

## BAB III

### PELAKSANAAN MAGANG

#### 3.1 Kedudukan dan Koordinasi Pelaksanaan Magang

Penulis akan menjelaskan lebih rinci mengenai kedudukan dan koordinasi selama melaksanakan kerja magang di BPK PENABUR Jakarta. Kedua hal ini dilakukan secara bersamaan untuk membangun komunikasi yang baik dengan *supervisor* dan pihak yang bersangkutan. Berikut adalah bagan kedudukan dan alur koordinasi tersebut:

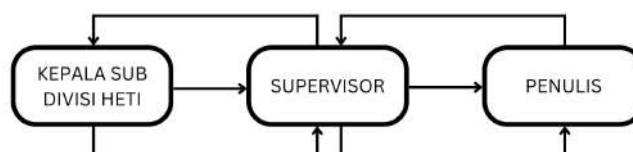
##### 3.1.1 Kedudukan Pelaksanaan Magang

Kedudukan penulis di BPK PENABUR Jakarta adalah sebagai IT Graphic Designer. Penulis ditempatkan dalam divisi SIM (Sistem Informasi Manajemen) pada sub divisi HETI (Helpdesk & Evangelist Teknologi Informasi). Sub divisi ini membantu SIM dalam memberikan layanan teknologi informasi kepada Guru dan Karyawan BPK PENABUR Jakarta.

Divisi SIM dikepalai oleh Eka Muliawan, selaku Kepala Divisi SIM. Kemudian, selama pelaksanaan magang, penulis berada dibawah tanggung jawab Patrick Resi Bano, selaku Kepala Sub Divisi HETI. Kemudian, dalam kerja magang seperti eksekusi dan perencanaan desain, penulis dibimbing *supervisor* oleh Shania Vebyta Ananda, selaku *IT Graphic Designer* tetap dari tim HETI.

##### 3.1.2 Koordinasi Pelaksanaan Magang

Selama pelaksanaan kerja magang, penulis berkoordinasi dengan tim HETI. Gambaran proses koordinasi dilaksanakan sebagai berikut:



Gambar 3.1 Bagan Alur Koordinasi

Proses koordinasi diawali dengan briefing oleh Shania Vebyta Ananda selaku *supervisor*. *Brief* datang dari Kepala Sub Divisi HETI Patrick Resi Bano dan *supervisor* Shania Vebyta Ananda, sesuai dengan kebutuhan topik informasi teknologi yang akan diedukasikan. Adapun itu, penulis juga diberikan peluang untuk memberikan ide topik konten dan eksplorasi desain kepada tim, namun tetap membutuhkan *approval* pembimbing mengenai jenis konten yang akan di unggah. Proses perencanaan konten dilakukan lewat Google Sheet sehingga jadwal pengunggahan konten lebih terstruktur. Kemudian untuk proses asistensi desain dan *copywriting* konten dilakukan melalui WhatsApp maupun komunikasi langsung saat WFO (*work from office*) dan WFH (*work from home*). Setelah mendapatkan *approval*, desain dan dokumen-dokumen pekerjaan yang sudah final akan diunggah ke Google Drive dan konten dipublikasi lewat Instagram HETI.

### 3.2 Tugas yang Dilakukan

Selama pelaksanaan magang, penulis mendapatkan *brief* untuk melakukan *rebranding* konten Instagram tim HETI BPK PENABUR Jakarta. Tugas-tugas yang merupakan tanggung jawab penulis adalah perencanaan konten, pembuatan konten, dan penulisan *copywriting caption*. Penulis juga mendapatkan kesempatan untuk ikut serta membantu keberlangsungan beberapa event besar BPK PENABUR Jakarta pada bulan awal mulai magang. Berikut adalah rincian tugas yang dilakukan penulis selama masa magang setiap minggunya.

Tabel 4.1 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Magang

Minggu	Tanggal	Proyek	Keterangan
1	2 - 6 September 2024	Analisis & <i>rebranding</i> media sosial Instagram HETI BPK PENABUR Jakarta	Menganalisis konten media sosial Instagram tim HETI BPK PENABUR Jakarta yang perlu di <i>rebranding</i> , mencari referensi desain, dan membuat perencanaan <i>rebranding</i> Instagram.

		Persiapan <i>event</i> PICF 2024	<p>Mengikuti rapat pleno panitia untuk persiapan kegiatan Penabur International Choir Festival 2024.</p> <p>Melakukan briefing persiapan Opening PICF 2024.</p> <p>Ditugaskan menjadi LO MC PICF 2024, mengatur jadwal persiapan dan <i>make up</i> seluruh MC PICF 2024, dan memeriksa kesiapan ruang tunggu MC.</p> <p>Packing <i>goodie bag</i> untuk juri dan sponsor PICF 2024.</p>
2	9 - 13 September 2024	<i>Event</i> PICF 2024	Bagian dari kepanitiaan pelaksanaan <i>event</i> PICF 2024, sebagai LO.
3	17 - 20 September 2024	Perancangan strategi <i>rebranding</i> media sosial Instagram HETI BPK PENABUR Jakarta	Membuat <i>stylescapes</i> konsep Instagram HETI BPK PENABUR Jakarta, mencari referensi konten Instagram, dan membuat strategi konten media sosial berdasarkan AISAS.
4	23 - 27 September 2024	Pitching strategi <i>rebranding</i> Instagram HETI BPK PENABUR Jakarta	<p>Melakukan presentasi ide strategi <i>rebranding</i> media sosial Instagram HETI BPK PENABUR Jakarta kepada supervisor.</p> <p>Pencarian ide konten edukasi seputar topik teknologi, membuat jadwal <i>content plan</i> Instagram HETI.</p> <p>Mendesain dan membuat <i>caption</i> konten <i>feeds</i> dan <i>motion graphic</i> Hari Batik Nasional.</p> <p>Membuat desain twibbon/banner untuk setiap konten <i>post</i> Instagram HETI</p>
5	30 September - 4 Oktober 2024	Promosi topik edukatif pada media sosial Instagram HETI & Perancangan	<p>Membuat <i>copywriting caption</i> untuk IT Newsletter (<i>highlight</i> utama edukasi teknologi bulanan tim HETI).</p> <p>Mengunggah konten Instagram</p>

		desain konten	<p>HETI sesuai jadwal <i>content plan</i> yang sudah direncanakan.</p> <p>Mencari referensi font dan desain konten media sosial untuk rencana konten Instagram HETI kedepannya.</p> <p>Membuat <i>post frame (feeds &amp; story)</i> untuk Instagram HETI sehingga desain konten tetap konsisten.</p>
6	7 - 11 Oktober 2024	Membuat umbrella content FYII (For Your IT Infomation)	<p>Mengusulkan <i>umbrella content</i> terbaru yaitu FYII yang membahas seputar fakta/ berita update terkini akan topik teknologi.</p> <p>Mendesain logo FYII dan mencari ide konten FYII.</p> <p>Mengedit video konten <i>reels</i> FYII membahas teknologi AI terbaru yang diluncurkan meta.</p>
7	14 - 18 Oktober 2024	Promosi topik edukatif pada media sosial Instagram HETI & Perancangan desain konten	<p>Finalisasi video <i>reels</i>, membuat <i>caption</i> untuk FYII, dan mengunggah konten di Instagram HETI.</p> <p>Mendesain konten tutorial dengan topik pembuatan video secara mudah lewat ChatGPT dan membuat <i>caption</i> untuk konten tersebut.</p> <p>Membuat story interaktif dan mendesain template sesi Q&amp;A untuk Instagram story HETI.</p>
8	21 - 25 Oktober 2024	Membuat konten Quotes of the Month (Oktober) & konten <i>games</i> interaktif TTS	<p>Mencari referensi quotes, mendesain konten <i>post</i>, membuat <i>caption</i>, dan mengunggah konten Quotes of the Month untuk bulan Oktober.</p> <p>Membuat <i>games</i> interaktif seputar topik teknologi untuk Instagram HETI</p>

9	28 Oktober - 1 November 2024	Konten Instagram HETI merayakan Sumpah Pemuda dan konten bulan November	<p>Membuat <i>copywriting caption</i> dan mengunggah konten <i>post</i> memperingati Sumpah Pemuda.</p> <p>Mengurus dan merencanakan jadwal konten Instagram HETI untuk bulan November.</p> <p>Mencari referensi quotes &amp; mendesain konten <i>post</i> Quotes of the Month bulan November, serta mengunggahnya ke Instagram HETI.</p> <p>Membuat <i>copywriting caption</i> <i>Quotes of the Month</i> dan <i>IT Newsletter</i> bulan November.</p> <p>Mencari beberapa referensi topik edukasi teknologi untuk konten bulan November.</p> <p>Mengunggah konten <i>Quotes of the Month</i> bulan November sesuai jadwal <i>post</i> konten.</p>
10	4 - 8 November 2024	Membuat konten edukasi ( <i>Tutorial step-by-step</i> ), <i>Copywriting</i> hari Pahlawan & Perancangan desain konten bulan November	<p>Mendesain konten edukasi, tutorial memindahkan file foto/video di iPhone tanpa iCloud)</p> <p>Mencari beberapa referensi topik edukasi teknologi untuk konten bulan November.</p> <p>Lanjut membuat <i>copywriting caption</i> konten edukasi <i>IT Newsletter</i> bulan November, dan hari Pahlawan.</p> <p>Mengunggah edukasi <i>tutorial</i>, <i>IT Newsletter</i> dan hari Pahlawan sesuai jadwal <i>post</i> konten.</p>
11	11 - 15 November 2024	Mengunggah konten hari Ayah perencanaan <i>storyline</i> konten <i>games</i> & desain konten edukasi bulan November	<p>Membuat <i>copywriting caption</i> hari Ayah dan mengunggah konten hari Ayah.</p> <p>Mencari referensi ilustrasi dan membuat <i>storyline</i> konten <i>games</i> seputar topik teknologi.</p>

			Membuat perancangan konten edukasi bulan November (Video <i>reels tutorial</i> pemindahan file foto/video di iPhone tanpa iCloud).
12	18 - 22 November 2024	Membuat konten video Tutorial & desain sketsa konten <i>games entertaining</i> bulan November	Melakukan sesi shooting, editing, dan pengunggahan video konten tutorial pemindahan foto/video dari iPhone ke flashdisk.  Membuat <i>copywriting caption</i> untuk konten tutorial pemindahan foto/video dari iPhone ke flashdisk.  Mencari referensi ilustrasi teknologi untuk konten <i>games</i> .  Membuat sketsa desain konten <i>games entertaining</i> mengenai tipe-tipe pengguna gadget.
13	25 - 29 November 2024	Mengunggah konten Hari Guru Nasional, Membuat desain konten <i>games entertaining</i> , & Membuat video <i>reels screenshot games</i>	Membuat <i>copywriting caption</i> hari Guru Nasional dan mengunggah konten hari Guru Nasional.  Finalisasi desain konten <i>games entertaining</i> , Membuat <i>copywriting caption</i> , & mengunggah konten ke Instagram.  Membuat dan mengubah desain konten <i>post games</i> menjadi video <i>reels motion graphic screenshot games</i> tipe-tipe pengguna gadget.  Membuat perencanaan konten bulan Desember

### 3.3 Uraian Pelaksanaan Magang

Penulis akan menguraikan proses pengerjaan setiap proyek yang menjadi tanggung jawab penulis selama pelaksanaan magang sebagai *IT Graphic Designer* yang berfokus pada *rebranding* Instagram tim HETI BPK PENABUR Jakarta. Proyek yang diuraikan adalah seputar perancangan ide strategi *rebranding* media

sosial Instagram HETI BPK PENABUR Jakarta, dan pembuatan konten video serta desain edukasi teknologi di media sosial Instagram.

