

## BAB III

### PELAKSANAAN MAGANG

#### 3.1 Kedudukan dan Koordinasi Pelaksanaan Magang

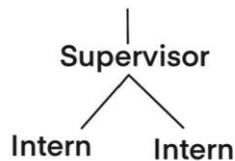
Dalam pelaksanaan magang pada PT Kinarya Selaras Solusi, penulis ditempatkan oleh tim Human Resources Development (HRD) PT Kinarya Selaras Solusi berdasarkan latar belakang pendidikan dan kemampuan penulis sebagai seorang pekerja magang di bidang perancangan media sosial. Setelah melalui proses seleksi yang diselenggarakan, penulis ditempatkan oleh HRD pada Divisi Modern Channel, yang bertanggung jawab atas pembuatan media sosial PT Kinarya Solusi, baik sebagai media promosi produk maupun membangun *awareness* citra PT Kinarya Solusi terhadap publik.

Sesuai dengan peraturan yang ada di perusahaan, penulis diberikan tugas dan peran yang jelas oleh *supervisor* semenjak awal magang dimulai. Penulis berkoordinasi dengan *supervisor* dan anggota tim lainnya dalam perancangan media sosial, baik dari perancangan, ide konten, *algorithm* hingga isi konten. Dalam proses pelaksanaan tugas, penulis juga berkolaborasi dengan berbagai tim Media Sosial dari anak usaha Kisel Group lain, terutama KiselGroup yang merupakan perusahaan induk PT Kinarya Solusi, tim pemasaran (*marketing*), dan juga tim persediaan (*inventory*) untuk membuat media promosi yang akan dibuat untuk tujuan pemasaran produk perusahaan dan membangun *awareness* kepada publik tentang perusahaan Kinarya Selaras Solusi itu sendiri.

Selain itu, penulis secara berkala meminta bimbingan serta sesi evaluasi kepada *supervisor* atas setiap tugas yang telah diberikan sehingga pekerjaan dapat diselesaikan dengan baik, lancar dan sesuai dengan ketentuan dan standar yang sudah ditetapkan oleh perusahaan. Dengan koordinasi yang baik di antara tim dan *supervisor* serta adanya komunikasi yang lancar menjadi cara untuk sukses dalam menjalankan setiap tugas yang diberikan, serta memberikan kesempatan kepada

penulis untuk belajar, berkembang dan meningkatkan keterampilan secara praktis selama periode magang berlangsung.

### Divisi Modern Channel



Gambar 3. 1 Bagan Divisi

#### 3.1.1 Kedudukan Pelaksanaan Magang

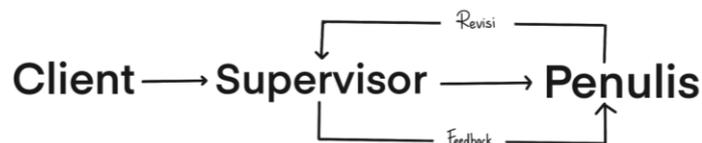
Di dalam divisi Modern Channel PT Kinarya Selaras Solusi, terdapat dua sub department, partnership department dan modern channel operation department. Di dalam partnership department terdapat retail business sub department dan B2B Business sub department, sedangkan modern channel operation department terdapat tactical operation sub department dan sales & performance sub department. Penulis ditempatkan sebagai *Social Media Intern* di divisi Modern Channel, dimana penulis diberikan kesempatan untuk terlibat langsung dalam pengembangan citra perusahaan melalui *social media*.

Divisi modern channel bertanggung jawab atas citra Perusahaan PT Kinarya Selaras Solusi dan juga sebagai media promosi pada *social media*. Dalam peran sebagai *Social Media Intern*, penulis diberikan tugas untuk menganalisa, memplaning dan membuat konten *social media*, yang dimana konten harus di *post* setiap harinya dan mengikuti trend yang berkembang. Dengan adanya konten yang harus di *post* setiap harinya, penulis dituntut untuk dapat kreatif dan dapat mengelola waktu secara baik agar dapat memenuhi quota yang diberikan.

Sebagai contoh konkret dari tugas yang diberikan kepada penulis, penulis diberikan peluang untuk merancang konten social media yang interaktif dan dapat mengikuti dengan trend yang ada. Proyek ini memberikan penulis pengalaman praktis dalam mereseach trend hingga tipe interaktif yang disukai publik pada media social. Melalui proyek ini, penulis dapat menerapkan pengetahuan teori yang dipelajari di bangku kuliah dan belajar untuk beradaptasi dengan standar industry Perusahaan dalam pembuatan social media.

### 3.1.2 Koordinasi Pelaksanaan Magang

Dalam pelaksanaan proyek yang diberikan kepada penulis, komunikasi yang efektif dan jelas menjadi hal yang sangat penting. Setiap kali penulis diberikan tugas baru, masukan dan arahan yang diberikan oleh supervisor menjadi panduan untuk memastikan bahwa apa yang dikerjakan oleh penulis benar dan sesuai dengan standar yang telah ditetapkan.



Gambar 3. 2 Bagan Alur Koordinasi

Alur yang terjadi pada pembuatan proyek berawal dari divisi lain atau jobdesk. Yang dimana divisi lain membuat permintaan kepada Modern Channel Division Head yang juga merupakan *supervisor*. Permintaan ini kemudian diteruskan *supervisor* kepada penulis atau rekan penulis yang merupakan seorang intern pada divisi modern channel. Yang kemudian mulai dikerjakan oleh penulis sesuai dengan instruksi dan petunjuk yang diberikan oleh *supervisor*.

Selama proses pengerjaan, penulis memberikan revisi kepada *supervisor* yang kemudian memberikan feedback kepada penulis atas pengerjaan yang dilakukan, hingga tugas itu selesai dan disetujui oleh *supervisor*. Apabila divisi lain sebagai *requester*, Modern Channel head atau

*supervisor* akan memberikan hasil final kepada *requester* tersebut, untuk mendapatkan feedback mereka. Dengan adanya proses ini, desain dipastikan memenuhi standar design perusahaan dan layak untuk diluncurkan. Sehingga penulis dapat belajar betapa pentingnya komunikasi yang jelas dan efektif satu sama lain di dalam tim untuk mencapai tujuan yang diinginkan.

### 3.2 Tugas yang Dilakukan

Selama masa magang berlangsung, penulis telah mengerjakan berbagai proyek yang diberikan kepadanya. Setiap tugas yang diberikan memiliki tantangan tersendiri. Berikut ini merupakan proyek yang dilakukan oleh penulis selama magang pada PT Kinarya Selaras Solusi.

