

BAB III

PELAKSANAAN MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi Pelaksanaan Magang

Sebagai sebuah perusahaan, RealCo Indonesia terdiri atas berbagai tim yang tentunya memiliki tanggung jawab dan fungsi masing-masing. Dalam proses pelaksanaan program magang di RealCo Indonesia, penulis menjalankan peran sebagai *corporate branding intern* yang berada di bawah naungan divisi Human Resources (HR). Penjelasan berikut memaparkan posisi serta alur koordinasi penulis selama menjalani masa magang di RealCo Indonesia.

3.1.1 Kedudukan Pelaksanaan Magang

Dalam menjalani proses kerja praktik atau magang, penulis berperan sebagai *corporate branding intern* di RealCo Indonesia. Dalam posisi ini, penulis menjadi satu-satunya anggota dalam divisi tersebut dan berada tepat di bawah naungan divisi *Human Resources* (HR). Oleh karena itu, penulis bekerja secara individual untuk mengelola beberapa tugas yang berhubungan dengan citra atau komunikasi perusahaan, terlebih lagi pada media sosial Instagram dan Tiktok perusahaan. Namun, pada tahap akhir proses perancangan atau pembuatan desain, penulis akan mengasistensikannya terlebih dahulu pada koordinator divisi *corporate branding* yang juga berperan sebagai *supervisor* penulis.

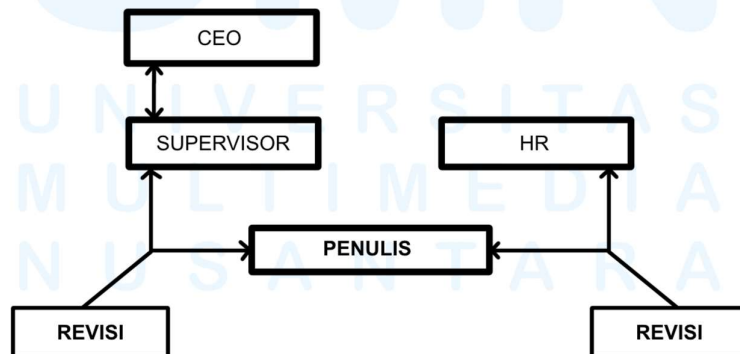
Sebagai *corporate branding intern*, penulis memiliki tanggung jawab utama untuk mengelola beberapa akun media sosial perusahaan yang terdiri atas Instagram dan Tiktok. Dalam proses perancangan setiap konten dan desain, penulis secara mandiri membuat *editorial plan*, *brief* konten, penentuan konsep dan tema warna, hingga ke tahap penyelesaian desain atau konten. Walau berada di bawah naungan *Human Resource*, namun penulis tetap mendapatkan bimbingan dari seorang *supervisor* yang memiliki peran

dalam mengawasi pempublikasian konten, di mana *supervisor* akan melakukan pengecekan dan validasi terhadap setiap konten atau desain yang dibuat sebelum diunggah atau dipublikasikan pada media sosial perusahaan.

Tidak hanya mengelola media sosial perusahaan, penulis juga memiliki tanggung jawab dalam beberapa peran dan tugas-tugas lainnya yang berhubungan dengan *Human Resource* secara langsung. Beberapa tugas yang dimaksud antara lain adalah mendesain kebutuhan komunikasi internal perusahaan, menentukan konsep atau tema acara internal kantor setiap bulan, dan menjalankan beberapa tugas lainnya yang berkaitan dengan *branding* perusahaan. Pada sisi lain, penulis juga beberapa kali mengambil bagian dalam proses pengeditan beberapa konten video *personal branding* pemilik perusahaan itu sendiri.

3.1.2 Koordinasi Pelaksanaan Magang

Sebagai *corporate branding intern*, penulis berada di bawah naungan *Human Resource* secara langsung. Maka dari itu, beberapa tugas yang diberikan pada penulis umumnya diberikan secara langsung oleh *supervisor* yang merupakan koordinator dari *Corporate Branding* itu sendiri dan dari divisi *Human Resource*. Untuk mempermudah alur dan kerja sama antara penulis dengan pihak lainnya yang bersangkutan, penulis menggunakan beberapa *software* dan *tools* seperti Adobe Illustrator, Canva, Capcut, Powerpoint, dan Microsoft Excel.



Gambar 3.1 Bagan Alur Koordinasi

Selama menjalankan proses magang atau kerja praktik pada PT RealCo Indonesia, penulis mendapatkan tugas dan pekerjaan dari dua arah, yakni *supervisor* dan *Human Resource*. Terkadang, beberapa tugas seperti pengeditan video *personal branding* milik *Chief Executive Officer* diberikan secara langsung pada penulis melalui perantara *supervisor*. Selain itu, penulis juga melakukan komunikasi atau pemberian tugas lainnya secara langsung dari *supervisor*. Sebagai contoh, beberapa tugas yang memiliki hubungan secara langsung antara penulis dengan *supervisor* adalah proses pembuatan *brief*, asistensi hingga proses finalisasi desain atau konten untuk kebutuhan media sosial perusahaan, atau pekerjaan lainnya seperti ketika penulis mencari *sponsorship* atau *partnership* untuk perusahaan.

Pada sisi lain, penulis juga sering kali menerima tugas yang diberikan secara langsung oleh *Human Resource*. Divisi *Human Resource* biasanya memberikan suatu tugas tertentu yang perlu penulis lakukan dalam jangka waktu yang susah ditetapkan. Karena mendapatkan tugas secara langsung dari divisi *Human Resource*, maka penulis sering kali melakukan komunikasi dan proses asistensi secara langsung dengan divisi tersebut, baik dengan atau pun tanpa *supervisor* sebagai perantara. Hal ini membuat posisi penulis berada di tengah bagan, yakni di antara *supervisor* dan *Human Resource*, karena penulis menerima tugas dari dua arah yang berbeda. Oleh karena itu, proses revisi juga dilakukan dan disampaikan dua kali dengan posisi yang berbeda pada bagan, menyesuaikan setiap proses kerja yang dijalankan.

3.2 Tugas yang Dilakukan

Dalam menjalankan proses magang pada PT RealCo Indonesia, penulis memiliki beberapa tanggung jawab dan tugas yang mencakup konten media sosial Instagram dan Tiktok, media komunikasi internal perusahaan, pengeditan video *personal branding*, dan beberapa media lainnya. Di bawah ini merupakan tabel berisi sejumlah detail pekerjaan yang menjadi tanggung jawab penulis selama menjalankan proses magang.

Tabel 4.1 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Magang

Minggu	Tanggal	Proyek	Keterangan
1	20—24 Januari 2025	Konten Instagram dan Tiktok RealCo	- Mendesain dan mengunggah konten <i>feeds</i> Instagram dan Tiktok RealCo beserta <i>copywritingnya</i> - Meng-<i>approach</i> universitas-universitas untuk kunjungan <i>Campus Hiring</i>
2	28—31 Januari 2025	Konten Instagram dan Tiktok RealCo, serta <i>sponsorship</i>	- Membuat <i>Editorial Plan</i> untuk bulan berikutnya - Mendesain dan mengunggah konten <i>feeds</i> Instagram dan Tiktok RealCo beserta <i>copywritingnya</i> - Mencari <i>sponsorship</i> untuk <i>Valentines Day</i> - Mengirim proposal <i>sponsorship</i>
3	3—7 Februari 2025	Konten Instagram dan Tiktok RealCo, serta <i>sponsorship</i>	- Mengirim proposal <i>sponsorship</i> untuk <i>Valentines Day</i> - Mendesain dan mengunggah konten <i>feeds</i> Instagram dan Tiktok RealCo - Membuat <i>social media report</i> untuk bulan Januari - Mengedit beberapa video untuk keperluan konten <i>entertainment</i> - Membuat poster pelaksanaan sosialisasi Lembaga kanker - Menjadi <i>talent</i> untuk video AI - Mengedit video <i>personal branding</i>
4	10—14 Februari 2025	Konten Instagram dan Tiktok RealCo, <i>sponsorship</i> , dan <i>personal branding</i>	- Mendesain dan mengunggah konten <i>feeds</i> Instagram dan Tiktok RealCo - Mengedit beberapa video <i>personal branding</i> - Mengedit beberapa video untuk keperluan konten <i>entertainment</i>

