

BAB III

PELAKSANAAN MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi Pelaksanaan Magang

Sebagai mahasiswa magang yang ditempatkan di Biro Perencanaan, Organisasi, dan Kepegawaian, saya menjalani peran sebagai graphic designer dalam tim Employer Branding. Selama masa magang, saya terlibat aktif dalam berbagai proyek desain yang bertujuan untuk memperkuat citra positif organisasi, khususnya melalui kanal media sosial seperti Instagram @lifeatkbumn. Dalam pelaksanaan setiap proyek, saya selalu berkoordinasi secara intensif dengan pembimbing lapangan untuk memastikan bahwa seluruh tahapan pekerjaan—mulai dari tahap persiapan, perumusan konsep, proses produksi, hingga tahap evaluasi akhir—berjalan dengan lancar dan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan. Komunikasi yang efektif dengan tim produksi memegang peran penting dalam proses ini, karena melalui diskusi dan brainstorming yang terbuka, kami dapat merumuskan ide-ide kreatif yang segar dan relevan. Hasil dari kolaborasi ini adalah konten visual yang tidak hanya menarik secara estetika, tetapi juga selaras dengan pesan yang ingin disampaikan oleh organisasi kepada audiensnya.

3.1.1 Kedudukan Pelaksanaan Magang

Selama menjalani program magang, saya berperan sebagai graphic designer di bawah naungan tim Employer Branding, yang merupakan bagian dari Biro Perencanaan, Organisasi, dan Kepegawaian di lingkungan Kementerian BUMN. Dalam struktur organisasi tim, posisi saya berada di bawah koordinasi langsung manajer konten, yang bertanggung jawab atas perencanaan dan pengawasan strategi komunikasi visual secara keseluruhan. Saya juga bekerja erat dengan tim produksi dalam berbagai tahapan proses kreatif, mulai dari perumusan konsep visual hingga tahap eksekusi desain.

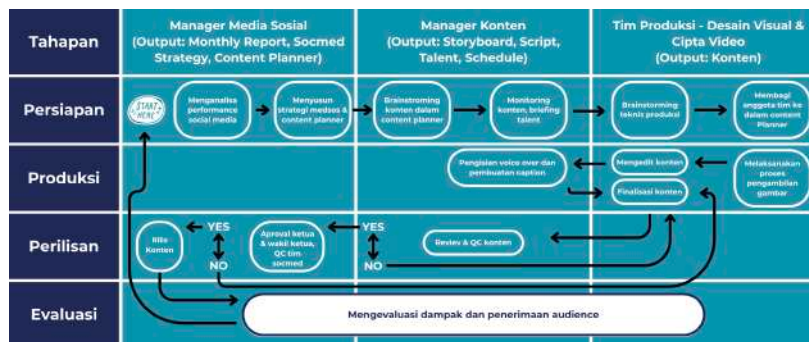
Tugas dan tanggung jawab utama saya mencakup pembuatan berbagai desain grafis yang digunakan untuk keperluan internal maupun eksternal,

khususnya dalam mendukung kegiatan branding dan promosi citra positif instansi melalui platform digital seperti media sosial Instagram @lifeatkbumn. Tidak hanya menghasilkan visual yang menarik secara estetika, saya juga terlibat dalam diskusi editorial dan perencanaan konten agar desain yang dibuat sejalan dengan narasi dan tujuan komunikasi yang ingin dicapai.

Peran saya tidak hanya teknis, tetapi juga strategis, karena desain yang dihasilkan menjadi salah satu elemen penting dalam menyampaikan pesan-pesan kunci kepada publik dan memperkuat positioning Kementerian BUMN di mata masyarakat, khususnya generasi muda. Kolaborasi yang erat dengan berbagai pihak di dalam tim memberikan saya wawasan mendalam tentang pentingnya sinergi lintas fungsi dalam menciptakan konten yang efektif, profesional, dan berdampak.

3.1.2 Koordinasi Pelaksanaan Magang

Alur koordinasi pekerjaan yang saya lakukan selama magang di Kementerian BUMN melibatkan kolaborasi erat dengan berbagai pihak, terutama Tim Media Sosial dan Manajer Konten. Proses dimulai dari tahap persiapan, di mana tim melakukan perencanaan strategi konten yang akan dipublikasikan, termasuk menentukan tema, pesan utama, target audiens, serta jadwal publikasi. Dalam tahap ini, saya turut serta dalam diskusi untuk memahami arahan visual dan nilai komunikasi yang ingin disampaikan melalui konten tersebut. Peran Manajer Konten sangat penting dalam memberikan panduan naratif, sementara Tim Media Sosial berfokus pada aspek distribusi dan interaksi dengan audiens di platform digital.



Gambar 3.1 Alur Koordinasi

Setelah rencana konten ditetapkan, proses dilanjutkan ke tahap produksi, di mana saya bekerja bersama Tim Produksi untuk membuat desain grafis dan elemen visual yang mendukung narasi konten. Desain yang dihasilkan kemudian dikaji kembali oleh Manajer Konten sebelum dipublikasikan. Setelah konten tayang, dilakukan tahap evaluasi, yaitu analisis terhadap performa konten berdasarkan data interaksi, jangkauan, serta feedback dari audiens. Evaluasi ini penting sebagai dasar perbaikan dan inovasi untuk proyek-proyek berikutnya, guna memastikan bahwa setiap konten yang dibuat semakin relevan dan berdampak bagi target audiens. Kolaborasi lintas tim ini memberikan pengalaman kerja yang dinamis sekaligus memperkuat pemahaman saya tentang pentingnya koordinasi dalam ekosistem kerja profesional.

3.2 Tugas yang Dilakukan

Selama pelaksanaan magang di Kementerian BUMN, saya telah melaksanakan berbagai tugas yang mendukung tim Employer Branding. Setiap hari, saya mencatat aktivitas dan proyek yang dikerjakan dalam laman Merdeka, yang memberikan gambaran jelas mengenai kontribusi saya. Tugas-tugas ini tidak hanya memperkaya pengalaman saya sebagai graphic designer, tetapi juga memberikan pemahaman yang lebih dalam tentang proses kerja di kementerian.

