

## BAB III

### PELAKSANAAN KERJA

#### 3.1 Kedudukan dan Koordinasi Pelaksanaan Kerja

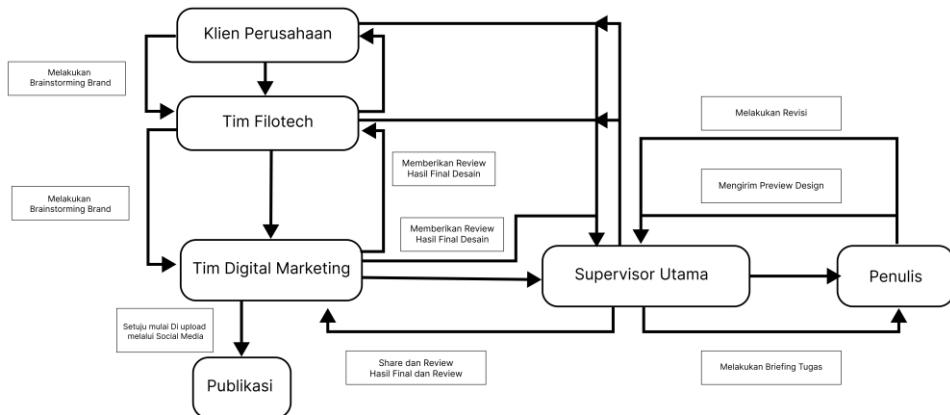
Dalam Perusahaan Filotech ID ini, Penulis menyepakati bersama dengan 2 HRD (*Human Resources Department*) yaitu Kepala Perusahaan (CEO) dan Marketing Manager sekaligus memiliki kedudukan sebagai Graphic Design Intern. Posisi yang disepakati bersama merupakan pekerjaan dengan jenis magang dan bekerja di Bagian *Digital Marketing*. Adapun kedudukan juga dalam alur Koordinasi, Penulis dengan *Supervisor Utama* di Tim Digital Marketing, termasuk Tim Filotech lainnya dalam Pergerjaan suatu Proyek Kampanye dalam Perusahaan ini secara Online *Work From Home* Sebagai Berikut:

##### 3.1.1 Kedudukan Pelaksanaan Kerja

Pada Tim Digital Marketing di Perusahaan Filosofi Teknologi Indonesia (Filotech ID), Kedudukan Penulis sebagai *Graphic Designer Intern* berada pada di bawah arahan oleh Supervisor Utama sekaligus merupakan *Marketing Manager* di Tim Filotech ID untuk Bagian *Tim Digital Marketing*. Sehingga dengan setiap Proyek Desain yang dikerjakan oleh Penulis, akan dibimbing oleh mereka secara lapangan.

##### 3.1.2 Koordinasi Pelaksanaan Kerja

Dalam proses kerja di Perusahaan Filotech, penulis berada bagian dari *Graphic Designer Intern* di *Digital Marketing*, dimana penulis bekerjasama dengan Tim Filotech termasuknya *Supervisor Utama*. Penulis menjalankan pekerjaan sesuai dengan instruksi dari Tim Filotech dalam Kebutuhan Desain dan Pemasaran Digital yang diperlukan tersebut dibagikan kepada *Supervisor Utamanya* itu sendiri melalui dua Komisaris tersebut. Berikut merupakan bagan yang berisi penjelasan mengenai informasi alur koordinasi pekerjaan yang penulis lakukan magang di perusahaan Filotech ID



Gambar 3.1 Bagan Alur Koordinasi (2025)

Dalam Gambaran Bagan Alur Koordinasi di atas ini, bahwa Penulis menjalani kegiatan magang sebagai *Graphic Designer Intern* di bagian pemasaran digital Perusahaan Filotech ID. Penulis terlibat dalam proses kerja yang terorganisir dan kolaboratif bersama berbagai pihak, termasuknya Klien Perusahaan, Tim Filotech, Tim Digital Marketing terutama timnya Supervisor Utama, serta Penulis sendiri. Proses ini dimulai dengan permintaan dari klien Perusahaan yang memberikan brand Guidline atau Tone Of Voice kepada Tim Filotech untuk melaksanakan tahap Brainstorming Brand dalam Projek Filotech tersebut. Setelah ide dan konsep diperoleh, Tim Filotech menyerahkannya kepada Tim Digital Marketing untuk memenuhi kebutuhan desain perusahaan, sementara Marketing Manager yang berperan sebagai *Supervisor Utama* magang melakukan briefing tugas desain dan mengalihkan tugas desain tersebut kepada Penulis.

Setelah Penulis memahami tugas tersebut, Penulis mulai mendesain sesuai dengan briefing tugas yang disampaikan oleh *Supervisor Utama*. Hasil rancangan awal akan dikirimkan sebagai preview desain kepada *Supervisor Utama* untuk mendapatkan umpan balik. Berdasarkan preview tersebut, *Supervisor Utama* akan memberi arahan untuk melakukan revisi. Proses

revisi ini bersifat berulang, di mana Penulis akan terus memperbarui desain dan mengirimkan preview yang telah direvisi hingga Supervisor Utama merasa desain tersebut sudah memadai.

Ketika desain yang telah dirancang selesai dan mendapatkan persetujuan, *Supervisor Utama* harus berkonsultasi langsung dengan Klien Perusahaan atau Tim Filotech untuk memperoleh umpan balik atau persetujuan lebih lanjut terkait desain final yang telah dibuat oleh Penulis. Bila desain sudah final dan disetujui, Supervisor Utama akan membagikannya kepada anggota lainnya dalam Tim Digital Marketing, khususnya bagian Sales, untuk dibagikan dan ditinjau secara keseluruhan. Selain itu, ada jalur di mana Tim Digital Marketing dapat memberikan tinjauan terhadap hasil final desain secara langsung kepada Klien Perusahaan atau Tim Filotech, agar Tim Digital Marketing dapat segera mempublikasikan Hasil Final Desain melalui media sosial. Dengan cara ini, terlihat adanya beberapa titik koordinasi dan persetujuan sepanjang proses pengerjaan tugas Penulis selama Magang di Perusahaan Filotech.

### 3.2 Tugas yang Dilakukan

Penulis menjalani magang selama enam bulan di Filotech, yang berlangsung dari 1 Agustus 2025 hingga 2 Januari 2026 untuk menyelesaikan tiga tahap: ide/konsep, storyboard, dan penyuntingan akhir. Berikut adalah rincian pekerjaan penulis selama magangnya di Filotech ID.

Tabel 3.1 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Kerja

Minggu	Tanggal	Proyek	Keterangan
1	1 Agustus 2025 – 2 Agustus 2025	Pembuatan Desain Karakter Maskot dan Ilustrasi Promosi Filotech LMS	- Di saat Pengenalan Penulis dan Supervisor Utama melalui Online Zoom, Supervisor memberikan tugas kepada Penulis dalam membuat maskot karakter dan Poster Ilustrasi untuk Filotech LMS

		<b>(Tugas Utama)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>(Learning Management System)</li> <li>- Penulis membuat Sketsa Desain Karakter Maskot dan menentukan Warna Palet untuk Desain Iklan Ilustrasi Filotech LMS</li> <li>- Melakukan Review Final Design ke Supervisor Utama</li> <li>- Submit ke Folder Google Drive Filotech</li> </ul>
2	3 Agustus 2025 – 14 Agustus 2025	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pembuatan Iklan Poster Kampanye Kursus Filotech LMS Facebook ukuran 4:3</li> </ul> <p><b>(Tugas Tambahan)</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Penulis membuat Sketsa Ilustrasi Iklan Poster untuk Media Promosi Filotech LMS untuk Facebook dengan berukuran 4:3</li> <li>- Penulis mengedit dan merancang Iklan Poster Filotech LMS</li> <li>- Setelah Final, Penulis perlu Minte Review dari Supervisor Utama dan bersedia untuk submit</li> </ul>
3	4 Agustus 2025 – 10 Agustus 2025	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat Desain konsep Logo Klien Sanova</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Di saat Pengenalan Penulis dan Supervisor Utama melalui Online Zoom, Supervisor Utama memperkenalkan Keplla Perusahaan Filotech dimana Kepala Perusahaan ini memberikan tugas kepada Penulis dalam membuat logo Sanova</li> </ul>
4	14 Agustus 2025 – 28 Agustus 2025	<ul style="list-style-type: none"> <li>Pembuatan Iklan Kampanye Motion Graphic Filotech LMS Ukuran Potrait Versi 1</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Penulis membuat Sketsa Ilustrasi Iklan Video Motion Graphic “Perkenalkan Filotech LMS”</li> <li>- Penulis Merancang Asset Ilustrasi dan Ikon untuk Video Iklan Motion graphic</li> <li>- Penulis Mengedit dan Menganimasikan Iklan Motion Graphic Filotech LMS</li> </ul>

		<b>(Tugas Utama)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Setelah Final, Penulis perlu Minte Review dari Supervisor Utama dan bersedia untuk submit</li> </ul>
5	4 September 2025 – 29 September 2025	Pembuatan Iklan Kampanye Motion Graphic Filotech LMS Ukuran Potrait Versi 2 <b>(Tugas Utama)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Penulis membuat Sketsa Ilustrasi Iklan Video Motion Graphic “Perkenalkan Filotech LMS”</li> <li>- Penulis Merancang Asset Ilustrasi dan Ikon untuk Video Iklan Motion graphic</li> <li>- Penulis Mengedit dan Menganimasikan Iklan Motion Graphic Filotech LMS</li> <li>- Setelah Final, Penulis perlu Minte Review dari Supervisor Utama dan bersedia untuk submit</li> </ul>
6	4 September 2025 – 1 Oktober 2025	Pembuatan Iklan Kampanye Motion Graphic Filotech LMS Ukuran Potrait Versi Mock Up <b>(Tugas Utama)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Penulis membuat Sketsa Ilustrasi Iklan Video Motion Graphic “Perkenalkan Filotech LMS”</li> <li>- Penulis Merancang Asset Ilustrasi dan Ikon untuk Video Iklan Motion graphic</li> <li>- Penulis Mengedit dan Menganimasikan Iklan Motion Graphic Filotech LMS</li> <li>- Penulis Menambahkan Mock up Laptop dengan tampilan prototipe software produk Filotech LMS</li> <li>- Setelah Final, Penulis perlu Minte Review dari Supervisor Utama dan bersedia untuk submit</li> </ul>
7	1 Oktober 2025-14 Oktober 2025	Pembuatan Iklan Kampanye Motion Graphic Filotech RME (Rekam)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Penulis perlu Meneliti dari referensi yang akan digunakan untuk pengajaran tugas Motiona Grphic Tersebut</li> <li>- Penulis Mengedit dan Menganimasikan Iklan</li> </ul>

		Medis Elektronik Ukuran Portrait Versi 1 <b>(Tugas Tambahan)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Motion Graphic Filotech RME</li> <li>- Penulis Menambahkan Mock up Laptop dengan tampilan prototipe software produk Filotech RME</li> <li>- Setelah Final, Penulis perlu Minte Review dari Supervisor Utama dan bersedia untuk submit</li> </ul>
8	14 Oktober 2025 – 27 Oktober 2025	Pembuatan Iklan Kampanye Motion Graphic Filotech RME (Rekam Medis Elektronik) Ukuran Portrait Versi 2 <b>(Tugas Tambahan)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Penulis perlu Meneliti dari referensi yang akan digunakan untuk pengerajan tiga Motiona Grphic Tersebut</li> <li>- Penulis Mengedit dan Menganimasikan Iklan Motion Graphic Filotech RME</li> <li>- Penulis Menambahkan Mock up Laptop dengan tampilan prototipe software produk Filotech RME</li> <li>- Dengan Perjalanan saat penulis mengerjakan tugas tersebut justru supervisor diminta untuk hold sementara karena perngatian brand oleh tim Filotech yang Filotech RME menjadi “FiloClinic”</li> </ul>
9	28 Oktober 2025 – 18 November 2025	Pembuatan Video Motion Graphic Mock Up “Tata cara Menggunakan Sistem Aplikasi Sanova” <b>(Tugas Tambahan)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Penulis membuat Sketsa Ilustrasi Iklan Video Motion Graphic Aplikasi Sanova</li> <li>- Penulis Merancang Asset Mock Up dan Grafik desain untuk Video Motion Graphic</li> <li>- Penulis Mengedit dan Menganimasikan Iklan Motion Graphic</li> <li>- Penulis Menambahkan Mock up Laptop dengan tampilan prototipe Aplikasi Sanova</li> <li>- Setelah Final, Penulis perlu Minte Review dari Supervisor</li> </ul>

			Utama dan bersedia untuk submit
--	--	--	---------------------------------

### 3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja

Penulis melaksanakan program magang di PT Filosofi Teknologi Indonesia (Filotech ID) sebagai *Graphic Designer Intern* di mana penulis mengerjakan setiap kebutuhan Desain yang penting untuk berjalannya Perusahaan Filotech seperti Membuat Video Editing *Motion Graphic* ukuran Portrait dan Postingan visual di media sosial seperti Instagram dan Facebook, dan Membuat Desain Brand Maskot mengenai Produk Sistem Filotech khusus Kursus / Bimbel secara Digital adalah Filotech LMS (*Learning Management System*) untuk perusahaan yang termasuk membuat konten yang akan digunakan sebagai desain iklan promosi untuk mempromosikan Produk Filotech LMS (*Learning Management System*) melalui media sosial.

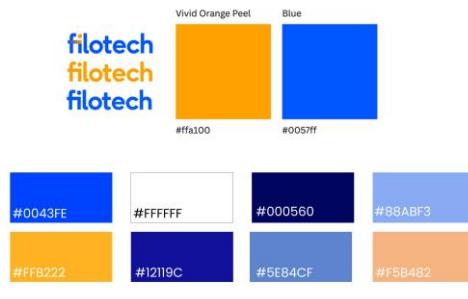
#### 3.3.1 Proses Pelaksanaan Tugas Utama Kerja

Dalam tugas utama ini, Penulis mengerjakan sebuah proyek utama yaitu membuat sebuah Desain Iklan Promosi dengan bentuk Motion Graphic mengenai produk Filotech LMS (*Learning Management System*) yang merupakan Produk Filotech khusus untuk lingkungan kursus atau bimbingan belajar secara digital maupun untuk pemilik usaha bimbingan belajar atau siswa kursus bimbel itu sendiri. Pengerjaan tugas utama ini dilakukan berdasarkan *Briefing* yang diberikan oleh *Supervisor Utama* dan Tim Filotech, yang berisi arahan gaya visual, *Tone Of Voice*, warna palet dan ilustrasi yang dikirimkan oleh *Supervisor Utama* penggambaran referensi gambaran Ilustrasi *Motion Graphic* Filotech LMS menjadi acuan dalam proses perancangan Desain Iklan *Motion Graphic*.

