



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, 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 kegiatan kerja magang sebagai *Graphic Designer* di dalam tim produksi Kognisi, yang merupakan *platform* berisi video pembelajaran hasil karya tim *Corporate Human Resources* Kompas Gramedia.

1. Kedudukan

Sebagai *Graphic Designer Intern* di *Corporate Human Resources* Kompas Gramedia, penulis bekerja di dalam tim produksi yang dipimpin Bpk. Muhammad Irham Ramadhan, S. Psi., selaku *Head of Production Team*. Tim produksi sendiri merupakan gabungan dari tim *videographer* dan *video editor*, tim desainer grafis, tim *motion graphic artist*, dan tim *voice-over artist*.



Gambar 3.1. Struktur Tim Produksi *Corporate Human Resources* KG

(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

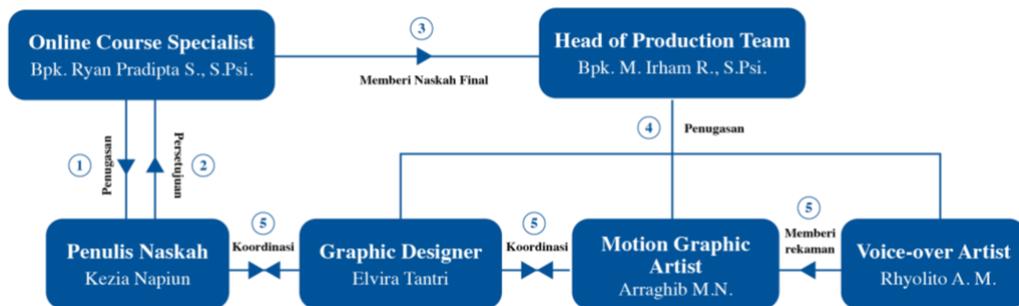
2. Koordinasi

Dalam pelaksanaannya, penulis berkoordinasi dengan tim yang berbeda-beda sesuai dengan proyek yang dikerjakan. Namun, semua bentuk visual yang dibuat oleh penulis wajib ditinjau oleh Bpk. Muhammad Irham, S. Psi., yang merupakan *Head of Production Team* sekaligus pembimbing lapangan penulis.

a. Koordinasi Materi Pembelajaran “Reinvent Your Organization”

Alur kerja akan dimulai setelah Bpk. Ryan Pradipta Suryadi, S. Psi., selaku *Online Course Specialist* menentukan topik utama video pembelajaran yang dibuat. Setelah ditentukan, penulis naskah mulai membuat naskah awal (*draft*) untuk dicek dan difinalisasi oleh *Online Course Specialist*. Tahapan setelah finalisasi naskah adalah pengisian suara yang dilakukan oleh *voice-over artist*. Bersamaan dengan hal tersebut, penulis mulai memvisualisasikan naskah agar menghasilkan aset visual dan alur penceritaan (*storyboard*) yang kemudian dianimasikan oleh *motion graphic artist*.

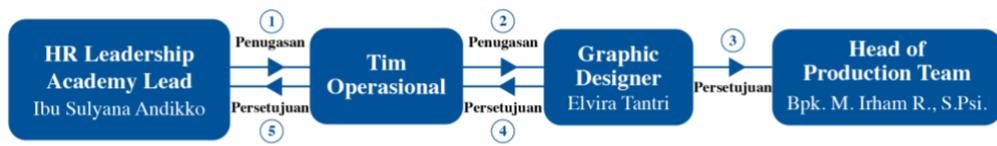
Koordinasi untuk proyek video pembelajaran ini dilakukan melalui aplikasi “Slack” dan juga pertemuan rutin setiap minggu. Pertemuan ini bertujuan agar semua pihak yang berpartisipasi dalam pengerjaan proyek dapat menyampaikan kendala dan perkembangan terbaru sesuai dengan perannya. Selain itu, pada pertemuan ini merupakan waktu di mana penulis dapat mengasistensi, dan mempresentasikan alur penceritaan (*storyboard*) setiap video yang telah dibuat. Hal tersebut bertujuan agar penulis dapat menyampaikan dasar-dasar penulis dalam pembuatan aset visual sehingga semua pihak yang berpartisipasi dalam pembuatan proyek paham mengenai visual yang dibuat. Selain itu, pada pertemuan tersebut bertujuan agar penulis mendapatkan masukan dari *Head of Production Team* mengenai visual proyek tersebut. Setelah dipresentasikan, jika tidak ada revisi dari *Head of Production Team* mengenai visualnya, penulis akan langsung memberikan *file* berbentuk *Adobe Illustrator* kepada *motion graphic artist* agar dapat diproses menjadi *motion graphic video*.



Gambar 3.2. Bagan Alur Koordinasi Materi Pembelajaran “Reinvent Your Organization”
(Sumber: Dokumentasi pribadi)

b. Koordinasi Materi Promosi Webinar Berbayar Kognisi

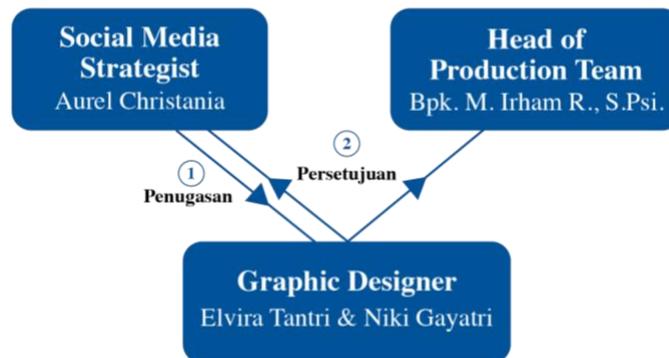
Setelah *HR Expertise Analyst* menetapkan topik mengenai webinar yang akan diselenggarakan, tim operasional akan membuat dokumen acara (*brief*) yang berisi keterangan webinar dari mulai judul webinar, tanggal serta waktu pelaksanaan, nama serta foto pengampu webinar, dan keterangan lainnya. Selanjutnya, dokumen acara (*brief*) tersebut akan diserahkan kepada penulis sebagai dasar perancangan materi promosi webinar. Setelah seluruh materi promosi selesai didesain, penulis mengasistensikan hasilnya kepada *Head of Production Team*. Jika *Head of Production Team* sudah menyetujui visualnya, penulis menyerahkan hasilnya kepada tim operasional untuk pengecekan terakhir terhadap kesalahan penulisan atau kekurangan informasi. Jika tidak ada revisi, materi promosi yang berupa Instagram feeds, Instagram Story, dan LinkedIn post diunggah di Instagram Kognisi dan LinkedIn Kompas Gramedia. Bersamaan dengan hal tersebut, penulis menyerahkan materi promosi yang berukuran 1920 px X 1080 px kepada *motion graphic artist* untuk dibuat menjadi *motion graphic video* dan ditampilkan di setiap pembukaan webinar.