Tabel 2.1 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Magang

Minggu	Tanggal	Proyek	Keterangan
1	10—14 Februari 2025	Editing video, motion design untuk Instagram reels, membuat design untuk Instagram feeds, dan take video	Editing video untuk konten Instagram reels, membuat motion design untuk Instagram reels, take video untuk konten Instagram reels, dan membuat design untuk postingan Instagram feeds
2	17—21 Februari 2025	Thumbnail Instagram, take video, carousel Instagram feeds, flyer, dan design Instagram feeds	Membuat thumbnail untuk konten Instagram reels, take video untuk konten, membuat design carousel untuk Instagram feeds, membuat design postingan Instagram feeds harian, dan membuat flyer panduan
3	24—28 Februari 2025	Membuat motion design, foto asset, infografis, dan poster	Melanjutkan motion design untuk Instagram reels, take foto untuk keperluan asset design, membuat infografis dan poster ucapan ramadan beserta jadwal imsak untuk postingan Instagram feeds
4	01—08 Maret 2025	Revisi, motion design, carousel, infografis, event ramadan	Merevisi design minggu kemarin, melanjutkan motion design untuk Instagram reels, membuat design carousel untuk postingan harian, membuat thumbnail, dan saya berpartisipasi dalam event ramadan untuk Instagram masjid kementerian BUMN: Membuat story harian, membuat design virtual background zoom, logo podcast, logo MAKIS (Majelis Kerohanian Islam) BUMN, take video kajian, take video buka puasa, take foto masjid untuk keperluan asset design, editing video, membuat design goodie bag, membuat logo untuk WA group, pembuatan design flyer untuk

			postingan di Instagram masjid kementerian BUMN, dan membuat content planner
5	10—15 Maret 2025	Project ramadan dan project lifeatkbumn	Project ramadan: membuat Instagram stories harian, recording kajian dan editing untuk konten Instagram, membuat design virtual background zoom, meliput acara dari event ramadan, editing flyer, membuat design thumbnail untuk Instagram, membuat design cue card, voucher souvenir, gift poster, editing bumper dan design frame video Project lifeatkbumn: melanjutkan design infografis, dan membuat design instagram feeds harian
6	17—22 Maret 2025	Project ramadan dan project lifeatkbumn	Project ramadan: liputan acara yang diselenggarakan oleh MAKIS BUMN, membuat design untuk Instagram feeds, reels beserta thumbnail, stories harian, liputan buka puasa dan santunan, editing video Project lifeatkbumn: membuat design twibbon
7	24—30 Maret 2025	Project ramadan dan project lifeatkbumn	Project ramadan: membuat design Instagram stories, feeds carousel, reels harian, dan beserta thumbnail, editing video untuk rekaptulasi per kegiatan Project lifeatkbumn: membuat thumbnail Instagram reels, dan revisi design twibbon
8	08—11 April 2025	Motion design dan poster	Membuat motion design untuk Instagram reels lifeatkbumn dan membuat poster untuk dibagikan WAG ASN
9	14—20 April 2025	Instagram feeds, infografis dan poster	Membuat design feeds untuk HUT KBUMN dan konten lain, membuat infografis, dan juga poster acara hari

			kartini, poster hari paskah untuk Instagram lifeatkbumn
10	21—25 April 2025	Shooting, editing video, thumbnail, Instagram feeds	Shooting untuk acara kartini dan editing video, membuat thumbnail postingan reels, serta membuat Instagram feeds untuk postingan di Instagram lifeatkbumn
11	28—30 April 2025	Revisi feeds, xbanner, dan shooting	Merevisi untuk konten Instagram feeds, pembuatan design xbanner untuk acara MAKIS BUMN, dan shooting + foto acara MAKIS BUMN
12	02 Mei 2025	Editing video	Editing video untuk acara MAKIS BUMN
13	05—11 Mei 2025	Flyer, Shooting, Thumbnail reels, Instagram feeds	Membuat design flyer pembukaan peserta magang baru, shooting untuk konten pembukaan peserta magang baru, mendesign thumbnail Instagram reels, dan membuat design untuk postingan Instagram feeds hari waisak
14	14—16 Mei 2025	Guideline visual dan shooting	Merapihkan guideline visual konten: logo, font, dan layout, dan shoting konten instagram reels
15	19—23 Mei 2025	Instagram stories, carousel feeds, dan thumbnail	Membuat stories hari kebangkitan nasional, membuat carousel kegiatan hari kebangkitan nasional, membuat thumbnail Instagram reels, membuat design postingan kenaikan isa almasih, membuat design hari raya idul adha, dan mencicil design untuk website lifeatkbumn
16	26—28 Mei 2025	-	-

3.3 Uraian Pelaksanaan Magang

Dalam pelaksanaan magang ini, penulis ditempatkan sebagai Graphic Designer di bawah naungan Divisi Employer Branding, yang merupakan bagian dari Biro Perencanaan, Organisasi, dan Kepegawaian di lingkungan Kementerian BUMN. Tugas utama penulis adalah merancang desain visual untuk akun Instagram

resmi Kementerian, yaitu @lifeatkbumn, yang menjadi salah satu kanal strategis dalam memperkuat citra positif Kementerian kepada publik, khususnya generasi muda. Desain yang dikerjakan meliputi berbagai jenis konten visual seperti desain untuk feeds, reels, Instagram stories, hingga thumbnail video yang digunakan dalam berbagai kampanye digital. Dalam pelaksanaannya, penulis terlibat secara aktif dalam proses brainstorming konten, penyesuaian dengan branding guidelines, serta finalisasi desain agar selaras dengan identitas visual instansi.

Selain menjalankan tugas utama, penulis juga turut berkontribusi dalam mendukung kegiatan keagamaan dan sosial yang diselenggarakan oleh Masjid di lingkungan Kementerian BUMN. Dalam hal ini, penulis dipercaya untuk mengelola kebutuhan visual pada akun Instagram masjid yaitu @sahabatarrayyan, yang mencakup desain konten dakwah, pengumuman kegiatan, serta publikasi acara keagamaan. Tak hanya itu, penulis juga turut membuat berbagai desain cetak, seperti banner, poster, dan kebutuhan visual lainnya yang digunakan dalam kegiatan langsung di lapangan, baik dalam konteks keagamaan maupun acara internal employer branding. Melalui beragam proyek tersebut, penulis diberikan ruang untuk mengembangkan kreativitas secara luas dan menerapkan kemampuan desain dalam konteks profesional.

Kesempatan ini memberikan pengalaman yang berharga tidak hanya dari segi teknis desain grafis, tetapi juga dari segi pemahaman akan pentingnya komunikasi visual yang efektif dan relevan dengan target audiens. Kontribusi penulis dalam berbagai kegiatan ini diharapkan dapat memberikan nilai tambah bagi tim dan mendukung tercapainya tujuan strategis komunikasi organisasi.

3.3.1 Proses Pelaksanaan Tugas Utama Magang

Tugas utama penulis selama menjalani magang di Kementerian BUMN adalah merancang desain visual untuk akun Instagram resmi kementerian, yaitu @lifeatkbumn. Desain yang dikembangkan tidak hanya bersifat estetis, tetapi juga bertujuan untuk menyampaikan pesan komunikasi yang strategis, informatif, dan sesuai dengan nilai serta citra instansi. Proses perancangan

diawali dengan mempelajari konten-konten yang telah dipublikasikan sebelumnya pada akun tersebut. Penulis memperhatikan berbagai aspek seperti gaya visual, komposisi layout, pemilihan warna, jenis huruf, serta cara penyampaian pesan dalam caption dan elemen grafis lainnya. Melalui pemahaman terhadap konten yang sudah ada, penulis dapat menyesuaikan rancangan desain agar tetap konsisten dengan arah visual yang telah ditetapkan oleh tim Employer Branding. Tahap awal ini menjadi dasar penting untuk memastikan bahwa seluruh desain yang dikembangkan mampu mendukung identitas visual kementerian secara utuh dan terarah.



