

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Selama melaksanakan kegiatan kerja magang di PT Nawakara Arta Kencana sebagai desain grafis, penulis memiliki peran dan tanggung jawab untuk mengerjakan kebutuhan visual konten dari PT Nawakara Arta Kencana, dan memberikan ide-ide kreatif pada proyek internal dari PT Nawakara Arta Kencana. Selama proses kerja magang berlangsung, penulis ditempatkan di divisi *sales & marketing* dibawah bimbingan Nuryanti selaku *supervisor* dan Willy Noviardi selaku *sales & marketing div head*.

Proses kerja magang dilaksanakan secara tatap muka atau *offline*, tetapi jika ada hal yang tidak memungkinkan mengakibatkan penulis tidak dapat hadir maka pekerjaan dapat dilakukan secara jarak jauh atau *work from home (WFH)*. Pekerjaan dilaksanakan setiap hari Senin sampai dengan hari Jumat, dimulai pukul 08.00 WIB sampai dengan pukul 17.00 WIB sesuai dengan peraturan yang dimiliki oleh perusahaan. Dan untuk berkoordinasi dilakukan secara langsung atau melalui *whatsapp* untuk melaporkan beberapa hal yang berhubungan dengan pekerjaan yang telah penulis kerjakan dan laporkan kepada *supervisor*. Penulis biasa mendapatkan *brief* tugas atau pekerjaan terlebih dahulu dari *supervisor* dan setelah penulis menyelesaikan seluruh pekerjaan, penulis akan menginformasikan kepada *supervisor* untuk memberikan revisi dari hasil pekerjaan yang telah penulis lakukan, tetapi jika *supervisor* sudah setuju dengan hasilnya maka penulis dapat memberikan langsung kepada *sales & marketing div head* untuk dilakukan *review* terlebih dahulu.

3.1.1 Kedudukan

Kedudukan penulis yang berada dibawah divisi *sales & marketing* sebagai desain grafis tentunya membuat penulis terlibat untuk membuat desain brosur, konten untuk sosial media, pengeditan video dan penulis juga

terlibat untuk menjalankan satu proyek besar yaitu membuat *company profile*. Kedudukan penulis dalam tim ini memberikan kesempatan untuk belajar langsung dari para profesional yang berpengalaman dan terlibat dalam proyek-proyek yang menantang.

3.1.2 Koordinasi

Koordinasi yang efektif adalah kunci keberhasilan dalam pelaksanaan tugas selama magang. Berikut adalah beberapa aspek koordinasi yang dilakukan:

1) Koordinasi dengan *Supervisor* dan *Sales & Marketing Head*

- a) *Briefing* Rutin: *Sales & marketing div head* rutin mengadakan pertemuan rutin setiap minggu dengan *supervisor* dan penulis untuk membahas tugas-tugas yang sudah dikerjakan dan sedang dikerjakan oleh penulis, mendapatkan saran dan masukan serta arahan lebih lanjut dari *supervisor* dan *sales & marketing div head*.
- b) Laporan Kemajuan: Penulis juga rutin membuat laporan kemajuan secara berkala dan melaporkannya kepada *supervisor* untuk memastikan bahwa tugas-tugas yang diberikan telah penulis jalankan sesuai dengan arahan dan masukan.

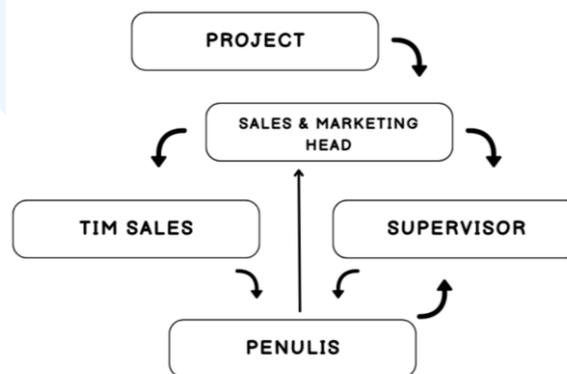
2) Koordinasi dengan Tim

- a) Rapat Tim: Penulis juga dilibatkan untuk berpartisipasi dalam rapat tim harian atau mingguan untuk menyelaraskan pekerjaan, berbagi informasi, menyampaikan progress-progress pekerjaan yang sedang dilakukan dan juga membahas kendala-kendala yang dihadapi oleh masing-masing *staff* dari divisi *sales & marketing*.
- b) Komunikasi Efektif: Alat komunikasi yang digunakan adalah menggunakan alat komunikasi internal seperti *email*,

whatsapp untuk menciptakan berjalannya komunikasi yang lancar dan efektif.

3) Koordinasi Antar Divisi

- a) Kerjasama Lintas Divisi: Penulis juga kerap kali berkoordinasi dengan anggota dari divisi lain, seperti divisi operasional untuk menjalankan tugas dari divisi *supervisor* seperti meliput atau mendokumentasikan kegiatan *cash pick up* dan *delivery*.
- b) Meeting Inter-Departmental: Penulis juga beberapa kali diajak untuk menghadiri *meeting* dari antar divisi dengan tujuan agar penulis mendapatkan pemahaman yang lebih jelas tentang setiap proyek yang sedang dikerjakan.



Gambar 3.1 Bagan Alur Koordinasi

3.2 Tugas yang Dilakukan

Berikut merupakan proyek atau pekerjaan yang penulis dapat selama periode pelaksanaan magang.

Tabel 3.1 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Magang

Bulan	Minggu	Proyek	Keterangan
Februari	1	Brosur mesin CRDM	Menentukan message brosur nya seperti apa dan keyvisual dari design-design yang sudah ada dari PT Nawakara Arta Kencana

	2	Brosur Mesin CRDM	Perancangan awal (merancang alternative desain)
	3	Brosur Mesin CRDM	Pemilihan desain dari supervisor dan di setuju oleh kepala divisi dan finalisasi dan naik cetak
Maret	1	Brosur Aplikasi NewT	Meeting dengan kepala divisi mengenai konsep dari aplikasi NewT dan memahami aplikasi tersebut
	2	Brosur Aplikasi NewT	Membuat alternatif desain dan mengajukan ke supervisor dan kepala divisi
	3	Brosur Aplikasi NewT	Pemilihan desain dari kepala divisi dan revisi lalu print kasar
	4	Brosur Aplikasi NewT	Finalisasi brosur NewT dan naik cetak
April	1	Short Video untuk Reels konten Instagram	Briefing proyek
			Merancang storyboard
			Meeting dengan tim mengenai storyboard dann megajukan ke kepala divisi
2	Short Video Short Video untuk Reels konten Instagram & perancangan company profile	Revisi storyboard yang telah di setuju dan arahan baru untuk merancang company profile	
3	Short Video Short Video untuk Reels konten Instagram & perancangan company profile	Meeting dengan tim untuk merencanakan proses eksekusi video, dan mulai merancang company profile bersama tim	

	4	Short Video Short Video untuk Reels konten Instagram & perancangan company profile	Proses syuting dan editing dan masih melanjutkan proses perancangan company profile
	5	Short Video Short Video untuk Reels konten Instagram & perancangan company profile	Editing dan finalisasi untuk reels dan print kasar company profile
Mei	1	Poster hari besar kenaikan Isa Almasih dan hari Waisak & company profile	Revisi company profile dan finalisasi serta briefing untuk poster hari besar dan finalisasi untuk poster hari kenaikan Isa Almasih
	2	Poster hari besar kenaikan Isa Almasih dan hari Waisak & company profile	Print kasar company profile dan disetujui serta menunggu arahan untuk naik cetak. Mulai merancang poster hari Waisak
	3	Poster hari besar Waisak	Finalisasi poster hari waisak dan mengajukan ke tim marketing dan disetujui

3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Saat periode kerja magang berlangsung, pembagian kerja sudah diberikan oleh Nuryanti yang merupakan business development selaku supervisor penulis saat melaksanakan kerja magang.

3.3.1 Proses Pelaksanaan

Program kerja magang dimulai pada tanggal 12 Februari 2024, dan di hari pertama penulis menerima sosialisasi perihal informasi dan peraturan perusahaan. Kemudian penulis menerima brief dari supervisor perihal pembagian tugas terkait proyek-proyek yang akan penulis laksanakan

selama magang. Penulis mendapatkan tugas untuk membuat brosur dari produk perusahaan, yaitu CRDM dan NewT, konten untuk social media dan juga membuat company profile.

3.3.1.1 Perancangan Brosur CRDM

Pada proyek ini, penulis diminta membuat desain brosur untuk produk mesin CRDM milik PT Nawakara Arta Kencana. CRDM atau *Cash Retail Deposit Machine* adalah mesin setor uang tunai yang dapat membantu klien untuk melakukan deposit uang tunai. Dalam perancangan ini, *sales & marketing div head* memberikan arahan agar penulis membuat brosur nya berkonsep *trifold* atau 3 lipatan.

Penulis juga diminta untuk membuat agar brosur tersebut mencerminkan identitas dari Nawakara, yang mana *font* dan warna harus menyesuaikan dengan yang sudah ditentukan dari *Head Office* Nawakara Group. Penulis diminta untuk membuat desain brosur yang *simple* namun tetap terlihat profesional, karena nantinya brosur yang penulis rancang akan digunakan sebagai salah satu alat promosi dari PT Nawakara Arta Kencana mengenai produk yang dimilikinya.

Tabel 3.2 Brief Proyek Brosur CRDM

Proyek	Warna	Pesan	Target Market
Brosur CRDM	<i>Color Palette</i> PT NAK	Simple dan Profesional tanpa menghilangkan <i>Brand Identity</i> dari PT NAK	<i>Profesional, Bank, Retail</i>

Setelah mendapatkan arahan dan berdiskusi dengan *supervisor*, penulis mulai dengan mencari referensi terlebih dahulu dan membuat rancangan desain atau sketsa *digital* sesuai dengan

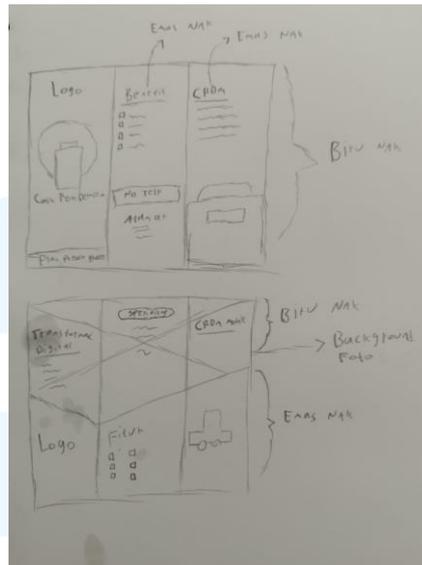
arahan dari *sales & marketing div head* karena di PT Nawakara Arta Kencana tidak terbiasa dengan adanya sketsa tangan.

