

## BAB III

### PELAKSANAAN KERJA

#### 3.1 Kedudukan dan Koordinasi Pelaksanaan Kerja

Paragraf dimulai selalu dengan 7—8 ketukan (konsisten dengan awal paragraf sebelumnya). Bagian ini berisi keterangan/ informasi mengenai posisi penulis dan alur koordinasi penulis dengan pembimbing lapangan pada saat pengerjaan suatu proyek/ pengerjaan (minimal tiga kalimat).

##### 3.1.1 Kedudukan Pelaksanaan Kerja

Penulis ditempatkan sebagai Desain Grafis Intern pada divisi Digital Marketing. Selama program magang, penulis diarahkan langsung oleh seorang supervisor dan dua orang mentor yang berada di divisi yang sama. Divisi Digital Marketing sendiri memiliki tugas utama yang berhubungan dengan kegiatan promosi perusahaan, pembuatan visual, pengelolaan komunikasi, dan upaya meningkatkan engagement dengan audiens maupun calon pelanggan. Melalui divisi ini, penulis belajar bahwa desain tidak hanya soal tampilan menarik, tetapi juga bagaimana pesan perusahaan dapat tersampaikan dengan jelas.

Secara umum, tugas di dalam divisi Digital Marketing antara lain:

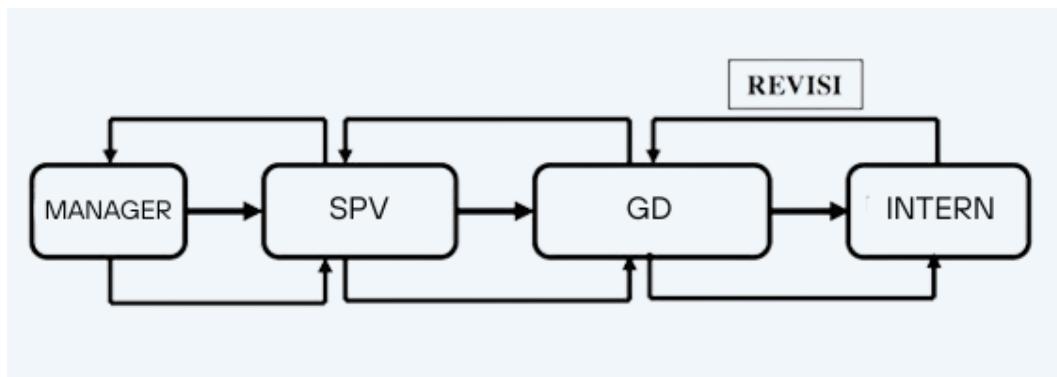
1. Mengembangkan budaya perusahaan dengan turut serta dalam pembuatan program internal yang mendorong penerapan budaya tersebut dalam kegiatan kerja sehari-hari.
2. Membantu menambah engagement untuk perusahaan, sekaligus memahami kebutuhan visual yang dibutuhkan oleh tim sales untuk mendukung kegiatan penjualan.
3. Membuat konten visual dan multimedia untuk keperluan promosi, seperti desain poster, materi untuk media sosial, video singkat, serta mendukung pembuatan artikel melalui visual pendukung.

Selama periode magang di Solusi Klik, proyek utama yang menjadi fokus dan dipilih sebagai proyek utama dalam laporan magang ini adalah Broadcast WhatsApp dan SEO Image Artikel, khususnya dalam pembuatan konten produk untuk kebutuhan broadcast serta pembuatan banner yang akan diunggah pada SEO artikel. Selain itu, penulis juga ikut berkontribusi dalam proses awal perancangan tampilan E-Commerce, terutama dari sisi visual dan penyesuaian dengan identitas brand perusahaan. Desain yang dibuat oleh divisi penulis biasanya menyesuaikan dengan kebutuhan divisi lain. Jika ada divisi yang membutuhkan materi desain untuk kegiatan atau program tertentu, maka divisi Digital Marketing akan membantu membuatkan, terutama jika berhubungan dengan Instagram Solusi Klik atau media promosi lainnya.

Tidak hanya dalam bentuk desain poster maupun postingan foto, penulis juga mendapatkan kesempatan untuk mengerjakan proyek berbentuk video. Beberapa di antaranya adalah pembuatan video konten dan editing video untuk event-event tertentu, seperti momentum hari besar nasional, acara perpisahan (farewell) untuk karyawan atau anak magang, serta dokumentasi kegiatan outing kantor. Melalui berbagai tugas tersebut, penulis dapat belajar secara langsung bagaimana alur kerja pembuatan konten di sebuah perusahaan, mulai dari proses briefing, pembuatan konsep visual sederhana, sampai pada tahap revisi dan publikasi.kalimat.

