

BAB IV

PENUTUP

IV.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil kerja praktik di Tumbue.ai sebagai desainer grafis penulis mendapatkan wawasan mengenai peran desain grafis dalam industri event organizer non-profit. Kerja praktik ini menunjukkan bahwa desain grafis tidak hanya berfokus pada elemen estetika tetapi juga sebagai alat komunikasi visual yang sangat penting dalam mempromosikan event. Penulis belajar tentang proses perancangan desain dari pengumpulan informasi, menyusun kerangka kerja, mencari ide, olah data, visualisasi, hingga produksi. Penulis menggunakan beberapa *software* yakni Adobe Photoshop, Illustrator, dan Canva dalam membuat elemen-elemen seperti logo, poster, feed Instagram, tiket, dan video promosi yang sesuai dengan tema event.

Pengalaman kerja praktik ini mengajarkan bahwa pentingnya kolaborasi dalam tim, manajemen waktu, serta mampu dalam menerima kritik dan saran agar dapat menghasilkan desain yang efektif dan menarik bagi audiens. Tantangan utama yakni dalam menyesuaikan tren desain, konsisten visual dengan GSM (*Graphic Standard Manual*), dan penggabungan elemen, warna, tipografi, dan layout agar dapat menyampaikan pesan dengan jelas. Kerja praktik ini dapat memperkuat pemahaman penulis terkait bagaimana seorang desain grafis berkontribusi pada kesuksesan event serta menjadi bekal profesional untuk mengembangkan karier pada bidang kreatif.

IV.2 Saran

Berdasarkan temuan serta pengalaman selama kerja praktik, penulis menyampaikan saran, diharapkan bisa menjadi pertimbangan dalam perusahaan Tumbue.ai untuk kedepannya sebagai berikut:

1. Mengembangkan sistem manajemen proyek berbasis digital seperti Trello untuk membantu koordinasi dalam tim, deadline kerja, dan mengurangi resiko dalam miskomunikasi.
2. Melakukan evaluasi terhadap desain yang telah dihasilkan dengan melalui *feedback* dari audiens seperti membuat survei setelah event, agar dapat memastikan relevan atau tidaknya desain tersebut.
3. Melakukan riset audiens sebelum memulai untuk mendesain untuk memastikan desain yang cocok dengan target audiens yang di tuju.

Dengan saran-saran tersebut, penulis harap dapat menciptakan lingkungan kerja yang kondusif serta produktif, sehingga dapat mengembangkan potensi pada anggota tim lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhitya, G., Dewi, A., & Nuriarta, I. (2023). Perancangan Identitas Visual Pada Media Promosi Event Open Studio 7 Di Florto Studio. *Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 4(1), 68–75.
- Aditya, W., & Lubis, E. (2017). Strategi Komunikasi Pemasaran (Studi Pada Event Tumpperware Home Party Dalam Menjaga Loyalitas Konsumen PT.Riau Cahaya Utami Di Kota Pekanbaru). *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Riau*, 4(1), 1–15.
- Hendratman, H. (2017). *Computer Graphic Design* (Edisi Revisi ke-3). Bandung: Penerbit Informatika.
- Migotuwio, N. (2020). *Desain Grafis: Kemarin, Kini, dan Nanti*. Yogyakarta: Alinea Media Dipantara.
- Pratiwi, V., & Kusuma, Y. (2024). Strategi Pengelolaan Event, Sponsorship Dan Patnership Serta Konten Media Sosial Pada PT. Telkomsel Surabaya. *Journal of Management and Social Sciences*, 3(1), 121–129.
- Purwanto, A. (2011). Teknik Editing Video Dengan Multi Kamera. *Jurnal Dasi*, 12(2), 7–15.
- Ramadeni, S., & Soewardikoen, D. (2017). Identitas Visual Dan Media Promosi Wisata Edukasi. *Demandia*, 2(1), 113–128.
- Santoso, R., Kurniawan, D., Wibowo, I. S., & Kurniawan, H. (2024). Pelatihan Editing Video dan Youtube Creator Menggunakan Aplikasi Filmora Guna Meningkatkan Kreativitas Bidang Pemasaran Online di Desa Bumi Agung Pesawaran. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Sains Dan Teknologi*, 3(2), 91–101.
- Widya, L. A. D., & Darmawan, A. J. (2019). *Pengantar Desain Grafis* (2nd ed.). Direktorat Pembinaan Kursus dan Pelatihan Direktorat Jenderal PAUD dan DIKMAS Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan .
- Wijaya, S., Kristanti, M., Thio, S., & Jokom, R. (2020). *Manajemen Event* (1st ed.). Depok: PT RajaGrafindo Persada.