### 3.3.1 Proses Pelaksanaan Tugas Utama Magang

Selama bekerja magang, penulis membantu sub divisi tim HETI dalam mendesain dan membuat konten edukasi lewat media sosial Instagram. Adapun itu, seluruh tugas magang penulis digabung dan dikemas dalam perancangan *rebranding* media sosial tim HETI. Alasan *rebranding* Instagram ini adalah untuk membuat & mempertahankan identitas media sosial tim HETI tetap terlihat konsisten, meski topik konten dan desain yang dibuat memiliki perbedaan *style* desain. Kemudian, *rebranding* Instagram ini juga untuk membuat Instagram tim HETI kembali aktif menyebarkan informasi edukatif mengenai teknologi ke masyarakat luas, khususnya guru dan karyawan.

Dalam pengerjaan tugas utama yaitu *rebranding* Instagram tim HETI, penulis menggunakan metode perancangan *design thinking*. Metode ini dijadikan bahan pertimbangan dalam membuat desain konten, karena mudah untuk memecahkan masalah desain dan menghasilkan ide yang sesuai dengan kebutuhan audiens (Safitri, 2023). Berikut adalah tahapan dari metode *design thinking*:

#### 1. *Empathize*

Tahapan pertama yaitu melakukan observasi untuk mengetahui pemahaman dari permasalahan, keinginan dan kebutuhan yang diperlukan pengguna.

Pada awal pertemuan magang, *supervisor* memberikan pengenalan terhadap media sosial tim HETI melalui Instagram. Kemudian, *supervisor* menjelaskan bahwa perlu *rebranding* desain konten Instagram HETI karena jika dilihat dari tampilan Instagram tim HETI, desainnya masih beragam dan estetika per-desain masih kurang. *Supervisor* juga menjelaskan bahwa konten yang diunggah dalam



Instagram tim HETI masih belum konsisten karena hanya mengunggah konten *IT Newsletter*, sehingga perlu berbagai macam konten agar Instagram tim HETI dapat dikembangkan lebih luas ke audiens.



Gambar 3.2 Instagram tim HETI

Untuk itu, observasi dilakukan pada akun Instagram tim HETI yaitu @itevangelistbpkpenaburjkt. Penulis melakukan observasi target audiens, desain konten, *content writing* pada konten, dan *copywriting* pada *caption*. Tidak hanya itu, penulis juga melakukan wawancara singkat kepada calon target audiens mengenai desain konten Instagram tim HETI yang lama dan kebanyakan calon pengguna setuju bahwa desain konten tim HETI masih belum konsisten dan perlu di *rebranding*.

Kemudian, penulis juga melakukan observasi pada *logo guideline* divisi SIM yang diberikan oleh *supervisor*. Pada observasi ini, penulis menggunakan ide desain logo divisi SIM dan *color palette* logo untuk dijadikan referensi mood dari re-desain konten Instagram tim HETI.

## 2. Define



Melakukan pengamatan dan analisis masalah akan informasi yang telah dikumpulkan pada tahap empathize. Analisis informasi ini digunakan untuk menciptakan solusi berupa ide dan konsep model desain, seperti layanan, fungsi, dan elemen lainnya.



Gambar 3.3 Analisis Keseluruhan Instagram tim HETI (1)

Analisis keseluruhan Instagram tim HETI dimulai dari permasalahan umumnya yaitu kurangnya konsistensi dalam penulisan *copywriting caption* dan konten. Kemudian, konten Instagram HETI kurang interaktif sehingga adanya pengulangan isi informasi pada desain post dan reels. Terakhir, Instagram tim HETI memiliki jadwal konten yang tidak menentu, sehingga dalam hal ini yang dibutuhkan adalah konsistensi pada konten.

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## ANALISIS PENULISAN

### Copywriting



#### Persuasive Language

Fokus copywriting pada desain post di samping adalah pada tulisan "Mau punya ppt keren? begini cara punya transisi keren ala profesional" dan cara menggunakan website Slidenest.com, yang informatif dan straightforward mengajak audiens untuk belajar menggunakan website tersebut dan mengikuti konten Instagram HETI sebagai media edukasi konten teknologi.

- Informatif : Menjelaskan langkah penggunaan website Slidenest.com yang memudahkan pembuatan ppt dengan transisi yang menarik.
- Straightforward : Mengajak audiens belajar dan menggunakan website Slidenest.com dan mengikuti konten Instagram HETI sebagai media edukasi teknologi dengan anggapan audiens akan terus mengikuti konten Instagram HETI.

Gambar 3.4 Analisis Keseluruhan Instagram tim HETI (2)

Selanjutnya, penulis melakukan analisis pada *copywriting* dalam beberapa desain konten Instagram tim HETI. Secara keseluruhan desain konten Instagram tim HETI memiliki penulisan *copywriting* yang informatif menjelaskan topik teknologi dan *straightforward* untuk mengajarkan audiens memanfaatkan berbagai teknologi yang dapat membantu dalam bidang pendidikan.

## ANALISIS PENULISAN

### Copywriting



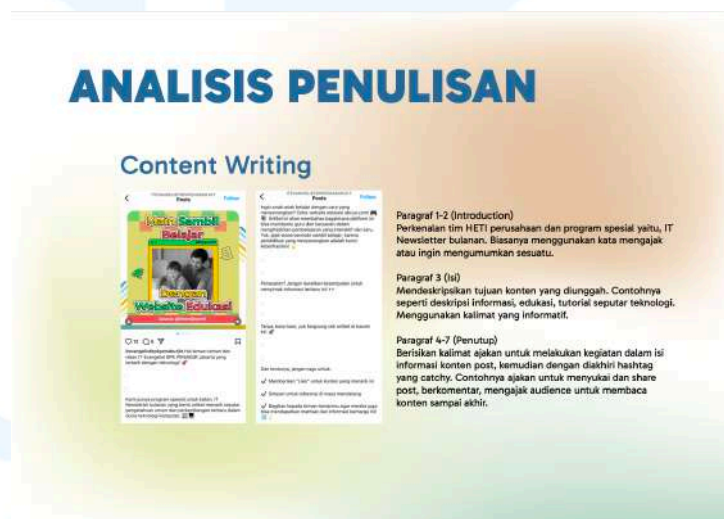
#### Call to Action

Foto di samping menunjukan tulisan "Mau punya ppt keren? begini cara punya transisi keren ala profesional" yang dengan jelas ditujukan untuk audiens yang mencari tutorial membuat ppt dengan transisi keren.

Namun, kekurangan dari call to action ini adalah penggunaan bahasa yang kurang menarik dan kurang mengajak audiens untuk melihat postingan, serta ukuran tipografi yang kurang menunjukkan pesan dari informasi yang tertera dalam desain post Instagram tersebut.

Gambar 3.5 Analisis Keseluruhan Instagram tim HETI (3)

Selain memiliki penulisan yang informatif dan straightforward, desain konten Instagram tim HETI memiliki *call-to-action* pada penulisan *copywriting*. *Call-to-action* dari tulisan “Mau punya ppt keren? Begini cara punya transisi keren ala professional” menunjukkan bahwa konten ini secara jelas ditargetkan kepada audiens untuk memberikan tutorial membuat ppt dengan transisi keren. Hanya saja kekurangan dalam *copywriting* konten diatas adalah penggunaan bahasa yang kurang menarik dan mengajak audiens untuk melihat konten. Ditambah dengan ukuran font, pemilihan warna teks dan layout teks judul kurang dominan membuat audiens kurang tertarik yang melihat konten. Untuk itu, diperlukan *copywriting* dan desain konten yang dominan dan mudah menarik perhatian audiens.



Gambar 3.6 Analisis Keseluruhan Instagram tim HETI (4)

Terakhir yaitu analisis pada *caption* Instagram tim HETI. Pada paragraf 1-2 berisi salam dan perkenalan tim HETI dan nama program konten yaitu IT Newsletter. Kemudian paragraf 3 yaitu deskripsi isi dan tujuan konten. Terakhir paragraf 4-7 berisi kalimat ajakan untuk melakukan kegiatan dalam konten dan mempersuasi audiens untuk

like, comment, follow dan share Instagram tim HETI yang kemudian diakhiri dengan *hashtag post* yang panjang.