### **3.1.2 Koordinasi Pelaksanaan Kerja**

Bagian ini berisi penjelasan mengenai informasi alur koordinasi pekerjaan yang penulis lakukan di perusahaan kerja. Paragraf minimal terdiri atas tiga kalimat. Alur koordinasi ini dapat pula dilengkapi dengan bagan alur kerja seperti contoh di bawah ini:



Gambar 3.1 Bagan Alur Koordinasi

### 3.2 Tugas yang Dilakukan

Selama masa magang, penulis melaksanakan berbagai tugas yang diberikan oleh mentor atau pembimbing di tempat kerja sesuai dengan kebutuhan divisi *marketing* serta jadwal kerja yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Tugas-tugas tersebut mencakup berbagai aktivitas pendukung pemasaran yang disesuaikan dengan tujuan dan strategi yang sedang dijalankan. Seluruh aktivitas yang dilakukan penulis selama masa magang didokumentasikan secara sistematis dan berkelanjutan melalui *daily task* sebagai bentuk laporan kinerja, sarana evaluasi, serta media pemantauan perkembangan kompetensi dan tanggung jawab yang dijalankan selama program magang berlangsung.

Minggu	Tanggal	Proyek	Keterangan
1	1-4 Juli 2025	Broadcast Whatsapp Produk Pengadaan	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat konten broadcast Whatsapp untuk produk pengadaan.</li> <li>- Revisi konten broadcast produk</li> <li>- Membuat 5 konten broadcast untuk setiap 1 produk.</li> </ul>
2	7-11 Juli 2025	Broadcast Whatsapp Produk Pengadaan	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat konten broadcast Whatsapp</li> </ul>

			<ul style="list-style-type: none"> <li>- untuk produk pengadaan.</li> <li>- Revisi konten broadcast produk</li> <li>- Membuat 5 konten broadcast untuk setiap 1 produk.</li> </ul>
3	14-18 Juli 2025	<i>Homepage E-Commerce</i> untuk Solusi Klik	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat prototipe E-Commerce perusahaan.</li> <li>- Brainstorming bersama PIC</li> <li>- Mendiskusikan Moodboard bersama PIC</li> <li>- Membuat sketsa homepage E-Commerce</li> <li>- Membuat sketsa menjadi <i>Low-Fidelity</i> lalu diajukan ke manajer</li> <li>- Membuat <i>High-Fidelity Homepage E-commerce</i></li> </ul>
4	21-25 Juli 2025	<i>Banner Company Profile</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat banner sosial media perusahaan (Linkedin, Facebook, Youtube)</li> <li>- Memahami brief yang diberikan oleh perusahaan.</li> <li>- Mempelajari Brand Guideline setiap perusahaan.</li> <li>- Mendesain sesuai style, tipografi, visual, elemen, setiap perusahaan.</li> </ul>
5	28-31 Juli 2025	Broadcast Whatsapp	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat konten broadcast Whatsapp</li> </ul>

			<ul style="list-style-type: none"> <li>- untuk produk pengadaan.</li> <li>- Revisi konten broadcast produk</li> <li>- Membuat 5 konten broadcast untuk setiap 1 produk.</li> </ul>
6	1-8 Agustus 2025	Broadcast Whatsapp	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat konten broadcast Whatsapp untuk produk pengadaan.</li> <li>- Revisi konten broadcast produk</li> <li>- Membuat 5 konten broadcast untuk setiap 1 produk</li> </ul>
7	11-15 Agustus 2025	SEO <i>Image</i> Artikel	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat banner untuk artikel SEO perusahaan.</li> <li>- Mempelajari setiap produk dan <i>environment</i> pendukungnya.</li> <li>- Membuat 3 banner untuk setiap 1 artikel.</li> </ul>
8	18-22 Agustus 2025	SEO <i>Image</i> Artikel	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat banner untuk artikel SEO perusahaan.</li> <li>- Mempelajari setiap produk dan <i>environment</i> pendukungnya.</li> <li>- Membuat 3 banner untuk setiap 1 artikel.</li> </ul>
9	25-29 Agustus 2025	Broadcast & SEO <i>Image</i> Artikel	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat banner untuk artikel SEO perusahaan.</li> <li>- Membuat konten broadcast Whatsapp</li> </ul>

