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.

Perpustakaan Univeristas Multimedia Nusantara

BAB III

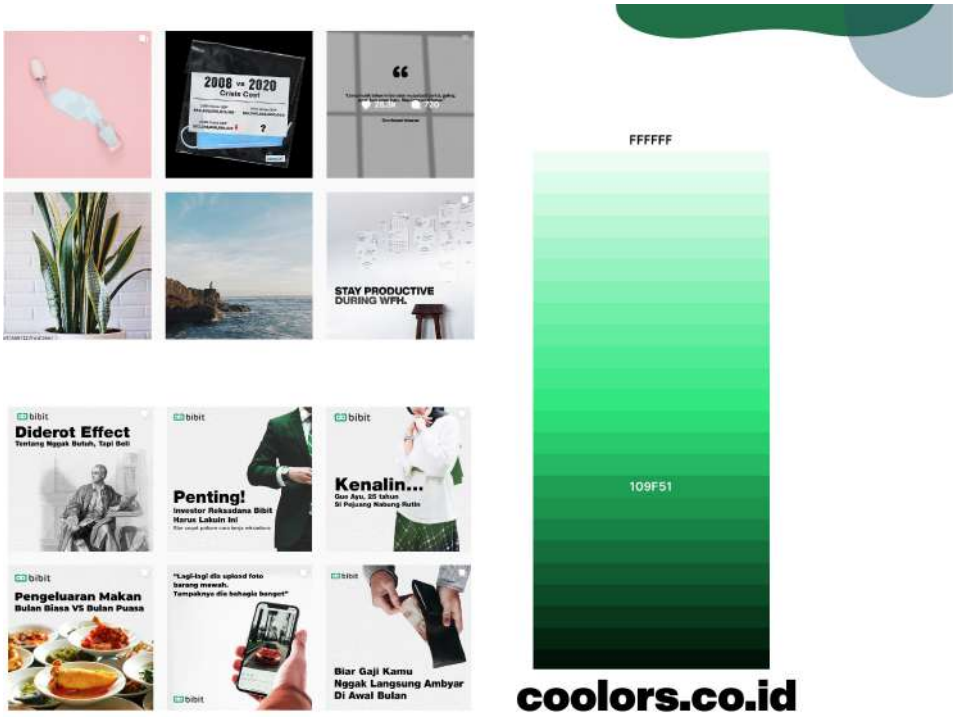
PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Pada program praktik kerja magang berlangsung, penulis ditempatkan sebagai *Graphic Designer* dengan diberikan tugas-tugas dan proses pengerjaannya dibimbing oleh pembimbing lapangan, yaitu Adrianus Alwyn selaku *Chief Marketing Officer*. Oleh karena itu, penulis bertugas dan bertanggung jawab atas proyek yang telah diberikan dengan cara mendesain segala keperluan promosi, seperti pembuatan instagram *feed*, brosur, *flyer,* power point presentasi *untuk pitching,* dan profil perusahaan yang dibutuhkan oleh setiap klien. Proyek keperluan promosi yang dikerjakan adalah untuk keperluan perusahaan yang bertujuan untuk mempromosikan perusahaan dengan media daring seperti instagram dan laman web, kemudian promosi perusahaan lewat *offline* dengan melakukan penyebaran brosur dan *flyer* setiap kali mengadakan kunjungan ke *business expo*.

Dalam menjalankan tugas sebagai *graphic designer*, proyek yang di terima oleh penulis diperoleh dari Bobby Hartanto selaku *Chief Executive Officer*. Setelah itu proyek diserahkan kepada Adrianus Alwyn selaku *Chief Marketing Officer* Kemudian, proyek tersebut di *briefing* secara lebih rinci kepada penulis. Dan divisi *Content Maker* kemudian sebelum merancang desain penulis melakukan brainstorming dahulu dengan divisi *Content Maker* seperti membantu membuat konten yang bersumber dari artikel yang berasal dari laman web yang memiliki data yang kredibel, Setelah konten sudah dirancang penulis dan divisi konten akan melaporkan konten kepada Adrianus Alwyn, setelah disetujui. Penulis merancang desain yang sesuai dengan isi konten, kemudian penulis mengajukan hasilnya desain kepada Adrianus Alwyn untuk mendapatkan kelayakkan sesuai dengan standar yang telah ditentukan oleh Bobby Hartanto selaku Chief Executive Officer. Apabila hasil *final* desain tidak sesuai dengan

keinginan klien maka akan dilakukan revisi, Apabila hasil *final* desain telah sesuai dengan keiinginan Bobby Hartanto, maka penulis akan memberikan file *final* desain kepada Bobby Hartanto untuk di unggah di instagram, laman web, dan keperluan perusahaan.