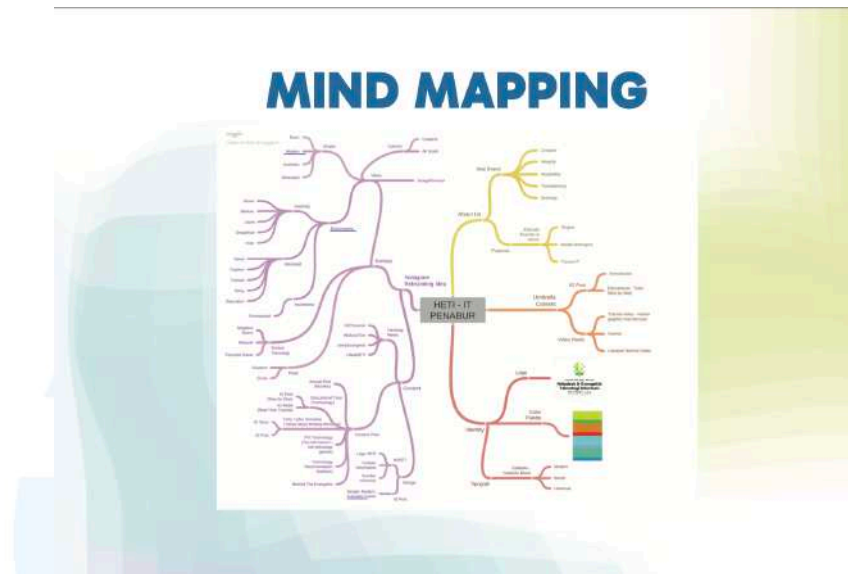


Gambar 3.7 Analisis Keseluruhan Instagram tim HETI (5)

Secara keseluruhan, analisis *caption* Instagram tim HETI menggunakan penulisan yang baik dan profesional. Akan tetapi, *caption* yang diunggah pada seluruh konten masih terlalu panjang untuk dibaca audiens dan masih kurang *engaging*. Kemudian pemilihan hashtag post pada *caption* konten juga terlalu banyak dan berjarak, sehingga membuat *caption* semakin panjang dan kurang menarik. Berdasarkan analisa desain dan penulisan pada konten Instagram tim HETI yang lama, dapat disimpulkan bahwa masalah konten Instagram tim HETI adalah desainnya yang tidak konsisten, *content plan* yang tidak menentu, dan penulisan *caption* yang kurang *engaging*.

### 3. Ideate

Menciptakan ide-ide yang kemudian dijadikan solusi dari permasalahan yang ada di tahap sebelumnya dengan brainstorming solusi dari ide dan konsep awal untuk perancangan *rebranding* konten media sosial Instagram tim HETI.



Gambar 3.8 *Mind Mapping Rebranding Instagram tim HETI*

Penulis membuat mind mapping pada tahap awal *ideation* untuk menghasilkan gambaran ide dari *rebranding* media sosial Instagram HETI. Beberapa keyword yang dimunculkan pada mindmap berhubungan dengan tujuan kinerja tim HETI yaitu memberikan informasi dan edukasi mengenai teknologi. Dalam mindmap tersebut, terdapat juga rencana ide konten yang sekiranya menarik untuk dipublikasi dalam media sosial HETI.

## IDE & KONSEP

**Keyword**  
Modern, Encouraging, Futuristic

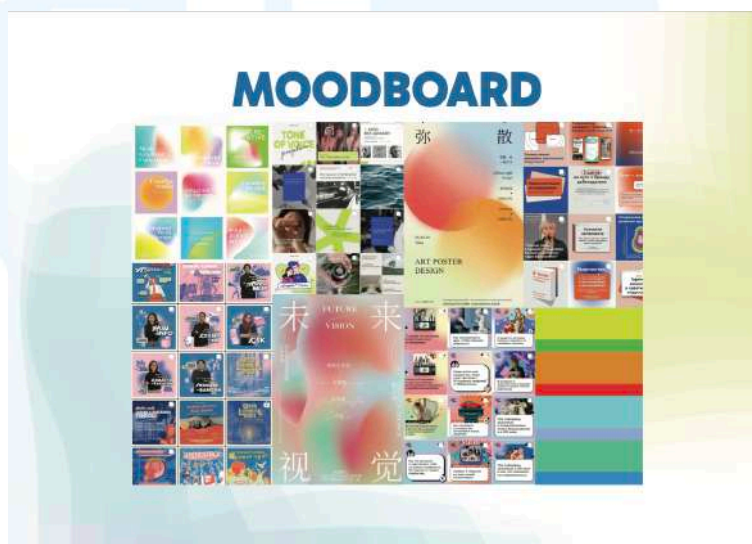
**Big Idea**  
Encouraging audiens to learn the modern and futuristic of technology

**Konsep**  
Desain konten edukasi yang mendorong audiens untuk mempelajari teknologi secara mudah dan menarik, dengan menambahkan beberapa icon, pembuatan desain style yang konsisten dan strategi perencanaan konten yang terstruktur.

Gambar 3.9 *Big Idea & Konsep Rebranding Instagram tim HETI*



Setelah mind mapping, penulis memilih beberapa keyword untuk dikembangkan lebih luas sebagai big idea dan konsep desain dari *rebranding* Instagram HETI. 3 keyword yang dipilih penulis adalah *modern*, *encouraging*, dan *futuristic*, sehingga menghasilkan *big idea* “*Encouraging audiens to learn the modern and futuristic of technology*”. Dari *big idea* ini, muncul konsep desain konten yang dapat mendorong audiens untuk terus belajar teknologi di era modern dan maju ini.



Gambar 3.10 *Moodboard Rebranding* Instagram tim HETI

Pada tahap ide ini, penulis juga membuat moodboard sebagai gambaran nyata atau *imagery* dari konsep desain yang telah ditentukan pada tahap *big idea* & konsep. Pembuatan moodboard ini juga mengikuti desain style yang telah dimiliki perusahaan, yaitu desain guidelines untuk logo dari divisi SIM. Penulis terinspirasi untuk menyelaraskan desain Instagram HETI dengan desain dan *color palette* logo divisi SIM, yaitu dengan perpaduan warna *gradient*.





Gambar 3.11 Alternatif *Stylescapes Rebranding* Instagram tim HETI

Gambaran konsep desain pada moodboard kemudian dikembangkan lebih lanjut menjadi 3 alternatif *stylescapes* yang lebih terperinci dan memiliki desain yang jelas. Secara desain, *style mood* yang diusulkan *stylescapes* alternatif 2 yaitu *gradient, line art, clean, modern, simple* dan *inspiring*. Alasan pemilihan referensi *stylescapes* alternatif 2 ini adalah image Instagram HETI yaitu untuk menyebarkan informasi dan edukasi teknologi ke guru dan karyawan, sehingga desain yang dibuat terkesan profesional dan simple, namun tetap menarik untuk dipublikasi di media sosial.

## STRATEGI MEDIA (AISAS)

	Attention	Interest	Search	Action	Share
<b>Content Plan</b>	Inspiring Post "Top 5 Aplikasi mengajar yang sering digunakan di sekolah" "IT Newsletter"	Education Post "Aplikasi bermain dan Belajar bersama anak di rumah"	Insight Post "FAQ & Q&A seputar topik teknologi" "Rekomendasi aplikasi"	Entertain Post "Quiz: Aplikasi apa ini..." "Behind the team HETI" "IT Newsletter"	Convince Post "Ayo! Belajar teknologi dengan mudah bersama @tevangelisitgk-penabur"
<b>Strategi &amp; Taktik Pesan</b>	Lecture & Comparison: Informasi dan perbandingan tiap aplikasi	Lecture: Informasi seputar aplikasi dan pentingnya bermain dan Belajar bersama anak di rumah	Resonance, Positioning, & Lecturer: Informasi teknologi dan rekomendasi aplikasi terbaik	Positioning & Participant: Berinteraksi dan mengajak audiens untuk bermain games dan melihat BTS kerja di tim HETI	Participant: Mengajak audiens untuk belajar teknologi dengan follow Instagram tim HETI
<b>Strategi Copy</b>	Fokus Utama: Pengenalan aplikasi terbaik untuk guru (app edukasi, belajar jadi menarik)	Fokus Utama: Tutorial step-by-step cara menggunakan aplikasi tersebut, mudah di pahami saat di pratikan	Fokus Utama: Spesifik menjelaskan topik teknologi dan memberikan informasi yang insightful (tips)	Fokus Utama: Berinteraksi dengan audiens lewat quiz dan menuntun BTS dari tim HETI	Fokus Utama: Persuasif dan aktif mengajak audiens untuk belajar dan follow IG tim HETI
<b>Strategi Visual</b>	Ilustrasi, Typography, Photography, Video, Line Art	Ilustrasi, Typography, Photography, Video, Line Art	Ilustrasi, Typography, Photography, Video, Line Art	Ilustrasi, Typography, Photography, Video, Line Art	Ilustrasi, Typography, Photography, Video, Line Art
<b>Media</b>	Instagram Reels, Instagram Story	Instagram Post, Instagram Reels	Instagram Post, Instagram Reels	Instagram Story, Instagram Post	Instagram Reels

Gambar 3.12 Strategi Media *Rebranding* Instagram tim HETI

Selain ide untuk desain, penulis juga membuat strategi media untuk publikasi konten Instagram HETI. Perencanaan strategi pemilihan media dan konten ini menggunakan strategi AISAS yang terdiri dari *attention*, *interest*, *search*, *action*, dan *share*. Dari strategi AISAS ini penulis membuat beberapa umbrella content edukasi teknologi yang cocok untuk Instagram tim HETI, seperti *Inspiring post* (Rekomendasi teknologi/ aplikasi & Quotes) untuk tahap *attention*, *Education post (Tutorial)* untuk tahap *interest*, *Insight post (IT Newsletter dan Berita Teknologi/FYII)* untuk tahap *search*, *Entertain post (Games dan IT Newsletter)* untuk tahap *action*, dan *Convince post (Ajakan belajar teknologi dan Sesi tanya jawab)* untuk tahap *share*.



Gambar 3.13 Referensi Konten *Rebranding* Instagram tim HETI

Penulis juga mengumpulkan beberapa referensi desain konten dan jadwal perencanaan konten. Referensi konten dan *content plan* ini untuk memudahkan penulis dalam mencari ide-ide konten terbaru, namun tetap sesuai dengan konsep desain yang telah ditentukan. Beberapa referensi konten yang dikumpulkan adalah untuk konten Instagram *feed* yang informatif (Edukasi, Tutorial singkat, *Post* hari besar, dan Pengumuman), konten Instagram *reels* berupa berita yang informatif (Tutorial panjang, *Quick tips*, dan Berita), dan konten Instagram *story* yang interaktif (*Content update*).

