

BAB III

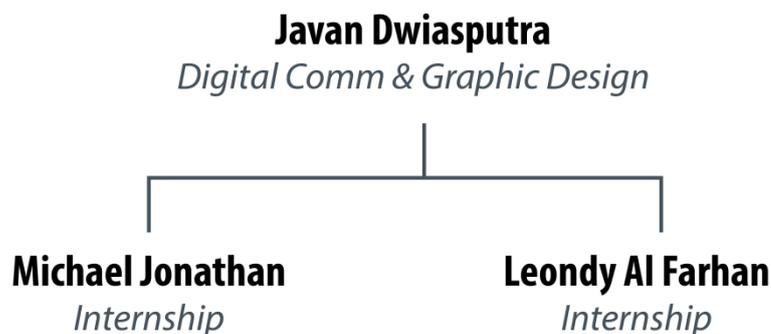
PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1. Kedudukan dan Koordinasi

Pembimbing lapangan (Javan Aghtian Dwiasputra) memberikan kepercayaan bagi penulis untuk menduduki posisi sebagai *Graphic Designer* yang sekaligus merangkap sebagai *Photographer*, *Videographer*, dan *Online/Offline Editor* untuk keperluan konten media sosial dan juga atribut-atribut desain yang dimiliki GCC. Pada posisi ini, penulis masuk kedalam divisi *Digital Comm. & Graphic Design*.

1. Kedudukan

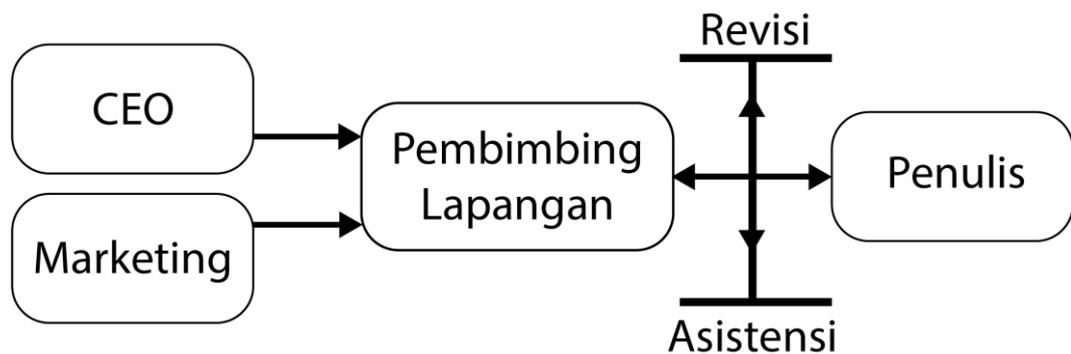
Penulis berperan sebagai *Graphic Design*. Penulis bertugas untuk memenuhi kebutuhan konten sosial media *Instagram* dan juga media-media promosi yang memiliki unsur desain milik GCC (*marketing tools*). Pekerjaan yang penulis miliki banyaknya adalah penanggung jawab media sosial dari proses pembuatan aset, layout sampai ke proses *upload*. Penulis juga mengerjakan *marketing tools* seperti Booklet, kalender tahunan, presentasi (layout dan desain) juga pamflet dan brosur yang perlu direvisi dan dikembangkan.



Gambar 3.1. Struktur sederhana kedudukan penulis

2. Koordinasi

Berikut ini merupakan bagan alur koordinasi dan komunikasi yang dilakukan oleh penulis selama melakukan praktek kerja lapangan di German Camp Centre demi kelancaran proses kerja magang dan kelancaran koordinasi pekerjaan yang penulis miliki:

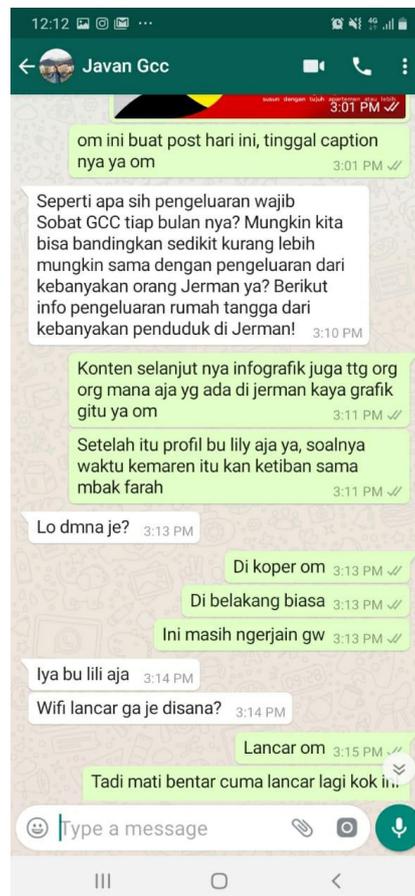


Gambar 3.2. *Bagan Alur Koordinasi*

1. CEO memberikan *briefing*, plan kerja serta bertukar pikiran kepada pembimbing lapangan dan penulis mengenai konten apa saja yang perlu di kerjakan setiap satu bulan kedepan.
2. CEO memberikan *briefing*, plan kerja serta bertukar pikiran kepada pembimbing lapangan dan penulis mengenai konten apa saja yang perlu
3. Pembimbing lapangan menerima seluruh *briefing* yang telah diberikan oleh CEO untuk dibuatkan jadwal bagi penulis.
4. Bagian *marketing* menyampaikan kebutuhan *Marketing tools* kepada pembimbing lapangan.
5. Pembimbing lapangan merangkum seluruh *briefing* yang diterima dari CEO dan juga kebutuhan divisi *Marketing* untuk segera dibicarakan dengan penulis mengenai pembagian tugasnya.
6. Setelah pembagian tugas selesai, Penulis mendapatkan daftar pekerjaan beserta tanggal jatuh tempo dari masing-masing *item* yang ada pada

daftar tersebut. Bertanggung jawab kepada pembimbing lapangan untuk mengerjakan seluruh *brief* yang nantinya akan digunakan untuk keperluan sosial media, sedangkan *marketing tools* dikerjakan oleh pembimbing lapangan.

7. Untuk memastikan pekerjaan penulis tidak keluar dari konteks atau daftar kerja yang sudah dibuat, penulis mengajukan asistensi secara *online* melalui aplikasi *Whatsapp* maupun tatap muka langsung kepada pembimbing lapangan.



Gambar 3.3. *Transkrip Asistensi melalui aplikasi Whatsapp*

3.2. Tugas yang Dilakukan

Tabel 3.1. Detail Pekerjaan Yang Dilakukan Selama Magang

No.	Minggu	Proyek	Keterangan
1	1-15	<i>Digital Communication via Social Media (IG)</i>	<ul style="list-style-type: none"> a. Diskusi konsep layout media sosial sebelumnya yang telah dibuat. b. Penyusunan konten harian untuk setiap bulannya. c. Menentukan aspek apa saja yang akan dikembangkan dari media sosial GCC dan media promosi <i>offline</i> nya.
2	4-6	<i>Videography Content</i>	<ul style="list-style-type: none"> a. Diskusi <i>talent</i> yang akan dijadikan <i>buzzer</i> oleh pihak German Camp Centre. b. Perancangan jadwal proses <i>shooting</i> video. c. Membuat <i>storyline</i> dengan pembimbing lapangan tentang alur video.
3	2-7	<i>Revisi Marketing tools</i>	<ul style="list-style-type: none"> a. Mendiskusikan apa saja yang perlu dibenahi dari <i>marketing tools</i> untuk menunjang dan memaksimalkan kinerja marketing. b. Merancang layout tampilan powerpoint baru untuk setiap presentasi yang bersangkutan dengan GCC. c. Berdiskusi tentang nilai penting apa saja yang harus ada dan

			ditampilkan pada <i>marketing tools</i> .
4	4	<i>Planning Digital Marketing Strategy</i>	<ul style="list-style-type: none"> a. Fokus diskusi mengenai pemakaian media pembantu dalam hal pemasaran GCC. b. Perancangan konsep kasar pemasaran menggunakan <i>guerilla marketing</i>.
5	7	Review Konten	<ul style="list-style-type: none"> a. Penambahan dan pengurangan daftar konten yang telah dirancang. b. Evaluasi singkat mengenai statistik jumlah pengunjung <i>Instagram</i> GCC. c. Evaluasi konten Jerman vs Indonesia. d. Peniadaan beberapa <i>posting funfact</i> yang telah kadaluwarsa.