Tabel 3.1 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Magang

No	Minggu	Proyek	Keterangan
1	1 (2 – 6 September 2024)	Post Instagram Feeds Meme untuk Weekend	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat Google Sheets untuk detail Postingan Instagram untuk tanggal 3 – 8 September 2024</li> <li>- Mendesain template feeds untuk social media Instagram untuk tanggal 6 – 8 September 2024</li> </ul>
2	2 (9 – 13 September 2024)	Pembuatan video perkenalan anak magang	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Menuliskan detail tipe konten yang akan dibuat untuk 9 – 15 September 2024</li> <li>- Membuat video konten untuk 10 september 2024</li> <li>- Membuat desain typography untuk Instagram feed untuk tanggal 12 – 14 September 2024</li> <li>- Membuat Video konten beserta script untuk tanggal 20 September 2024</li> <li>- Membuat Video konten beserta script untuk tanggal 18 September 2024</li> </ul>
3	3 (17 – 20 September 2024)	Pembuatan Instagram Feed Keunggulan Modem MiFi dan Orbit Star Z2	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Menuliskan detail tipe konten pada Google Sheets yang akan dibuat untuk tanggal 17 – 23 September 2024</li> <li>- Mendesain Instagram feeds berupa carousel untuk tanggal 17 - 18 September 2024</li> <li>- Membuat Caption post untuk tanggal 17 September 2024</li> <li>- Mendesain Instagram feed untuk tanggal 21 – 23 September 2024</li> </ul>

4	4 (23 – 27 September 2024)	Post Instagram Feeds Akhir Bulan	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Menuliskan detail tipe konten pada Google Sheets yang akan dibuat untuk tanggal 24 – 30 September 2024</li> <li>- Mendesain Instagram Feed untuk tanggal 24 September 2024</li> <li>- Mendesain Instagram Feed berupa carousel untuk tanggal 26 September 2024</li> <li>- Mengambil video konten unboxing untuk tanggal 30 September 2024</li> <li>- Mempersiapkan alat – alat yang akan digunakan pada saat LiveStream Tokopedia pada tanggal 26 September 2024</li> <li>- Memonitoring Livestream Tokopedia pada tanggal 26 September 2024</li> </ul>
5	5 (30 September – 4 Oktober 2024)	Pengambilan video POV : Calon Customer	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Menuliskan detail tipe konten pada Google sheets yang akan dibuat untuk tanggal 1 – 7 Oktober 2024</li> <li>- Mengambil video konten untuk tanggal 7 – 9 Oktober 2024</li> <li>- Melakukan research trend untuk post yang akan dating</li> </ul>
6	6 (7 – 11 Oktober 2024)	Pembuatan Instagram Feed Meme Weekend	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Menuliskan detail tipe konten pada Google sheets yang akan dibuat untuk tanggal 8 – 14 Oktober 2024</li> <li>- Mendesain Instagram feeds untuk tanggal 12 – 14 Oktober 2024</li> <li>- Mulai melakukan perencanaan konten untuk Ulang Tahun Kisel Group</li> <li>- Mempersiapkan alat – alat yang akan digunakan pada saat Livestream Tokopedia pada tanggal 10 Oktober 2024 dalam rangka tanggal cantik, 10.10</li> <li>- Memonitoring Livestream Tokopedia Hot Deal 10.10 pada tanggal 10 Oktober 2024</li> </ul>

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

7	7 (14 – 19 Oktober 2024)	Pembuatan video Beyond dalam rangka ulang tahun kisel group	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Menuliskan detail tipe konten pada Google sheets yang akan dibuat untuk tanggal 15 – 21 Oktober 2024</li> <li>- Membuat Instagram feed untuk tanggal 18 – 20 Oktober 2024</li> <li>- Mengambil video untuk konten Instagram feed untuk tanggal 17 Oktober 2024</li> <li>- Mendiskusikan Bersama <i>supervisor</i> tentang kolaborasi konten untuk merayakan ulang tahun kisel group mendatang</li> <li>- Mengambil video untuk merayakan ulang tahun kisel group untuk tanggal 22 Oktober</li> </ul>
8	8 (21– 25 Oktober 2024)	Post Instagram Kolaborasi denga kisel group dan live at kisel dalam rangka ulang tahun	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Menuliskan detail tipe konten pada Google Sheets yang akan dibuat untuk tanggal 22 – 30 Oktober 2024</li> <li>- Membuat Instagram feed untuk mengantisipasi ulang tahun kisel group untuk tanggal 22 Oktober 2024</li> <li>- Membuat Instagram feed untuk tanggal 30 Oktober 2024.</li> </ul>
9	9 (28 Oktober – 1 November 2024)	Post Instagram feed tata cara pembelian e-SIM	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Menuliskan detail tipe konten pada Google sheets yang akan dibuat untuk tanggal 1 – 4 November 2024</li> <li>- Membuat Instagram Feeds untuk tanggal 1 – 3 November 2024</li> <li>- Melakukan research trend sebagai inspirasi untuk konten yang akan dibuat kedepannya.</li> </ul>
10	10 (4 – 8 November 2024)	Pembuatan Video Beli Orbit Aja!	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Menuliskan detail tipe konten pada Google sheets yang akan dibuat untuk tanggal 5 – 12 November 2024</li> <li>- Membuat Instagram Feed untuk tanggal 12 November 2024</li> <li>- Membuat video Konten untuk tanggal 7 November 2024</li> <li>- Membuat video konten kolaborasi dengan kisel group untuk tanggal 13 November 2024</li> </ul>
11	11 (11 – 15 November 2024)	Pembuatan Instagram Feeds Hari Ayah	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Menuliskan detail tipe konten pada Google sheets yang akan dibuat untuk tanggal 13 – 18 November 2024</li> <li>- Membuat Instagram Feed dengan format carousel untuk tanggal 20 November 2024</li> </ul>

12	12 (18 – 22 November 2024)	Pembuatan Instagram Feeds Carousel Singkatan e- SIM dan Fitur Utamanya	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Menuliskan detail tipe konten pada Google sheets yang akan dibuat untuk tanggal 19 – 25 November 2024</li> <li>- Membuat video konten Instagram untuk tanggal 26 November 2024</li> <li>- Mempersiapkan alat – alat untuk Live Instagram pada tanggal 19 November 2024, dalam rangka menaikkan revenue pada KSSolusi cluster tanggerang</li> <li>- Memonitoring Live Instagram pada tanggal 19 November 2024</li> </ul>
13	13 (25 – 29 November 2024)	Post Video Reels Instagram Mau Ketemu Bos di Kantor	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Menuliskan detail tipe konten pada Google sheets yang akan dibuat untuk tanggal 26 November – 2 Desember 2024</li> <li>- Mempersiapkan alat – alat untuk Live Tokopedia pada tanggal 26 November 2024</li> <li>- Memonitoring Live Tokopedia pada tanggal 26 November 2024</li> </ul>
14	14 (2 – 6 Desember 2024)	Pembuatan video Instagram tentang Live Stream mendatang	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Menuliskan detail tipe konten pada Google sheets yang akan dibuat untuk tanggal 3 – 10 Desember 2024</li> <li>- Membuat video konten Instagram untuk tanggal 3 Desember 2024 dalam rangka antisipasi Live Stream dari tanggal 5 – 20 Desember 2024</li> <li>- Memonitoring Live Tokopedia pada tanggal 5 Desember 2024</li> <li>- Memonitoring Live Tokopedia pada tanggal 6 Desember 2024</li> </ul>

### 3.3 Uraian Pelaksanaan Magang

Selama penulis menjalani magang di PT Kinarya Selaras Solusi selama lebih tiga bulan dari awal September hingga awal Desember, penulis telah menghasilkan satu Proyek Utama dan empat Proyek tambahan . Lima proyek yang telah dihasilkan oleh penulis selama magang adalah Konten Edukasi *Brand Awareness* PT Kisel Kinarya Solusi, Konten Promosi *Event* Ulang Tahun Kiselgroup, Konten edukasi untuk produk Orbit Star A2, Konten Edukasi Produk e-SIM, dan Konten Edukasi Produk Modem MiFi.