Gambar 3.3. Bagan Alur Koordinasi Materi Promosi Webinar Berbayar Kognisi
(Sumber: Dokumentasi pribadi)

c. Koordinasi Konten Instagram Kognisi

Tim desainer, termasuk penulis diberi gambaran perencanaan konten media sosial dan informasi pendukung yang sudah difinalisasi terlebih dahulu oleh *Social Media Strategist* sebagai dasar pembuatan desain konten Instagram. Setelah selesai didesain, penulis mengasistensikan hasilnya kepada *Social Media Strategist* dan *Head of Production Team* untuk pengecekan mengenai visual dan kesalahan penulisan. Jika disetujui oleh keduanya, *Social Media Strategist* akan mengunggahnya di akun Instagram @KognisiKG.



Gambar 3.4. Bagan Alur Koordinasi Konten Instagram Kognisi
(Sumber: Dokumentasi pribadi)

3.2. Tugas yang Dilakukan

Berikut ini merupakan tabel berisi hal-hal yang penulis lakukan selama magang:

Tabel 3.1. Tabel keterangan tugas yang dilakukan penulis

(Sumber: Dokumentasi pribadi)

No.	Minggu	Proyek	Keterangan
1.	1	1. <i>Asset</i> visual video pembelajaran 2. Konten Instagram Kognisi 3. KG Leadership Model 4. Materi promosi webinar berbayar	<ul style="list-style-type: none"> - Mendesain aset visual untuk <i>motion graphic video</i>: <ul style="list-style-type: none"> ○ “Reinvent Your Organization” bagian 1 ○ “Indonesia Bingung” bagian 1 - Mendesain laman (<i>feeds</i>) Instagram <ul style="list-style-type: none"> ○ “Kesulitan Mendaftar Webinar Kognisi?” ○ We Provide You with More Insightful Courses ○ “Bagaimana Cara Mendaftar Elective Class dan Masterclass?” - Mendesain buku panduan mengenai Kompas Gramedia Leadership Model 2020 beserta revisinya - Mendesain materi promosi webinar “Business Shift!” dan “How to Build a Product that People Love” <ul style="list-style-type: none"> ○ <i>Feeds</i> Instagram ○ <i>Story</i> Instagram ○ <i>Thumbnail MyValue</i> ○ Sertifikat

2.	2	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Asset</i> visual video pembelajaran dan pembukaan webinar 2. Konten Instagram Kognisi 3. <i>KG Leadership Model</i> 4. <i>Thumbnail</i> Video Kognisi 	<ul style="list-style-type: none"> - Mendesain <i>asset</i> visual untuk <i>motion graphic video</i>: <ul style="list-style-type: none"> ○ “Reinvent Your Organization” bagian 2 ○ “Apa itu <i>E-Sports</i>?” ○ Pembuka webinar Alm. Sapardi Djoko Damono - Mendesain <i>feeds</i> Instagram <ul style="list-style-type: none"> ○ “How to Build a Product That People Love?” - Mendesain PPT pelatihan Kompas Gramedia <i>Leadership Model</i> untuk Kompas.com - Mendesain <i>thumbnail</i> video Kognisi: <ul style="list-style-type: none"> ○ <i>Lessons learned from Disney’s ex-CEO Robert Iger</i> ○ Indonesia Bingung ○ <i>E-sports series: Critical Communication</i>
----	---	--	---

3.	3	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Asset</i> visual video pembelajaran 2. Konten Instagram Kognisi 	<ul style="list-style-type: none"> - Mendesain <i>asset</i> visual untuk <i>motion graphic video</i>: <ul style="list-style-type: none"> ○ “Reinvent Your Organization” bagian 3 ○ “Leadershift” bagian 1 - Mendesain <i>feeds</i> Instagram <ul style="list-style-type: none"> ○ “Hal apa saja yang membuat kamu kangen dengan kantor?” ○ “2 Metode <i>Problem Solving</i>” ○ “Selamat Hari Raya Idul Adha”
4.	4	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Asset</i> visual video pembelajaran dan pembukaan webinar 2. Konten Instagram Kognisi 3. <i>Header</i> Artikel MyKG 4. Materi promosi webinar gratis 5. <i>Thumbnail</i> Video Kognisi 6. <i>Icon</i> situs MyKG 	<ul style="list-style-type: none"> - Mendesain <i>asset</i> visual untuk <i>motion graphic video</i>: <ul style="list-style-type: none"> ○ “Reinvent Your Organization” bagian 4 ○ “Leadershift” bagian 2 ○ Pembuka webinar bersama Lifepack dan <i>e-sports</i> - Mendesain <i>feeds</i> Instagram <ul style="list-style-type: none"> ○ “Apa itu <i>Big Data</i>?” - Mendesain <i>header</i> untuk artikel di MyKG: <ul style="list-style-type: none"> ○ Future-proof Leader ○ Yuk, akses Kognisimu! - Mendesain materi promosi webinar gratis “Lifepack” dan “E-Sports”

