

## BAB III

### PELAKSANAAN MAGANG

#### 3.1 Kedudukan dan Koordinasi Pelaksanaan Magang

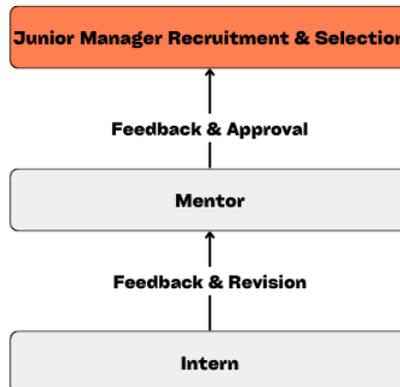
Selama pelaksanaan kerja magang, penulis memegang posisi sebagai *Social Media Specialist Intern* yang disupervisi oleh seorang mentor dari divisi *Recruitment* dengan kedudukan sebagai *Recruitment & Selection Specialist*, yang dimana divisi tersebut merupakan bagian dalam department *Human Capital*. Tanggung jawab penulis sebagai *Social Media Specialist Intern* adalah membuat ide dan desain untuk berbagai konten story, feeds, mau pun reels di Instagram Alfamidi Karir untuk seluruh cabang, lalu konten Youtube Video & Youtube Shorts, terdapat juga konten seputar MBKM yang berlangsung, serta segala kebutuhan desain lainnya dalam divisi *Recruitment* mau pun divisi lainnya yang masih termasuk dalam department *Human Capital* jika memang ada kepentingan khusus.

##### 3.1.1 Kedudukan Pelaksanaan Magang

Posisi penulis sebagai *Social Media Specialist Intern* berada dalam department *Human Capital* khususnya di divisi *Recruitment*. Penulis disupervisi oleh Gwency Jovanka selaku mentor dan *Recruitment & Selection Specialist*, serta Joice Uly selaku penanggung jawab dan *Junior Manager Recruitment & Selection* selama pelaksanaan magang ini. Berdasarkan struktur hierarki kedudukan yang sudah dijelaskan secara lisan, posisi penulis menempatkan di paling bawah alur hierarki. Sehingga seluruh pengerjaan dan tindakan yang dilakukan oleh penulis harus melewati persetujuan mentor hingga penanggung jawab.

##### 3.1.2 Koordinasi Pelaksanaan Magang

Berikut adalah alur koordinasi pelaksanaan magang yang dijalani penulis dalam sistem kerja yang sudah ditetapkan:



Gambar 4.1 Bagan Alur Koordinasi

Berdasarkan bagan alur koordinasi di atas dengan sistem kerja yang ditetapkan, proses selama kerja magang yang dijalani ini dilakukan dengan berkomunikasi langsung dengan mentor secara lisan mau pun tulisan seperti via *Whatsapp*. Terdapat proses asistensi yang dilakukan dengan memperlihatkan bagaimana hasil *brainstorming*, konsep, hingga hasil desainnya kepada mentor. Sering kali proses asistensi tersebut juga melibatkan *Junior Manager*.

### 3.2 Tugas yang Dilakukan

Berikut adalah penjabaran kegiatan yang dijalani penulis selama pelaksanaan kerja magang di PT. Midi Utama Indonesia, Tbk.

Tabel 3.1 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Magang

Minggu	Tanggal	Proyek	Keterangan
1	24 – 28 Juni 2024	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Flyer lowongan kerja &amp; internship</li> <li>- Konten Graduation MBKM Batch 6</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Melakukan serah terima dengan intern sebelumnya dan mengenali sistem kerjanya</li> <li>- Membuat dan mengedit flyer yang diminta sesuai kebutuhan</li> <li>- Mendokumentasikan dan mengedit video untuk acara Graduation MBKM Batch 6</li> </ul>
2	1 – 5 Juli 2024	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Flyer lowongan kerja</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mengedit flyer lowongan kerja yang diminta sesuai kebutuhan</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Konten Graduation MBKM Batch 6</li> <li>- Konten Momo 'Monday Motivation'</li> <li>- Instagram post Hari Raya: Tahun Baru Islam 1446H</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Menyelesaikan video Graduation MBKM Batch 6, dan membuat cover sekaligus captionnya</li> <li>- Merancang maskot Momo dengan melakukan tahap brainstorming terlebih dahulu, lalu menggambar beberapa posenya</li> <li>- Membuat poster feed Hari Raya Tahun Baru Islam 1446H sekaligus captionnya</li> </ul>
3	8 – 12 Juli 2024	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Konten series Momo</li> <li>- Instagram post: #MidiGiveaway</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat beberapa post story untuk konten Momo</li> <li>- Membuat lagi beberapa pose maskot Momo dimulai dari mencari referensi, lalu mengsketsa, dan mewarnai</li> <li>- Membuat ide dan konsep konten interaktif berbentuk games '#MidiGiveaway' (desain isi konten, cover, caption)</li> </ul>
4	15 – 19 Juli 2024	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Flyer lowongan kerja</li> <li>- Konten series Momo</li> <li>- Instagram post: #MidiGiveaway Get to know Alfamidi's Work Culture</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mengedit beberapa flyer lowongan kerja yang dibutuhkan</li> <li>- Membuat konten Momo untuk Senin depan dan lanjut menggambar beberapa pose Momo untuk konten kedepannya</li> <li>- Memperhatikan kolom komentar untuk mencatat username yang menjawab Quiz #MidiGiveaway dengan benar</li> <li>- Membuat konten story untuk pengumuman pemenang #MidiGiveaway</li> <li>- Membuat konten feed 'Get to know Alfamidi's Work Culture' (brainstorm, ide/konsep, isi konten, cover, caption)</li> </ul>