Sebelum melakukan perancangan *digital*, penulis tetap membuat sketsa kasar untuk pegangan pribadi dalam proyek ini serta mencari referensi atau gambaran untuk brosur yang ingin dirancang seperti membuat *moodboard* yang sesuai dengan arahan kepala divisi yaitu *simple & profesional*.



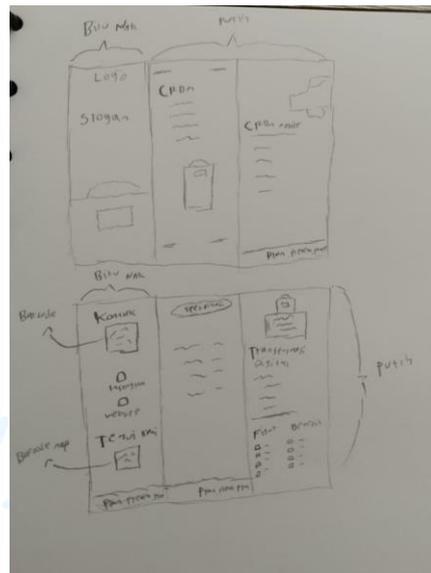
Gambar 3.2 Moodboard Brosur 1

Moodboard yang penulis buat telah disesuaikan berdasarkan *briefing* dari *sales & marketing div head*, yaitu agar penulis dapat merencanakan brosur dengan desain yang *simple* namun tetap terlihat profesional. Perancangan brosur langsung dilakukan dengan cara *digitalisasi* namun penulis tetap membuat sketsa kasar agar mempermudah proses pembuatan *digitalisasi* sesuai arahan perusahaan yang ingin langsung melihat hasil *digital*. Penulis membuat beberapa alternatif desain *digital* yang penulis ajukan kepada *supervisor* dan kepala *sales & marketing div head*.



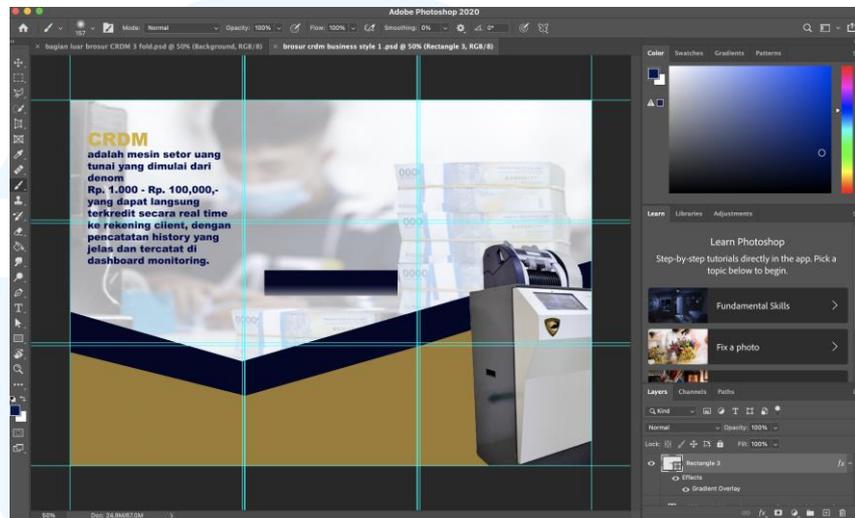
Gambar 3.3 Sketsa Kasar Brosur CRDM 1

Berikut adalah gambar sketsa kasar yang penulis buat terlebih dahulu agar penulis memiliki bayangan sebelum di proses digitalisasi. Penulis membuat beberapa sketsa agar ada beberapa alternatif untuk dapat mengimplementasikannya ke proses digital.



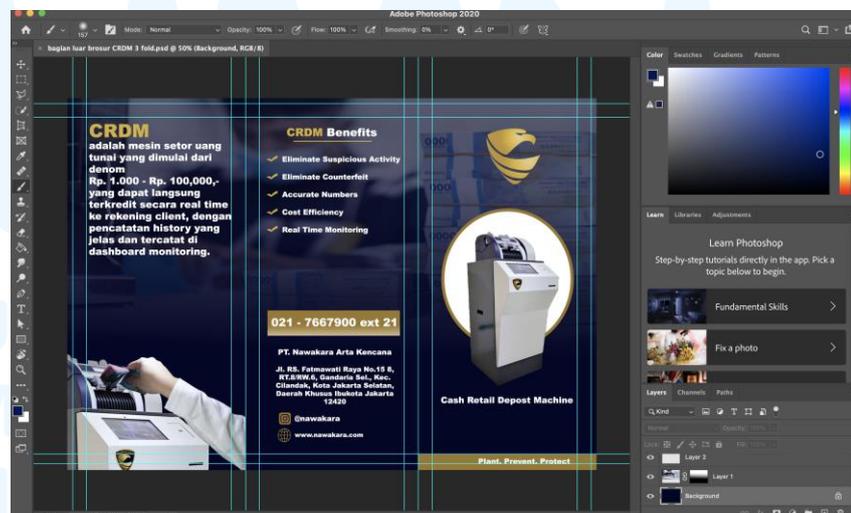
Gambar 3.4 Sketsa Kasar Brosur CRDM 2

Setelah sketsa kasar selesai dibuat, penulis langsung mengimplementasikan desain sketsa kasar tersebut ke *Adobe Photoshop*, seperti terlihat dibawah berikut:



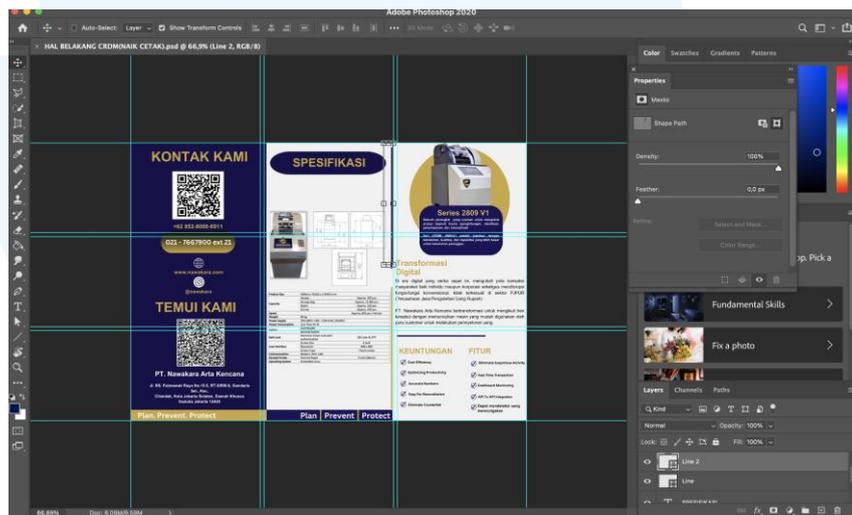
Gambar 3.5 Proses Digitalisasi Alternatif 1 CRDM Halaman Belakang

Berikut adalah hasil dari sketsa kasar desain alternatif 1 yang sudah penulis rancang dan implementasikan kedalam *Adobe Photoshop*.



Gambar 3.6 Proses Digitalisasi Alternatif 1 CRDM Halaman Depan

Desain brosur *CRDM* alternatif 1 (satu) yang sudah selesai penulis buat, langsung penulis ajukan kepada *sales & marketing div head* dengan *progress* selesai 50% untuk dapat di *review* terlebih dahulu. Namun ditolak karena menurut *sales & marketing div head* desain yang penulis buat kurang menarik. Kemudian, penulis mulia mengimplemetasikan sketsa kasar dari alternatif kedua penulis kedalam *Adobe Photoshop* untuk proses *digitalisasi*.



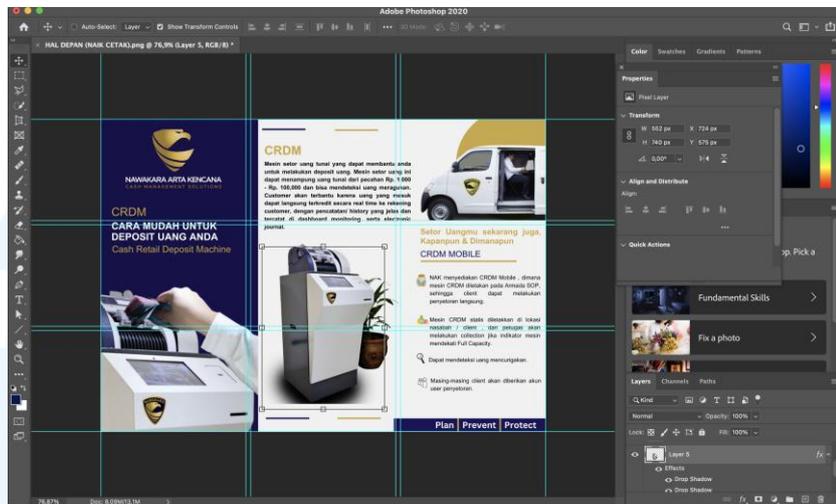
Gambar 3.7 Proses Digitalisasi Alternatif 2 CRDM Halaman Belakang

Berikut adalah hasil dari sketsa kasar desain alternatif 2 yang sudah penulis rancang dan implementasikan kedalam *Adobe Photoshop* untuk proses digitalisasi.

Ada beberapa kendala saat melaksanakan proyek ini, yaitu penulis masih belum terbiasa membuat suatu desain dengan warna dan font yang sudah diatur, sehingga penulis sempat mengalami kesulitan dalam membuat desain yang cocok untuk desain alternatif 2 ini.

Solusi yang penulis lakukan adalah melihat sosial media milik PT NAK dan juga website perusahaan, melihat seperti apa desain template yang menjadi ciri khas perusahaan sehingga penulis

dapat mengetahui bayangan desain seperti apa yang perusahaan inginkan.



Gambar 3.8 Proses Digitalisasi Alternatif 2 CRDM Halaman Depan

Sebelum mengajukan kepada *sales & marketing div head* penulis melakukan asistensi terlebih dahulu kepada *supervisor* untuk mendapatkan arahan lebih lanjut dan menurut *supervisor* desain alternatif 2 yang penulis buat sudah lebih baik dan menyarankan penulis untuk mengajukan desain tersebut langsung kepada *sales & marketing div head*.

Sales & marketing div head juga sependapat dengan *supervisor* dan menyetujui desain alternatif 2 yang penulis buat dan menyarankan agar desain tersebut diproses untuk naik cetak. Namun sebelum dicetak, penulis mendapat revisi seperti perubahan elemen titik pada *footer* menjadi garis dan juga penambahan isi dari konten.



