

BAB III

PELAKSANAAN KERJA

3.1 Kedudukan dan Koordinasi Pelaksanaan Kerja

Dalam pelaksanaan kerja praktik, kedudukan serta koordinasi memiliki peranan penting untuk mengatur alur komunikasi, pembagian tugas, dan keterlibatan peserta magang di lingkungan perusahaan. Bagian ini menjelaskan posisi penulis sebagai peserta magang di TL Group, serta bagaimana sistem koordinasi diterapkan untuk mendukung kelancaran proses kerja sehari-hari.

3.1.1 Kedudukan Pelaksanaan Kerja

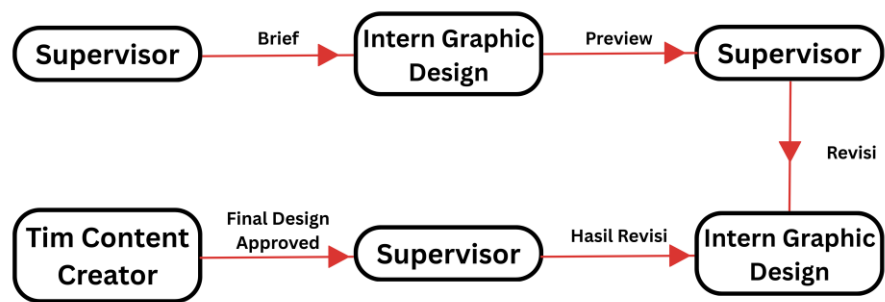
Selama melaksanakan kerja praktik di TL Group, penulis ditempatkan sebagai desainer grafis intern dalam divisi *Content Creator*. Divisi ini berperan penting dalam mengembangkan dan mengelola konten visual yang dipublikasikan melalui *platform* media yang dikelola perusahaan. Kedudukan penulis berada di bawah arahan langsung *supervisor* yang jabatannya adalah *Social Media Specialist*, sehingga setiap pekerjaan yang dilakukan selalu melalui proses pengarahan, evaluasi, serta persetujuan sesuai standar perusahaan.

Setelah desain selesai dikerjakan dan memperoleh persetujuan dari *supervisor*, hasil pekerjaan kemudian diserahkan kembali kepada tim Content Creator yang bertanggung jawab untuk proses unggah konten. Tim tersebut memastikan bahwa visual diunggah sesuai jadwal, caption telah disesuaikan, serta konten ditempatkan pada platform yang tepat. Dengan alur ini, kedudukan penulis berfokus pada produksi desain, sementara publikasi dilakukan oleh tim terkait untuk memastikan konsistensi dan efektivitas penyampaian informasi.

3.1.2 Koordinasi Pelaksanaan Kerja

Bagian ini berisi penjelasan mengenai informasi alur koordinasi Selama menjalani praktik kerja di TL Group, proses koordinasi pekerjaan

dilakukan secara langsung dengan *supervisor* melalui komunikasi harian menggunakan aplikasi *WhatsApp*. Setiap pagi, penulis menerima brief berisi arahan desain yang mencakup tema, jenis konten, serta informasi yang perlu disampaikan dalam visual. Setelah menerima brief, penulis mulai mengerjakan desain dengan terlebih dahulu mencari referensi visual dari berbagai sumber seperti media sosial, *Behance*, dan *platform* lainnya untuk memastikan hasil karya tetap relevan dan menarik bagi target audiens.



Gambar 3.1 Bagan Alur Koordinasi

Dalam proses pengerjaan, aset pendukung seperti foto atau *imagery* biasanya sudah disediakan oleh *supervisor* untuk menjaga keseragaman gaya visual perusahaan. Setelah desain selesai, hasil pekerjaan dikirim kembali kepada *supervisor* untuk diperiksa dan direvisi apabila terdapat kekurangan, meskipun revisi yang diberikan umumnya bersifat minor. Setelah desain disetujui, penulis mengunggah file akhir ke *Google Drive* perusahaan sebagai arsip dan bahan publikasi oleh tim media sosial.

3.2 Tugas yang Dilakukan

Selama melaksanakan kerja praktik di TL Group, penulis mengerjakan tugas yang berhubungan dengan desain grafis untuk kebutuhan konten media sosial perusahaan. Ruang lingkup pekerjaan meliputi pembuatan konten visual untuk akun

Info Tangerang dan Tangsel Life, penyusunan layout, pengolahan aset visual, serta penyesuaian gaya desain agar konsisten dengan identitas visual perusahaan. Seluruh tugas tersebut dikerjakan berdasarkan brief harian dari supervisor dan disesuaikan dengan kebutuhan komunikasi yang sedang dijalankan oleh perusahaan.

Tabel 3.1 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Kerja

Minggu	Tanggal	Proyek	Keterangan
1	23 – 25 Juli 2025	Konten harian di Instagra, @infotangerang.id & @tangsels.life	Judul konten feeds : -Beberapa Penyelamat Akhir Bulan - Capenya dapet, tapi puasnya enggak -Indonesia Sebagai Pemegang Kunci di Panggung Kopi Dunia -Gen Z vs Realita
2	26 Juli – 4 Agustus 2025	Membuat konten feeds dan cover reels Instagram untuk akun @bapenda_tangsels	Pada periode ini, pembuatan konten dilakukan berdasarkan dokumentasi acara yang berlangsung di Kantor Bapenda. Tim konten kreator dari TL Group melakukan kunjungan ke lokasi untuk mengambil foto dan video kegiatan. Hasil dokumentasi tersebut kemudian digunakan sebagai bahan dalam pembuatan berbagai aset konten, seperti desain <i>feeds</i> dan <i>cover reels Instagram</i> untuk akun @bapenda_tangsels. Proses pengerjaan meliputi seleksi foto, pengolahan visual, penyusunan layout, serta penyesuaian gaya desain agar selaras dengan identitas visual Bapenda.
3	5 – 11 Agustus 2025	Membuat konten feeds untuk <i>Instagram</i>	Judul konten feeds : - <i>Close Friend</i> , Tapi Gak Pernah <i>Feel Close</i> -Zodiak Kalau Kena Macet di Tangsel