5	22 – 26 Juli 2024	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Konten series Momo</li> <li>- Konten #MidiGiveaway</li> <li>- Konten filler: Motor, Gorilla, Lari</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Menginstruksikan cabang-cabang untuk upload konten series Momo: Membatasi Pekerjaan &amp; konten pengumuman pemenang #MidiGiveaway sesuai arahan yang diberikan</li> <li>- Membuat konten story Momo: Pola Hidup</li> <li>- Membuat konsep konten filler story: Motor, Gorilla, Lari sesuai dengan referensi yang dicari</li> <li>- Pengambilan take konten video untuk ketiga konten filler story tersebut</li> </ul>
6	29 – 2 Agustus 2024	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Konten series Momo</li> <li>- Konten filler: Motor, Gorilla</li> <li>- Flyer lowongan kerja</li> <li>- Instagram post: Semarak Ulang Tahun Alfamidi (SUA) ke-17</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Menginstruksikan cabang-cabang untuk upload konten seires Momo: Pola Hidup</li> <li>- Membuat konten story Momo: Rencanakan Agenda</li> <li>- Mengedit video konten Motor &amp; Gorilla</li> <li>- Mengedit flyer lowongan kerja yang dibutuhkan</li> <li>- Membuat konten feed SUA, sekaligus captionnya dan instruksikan cabang-cabang untuk memposting konten tersebut sesuai arahan yang diberikan</li> </ul>
7	5 – 9 Agustus 2024	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Konten series Momo</li> <li>- Konten MBKM/MSIB Proses Seleksi</li> <li>- Konten filler: Gorilla, Motor</li> <li>- Banner JobFair</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Menginstruksikan cabang untuk memposting konten Momo: Rencanakan Agenda</li> <li>- Membuat konten Proses Seleksi untuk MSIB Batch 7 Alfamidi, mulai dari tahap mencari referensi, asistensi, hingga disetujui. Lalu meminta cabang untuk menguploadnya ke story Instagram</li> <li>- Membuat headline dan caption untuk konten filler:</li> </ul>

			<p>Gorilla &amp; Motor untuk diupload ke Youtube Shorts</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat desain x-banner untuk JobFair sesuai dengan referensi banner yang diberikan</li> </ul>
8	12 – 16 Agustus 2024	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Konten series Momo</li> <li>- Media untuk JobFair NakerFest</li> <li>- Konten feed Hari Kemerdekaan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Menginstruksikan cabang untuk mengupload konten Momo: Rutinitas menyenangkan</li> <li>- Menyicil membuat desain mockup pena souvenir Alfamidi dari referensi yang diberikan</li> <li>- Membuat desain x-banner untuk JobFair “NakerFest”</li> <li>- Membuat video animasi company profile untuk materi JobFair NakerFest (brainstorm, pembuatan aset-aset, tahap menganimasi)</li> </ul>
9	19 – 23 Agustus 2024	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Media untuk JobFair NakerFest</li> <li>- Konten series Momo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Lanjut menganimasi video company profile, juga dengan adanya tambahan materi lagi sehingga membuat aset lagi untuk video tersebut</li> <li>- Menambahkan lagu dan di tahap finalisasi video company profile tersebut</li> <li>- Lanjut membuat desain mockup pena souvenir Alfamidi hingga selesai dan sudah melewati tahap asistensi</li> <li>- Membuat desain konten Momo: Self Affirmation dengan Momo</li> <li>- Mencari referensi pose karakter untuk menggambar pose baru lagi untuk Momo dan lanjut ke tahap sketsa</li> <li>- Membuat cover, headline, dan caption untuk Video</li> </ul>

			Animasi Company Profile yang akan diupload ke Youtube
10	26 – 30 Agustus 2024	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Konten series Momo</li> <li>- Media untuk COI &amp; INO Fest</li> <li>- Konten MBKM: Are You Ready</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Menginstruksikan cabang untuk mengupload konten Momo: Self Affirmation dengan Momo sesuai arahan yang diberikan</li> <li>- Membuat desain konten Momo untuk senin depan</li> <li>- Membuat desain kartu 'Welcome Card' bagi seluruh peserta COI &amp; INO Fest sebanyak 80-an peserta sesuai brief yang diberikan</li> <li>- Membuat desain kartu/papan 'Kontingen All Branch' untuk event COI Fest</li> <li>- Mencari referensi dan aset video untuk membuat konten MBKM: Are You Ready, sekaligus mulai mengedit</li> </ul>
11	2 – 6 September 2024	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Konten series Momo</li> <li>- Konten MBKM: Are You Ready</li> <li>- Konten filler: Ketika banyak yang melamar di Alfamidi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Menginstruksikan cabang untuk mengupload konten story Momo: Self Affirmation with Momo (ini bersifat series jadi akan selalu ada konten baru setiap Senin)</li> <li>- Lanjut mengedit video MBKM: Are You Ready hingga selesai</li> <li>- Membuat cover, headline, dan caption untuk konten MBKM tersebut ke Instagram reels dan Youtube Shorts</li> <li>- Mulai mempersiapkan konten filler story 'Ketika banyak yang melamar di Alfamidi' sesuai dengan referensi yang ada</li> </ul>