### 3.3.1 Proses Pelaksanaan Tugas Utama Magang

Dalam pelaksanaan magang penulis tidak mendapatkan tugas besar yang dapat dijadikan proyek utama, namun penulis memilih perancangan Konten Edukasi *Brand Awareness* PT Kinarya Selaras Solusi sebagai tugas utamanya dikarenakan tugas ini berhubungan secara langsung dengan citra PT Kinarya Selaras Solusi terhadap publik. *Supervisor* memberikan tugas ini kepada penulis setelah penulis mengutarakan pendapatnya akan susahny mencari informasi tentang PT Kinarya Selaras Solusi itu sendiri pada media sosial. Penulis diberikan kebebasan untuk membuat konsep dan isi konten sendiri oleh *supervisor*.

Berikut merupakan beberapa langkah penulis dalam pembuatan Konten Edukasi.

#### 1. Brief

Penulis tidak memiliki brief tugas, melainkan jadwal postingan konten. Berikut merupakan jadwal postingan yang telah penulis susun dan rangkai untuk pembuatan instagram PT KSSolusi.



Timetable Content 2024						
September						
September						
Minggu	Senin	Selasa	Rabu	Kamis	Jumat	Sabtu
1	2. Posting KV Produk e-SIM	3. Posting KV Produk Orbit	4. Posting KV Ucapan hari pelanggan	5. Posting KV Produk Orbit Terbaru	6. Posting meme tentang Weekend	7. Posting meme tentang Malam minggu
8. Posting meme tentang menghormati hari esok	9. Posting reels promosi orbit pro h2	10. Posting Reels info e-SIM	11. Posting reels New Product Loading	12. KV Typography (7 Keunggulan Produk Modem Mily yang kamu wajib ketahui)	13. KV Modem Orbit Star G1	14. KV Typography Modem Orbit Star Z2
15	16. Posting KV Ucapan Maulid Nabi SAW	17. Posting KV POV GEN Z dan GEN Y(milenial)	18. Posting Reels Kenalan anak Magang Part1-2	19.	20. Posting Reels Edukasi KSS	21. KV Story Board e-SIM (HP Andorid)
22. Posting Video Reels "Maukah Kalian?"	23. KV Story Board e-SIM (HP Iphone)	24. Penyebar Pusang Akhir Bulan	25.	26. Posting post saat gajian. Posting info Livestream	27.	28.
29.	30. Posting unboxing star a2					

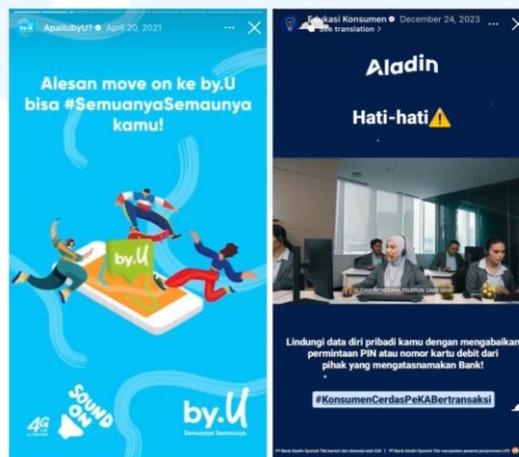
Gambar 3. 3 Timetable Content Bulan September 2024

Dengan adanya deadline dan rangkaian konten yang harus dibuat, penulis beserta supervisor dan tim berdiskusi akan arah yang diinginkan akan tujuan pembuatan video tersebut, seperti pembahasan apa yang ingin

dilakukan, gaya video yang diinginkan, dan model pembawaan yang diinginkan.

## 2. Research Referensi Video dan Foto

Setelah kesepakatan tercapai, penulis kemudian melakukan *research* video yang akan digunakan sebagai referensi untuk video yang akan dibuat, sesuai dengan yang telah dibicarakan pada saat diskusi. Penulis memilih beberapa video dari perusahaan lainnya sebagai referesnsi. Referensi video yang diinginkan oleh penulis merupakan video yang menceritakan perusahaan tersebut menggunakan storyline dengan jelas tetapi tidak terlalu Panjang dan bertele – tele, dan memiliki sedikit komedi didalamnya.



Gambar 3. 4 Referensi Perusahaan Lain

Dengan kriteria yang diinginkan penulis, konten yang dibuat oleh by.u, dan bank bank aladin memenuhi kriteria tersebut. Perbedaannya hanya pada konten by.u disampaikan menggunakan animasi sebagai pengantar storyline, sedangkan bank aladin menggunakan unsur komedi dan storyline seperti iklan iklan pada umumnya. Penulis merasa konten yang disajikan oleh bank aladin sesuai dengan konten konten yang pernah disajikan KSSolusi sebelum – sebelumnya, tetapi penulispun menyukai penyampaian by.u yang singkat, padat dan jelas. Sehingga penulis memutuskan untuk membuat kedua konten ini sebagai referensi.

Setelah mendapatkan referensi video yang penulis inginkan, penulis menjelaskan apa yang ingin penulis lakukan dan referensi tersebut kepada *supervisor*, yang kemudian disetujui olehnya. *Supervisor* kemudian memberitahu penulis akan konten sebelumnya yang pernah dibuat yang mirip dengan konten yang ini yang juga dapat penulis gunakan sebagai referensi dalam pembuatan script nantinya, konten tersebut menjelaskan apa itu PT Kinarya Selaras Solusi dalam bentuk Instagram Feeds dengan format carousel.



Gambar 3. 5 Referensi yang diberikan *Supervisor*

Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2024)

*Supervisor* menjelaskan bahwa konten informasi yang ada dalam post ini sudah mencakup apa yang diperlukan untuk mengetahui PT Kinarya Selaras Solusi, namun dengan rendahnya minat baca yang dimiliki pada orang Indonesia, penulis memutuskan untuk membawa informasi dari post ini kedalam Video yang akan dibuat dengan ringkasan yang lebih singkat, sehingga penontonpun tidak merasa bosan pada saat menontonya.

### 3. Pembuatan Skript

Dengan referensi yang jelas yang telah dikumpulkan oleh penulis, penulis memulai untuk membuat skript untuk konten video yang akan dibuat nantinya sesuai dengan referensi dan informasi yang telah diberikan kepada penulis. Penulis membuat script konten dengan



penulis diberikan revisi berupa pada saat talent wanita menjelaskan tentang PT Kinarya Selaras Solusi, penambahan adegan sambungan yang tepat diperlukan agar pada saat penjelasan, terfokus hanya kepada satu talent yang bertugas untuk menjelaskan. Sesuai dengan teori Tiga Babak oleh Syd (2005) yang merupakan konsep klasik yang digunakan dalam penulisan cerita, di mana cerita dibagi menjadi tiga bagian utama: pengenalan, konflik, dan resolusi. Dalam desain, hal ini bisa diterapkan untuk menciptakan pengalaman pengguna yang dimulai dengan memperkenalkan produk, yang dimana dalam kasus ini memperkenalkan PT Kinarya Selaras Solusi. Oleh karena itu, Penulis memilih untuk menggunakan komedi sebagai pengenalan, rasa penasaran mengenai PT Kinarya Selaras Solusi sebagai konflik, dan penjelasan PT Kinarya Selaras Solusi sebagai resolusi. Setelah menginkorporasikan revisi *supervisor* ke dalam skript, penulis pun menyerahkannya kembali kepada *supervisor* untuk meriview revisi tersebut, yang kemudian disetujui.

