tajam serta konsistensi branding yang terjaga.



Gambar 4.1 Preview Figma (Sumber: Data Penulis)

b. Adobe Illustrator

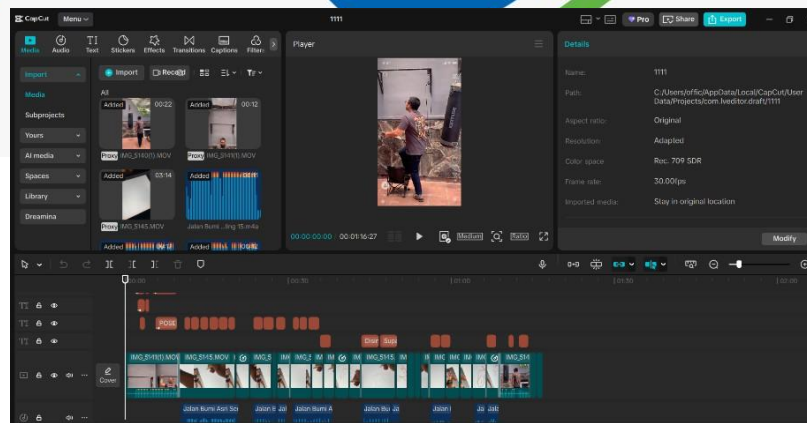
Adobe Illustrator merupakan perangkat lunak desain berbasis vektor standar industry yang unggul dalam menjaga ketajaman visual saat ukurannya diperbesar. Dengan alat gambar (*drawing tools*) yang presisi, aplikasi ini ideal untuk merancang aset grafis seperti logo, ikon, serta ilustrasi digital yang menjadi elemen utama dalam visual media sosial.



Gambar 4.3 Preview Adobe Illustrator (Sumber: Data Penulis)

c. Capcut

CapCut merupakan aplikasi penyuntingan video yang kini menjadi andalan para kreator konten dan desainer dalam memproduksi materi visual bergerak. Aplikasi ini memfasilitasi proses pasca-produksi mulai dari pemotongan klip (*trimming*), penyesuaian warna (*color grading*), hingga integrasi efek audio-visual secara efisien. Didukung oleh antarmuka yang intuitif namun kaya fitur, CapCut memungkinkan pengguna menciptakan video berkualitas profesional yang dinamis dan menarik perhatian audiens dengan alur kerja yang praktis.



Gambar 4.4 Preview Capcut (Sumber: Data Penulis)

4.3 Hasil

Setelah menyelesaikan magang industri di Mad Matt Design selama empat bulan, penulis menghasilkan luaran karya berupa konten video Reels dan desain Feed Instagram yang ditugaskan oleh supervisor untuk kebutuhan publikasi. Konten Reels merupakan materi audio-visual dinamis yang menggabungkan teknik editing, transisi, dan *sound design* sebagai daya tarik utama dalam strategi konten. Sedangkan desain Feed merupakan sajian visual statis atau *carousel* yang berfokus pada penyampaian informasi serta estetika grafis yang lebih mendetail dan terstruktur.

4.3.1 Konten Feed Project Showcase

Proyek desain feed untuk kategori Project Showcase merupakan penugasan yang diinstruksikan secara langsung oleh Owner Mad Matt kepada penulis. Pada tahap ini, Owner Mad Matt menyerahkan materi aset mentah beserta ketentuan spesifik mengenai gaya desain yang harus diterapkan. Penulis kemudian bertugas untuk menerjemahkan arahan visual tersebut menjadi konsep tata letak (*layout*) yang mampu menonjolkan detail karya dalam *showcase* tersebut.

a. Briefing & Arahan Visual

Pada tahap awal pengerjaan, penulis menerima instruksi spesifik dari Owner Mad Matt terkait pembuatan konten Instagram untuk karya seni *Amon Amarth: We Rule the Waves*. Penulis diberikan akses ke aset visual utama melalui tautan penyimpanan digital yang berisi ilustrasi bertema *Viking* dengan nuansa mitologis. Selain arahan mengenai gaya penulisan *caption* yang harus puitis, penulis juga diberikan tanggung jawab penuh untuk membuat visualisasi *mockup* kaos pada sisi depan dan belakang. Penulis diinstruksikan untuk menyusun *mockup* tersebut dengan menggabungkan ilustrasi utama dan desain sisi belakang.

 Artwork Context

- Viking perkasa di kapal naga, lautan + petir.
- Nuansa epik, mitologis, penuh kekuatan.

 Style

- Storytelling pendek, puitis, seperti saga.
- Sisipkan lirik asli *We Rule the Waves*.
- Tone: epik, battle-cry, Viking saga.

 Key Lyrics (pilih yang sesuai)

"We've sailed the waves of the Northern sea, the rivers of the East..."

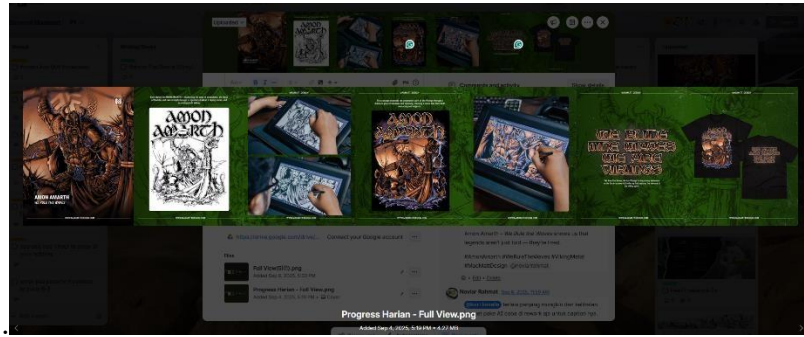
"Our ships spread terror along the coasts like ancient ocean beasts..."

"We are, we are Vikings — and we will never be slaves. Until the stars fall from the sky, we rule the waves."

Gambar 4.5 Arahan Visual (Sumber: Data Penulis)

b. Draft Desain Pertama

Pada tahap perancangan awal, penulis mengeksekusi visual sesuai dengan instruksi yang tertera dalam *brief*, sembari menyelaraskan gaya desain dengan identitas visual (*style*) yang telah menjadi ciri khas Mad Matt Design. Setelah visual selesai dirancang, penulis mendokumentasikan progres kerja dengan mengunggah desain ke papan kerja Trello sebagai laporan. Selain menyertakan visual, penulis juga melampirkan rincian konten teks (*copy*) mulai dari *slide* pertama hingga kelima, lengkap dengan rancangan *caption*. Pasca proses peninjauan draft tersebut, penulis menerima arahan revisi spesifik pada *slide* keenam dan ketujuh, di mana penulis diminta untuk memodifikasi beberapa elemen visual guna menyempurnakan tampilan akhir desain



KS Kartika Sella [Sep 8, 2025, 10:28 AM](#)

Slide 1 : This sketch for AMON AMARTH channels the saga of conquerors, the clash of thunder, and raw strength through a legendary drakkar, a raging ocean, and an unstoppable Viking.

Slide 3 : This concept channels the untamable spirit of the Vikings through a dramatic play of shadows and lightning, creating a scene that feels both menacing and majestic.

Slide 5 : **"We Rule The Waves, We Are Vikings."** This phrase is more than just a lyric; it's a battle-cry that resonates with power and an unyielding spirit. Its placement on the back serves as the primary statement, capturing the essence of the Viking spirit as a whole.

Caption :
A mighty Viking stands tall upon the dragon ship, facing the roaring storm. The sea rages, thunder tears the sky—yet no fear remains. Every stroke of this artwork pulls you into a saga of blood, waves, and honor.