Gambar 3.2 Instagram @lifeatkbumn

Sumber: <https://www.instagram.com/lifeatkbumn/> (2025)

Selanjutnya, penulis merujuk secara menyeluruh pada pedoman visual (visual guideline) yang telah disediakan oleh tim Employer Branding sebagai

dasar dalam setiap proses perancangan konten. Pedoman ini mencakup berbagai elemen penting yang wajib diterapkan untuk menjaga konsistensi identitas visual Kementerian BUMN di seluruh platform komunikasi digital. Dalam aspek warna, guideline tersebut menetapkan palet utama yang terdiri atas kombinasi warna-warna khas seperti #0093AD (biru toska), #1F2855 (biru tua), dan #D0EBFF (biru muda), yang digunakan untuk menciptakan kesan profesional, segar, dan modern. Selain itu, pemilihan tipografi juga telah ditentukan, yaitu dengan menggunakan jenis huruf Montserrat, Sans Serif, Lato, dan Raleway, yang memberikan tampilan yang bersih, mudah dibaca, dan tetap formal namun tidak kaku.

Penulis juga memperoleh aset digital tambahan berupa logo kementerian dalam berbagai format, ikon pendukung, serta hashtag resmi sesuai tema-tema konten tertentu yang sedang berjalan. Dengan memahami serta menerapkan seluruh elemen visual tersebut secara tepat dan konsisten, penulis dapat mengembangkan desain-desain yang tidak hanya sesuai dengan karakter dan citra instansi, tetapi juga mampu menjaga integritas visual organisasi di mata publik. Penerapan pedoman ini menjadi landasan penting agar setiap output desain tetap berada dalam koridor identitas visual kementerian yang telah ditetapkan.



Gambar 3.3 Guideline Visual

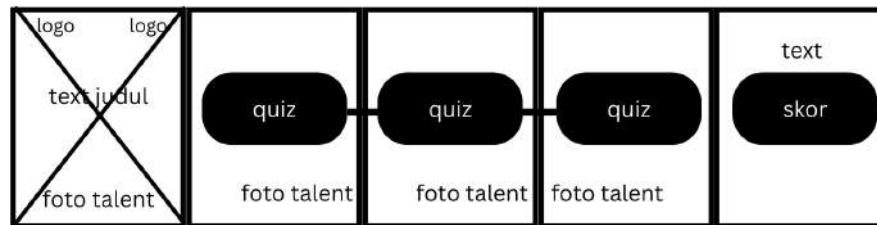
Pada tahap pembuatan Instagram carousel, penulis menerima arahan dari tim Employer Branding untuk membuat konten carousel interaktif dalam bentuk kuis yang mengangkat topik ringan namun reflektif, yaitu “Seberapa Jujur Kamu di Tempat Kerja?”. Tujuan utama dari konten ini adalah untuk mengedukasi sekaligus menghibur audiens melalui pendekatan yang relatable dengan pengalaman kerja sehari-hari. Konten ini juga dirancang untuk meningkatkan engagement di Instagram @lifeatkbumn, dengan mendorong pengguna untuk membaca setiap slide dan menjawab kuis secara mandiri.



Gambar 3.4 Instagram Carousel 1

Untuk menentukan arah visual dan tone yang tepat, penulis melakukan riset pada akun Instagram milik instansi pemerintah dan korporasi yang kerap membagikan konten kuis, seperti @greatmind.id dan @kemnaker. Penulis juga mengecek referensi carousel interaktif dari platform desain seperti Behance dan Canva, khususnya yang menggunakan warna lembut dan elemen visual yang playful namun tetap informatif. Referensi ini membantu penulis menyusun gaya visual yang tidak terlalu formal agar sesuai dengan karakter kuis, namun tetap menjaga citra profesional kementerian.

Berdasarkan arahan dan referensi, penulis mulai menyusun sketsa kasar untuk lima slide carousel. Slide pertama berisi judul dan visual pembuka yang menarik, sedangkan slide kedua hingga keempat berisi pertanyaan kuis dengan pilihan jawaban dalam bentuk ilustrasi atau teks. Slide terakhir menampilkan hasil interpretasi berdasarkan jumlah jawaban. Sketsa dibuat secara digital di aplikasi Procreate dan mencantumkan penempatan elemen visual seperti ikon, ilustrasi, dan tata letak teks yang rapi dan mudah dibaca.



Gambar 3.5 Sketsa Instagram Carousel 1

Berdasarkan arahan dan referensi, penulis mulai menyusun sketsa kasar untuk slide carousel. Slide pertama berisi judul dan visual pembuka yang menarik, sedangkan slide kedua hingga keempat berisi pertanyaan kuis dengan pilihan jawaban dalam bentuk ilustrasi atau teks. Slide terakhir menampilkan hasil interpretasi berdasarkan jumlah jawaban. Sketsa dibuat secara digital di aplikasi adobe illustrator.

Setelah disetujui oleh supervisor, penulis mengerjakan versi digital menggunakan Adobe Illustrator. Warna yang digunakan mengacu pada palet visual KBUMN, namun diadaptasi dengan *opacity* rendah agar terasa lebih ringan. Font Montserrat tetap digunakan agar seragam dengan konten lainnya. Penulis mengambil asset foto talent sendiri seperti ekspresi wajah dan simbol-simbol (checklist, emotikon, dll) agar konten terasa personal dan tidak generik. Penataan layout antar slide dibuat konsisten dengan transisi visual yang mengalir.

Setelah mendapat persetujuan akhir, file diekspor dalam format JPEG untuk keperluan unggahan, serta disimpan dalam format AI sebagai arsip internal. Carousel ini dipublikasikan di Instagram @lifeatkbumn dan mendapat tanggapan positif. Konten ini menjadi contoh konten ringan yang tetap mendukung pesan moral serta mencerminkan nilai integritas yang dijunjung BUMN.



Gambar 3.6 Instagram Carousel 2

Selain pembuatan Instagram carousel quiz, Tim Employer Branding memberikan tugas kepada penulis untuk membuat konten visual berupa carousel Instagram guna menyambut dan memberikan ucapan selamat kepada peserta terpilih program Magang Generasi Bertalenta (Magenta) BUMN 2025. Konten ini bertujuan memperkuat citra positif kementerian sebagai instansi yang mendukung pengembangan talenta muda Indonesia. Brief diberikan secara tertulis melalui WhatsApp, berisi daftar nama peserta, tema visual yang harus digunakan, dan kumpulan foto peserta yang telah dikurasi oleh tim internal.

Penulis mengumpulkan referensi dari konten ucapan serupa yang dibuat oleh kementerian lain. Penulis juga mengamati tren visualisasi alumni dan peserta di akun perusahaan besar seperti Telkom Indonesia dan Pertamina. Tujuan referensi ini adalah untuk memahami pendekatan visual yang formal namun tetap menarik, serta layout yang mampu menampung banyak wajah peserta dengan proporsi yang proporsional.