			<p>untuk produk pengadaan.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Revisi konten</li> <li>- Brief artikel</li> <li>- Mengubah size banner agar lebih kecil dan tidak memberatkan website.</li> </ul>
10	1-4 September 2024	SEO <i>Image</i> Artikel	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat banner untuk artikel SEO perusahaan.</li> <li>- Mempelajari setiap produk dan <i>environment</i> pendukungnya.</li> <li>- Membuat 3 banner untuk setiap 1 artikel.</li> </ul>
11	8-15 September 2025	SEO <i>Image</i> Artikel & Dokumentasi Survei Produk Pengadaan	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat banner untuk artikel SEO perusahaan.</li> <li>- Mempelajari setiap produk dan <i>environment</i> pendukungnya.</li> <li>- Membuat 3 banner untuk setiap 1 artikel.</li> <li>- Pergi Dokumentasi ke luar kantor.</li> <li>- Memahami cara take video dan foto produk yang di dokumentasikan.</li> <li>- Merasakan pengalaman bekerja atau survey produk diluar kantor.</li> </ul>
12	16-22 September 2025	SEO <i>Image</i> Artikel	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat banner untuk artikel SEO perusahaan.</li> <li>- Mempelajari setiap produk dan</li> </ul>

			<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>environment</i> pendukungnya.</li> <li>- Membuat 3 banner untuk setiap 1 artikel.</li> </ul>
13	23-25 September 2025	Dokumentasi Survei Produk Pengadaan	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Melakukan dokumentasi survei produk pengadaan diluar kantor</li> <li>- Menjadi talent untuk video konten sosial media</li> <li>- Memahami skrip yang diberikan untuk talent</li> <li>- Mengambil video untuk produk dan konten</li> </ul>
14	26-30 September 2025	Dokumentasi Workshop	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Membantu menyiapkan workshop</li> <li>- Mendokumentasikan acara workshop</li> <li>- Belajar tentang apa itu workshop dan untuk apa workshop diselenggarakan</li> <li>- Belajar mengatur kamera dengan baik</li> </ul>

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

15	1-3 Oktober 2025	Take Konten, Desain BC Hari Besar Sumpah Pemuda, dan SEO <i>Image Artikel</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Take konten video untuk sosial media perusahaan</li> <li>- Menjadi talent dalam video</li> <li>- Membaca skrip atau brief konten</li> <li>- Membuat sketsa desain poster hari sumpah pemuda</li> <li>- Belajar membuat poster Hari Besar</li> <li>- Membuat banner untuk artikel SEO perusahaan.</li> <li>- Mempelajari setiap produk dan <i>environment</i> pendukungnya.</li> <li>- Membuat 3 banner untuk setiap 1 artikel.</li> </ul>
16	6-10 Oktober 2025	SEO <i>Image Artikel</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat banner untuk artikel SEO perusahaan.</li> <li>- Mempelajari setiap produk dan <i>environment</i> pendukungnya.</li> <li>- Membuat 3 banner untuk setiap 1 artikel.</li> </ul>
17	13-17 Oktober 2025	SEO <i>Image Artikel</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat banner untuk artikel SEO perusahaan.</li> <li>- Mempelajari setiap produk dan <i>environment</i> pendukungnya.</li> <li>- Membuat 3 banner untuk setiap 1 artikel.</li> </ul>

18	20-14 Oktober 2025	SEO <i>Image</i> Artikel	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat banner untuk artikel SEO perusahaan.</li> <li>- Mempelajari setiap produk dan <i>environment</i> pendukungnya.</li> <li>- Membuat 3 banner untuk setiap 1 artikel.</li> </ul>
19	27-31 Oktober 2025	BC Hari Besar Sumpah Pemuda, Sertifikat Farewell, SEO <i>Image</i> Artikel, dan Mengedit Konten.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat desain hari besar sumpah pemuda</li> <li>- Mempelajari cara mendesain hari besar</li> <li>- Mendesain sesuai ketentuan perusahaan</li> <li>- Mendalami kemampuan Software Adobe Illustrator</li> <li>- Membuat sketsa sertifikat farewell untuk anak PKL dan magang</li> <li>- Mendigitalisasi sertifikat menggunakan Canva</li> <li>- Mempelajari mendesain di Canva</li> <li>- Belajar membuat sertifikat sesuai kebutuhan dan ketentuan perusahaan</li> <li>- Membuat banner untuk artikel SEO perusahaan.</li> <li>- Mempelajari setiap produk dan</li> </ul>