## TONE OF VOICE

"Friendly, Warm, Coaching"

- Memposisikan Filotech sebagai Coach digital mereka untuk mengembangkan bisnis secara digital
- Friendly - menjadi rekan para owner kursus untuk bertumbuh dan tempat untuk bertanya
- Warm - menunjukkan service yang hangat dan terpercaya



Gambar 3.2 Tone Of Voice dan Warna Palet Logo Filotech ID

Berikut dari Tampilan Gambaran Referensi pertama ini merupakan bagian Tone Of Voice yaitu *"Friendly, Warm, Coaching,"* yang menegaskan posisi Filotech sebagai *coach* digital bagi klien dalam mengembangkan bisnis secara digital. Dengan bergaya komunikasi yang friendly, Filotech memberikan dukungan penuh layaknya partner yang ramah dan dapat diandalkan. Sementara itu, pada aspek warm ditunjukkan melalui pelayanan yang hangat dan terpercaya, sehingga membangun hubungan emosional yang positif dengan para pengguna.

Dalam pilihan warna palet yang digunakan untuk *mendukung Tone Of Voice* Filotech terdiri Palet warna biru pekat dan *Vivid Orange* serta dari kombinasi warna pelengkap, seperti putih, biru tua, biru muda, dan oranye lembut untuk memberikan sebuah nuansa kehangatan dengan energi positif dalam tampilan visual. Seluruh kombinasi warna ini memperkuat pesan utama Filotech sebagai brand yang ramah, interaktif, mudah didekati untuk membangun kepercayaan dan kredibilitas dalam Ilustrasi Visual Poster tersebut.

#### TUGAS BRIEFING 3

Storyboard Motion Graphic – Perkenalkan Filotech LMS Versi 2  
(±30 detik)

Referensi Style Gambar Motion graphic Filotech LMS



#### TUGAS BRIEFING 3

Storyboard Motion Graphic – Perkenalkan Filotech LMS Versi 2 (±30 detik)

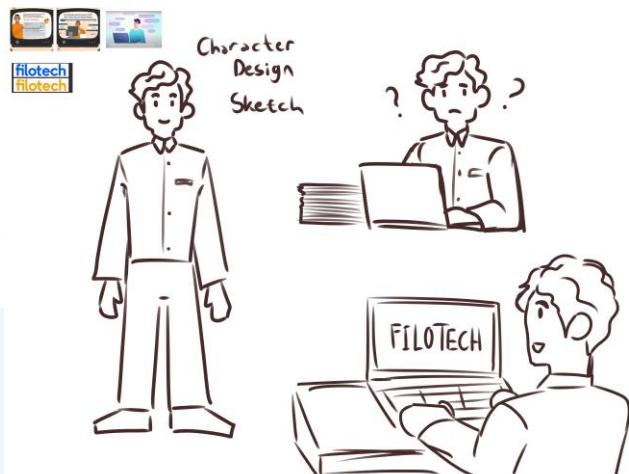
Referensi Gambaran Video Motion Graphic



Gambar 3.3 Referensi untuk Motion Graphic Filotech LMS

Dengan menggunakan referensi gambar berkonsep simple *flat design* dan simple yang diberikan oleh *Supervisor Utama* saat briefing agar Penulis bisa mudah dapat penggambaran dalam membuat poster ilustrasi dan perancangan desain karakter brand maskot tersebut.

Setelah melakukan *Briefing* dan telah diberikan tugas proyek oleh *Supervisor Utama*, Penulis memulai sebuah sketsa brand maskot ke tahap pertama yaitu membuat sketsa kasar dengan tampilan gambar karakter maskot pria atau Pemilik usaha kursus dengan berambut keriting, memakai baju kemeja dan celana panjang yang rapi dan bersih serta tampilan si karakter sedang Memegang Laptop dengan ekspresi bingung dan senang.



Gambar 3.4 Sketsa Karakter Maskot Filotech LMS

Setelah melakukan ke tahap sketsa, Penulis mewarnai dan mengembangkan pada maskot ini dengan penyesuaian warna, gradasi, serta detail visual dengan sesuai warna palet dan referensi yang diberikan oleh *Supervisor Utama* agar terlihat lebih simple dan modern serta berupa seperti orang lokal Indonesia, sekaligus memastikan konsistensi pada visualisasi brand Filotech.



Gambar 3.5 Final Karakter Maskot Filotech LMS

Berikut dari tampilan ini merupakan Hasil Final Desain yang sudah di *review* oleh masukan *Supervisor Utama* untuk Asset Ilustrasi karakter brand Maskot Filotech demi memastikan karakter mudah dikenali dan siap digunakan pada berbagai kebutuhan Media Desain Iklan Kampanye “Brand Awaness Filotech” ini.

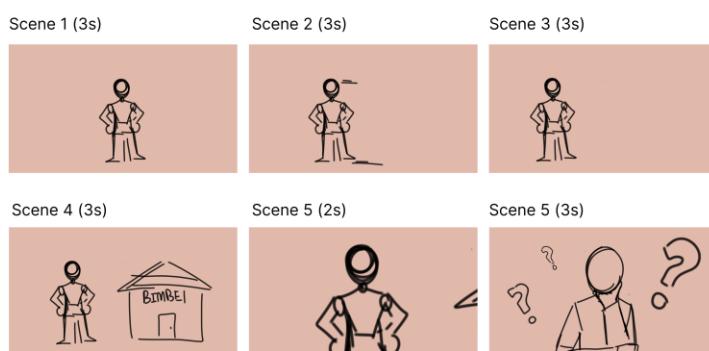
Sebelum penulis memulai penggerjaan desain video Iklan *Motion Graphic* untuk produk Filotech LMS, penulis mencari jenis font yang sesuai dan mudah dibaca agar pesan dalam poster dapat tersampaikan dengan efektif. Dalam Gambaran pada Tipografi ini merupakan Jenis Font yang akan digunakan untuk Penulis saat mengerjakan desain iklan Motion graphic adalah Font Poppins yang merupakan gaya *Typeface Sans Serif* dengan dua gaya teks yaitu *Medium* untuk Badan teks dan Subjudul. Penulis menggunakan komposisi tipografi font Poppins ini agar tampilan pada Desain Poster dengan Font Poppins ini terlihat mnejadi modern, jelas, dan mudah terbaca, sekaligus memberi nuansa profesional dan konsisten pada seluruh media visual yang digunakan dalam Desain Iklan Kampanye Motion Graphic Filotech LMS dengan tulisan font dapat memiliki tingkat hierarki yang terstruktur sehingga pesan yang ingin disampaikan bisa diterima dengan baik dan efektif.



Gambar 3.6 Tipografi Poppis Medium

Setelah Penulis sudah mencari jenis font yang akan digunakan untuk dengan bentuk Motion Graphic mengenai produk Filotech LMS (*Learning Management System*) dengan Judul Tema “Yuk Gunakan Filotech” yang

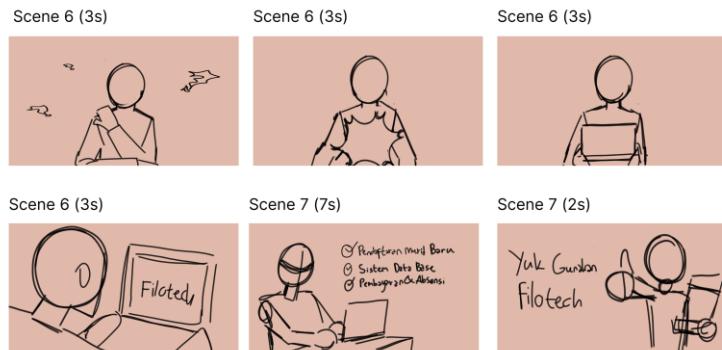
merupakan Video Motion Graphic yang akan di Submit ke Google Drive dan *Publish* ke Media Sosial terutama Instagram Reels Akun Filotech ID. Dengan Perancangan ini. Penulis memulai dari Sketsa Story Board dari Scene 1 hingga Scene 7 dalam bentuk ratio 16:9 (1920x1080 Piksel) untuk format *Instagram Reels*. Namun perlu dibentuk secara Potrait untuk Final video desain pada Desain Iklan Kampanye Filotech LMS Motion Graphic. Dari dua halaman storyboard mulai dari Scene 01 ke Scene 07 durasi 34 Detik, , dimana tiap panel disesuaikan dengan estimasi durasi video agar pesan visual dan narasi dapat tersampaikan secara ringkas namun tetap adanya informatif yang jelas.



Gambar 3.7 Story Board Desain Iklan Filotech LMS Halaman 1

Dalam gambaran pada halaman storyboard awal, di Scene 1 ke Scene 4 menampilkan sebuah karakter yang mewakili pemilik usaha kursus atau pusat bimbingan belajar yang sedang mempertimbangkan untuk meng-upgrade sistem pembelajaran mereka. Visual karakter yang berdiri di depan gedung “Pusat Bimbingan Belajar”, bersama dengan pose ekspresifnya, memperkuat pernyataan naratif, “Apakah Anda pemilik kursus atau pusat bimbingan belajar yang ingin meng-upgrade sistem pembelajaran?” Selanjutnya, di Scene yang ke- 5 menggambarkan kebingungan karakter, disertai tanda tanya yang mewakili pertanyaan penting dalam skrip, “Apakah Anda telah menemukan mitra digital yang tepat untuk mengembangkan

kursus Anda?” Bagian ini membangun urgensi dan kebutuhan akan solusi digital yang relevan.



Gambar 3.8 Story Board Desain Iklan Filotech LMS Halaman 2

Ke halaman selanjutnya yaitu beralih ke storyboard bagian *Scene 6* yang berfungsi sebagai pengenalan dengan tampilan visual logo dan platform Filotech, mendukung narasi “Memperkenalkan Filotech!”. Sementara itu, di *Scene 7*, karakter-karakter terlibat dalam aktivitas digital seperti pendaftaran, pengelolaan database, pembayaran, dan kehadiran, didukung oleh skrip “Tinggalkan metode manual, percayakan Filotech untuk pendaftaran mahasiswa baru, sistem database, pembayaran, dan kehadiran!”. Dalam desain iklan video ini berakhir di *Scene 8* dengan ajakan bertindak, “Coba demo GRATIS sekarang!” yang menekankan ajakan kepada penonton untuk segera mencoba solusi LMS Filotech, yang praktis dan efisien pada setiap Story board yang telah dibuat oleh Penulis itu sendiri.

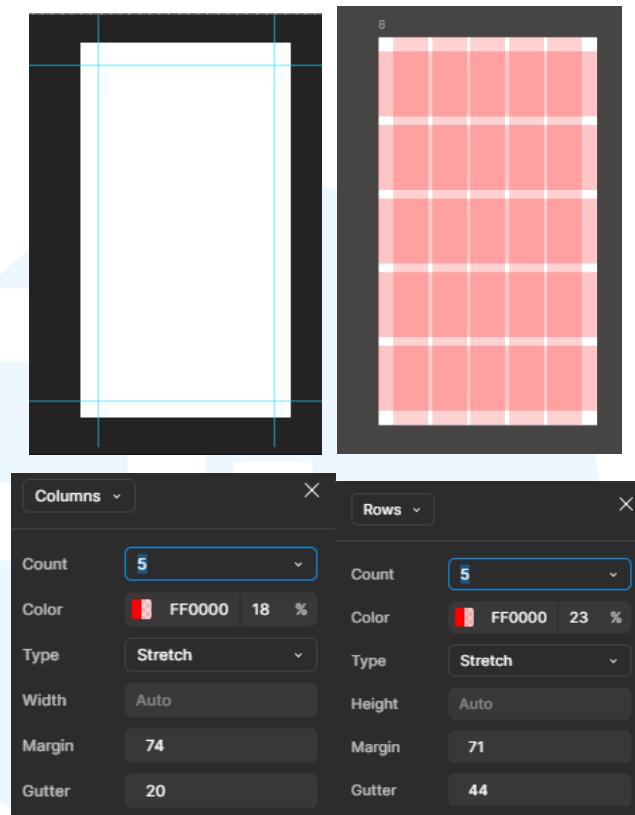
Setelah Penulis melakukan tahap StoryBoard dan telah disetujui oleh Supervisor Utama. Penulis melanjutkan ke tahap membuat asset ilustrasi pada desain karakter yang sudah dibuat sebelumnya untuk video iklan Motion Graphic Filotech ini. Penulis menggunakan dua software yaitu Adobe Photoshop dan FireAlpaca dalam pembuatan asset karakter brand maskot tersebut.



Gambar 3.9 Tahap Membuat Maskot Filotech LMS

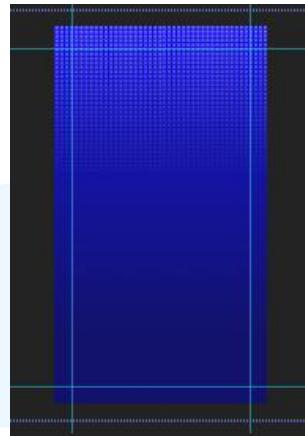
Dalam Proses pada pengerjaan pada software Adobe Photoshop CC, Penulis membuat new file dalam bentuk portrait (10808x1920 piksel) sebagai file yang akan dimpor menjadi composition di adobe After effect CC yang merupakan software editing video motion graphic. Penulis meletakkan gambar sketsa story board itu ke canvas file agar dapat mempercepat pengerjaan tugas asset ilustrasi dan menggunakan sebuah alat pen tool dimana alat ini dapat memperhalus bentuk vektor pada sketsa karakter dari setiap per layer. Setelah gamabar ilustrasi karakter nya sudah jadi, lanjut ke save as dengan nama “Karakter 1” agar dapat menyimpan pada file photoshop itu sendiri.

Ke tahap selanjutnya, penulis memastikan di setiap elemen telah diatur dengan komposisi margin menggunakan view ruler yang sesuai kebiasaan kerja penulis sendiri. Hal ini penting untuk mengukur layout, sehingga asset yang akan ditambahkan ke dalam composition bisa tertata rapi dan tidak keluar dari area aman desain. Penulis juga menerapkan sistem jenis grid di software Figma sebagai penentuan ukuran pada layout Composition adalah Modular Grid dengan *Column* dan *Rows* 5 px, *Margin* 71 px , yang sangat efektif untuk memudahkan penempatan dan pengorganisasian berbagai elemen visual pada setiap scene, mulai dari background hingga konten utama.



