



### **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 3 PELAKSANAAN KERJA MAGANG

### 3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Pada kesempatan program kerja magang di LIPI Press sebagai Divisi Visual Communication di bawah pengawasan Mutia Maritha selaku pembimbing lapangan. Terdapat tugas harian membuat desain untuk konten-konten yang diunggah pada akun LIPI Press setiap hari. Konten-konten yang akan dibuat desainnya, sudah ditentukan dari awal bulan oleh koordinator tim yang diganti setiap bulannya. Desain visual sangat penting bagi keaktifan Instagram LIPI Press untuk membuat audiens nyaman dan dapat mencerna konten dengan baik. Sehari-harinya, tugas yang telah dibuat akan diperiksa dan dikoreksi oleh pembimbing lapangan atau oleh orang lain yang juga ada pada divisi Subkoordinator Pelaksana Fungsi Penyebarluasan Media. Komunikasi yang dilakukan kepada Mutia Maritha menggunakan aplikasi WhatsApp dan kemudian desain yang telah disetujui akan diunggah di Google Drive.

Pada Divisi Copywriting, terdapat tugas untuk membuat *caption* yang akan diunggah pada media sosial Instagram dan TikTok. *Caption* yang dibuat menggunakan tata bahasa yang cukup formal sebagai wujud lembaga penerbitan yang baik. Setiap *caption* yang sudah dibuat akan dikirim kepada *editor* melalui WhatsApp untuk dikoreksi tata bahasanya, tanda baca dan segala kesalahan penulisan lainnya. Divisi Copywriting ini juga yang membuat *caption* yang akan dimuat dalam desain visual, sehingga harus dapat menggunakan bahasa yang interaktif.

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## 3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

### 3.2.1 Tugas yang Dilakukan

Dalam melaksanakan program kerja magang di LIPI Press, terdapat beberapa tugas yang diberikan. Berikut ini merupakan beberapa tugas tersebut yang dikerjakan di program kerja magang :

1. Desain visual
  - a. Membuat desain.
2. Copy Writing
  - a. Membuat *caption* untuk media sosial Instagram dan TikTok.
  - b. Membuat *caption* untuk poster dan Instagram *Story*.

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

**Tabel 3.2. 1 Jobdesc**

| <i>Jobdesc</i>   | Minggu ke |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |
|--|-----------|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|----|----|----|----|----|----|----|
|  | 1         | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 |
| Membuat desain   | ✓         | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓  | ✓  | ✓  | ✓  | ✓  | ✓  | ✓  | ✓  | ✓  |
| Membuat <i>caption</i> untuk media sosial Instagram dan TikTok   |           |   |   |   |   |   |   | ✓ | ✓ | ✓  | ✓  | ✓  | ✓  | ✓  | ✓  | ✓  | ✓  | ✓  |
| Membuat <i>caption</i> untuk poster dan Instagram <i>Story</i> . |           |   |   |   |   |   |   | ✓ | ✓ | ✓  | ✓  | ✓  | ✓  | ✓  | ✓  | ✓  | ✓  | ✓  |

## 3.2.2 Uraian Kerja Magang

### 3.2.2.1 Desain Visual

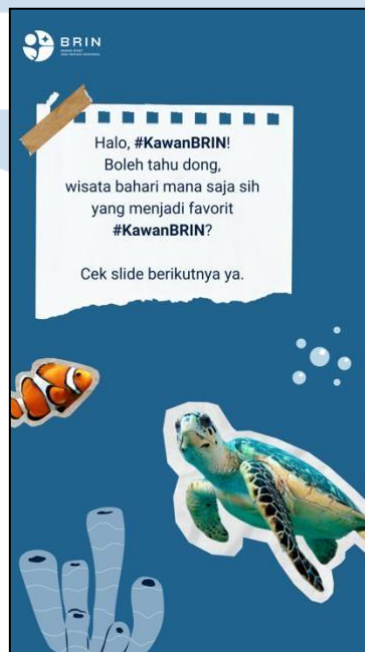
Saat menjalankan program kerja magang pada Divisi Visual Communication di LIPI Press, posisi ini juga menjadi salah satu yang teraktif karena setiap harinya, hampir seluruh konten yang diunggah di Instagram memerlukan bantuan desain grafis dari divisi visual. Menurut Landa (2014, hal. 1) desain grafis merupakan salah satu bentuk komunikasi visual yang dapat menceritakan suatu informasi kepada masyarakat dan dapat menjadi identitas suatu *brand*. Terdapat dua konten yang sudah memiliki *template* tersendiri untuk diunggah di Instagram *feeds*, namun untuk desain di Instagram *story* harus membuat desain sendiri dengan menyesuaikan tema dan mengandalkan kreativitas. Desain dapat dibuat menggunakan aplikasi Adobe Illustrator, Adobe Photoshop, CorelDraw, Canva dan aplikasi lainnya menyesuaikan dengan keterampilan masing-masing anggota. Berikut ini dijelaskan tugas yang dilakukan dalam Divisi Visual Communication :

