

BAB IV

Pembahasan

IV.1 Kesimpulan

Dalam divisi desain grafis senior desain grafis yang menjadi koordinator. PT Sekolah Saham Indonesia, divisi desain grafis berhubungan baik dengan divisi lain dan juga atasan. Pengerjaan desain grafis dibagi berdasarkan media sosial Instagram, Tiktok, Telegram, LinkedIn, Facebook, dan Youtube. Aplikasi yang digunakan untuk mengedit desain yaitu Adobe Photoshop, Adobe Illustrator, Canva, dan Figma. Untuk mengedit video menggunakan Filmora Pro, Adobe Premiere Pro, Videolap, dan VN. Laporan dan Pencarian ide dilakukan bersama-sama seminggu sekali di hari jumat malam pukul 21.00 WIB. Konten yang ada di Instagram yaitu konten berita, analisa harian, *daily dan weekly market report*, top 7 saham, konten edukasi, *meme, quotes*, promosi, dan *giveaway*.

Untuk bidang keilmuan komunikasi Desain grafis atau disebut juga dengan desain komunikasi visual merupakan ilmu yang mempelajari konsep komunikasi dan ungkapan daya kreatif yang diaplikasikan dalam berbagai media komunikasi secara visual dengan mengolah elemen yang ada seperti gambar (ilustrasi), huruf dan tipografi, warna, komposisi dan layout untuk menyampaikan pesan komunikasi.

IV.2 Saran

Seluruh proses pelaksanaan kerja praktek yang telah dilakukan dengan baik, karena peneliti dapat melaksanakan tugasnya dengan baik dalam memproduksi konten Instagram maupun pekerjaan yang ditanggung jawabkan kepada divisi desain grafis. Semua proses dilakukan penulis melalui daring dengan sistem *WFH* atau *Work From Home*. Saat awal masuk penulis menemui kendala karena masih baru belajar dengan sistem yang ada dan belum mengenal semua staf di perusahaan. Dikarenakan melalui daring interaksi yang terjalin di perusahaan juga menjadi kurang dan *miss communication* antar divisi beberapa kali terjadi ketika ingin melakukan revisi dikarenakan proses komunikasi yang dilakukan secara daring, ini kurang efektif ketika akan melakukan revisi. Diharapkan untuk pengerjaan konten sebaiknya dilakukan secara offline agar ketika akan melakukan revisi dapat sesuai dengan apa yang di inginkan.

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

Benedick, K. (2017). *Social Media Marketing 101*. PT Dewaweb.

Fillbert, R. (2017). *Investasi Saham ala Fundamentalis Dunia*. PT Elex Media Komputindo Kelompok Gramedia.

Lipschultz, J. H. (2018). *Social Media Communication*. Taylor and Francis Group.

Migotuwio, N. (2020). *Desain Grafis Kemarin, Kini, dan Nanti*. Alinea Media Dipantara.

Syahroni, A. (2014). *PROFIT 10% DALAM WAKTU SEBULAN ATAU LEBIH CEPAT* (1st ed.). Dapur Buku.

Widya, L. A. D. (2016). *PENGANTAR DESAIN GRAFIS*.

Yanuarita, I., & Wiranto. (2018). *Mengenal Media Sosial agar Tak Menyesal*. Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa.

Jurnal :

Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House). In *Jurnal Common* | (Vol. 3).

Web :

Makki, S. (2021, July 15). Menkeu Dorong Pasar Modal Beri Kontribusi Pemulihan Ekonomi. *Cnnindonesia.Com*. <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20210715113816-532-668023/menkeu-dorong-pasar-modal-beri-kontribusi-pemulihan-ekonomi>

Purwanto, A. (2021, January 21). Ekonomi Indonesia Pada Masa Pandemi Covid-19 : Potret dan Strategi Pemulihan. *Kompasmedia.Kompas.Id*. <https://kompaspedia.kompas.id/baca/paparan-topik/ekonomi-indonesia-pada-masa-pandemi-covid-19-potret-dan-strategi-pemulihan-2020-2021>