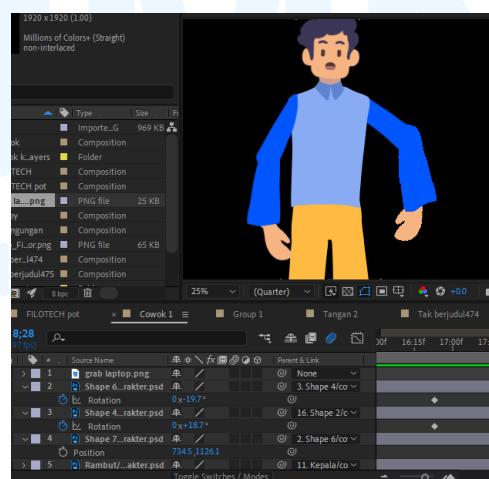
Gambar 3.10 Tampilan Margin dan grid Video Motion Graphic 1

Setelah margin dan grid selesai diatur, penulis membuat bentuk rectangle dan memilih warna gradasi biru yang telah ditentukan sesuai palette Filotech. Gradasi biru ini sengaja dipilih untuk memberikan kesan modern, profesional, dan sesuai warna identitas brand. Agar tampilan video tidak monoton, penulis menambahkan asset berbentuk titik kotak pada background. Elemen ini berfungsi sebagai dekorasi tambahan yang mempercantik visual, memberi kesan dinamis tapi tetap halus, serta mengisi ruang kosong agar layout tidak terlihat sepi atau membosankan. Dengan penambahan asset titik kotak ini, atmosfir video menjadi jauh lebih menarik dan tampilan secara keseluruhan lebih harmonis serta *eye catching* bagi audiens.



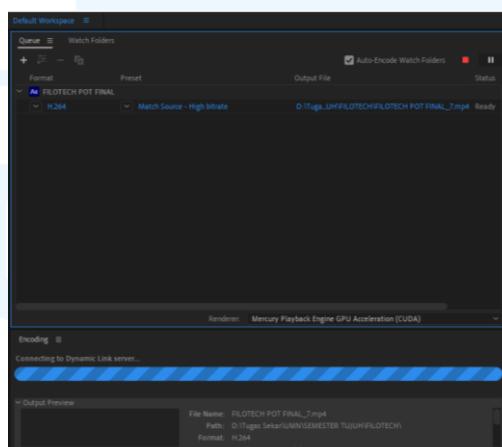
Gambar 3.11 Tampilan Margin dan Grid Video Motion Graphic 2

Setelah menentukan layout pada Desain Penulis mulai mengedit dan Menganimasikan desain iklan Kampanye Filotech LMS Motion Graphic ini dengan Adobe After Effect. Dimana penulis dapat memecah setiap elemen desain menjadi layer terpisah, kemudian mengatur gerakan animasi dengan menyatu kerangka-kerangka rigging ilustrasi karakter pada setiap bagian sesuai storyboard yang telah dirancang. Dengan memanfaatkan berbagai fitur efek visual dan timeline animasi di After Effect, penulis memastikan transisi antar scene berjalan halus serta pesan promosi tersampaikan secara dinamis dan menarik bagi audiens.



Gambar 3.12 Tahap mengedit Video Motion Graphic Filotech LMS

Setelah proses pengeditan dan animasi motion graphic berdurasi 34 detik selesai, penulis melanjutkan dengan membuka software Adobe Media Encoder, yaitu aplikasi khusus Adobe untuk mengekspor file video dari After Effect maupun Premiere Pro. Proses ekspor yang dilakukan oleh penulis dengan menekan tombol ikon (+) dibagian atas untuk menambahkan file, lalu memilih composition yang akan diekspor menjadi format video. Selanjutnya penulis menunggu hingga proses ekspor dan klik ikon play di bagian kanan atas dan sudah ekspor tersebut sudah selesai sepenuhnya agar memperoleh hasil output video yang optimal untuk kualitas pada video Iklan Motion Graphic.



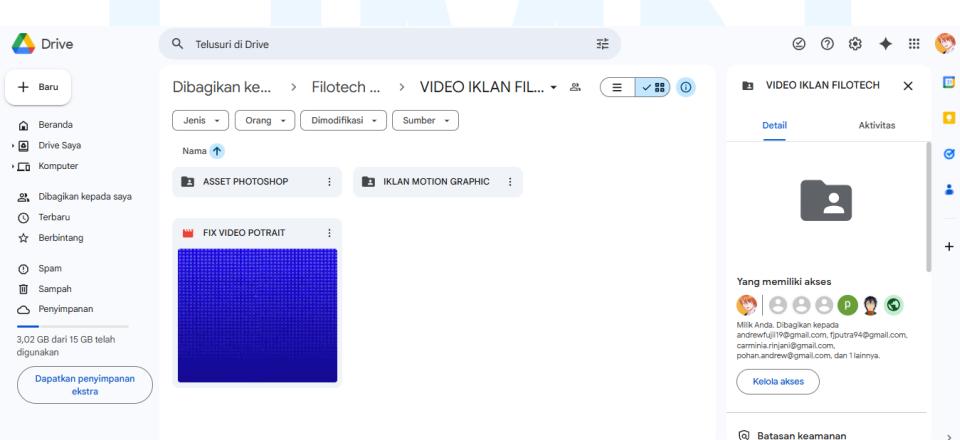
Gambar 3.13 Tahap render Video Motion Graphic Filotech LMS

Kemudian, penulis melakukan peninjauan kembali terhadap preview video desain iklan tersebut guna memastikan seluruh animasi, sinkronisasi gerak, dan pesan sudah sesuai serta tidak ada kekurangan baik secara teknis maupun visual. Jika ditemukan bagian yang kurang sempurna atau perlu direvisikan, penulis segera melakukan perbaikan hingga kualitas pada video desain iklan tersebut benar-benar maksimal sebelum dikirim ke Google Drive dan melapor hasil preview desain ke *Supervisor Utama*.



Gambar 3.14 Desain Final Iklan Motion Graphic Filotech LMS Potrait 1

Setelah yakin hasil akhir video sudah sesuai standar dan editing telah sempurna, penulis mengunggah file video desain iklan ke Google Drive sebagai bentuk dokumentasi sekaligus untuk memudahkan proses distribusi untuk menginformasikan kepada supervisor bahwa video desain iklan produk Filotech LMS (*Learning Management System*) sudah siap untuk dipublikasikan dan diunggah ke media sosial agar dapat segera menjangkau audiens yang ditargetkan.



Gambar 3.15 Tahap Submit Video Motion Graphic Filotech LMS

Dengan seluruh proses pengerjaan yang dilakukan oleh penulis mulai dari tahap briefing tugas ke tahap pengumpulan submit ke google drive dalam penyerahan hasil video berjalan secara terstruktur dan sesuai arahan briefing dari Tim Filotech sekalipun Supervisor Utama itu sendiri. Supervisor Utama Memulai Upload Desain Iklan Kampanye untuk Produk Filotech LMS (*Learning Management System*) ke Media Sosial terutama Instagram Reels sebagai pengehargaan pertama Penulis yang sudah mengerjakan tugas Proyek Utama ini berjalan dengan baik.



Gambar 3.16 Desain Final Iklan Motion Graphic Filotech LMS Potrait 2  
Sumber : Instagram Filotech ID (2025)

### 3.3.2 Proses Pelaksanaan Tugas Tambahan Kerja

Selama Penulis Menyelesaikan Tugas Proyek Utama dalam membuat ilustrasi dan video *Motion Graphic* untuk Promosi Produk Filotech LMS (*Learning Management System*). Penulis juga diberikan Tugas tambahan oleh Supervisor Utama. Berikut Tugas-Tugas Tambahan Penulis yang dilakukan dalam Magang di Perusahaan Filotech ID :

### 3.3.2.1 Desain Iklan Postingan Facebook Iklan Filotech LMS

Dalam perancangan tugas tambahan pertama ini, Penulis membuat ilustrasi postingan ukuran 1080x1350 piksel untuk upload ke Media Sosial terutama Facebook sebagai media desain iklan untuk mempromosikan produk Filotech LMS (Learning Management System). Perancangan tugas ini diberikan oleh Supervisor utama untuk Penulis sebagai Tugas Tambahan pertama dalam pertemuan briefing pertama melalui Zoom.

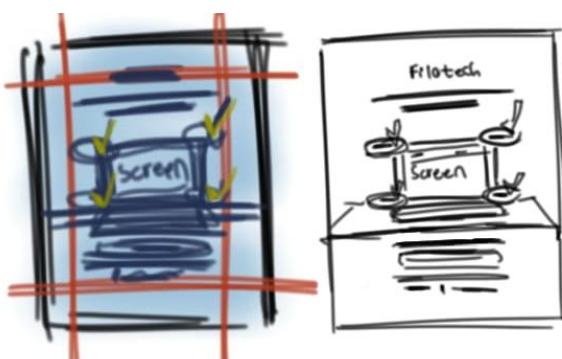


Gambar 3.17 Referensi Poster Facebook Filotech LMS  
Sumber : Instagram Filotech ID (2025,2021)

Dengan Referensi ini merupakan poster IG Filotech lama dimana dua gambar mengalami kendala dalam pembuatan poster terutama tanpa adanya layout poster Filotech tersebut sangat berantakan dan kurang rapi dalam peletakan teks kontak meskipun memiliki pewarnaan visual yang menarik sebagai warna dasar perusahaan Filotech LMS namun dapat berpengaruh dalam secara kerapian layout terutama tat letak teks tulisan “kontak kami” masih tidak terstruktur dengan baik. Dengan tanpa panduan fungsi layout yang konsisten, harus mengandalkan intuisi dalam desain poster itu sendiri sehingga bisa menghasilkan variasi gaya yang tidak seragam antar poster. Meskipun, dalam konteks branding digital dan

konsistensi visual sangatlah penting untuk membangun identitas merek yang kuat dan mudah dikenali oleh pengguna. Dengan karena itu, Tim Filotech termasuknya *Supervisor Utama* menyarankan tugas sangat disarankan agar Filotech LMS menyediakan template layout resmi yang dapat digunakan sebagai acuan dalam pembuatan materi promosi, sehingga setiap elemen desain dapat tersusun secara harmonis, informatif, dan tetap mencerminkan karakter profesional dari platform pembelajaran digital tersebut.

Setelah Penulis melakukan Referensi untuk Iklan Postingan Filotech Facebook. Dimulai dengan membuat sketsa mulai dari coretan layout dan grid garis merah yang berfungsi sebagai panduan tata letak asset yang akan diletakkan ke bagian canvas lalu sketsa pertama berfokus pada penempatan objek utama sementara sketsa kedua meruoakan sketsa yang mulai menyempurnakan bentuk produk dan tata letak hierarki teks dengan tujuan memastikan semua informasi penting dapat tersampaikan secara jelas dan terstruktur sebelum memasuki tahap digitalisasi yang jelas.

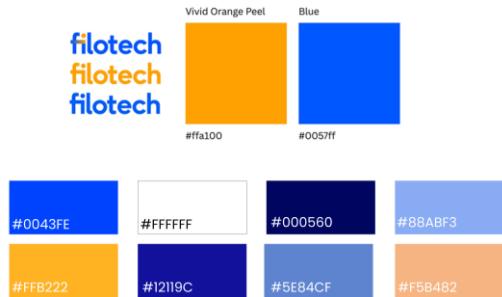


Gambar 3.18 2 Sketsa untuk Poster Filotech LMS (2025)

Setelah Penulis menyelesaikan pengerjaan sketsa dari layout ke hasil kesempurnaan desain visual untuk memudahkan desain Postingan iklan Filotech LMS. Penulis lanjut dengan pemilihan warna yang akan digunakan untuk mendesain poster Filotech LMS

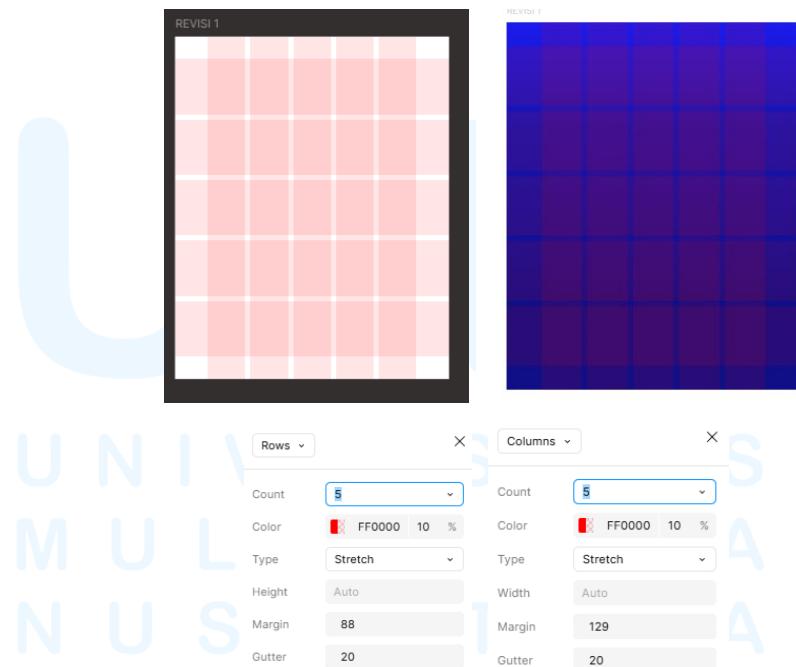
tersebut. Proses ini jadi krusial karena warna sangat berperan dalam membangun identitas brand dan menciptakan suasana yang sesuai dengan karakter produk. Penulis sengaja memilih kombinasi warna biru dan oranye yang khas dari brand Filotech. Biru seperti pada kode warna #0043FE atau #0057FF yang dipilih sebagai warna utama karena mampu memberikan nuansa profesional, percaya diri, dan modern. Biru juga mencerminkan teknologi dan inovasi, selaras dengan dunia digital yang jadi core bisnis Filotech LMS. Sedangkan warna oranye (#FFA100, #FFB222) digunakan sebagai aksen, memberikan kesan hangat, energik, dan menambah daya tarik visual sehingga desain nggak terkesan dingin atau monoton. Lalu, Warna biru tua (#000560, #12119C) dan putih (#FFFFFF) ikut melengkapi tampilan agar poster tetap bersih, mudah terbaca, serta memiliki keseimbangan antara kontras dan harmoni warna. Pemilihan gradasi dan variasi (seperti #5E84CF untuk biru muda, atau #F5B482 untuk oranye pastel) dimaksudkan agar desain dapat beradaptasi di berbagai media, misalnya feed Instagram, banner, maupun slide presentasi. Hasilnya, visual iklan Filotech LMS jadi terasa segar, profesional, dan tetap friendly di mata audiens.