- **Membuat desain**

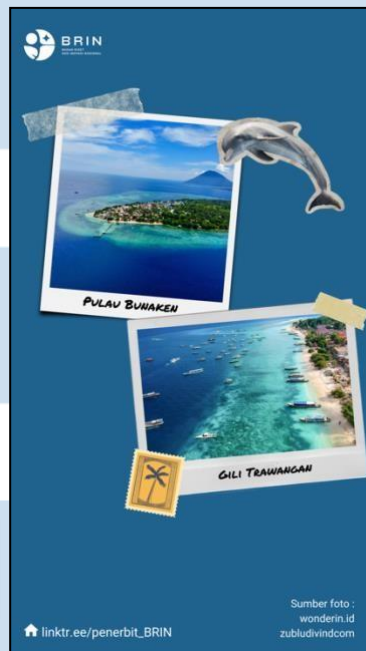
Karya visual yang kuat adalah yang memiliki komposisi warna, ilustrasi, garis, teks dan lainnya yang dapat membantu penyampaian pesan. Dalam membuat desain sebisa mungkin menyusun ide dan mencurahkan ke konten desain grafis yang akan diunggah di Instagram. Juga, menggunakan bantuan ilustrasi untuk mempermudah bagi audiens untuk mencerna dan mengenal konten yang dikomunikasikan.



**Gambar 3.2.2.1. 1** Desain Instagram Feeds Konten Buku Akuisisi



**Gambar 3.2.2.1. 2** Desain Instagram Story Konten Buku Akuisisi



**Gambar 3.2.2.1. 3** Desain Instagram Story Konten Buku Akuisisi

Pada gambar-gambar di atas, merupakan hasil dari tugas membuat visualiasi untuk konten 'Buku Akuisisi' dengan buku seri dari PPI mengenai maritim. Saat membuat desain Instagram Story penggunaan ilustrasi dan foto-foto hewan laut sebagai dapat menjadi pendukung dalam penyampaian tema 'maritim' atau kelautan. Serta, penggunaan warna biru yang mana familiar dengan warna laut.

U M N  
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 3.2.2.1. 4** Desain Instagram Feeds Perayaan HUT LIPI