			- Mem-follow up brand untuk keperluan <i>sponsorship</i>
5	17—21 Februari 2025	Konten Instagram dan Tiktok RealCo, <i>sponsorship</i> , dan <i>personal branding</i>	- Mengambil dan mengedit beberapa video untuk keperluan konten <i>entertainment</i> - Merevisi <i>feeds</i> Instagram - Mengedit beberapa video <i>personal branding</i> - Mengedit desain dan materi Power Point untuk <i>Campus Hiring</i> - Mendesain dan mengunggah konten <i>feeds</i> Instagram dan Tiktok RealCo - Meng-scan dan melakukan pengecekan absensi <i>driver</i> perusahaan
6	24—28 Februari 2025	Konten Instagram dan Tiktok RealCo, <i>sponsorship</i> , <i>personal branding</i> , <i>photoshoot</i> concept, dan poster internal	- Mendesain dan mengunggah konten <i>feeds</i> Instagram dan Tiktok RealCo - Mencari <i>sponsorship</i> untuk acara buka bersama perusahaan - Membuat konsep dan <i>moodboard</i> untuk <i>photoshoot</i> karyawan perusahaan - Mengedit beberapa video <i>personal branding</i> - Mendesain poster internal perusahaan mengenai akun Shopee baru milik salah satu anak perusahaan RealCo - Membuat <i>Editorial Plan</i> untuk bulan Maret 2025
7	3—7 Maret 2025	Konten Instagram dan Tiktok RealCo, <i>sponsorship</i> , <i>personal branding</i> , <i>template</i> PowerPoint <i>Human</i>	- Mendesain dan mengunggah konten <i>feeds</i> Instagram, <i>story</i> Instagram, dan Tiktok RealCo - Mencari <i>sponsorship</i> untuk <i>hampers</i> perusahaan - Membuat tema acara Buka Bersama kantor - Mencari dan menghias kantor dengan tema hari raya Idul Fitri

		<i>Resource</i> , dan <i>event</i> internal perusahaan	- Mengedit beberapa video <i>personal branding</i> - Mendesain <i>template</i> PowerPoint untuk 3 <i>brands</i> (RealCo, Elora, dan Skindoze)
8	10—14 Maret 2025	Konten Instagram dan Tiktok RealCo, <i>sponsorship</i> , <i>template</i> PowerPoint <i>Human Resource</i> , dan <i>personal branding</i>	- Mendesain dan mengunggah konten <i>feeds</i> Instagram, <i>story</i> Instagram, dan Tiktok RealCo - Mencari <i>sponsorship</i> untuk <i>hampers</i> perusahaan - Mengedit beberapa video <i>personal branding</i> - Mendesain <i>template</i> PowerPoint untuk 3 <i>brands</i> (RealCo, Elora, dan Skindoze) - Mengambil dan mengedit beberapa video untuk keperluan konten <i>entertainment</i>
9	17—21 Maret 2025	Konten Instagram dan Tiktok RealCo, <i>partnership</i> , <i>template</i> PowerPoint <i>Human Resource</i> , dan <i>personal branding</i>	- Mendesain dan mengunggah konten <i>feeds</i> Instagram, <i>story</i> Instagram, dan Tiktok RealCo - Mengedit beberapa video <i>personal branding</i> - Mendesain <i>template</i> PowerPoint untuk 3 <i>brands</i> (RealCo, Elora, dan Skindoze) - Mengambil dan mengedit beberapa video untuk keperluan konten <i>entertainment</i> - Meng-<i>approach</i> beberapa <i>brand</i> untuk <i>partnership</i> perusahaan
10	24—28 Maret 2025	Konten Instagram dan Tiktok RealCo, <i>partnership</i> , dan membuat <i>template</i> PowerPoint	- Mendesain dan mengunggah konten <i>feeds</i> Instagram, <i>story</i> Instagram, dan Tiktok RealCo - Mendesain <i>template</i> PowerPoint untuk 3 <i>brands</i> (RealCo, Elora, dan Skindoze)

		<i>Human Resource</i>	- Mengambil dan mengedit beberapa video untuk keperluan konten <i>entertainment</i> - Meng-<i>approach</i> beberapa <i>brand</i> untuk <i>partnership</i> perusahaan - Mengajukan beberapa proposal untuk <i>partnership</i> perusahaan
11	2—5 April 2025	Konten Instagram dan Tiktok RealCo, serta <i>partnership</i>	- Mendesain dan mengunggah konten <i>feeds</i> Instagram, <i>story</i> Instagram, dan Tiktok RealCo - Meng-<i>approach</i> beberapa <i>brand</i> untuk <i>partnership</i> perusahaan
12	7—12 April 2025	Konten Instagram dan Tiktok RealCo, serta <i>partnership</i>	- Mendesain dan mengunggah konten <i>feeds</i> Instagram, <i>story</i> Instagram, dan Tiktok RealCo - Meng-<i>approach</i> beberapa <i>brand</i> untuk <i>partnership</i> perusahaan - Mengambil dan mengedit beberapa video untuk keperluan konten <i>entertainment</i> - Membuat <i>social media report</i> untuk bulan Maret
13	14—19 April 2025	Konten Instagram dan Tiktok RealCo, <i>partnership</i> , keperluan <i>Human Resource</i> , dan <i>event</i> internal perusahaan	- Mendesain dan mengunggah konten <i>feeds</i> Instagram, <i>story</i> Instagram, dan Tiktok RealCo - Meng-<i>approach</i> beberapa <i>brand</i> untuk <i>partnership</i> perusahaan - Mengambil dan mengedit beberapa video untuk keperluan konten <i>entertainment</i> - Mmbuat poster internal untuk hari Kartini dan kelas <i>makeup</i> hari Kartini beserta dengan <i>link</i> pendaftarannya - Mengurus pengajuan <i>reimbursement</i> karyawan

			- Mengajukan beberapa proposal untuk <i>partnership</i> perusahaan
14	21—25 April 2025	Konten Instagram dan Tiktok RealCo, <i>partnership</i> , dan keperluan <i>Human Resource</i>	- Mendesain dan mengunggah konten <i>feeds</i> Instagram, <i>story</i> Instagram, dan Tiktok RealCo - Meng-<i>approach</i> beberapa <i>brand</i> untuk <i>partnership</i> perusahaan - Mengambil dan mengedit beberapa video untuk keperluan konten <i>entertainment</i> - Membuat <i>Editorial Plan</i> bulan Mei dan Juni - Mencicil konten-konten dan unggahan media sosial perusahaan untuk bulan Mei dan Juni - Meng-<i>scan</i> dokumen-dokumen <i>invoice</i> karyawan dan perusahaan
15	28 dan 30 April 2025	Konten Instagram dan Tiktok RealCo	- Tetap mencicil konten-konten dan unggahan media sosial perusahaan untuk bulan Mei dan Juni

3.3 Uraian Pelaksanaan Magang

Selama menjalankan proses program magang di RealCo Indonesia, penulis yang berperan sebagai *corporate branding intern* memiliki keterlibatan dalam sejumlah tugas dan proyek visual. Tugas utama yang penulis jalankan antara lain adalah perancangan *feeds* Instagram dan konten Tiktok, serta kebutuhan konten media sosial lainnya seperti *Instagram Story*. Penulis juga mengambil bagian dalam beberapa tugas lainnya seperti mengelola kerja sama atau *partnership* dengan pihak eksternal untuk mendukung *employee engagement* dan memperluas jangkauan audiens perusahaan dengan menunjukkan *branding* baik pada khalayak luas.

Tugas tambahan yang dilakukan oleh penulis antara lain adalah pembuatan template *PowerPoint* untuk beberapa anak perusahaan RealCo seperti Elora dan

Skindoze, pembuatan konsep, tema, serta *moodboard* untuk acara kantor, pembuatan poster dan *copywriting* untuk komunikasi internal perusahaan. Pada sisi lain, penulis juga mengambil bagian pada pengeditan video *personal branding* dari pemilik RealCo itu sendiri atau beberapa tugas dan pekerjaan lainnya.

3.3.1 Proses Pelaksanaan Tugas Utama Magang

Selama melakukan proses magang di RealCo Indonesia, tugas utama yang penulis kerjakan adalah merancang dan membuat konten untuk media sosial perusahaan, seperti Instagram dan TikTok. Proses pengerjaan dimulai dengan pencarian referensi dan riset mengenai konten apa yang sekiranya sedang diminati di kedua *platform* tersebut. Kemudian, penulis dapat menentukan jenis konten apa yang dapat dilakukan, dan nilai-nilai perusahaan apa yang ingin ditampilkan pada khalayak luas. Setelah menemukan referensi dan ide konten yang jelas, penulis melanjutkannya ke tahap perancangan visual, yang dimulai dari pembuatan sketsa, proses digitalisasi, hingga revisi dan finalisasi desain.