Dengan mempertimbangkan makna dan psikologi warna, penulis berharap pesan yang ingin disampaikan melalui poster benar-benar sampai ke target user yaitu, Filotech LMS merupakan satu solusi teknologi yang modern, inovatif, dan sekaligus mudah diakses siapa saja. Danegan menyusun warna palet dapat membuat proses desain jadi lebih efisien, karena setiap aset visual yang akan dibuat nanti sudah punya acuan utama yang jelas untuk menjaga konsistensi brand.



Gambar 3.19 Warna Palet untuk Poster Filotech LMS

Setelah Penulis menyelesaikan penggerjaan sketsa dari layout ke hasil kesempurnaan dan sudah menentukan warna palet untuk awal perencanaan pada desain visual untuk memudahkan desain Postingan Iklan Filotech LMS. Penulis lanjut ke tahap mendesain dengan software Figma dimana penulis menambahkan sebuah frame ukuran 4:3 untuk ukuran frame layout yang akan penulis menambahkan asset nya dari desain tersebut dengan mudah.

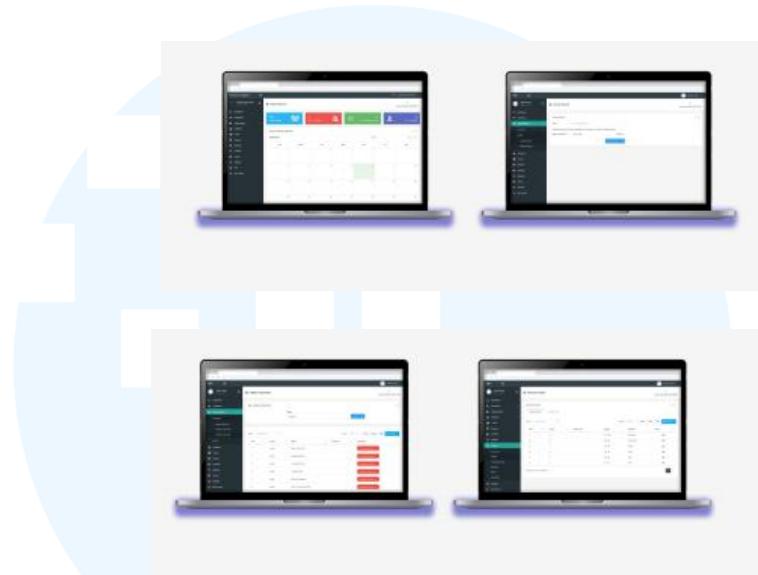


Gambar 3.20 Bentuk Layout Desain Poster Filotech LMS

Berikut dari proses tampilan layouting dengan jenis grid yang penulis gunakan yaitu Modular Grid ini dibentuk 5 kolom ukuran margin 88 dan 129 serta gutter ukuran 20 cm agar penulis mudah dalam pengerjaan tugas terutama measukkan bagian aset-aset yang penulis buatkan seperti aset vektor, teks, dan Mockup Laptop selain itu fungsi dari jenis Modular Grid ini dapat menjaga konsistensi visual semua elemen desain, memungkinkan penataan blok informasi (modul) secara teratur dan terorganisir, serta memudahkan modifikasi tata letak untuk ukuran atau platform lain tanpa mengorbankan hierarki visual yang telah ditetapkan. Grid yang terkalibrasi ini membuat desain poster Filotech LMS lebih profesional, seimbang, dan mudah dibaca.

Setelah Menentukan Layout untuk Permulaian Desain Postingan Filotech LMS. Penulis mulai membuat sebuah Mock Up Laptop Sebagai Asset utama yang pertama penulis menambahkan 4 tangkapan layar dari hasil website Filotech LMS yang dibuat oleh Tim Filotech sebelumnya dan dikirimkan oleh Supervisor Utama melalui Whatsapp agar penulis tidak perlu mencari asset ayar website itu sendiri karena perlu memastikan dengan akurasi visual produk yang akan diiklankan harus asli bukan dari internet, sehingga screenshot yang digunakan adalah representasi yang paling up-to-date dan resmi dari website Filotech LMS. Keempat tampilan layar tersebut, yang terdiri dari berbagai fitur utama website (seperti dasbor, kalender, dan halaman tugas), kemudian dimasukkan ke dalam bingkai Mock Up Laptop secara digital. Lalu perlu ditambahkan sebuah bentuk rectangle panjang dengan warna biru gelap secara belakang mock up laptopnya dengan efek Blur. Dengan Proses ini, yang ditunjukkan pada tampilan di bawah ini bertujuan untuk menyajikan produk Filotech secara realistik dan

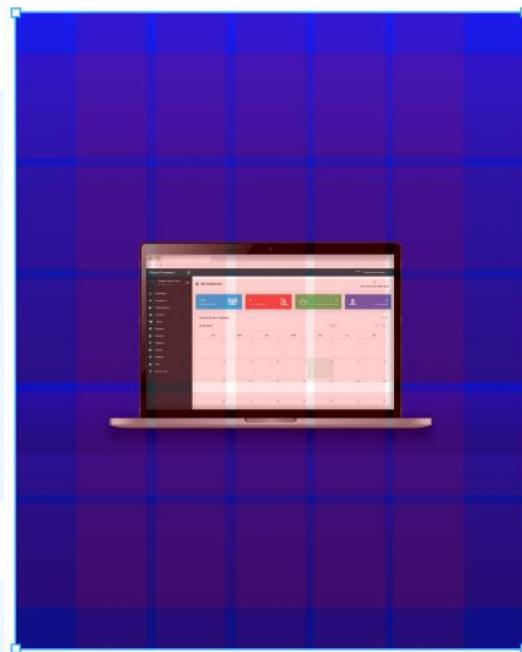
profesional, sekaligus menonjolkan fitur-fitur yang akan menjadi fokus utama dalam konten promosi.



Gambar 3.21 Peletakkan Mock Up Laptop Filotech LMS 1

Setelah mendesain Laptop Mock Up oleh Penulis. Dengan Asset Laptop mock up yang telah dibuat oleh penulis itu sendiri terutama memilih Mock Up Laptop Paertama (Bagian yang Kiri Pojok) diletakkan ke bagian tengah di modular grid dengan kotak grid baris 3 dan setengah baris 4 serta menambahkan sebuah bentuk rectangle sebagai Meja Laptop itu sendiri dengan berwarna biru tua gradasi sebagai visualisasi pada desain tersebut karena Dengan penambahan Meja Laptop dengan gradasi ini bertujuan untuk memberikan kedalaman pada ukuran *Depth* dan dimensi, menciptakan suasana ruang melalui *setting* yang profesional dan modern, sekaligus memperkuat konsistensi warna desain yang dominan biru. Selain itu, dengan Penempatan di tengah terutama untuk Mock Laptopnya dapat dilakukan untuk mencapai

keseimbangan visual dan menjadikannya fokus utama pada visualisasi desain, dengan sesuai dengan prinsip hirarki visual.



Gambar 3.22 Proses Peletakkan Mock Up Laptop Filotech LMS 2

Dengan Penulis meletakkan asset Mock Up Laptop di tengah Frame. Kemudian menambahkan sebuah bentuk Rectangle dengan menyunting kelengkungan bentuk lingkaran sekitar 45 serta adanya teks dengan bertulis Administrasi, Pembayaran, Absensi, dan Laporan Keuangan dan Asset Ikon Checklist Hijau sebagai tambahan Asset pada poster tersebut sehingga dalam aset-aset tersebut berfungsi sebagai Key Features yang ditawarkan pada Postingan Iklan Filotech LMS yang didesain, dimana seperti penempatan teks fitur di sekitar layar laptop dan penggunaan ikon checklist hijau bertujuan untuk mempercepat pemahaman audiens mengenai manfaat dan keunggulan sistem digital yang ditawarkan dan diasosiasikan dengan keberhasilan atau penyelesaian tugas, sehingga memberikan impact positif dan trust secara instan bahwa masalah administrasi bimbel pengguna dapat diselesaikan.

Selain itu Menambahkan sebuah Slogan “Saatnya Level Up Bimbel Kamu dengan sistem Digital!” ke bagian atas baris grid 1 tengah dan tambahkan foto Logo Filotech di atasnya bahwa menunjukkan bahwa postingan ini merupakan milik Perusahaan Filotech ID dengan Sistem Learning Management System. Sementara itu penempatan Kontak seperti Nomor Telepon Perusahaan dan Akun Instagram sebagai kepastian audiens mengetahui dengan bagaimana cara berinteraksi dan mendapatkan informasi pada postingan Filotech lebih lanjut dengan fitur yang ditampilkan, menjadikannya penutup yang efektif dan fungsional.



Gambar 3.23 Proses Peletakan Mock Up Laptop Filotech LMS 3

Dalam Mendesain Postingan ini Penulis membuat frame lagi dengan desain postingan filotech yang berbeda sehingga dapat ditentukan oleh Supervisor Utama karena dari pembuatan dua variasi desain alternatif untuk memberikan opsi visual yang berbeda dan melihat desain mana yang memiliki daya tarik atau efektivitas komunikasi yang lebih tinggi selain itu, dapat mempertahankan elemen inti yang sama seperti hasil penempatan mock up laptop,

slogan, dan informasi pada isi konten postingan itu seniri namun kemungkinan memiliki perbedaan halus pada aspek tata letak (layout), kontras warna, atau penempatan elemen teks, misalnya pada posisi slogan atau ukuran tulisan tertentu. Dengan cara penulis menyajikan dua pilihan desain alternatif ini sesuai dengan strategi pemasaran dan branding Filotech yang akan dipilih oleh Supervisor Utama dari pembuatan dua variasi desain alternatif untuk memberikan opsi visual yang berbeda dan melihat desain mana yang memiliki daya tarik atau efektivitas komunikasi yang lebih tinggi selain itu, dapat mempertahankan elemen inti yang sama seperti hasil penempatan mock up laptop, slogan, dan informasi pada isi konten postingan itu seniri namun kemungkinan memiliki perbedaan halus pada aspek tata letak (layout), kontras warna, atau penempatan elemen teks, misalnya pada posisi slogan atau ukuran tulisan tertentu. Dengan cara penulis menyajikan dua pilihan desain alternatif ini sesuai dengan strategi pemasaran dan branding Filotech yang akan dipilih oleh Supervisor Utama.



Gambar 3.24 Desain Alternatif 1 dan 2 Poster Filotech LMS

Dengan Menyelesaikan pada pemilihan 2 Alternatif Desain. Penulis Memberikan sebuah tangkapan Layar Dua Alternatif ini secara berbeda dan manakah yang lebih menarik menurut dari

Supervisor Utama. Kemudian Supervisor memilih Desain Pertama Sebagai Hasil Final pada Desain Postingan Filotech LMS Facebook. dan Akhirnya Penulis Mengirim hasil Final tersebut ke Google Drive sebagai hasil penyelesaian tugas tamabahan pertama yang dilakukan oleh penulis.



Gambar 3.25 Hasil Desain Poster Filotech LMS Potrait Final

Berikut dari tampilan pada poster ini menggambarkan laptop mock up dalam sistem *Learning Management System* oleh Filotech dengan background warna biru tua gradasi karena dapat merasakan visual elegan dan keren dalam menampilkan kualitas sistem pada produk Filotech LMS (*Learning Management System*) itu sendiri serta informasi kontak dan Media sosial secara singkat dan adanya centang dan empat bentuk kotak bulat sebagai kualitas pada sistem tersebut agar pengunjung website bisa menggunakan dengan antusias pada produk Filotech LMS.

### 3.3.2.2 Desain Konsep Logo Sanova (Tugas Klien PT Inovasi Satu Solusi)

Dalam Tugas tambahan kedua yang diberikan oleh Supervisor Utama dan Kepala Perusahaan Filotech ID. Penulis diminta untuk membuat Konsep Logo Sanova yang merupakan Tugas klien dari PT Inovasi Satu Solusi. Dengan usaha perusahaan Sanova ini menghadirkan sebagai enabler pada ekosistem digital untuk sektor pendidikan, pesantren, dan komunitas. Sebelum Penulis membuat Konsep pada logo Sanova, Supervisor Utama dan Kepala Perusahaan melakukan Briefing mengenai penjelasan dengan gaya non-geometris dan Minimalis agar dapat diimplementasikan dalam monogram seperti huruf S atau SNV.



Gambar 3.26 Referensi Logo dan Warna untuk Logo Sanova

Dengan Referensi ini memberikan sebuah gambaran logo yang diberikan oleh Supervisor Utama dan Kepala Perusahaan Filotech saat briefing tugas untuk Penulis ini, sehingga Penulis dapat memahami arah konsep visual yang diinginkan. Tujuan dari

penggunaan referensi ini adalah untuk memberikan arahan visual yang jelas terkait konsep desain yang diinginkan, meliputi pemilihan warna, bentuk, dan karakter tipografi. Dalam Logo Pertama yaitu “ISLAMI LOGO” menampilkan nuansa hijau dan beige kemudian dengan elemen geometris yang mencerminkan kesan islami dan profesional, sedangkan Logo kedua bertulis “Namira” mengusung kombinasi warna gelap dan emas yang memberikan kesan elegan dan modern. Logo ketiga, Logo Aramco, menonjolkan gradasi warna hijau dan biru yang merepresentasikan energi dan keberlanjutan. Dengan adanya referensi ini, penulis diharapkan mampu menghasilkan desain logo yang selaras dan terarah. Intinya, briefing ini dilakukan supaya hasil akhir benar-benar sesuai dengan ekspektasi perusahaan Filotech.



Gambar 3.27 Warna Palet untuk Desain Logo Sanova

Untuk Pewarnaan telah diberikan oleh Brand guidline yaitu Biru Tua Gradasi mengambarkan Sanova dapat memberi Kepercayaan & profesionalisme, Hijau Tumbuhan Gradasi mengambarkan bahwa Logo sanova dapat adanya kesan pertumbuhan, pendidikan, dan nuansa religius. Dan terakhir Abu-abu muda merupakan simbol kesucian dan keterbukaan dalam desain logo Sanova karena dengan konsep warna palet logo Sanova.

Penulis memilih ketiga warna ini karena memiliki makna filosofis yang mendalam dan mendukung identitas visual dari brand Sanova. dimana ketiga warna yang dipilih ini mampu merepresentasikan Logo Sanova sebagai lembaga pendidikan yang modern, terpercaya, serta berorientasi pada perkembangan moral dan intelektual. Ketiganya juga memiliki keselarasan visual yang memberikan kesan stabil, harmonis, dan profesional sehingga dapat memperkuat identitas merek Sanova secara konsisten dan nilai Estetika yang menarik.