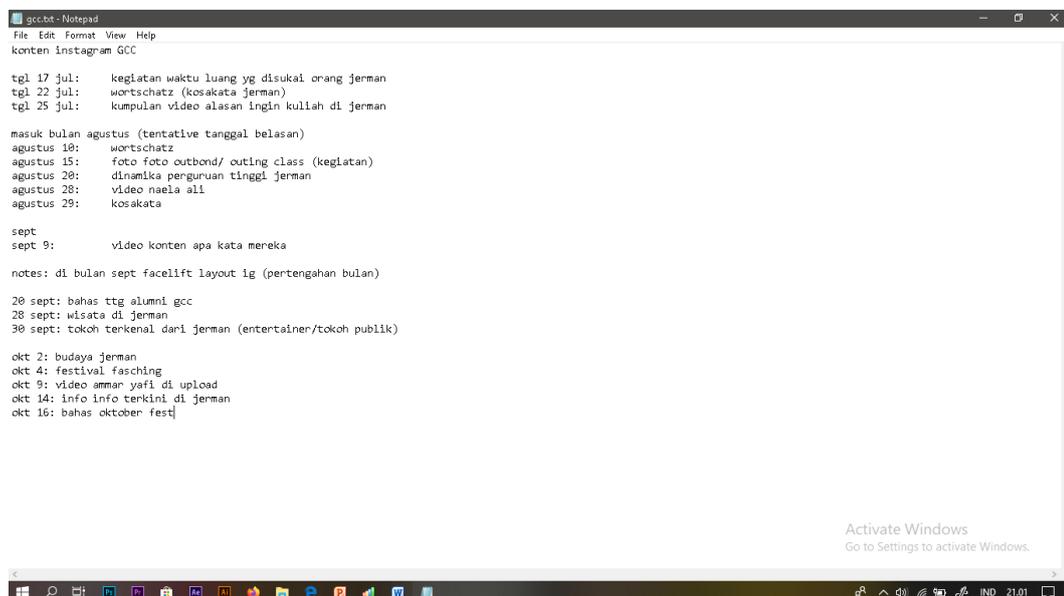
3.3. Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Penulis bekerja sebagai *Graphic Designer*, *Videographer*, dan *Photographer*. Secara keseluruhan, penulis membantu pembimbing lapangan dalam membuat desain cover untuk setiap *post* di *Instagram*, melakukan *editing video* setelah menyelesaikan proses *shooting*, menggarap sendiri *online editing* sebagai bagian dari tahap *post-processing*, dan juga mengumpulkan *stock* foto untuk digunakan sebagai sampul poster, *flyer*, maupun *website*. Semua pekerjaan tersebut dikerjakan melalui pembagian tugas dengan rekan magang penulis yaitu Leondy Al Farhan, pembagian tugas biasanya dilakukan oleh Javan Dwiasputra selaku pembimbing lapangan.

3.3.1. Proses Pelaksanaan

Penulis mulai menerima pekerjaan secara resmi dari German Camp Centre yaitu pada tanggal 16 Juli 2019. Karena masih ada sisa *timeline* pekerjaan dari peserta magang sebelumnya yang belum habis, maka penulis bisa langsung mengerjakan pekerjaan pada *timeline* yang sudah ada. Pada minggu berikutnya pembimbing lapangan kembali mendiskusikan *timeline* pekerjaan untuk satu bulan kedepan.

Karena adanya beberapa peristiwa penting yang terjadi selama masa magang penulis dan juga ada pekerjaan tambahan dari divisi marketing, tanggal pada jadwal yang ada menjadi sedikit bergeser.



Gambar 3.4. Daftar rencana kerja berdasarkan tanggal

Penulis mencatat secara ringkas mengenai poin-poin penting yang disampaikan oleh pembimbing lapangan pada saat melakukan *briefing*. Hasil rangkuman yang telah penulis catat kemudian dipindahkan ke *notepad* atas saran dari pembimbing lapangan agar lebih tertata rapih dan juga menjaga keamanan data dari ancaman hilang. Sementara itu, pembimbing lapangan juga mempunyai seluruh data yang telah penulis catat pada file nya sendiri yang dimasukan di aplikasi excel.