			<ul style="list-style-type: none"> ○ <i>Feeds</i> Instagram Kognisi & UMN (untuk Diagram) ○ <i>Story</i> Instagram Kognisi & UMN (untuk Diagram) ○ <i>Thumbnail</i> Kognisi - Mendesain <i>thumbnail</i> video di Kognisi: <ul style="list-style-type: none"> ○ MELEDEK PUBG ○ <i>Channel e-sports</i> - Mendesain <i>icon</i> di situs <i>mykg.id</i>
5.	5	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Asset</i> visual video pembelajaran dan pembukaan webinar 2. Konten Instagram Kognisi 3. Materi promosi webinar berbayar 4. <i>Thumbnail</i> di Kognisi 	<ul style="list-style-type: none"> - Mendesain <i>asset</i> visual untuk <i>motion graphic video</i>: <ul style="list-style-type: none"> ○ “Reinvent Your Organization” bagian 5 ○ “Leadershift” bagian 3 ○ Pembuka webinar materi promosi “Polish Your Copywriting Skills” ○ <i>House rules</i> pelatihan Kompas.com - Mendesain <i>feeds</i> Instagram <ul style="list-style-type: none"> ○ “Tips Belajar <i>Online</i> di Rumah” ○ “Mengelola Identitas Personal dan Profesional di Media Sosial” - Mendesain materi promosi webinar berbayar “Polish Your Copywriting Skills”

			<ul style="list-style-type: none"> ○ <i>Feeds</i> Instagram Kognisi ○ <i>Story</i> Instagram Kognisi ○ <i>Thumbnail MyValue</i> <p>- Mendesain <i>thumbnail</i> di Kognisi:</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ <i>In-class Leadership</i> Kompas.com ○ <i>Channel Ideation Box</i>
6.	6	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Asset</i> visual video pembelajaran dan pembukaan webinar 2. Materi promosi webinar berbayar 3. Header MyKG & Klasika 4. Oetama Cup 	<p>- Mendesain <i>asset</i> visual untuk <i>motion graphic video</i>:</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ “Reinvent Your Organization” bagian 6 ○ “Leadershift” bagian 4 ○ Pembuka webinar materi promosi “Building Personal Resilience” <p>- Mendesain materi promosi webinar berbayar “Building Personal Resilience”</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ <i>Feeds</i> Instagram Kognisi ○ <i>Story</i> Instagram Kognisi ○ <i>Thumbnail MyValue</i> <p>- Mendesain header MyKG & Klasika untuk artikel “Bangun Strategi Pemasaran Berdasarkan Empati”</p> <p>- Mendesain <i>asset</i> visual untuk <i>bumper</i> video Oetama Cup:</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ MELEDEK <i>MLBB</i>

			<ul style="list-style-type: none"> ○ <i>Thumbnail MLBB Matchday 1</i>
7.	7	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Asset visual video pembelajaran dan pembukaan webinar</i> 2. <i>Konten Instagram Kognisi</i> 3. <i>Webinar berbayar Kognisi</i> 4. <i>KG Leadership Model 2020</i> 5. <i>Header artikel di MyKG</i> 6. <i>Career Preparation Training bersama Tanoto Foundation</i> 	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Mendesain asset visual untuk motion graphic video:</i> <ul style="list-style-type: none"> ○ <i>“Reinvent Your Organization” bagian 7</i> ○ <i>“Leadershift” bagian 5</i> - <i>Mendesain feeds Instagram</i> <ul style="list-style-type: none"> ○ <i>“Tempat kerja menarik bagi milenial”</i> ○ <i>“Bahasa Inggris adalah bahasa global, Kok Bisa?”</i> ○ <i>“Jangan pernah takut membuat kesalahan</i> - <i>Menyusun Term of References webinar “How to Visualize Data into a Meaningful Insight”</i> - <i>Membantu teknis pelatihan Leadership Model untuk Kompas.com</i> - <i>Mendesain header artikel MyKG Content List</i> - <i>Career Preparation Training:</i> <ul style="list-style-type: none"> ○ <i>Mendesain PPT Outline materi webinar</i> ○ <i>Mendesain asset motion graphic panduan penggunaan KG Life</i>

			(aplikasi Happy5 Culture)
8.	8	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Asset</i> visual video pembelajaran dan pembukaan webinar 2. Materi promosi webinar berbayar Kognisi 3. <i>Career Preparation Training</i> bersama Tanoto Foundation 	<ul style="list-style-type: none"> - Mendesain <i>asset</i> visual untuk <i>motion graphic video</i>: <ul style="list-style-type: none"> ○ “Leadershift” bagian 6 ○ Materi promosi webinar <i>Data Visualization, UX Designer</i>, dan <i>Critical Researcher</i> - Mendesain materi promosi webinar berbayar <i>Data Visualization, UX Designer</i>, dan <i>Critical Researcher</i>: <ul style="list-style-type: none"> ○ <i>Feeds</i> Instagram Kognisi ○ <i>Story</i> Instagram Kognisi ○ <i>Thumbnail MyValue</i> - <i>Career Preparation Training</i>: <ul style="list-style-type: none"> ○ Mendesain buku panduan peserta <i>Career Preparation Training</i> ○ Mendesain <i>post</i> harian KG Life

3.3. Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Kegiatan kerja magang yang penulis laksanakan di Kompas Gramedia berlangsung selama 2 bulan, dari tanggal 13 Juli 2020 hingga 13 September 2020. Dalam kurun waktu tersebut, penulis memiliki tugas utama yaitu membuat *asset* visual untuk konten video pembelajaran di *platform* Kognisi. Selain itu, penulis juga bertanggung jawab atas pembuatan desain materi promosi webinar berbayar

Kognisi, pembuatan desain konten Instagram @KognisiKG, pembuatan desain untuk proyek Kompas Gramedia *Leadership Model 2020*, pembuatan desain *thumbnail* di platform Kognisi, dan pembuatan desain untuk proyek *Career Preparation Training* bersama Tanoto Foundation.

3.3.1. Proses Pelaksanaan

Dalam pelaksanaannya, penulis telah mengerjakan banyak proyek bersama tim produksi di *Corporate Human Resources* Kompas Gramedia. Berikut ini merupakan uraian dari beberapa proyek yang telah penulis kerjakan.