1. Tahap Pembuatan *Brief*

Untuk mengawali proses perancangan desain, penulis akan membuat tabel menyerupai kalender berisi *highlight* jenis konten atau tema konten yang akan diunggah. Untuk memperjelas maksud dan jenis media atau konten yang akan diunggah, penulis akan membuat PowerPoint berisi *brief* dari setiap konten yang akan dirancang. Hal ini juga akan mempermudah *supervisor*, yakni koordinator dari divisi *Corporate Branding* itu sendiri untuk mengecek dan mengawasi jenis konten apa yang akan dirancang dan dibagikan pada khalayak luas.

SUNDAY	MONDAY	TUESDAY	WEDNESDAY	THURSDAY	FRIDAY	SATURDAY
2	3 Video "The Spinning wheel at..." (17)	4	5 "Gempas dalam kasa" (10)	6 Video "Matahari Suka Perti" (17 & 18)	7 "Mood hari Jumat" (10)	
8	9 Video "Hikmah 7 perantara" (17)	10 Video "Ya day in my life" (17)	11 Video "Tempat kasta-kasta..." (17)	12	13 "Mentoring Day" (10)	14
15	16 Video "Kata-kata untuk orang yang..." (17 & 18)	17	18 "Kerang2 kecil di bawah..." (10)	19	20 "Gempas dalam kasta-kasta..." (10)	21
22	23 "Kata-kata untuk orang yang..." (17 & 18)	24	25 "Kata-kata untuk orang yang..." (17 & 18)	26	27 "Kata-kata untuk orang yang..." (17 & 18)	28
29	30 "Kata-kata untuk orang yang..." (17 & 18)	31	1 "Kata-kata untuk orang yang..." (17 & 18)	2	3 "Kata-kata untuk orang yang..." (17 & 18)	4

Referensi Desain	Instagram Feeds	5 Februari 2025
	Instagram Feeds	Link Desain
	Key Message	Content Pillar
	NOTE: GAMES TERAK KATA	
	Slide 1: Tabak Kata Sajian "TERAK" => (SE, ...)	
	Caption: [Dipilih Kata]	
	Tabak kata dulu yuk! ReadySquad!	
	Selain kata "sehat", ada nggak ya, kata lain yang juga diawali dengan "se" dan terdiri dari lima huruf? Kira-kira jawaban kalian di kolom komentar ya!	
	Link Desain	

Referensi Desain	TikTok	24 Februari 2025
	TikTok	Link Desain
	Key Message	Content Pillar
	NOTE: TIKTOK	
	Thumbnail: Rp. 50.000 atau Rp. 100.000 tapi baki kata-kata kasta kasta!	
	Contoh referensi: https://www.tiktok.com/@240105000	
	Link Desain	

Gambar 3.2 Brief Media Sosial

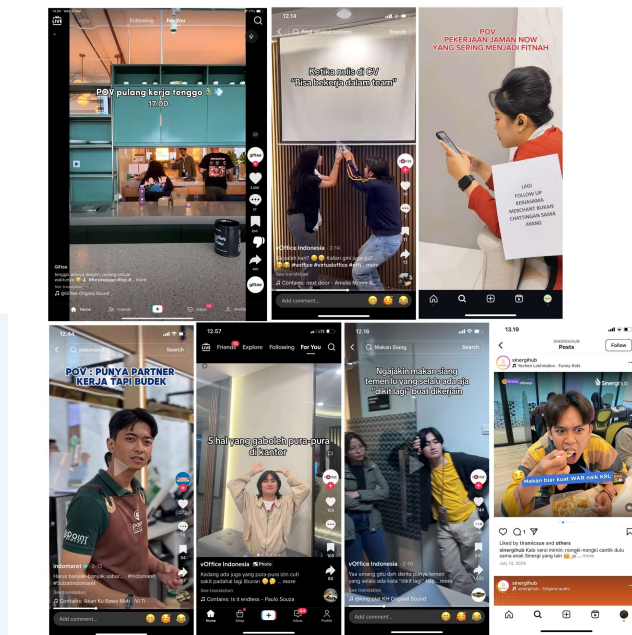
Pada salah satu contoh *brief* di atas, *brief* biasanya dilakukan menggunakan bantuan Powerpoint. Hal ini memudahkan seluruh pihak, baik penulis atau pun *supervisor* untuk mengecek dan melakukan proses edit *brief* bersama, bahkan di waktu yang sama. Setiap bulannya, *brief* dibuat pada tanggal-tanggal akhir bulan agar pembuatan desain atau konten dapat dilakukan di setiap awal bulan pada bulan berikutnya. *Brief* sudah memiliki *template* Powerpoint tersendiri, sehingga isi konten *brief* di dalamnya dapat diubah dan disesuaikan dengan mudah dan cepat untuk setiap bulannya.

Pada halaman awal *brief*, *brief* akan diawali dengan adanya sebuah kalender berisi tanggal serta *highlight* judul konten atau desain yang akan diunggah pada tanggal tersebut. Kemudian, pada *slide-slide*

berikutnya, halaman Powerpoint akan diisi dengan beberapa contoh ide konten atau jenis desain yang diinginkan secara kasar, disertai dengan *caption* atau *copywriting* yang perlu disertakan dalam desain yang akan dirancang. Gambar-gambar contoh desain atau konten yang ada pada *brief*, umumnya diambil secara *online* melalui beberapa *platform* atau media sosial yang diminati khalayak luas, seperti Instagram, Tiktok, dan Pinterest.

2. Tahap Pencarian Referensi

Sebelum mengawali perancangan desain atau konten, penulis melakukan tahap pencarian referensi konten terlebih dahulu. Tahap pencarian referensi dilakukan untuk melihat jenis konten dan gaya desain apa yang sedang diminati oleh khalayak luas agar dapat mendorong jumlah audiens yang terjangkau. Untuk mencari referensi desain konten *feeds* Instagram, penulis menggunakan bantuan aplikasi Pinterest dan Instagram itu sendiri. Penulis menganalisa dan mengamati bagaimana cara kerja dan interaksi yang terjadi pada setiap *feeds* yang diunggah. Tidak hanya itu, penulis juga mempelajari bagaimana tampilan *grid* dari *feeds* Instagram perusahaan atau merek lain yang sekiranya nyaman untuk dilihat dan diminati khalayak luas.



Gambar 3.3 Referensi Media Sosial
Sumber: Pinterest

Pada sisi lain, penulis juga mencari ide konten Tiktok setiap bulannya melalui aplikasi Tiktok itu sendiri. Penulis melihat dan mengamati bagaimana perkembangan yang terjadi, tren yang sedang *up-to-date*, dan lagu-lagu apa yang dapat digunakan untuk menambahkan jumlah *viewers*. Kemudian, penulis akan *screenshot* konten-konten tersebut dan memperhatikan bagaimana pengambilan gambar yang dilakukan, penggunaan *text* dan gaya bahasa, serta kalimat *caption* dan tagar (*hashtag*) yang interaktif.

3. Tahap Pembuatan Sketsa dan Penentuan Warna

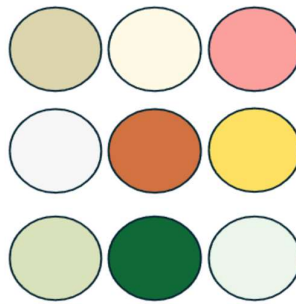
Setelah menyusun *brief* dengan tema dan penentuan tanggal yang jelas, penulis dapat memulai proses perancangan desain sesuai dengan urutan yang ada. Untuk mengawali proses pembuatan desain, penulis membuat sketsa terlebih dahulu menggunakan bantuan aplikasi Procreate. Sketsa tidak dibuat terlalu spesifik dan mendetail, namun cukup jelas untuk dimengerti dan dijadikan arahan dalam

memvisualisasikan ide-ide yang ada. Sketsa yang penulis rancang pada umumnya terdiri atas penempatan elemen-elemen desain, karakter-karakter manusia khas RealCo, dan pembuatan *copywriting*. Untuk mengikuti ukuran *feeds* Instagram, penulis membuat sketsa pada sebuah *artboard* dengan ukuran 1080 x 1350 px.