Gambar 4.6 Draft Desain Pertama (Sumber: Data Penulis)

c. Draft Desain Kedua

Setelah melalui proses peninjauan draft awal, penulis menerima umpan balik terkait aspek keterbacaan (*readability*) pada slide keenam dan ketujuh. Owner menilai bahwa latar belakang yang digunakan sebelumnya menyebabkan elemen tipografi "*We Rule the Waves*" dan "*We Are Vikings*" menjadi sulit terbaca akibat kurangnya kontras. Sebagai tindak lanjut, penulis diinstruksikan untuk mengubah warna latar belakang menjadi abu-abu tua atau hitam pekat guna meningkatkan kontras visual, sehingga pesan teks dapat tersampaikan dengan lebih jelas dan tegas.

untuk slide 6-7 mendingan kamu kasih abu tua atau hampir hitam sekalian , soalnya di we rule the waves we are vikings nya bg nya gak kelihatan

• Reply



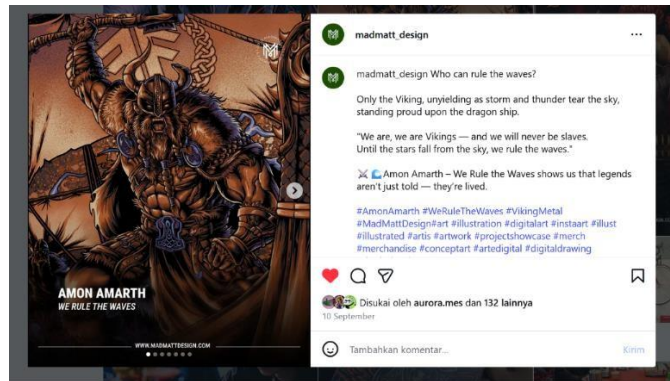
Gambar 4.7 Draft Desain Kedua (Sumber: Data Penulis)

d. Final Desain dan Publikasi

Setelah seluruh poin revisi diselesaikan dan desain dinyatakan final oleh *Owner*, penulis menerima instruksi untuk melanjutkan ke tahap publikasi. Pada fase ini, penulis tidak sekadar menyerahkan berkas desain, melainkan bertugas secara langsung untuk mengunggah konten tersebut ke akun Instagram Mad Matt Design. Proses ini dilakukan sesuai dengan jadwal tayang serta *caption* yang telah disepakati sebelumnya, menandai selesainya seluruh rangkaian alur kerja produksi konten.



Gambar 4.8 Final Desain (Sumber: Data Penulis)



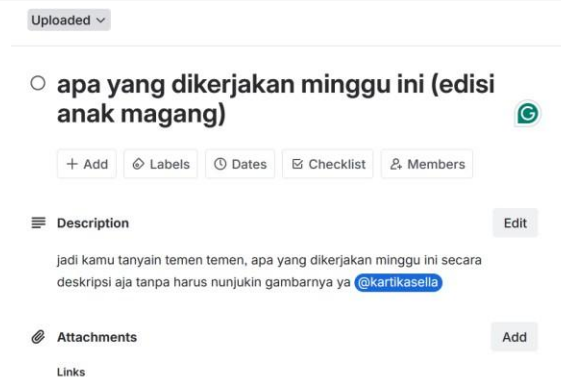
Gambar 4.9 Publikasi Desain Project Showcase Instagram (Sumber: Data Penulis)

4.3.2 Konten Video Reels

Proyek konten video pendek (Reels) untuk kategori Office Culture merupakan penugasan yang diinstruksikan secara langsung oleh Owner kepada penulis. Pada tahap ini, penulis tidak hanya menerima arahan, tetapi terjun langsung mengumpulkan materi visual dengan cara mewawancarai rekan magang terkait *jobdesk* mingguan mereka.

a. Briefing & Arahan Visual

Pada tahap pra-produksi, penulis menerima *brief* langsung dari Owner untuk memproduksi konten video pendek (Reels) yang menyoroti kesibukan para intern di minggu tersebut. Penulis diberikan arahan utama untuk menciptakan konten yang bersifat *behind-the-scenes* dengan pendekatan “Tanya Jawab” yang interaktif.

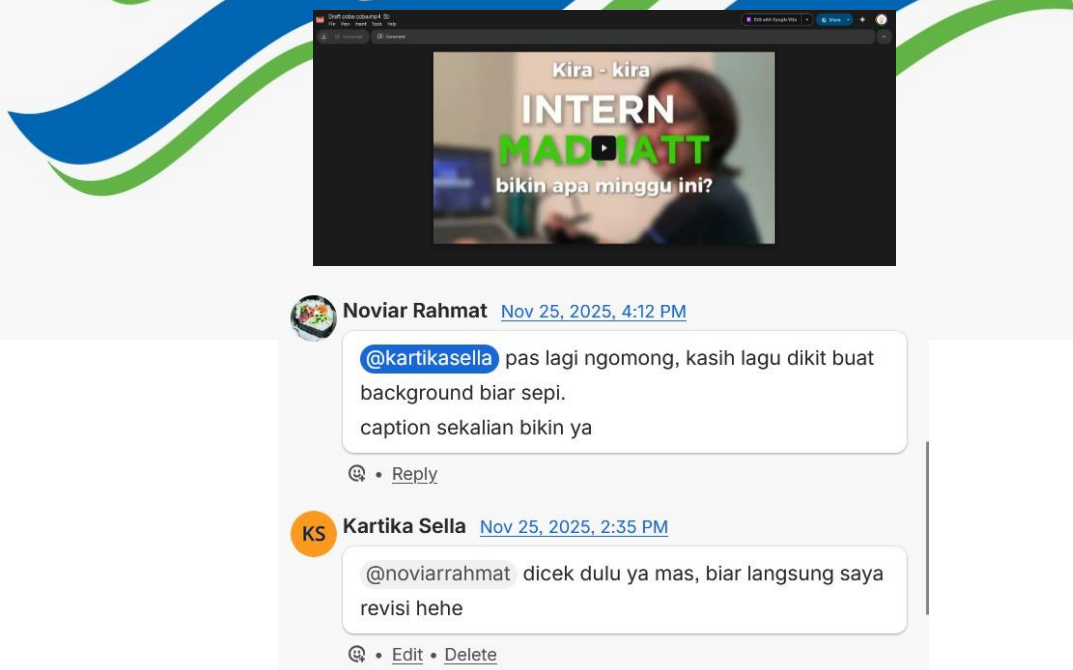


Gambar 4.10 Arahan Visual (Sumber: Data Penulis)

b. Draft Desain Pertama

Pada tahap awal pasca-produksi (*post-production*) setelah proses *shooting* selesai, penulis langsung melakukan penyortiran materi video. Penulis memahami bahwa tujuan utama konten ini adalah untuk Reels Instagram yang membutuhkan durasi singkat dan padat. Penulis mengumpulkan seluruh hasil rekaman (*footage*) wawancara dan aktivitas intern yang telah diambil sebelumnya. Hasil akhir dari tahap ini adalah draf kasar (*rough cut*) video yang siap untuk ditinjau.

Setelah menyelesaikan tahap penyuntingan awal (*rough cut*), penulis mengajukan hasil video untuk ditinjau. Pada tahap evaluasi ini, penulis mendapatkan revisi untuk menambahkan elemen audio berupa *Background Music* (BGM). Bersamaan dengan proses penyempurnaan audio visual tersebut, penulis juga diberikan tanggung jawab untuk merancang *caption*. Penulis harus menyusun kalimat yang relevan dan menarik sebagai pelengkap materi final sebelum konten siap untuk dipublikasikan.



Gambar 4.11 Draft Desain Pertama (Sumber: Data Penulis)

c. Draft Desain Kedua

Setelah melalui proses revisi penyuntingan video dan penambahan musik latar (*BGM*), penulis menyerahkan hasil akhir beserta rancangan *caption*. Pada tahap ini, penulis menerima umpan balik tambahan terkait muatan teks pada *caption*. Owner Mad Matt menilai bahwa narasi yang dibuat perlu sedikit penambahan kalimat ajakan (*Call to Action*) untuk memancing interaksi audiens. Sebagai tindak lanjut, penulis segera melengkapi bagian tersebut sesuai arahan. Setelah revisi minor pada teks ini disetujui dan dinilai sudah selaras dengan video, penulis akhirnya diberikan instruksi/izin untuk mengunggah (*upload*) konten tersebut secara resmi ke media sosial Instagram Mad Matt Studio.



Gambar 4.12 Caption Feed Instagram (Sumber: Data Penulis)

d. Final Desain dan Publikasi

Setelah seluruh poin revisi diselesaikan dan video Reels dinyatakan final, penulis menerima instruksi untuk melanjutkan ke tahap publikasi. Pada fase ini, penulis tidak sekadar menyerahkan file video (*final render*), melainkan bertugas secara langsung untuk mengunggah (*upload*) konten tersebut ke akun Instagram Mad Matt Studio. Proses ini dilakukan sesuai dengan jadwal tayang serta *caption* yang telah disepakati sebelumnya, menandai selesainya seluruh rangkaian alur kerja produksi konten video tersebut.