21	22	23	24	25	26	27	28	29	2A
!	"	#	\$	%	&	'	()	*
2B	2C	2D	2E	2F	30	31	32	33	34
+	,	-	.	/	0	1	2	3	4
35	36	37	38	39	3A	3B	3C	3D	3E
5	6	7	8	9	:	;	<	=	>
3F	40	41	42	43	44	45	46	47	48
?	@	A	B	C	D	E	F	G	H
49	4A	4B	4C	4D	4E	4F	50	51	52
I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R
53	54	55	56	57	58	59	5A	5B	5C
S	T	U	V	W	X	Y	Z	[\
5D	5E	5F	60	61	62	63	64	65	66
]	^	-	`	a	b	c	d	e	f
67	68	69	6A	6B	6C	6D	6E	6F	70
g	h	i	j	k	l	m	n	o	p
71	72	73	74	75	76	77	78	79	7A
q	r	s	t	u	v	w	x	y	z

Gambar 3.5. font family Gotham Bold

Font didalam semua konten *online* dan *offline* GCC menggunakan font family Gotham sebagai font utamanya, hal ini sudah menjadi pakem yang diusung oleh GCC. Font tersebut dirasa sudah memenuhi kriteria yang diinginkan oleh pimpinan/ CEO dari GCC.

3.3.1.1. Merancang Desain Feed Instagram Secara Keseluruhan

a. Briefing

German Camp Centre sebelumnya sudah sempat memiliki konsep dasar dalam mendesain untuk *feed* Instagram, tapi saat penulis melakukan kerja magang, pembimbing lapangan ingin mengembangkan lagi *feed* yang sudah ada tapi tetap dijalur yang sama. Penulis diminta hanya membuat dua refrensi feed dikarenakan oleh durasi waktu kerja yang ada.

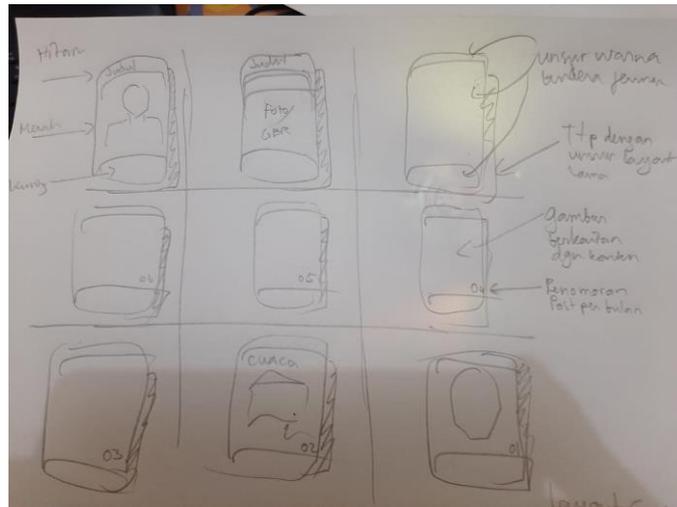
b. Sketsa Konsep

Asistensi *feed* pertama di tolak oleh pembimbing lapangan karena dirasa terlalu memakan waktu dalam pembuatannya, membutuhkan waktu lebih untuk mengambil foto hanya untuk cover feed, sedangkan jadwal yang diberikan oleh pembimbing lapangan cukup padat.



Gambar 3.6. Dokumentasi Pribadi Hasil Asistensi Pertama

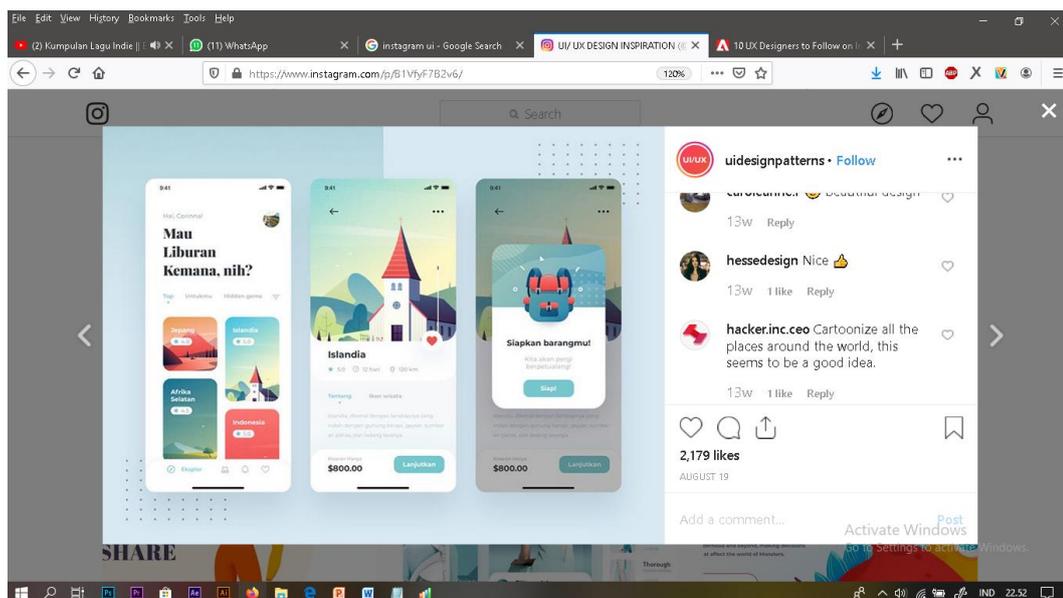
Pada asistensi konsep selanjutnya, penulis mengajukan *layout cover* yang memiliki warna bendera Jerman di dalam satu postingan, lebih modern dan dinamis. Konsep ini diterima karena dirasa lebih tertata rapih dalam hal layoutnya dan memberikan wajah baru yang tetap sesuai dengan konsep yang sebelumnya sudah dibuat.