## 5. Rekaman Video

Setelah memiliki script, penulis mulai untuk meng*schedule* dan mencari talent yang akan digunakan pada saat pengambilan Video konten ini. Pengambilan video konten dilakukan pada tanggal 12 September 2024, pada lobby gedung Kisel Group, pada area cafe dan ruang tunggu tamu. Menurut Uyung Sulaksana (2003: 58) Awareness itu sendiri adalah bagaimana membuat khalayak sadar terhadap suatu produk. Penulis mengambil latar belakang ruang tamu, dikarenakan banyaknya warna merah yang sering kali diasosiasikan dengan provider Telkomsel, dimana KSSolusi merupakan mitra resmi Telkomsel. Pengambilan video dilakukan oleh *supervisor* penulis, penulis, dan rekan penulis dengan menggunakan teknik framing, untuk memberi kesan pengambilan video dilakukan pada tempat yang berbeda, pengambilan dengan sudut pandang yang berbeda, juga berkontribusi untuk menyajikan informasi yang mempengaruhi bagaimana audiens menafsirkan dan memahami pesan

tersebut. Setelah pengambilan video selesai, video mentah diberikan kepada rekan penulis untuk diedit dan diolah. Setelah editan selesai, *supervisor* merevisi hasil editan untuk memastikan video konten sesuai dengan yang diharapkan.

#### 6. Final Result

Setelah mendapatkan final video dari rekan penulis, penulis menentukan caption untuk konten tersebut untuk di up kepada social media Instagram, penulis menginginkan caption yang jelas, singkat dan padat. Sesuai dengan Andrew (2012) Kata-kata bukanlah sekadar suara, tetapi kekuatan yang mampu membentuk dan mengubah realitas kita. Sehingga penulis memutuskan untuk menuliskan kata ajakan, 'Yuk, Kenalan dengan @kssolusi' dengan harapan dapat mengajak penonton mendengarkan penjelasan PT Kinarya Selaras Solusi dari video tersebut. Setelah itu penulis memberikan caption tersebut kepada *supervisor* dan *supervisor* menyetujui caption tersebut tanpa adanya revisi. Akhirnya Video Konten Edukasi *Brand Awareness* PT Kinarya Selaras Solusi selesai dan di rencanakan untuk naik pada Instagram KSSolusi pada tanggal 20 September 2024.



Gambar 3. 7 Hasil Akhir Video Konten edukasi Brand Awareness PT KSSolusi

### 3.3.2 Proses Pelaksanaan Tugas Tambahan Magang

Selama pelaksanaan magang yang dilakukan penulis di PT Kinarya Selaras Solusi, penulis juga mengerjakan berbagai tugas lainnya yang sesuai dengan kapasitas penulis sebagai seorang pekerja intern. Berikut ini merupakan beberapa proyek yang telah penulis kerjakan selama bekerja di PT Kinarya Selaras Solusi.

#### 1. Proyek Promosi *Event* Ulang Tahun Kisel Group

Penulis mendapatkan tugas dari *supervisor* untuk membuat konten yang merayakan ulang tahun Perusahaan induk PT Kinarya Selaras Solusi yaitu PT Kisel Group. *Supervisor* memberikan kebebasan kepada penulis untuk membuat post tersebut tanpa adanya template atau contoh dari event event sebelumnya.

Berikut merupakan beberapa langkah penulis dalam pembuatan konten promosi.

##### a) Brief

Penulis bekerja tanpa brief tugas khusus, hanya mengandalkan jadwal postingan konten yang telah disusun sebelumnya. Jadwal ini dirancang dengan mempertimbangkan kebutuhan branding dan strategi pemasaran PT KSSolusi di Instagram. Berikut merupakan jadwal postingan yang telah penulis susun dan rangkai untuk pembuatan instagram PT KSSolusi.

Oktober						
Minggu	Senin	Selasa	Rabu	Kamis	Jumat	Sabtu
		1. Posting Hari Kesaktian Pancasila	2. Posting Hari Batik Nasional	3.	4.	5. Posting Hari tentara Nasional
6.	7. Info Produk Orbit	8. POV : Calon Customer	9. Info Produk Orbit	10. Info Live	11.	12. Meme
13. Meme	14. Meme	15. Reels Kasir Indomaret	16.	17. Reels I dont need Love	18. Info Produk kuota	19. Info Produk E-SIM
20. Info Produk Orbit	21.	22. Info Ulang Tahun KSS, 23. Posting Selamat Ulang Tahun Kisel	24. Collab Content	25. Collab Content	26.	
27.	28. Posting Hari Sumpah Pemuda	29. Posting Info Locker	30. Tata cara Cara membeli e-SIM	31.		

Gambar 3. 8 Timetable Content Bulan Oktober 2024

Dengan adanya deadline yang ketat dan rangkaian konten yang harus disiapkan, penulis bersama supervisor dan tim mengadakan diskusi untuk menentukan arah kreatif yang diinginkan dalam pembuatan Instagram Post promosi event ulang tahun Kisel Group. Diskusi ini bertujuan untuk memastikan bahwa setiap elemen desain dan pesan yang disampaikan sesuai dengan tema acara, yaitu perayaan ulang tahun yang penuh semangat kebersamaan dan profesionalisme. Tim mengevaluasi berbagai ide mulai dari gaya visual, hingga nada pesan yang akan disampaikan.

#### b) Referensi

Penulis kemudian melakukan research referensi dari perusahaan lain, namun tidak menemukan konten yang sesuai dengan keinginan penulis yang dimana merupakan konten post yang hanya menggunakan kata – kata tanpa perlu membuat video. Sehingga penulis memutuskan untuk mengambil referensi dari dua post sebelumnya yang dimana menggunakan kata *punchline* Berdan rima pada kalimatnya.



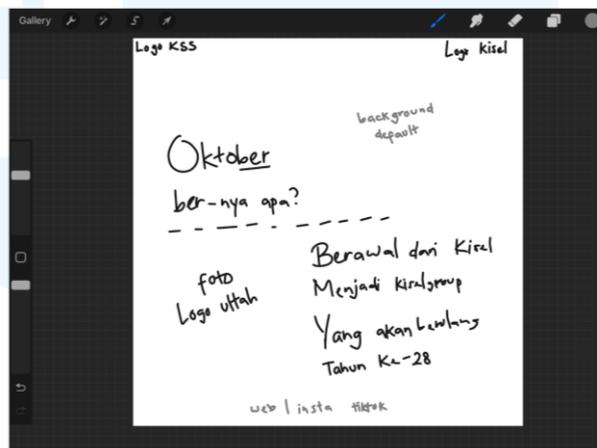
Gambar 3. 9 Post Instagram KSSolusi

Post menggunakan font Gotham sebagai font utama, dan untuk bagian yang ingin di *highlight* diberikan *bold* agar penonton dapat mengerti *punchline* dan rima yang ingin ditekankan. Asset

foto merupakan asset perusahaan yang diberikan oleh *supervisor* kepada penulis.

c) Sketsa

Penulis memulai proses kreatif dengan membuat sketsa kasar menggunakan aplikasi Procreate. Sketsa ini mengikuti format unggahan post sebelumnya, memastikan bahwa struktur dan estetika tetap konsisten dengan gaya yang telah dikenal audiens. Namun, fokus utama kali ini adalah menyesuaikan bagian rima agar relevan dengan tema acara ulang tahun Kiselgroup.