Gambar 4.13 Publikasi Konten Reels Instagram (Sumber: Data Penulis)

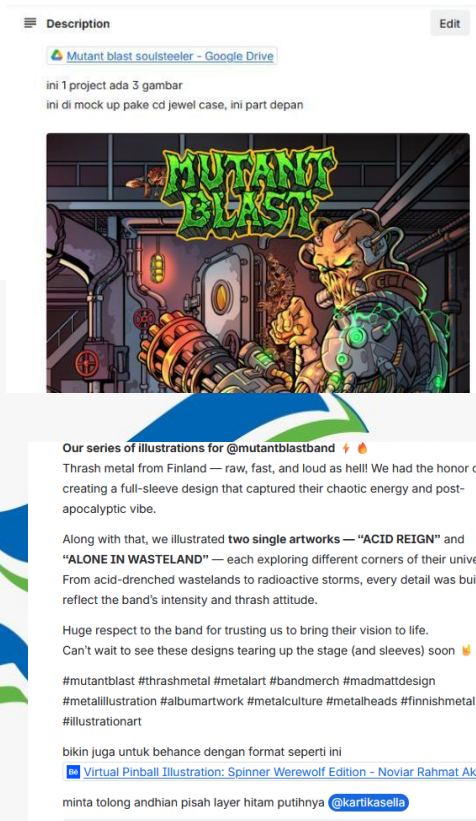
4.3.3 Konten Behance dan Feed Instagram

Proyek konten Behance dan Feed Instagram ini merupakan penugasan yang diinstruksikan secara langsung oleh Owner Mad Matt kepada penulis. Pada proyek ini, penulis bertanggung jawab melakukan desain untuk portofolio Behance sekaligus sebagai *project showcase* untuk menampilkan hasil kerja studio kepada publik.

a. Briefing & Arahan Visual

Pada tahap pra-produksi, penulis menerima instruksi langsung (*brief*) untuk merancang desain portofolio pada platform Behance yang sekaligus berfungsi sebagai *project showcase* bagi hasil karya studio. Fokus utama dalam penugasan ini adalah mengolah aset ilustrasi untuk band **Mutant Blast**, sebuah

grup musik beraliran *thrash metal* asal Finlandia. Penulis diarahkan untuk mentransformasikan karya visual tersebut ke dalam sebuah presentasi portofolio yang komprehensif, guna menonjolkan nilai estetika dan profesionalisme studio dalam menangani proyek berskala internasional.

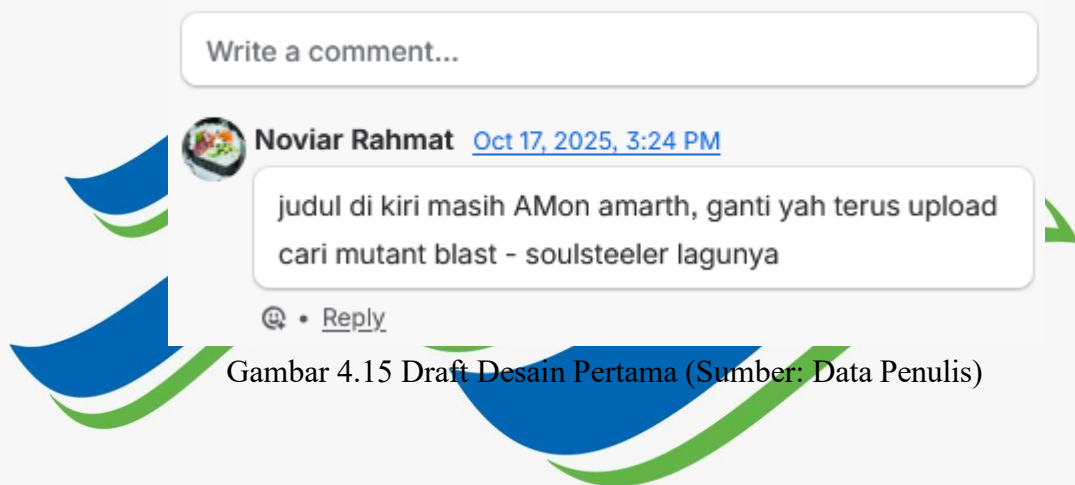
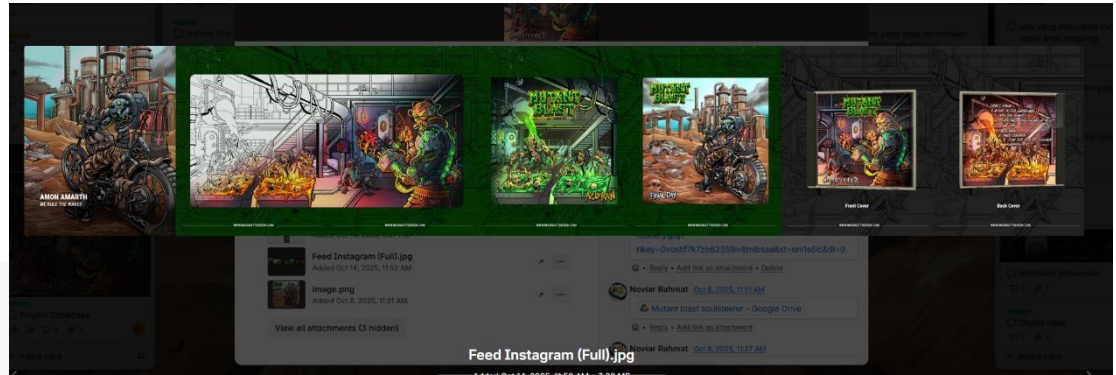


Gambar 4.14 Arahan Visual (Sumber: Data Penulis)

b. Draft Desain Pertama

Setelah meninjau brief serta instruksi yang diberikan sebelumnya. Penulis mulai melakukan tahap eksekusi desain untuk kebutuhan portofolio Behance dan konten *feed* Instagram. Pada tahap ini, penulis menyusun tata letak ilustrasi utama untuk proyek band **Mutant Blast** ke dalam format *CD Jewel Case Mock-up*. Setelah menyelesaikan desain draft pertama, penulis melalui tahap asistensi dan mendapatkan revisi minor terkait penggantian teks pada konten. Setelah perbaikan teks selesai dilakukan, desain dinyatakan final dan penulis

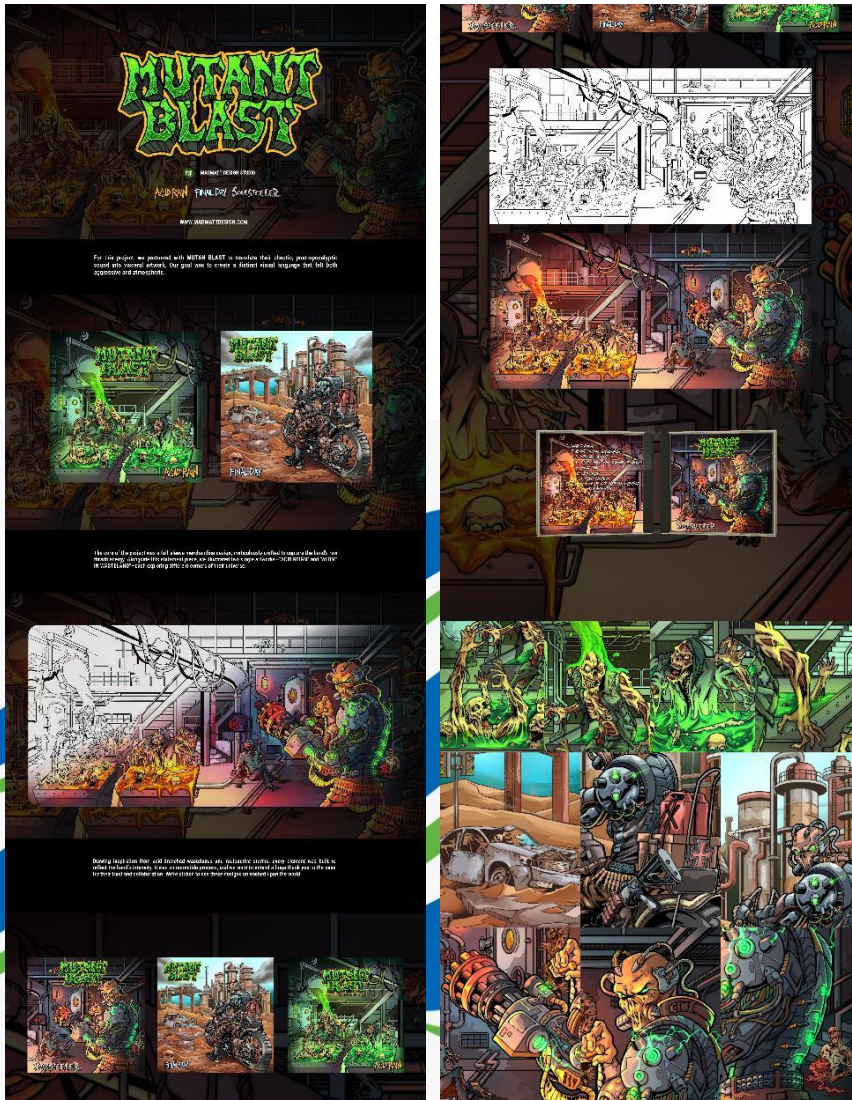
mendapatkan izin dari *Owner* untuk melakukan publikasi di media sosial serta platform Behance.