Gambar 3.7. Dokumentasi Pribadi Hasil Asistensi Terakhir

c. Referensi

Penulis mengumpulkan berbagai referensi dari akun Instagram yang membahas tentang desain UI/UX. Maka dari itu, penulis dapat mengarahkan desain yang akan dibuat sesuai dengan referensi yang penulis dapatkan dengan persetujuan dari pembimbing lapangan. Akun Instagram yang menjadi referensi utama jatuh pada akun bernama Interfacely.



Gambar 3.8. Referensi Utama Pada Akun @uidesignpatterns

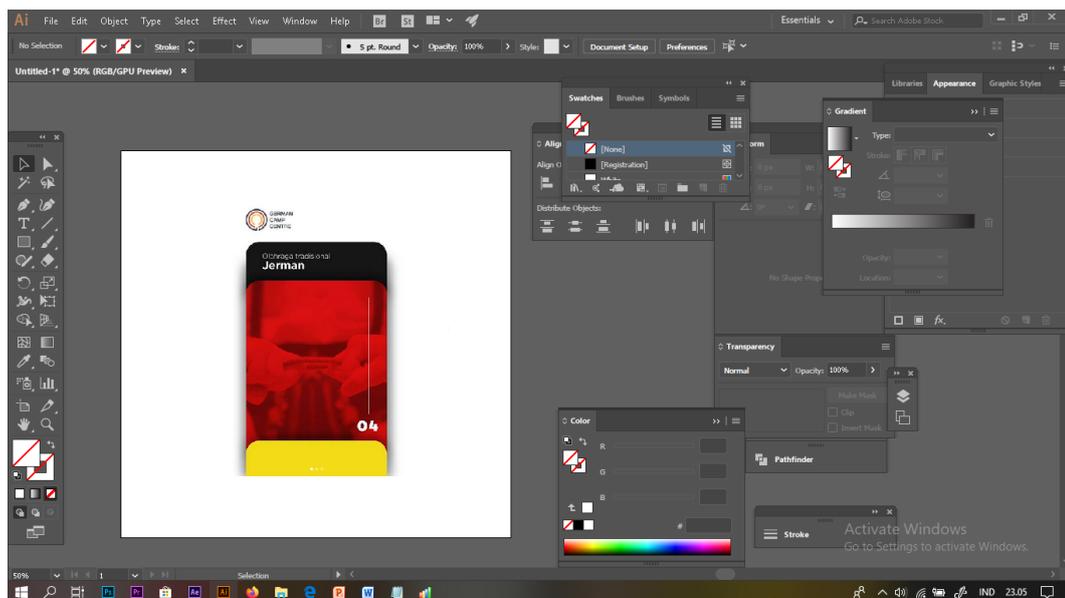
d. *Brainstorming*

Penulis membuat beberapa kali melakukan brainstorming kembali dengan pembimbing lapangan agar bisa mengerjakan pekerjaan dengan tepat, penulis juga membuat beberapa sketsa akhir sebelum eksekusi digital dilakukan guna mematangkan konsep dan menyamakan pendapat dengan pembimbing lapangan. Pada sampul depan, terdapat judul dan sub judul tentang tema pembahasan yang di angkat pada jadwal yang telah ditentukan serta sekarang dilakukan penomoran post pada sisi ujung kanan visual.

e. *Proses Digital*

Setelah melakukan konfirmasi kepada pembimbing lapangan mengenai perkembangan desain *cover*, penulis melakukan proses digitalisasi menggunakan Adobe Illustrator. Tujuan dari proses ini yaitu untuk mematangkan konsep mentah, sehingga penulis dan pembimbing lapangan memiliki bayangan mengenai hasil akhir dari sketsa yang telah penulis