		@infotangerang.id & @tangsels.life	-Tangsels Punya Cerita -Mood Warga Tangerang di Musim Hujan
4	12 – 21 Agustus 2025	Membuat konten <i>feeds</i> dan <i>cover reels Instagram</i> untuk @bapenda_tangsels	Judul Konten <i>Feeds</i> : -Bapenda Tangsels Funwalk -Dirgahayu 17 Agustus 80 tahun untuk Bapenda -JADWAL PELAYANAN KELILING Judul <i>Cover Reels</i> : -Pelayanan Pajak Daerah Goes To Mall -Booth Bapenda Tangsels di Funwalk 2025 -Sharing Bareng Bapenda Manado -LOMBA BAPENDA - BAPENDA
5	22 Agustus 2025	Membuat konten <i>feeds Instagram</i> @infotangerang.id	Judul Konten <i>Feeds</i> : -Negara dengan Internet Tercepat
6	23 Agustus 2025	Membuat <i>cover reels Instagram</i> Bapenda Tangsels	Judul <i>Cover Reels</i> : - BAPENDA BISA BAYAR PAJAK DEKAT RUMAH - PELAYANAN PAJAK KELILING
7	24 – 29 Agustus 2025	Membuat konten <i>feeds Instagram</i> untuk @tangsels.life	Judul Konten <i>Feeds</i> : -Kenapa Warna Merah Bikin Orang Cepat Ambil Keputusan? - GANTI OLI BUKAN AKAL-AKALAN BENGKEL - WILAYAH TANGSELS KALO JADI ZODIAK - TIPE-TIPE

			ZODIAK KALO LAGI KENA MACET DI DAERAH TANGSEL
8	30 Agustus – 3 September 2025	Membuat konten <i>feeds</i> dan <i>cover reels Instagram</i> untuk Bapenda Tangsel	Judul Konten : -COVER REELS KUNJUNGAN KERJA BAPENDA -COVER REELS YT BAPENDA TUTOR BAYAR PAJAK -KUNJUNGAN KERJA BAPENDA BATAM COVER REELS -Carousel BAPENDA -Carousel kunjungan kerja batam
9	4 September 2025	Membuat konten <i>feeds Instagram</i> untuk <i>@infotangerang.id</i>	Judul konten : -Hal-Hal Recch yang Bisa Bikin Drama -Ada Apa dengan Penjarahan Rumah Sri Mulyani ?

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

10	6 – 24 September 2025	Membuat konten untuk Bapenda Tangsel	<p>Judul Konten :</p> <ul style="list-style-type: none"> -Carousel Bapenda Kalo Karakter Favorit Bayar Pajak... -<i>Caraousel feed</i> : Perbedaan Pajak Pusat VS Pajak Daerah -Cover <i>reels</i> Sisi lain anak 20an yang mulai bayar pajak -cover <i>reels POV</i> Masuk Surga karena Taat Pajak -<i>Carousel</i> perbedaan pajak daerah dan pajak pusat -Cover <i>reels</i> bapenda aktivasi kkpd 2025 -<i>Carousel</i> Istilah Pajak - Cover <i>reels</i> ngorbit bareng inspektorat -Cover <i>reels</i> bapenda & phri - Carousel Istilah Pajak - Cover <i>reels</i> bapenda hari pelanggan nasional -<i>Carousel</i> bapenda
----	--------------------------	--	---

11	25 September – 22 Oktober 2025	Membuat konten <i>Instagram</i> untuk Bapenda Tangsel, @infotangerang.id dan @tangsels.life	<p>Judul Konten Tangsel Life :</p> <ul style="list-style-type: none"> -Negara-negara yang paling percaya akhirat -Polisi siapkan 500rb untuk ojol -Timeline Warga Tangsel Kalau Kerja di Jakarta -Tangsels Starter Pack -Ini Motor Bebek Pilihan Orang Indonesia - Siapa Punya Jalan Terbaik di Asia Tenggara? - 10 Provinsi dengan Ormas Terbanyak <p>Judul Konten Info Tangerang :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Carousel 19 tempat main padel di Tangerang - Ini Motor Bebek Pilihan Orang Indonesia - Mayoritas Lulusan Tidak Kerja Sesuai Bidang Studinya - Nama Gaul SMA Kota Tangerang - Daftar 10 Provinsi Dengan Santri Terbanyak <p>Judul Konten Bapenda :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Cover <i>reels</i> bapenda & panrb ri - Cover <i>reels</i> bapenda bayar pbb p-2 mu sekarang -Cover <i>reels</i> bapenda recap pentungan pbb -Cover <i>reels</i> bapenda testimoni pembebasan bphtb
----	-----------------------------------	---	--

			<p>-Cover <i>reels</i> bapenda bayar pajak sambil nonton musik gratis di tangsel npise vol.4</p> <p>- Cover <i>reels</i> bapenda raperwal tata cara penghapusan piutang pajak daerah</p> <p>- <i>Feeds</i> bapenda penagihan tunggakan pbb - p2</p>
12	23 Oktober – 1 November 2025	Membuat konten <i>feeds Instagram</i> untuk @tangsel.life	<p>Judul Konten :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kasta dan Golongan Wilayah Beli Rumah Baru di Jabodetabek - 10 Negara Pengguna Instagram Terbanyak
13	3 – 5 November 2025	Edit konten sponsor dan marketing untuk <i>Instagram @lifeat.tlgroup & Ottoman Turkish Delight</i>	<p>Sponsor :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sponsor makanan & minuman acara Halloween & Ultah Info Tangerang - Sponsor VanGard Kitchen - Sponsor Butter Joy <p>Marketing :</p> <ul style="list-style-type: none"> - The Ottoman Turkis Delight

14	6 – 13 November 2025	Membuat konten <i>feeds Instagram</i> untuk @tangsel.life dan @infotangerang.id	<p>Judul konten Tangsel Life :</p> <ul style="list-style-type: none"> - 8 PROFESI RENTAN DI PHK DI TAHUN 2026 - Ini Syarat Pekerja Swasta Naik Trandum Gratis di Indonesia - Ini Daftar Nama Pahlawan Yang Jadi Nama Jalan di Kota Tangerang - Fenomena Baru di Indonesia : Anak Muda Kini Lebih Takut Miskin Daripada Tidak Nikah <p>Judul konten Info Tangerang :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Fenomena Baru di Indonesia : Anak Muda Kini Lebih Takut Miskin Daripada Tidak Nikah
15	17 – 21 November 2025	Membuat konten <i>feeds Instagram</i> untuk @tangsel.life dan @infotangerang.id	<p>Judul konten Tangsel Life :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Negara dengan Gaji Bulanan Tertinggi di Dunia <p>Judul konten Info Tangerang :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Negara dengan Gaji Bulanan Tertinggi di Dunia