12	9 – 13 September 2024	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Konten series Momo</li> <li>- Hari Raya Maulid Nabi Muhammad SAW</li> <li>- Konten MidiGiveaway ke-2</li> <li>- Reels: POV Akhirnya Magang di Alfamidi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Menginstruksikan cabang untk mengupload konten Momo: Self Affirmation dengan Momo sesuai arahan yang diberikan</li> <li>- Membuat desain konten Momo untuk senin depan</li> <li>- Membuat konten feeds ‘Hari Raya Maulid Nabi Muhammad SAW’</li> <li>- Membuat konten feeds Quiz MidiGiveaway ke-2 (mencari referensi, mengumpulkan aset, membuat desainnya)</li> <li>- Brainstorming konsep konten untuk POV Akhirnya Magang di Alfamidi</li> </ul>
13	16 -20 September 2024	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Konten series Momo</li> <li>- Reels: Kenapa Alfamidi</li> <li>- Reels: POV Akhirnya Magang di Alfamidi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Menginstruksikan cabang untk mengupload konten Momo: Self Affirmation dengan Momo sesuai arahan yang diberikan</li> <li>- Membuat desain konten Momo untuk senin depan</li> <li>- Mempersiapkan konten ‘Kenapa Alfamidi’ sesuai dengan hasil brief yang sudah dibuat (pengambilan take video dengan beberapa talent)</li> <li>- Membuat dan finalisasi Reels: POV Akhirnya Magang di Alfamidi</li> </ul>
14	23 – 27 September 2024	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Konten series Momo</li> <li>- Reels: POV Akhirnya Magang di Alfamidi</li> <li>- Story QnA</li> <li>- Youtube Do’s &amp; Don’t’s</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Menginstruksikan cabang untk mengupload konten Momo: Self Affirmation dengan Momo sesuai arahan yang diberikan</li> <li>- Membuat desain konten Momo untuk senin depan</li> <li>- Membuat cover dan caption untuk Reels: POV Akhirnya Magang di Alfamidi hingga menginstruksikan cabang-</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Konten MidiGiveaway ke-2</li> </ul>	<p>cabang untuk mengupload sesuai arahan yang diberikan</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat desain story konten QnA untuk share ke cabang</li> <li>- Membuat storyboard dan copywriting untuk konten Dos &amp; Donts, lalu diasistensikan</li> <li>- Membuat desain pengumuman pemenang untuk Quiz MidiGiveaway</li> </ul>
15	30 September – 4 Oktober 2024	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Konten series Momo</li> <li>- Youtube Dos &amp; Donts</li> <li>- Reels Kenapa Alfamidi</li> <li>- Reels MBKM: Jurusan &amp; Posisi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Menginstruksikan cabang untk mengupload konten Momo: Self Affirmation dengan Momo sesuai arahan yang diberikan</li> <li>- Membuat desain konten Momo untuk senin depan</li> <li>- Take konten untuk Dos &amp; Donts &amp; mengeditnya hingga finalisasi</li> <li>- Lanjut take konten Kenapa Alfamidi &amp; mengeditnya</li> <li>- Membuat cover dan caption untuk Kenapa Alfamidi</li> <li>- Prepare konsep untuk Reels MBKM: Jurusan &amp; Posisi</li> </ul>
16	7 -11 Oktober 2024	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Konten series Momo</li> <li>- Reels MBKM: Jurusan &amp; Posisi</li> <li>- Youtube Dos &amp; Donts</li> <li>- Youtube Soft Skills in General</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Menginstruksikan cabang untk mengupload konten Momo: Self Affirmation dengan Momo sesuai arahan yang diberikan</li> <li>- Membuat desain konten Momo untuk senin depan</li> <li>- Take konten Reels MBKM: Jurusan &amp; Posisi, lalu membuat cover dan captionnya</li> <li>- Upload video Youtube Dos &amp; Donts</li> <li>- Mempersiapkan konsep, brief, dan script untuk</li> </ul>

			Youtube Soft Skills in General
17	14 – 18 Oktober 2024	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Konten series Momo</li> <li>- Youtube Soft Skills in General</li> <li>- Poster Midi Kriing</li> <li>- Youtube Tutorial Cara Melamar di Website Alfamidi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Menginstruksikan cabang untk mengupload konten Momo: Self Affirmation dengan Momo sesuai arahan yang diberikan</li> <li>- Membuat desain konten Momo untuk senin depan</li> <li>- Lanjut membuat script untuk Youtube Soft Skills in General</li> <li>- Mengasistensikan seluruh ide konten Youtube yang sudah pernah pending dan yang sedang dikerjakan saat itu</li> <li>- Membuat flyer poster Pembuatan Akun Midi Kriing</li> <li>- Membuat video Youtube: Tutorial Cara Melamar di Website Alfamidi (mencari referensi, membuat script, take video per tahapan tutorialnya, menggabungkan seluruh hasil video, membuat animasi singkat untuk opening, mengedit bagian opening dan isi materi per tahap tutorialnya, serta menambahkan aset lalu menganimasikan icon mouse yang bergerak selama video berjalan)</li> </ul>
18	21 – 24 Oktober 2024	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Konten series Momo</li> <li>- Youtube Tutorial Cara Melamar di Website Alfamidi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Menginstruksikan cabang untk mengupload konten Momo: Self Affirmation dengan Momo sesuai arahan yang diberikan</li> <li>- Membuat video Youtube: Tutorial Cara Melamar di Website Alfamidi (lanjut menganimasikan icon mouse yang bergerak,</li> </ul>

			<p>mengedit lagi rekaman videonya, menambahkan animasi closing yang singkat di akhir video dengan membuat asetnya terlebih dahulu hingga)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mengasistensikan video Youtube: Tutorial Cara Melamar di Website Alfamidi dan merevisi videonya sesuai dengan masukan yang diberikan</li> </ul>
--	--	--	--

### 3.3 Uraian Pelaksanaan Magang

Sebagai Social Media Specialist Intern di PT. Midi Utama Indonesia, Tbk. (Alfamidi), penulis bertanggung jawab dalam membuat *content planning*, ide atau konsep, desain, dan *copywriting* untuk berbagai konten story, feeds, mau pun reels di Instagram Alfamidi Karir untuk seluruh cabang, lalu konten Youtube Video & Youtube Shorts, terdapat juga konten seputar MBKM yang berlangsung, serta segala kebutuhan desain lainnya dalam divisi *Recruitment* terutama yang diunggah ke media sosial. Selain itu, penulis juga ada membantu dari divisi lainnya yang masih termasuk dalam department *Human Capital* jika memang ada kepentingan khusus.