Gambar 3.4 Sketsa Media Sosial

Untuk menciptakan tampilan *feeds* yang lebih terstruktur dan tertata rapi, penulis memanfaatkan beberapa warna utama dalam proses perancangan desain. Warna primer yang dimiliki oleh RealCo antara lain adalah hijau tua dengan kode #106A37, warna hijau muda dengan kode #EBF5EA, dan warna krem dengan kode warna #FFFAE8. Untuk mengimbangi warna-warna yang ada, terdapat warna kuning muda dengan kode warna #FDE169, warna *pink* dengan kode #F7A29F, coklat dengan kode #D17242, serta warna putih dengan kode warna #F6F6F6.



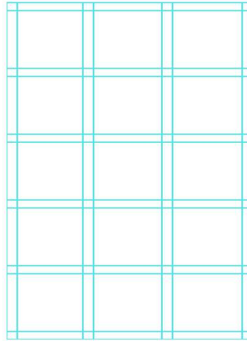
Gambar 3.5 Warna RealCo

Warna-warna primer RealCo seperti hijau tua, hijau muda, dan krem biasanya digunakan sebagai warna *base* atau *background feeds* Instagram. Untuk membuat warna pada *feeds* yang bervariasi namun tetap rapi, maka penulis merancang sebuah panduan alur warna yang dapat digunakan penulis ketika merancang setiap desain media sosial Instagram.

Penggunaan kombinasi warna-warna primer dan sekunder dilakukan dengan tujuan untuk menciptakan kesan visual yang sejalan dengan citra RealCo sebagai merek yang modern, sehat, ramah lingkungan, dan tepercaya. Melalui pendekatan warna yang konsisten, *feed* Instagram yang dihasilkan tidak hanya terlihat menarik secara estetika, namun juga dapat memperkuat identitas perusahaan dan memudahkan audiens untuk mengenali *brand* RealCo itu sendiri. Tampilan yang terstruktur juga dapat membantu penulis dan perusahaan itu sendiri untuk menyampaikan pesan dengan lebih jelas, menarik, dan profesional. Selain itu, kombinasi warna yang tepat juga menciptakan pengalaman visual yang nyaman dan menyenangkan bagi para pengikut RealCo di media sosial, khususnya generasi milenial dan generasi Z.

Untuk memberikan keselarasan dan keseragaman pada setiap konten media yang diunggah, penulis menggunakan jenis *typeface* Poppins pada setiap desain yang dihasilkan. Ciri dan karakter Poppins yang *simple* dan memiliki kesan bersih dapat mendorong tingkat

keterbacaan, serta memberi sedikit sentuhan formal untuk akun Instagram perusahaan.



Gambar 3.6 Penggunaan *Grid*

Tahap ini juga didukung dengan adanya *modular grid* karena strukturnya yang rapi dan seragam, sehingga mampu memudahkan penulis untuk menyusun konten-konten *feeds* Instagram dalam format yang konsisten. Pemilihan *grid* ini dilakukan dengan berbagai pertimbangan akan kebutuhan perusahaan RealCo itu sendiri yang bergerak aktif dalam membagikan berbagai jenis konten yang beragam. Dengan menggunakan *modular grid*, setiap unggahan konten yang dilakukan dapat berdiri dan tetap menonjol secara visual, namun tetap selaras dan konsisten.



Gambar 3.7 *Modular Grid*

Pada sisi lain, terdapat pula sedikit sentuhan *broken grid* yang memberi kesan ilustrasi yang dinamis untuk menciptakan kesan hidup dan *fun* tanpa meninggalkan kesan profesional perusahaan. Bagi perusahaan, *grid* mampu membantu perusahaan untuk menjaga konsistensi dan membangun kepercayaan. Sedangkan, bagi para audiens, penggunaan *grid* dan tampilan yang rapi dapat memudahkan audiens untuk menerima informasi yang ingin disampaikan.

4. Tahap Digitalisasi

Setelah memiliki sketsa dan panduan warna yang jelas, penulis mulai memasuki tahap digitalisasi. Dalam memodifikasi jenis-jenis karakter manusia khas RealCo, penulis menggunakan *software* Adobe Illustrator dan Procreate. Hal ini memungkinkan penulis untuk menciptakan atau memodifikasi karakter manusia yang ada untuk disesuaikan dengan kebutuhan konsep atau tema yang ingin dirancang. Dengan begitu, penulis dapat mengedit ekspresi wajah, arah tubuh, pose manusia tersebut, dan lainnya.



Gambar 3.8 Digitalisasi Karakter

Kemudian, setelah karakter manusia dengan tampilan khas RealCo sudah siap untuk digunakan, penulis akan melanjutkan tahap perancangan desain menggunakan bantuan *software* Canva. Canva digunakan dalam perancangan media-media *feeds* Instagram RealCo

untuk mempermudah penulis, *supervisor*, bahkan divisi *Human Resource* untuk mengecek dan mengeditnya di waktu yang singkat ketika dibutuhkan. Penggunaan Canva juga telah dilakukan sejak awal pembuatan konten atau unggahan media sosial Instagram dan menjadi alasan mengapa penulis tetap menggunakan aplikasi tersebut.

Media atau konten media sosial Instagram yang dihasilkan memiliki beberapa jenis. Terdapat *job opportunity* seperti informasi lowongan pekerjaan atau magang, *entertainment* seperti permainan ringan, konten promosi produk dari anak-anak perusahaan RealCo, bahkan *giveaway* dan *corporate life* ala RealCo Indonesia. Walau memiliki bermacam jenis konten, namun seluruh media yang dihasilkan tetap memiliki titik kesamaan yang terletak pada peletakan logo yang berada di bagian tengah-atas, dan penggunaan warna-warna primer yang mendominasi.

5. Tahap Revisi dan Finalisasi

Dalam setiap desain yang dihasilkan, penulis sering kali menyediakan beberapa alternatif desain. Kemudian, alternatif desain tersebut akan ditampilkan atau diasistensikan pada *supervisor* dari penulis, yakni koordinator divisi *Corporate Branding* itu sendiri untuk dipilih atau diberikan saran. Berikut ini adalah salah satu contoh tahap sebelum dan sesudah revisi berdasarkan *feedback* yang diberikan oleh *supervisor*.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3.9 Feeds Media Sosial (1)

Namun, pada sisi lain, terdapat pula kemungkinan apabila penulis mendapatkan *feedback* atau permintaan revisi secara langsung oleh kepala *Human Resource*. Hal ini dilakukan dengan tujuan agar penulis dan desain yang dihasilkan dapat tetap sesuai dengan jalan atau citra yang ingin ditampilkan oleh perusahaan.



Gambar 3.10 Feeds Media Sosial (2)

6. Pembuatan *Caption*

Setelah desain *final* disetujui, penulis kemudian membuat *caption* untuk setiap unggahan. *Caption* dibuat dengan singkat, padat, dan menggunakan bahasa informal agar sesuai dengan pesan yang ingin disampaikan serta mampu menarik perhatian para audiens yang cenderung merupakan anak muda. Penulis juga memperhatikan penggunaan kata kunci yang relevan untuk meningkatkan visibilitas postingan di *platform*. Setelah desain dan *caption* selesai, konten tersebut disiapkan untuk diunggah. Sebelum dipublikasikan, penulis melakukan pengecekan ulang pada semua elemen konten, baik visual maupun teks untuk memastikan semuanya sudah siap dan bebas dari

kesalahan. Konten kemudian diunggah ke media sosial RealCo Indonesia dengan waktu yang telah ditentukan dalam *editorial plan* yang telah penulis susun pada setiap bulannya.

Setelah konten diunggah, setiap awal bulan penulis membuat laporan sosial media yang berisi hasil *insights* dan analisis performa media sosial perusahaan untuk bulan sebelumnya. Laporan ini mencakup statistik penting seperti *engagement rate*, *reach*, dan *growth follower*, yang digunakan untuk mengevaluasi efektivitas strategi konten yang telah dijalankan. Selain itu, pada awal setiap bulan, penulis juga menyusun kembali *editorial plan* berbentuk kalender dan presentasi PowerPoint untuk merencanakan konten selama sebulan ke depan. *Editorial plan* disusun dengan jenis konten atau media apa yang sedang *booming* dan diminati, namun tentunya tetap memperhatikan kebutuhan komunikasi perusahaan, serta hasil analisis dari laporan sosial media sebelumnya untuk meningkatkan kualitas dan relevansi konten yang penulis hasilkan.