3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja

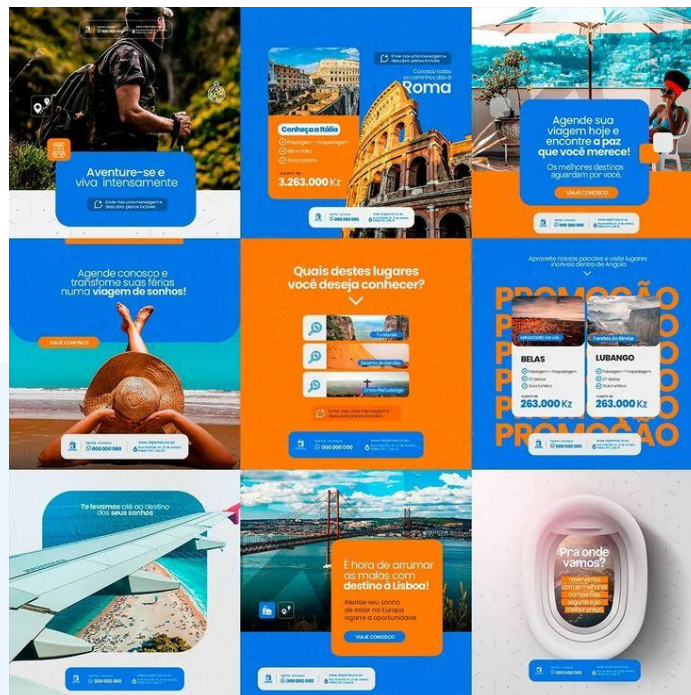
Selama menjalani praktik kerja magang di TL Group, penulis terlibat dalam berbagai proyek desain yang berkaitan dengan kebutuhan konten visual media sosial perusahaan. Setiap proyek memiliki karakter dan tujuan komunikasi yang berbeda. Melalui proyek utama dan tugas tambahan ini, penulis berkesempatan mengasah kemampuan dalam merancang desain yang efektif, sesuai dengan standar visual perusahaan.

3.3.1 Perancang Konten *Feeds Instagram @infotangerang.id* “19 Rekomendasi Tempat Main Padel di Tangerang”

Pada perancangan konten *feeds* “19 Tempat Main Padel di Daerah Tangerang”, penulis menjalani proses perancangan visual secara menyeluruh mulai dari tahap penerimaan *brief* hingga finalisasi desain. *Brief* proyek diterima melalui aplikasi *WhatsApp* dari mentor setiap pagi, berisi penjelasan mengenai konsep konten, format *multi-slide* yang harus dipakai, daftar lokasi padel, serta poin utama yang harus disampaikan kepada audiens. Setelah membaca *brief*, penulis melakukan konfirmasi singkat kepada mentor untuk memastikan tidak ada informasi yang terlewat sebelum masuk ke tahap pengerjaan.

Proses dimulai dengan melakukan riset tambahan terkait isi konten. Meskipun daftar lokasi sudah diberikan dalam *brief*, penulis tetap melakukan pengecekan ulang melalui *Google Maps*, website fasilitas olahraga, serta artikel daring untuk memastikan setiap informasi seperti alamat, nama lapangan, dan jenis fasilitas telah akurat. Penulis juga mencari tahu konteks tren olahraga padel di Tangerang untuk memastikan konten yang dibuat relevan dan memiliki nilai informatif yang kuat.

Setelah informasi terkumpul dengan lengkap, penulis mulai melakukan pencarian referensi visual. Tahap ini melibatkan eksplorasi gaya desain melalui platform seperti *Instagram*, *Pinterest*, *Behance*, dan *Dribbble*. Penulis mengumpulkan berbagai inspirasi terkait layout *multi-slide*, gaya ikon, komposisi foto, penempatan judul, hingga penggunaan warna yang cocok untuk konten informatif.

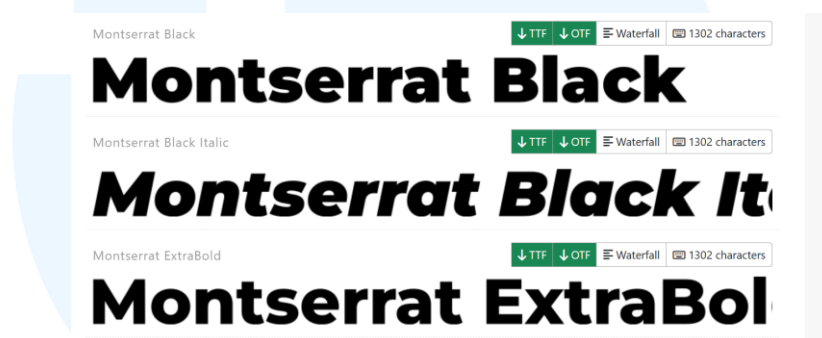


Gambar 3.2 Referensi

Memasuki tahap pra-desain, penulis menyiapkan kerangka layout awal di *Adobe Illustrator*. *Layout* dirancang dengan memperhatikan struktur informasi, seperti pembagian *slide* dan daftar lokasi. Penulis juga menetapkan *grid* dasar untuk memastikan setiap elemen memiliki jarak dan alignment yang konsisten. Pada tahap ini, penulis menentukan hierarki visual yang mencakup ukuran judul, teks pendukung, serta proporsi foto agar informasi dapat tersampaikan secara sistematis.

Untuk pemilihan aset *imagery*, penulis menggunakan foto-foto yang sudah disediakan oleh supervisor melalui *Google Drive* perusahaan. Penulis melakukan proses pengolahan foto seperti *cropping*, penyesuaian saturasi, peningkatan kontras, serta penyelarasan *tone* warna agar seluruh foto tampak seragam meskipun berasal dari sumber yang berbeda. Di samping itu, elemen visual tambahan seperti ikon lokasi, garis pemisah, dan elemen dekoratif dirancang langsung oleh penulis di *Adobe Illustrator* menggunakan bentuk vektor sederhana agar sesuai dengan gaya desain InfoTNG.