**Gambar 3.2.2.1. 5** Desain Instagram Story HUT LIPI

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA





**Gambar 3.2.2.1. 6** Desain Instagram Story HUT LIPI

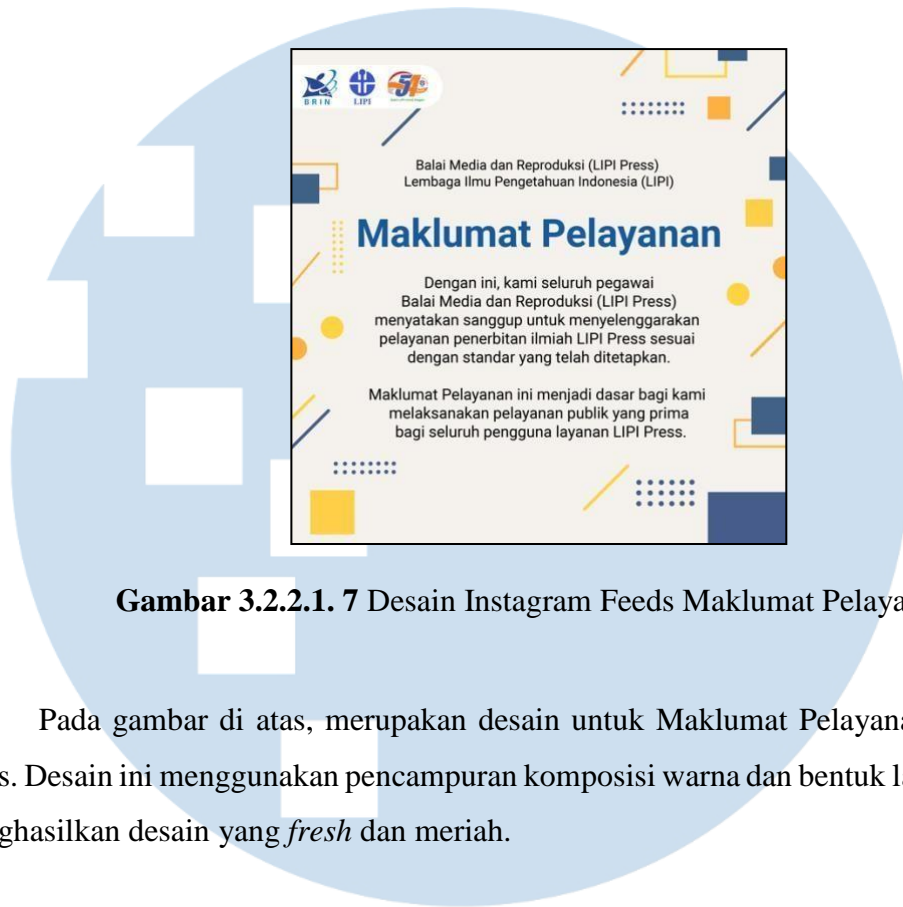
Ketiga gambar di atas merupakan tugas untuk membuat desain pada perayaan HUT LIPI ke-54. Dalam desain ini, karena sedang merayakan ulang tahun, penggunaan warna-warna yang cerah dengan perpaduan komposisi bentuk memberikan kesan yang ceria dan meriah.

UMMN

UNIVERSITAS

MULTIMEDIA

NUSANTARA



**Gambar 3.2.2.1. 7** Desain Instagram Feeds Maklumat Pelayan

Pada gambar di atas, merupakan desain untuk Maklumat Pelayan LIPI Press. Desain ini menggunakan pencampuran komposisi warna dan bentuk lagi agar menghasilkan desain yang *fresh* dan meriah.

UMMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



**Gambar 3.2.2.1. 8** Desain Instagram Feeds Konten Jumat Informasi



**Gambar 3.2.2.1. 9** Desain Instagram Feeds Konten Jumat Informasi

Pada kedua gambar di atas, merupakan desain untuk konten ‘Jumat Informasi’ mengenai ISSN. Pada desain ini masih menggunakan komposisi bentuk, namun menggunakan warna-warna yang lebih berani tapi masih cocok dengan satu sama lain. Lalu, mencoba untuk mengatur tipografi yang ada agar menarik untuk dibaca, terlebih konten di atas membagikan informasi menarik mengenai dunia penulisan.



Gambar 3.2.2.1. 10 Desain Instagram Feeds Konten Video Akuisisi



Gambar 3.2.2.1. 11 Desain Instagram Story Konten Video Akuisisi

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

Pada kedua gambar di atas merupakan desain yang pertama kali dibuat untuk LIPI Press. Konten di atas adalah video akuisisi, berisikan video -video mengenai kebudayaan yang ada di hampir seluruh Indonesia. Pada konten ini terdapat desain dari kebudayaan ‘Lampu Colok’ yang ada pada gambar kedua, terlihat ilustrasi dari lampu colok yang digunakan oleh masyarakat setempat untuk penerangan.

### **3.2.2.2 Copywriting**

Dalam melaksanakan program kerja magang di LIPI Press, peran pada Divisi Copywriting ternyata sangat berpengaruh, terutama untuk keperluan konten pada media sosial LIPI Press, khususnya Instagram dan TikTok. Takarir atau yang biasa dikenal sebagai *caption* merupakan kalimat pendek yang memiliki fungsi untuk menjelaskan sesuatu yang ada pada sebuah karya visual (Rosdiana, 2019). Setiap harinya, Divisi Copywriting aktif menyusun dan mengoreksi *caption* yang akan diunggah dan dibaca oleh para pengikut media sosial LIPI Press. Menurut Shaw (2012, hal. 228) *copywriting* merupakan susunan tulisan atau kata yang diciptakan dengan tujuan persuasi, pembaca diharapkan memberikan suatu respon. Dalam hal ini, diharapkan pengikut media sosial Instagram LIPI Press dapat tertarik untuk mengakses konten-konten yang telah diunggah. Berikut ini terlampir paparan penjelasan tugas yang dilakukan pada Divisi Copywriting di LIPI Press :