Gambar 3.9 Revisi Brosur

Pemilihan warna dan *font* yang penulis pakai sudah di tentukan oleh perusahaan yaitu font *Arial* dan *color palette* yang ditentukan oleh perusahaan.



Gambar 3.10 Font & Color Palette

Setelah melakukan revisi seperti penambahan elemen dan isi konten, penulis kembali mengajukan hasil karya desain tersebut kepada *supervisor* dan *sales & marketing div head* untuk menerima arahan dan masukan.

Setelah mengajukan hasil karya kepada *supervisor* dan *sales & marketing div head*, penulis diajak untuk berdiskusi mengenai desain brosur dan *sales & marketing div head* sudah menyetujui desain yang telah penulis ubah tersebut untuk dilakukan proses naik cetak.

Kemudian penulis melakukan proses naik cetak dengan mencetaknya sendiri, dan memberikan hasil cetaknya kepada *supervisor* dan *sales & marketing div head*. Dan *sales & marketing div head* memperlihatkan hasil cetak brosur tersebut kepada Direktur, dan Direktur menyetujui untuk brosur tersebut disimpan

dan nantinya akan dicetak lebih banyak untuk kegunaan promosi produk milik PT Nawakara Arta Kencana.



Gambar 3.11 Desain yang Dipilih Halaman Depan Brosur

Gambar diatas adalah hasil final desain untuk brosur CRDM yang sudah di setuju oleh supervisor dan sales & marketing div head dan siap menunggu perintah dari divisi sales & marketing untuk naik cetak.

3.3.1.2 Perancangan Brosur NewT

Perancangan desain selanjutnya adalah membuat brosur produk aplikasi NewT milik PT Nawakara Arta Kencana. Sama seperti proyek 1, penulis mendapatkan proyek yang sama yaitu brosur, untuk membuat brosur aplikasi NewT.

Dalam pembuatan desain kali ini penulis mencoba untuk menggunakan *software* baru, yaitu *Canva*. Agar *softskill* penulis semakin berkembang dan penulis lihai dalam menggunakan beragam jenis *software* untuk desain.

Penulis menerima arahan dari *sales & marketing div head* untuk merancang brosur NewT dengan konsep yang sama dan menggunakan *software Canva*. Penulis diminta oleh *sales & marketing div head* untuk merancang brosur NewT dengan konsep

yang sama seperti CRDM, yaitu *simple* namun tetap terlihat professional.

Dan kemudian sama seperti proyek 1, penulis melakukan referensi pencarian terlebih dahulu dan membuat *moodboard* agar penulis memiliki gambaran tentang desain apa yang akan penulis rancang sembari penulis membuat beberapa sketsa kasar sebelum penulis memasukannya ke *Canva*.

Tetapi sebelum membuat *moodboard* dan juga sketsa kasar, penulis membuat table grafik terlebih dahulu yang berisi dari *brief* dari divisi *sales & marketing* perihal proyek apa yang penulis kerjakan, warna apa yang akan digunakan dalam pembuatan brosur tersebut, konten apa yang ingin ditampilkan di dalam brosur itu serta siapa target market yang akan menerima brosur nya nanti.

Tabel 3.3 Brief Proyek Brosur NewT

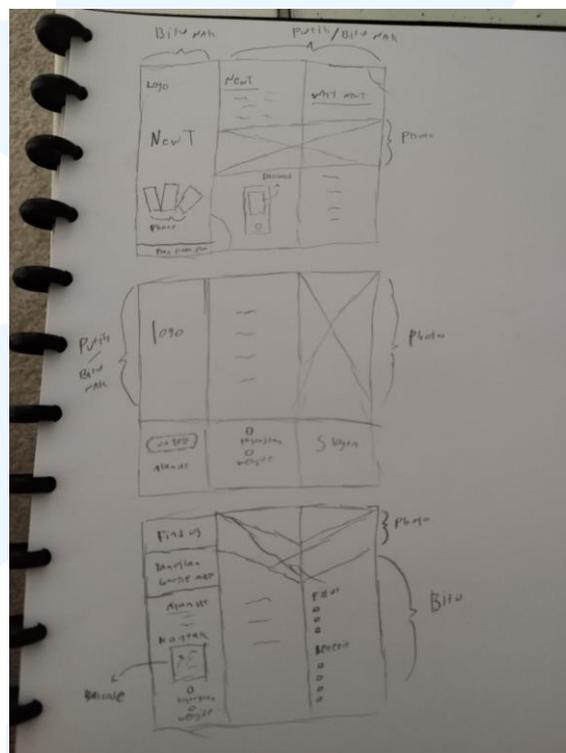
Proyek	Warna	Pesan	Target Market
Brosur NewT	Color Palette PT NAK	Simple dan Profesional tanpa menghilangkan Brand Identity dari PT NAK	Profesionals, Bank, Retail

Setelah penulis membuat tabel yang berisikan *brief* untuk proyek pembuatan brosur NewT, penulis berlanjut ke tahap pencarian referensi sembari penulis membuat *moodboard* terlebih dahulu agar penulis dapat menemukan konsep brosur yang ingin penulis buat.

Setelah penulis selesai membuat *moodboard* dan tetap sembari mencari referensi, penulis mulai merancang sketsa kasar terlebih dahulu. Penulis mencoba membuat berbagai desain

alternatif melalui sketsa kasar yang penulis rancang agar jika sewaktu-waktu terjadi revisi, atau penulis diminta mencoba untuk membuat desain lain penulis sudah memiliki beberapa alternatif desain yang memudahkan penulis agar tidak membuang waktu lama untuk mencari referensi atau membuat *moodboard* lagi,

Moodboard yang penulis rancang terdiri dari 2 (dua) *keyword* yang diambil sesuai *brief* seperti proyek brosur CRDM lalu yaitu *simple* namun tetap terlihat profesional. Dan penulis berinisiatif untuk menambahkan unsur masa depan karna mengingat aplikasi NewT ini merupakan inovasi yang baru dan dikembangkan oleh PT Nawakara Arta Kencana dalam mengikuti perkembangan teknologi di era masa kini.



Gambar 3.12 Sketsa Kasar Brosur NewT

Berikut adalah hasil rancangan sketsa kasar yang penulis buat untuk pembuatan desain brosur NewT, penulis membuat 2 desain yang berbeda untuk tampilan depan dan juga belakang, dan

untuk isian konten penulis biasa mendiskusikannya dengan *supervisor* atau sekretaris direktur untuk melakukan *brainstorm* atau mempelajari lebih lanjut perihal produk NewT dengan tujuan agar penulis dapat mengetahui poin-poin apa saja yang ingin ditampilkan dalam brosur.

Setelah membuat gambaran sketsa kasar, dan melakukan *brainstorm* penulis mulai menyusun kata-kata mengenai produk NewT tentunya dengan pemilihan kata yang menarik untuk ditampilkan di brosur.

Kemudian setelah selesai membuat *brief* kalimat yang sudah penulis rancang, penulis memberikan hasilnya kepada *supervisor* untuk di *review* dan jika ada revisi penulis bisa langsung mengubahnya sebelum penulis membuat desain *digitalisasi*.

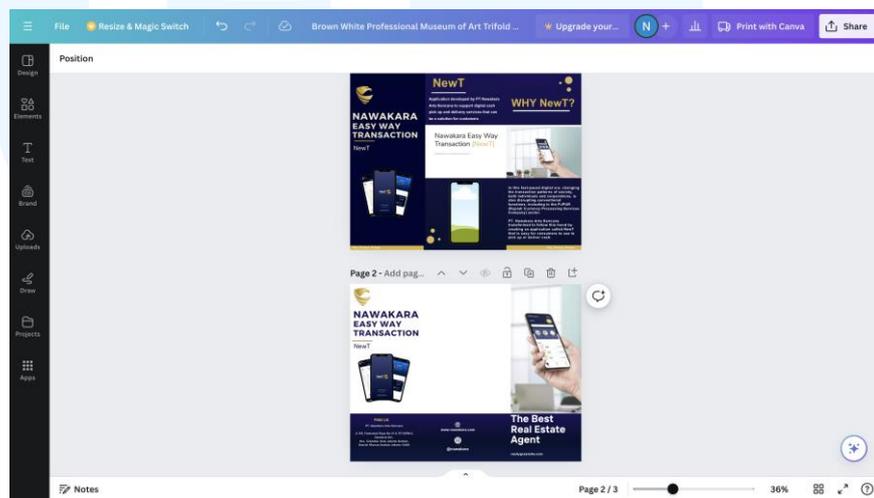
Supervisor pun sudah menyetujui hasil rancangan kalimat yang penulis buat, dan penulis lanjut memindahkan hasil desain dari sketsa kasar ke *Canva*. Dengan tetap menggunakan warna dan juga *font* yang telah ditetapkan oleh *Head Office* Nawakara Group.



Gambar 3.13 Moodboard brosur NewT

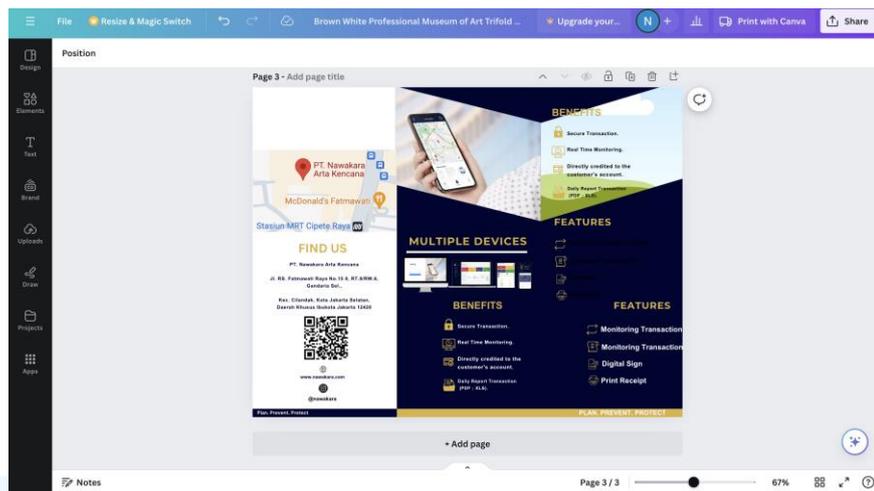
Sebelum melakukan perancangan digital penulis membuat *moodboard* yang sesuai dengan konsep dan arahan dari kepala divisi *sales & marketing*.