Dalam tahap tipografi, penulis melakukan eksplorasi font yang sesuai dengan pedoman visual TL Group. Penulis memilih *font* yang memiliki karakter modern, tegas, dan mudah dibaca terutama melalui perangkat mobile. Selain itu, penulis menyesuaikan ukuran, ketebalan, jarak huruf (*tracking*), serta spasi baris (*leading*) untuk menjaga keterbacaan pada setiap slide. Pemilihan warna teks juga disesuaikan dengan *color palette* kantor, yang umumnya menggunakan warna putih untuk headline.



Gambar 3.3 Montserrat Font di Website 1001 Font

Setelah layout dasar tersusun, penulis mulai mengerjakan desain final untuk setiap slide. Proses ini meliputi penempatan foto, penyempurnaan tata letak teks, penyelarasan ikon dengan *grid*, serta pengaturan keseimbangan visual antar elemen. Penulis melakukan peninjauan mendalam untuk memastikan tidak ada elemen yang bertumpuk, terlalu rapat, atau tidak seimbang dari segi komposisi. Proses pengecekan ini dilakukan secara bertahap agar hasil akhir sesuai dengan standar kualitas desain yang diterapkan perusahaan.

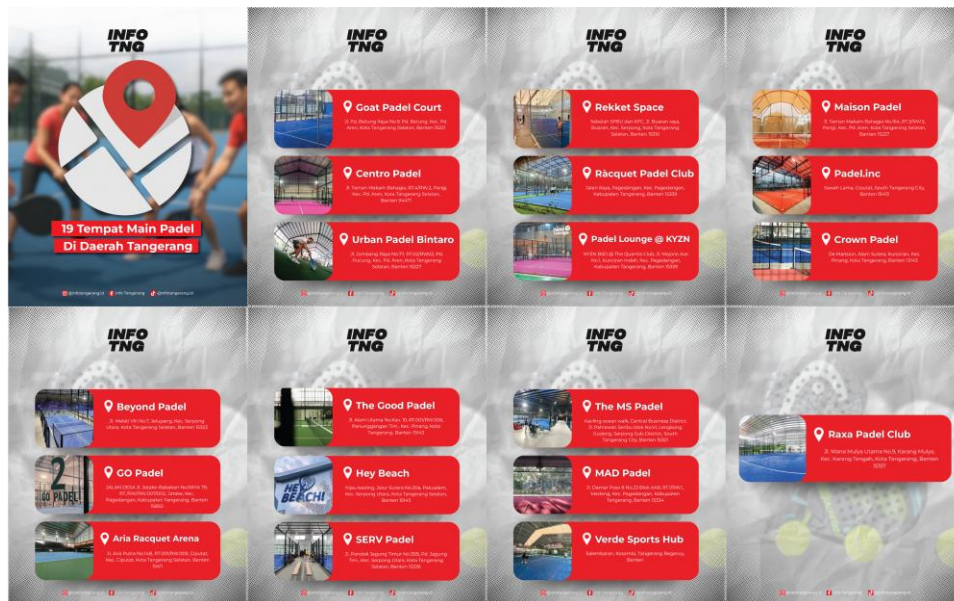
Desain yang sudah selesai kemudian dikirimkan kepada *supervisor* melalui *WhatsApp* untuk proses pengecekan. Pada tahap ini, *supervisor* memberikan revisi ringan, seperti penyesuaian ukuran ikon lokasi agar tampak lebih proporsional, penggantian warna tertentu agar lebih kontras, atau perbaikan penempatan teks yang dinilai terlalu rapat. Penulis kemudian melakukan revisi secara langsung dan membuat file versi baru untuk memastikan alur revisi terdokumentasi dengan baik. Setelah revisi

diterapkan, desain dikirim ulang untuk diperiksa kembali hingga dinyatakan memenuhi arahan yang diberikan.



Gambar 3.4 Revisi minor

Setelah desain dinyatakan *final*, file akhir baik dalam format *JPEG* untuk publikasi diunggah ke Google Drive perusahaan. File tersebut kemudian diteruskan kepada tim *Content Creator* yang bertugas mengatur penjadwalan unggahan pada media sosial InfoTNG. Dengan demikian, proyek ini menggambarkan alur kerja desain yang terstruktur dan kolaboratif, mulai dari riset, eksplorasi visual, digitalisasi, revisi, hingga proses finalisasi untuk publikasi.



Gambar 3.5 *Final Design*

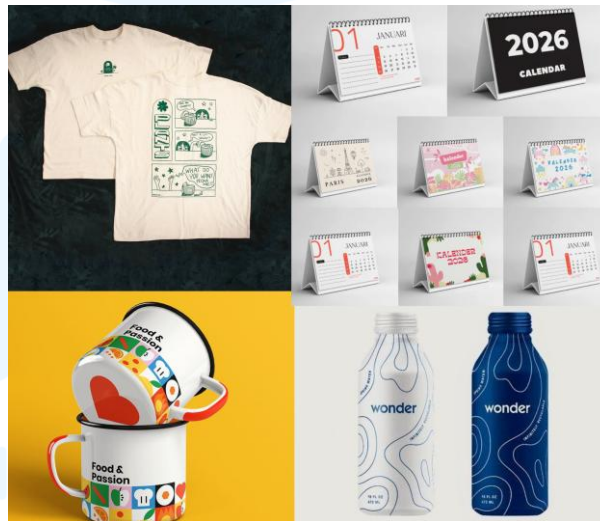
Tahap terakhir adalah penyelesaian final design. Setelah revisi dinyatakan selesai, penulis mengekspor seluruh slide dalam format *final* yang diminta oleh *supervisor*. File kemudian dikirimkan kembali dan dilanjutkan ke tim *Content Creator* untuk proses pengunggahan dan penjadwalan konten di media sosial InfoTNG.