Gambar 3.1. Refrensi Konten, layout, dan warna

3.2 Tugas yang dilakukan

Selama praktik kerja magang berlangsung, penulis mengerjakan proyek yang berhubungan dengan keperluan promosi perusahaan PT. Joinan Kapital Indonesia. Berikut ini merupakan rincian secara detail mengenai pekerjaan-pekerjaan yang dilakukan oleh penulis selama kerja magang, yaitu:

Tabel 3.1 *Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Magang*

No.	Minggu Ke-	Proyek yang Dilakukan	Keterangan

1.	Minggu ke- 1 (27 Januari – 31 Januari 2020)	• Keperluan perusahaan	• Pengenalan team • Memvisualisasikan konten tentang fakta perusahaan yang di unggah ke instagram • Membuat maskot perusahaan • Membuat infografis tentang UMKM
2.	Minggu ke- 2 (4 Februari – 7 Januari 2020)	• Keperluan perusahaan	• Membuat visualisasi tentang UMKM untuk di *input* kedalam *power point* • Membuat template untuk *feed* instagram • Mendiskusikan isi konten serta desain • profl perusahaan • Mendesain *feeds* insatagram untuk bulan Februari
3.	Minggu ke- 3 (10 Februari-14 Februari 2020)	• Keperluan perusahaan	• Memvisualkan penjelasan tentang *fintech* untuk power point • Mulai merancang profil perusahaan • Membuat *asset vector* untuk video perusahaan

			• Mendesain *feeds* insatagram untuk bulan Februari
4.	Minggu ke- 4 (17 Februari -21 Februari 2020)	• Keperluan Perusahaan	• *Brainstorming* konten untuk *feed* instagram bulan Maret dengan divisi konten • Menyicil desain untuk *feed* instagram bulan Maret
5.	Minggu ke- 5 (24 Februari - 28 Februari 2018)	• Keperluan Perusahaan	• Menyelesaikan *feed* instagram untuk bulan Maret • Revisi setiap cover *feeds* instagram • Mendesain brosur dan *flyer* perusahaan
6.	Minggu ke 6 (2 Maret – 6 Maret 2020)	• Keperluan perusahaan	• Revisi *flyer* dan brosur perusahaan • Membantu ide podcast dengan divisi konten • Revisi *feed* instagram
7.	Minggu ke 7 (9 Maret- 13 Maret 2020)	• Keperluan Perusahaan	• *Brainstorming* dengan divisi konten untuk *feed* instagram bulan April • Menyicil *feed* instagram bulan April • Membagikan brosur dan *flyer* di *Franchise*

			Expo
8.	Minggu ke 8 (16 Maret - 20 Maret 2020)	• Keperluan perusahaan	• Brainstorming ulang untuk *feed* instagram bulan April karena *covid-19* • Merivisi *feed* instagram bulan april (karena pandemi *covid-19*)
9.	Minggu ke 9 (23 Maret - 27 Maret 2020)	• Keperluan perusahaan	• Merivisi semua *feed* instagram bulan april (karena pandemic *covid-19*)
10.	Minggu ke 10 (30 Maret - 3 April 2020)	• Keperluan perusahaan	• Merivisi semua *feed* instagram bulan april • (karena pandemi *covid-19*)
11.	Minggu ke 11 (6 April - 10 April 2020)	• Keperluan perusahaan	• Merivisi semua *feed* instagram bulan april • (karena pandemi *covid-19*)
12.	Minggu ke 12 (13 April - 17 April 2020)	• Keperluan perusahaan	• Brainstorming dengan divisi konten untuk *social campaign* berupa galang dana • Melanjutkan desain

			feed instagram bulan april
13.	Minggu ke 13 (20 April - 24April 2020)	• *Social Campaign* bekerja sama dengan kembaranusa dan SIMA (sahabat maju Indonesia)	• Membuat poster untuk keperluan *social campaign* • Melanjutkan desain *feed* instagram bulan april • Membuat *template* untuk proposal yang akan diberikan kepada pihak SIMA dan kembaranusa
14.	Minggu ke 14 (27 April 2020)	• Keperluan perusahaan	• Menyelesaikan *feed* instagram bulan april

3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Pekerjaan yang dilakukan penulis selama praktik kerja magang adalah membantu pembuatan desain untuk promosi perusahaan PT. Joinan Kapital Indonesia serta merancang *social campaign* dengan divisi konten yang bertujuan untuk mendonasikan kebutuhan pokok seperti sembako dan masker kain. Waktu yang diperlukan oleh penulis untuk menyelesaikan setiap proyek dari Bobby Hartanto selaku *Chief Executive Officer* kemudian di *briefing* secara lebih rinci oleh Adrianus Alwyn selaku *Chief Marketing Officer*. Langkah selanjutnya *brief* pada umumnya dibuat dengan tabel yang dibagikan untuk divisi konten selama sebulan yang harus diselesaikan dalam waktu satu hingga dua minggu. Tahapan selanjutnya adalah penulis mulai mencari referensi desain sesuai dengan standar

desain yang telah diinginkan oleh Bobby Hartanto selaku *Chief Executive Officer*. Setelah itu, penulis merancang desain digital. dengan *software* seperti *Adobe illustrator* dan *Adobe Photoshop*. Kemudian, hasil desain diberikan kepada Adryanus Alwyn dalam bentuk *soft file* sebelum diteruskan kepada Bobby Hartanto.

3.3.1 Perancangan *Social Campaign Pandemi Covid-19*

3.3.1.1 *Brief*

Penulis diberikan proyek oleh Bobby Hartanto selaku Chief Executive Officer untuk membuat kampanye sosial untuk membantu masyarakat yang berada pada ekonomi menengah ke bawah dan membantu tenaga medis dengan cara bekerja sama SIMA (Sahabat Indonesia Maju) dan Kembaranusa dengan menggalang dana melalui media sosial yang kemudian akan dibelikan 1000 masker kain dan alat perlengkapan untuk tenaga medis kemudian dibagikan kepada masyarakat kurang mampu dan tenaga medis. Penulis dibantu dengan divisi konten untuk membuat proposal dan juga poster yang akan diposting di media sosial terutama di instagram.

