

**LAPORAN TUGAS AKHIR**  
**OPTIMASI *ICON VISUAL* SEBAGAI BAGIAN DARI *EVENT***  
**ORBIT ONLIMPIADE 2022**

Diajukan sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh  
gelar Diploma Ahli Madya (A.Md) Ilmu Komunikasi



**Disusun Oleh:**  
**DITA RIZKI UTAMI**  
**NIM : 19033043**

**PROGRAM STUDI PERIKLANAN**  
**JURUSAN PENERBITAN**  
**POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF**  
**JAKARTA**  
**2022**

## LEMBAR PENGESAHAN

Judul Tugas Akhir : Optimasi *Icon Visual* Sebagai Bagian Dari *Event Orbit Onlimpiade 2022*  
Penulis : Dita Rizki Utami  
NIM : 19033043  
Program Studi : Periklanan  
Jurusan : Penerbitan

Tugas Akhir ini telah dipertanggungjawabkan didepan Tim Penguji Tugas Akhir di kampus Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta. Pada hari Selasa tanggal 19 Juli 2022.

Disahkan Oleh:

Ketua Penguji



**Zaenab, S.S., M.Si**

NIP. 199211132019032025

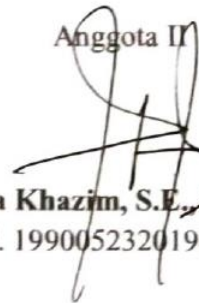
Anggota I



**Muhammad Nur, S.Kom., MM**

NIDN. 0320076604

Anggota II

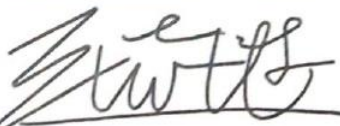


**Dyama Khazim, S.E., M.I.Kom**

NIP. 199005232019031012

Mengetahui,

Ketua Jurusan Penerbitan



**Dr. Erlan Saefuddin, M.Hum.**

NIP. 197508072009121001

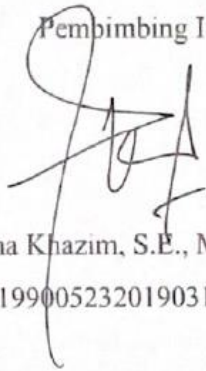
## LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Optimasi Icon Visual Sebagai Bagian Dari Event Orbit  
Onlimpiade 2022  
Penulis : Dita Rizki Utami  
NIM : 19033043  
Program Studi : Periklanan  
Jurusan : Penerbitan

Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan.

Ditandatangani di Jakarta, 8 Juli 2022

Pembimbing I



Dyama Khazim, S.E., M.I.Kom.  
NIP. 199005232019031012

Pembimbing II



Rr. Bramayanti Krismasakti, S.Sos., M.Si.  
NIDN. 0328027307

Mengetahui,

Koordinator Program Studi Periklanan



Zaenab, S.S., M.Si.  
NIP. 199211132019032025

## LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Sebagai civitas academica Politeknik Negeri Media Kreatif, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dita Rizki Utami  
NIM : 19033043  
Program Studi : Periklanan  
Jurusan : Penerbitan  
Tahun Akademik : 2019

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Politeknik Negeri Media Kreatif **Hak Bebas Royalti Noneklusif** (*Non-exclusiveRoyalty-FreeRight*) atas karya ilmiah saya yang berjudul “Optimasi Icon Visual Sebagai Bagian Dari Event Orbit Onlimpiade 2022” beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif ini Politeknik Negeri Media Kreatif berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Jakarta, 8 Juli 2022

Yang menyatakan,



METERAI  
TEMPEL  
1AE7DAJX926878010

Dita Rizki Utami

NIM. 19033043

**LEMBAR PERNYATAAN ORIGINALITAS SIDANG TUGAS AKHIR  
DAN BEBAS PLAGIARISME**

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dita Rizki Utami  
NIM : 19033043  
Program Studi : Periklanan  
Jurusan : Penerbitan  
Tahun Akademik : 2019

Dengan ini menyatakan bahwa Karya Tugas Akhir saya dengan judul “-Optimasi Icon Visual Sebagai Bagian Dari Event Orbit Onlimpiade 2022” adalah **original, belum pernah dibuat oleh pihak lain, dan bebas dari plagiarisme.**

Bilamana pada kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan dengan sebenarnya.