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

- **Membuat *caption* untuk media sosial Instagram dan TikTok**

Kalimat atau teks yang dibuat ditujukan untuk *caption* di media sosial LIPI Press, yaitu Instagram dan TikTok. Saat membuat *copywriting* perlu untuk menyusun strategi yang baik dalam kalimat yang akan diunggah (Lane & King, 2011). Strategi yang dilakukan adalah menyampaikan isi dari konten yang akan diterbitkan oleh LIPI Press menggunakan kata-kata yang sebisa mungkin dapat mudah dicerna oleh audiens, walaupun menggunakan pola bahasa yang lumayan formal. Konten yang paling banyak diunggah di Instagram LIPI Press adalah mengenai penerbitan buku-buku dan video mengenai kebudayaan nusantara. Sedangkan, untuk konten pada media sosial TikTok berupa ucapan hari-hari nasional dan berbagi informasi di dunia penulisan.

UMMN

UNIVERSITAS

MULTIMEDIA

NUSANTARA

penerbit\_brin Halo #KawanBRIN! Kembali lagi dengan #JumatInformasi. Kali ini, #KawanBRIN akan diajak untuk mengenal profesi book publicist!

Apa saja sih yang dilakukan oleh seorang book publicist? Lalu, apa sih keterampilan yang dibutuhkan untuk menjadi book publicist?

#KawanBRIN pasti penasaran, kan? Yuk, simak unggahan Profesi Unik dalam Dunia Penerbitan minggu ini!

#JumatInformasi #BRIN #PenerbitBRIN #BookPublicist

**Gambar 3.2.2.2. 1** *Caption* Instagram Feeds Konten Jumat Informasi

Pada gambar di atas, merupakan *caption* untuk konten ‘Jumat Informasi’. Konten ini menceritakan mengenai profesi *book publicist* di dalam sebuah penerbitan. Strategi yang digunakan untuk mengajak para audiens mengakses konten tersebut adalah dengan bertanya, apakah audiens sudah tau mengenai profesi tersebut, apakah audiens ingin mengetahui apa saja keterampilan yang dibutuhkan untuk menjadi seorang *book publicist*?

UMMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

penerbit\_brin [Ngebet Sawa (Bunyi Budaya Menuju Moksha)]

Kreator: Agus Eko Triyono dan Muhammad Fajar Putranto

Ngaben Massal merupakan upacara yang dilakukan oleh banyak orang di suatu desa atau daerah. Selain bertujuan untuk melambungkan kembalinya roh manusia kepada asalnya serta menjadi salah satu sarana penyempurnaan jenazah yang belum diperabukan, upacara Ngaben Massal juga dapat menghemat biaya karena dilakukan oleh lebih dari satu pihak.

Salah satu musik yang menonjol pada upacara Ngaben adalah Gamelan Angklung. Musik yang dimainkan memberikan suasana yang lebih religius pada upacara tersebut dan ditujukan bagi keluarga yang sedang berkabung.

Video karya Agus Eko Triyono dan Muhammad Fajar Putranto merupakan pemenang Branding Wonderful Indonesia yang diselenggarakan oleh Fotokita.id dan National Geographic Indonesia footage berdurasi 1 menit (2016) dan Juara Favorit dalam Festival Film Nusantara (2018) serta menjadi salah satu karya terpilih dalam Program Akuisisi Pengetahuan Lokal periode dua tahun 2021 yang diselenggarakan oleh @penerbitBRIN dan @BRIN. Yuk, tonton videonya melalui tautan berikut!  
📌 [bit.ly/NgebetSawa](https://bit.ly/NgebetSawa)

Jangan lupa sukai, bagikan, dan langganan kanal YouTube LIPI, ya!

**Gambar 3.2.2.2.** *Caption* Instagram Feeds Konten Video Akuisisi

Pada gambar di atas, terdapat *caption* untuk konten ‘Video Akuisisi’. Konten tersebut menampilkan video-video mengenai kebudayaan yang terbentang di seluruh Indonesia. Takarir di atas menjelaskan kebudayaan ‘Ngebet Sawa’ di Bali. Strategi yang digunakan adalah menjelaskan upacara adat tersebut dengan singkat dengan menonton video tersebut terlebih dahulu dari awal sampai akhir. Diharapkan dengan menjelaskan sedikit ringkasan dari video tersebut dapat membuat audiens tertarik untuk mengakses video tersebut di akun YouTube LIPI Press.