Setelah menentukan Pewarnaan untuk Logo Sanova selanjutnya ke penentuan Tipografi seperti jenis font atau typeface beserta huruf arab ayang akan dijadikan gambar icon pada logo Sanova dengan bergambar modern dan religi. Dalam Gambaran pada Tipografi ini sama seperti yang digunkaan saat penulis membuat proyek utama yaitu merupakan Jenis Font yang akan digunakan untuk Penulis saat mengerjakan desain iklan Motion graphic adalah Font Poppins yang merupakan gaya *Typeface Sans Serif* dengan dua gaya teks yaitu *Medium* untuk Badan teks dan Subjudul. Penulis menggunakan komposisi tipografi font Poppins ini karena dalam tulisan logo Sanova ini tampilan pada Desain Poster dengan Font Poppins ini terlihat menjadi modern, jelas, dan mudah terbaca, sekaligus memberi nuansa modern namun suasana religi terutama dalam huruf S dijadikan bentuk Ya' (ؑ) dapat menunjukkan sebuah religi syariah pada logo Sanova itu sendiri sehingga pesan yang ingin disampaikan bisa diterima dengan baik dan efektif.

#### Konsep Logo Huruf yang akan digunakan

##### Poppins Medium



The quick brown fox jumps  
over the lazy dog

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMmNnOoP  
pQqRrSsTtUuVvWwXxYyZz  
1234567890!  
@#\$%^&\*()\_-\_=+{}[];,:<>?/.,~`

Gambar 3.28 Tampilan Tipografi Font Poppins Medium dan Huruf “Ya”

Setelah melakukan Ide dan Konsep mulai dari tahap Referensi, Pemilihan Waran Palet, dan Penentuan Tipografi, Penulis memulai ke tahap sktesa kasar untuk membuat konsep Logo Sanova dengan sesuai ide dan konsep tersebut secara digital. Dalam bentuk sketsa Digital menggambarkan sebuah huruf “S” dalam kaitannya dengan tipografi nama “Sanova” untuk menemukan bentuk visual yang dinamis dan unik yang ditunjukkan pada Gambar Desain Awal Logo Sanova. Huruf Arab ‘Ya’ diolah menjadi bentuk huruf besar “S”. Bentuk huruf “Ya” sambil tetap mempertahankan kemiripan dengan huruf Latin “S” untuk kemudahan pengenalan dalam konteks global.

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



Gambar 3.29 Sketsa desain awal Logo Sanova

Berikut dari tampilan Sketsa ini menggambarkan proses eksplorasi visual yang mencakup percobaan dengan berbagai tipografi (seperti bentuk tebal dan tipis) untuk memastikan logo dapat dibaca dengan jelas, baik sebagai ikon maupun sebagai wordmark. Tahap ini sangat penting untuk memvisualisasikan ide awal sebelum melanjutkan ke tahap finalisasi desain.

Setelah Penulis melakukan tahap sketsa pada Logo Sanova, Penulis disuruh oleh Supervisor Utama untuk Membuat ulang pada sketsa Logo dan langsung ke desain digital dalam bentuk vektor untuk logo Sanova dengan 7 Alternatif Hasil Desain Logo Sanova untuk Mempercepat waktu deadline dari Klien Sanova karena kebutuhan klien mendesak klien mengharuskan adanya alur kerja yang lebih efisien dan sederhana. Oleh karena itu, tahap sketsa digital dilewati, dan penulis langsung membuat berbagai opsi akhir dalam format vektor sehingga desain siap untuk dipilih, direvisi, atau diajukan kapan saja.



Gambar 3.30 Desain Alternatif Logo Sanova

Berikut dari tampilan 7 Alternatif Desain Logo Sanova dibentuk dalam Pictorial Mark dimana logo Sanova ini menggunakan ilustrasi ikon seperti Huruf Arab "ya" secara unik yang mudah dikenali secara universal untuk mewakili merek Sanova. Selain itu dalam ketujuh alternatif desain ini mengeksplorasi dalam berbagai variasi antara ikon huruf "S" (yang diadaptasi dari (yat)) dengan tipografi logo "Sanova". Variasi yang ditampilkan meliputi perubahan pada kurva, ketebalan stroke, penggunaan shadow atau gradasi, serta komposisi peletakan ikon relatif pada teks untuk menawarkan spektrum pilihan visual kepada klien, mulai dari yang lebih minimalis hingga yang lebih dinamis, sekaligus menguji mana yang paling efektif dalam mengkomunikasikan identitas merek yang memiliki sentuhan Islami namun tetap terlihat modern dan estetik. Setelah Membuat tujuh Alternatif ini akhirnya Dengan hasil logo ini, penulis mengirim ke google drive untuk direview oleh Supervisor Utama dan Tim Sanova untuk memilih Hasil seleksi dari Desain Logo Sanova.



Gambar 3.31 Hasil Desain Final Logo Sanova

### **3.3.2.3 Desain Video Iklan Penggunaan *Step By Step* Aplikasi Sanova (Tugas Klien PT Inovasi Satu Solusi)**

Dalam Tugas tambahan ketiga yang diberikan oleh Supervisor Utama dan Kepala Perusahaan Filotech ID. Penulis diminta untuk membuat sebuah video iklan motion graphic mengenai tata cara penggunaan Aplikasi Sanova yang merupakan Tugas klien dari PT Inovasi Satu Solusi seperti cara registrasi Akun Portal dan cara melakukan tambah Saldo Utama. Dengan usaha perusahaan Sanova ini menghadirkan sebagai enabler pada ekosistem digital terutama bagi pengguna aplikasi Sanova itu sendiri ingin melakukan sistem pemindahan saldo utama ke uang saku siswa sekolah maupun swasta atau negeri karena dapat menyediakan solusi teknologi ini terutama akun portal milik orang tua bisa mempermudah proses saldo utama mereka untuk transfer ke uang saku siswa sekolah dan pengaturan batas saldo melalui transaksi digital lain sebagai penyedia layanan pembayaran digital. sehingga tercipta sistem yang terintegrasi, efisien, dan mudah diakses bagi orang tua dan siswa sekolah itu sendiri.

Dengan isi konten Video motion graphic ini dibuat dengan gaya visual yang modern dan komunikatif, menggunakan animasi yang dinamis dan narasi yang mudah dipahami, sehingga dapat menarik perhatian target audience dan meningkatkan awareness terhadap aplikasi Sanova di kalangan masyarakat digital.



Gambar 3.32 Logo Resmi dan Warna Palet Sanova

Berikut dari Logo resmi Sanova untuk klien PT Inovasi Satu Solusi yang telah terpilih oleh Tim Filotech sebagai Final Desain Logo Sanova ini mengambarkan sebuah kesederhanaan namun dengan kesan modern dan elegan untuk logo resmi Sanova selain itu terdapat tiga warna palet yaitu warna cyan (#01818F) memberikan sebuah visual modern, segar, dan teknologis, Warna Hijau (#02AE68) pertumbuhan pada memberikan suasana visual yang beragam dinamis, penuh semangat, serta inovatif sehingga memperkuat citra perusahaan yang berkembang dan berorientasi masa depan. Kemudian, untuk Warna Biru tua (02AE68) memberikan suasana suasana kepercayaan, kestabilan, dan profesionalisme, sehingga menegaskan karakter Sanova sebagai perusahaan yang dapat diandalkan dan berintegritas tinggi.

PT Inovasi Sanova memilih Desain logo Sanova ini sebagai logo resmi mereka dibandingkan logo Sanova yang dibuat oleh penulis karena dinilai mampu merepresentasikan nilai-nilai perusahaan secara lebih konsisten, memiliki komposisi warna yang optimal, serta tampil lebih sederhana namun tetap modern sehingga mudah diingat dan diaplikasikan di berbagai media. Dengan karena itu, *Supervisor Utama* memberikan kesempatan ke Penulis untuk membuat video iklan motion graphic dengan referensi video yang diberikan oleh Supervisor Utama saat Tugas Briefing. Dalam tampilan layar di bawah ini menggambarkan sebuah mock up handphone dengan asset ikon dan bentuk vektor yang bergerak dan background hitam sebagai menariknya visualisasi pada referensi tersebut agar penulis bisa mendapat gambaran visual yang menonjolkan pada komposisi kontras warna, sehingga visualisasi pada fitur dan alur aplikasi sanova terlihat lebih menarik, jelas, dan mudah dipahami oleh audiens.



Gambar 3.33 Referensi Video untuk Iklan Sanova  
Sumber : Youtube, IM Toolkit (2020)

Kemudian untuk tahap selanjutnya di bagian Tipografi yang akan digunakan oleh Penulis sesama dengan tugas Utama nya yaitu Font *Poppins Medium* gaya *Typeface Sans Serif* sebagai Badan teks (Body Text) dan Subjudul. Penulis menggunakan komposisi

tipografi Font ini karena merupakan Font resmi yang digunakan dengan logo dari tim klien PT Inovasi Solusi itu sendiri dimana bisa mempermudah audiens dalam membaca isi konten dari ketentuan cara pengguna aplikasi Sanova sehingga bisa diterima dengan baik dan efektif oleh pengguna aplikasi Sanova.

### Poppins Medium

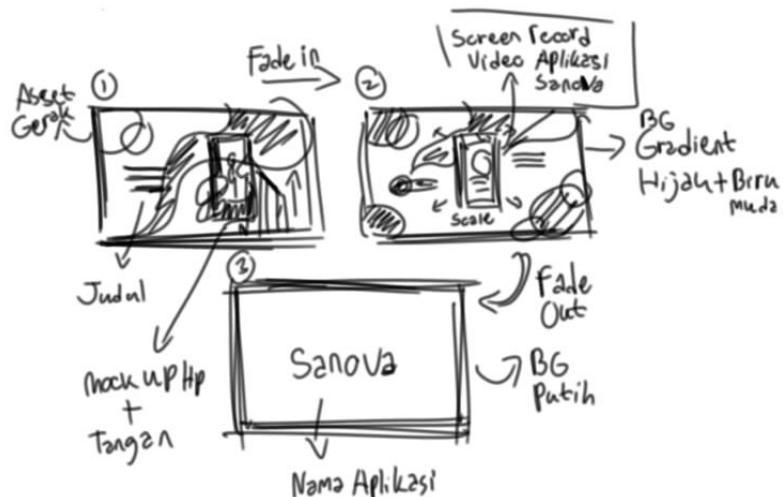
The quick brown fox jumps  
over the lazy dog

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMmNnOoP  
pQqRrSsTtUuVvWwXxYyZz  
1234567890!  
@#\$%^&\*()\_-\_=+{}[]!;:"<>?/.~,`

Gambar 3.34 Tampilan tipografi Poppins Medium

Setelah di tahap menentukan tipografi yang digunakan untuk Video Iklan adalah Poppins, selanjutnya Penulis membuat Coretan Sketsa dalam bentuk 3 kotak sebagai urutan board dalam tulisan yang diingatkan pada visual penulis sebagai panduan desain iklan penting agar penulis bisa mengetahui dari penggambaran tiga kotak yang digambarkan dapat terlihat pada flow isi konten, efek video seperti animasi motion graphic dan transisi fade in dan fade out, dan ritme iklan yang akan ditambahkan oleh penulis. Selain itu dapat diatur dengan prinsip desain seperti keseimbangan, titik fokus, dan grid. Dengan begitu komposisi tidak hanya menarik, tetapi juga membantu penonton menangkap pesan secara cepat dan terarah selain itu juga mempermudah dalam penyusunan aset visual pada video iklan tersebut karena setiap elemen yang sudah diidentifikasi di awal dapat didesain, dipecah layer-nya, dan dipersiapkan dengan lebih efisien untuk proses animasi selanjutnya

dan bisa dikembangkan sesuai kebutuhan klien atau target kanal publikasi untuk Audiens seperti Pengguna Aplikasi Sanova.

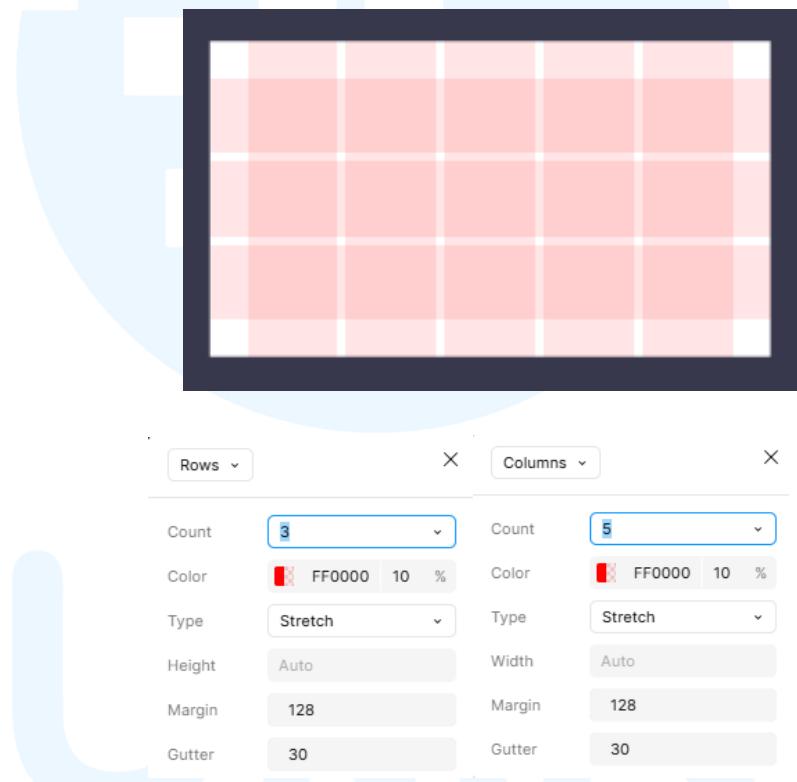


Gambar 3.35 Proses Sketsa Gambar Scene Video Iklan Aplikasi Sanova

Berikut dari tampilan Sketsa yang dibuat oleh penulis ini secara bentuk sederhana dan terlalu berantakan namun cukup berupa tiga kotak tersebut terutama di bagian scene pertama menggambarkan sebuah mock up handphone dengan adanya coretan gelombang sebagai asset tambahan dari video iklan dan peletakan sub judul berada di sebelah kirinya gambar handphone mock up. Scene kedua menampilkan juga sebuah mockup handphone dengan adanya video layar dengan berisi tata cara penggunaan sistem aplikasi Sanova mulai dari subjudul dan body teks sebagai is konten mengenai penjelasan cara menggunakan aplikasi Sanova tersebut dan Scene Ketiga, Terakhir menampilkan sebuah credit tulisan logo Sanova sebagai penutup supaya alur konten dengan ringkas dan terstruktur.