Gambar 3.7 Sketsa Instagram Carousel 2

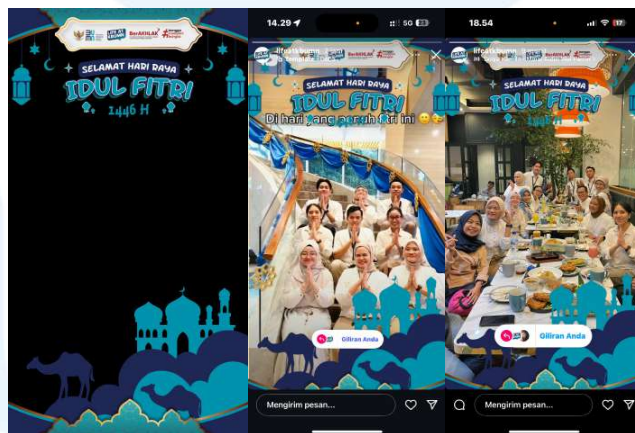
Sketsa awal dibuat dalam bentuk digital. Penulis merancang layout dalam satu carousel. Setiap slide dirancang menampilkan nama, foto, serta logo program Magenta BUMN 2025. Penempatan teks ucapan, dan elemen dekoratif disusun agar tidak menutupi wajah peserta namun tetap menjaga hierarki visual.

Setelah disetujui secara konsep, penulis melanjutkan ke tahap digitalisasi menggunakan Adobe Illustrator. Foto peserta yang diberikan oleh tim diolah terlebih dahulu mulai dari cropping, penyesuaian latar belakang, hingga penyelarasan ukuran dan posisi. Seluruh foto disusun dalam grid yang rapi. Penulis juga menambahkan ornamen identitas Magenta seperti warna ungu khas dan efek kertas. Font Montserrat tetap digunakan agar konsisten dengan identitas visual kementerian.

Desain akhir disimpan dalam format JPEG dan AI, kemudian diserahkan ke tim sosial media untuk dijadwalkan unggah. Carousel ini dipublikasikan dan mendapatkan banyak interaksi, terutama dari para peserta yang membagikan

ulang konten tersebut ke story pribadi. Selain menjadi ucapan resmi, konten ini juga membangun relasi emosional antara kementerian dan para peserta magang.

Selain pembuatan Instagram carousel, penulis juga mendesain Instagram stories untuk berbagai kegiatan. Salah satu proyek yang paling penulis sukai adalah pembuatan desain Instagram stories berupa twibbon. Menjelang bulan suci Ramadhan 1446 H, tim Employer Branding memberikan arahan kepada penulis untuk membuat desain Twibbon yang akan dibagikan melalui fitur Instagram Stories akun @lifeatkbumn. Twibbon ini merupakan template yang bisa digunakan oleh followers untuk mengunggah foto mereka sendiri, sebagai bentuk partisipasi dalam menyambut Ramadhan. Tujuan dari proyek ini adalah membangun semangat kebersamaan dan meningkatkan interaksi antara kementerian dan audiens. Brief disampaikan melalui grup WhatsApp, lengkap dengan tone warna dan tagar resmi yang harus disertakan.

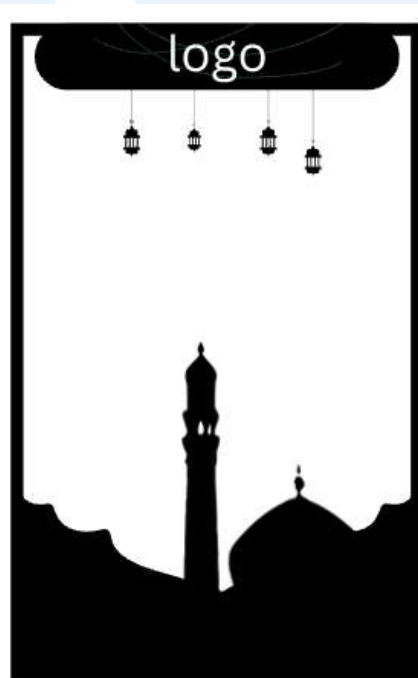


Gambar 3.8 Instagram Stories

Penulis mulai mencari referensi dari berbagai akun Instagram kementerian dan organisasi Islam, seperti @kemenag_ri, @sahabatmuslim, dan akun kampus yang rutin membagikan template Twibbon bertema Ramadhan. Referensi dari Pinterest dan Behance juga digunakan untuk memahami elemen desain islami modern seperti ilustrasi masjid, bulan sabit, lentera, dan motif

geometris Timur Tengah. Penulis mencatat bahwa warna emas, hijau toska, dan biru tua sering digunakan untuk menciptakan kesan hangat.

Berdasarkan arahan dan referensi, penulis membuat sketsa kasar secara digital untuk menentukan komposisi layout. Fokus utama adalah ruang kosong di tengah Twibbon sebagai tempat pengguna meletakkan foto mereka. Di sekelilingnya terdapat elemen dekoratif seperti ilustrasi masjid dan lentera, serta frame tebal agar tampilan lebih kuat di layar ponsel. Sketsa dibuat di aplikasi Procreate dan diajukan untuk persetujuan awal.



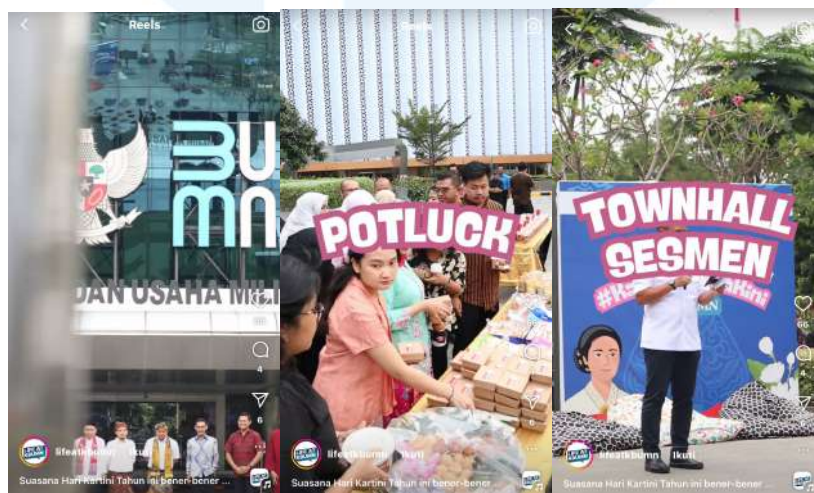
Gambar 3.9 Sketsa Instagram Stories

Setelah sketsa disetujui, penulis mulai mengerjakan versi final di Adobe Illustrator. Elemen dekoratif digambar ulang sebagai vektor agar resolusi tinggi dan mudah disesuaikan. Logo Kementerian BUMN dan Logo lifeatkbumn ditambahkan pada bagian atas frame. Desain menggunakan palet warna yang sesuai pedoman visual KBUMN, namun tetap menyampaikan nuansa islami

yang hangat. File diekspor dalam format PNG transparan agar bisa digunakan oleh pengguna untuk mengunggah foto mereka tanpa mengedit manual.