3.3.1.2 Konsep

Konsep yang dibuat oleh penulis dan divisi konten adalah dengan membuat proposal yang berisi tentang gambaran umum PT. Joinan Kapital Indonesia serta program donasi masker untuk masyarakat kurang mampu, kemudian ditambahkan *template* agar terlihat menarik serta poster yang menggunakan gambar masker dan penggunaan warna hijau pada logo PT. Joinan Kapital Indonesia.

3.3.1.3 Perancangan

Kemudian penulis menvisualkan konsep yang ada dengan *software* Adobe illustrator dan Adobe Photoshop.

Gambar 3.1 Poster Social Campaign Perusahaan

Cover depan bertuliskan " Ayo kita lawan COVID-19." Merupakan pesan singkat ingin disampaikan oleh Bobby Hartanto selaku *Chief Executive Officer* kepada masyarakat Indonesia bahwa kita harus bersatu untuk membasmi *covid-19.* Kemudian masker dijadikan sebagai ikon pada poster karena masker merupakan alat yang akan disumbangkan dalam jumlah besar kepada masyarakat, serta warna hijau pada latar merupakan warna hijau yang terletak pada logo PT. Joinan Kapital Indonesia.

Gambar 3.2 Cover Depan dan Belakang Proposal Kampanye Sosial

Gambar 3.3 Isi Proposal Kampanye Sosial

3.3.2 Perancangan *Company Profile Perusahaan*

3.3.2.1 *Brief*

Penulis mendapatkan proyek dari Bobby Hartanto selaku *Chief Executive Officer* untuk membuatkan *company profile* perusahaan. Bobby Hartanto meminta dibuatkan konsep desain yang sesuai dengan logo perusahaan dan jenis industri perusahaan di bidang tambang batubara. Bobby Hartanto memberikan data-data perusahaan dalam bentuk powerpoint dan foto, kemudian data tersebut digunakan dalam pembuatan *company profile.* Waktu pembuatan dari *company profile* ini adalah 7 hari.

3.3.2.2 Konsep

Penulis melakukan riset terhadap perusahaan dengan bertanya langsung kepada Bobby Hartanto selaku *Chief Executive Producer* dan laman web PT. Joinan Kapital Indonesia agar data yang diriset sesuai dan lengkap. Setelah melengkapi data-data tersebut penulis membuat konsep desain yang sesuai dengan perusahaan Kemudian penulis mendapatkan konsep desain untuk menggambarkan perusahaan dibidang jasa keuangan serta memiliki target pasar yang luas dengan menambahkan elemen grafis berbentuk abstrak yang menyerupai lengkungan melambangkan target pasar yang luas dan dinamis serta penulis memilih warna hijau yang merupakan warna yang terdapat pada logo perusahaan tersebut. Bobby Hartanto juga menginginkan penggunan photo sebagai elemen grafis serta vector agar terlihat menarik untuk di presentasikan kepada calon klien.

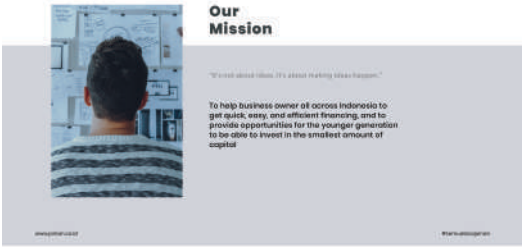
Gambar 3.4 Font dan Palet Warna Company Profile

3.3.2.3 Perancangan

Setelah mendapatkan konsep desain untuk *company profile*, penulis mencoba untuk menvisualkan konsep desain menggunakan *software Adobe Illustrator*. *Company profile* ini di desain dengan ukuran kertas a4 *landscape* dan jumlah halaman sebanyak 12 halaman, termasuk 1 cover depan dan 1 cover belakang. *Company profile* menggunakan font Nunito Sans regular dan *extra bold*. Kemudian hasil desain yang telah dibuat akan diberikan langsung kepada Bobby Hartanto selaku *Chief Executive Officer* yang akan digunakan ketika sedang mempromosikan perusahaan kepada klien.

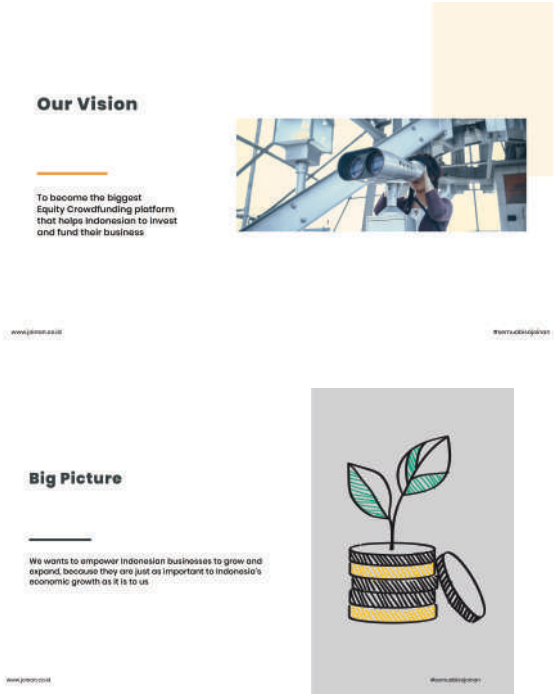
Gambar 3.5 Cover Depan Company Profile

Pada bagian cover depan penulis merancang elemen desain yang berbentuk seperti gelombang yang berarti bahwa PT. Joinan Kapital Indonesia bergerak secara daring sehingga dilambangkan dengan gelombang yang terinspirasi dari lambang *wifi,* kemudian pada bagian kanan atas serta footer penulis merancang elemen grafis berbentuk abstrak yang menyerupai lengkungan melambangkan target pasar yang luas dan dinamis serta penulis memilih warna hijau yang merupakan warna yang terdapat pada logo perusahaan tersebut.