Di tahap selanjutnya adalah Penulis menentukan Layout dan membuat Latar Warna yang akan dibuat melalui software Figma untuk mempermudah penulis saat penulis saat menyusun

komposisi elemen-elemen desain. Penentuan layout ini dibentuk dalam ukuran 16:9 Landscape atau dengan ukuran 1980 x 1080 piksel namun dalam bentuk margin dengan grid merah mulai dari Kolom dan Row terdapat 3 dan 5 counter dalam ukuran 128 cm serta ukuran gutter 30 cm sehingga dalam posisi tiap elemen bisa diatur secara konsisten sesuai prinsip desain seperti grid dan keseimbangan visual terutama pada penggerjaan desain yang dilakukan oleh penulis untuk tugas klien Aplikasi Sanova.



Gambar 3.36 Ukuran Layout 16:9 untuk Desain Video Iklan Aplikasi Sanova

Saat Penulis telah menentukan komposisi layout, penulis membuat asset dan latar background dengan tampilan komposisi layout. Di Frame pertama penulis memberikan latar gradeint biru kehijauan dan asset gelombang berwarna hijau opasitas 90 persen untuk thumbnail pembuka dan Frame Kedua, Memberikan nuansa atar graient hijau-putih untuk bagian isi konten berserta aaseet yang

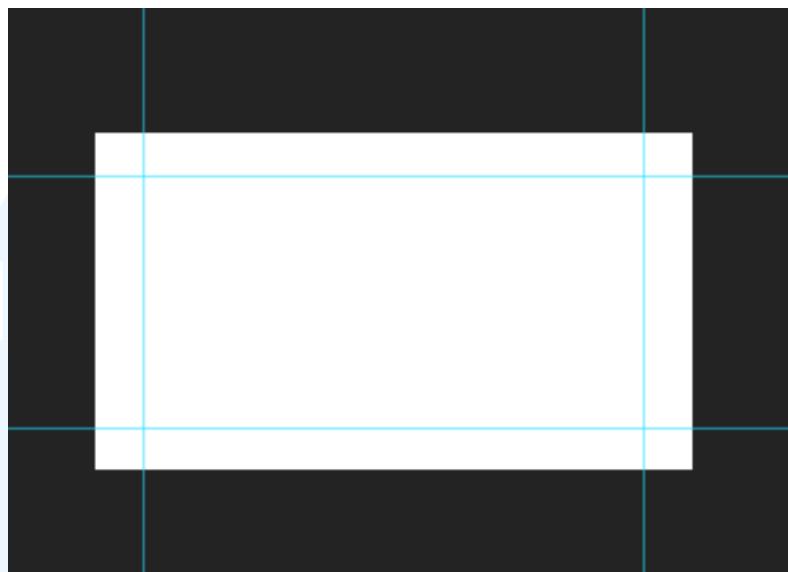
akan ditambahkan. Dengan keseluruhan pada pembagian frame dan komposisi layout yang ditentukan oleh Penulis dapat membantu dalam melakukan penggerjaan ini karena menjadi sebuah tambahan saat dalam membuat video iklan dengan mudah. Selain penggerjaan ini mempercantik visual dan warna. Melainkan dapat berfungsi untuk memberikan arah yang jelas pada alur konten, sehingga pesan aplikasi tersampaikan secara efektif dan penonton tidak kehilangan fokus.



Gambar 3.37 Proses pembuatan preview desain beserta Asset video

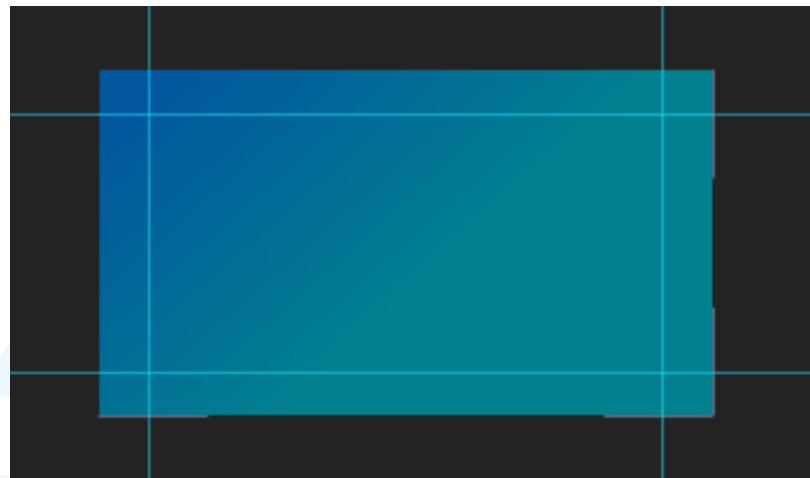
Setelah Kedua Frame sudah dibuat, Penulis mulai Mengedit video Iklan. Dimana penulis membuka Software Adobe After Effect CC dan membuat Project dan Composition Baru. dimana Penulis menentukan margin garis biru atau yang disebut juga Guide dengan bantuan view ruler agar saat meletakkan asset pada composition tidak terlalu berantakan atau tidak terlihat di pinggir pada area composition tersebut. Pada tampilan ini menggambarkan sebuah desain composition yang sudah dipasangi dengan margin dan grid horizontal dan vertikal di posisi strategis. Dengan adanya garis guide ini sengaja dipasang oleh Penulis agar dalam frame pada video iklan tersebut dapat memudahkan dalam proses penggerjaan mengedit Video Iklan misalnya saat ingin menambahkan motion, transisi, atau efek dari After Effect sendiri terlihat menjadi rapi selain itu memberikan sebuah batas aman,

sehingga dalam hasil akhir video iklan terlihat menarik tanpa mengkhawatirkan bagian visual yang hilang di tepi layar.



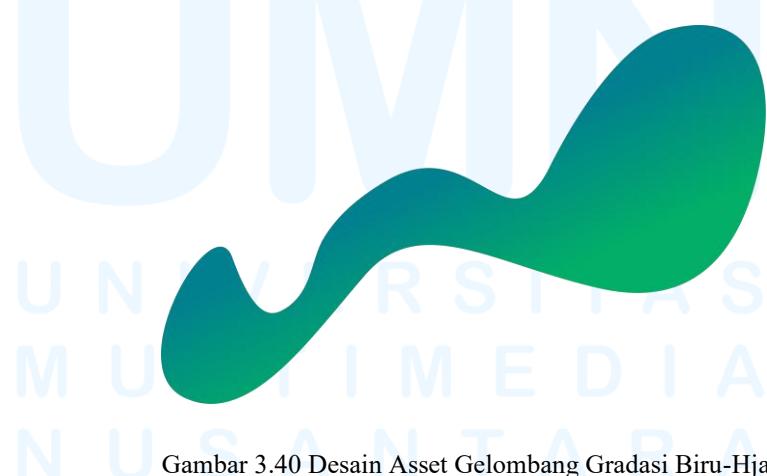
Gambar 3.38 Tampilan Margin dalam File Composition After Effect 1

Saat menyelsaikan dalam mengukur guide pada composition yang akan dilakukan dalam penggerjaan edit Desain Iklan Video. Penulis memulai proses dari penentuan background dasar, seperti yang terlihat pada gambar keempat. Di sini, penulis membuat area kerja dengan warna gradiasi biru kehijauan yang jadi ciri visual aplikasi membuat tampilan background lebih hidup dan dinamis, dibandingkan satu warna solid saja. Dengan adanya gradasi, penulis ingin menciptakan suasana visual yang segar dan modern, agar penonton langsung merasakan vibe teknologi dan inovasi sejak awal video. Selain itu, latar biru yang proporsional mampu menonjolkan elemen utama seperti logo, gambar produk, dan teks, sehingga pesan iklan bisa lebih cepat ditangkap oleh audiens tanpa terganggu background yang “ramai” atau terlalu kontras. Kesimpulannya, pilihan warna ini selain mendukung identitas brand, juga membantu menjaga kesan profesional dan estetika visual video secara keseluruhan.



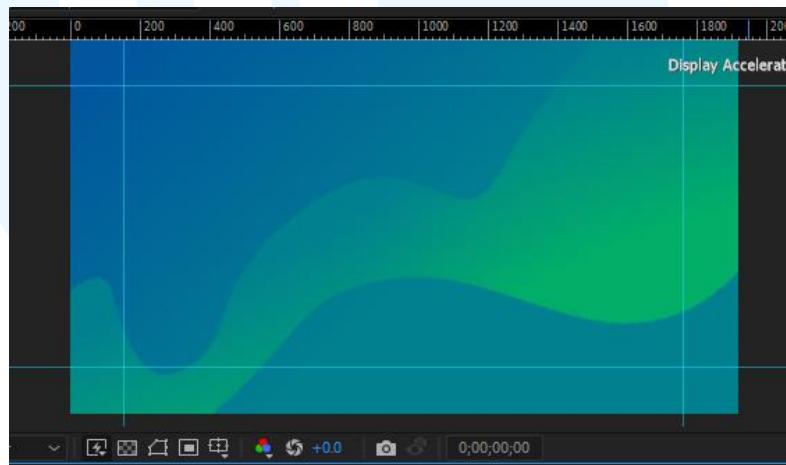
Gambar 3.39 Tampilan Margin dan grid dalam File Composition After Effect 2

Kemudian Penulis menambahkan Asset Gambar dengan bentuk Gelombang yang dinamis beserta warna gradasi Hijau dan Cyan dengan opasitas 95 persen sehingga menampilkan sisi visual dalam perpaduan warna biru dan hijau, dan dengan bentuk vektor gelombang ini juga berhasil menciptakan nuansa segar pada bentuk yang mengalir tanpa sudut tajam dan mudah diingat oleh audiens. Aset gelombang ini efektif digunakan sebagai elemen pemisah antar konten, background sebagai area transisi pada animasi sehingga video iklan tampak lebih hidup dan berkarakter.



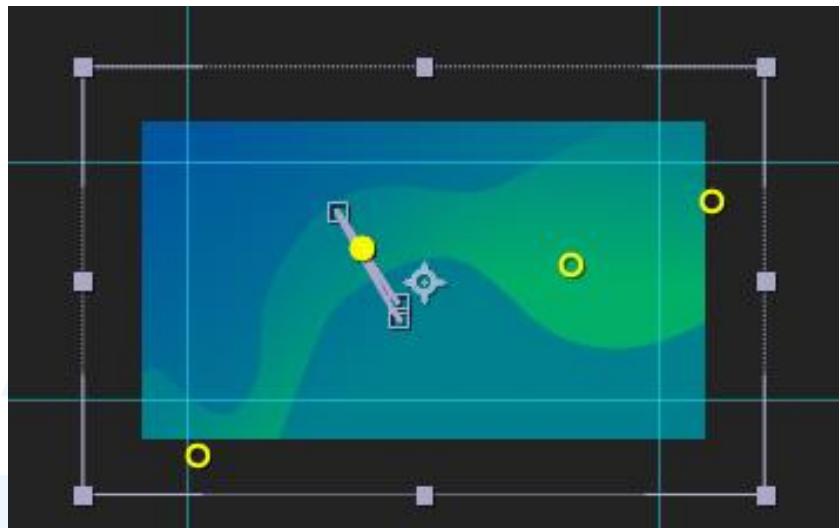
Gambar 3.40 Desain Asset Gelombang Gradasi Biru-Hijau

Selain itu, Asset Gelombang ini Diimporkan ke PNG dan pindah ke *Composition After Effect* dengan Scene Pertama, dimana Asset ini berfungsi sebagai elemen visual utama yang membuat tampilan background jadi lebih hidup dan khas. Selain memperkuat karakter brand Sanova, penggunaan asset terpisah seperti ini juga memudahkan penulis untuk berkreasi dalam menggabungkan animasi, menambahkan efek wiggle, atau mengubah nuansa warna sesuai kebutuhan desain selama proses editing.



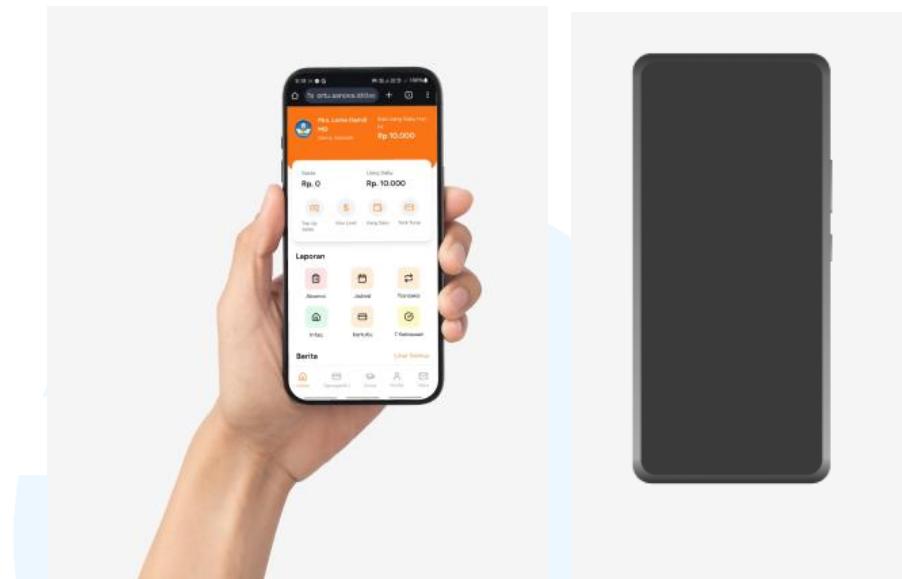
Gambar 3.41 Proses Peletakan Asset Gelombang

Kemudian penulis mulai mengatur animasi dari elemen gelombang utama menggunakan fitur rotasi dan transformasi di After Effects. Di sini, posisi dan gerakan objek masih tetap mengacu pada margin dan grid yang sudah disusun di tahap awal. Dengan cara ini, penulis bisa memastikan setiap frame tetap konsisten, dan video iklan terlihat profesional. Semua proses ini dilakukan *step-by-step*, supaya hasil akhir video iklan bukan cuma bagus secara visual, tapi juga rapi dan nyaman dilihat oleh audiens penonton atau pengguna Aplikasi Sanova yang ingin pelajari pada video tersebut.