3.3.2 Proses Pelaksanaan Tugas Tambahan Kerja

Sebagai pelengkap dari tugas utama yang telah dijabarkan pada subbab sebelumnya, pelaksanaan tugas tambahan kerja juga menjadi bagian penting dalam mendukung kelancaran kegiatan divisi tempat penulis menjalani magang. Tugas-tugas tambahan ini muncul berdasarkan kebutuhan harian tim dan situasi lapangan, sehingga proses pelaksanaannya menuntut fleksibilitas, ketelitian, dan kemampuan beradaptasi. Pada subbab ini, akan dijelaskan tahapan serta alur pengerjaan tugas tambahan yang dilakukan selama masa magang.

3.3.2.1 Proyek *Merchandise* TL Group

Pada proyek perancangan merchandise TL Group, penulis menerima brief melalui *WhatsApp* dari supervisor yang menjelaskan kebutuhan pembuatan empat jenis merchandise perusahaan, yaitu kaos, kalender meja 2026, botol minum *stainless*, dan *mug*. Dalam brief tersebut dijelaskan bahwa seluruh desain harus mengikuti identitas visual TL Group, mulai dari penggunaan logo, karakter ilustrasi, hingga konsistensi warna dan gaya grafis. Untuk memastikan arah desain sejalan dengan kebutuhan perusahaan, penulis memulai proses dengan melakukan pencarian referensi visual dari berbagai platform seperti *Pinterest*, *Behance*, *Dribbble*, serta studi terhadap *merchandise corporate* dari brand lain. Proses pencarian referensi ini membantu penulis memahami tren visual merchandise terkini, bagaimana elemen grafis bekerja pada media cetak dan tiga dimensi, serta pendekatan layout yang profesional namun tetap menarik.



Gambar 3.6 Referensi *Merchandise* TL Grup

Setelah referensi terkumpul, penulis memasuki tahap awal perancangan dengan menyusun konsep visual dan menentukan gaya desain yang akan diterapkan. Seluruh elemen dirancang sesuai dengan brand guideline TL Group, termasuk penggunaan warna

yang diambil dari palet resmi perusahaan. Untuk tipografi, penulis mencari dan memilih font yang karakteristiknya paling sesuai dengan citra TL Group, yaitu bersih, informatif, dan mudah terbaca. Konsep *initial* ini kemudian dikomunikasikan kepada mentor secara informal melalui *WhatsApp* untuk memastikan arah desain sesuai harapan sebelum berlanjut ke proses digitalisasi.

Pada tahap digitalisasi, penulis mulai mengembangkan desain untuk masing-masing merchandise. Untuk kaos TL Group, penulis menerapkan konsep minimalis pada bagian depan dengan penempatan logo yang presisi, sementara bagian belakang menampilkan ilustrasi reporter dalam format kartu identitas sehingga menonjolkan identitas media TL Group.



Gambar 3.7 Merchandise Kaos TL Grup

Pada perancangan merchandise berbentuk baju, pemilihan tipografi juga disesuaikan dengan konsep visual perusahaan. Elemen tulisan utama atau headline pada desain baju menggunakan *font Bernoru* untuk menonjolkan pesan secara ekspresif dan kuat, sedangkan untuk *body text* nya memakai *font Montserrat* yang bersifat *clean* dan *modern*, sehingga keseluruhan desain tetap seimbang secara visual.

FONT BERNORU

BERNORU

FONT MONTSEERRAT

MONTSEERRAT

Gambar 3.8 Font yang digunakan

Pada kalender meja 2026, penulis merancang layout kalender bulanan dengan memperhatikan hierarki visual, penandaan hari penting, serta penggunaan pola latar khas TL Group agar tetap konsisten dengan identitas brand.



Gambar 3.9 Merchandise Kalender 2026 TL Grup

Penulisan tahun pada kalender serta judul di bagian cover menggunakan font *Bernoru* untuk memberikan kesan bold, *playful*, dan mudah dikenali. Sementara itu, bagian isi kalender seperti tanggal, deskripsi singkat, dan keterangan lain menggunakan font *Inria Serif* agar tetap mudah dibaca dan terlihat bersih.

FONT BERNORU

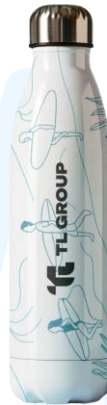
BERNORU

FONT INRIA SERIF

INRIA SERIF

Gambar 3.10 *Font* yang digunakan

Sementara untuk *merchandise* botol minum, penulis awalnya mengembangkan ilustrasi bertema *surfing* sebagai konsep visual utama, dengan tujuan menghadirkan kesan energik, dinamis, dan fun. Ilustrasi tersebut digarap menggunakan teknik vektor di Adobe Illustrator, dimulai dari pembuatan sketsa digital sederhana, kemudian dilanjutkan dengan penggambaran bentuk karakter, penambahan garis gerak, serta pewarnaan yang mengikuti palet warna TL Group. Selain itu, elemen dekoratif seperti bentuk ombak dan aksen garis dibuat untuk memperkuat nuansa aktif khas gaya ilustrasi modern.



Gambar 3.11 *Merchandise* Botol *Stainless* TL Grup

Selain ketiga produk tersebut, penulis juga merancang *mug* TL Group yang memanfaatkan deretan ikon khas dunia media, seperti ikon mikrofon, televisi, ide, pencarian, proses, dan dokumen. Ikon-ikon tersebut disusun dalam kotak berwarna biru TL Group dan

dibuat mengelilingi bagian tengah mug, sementara logo perusahaan ditempatkan dalam komposisi minimalis untuk menjaga kesan profesional. Seluruh ikon digambar ulang dan disesuaikan agar tidak terdistorsi saat ditempel pada bidang melengkung.



Gambar 3.12 *Merchandise Mug* TL Grup

Pada desain *merchandise* botol *stainless* sempat mengalami revisi pada ilustrasi desain nya. Pada versi awal, penulis membuat ilustrasi bertema *surfing* sebagai elemen visual utama. Namun, supervisor menilai konsep tersebut kurang relevan dengan identitas TL Group yang berfokus pada media dan informasi. Karena itu, ilustrasi kemudian diarahkan ulang dengan mengganti karakter utama menjadi figur reporter yang lebih sesuai dengan citra perusahaan. Untuk menjaga dinamika visual, penulis menambahkan elemen gelombang bergaya grafis sebagai aksan agar desain tetap hidup namun tetap relevan dengan identitas perusahaan. Setelah revisi tersebut diterapkan, desain dapat diterima dan dilanjutkan ke tahap finalisasi sebelum diserahkan ke supervisor untuk validasi akhir.