Gambar 3.6 Isi Company Profile

Pada bagian *introduction*, penulis menjelaskan sedikit tentang PT. Joinan Kapital Indonesia. Penulis menggunakan foto tangan yang diambil penulis melalui laman web *pexels.com* dengan warna kulit yang berbeda memiliki makna bahwa PT. Joinan Kapital Indonesia menerima segala jenis usaha yang dimiliki klien yang ingin bekerja sama dengan PT. Joinan Kapital Indonesia. Kemudian pada bagian *our mission* penulis juga mendeskripsikan secara singkat tentang misi PT. Joinan Kapital Indonesia sesuai dengan keinginan Bobby Hartanto, serta menggunakan foto seseorang yang sedang meilhat ke arah tembok yang dipenuhi dengan perencanaan, dapat diartikan bahwa PT. Joinan Kapital Indonesia memiliki banyak misi yang ingin dicapai.



Gambar 3.7 Isi Company Profile

Pada bagian *our vision* penulis juga mendeskripsikan secara singkat visi yang ingin dibangun oleh PT. Joinan Kapital Indonesia, serta penulis menggunakan foto seseorang yang sedang melihat dengan menggunakan "teropong" memiliki makna bahwa PT. Joinan Kapital Indonesia memiliki visi dengan jangkauan yang sangat luas, yakni ingin mengembangkan bisnis para klien yang berada di seluruh Indonesia. Kemudian *big picture* berisi tentang deskripsi singkat mengenai apa yang PT. Joinan Kapital Indonesia lakukan untuk mengoperasikan perusahaan tersebut, penulis menggunakan ilustrasi berupa kepingan uang berbentuk koin dan ada daun di atasnya dapat diartikan bahwa PT. Joinan Kapital Indonesia merupakan perusahaan yang bergerak di bidang keuangan.

Gambar 3.8 Isi Company Profile

Penulis mengambil photo melalui laman web yang di rekomendasikan oleh Bobby Hartanto yakni *pexels.com* dan *pixabay.net* , kemudian penulis juga melakukan proses edeiting pada photo dengan menggunakan *software adobe photoshop*. Bobby Hartanto juga memberi masukkan kepada penulis untuk mencari photo yang mencerminkan perusahaan. Bobby Hartanto selaku *Chief Executive Officer* juga menentukan layout company profile dirancang dengan sesederhana mungkin dan menggunakan warna putih sebagai warna utama, selain terlihat sederhana warna putih jika digabungkan tulisan berwarna hitam akan terlihat lebih formal.

Gambar 3.9 Cover Belakang Company Profile

3.3.3 Perancangan *Flyer* dan Brosur Perusahaan

3.3.3.1 *Brief*

Penulis diberikan proyek oleh Adrianus Alwyn untuk membuat brosur dan *flyer* perusahaan yang akan dibagikan pada acara *Franchise Expo* yang berlokasi di Balai Kartini pada tanggal 13 Maret 2020. Adrianus Alwyn selaku *Chief Marketing Officer* ingin membuat brosur dan *flyer* yang berisi tentang gambaran umum tentang PT. Joinan Kapital Indonesia dengan menggunakan foto gedung agar memiliki kesan bahwa PT. Joinan Kapital Indonesia merupakan perusahaan yang kredibel di bidangnya serta warna hijau yang digunakan pada logo.

3.3.3.2 Konsep

Penulis mencari refrensi dari internet serta mencari aset foto-foto gedung sekitar wilayah Jakarta untuk memberikan gambaran umum lokasi PT. Joinan Kapital Indonesia serta mengambil isi dari profil perusahaan untuk dijadikan konten pada brosur dan *flyer* dan menggunakan palet warna yang berhubungan dengan warna logo.

3.3.3.3 Perancangan

Setelah mendapatkan konsep dan aset yang penulis mulai menvisualkan konsep tersebut dengan *software Adobe Illustrator* dan *Adobe Photoshop*.

Gambar 3.10 Cover Depan dan Belakang Brosur PT.Joinan Kapital Indonesia

Penulis melakukan perancangan bagian cover depan berwarna biru karena Bobby Hartanto selaku *Chief Executive Officer* ingin menggunakan warna biru yang tua dan cocok dengan warna logo PT. Joinan Kapital Indonesia. Penulis juga menuliskan " Equity Crowdfunding Platform" pada bagian cover depan yang bertujuan untuk memberikan info kepada masyarakat bahwa PT. Joinan Kapital Indonesia perusahaan keuangan yang bergerak di bidang equity crowdfunding dan gambar gedung pada cover depan memiliki kesan bahwa PT. Joinan Kapital Indonesia berlokasi di pusat perkotaan.

Gambar 3.11 Isi Brosur PT. Joinan Kapital Indonesia

Pada halaman pertama penulis menuliskan gambaran umum tentang PT. Joinan Kapital Indonesia dengan headline " Who we are" agar masyarakat yang membaca brosur ini langsung mengerti bahwa halaman pertama ini berisi tentang gambaran umum perusahaan. Pada Halaman kedua penulis merancang kelebihan yang bisa masyarakat dapatkan bila menjadi bagian dari PT. Joinan Kapital Indonesia. Warna hijau yang digunakan pada halaman kedua merupakan warna hijau turunan dari warna pada logo PT. Joinan Kapital Indonesia, karena Bobby Hartanto selaku *Chief Executive Producer* menginginkan flyer ini memiliki elemen grafis yang memiliki kesan "*fun*".