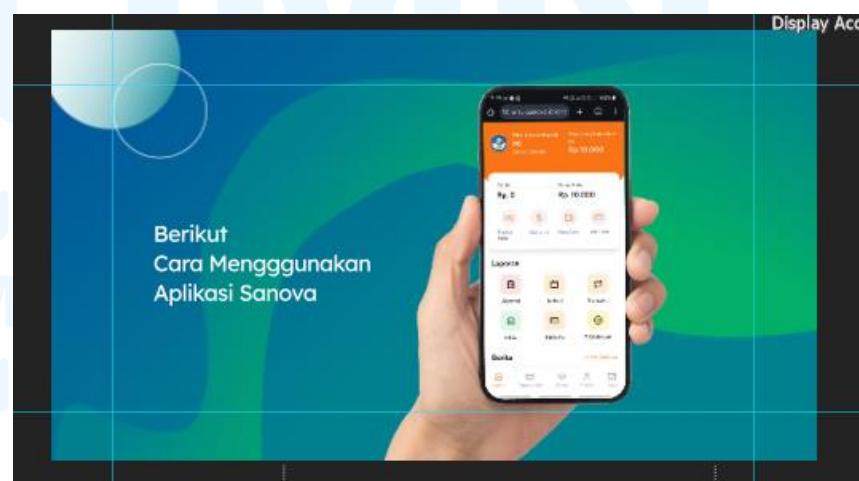
Gambar 3.42 Proses Animasi Asset Gelombang

Setelah melakukan pengeraan asset gelombang bergerak dengan fitur Puppet Pin Tool dan tambahan Latar Gradasi untuk Scene Pertama. Selanjutnya melakukan Edit Foto dan Membuat Mock Up Handphone untuk asset Aplikasi Sanova dimana Asset mock Up yang menggunakan tangan untuk bagaimana Scenen Pertama didapatkan dari Internet dan diedit lagi melalui Figma Dan PhotoShop CC agar terlaihat menarik serat Menambahkan foto Layar Halaman utama (Home Page) sebagai contoh preview pada aplikasi Sanova agar terlihat simple namun menarik. Sedangkan untuk Mock Up Handhphone tanpa pegangan Tangan dibuat oleh Penulis sendiri dengan menggunakan softwareen Figma untuk bagian scene kedua dimana mock up ini ditampilkan dengan layar video mengenai cara penggunaan aplikasii Sanova secara poin-poin.



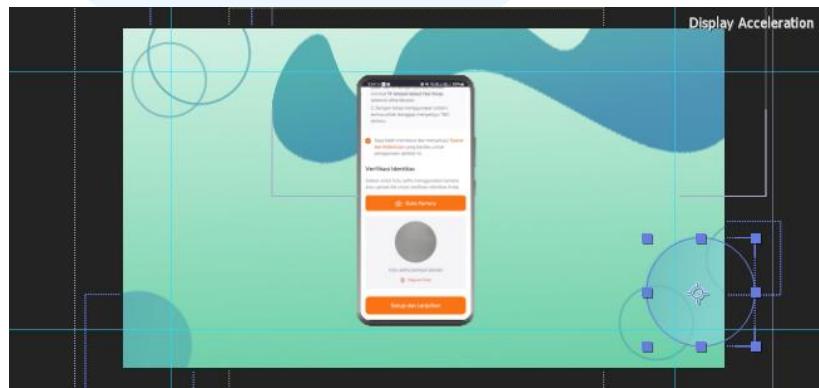
Gambar 3.43 Tampilan Asset Mock Up Handphone Tangan  
Sumber : Freepik.com & Figma (2025)

Dalam kelanjutan penggerjaan bagian Scene pertama, Penulis meletakkan Mock Up Handphone dengan Pegangan Tangan ini ke bagian arah Kanan dan ditambahkan bentuk dua Lingkaran dengan adanya efek bergerak seperti Efek Wiggle Position agar dalam video tersebut tidak terlihat kaku dan menarik pada visual secara menyatu dengan animasi assset gelombang dengan secara hidup.



Gambar 3.44 Proses Peletakkan Asset Mock Up Handphone 1

Selanjutnya Ke Scene Kedua, Penulis menambahkan Asset Mock up Handphone yang awalnya kosong menjadi adanya layar video yang dikirimkan oleh supervisor dengan google drive dan dipindahkan atau Diipor ke Compostion After Effect lalu gunakan mask Layer untuk membentuk ke persegi lengkung atau disesuaikan dengan ssesama ukuran Mock Up Handphone Tersebut sehingga menyesuaikan bentuk topengnya dengan sudut yang membulat, mengikuti lekukan dari mock up yang digunakan. Proses masking ini sangat penting supaya video aplikasi benar-benar menyatu dengan mock up, tidak ada bagian yang keluar dari area layar, serta proporsi tampilannya tetap konsisten dan natural. Dengan begitu, penonton mendapat gambaran langsung bagaimana aplikasi Sanova bekerja di perangkat mobile, sekaligus memperkuat kesan profesional pada video iklan yang dibuat.



Gambar 3.45 Proses Peletakan Asset Mock Up Handphone 2

Setelah melakukan penyusunann asset Bentuk Gelombang dan Bentuk Lingkaran dengan efek Wiggle dan Menambahakan Asset Gamabar Mock Up beserta Tampilan Video Penggunaan Cara Aplikasi Sanova, Kemudian Penulis Membuat Sub Judul terutuama Nomor dan Isi konten berupa teks yang merangkum dalam video tersebut tertuama pada berisi penulisan poin-poin yang

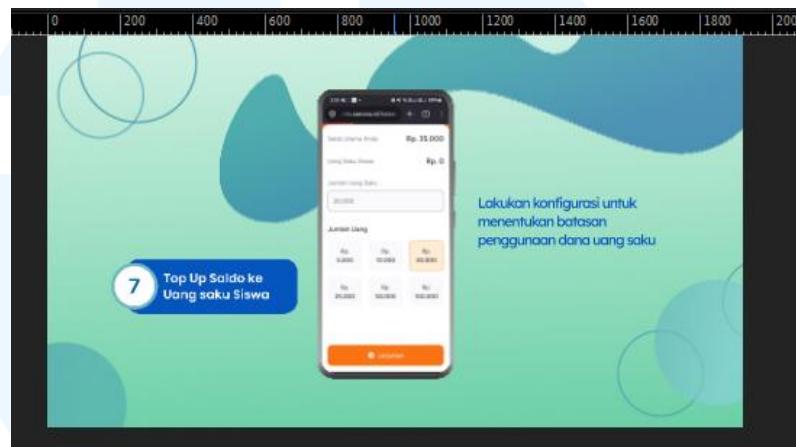
dibuat jelas dan urut, seperti pada contoh visual pada gambar di bawah yang menampilkan langkah-langkah penggunaan aplikasi mulai dari registrasi akun hingga fitur top up saldo. Pendekatan ini dilakukan agar penonton bisa langsung memahami alur penggunaan aplikasi secara praktis, tanpa perlu mencari-cari informasi tambahan di luar video.



Gambar 3.46 Pembuatan Asset Video Iklan Sanova

Dalam Pembuatan Asset sebagai sub judul untuk secerita kedua ini menggambarkan sebuah Nomor dan subjudul pada konten video juga berfungsi sebagai pembimbing visual, sehingga audiens tidak tersesat di tengah penjelasan fitur aplikasi. Dengan pengaturan warna biru yang konsisten untuk setiap elemen teks dan lingkaran nomor, poster atau video semakin terasa rapih, dan mudah dibaca. Penulis juga memastikan tipografi yang digunakan tetap jelas dari segi ukuran maupun kontras dengan latar video

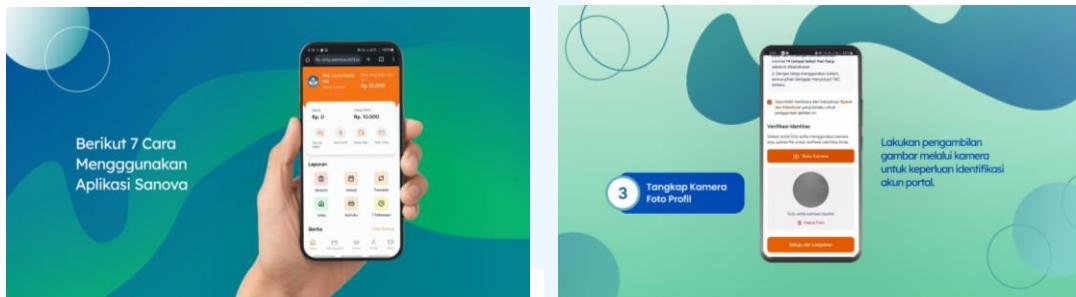
sehingga dalam informasi inti pada video iklan ini yang disampaikan bisa membantu penonton menavigasi isi video, sekaligus memberikan struktur yang jelas dari awal hingga akhir konten. Seluruh proses pada penyampaian fitur Sanova di dalam video iklan berjalan lebih informatif dan menarik.



Gambar 3.47 Proses Peletakan Asset Mock Up Handphone 3

Kemudian Asset Tersebut diekspor menjadi Foto PNG dan Dipindahkan melalui Impor ke After Effect serta lettakkan ke composition dan menambahkan teks pada bagian kanan sebagai deskripsi ketentuan mengenai sistem aplikasi Sanova dalam membantu penonton menavigasi isi video, sekaligus memberikan struktur yang jelas dari awal hingga akhir konten. Setelah Melakukan render dan Ekspor melalui Media Encoder. Penulis akhirnya mengirimkan hasil penggerjaan desain video untuk klien Sanova ke Supervisor Utama untuk memastikan bahwa seluruh elemen desain, animasi, dan unsur grafis telah sesuai dengan brief dan standar kualitas yang ditetapkan dimana dalam proses review, Supervisor Utama memberikan beberapa umpan balik terkait penyesuaian warna, ritme animasi, serta beberapa detail kecil pada transisi agar hasil akhir lebih maksimal dan kepastian dari format file yang dikirim sudah sesuai dengan kebutuhan klien PT Inovasi Satu Solusi, baik dari segi isi konten atau kerapian teks pada video

tersebut. Klien kemudian menerima hasil video tersebut dan memberikan apresiasi atas kualitas desain yang dihasilkan oleh Penulis.

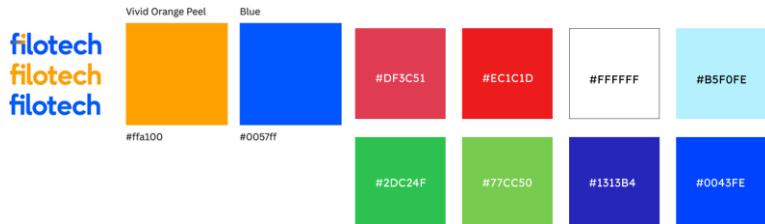


Gambar 3.48 Hasil Desain Final Desain Video Iklan Sanova

### 3.3.2.4 Desain Motion Graphic Video Filotech RME (Rekam Medis Elektronik)

Filotech RME (Rekam Medis Elektronik) ini merupakan sistem desain website yang dibuat oleh Tim Filotech itu sendiri, dalam tugas tambahan terutama projek magang penulis untuk membuat Video Iklan Motion Graphic mengenai video Mitos dan Fakta mengenai sistem Filotech RME (Rekam Medis Elektronik) karena masih banyak masyarakat atau institusi kesehatan yang belum sepenuhnya memahami keunggulan sistem elektronik ini, video iklan menjadi cara efektif untuk mengedukasi sekaligus mengklarifikasi berbagai persepsi yang beredar. Dengan Hal ini, Penulis mengerjakan Tugas ini sebagai tugas tambahan mengenai mitos dan fakta Filotech RME dengan pendekatan storytelling visual, memadukan ilustrasi, animasi, serta fitur-fitur utama dari website tersebut. Hal ini dilakukan agar audiens tidak hanya mendapat penjelasan secara teknis, tetapi juga dapat membedakan mana informasi yang benar dan mana yang hanya sekedar asumsi di lapangan. Selain itu, dalam pembuatan Video Iklan Filotech RME ini, berharap bisa meningkatkan literasi digital di lingkungan medis

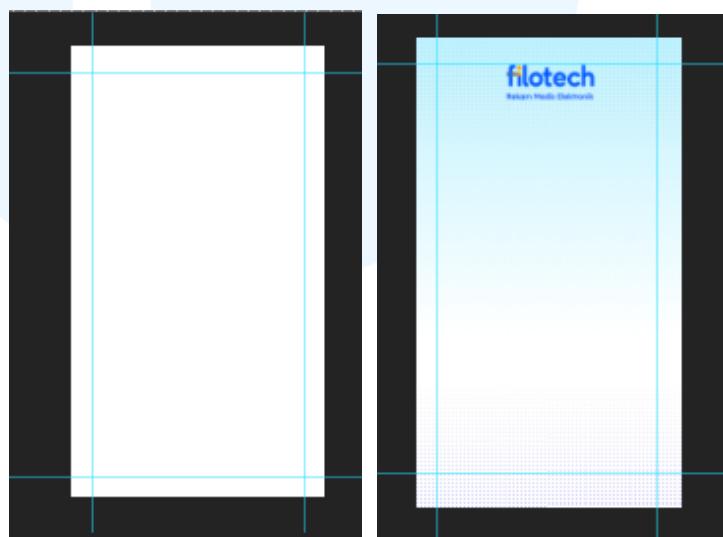
dan membantu proses adopsi teknologi dari solusi Produk Filotech RME secara lebih luas dan optimal.



Gambar 3.49 Proses Pembuatan Aset-Aset Video Motck Up Laptop untuk Video Motion Graphic dengan Software Figma

Berikut dari tampilan gambar ini merupakan Pemilihan Warna paleet yang digunakan oleh Penulis dalam penggerjaan mengedit video iklan Filotech RME yang terdapat dua warna utama yaitu Warna Vivid Orange memberikan nuansa hangat dan memotivasi, selain itu Warna Biru Terang memberikan sebuah kepercayaan terhadap teknologi kesehatan dengan kedua warna utama ini kesan energik dan memudahkan audiens dalam mengenali identitas visual Filotech sejak awal. Orange sedangkan biru terang menonjolkan karakter modern, inovatif. Terutama untuk Warna Sekunder yang berisi Empat Warna seperti warna hijau (#2DC24F, #77CC50), warna merah (#DF5C51, #EC1C1D), warna biru tua (#131384, #0045FE), dan warna biru pastel (#B5F0FE) memberikan harmonis, punya daya tarik, dan tetap memudahkan penonton untuk memahami isi konten. Palet warna yang jelas memudahkan penulis ketika harus mengatur ulang atau menerapkan desain ke media lainnya menjadi efisien dan hasilnya tetap konsisten sesuai brand Filotech RME.

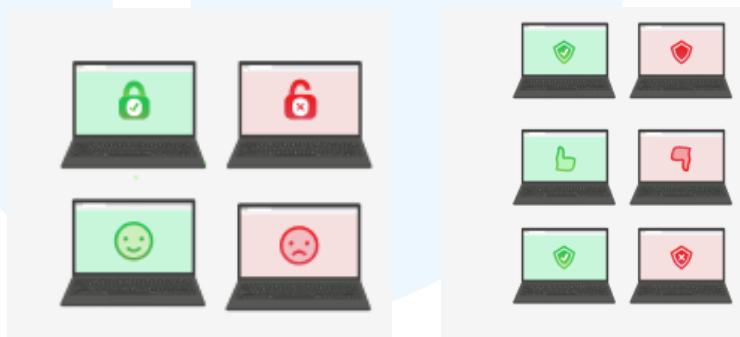
Setelah Menentukan Warna Palet bgai Filotech RME, Penulis mulai mengedit video Iklan dimana penulis membuka Software Adobe After Effect CC dan membuat Project dan Composition Baru seperti yang dilakukan dengan tugas tambahan sebelumnya. Dalam Penggerjaan ini Penulis menentukan margin garis biru yang disebut juga Guide dengan bantuan view ruler dalam bentuk ukuran Composition 9:16 atau Potrait seusai dengan ukuran IG reels agar tidak terlalu berantakan atau tidak terlihat di pinggir pada area composition tersebut.