Setelah desain selesai, file PNG diunggah ke Instagram Stories akun @lifeatkbumn pada hari terakhir Ramadhan. Banyak followers yang menggunakan Twibbon ini dan menandai akun kementerian, sehingga konten berhasil meningkatkan interaksi dan memperkuat citra Kementerian BUMN sebagai lembaga yang dekat dengan generasi muda. Desain juga dipakai ulang oleh akun Masjid Sahabat Arrayyan yang berada di lingkungan kementerian.

Selanjutnya, penulis juga bertanggung jawab untuk mengedit video yang digunakan sebagai konten di Instagram Reels. Konten-konten ini dirancang untuk mengikuti tren terkini, dengan fokus pada keseruan dan dinamika kegiatan para pekerja di Kementerian BUMN.



Gambar 3.10 Instagram Reels

Penulis mendapatkan tugas dari tim Employer Branding untuk membuat konten video pendek berupa Instagram Reels dalam rangka memperingati Hari Kartini. Konten ini bertujuan untuk mengapresiasi semangat perempuan Indonesia, khususnya pegawai BUMN, serta menampilkan suasana kegiatan

perayaan yang diselenggarakan oleh Kementerian BUMN. Arahan diberikan melalui grup WhatsApp, termasuk durasi 1 menit, tone visual yang semangat dan inspiratif, serta elemen wajib seperti logo dan footage kegiatan internal.

Untuk mengembangkan ide visual, penulis mengumpulkan referensi dari beberapa akun Instagram yang menampilkan konten peringatan nasional, seperti @kemnaker, @kemenpppa, dan @kartiniday.id. Reels yang digunakan sebagai acuan umumnya memiliki struktur pembuka berupa text “kartini” diikuti oleh klip suasana kegiatan, dan ditutup dengan pesan reflektif. Dari sisi visual, penulis mencatat bahwa transisi smooth, footage natural, dan backsound musik bertema gembira/senang.

Setelah *footage* terkumpul, penulis mulai mengedit video menggunakan Adobe Premiere Pro. Footage yang sudah dikumpulkan disusun, kemudian diberikan transisi sinematik, color grading bernuansa cerah, dan penambahan elemen teks. Penulis juga menyisipkan logo KBUMN secara halus di akhir video. Backsound dipilih dari perpustakaan audio bebas lisensi yang sesuai dengan semangat tema yang dibuat.

Setelah editing diterapkan dan disetujui, file video diekspor dalam format MP4 dan diserahkan kepada tim sosial media untuk dijadwalkan unggah. Video dipublikasikan melalui fitur Reels di akun @lifeatkbumn, dan mendapatkan respon positif dari audiens, terlihat dari jumlah views, likes, dan repost dari beberapa pegawai perempuan. Konten ini dinilai berhasil menyampaikan pesan semangat emansipasi Kartini secara modern dan menarik.

3.3.2 Proses Pelaksanaan Tugas Tambahan Magang

Pada proses tugas tambahan selama magang, penulis berkesempatan untuk ikut serta dalam acara kegiatan di Masjid Kementerian BUMN. Dalam acara tersebut, penulis ditunjuk sebagai Person in Charge (PIC) dari tim publikasi, di mana penulis berkolaborasi dengan vendor dan tim Employer Branding untuk merancang desain visual yang akan dipublikasikan di akun Instagram masjid. Tugas ini mencakup pembuatan konten untuk Instagram

feeds, stories, dan reels yang bertujuan untuk menarik perhatian masyarakat dan meningkatkan partisipasi dalam kegiatan yang diadakan.

Proses kerja dimulai dengan pertemuan tim untuk menentukan konsep dan tema desain yang sesuai dengan acara. Penulis kemudian melakukan brainstorming ide dan mencari referensi desain yang relevan. Menggunakan panduan visual yang telah ditetapkan, penulis merancang berbagai elemen visual yang menarik dan informatif. Setiap desain diharapkan dapat mencerminkan semangat kegiatan masjid dan menyampaikan pesan yang positif kepada audiens.

Selain itu, penulis juga diminta untuk membuat media cetak untuk acara besar di masjid, yaitu Tabligh Akbar. Dalam hal ini, penulis bertanggung jawab untuk merancang berbagai materi cetak, termasuk backdrop, cue card untuk MC, poster, x-banner, mockup simbolis, goodie bag, dan stiker. Setiap elemen ini dirancang dengan mempertimbangkan estetika dan fungsi, sehingga dapat mendukung kelancaran acara dan memberikan pengalaman yang menyenangkan bagi peserta.

Melalui pengalaman ini, penulis tidak hanya belajar tentang desain grafis, tetapi juga pentingnya kolaborasi dan komunikasi dalam tim. Keterlibatan dalam acara ini memberikan penulis wawasan yang lebih dalam mengenai peran desain dalam menciptakan suasana yang positif dan mendukung tujuan acara.

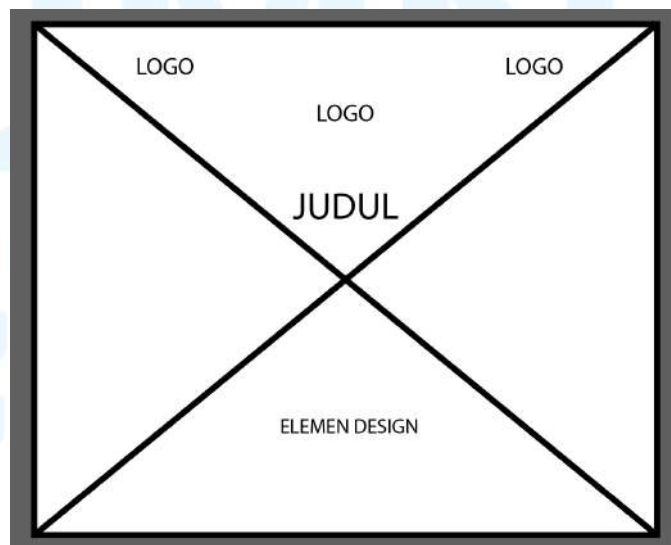
3.3.2.1 Backdrop acara Tabligh Akbar di Masjid KBUMN

Pada tugas tambahan ini, penulis membuat desain backdrop untuk keperluan acara Tabligh Akbar di Masjid Kementerian BUMN. Backdrop ini berfungsi untuk menampilkan hiasan selama acara berlangsung, menciptakan suasana yang menarik dan mendukung tema kegiatan. Penulis berkolaborasi dengan tim untuk merancang desain tersebut, sehingga dapat memastikan bahwa elemen visual yang dihasilkan sesuai dengan arahan dan konsep acara.