Gambar 3.13 Hasil revisi *Merchandise* Botol TL Grup

Setelah seluruh revisi diterapkan, desain final dikirimkan kembali kepada supervisor untuk validasi terakhir sebelum diserahkan kepada tim produksi. Proyek merchandise ini memberikan penulis pengalaman penting dalam mengolah desain untuk media cetak dan produk fisik, sekaligus memahami standar teknis yang perlu diperhatikan dalam proses produksi brand *merchandise*.

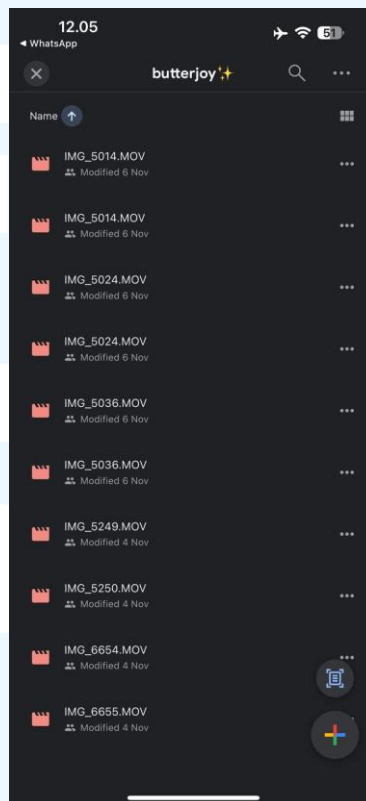


Gambar 3.14 *Final Design*

3.3.2.2 Proyek *Editing* Video Sponsor “*Dessert by Butter Joy*”

Pada proyek ini, penulis bertugas mengerjakan video promosi untuk *Dessert by Butter Joy*, yaitu salah satu booth makanan sponsor

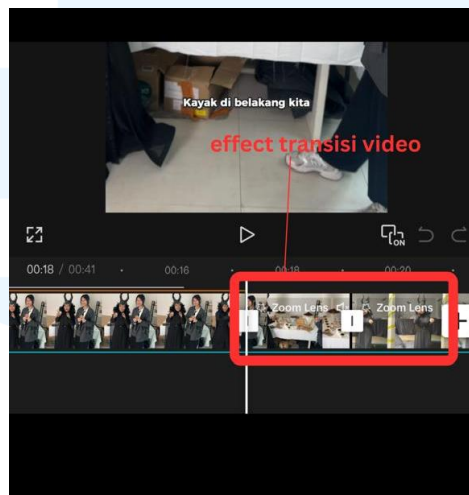
yang hadir dalam acara *Halloween* yang diselenggarakan oleh TL Grup. Brief mengenai proyek ini diberikan langsung oleh tim *Content Creator* melalui *WhatsApp*. Dalam brief tersebut, tim menyertakan kebutuhan materi melalui *Google Drive* berupa kumpulan footage booth, close-up produk, suasana acara, serta beberapa shot pendukung yang harus digabungkan menjadi satu video promosi yang menarik dan sesuai dengan konsep acara.



Gambar 3.15 Kebutuhan *Footage* di *Google Drive*

Sebelum memulai proses *editing*, penulis terlebih dahulu melakukan pencarian referensi untuk menentukan gaya visual dan ritme video yang tepat. Referensi diambil dari berbagai *Instagram Reels* yang memiliki gaya penyajian serupa, khususnya video-video makanan atau *event highlight* yang menonjolkan visual produk dengan tren editing yang sedang populer. Tahap ini membantu penulis menentukan gaya transisi, tempo musik, serta *mood* keseluruhan yang akan digunakan dalam video.

Setelah arah visual ditentukan, penulis masuk ke tahap pengolahan video menggunakan aplikasi *CapCut*. Proses editing dimulai dengan memilih dan menyusun urutan footage, memastikan video memiliki alur yang runtut dan enak ditonton. Penulis melakukan *trimming*, stabilisasi, dan penyesuaian warna sederhana untuk memperkuat tampilan produk serta suasana booth. Efek transisi ringan ditambahkan agar perpindahan antar-*shot* lebih halus, diikuti dengan penempatan teks informasi seperti nama brand dan highlight menu yang tersedia. Musik latar dipilih yang sesuai dengan tema Halloween namun tetap memberi kesan manis dan modern, menyesuaikan karakter produk *dessert*.



Gambar 3.16 Efek transisi di *CapCut*

Setelah versi pertama selesai, video dikirimkan kembali ke tim Content Creator untuk dilakukan pengecekan. Pada tahap ini, tim memberikan revisi kecil berupa penyesuaian durasi pada beberapa shot serta permintaan untuk melakukan fade out pada audio di bagian akhir agar tidak terdengar menggantung. Revisi tersebut kemudian langsung diterapkan oleh penulis hingga video dinyatakan sesuai dan siap dipublikasikan sebagai bagian dari materi promosi sponsor di media sosial.



Gambar 3.17 *Final Design*

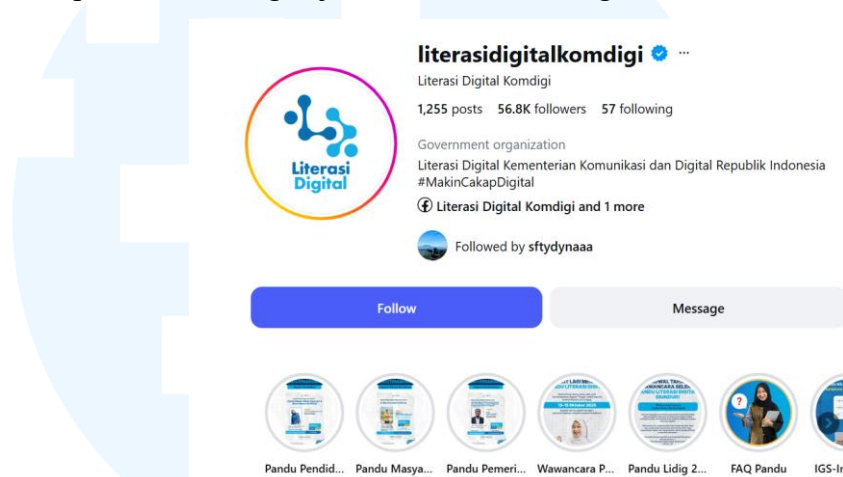
Setelah seluruh revisi disetujui, video final diekspor dalam format yang diminta dan diunggah ke *Google Drive* untuk kemudian diserahkan kepada tim *Content Creator* sebagai arsip serta materi siap tayang.