Sama seperti proyek brosur sebelumnya, penulis langsung mengimplementasikan hasil sketsa kasar kedalam aplikasi *Canva*. Penulis membuat beberapa alternatif desain yang penulis ajukan kepada *supervisor* dan *supervisor* akan melihat terlebih dahulu hasil karya milik penulis.



Gambar 3.14 Proses Digitalisasi Alternatif 1 Brosur NewT

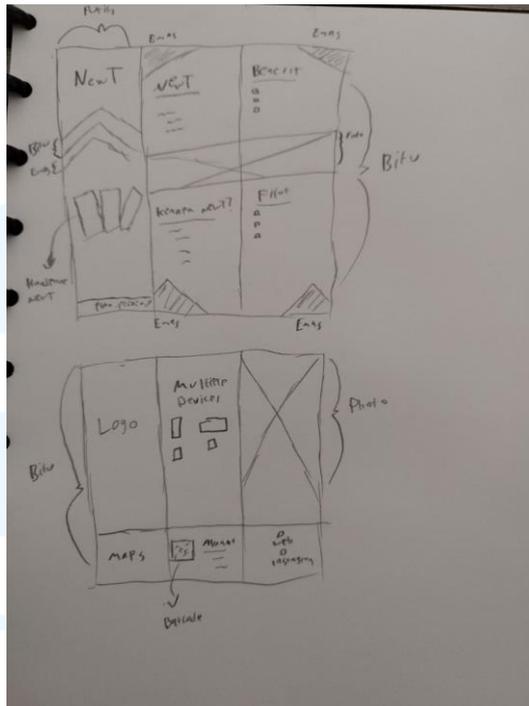
Berikut adalah hasil desain yang sudah penulis *digitalisasi* ke aplikasi *software* bernama *Canva* dan untuk tampilan desain alternatif 1 yang penulis lakukan *digitalisasi* dengan konsep yang sama, yaitu *trifold* atau 3 lipatan dan *simple & profesional*. Sama seperti proyek pertama yaitu brosur CRDM, untuk pengajuan awal penulis tidak menyelesaikan perancangan hingga selesai, melainkan penulis merancang 50% hanya untuk gambaran saja kemudian penulis tunjukkan terlebih dahulu kepada *supervisor* untuk dilakukan *review* terlebih dahulu oleh *supervisor*.



Gambar 3.15 Proses Digitalisasi 2 Brosur NewT Halaman Belakang Alternatif 1

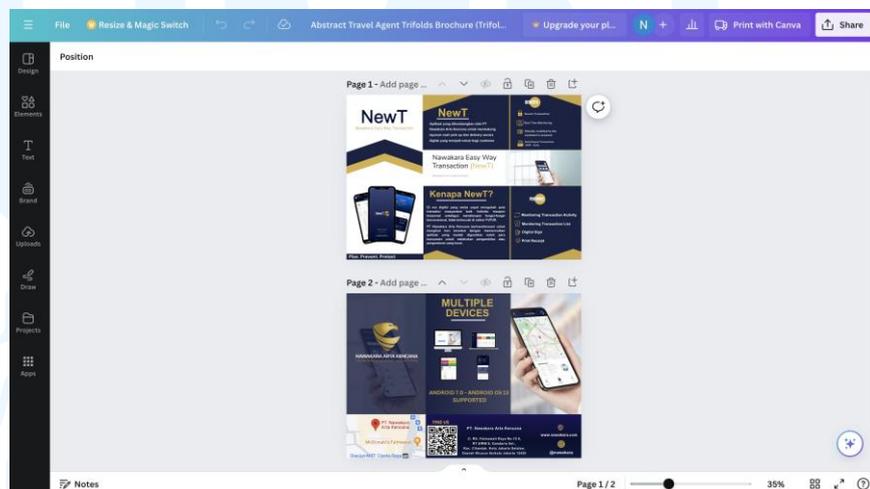
Seperti prosedur sebelumnya yaitu sebelum mengajukan kepada *sales & marketing div head*, penulis mengajukan hasil karya ini terlebih dahulu ke *supervisor* untuk mendapatkan masukan dan *feedback* dari *supervisor* sehingga dapat meminimalisir kesalahan yang penulis lakukan terhadap isi konten maupun desain. Dan *supervisor* memberikan masukan untuk desain brosur *NewT* alternatif 1 (satu) agar penulis dapat membuatnya menjadi terlihat lebih *simple* dan *eye-catching* serta penulis juga diminta untuk memperbanyak visual atau gambar.

Penulis pun langsung melakukan rombak ulang desain dan merapihkan desain sketsa kasar lainnya yang pernah penulis buat, serta penulis melakukan pencarian referensi lagi agar dapat mengetahui desain seperti apa yang *supervisor* inginkan.



Gambar 3.16 Sketsa Kasar Brosur NewT Alternatif 2

Kemudian penulis langsung mengimplementasikan desain sketsa kasar alternatif 2 yang sebelumnya sudah penulis rancang ke dalam *Canva* dan penulis merapihkannya serta mengubah beberapa kalimat agar lebih terlihat menarik.



Gambar 3.17 Digitalisasi Brosur NewT Alternatif 2

Gambar diatas merupakan desain final yang di pilih oleh *supervisor* untuk diajukan kepada *sales & marketing div head*, namun ada sedikit revisi dari *supervisor* yaitu *logogram* burung yang ada di *mock up handphone* untuk dihilangkan dan hanya diganti oleh logo NewT sendiri saja.



Gambar 3.18 Revisi cover brosur NewT

Terdapat sedikit perubahan untuk desain tampilan awal, dari gambar 3 *android* terpisah penulis mendapatkan tantangan untuk mengubahnya agar gambar dari 3 android tersebut menjadi satu kesatuan.

Dan juga perubahan dalam logo NewT, yang semula adalah logo bertulisan NewT ditambah dengan *logogram* burung yang menjadi ciri khas Nawakara, kini hanya menjadi logo yang bertuliskan NewT saja.



Gambar 3.19 Desain final brosur NewT

Gambar diatas adalah hasil final desain untuk brosur NewT yang sudah didiskusikan dengan *supervisor* dan diajukan dari *supervisor* kepada *sales & marketing div head*, dan *sales & marketing div head* menyetujui hasil karya brosur NewT yang penulis buat dan penulis diminta untuk segera memproses agar brosur tersebut dapat naik cetak.

3.3.1.3 Perancangan Short Video

Selain membuat brosur, penulis juga diberi kesempatan untuk membuat *short video* untuk media sosial dan *whatsapp business*. Untuk pengambilan video pertama sudah dilakukan oleh pihak perusahaan, dan penulis hanya melanjutkan proses *editing* saja. Penulis mendapatkan arahan dari *sales & marketing div head* untuk mengedit video selebrasi pemasangan mesin CRDM di acara LPD Bali untuk dapat dijadikan *short video* yang hanya berdurasi maksimal 1 menit untuk dikemas menjadi menarik dan kekinian.

Tabel 3.4 Brief Proyek Short Video/ Reels

Proyek	Pesan	Target Market
Short Video Ceremonial	Fun, Interesting	Client PT NAK
Short Video Hari Pendidikan	Interesting	Client PT NAK & Internal Nawakara Group

Selain diberi tugas untuk mengedit video selebrasi pemasangan mesin CRDM di acara LPD Bali, penulis juga diberikan kesempatan untuk mengerjakan suatu proyek yaitu membuat video bertemakan Hari Pendidikan dengan konsep *short video* berdurasi maksimal 1 menit yang akan disebarluaskan ke klien dan juga internal Nawakara Group.



Gambar 3.20 Proses edit video Ceremonial

kembali mencoba aplikasi *software* yang lain dalam proses pengeditan video ini, yang mana penulis mencoba belajar menggunakan aplikasi *Capcut*.

Penulis mencoba melakukan pemotongan video dengan mengambil klip-klip yang menarik dan juga menambahkan logo serta lagu untuk mengiringi video tersebut.

Setelah proses pengeditan video ini selesai, penulis mengajukan hasil video kepada *supervisor* dan tim *digital marketing* untuk mendapatkan masukan serta arahan lebih lanjut. *Supervisor* dan tim *digital marketing* pun menyetujui hasil video yang telah penulis edit dan meminta penulis untuk mengajukan secara langsung kepada *sales & marketing div head*. Penulis pun mengajukan hasil video yang penulis edit kepada *sales & marketing div head*, dan *sales & marketing div head* pun menyetujui dan meminta agar video

tersebut dapat dipublikasikan segera ke sosial media milik perusahaan.

Hasil video yang penulis edit pun penulis kirimkan ke *digital marketing* agar dapat ditindaklanjuti untuk dapat dipublikasikan di Instagram Nawakara, namun sampai sekarang masih menunggu jadwal *posting* dari *Head Office* Nawakara Group.



Gambar 3.21 Potongan Gambar dari Hasil Video Ceremonial

Setelah proses pengeditan video untuk selebrasi pemasangan mesin CRDM di acara LPD Bali, penulis melanjutkan ke proyek kedua yaitu membuat konten video ucapan Hari Pendidikan dengan konsep *short video* dan berdurasi maksimal 1 menit. Penulis pun mengajukan ide untuk membuat video yang berkonsep ucapan “Hari Pendidikan” dari direktur. Tetapi sebelumnya penulis mencari referensi terlebih dahulu dari Instagram Nawakara untuk mengetahui seperti apa gambaran video-video yang sudah diunggah sebelumnya.

Penulis juga di tunjuk untuk membuat video ucapan “Hari Pendidikan” yang akan di sebar di *Whatsapp Business* Nawakara Arta Kencana. Penulis mencari referensi dari Instagram Nawakara untuk mencari tau gambaran seperti apa video-video dari Nawakara yang pernah ada sebelumnya. Untuk hari-hari perayaan atau libur nasional Nawakara sering membuat video yang melibatkan kata selamat dari direktorat utama. Setelah melihat referensi, penulis

mengajukan konsep video ke supervisor yang juga ingin melibatkan direktorat dari Nawakara Arta Kencana untuk terlibat dalam video dan segera meminta izin kepada sekretaris direktorat mengenai konsep dari konten video ini dan disetujui langsung oleh direktur dari Nawakara Arta Kencana.

Penulis memperlihatkan gambaran video kepada sekretaris direktur dan direktur pun menyetujui, kemudian penulis lanjut membuat skrip teks untuk direktur. Setelahnya penulis berdiskusi dengan sekretaris direktur untuk meminta jadwal kosong direktur agar dapat dilakukan proses *shooting*.