3.3.1.1. Materi Pembelajaran “Reinvent Your Organization”

Materi pembelajaran dengan topik “Reinvent Your Organization” terdiri dari 7 video dengan judul masing-masing yaitu “Intro: Why Do We Need to Reinvent Organization”, “How Do the New Organization Work?”, “#1 Self-Management”, “#2 Wholeness”, “#3 Evolutionary Purpose”, “Where Do We Start?”, dan “Reinventing the Organization in Today’s Businesses”. Masing-masing dari video pembelajaran tersebut menjelaskan mengenai terobosan yang dilakukan oleh beberapa perusahaan besar dalam rangka memperbaiki manajemen organisasi yang telah gagal. Terobosan ini harapannya dapat terus diaplikasikan di lingkungan Kompas Gramedia agar kelekatan (*engagement*) karyawan terhadap perusahaan semakin meningkat.

3.3.1.1.1. Tahap *Briefing*

Pada tanggal 13 Juli 2020, penulis bersama dengan *motion graphic artist* diberikan *brief* oleh *Online Course Specialist, Head of Production Team*, dan penulis naskah mengenai gambaran besar dari proyek “Reinvent Your Organization”. Hasil yang diharapkan dari proyek ini merupakan *motion graphic video* dan *cheatsheet* yang isinya merupakan ringkasan materi dari setiap videonya. Penulis diberi kebebasan oleh Bpk. Muhammad Irham, S.Psi., selaku *Head of Production Team* untuk mengeksplorasi bermacam-macam gaya desain. Namun sebagai catatan, Bpk. Ryan Pradipta Suryadi, S.Psi., selaku *Online Course Specialist* berharap bahwa gaya desain yang penulis gunakan tetap terlihat modern dan profesional mengingat target

audiens merupakan karyawan Kompas Gramedia sendiri. Selain itu, sebagian besar karyawan menonton video pembelajaran tersebut pada saat jam kerja. Karyawan yang sedang bekerja di kantor tidak akan menggunakan penyuar telinga (*earphone*) sehingga tidak dapat mendengar audio yang terdapat di video pembelajaran. Oleh karena itu, *Online Course Specialist* berharap agar visual *storyboard* disertai dengan beberapa kata yang didesain agar tetap indah dan tidak mengganggu visual.

Penulis ditargetkan untuk menyelesaikan aset visual untuk semua video dalam waktu dua bulan yaitu sampai 13 September 2020. Dalam kurun waktu tersebut, diadakan pertemuan rutin mingguan yang dihadiri oleh *Online Course Specialist, Head of Production Team*, penulis naskah, dan *motion graphic artist*. Setiap pertemuan mingguan, penulis wajib mempresentasikan perkembangan *asset* visual dan alur penceritaan (*storyboard*)

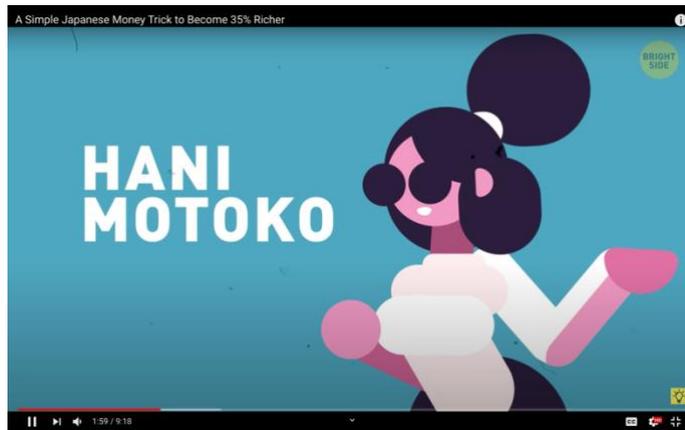
Scene #	Gambar	Audio
1		Intro: Why Do We Need to Reinvent The Organization?
2		Ada yang salah dari organisasi hari ini, yaitu, cara kita menjalankan organisasi saat ini, dirasa sudah tidak lagi relevan untuk dilakukan.
3		Sebuah survey yang diadakan pada tahun 2013 menemukan bahwa hanya 13 persen karyawan di seluruh dunia yang memiliki engagement dengan tempat kerjanya. Hal ini menunjukkan bahwa manajemen organisasi telah gagal dilakukan.
4		Namun, masih ada harapan bagi kita untuk memperbaiki manajemen organisasi saat ini. Course ini akan mengantar kita untuk memahami paradigma baru dalam Reinventing The Organization, serta memandu kita untuk mengimplementaskannya ke dalam organisasi maupun perusahaan kita. Sebelum sampai ke situ, perlu kita pahami bahwa seiring dengan berevolusinya manusia, organisasi pun juga berevolusi.
5		Para ahli mengatakan bahwa manusia tidak berevolusi setiap waktu, namun evolusi itu terjadi dengan lompatan yang tiba-tiba.
6		
7		

Gambar 3.5. Tangkapan Layar *Brief* yang Diberikan Melalui *Google Sheets*

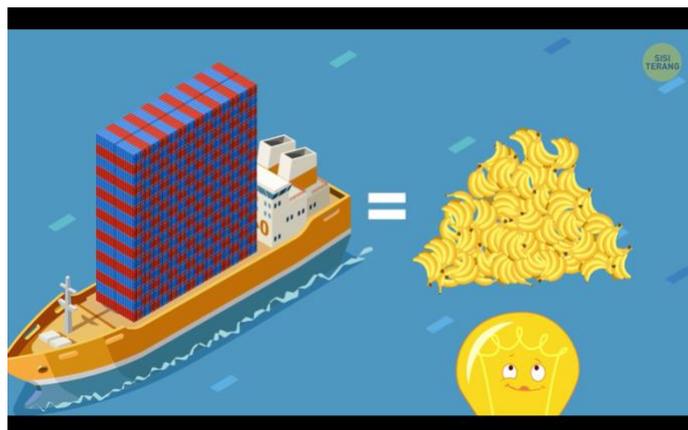
(Sumber: Dokumentasi pribadi)

3.3.1.1.2. Tahap Konseptualisasi

Setelah memahami *brief* setiap videonya, penulis mencoba untuk mencari referensi dari video-video pembelajaran yang sudah ada sebelumnya baik dari situs pembelajaran daring maupun dari *Youtube*. Di bawah ini merupakan contoh beberapa tangkapan layar yang menjadi referensi bagi penulis.