Pada aplikasi Tiktok, penulis cenderung untuk mengikuti tren-tren atau musik terkini agar mampu meningkatkan jumlah *views* dan menjangkau lebih banyak audiens. Tidak hanya mengikuti tren yang ada, namun penulis juga selalu memasukkan beberapa jenis produk dari anak-anak perusahaan RealCo Indonesia secara bergantian sebagai strategi *soft selling* atau pun *hard selling*. Dalam hal pembuatan konten video Tiktok, penulis sering kali meminta bantuan anggota *internship* lainnya, khususnya kerabat dalam divisi *content creator* untuk membantu penulis menghasilkan konten yang lebih menarik dan bervariasi. Hal ini dilakukan oleh penulis secara bergantian, mengingat penulis merupakan satu-satunya anggota pada divisi *Corporate Branding*.

Selama menjalankan proses magang di RealCo Indonesia, penulis memperoleh berbagai pengalaman berharga dalam mendesain dan memproduksi konten media sosial secara komprehensif. Hal ini diawali

dengan bagaimana penulis melakukan riset tren, *briefing*, membuat sketsa desain, melakukan proses digitalisasi, hingga *captioning* dan analisis performa konten. Proses ini tidak hanya mengasah kemampuan teknis dalam desain dan komunikasi secara visual, tetapi juga memupuk ketelitian, kedisiplinan, dan kemampuan manajerial dalam menyusun rencana editorial dan berkoordinasi secara langsung dengan lintas divisi. Meskipun tantangan seperti revisi dan kemampuan untuk adaptasi dengan cepat terhadap tren sangat dibutuhkan, kehadiran supervisor yang suportif dan kolaborasi dengan peserta magang lainnya rupanya sangat membantu kelancaran proses kerja. Penulis merasa bahwa pengalaman ini tidak hanya memperluas wawasan penulis terhadap dunia *corporate branding* dan media sosial, tetapi juga mampu melatih kesiapan untuk bekerja di lingkungan profesional yang dinamis dan kolaboratif.

3.3.2 Proses Pelaksanaan Tugas Tambahan Magang

Selama menjalani masa magang, penulis diberikan berbagai tugas tambahan yang melibatkan perancangan visual dan pembuatan konten untuk kebutuhan internal perusahaan. Salah satunya adalah pembuatan poster dan penulisan *copywriting* untuk acara-acara internal, seperti ucapan hari raya dan kegiatan perusahaan lainnya.

Proses pengerjaan dimulai dengan riset desain untuk menentukan elemen visual yang sesuai, diikuti dengan penyusunan teks yang relevan dengan tujuan acara. Desain yang dihasilkan kemudian mendapatkan persetujuan dari *supervisor* dan *Human Resource* sebelum dipublikasikan. Selain itu, penulis juga bertanggung jawab dalam merancang *template* PowerPoint untuk anak-anak perusahaan RealCo, dengan mempertimbangkan identitas visual masing-masing *brand*, seperti Elora, Skindoze, dan RealCo itu sendiri. Aset visual yang digunakan untuk *template* ini dimodifikasi menggunakan Adobe Illustrator agar tetap sesuai dengan citra perusahaan.

Penulis juga terlibat dalam pengeditan video *personal branding* dari *Chief Brand Officer*, dengan fokus untuk mendukung citra yang ingin ditampilkan. Terdapat pula beberapa tugas-tugas lainnya, termasuk pembuatan konsep, tema, dan moodboard untuk berbagai acara perusahaan, seperti *photoshoot* karyawan dan perayaan hari besar, yang dilakukan dengan berkolaborasi bersama divisi terkait. Semua proyek yang dijalankan memberikan pengalaman berharga dalam pengelolaan konten internal dan desain grafis, sekaligus memperkuat kemampuan dalam bekerja sama antar tim. Berikut ini adalah penjelasan rinci mengenai setiap tugas yang penulis laksanakan selama masa magang.

3.3.2.1 Proyek Membuat Poster Internal Perusahaan

Salah satu tugas tambahan yang penulis kerjakan adalah pembuatan poster dan penulisan *copywriting* untuk berbagai kebutuhan internal perusahaan, seperti ucapan hari raya, acara kantor, dan *event* lainnya. Proses dimulai dengan pemahaman mendalam tentang acara atau perayaan yang akan dilaksanakan.

1. Tahap Pemberian *Brief*

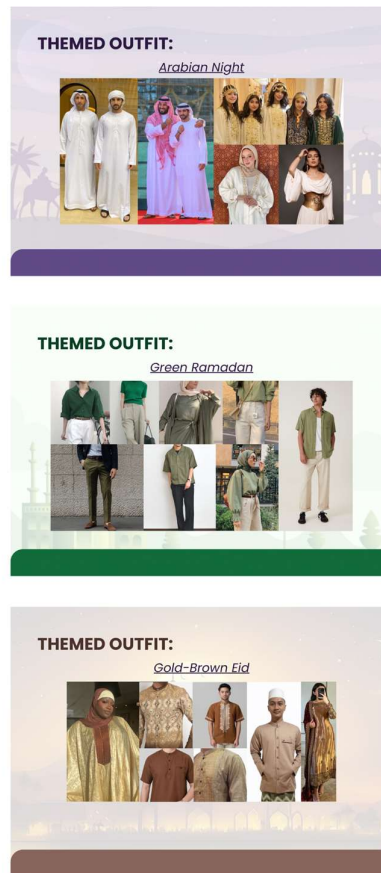
Untuk pembuatan poster internal perusahaan, penulis mendapatkan permintaan atau tugas secara langsung oleh *Human Resouce*. Poster-poster tersebut biasa digunakan untuk memberikan *announcement* pada karyawan-karyawan RealCo secara *online* menggunakan Microsoft Teams. Salah satu contoh poster yang dimaksud oleh penulis adalah poster *event* internal kantor seperti acara buka bersama yang dilakukan oleh seluruh karyawan tetap RealCo pada bulan Maret 2025. Pada saat pemberian *brief*, penulis diminta untuk membuat poster dengan tema tertentu, tentunya dengan tanggal, lokasi, dan jam *event* yang sudah ditentukan. Namun, gaya desain, judul acara, dan tema pakaian yang akan digunakan oleh karyawan RealCo pada *event*

tersebut ditentukan oleh penulis sendiri sambil mengasistensikannya pada *supervisor* dan divisi *Human Resource* secara langsung.

Penulis melakukan riset desain untuk mengetahui tren visual terkini serta elemen yang sesuai untuk tujuan acara tersebut. Hal ini bertujuan untuk memastikan bahwa poster yang dibuat tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga komunikatif sesuai dengan pesan yang ingin disampaikan perusahaan.

2. Tahap Pencarian Referensi

Pada tahap ini, pencarian referensi yang dimaksud tidak hanya mengarah pada desain poster, namun juga pada judul acara dan tema pakaian yang akan digunakan selama acara berlangsung. Pada hal ini, penulis tetap menggunakan bantuan Pinterest dalam mencari foto referensi pakaian yang sekiranya dapat digunakan oleh para karyawan RealCo. Kemudian, penulis akan mengunduh gambar referensi pakaian tersebut dan memasukkannya ke dalam beberapa *slide* PowerPoint untuk memudahkan penulis mempresentasikan opsi tema yang akan digunakan pada *supervisor* dan divisi *Human Resource*.



Gambar 3.11 Pencarian Referensi Tema Acara

3. Tahap Pembuatan Sketsa

Sama seperti pembuatan sebuah karya desain pada umumnya, penulis tetap menggunakan tahap pembuatan sketsa agar desain yang penulis hasilkan nantinya dapat lebih jelas dan proses pembuatannya pun dapat lebih terarah. Pembuatan sketsa dilakukan secara digital menggunakan aplikasi Procreate. Untuk mempercepat proses pembuatan desain sesuai dengan permintaan yang diberikan pada penulis, penulis hanya membuat sketsa secara kasar, namun tetap memperhatikan peletakkan elemen, kata-kata yang digunakan, dan proporsi yang baik.



Gambar 3.12 Sketsa Poster Internal

4. Tahap Digitalisasi

Setelah memiliki sketsa dan visualisasi yang lebih terarah, penulis mulai memasuki tahap digitalisasi. Tahap digitalisasi pertama yang dilakukan adalah dengan membuat tampilan karakter manusia berciri khas RealCo, namun dengan menggunakan tema pakaian atau *looks* tertentu sesuai dengan event hari raya Idul Fitri 2025. Karena tema acara dan pakaian yang terpilih adalah seputar warna coklat dan emas, maka penulis juga menggunakan warna tersebut sebagai warna yang paling mendominasi. Warna yang dipilih antara lain adalah coklat dengan kode warna #D27240 sebagai warna primer, disusul dengan coklat muda dengan kode warna #FFE1CF serta *broken white* dengan kode #FCFDFA untuk menghasilkan warna yang seimbang dan serasi.