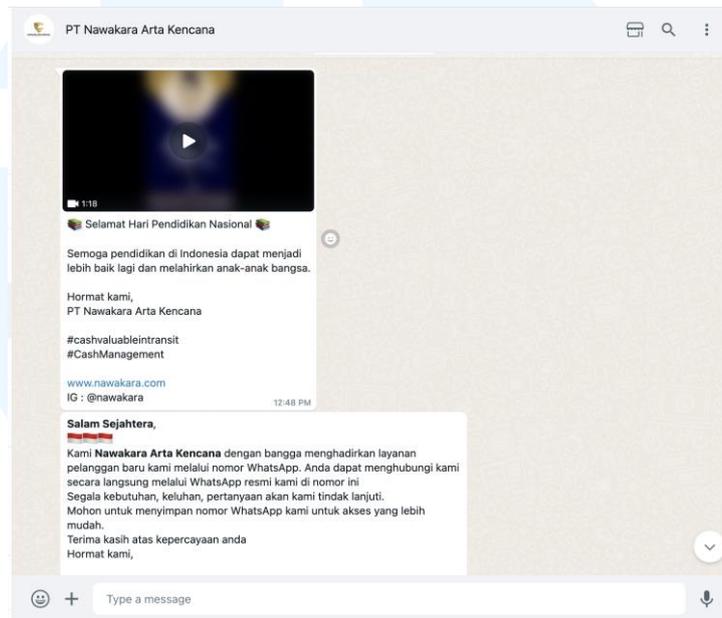
Gambar 3.22 Proses Editing Video Hari Pendidikan

Setelah proses edit selesai penulis mengajukan hasil video ke direktur dan *supervisor*. Sama seperti video pertama, proyek video hari pendidikan juga tidak ada revisi dan disetujui langsung oleh direktur dan *supervisor*.



Gambar 3.23 Potongan Gambar dari Hasil Video Hari Pendidikan

Hasil video yang penulis buat kemudian disebarakan oleh tim *digital marketing* melalui *Whatsapp Business* milik PT Nawakara Arta Kencana kepada staff internal, *client*, dan calon *client* dari PT Nawakara Arta Kencana persis di perayaan hari pendidikan yaitu pada tanggal 2 Mei 2024.



Gambar 3.24 Screenshot Blast Video Hari Pendidikan Melalui Whatsapp

Selain dua video diatas, penulis juga membuat *storyboard* untuk *short video reels* Instagram untuk proyek yang akan mendatang atau sedang menunggu jadwal *shooting* seperti dibawah berikut:

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

a) **Storyboard Konten Reels Cargo Milik PT Nawakara Arta Kencana**

Scene	Picture	Actions	Dialogue	Time
		*Orang bingung mau ngirim uang banyak ke orang tuanya tapi gimana caranya		1-10
		*mencari-mencari jasa cargo *Memesan cargo dari jasa lain		11-20
		Menerima notifikasi bahwa adanya kehilangan / kerusakan		21-30
		Stress dan shock karena kehilangan		31-40
		Menefon orang tua bahwa pengiriman sedikit terlambat		41-50
		*searching jasa cargo dan menemukan NAK *Deal memakai jasa cargo NAK dengan suasana yang happy		51-60
		Penjelasan kelebihan cargo NAK yang akan mengcover jika ada yang kehilangan	COVER FULL NYA SEPERTI APA (NOMINAL ATAU SEPERTI APA)	51-60
		pengambilan gambar prosedur singkat cargo NAK	Cara ordernya (Kemudahan order) SLA (Jaminan sampai tepat waktu)	61-70
		Legs dan tenang karena aman dan ada jaminan harta kembali full karena pakai		71-80

Gambar 3.25 Storyboard Reels Cargo

b) Storyboard Konten Reels CRDM

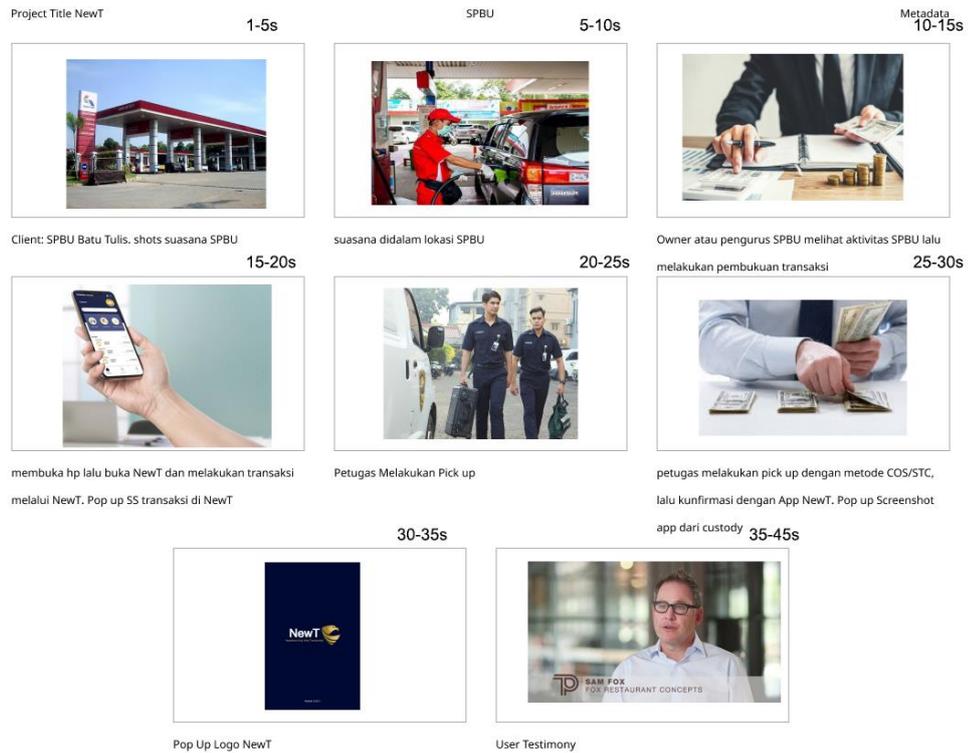
No: _____

Scene	Picture	Actions	Dialogue	Time
		Pegawai/client sedang menghitung uang yang akan di setor	"Bingung mau setor uang yang praktis bagaimana?"	
		Menampilkan mesin CRDM	Tenang, sekarang sudah ada mesin CRDM milik Nawakara Arta Kencana yang siap hadir menampung uang setoran mu	
		Menampilkan proses client sedang setoran yang berfokus ke dashboard dan ui/ux nya	"Caranya mudah sekali..."	
		Client selesai deposit dengan menampilkan wajah yang bahagia & tersenyum	Yuk setor uangmu sekarang dengan mesin CRDM	

Gambar 3.26 Storyboard Reels CRDM

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

c) *Storyboard Reels NewT*



Gambar 3.27 Storyboard Reels NewT

3.3.1.4 Perancangan Poster *Feeds Instagram*

Penulis diberi kepercayaan untuk membuat poster untuk memperingati hari besar seperti hari kenaikan Isa Almasih dan hari raya Waisak untuk PT Nawakara Arta Kencana. Penulis diberi arahan untuk membuat poster yang eye catching dan berbeda dari umumnya. Penulis pun berdiskusi dengan supervisor dengan memperlihatkan referensi gaya atau aliran desain yang sudah penulis rancang.

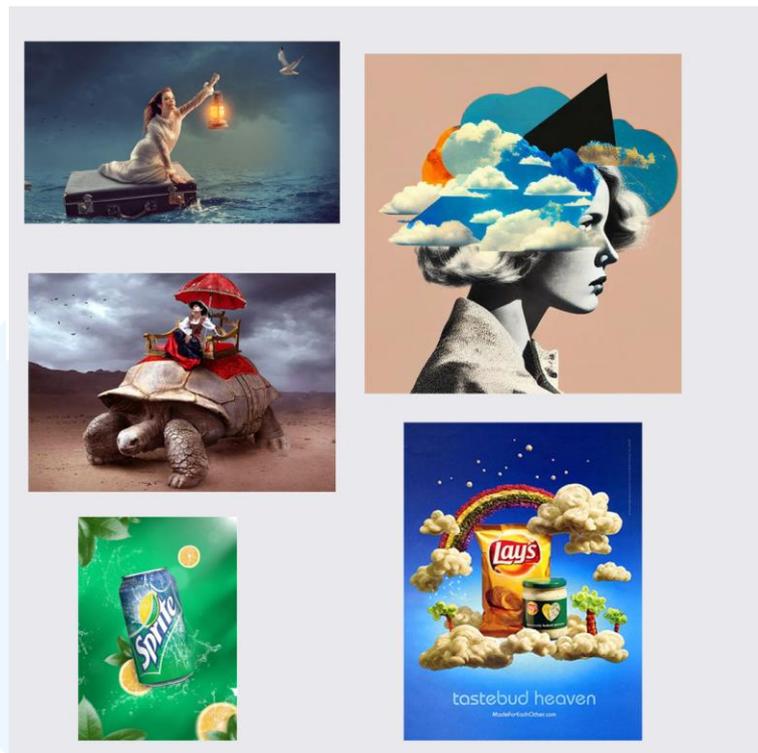
Tabel 3.5 Brief Proyek Short Video / Reels

Proyek	Pesan	Target Market
Poster Kenaikan Isa Almasih	<i>Eye Catching</i>	Client PT NAK
Poster Hari Waisak	<i>Eye Catching</i>	Client PT NAK & Internal Nawakara Group

Seperti proyek yang lainnya, langkah awal yang penulis lakukan adalah membuat table grafik terlebih dahulu yang berisi dari *brief* dari divisi *sales & marketing* perihal proyek apa yang penulis kerjakan, dan pesannya ingin seperti apa.

Penulis dalam proyek ini diberi kebebasan dalam memilih gaya desain namun tidak keluar arah dari pemilihan warna atau *tone* yang biasa PT Nawakara Arta Kencana pakai atau yang sudah ditentukan oleh *Head Office* Nawakara Group.

Penulis mencari referensi dan memilih untuk mencoba menggunakan gaya desain *photo manipulation* dengan teknik *digital imaging*. Penulis langsung melakukan perancangan *moodboard* yang berisikan gambar-gambar yang menggunakan unsur *photo manipulation*.



Gambar 3.28 Moodboard Visual

Moodboard visual yang penulis ajukan ke supervisor. Supervisor menyetujui gaya desain “*Photo Manipulation*” yang menggunakan teknik *Digital Imaging*, namun supervisor dan sales & marketing div head tetap mengharuskan penulis untuk menciptakan desain yang *eye catching* tanpa menghilangkan identitas dari perusahaan.