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



**penerbit\_brin** Saat ini, Indonesia sedang membangun konektivitas lintas batas yang tidak hanya tertuju pada pembangunan infrastruktur, tetapi juga konektivitas kelembagaan dan antarmasyarakat. Namun, pembangunan di Indonesia masih belum merata dan memunculkan ketimpangan di wilayah barat dan timur. Indonesia bagian timur hanya dapat memberikan sebesar 20% pada produk domestik bruto.

Untuk mengatasi ketimpangan ini, Indonesia bagian timur bekerja sama dengan organisasi yang bergerak dalam ekonomi subregional, yaitu Timor Leste-Indonesia-Australia Growth Triangle (TIA-GT). Kerja sama ini juga diharapkan dapat mengatasi kesenjangan konektivitas di Asia Tenggara.

Mari cari tahu peranan dan dampak baik dari TIA-GT melalui buku *Membangun Kawasan Timur Indonesia melalui Kerja Sama Ekonomi Subregional: Segitiga Pertumbuhan Timor Leste, Indonesia, dan Australia*.

Buku ini merupakan salah satu karya ilmiah yang terpilih dalam Program Akuisisi Pengetahuan Lokal periode ketiga tahun 2021 yang diselenggarakan oleh Penerbit BRIN.

Baca selengkapnya melalui:  
📌 [s.id/membangunIndonesiatimur](https://s.id/membangunIndonesiatimur)

Ayo kirim naskah melalui OMP Penerbit BRIN:  
📌 [s.id/KirimNaskahLIPI](https://s.id/KirimNaskahLIPI)

**Gambar 3.2.2.2. 3** Caption Instagram Feeds Konten Buku Akuisisi

Pada gambar di atas merupakan *caption* untuk ‘Buku Akuisisi’. Konten ini mempromosikan buku-buku yang diterbitkan oleh LIPI Press, buku-buku ini merupakan hasil karya dari peneliti-peneliti di LIPI sendiri dan ada juga yang bukan. *Caption* ini menjelaskan buku ‘Membangun Kawasan Timur Indonesia Melalui Kerja sama Ekonomi Subregional’. Buku ini menceritakan mengenai pembangunan di Indonesia yang belum merata, terutama di Indonesia bagian timur, yang kemudian pembangunannya dibantu oleh sebuah organisasi.

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

**penerbit\_brin** Selamat Hari AIDS Sedunia, #KawanBRIN!❤️

#KawanBRIN tahu tidak? Hari AIDS Sedunia diperingati setiap 1 Desember sebagai bentuk dukungan untuk merangkul dan meningkatkan kesadaran bagi teman-teman ODHA (Orang dengan HIV AIDS) dan penyakit AIDS yang disebabkan oleh HIV, lo.

Awalnya, Hari AIDS Sedunia ditetapkan pada 1 Desember 1988 oleh Dr. Jonathan Mann dari ide yang dicetuskan oleh James W. Bunn dan Thomas Netter. Mari #KawanBRIN turut mengetahui dan peduli dengan AIDS.

#### **Gambar 3.2.2.2. 4** Caption Instagram Feeds Hari AIDS Sedunia

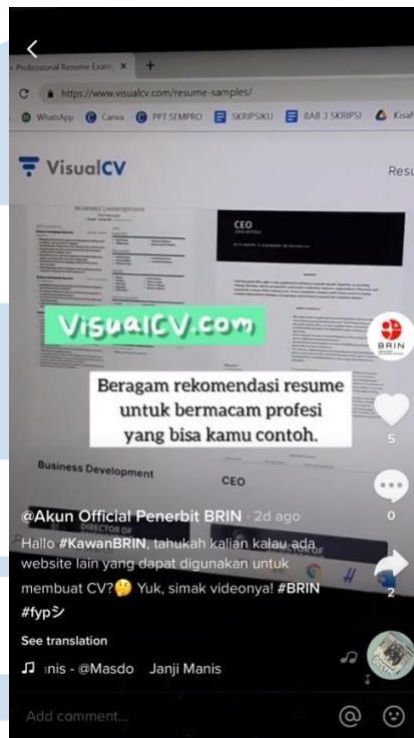
Pada gambar di atas, terdapat *caption* untuk Hari AIDS Sedunia yang diperingati pada 1 Desember 2021 yang lalu. Takarir ini mengajak para audiens untuk mau mendukung teman-teman ODHA (Orang dengan HIV/AIDS) sebagai bentuk mendukung mereka dan menghilangkan stigma negatif yang sampai saat ini masih ada di lingkup masyarakat.