Gambar 3.6. Tangkapan Layar Video “A Simple Japanese Money Trick to Become 35% Richer” oleh Brightside sebagai Referensi
(Sumber: Youtube)



Gambar 3.7. Tangkapan Layar Video “Mengapa Kapal Dicat Merah di Bawah Garis Air” oleh Sisi Terang sebagai Referensi
(Sumber: Youtube)

Dari referensi video pembelajaran di atas, penulis memilih *flat design* sebagai gaya desain yang penulis gunakan dalam video pembelajaran. Tahap selanjutnya, penulis menentukan pilihan warna dan *typeface* yang digunakan pada semua aset visual yang penulis desain. Penulis memilih warna latar gradasi agar memberi kesan modern karena sesuai dengan salah satu tren desain di tahun 2020 menurut McCready (venngage.com, 2019). Sedangkan untuk *typeface*, penulis

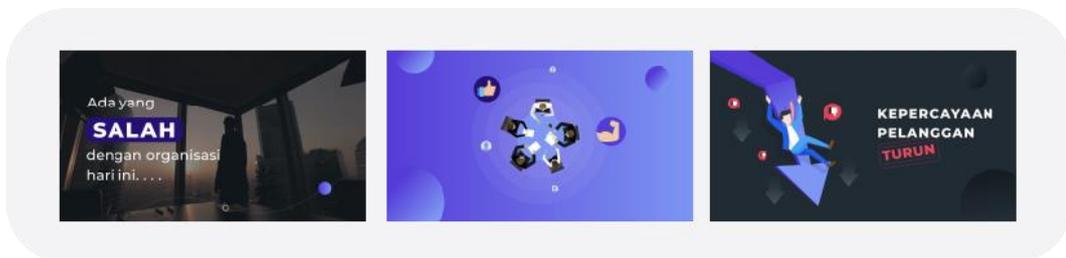
memilih “Montserrat” agar mudah terbaca dan tetap mencerminkan “profesionalisme” tanpa terkesan kaku mengingat *typeface* tersebut termasuk dalam *font Sans Serif*.

3.3.1.1.3. Tahap Digitalisasi

Mengingat *style* desain yang penulis pilih merupakan *flat design*, maka penulis menggunakan perangkat lunak “Adobe Illustrator” untuk membuat semua aset visual dalam proses digitalisasi. Dalam prosesnya, penulis mengunduh beberapa ilustrasi dari situs penyedia *vector* bebas biaya dengan tetap melakukan modifikasi agar sesuai dengan warna dan *style* yang penulis buat untuk setiap videonya. Setelah semua *asset* visual dalam setiap video selesai dibuat, penulis membuat *storyboard* akhir di *Google Slides* untuk dipresentasikan saat pertemuan rutin mingguan.

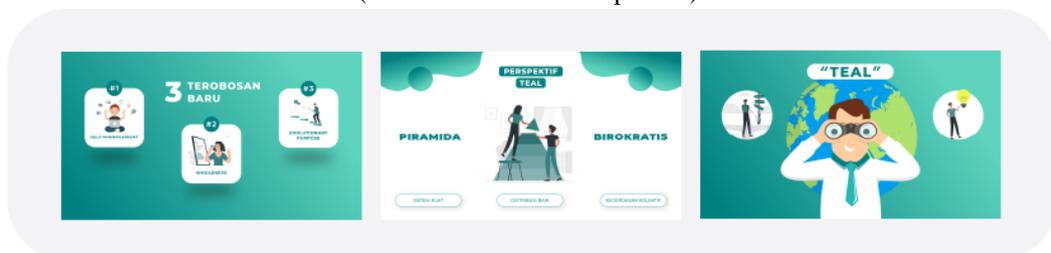
a. Alur Penceritaan (*Storyboard*)

Berikut ini merupakan beberapa pratinjau dari setiap video yang penulis buat:



Gambar 3.8. Pratinjau Video Pertama Materi “*Reinvent Your Organization*”

(Sumber: Dokumentasi pribadi)

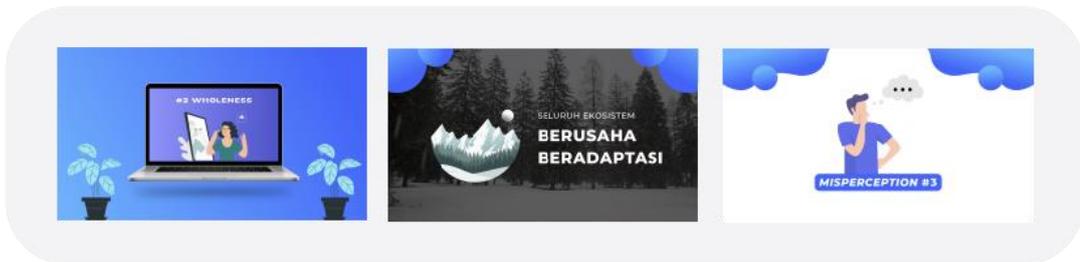


Gambar 3.9. Pratinjau Video Kedua Materi “*Reinvent Your Organization*”

(Sumber: Dokumentasi pribadi)



Gambar 3.10. Pratinjau Video Ketiga Materi “*Reinvent Your Organization*”
(Sumber: Dokumentasi pribadi)