Gambar 4.15 Draft Desain Pertama (Sumber: Data Penulis)

c. Final Desain





Gambar 4.16 Final Desain (Sumber: Data Penulis)

4.4 Hasil Analisis Efektivitas dan Engagement Konten

Untuk mengukur keberhasilan dari perancangan konten yang telah dilakukan, penulis melakukan analisis performa akun Instagram Mad Matt Design dengan memanfaatkan data dari Instagram Insights serta platform analitik *Social Blade*. Analisis ini bertujuan untuk melihat perubahan performa akun secara menyeluruh, khususnya pada aspek engagement, jangkauan, serta karakteristik audiens sebelum dan sesudah implementasi strategi konten hasil perancangan penulis.

4.4.1 Perbandingan Engagement Rate Akun (Social Blade)

Analisis performa akun Mad Matt Design dilakukan dengan membandingkan data keterlibatan audiens pada dua periode berbeda melalui platform Social Blade. Pada kondisi awal, sebelum penerapan strategi konten yang baru, akun mencatatkan *engagement rate* sebesar 1,05%. Data pada periode ini menunjukkan rata-rata interaksi sebesar 65,70 *likes* dan 2,25 komentar per unggahan dari total basis pengikut sebanyak 7.036 akun. Angka ini mencerminkan kondisi di mana interaksi audiens terhadap konten yang tersedia masih berada pada level yang belum optimal dibandingkan dengan jumlah pengikut yang dimiliki.



Mad Matt Design Studio @madmatt_design	
Followers	7,036
Following	1,700
Media Count	613
Engagement Rate	1.05%
Average Likes	65.70
Average Comments	2.25

Page Summary Future Projections Live Follower Count

Gambar 4.17 Statistik *Engagement Rate* Mad Matt Design Periode Awal

(Sumber: Website Sosial Blade)

Setelah implementasi konten hasil perancangan diunggah secara konsisten, data menunjukkan adanya transformasi pada statistik akun. *Engagement rate* tercatat meningkat menjadi 3,12%, dengan rata-rata interaksi yang tumbuh menjadi 222,25 *likes* dan 4,69 komentar per unggahan. Selain itu, jumlah pengikut juga mengalami pertumbuhan menjadi 7.238 akun.

Mad Matt Design Studio @madmatt_design		Media	Engagement	Average	Average
Followers	Following	Count	Rate	Likes	Comments
7,238	1,727	643	3.12%	222.25	4.69

Page Summary Future Projections Live Follower Count

Gambar 4.18 Statistik *Engagement Rate* Mad Matt Design Periode Akhir (Sumber: Website Sosial Blade)

Peningkatan nilai *engagement* yang mencapai lebih dari dua kali lipat ini memberikan gambaran mengenai perubahan respons audiens terhadap konten. Kenaikan parameter ini menjadi indikator bahwa materi visual dan narasi yang disajikan memiliki relevansi yang lebih tinggi bagi audiens, sehingga memicu interaksi yang lebih aktif dan organik. Secara teknis, pertumbuhan *engagement rate* ini turut memengaruhi cara algoritma Instagram mendistribusikan konten, yang membuka peluang bagi akun Mad Matt Design untuk menjangkau audiens yang lebih luas secara berkelanjutan.

4.4.2 Perbandingan Kondisi Awal dan Pertumbuhan Akun

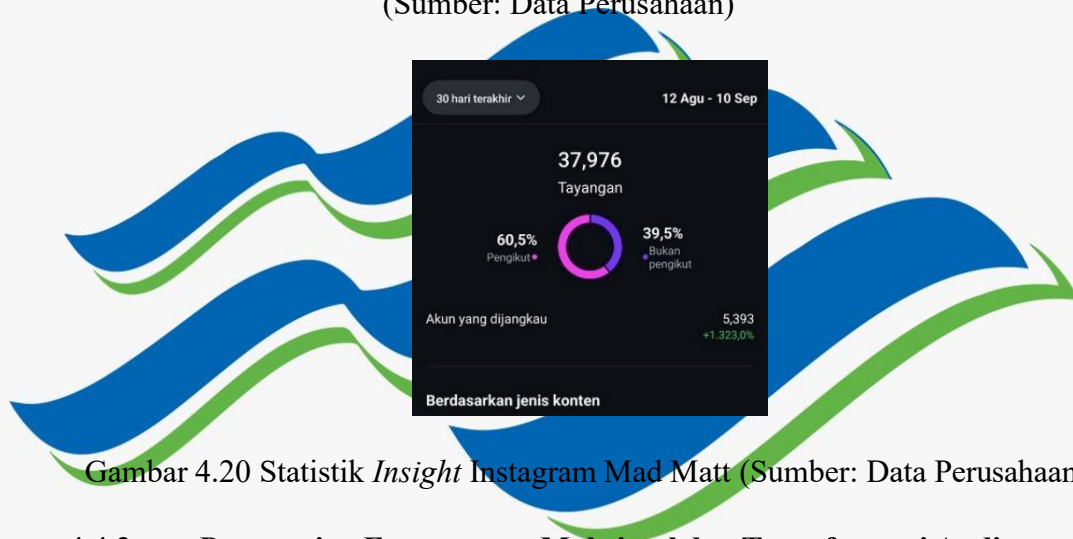
Peningkatan interaksi audiens terhadap konten juga tercermin pada pertumbuhan performa akun Mad Matt Design dari sisi jangkauan dan tayangan. Berdasarkan data Instagram Insights pada kondisi awal (25 Juli – 23 Agustus), akun mencatat jangkauan sebanyak 1.721 akun dengan total 14.621 tayangan, yang menunjukkan bahwa distribusi konten pada periode tersebut masih berada pada skala yang terbatas.

Setelah konten hasil perancangan penulis mulai diunggah secara konsisten sejak tanggal 20 Agustus, performa akun mengalami peningkatan yang signifikan. Pada periode 12 Agustus hingga 10 September, jangkauan akun (*account reached*) meningkat sebesar +1.323% dibandingkan periode sebelumnya, dengan total mencapai 5.393 akun. Peningkatan jangkauan ini menunjukkan bahwa konten yang disajikan memperoleh respons audiens yang lebih tinggi, sehingga mendorong sistem distribusi Instagram untuk menjangkau audiens yang lebih luas secara organik.



Gambar 4.19 Statistik *Insight* Instagram Mad Matt Design Periode Awal

(Sumber: Data Perusahaan)



Gambar 4.20 Statistik *Insight* Instagram Mad Matt (Sumber: Data Perusahaan)

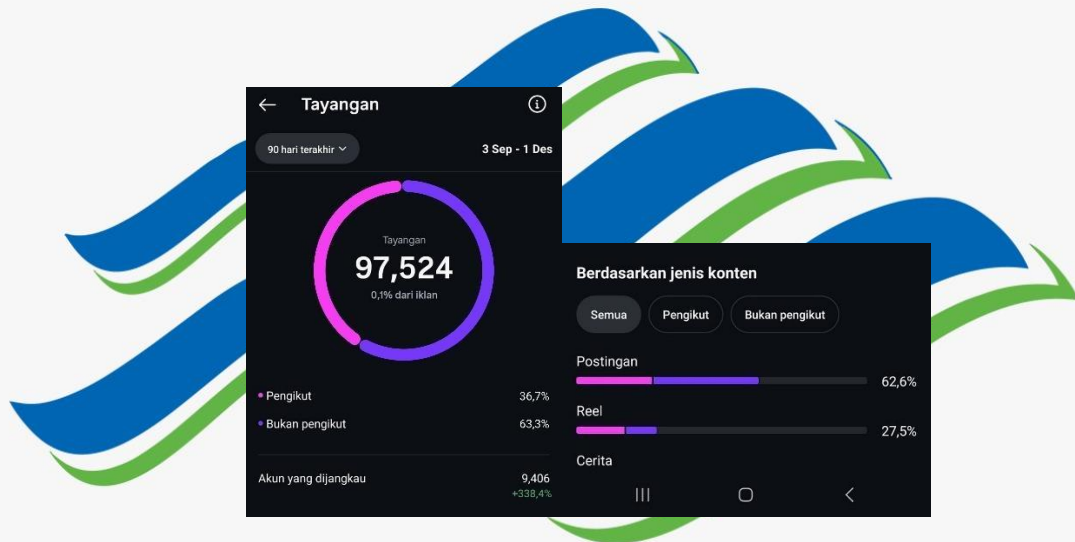
4.4.3 Pencapaian Engagement Maksimal dan Transformasi Audiens

Pada periode September hingga awal Desember 2025, performa akun Mad Matt Design terus menunjukkan peningkatan yang konsisten. Jumlah tayangan tercatat mencapai 97.524 tayangan, atau mengalami kenaikan sebesar +338,4%, dengan jangkauan mencapai 9.406 akun. Capaian tersebut menunjukkan bahwa strategi konten yang diterapkan mampu mempertahankan pertumbuhan performa akun secara berkelanjutan.