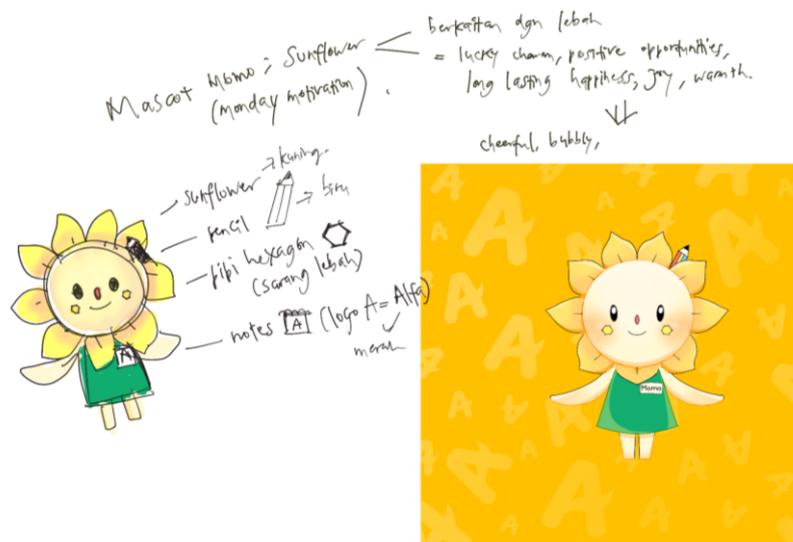
#### 3.3.1 Proses Pelaksanaan Tugas Utama Magang

Selama pelaksanaan kerja magang, tugas dan proyek yang dikerjakan penulis berhubungan dengan ilustrasi, *graphic design* dan animasi, seperti menggambar maskot, membuat desain konten media sosial, mengedit video & foto, membuat vektor, dan membuat sebuah video animasi. Dibalik seluruh pengerjaan tersebut terdapat tahap *content planning*, perancangan konsep & *copywriting* sesuai dengan *brief* yang dibuat atau yang telah ada, merancang desain, melakukan asistensi, lalu revisi hingga finalisasi. Seluruh hasil desain konten untuk Instagram diperuntukkan kepada setiap akun Instagram Alfamidi Karir dari seluruh 11 cabang yang ada, namun tidak untuk akun kantor pusat

karena dipegang oleh Alfamart. Setiap pembuatan konten tersebut, penulis selalu diwajibkan untuk merancang tiga tema warna yaitu kuning, merah, dan biru untuk disediakan kepada cabang agar mereka dapat memilih sesuai kebutuhan warna yang mereka inginkan. Disini, penulis sebagai *Social Media Specialist Intern* yang diposisikan di kantor pusat hanya berperan dalam merancang desain konten media sosial untuk diunggah oleh seluruh cabang di akun masing-masing cabang.

### **3.3.1.1 Proyek Konten Series Instagram Story: Momo**

Ide proyek pembuatan konten series Instagram Story tersebut sebenarnya berdasarkan ide yang telah dipikirkan oleh intern sebelumnya untuk membuat konten ‘Monday Motivation’ setiap hari Senin sebagai penyemangat, yang namun tidak terealisasikan. Disini, penulis memutuskan untuk merealisasikan ide tersebut melihat bahwa ide konten tersebut dilatarbelakangi dengan fenomena *Monday Blues*, yang pada intinya sebuah fenomena yang dimana orang-orang merasakan perasaan negatif ketika menghadapi hari Senin. Ditemukan bahwa salah satu cara yang mudah untuk mengatasi fenomena *Monday Blues* ini yaitu melakukan *self affirmation* pada diri sendiri, dan hal ini bisa dilakukan dengan membaca *quotes* penyemangat. Setelah menjabarkan permasalahan yang ada, penulis kemudian berpikir untuk membuat sebuah konten yang bersifat *series* yang akan di *upload* setiap hari Senin yang ditemani oleh perancangan maskot, agar menjadi sebuah identitas yang identik dengan *Monday Motivation* yang juga mampu menarik perhatian orang.



Gambar 3.1 Hasil *Brainstorming* dan Sketsa Maskot Momo

Dalam merancang maskot untuk *Monday Motivation*, terdapat beberapa tahapan yang dilakukan yang dimulai dengan tahap *brainstorming*. Selain menggunakan informasi dari permasalahan fenomena yang ada, penulis mencari beberapa kata kunci yang dapat menggambarkan mau pun menyampaikan kesan yang ingin disampaikan melalui maskot tersebut. Maskot Momo mengambil bentuk dasar bunga matahari untuk mempertahankan kaitan dengan maskot Alfamidi yang berupa sebuah lebah, dan bunga matahari disimbolkan sebagai sebuah hal yang positif, tanda kesenangan, keberuntungan, kebahagiaan, dan kehangatan. Simbolisasi tersebut sesuai dengan sifat yang ingin dipancarkan dari maskot Momo, yaitu memiliki kepribadian yang *cheerful* dan *bubbly*. Dikarenakan Momo adalah karakter berdasarkan bentuk bunga matahari, sehingga warna pada bentuk tubuhnya pun mayoritas berwarna kuning dan hijau.

Beberapa atribut atau detail-detail kecil pada maskot Momo adalah bentuk pipinya yang hexagon untuk menggambarkan sarang lebah, dan mempunyai pencil berwarna biru, merah, kuning yang dimana ketiga warna tersebut menggambarkan image Alfamidi yang mengartikan bahwa quotes-quotes yang ditampilkan adalah tulisan dari Momo tersendiri, terakhir terdapat kartu penanda nama 'Momo' yang dikenakan di baju hijaunya. Setelah merancang konsep ide dari segi bentuk, atribut, dan warna pada maskot tersebut, penulis lanjut ke tahap sketsa dan melalui beberapa revisi setelah melakukan proses asistensi. Setelah itu dilanjutkan dengan tahap mewarnai hingga finalisasi. Maskot tersebut pun dinamai Momo, yang berasal dari singkatan *Monday Motivation*.

Dikarenakan konten series Momo ini adalah konten yang bersifat *series*, penulis awalnya ingin mengenalkan fenomena Monday Blues terlebih dahulu untuk membantu orang menjadi aware dengan fenomena kondisi tersebut. Setelah memberikan informasi singkat tersebut melalui Instagram Story, penulis lanjutkan dengan memulai membuat series quotes yang bertujuan untuk memberikan *self affirmation* setiap hari Senin.