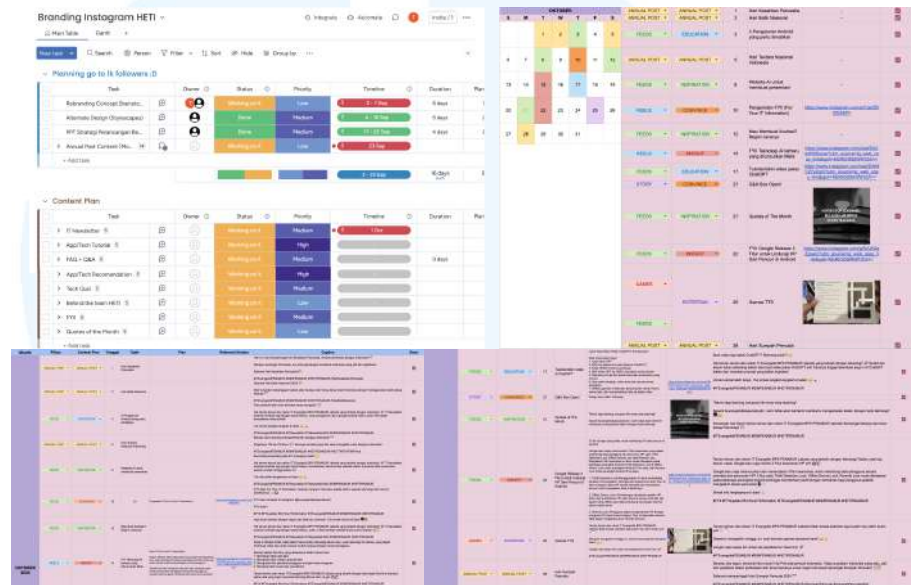


Gambar 3.14 *Font Guidelines Rebranding* Instagram tim HETI

Selain referensi konten, penulis juga membuat *font guidelines*. *Font guidelines* ini digunakan pada setiap konten Instagram HETI. Namun, untuk penggunaannya disesuaikan dengan konsep desain per-konten. Contohnya, font utama yang digunakan untuk konten *post* Instagram HETI adalah font Hagrid dan Skeina Regular. Akan tetapi, khusus untuk konten berita teknologi FYII (For Your IT Information), font yang digunakan adalah font Dico Medium dan Neue Montreal Regular, sesuai dengan logo dari konten FYII.

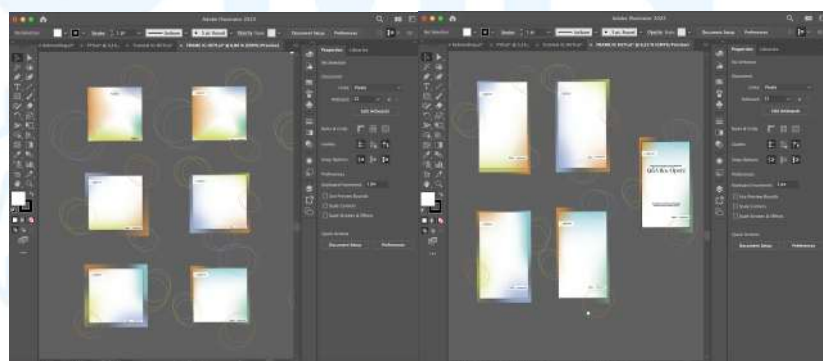
#### 4. *Prototype*

Dengan menggunakan ide dan konsep dari tahap ideate, pembuatan desain konten ini merupakan wujud visual dari solusi yang dirancang pada tahap sebelumnya.

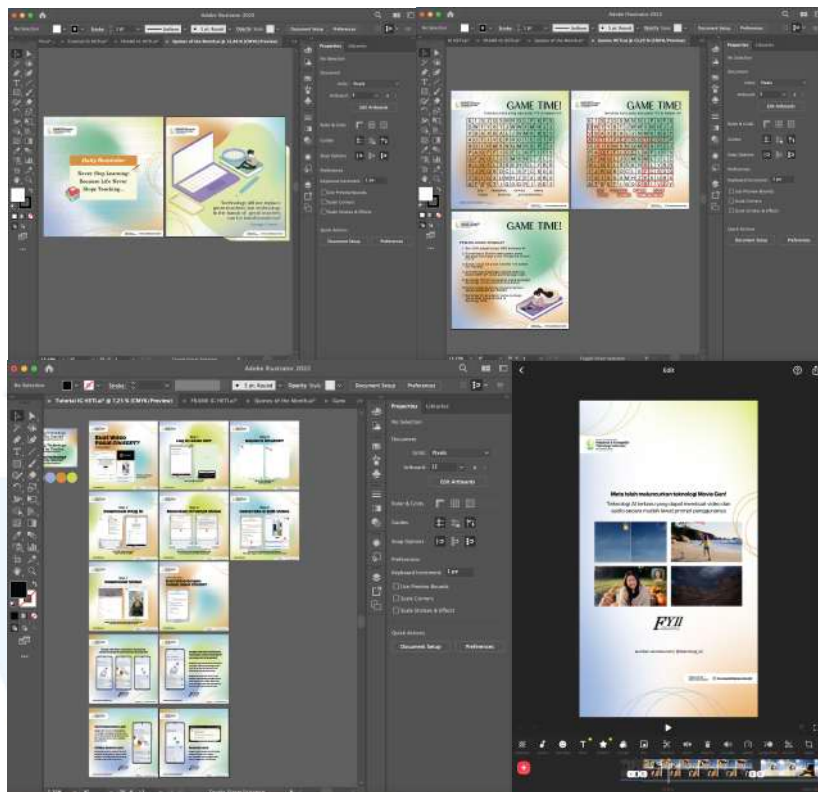


Gambar 3.15 *Content Plan* Instagram tim HETI

Untuk menghasilkan konten yang konsisten dan terstruktur dengan baik, penulis membuat perancangan *content planning* dalam *Google sheet* setiap bulannya sehingga mudah diakses oleh supervisor dan anggota tim HETI lainnya.







Gambar 3.16 Proses Desain Konten Instagram tim HETI

Setelah membuat *content planning*, penulis akan mulai mendesain draft dari setiap konten yang telah dirancang sesuai jadwal. Selain membuat desain, penulis juga membuat *copywriting caption* yang sesuai dengan pembahasan konten *post* edukasi teknologi Instagram tim HETI. Pembahasan detail untuk proses perancangan desain konten akan dibahas pada sub bab 3.3.2.

### 5. Test

Tahap terakhir adalah melakukan pengujian. Untuk itu, hasil desain konten yang telah dirancang dan dibuat pada tahap *prorotype*, selanjutnya akan diunggah ke media sosial Instagram tim HETI.



Gambar 3.17 Pengunggahan Desain Konten Instagram tim HETI

Pengunggahan desain konten pada Instagram tim HETI ini disesuaikan dengan jadwal *content planning*. Jadwal *content plan* ini membantu penulis dan tim HETI dalam manajemen waktu pembuatan desain dan pengunggahan konten.

### 3.3.2 Proses Pelaksanaan Tugas Tambahan Magang

Penulis memiliki tugas utama yaitu untuk *rebranding* keseluruhan konten Instagram tim HETI BPK PENABUR Jakarta. Selain itu, penulis juga terlibat dalam beberapa tugas tambahan yang berhubungan dengan konten edukasi tim HETI. Tugas tambahan yang dikerjakan penulis adalah membuat desain konten *post* edukasi, desain logo konten *post*, desain konten *reels* Instagram, dan desain konten *games*. Adapun itu, penulis juga terlibat dalam pembuatan *copywriting caption* dan juga pengunggahan



konten ke media sosial Instagram tim HETI. Berikut adalah uraian penjelasan dari tugas tambahan yang penulis kerjakan:

### 3.3.2.1 Proyek Desain *Twibbon/Banner Feeds & Story Instagram*

Pada awal pertemuan magang di bulan September, penulis melakukan analisis dan perancangan *rebranding* media sosial tim HETI lewat Instagram @itevangelistbpkpenaburjkt. Setelah membuat dan mempresentasikan ide *rebranding* Instagram tim HETI, penulis kemudian membuat desain *twibbon/ banner feeds* dan *story*. Alasan pembuatan desain *twibbon/ banner* ini adalah untuk menyelaraskan tampilan setiap konten Instagram tim HETI, sehingga terlihat konsisten dan rapih.

#### 1. Tahap *Briefing*

Penulis diberikan *brief* secara langsung dari supervisor yaitu Shania Vebyta Ananda untuk merancang desain *twibbon/banner post* Instagram tim HETI. Secara desain, *brief* dari supervisor adalah mengikuti desain *guideline* logo SIM dan juga *stylescapes* Instagram tim HETI, yang telah dirancang di bulan September. Desain tersebut antara lain, menginput logo tim HETI, *content writing* follow Instagram tim HETI, menggunakan *color palette* SIM, dan mengeksplorasi *gradient* warna dan *line art*.

#### 2. Tahap Pembuatan Desain

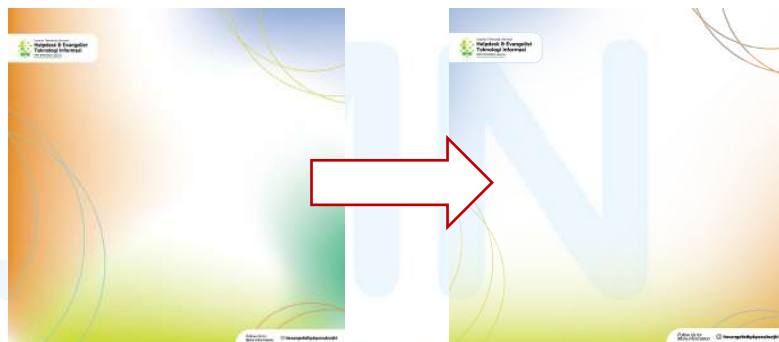
Melalui *brief* dari supervisor, penulis memulai dengan mengumpulkan referensi desain *twibbon* di Pinterest dan Instagram. Penulis kemudian mulai mengeksplorasi desain, menggabungkan warna-warna *gradient* dan *line art*. Dalam pembuatan *twibbon* ini penulis menggunakan 2 tools yaitu *Procreate* dan *Adobe Illustrator*.



Gambar 3.18 Proses Desain *Twibbon/ Banner*

Penulis membuat 2 alternatif desain *twibbon/ banner feeds* Instagram. Perbedaan dari kedua alternatif ini terlihat dari peletakan logo dan *content writing* “Follow Us For More Information @itevangelistbpkpenaburjkt”. Dari kedua alternatif desain tersebut, desain alternatif 2 (kanan) dipilih menjadi desain utama *twibbon/ banner*, namun perlu direvisi minor.