Jakarta, 8 Juli 2022

Yang menyatakan,



Dita Rizki Utami

NIM. 19033043

## ABSTRAK

Judul : Optimasi *Icon Visual* Sebagai Bagian Dari *Event Orbit Onlimpiade 2022*  
Penulis : Dita Rizki Utami

*Technology at this time into the basic needs of humans. It certainly affects the development of design as a medium to provide information to the public. The design must have a specificity or distinction between one design and another, one way to create a visual identity is through icons. The icon is used by Orbit Onlimpiade 2022 in conducting promotions to attract audiences. The author as a graphic designer aims to explain the optimization of visual icons as part of the 2022 Orbit Onlimpiade event. The manufacturing process adheres to the theory of Semiotics and is based on the methods of observation, netnography, interviews and literature studies. And it can be concluded that visual icons are needed to increase awareness.*

***Keywords : Campaign , Graphic Design, Icon Visual***

Teknologi pada saat ini masuk kedalam kebutuhan mendasar pada manusia. Hal itu tentunya berpengaruh dalam perkembangan desain sebagai salah satu media untuk memberikan informasi kepada khalayak. Desain harus memiliki kekhususan atau pembeda antara desain satu dengan yang lain, salah satu cara membuat identitas *visual* melalui ikon. Ikon tersebut dimanfaatkan oleh Orbit Onlimpiade 2022 dalam melakukan promosi untuk menarik audience. Penulis sebagai desainer grafis bertujuan untuk menjelaskan optimasi ikon *visual* sebagai bagian dari *event* Orbit Onlimpiade 2022. Proses pembuatan berpegang pada teori Semiotika dan berdasarkan metode observasi, netnografi, wawancara dan studi pustaka. Serta dapat disimpulkan ikon *visual* diperlukan dalam meningkatkan awareness.

***Kata Kunci : Campaign , Graphic Design, Icon Visual.***

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberi kekuatan dan kesabaran kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Praktik Industri ini dengan baik. Laporan ini memuat pengalaman penulis melakukan Praktik Industri sebagai *Graphic Designer* Internship selama 6 (enam) bulan di PT.Orbit360.

Penulisan Laporan Praktik Industri ini tidak akan selesai dengan baik tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari orang tua dan orang-orang terdekat yang berada di sekitar penulis. Untuk itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih banyak kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penulisan laporan ini, kepada:

1. Kepada Tuhan Yang Maha Esa.
2. Kedua Orang Tua tercinta yang selalu *mensupport* dan mendoakan penulis.
3. Dr. Tipri Rose Kartika, M.M. Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif.
4. Drs. Benget Simamora, M.M. Wakil Direktur Bidang Akademik.
5. Dr. Erlan Saefuddin, M.Hum. Ketua Jurusan Penerbitan.
6. R. Sulistiyo Wibowo, M.Sn. Sekretaris Jurusan Penerbitan.
7. Zaenab, SS., M.Si Koordinator Program Studi Periklanan.
8. Dyama Khazim, S.E., M.I.Kom selaku pembimbing penyusunan Laporan Praktik Industri pertama.
9. RR Bramayanti, M.Si selaku pembimbing penyusunan Laporan Praktik Industri kedua.
10. Dea Oktaviani yang sudah sabar dan selalu memberi saya nasihat baik agar menyelesaikan pendidikan Diploma saya.
11. Rendi Ferdiansyah selaku pembimbing di PT.Orbit360.
12. Kak Yuly, Mas Huda, Mas Habibie, Mas Fadhil, Laura, Ade dan Habi yang selalu memberi semangat saya dalam hal apapun.
13. Ridha Hanifah selaku bestie saya, teman seperjuangan, teman curhat dan teman gibah.

14. Teman-teman saya yang selalu nanya “eh laporan pada udah?” dan membuat saya tersadar untuk mengerjakan laporan saya.
11. Rekan-rekan Angkatan 11 Program Studi Periklanan yang telah berjuang bersama-sama selama tiga tahun.

Semoga Laporan Praktik Industri ini dapat bermanfaat bagi para pembaca.

Jakarta, 11 Juli 2022

Penyusun,



Dita Rizki Utami

NIM.19033043



## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR .....	iii
LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH .....	iv
LEMBAR PERNYATAAN ORIGINALITAS SIDANG TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME .....	v
ABSTRAK .....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL .....	xiii
PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah .....	3
C. Batasan Masalah .....	3
D. Rumusan Masalah .....	4
E. Tujuan Penulisan .....	4
F. Manfaat Penulisan .....	4
TINJAUAN PUSTAKA.....	5
A. Strategi Pemasaran.....	5
1. <i>Segmenting, Targeting, Positioning (STP)</i> .....	5
2. SWOT.....	7
3. <i>Marketing Mix</i> .....	7
4. <i>Marketing Funnel</i> .....	9
A. <i>Brand Activation</i> .....	10
1. <i>Event Activation Model</i> .....	11
2. <i>Event Marketing</i> .....	11
3. <i>Virtual Event Model</i> .....	12
B. Konsep Desain .....	13
1. Definisi Konsep Desain .....	13
2. Teori Desain.....	13