Gambar 3.12 Flyer PT. Joinan Kapital Indonesia

Penulis merancang *flyer* dengan *banner* berwarna hitam, kemudian pada bagian isi menggunakan latar putih serta gambar gedung dan interior tempat kerja dengan nuansa hijau dari warna logo untuk menunjukkan bahwa PT. Joinan Kapital Indonesia merupakan perusahaan yang berlokasi di pusat perkotaan dan merupakan perusahaan yang modern. *Flyer* juga berisi gambaran umum dan kelebihan PT. Joinan Kapital Indonesia karena seperti yang sudah dijelaskan oleh penulis *flyer* ini dirancang untuk disebarkan pada F*ranchise Expo* yang diadakan pada 13 Maret 2020.

3.3.4 Perancangan Maskot Perusahaan

3.3.4.1 *Brief*

Penulis mendapatkan proyek dari Bobby Hartanto untuk membuatkan maskot perusahaan karena menurut beliau maskot perusahaan bisa menambahkan citra sebuah *brand* di mata masyarakat. Bobby Hartanto memilih dinosaurus sebagai ide maskot dengan warna hijau dari logo perusahaan.

JOINAN April 2020 CREATIVE S.

Sunday	Monday	Tuesday	Wednesday	Thursday	Friday	Saturday
29	30	31	1 Quotes awal Bulan Perkembangan Bisnis Q1	2 dmpk corona thdp ekonomi indo cara mood tetap bagus	3 Budgeting 1 bulan remind utk sign up	4
5	6 Semangat Senin menanyakan gimana weekend mereka	7 Remind ada Bulan Purnama 2020 kasih tahu why special	8 Foto Wapres caption pidato wapres	9 Bahas org sukses Horoskop karir	10 Wafat Isa Al-Masih Remind utk beribadah	11
12	13 how to choose ur investment kasih tau salah satu nya ecf	14 tips memulai bisnis Launching website	15 podcast tengah bulan cara menabung ksh tau salah stu caranya ecf	16 membahas menteri BUMN Kasih foto nya	17 Jumat biasa pd ngapain? movie fo entreprenuer	18
19	20 storry telling Inspiring People Progress Ibu kota baru	21 beda ecf dan p2p cara tetap semangat	22 Financial Hack tips agar resolusi terpenuh	23 kapan nikah atau kapan punya rmh gaya kerja milenial	24 Selamat menjalankan Puasa Tips untuk Puasa	25
26	27 Podcast akhir bulan qoutes to be humble	28 menanyakan abs gajian pd ngapain keuntungan ada dana darurat	29 kebiasan buruk mengelolah uang cara mengetahui besar pasak drpd tiang	30 quotes akhir bulan	1	2
3	4					

Goals
1.
2.
3.
4.
5.

May 2020

Su	M	Tu	W	Th	F	Sa
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30

June 2020

Su	M	Tu	W	Th	F	Su
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	1
14	15	16	17	18	19	2
21	22	23	24	25	26	2
28	29	30				

☑ To Do

Remember
Branding dengan tema fun ,
Gen Y & Z , Tema harus friendly
tidak kaku , simple & clean ,
dominan warna putih

Pemakaian bahasa yang atraktif
dapat dimengerti dan kekinian

Konsep IG (tema yg fun dan
dapat dimengerti dengan baik
oleh millenials dan Z generation

Notes
referensi ig untuk quotes : @savetoinvest
dan ig bisnis lainnya @jouska @qaristemu @bibit

Deadline 16 Maret 2020

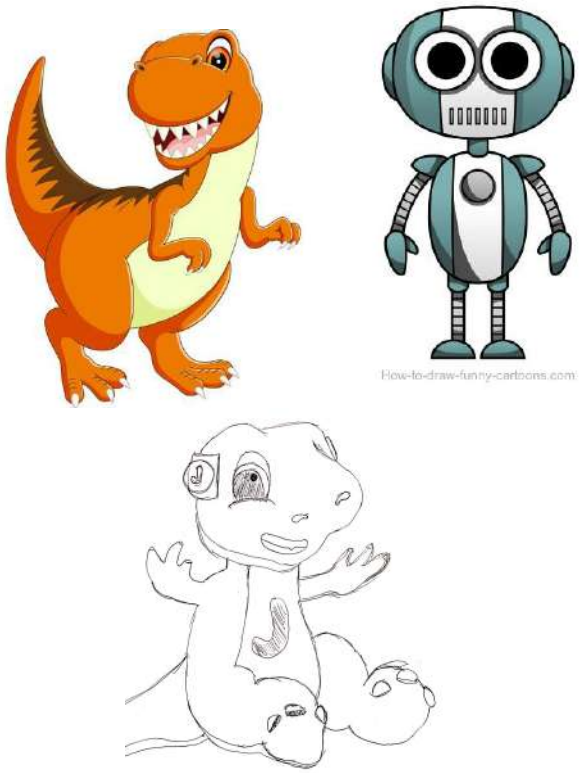
Gambar 3.13 Brief Maskot Perusahaan

Brief ini dibuat oleh Bobby Hartanto selaku *Chief Executive Officer* dan Adrianus Alwyn selaku Chief Marketing Officer yang berisi tentang konten dalam waktu satu bulan, kemudian sebelum diserahkan kepada penulis, divisi konten diperbolehkan mengajukan penambahan konten pada brief jika ada ide yang menarik kepada Bobby Hartanto dan Adrianus Alwyn. Setelah disetujui divisi konten serta penulis sebagai desainer grafis melakukan *brainstorming* yang bertujuan untuk membuat caption yang menarik untuk dibaca masyarakat jika di posting di instagram sebagai *feed*. Salah satu isi konten yang termasuk proyek besar adalah membuat maskot perusahaan, sehingga penulis memilih untuk

menceritakan proses pembuatan maskot perusahaan dari *brief* hingga perancangan.