Gambar 3.9. *Sketsa Sampul Depan Feeds Instagram*



Gambar 3.9. *Aplikasi Kedalam Tahap Digital Menggunakan Illustrator*

f. *Upload*

Proses digitalisasi selesai, maka *cover* yang telah dibuat akan masuk kedalam tahap *upload*, bersamaan dengan desain konten swipe selanjutnya. Pada proses *upload*, pemilihan *caption* dibantu terlebih dahulu oleh pembimbing lapangan. Pembimbing lapangan biasanya telah menyediakan *wording* pada tiap *posting* yang akan di *upload*. Sebelum posting naik, penulis melakukan *quality check* terlebih dahulu untuk menghindari kesalahan-kesalahan pada tahapan *upload*. Waktu untuk *upload* yang disarankan oleh pembimbing lapangan dilakukan pada jam 16.00 WIB atau 17.00 WIB karena pada rentang jam tersebut, kebanyakan orang menggunakan *gadget* untuk sekedar *refreshing* ataupun menghilangkan kebosanan dan menghabiskan waktu.

3.3.1.2. Merancang *booklet*

a. *Briefing*

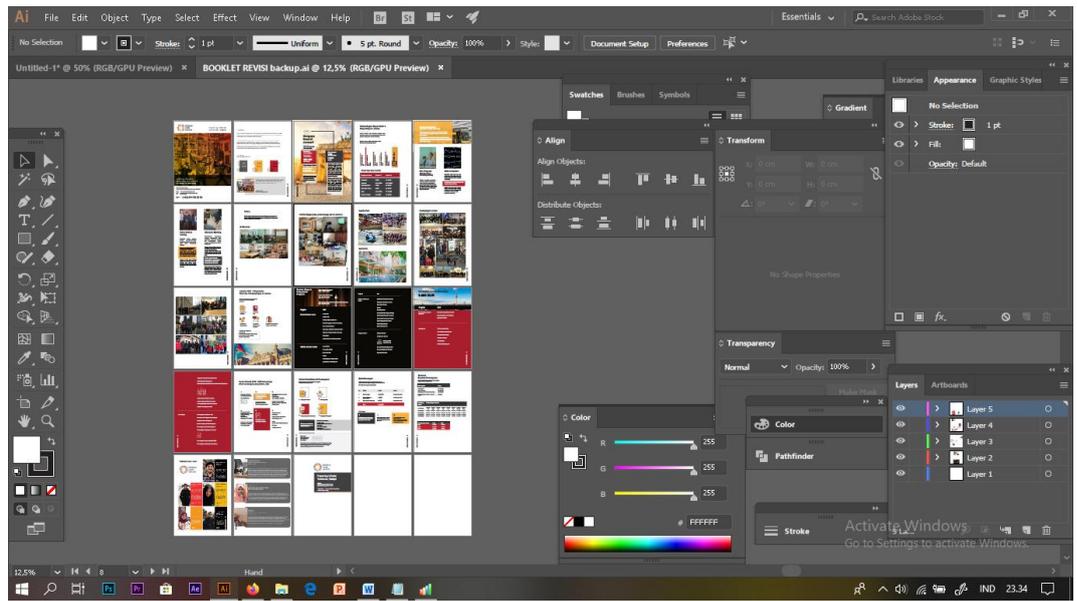
Pada perancangan *booklet*, penulis melakukan diskusi dengan pembimbing lapangan dan divisi marketing, pembimbing lapangan dan divisi marketing ingin mengangkat hal-hal yang diunggulkan dari GCC untuk keperluan promosi dengan target pasar calon siswa/i GCC dan juga orangtua murid. *Booklet* harus memiliki desain yang dinamis, singkat dan dapat menyampaikan pesan penting seputar GCC seperti latar belakangnya, biaya-biaya yang akan dikeluarkan, manfaat yang didapat, testimonial, dll. Tahapan awalnya, penulis membuat sebuah sketsa layout *booklet* terlebih dahulu, setelah sketsa tersebut disetujui, penulis merealisasikan sketsa dan rancangan melalui media *Adobe Illustrator*. Aset berupa foto-foto sebelumnya juga sudah penulis kumpulkan sebagai bahan untuk membuat *booklet* tersebut.