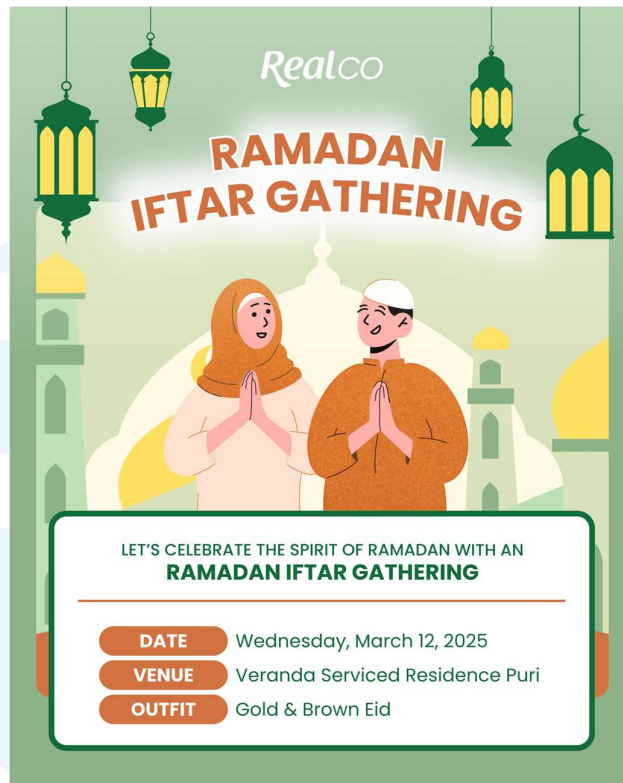


Gambar 3.13 Tahap Digitalisasi

Setelah karakter manusia yang akan digunakan sudah terwujudkan, maka penulis melanjutkan proses digitalisasi secara keseluruhan. Mengingat salah satu warna yang mendominasi dan menjadi ciri khas RealCo adalah hijau, maka penulis tetap menggunakan salah satu warna primer khas RealCo, yaitu hijau muda dengan kode #EBF5EA. Kemudian, penulis juga akan memasukkan beberapa kalimat atau teks berisi informasi tema acara, tanggal acara akan dilakukan, pakaian yang akan digunakan, serta Lokasi di mana acara tersebut akan diselenggarakan.

5. Tahap Asistensi dan Finalisasi

Setelah penulis menghasilkan desain poster yang diminta sesuai dengan gaya desain khas perusahaan, penulis akan melakukan tahap asistensi pada *supervisor* dan *Human Resource* secara berskala dan memastikan bahwa desain yang dihasilkan sudah sesuai dengan permintaan. Pada tahap ini, penulis diminta untuk membuat halaman poster ke dua, berisi contoh pakaian dengan tema “*gold and brown Eid*” sesuai dengan tema warna yang terpilih.



Gambar 3.14 Poster Ramadan Iftar Gathering

Pada tahap akhir, penulis akan membuat kalimat *announcement* yang berisi kalimat persuasi dan beberapa informasi mengenai acara yang akan diselenggarakan. Kemudian, jika desain dan kalimat *announcement* yang sudah dihasilkan telah disetujui oleh seluruh pihak (*supervisor* dan *Human Resource*), poster tersebut kemudian disebarkan melalui saluran internal perusahaan untuk mengkomunikasikan pesan kebersamaan dan semangat pada hari spesial tersebut. Proyek ini memberikan pengalaman berharga dalam mengelola komunikasi visual serta penulisan teks yang efektif dalam konteks internal perusahaan.

Dalam mengerjakan proyek poster internal perusahaan, penulis menghadapi tantangan dalam menyeimbangkan kreativitas desain dengan kebutuhan informasi yang harus tersampaikan secara jelas dan tepat. Namun, proses ini berjalan mudah karena adanya arahan yang jelas dari

divisi *Human Resources* itu secara langsung mengenai hal apa yang akan dilakukan, dan ruang untuk berinovasi dalam menentukan konsep visual serta tema acara. Penulis mempelajari proses bagaimana cara menerjemahkan sebuah *brief* menjadi visual yang komunikatif, serta menyusun teks yang mendukung pesan utama acara. Pengalaman ini memperkuat kemampuan penulis untuk berpikir secara konseptual, bekerja secara kolaboratif, dan menghasilkan karya yang sesuai dengan identitas perusahaan RealCo itu sendiri.

3.3.2.2 Proyek Membuat *Template* PowerPoint untuk Anak-Anak Perusahaan RealCo

Tugas tambahan lainnya adalah membuat *template* PowerPoint untuk anak-anak perusahaan RealCo, yaitu Elora, Skindoze, dan RealCo itu sendiri. Tugas pembuatan *template* Powerpoint untuk ketiga *brand* tersebut diberikan langsung oleh koordinator *Human Resource* dengan tujuan untuk menjadi dasar yang dapat mempermudah para pengguna *slide* dalam menciptakan presentasi yang menarik, terstruktur, dan memudahkan peletakkan atau pengaturan informasi. Hal ini dilakukan tentunya dengan tujuan untuk menjaga konsistensi desain setiap merek.

1. Tahap *Brainstorming*

Penulis memulai dengan memahami *brand identity* masing-masing perusahaan untuk memastikan desain *template* PowerPoint yang dibuat tetap mencerminkan ciri khas mereka. Masing-masing anak perusahaan memiliki identitas visual yang berbeda, seperti Elora dengan warna ungu dan hijau, Skindoze dengan kombinasi kuning dan putih, dan RealCo yang menggunakan warna hijau. Tidak hanya warna yang berbeda, namun setiap merek juga memiliki kesan dan *themed-looks* yang berbeda sesuai dengan kesan yang ingin ditonjolkan. Seperti RealCo yang didominasi

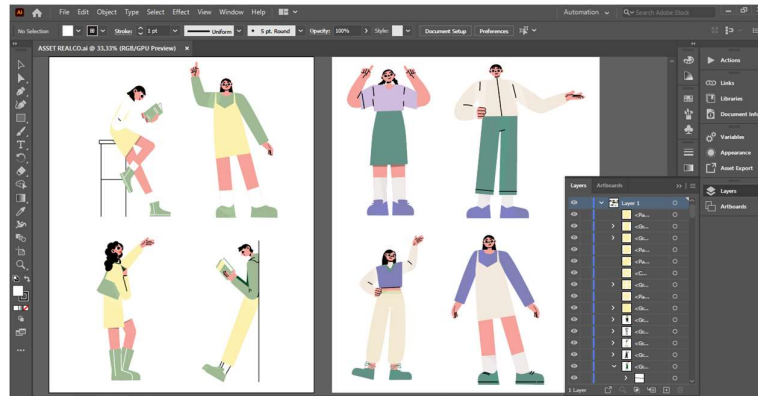
warna hijau dengan kesan sehat dan natural yang ingin disampaikan, Elora dengan gaya penyampaian sebagai merek minuman yang mendukung kecantikan kulit, serta Skindoze yang memiliki fokus pada permasalahan kulit dengan kandungan sarang burung walet.

2. Tahap Pembuatan Isi Konten Halaman

Untuk mempermudah penulis dalam menghasilkan desain dengan tata letak yang baik dan terstruktur, penulis memanfaatkan tahap pembuatan *list* berisi isi konten halaman pada *slide* yang akan dihasilkan. Hal ini memudahkan penulis untuk membagi bagian-bagian dalam *slide* Powerpoint setiap merek yang ada, seperti *cover depan*, *table of content*, pembagian sub-bab, serta *template* untuk materi-materi presentasi itu sendiri.

3. Tahap Digitalisasi

Untuk mengawali tahap digitalisasi *slide* Powerpoint yang direncanakan, penulis mengedit dan memodifikasi aset desain yang sudah ada, seperti warna pada beberapa elemen grafis, menggunakan *software* Adobe Illustrator untuk menghasilkan komponen visual yang konsisten dan profesional. Dalam hal ini, penulis mengubah warna-warna elemen yang ada sesuai dengan *looks and feel* dari setiap merek, agar dapat dibedakan dan tetap sesuai dengan kepribadian setiap merek.