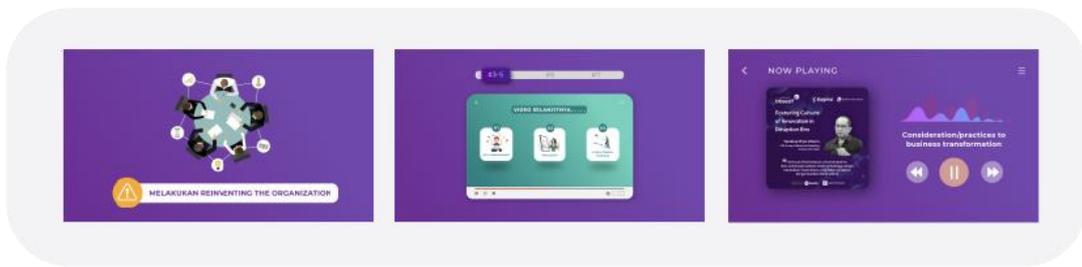
Gambar 3.11. Pratinjau Video Keempat Materi “*Reinvent Your Organization*”
(Sumber: Dokumentasi pribadi)



Gambar 3.12. Pratinjau Video Kelima Materi “*Reinvent Your Organization*”
(Sumber: Dokumentasi pribadi)



Gambar 3.13. Pratinjau Video Keenam Materi “*Reinvent Your Organization*”
(Sumber: Dokumentasi pribadi)



Gambar 3.14. Pratinjau Video Ketujuh Materi “*Reinvent Your Organization*”

(Sumber: Dokumentasi pribadi)

b. *Cheat Sheet*

Selain video pembelajaran, hasil yang diharapkan dari proyek ini adalah *cheat sheet*. *Cheat sheet* ini merupakan satu lembar rangkuman dari setiap video pembelajaran. Kegunaannya adalah untuk mengingatkan penonton dan sebagai referensi singkat terkait materi pembelajaran.

Cheat sheet ini berukuran A4, dan disimpan dalam bentuk *file* PDF. Dalam proses desainnya, penulis menggunakan warna sesuai dengan panduan merek (*brand guideline*) Kognisi dan memberikan ilustrasi yang berkaitan dengan video pembelajaran.

3.3.1.1.4. Tahap Evaluasi

Pada tahap terakhir, penulis mempresentasikan *storyboard* yang sudah ada di *Google Slides* untuk mendapatkan baik persetujuan maupun masukan dari semua pihak yang berpartisipasi di proyek ini. Jika masih terdapat revisi, penulis akan langsung merevisi pekerjaan penulis setelah presentasi dan mengasistensikannya lagi kepada semua pihak yang terlibat. Jika semua pihak sudah setuju, penulis mengunggah *raw file* berupa *file Adobe Illustrator* ke *Google Drive* untuk diproses oleh *motion graphic artist*.

3.3.1.2. Materi Promosi Webinar Berbayar Kognisi

Demi tercapainya tujuan Kognisi untuk membagikan wawasan kepada masyarakat luas, salah satu upaya yang telah dilakukan Kognisi adalah mengadakan kelas webinar. Kognisi memiliki dua jenis webinar, yaitu berbayar dan gratis. Webinar berbayar sendiri terdiri dari kelas elektif (durasi 1.5 jam) dan lokakarya

(*masterclass*) berdurasi empat jam. Keduanya memiliki perbedaan yang terletak pada durasi pelaksanaan dan kedalaman materi yang dibawakan.

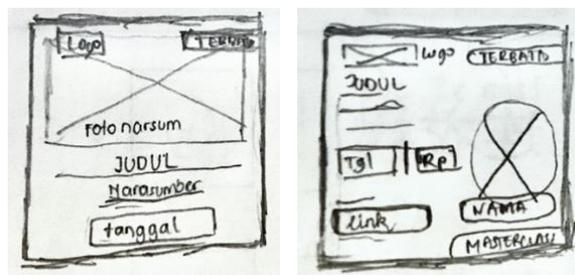
3.3.1.2.1. Tahap *Briefing*

Sebelum mendesain materi promosi, penulis mendapatkan dokumen acara dalam bentuk *Google Docs* dan foto pengampu webinar dari tim operasional. Dokumen acaranya sendiri berisi seluruh informasi mengenai pelaksanaan teknis webinar sehingga penulis dapat mengetahui informasi mengenai judul, waktu pelaksanaan, tempat pelaksanaan, nama pengampu webinar, materi yang akan dipelajari dan informasi-informasi lainnya yang diperlukan untuk mendesain materi promosi. Materi tersebut kemudian akan diunggah ke media sosial seperti Instagram @KognisiKG, media sosial pengampu webinar, dan LinkedIn Kompas Gramedia.

Karena desain materi promosi akan dipakai berulang kali, maka penulis diharapkan untuk tetap mengikuti aturan dari panduan merek (*brand guidelines*) Kognisi dalam hal pewarnaan dan *typeface*. Selain itu, penulis diminta untuk membuat desain yang terkesan lebih “elegant” dibanding materi promosi webinar gratis Kognisi.

3.3.1.2.2. Tahap *Konseptualisasi*

Langkah pertama, penulis membuat beberapa alternatif sketsa menggunakan pensil di kertas berukuran A4 untuk *layout Instagram feeds*. Setelah membuat sketsa dan mengasistensikan kepada *Head of Production*, penulis mendapatkan 2 sketsa yang disetujui oleh *Head of Production* seperti yang terlampir di bawah ini:



Gambar 3.15. Sketsa Desain yang Terpilih

(Sumber: Dokumentasi pribadi)

Selanjutnya, penulis menentukan *typeface* dan warna yang digunakan pada poster. Sebagaimana telah diketahui, Kognisi memiliki 2 jenis webinar berbayar yaitu kelas elektif (*elective class*) dan lokakarya (*Masterclass*). Maka dari itu, penulis menyisipkan elemen warna perak dan emas agar terlihat lebih elegan sesuai dengan brief. Agar tetap mengikuti aturan dalam panduan merek (*brand guidelines*) Kognisi, penulis menggunakan warna gradasi biru dan hijau sebagai warna latar dan menggunakan Ubuntu sebagai *typeface* utama dalam materi promosi.