Keberhasilan strategi ini juga tercermin dari perubahan karakteristik audiens. Data menunjukkan bahwa mayoritas jangkauan berasal dari bukan pengikut (63,3%), yang

mengindikasikan bahwa konten Mad Matt Design berhasil menjangkau audiens baru di luar basis pengikut awal. Hal ini menunjukkan bahwa konten yang disajikan memiliki daya tarik yang kuat dan relevan bagi audiens yang lebih luas.

Optimalisasi konten visual serta peningkatan penggunaan format reels turut berperan penting dalam pencapaian tersebut. Dominasi postingan visual sebesar 62,6% dan penggunaan reels sebesar 27,5% membuktikan bahwa perancangan konten telah selaras dengan preferensi audiens serta mekanisme distribusi algoritma Instagram. Secara keseluruhan, pengolahan estetika visual dan penyusunan narasi konten yang dilakukan penulis terbukti efektif dalam mendukung peningkatan engagement akun Mad Matt Design secara signifikan.



Gambar 4.21 Statistik *Insight* Instagram Mad Matt (Sumber: Data Perusahaan)

Bab V

Penutup

5.1 Kesimpulan

Selama melaksanakan PKL di Mad Matt Studio selama empat bulan, penulis memperoleh wawasan mendalam mengenai strategi dan eksekusi konten di industri kreatif. Berbeda dengan pembelajaran yang bersifat teoritis, penulis terlibat langsung dalam seluruh rangkaian produksi konten media sosial. Tugas utama penulis meliputi penyusunan kalender editorial selama empat bulan penuh, yang menuntut kemampuan manajemen waktu serta perencanaan strategi konten yang matang. Selain itu, penulis juga berperan sebagai eksekutor dalam tahap produksi dan editing konten. Selama periode PKL tersebut, penulis berhasil mengerjakan total 60 konten, yang terdiri dari 30 konten yang telah diunggah ke media sosial serta 30 konten dalam bentuk draf yang telah dipersiapkan namun belum diunggah. Setiap konten dirancang dengan memperhatikan kualitas visual, konsistensi identitas visual, serta relevansinya dengan target audiens Mad Matt Studio.

Berhadapan dengan jadwal konten yang padat serta brief kreatif yang beragam menuntut penulis untuk beradaptasi dengan cepat. Meskipun pada awalnya kemampuan penulis masih terbatas, tuntutan ini menjadi motivasi utama untuk terus belajar dan menyesuaikan diri dengan standar industri yang diterapkan. Pengalaman PKL di Mad Matt Studio menjadi sarana pembelajaran yang krusial dalam membentuk mentalitas kerja penulis agar lebih disiplin, adaptif, dan bertanggung jawab terhadap kualitas hasil kerja.

Berdasarkan hasil analisis efektivitas dan engagement konten yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa strategi konten hasil perancangan penulis memberikan dampak yang signifikan terhadap peningkatan performa akun Instagram Mad Matt Design. Hal ini tercermin dari peningkatan engagement rate, pertumbuhan jangkauan akun, serta lonjakan jumlah tayangan setelah konten diunggah secara konsisten. Peningkatan ini menunjukkan bahwa konten yang dirancang tidak hanya menarik

secara visual, tetapi juga mampu membangun interaksi yang lebih aktif dan relevan dengan audiens.

Selain itu, perubahan karakteristik audiens yang didominasi oleh bukan pengikut menunjukkan bahwa konten Mad Matt Design berhasil menjangkau audiens baru secara lebih luas. Optimalisasi konten visual dan penggunaan format reels terbukti efektif dalam menyesuaikan strategi konten dengan mekanisme distribusi algoritma Instagram. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa perancangan konten yang terstruktur, berbasis data, serta dieksekusi secara konsisten memiliki peran penting dalam meningkatkan efektivitas media sosial sebagai sarana branding dan komunikasi visual bagi Mad Matt Studio.

5.2 Saran

Penulis memiliki beberapa saran setelah PKL yang diharapkan bisa menjadi informasi yang membantu di kedepannya, yaitu:

5.2.1 Bagi Mad Matt Design

- a. Mad Matt Design diharapkan dapat meluangkan waktu lebih banyak untuk sesi pengarahan dan diskusi agar peserta magang dapat memahami standar studio dengan lebih cepat.
- b. Penting bagi studio untuk memberikan bimbingan yang intensif guna memaksimalkan potensi dan ruang eksplorasi mahasiswa selama masa magang.
- c. Mad Matt Design diharapkan melakukan penataan sistem manajemen data dan aset visual perusahaan untuk mendukung efisiensi kerja serta akurasi penyusunan laporan.

5.2.2 Bagi Mahasiswa

- a. Mahasiswa diharapkan membuat portofolio yang sesuai dengan fokus magang agar potensi yang dimiliki dapat terlihat secara maksimal.
- b. Penting bagi mahasiswa untuk menjaga perilaku profesional guna melindungi citra instansi tempat magang, kampus, dan nama baik sendiri.
- c. Mahasiswa diharapkan membekali diri dengan kemampuan dasar berbagai *tools* desain untuk menunjang kelancaran dan fleksibilitas kerja.

5.2.3 Bagi Universitas

- a. Universitas diharapkan dapat memperluas jaringan kemitraan industri dan memberikan dukungan berkelanjutan guna membuka peluang karir yang lebih luas bagi mahasiswa.
- b. Universitas diharapkan dapat memfasilitasi pembekalan yang lebih komprehensif bagi mahasiswa sebelum terjun ke lokasi PKL. Program pelatihan ini sebaiknya mencakup penguasaan keahlian teknis, pengembangan *soft skills*, etika profesional, serta gambaran mengenai budaya kerja di sektor industri yang akan dituju.



DAFTAR PUSTAKA

Mahmudah, S. M., & Rahayu, M. (2020). Pengelolaan konten media sosial korporat pada Instagram sebuah pusat perbelanjaan. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 2(1), 1-9. <https://doi.org/10.33366/jkn.v2i1.39>

Sania, A. P., & Aulia, P. (2021). Pengaruh konten pemasaran Instagram @TUMBAS.ORIGINE terhadap keputusan pembelian pada tahun 2020. *MEBIS (Manajemen dan Bisnis)*, 6(2), 85-93.

Prabowo, F., & Gusti, Y. K. (2025). Evaluasi strategi komunikasi pemasaran dalam meningkatkan penjualan melalui konten pemasaran di marketplace. *Jurnal Bisnis Mahasiswa (JBM)*, 5(1), 357-372. <https://doi.org/10.60036/jbm.v5i1.288>

Putri, T. B., Savitri, C., & Fadilla, S. P. (2024). Pengaruh konten pemasaran dan E-Wom pada media sosial Tiktok Shop terhadap keputusan pembelian Generasi Z di Kabupaten Karawang. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(2), 2442-2454. <https://doi.org/10.47467/ak.v6i2.305>

Abdilah, M. M. E., Mufiddin, R., & Zaman, S. (2022). Optimasi konten pemasaran dan platform online dengan teknik Search Engine Optimization. *Jurnal Teknik Informatika dan Sistem Informasi (JUTISI)*, 8(3), 620-631. <http://dx.doi.org/10.28932/jutisi.v8i3.1305>

Yusuf, R., Hendrayati, H., & Wibowo, L. A. (2020). Pengaruh konten pemasaran Shopee terhadap keputusan pembelian pelanggan. *Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial (JMPIS)*, 1(2), 506-514. <https://doi.org/10.38035/JMPIS>

Kesuma, T. F. (2023). Analisis penggunaan bahasa Indonesia di media sosial dalam lingkup mahasiswa Sefakultas MIPA angkatan 2023 Universitas Andalas. *Jurnal Pendidikan Bahasa*, 13(1). <https://doi.org/10.37630/jpb.v13i1.1445>