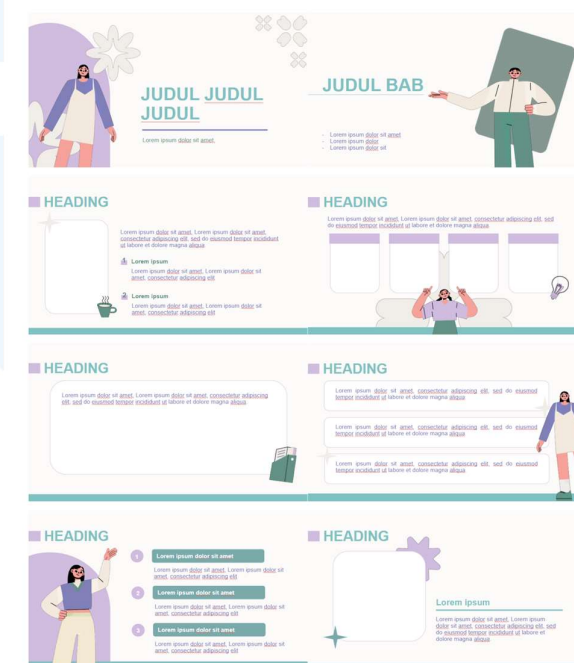
Gambar 3.15 Tahap Digitalisasi

Kemudian, penulis akan melanjutkan tahap perancangan desain *template* Powerpoint setiap merek menggunakan Powerpoint itu sendiri, sesuai dengan arahan dan permintaan divisi *Human Resource* sebagai pemberi *brief*.



Gambar 3.16 Powerpoint RealCo

Gambar di atas merupakan gambar hasil tahap digitalisasi dan finalisasi *template design* PowerPoint dengan tema warna dan *looks* khas merek RealCo itu sendiri. Sesuai dengan ciri khasnya, warna yang begitu dominan pada *template* tersebut adalah hijau tua, yang disusul dengan beberapa warna sekunder khas RealCo.



Gambar 3.17 Powerpoint Elora

Untuk *brand* Elora, penulis tentunya merancang desain *template* PowerPoint dengan *feels and looks* khas Elora. Maka dari itu, penulis menggunakan warna ungu dan hijau toska yang mendominasi warna dari keseluruhan desain.



Gambar 3.18 Powerpoint Skindoze

Sedangkan, untuk *brand* Skindoze, penulis menggunakan warna *broken white*, hijau *soft*, dan kuning. Hal ini dilakukan dengan tujuan untuk tetap menonjolkan warna ciri khas dari *brand* itu sendiri dan memberikan keseragaman pada *template* desain PowerPoint yang diinginkan.

Setelah *template* selesai dibuat, penulis memastikan bahwa desain tersebut fleksibel dan dapat digunakan untuk berbagai jenis presentasi yang diadakan di perusahaan dalam waktu mendatang. Penulis juga memperhatikan detail seperti *font*, *layout*, penggunaan warna, dan penempatan elemen visual lainnya agar mudah dipahami dan tetap terlihat rapi serta profesional. Proyek tambahan ini memberikan pemahaman bagi penulis untuk memahami pentingnya desain yang dapat digunakan berulang kali namun tetap sesuai dengan identitas perusahaan. *Template*

PowerPoint yang dihasilkan juga mampu membantu dan mempermudah karyawan dalam membuat presentasi yang konsisten sambil tetap mencerminkan citra masing-masing perusahaan.

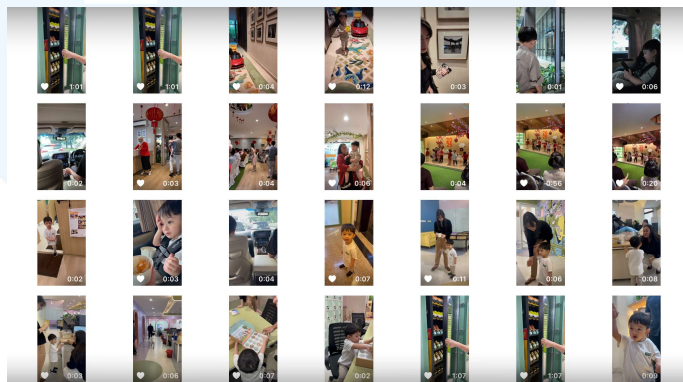
Melalui proses penjalanan proyek pembuatan *template* PowerPoint untuk tiga merek di bawah naungan RealCo tersebut, penulis menghadapi tantangan dalam menyesuaikan desain dengan karakter dan identitas visual masing-masing perusahaan. Namun, pada akhirnya, penulis mampu melewati proses ini dengan langkah yang cukup mudah karena penulis telah memahami prinsip dasar desain dan memiliki arahan yang jelas dari setiap tema yang ingin dibawa atau ditunjukkan oleh masing-masing merek. Melalui pengalaman ini, penulis dapat belajar mengenai pentingnya menciptakan desain yang tidak hanya menarik, tetapi juga fungsional dan dapat digunakan secara konsisten dalam jangka panjang, khususnya untuk sebuah merek tertentu. Proyek ini juga mampu mengasah kemampuan penulis untuk mengintegrasikan *visual branding* ke dalam media presentasi yang lebih efektif dan profesional.

3.3.2.3 Proyek Mengedit Video *Personal Branding*

Tugas lain yang diberikan pada penulis adalah mengedit video *personal branding* untuk konten Tiktok dari *Chief Executive Officer* (CEO) RealCo Indonesia itu sendiri. Setiap minggu, Ibu pemilik RealCo Indonesia akan mengunggah beberapa konten pada akun pribadinya sendiri yang berisi kegiatan sehari-hari, konten promosi setiap anak perusahaan yang dimiliki, konten cerita atau berbagi pengalaman, serta beberapa aktivitas lainnya. Video-video yang diberikan pada penulis untuk diedit umumnya diambil menggunakan *handphone* atau pun *pocket gimbal camera*.

1. Tahap Pemberian *Brief*

Video tersebut sering kali melibatkan Ibu CEO bersama anak balitanya, dan umumnya diambil oleh *supervisor*, karyawan lain, atau CEO itu sendiri, yang sering kali diberikan dengan waktu yang terbatas. Proses pengerjaan dimulai dengan bagaimana penulis menerima video mentah dan menganalisis pesan yang ingin disampaikan agar dapat mengedit dengan lebih fokus dan sesuai dengan citra yang diinginkan. Terkadang, beberapa kalimat yang ingin disampaikan dalam video juga ditulis dan diberikan pada penulis sebagai acuan penulisan.

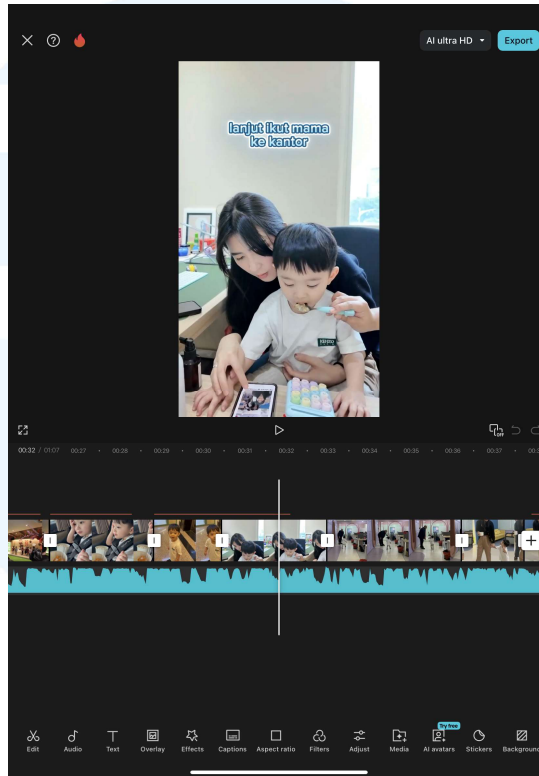


Gambar 3.19 Pemberian Video Original

2. Proses Pengeditan Video

Untuk mengedit video yang ada, penulis diberikan akun Capcut Pro milik perusahaan yang dapat digunakan bergantian antara penulis dengan *supervisor*. Penggunaan Capcut dilakukan untuk mempermudah dan mempersingkat waktu yang dibutuhkan untuk menghasilkan konten tertentu karena tempo waktu yang cukup cepat. Penggunaan Capcut juga mempermudah penulis untuk mencari *effect sound* dan lagu apa yang sedang diminati banyak orang. Kemudian, penulis juga memilih elemen visual seperti *font*, gaya penyampaian, dan musik yang selaras dengan

citra *personal branding* CEO yang ingin ditonjolkan. Pada sisi lain, penulis tetap memastikan bahwa setiap elemen yang digunakan dapat selalu mendukung tujuan video.