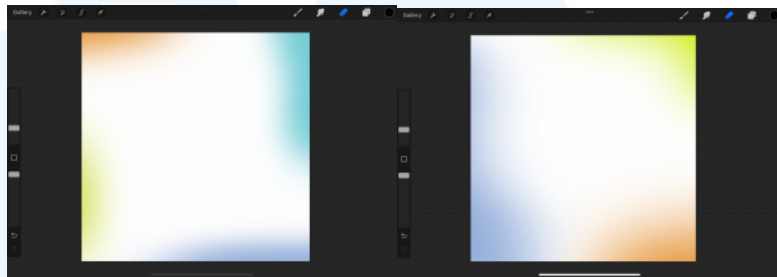
### 3. Tahap Revisi & Finalisasi



Gambar 3.19 Desain *Twibbon/ Banner* sebelum dan sesudah revisi

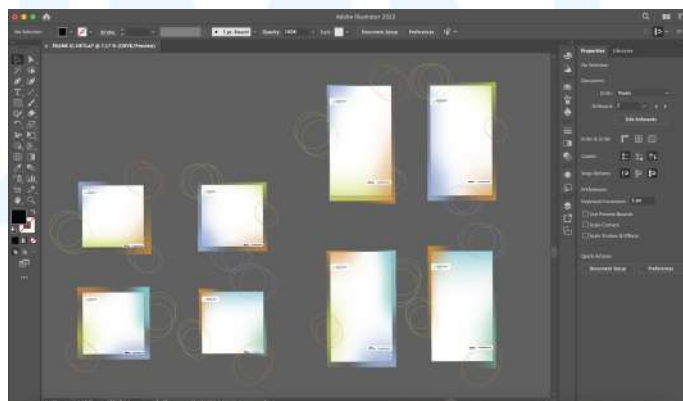
Penulis mengirimkan preview desain dalam bentuk Instagram *feeds* lewat whatsapp ke *supervisor* untuk mendapatkan feedback dan revisi. Penulis kemudian mendapatkan revisi secara langsung seperti kurangnya white space dalam *twibbon/ banner* sehingga dapat menyebabkan konten tidak terbaca dan ukuran font dari

*content writing* agar dapat dibaca dengan jelas. Maka dari itu, penulis mengubah ukuran warna *gradient* dan *line art* sehingga membentuk white space yang luas untuk isi konten, mengeksplorasi kembali pemilihan warna *gradient* dan *line art*, dan memperbesar ukuran font dari *content writing*.



Gambar 3.20 Desain warna gradient *Twibbon/ Banner*

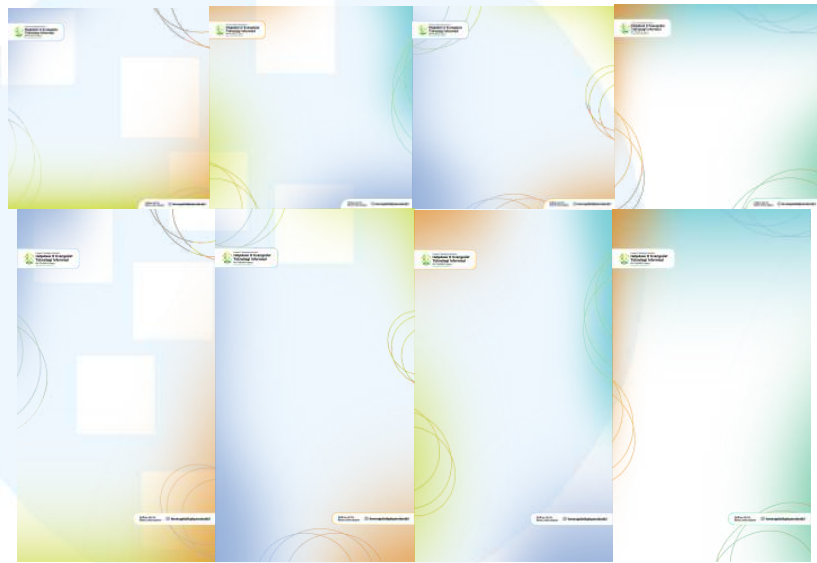
Untuk warna gradient sendiri, penulis memanfaatkan tools *procreate* untuk menghasilkan goresan *gradient* yang lebih mulus. Kemudian untuk pemilihan warna gradient, penulis mengikuti warna color palette logo HETI dan SIM yang dominan berwarna hijau, oranye, dan biru.



Gambar 3.21 Proses revisi *Twibbon/ Banner*

Selanjutnya, penulis mengubah file menjadi png dan memindahkan file warna gradient dari *procreate* ke *adobe illustrator*. Penulis melanjutkan revisi desain *twibbon/ banner* dan

menambahkan beberapa alternatif warna twibbon/banner, sehingga lebih variatif. Tidak hanya itu, penulis juga lanjut membuat desain twibbon/ banner untuk Instagram *story*, dengan mengubah ukuran desain *post feeds*.



Gambar 3.22 Finalisasi Desain *Twibbon/ Banner*

Setelah melakukan revisi dan asistensi desain untuk disetujui oleh supervisor, penulis melakukan finalisasi desain dengan mengecek kembali apabila desain sudah sesuai dengan brief awal. Tidak lupa penulis juga melakukan *design test* dengan menambahkan *twibbon/ banner* pada beberapa draft konten. Desain *twibbon/ banner* ini kemudian diunggah ke Google Drive tim HETI sebagai aset desain Instagram kedepannya.

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



Gambar 3.23 Implementasi Desain Twibbon/ Banner

Tahap terakhir adalah penggunaan 4 desain *twibbon/ banner* untuk kebutuhan promosi konten edukasi di media sosial Instagram tim HETI. Penggunaan 4 desain *twibbon/ banner feeds* tersebut diatur secara bergilir, menyesuaikan desain dari setiap konten edukasi. Untuk *twibbon/ banner story* akan ditambahkan saat *me-repost* konten *feeds* HETI.

### 3.3.2.2 Proyek Desain Logo FYII (For Your IT Information)

For Your IT Information atau disingkat FYII merupakan salah satu segmen konten terbaru dalam umbrella content Instagram tim HETI. Maka dari itu penulis membuat logo FYII sebagai trademark konten. Alasan pembuatan logo ini adalah untuk membedakan segmen umbrella content FYII dengan konten tutorial teknologi. Hal ini dikarenakan, FYII merupakan konten yang membahas informasi-informasi terbaru/ *up to date* dalam dunia teknologi.

#### 1. Tahap Perencanaan Desain

Pada mulanya, penulis mencari referensi-referensi logo di *Pinterest*, *Instagram*, dan *Google Chrome*. Beberapa referensi yang dicari serupa dengan logo-logo berita. Penulis juga

menentukan font dan warna logo yang akan digunakan, dengan mencari ide desain referensi di Pinterest.

## 2. Tahap Pembuatan Desain



Gambar 3.24 Pembuatan Desain Logo FYII

Setelah mengumpulkan referensi desain logo, penulis mulai mengeksplorasi bentuk desain logo. Pengerjaan logo dibuat dengan tools *Adobe Illustrator* dan penulis menentukan untuk membuat logotype bertuliskan FYII dan kepanjangan singkatan tersebut yaitu “*For Your IT Information*” pada bagian bawah. Penulis memilih font *Dico Medium* sebagai jenis font untuk logotype FYII dan bentuknya di distorsi sehingga menjadi bentuk *italic*. Pemilihan warna logotype juga netral yaitu menggunakan warna hitam.

## 3. Tahap Revisi & Finalisasi



Gambar 3.25 Logo FYII



Logotype yang telah jadi diasistensikan dan dikonfirmasi oleh supervisor untuk mendapatkan saran. Adapun itu saran yang diberikan supervisor hanya revisi minor, seperti ukuran logo FYII dan tulisan “*For Your IT Information*” yang perlu di atur kembali. Tahap terakhir adalah finalisasi desain logotype dengan mengkonfirmasi desain, mengunduh file logo dalam jenis png dan mengunggahnya pada folder Google Drive tim HETI. Logo FYII yang telah dibuat nantinya akan diinput pada setiap konten desain *feeds* atau *reels* FYII dan diletakan pada bagian atas kiri maupun tengah bawah desain.

### **3.3.2.3 Proyek Desain Konten Edukasi Bulanan Instagram**

Selama kerja magang, penulis memiliki jobdesk dalam *rebranding* dan membuat konten Instagram tim HETI. *Rebranding* konten Instagram ini untuk mengedukasi teknologi dan untuk menyelaraskan mood konten sehingga terlihat rapih dan profesional. Penulis diminta untuk membuat konten edukasi dalam bentuk *post feeds* dan *reels*. Konten-konten edukasi yang telah direncanakan dan dibuat setiap bulannya tersebut, kemudian diunggah di media sosial tim HETI yaitu Instagram @itevangelistbpkpenaburjkt.

#### **1. Tahap *Content Planning***

Dalam pembuatan konten edukasi teknologi bulanan, penulis menargetkan untuk membuat 10-13 konten edukasi setiap bulannya, mulai dari bulan oktober-desember 2024. Konten tersebut dibagi dalam beberapa jenis media seperti *post feeds*, *reels*, dan *IT Newsletter*. Pada mulanya, penulis akan mencari referensi konten *feeds* dan video dengan riset topik teknologi pada beberapa media sosial lewat Instagram, Tiktok, dan Twitter.

Month	Filem	Content Plan	Tajeran	Task	Plan/Day(s)	Referensi Konten	Caption	Done
OKTOBER 2024	ANNUAL POST	ANNUAL POST	1	Post Reel				
	ANNUAL POST	ANNUAL POST	2	Post Reel				
	POST	REPERFORMA	3	1 Instagram story				
	ANNUAL POST	ANNUAL POST	4	Post Reel				
	POST	REPERFORMA	5	1 Instagram story				
	POST	REPERFORMA	6	1 Instagram story				
	POST	REPERFORMA	7	1 Instagram story				
	POST	REPERFORMA	8	1 Instagram story				
	POST	REPERFORMA	9	1 Instagram story				
	POST	REPERFORMA	10	1 Instagram story				
	POST	REPERFORMA	11	1 Instagram story				
	POST	REPERFORMA	12	1 Instagram story				
	POST	REPERFORMA	13	1 Instagram story				
	POST	REPERFORMA	14	1 Instagram story				
	POST	REPERFORMA	15	1 Instagram story				
	POST	REPERFORMA	16	1 Instagram story				
	POST	REPERFORMA	17	1 Instagram story				
	POST	REPERFORMA	18	1 Instagram story				
	POST	REPERFORMA	19	1 Instagram story				
	POST	REPERFORMA	20	1 Instagram story				
November 2024	ANNUAL POST	ANNUAL POST	1	Post Reel				
	POST	REPERFORMA	2	1 Instagram story				
	POST	REPERFORMA	3	1 Instagram story				
	POST	REPERFORMA	4	1 Instagram story				
	POST	REPERFORMA	5	1 Instagram story				
	POST	REPERFORMA	6	1 Instagram story				
	POST	REPERFORMA	7	1 Instagram story				
	POST	REPERFORMA	8	1 Instagram story				
	POST	REPERFORMA	9	1 Instagram story				
	POST	REPERFORMA	10	1 Instagram story				