Kedua proyek poster ini menggunakan font Arial & Brush Script MT dengan color palette yang sudah di tentukan oleh Head Office Nawakara Group. Namun dengan konsep “*Photo Manipulation*” penulis menggannti warna biru PT NAK, mnjadi background langit pada poster Hari Kenaikan Isa Almasih dan untuk poster Hari Waisak tetap menggunakan warna yang sudah di tetapkan.

ARIAL

ARIAL

BRUSH SCRIPT MT



Gambar 3.29 Font & Color Palette Feeds

Selain penggunaan warna dan font dari perusahaan, penulis mencoba untuk menambahkan elemen visual fotografi yang cocok dengan setiap poster nya masing-masing yang nantinya dimasukan kedalam proses digitalisasi seperti:

a) Hari Kenaikan Isa Almasih

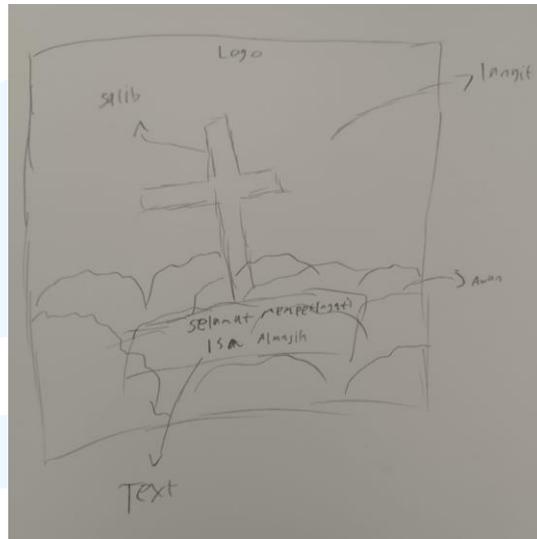
- Background langit
- Burung
- Salib

b) Hari Waisak

- Patung Buddha
- Lampion
- Bunga Tulip

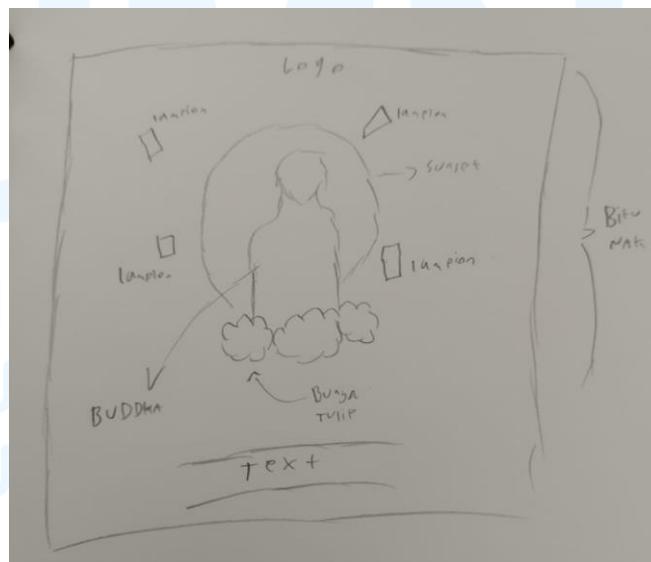
Penulis merancang kedua poster hari kenaikan Isa Almasih dan Waisak dengan software *Photoshop*, dan menggunakan teknik *Digital Imaging* serta gabungan dengan *Collage Art* yaitu penggabungan foto menjadi satu kesatuan dengan tambahan *effect*

grain untuk poster hari Waisak. Sebelum melakukan proses *digitalisasi* penulis merancang sketsa kasar terlebih dahulu.



Gambar 3.30 Sketsa Kasar Poster Kenaikan Isa Almasih

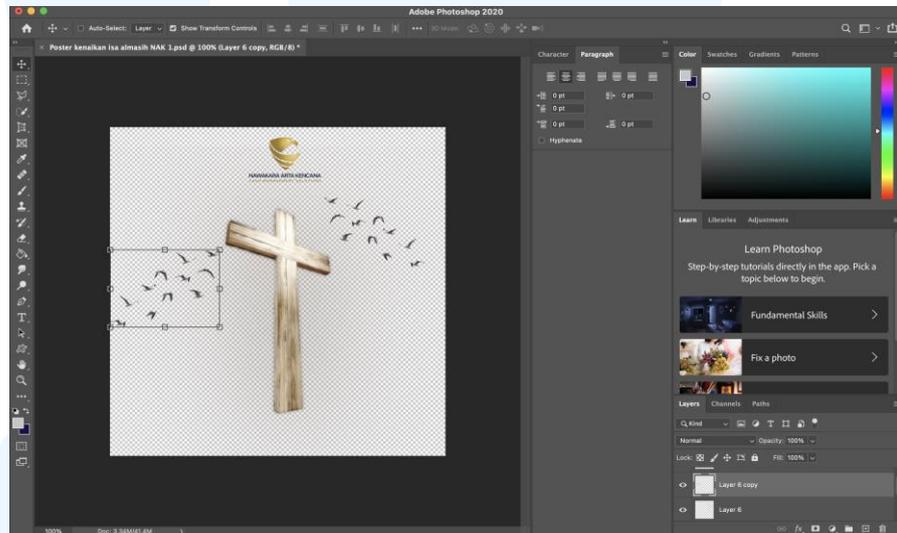
Konsep dan inspirasi yang penulis dapat untuk poster kenaikan Isa Almasih adalah kembali mengingat peristiwa tersebut yang dimana Isa Almasih naik ke surga. Kata “naik ke surga” penulis gambarkan dengan gambar awan dan langit sedangkan untuk kata “Isa Almasih” penulis gambarkan dengan gambar salib.



Gambar 3.31 Sketsa Kasar Poster Hari Waisak

Konsep dan inspirasi yang penulis dapat untuk poster hari waisak adalah *tranquility* atau ketenangan, yang dimana penulis ingin menggambarkan situasi ketenangan dalam poster ini. Penulis merancang sketsa yang terdapat unsur-unsur hari Waisak seperti gambar *Buddha* di tengah yang akan menjadi *point of interest* serta di dukung dengan visual lainnya seperti bunga tulip, lampion dan *background sunset*.

Setelah pembuatan sketsa kasar selesai, penulis langsung mengimplementasikan hasil sketsa kasar tersebut kedalam bentuk digital melalui Adobe Photoshop.



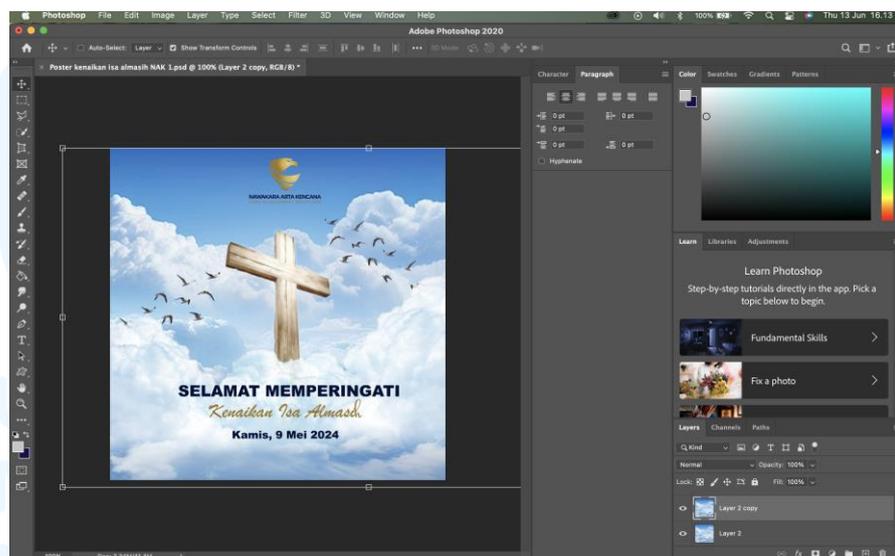
Gambar 3.32 Proses Digitalisasi Poster Kenaikan Isa Almasih awal

Langkah awal yang penulis lakukan adalah penulis mengumpulkan asset-aset foto yang ingin penulis gunakan. Seluruh aset penulis dapatkan melalui *freepik* dan *pngggg*.



Gambar 3.33 Proses Digitalisasi Poster Kenaikan Isa Almasih langkah 2

Setelah aset terkumpul penulis menambahkan text dan background awan serta menentukan tata letak setiap aset visual sesuai dengan sketsa kasar yang penulis rancang sebelumnya dan menyesuaikan agar pesan dari poster tersebut dapat tersampaikan ke khalayak yang menerima.



Gambar 3.34 Hasil Akhir Perancangan Digitalisasi Poster Kenaikan Isa Almasih

Hasil akhir dari poster kenaikan Isa Almasih langsung penulis ajukan kepada *supervisor* untuk meminta masukan atau revisi. *Supervisor* menyetujui hasil desain akhir dan mengarahkan penulis untuk langsung menngajukan kepada *sales & marketing div head*.

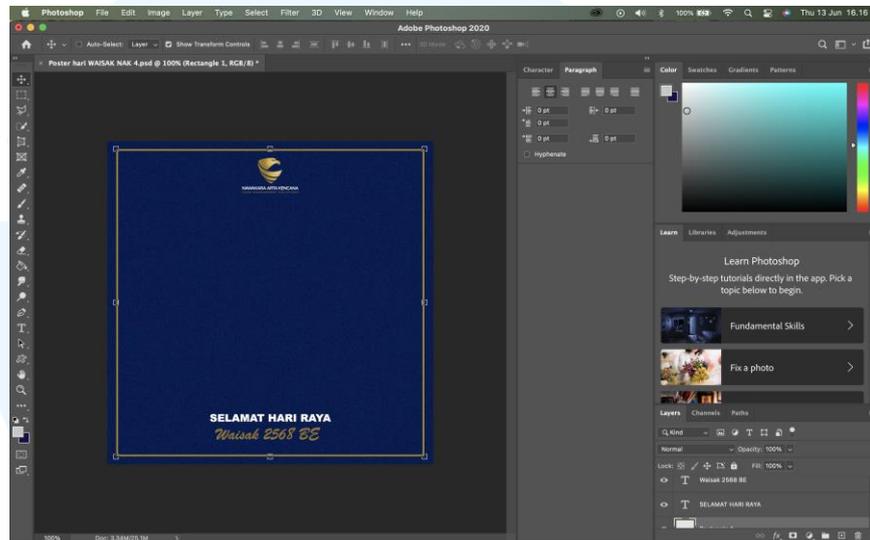


Gambar 3.35 Hasil Akhir Poster Kenaikan Isa Almasih

Dengan arahan *supervisor* penulis langsung mengajukan desain poster kepada *sales & marketing div head*. Desain yang telah disetujui oleh *supervisor* juga disetujui oleh *sales & marketing div head* dan tidak ada revisi. Penulis pun langsung mengirimkan hasil desain yang penulis rancang ke tim *digital marketing* agar dapat dipublikasikan tepat di hari Kenaikan Isa Almasih.