3.3.4.2 Konsep

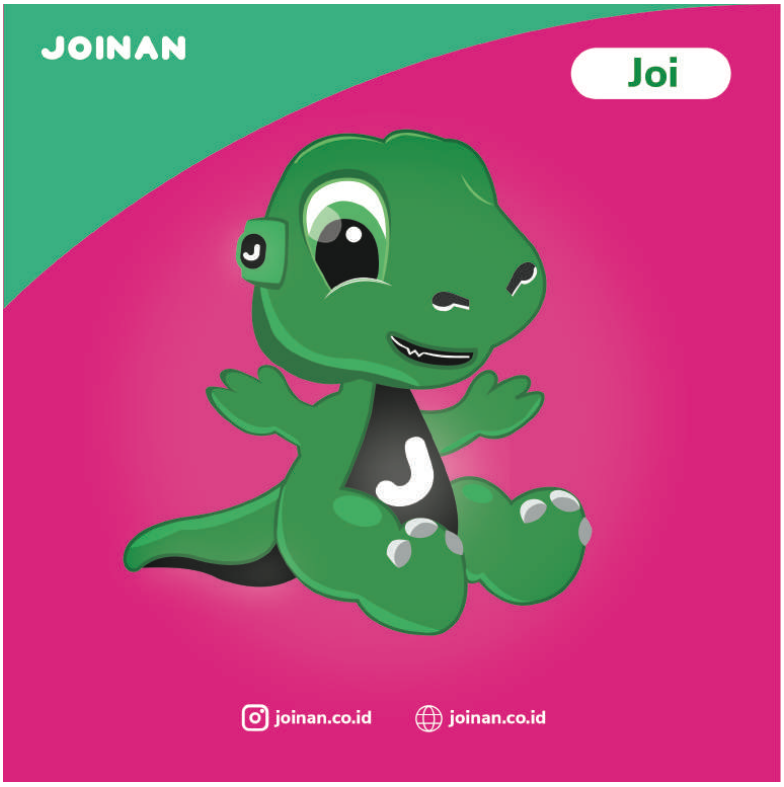
Penulis memilih beberapa refrensi yang ditemukan dari internet yakni *pinterest.com* yang berupa gambar dinosaurus, kemudian karena PT.Joinan Kapital Indonesia merupakan perusahaan yang bergerak dibidang digital atau daring sehingga penulis membuat konsep dengan menggabungkan dinosaurus dengan dunia digital yang penulis artikan dengan wujud robot serta memiliki logo PT.Joinan Kapital Indonesia pada bagian dadanya.



Gambar 3.14 Konsep Maskot Perusahaan

3.3.4.3 Perancangan Maskot Perusahaan

Setelah membuat sketsa untuk maskot perusahaan berdasarkan refrensi yang telah diambil penulis, penulis membuat ilustrasi bentuk dinosaurus berwujud kartun karena memiliki kesan friendly serta sesuai dengan refrensi yang disetujui oleh Adrianus Alwyn, kemudian bagian telinga dinosaurus dirancang agar menyerupai robot serta logo PT. Joinan Kapital Indonesia diletakkan penulis pada bagian dada maskot kemudian di beri *outer glow* dengan menggunakan *adobe illustrator* agar semakin menyerupai robot serta ingin memperkenalkan kepada masyarakat bahwa robot dinosaurus tersebut adalah maskot PT. Joinan Kapital Indonesia.



Gambar 3.15 Hasil Final Maskot Perusahaan

3.3.5 Perancangan *Konten Instagram Perusahaan*

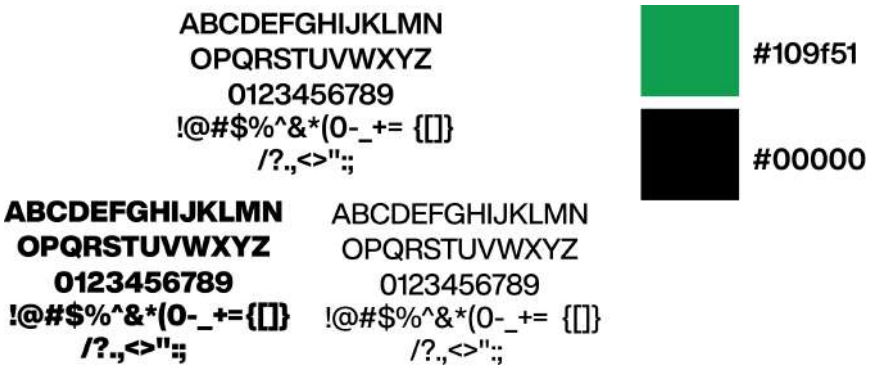
3.3.5.1 *Brief*

Penulis mendapatkan proyek dari Bobby Hartanto selaku *Chief Executive Officer* untuk membuat konten feed instagram bulanan melalui brief yang sudah dirancang oleh Bobby Hartanto dan Adrianus Alwyn. Karena PT. Joinan Kapital Indonesia bergerak secara daring sehingga dibutuhkan media sosial yang aktif untuk menarik minat masyarakat terhadap perusahaan.

Gambar 3.16 Brief konten Perusahaan Bulanan

3.3.5.2 Konsep *Feed* Instagram

Pertama penulis melakukan proses *brainstorming* bersama dengan divisi konten. Setelah konten sudah disetujui oleh Adryanus Alwyn Penulis melakukan riset terhadap warna, *layout*, dan *font* yang cocok untuk membuat *feed* instagram yang sesuai dengan *briefing* yang diberikan oleh CEO dan. CMO. CEO menginginkan *feed* instagram perusahaan terlihat bersih dan menggunakan kode warna yang terletak pada logo perusahaan, serta menggunakan *font Helvetica now display* berjenis *bold*, *black*, dan *medium*.

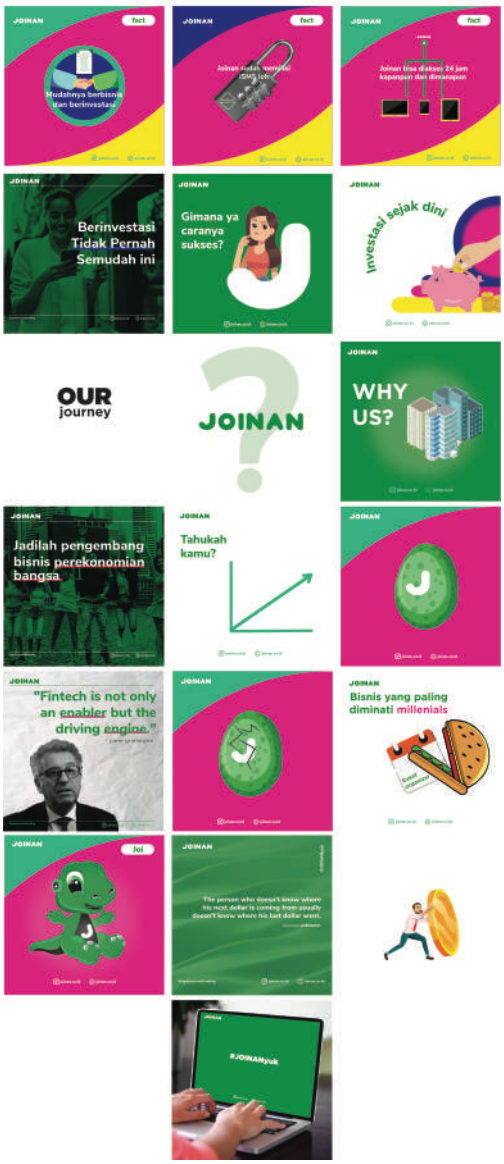


Gambar 3.17 Font dan Palet Warna yang Digunakan untuk Instagram

3.3.5.3 Perancangan *Feeds* Instagram

Setelah menentukan jenis f*ont* dan palet warna telah selesai, penulis membuat template digital dengan *software Adobe Illustrator* dan *Adobe Photoshop* dengan ukuran 20 x 20 cm, penulis juga mencari aset photo untuk keperluan feed instagram dari laman web yang bisa mengambil photo secara gratis seperti *pexels.* Kemudian penulis merancang desain setiap *feeds* instagram dengan menggunakan template serta asset yang diambil dari laman web yang sesuai dengan konten yang telah ditentukan

oleh Adrianus Alwyn dan divisi konten yakni *pexels.com* dan *pixabay.net.* Namun seringkali penulis mengalami kendala karena Adrianus Alwyn selaku *Chief Marketing Officer* dan Bobby Hartanto selaku *Chief Executive Officer* sering melakukan revisi mendadak sehingga terjadinya keterlambatan posting untuk beberapa *feed* instagram.

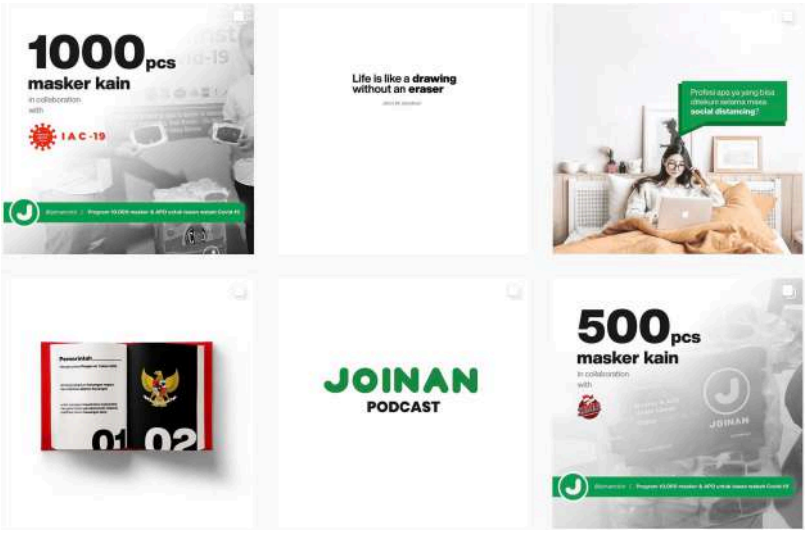


Gambar 3.18 Template Feeds Instagram pertama

Bobby Hartanto dan Adrianus Alwyn ingin memiliki kesan "*fun*" pada feed instagram sehingga penulis menggunakan warna-warna tersebut agar kesan "*fun*" dapat diwujudkan, namun tetap terlihat modern. Namun setelah seminggu di *approved* oleh Bobby Hartanto, beliau merubah seluruh template, beliau ingin feed instagram dibuat lebih simpel dengan banyak penggunaan warna putih dan photo yang diberi warna hijau yang diambil dari logo PT. Joinan Kapital Indonesia.

Gambar 3.19 Template Feeds Instagram Kedua

Bobby Hartanto dan Adrianus Alwyn menginginkan *template* dengan penggunaan *font* yang berjenis tebal dengan penggunaan warna hitam dan hijau, warna hijau digunakan untuk kata-kata yang penting agar masyarakat yang membaca bisa langsung memahami isi konten, namun setelah memasuki bulan April, Bobby Hartanto dan Adrianus Alwyn merubah lagi templatenya, mereka ingin membuat *template* yang terlihat lebih sederhana lagi agar memiliki kesan "*clean*" dengan penggunaan warna hitam dan putih kemudian jenis *font* juga dilakukan revisi, menerut mereka foto harus jadi elemen utama dan tulisan pada konten menjadi elemen kedua.



Gambar 3.20 Feeds instagram yang disetujui Perusahaan

Bobby Hartanto selaku *Chief Executive Producer* menginginkan desain dengan tampilan layout yang memiliki kesan bersih sehingga beliau lebih menyukai warna putih yang mendominasi pada layout serta menggunakan sentuhan warna hijau dari logonya. Penggunaan *photo* juga disarankan oleh Bobby Hartanto untuk penulis mengambil *photo* yang memiliki kualitas baik yakni *pexels.com* dan *pixabay.net* kemudian di edit oleh penulis melalui *adobe photoshop* agar tidak terlihat mentah.

3.3.6 Perancangan *Infografis Pendapatan Milenial*

3.3.6.1 *Brief*

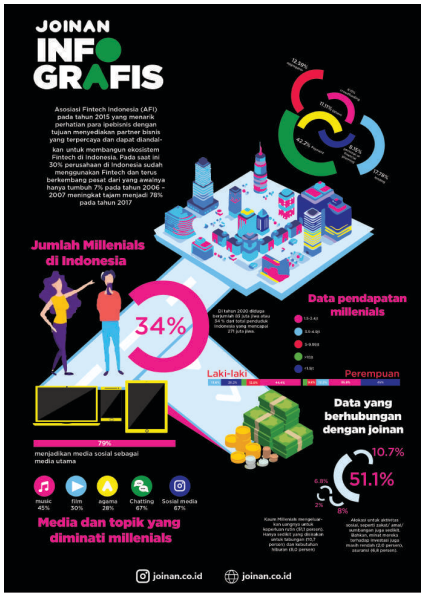
Penulis diberikan proyek oleh Adrianus Alwyn untuk membuat gambaran umum tentang pendapatan milenial di Indonesia skedalam bentuk infografis yang menarik. Adrianus Alwyn mengatakan bahwa penulis dibebaskan untuk membuat ide dan konsep infografis ini, namun Adrianus Alwyn menambahkan penggunaan font harus yang berjenis tebal.

3.3.6.2 Konsep

Konsep dari infografis yang ingin penulis rancang adalah dengan menggunakan *font* berjenis tebal sesuai *brief* dari Adrianus Alwyn, Penulis juga menggunakan warna hitam sebagai *background* dan untuk warna penulis mencari refrensi dari internet warna yang memiliki kesan perusahaan yang bergerak secara digital.

3.3.6.3 Perancangan

Kemudian penulis menvisualkan konsep yang ada dengan *software* Adobe illustrator dan Adobe Photoshop.



Gambar 3.21 Infografis Pendapatan Milenial di Indonesia

3.4 Kendala yang ditemukan

Kendala yang ditemukan penulis selama Praktik Kerja Magang di PT.Joinan Kapital Indonesia, yaitu :

1. Kurangnya *brief* yang diberikan oleh Adrianus Alwyn, sehingga terjadi banyaknya revisi dan proyek selesai dalam waktu yang lama.
2. Bobby Hartanto selaku *Chief Executive Officer* seringkali berubah pikiran terkait konsep *feed* instagram sehingga sering sekali terjadi revisi sehingga hampir menyebabkan keterlambatan *memposting* konten dari *deadline* yang sudah ditentukan.
3. Keterlambatan data pendukung dari klien yakni SIMA (Sahabat Indonesia Maju), sehingga proyek selesai dalam waktu yang lama.

3.5 Solusi Atas Kendala yang Ditemukan

Solusi atas kendala yang ditemukan, yaitu :

1. Untuk permasalahan kurangnya *brief* pada proyek *feed* instagram yang diberikan oleh Adrianus Alwyn, penulis menghadapi hal ini dengan bertanya lebih rinci kepada bagian legal yakni Kevin Mcvey. Kemudian, Kevin Mcvey akan bertanya langsung kepada Adrianus Alwyn via telepon, karena Bobby Hartanto dan Adrianus Alwyn sering keluar untuk melakukan *meeting* dengan klien.

2. Untuk permasalahan keterlambatan data berupa dokumentasi yang diberikan oleh SIMA (Sahabat Maju Indonesia), penulis menghubungi langsung klien melalui media sosial instagram via *direct message.*