Gambar 3.11 Backdrop

Proses pembuatan desain dimulai dengan diskusi tim untuk menentukan tema dan elemen yang akan ditampilkan. Penulis kemudian membuat sketsa awal dan mempresentasikannya kepada anggota tim untuk mendapatkan masukan. Setelah mendapatkan umpan balik, penulis melakukan revisi dan finalisasi desain agar dapat memenuhi tujuan acara dengan baik dan berhasil.



Gambar 3.12 Sketsa Backdrop

Proses pembuatan desain dimulai dengan diskusi tim untuk menentukan tema dan elemen visual yang sesuai dengan tujuan konten. Setelah konsep disepakati, penulis membuat sketsa kasar sebagai gambaran awal dan mempresentasikannya untuk mendapat masukan dari tim. Berdasarkan umpan balik yang diberikan, penulis melakukan revisi hingga desain dinyatakan layak dan siap dipublikasikan. Tahap akhir berupa finalisasi desain agar tampil optimal.



Gambar 3.13 Finalisasi Backdrop

Dengan kolaborasi yang efektif antara penulis dan tim penyelenggara, penulis berharap desain backdrop yang telah dirancang tidak hanya berfungsi sebagai elemen dekoratif semata, tetapi juga mampu memperkuat identitas acara dan menyampaikan pesan spiritual secara visual. Backdrop tersebut diharapkan dapat mendukung keseluruhan atmosfer Tabligh Akbar. Melalui pendekatan desain yang komunikatif dan selaras dengan tema acara, penulis ingin memberikan kontribusi positif dalam menyukseskan acara dan meninggalkan pengalaman visual yang bermakna.

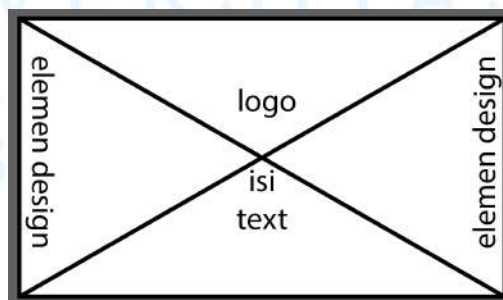
3.3.2.2 Mockup Simbolis kegiatan acara Masjid KBUMN

Penulis membuat desain mockup simbolis untuk acara kegiatan di Masjid Kementerian BUMN. Mockup simbolis ini dirancang dengan tujuan untuk memberikan gambaran visual yang jelas mengenai aspek-aspek penting dalam acara tersebut. Dalam proses pembuatan, penulis memastikan bahwa desain yang dihasilkan tetap mengikuti panduan yang telah diberikan sebelumnya, menjaga konsistensi dengan identitas visual yang telah ditetapkan.



Gambar 3.14 Mockup Simbolis

Proses ini dimulai dengan memahami konteks dan tema acara, serta elemen-elemen apa saja yang perlu ditonjolkan dalam mockup. Penulis melakukan riset dan mencari inspirasi desain yang relevan, kemudian membuat sketsa awal yang mencerminkan ide-ide tersebut. Setelah itu, penulis berkolaborasi dengan tim untuk mendapatkan masukan dan melakukan revisi yang diperlukan.



Gambar 3.15 Sketsa Mockup Simbolis

Dengan pendekatan yang sistematis dan kreatif, penulis merancang mockup simbolis sebagai media visual yang mampu merepresentasikan konsep acara secara jelas dan menyeluruh. Proses perancangannya mempertimbangkan aspek estetika, fungsionalitas, serta keselarasan dengan tema acara, sehingga setiap elemen yang ditampilkan memiliki makna dan tujuan yang spesifik. Mockup ini diharapkan dapat mempermudah proses komunikasi antar tim, terutama dalam menjelaskan rancangan visual kepada pihak-pihak yang terlibat dalam pelaksanaan acara, seperti panitia, manajemen, dan pihak pendukung teknis lainnya.



Gambar 3.16 Finalisasi Mockup Simbolis

Selain sebagai alat komunikasi internal, mockup ini juga diharapkan dapat memberikan gambaran yang menarik dan profesional kepada peserta acara. Visualisasi yang kuat dapat membangun ekspektasi positif, meningkatkan minat, serta membantu menciptakan suasana yang sesuai dengan tujuan kegiatan. Dengan demikian, mockup tidak hanya berfungsi sebagai pratinjau desain, tetapi juga sebagai bagian penting dari strategi komunikasi visual yang mendukung kesuksesan acara secara keseluruhan.

3.3.2.3 Motion Graphic untuk Instagram @lifeatkbumn

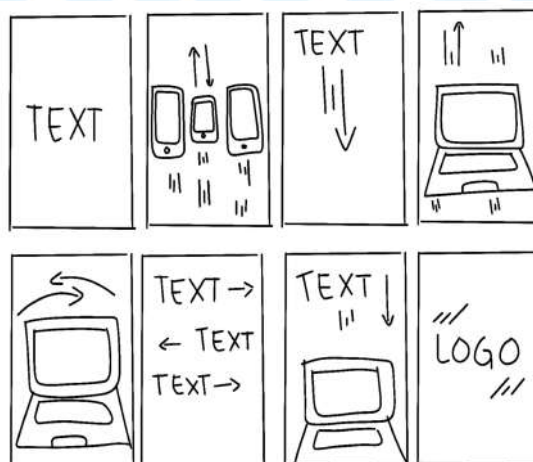
Pada tahap ini, penulis diminta untuk membuat motion design yang akan dipublikasikan di Instagram Reels dengan tema LinkedIn Learning. Tema ini bertujuan untuk menyampaikan informasi mengenai

pembelajaran e-learning yang tersedia di LinkedIn, khususnya untuk pegawai Kementerian BUMN.



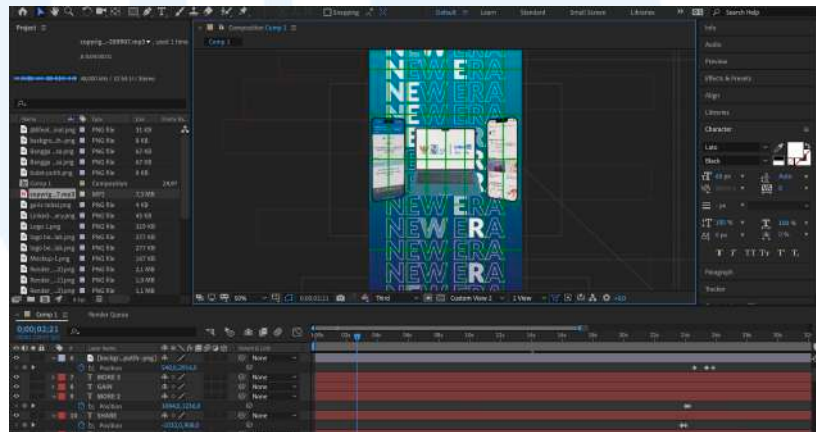
Gambar 3.17 Motion Design

Proses pembuatan motion design dimulai dengan pengumpulan informasi terkait program LinkedIn Learning dan manfaat yang dapat diperoleh pegawai dari platform tersebut. Penulis kemudian merancang sketsa untuk menentukan alur cerita dan elemen visual yang akan digunakan. Dalam pengembangan desain, penulis memastikan bahwa semua elemen visual selaras dengan identitas Kementerian BUMN.