3.3.1.2.3. Tahap Digitalisasi

Setelah melakukan proses konseptualisasi, penulis memulai untuk merancang desain materi promosi webinar menggunakan perangkat lunak *Adobe Illustrator* dan *Adobe Photoshop*. *Adobe Illustrator* penulis gunakan untuk meletakkan informasi berupa tulisan, sedangkan *Adobe Photoshop* penulis gunakan untuk menyunting gambar latar. Berikut ini adalah dua alternatif desain yang penulis ajukan kepada *Head of Production Team*, tim operasional, dan *HR Expertise Analyst*.



Gambar 3.16. Alternatif Desain Promosi Webinar Berbayar

(Sumber: Dokumentasi pribadi)

Setelah diajukan, semua pihak yang terlibat memilih jenis poster alternatif kedua. Namun, penulis diminta untuk memasukkan informasi mengenai materi

yang akan dipelajari. Sehingga penulis Kembali mengajukan alternatif ketiga yang berupa gambar di bawah ini.



Gambar 3.17. Desain Promosi Webinar Berbayar yang Terpilih
(Sumber: Dokumentasi pribadi)

Semua pihak setuju untuk menggunakan desain alternatif ketiga. Selanjutnya, penulis membuat desain tersebut untuk ukuran *Instagram story*, *header Google Form*, *thumbnail untuk MyValue*, dan aset visual *motion graphic* untuk video pembuka webinar yang terlampir pada gambar di bawah ini.



Gambar 3.18. Desain untuk *Story Instagram*
(Sumber: Dokumentasi pribadi)



Gambar 3.19. Desain untuk *Motion Graphic* Pembuka Webinar
(Sumber: Dokumentasi pribadi)



Gambar 3.20. Desain untuk *Header Google Form*
(Sumber: Dokumentasi pribadi)



Gambar 3.21. Desain untuk *Thumbnail MyValue*
(Sumber: Dokumentasi pribadi)

3.3.1.2.4. Tahap Evaluasi

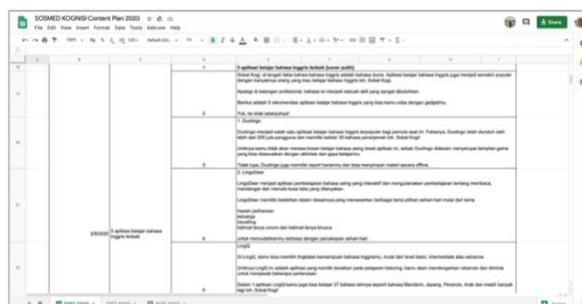
Setelah penulis menyelesaikan semua desain materi promosi, penulis kembali melaporkan desain tersebut melalui aplikasi *Slack* kepada *Head of Production Team*. *Head of Production Team* pun menyetujui desain penulis. Setelah itu, penulis memberikan materi promosi tersebut sekaligus mengonfirmasi keterangan poster pada tim operasional sebelum disebarluaskan oleh tim media sosial.

3.3.1.3. Konten Instagram Kognisi

Keberadaan akun Instagram Kognisi (@KognisiKG) adalah sebagai media informasi mengenai tips-tips pembelajaran maupun sebagai media untuk mempromosikan webinar yang diselenggarakan oleh Kognisi. Pada bagian ini, penulis akan menjelaskan langkah-langkah dalam mendesain *feeds* Instagram Kognisi.

3.3.1.3.1. Tahap Briefing

Penulis diberikan *brief* dalam bentuk teks (*copywrite*) oleh *Social Media Strategist* sebagai langkah awal. Di dalam *brief* tersebut, sudah tertera secara lengkap pembagian tulisan untuk setiap *slide* di *feeds* Instagram. Seperti desain materi promosi, penulis juga diwajibkan untuk mengikuti aturan merek Kognisi untuk penggunaan warna dasar dan *typeface*. Selain itu, *Social Media Strategist* menyarankan penulis untuk membuat desain dengan ukuran huruf yang lebih besar pada judul dibanding dengan desain laman muka pada unggahan-unggahan sebelumnya.

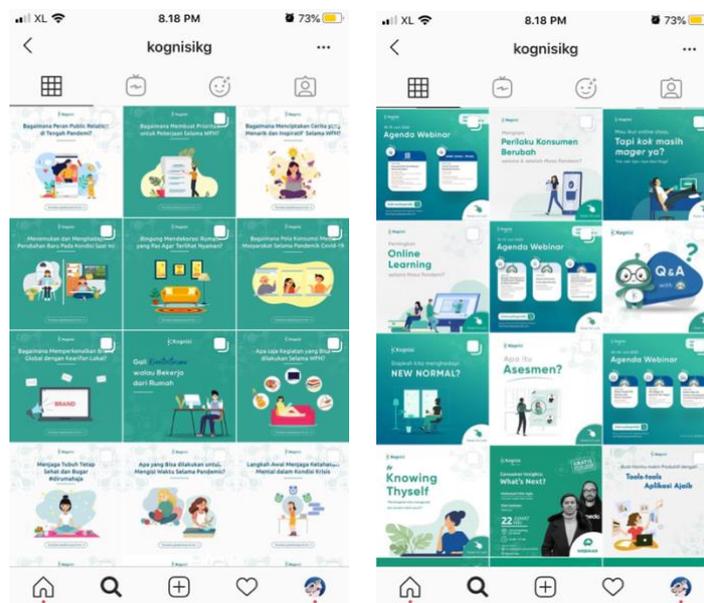


Gambar 3.22. Tangkapan Layar *Brief* Konten Instagram Kognisi
(Sumber: Dokumentasi pribadi)

Penulis diberikan waktu proses pengerjaan selama satu minggu, dari pemikiran konsep sampai dengan digitalisasi yang pada akhirnya harus dijelaskan atas konsep dari logo tersebut kepada *Creative Director*, *Design Manager* dan rekan-rekan *designer* lainnya. Hal ini bertujuan agar penulis mendapatkan masukan dari rekan-rekan *designer* yang telah memahami atas pengerjaan *branding* pada logo.