3.3.2.3 Perancangan *Cover Reels* Bapenda “Raperwal Tata Cara Penghapusan Piutang Pajak Daerah”

Pada proyek perancangan *cover reels* ini, penulis bertugas membuat visual utama untuk konten *Instagram Reels* Bapenda Kota Tangerang Selatan dengan judul “Raperwal Tata Cara Penghapusan Piutang Pajak Daerah”. Brief proyek disampaikan langsung oleh *supervisor* melalui aplikasi *WhatsApp*. Bersamaan dengan penyampaian brief, *supervisor* juga memberikan dokumentasi foto kegiatan yang akan digunakan sebagai elemen visual utama pada *cover reels*, sehingga penulis dapat memahami konteks konten serta kebutuhan visual sejak tahap awal.

Setelah menerima brief, penulis melakukan riset referensi visual dengan mengamati beberapa contoh *cover reels* milik instansi

pemerintahan melalui Instagram. Riset ini bertujuan untuk menentukan gaya visual yang informatif, rapi, dan mudah dipahami oleh audiens. Berdasarkan hasil riset tersebut, penulis menentukan pendekatan desain yang menonjolkan judul konten sebagai fokus utama, dengan komposisi visual yang sederhana agar informasi dapat terbaca dengan jelas dalam durasi singkat.



Gambar 3.18 Referensi dari Literasi Digital Komdigi

Pada tahap desain awal, penulis mulai mengolah visual menggunakan *Adobe Illustrator*. Desain dibuat dengan menerapkan *background* dengan *element gradient* untuk memberikan kesan modern, dengan tetap menyesuaikan *color palette* Bapenda yang didominasi oleh warna biru dan putih. Foto dokumentasi yang telah disediakan ditempatkan sebagai latar pendukung, sementara judul konten diposisikan pada area tengah agar mudah menarik perhatian. Untuk tipografi, penulis menggunakan *font Funtastic* karena memiliki karakter tebal dan mudah dibaca, sehingga sesuai digunakan sebagai headline pada *cover reels*.

ABCDEFGHIJKLM

Gambar 3.19 Font Funtastic

Setelah desain awal dikirimkan kepada *supervisor* untuk dilakukan pengecekan, penulis menerima masukan terkait tampilan teks pada visual. Pada versi awal, seluruh judul menggunakan warna kuning yang dinilai terlihat terlalu ramai. Berdasarkan arahan tersebut, penulis melakukan revisi dengan mengombinasikan warna biru dan kuning pada teks judul, serta menambahkan outline pada font agar tulisan terlihat lebih tegas dan tetap terbaca di atas latar foto.



Gambar 3.20 Desain Awal

Setelah proses revisi selesai dilakukan, desain kembali dikirimkan kepada supervisor dan dinyatakan telah sesuai dengan kebutuhan konten. Cover reels yang telah disetujui kemudian digunakan sebagai visual utama pada konten Instagram Reels Bapenda dan siap untuk dipublikasikan. Riset ini bertujuan untuk menentukan gaya visual yang informatif, formal, namun tetap menarik perhatian audiens. Dari hasil riset tersebut, penulis menentukan pendekatan desain yang sederhana, rapi, dan mudah

dibaca agar pesan utama dapat tersampaikan secara jelas dalam tampilan *cover reels*.



Gambar 3.21 *Final Design*

Setelah proses revisi selesai dilakukan, desain kembali dikirimkan kepada supervisor untuk dilakukan pengecekan akhir. Pada tahap ini, desain dinyatakan telah sesuai dengan kebutuhan konten serta standar visual yang diterapkan oleh Bapenda, sehingga tidak diperlukan revisi lanjutan dan desain ditetapkan sebagai *final design*.

Cover reels yang telah disetujui tersebut kemudian digunakan sebagai visual utama pada konten *Instagram Reels* Bapenda dan diserahkan kepada tim *content creator* untuk proses pengunggahan. Dengan demikian, perancangan *cover reels* ini dinyatakan selesai dan siap dipublikasikan sebagai bagian dari penyampaian informasi kepada masyarakat.

3.3.2.4 Perancangan Konten *Feeds Instagram* @tangsel.life “Kasus Gizi Gratis”

Pada proyek perancangan konten feeds Instagram “Kasus Gizi Gratis”, penulis bertugas mengolah informasi menjadi konten visual edukatif untuk akun @tangsel.life. Brief proyek diberikan oleh *supervisor* melalui aplikasi *WhatsApp* yang berisi arahan mengenai informasi isi konten. Konten ini ditujukan untuk menyampaikan isu gizi gratis secara informatif, ringkas, dan mudah dipahami dalam format *feeds Instagram*.

Setelah menerima brief, penulis melakukan tahap riset awal untuk memperdalam pemahaman terhadap isi konten serta menentukan pendekatan visual yang sesuai. Riset dilakukan dengan menelusuri berbagai referensi konten sejenis di Instagram, khususnya unggahan berita dan infografis edukatif, guna memahami pola penyajian data yang efektif. Selain itu, penulis juga menyesuaikan referensi dengan karakter visual akun @tangsel.life agar desain yang dihasilkan tetap konsisten dengan identitas visual yang telah digunakan sebelumnya.