Kohar, A., Wicaksono, A., Abas, F., Muhammad, M., & Awalia, F. (2025). Analisis penggunaan bahasa Indonesia dalam media sosial: Implementasi di marketing STIE Ganesha. *SOSMANIORA*, 4(2), 372–380. <https://doi.org/10.55123/sosmaniora.v4i2.5144>

Arsandi, S. A., Saputro, R. A., & Ahmad, N. (2024). Jenis dan karakteristik konten media sosial instansi pemerintah dan keterikatan pengguna. *Jurnal Studi Komunikasi*, 8(1). <https://doi.org/10.25139/jsk.v8i1.6225>

Permana, A. O., & Erdansyah, F. (2022). Analisis penerapan prinsip desain, tipografi, dan warna pada Instagram feed Senat Mahasiswa Universitas Negeri Medan tahun 2019. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*, 5(1), 457–464. <https://doi.org/10.34007/jehss.v5i1.1136>

Syahtiti, D., Yuniar, F. A., & Nurhaliza, P. R. (2024). Sosial media engagement dan hubungannya dengan kinerja customer relationship management. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Ekonomi*, 2(3), 371–378. <https://doi.org/10.54066/jmbe-itb.v2i3.2182>

Putri, O. B., & Asnusa, S. (2025). Peran kualitas konten dalam strategi content marketing untuk meraih engagement tinggi di Instagram dan TikTok Honda Pramuka. *INNOVATIVE: Journal of Social Science Research*, 5(1), 5430–5441. <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Huda, M. A. A. F., Daulay, A. N., & Harianto, B. (2024). Strategi konten kreatif dalam membentuk citra merek di media sosial: Studi kasus pada usaha konten kreatif Yelo Studio. *Ganaya: Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 7(3). <https://jayapanguspress.penerbit.org/index.php/ganaya>

Septrian, A. A., & Nirmala, A. (2025). Analisis isi konten sosial media dalam meningkatkan engagement pada akun Instagram @mercurymediagroup.id. *RELASI: Jurnal Penelitian Komunikasi*, 5(4).

Arifah, N. L., & Anggapuspa, M. L. (2023). Pengaruh elemen visual pada konten Instagram Rintik Sedu dalam meraih engagement audiens. *Jurnal Barik*, 4(3), 141–151. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/>

Tatasari, T., Purnomo, S., & Kusuma Dewa, A. (2025). Pemanfaatan konten digital berbasis video pendek untuk meningkatkan engagement pada UMKM makanan di media sosial. *Social Sciences Journal*, 3(2), 20–32.

Ridwan, S. S., & Sari, W. P. (2022). Analisis proses kreatif dalam pembuatan konten interaktif di media sosial Instagram Majalah Sunday. Universitas Tarumanagara.

Sinaga, C. C., & Simanjuntak, M. (2024). Pengaruh efektivitas promosi media sosial Instagram untuk meningkatkan kesadaran merek dan niat beli konsumen (Studi kasus: Bistro Balige, Sumatera Utara). *Jurnal Pemimpin Bisnis Inovatif*, 1(3), 35–46. <https://doi.org/10.61132/jpbi.v1i3.227>

Cuhandi, C., Sabarudin, A. P., Saputra, E. A., Rumardani, A., Arsyah, M., Adhetia, P. A., ... Nuryadi, D. P. (2025). Pengaruh desain komunikasi visual dalam meningkatkan keberhasilan pemasaran produk di era digital. *HUMANUS: Jurnal Sosiohumaniora Nusantara*, 2(2), 197–209.

Permana, A. O., & Erdansyah, F. (2022). Analisis penerapan prinsip-prinsip desain, tipografi, dan warna pada Instagram Feed Senat Mahasiswa Universitas Negeri Medan Tahun 2019. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*, 5(1), 102–110. <https://doi.org/10.34007/jehss.v5i1.1136>

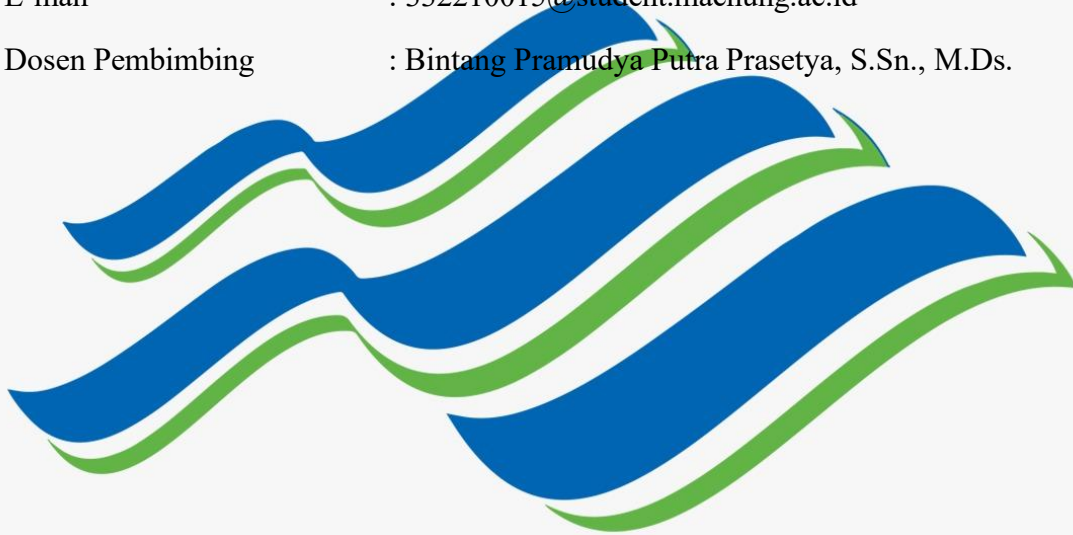
Nugraheni, A. T., & Akrom, A. (2020). Analisis perilaku bermedia sosial dalam ilustrasi Joan Cornella. *Jurnal Citrakara*, 2(3), 207–220.

Rizki, M. T. D., Alamin, M. I., Alghifari, M. Z., & Kusumadinata, A. A. (2024). Proses komunikasi visual: Studi kasus dalam pembuatan konten design grafis di sosial media klien Today's Project. *Jiic: Jurnal Intelek Insan Cendikia*, 1(9). <https://jicnusantara.com/index.php/jiic>

Lampiran

Lampiran 1: Biodata Mahasiswa

Nama : Kartika Sella Santoso
NIM : 332210015
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Tempat, Tanggal Lahir : Surabaya, 10 December 2003
Alamat : Jl Argo Timur No 4 Argo Kencana
Nama Orang Tua : Serli Susanti
E-mail : 332210015@student.machung.ac.id
Dosen Pembimbing : Bintang Pramudya Putra Prasetya, S.Sn., M.Ds.



Lampiran 2: Lembar Penilaian Perusahaan



FAKULTAS
TEKNOLOGI DAN DESAIN
UNIVERSITAS MA CHUNG

Universitas Ma Chung
Soegeng Hendarto Bhakti Persada Building
Villa Puncak Tidar No-01
Malang 65151, Indonesia
ftd@machung.ac.id (Email)
+62 341 550171 (Phone)
+62 341 550175 (Fax)

FORM PKL_FTD03

LEMBAR PENILAIAN EKSTERNAL PRAKTIK KERJA LAPANGAN (PKL)

Nama Mahasiswa	: Kartika Sella Cantoro
NIM	: 33.2210011
Program Studi	: Desain Komunikasi Visual
Pembimbing Lapangan	:
Tanggal Pelaksanaan	: 04 Agustus 2021
Tempat PKL	: Mad Matt Design Studio
Topik PKL	: Perancangan Media Sosial Untuk Meningkatkan Engagement Mad Matt Design

Komponen Penilaian :

No	Komponen Penilaian	Nilai Angka (0-100)
1	Disiplin dalam kehadiran (presensi)	A (95)
2	Kesungguhan dalam melakukan praktik kerja	AB (93)
3	Disiplin dalam pekerjaan	BA (85)
4	Kemampuan memecahkan masalah	B (80)
5	Tanggung jawab	BA (85)
6	Kemauan untuk mengetahui hal-hal yang ada di tempat praktik kerja	BA (85)
7	Pengetahuan tentang ilmu yang dilaksanakan	BA (82)
8	Keterampilan	AB (90)
9	Kemampuan menyampaikan pendapat	A (95)
10	Kemampuan dalam bekerja sama	A (99)
Rerata (Jumlah Nilai : 10 komponen)		

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, 28 November 2025

Pembimbing Lapangan



Noviar Rahmat
Art Director Madmatt Design



"EXCELLENCE THROUGH COMPETENCY"

Lampiran 3: Lembar Penerimaan Magang



Kartika Sella <kartikassella@gmail.com>

Proposal Sosial Media Studio Mad Matt – Kartika Sella S

Noviar Rahmat <noviarrhmt@gmail.com>
To: Price Time Crypto <kartikassella@gmail.com>

2 July 2025 at 20:40

Kepada Yth.