Gambar 3. 10 Sketsa Penyusunan format Post

Melalui sketsa tersebut, penulis mencoba memvisualisasikan ide-ide awal sambil mengevaluasi apakah rima yang dirancang telah sesuai. Proses ini mempermudah identifikasi elemen yang mungkin perlu disesuaikan, baik dari segi ritme maupun relevansi konten. Dengan cara ini, penulis dapat menjaga keseimbangan antara kreativitas dan pesan inti yang ingin disampaikan dalam rangka acara ulang tahun Kiselgroup. Sketsa kasar ini juga berfungsi sebagai panduan bagi penulis dalam mengeksplorasi berbagai kemungkinan rima. Setiap kalimat diuji secara visual dan ritmis untuk memastikan bahwa kata tersebut mampu

mencerminkan semangat perayaan, dan tetap selaras dengan elemen branding yang diusung oleh Kiselgroup.

Setelah menemukan kata-kata yang tepat, penulis menyerahkan sketsa kasar tersebut kepada supervisor untuk *direview*. Supervisor meninjau dengan cermat dan memberikan persetujuan tanpa adanya revisi, menandakan bahwa rima dan konsep yang diajukan telah sesuai dengan tema dan tujuan.

#### d) Proses Desain

Setelah konsep dan arah kreatif disepakati, penulis mulai membuat desain sketsa pada aplikasi Canva. Pemilihan Canva sebagai alat utama didasarkan pada kemudahannya dalam pembuatan desain serta fleksibilitasnya untuk melakukan revisi. Dengan fitur asset dan font yang tersedia, penulis dapat lebih cepat menyusun elemen visual sesuai konsep yang telah dirancang. Penggunaan Canva juga mempermudah kolaborasi, karena *supervisor* dapat langsung memberikan komentar atau masukan pada file yang sama. Proses ini mempercepat alur kerja, memungkinkan revisi dilakukan dengan efisien hingga desain akhir memenuhi standar yang diinginkan. Dengan metode ini, penulis memastikan desain tetap relevan, menarik, dan sesuai kebutuhan promosi.



Gambar 3. 11 Proses Design Sebelum Asset dimasukkan

Setelah posisi penulisan dan logo difinalkan penulis memasukkan asset asset perusahaan yang diberikan oleh *supervisor* kepada penulis. Kedalam posisi sesuai dengan sketsa yang dibuat oleh penulis.



Gambar 3. 12 Proses Design setelah Asset dimasukkan

Setelah asset dimasukkan, penulis merasa post terlalu simple dan tidak menunjukkan keceriaan pada saat perayaan ulang tahun sehingga penulis mencari cara untuk menambahkan unsur *festive* tersebut.

e) Final Project

Berikut merupakan hasil akhir dari design promosi event ulang tahun Kisel Group.



Gambar 3. 13 Design Promosi Event Ulang Tahun

Pada akhirnya penulis menggunakan asset confetti yang ada pada aplikasi canva untuk menunjukkan unsur keceriaan dan perayaan ulang tahun Kisel Group. Setelah Desain selesai penulis memberikannya kepada *supervisor* yang kemudian disetujui tanpa adanya revisi.

## 2. Proyek Edukasi untuk Produk Orbit Star A2

Penulis menerima tugas dari *Supervisor* untuk membuat suatu konten mengenai produk baru yang diterima PT. KSSolusi dari myorbit, yaitu Orbit Star A2. Penulis diberikan kebebasan oleh *supervisor* untuk mencari inspirasi dari brand – brand lainnya.

Berikut merupakan beberapa langkah penulis dalam pembuatan konten promosi.

### a) Brief

Penulis tidak memiliki brief tugas, melainkan jadwal postingan konten. Berikut merupakan jadwal postingan yang telah penulis susun dan rangkai untuk pembuatan instagram PT KSSolusi.

Timetable Content 2024						
September						
September						
Minggu	Senin	Selasa	Rabu	Kamis	Jumat	Sabtu
1	2. Posting KV Produk e-SIM	3. Posting KV Produk Orbit	4. Posting KV Ucapan hari pelanggan	5. Posting KV Produk Orbit Telasa	6. Posting meme tentang Weekend	7. Posting meme tentang Malam minggu
8. Posting meme tentang masyarakat hari rabu	9. Posting reels promosi orbit pro h2	10. Posting Reels Info e-SIM	11. Posting reels New Product Loading	12. KV Typography (7 Keunggulan Produk Modem Mi yg kamu wajib ketahui)	13. KV. Modem Orbit Star G1	14. KV. Typography Modem Orbit Star Z2
15	16. Posting KV Ucapan Maulid Nabi SAW	17. Posting KV POV GEN Z dan GEN Y (meme)	18. Posting Reels Kenalan anak Magang Part 1-2	19.	20. Posting Reels Edukasi KSS	21. KV Story Board e-SIM (HP Andorid)
22. Posting video Reels Perayaan Bulan	23. KV Story Board e-SIM (HP Iphone)	24. Penyebab Pusing Akhir Bulan	25.	26. Posting pov saat gajian, Posting info Livestream	27.	28.
29.	30. Posting unboxing star a2					

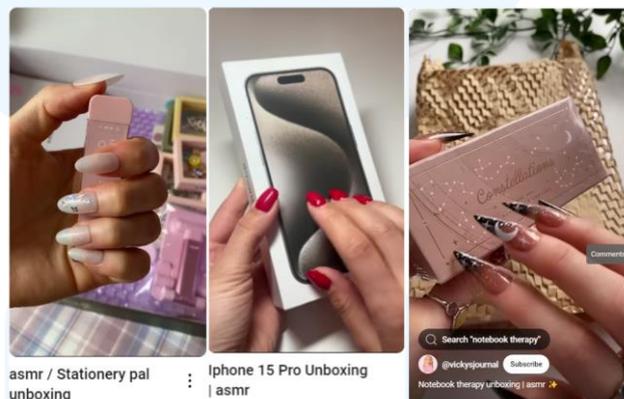
Gambar 3. 14 Timetable Content Bulan September 2024

Dengan adanya deadline dan rangkaian konten yang harus dibuat, penulis beserta supervisor dan tim berdiskusi akan arah

yang diinginkan pada pembuatan Instagram Post Edukasi Produk Orbit Star A2.

b) Referensi

Setelah kesepakatan tercapai, penulis kemudian melakukan *research* video yang akan digunakan sebagai referensi untuk video yang akan dibuat, sesuai dengan yang telah dibicarakan pada saat diskusi. Penulis memilih beberapa video dari youtube yang merupakan video unboxing dikarenakan produk ini merupakan produk baru yang belum diketahui orang – orang. Referensi video yang diinginkan oleh penulis merupakan video yang menceritakan barang tersebut menggunakan video unboxing sebagai cara penyampaiannya.