b. Konsep

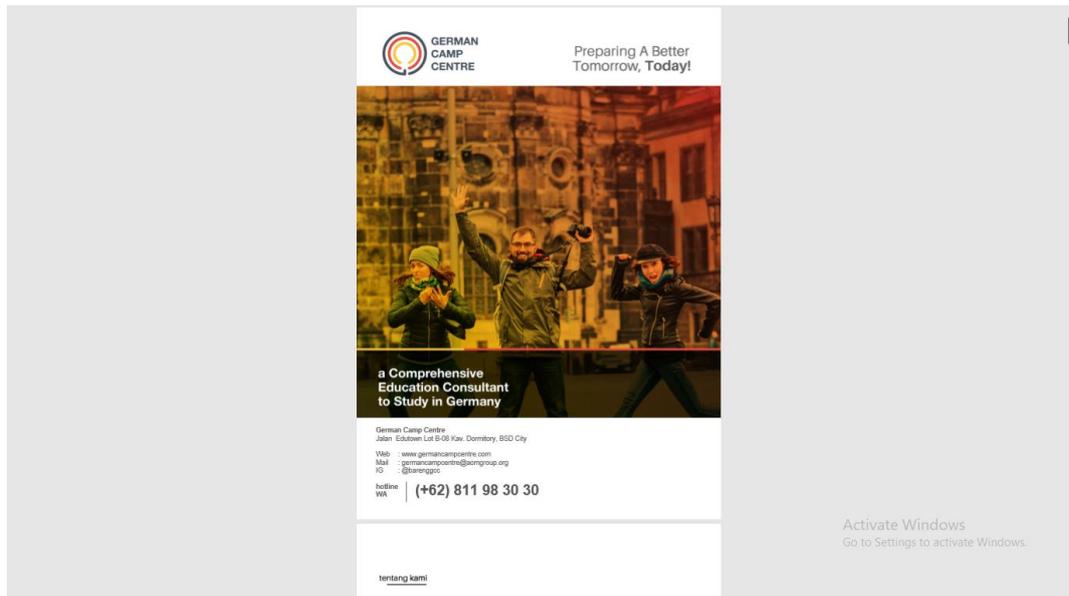
Booklet merupakan salah satu media yang diandalkan oleh divisi marketing dalam menjalankan tugas, penulis diberikan pemahaman bahwa sebenarnya presentasi dan *booklet* lah yang menjadi ujung tombak GCC dalam mendapatkan calon murid baru setiap tahunnya, isi dan cara presentasi memang menjadi bahan pertimbangan utama setiap calon siswa/i GCC atau orangtua murid untuk bergabung dalam GCC, tapi media penyampaiannya pun harus turut menunjang proses tersebut, maka dari itu penulis diberikan tugas untuk membuat *booklet* dan juga *power point* yang menarik, padat dan jelas serta dapat menggambarkan GCC secara garis besar. Penulis diberikan kebebasan dalam merancang khususnya didalam perancangan *booklet*.

c. Pembuatan *booklet* dan *power point* presentasi

Penulis melakukan wawancara terlebih dahulu kepada Aulia Rachman selaku CEO dari GCC, beliau menyampaikan hal-hal apa saja yang harus ada didalam *booklet* dan juga konsep yang diinginkan, proses ini tergolong cepat karena komunikasi yang cukup baik sehingga mudah menyamakan pandangan. Pada proses pembuatan *power point* presentasi, penulis lebih sering menggali hal-hal yang diinginkan oleh divisi marketing dengan lebih sering berkomunikasi dan ikut terlibat dengan divisi *marketing* agar dapat membuat *power point* se jelas mungkin. Dari hasil proses tersebut penulis mulai membuat beberapa alternatif *booklet* dan *layout* presentasi sesuai keinginan CEO dan juga divisi *marketing*. Konsep yang sudah disepakati bersama langsung dieksekusi menjadi *booklet* dan *power point* presentasi dengan menggunakan media aplikasi *Adobe Illustrator* dan *Adobe Photoshop*.