3.3.1.3.2. Tahap Konseptualisasi

Langkah awal yang penulis lakukan adalah melihat desain-desain pada unggahan Kognisi sebelumnya. Hal tersebut penulis lakukan agar dapat mengimbangi *style* desain pada unggahan sebelumnya. Selain itu, penulis mencari beberapa referensi desain *cover feeds* Instagram yang memiliki ukuran huruf cukup besar pada judul. Berikut merupakan desain unggahan Kognisi sebelumnya beserta referensi-referensi desain yang penulis gunakan dalam mendesain konten Instagram Kognisi.



Gambar 3.23. Tangkapan Layar Instagram @KognisiKG

(Sumber: Dokumentasi pribadi)

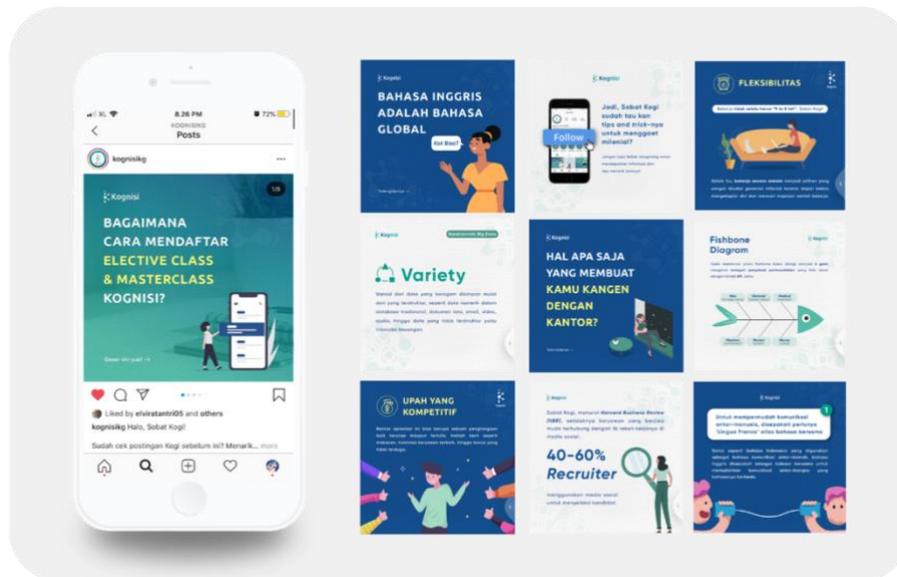


Gambar 3.24. Tangkapan Layar Instagram @meaningful.me
(Sumber: Dokumentasi pribadi)

Dalam pemilihan warna dan *typeface*, penulis mengikuti panduan merek Kognisi yaitu berwarna biru (*azure*), gradasi, dan hijau (*sapphire*) dengan *typeface* utama pada *headlines* adalah Ubuntu. Sedangkan untuk *body text*, penulis mengikuti *typeface* pada unggahan-unggahan di Instagram Kognisi sebelumnya, yaitu menggunakan Gilroy SemiBold. Penulis tidak mengubahnya karena menurut penulis, *typeface* tersebut mudah dibaca mengingat sifatnya yang geometris dan termasuk dalam kelompok *Sans Serif font*.

3.3.1.3.3. Tahap Digitalisasi

Setelah penulis mendapatkan referensi, penulis memutuskan untuk menggunakan *flat design style* sebagai ilustrasi untuk menyamakan dengan gaya desain pada unggahan-unggahan Kognisi sebelumnya. Karena tenggat waktu yang diberikan kepada penulis sangat sedikit, maka penulis beberapa kali mengunduh ilustrasi yang berlisensi gratis dari situs penyedia *vector* bebas biaya dengan tetap memodifikasinya. Sesuai dengan *brief*, penulis membuat ukuran huruf pada judul lebih besar daripada ukuran huruf judul di unggahan Kognisi sebelum penulis melakukan kerja magang. Berikut ini beberapa contoh konten Instagram yang penulis desain.



Gambar 3.25. Konten Instagram yang Penulis Desain
(Sumber: Dokumentasi pribadi)

3.3.1.3.4. Tahap Evaluasi

Setelah menyelesaikan desain, penulis biasanya langsung mengasistensikan hasilnya kepada *Head of Production Team* dan *Social Media Strategist* di grup percakapan aplikasi *Slack*. Evaluasi yang diberikan oleh keduanya cukup baik. Penulis sangat jarang diminta untuk merevisi hasil desain untuk konten Instagram.

3.3.2. Kendala yang Ditemukan

Kendala yang penulis temukan adalah pada saat mendesain konten Instagram Kognisi, *brief* yang penulis dapatkan berisi terlalu banyak tulisan di setiap *slide*-nya, bahkan hingga 2-3 paragraf. Dikarenakan tujuan awal Instagram Kognisi adalah untuk memberikan wawasan kepada masyarakat, maka sebagian besar informasi dalam dokumen ringkasan konten tidak dapat dikurangi. Hal tersebut menyebabkan penulis kesulitan untuk memberikan ilustrasi lebih banyak di setiap visual *post (slide)* Instagram.

3.3.3. Solusi atas kendala yang ditemukan

Berdasarkan kendala yang telah diuraikan di atas, penulis berusaha mencari solusinya baik dengan pembimbing lapangan penulis, maupun dengan pihak yang terlibat dalam pengerjaan proyek tersebut.

Seperti saat penulis kesulitan untuk memasukkan lebih banyak ilustrasi di *post* Instagram, penulis selalu berdiskusi dengan *Social Media Strategist* apakah kalimat yang menurut penulis redundan dapat dihilangkan agar paragraf terlihat lebih singkat. Tidak jarang, penulis harus melihat KBBI atau PUEBI daring untuk memastikan gramatika tata bahasa sudah sesuai. Selain menghilangkan kalimat, penulis juga mencari alternatif lain, yaitu memisahkan paragraf ke *slide* selanjutnya jika dirasa sudah terlalu banyak informasi dalam satu *slide*.