Gambar 3. 15 Referensi Video  
Sumber: youtube shorts (2024)

Dengan pembuatan video unboxing, calon pelanggan dapat mengetahui secara detail apa saja yang akan didapat, dan kelebihan dari produk tersebut secara detail. Kemudian penulis melakukan diskusi bersama *supervisor* mengenai detail pembuatan, seperti teknis video, talent, dan angle video, yang dimana penulis dan *supervisor* sepakat untuk membuat dengan model ala – ala asmr. Menurut Aprinda (2024) ASMR membantu seseorang meringankan suasana hati yang negatif, termasuk perasaan stres dan depresi. Dengan adanya trend asmr, penulis memutuskan untuk

menggunakan trend tersebut sebagai cara untuk pembuatan konten ini. Dengan referensi dan konsep yang jelas penulis kemudian meng*schedule* hari rekaman.

c) Rekaman

Setelah memiliki konsep yang jelas, penulis langsung menentukan hari rekaman dikarenakan video tidak memerlukan skript, melainkan hanya menggunakan suara voice over keunggulan produk yang nantinya akan diisi oleh rekan penulis yang mengetahui seluk beluk produk tersebut. Pengambilan video konten dilakukan pada tanggal 26 September 2024, pada dapur KsSolusi, dikarenakan background yang polos dan sepi. Yang dapat membuat penonton terfokus pada produk yang ingin disampaikan oleh penulis. Pengambilan video dilakukan oleh *supervisor* penulis, dan rekan penulis, sedangkan penulis sendiri menjadi model tangan yang direkam pada pembuatan video ini. Pengambilan video menggunakan teknik framing, dan close up untuk meng*highlight* barang yang sedang dibicarakan pada saat voice over. Setelah pengambilan video selesai, video mentah kemudian diberikan kepada rekan penulis untuk diolah dan diedit. Setelah editan selesai, *supervisor* merevisi hasil editan untuk memastikan video konten sesuai dengan yang diharapkan oleh *supervisor*, sebelum diserahkan kembali kepada penulis untuk di berikan caption.

d) Final Project

Setelah mendapatkan video final dari rekan penulis, penulis menentukan caption untuk konten tersebut untuk di *up* kepada media sosial Instagram. Penulis memutuskan untuk menggunakan kalimat ajakan, yang lalu penulis deskripsikan spesifikasi dari modem tersebut, apa saja yang pembeli dapatkan dalam kemasan dan juga info link pembelian modem orbit star a2. Setelah

menyusun caption secara detail, penulis memberikan caption tersebut kepada *supervisor* penulis untuk direvisi, yang kemudian *supervisor* menyetujui caption yang diberikan penulis tanpa adanya revisi.



Gambar 3. 16 Video Reels

Caption dari video ini berisikan:

“Penasaran sama modem terbaru dari Telkomsel?

Yuk, Unboxing Modem Orbit Star A2

Beli modem Orbit Star A2 sudah termasuk bonus paket data FantaSix 150GB selama 6 bulan, loh! Dan Free Bonus Kuota 150GB selama 6 bulan pertama (25GB/30 hari untuk 6 bulan pertama).

Spesifikasi Modem Orbit Star A2:

Advan A2, Kecepatan 4G, DL 150Mbps / UL 50Mbps, 32 pengguna, Up to 15 Mbps, 1 Port Ethernet LAN, 4 Antenna,

Garansi 12 Bulan

Termasuk dalam kemasan pembelian:

Modem Orbit Star A2, Kartu SIM Orbit Telkomsel, Kartu panduan,

AC Adapter

Info pembelian : [bit.ly/ModemOrbitStarA2](https://bit.ly/ModemOrbitStarA2)”

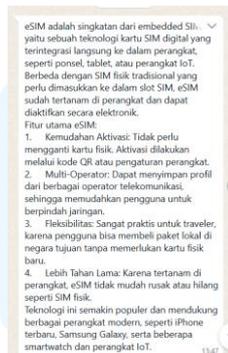
### 3. Proyek Edukasi Produk e-SIM

Penulis menerima tugas dari supervisor untuk membuat konten promosi yang menjelaskan tentang e-SIM. Tugas ini bertujuan memberikan pemahaman kepada audiens mengenai teknologi e-SIM, termasuk fungsi, manfaat, dan keunggulannya dibandingkan SIM fisik.

Berikut merupakan beberapa langkah penulis dalam pembuatan konten promosi.

#### a) Brief

Supervisor memberikan arahan kepada penulis mengenai poin-poin utama yang harus dibahas dalam Instagram post tersebut. Arahan ini mencakup informasi penting tentang e-SIM, seperti apa itu e-sim, keunggulan, dan manfaatnya bagi pengguna. Namun, supervisor memberikan kebebasan penuh kepada penulis untuk merancang desain post tanpa terikat pada template yang sudah ada. Kebebasan ini memungkinkan penulis untuk berkreasi, menciptakan desain yang segar dan menarik, sekaligus tetap menyampaikan pesan dengan jelas.



Gambar 3. 17 Brief Desain

Setelah memahami brief desain yang diberikan kepada penulis, penulis memulai untuk melakukan step selanjutnya yaitu, mencari referensi.

## b) Referensi

Setelah memahami brief desain yang diberikan, penulis melanjutkan ke langkah berikutnya, yaitu mencari referensi. Referensi dicari didasarkan pada permintaan *supervisor* kepada penulis untuk membuat design yang simple dan hanya menggunakan kata tanpa menggunakan banyak asset gambar. *Supervisor* meminta agar design dibuat seperti konten promosi event ulang tahun Kiselgroup, dikarenakan respon positive audience baik secara internal maupun eksternal. Hal ini membuat penulis menggunakan Post promosi event ulang tahun Kiselgroup sebagai salah satu referensi.



Gambar 3. 18 Post Promosi event ulang tahun Kiselgroup

Selain post tersebut, penulis juga merujuk pada satu postingan sebelumnya sebagai referensi tambahan. Postingan tersebut dipilih karena formatnya yang efektif dalam menyoroti keunggulan produk, sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai penulis untuk konten tentang e-SIM.



Gambar 3. 19 Post Referensi Ke-dua

Penulis menganalisis struktur, visual, dan gaya penyampaian dari postingan tersebut untuk memastikan konten baru tetap relevan dan menarik. Dengan memadukan elemen-elemen terbaik dari referensi tersebut, penulis dapat menciptakan desain yang tidak hanya informatif, tetapi juga konsisten dengan standar branding perusahaan.

### c) Proses Desain

Berdasarkan brief yang diberikan oleh supervisor, penulis menyederhanakan beberapa kata dalam konten agar lebih menarik dan mudah dipahami oleh pembeli. Pendekatan ini dirancang untuk memancing minat audiens dan membuat mereka lebih tertarik membaca hingga akhir.

Untuk slide post berikutnya, penulis menggunakan struktur visual dari referensi kedua, yang efektif dalam menyajikan informasi secara terorganisir. Slide ini difokuskan pada pembahasan fitur utama dan manfaat menggunakan e-SIM, dengan desain yang menarik dan informatif. Strategi ini memastikan pesan disampaikan dengan jelas sekaligus memaksimalkan daya tarik visual konten.



Gambar 3. 20 Proses Design konten e-SIM

Pada slide kedua, penulis dihadapkan dengan dua pilihan untuk pewarnaan aset: putih dan hitam. Kedua opsi ini dipertimbangkan dengan cermat untuk menentukan mana yang lebih efektif dalam menyampaikan pesan.

Setelah menguji kedua warna, penulis memutuskan untuk menggunakan warna putih. Keputusan ini didasarkan pada hasil visual yang menunjukkan bahwa warna putih lebih mampu menonjolkan teks di dalamnya. Warna putih memberikan kontras yang lebih kuat terhadap elemen lainnya, sehingga tulisan terlihat lebih jelas dan mudah dibaca oleh audiens. Selain itu, warna putih juga memberikan kesan bersih, modern, dan profesional, yang selaras dengan tema konten tentang e-SIM.