Gambar 3.18 Sketsa Motion Design

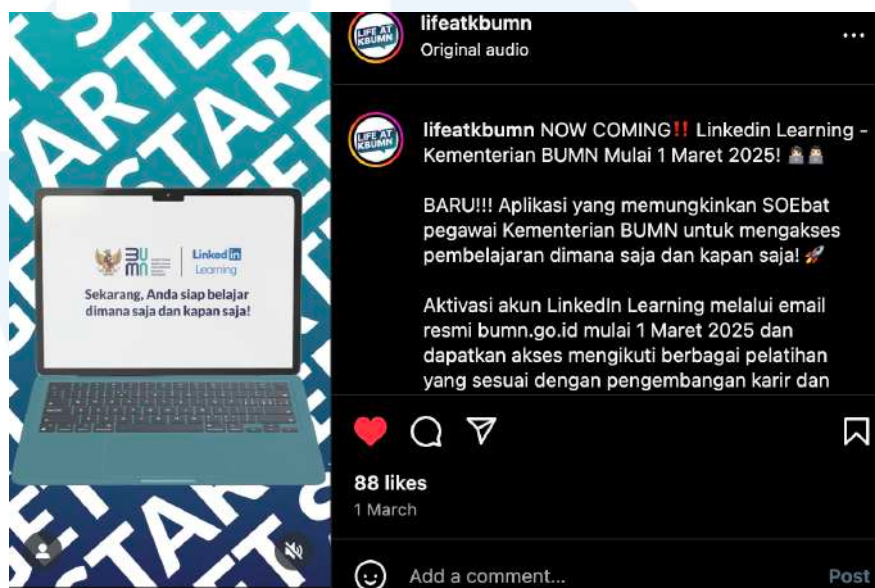
Setelah mendapatkan persetujuan dari tim, penulis mulai mengimplementasikan animasi menggunakan software adobe after effect. Penulis juga menambahkan elemen audio yang sesuai untuk meningkatkan daya tarik konten. Dengan pendekatan yang kreatif dan informatif, penulis berharap motion design ini dapat menarik perhatian pegawai dan mendorong mereka untuk memanfaatkan peluang pembelajaran yang ditawarkan melalui LinkedIn Learning.



Gambar 3.19 Proses Motion Design

Melalui pengalaman ini, penulis mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam mengenai pentingnya penyampaian informasi secara visual, khususnya dalam konteks komunikasi publik dan kampanye program pengembangan diri. Penulis belajar bahwa desain grafis tidak hanya berfungsi sebagai hiasan, tetapi merupakan media strategis untuk menyampaikan pesan dengan cara yang efektif, ringkas, dan mudah diterima oleh berbagai lapisan audiens. Desain yang menarik secara visual dapat menjadi daya tarik awal yang kuat, meningkatkan rasa ingin tahu, serta mendorong keterlibatan dan partisipasi aktif dalam suatu program atau kegiatan. Selain itu, penulis juga memahami bahwa keberhasilan sebuah desain sangat bergantung pada kemampuannya untuk menyampaikan informasi secara tepat sasaran, konsisten dengan identitas

organisasi, dan selaras dengan nilai-nilai yang ingin dikomunikasikan. Pengalaman ini menjadi pelajaran berharga bagi penulis dalam mengembangkan keterampilan desain sekaligus membangun sensitivitas terhadap aspek komunikasi dan psikologi audiens dalam proses perancangan visual.



Gambar 3.20 Finalisasi Motion Design

Selain itu, penulis juga memahami bahwa keberhasilan sebuah desain sangat bergantung pada kemampuannya untuk menyampaikan informasi secara tepat sasaran, konsisten dengan identitas organisasi, dan selaras dengan nilai-nilai yang ingin dikomunikasikan. Pengalaman ini menjadi pelajaran berharga bagi penulis dalam mengembangkan keterampilan desain sekaligus membangun sensitivitas terhadap aspek komunikasi dan psikologi audiens dalam proses perancangan visual.

3.3.2.4 Mengelola Akun Instagram Masjid KBUMN

Penulis diminta untuk menjadi Person in Charge (PIC) tim publikasi MAKIS (Majelis Kerohanian Islam) BUMN di Masjid Kementerian BUMN, yang dikenal dengan nama Masjid Arrayyan. Dalam peran ini, penulis bertanggung jawab untuk mengelola akun media sosial Instagram, termasuk pembuatan konten untuk Instagram feeds,

reels, dan stories. Penulis juga membuat tema Instagram sesuai dengan konsep yang telah ditetapkan sebelumnya, memastikan bahwa semua elemen visual dan pesan yang disampaikan konsisten.



Gambar 3.21 Instagram @sahabatarrayyan

Selama proses ini, penulis banyak belajar mengenai cara kerja manajemen media sosial, yang menjadi tantangan tersendiri. Penulis berkolaborasi dengan teman magang untuk menghasilkan konten yang menarik dan relevan, sehingga dapat menarik perhatian audiens dan meningkatkan engagement. Selain mendesain, penulis juga terlibat dalam pengambilan video dan foto, yang memberikan pengalaman langsung dalam dokumentasi kegiatan.

Untuk memastikan semua konten terstruktur dengan baik, penulis membuat content planner sendiri. Hal ini membantu dalam merencanakan dan menjadwalkan postingan di Instagram setiap harinya, sehingga tidak ada konten yang terlewat.