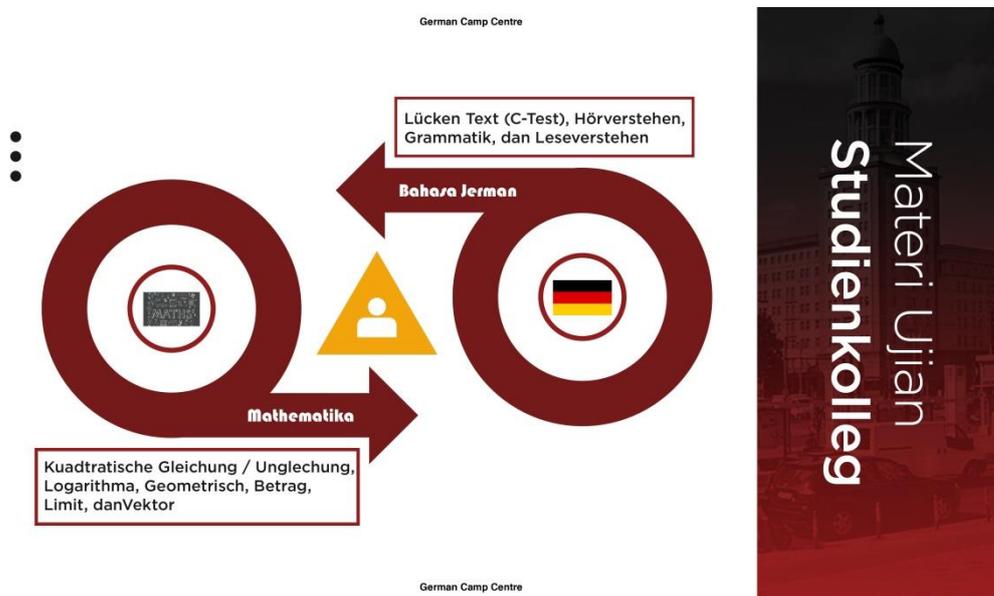
Gambar 3.10. Pembuatan booklet GCC



Gambar 3.11. Tampilan cover booklet GCC



Gambar 3.12. Layout cover power point divisi marketing GCC



Gambar 3.13. Power point divisi marketing GCC

3.3.2. Kendala yang Ditemukan

Selama penulis menjalani praktek kerja magang di German Camp Centre, penulis hanya menemukan beberapa masalah yang tidak bersifat fatal. Masalah yang penulis miliki rata-rata dapat langsung dibenahi karena dapat dikomunikasikan

dengan baik bersama pembimbing lapangan. Kendala-kendala yang penulis temukan hanya berupa kendala kecil yang dapat segera dibenahi, yaitu:

- a. Waktu dan *schedule* dengan narasumber saat proses pembuatan video atau pengambilan foto terkadang melenceng atau lari dari jadwal dan belum mempersiapkan dengan matang
- b. *Miscommunication* antara instruksi dari CEO kepada pembimbing lapangan juga pernah di alami oleh penulis. Maksud yang tersirat oleh CEO salah diartikan oleh pembimbing lapangan sehingga pesan CEO tidak tersampaikan dengan jelas sehingga adanya pengulangan pekerjaan karena hal tersebut.
- c. Perubahan konten yang tiba-tiba dan penjadwalan *postingan* berubah dari jadwal yang sudah disepakati diawal sehingga harus mengatur ulang rencana kerja yang akan dilakukan dan pekerjaan mana yang harus lebih diprioritaskan.
- d. Waktu untuk berkomunikasi dengan tim marketing terbatas sehingga terkadang menimbulkan kesalahan dalam proses pembuatan *marketing tools*.

3.3.3. Solusi Atas Kendala yang Ditemukan

Kendala dan halangan yang penulis temui di atas dapat teratasi dengan meminta rancangan garis besar konten yang akan diberikan sehingga pada waktu luang penulis dapat menyiapkan dan mencicil pembuatan konten-konten yang terjadwal pada bulan itu, ketika ada perubahan jadwal postingan penulis sudah siap dengan konten yang sudah dibuat sebelumnya. Pembagian waktu kerja juga penulis benahi, postingan yang sudah terjadwal dilakukan konfirmasi setidaknya dua hari sebelum postingan tersebut akan di upload ke Instagram sehingga semua aspek sudah siap.

Untuk menangani *miscommunication*, ataupun perbedaan maksud antara pihak marketing, pengawas lapangan dan penulis, biasanya penulis berinisiatif untuk menggali maksud dan tujuan pihak marketing yang kadang kurang tersampaikan kepada pembimbing lapangan karena waktu berdiskusi yang kurang, penulis juga turut melakukan konfirmasi dalam hal konsep yang akan digarap setidaknya dua sampai tiga kali sebelum konsep tersebut akan divisualisasikan, penulis membatasi revisi sampai dengan tiga kali agar tidak terjadi penggantian konsep secara mendadak lagi.