e. Teori Semiotika <i>Visual</i> .....	16
<b>METODE PELAKSANAAN</b> .....	<b>18</b>
<b>A. Data Perusahaan</b> .....	<b>18</b>
1. Profil Perusahaan.....	18
2. Visi Misi Perusahaan .....	18
3. Lokasi Perusahaan.....	19
4. Produk.....	19
<b>B. Struktur Organisasi Perusahaan</b> .....	<b>21</b>
1. <i>Chief Executive Officer (CEO)</i> .....	21
2. <i>Chief Operating Officer (COO)</i> .....	21
3. <i>Team Supply</i> .....	21
4. <i>Team Demand</i> .....	22
<b>C. Teknik Pengumpulan Data</b> .....	<b>22</b>
<b>D. Ruang Lingkup</b> .....	<b>23</b>
<b>E. Langkah Kerja</b> .....	<b>23</b>
1. <i>Creative Brief</i> .....	23
2. Referensi .....	24
3. Pelaksanaan .....	24
4. Evaluasi.....	24
5. <i>Approve</i> .....	24
<b>F. Key Performance Indicator (KPI)</b> .....	<b>24</b>
<b>G. Timeline</b> .....	<b>24</b>
<b>PEMBAHASAN</b> .....	<b>26</b>
<b>A. Gambaran Umum <i>Event</i> Onlimpiade 2022</b> .....	<b>26</b>
1. Analisis Strategi STP Orbit Onlimpiade 2022.....	26
2. Analisis SWOT Orbit Onlimpiade 2022 .....	27
3. Analisis <i>Marketing Mix 4p</i> Orbit Onlimpiade 2022 .....	27
4. Analisis <i>Marketing Funnel</i> Orbit Onlimpiade 2022 .....	29
<b>B. <i>Event Activation</i> Model Orbit Onlimpiade 2022</b> .....	<b>30</b>
1. <i>Brand Activation</i> Orbit Onlimpiade 2022 .....	30
2. <i>Event Marketing</i> Orbit Onlimpiade 2022 .....	31
<b>C. Desain Concept <i>Icon Visual</i> Orbit Onlimpiade 2022</b> .....	<b>32</b>
1. Prinsip Desain.....	32

2. Elemen Grafis.....	37
3. Teori Semiotika .....	38
b. Hasil Analisa dan <i>Output</i> .....	39
<b>PENUTUP</b> .....	42
A. Simpulan .....	42
B. Saran .....	42
1. Bagi Penulis .....	42
2. Bagi Akademik.....	42
3. Bagi Masyarakat.....	43
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	43
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	47
A. Biodata Mahasiswa .....	47
B. Lembar Bimbingan.....	48
C. Lembar penilaian .....	50
D. Surat Praktik Industri.....	52
E. Lampiran Hasil Kerja .....	53
F. Lampiran Bimbingan .....	56

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data pengguna internet terbanyak di Asia tahun 2021 .....	1
Gambar 2.1 Bagan <i>Marketing Mix</i> 4P.....	7
Gambar 2.2 Corong <i>Marketing Funnel</i> .....	9
Gambar 3.1 Logo Orbit360 .....	18
Gambar 3.2 Produk Orbit360.....	19
Gambar 3.3 Capture Orbit Onlimpiade 2013 .....	20
Gambar 3.4 Logo Orbit Onlimpiade.....	20
Gambar 3.5 Struktur Perusahaan Orbit360 .....	21
Gambar 3.6 Langkah kerja Orbit360 .....	23
Gambar 3.7 Timeline kerja .....	25
Gambar 4.1 <i>Balance</i> .....	32
Gambar 4.2 Keselarasan .....	33
Gambar 4.3 Penekanan .....	33
Gambar 4.4 Irama.....	34
Gambar 4.5 Proporsi .....	34
Gambar 4.6 Kontras .....	35
Gambar 4.7 Kesederhanaan.....	36
Gambar 4.8 <i>Icon Visual</i> Orbit Onlimpiade .....	36
Gambar 4.9 <i>Icon Visual</i> Orbit Onlimpiade .....	38
Gambar 4.10 Hasil <i>Visual Output</i> .....	40

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 3.1 KPI.....</b>	<b>24</b>
<b>Tabel 4.1 Analisa SWOT .....</b>	<b>27</b>
<b>Tabel 4.2 Biaya Pendaftaran.....</b>	<b>28</b>