Gambar 3.2 Implementasi Column Grid pada Instagram Story Momo

Agar bisa tetap membuat konten baru untuk setiap hari Senin, penulis selalu menggambar pose baru dan memikirkan *copywriting* untuk ide *quotes* baru yang sudah harus disiapkan dari hari Jumat. Proses menggambar pose baru diikuti dengan beberapa tahap juga seperti *brainstorming*, ide, mencari referensi, hingga ke tahap sketsa dan mewarnainya. Dalam pembuatan Instagram Story sebagai bentuk implementasi Momo, penulis melakukan layouting dengan menggunakan 5-column grid.



Gambar 3.3 Hasil beberapa pose Momo & Contoh hasilnya

### 3.3.1.2 Proyek Video Animasi Company Profile

Proyek pembuatan video animasi *company profile* tersebut pada awalnya bertujuan untuk menjadi video materi di acara *Job Fair Kemnaker Fest*. Sebelumnya sudah terdapat sebuah video *company profile*, namun dibuatkan sebuah versi baru dikarenakan adanya permintaan untuk membuat sebuah video yang baru dengan sebagian besar isi video tersebut dalam bentuk animasi kartun. Pembuatan video animasi ini sudah berdasarkan *brief* yang

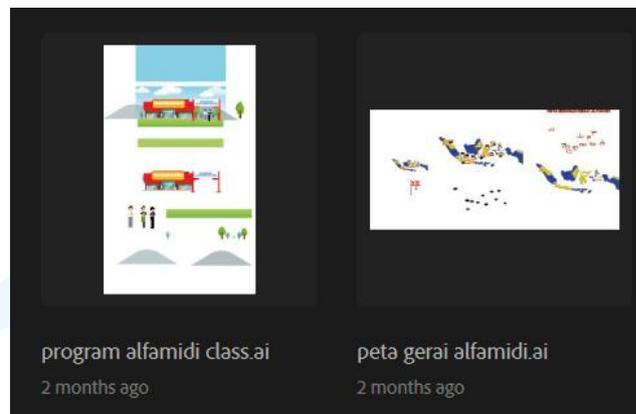
diberikan secara langsung kepada penulis dan sudah melalui berbagai asistensi.

Daftar isi :

1. Jumlah karyawan
2. Peta sebaran cabang Alfamidi
3. Jumlah toko Alfamidi
4. Demografi karyawan disabilitas

Gambar 3.4 Materi *Brief* Video Animasi

Disini penulis menggunakan berbagai aset yang pernah dibuat oleh pekerja magang sebelumnya dan terdapat juga aset yang harus dibuatkan kembali mau pun dibuat baru oleh penulis karena aset yang dibutuhkan tidak ada. Setelah membuat berbagai aset yang dibutuhkan dalam bentuk vektor, penulis kemudian mulai ke tahap menganimasi seluruh aset yang ada menggunakan aplikasi After Effect. Lalu penulis melakukan proses asistensi dan mendapatkan beberapa hal yang perlu direvisi mau pun ditambahkan lagi dalam video tersebut seperti budaya kerja Alfamidi 2I3K, kerjasama pendidikan, penghargaan, dan *corporate social responsibility*.



Gambar 3.5 File Adobe Illustrator Aset Video Animasi

Penulis juga ada menggunakan beberapa cuplikan singkat dari video *company profile* sebelumnya sesuai dengan permintaan yang ada. Setelah selesai menganimasikan isi video tersebut dan menambahkan beberapa cuplikan video lainnya, penulis kemudian melakukan proses asistensi dan melakukan beberapa revisian seperti

perbaikan aset dan penempatan elemen. Dalam keseluruhan video tersebut, terdapat berbagai adegan sebagai berikut ini:

1. Munculnya truk yang lewati dengan bangunan toko Alfamidi sebagai awal mula PT. Midi Utama Indonesia, Tbk dibangun
2. Ditampilkan seluruh gerakan dan penjabaran dari Budaya Kerja Alfamidi 2I3K dari kanan ke kiri
3. Terdapat pop up peta Indonesia yang menampilkan persebaran gerai Alfamidi terdapat dimana saja, lalu di zoom lebih dekat untuk di panning dari kiri ke kanan
4. Menampilkan chart jumlah karyawan Alfamidi, lalu fade out
5. Munculnya pop up beberapa icon jenis disabilitas untuk menunjukkan angka demografi karyawan disabilitas sesuai jenis disabilitasnya
6. Dilanjudi dengan munculnya pop up Gedung Head Office, Store, dan Warehouse dengan angka karyawan disabilitas yang ditempati di setiap tempat
7. Perubahan latar belakang: muncul pepohonan, pegunungan, dan awan-awan
8. Ditampilkan chart berbentuk 3D dari arah bawah dan karakter anak-anak toko Alfamidi dari arah kanan
9. Menampilkan lagi pop up peta Indonesia untuk memperlihatkan persebaran Sekolah Menengah Kejuruan Alfamidi
10. Perubahan latar belakang lagi kembali menjadi gedung-gedung
11. Muncul beberapa podium kecil dari bawah dengan pop up gambar penghargaan di setiap podium
12. Muncul berbagai clip foto dari Corporate Social Responsibility

### 13. Diakhiri dengan kumpulan clip video singkat

Setelah hasil video animasi telah disetujui, penulis menambahkan sebuah *sound* yang mendukung konsep video tersebut sebagai pelengkap dan melakukan finalisasi. Selain itu, penulis juga membuat cover thumbnail menggunakan berbagai aset yang sudah ada dan menggunakan modular grid dan copywriting headline & caption untuk video tersebut. Selain digunakan pada saat *Job Fair Kemnaker Fest*, video animasi tersebut juga ditayangkan dalam Youtube Alfamidi Karir.



Gambar 3.6 Video Company Profile di YouTube

## 3.3.2 Proses Pelaksanaan Tugas Tambahan Magang

### 3.3.2.1 Proyek Video Tutorial E-Recruitment Alfamidi

Proyek video tutorial E-Recruitment Alfamidi tersebut berisikan penjelasan tahapan-tahapan cara melamar di website Alfamidi dari awal hingga selesai untuk membantu para pelamar yang ingin melamar di Alfamidi. Hal ini dikarenakan sistem rekrutmen yang digunakan masih tergolong baru sehingga tidak menutup kemungkinan bahwa banyak orang yang tidak memahami bagaimana caranya melamar mau pun yang mengalami kesulitan selama proses melamar. Melalui video tersebut, diharapkan dapat membantu dan mempermudah bagi seluruh pelamar.