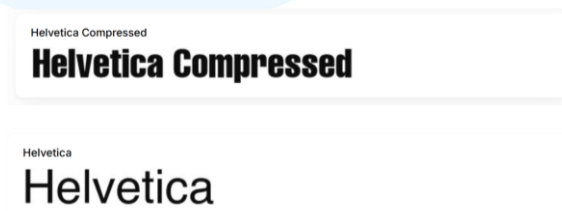


Gambar 3.22 Akun referensi desain *Good Stats*

Tahap selanjutnya adalah proses perancangan desain menggunakan *software Adobe Illustrator*. Aset *imagery* yang digunakan dalam konten ini telah disediakan oleh pihak kantor

melalui *Google Drive*, sehingga penulis dapat langsung menyesuaikannya dengan kebutuhan desain. Dalam proses desain, penulis menerapkan penggunaan background *gradient* yang dikombinasikan dengan foto sebagai latar belakang, kemudian ditambahkan *overlay* warna biru dengan tingkat *opacity* tertentu agar elemen visual dan teks tetap terbaca dengan jelas. Pemilihan warna mengikuti *color palette* Tangsel Life, yaitu kombinasi warna biru dan kuning sebagai warna utama.

Pada aspek tipografi, penulis menggunakan font Helvetica Bold untuk headline agar informasi utama terlihat menonjol dan tegas, sedangkan body text menggunakan Helvetica Regular untuk menjaga keterbacaan informasi pendukung. Seluruh elemen visual, seperti teks, data, dan gambar, disusun secara terstruktur dalam format multi-slide agar alur informasi dapat dipahami dengan mudah oleh audiens.



Gambar 3.23 *Font Helvetica*

Setelah proses perancangan selesai, desain langsung dikirimkan kepada *supervisor* untuk dilakukan pengecekan. Pada tahap ini, tidak terdapat revisi yang diberikan karena desain dinilai telah sesuai dengan brief dan kebutuhan konten. Desain yang telah disetujui kemudian digunakan sebagai konten final dan siap dipublikasikan sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan.

3.4 Kendala dan Solusi Pelaksanaan Kerja

Dalam proses pelaksanaan kegiatan magang, tentu tidak terlepas dari berbagai kendala yang muncul, baik dari segi teknis maupun non-teknis. Setiap kendala yang

dihadapi menjadi bagian dari proses pembelajaran untuk memahami dinamika pekerjaan di lingkungan profesional. Oleh karena itu, penting untuk mengidentifikasi hambatan yang terjadi selama pelaksanaan tugas serta merumuskan solusi yang diterapkan agar pekerjaan tetap berjalan dengan efektif dan sesuai dengan target yang telah ditentukan.

3.4.1 Kendala Pelaksanaan Kerja

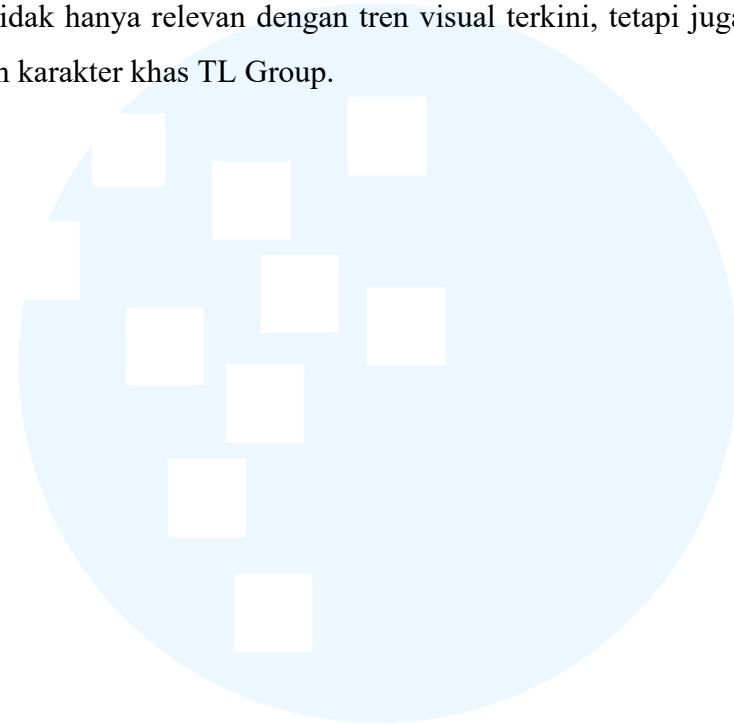
Selama proses pelaksanaan kerja magang, beberapa kendala ditemukan terutama dalam hal penyesuaian terhadap sistem kerja dan standar visual yang digunakan perusahaan. Salah satu kendala utama adalah perbedaan gaya desain antara hasil eksplorasi pribadi dengan arahan visual perusahaan yang sudah memiliki identitas tersendiri, sehingga diperlukan waktu untuk menyesuaikan gaya agar tetap konsisten dengan *brand guideline*. Selain itu, proses revisi desain terkadang memerlukan waktu yang cukup lama karena harus melalui beberapa tahap persetujuan dari pihak terkait. Kendala lainnya adalah terbatasnya referensi visual internal untuk beberapa proyek baru, sehingga penulis perlu melakukan riset tambahan agar hasil desain tetap relevan dan sesuai dengan karakter media yang dikelola TL Group.

3.4.2 Solusi Pelaksanaan Kerja

Untuk mengatasi kendala yang dihadapi selama pelaksanaan kerja, penulis berusaha menyesuaikan diri dengan gaya visual dan standar desain perusahaan melalui observasi arsip desain terdahulu yang digunakan TL Group. Selain itu, penulis melakukan eksplorasi mandiri untuk memahami arah visual yang diharapkan, terutama saat mengerjakan konten yang membutuhkan pendekatan desain yang lebih variatif.

Dalam menghadapi revisi yang terjadi selama proses pengerjaan, penulis mulai menerapkan sistem kerja yang lebih terstruktur dengan menyimpan versi desain di setiap tahapan. Cara ini membantu penulis melakukan perubahan dengan lebih efisien tanpa menghilangkan konsep dasar yang telah disepakati. Sementara itu, untuk memenuhi kebutuhan ide dan

inspirasi visual, penulis aktif melakukan pencarian referensi dari berbagai platform seperti *Behance*, *Pinterest*, *Instagram*, serta beberapa website penyedia inspirasi desain. Upaya ini membantu penulis menghasilkan desain yang tidak hanya relevan dengan tren visual terkini, tetapi juga tetap selaras dengan karakter khas TL Group.



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA