



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1. Kedudukan dan Koordinasi

Penulis melakukan proses kerja magang sebagai desainer grafis di unit *Talent Management*, bagian dari *Corporate Human Resources*.

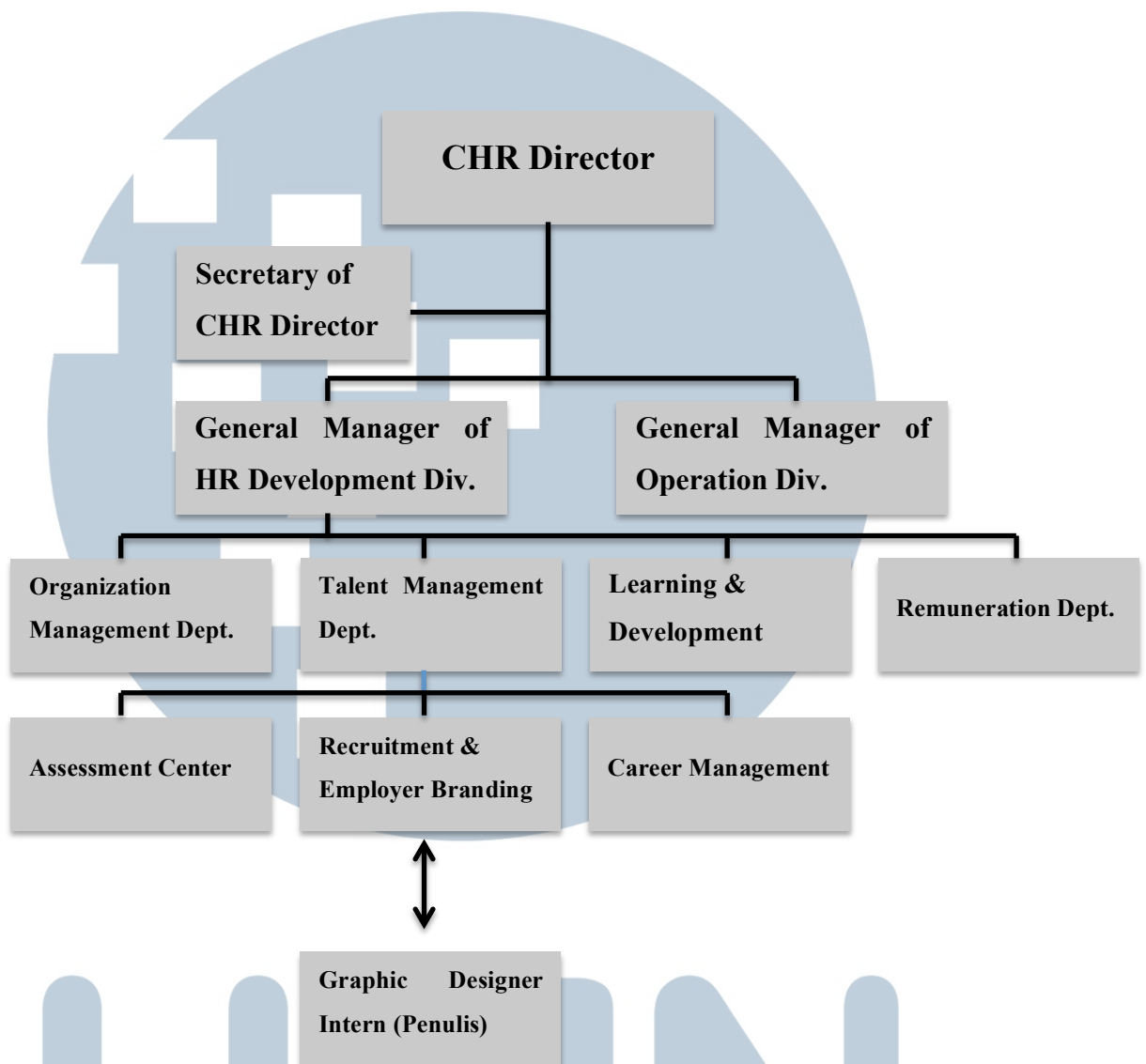
3.1.1. Kedudukan

Selama menjalankan praktek kerja magang, penulis berada dalam unit *Talent Management* di *Corporate Human Resources*. Di dalam unit *Talent Management*, penulis secara langsung bekerja di divisi *Recruitment & Employer Branding*, yang kaitannya dengan proses rekrutmen karyawan dan lowongan pekerjaan di seluruh unit Kompas Gramedia.

3.1.2. Koordinasi

Penulis mengikuti pola koordinasi yang berlaku di perusahaan Kompas Gramedia, terutama di *Corporate Human Resources*. Penulis sendiri melakukan koordinasi langsung terkait proses maupun hasil kerja kepada *Recruitment & Employer Branding* yang dalam hal ini bertugas sebagai supervisi karyawan magang Desain Grafis. Selanjutnya, supervisi penulis melakukan proses validasi hasil desain kepada *Talent Management Manager*.

Koordinasi dilakukan melalui rapat rutin. Biasanya, koordinasi dilakukan penulis bersama supervisi sebanyak satu minggu sekali atau dapat juga dilakukan dalam keseharian di ruang kerja terkait hal-hal mendesak seperti, desain lowongan pekerjaan dan *brainstorming* suatu kegiatan yang berkaitan dengan *career*. Koordinasi bersifat dua arah, artinya penulis tidak hanya melaporkan namun juga mengevaluasi pencapaian kerja yang telah dilakukan. Selain itu, penulis juga dapat melakukan koordinasi terkait revisi melalui media virtual yaitu *Whatsapp* untuk memudahkan perizinan terkait magang, kebutuhan pengiriman konten lowongan, dan lain sebagainya.



Gambar 3.1. Bagan Alur Koordinasi CHR

(Sumber: Data CHR)

3.2. Tugas yang Dilakukan

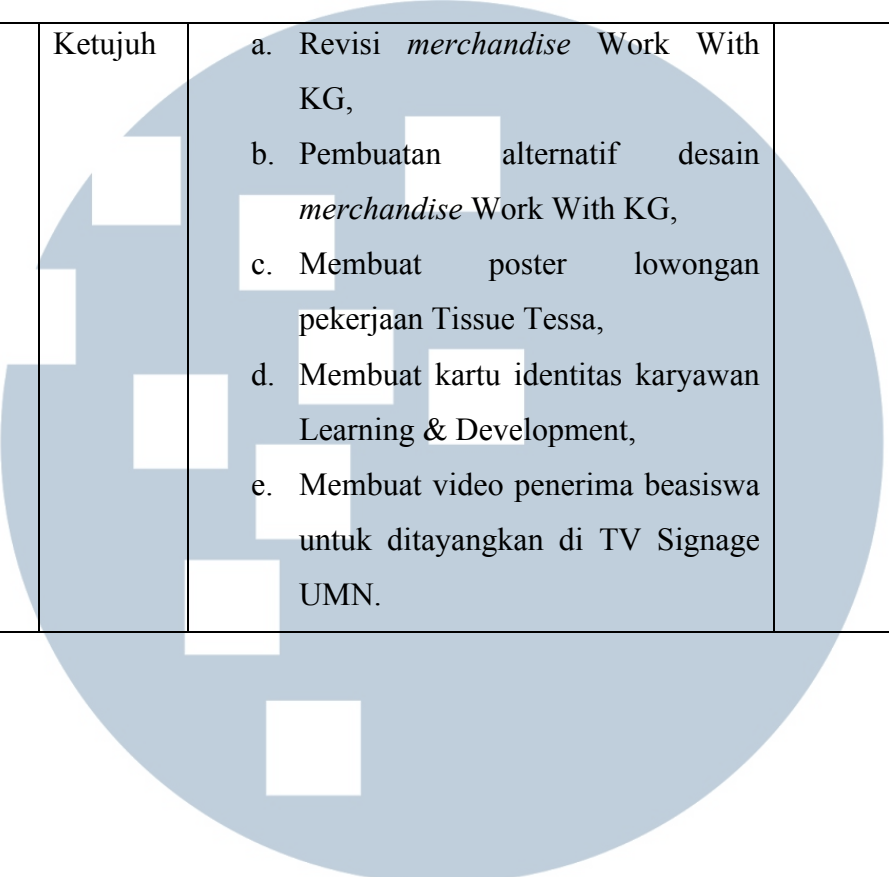
Tugas-tugas yang penulis lakukan selama dua bulan proses magang dari 17 Juli 2017 s.d 19 September 2017 adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1. Detail Pekerjaan Yang Dilakukan Selama Magang

No.	Minggu	Proyek	Keterangan
1.	Pertama	a. Membuat visualisasi hari perayaan bulan Juli s.d Oktober 2017, b. Membuat <i>frame</i> visual untuk <i>posting</i> di Instagram Work With KG, c. Membuat desain penerima beasiswa Kompas Gramedia 2017 (sosial media).	-
2.	Kedua	a. Membuat desain artikel HR Portal (<i>Reading Assignment</i> dan <i>Module Exercise</i>), b. <i>Brainstorming</i> konten perencanaan sosial media Work With KG selama bulan Agustus 2017, c. Membuat rancangan konten sosial media.	-
3.	Ketiga	a. <i>Brainstorming</i> konten sosial media berupa tips karir, video dunia kerja Kompas Gramedia, kata-kata motivasi yang dipetakan intensitasnya dalam satu minggu, b. Membuat logo HR Academy untuk Learning dan Development, c. Membuat desain merchandise berupa <i>lanyard</i> untuk <i>gimmick</i> Work With KG,	-

		d. <i>Shooting</i> video testimoni bekerja di Kompas Gramedia, e. <i>Editing</i> video testimoni, f. Animasi wajah untuk Leaderboard unit Learning & Development.	
4.	Keempat	a. <i>Shooting</i> video Digital Managing Editor Bolasport.com, b. <i>Shooting</i> video Reporter Kompas.com, c. <i>Shooting</i> video Manager Corporate Communication, d. Revisi logo HR Academy, e. <i>Editing</i> video testimoni.	Di minggu keempat, video <i>editing</i> dibantu oleh sesama rekan magang UMN yaitu Leonardo. Penulis mengerjakan <i>project</i> secara kolaboratif.
5.	Kelima	a. Revisi desain penerima beasiswa Kompas Gramedia, b. Membuat desain lowongan pekerjaan, c. Revisi II logo HR Academy, d. Brainstorming konten sosial media Work With KG di bulan September.	-
6.	Keenam	a. Membuat <i>merchandise</i> Work With KG berupa <i>lanyard, tumbler, notebook, kaos, tote bag, ID card</i>, b. Mencari dan menemui vendor serta melakukan negosiasi harga produksi <i>merchandise</i>.	-

7.	Ketujuh	a. Revisi <i>merchandise</i> Work With KG, b. Pembuatan alternatif desain <i>merchandise</i> Work With KG, c. Membuat poster lowongan pekerjaan Tissue Tessa, d. Membuat kartu identitas karyawan Learning & Development, e. Membuat video penerima beasiswa untuk ditayangkan di TV Signage UMN.	-
----	---------	---	---



 UMN

 UNIVERSITAS

 MULTIMEDIA

 NUSANTARA

8.	Ke- delapan	a. <i>Shooting</i> video pembawa berita Kompas TV, Timothy Marbun dan Glory Oyong, b. <i>Editing</i> video karyawan Kompas TV, c. Revisi kartu identitas karyawan Learning & Development, d. Revisi lowongan pekerjaan Tissue Tessa, e. <i>Brainstorming</i> pengembangan acara KG Career Week di UMN bulan Oktober – November 2017 (<i>social media planning</i>), f. Membantu dokumentasi kegiatan <i>Impactful Race</i> di Kebun Binatang Ragunan tertanggal 15 September 2017. g. Membantu dokumentasi kegiatan <i>Career Building</i> di UMN tertanggal 16 September 2017 (<i>Social Media Admin & Implementasi Social Media Mini Games</i>)	-
----	----------------	---	---

3.3. Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Berdasarkan *detail* pekerjaan yang dilakukan selama magang, penulis mayoritas mendapatkan pekerjaan yang berkaitan langsung dengan kepentingan unit *Human Resources* di tingkat korporat Kompas Gramedia. *Corporate Human Resources* (CHR) merupakan salah satu *Functional Unit* di Kompas Gramedia yang memiliki fokus untuk mengelola sumber daya manusia. Selain memiliki fokus utama sebagai *Social Media Specialist*, penulis juga memiliki tanggung jawab penuh sebagai *Graphic Design Interns* di unit yang kaitannya dibentuk untuk

mendukung keberlangsungan seluruh unit di Kompas Gramedia. Hal tersebut membuat penulis juga mendapatkan beberapa pekerjaan berupa pengembangan desain di *Learning & Development*, terlepas kaitan penulis sebagai karyawan magang di *Talent Management*.

Menurut Robin Landa dalam buku *Graphic Design Solutions* (2013), desain komunikasi yang diimplementasikan pada sebuah perusahaan melibatkan perancangan komunikasi secara internal dengan karyawan, tenaga penjualan, format yang digunakan oleh perusahaan untuk berkomunikasi secara eksternal dengan sektor publik, bisnis lain maupun *stockholders*. Hal yang menjadi fokus utama dalam melakukan kontrol desain korporat adalah konsistensi melalui pengaplikasian perangkat kantor seperti laporan, brosur, penjualan, situs web dan lain sebagainya (hlm. 2 – 3).

3.3.1. Proses Pelaksanaan

Selama proses magang, penulis mendapatkan beberapa *project* utama sebagai *Social Media Specialist* dan *project* pendukung sebagai *Graphic Designer*, antara lain:

1. Konten Planning Sosial Media Instagram @WorkWithKG

Salah satu bagian dari *promotional design* dan *advertising* adalah pengembangan aktivasi media sosial. Hal tersebut senada dengan pernyataan Robin Landa mengenai *promotional design* dan *advertising* bahwa media yang tepat dalam melakukan sebuah promosi adalah media yang terintegrasi atau terpadu seperti iklan televisi, iklan luar ruangan (*outdoor*), media sosial, video, situs web dan lainnya. Promosi yang dilakukan melalui Instagram merupakan langkah yang diambil oleh Penulis dengan melihat peluang ketertarikan remaja di era sekarang yang lebih banyak menggunakan Instagram dibanding media sosial Facebook ataupun Twitter dalam keseharian. Tujuan dari desain promosi yang dilakukan di media sosial dibuat untuk menginformasikan, membujuk, mempromosikan, memancing, atau

memotivasi orang atas nama merek atau kelompok (Robin Landa, 2013, hlm. 8).

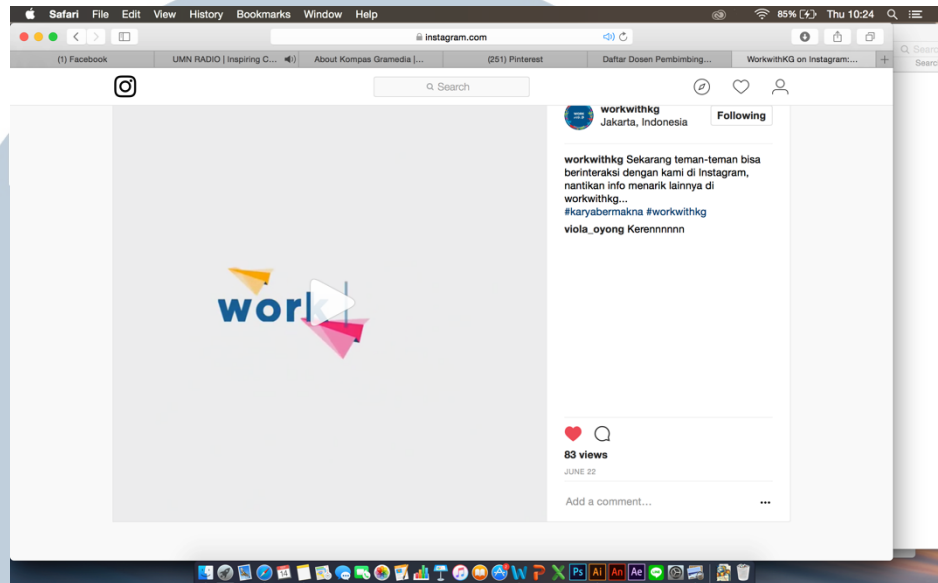
Work With KG adalah media sosial yang digunakan sebagai strategi komunikasi lowongan pekerjaan dan hubungannya dengan karir di seluruh unit Kompas Gramedia. Media sosial Work With KG diolah oleh *Corporate Human Resources*, khususnya di bidang *Recruitment & Employer Branding Analyst*. Work With KG sebagai media sosial yang menghimpun seluruh info dari unit-unit juga harus memiliki representasi khas sebagai media sosial. Maka dari itu, penulis diberikan tanggung jawab untuk melakukan pengembangan konten perencanaan tahap awal sosial media Instagram @WorkWithKG. Adapun langkah penulis adalah dengan melakukan proses ‘teaser’ pada media sosial Instagram. Teaser berkaitan dengan informasi bahwa media sosial Instagram @WorkWithKG merupakan media sosial yang tergolong baru dibanding media sosial lain seperti *Twitter*, *Facebook*, dan *Linked In*. Tujuannya adalah untuk meningkatkan intensitas masyarakat mengonsumsi informasi @WorkWithKG secara mudah, dengan hadirnya Work With KG di Instagram. Dimana Instagram merupakan media sosial yang memiliki banyak massa *followers* kategori remaja.



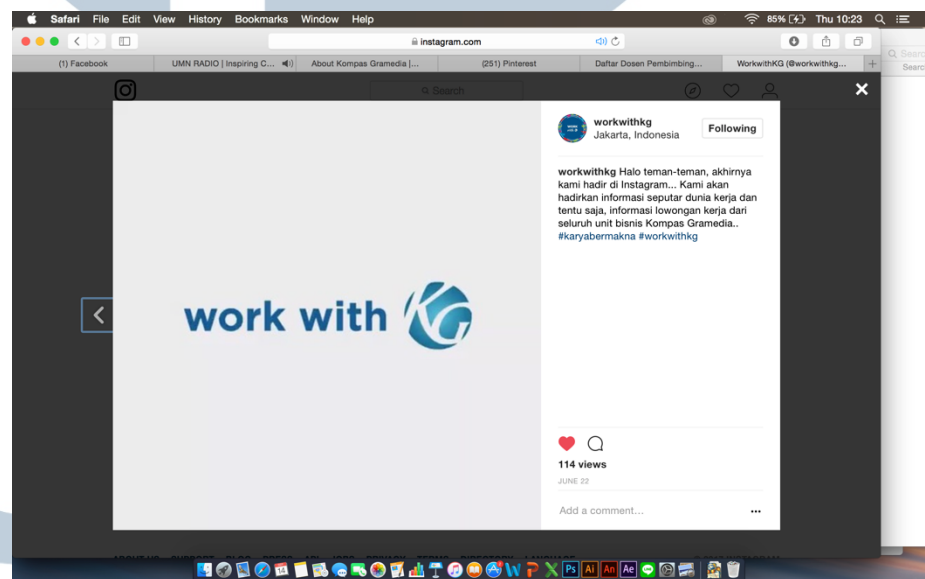


Gambar 3.2. Cuplikan Video Teaser 1 dan Teaser 2

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



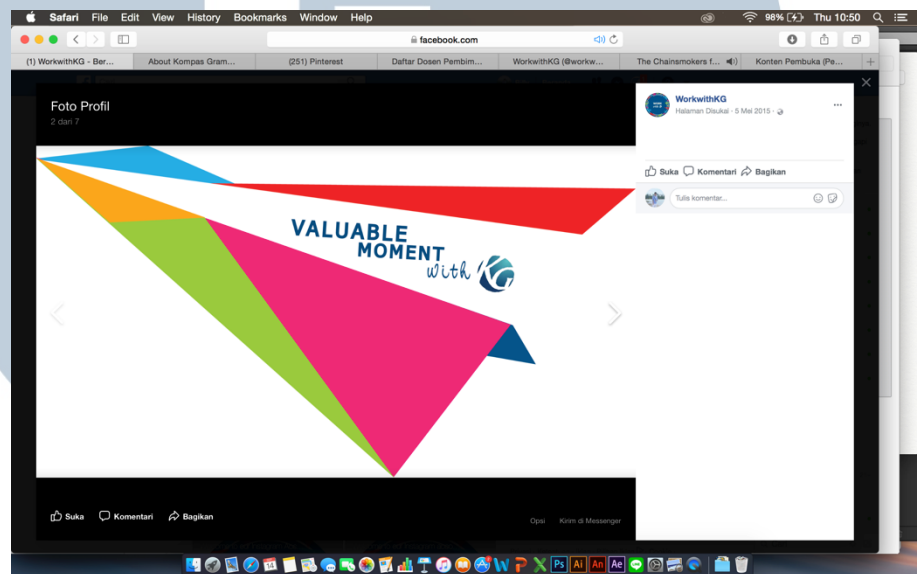
Gambar 3.3. Pengaplikasian Video Work With KG 1



Gambar 3.4. Pengaplikasian Video Work With KG 2

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

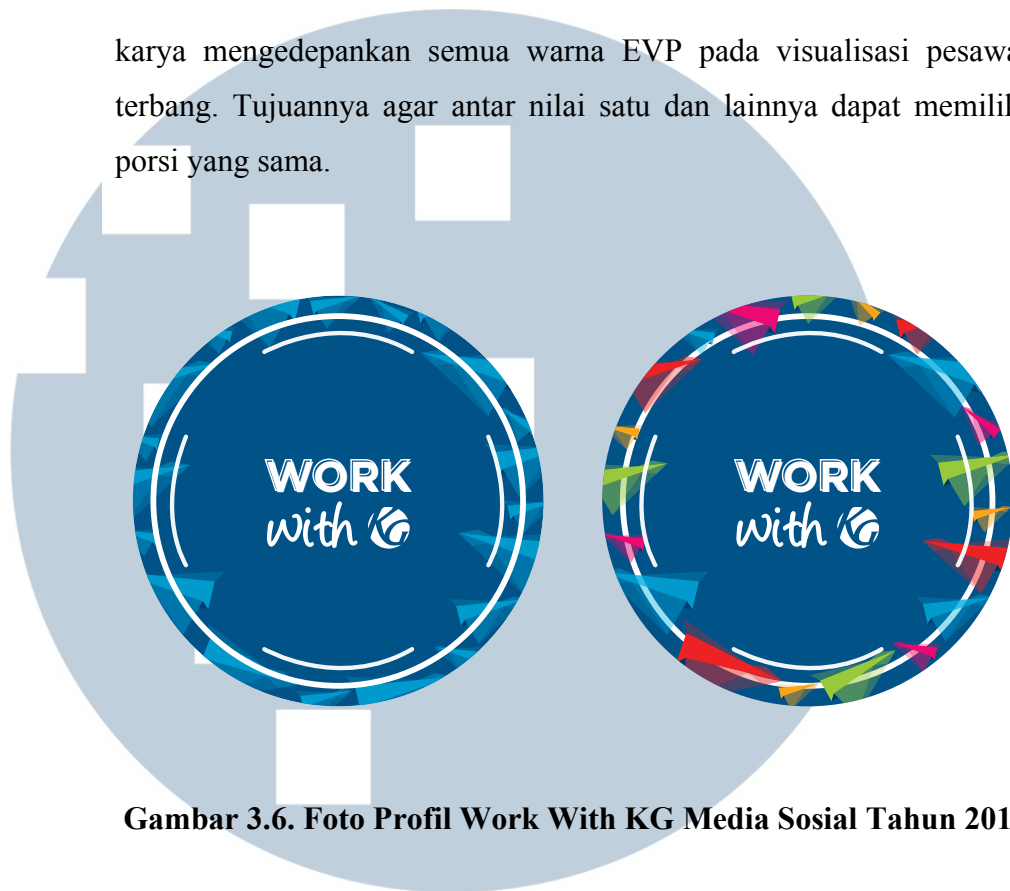
Selain membuat konten pembuka ‘teaser’ untuk Instagram @WorkWithKG, penulis juga melakukan perancangan *profile picture* untuk menyeragamkan seluruh tampilan profil media sosial. Berikut penulis melampirkan gambar mengenai *profile picture* yang tidak pernah diperbaharui sejak 5 Mei 2015 di media sosial Facebook.



Gambar 3.5. Foto Profil Work With KG Facebook Tahun 2015

Penulis melakukan perancangan foto profil dengan menyesuaikan bentuk pengaturan profil di media sosial Instagram yaitu, lingkaran. Selanjutnya penulis mengambil warna biru sebagai warna dasar. Pengambilan warna biru sebagai warna dasar dimaksudkan agar kesan Kompas Gramedia tetap melekat di media sosial Work With KG. Penulis juga melakukan desain tipografi yang menekankan pada kata ‘Work’ karena media sosial Work With KG memang dikhususkan untuk mengajak para *fresh graduate* untuk bekerja bersama perusahaan Kompas Gramedia. Awalnya penulis hanya melakukan perancangan dengan satu warna dominan yaitu biru, namun setelah melakukan proses asistensi kepada penanggung jawab tugas maka hasil finalisasi

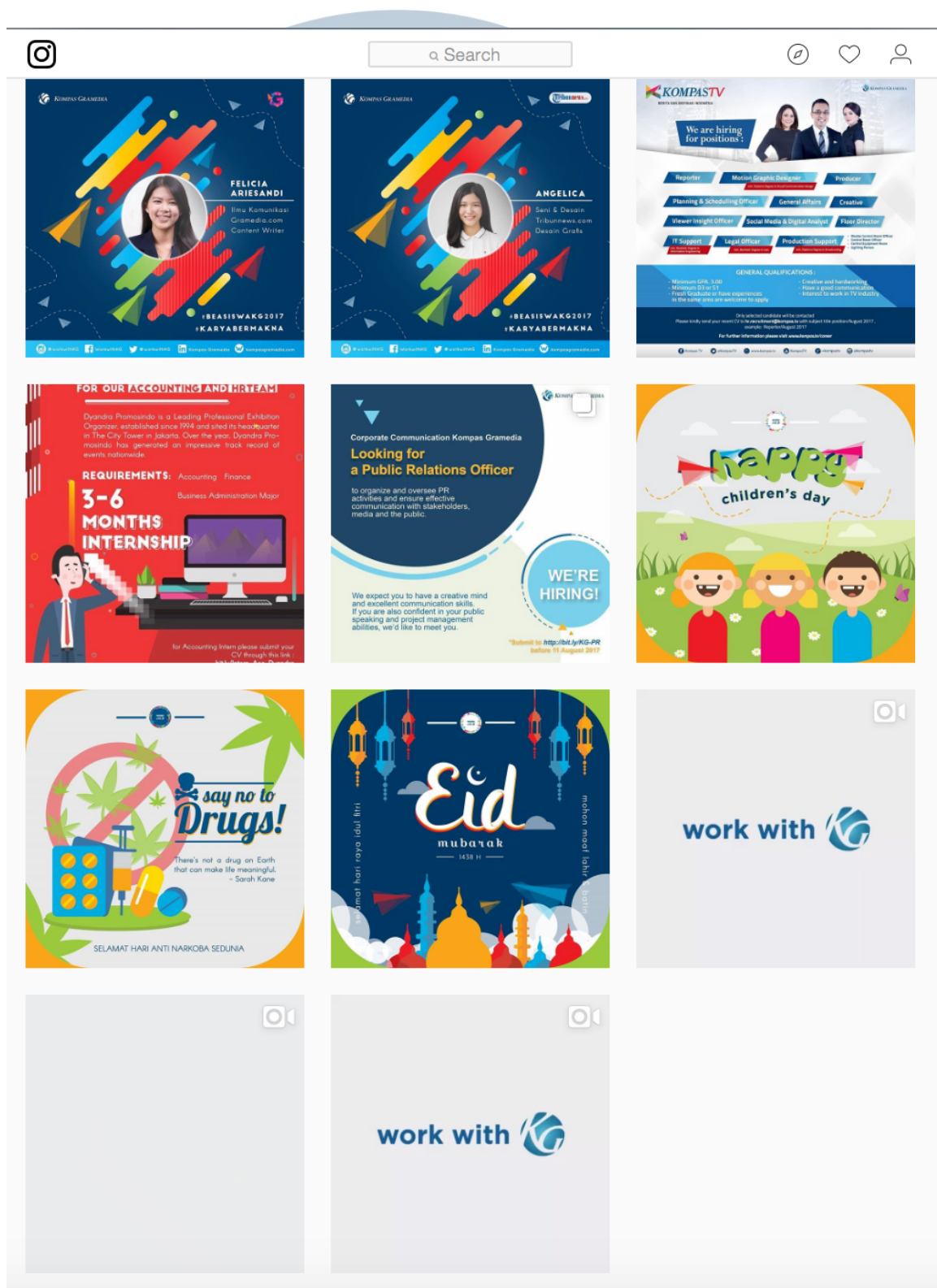
karya mengedepankan semua warna EVP pada visualisasi pesawat terbang. Tujuannya agar antar nilai satu dan lainnya dapat memiliki porsi yang sama.



Gambar 3.6. Foto Profil Work With KG Media Sosial Tahun 2017

Penulis juga membuat perencanaan konten berupa tips karir, kata-kata motivasi dan video yang menggambarkan suasana kerja di Kompas Gramedia. Berikut *feed* Instagram yang sudah penulis rancang bersama tim magang Kompas Gramedia di bulan Agustus s.d September tahun 2017.

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



N U S A N T A R A

Gambar 3.7. Feed Instagram Work With KG Agustus 1



NUSANTARA

Gambar 3.8. Feed Instagram Work With KG Agustus 2



NUSANTARA

Gambar 3.9. Feed Instagram Work With KG Agustus 3

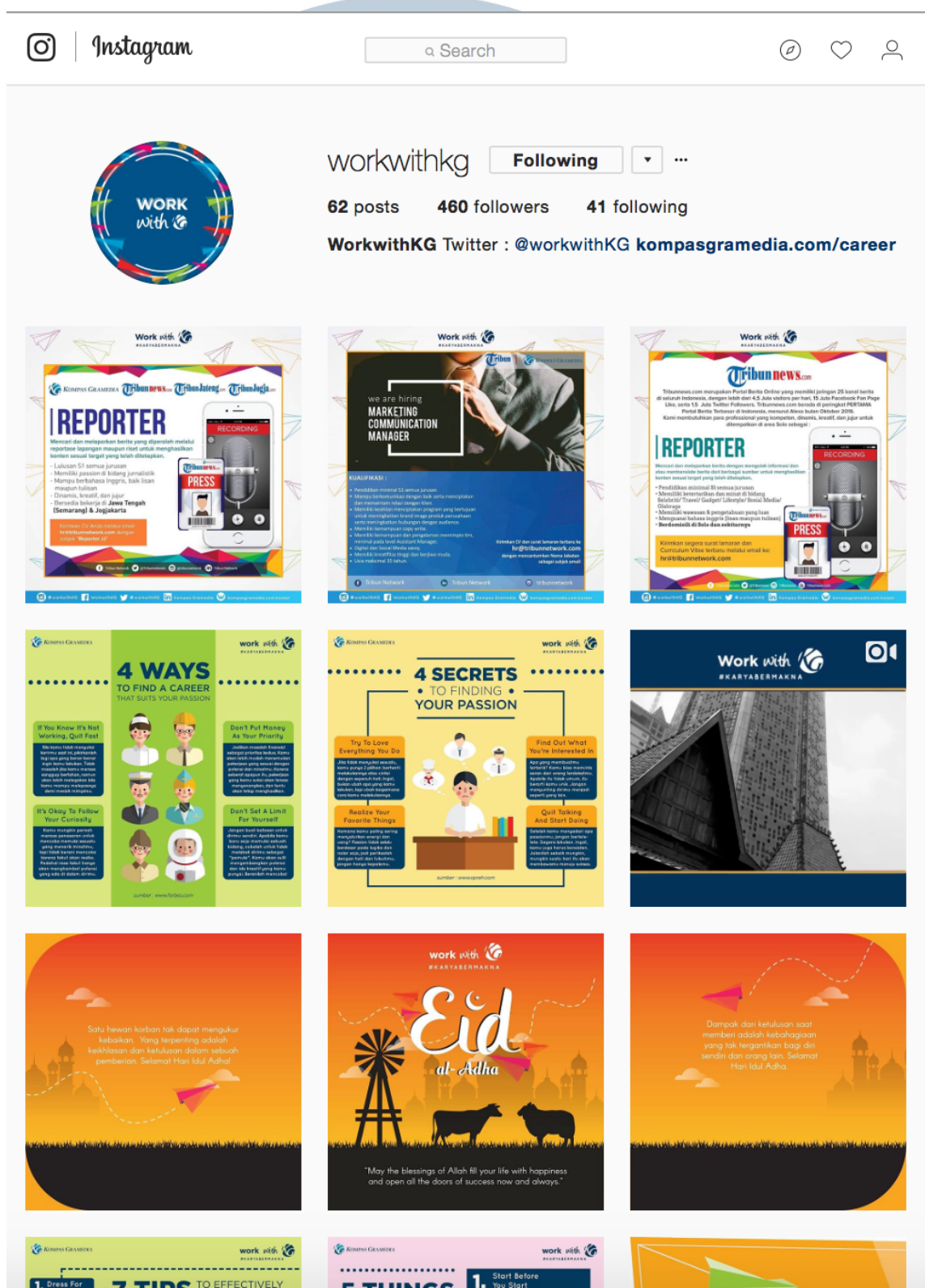


Gambar 3.10. Feed Instagram Work With KG Agustus 4



NUSANTARA

Gambar 3.11. Feed Instagram Work With KG Agustus 5



NUSANTARA
Gambar 3.12. Feed Instagram Work With KG September 1

2. Desain Penerima Beasiswa Kompas Gramedia

Menurut Cahyono, pemilihan sebuah warna dapat menentukan efek atau membangkitkan emosi manusia serta menciptakan imajinasi. Dalam melakukan perancangan Desain Penerima Beasiswa Kompas Gramedia, penulis menggunakan warna dasar biru yang merupakan simbol ketaatan, harapan dan kepercayaan. Selain itu, warna biru juga membantu manusia dalam meningkatkan konsentrasi dan emosional. sehingga penggunaan warna biru sangat tepat untuk diimplementasikan di sebuah desain dengan tema edukasi (Cahyono, 2006, hlm. 17 - 18).

Kompas Gramedia bekerja sama dengan beberapa universitas untuk memberikan penghargaan kepada mahasiswa-mahasiswi berprestasi. Sama seperti tahun-tahun sebelumnya, pemberian beasiswa Kompas Gramedia dilakukan melalui proses seleksi berupa *interview* dan tes psikologi. Salah satu universitas yang ada di dalamnya adalah Universitas Multimedia Nusantara. Di tahun 2017, terpilihlah 15 orang penerima beasiswa Kompas Gramedia yang mendapatkan kesempatan untuk magang di unit-unit terpilih. *Talent Management* sebagai salah satu departemen di Corporate Human Resources (CHR) tentu memiliki kewajiban untuk ‘menyambut’ para penerima beasiswa Kompas Gramedia. Penyambutan tersebut dilakukan dalam bentuk ucapan selamat yang diposting melalui akun media sosial Work With KG.

Penulis melakukan *brainstorming* melalui diskusi ke pembimbing lapangan sehingga penulis memutuskan untuk membuat visualisasi sederhana berbentuk bingkai dengan mengedepankan nilai EVP pada pemilihan warna dan elemen desain.



Gambar 3.13. Poster Penerima Beasiswa 1:1 Angelica

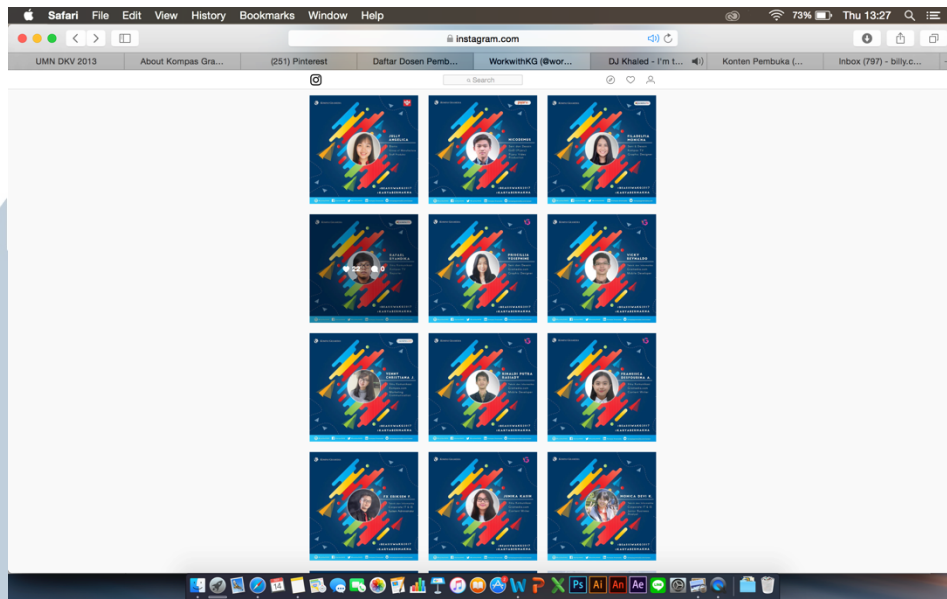


Gambar 3.14. Poster Penerima Beasiswa 1:1 Eriksen

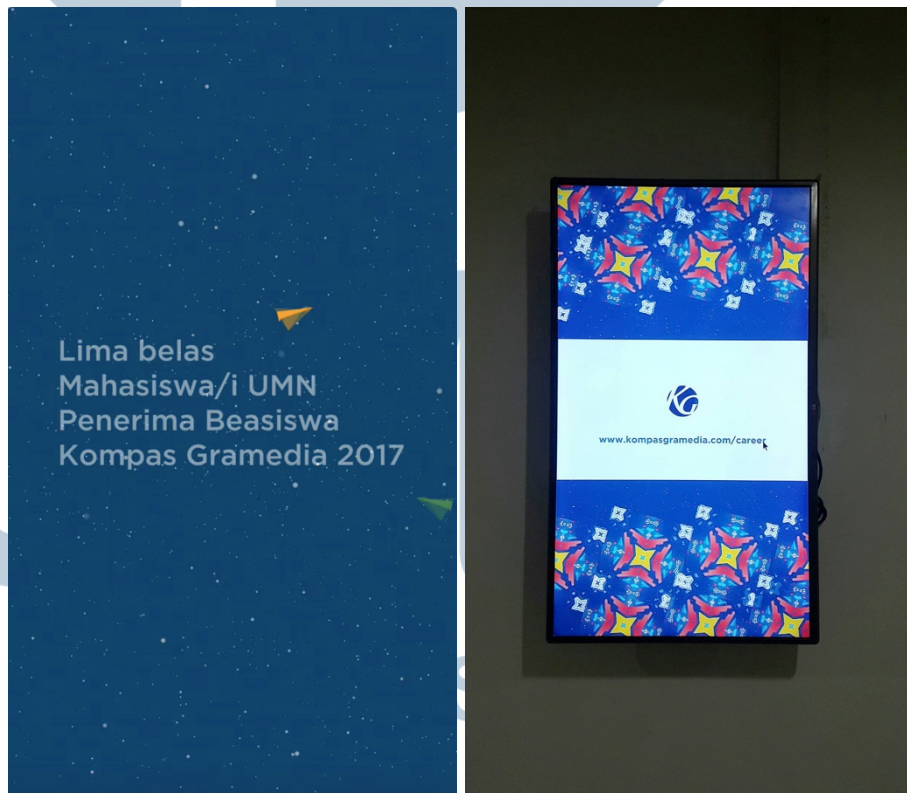


Gambar 3.15. Poster Penerima Beasiswa 1:1 Yenny

Project ini membutuhkan waktu kurang lebih selama 2 minggu dari proses perancangan hingga revisi. Penulis beberapa kali melakukan koordinasi dengan pembimbing lapangan terkait data penerima beasiswa yang masih belum konsisten satu dan lainnya sehingga membutuhkan waktu yang cukup lama. Selain membuat desain penerima beasiswa di media sosial Instagram sebagai bentuk apresiasi, penulis juga diminta untuk melakukan ekspansi desain yaitu membuat perancangan *motion graphics* sederhana yang menampilkan dan memperkenalkan kembali kelimabelas penerima beasiswa melalui *TV signage* yang ada di Universitas Multimedia Nusantara (UMN) sebagai strategi publikasi.



Gambar 3.16. Pengaplikasian Poster Penerima Beasiswa di Medsos



Gambar 3.17. Pengaplikasian Visual Penerima Beasiswa di TV

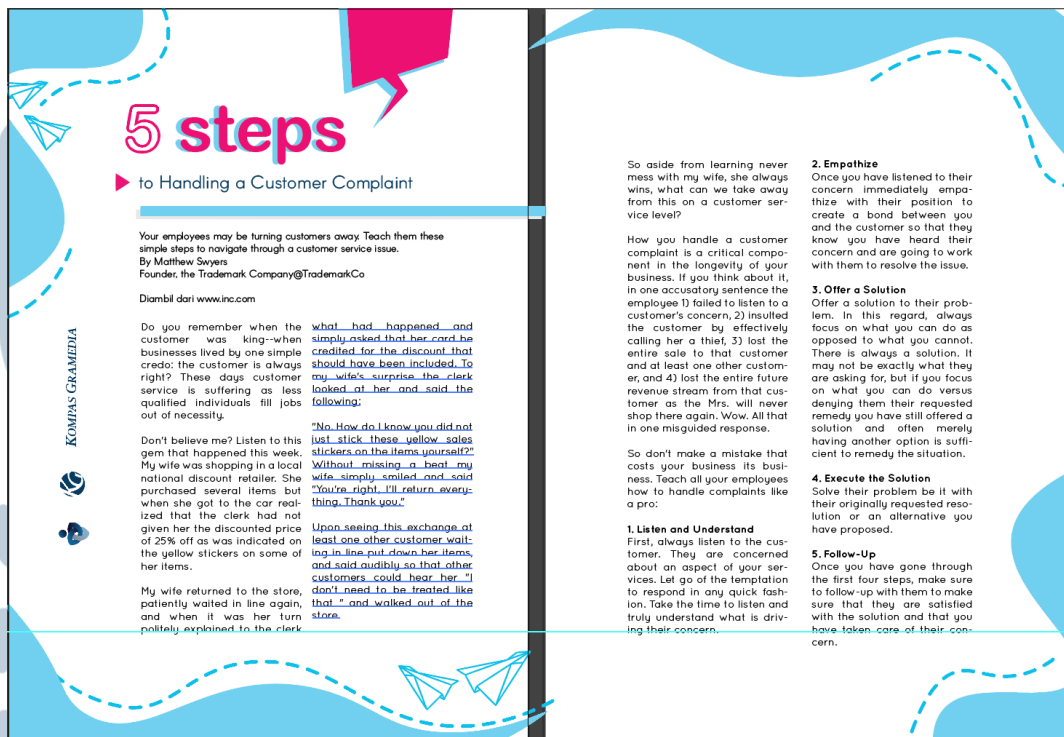
3. Desain Artikel HR Portal (Reading Assignment dan Module Exercise)

HR Portal adalah laman bagi karyawan Kompas Gramedia yang berfungsi sebagai panduan atau sumber informasi. Selain dapat mengakses layanan fasilitas berupa absen kehadiran *online*, HR Portal juga berfungsi untuk memberikan layanan informasi bacaan ataupun pembelajaran bagi karyawan. Pembelajaran identik dengan bacaan artikel yang panjang dan membosankan, maka dari itu diperlukan sebuah tata letak desain (*layouting*) agar artikel bacaan berupa *reading assignment* dan *module exercise* bukan menjadi suatu beban serta lebih enak untuk ‘dikonsumsi’ secara visual. Menurut Surianto Rustan dalam bukunya yaitu Layout, Dasar dan Penerapannya (2010), *layout* adalah tata letak elemen-elemen desain terhadap suatu bidang dalam media tertentu untuk mendukung inti pesan atau sebuah konsep desain. Dalam *layout* pula, penulis menggunakan *modular grid system* dimana dengan menggunakan *grid* tersebut penulis dapat lebih memudahkan dalam melakukan konsistensi peletakan elemen-elemen desain secara repetitif dan estetik (hlm. 23).

Penulis mengambil gaya visual yang *playfull* agar pembaca artikel dapat lebih menikmati isi dari artikel. Penulis mengatur sedemikian rupa agar satu halaman tidak memiliki komposisi yang padat, melainkan seimbang. Penulis melakukan diskusi secara langsung kepada pihak Leadership & Development yang mengelola bacaan untuk pengembangan pengetahuan karyawan. Warna yang digunakan masih sangat kental dengan nilai EVP Kompas Gramedia, namun dengan perpaduan warna keduanya kontras agar desain menjadi lebih *eye catching*.



Gambar 3.18. Reading Assignment & Module Exercise 1



Gambar 3.19. Reading Assignment & Module Exercise 2



Gambar 3.20. Reading Assignment & Module Exercise 3

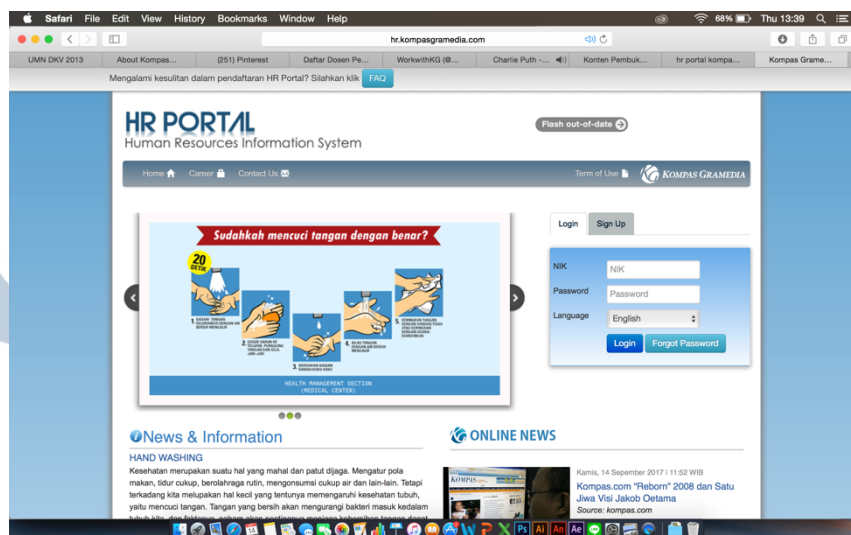


Gambar 3.21. Reading Assignment & Module Exercise 4





Gambar 3.24. Reading Assignment & Module Exercise 7



Gambar 3.25. Tampilan Website HR Portal

(Sumber: hr.kompasgramedia.com)

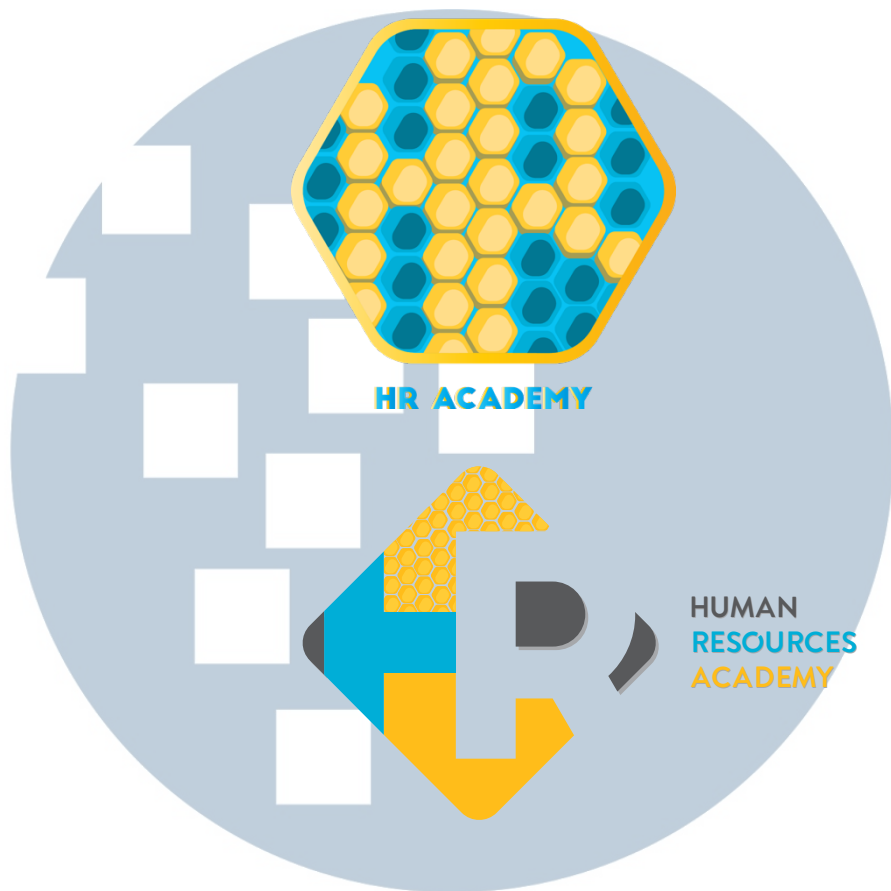
4. Logo HR Academy

Logo dapat berupa gambar, tulisan, atau gabungan diantara keduanya. Menurut Surianto Rustan (2009), logo berasal dari bahasa Yunani yaitu *logos* yang memiliki makna kata, pikiran, pembicaraan atau akal budi. Salah satu fungsi dari logo adalah membangun citra untuk membentuk identitas dan mencegah adanya kesamaan antara logo yang satu dan lainnya (hlm. 12 – 16). Dalam *project* perancangan logo, penulis melakukan *brainstorming* dan *mind-mapping* dalam mendalami asal-usul, fungsi serta manfaat HR Academy untuk mengetahui anatomi dan alternatif jenis logo, misalnya dalam bentuk alphabet, simbol, angka, *concrete forms* atau *abstract forms* (hlm. 24). Untuk perancangan ini, penulis menggunakan simbol *concrete forms* yaitu bentuk sarang lebah berisi madu.

HR Academy merupakan bagian dari *Functional Unit Academy* yang akan dijalankan pada tahun 2017. HR Academy merupakan jawaban dari problematika yang umum dihadapi oleh *Corporate Human Resources* (CHR). Dimana perusahaan tidak lagi harus mengadakan training konvensional yang memakan waktu dan biaya mengingat perkembangan unit Kompas Gramedia yang semakin meluas. Semua sistem ini dihadirkan di KG University yang memiliki tujuan untuk mematangkan pengetahuan, kemampuan dan sikap menyesuaikan perubahan zaman.

Penulis mendapatkan tanggung jawab untuk membuat sebuah representasi dari sistem HR Academy tersebut. Penulis lalu melakukan diskusi terkait konsep dari visualisasi logo, pesan komunikasi yang ingin disampaikan melalui logo, kesan serta pemilihan warna logo.

Filosofi logo sendiri adalah sarang lebah. Sarang lebah memiliki banyak madu. Secara khasiat pula, madu dirasa bermanfaat bagi tubuh untuk kesehatan sehingga HR Academy diharapkan dapat secara manis ‘memanjakan’ karyawan dengan tujuan untuk meningkatkan sumber daya manusia.



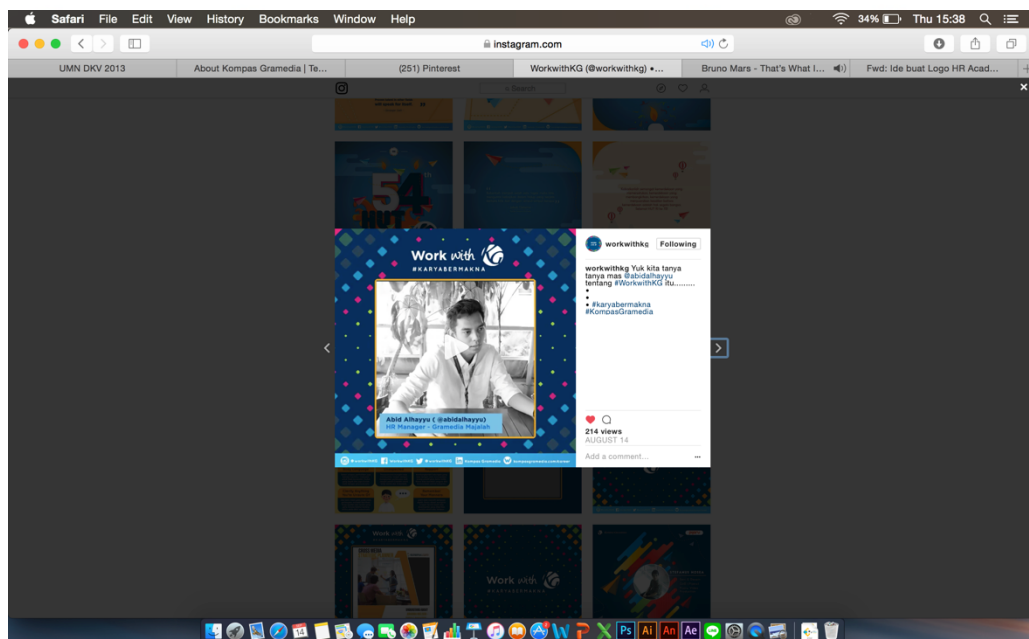
Gambar 3.26. Tampilan Logo HR Sebelum Revisi



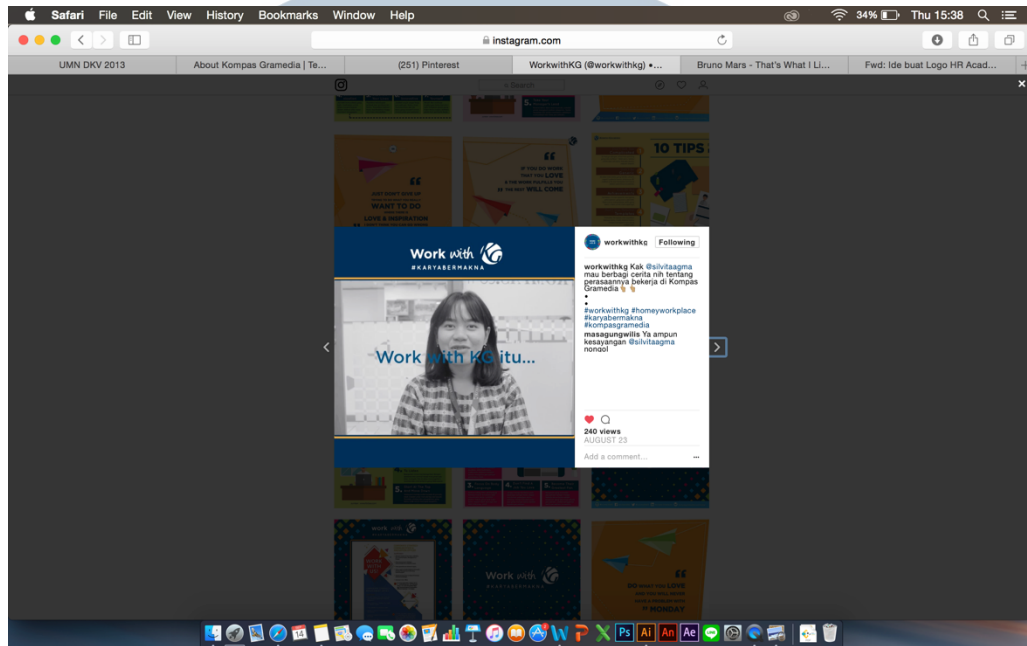
Gambar 3.27. Tampilan Logo HR Setelah Revisi

5. Video Testimoni Work With KG

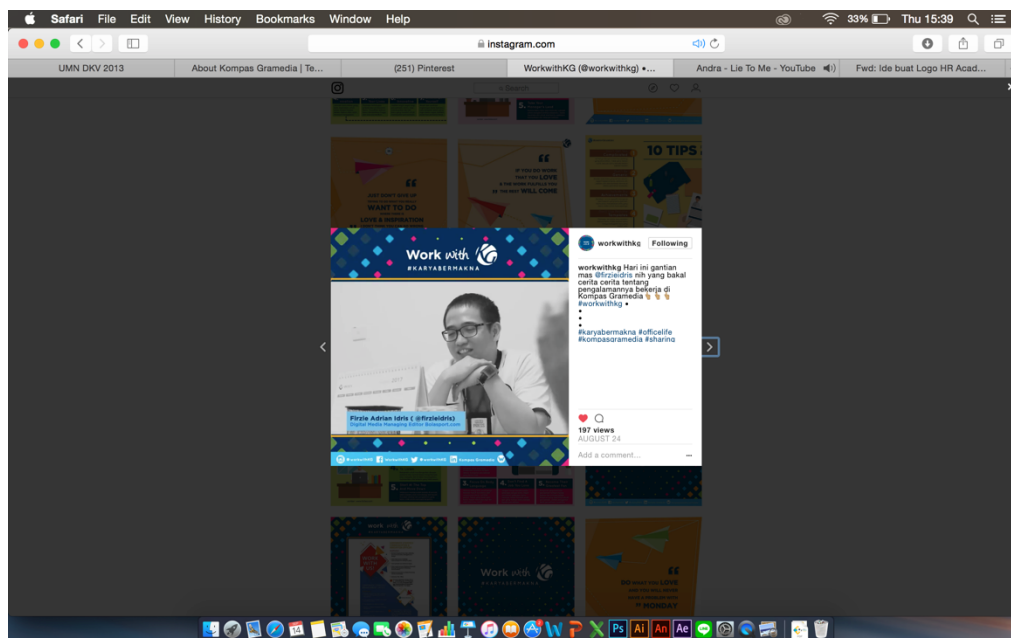
Video testimoni merupakan bagian dari pengembangan media sosial namun penulis juga melakukan proses bertemu untuk wawancara, merekam, mengedit video di akhir agar visual video senada dengan desain Work With KG. Selama 2 bulan melakukan proses magang, penulis telah melakukan *shooting* dan *editing* video untuk mas Abid Alhayyu yang merupakan HR *Manager* Gramedia Majalah, mbak Silvita Agmasari yang merupakan Reporter *Kompas.com*, mas Firzie Idris yang merupakan *Digital Media Managing Editor* *Bolasport.com*, mbak Viola Oyong yang merupakan *External Communication Manager*, mbak Glory Oyong dan mas Timothy Marbun yang merupakan pembawa berita Kompas TV. Video testimoni memiliki tujuan sebagai *branding* komunikatif suasana pekerjaan di Kompas Gramedia yang nyaman, menantang dan seru sehingga penulis bersama tim magang memutuskan untuk mewawancarai beberapa karyawan Kompas Gramedia yang masih muda, berkisar di umur 25 s.d 40 tahun namun dengan jam terbang yang tinggi.



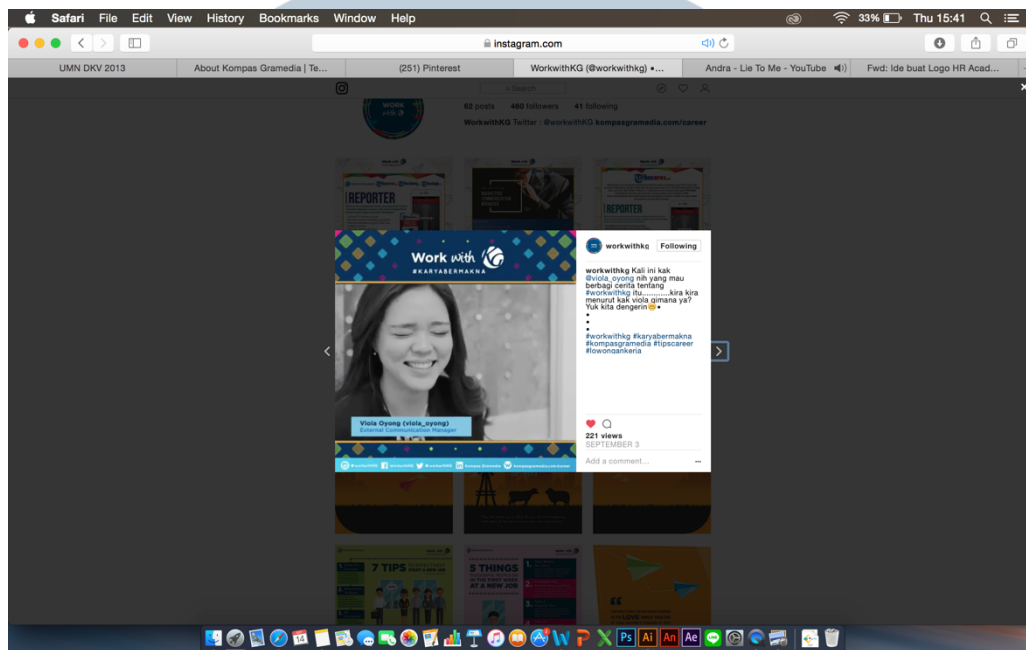
Gambar 3.28. Pengaplikasian Video Testimoni Abid Alhayyu



Gambar 3.29. Pengaplikasian Video Testimoni Silvita Agmasari



Gambar 3.30. Pengaplikasian Video Testimoni Firzie Adrian I.



Gambar 3.31. Pengaplikasian Video Testimoni Viola Oyong

3.3.2. Kendala yang Ditemukan

Kendala yang ditemukan oleh penulis saat melakukan proses praktek kerja magang adalah jalur komunikasi yang masih sulit dilakukan dikarenakan pembimbing lapangan tidak selalu berada di tempat magang. Hal tersebut membuat jalur komunikasi perihal proses pembuatan desain jarang dilakukan sehingga membuat desain berakhir tidak sesuai keinginan.

Selain itu, penulis juga mengalami kendala perihal *brief* desain di awal pemberian *project* yang informasinya masih kurang utuh. Pembimbing lapangan mempunyai pemahaman ilmu pendidikan yang berbeda dengan penulis sehingga seringkali kurang dapat memberikan *brief* jelas dan *detail* mengenai kebutuhan desain. Hal tersebut membuat penulis harus melakukan eksplorasi lebih tanpa landasan desain yang menjadi tolak ukur kebutuhan. Penulis juga terpaksa dengan pakem desain elemen milik Kompas Gramedia yang membuat desain menjadi minim kreativitas.

Permintaan beberapa desain seperti info lowongan kerja yang tidak utuh (misalnya, info *requirement* tidak lengkap, info proses pengumpulan CV dan surat lamaran belum tersedia) membuat penulis terhambat dalam melakukan eksekusi desain. Menurut penulis pula, struktur koordinasi dan pemberian revisi desain masih terlalu berlapis. Hal tersebut membuat pengerjaan desain menjadi tidak efisien dan efektif. Penulis seringkali mengalami revisi total terkait desain yang tidak sesuai.

3.3.3. Solusi Atas Kendala yang Ditemukan

Solusi penulis atas kendala yang ditemukan adalah adanya kegiatan asistensi berkala selama proses pengerjaan *project* kepada pembimbing lapangan. Misalnya, melakukan proses asistensi elemen visual, tata letak *layout*, pemilihan warna dan korelasinya ke konsep keseluruhan sehingga mengurangi pengulangan proses desain akibat desain tidak sesuai keinginan. Selain pada proses asistensi, penulis bersama pembimbing lapangan juga menentukan satu hari yaitu hari Jum'at untuk melakukan diskusi atau presentasi perkembangan desain setiap minggu.

Penulis juga melakukan eksplorasi bersama rekan magang lainnya agar desain tidak monoton dan terpaku hanya pada elemen pesawat EVP Kompas Gramedia. Penulis melakukan *breakdown* dan *brainstorming* untuk mengembangkan nilai Kompas Gramedia pada elemen yang berbeda. Untuk permintaan desain dengan informasi yang minim, penulis dan pembimbing membuat sebuah *Standart Operational Procedure* (SOP) dalam menerima permintaan jasa desain dari sub-unit Kompas Gramedia seperti, nama acara atau kegiatan, waktu dan tempat, *link* untuk promosi, media sosial untuk mengakses kegiatan, *copywrite* singkat dan menarik untuk poster atau visual desain, logo kegiatan dan informasi yang harus di *highlight*.