Pembuatan video tersebut diawali dengan tahap mencari referensi contoh video tutorial melamar di perusahaan lain agar bisa membantu mendapatkan gambaran atau konsep yang sesuai untuk video yang akan dibuat. Disini, penulis menentukan untuk membuat sebuah video tutorial yang menampilkan tampilan langsung pada *website* E-Recruitment Alfamidi dan memberikan penjelasan melalui *voice over*. Lalu penulis mencari tahu terlebih dahulu setiap tahapan cara melamar di website Alfamidi dan memastikannya kepada mentor. Setelah itu, penulis menjabarkan seluruh tahapan penting yang harus dijelaskan dan membuat sebuah *script* yang akan di *voice over* oleh penulis yang disesuaikan dengan durasi yang diinginkan agar tidak melebihi dari yang seharusnya.

3. bikin script

- Halo Sobat Midi! Disini, Minda akan membantu kalian cara melamar di website Alfamidi, baik untuk posisi di Head Office, Store, dan Warehouse
- Jadi pastikan kamu simak tutorialnya sampai selesai ya
- Pertama, buka link website [alfakarir.alfamidiku.com](http://alfakarir.alfamidiku.com)

- Setelah membuka, kamu diminta untuk membuat akun terlebih dahulu.
- Klik daftar di kanan atas dan lengkapi semua data-data yang diminta
- Khusus data yang ditandai bintang merah wajib diisi ya
- Setelah mengisi seluruh data, klik di kotak tersedia jika menyetujui kebijakan privasi dan formulir persetujuan penggunaan data pribadi. Lalu klik register untuk menyelesaikan pendaftaran dan silahkan aktifkan akun melalui email.

- Kemudian kita cari tahu terlebih dahulu preferensi cabang untuk menentukan lokasi kerja kamu sebelum mencari lowongan pekerjaan.
- Buka kembali ke menu home dan scroll ke bagian peta sebaran Alfamidi di Indonesia
- Disitu kamu masukkan kota atau kabupaten, dan kecamatan tempat tinggal kamu.
- Lalu klik cari. Nanti akan muncul nama cabang terdekat atau termasuk dalam wilayah tempat tinggal kamu.

- Setelah itu, silahkan buka menu vacancies dan masukkan preferensi cabang yang diinginkan. Kemudian klik cari.
- Pilihlah lowongan kerja yang sesuai dengan kualifikasi kamu ya sobat midi. Lalu bacalah terlebih dahulu seluruh syarat, kualifikasi, dan job desk posisi yang dipilih.
- Kemudian, isilah preferensi penempatan lokasi kerja yang sesuai dengan kamu inginkan.
- Terakhir, kamu bisa klik lamar sekarang.

- Setelah melamar, kamu bisa melengkapi data-data pribadi kamu di menu profil dan memantau proses seleksi yang telah kamu lamar.
- Jika kamu lolos ke tahap berikutnya, kamu akan dihubungi oleh tim recruitment melalui email.

- Nah Sobat Midi, ingat selalu untuk berhati-hati terhadap penipuan mengatasnamakan Alfamidi. Pastikan informasi yang kamu terima berasal dari platform resmi kami ya.

---

Untuk pertanyaan lebih lanjut, kalian juga bisa follow Instagram Alfamidi Karir di berbagai branch kami sesuai kota terdekat. Berikut akun-akun cabang kami! [Tampilkan screenshot akun Instagram cabang

Terima kasih sudah menonton video ini, sampai jumpa di video selanjutnya! Jangan lupa like, comment, dan share ya! Byebye!

Gambar 3.7 Script Voice Over Tutorial Cara Melamar

Kemudian, penulis mulai melakukan pengambilan video dengan *screen record* setiap tahapan tersebut. Video juga dilengkapi dengan opening & ending yang dibuat dengan animasi kartun. Setelah semua video telah digabungkan dengan pertimbangan durasi yang harus disesuaikan dengan durasi *voice over*, penulis juga menganimasikan pointer yang bergerak di bagian-bagian tertentu yang lalu dilengkapi dengan berbagai transisi, *sound effect*, dan *background* yang mendukung.

Tahap terakhir adalah menambahkan *voice over* pada video yang sudah dibuatkan.



Gambar 3.8 Typeface Fredoka One

Penulis menggunakan typeface Fredoka One pada seluruh isi video karena penggunaan typeface tersebut sebelumnya sudah digunakan untuk seluruh template flyer lowongan kerja yang ada. Hal ini dilakukan untuk mempertahankan konsistensi pada penggunaan font yang sudah identik dan dikenali oleh audiens,



Gambar 3.9 Implementasi Column Grid pada Cover YouTube Tutorial

Alasan penggunaan warna merah pada cover thumbnail untuk video YouTube tersebut dikarenakan adanya tiga tema warna yang sudah menjadi bagian dari identitas warna pada Alfamidi Karir, yaitu merah, kuning, dan biru. Dimana sudah ditetapkan sebuah aturan untuk melakukan pergantian warna dari ketiga warna yang sudah disebutkan. Selain menentukan warna dan typeface, penulis juga melakukan layouting dengan menggunakan 5-column grid. Berikut adalah Penulis tidak lupa untuk mengasistensikan hasil akhir video kepada mentor dan menerima beberapa revisi dan penambahan seperti perbaikan tulisan dan

penambahan elemen. Setelah merevisi sesuai dengan masukan yang diberikan, penulis lanjut membuat cover thumbnail, headline dan caption untuk video tersebut yang akan diupload pada akun Alfamidi Karir di YouTube. Seluruh proses pembuatan proyek video tersebut dibuat menggunakan aplikasi CapCut dan Canva.