Namun setelah penulis teruskan ke tim *digital marketing*, tim *digital marketing* mengabari bahwa proyek poster yang penulis rancang tidak dapat di unggah di media sosial Nawakara karena mengingat akun media sosial milik PT Nawakara Arta Kencana adalah akun gabungan dari PT Nawakara Perkasa Nusantara sebagai pusat, poster ini tidak dapat di unggah karena PT Nawakara Perkasa Nusantara sudah memiliki jadwal konten yang sama.

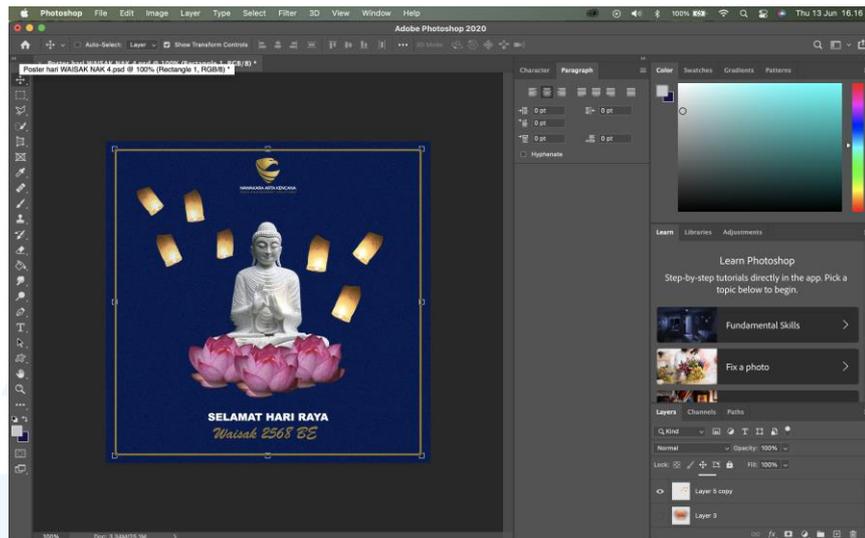
Setelah proyek poster kenaikan Isa Almasih selesai, penulis melanjutkan untuk mengimplementasikan sketsa kasar proyek poster hari Waisak yang penulis rancang ke software Adobe Photoshop.



Gambar 3.36 Proses Awal Digitalisasi Poster Hari Waisak

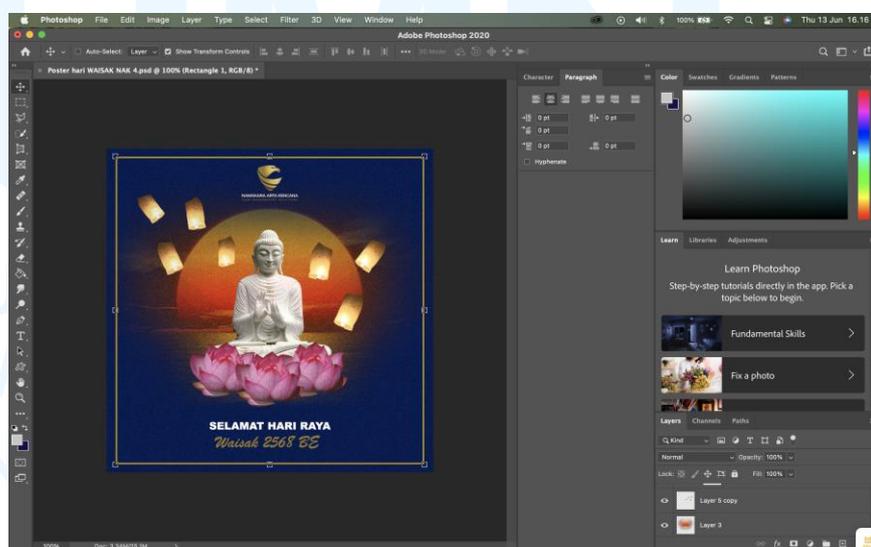
Penulis melakukan langkah yang berbeda dengan poster kenaikan Isa Almasih, yang mana dalam poster hari Waisak penulis menentukan *background* terlebih dahulu dan meletakkan *text* agar seluruh aset foto bisa diletakkan dengan baik dan tidak bertabrakan antara foto dan *text*. Penulis menggunakan *background* berwarna biru milik perusahaan dan membuat *border* warna emas yang sesuai dengan *color palette* milik perusahaan juga.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



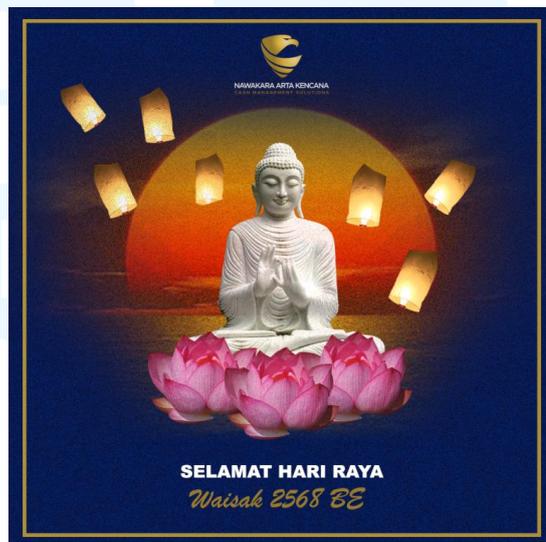
Gambar 3.37 Proses Meletakan Aset Foto Kedalam Poster Hari Waisak

Langkah berikutnya yang penulis lakukan setelah merancang background adalah, penulis mulai memasukan aset-aset foto yang sudah penulis pilih dan dapatkan melalui freepik & pngggg. Setelah penulis memasukan aset foto, penulis menentukan tata letak dari setiap aset foto yang dimana icon dari patung Buddha diletakan di tengah sebagai point of interest dan lampion sebagai pelengkap begitu pula dengan bunga tulip



Gambar 3.38 Proses Meletakan Foto Sunset Kedalam Poster

Penulis menambahkan foto sunset sebagai pelengkap dan menonjolkan kesan tranquility sesuai dengan konsep yang penulis ambil. Setelah penulis merancang desain poster untuk hari raya Waisak, penulis pun lanjut memberikannya kepada supervisor untuk dilakukan review terlebih dahulu, dan setelah supervisor menyetujui penulis langsung menyerahkannya kepada *sales & marketing div head sales & marketing div head* pun menyetujui dengan hasil karya desain yang penulis rancang dan menyarankan penulis untuk langsung menyerahkannya kepada tim digital marketing.



Gambar 3.39 Hasil Poster Hari Waisak

Kendala yang penulis alami setelah membuat poster hari raya Waisak ini sama dengan dengan proyek poster kenaikan Isa Almasih yang mana Nawakara pusat sudah memiliki konten desain terlebih dahulu dengan konsep yang sama untuk di hari raya Waisak.

3.3.1.5 Perancangan *Company Profile*

Penulis juga diberi kesempatan dan dipercayakan untuk mengerjakan proyek besar yaitu perancangan *Company Profile*. Dimana dalam proyek ini penulis tidak bekerja seorang namun bersama-sama dengan rekan kerja dari departemen *digital*

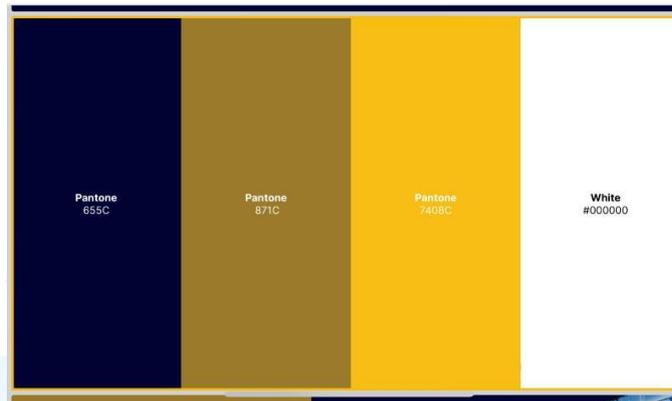
marketing. Penulis diarahkan untuk memilih dan mengedit foto dan perancangan *cover*, sedangkan untuk isi dan konten dituju kepada tim *digital marketing*.

Untuk *layout*, elemen desain dan konsep dikerjakan bersama melalui diskusi dan *brainstorming* dengan departemen *digital marketing*. Sebelumnya PT Nawakara Arta Kencana memiliki *Company Profile* tapi media tersebut digabung dengan Nawakara pusat yang mengakibatkan PT Nawakara Arta Kencana mendapatkan kesulitan untuk meningkatkan *brand awareness* tersendiri, maka dari itu perusahaan membutuhkan *company profile* yang hanya berpusat kepada PT Nawakara Arta Kencana namun tetap menggunakan *color palette* yang sudah ditentukan oleh *Head Office* Nawakara Group.

Tabel 3.6 Brief Proyek Company Profile

Proyek	Pesan	Target Market
Company Profile	Modern & Profesional	Client PT NAK & Calon Client PT NAK

Sama seperti proyek lainnya, penulis selalu membuat table *brief* terlebih dahulu. Mengingat dalam proyek *company profile* ini penulis tidak bekerja sendirian melainkan penulis bekerja sama dengan tim *digital marketing* dalam proyek *company profile* ini. Pemilihan warna untuk setiap bagian dari *company profile* harus menggunakan *color palette* perusahaan terutama di bagian yang penulis kerjakan yaitu *cover*.

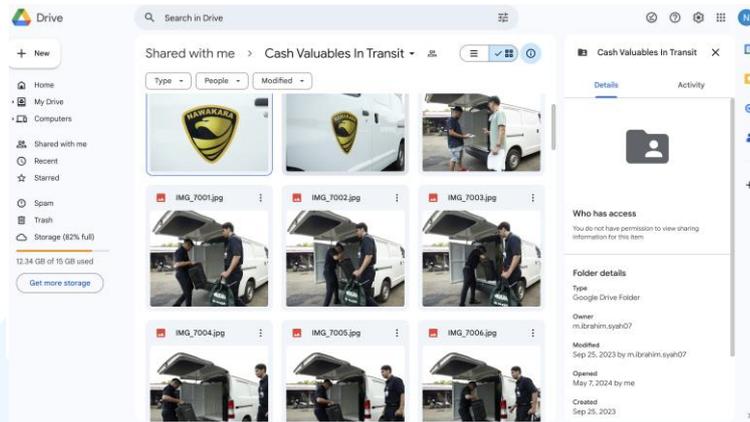


Gambar 3.40 Color Palette Nawakara

Sebelum memulai perancangan, penulis berdiskusi terlebih dahulu dengan *supervisor* dan tim *digital marketing* untuk menentukan desain nya seperti apa dan isi konten dalam *company profile* itu apa saja. Tim *digital marketing* sudah mulai mengerjakan bagian isi dalam *company profile*, dan konsep yang dipilih adalah “profesional & modern” yang ditentukan oleh tim *digital marketing*.