No	Tanggal Pembuatan	Judul Konten	Tipe Aktivitas	Deadline Submit	Jenis	Status	Output / Referensi
1	03/03/2025	Desain Stiker Makis	EDITING + CETAK	05/03/2025 09:00:00	Flyer	Done	
2	07/03/2025	Flyer Ramadhan Sehat	EDITING	11/03/2025 09:00:00	Flyer	Done	
3	14/03/2025	Standing Banner Ramadhan Sehat	Editing + CETAK	17/03/2025 09:00:00	Flyer	Done	
4	10/03/2025	video qna mahasiswa luar negeri EP 1	EDITING	11/03/2025 10:00:00	reels	Done	https://www.instagram.com/reel/C3k8u035Q8mbs0b0mbs0c1
5	11/03/2025	kajian dohuh part 2 (FIR)	TAKE + EDITING	12/03/2025 10:00:00	reels	Done	https://www.instagram.com/reel/C353G0G03k8u035Q8mbs0c1
6	12/03/2025	Flyer JUMANA Ep 2	EDITING	12/03/2025 09:00:00	Flyer	Done	
7	12/03/2025	pemeriksaan mata dan mcu	DOKUMENTAS + TAKE VIDEO + EDITING	15/03/2025 09:00:00	reels	Done	Standing Banner Patpulan hari pertama (reels) Signage
8	12/03/2025	Kajian United Pilihan	EDITING	14/03/2025 09:00:00	reels	Done	
9	12/03/2025	Flyer bedah buku	EDITING	12/03/2025 09:00:00	Flyer	Done	
10	12/03/2025	kajian dohuh part 3 (FIR)	TAKE + EDITING	13/03/2025 10:00:00	reels	Done	https://www.instagram.com/reel/C353G0G03k8u035Q8mbs0c1
11	13/03/2025	Tuntutan Qna Mahasiswa/ LN #2	EDITING	16/03/2025 09:00:00	reels	Done	
12	13/03/2025	video bedah buku (tergagal 13 Feb) pembagian tugas (PIC yang membuat) Takut, Digena Gendak, direvisi apa (tergagal 13 Feb)	TAPPING + EDITING (54 tgl 13) DOKUMENTAS (tbc tgl bisa jadi berubah)	14/03/2025 14:00:00	Dokumentasi	Done	
13	13/03/2025	Nazul Quran Video Coming Soon	EDITING	14/03/2025 09:00:00	reels	Done	
14	13/03/2025	Nazul Quran Flyer untuk Feed & WAG	EDITING	14/03/2025 09:00:00	Flyer	Done	Belum di publish
15	13/03/2025	Nazul Quran Desain Backdrop (Dominan Merah)	EDITING	15/03/2025 09:00:00	Dokumentasi	Done	Desain Draf masih on progress

Gambar 3.22 Content Planner 1

Penulis membuat content planner sendiri, yang dimulai dengan menyusun judul konten untuk setiap postingan. Dalam proses ini, penulis mencatat aktivitas yang diperlukan, seperti menentukan apakah konten tersebut memerlukan editing video atau desain grafis. Penulis juga menetapkan deadline untuk setiap tugas, guna memastikan bahwa postingan di Instagram, baik itu feeds, reels, maupun stories, dapat dipublikasikan secara konsisten setiap harinya.

Bulan		MARCH							APRIL	
Minggu	Hari	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	Kamis									
2	Jumat									
3	Sabtu									
4	Minggu									
5	Senin									
6	Selasa									
7	Rabu									
8	Kamis									
9	Jumat									
10	Sabtu									
11	Minggu									
12	Senin									
13	Selasa									
14	Rabu									
15	Kamis									
16	Jumat									
17	Sabtu									
18	Minggu									
19	Senin									
20	Selasa									
21	Rabu									
22	Kamis									
23	Jumat									
24	Sabtu									
25	Minggu									
26	Senin									
27	Selasa									
28	Rabu									
29	Kamis									
30	Jumat									
31	Sabtu									

Gambar 3.23 Content Planner 2

Selain itu, penulis mengklasifikasikan jenis konten yang akan dibuat, seperti flyer, postingan Instagram, dan lainnya, agar lebih

terstruktur. Untuk memantau progres, penulis membuat status yang berfungsi sebagai peringatan bahwa tugas tersebut telah dikerjakan. Penulis juga menyertakan kolom untuk link referensi yang dapat diakses bersama tim, serta mengumpulkan aset digital yang diperlukan untuk keperluan desain. Dengan pendekatan ini, penulis berharap dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas dalam pengelolaan konten di media sosial.



Gambar 3.24 Jumlah Tayang Akun Instagram

Penulis merasa sangat senang karena meskipun akun Instagram tersebut sebelumnya sepi, ternyata jumlah tayangan di akun media sosial ini meningkat dibandingkan tahun sebelumnya.

Dengan pendekatan yang sistematis dan kolaboratif, penulis berharap dapat memberikan kontribusi positif pada tim dan meningkatkan visibilitas kegiatan MAKIS di kalangan pegawai Kementerian BUMN serta masyarakat luas. Pengalaman ini tidak hanya mengasah

keterampilan desain, tetapi juga mengajarkan pentingnya perencanaan dan strategi dalam publikasi media sosial.

3.4 Kendala dan Solusi Pelaksanaan Magang

Selama menjalani magang di Kementerian BUMN sebagai desainer grafis, penulis menghadapi berbagai kendala dan tantangan. Masalah-masalah ini muncul dalam proses penyesuaian dengan lingkungan kerja, pelaksanaan tugas sehari-hari, serta dalam menyelesaikan proyek-proyek tambahan yang diberikan. Meskipun demikian, setiap tantangan yang dihadapi menjadi bagian penting dari proses pembelajaran yang memperkaya kemampuan profesional dan keterampilan teknis penulis di bidang desain grafis. Untuk mengatasi masalah yang muncul, penulis terus berkomunikasi aktif dengan supervisor dan rekan magang, mencari sumber referensi yang relevan, serta mengambil inisiatif untuk menemukan solusi mandiri yang sesuai dengan standar Kementerian BUMN dan employer branding. Melalui pendekatan ini, penulis mampu menyelesaikan tugas-tugas yang diberikan dengan baik dan mendapatkan pengalaman nyata dalam menghadapi dinamika di dunia kerja.

3.4.1 Kendala Pelaksanaan Magang

Selama menjalani praktek kerja magang di Kementerian BUMN sebagai desain grafis, penulis menghadapi beberapa kendala yang cukup menantang. Di proyek MAKIS, penulis diminta untuk menjadi PIC dan mengelola akun Instagram Masjid Kementerian BUMN, yang membuat penulis belajar dari nol. Tantangan ini terasa semakin berat dengan waktu yang mepet dan tekanan untuk selalu memenuhi deadline. Meskipun demikian, penulis berusaha menjadikan pengalaman ini sebagai pembelajaran yang sangat bermanfaat.

Selain itu, penulis juga menghadapi kendala dalam mendapatkan aset desain yang diperlukan, seperti foto gedung dalam resolusi tinggi. Kesulitan ini membuat penulis kesulitan dalam menciptakan konten visual yang menarik.

3.4.2 Solusi Pelaksanaan Magang

Untuk mengatasi kendala dalam mengelola akun Instagram, penulis mulai mengatur waktu dengan lebih baik dan membuat rencana konten yang jelas. Dengan menyusun content planner, penulis dapat memprioritaskan tugas dan memastikan setiap postingan siap tepat waktu. Penulis juga berusaha untuk berkolaborasi lebih intensif dengan anggota tim lainnya, sehingga dapat berbagi ide dan mendapatkan masukan yang konstruktif.

Mengenai kesulitan dalam mendapatkan aset desain, penulis mencari alternatif sumber gambar, seperti situs penyedia foto gratis dengan kualitas tinggi, dan berusaha untuk menjalin komunikasi dengan tim untuk mendapatkan akses ke foto resmi yang mungkin tersedia. Dengan pendekatan ini, penulis berharap dapat terus meningkatkan keterampilan dan memberikan kontribusi yang lebih baik dalam proyek-proyek mendatang.