Penggunaan warna putih juga membantu menciptakan harmoni visual dalam keseluruhan desain, membuat setiap elemen terlihat seimbang dan terfokus. Penulis memastikan bahwa pilihan warna ini tidak hanya menarik secara estetika, tetapi juga mendukung pesan inti dari konten yang ingin disampaikan. Dengan pendekatan ini, slide kedua diharapkan mampu menarik perhatian audiens sekaligus menyampaikan informasi secara efektif.

Setelah menyelesaikan desain, penulis menyerahkannya kepada *supervisor* untuk ditinjau. *Supervisor* memeriksa hasil akhir dengan cermat dan tidak memberikan revisi apa pun kepada penulis.

#### d) Final Project

Setelah desain final selesai, langkah berikutnya yang diambil penulis adalah menentukan caption yang sesuai untuk melengkapi postingan. Caption dirancang untuk mendukung visual dan memperkuat pesan yang ingin disampaikan kepada audiens.

Penulis mempertimbangkan beberapa elemen penting dalam pembuatan caption, seperti gaya bahasa yang santai namun informatif, penggunaan kata kunci yang relevan, serta ajakan untuk berinteraksi atau bertindak. Dengan pendekatan ini, caption tidak hanya melengkapi visual tetapi juga mengundang audiens untuk terlibat lebih jauh, baik melalui komentar, likes, atau bahkan mencoba produk. Proses ini memastikan postingan menjadi lebih menarik dan efektif dalam mencapai tujuan komunikasi.



Gambar 3. 21 Hasil Akhir Proyek Edukasi produk e-SIM

Penulis memutuskan untuk menyisipkan kalimat ajakan yang ringan dan persuasif, seperti: “Gimana, udah tau kan singkatan e-SIM? Sekarang giliran kamu pakai e-SIM ya!” Kalimat ini dirancang agar terasa akrab dan mudah dicerna oleh audiens, menciptakan hubungan yang lebih personal. Pendekatan ini bertujuan untuk mendorong tindakan dengan nada yang santai namun tetap efektif. Dengan gaya bahasa yang menarik, penulis berharap pesan dapat menjangkau target audiens secara lebih langsung, sekaligus memperkuat minat mereka terhadap e-SIM.

Kalimat ini juga menjadi elemen penting untuk mengakhiri konten dengan kesan yang positif dan interaktif.

Setelah menentukan caption penulis menyerahkannya kepada *supervisor* untuk direvisi. *Supervisor* memeriksa dengan cermat dan tidak memberikan revisi apapun kepada penulis.

#### 4. Proyek Edukasi Produk Modem MiFi

Penulis menerima tugas dari supervisor untuk membuat desain Instagram Feeds Typography yang membahas keunggulan Modem MiFi. Tujuan dari konten ini adalah memberikan informasi kepada audiens mengenai manfaat utama penggunaan Modem MiFi, sekaligus menarik perhatian dengan tampilan visual yang modern dan menarik.

Berikut merupakan beberapa langkah penulis dalam pembuatan konten promosi.

##### a) Brief

Penulis tidak memiliki brief tugas, melainkan jadwal postingan konten. Berikut merupakan jadwal postingan yang telah penulis susun dan rangkai untuk pembuatan instagram PT KSSolusi.

Timetable Content 2024						
September						
September						
Minggu	Senin	Selasa	Rabu	Kamis	Jumat	Sabtu
1	2. Posting KV Produk e-SIM	3. Posting KV Produk Orbit	4. Posting KV Ucapan hari pelanggan	5. Posting KV Produk Orbit Terbaru	6. Posting meme tentang Weekend	7. Posting meme tentang Malam minggu
8. Posting reels tentang manfaatnya bagi bisnis	9. Posting reels promosi orbit pro h2	10. Posting Reels info e-SIM	11. Posting reels New Product Loading	12. KV Typography (7 Keunggulan Produk Modem MiFi yg kamu wajib ketahui)	13. KV Modem Orbit Star G1	14. KV Typography Modem Orbit Star Z2
15.	16. Posting KV Ucapan Maulid Nabi SAW	17. Posting KV POV GEN Z dan GEN Y (milenial)	18. Posting Reels Kemalan anak Magang Part1-2	19.	20. Posting Reels Edukasi KSS	21. KV Story Board e-SIM (HP Android)
22. Posting video Reels "Persewaan rumah"	23. KV Story Board e-SIM (HP Iphone)	24. Penyebab Puang Akter Bulan	25.	26. Posting pov saat gajian. Posting info Livestream	27.	28.
29.	30. Posting unboxing star s2					

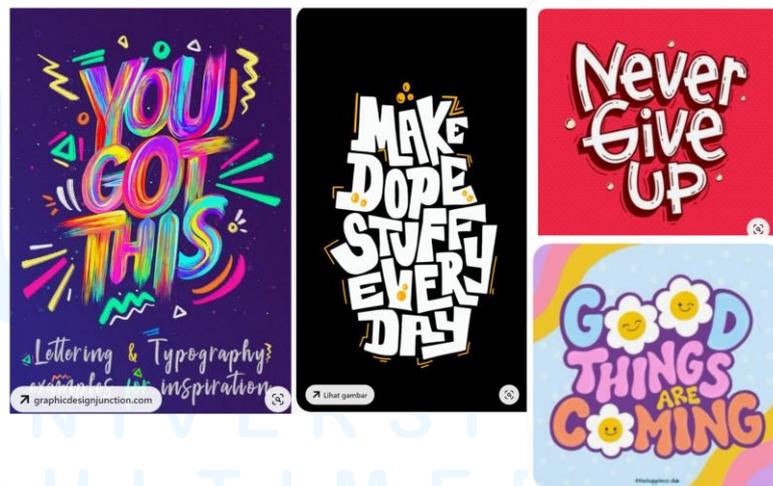
Gambar 3. 22 Timetable Content bulan September 2024

Dengan adanya deadline dan rangkaian konten yang harus dibuat, penulis beserta supervisor dan tim berdiskusi akan arah yang diinginkan pada pembuatan Instagram Post Edukasi Produk Modem MiFi.

b) Moodboard

Setelah berdiskusi dengan supervisor, penulis diberikan sebuah moodboard sebagai panduan untuk menciptakan desain yang sesuai dengan visi dan arahan proyek. Moodboard ini mencakup elemen-elemen seperti palet warna, gaya tipografi, tata letak, dan elemen visual lainnya yang menjadi acuan dalam mendesain konten.

Penulis mempelajari moodboard tersebut untuk memahami estetika dan nuansa yang ingin dicapai. Elemen visual yang disertakan membantu memberikan gambaran yang lebih jelas tentang tone desain yang diinginkan, seperti apakah harus modern, minimalis, atau lebih dinamis.



Gambar 3. 23 MoodBoard

Dengan referensi dari moodboard, penulis mulai mengembangkan ide dan sketsa desain yang tetap kreatif namun sesuai dengan panduan. Moodboard ini tidak hanya mempermudah

proses desain, tetapi juga memastikan hasil akhir konsisten dengan branding perusahaan dan ekspektasi supervisor. Pendekatan ini membantu penulis bekerja lebih efisien dan terarah.

c) Sketsa

Penulis mulai mengerjakan desain typography sesuai dengan arahan yang diberikan oleh supervisor. Mengacu pada moodboard dan brief yang telah disediakan, penulis memanfaatkan elemen-elemen visual seperti palet warna, tipografi, dan tata letak untuk menciptakan desain yang sesuai dengan tema dan tujuan proyek.