Gambar 3.20 Proses Edit Video

Setelah pengeditan selesai, penulis melakukan *review* bersama supervisor untuk memastikan bahwa hasil video sudah sesuai dengan harapan dan tujuan yang ingin dicapai sebelum dipublikasikan ke media sosial pribadi pemilik RealCo. Proyek ini telah memberikan pengalaman dalam mengelola konten *personal branding* dan *editing* video secara langsung, serta pemahaman mengenai bagaimana memilih elemen-elemen visual yang dapat membangun citra diri yang kuat. Keterampilan yang didapat dalam mengedit video ini sangat berguna dalam dunia pemasaran dan komunikasi digital, terutama dalam membangun kedekatan dan *trust* dengan para audiens dan *followers*.

Kesempatan untuk mengedit video *personal branding* dari *Chief Executive Officer (CEO)* RealCo itu sendiri menjadi sebuah pengalaman yang sangat berkesan dan istimewa bagi penulis, tepatnya karena dipercaya untuk menangani konten pribadi milik seorang pimpinan perusahaan. Dengan memanfaatkan Capcut Pro, penulis dapat mengolah video dengan efisien, memilih elemen visual, musik, dan gaya penyampaian yang sesuai dengan *image* yang ingin ditampilkan oleh sang CEO. Tantangan muncul dari keterbatasan waktu pengerjaan dan tuntutan untuk menjaga kualitas dan konsistensi visual agar dapat terus sesuai dengan pesan yang ingin disampaikan. Melalui pengalaman ini, penulis tidak hanya mengasah kemampuan teknis dalam mengedit video, namun juga memahami pentingnya *storytelling* dalam membangun *image* seseorang yang kuat dan bercirikan di media sosial.

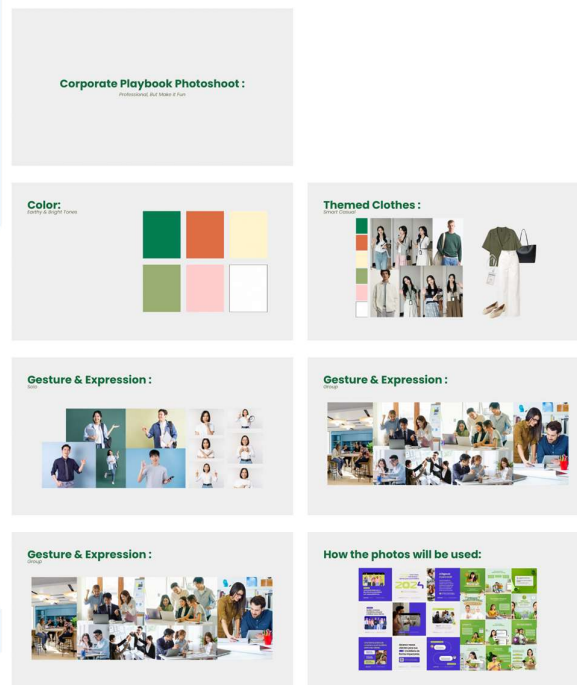
3.3.2.4 Proyek Membuat Konsep, Tema, dan *Moodboard* untuk *Photoshoot* Karyawan

Tugas tambahan terakhir yang penulis kerjakan adalah dengan berturut serta dalam membuat konsep, tema, dan *moodboard* untuk berbagai acara perusahaan, termasuk *photoshoot* karyawan, acara Idul Fitri, atau perayaan Hari Kartini. Proses ini dimulai dengan diskusi bersama divisi lain, seperti HR, fotografer, dan desainer grafis untuk memahami tema utama acara dan suasana yang ingin tercipta.

1. Pembuatan *moodboard Photoshoot*

Penulis bertugas merancang *moodboard* yang mencakup elemen desain visual, warna, dan gaya yang akan diterapkan pada *photoshoot* yang akan dilakukan. *Moodboard* ini kemudian menjadi panduan visual bagi seluruh tim yang terlibat agar terlihat selaras dan mencerminkan tema yang telah disepakati. Untuk *photoshoot* karyawan yang dilakukan, penulis mengambil tema

“*Corporate Playbook Photoshoot*” dengan menjunjung kesan profesional, namun terlihat *fun* di waktu yang bersamaan. Tema pakaian yang digunakan oleh para karyawan untuk proses *photoshoot* adalah *earthy and bright tones*, seperti warna hijau, coklat, krem, *pink*, dan putih. *Moodboard* yang dihasilkan juga memiliki beberapa referensi *gesture* dan ekspresi yang memudahkan para karyawan untuk mengambil gambar dalam sesi *photoshoot*.



Gambar 3.21 Moodboard Photoshoot

Setelah *moodboard* disetujui, penulis bekerja sama dengan tim untuk mengimplementasikan konsep dalam desain dekorasi dan properti lainnya. Misalnya, untuk menciptakan kesan profesional yang menyenangkan, penulis menyediakan properti seperti gelas, tas, *laptop*, buku, kacamata, bahkan beberapa produk

dari anak perusahaan RealCo yang dapat ditampilkan sebagai suatu bentuk promosi secara halus. Proyek ini melibatkan kolaborasi lintas divisi untuk memastikan bahwa setiap elemen acara sesuai dengan konsep desain yang telah ditentukan. Penulis mendapat banyak pengalaman dalam merancang konsep visual yang tepat untuk acara korporat serta memperdalam kemampuan dalam berkolaborasi dengan berbagai tim untuk menciptakan hasil yang maksimal.

Kesempatan untuk terlibat dan berperan secara langsung dalam pembuatan konsep, tema, dan *moodboard* untuk sesi foto karyawan dapat memberikan penulis suatu pengalaman berharga dalam mendesain identitas visual acara perusahaan. Proses kolaboratif dengan berbagai divisi seperti fotografer, editor, dan desainer grafis juga memberikan suatu tantangan tersendiri bagi penulis untuk menyelaraskan ide-ide untuk menciptakan suasana yang profesional namun menyenangkan sesuai dengan tema yang ada. Melalui *moodboard* yang terperinci dan referensi ekspresi, penulis membantu memudahkan proses pemotretan sambil memastikan konsistensi visual di semua elemen yang ada. Melalui proyek ini, penulis mempelajari pentingnya kolaborasi lintas tim dan perencanaan yang cermat untuk menciptakan sebuah konsep visual yang kuat dan efektif.

3.4 Kendala dan Solusi Pelaksanaan Magang

Selama menjalani masa magang, penulis menghadapi beberapa kendala yang berkaitan dengan peran dan tanggung jawab yang semakin berkembang seiring berjalannya waktu. Awalnya, penulis memiliki gambaran jelas mengenai tugas-tugas yang harus dikerjakan, namun seiring berjalannya waktu, penulis merasa semakin memegang pekerjaan di luar kesepakatan awal, yang mencakup berbagai *job-description* yang tidak termasuk dalam tanggung jawab utama. Penjelasan lebih

rinci mengenai kendala ini beserta solusi yang diterapkan akan dijabarkan pada paragraf berikutnya.

3.4.1 Kendala Pelaksanaan Magang

Selama proses magang berlangsung, penulis memiliki kendala yang bersangkutan dengan pembagian waktu. Pada bulan pertama proses magang dilakukan, penulis mampu menyelesaikan seluruh tanggung jawab yang diberikan dengan sangat baik dan cepat. Namun, seiring berjalannya waktu, penulis menerima tugas dan pekerjaan-pekerjaan baru yang diberikan secara berskala pada penulis, namun terkadang tidak termasuk ke dalam *job-description* penulis. Beberapa tugas terkadang juga diberikan dalam waktu yang cukup singkat sehingga terkadang mengubah susunan waktu atau jadwal pembuatan konten yang sudah penulis rencanakan sebelumnya. Pada bulan ke dua, penulis juga menerima beberapa tugas lain yang berhubungan dengan *Human Resource* secara langsung. Pada sisi lain, penulis terkadang juga merasa kesulitan dalam bertukar pikiran atau menghasilkan konten yang lebih menarik karena penulis merupakan satu-satunya anggota dari divisi *Corporate Branding* itu sendiri.

3.4.2 Solusi Pelaksanaan Magang

Untuk menghadapi kendala-kendala yang terjadi dalam proses magang, penulis tentunya mencari solusi untuk menghadapinya. Dalam hal ini, penulis membuat jadwal atau *to-do-list* berisi hal-hal yang akan dilakukan setiap harinya. Untuk bertukar pikiran dan menghasilkan konten yang lebih menarik, terkadang penulis berbicara dan meminta tolong anggota divisi lain, seperti anggota *intern* divisi *content creator*, *brand marketing*, serta divisi lainnya secara bergantian.