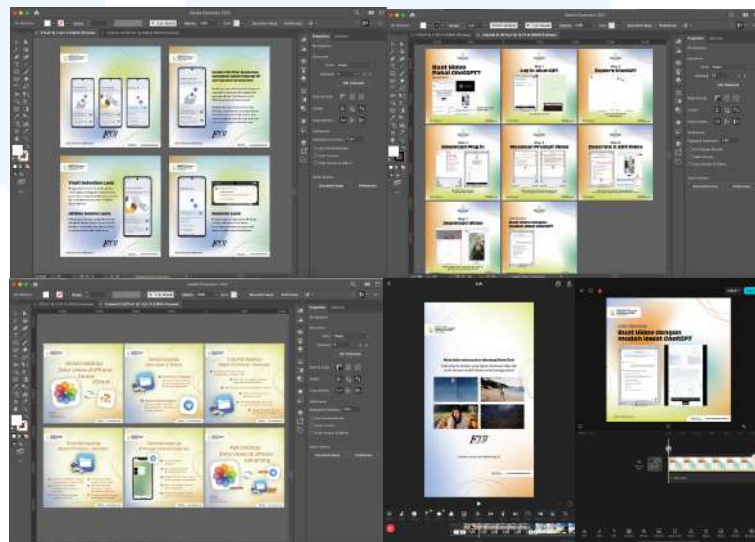
Gambar 3.26 Spreadsheet Content Plan Konten Edukasi

Referensi konten ini diinput ke dalam *share spreadsheet content planning* tim HETI, sehingga supervisor dapat memantau pengerjaan konten dan membantu memberikan *brief* konten. Setelah menginput referensi konten, penulis akan mendiskusikan referensi tersebut dan meminta persetujuan konten kepada

supervisor. Isi *content plan* tersebut terdiri dari rencana tanggal pengunggahan konten, jenis dan topik konten, referensi, *plan/storyline*, dan *caption*.

## 2. Tahap Pembuatan Desain

Pelaksanaan pembuatan desain dilakukan selama *working hours*, baik dilakukan saat WFO maupun WFH. Pertama, penulis akan membuat *layouting* konten yaitu foto, *content writing*, dan menentukan warna *background*. Kemudian, *layout* konten ini disesuaikan dengan *frame twibbon/ banner post* Instagram HETI, sehingga informasi konten tidak tertutup frame.



Gambar 3.27 Pembuatan Desain & Video Editing Konten Edukasi

Setelah *layouting*, tahap kedua adalah eksekusi desain konten. Desain konten yang dibuat menyesuaikan informasi yang akan dibahas, sehingga desain dibuat secara simple dan informatif agar mudah terbaca oleh audiens. Tahap terakhir adalah asistensi desain kepada supervisor untuk mendapatkan saran dan *feedback* desain.

## 3. Tahap Revisi & Finalisasi

Desain konten edukasi yang sudah di asistensi, kemudian direvisi sesuai *feedback* yang didapatkan dari supervisor. Beberapa revisi tersebut berupa ukuran font dan posisi teks yang kurang

terlihat sehingga perlu diatur kembali. Setelah revisi, penulis akan mengirimkan kembali hasil desain konten terbaru untuk mengkonfirmasi kelayakan desain sebelum diunggah ke Instagram. Apabila konten disetujui supervisor, penulis akan mengunggah konten tersebut ke share drive tim HETI dan kemudian membuat *copywriting caption* sesuai dengan pembahasan konten yang akan diunggah.

Berikut adalah penjelasan dari beberapa konten edukasi teknologi dalam bentuk *post feeds* dan *reels* yang dibuat penulis beserta tautannya:

a. FYII (For Your IT Information)

Program FYII atau For Your IT Information merupakan salah satu konten edukasi yang memberikan informasi menarik seputar pengetahuan umum dan perkembangan terbaru dalam dunia teknologi. Program ini serupa dengan berita update terkini di media sosial, yang memberikan informasi *up-to-date* dalam dunia teknologi. Di bawah ini merupakan penjelasan dari konten FYII yang telah diunggah ke Instagram tim HETI:

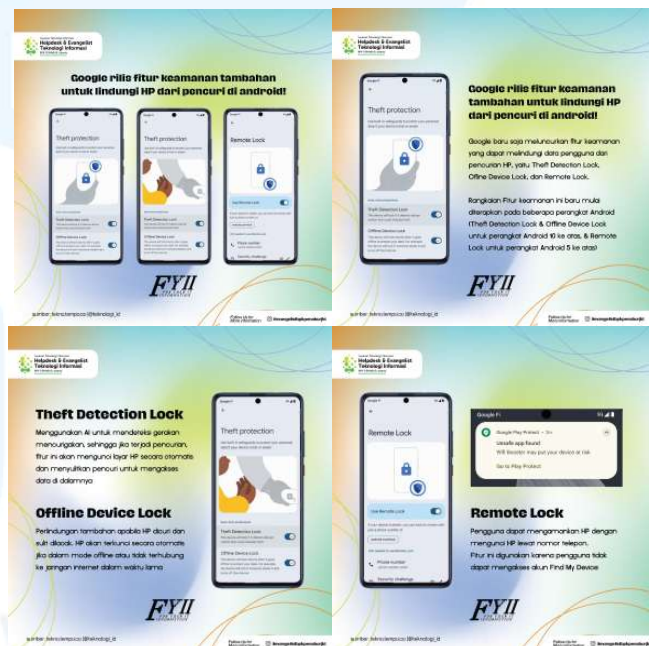
- Video *reels* “Meta telah meluncurkan teknologi *Movie Gen!*”



Gambar 3.28 Konten *reels* program FYII

*Reels* ini memberikan informasi terbaru akan teknologi yang telah dirilis oleh Meta. Teknologi tersebut adalah Movie Gen, yaitu teknologi AI yang dapat membuat video dan audio sesuai dengan prompt pengguna. Beberapa fitur yang terdapat dalam Movie Gen adalah Membuat video dari teks, Mengedit video melalui prompt teks, Mengubah foto personal pengguna menjadi video bergerak, dan Membuat efek suara dan soundtrack ([https://www.instagram.com/reel/DBI3\\_hqxR7P/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==](https://www.instagram.com/reel/DBI3_hqxR7P/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==)).

- *Post feeds* “Google rilis fitur keamanan tambahan untuk lindungi HP dari pencuri di android!”



Gambar 3.29 Konten *feeds* program FYII

Konten FYII kedua menjelaskan tentang fitur keamanan yang dirilis Google di perangkat android. Ketiga fitur keamanan ini ditambahkan oleh Google untuk melindungi data pengguna dari pencurian Handphone.



Rangkaian fitur keamanan ini mulai diterapkan pada beberapa perangkat android yaitu Theft Detection Lock, Offline Device Lock, dan Remote Lock ([https://www.instagram.com/p/DBaz9wjvtUk/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==](https://www.instagram.com/p/DBaz9wjvtUk/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==)).

#### b. Tutorial Teknologi

Seperti konten tutorial pada umumnya, konten tutorial yang diunggah dalam Instagram tim HETI adalah untuk mengajarkan audiens dalam menggunakan fitur-fitur yang terdapat dalam beberapa perangkat teknologi. Untuk itu, pembuatan desain konten untuk tutorial dibuat dengan penjelasan *step-by-step* sehingga mudah dipahami dan diikuti audiens. Berikut adalah penjelasan untuk setiap konten tutorial yang telah dibuat dan diunggah ke Instagram @itevangelistbpkpenaburjkt:

- *Post feeds* tutorial “Buat video pakai ChatGPT”



Gambar 3.30 Konten *feeds* tutorial (1)



Memberikan penjelasan cara membuat video lewat ChatGPT, yaitu dengan mengunduh plug in di ChatGPT dan menginput prompt video yang diinginkan ([https://www.instagram.com/p/DBN3emcvE2B/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==](https://www.instagram.com/p/DBN3emcvE2B/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==)).

- *Post feeds* “Solusi backup foto/ video di iPhone tanpa iCloud”

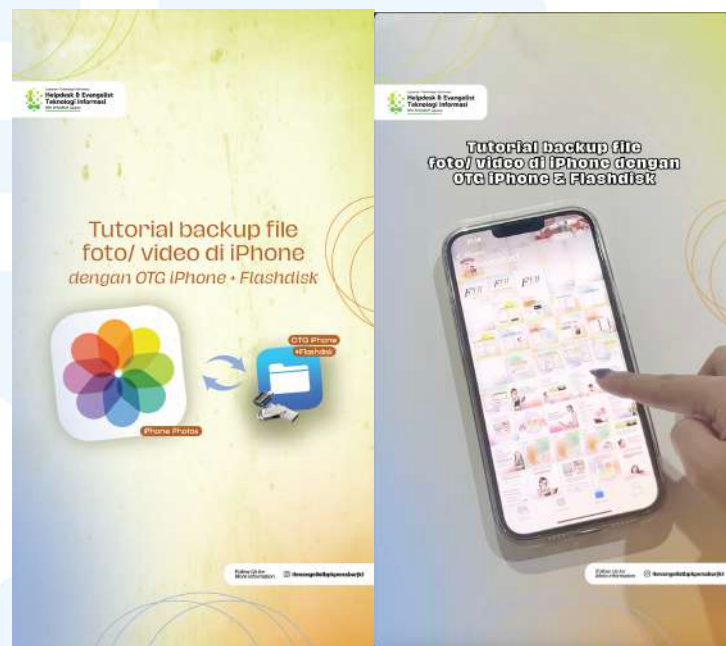


Gambar 3.31 Konten *feeds* tutorial (2)

Konten menjelaskan 2 cara backup file foto dan video di iPhone secara mudah tanpa membayar iCloud. Kedua cara tersebut adalah dengan memindahkan file

menggunakan OTG iPhone ke *Flashdisk* dan mengunggah file ke *private channel telegram* ([https://www.instagram.com/p/DCBb-8tP5Uz/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==](https://www.instagram.com/p/DCBb-8tP5Uz/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==)).

- Video *Reels* “Tutorial backup file foto/ video di iPhone dengan OTG iPhone & *Flashdisk*”



Gambar 3.32 Konten *reels* tutorial

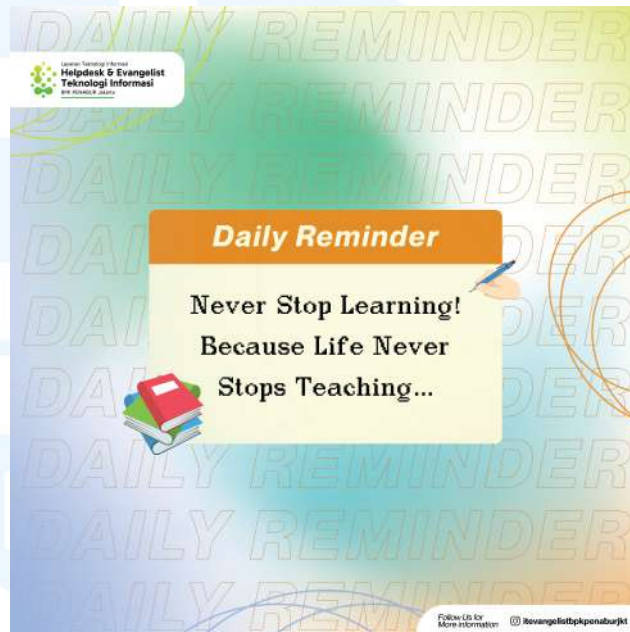
Video menunjukkan cara memindahkan file dari iPhone ke flashdisk secara *step-by-step* sehingga mudah dipraktikkan oleh *audiens* yang melihat *reels* tim HETI ([https://www.instagram.com/reel/DCizPUaPOjx/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==](https://www.instagram.com/reel/DCizPUaPOjx/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==)).

c. *Quotes of The Month*

Konten *Quotes of The Month*, merupakan konten bulanan dengan mengunggah kalimat motivasi. Kalimat-kalimat yang diunggah semata-mata untuk memberikan inspirasi dan

meyakinkan audiens bahwa mereka dapat meningkatkan penggunaan teknologi dengan baik. Adapun untuk penjelasan konten Quotes of The Month adalah sebagai berikut:

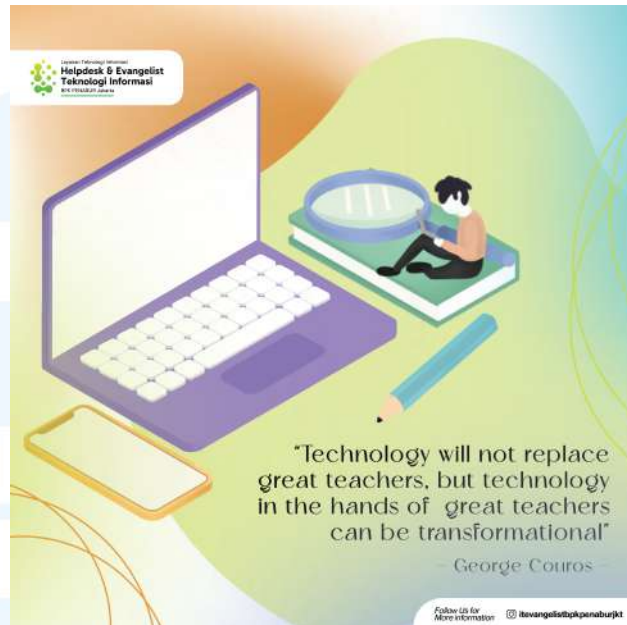
- Bulan Oktober



Gambar 3.33 Konten *Quotes of the Month* bulan Oktober

Quotes “Never stop learning, because life never stop teaching” ini merupakan pengingat dan penyemangat bagi audiens untuk terus belajar. Quotes ini juga dipilih untuk meyakinkan audiens bahwa Instagram @itevangelistbpkpenaburjkt juga tidak akan berhenti memberikan konten-konten edukasi teknologi yang dapat membantu audiens mengenal dan menggunakan teknologi digital yang semakin berkembang ini ([https://www.instagram.com/p/DBYKjv7vVq5/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==](https://www.instagram.com/p/DBYKjv7vVq5/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==)).

- Bulan November



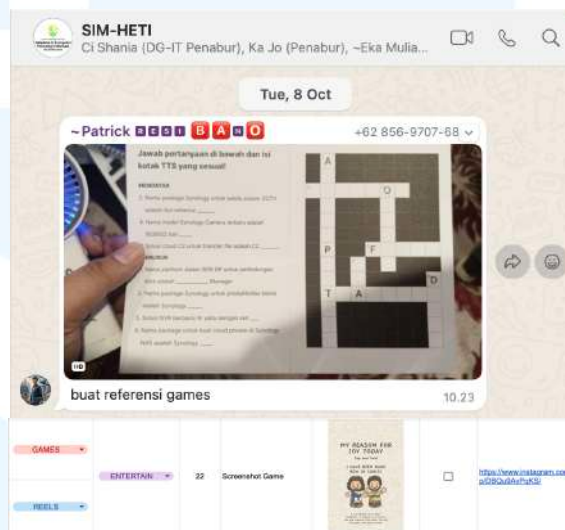
Gambar 3.34 Konten *Quotes of the Month* bulan November

Pada awal bulan November, penulis membuat desain konten *Quotes of the Month* yang bertuliskan “Technology will not replace great teachers, but technology in the hands of great teachers can be transformational”. Quotes ini merupakan kutipan dari George Couros sebagai pengingat bahwa setiap orang dapat memanfaatkan teknologi dengan baik apabila ingin sungguh-sungguh belajar tentang topik teknologi. Hal ini dikarenakan, jika seorang dapat menguasai penggunaan teknologi dan menggunakannya untuk hal positif, ilmu tersebut dapat dikembangkan lebih baik lagi dalam penggunaan teknologi di kehidupan nyata ([https://www.instagram.com/p/DB0YljEvPeY/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==](https://www.instagram.com/p/DB0YljEvPeY/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==)).

### 3.3.2.4 Proyek Desain Konten *Games* Bulanan Instagram

Dari bulan Oktober 2024 hingga Desember 2024, Instagram tim HETI mulai mengunggah konten terbaru yaitu konten *games*. Penambahan konten terbaru ini adalah untuk mengedukasi audiens lewat game interaktif yang menarik dilihat. Adapun itu untuk konten *games* perlu juga penjelasan mengenai topik-topik teknologi, sehingga penulis diharuskan membuat desain penjelasan topik *games* yang sedang di bahas dan penjelasan tersebut diunggah sebelum atau bersamaan dengan konten *games* diunggah.

#### 1. Tahap Briefing



Gambar 3.35 Brief Referensi Konten *Games*

Penulis diberikan *brief* referensi *games* topik teknologi lewat Whatsapp oleh ketua sub divisi HETI yaitu Patrick Resi Bano dan *supervisor* Shania Vebyta Ananda. Pembuatan *games* topik teknologi ini untuk meningkatkan interaksi dengan audiens sekaligus memberi *insight* teknologi. Jenis *games* yang dibuat juga disesuaikan medianya yaitu berbentuk *post feeds carousel* dan *video reels*.



## 2. Tahap Content Planning



Gambar 3.36 Spreadsheet *Content Plan* Konten *Games*

Setelah mendapatkan *brief*, penulis mengembangkan ide *games* sehingga dapat menjadi *refreshing* konten diantara konten-konten edukasi dan informasi. Untuk itu, penulis membuat *content plan* dengan menargetkan untuk membuat 1 video konten *games* untuk setiap bulan. Penulis menggunakan referensi *games* yang sudah diberikan, kemudian mencari referensi tambahan untuk desain yang akan dibuat.

## 3. Tahap Pembuatan Desain



Gambar 3.37 Pembuatan Desain Konten *Games*



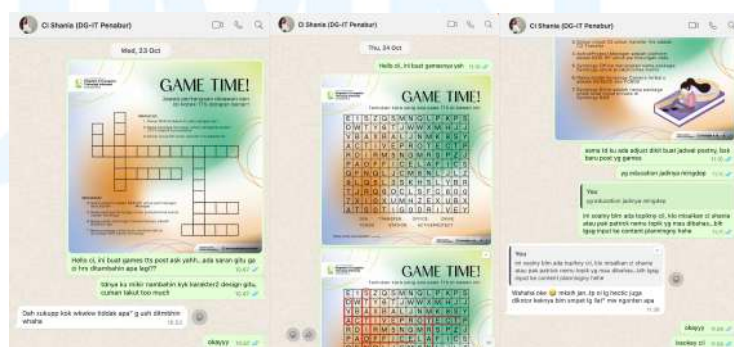
Awal pembuatan desain, penulis melakukan *content planning* seperti menentukan jenis dan bentuk media *games* dan perencanaan *storyline games* untuk jenis *feeds* dan *reels*. Kemudian, penulis mulai mengsketsa dan mengeksplorasi desain sesuai dengan topik teknologi. Dalam pembuatan konten *games* ini penulis menggunakan tools *Procreate*, *Adobe Illustrator*, & *Capcut*, dan proses pengerjaannya akan dijelaskan pada tahap revisi dan finalisasi.

#### 4. Tahap Revisi & Finalisasi

Serupa dengan tahap desain konten yang lain, penulis akan mengkonfirmasi desain konten *games* kepada *supervisor* untuk mendapatkan *feedback &* revisi. Revisi yang diberikan berupa peletakan desain dan warna karakter, serta peletakan teks. Kemudian, penulis akan merevisi dan mengkonfirmasi hasil revisi sebelum diunggah.

Berikut adalah penjelasan dari konten *games* teknologi yang dibuat penulis dalam bentuk *post feeds* dan *reels* beserta tautannya:

##### a. Teka Teki Silang (TTS) “Synology”



Gambar 3.38 Revisi & Finalisasi Konten *Games* bulan Oktober

Gambar di atas adalah tahap konfirmasi *feedback* desain konten *games* TTS Synology kepada *supervisor*. Pada mulanya, desain awal ini disetujui *supervisor*, namun menurut

Kepala sub divisi HETI sebaiknya desain di revisi. Hal ini dikarenakan, topik pembahasan yang *niche* membahas sinology, sehingga tidak seluruh audiens dapat memahami topik tersebut. Untuk itu, penulis mengubah rancangan desain menjadi TTS pencarian kata dengan menambah penjelasan setiap kata pada akhir *carousel post*.



Gambar 3.39 Konten *Games* bulan Oktober (1)

Gambar diatas adalah desain final setelah revisi untuk konten *games* bulan Oktober. Penulis pada akhirnya membuat 3 konten *post feeds games* yang diunggah dalam satu *carousel post*. Topik dari *games* diatas adalah TTS seputar pembahasan topik Synology. Synology merupakan alat yang memberikan fasilitas penyimpanan data dalam kapasitas besar. Dalam desain konten (1) penulis menempatkan beberapa kata yang berhubungan dengan Synology dan menambahkan huruf pada bagian kotak yang kosong secara acak.



Gambar 3.40 Konten *Games* bulan Oktober (2)

Dikarenakan topik pembahasan *games* cukup rumit dan kurang familiar untuk beberapa audiens, penulis membuat *games* TTS cari kata-kata seputar teknologi untuk mengenalkan apa itu Synology ke audiens. Pada desain konten (2) ini penulis membuat hasil jawaban dari *games*, yaitu letak seluruh kata-kata yang muncul dalam permainan TTS ini.



Gambar 3.41 Konten *Games* bulan Oktober (3)

Sebagai bahan informasi dan edukasi, penulis membuat desain konten (3) yaitu penjelasan setiap kata yang muncul dalam *games* yang digunakan dalam Synology. Penjelasan mengenai Synology ini juga diinput dengan penggunaan Bahasa Indonesia yang mudah dimengerti oleh audiens Instagram

HETI

([https://www.instagram.com/p/DBimgl2vJFH/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==](https://www.instagram.com/p/DBimgl2vJFH/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==)).

b. Screenshot Game “Tipe Pengguna Gadget Manakah Anda?”

- *Post Feeds*



Gambar 3.42 Revisi & Finalisasi Konten *Games* bulan November

Serupa dengan konten *games* TTS Synology, penulis melakukan asistensi desain kepada *supervisor*. Beberapa revisi minor yang diberikan *supervisor* adalah ukuran font, desain karakter dan *content writing* desain. Hal ini dikarenakan kurang terbacanya tulisan sehingga perlu diatur kembali. Setelah melakukan revisi, penulis mengirimkan kembali hasil desain final dan *copywriting caption* konten untuk mengkonfirmasi kelayakan pengunggahan desain ke Instagram. Setelah disetujui *supervisor*, konten diunggah ke Instagram dan share drive tim HETI.



Gambar 3.43 Konten *Games* bulan November *Feeds* (1)

Gambar diatas adalah cover dari desain final konten *games* bulan November. Penulis mengambil ide desain situasi meja seorang yang memiliki ketertarikan akan teknologi. Untuk itu beberapa icon yang diinput ke dalam desain berupa handphone, laptop, headphone, harddisk, cemilan, kopi, alat tulis dan kertas. Desain juga dibuat berdasarkan sudut pandang audiens saat menggenggam HP



dan konten desain yang terdapat dalam HP berisi awal dari penjelasan tipe-tipe pengguna gadget.

Berikut adalah penjelasan dari desain tipe-tipe pengguna gadget yang dibuat penulis dalam bentuk *post feeds*

([https://www.instagram.com/p/DC02pbXPHWh/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==](https://www.instagram.com/p/DC02pbXPHWh/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==)):



Gambar 3.44 Konten *Games* bulan November *Feeds* (2)

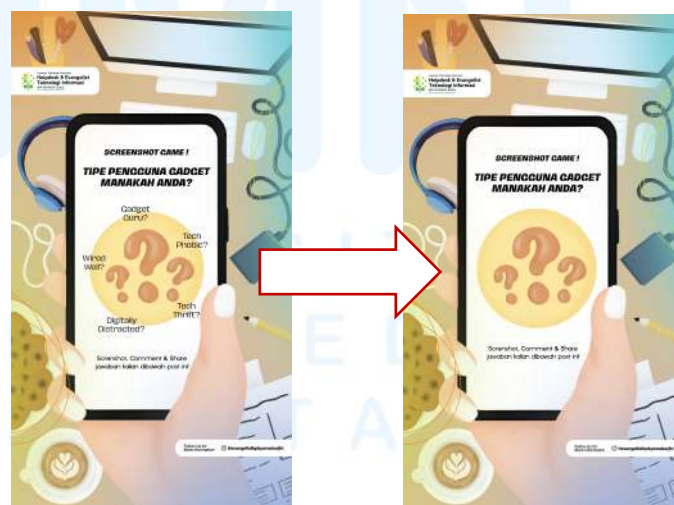
- i. *Gadget Guru*: Pengguna awal yang membeli & mencoba gadget baru, sehingga desain yang dibuat adalah seorang yang baru saja membeli HP dan headphone keluaran terbaru.
- ii. *Tech Phobic*: Pengguna yang tidak peduli dengan perangkat gadget terbaru. Desain dibuat adalah seorang yang menggenggam HP dengan layer tampilan yang pecah.
- iii. *Digitally Distracted*: Pengguna yang memiliki ketergantungan tinggi dengan gadget, sehingga desain yang dibuat adalah seorang yang menggunakan HP hingga tertidur di malam hari.



- iv. *Tech Thrift*: Tipe pengguna yang hemat dan senang membeli gadget second, sehingga desain menggambarkan seorang yang menggunakan HP dengan tambahan tulisan HP second.
- v. *Wired Well*: Pengguna teknologi yang ideal, yaitu berhati-hati dalam menggunakan teknologi dan tahu kapan harus membatasi penggunaan HP. Gambaran desainnya adalah seorang dengan gaya hidup work-life balance, yaitu efektif melakukan aktivitas dan menggunakan HP.

- *Video Reels*

Penulis mengubah seluruh dimensi desain konten games feeds bulan November menjadi ukuran reels yaitu 1920 x 1080p dan mengedit video reels dengan menggabungkan 5 desain tipe pengguna gadget. Kemudian asistensi video dan desain thumbnail kepada *supervisor*. Revisi desain hanya dilakukan pada thumbnail cover konten reels, yaitu menghilangkan tulisan tipe-tipe pengguna gadget.



Gambar 3.45 Desain Cover Thumbnail reels sebelum dan sesudah revisi

Penulis kemudian mengasistensi kembali hasil revisi dan *copywriting caption* konten untuk mengkonfirmasi kelayakan pengunggahan desain ke Instagram. Konten yang telah disetujui diunggah ke Instagram sesuai jadwal konten dan ke share drive tim HETI ([https://www.instagram.com/reel/DC8cNI9vPAc/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==](https://www.instagram.com/reel/DC8cNI9vPAc/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==)).

### **3.4 Kendala dan Solusi Pelaksanaan Magang**

Pada sub bab ini, penulis akan menjelaskan kendala dan solusi yang dihadapi selama melakukan kerja magang di BPK PENABUR Jakarta.

#### **3.4.1 Kendala Pelaksanaan Magang**

Penulis mengalami beberapa kendala selama melakukan magang dan bekerja dalam sub divisi HETI BPK PENABUR Jakarta. Berikut adalah beberapa kendala yang dihadapi penulis selama magang menjadi *IT Graphic Designer* yang melakukan *rebranding* Instagram HETI

1. Jarak *Work From Office* (WFO)

Selama melaksanakan kerja magang di BPK PENABUR Jakarta, penulis sebagai staf magang memiliki kendala dalam jarak tempuh dari rumah di BSD, Serpong ke kantor di Jakarta Pusat. Dalam hal ini, penulis diharuskan untuk *commute* dari BSD ke Jakarta Pusat setiap paginya. Penulis tidak begitu keberatan dengan akses transportasi, namun cukup keberatan untuk menempuh jarak jauh setiap harinya.

2. Pencarian referensi konten teknologi

Penulis mengalami kesulitan dalam mencari referensi topik konten edukasi teknologi. Hal ini dikarenakan, penulis kurang familiar dengan topik-topik teknologi. Tidak hanya itu, pencarian topik konten juga harus disesuaikan dengan kebutuhan target pasar sehingga topik yang dibahas harus sesuai kebutuhan audiens dan mudah di mengerti.

### 3. Keterhambatan tools konten

Dalam hal ini, penulis merasakan kendala saat membuat konten video maupun motion graphic. Hal ini dikarenakan, aplikasi milik penulis yang terkena kendala sehingga tidak dapat dibuka. Penulis harus memutar otak agar konten video dan motion graphic dapat tetap diunggah ke Instagram *reels* tim HETI.

### 4. *Brief* tugas yang kurang lengkap dan tidak menentu

Saat mengerjakan proyek, penulis hanya diberikan brief di awal minggu pertemuan yaitu untuk melakukan *rebranding* Instagram tim HETI dan membuat desain edukasi untuk setiap konten. Kendala penulis dalam hal ini adalah bimbang dalam mencari topik konten yang akan di bahas pada perancangan konten untuk Instagram tim HETI karena harus mencari referensi sendiri.

## 3.4.2 Solusi Pelaksanaan Magang

Selama menghadapi kendala, penulis tetap dibimbing oleh *supervisor*, sehingga untuk menghadapi kendala-kendala selama magang, penulis berusaha menemukan beberapa solusi dan jalan keluar. Berikut adalah solusi dari kendala yang penulis lakukan selama melakukan kerja magang sehingga lebih efektif dan efisien.

### 1. Jarak *Work From Office* (WFO)

Setelah beberapa minggu mulai bekerja, dengan persetujuan ketua pimpinan divisi SIM, penulis diperbolehkan untuk ijin *Work From Home* (WFH) selama 2 hari karena jarak tempuh perjalanan yang jauh. Dengan itu, penulis bekerja magang secara WFO selama 3 hari dengan *commute* ke kantor di Jakarta Pusat dan 2 hari ijin WFH.

### 2. Pencarian referensi konten teknologi

Dikarenakan kurang familiar dengan topik teknologi, penulis mulai aktif bertanya dan banyak riset tentang konten teknologi di media sosial. Tidak hanya di Instagram, penulis memanfaatkan media sosial seperti Twitter, Tiktok, dan Google untuk mencari informasi

mengenai teknologi, sehingga dapat mengedukasi audiens di Instagram tim HETI. Penulis juga inisiatif mengikuti beberapa akun yang membahas teknologi, sehingga terus *up to date* dengan berita-berita teknologi.

### 3. Keterhambatan tools konten

Solusi untuk hal ini adalah penulis bereksplorasi dan memanfaatkan tools-tools video editing lain, sehingga dapat menghasilkan konten video dengan lancar, sesuai jadwal *content planning*. *Supervisor* juga memberikan solusi, dengan membagi *jobdesk* dalam pengerjaan beberapa konten motion graphic. Untuk itu, seluruh pengerjaan video editing diserahkan kepada penulis, sedangkan untuk motion graphic akan dibantu dan dibimbing oleh *supervisor*.

### 4. Aktif berkomunikasi dan inisiatif bertanya dengan *supervisor*

Menghadapi kendala ini, penulis berusaha untuk aktif berkomunikasi dan inisiatif bertanya kepada *supervisor* mengenai tugas yang dikerjakan. Setiap menemukan beberapa referensi topik konten, penulis akan menginputnya ke dalam jadwal *content planning* dan kemudian di asistensi ke *supervisor*. Saat pengerjaan desain pun, penulis juga aktif meminta *feedback* asistensi dari *supervisor*, baik secara *offline* maupun *online*.