Dalam proses pengerjaannya, penulis memilih gaya typography yang *bubbly* untuk menonjolkan informasi utama. Penulis memastikan penggunaan kombinasi warna yang kontras agar teks mudah dibaca, serta menambahkan elemen pendukung seperti ikon atau garis untuk memperkuat struktur visual. Tata letak dirancang agar informasi tersampaikan secara sistematis, memandu mata audiens melalui hierarki visual yang sudah diatur.



Gambar 3. 24 Sketsa Design

Setelah menyelesaikan desain, penulis menyerahkannya kepada supervisor untuk evaluasi. Supervisor memberikan masukan berupa revisi kecil terkait penyesuaian tata letak dan konsistensi elemen visual. Penulis segera mengimplementasikan

masukan tersebut untuk memastikan desain lebih optimal. Proses ini memastikan desain akhir tidak hanya kreatif, tetapi juga relevan dengan branding perusahaan dan sesuai dengan ekspektasi supervisor. Desain yang telah dievaluasi ini menjadi langkah penting menuju publikasi konten yang efektif.

#### d) Proses Desain

Setelah sketsa disetujui oleh penulis, langkah berikutnya adalah mulai membuat desain aslinya. Proses ini melibatkan pengembangan dari sketsa awal menjadi sebuah karya visual yang lebih mendetail dan matang. Desain aslinya mencakup elemen-elemen seperti tata letak, tipografi, warna, dan elemen grafis lain yang mendukung pesan yang ingin disampaikan. Setiap detail diperhatikan agar hasil akhirnya tidak hanya menarik secara estetika, tetapi juga efektif dalam menyampaikan informasi.

Setelah desain asli selesai, penulis melanjutkan ke slide berikutnya. Slide ini membahas penjelasan mengenai Modem MiFi, sebuah perangkat yang memungkinkan koneksi internet berbasis WiFi melalui jaringan seluler. Modem MiFi sangat praktis dan fleksibel, cocok untuk berbagai kebutuhan, baik di rumah, di kantor, maupun saat bepergian.



Gambar 3. 25 Design Typography dan Penjelasan Modem Mifi

Ada tujuh keunggulan utama yang dimiliki Modem MiFi. Pertama, portabilitas yang tinggi memungkinkan pengguna

membawanya ke mana saja. Kedua, kemudahan instalasi tanpa memerlukan kabel atau konfigurasi rumit. Ketiga, dapat digunakan untuk berbagai perangkat seperti ponsel, laptop, atau tablet. Keempat, mendukung jaringan yang cepat dan stabil sesuai penyedia layanan. Kelima, efisiensi daya yang memungkinkan penggunaan lebih lama. Keenam, kompatibilitas dengan berbagai operator seluler. Ketujuh, fitur keamanan yang melindungi data pengguna dari akses tidak sah.

Setelah semua slide selesai, langkah terakhir adalah melakukan asistensi kepada supervisor. Proses ini penting untuk mendapatkan evaluasi dan masukan yang konstruktif. Supervisor akan memberikan pandangan dari sudut yang berbeda, membantu memastikan bahwa desain dan konten yang dihasilkan sudah memenuhi standar kualitas yang diinginkan. Dan untungnya *supervisor* tidak memiliki revisi atas desain yang telah dibuat oleh penulis.

#### e) Final Project

Setelah desain final selesai, tahap berikutnya adalah menyusun caption yang menarik untuk mendukung postingan tersebut. Caption memainkan peran penting dalam menarik perhatian audiens, meningkatkan keterlibatan, dan menyampaikan pesan secara efektif. Dalam proses ini, penulis berfokus pada gaya bahasa yang akrab dan santai, mirip dengan pendekatan yang digunakan pada postingan sebelumnya. Tujuannya adalah menciptakan koneksi personal dengan audiens agar mereka merasa nyaman untuk memberikan tanggapan, komentar, atau bahkan membagikan postingan tersebut. Penulis memulai dengan memahami tema utama dari desain yang telah dibuat. Hal ini membantu memastikan bahwa caption yang disusun relevan dan mendukung visual yang ditampilkan.



Gambar 3. 26 Desain Typhography

Selain itu, penulis juga memastikan bahwa caption singkat, jelas, dan mudah dipahami. Pemilihan kata-kata sederhana tetapi efektif sangat penting agar pesan dapat diterima oleh berbagai segmen audiens. Untuk memperkuat daya tarik caption, penulis juga menambahkan elemen emosional, seperti menyoroti kenyamanan atau manfaat yang bisa dirasakan pengguna.

Setelah menyusun beberapa versi caption, penulis memilih satu yang dianggap paling sesuai dan kuat. Caption yang terpilih kemudian diajukan kepada supervisor untuk ditinjau. Proses ini memastikan bahwa tidak ada kesalahan, baik dari segi fakta maupun penyampaian pesan. Supervisor memeriksa keselarasan caption dengan strategi komunikasi yang telah ditetapkan sebelumnya.

Menariknya, dalam tahap ini, penulis tidak menerima revisi dari supervisor. Hal ini menunjukkan bahwa caption yang dibuat sudah memenuhi ekspektasi dari segi kualitas, relevansi, dan pendekatan kepada audiens. Supervisor menyetujui caption tersebut tanpa perubahan, yang tentunya menjadi dorongan motivasi bagi penulis untuk terus berkarya.



Gambar 3. 27 Penjelasan Modem MiFi

Setelah caption disetujui, langkah berikutnya adalah mengunggah postingan ke platform yang dituju. Penulis memastikan semua elemen, mulai dari desain hingga caption, diunggah dengan rapi dan tepat waktu. Postingan tersebut kemudian dipantau untuk melihat respons dari audiens. Pendekatan akrab yang digunakan biasanya menghasilkan tingkat interaksi yang baik, seperti komentar, like, atau share. Proses ini menjadi bukti keberhasilan strategi komunikasi yang diterapkan, sekaligus menjadi referensi untuk pengembangan konten di masa depan.

### 3.4 Kendala dan Solusi Pelaksanaan Magang

Selama menjalani masa magang di PT Kinarya Selaras Solusi, penulis tidak menghadapi kendala besar yang menghambat proses kerja. Namun, terdapat beberapa kendala kecil yang muncul di berbagai tahap pekerjaan. Kendala tersebut berhasil diatasi melalui pendekatan yang strategis dan fleksibel.

#### 3.4.1 Kendala Pelaksanaan Magang

1. Salah satu kendala yang dialami oleh penulis selama magang adalah kurangnya *brief design*. Hal ini menyebabkan penulis terkadang kehilangan arah pada saat mengerjakan tugas, yang terkadang mengundur penyelesaian tugas tersebut.

2. Kesulitan dalam asistensi dan memberikan revisi kepada *Supervisor* dikarenakan *supervisor* yang lumayan sibuk. Sehingga terkadang penulis harus menunggu waktu yang cukup lama ataupun sampai hari selanjutnya untuk mengasistensikan pekerjaannya.

### **3.4.2 Solusi Pelaksanaan Magang**

1. Penulis membuat notes untuk arah yang diinginkan setelah mendapatkan tugas, sehingga penulis siap dalam memulai pengerjaan tugas. Dan tidak merepotkan *supervisor* untuk semua permasalahan kecil.
2. Penulis mengerjakan semua tugas yang diberikan oleh *supervisor* dan selalu meminta feedback dari *supervisor* ketika bertemu, sehingga penulis dapat mengerjakan tugas untuk hari hari selanjutnya.