UMMN

UNIVERSITAS

MULTIMEDIA

NUSANTARA



**Gambar 3.2.2.2. 5** *Caption* TikTok Website Membuat CV



**Gambar 3.2.2.2. 6** *Caption* TikTok Hari Keuangan

Pada kedua gambar di atas, merupakan *caption* untuk di media sosial TikTok, dikarenakan karakter teks di TikTok hanya memuat 150 kata. *Caption* ini menjelaskan mengenai adanya *website* untuk membuat CV yang praktis pada gambar yang pertama. Lalu, pada gambar kedua, terdapat *caption* ucapan Selamat Hari Keuangan Nasional.

- **Membuat *caption* untuk poster dan Instagram Story**

Pada *copywriting* juga perlu untuk menarik audiens dan membuat imajinasi visual dalam teks yang dibuat (Lane & King, 2011). Hal ini tentu membantu agar media sosial yang dikelola, dalam hal ini media sosial LIPI Press dapat berkembang dan berinteraksi dengan audiens atau pengikut akun Instagram LIPI Press. Dalam menyusun imajinasi visual pada teks yang dibuat, berhubungan dan mendukung dengan tugas pada Divisi Visual Communication. Dengan bantuan visual pada desain grafis dapat mempermudah audiens untuk mengerti teks yang dimaksud.

UMMN

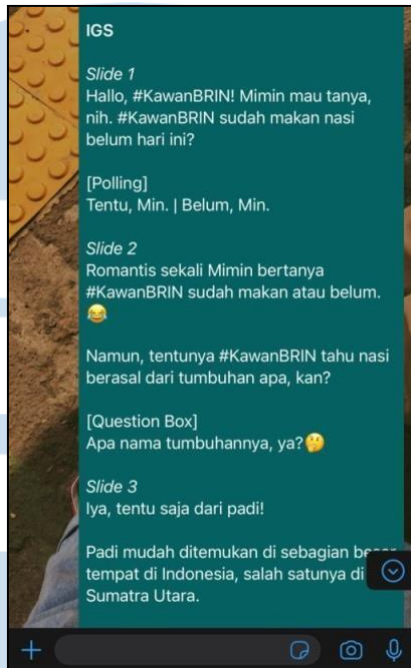
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



**Gambar 3.2.2.2. 7** Caption Instagram Story Hari Keuangan

Berdasarkan gambar di atas, terdapat *caption* untuk *Instagram Story* Hari Keuangan Nasional yang kemudian dibuat desain grafisnya juga. Pada teks tersebut terdapat titik-titik yang hilang pada bagian kata 'K \_ U A \_ G \_ N', teks seperti ini dibuat dengan maksud agar menjadi konten interaktif dan mendapatkan respon dari audiens.

U M W N  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



**Gambar 3.2.2.2. 8** *Caption Instagram Story Konten Buku Akuisisi*



**Gambar 3.2.2.2. 9** *Caption Instagram Story Konten Buku Akuisisi*

Pada kedua gambar di atas terdapat teks yang telah dibuat untuk konten ‘Buku Akuisisi’ dengan buku berjudul ‘Model Perbenihan Padi di Sumatra Utara’. Pertama, membuat teks seperti pada gambar yang pertama, yang kemudian akan direvisi oleh tim editor. Teks yang kemudian akan dibuat desainnya di Instagram *story* agar lebih menarik dan sampai pesan yang dimaksud ke audiens. Seperti yang terlihat di gambar kedua, desain tersebut akan menggunakan fitur *polling* di Instagram untuk melihat antusias dan jawaban dari audiens secara langsung.

### **3.2.3 Kendala yang Ditemukan**

Pada proses kerja magang yang dilakukan di LIPI Press, terdapat kendala yang ditemukan pada Divisi Visual Communication, yaitu belum mampu untuk menerapkan keseluruhan materi dari apa yang sudah diajarkan pada mata kuliah *Visual Communication Literacy* dan *Multimedia Laboratory*.

### **3.2.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan**

Konsep mengenai warna, tipografi, penggabungan elemen dan yang lainnya masih dapat digunakan untuk menyusun dan melengkapi laporan magang ini. Meskipun tidak bisa menggunakan keseluruhan konsep yang sebelumnya sudah diajarkan, ada beberapa konsep yang akhirnya diambil di luar ilmu yang sudah pernah didapatkan sebelumnya.

U  
M  
N  
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