Gambar 3.50 Komposisi Layout Margin Composition After Effect

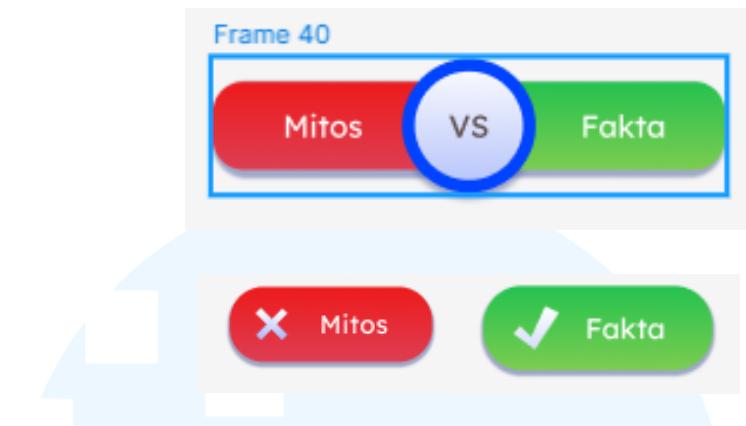
Setelah menentukan warna untuk Video Iklan Filotech RME ini, Penulis Membuat Mock Up Laptop dengan menggunakan Figma mulai bentuk layar antara Layar Merah Merupakan menunjukan bentuk Mitos dan Layar Hijau merukan Bentuk sisi dari Fakta. Selain itu dalam bentuk ikon tambahan seperti gembok (Keamanan), perisai (Pelindungan Data), jempol ke atas (Keunggulan), dan lainnya sesuai kebutuhan untuk animasi, setiap mockup laptop memiliki warna latar belakang yang berbeda serta

dibuat sederhana dan ilustratif agar penonton dapat dengan mudah memahami isi video. Setiap komponen ini diekspor secara terpisah per lapisan dan dimuat ke After Effects untuk langkah animasi berikutnya. Penonton dapat dengan cepat membedakan antara manfaat sebenarnya dari Filotech RME dan kesalahpahaman berkat kemampuan penulis untuk membandingkan mitos dan fakta secara visual dalam film iklan. Selain itu, metode mockup laptop ini menjaga presentasi desain video tetap kohesif, menarik, dan mudah diikuti sepanjang video.



Gambar 3.51 Proses Pembuatan Aset-Aset Video Mock Up Laptop Filotech RME 1

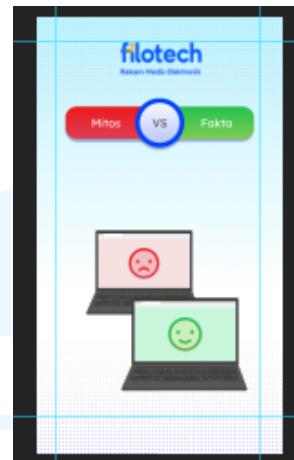
Penulis mendesain tombol Mitos berwarna merah dengan ikon silang dan tombol Fakta berwarna hijau dilengkapi ikon centang. Kombinasi warna dan simbol ini sengaja dipilih agar pesan yang ingin disampaikan dapat diterima dengan cepat red untuk penegasan mitos yang perlu diluruskan, green untuk fakta yang terpercaya dan positif. Pada tahap selanjutnya, penulis memvariasikan desain dengan menambahkan frame “VS” di tengah untuk menampilkan perbandingan langsung antara Mitos dan Fakta dalam satu visual, sehingga video jadi lebih interaktif dan menarik.



Gambar 3.52 Proses Pembuatan Aset-Aset Bentuk Poin utama Filotech RME 2

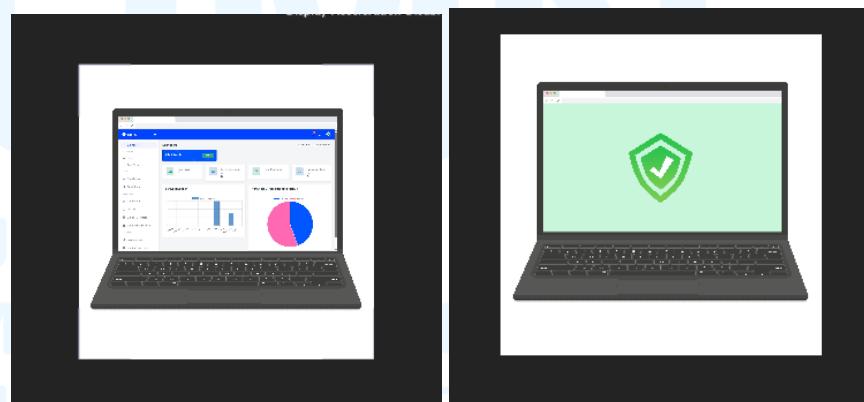
Dengan Poin konten pada tampilan gambar ini diatur sedemikian rupa agar tata letak tetap rapi, konsisten, dan mudah dibaca, baik dalam animasi di layar laptop mock up ataupun sebagai highlight utama pada setiap transisi scene. Dengan teknik ini, seluruh konten Mitos dan Fakta di video iklan bukan hanya tampil informatif, tapi juga memberi pengalaman visual yang segar dan mudah diingat oleh audiens.

Setelah penulis membuat Bentuk Poin Konten yang membedakan informasi antara Mitos dan Fakta, langkah selanjutnya adalah mengintegrasikan kedua poin tersebut ke dalam desain video iklan menggunakan mock up laptop dan kombinasi warna yang sudah ditentukan. Pada tahap ini, penulis menempatkan tombol Mitos dan Fakta di posisi atas sebagai highlight, lalu menambahkan dua mock up laptop di bawahnya satu dengan layar berwarna merah dan emoticon sedih untuk Mitos, satu lagi dengan layar hijau dan emoticon senyum untuk Fakta. Selain itu Penulis menambahkan Teks Konten dengan berwarna Putih outline Biru tua untuk memperhatikan keseimbangan komposisi visual video iklan, sehingga penonton bisa dengan mudah memahami pada isi pembuka pada scene ini tidak terlihat membosankan, dan bisa langsung menarik pada perhatian audiens.



Gambar 3.53 Proses Peletakan Mock Up Laptop Filotech RME 1

Berikut dari Proses pada dua mock up digabung menjadi pre-compose, salah satu fitur mirip dengan layer folder di After Effect. Dengan Teknik Pre-Compose ini bisa diatur sebagai satu kesatuan layer dari dua layer saat melakukan animasi dan sangat membantu bagi penulis untuk mengatur transisi dan efek secara lebih efisien dalam perubahan gambar preview desain website dengan kemunculan layar hijau dengan beberapa icon yang telah dibuat oleh penulis dimana dalam proses ini dibuat menjadi dinamis dan visualnya tetap konsisten dari Composition.



Gambar 3.54 Proses pembuatan Animasi Asset Mock Up Laptop versi hijau

Setelah dari beberapa Asset seperti Bentuk Poin Konten dan Mock Up Laptop yang dibuat oleh Penulis, serta logo Filotech sudah disusun selesai. Dalam Ruangan pada Video Iklan ini ditambahkan dengan perlengkapan asset tambahan seperti asset meja sangat membantu untuk memperkokoh komposisi visual, membuat tampilan di tengah mock up Laptop dan seluruh elemen lain secara natural di permukaan, bukan seperti melayang di ruang kosong. dan Isi konten Teks yang sesuai referensi yang diberikan oleh Supervisor Utama saat Briefing Tugas untuk melengkapi permukaan space pada video iklan tersebut sehingga penonton pun jadi lebih mudah memahami ciri khas Filotech RME, sekaligus mendapat informasi yang jelas tentang fitur dan keunggulannya lewat penataan visual yang rapi dan elegan.



Gambar 3.55 Proses Peletakan Mock Up Laptop Filotech RME 2

Dengan teknik ini, penulis berharap konten edukasi yang diangkat tentang Filotech RME jadi enggak hanya informatif, tapi juga mudah dipahami dan diingat. Kombinasi poin konten, mock up laptop, serta animasi sederhana membangun struktur video yang jelas tanpa perlu penjelasan panjang, membuat proses komunikasi pesan lebih efektif dan menarik.

Setelah Mengedit dalam proses animasi mock up laptop di bagian “Fakta” dan “Mitos”, Penulis perlu mencari foto orang dari sumber Internet dan Figma sebagai asset tambahan untuk bagian penutup atau outro untuk memperkuat unsur visual agar menambah daya tarik serta kredibilitas pada Video iklan Filotech RME.



Gambar 3.56 Asset HealthCare Dokter Perempuan  
Sumber : Figma (2025)

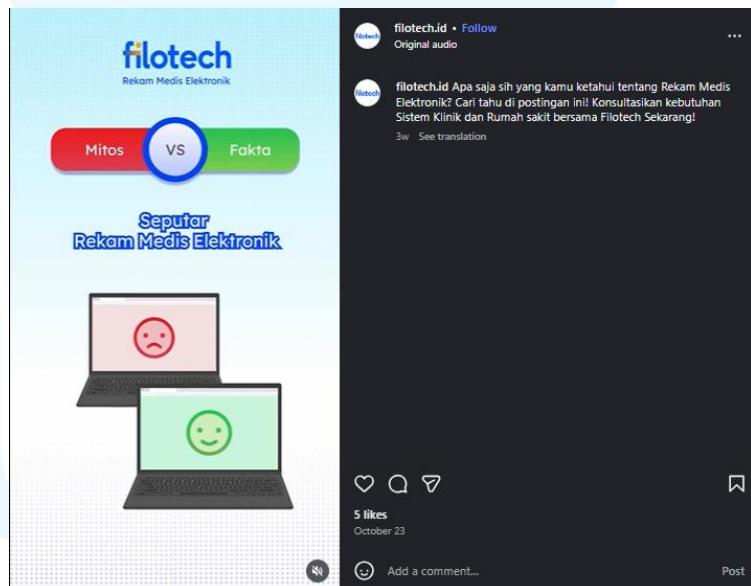
Dalam Penggunaan Foto Asset Untuk Video Iklan Filotech RME ini mengamabarkan seorang dokter wanita yang sedang senang dan memakai baju dari rumah sakit lengkap dengan stetoskop di lehernya. Pemilihan gambar dokter sebagai aset visual sangat penting karena mampu memberikan kesan profesional, kredibel, dan meyakinkan kepada audiens.



Gambar 3.57 Proses Peletakkan Foto Dokter Wanita

Selain itu, penempatan sosok dokter di bagian penutup video menegaskan relevansi aplikasi Filotech RME dengan dunia medis dan memperkuat pesan bahwa produk ini memang diperuntukkan bagi para tenaga medis dan institusi kesehatan. Berikut dari tampilan pada bagian ini, menciptakan fokus visual yang kuat di akhir tayangan. Gambar ini tidak hanya memperindah tampilan video, tetapi juga secara psikologis membangun koneksi antara brand Filotech RME dan para profesional medis, sehingga pesan utama iklan lebih cepat diterima, serta memberikan kesan akhir yang positif dan mudah diingat oleh penonton. Pemilihan aset ini membantu memastikan bahwa audiens paham bahwa aplikasi ini dikembangkan untuk profesional di bidang kesehatan, menjadikan pesan iklan lebih efektif dan terarah pada target pengguna.

Dengan keseluruhan pada proses penggeraan yang dilakukan oleh penulis mulai dari tahap briefing tugas hingga ekspor video melalui Media Encorder. Penulis kemudian menyerahkan Hasil Video Filotech RME ke Supervisor Utama untuk umpan balik agar diberi revisi atau perbaikan secara terstruktur apakah sudah sesuai arahan briefing dari Tim Filotech sekalipun Supervisor Utama itu sendiri. Dan akhirnya Supervisor Utama telah setuju bahwa hasil video yang dibuat oleh Penulis sudah sesuai briefing tugas dan memulai Upload Desain Iklan untuk Produk Filotech RME (Rekam Medis Elektronik) ke Media Sosial terutama Instagram Reels sebagai penghargaan Penulis yang sudah mengerjakan tugas tambahan ini berjalan dengan baik.



Gambar 3.58 Hasil Video Iklan Filotech RME di Instagram

MULTIMEDIA  
NUSANTARA

### **3.4 Kendala dan Solusi Pelaksanaan Kerja**

Selama program magang sebagai Magang Desain Grafis di Filotech ID, penulis menghadapi beberapa kendala. Namun, penulis berusaha mencari solusi untuk setiap tantangan tersebut. Bagian berikut akan menjelaskan secara rinci kendala dan solusi yang dihadapi penulis selama periode magang.

#### **3.4.1 Kendala Pelaksanaan Kerja**

Kendala Penulis saat melakukan Magang Di PT Filosofi Teknologi Indonesia atau Filotech, Penulis kurang dalam manajemen waktu saat pengerjaan tugas proyek utama dan terkadang Tim Filotech memberi kesempatan perpanjang deadline untuk Penulis dalam mengerjakan tugas proyek tersebut. Selain waktu jam pengerjaan, Tim Filotech dan Tim Digital Marketing termasuknya *Supervisor Utama* mengubah konsep media briefing mereka yang seahrusnya iklan kampanye yang dari merencanakan Proyek Desain Poster IG dan Facebook malah menjadi media video promosi Motion Graphic karena kendala pengerjaan Desain Penulis tidak sama dengan ekspresi Tim Filotech itu sendiri. Selain itu, Supervisor sering bertanya kapan pengerjaan tugas penulis bisa cepat selesai dan bisa di upload oleh *Supervisor Utama* di Media Sosial.

#### **3.4.2 Solusi Pelaksanaan Kerja**

Dengan cara mengatasi dari kendala menjadi hal tantangan dalam Magang di Filotech bagi penulis. Penulis perlu melakukan Komunikasi dan meningkatkan daya manajemen waktu dan rencana apa yang dilakukan hari ini dari setiap pengerjaan tugas dengan secara cepat dan berkomunikasi atau mengirim hasil preview setiap minggu ke *Supervisor Utama* sebagai kondisi proses pengerjaan pada posisi penulis.