Gambar 3.10 Tampilan Video Tutorial di YouTube

### 3.3.2.2 Proyek MidiGiveaway

Proyek MidiGiveaway tersebut adalah salah satu upaya untuk menambahkan engagement pada akun Instagram Alfamidi Karir di seluruh cabang. Konsep konten tersebut berbentuk quiz hadiah di feeds Instagram yang dapat diikuti oleh semua orang, dengan menjawab jawaban mereka di kolom komentar dan diwajibkan untuk share konten tersebut di Instagram Story masing-masing peserta.

Ide konten tersebut diawali dengan mencari berbagai referensi konten di Pinterest yang sesuai dengan konsep yang diinginkan. Lalu dikembangkan lebih lanjut ide konsep tersebut untuk disesuaikan lagi dengan tema Alfamidi. Penulis menentukan untuk membuat konsep game yang bertujuan untuk mencari berapa logo Alfamidi yang dapat ditemukan dalam sebuah kaca pembesar. Dimana dalam kaca pembesar tersebut terdapat berbagai produk Alfamidi untuk sekaligus mempromosikan produk-produk milik Alfamidi kepada khalayak. Pembuatan konten

tersebut menggunakan aplikasi Canva dengan penambahan elemen pendukung yang disediakan oleh penulis tersendiri seperti kaca pembesar sebagai elemen pendukung dari konten game yang bertujuan untuk mencari logo yang tersembunyi. Selain itu juga terdapat elemen-elemen pendukung lainnya seperti produk Alfamidi untuk melakukan promosi secara soft-selling kepada audiens, serta menambahkan mockup voucher Alfamidi sebagai elemen pendukung sebagai hadiah dari konten game tersebut. Hasil konten tersebut berbentuk carousel yang berisikan cover dan gambar game yang telah melewati proses asistensi dengan mentor.

**PENULTIMATE**  
THE SPIRIT IS WILLING BUT THE FLESH IS WEAK  
**SCHADENFREUDE**  
3964 ELM STREET AND 1370 RT. 21  
THE LEFT HAND DOES NOT KNOW WHAT THE RIGHT HAND IS DOING

Gambar 3.11 Typeface Intro Rust

Penulis menggunakan typeface Intro Rust untuk mempertahankan konsistensi dari penggunaan font yang sudah dipakai dari konten-konten sebelumnya. Meskipun begitu, penggunaan typeface tersebut mendukung pada desain tersebut karena memberikan kesan yang tegas dengan ciri khas pada karakternya yang otomatis fullcaps sehingga sesuai untuk diimplementasikan sebagai Headline sebagai pusat perhatian.



Gambar 3.12 Implementasi Column Grid pada Konten MidiGiveaway

Selain itu, penulis juga membuat copywriting untuk caption konten feed Instagram tersebut. Alasan penggunaan warna kuning pada desain tersebut dikarenakan terdapat tiga tema warna yang harus dibuat yaitu warna kuning, merah, dan biru yang sudah menjadi bagian dari identitas yang ditetapkan pada Alfamidi Karir setiap pembuatan konten Instagram Feeds. Penulis lalu juga melakukan layouting untuk merapikan seluruh elemen pada desain tersebut dengan menggunakan 5-column grid.



Gambar 3.13 Hasil Konten MidiGiveaway

### 3.3.2.3 Proyek Video Do's & Dont's

Penjelasan dari proyek 3. Konten proses menyesuaikan pelaksanaan yang terjadi di perusahaan. Jika memasukkan gambar, tabel, atau grafik, selalu buat paragraf untuk mengapitnya. Paragraf minimal terdiri atas tiga kalimat. Proyek video do's & dont's tersebut berisikan materi singkat terkait hal-hal apa saja yang baik dan tidak baik untuk dilakukan dalam dunia pekerjaan, yang dijelaskan oleh karyawan-karyawan yang sudah lama bekerja serta memiliki banyak pengalaman berharga. Dengan tujuan agar dapat membantu orang-orang yang baru mau terjun dalam dunia kerja.



Gambar 3.14 Storyboard Video Do's & Dont's

Pembuatan video tersebut diawali dengan pembuatan konsep garis besar alur video dan bagaimana akan dieksekusi dengan membuat sebuah *script* serta *storyboard* terlebih dahulu. Tentunya *storyboard* tersebut terbagi menjadi beberapa bagian yang terdiri dari opening, isi materi, dan ending. Hal ini akan membantu untuk mempersiapkan segala hal yang diperlukan sekaligus dapat diasistensikan kepada mentor sebelum mulai melakukan pengambilan video. Sebelum memasuki tahap pengambilan video, mentor sebelumnya telah menyediakan dua talent yang sesuai dengan kriteria untuk membawa materi terkait isi video tersebut. Kemudian, lanjut pada tahap eksekusi dalam pengambilan video yang menggunakan berbagai alat yang disediakan dan sudah di *prepare* sendiri sebelumnya.

Setelah mengambil seluruh *scene* yang diperlukan, lalu mulai masuk ke dalam tahap *editing*. Dimana penulis terlebih dahulu melakukan *color grading* untuk seluruh *scene*, lalu memasukkan aset-aset lainnya yang diperlukan. Disini, penulis mempermainkan banyak transisi dan *sound effect*, diikuti dengan sebuah *backsound* untuk melengkapi video tersebut. Setelah menyelesaikan proses *editing* video tersebut, penulis juga membuat sebuah *cover* dan *caption* untuk ditambahkan saat mengupload video tersebut dalam YouTube.



Gambar 3.15 Typeface Work Sans Black Italic

Dalam membuat cover thumbnail untuk konten YouTube Do's & Dont's, penulis menggunakan identitas typeface yang berbeda untuk cover thumbnail Youtube, yaitu Work Sans Black Italic karena

memberikan kesan yang lebih profesional karena lebih tegas. Dimana sebelumnya, typeface yang digunakan oleh pelaksana magang sebelumnya lebih terkesan fun sehingga tidak sesuai dengan identitas dari Alfamidi Karir yang harus terlihat profesional di khalayak.