Kartika Sella

Terima kasih atas kedatangan dan presentasi portofolionya siang tadi. Setelah melihat portofolio serta hasil diskusi kami dengan tim, kami dengan senang hati menyampaikan bahwa Anda diterima untuk menjalani program magang di Mad Matt Design.

Program magang akan dimulai pada Senin, 4 Agustus 2025 di studio kami. Informasi lebih lanjut mengenai jadwal dan detail teknis akan kami kirimkan mendekati tanggal mulai.

Kami menantikan kehadiran Anda dan berharap kolaborasi ini akan menjadi pengalaman yang bermanfaat bagi kedua belah pihak.

Sampai jumpa di bulan Agustus!

Warm regards,


Noviar Rahmat

Founder — Mad Matt Design

 info@madmattdesign.com / noviarrhmt@gmail.com

 Instagram: [@madmatt_design](https://www.instagram.com/madmatt_design)

 www.madmattdesign.com

 WhatsApp: +62 899 0330 665

[Quoted text hidden]

Lampiran 4 : Lembar Partisipasi Seminar PKL5



**FAKULTAS
TEKNOLOGI DAN DESAIN
UNIVERSITAS MA CHUNG**

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

FORM PKL_FTD06

LEMBAR PARTISIPASI SEMINAR PRAKTIK KERJA LAPANGAN (PKL)

Nama Mahasiswa	: Kartika Jella S
NIM	: 332210015
Program Studi	: DKV

No	Hari, tanggal	Judul PKL	Pemateri PKL	TTD Dosen Pembimbing Pemateri
1	7 Februari 2025	Pengembangan hak kekayaan intelektual Pengelolaan desain produk urban toys dan pendalaman aset berbasis 3D Printing	Keefe Chanre Karriken.	
2	7 Februari 2025	Pengelolaan dan Pengembangan Brand Guidelines di 247 Creative Space	Marcel Krijaji adinojo	
3	7 Februari 2025	Pengembangan Intellectual Property dan Urban toys berbasis 3D Printing di 247 Creative Space	Yongsiawan Mathius.	
4	20 Feb 2025	Perancangan kebutuhan kebutuhan grafis untuk klen zombie fort di visu wisu	Kandiyana Arika Kristini	
5	24 Feb 2025	Perancangan ui/ux website untuk komunitas patuwen kopi	Bayu Andika Putra	

"EXCELLENCE THROUGH COMPETENCY"

Lampiran 5 : Lembar Bimbingan Laporan PKL



Universitas Ma Chung
Soegeng Hendarso 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	:	Kartika Sella Santoso
NIM	:	332210015
Program Studi	:	Desain Komunikasi Visual
Judul Laporan PKL	:	Perancangan Konten Media Sosial Untuk Meningkatkan Engagement Mad Matt Design Malang

No	Hari, tanggal	Topik Bimbingan	TTD Dosen Pembimbing
01	Senin, 10 November 2025	Judul dan Bab 1	
02	Selasa, 09 December 2025	Bab 1 dan Bab 2	
03	Kamis, 18 December 2025	Bab 2 dan Bab 3	
04	Senin, 22 December 2025	Bab 3 dan Bab 4	
05	Selasa, 6 Januari 2026	Bab 4 dan Bab 5	

Lampiran 6: Lembar Penerimaan Kontrak MBKM



FORM KONTRAK KEGIATAN MBKM JALUR PRODI/FAKULTAS

Nomor :

A. Identitas Mahasiswa

Nama Mahasiswa	:	Kartika Sella Santoso
NIM	:	332210015
Fakultas	:	Fakultas Teknologi dan Desain
Program Studi	:	Desain Komunikasi Visual
Peminatan	:	Desain Grafis
Nama Dosen PA	:	Aditya Nirwana, S.Sn., M.Sn.

B. Identitas Kegiatan MBKM Jalur Prodi/Fakultas

Jenis MBKM	:	Magang/PKL
Nama Kegiatan	:	Magang di Mad Matt Design
Topik	:	Pengelolaan Media Sosial sebagai Upaya Meningkatkan Engagement Mad Matt Design
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	SDV4111	Video Lanjut + Praktikum	semester gasal 2025/2026	3
7	SDV4107	Proyek Desain Media Digital	semester gasal 2025/2026	3
Total SKS				20



UNIVERSITAS
MA CHUNG

Malang, 20 Agustus 2025

Mahasiswa Pelaksana,

Kartika Sella Santoso
NIM. 332210015

Mengetahui,
PIC/Koord. Kegiatan MBKM

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

**Kampus
Merdeka**
INDONESIA JAYA

Dosen Penasihat Akademik (PA),

Aditya Nirwana, S.Sn., M.Sn.
NIP. 20140014

Menyetujui,
Ketua Program Studi Desain Komunikasi Dan
Visual

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



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

Lampiran 7 : Dokumentasi Pekerjaan



Feed Behind The Scene



Feed Behind The Scene

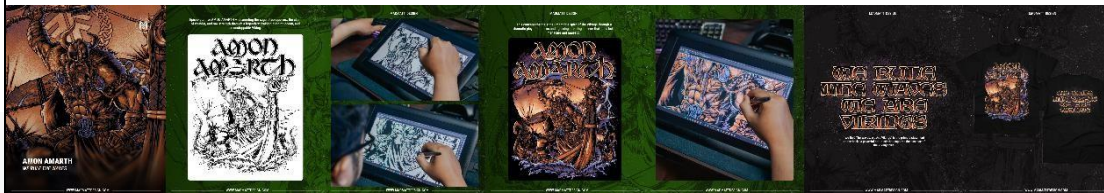


Design Feed Ilustrasi Cover Album





Design Feed Attack From Mars



Design Feed Amon Amarth



Design Feed Amon Amarth



Design Feed Halloween



Design Feed Hell Raiser

MADMATT DESIGN STUDIO

WE'RE LOOKING FOR 3D ARTIST
EXPERIENCED & MOTIVATED

SEND YOUR PORTFOLIO & RESUME TO:
info@madmattdesign.com

SCOPE OF WORK:
We are looking for a 3D artist to create 3D models for our clients. The artist will be responsible for creating 3D models for our clients. The artist will be responsible for creating 3D models for our clients. The artist will be responsible for creating 3D models for our clients.

REQUIREMENTS:
The artist must have a minimum of 3 years of experience in 3D modeling. The artist must have a portfolio of 3D models. The artist must have a degree in a related field. The artist must be able to work independently. The artist must be able to work in a team environment.

NICE TO HAVE:
The artist must have a degree in a related field. The artist must have a portfolio of 3D models. The artist must have a degree in a related field. The artist must be able to work independently. The artist must be able to work in a team environment.

CONTRACT DETAILS:
The artist will be working on a contract basis. The artist will be responsible for creating 3D models for our clients. The artist will be responsible for creating 3D models for our clients. The artist will be responsible for creating 3D models for our clients.