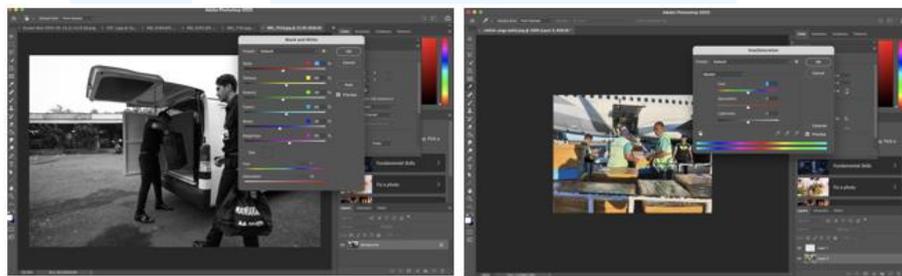
Konsep ini diambil dari hasil *booklet company profile* Nawakara yang sebelumnya sudah pernah dibuat dan menggunakan konsep “*exclusive & profesional*”.

Untuk konsep desain *cover* dari *company profile* yang ingin dirancang, penulis dan tim memutuskan untuk memakai konsep yang sama dan sesuai dengan bagian isi dari *company profile* yang baru yaitu “Profesional namun Modern” dan untuk pemilihan warna juga sudah ditentukan oleh perusahaan yaitu tetap memakai *color palette* milik Nawakara. Langkah pertama yang penulis lakukan adalah pemilihan aset foto untuk dijadikan *cover* dan isi di setiap halaman.



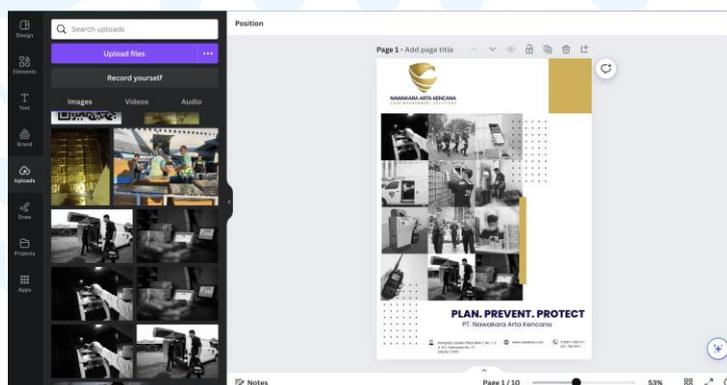
Gambar 3.41 Aset Foto NAK

Proses perancangan *Company Profile* ini menggunakan *software Photoshop* dan *Canva*, *Photoshop* penulis gunakan hanya untuk mengedit foto seperti mengubah warna dan *tone*.



Gambar 3.42 Mengubah Warna dan Tone Foto

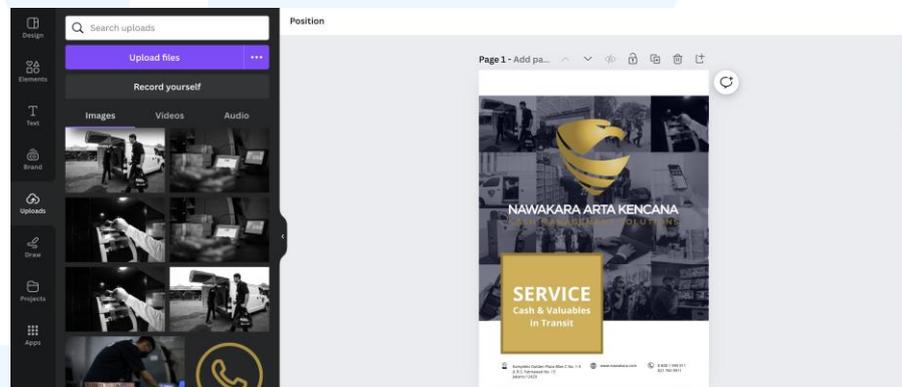
Langkah selanjutnya setelah pemilihan dan mengedit foto, penulis memasukan aset-asetnya ke *Canva* yang sudah dibuat oleh tim *Digital Marketing*, dan mulai merancang *cover* dengan beberapa alternatif pilihan untuk *cover company profile*.



Gambar 3.43 Perancangan Alternatif Cover pertama Company Profile

Untuk desain *cover* alternative yang pertama penulis menggunakan unsur-unsur elemen visual seperti titik, persegi, dan kotak. Lalu penulis meletakkan aset-aset foto yang telah penulis pilih dan edit untuk di letakan di bagian *cover*. Setelah itu penulis menambahkan judul *text* yang berupa slogan dari Nawakara yaitu *Plan. Prevent. protect.* Dibagian *footer* penulis menambahkan detail alamat dari perusahaan, kontak dan media sosial milik perusahaan.

Penulis mengajukan kepada *supervisor* namun desain cover alternatif yang pertama dianggap terlalu rumit, dan *supervisor* meminta penulis untuk mencoba membuat desain lain yang terlihat lebih *simple*.



Gambar 3. 44 Perancangan Alternatif Cover Kedua Company Profile

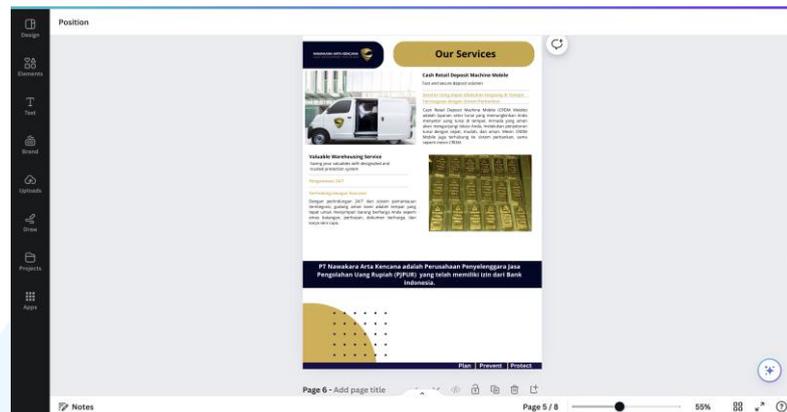
Untuk desain *cover* alternatif yang kedua penulis pun memperingkas desain nya dengan melakukan perancangan yang terlihat tidak terlalu ramai dan melakukan sedikit perubahan dalam judul *cover*. Desain alternatif kedua menurut *supervisor* sudah sesuai dan penulis disarankan kembali untuk mengganti judul menjadi “*Company Profile*” serta peletakkan alamat, media social dan kontak perusahaan diletakkan di dalam halaman bukan di depan *cover*.

Penulis pun langsung segera mengganti judul dan memindahkan detail alamat, kontak dan media sosial kedalam halaman.



Gambar 3.45 Cover Akhir Company Profile NAK

Desain akhir yang penulis ajukan kepada *supervisor* telah di *approve* dan penulis selanjutnya ikut serta dalam menambahkan elemen-elemen desain seperti bentuk garis, persegi, lingkaran dan titik pada setiap halaman.



Gambar 3.46 Halaman Company Profile NAK

Setelah memakan waktu tiga minggu lebih dengan masukan-masukan atau revisi, penulis dan tim Digital Marketing mengajukan desain hasil akhir kepada kepala divis *Sales & Marketing* untuk melakukan persetujuan.



Gambar 3.47 Hasil Akhir Company Profile

Gambar diatas adalah hasil final desain untuk brosur *Company Profile* yang sudah di setujui oleh supervisor dan *sales & marketing div head* dan siap menunggu perintah dari divisi *sales & marketing* untuk naik cetak.

3.3.2 Kendala yang Ditemukan

Selama pelaksanaan magang, terdapat beberapa kendala yang dihadapi. Kendala-kendala tersebut diuraikan sebagai berikut:

- 1) Kurangnya tenaga kerja desainer di perusahaan mengakibatkan penulis cukup kewalahan.
- 2) Beberapa pekerjaan yang penulis ditunjuk untuk mengerjakan tetapi diluar ranah atau bidang penulis yang mengakibatkan penulis sedikit tertekan dan cukup kewalahan.
- 3) Keterbatasan aset seperti foto-foto perusahaan atau produk menjadi penghambat dalam menyelesaikan beberapa proyek yang penulis kerjakan.
- 4) Adanya perubahan proyek secara mendadak. Prioritas proyek berubah sesuai dengan kebutuhan mendesak perusahaan. Hal ini mengharuskan penulis untuk dapat beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan dan menyusun ulang timeline kerja dan mengakibatkan beberapa proyek tertinggal dan tidak di follow up.

3.3.3 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Untuk mengatasi kendala-kendala yang penulis hadapi, tentunya ada beberapa hal yang menjadi solusi sebagai berikut:

- 1) Diskusi dengan supervisor dan rekan kerja untuk mendapatkan arahan yang tepat dan *insight* yang lebih sehingga pekerjaan tidak kehilangan arah.
- 2) Penulis menanggapi pekerjaan yang diluar bidang penulis sebagai pengalaman dan mendapatkan ilmu tambahan sehingga penulis akan siap kedepannya di dunia pekerjaan
- 3) Sebagai mahasiswa Desain Komunikasi Visual penulis cukup paham mengenai visual yang bisa dijadikan tehnik pengambilan gambar foto maupun video dari sudut yang cocok dan *storyboard* yang sesuai dengan pesan yang ingin disampaikan sehingga penulis dapat mengambil aset foto/video sendiri dan sesuai dengan arahan pesan yang ingin disampaikan dari arahan atasan.
- 4) Membuat jadwal yang terorganisir dan menetapkan prioritas yang jelas untuk menyelesaikan tugas tepat waktu serta selalu kordinasi

dengan atasan dan follow up hasil hasil kerjaan yang diberikan sehingga proyek proyek yang telah dikerjakan tidak terlupakan dan proyek yang baru tetap bisa dijalani.

Dengan mengidentifikasi kendala dan mencari solusi yang tepat, diharapkan pelaksanaan magang dapat berjalan lebih efektif dan memberikan hasil yang maksimal bagi perusahaan maupun penulis.