Gambar 3.16 Implementasi Modular Grid pada Cover Do's & Dont's

Untuk menjaga kerapihan pada elemen-elemen pada cover thumbnail, penulis tidak lupa untuk melakukan layouting dengan menggunakan modular grid. Berikut adalah tampilan video do's & dont's yang sudah di upload pada platform YouTube.



Gambar 3.17 Tampilan Video Do's & Dont's di Youtube

#### 3.3.2.4 Proyek Video Kenapa Alfamidi

Proyek video 'Kenapa Alfamidi' tersebut bertujuan sebagai konten filler yang dapat meningkatkan *engagement* di platform Instagram pada akun Alfamidi Karir di seluruh cabang dan YouTube Shorts. Video tersebut memiliki konsep yang memperlihatkan kelebihan dari Alfamidi dengan mengangkat sedikit unsur komedi sebagai *hook* dalam video tersebut. Melalui video tersebut, tidak hanya meningkatkan *engagement* pada platform media sosial, tetapi juga membangun sebuah *branding* atau *image* positif dari Alfamidi yang dapat menarik perhatian khalayak luas.

Pembuatan video tersebut dimulai dengan mencari konsep awal yang terinspirasi dari sebuah referensi yang ada. Konsep yang dimaksud adalah menanyakan kepada beberapa orang di lingkungan kerja secara spontan ‘Kenapa Alfamidi?’. Lalu dikembangkan lebih lanjut dengan menyesuaikan *script* dan *hook* menarik di awal video yang membuat audiens ikut bertanya-tanya ada apa dengan Alfamidi. Video tersebut akan diawali dengan sebuah *hook* yang memberikan sebuah pertanyaan kepada penonton untuk mencari tahu bagaimana kelanjutan video tersebut dengan rasa penasaran.

Untuk proyek video tersebut, penentuan talent dilakukan oleh penulis yang tentunya sudah mendapatkan persetujuan dari mentor juga. Talent untuk proyek video ‘Kenapa Alfamidi’ dipilih dengan mempertimbangkan beberapa hal seperti tingkat kepercayaan diri dan penampilan dari seseorang, serta mengambil talent dari divisi yang berbeda-beda agar bisa mendapatkan jawaban yang bervariasi. Penulis kemudian mengambil beberapa *scene* video bersama dengan berbagai macam *talent* yang sudah terpilih atau terseleksi bersama dengan mentor. Dalam konten tersebut, terdapat bagian *script* yang di *planning* dengan menyertakan tagline Alfamidi ‘Siap Melayani’ untuk membentuk sebuah image positif kepada audiens. Setelah melalui proses tersebut, penulis lanjut pada tahap *editing* pada seluruh video yang ada dengan memainkan transisi, *sound effect*, *background*, dan *zoom in/out* pada video agar terlihat dinamis. Hasil akhir video yang telah diasistensikan kepada mentor dilanjutkan dengan pembuatan *cover* serta *copywriting caption*. Kemudian, video tersebut diupload pada Instagram dan YouTube Shorts.



Gambar 3.18 Implementasi Column Grid pada Cover Kenapa Alfamidi

Dalam pembuatan cover Kenapa Alfamidi, penulis juga melakukan layouting dengan menggunakan 5-column grid untuk merapihkan sekaligus menata penempatan elemen-elemen gambar talent dan headline yang terletak di tengah atas pada artboard. Berikut adalah hasil implementasi dari penggunaan grid tersebut:



Gambar 3.19 Tampilan Cover dan Video Kenapa Alfamidi di YouTube

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

Bagian ini berisi kendala atau kesulitan-kesulitan, serta solusi yang penulis temukan selama menjalani praktek kerja magang di perusahaan

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

Kendala pelaksanaan magang yang dialami penulis terdapat beberapa hal selama proses pembuatan konten. Pertama adalah mencari talent yang sesuai dengan kriteria untuk konteks konten yang ingin dibuat serta mampu meluangkan waktu. Kedua adalah terkait fasilitas khususnya perlengkapan seperti kamera, tripod, clip on microphone, dan lainnya. Sehingga penulis harus meminjam dari divisi lain dan hanya dapat meminjam jika perlengkapan yang dibutuhkan sedang tidak dipakai oleh divisi tersebut. Lalu, bila perlengkapan yang dibutuhkan tidak tersedia di hari yang direncanakan, maka harus mengundurkannya. Ketiga adalah menguasai hal-hal seputar Alfamidi Karir, target audiensnya dan mengembangkan identitas desain yang sudah ada untuk menyesuaikan dengan perkembangan teknologi dan zaman khususnya pada platform media sosial di Instagram dan YouTube, yang dimana kedua platform tersebut tentunya memiliki keunikannya tersendiri.

#### **3.4.2 Solusi Pelaksanaan Magang**

Berdasarkan kendala-kendala yang sudah dijabarkan oleh penulis selama pelaksanaan magang, ditemukannya solusi yang dapat mengatasinya. Penulis tidak hanya bersosialisasi dengan sesama teman magang, namun juga mengajak kenalan dengan berbagai karyawan dan menjalin hubungan yang baik agar meningkatkan kesempatan untuk bersedia menjadi talent dalam konten yang ingin dibuat. Terkait perlengkapan yang harus dipinjam oleh penulis, penulis menemukan dua solusi yaitu dengan meminjam perlengkapan yang dibutuhkan dari divisi tersebut dari jauh hari dan mencari kenalan lain yang bersedia meminjam perlengkapan tersebut. Kemudian terkait kendala lainnya yang sudah disebutkan sebelumnya, penulis banyak bertanya dengan mentor terkait hal-hal yang masih kurang dipahami seputar Alfamidi Karir dan

pembagian kategori pada konten yang harus dibuat. Lalu mengenali terlebih dahulu perbedaan antara platform Instagram dan YouTube untuk memahami bagaimana menghasilkan konten yang sesuai dan efektif agar dapat menjangkau target audiens lebih luas, meningkatkan brand awareness, dapat engage lebih dekat atau personal dengan target audiens target audiens pada platform Instagram dan YouTube. Tidak hanya itu, tapi juga dapat memperlihatkan service dan kualitas baik yang menggambarkan Alfamidi.