SEND YOUR PORTFOLIO & RESUME TO:
info@madmattdesign.com

www.madmattdesign.com

Design Feed Hiring 3D Artist

HELL RAISER

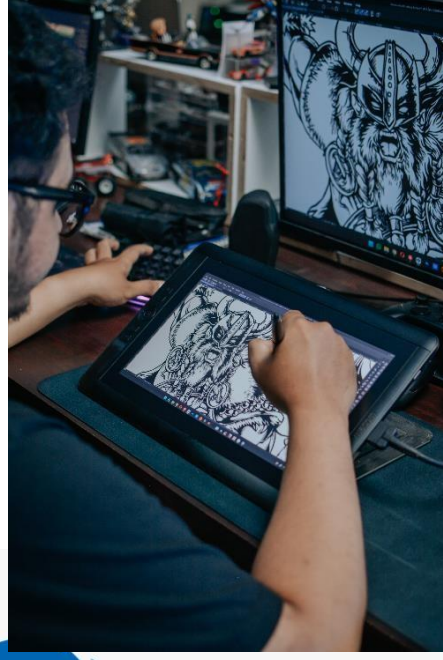
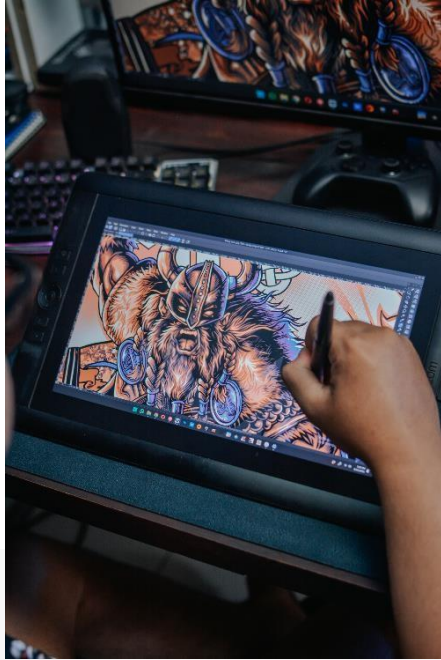
HELL ON EARTH

AMON AMARTH

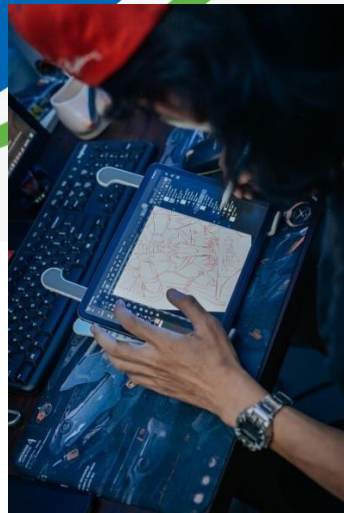
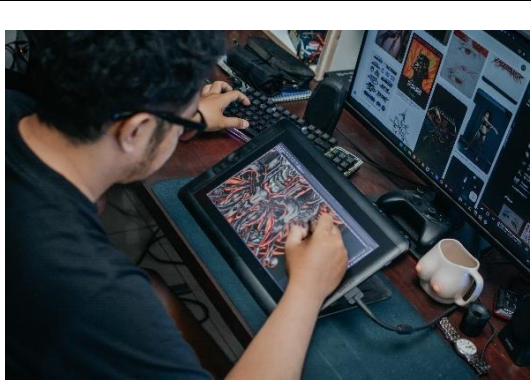
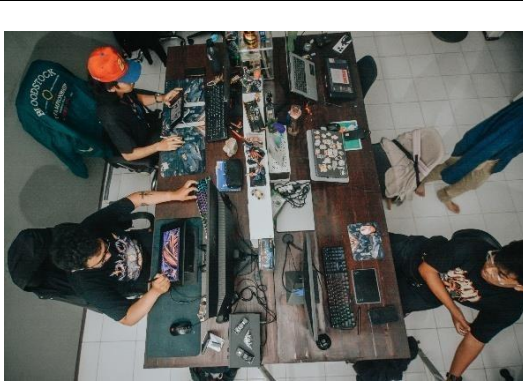
WE LEAVE NO SCARS WE USE WOUNDS

Mock Up T-Shirt Hell Raiser

Mock Up T-Shirt Amon Amarth





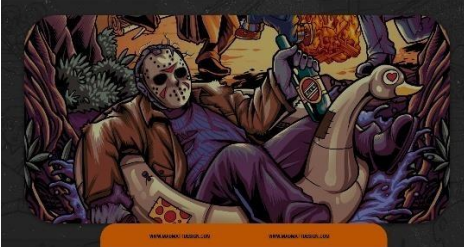








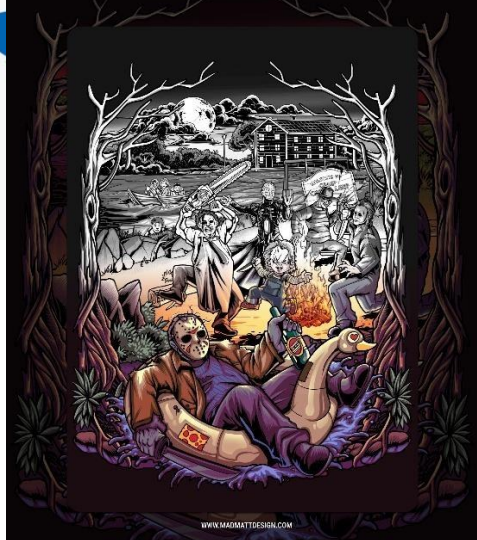
>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum.



>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum.



>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum.



Design Portofolio Behance



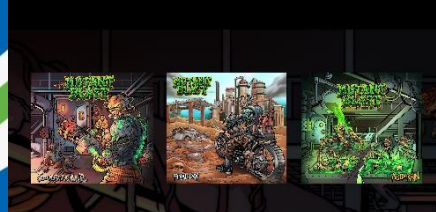
For this project, we partnered with MUTANT BLAST to translate their chaotic, post-apocalyptic world into virtual space. Our goal was to create a distinct visual language that not only captured the atmosphere,



The role of the artist was a full design and/or design, including concept art to create the look of the game, environment design, and character design. The game is a first-person shooter with a focus on survival and combat.



These days, when you're looking for a new game, you'll often find a lot of games that are very similar to each other. This is because many of the games are designed to be very similar to each other. This is why it's important to have a unique visual language that not only captures the atmosphere,



Design Portofolio Behance



2.298



Reels Play Day Agustus



3.038



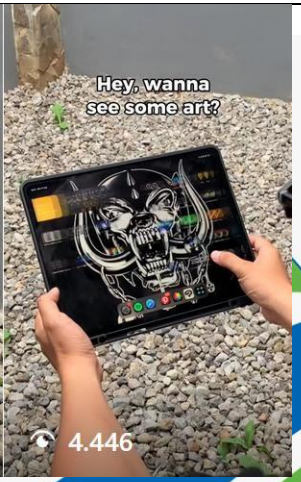
Reels Today Drawing



1.879



Reels POV



4.446



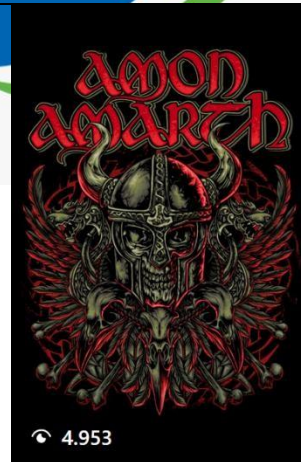
Reels Hey, wanna see some art?



4.255



Reels Transisi Art



4.953



Reels Amon Amarth



Reels Transisi Art



Reels Desk Set Up



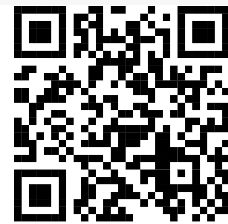
Reels Play Day September



Reels POV



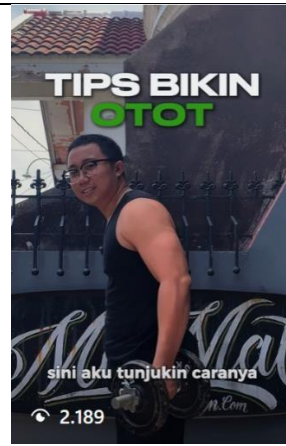
Reels Tips Line Art



Reels Teori Shading



Reels Play Day Oktober



Reels Tips Gambar Otot



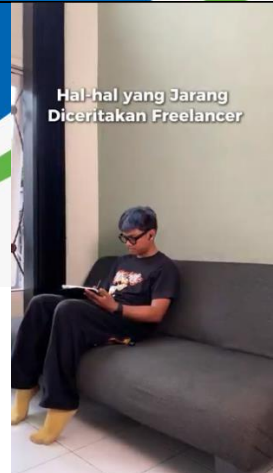
Reels Tips Gambar Pose



Reels Interview Intern Mad Matt



Draft Konten Reels



Draft Konten Reels



Draft Reels Testimoni Intern



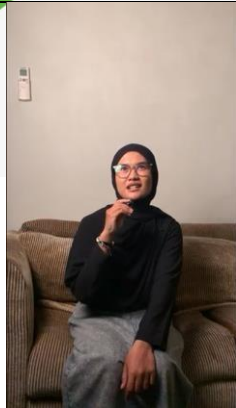
Draft Reels Testimoni Intern



Draft Reels Testimoni Intern



Draft Reels Testimoni Intern



Draft Reels Testimoni Intern



Draft Reels Testimoni Intern



Draft Reels Testimoni Intern



Draft Reels Studio Tour



Draft Reels Studio Tour



Draft Reels Studio Tour



Draft Reels Studio Tour



Draft Reels Studio Tour