			<p><i>environment</i> pendukungnya.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat 3 banner untuk setiap 1 artikel.</li> <li>- Mengedit konten untuk sosial media perusahaan</li> <li>- Belajar mendalami kemampuan menggunakan aplikasi edit video bernama Capcut</li> <li>- Membantu rekan tim desain mengedit</li> <li>- Membuat <i>thumbnail</i> untuk video konten</li> <li>- Memasukan video dan <i>thumbnail</i> ke drive perusahaan</li> </ul>
--	--	--	--

Tabel 3.1 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Kerja

### 3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja

Selama empat bulan menjalani magang, penulis memiliki beberapa tugas inti yang dikerjakan secara rutin maupun berdasarkan kebutuhan tim. Tugas utama adalah membuat konten broadcast WhatsApp dan banner SEO untuk Solusi Klik. Setiap pekerjaan dimulai dari membaca brief yang diberikan mentor, memahami produk yang akan dipromosikan, serta memastikan kata kunci yang relevan sudah sesuai dengan kebutuhan artikel atau konten. Setelah itu, penulis mencari referensi sederhana sebagai acuan gaya visual agar desain yang dibuat tetap konsisten dengan identitas perusahaan.

Pada proses desain, penulis menggunakan template wajib yang sudah ditetapkan oleh Solusi Klik. Template ini menjadi pedoman agar setiap desain tetap konsisten, baik dari segi tipografi, palet warna, maupun layout. Penulis lalu menambahkan latar dan environment pendukung, seperti lighting atau elemen visual lain, agar fungsi produk yang ditampilkan terlihat lebih jelas. Setelah rancangan awal selesai, penulis mengajukan hasil desain tersebut kepada mentor

untuk diperiksa. Jika masih ada bagian yang kurang tepat, penulis melakukan revisi hingga desain dianggap sesuai dan dapat disetujui untuk dipublikasikan.

Selain menjalankan tugas utama, penulis juga terlibat dalam pembuatan prototipe e-commerce. Prosesnya dimulai dari diskusi singkat dengan mentor dan manajer untuk memahami kebutuhan dan arah desain yang diinginkan. Penulis kemudian membuat moodboard untuk menentukan gaya visual, dilanjutkan dengan membuat sketsa awal. Setelah konsep dasar disepakati, penulis menyusun tampilan low-fidelity di Figma. Jika tampilan tersebut mendapat persetujuan, desain dikembangkan menjadi high-fidelity bersama mentor, lalu hasil akhirnya diserahkan kepada web developer sebagai acuan pembuatan halaman beranda sementara.

Penulis juga dipercaya mendesain banner profil untuk beberapa perusahaan di bawah Sariling Group di platform LinkedIn, YouTube, dan Facebook. Pengerjaannya mencakup membaca pedoman merek (brand guideline), menyesuaikan ukuran desain berdasarkan platform, serta menyusun layout agar rapi dan menarik. Setiap desain banner akan diperiksa terlebih dahulu sebelum akhirnya disetujui oleh mentor dan digunakan. Di bidang sosial media, penulis turut membantu pembuatan konten mulai dari mencari ide, mengambil video, hingga melakukan proses editing. Dalam proses editing, penulis menambahkan teks, gambar pendukung, musik latar, dan efek suara agar konten tampil lebih menarik dan informatif. Tidak hanya di belakang layar, penulis juga beberapa kali menjadi talent dalam pembuatan konten sosial media. Dalam situasi ini, penulis bertugas memahami isi brief, mengikuti arahan saat pengambilan video, serta menyesuaikan ekspresi dan gestur agar hasil video sesuai dengan kebutuhan konten.

Seluruh pekerjaan yang dilakukan mengikuti alur kerja perusahaan, yaitu berbasis brief, kemudian melalui tahap review, hingga akhirnya dinyatakan selesai ketika mendapatkan persetujuan dari mentor. Dengan alur ini, setiap konten yang dihasilkan tetap konsisten, sesuai standar, dan siap digunakan oleh tim terkait.

### **3.3.1 Proses Pelaksanaan Tugas Utama Kerja**

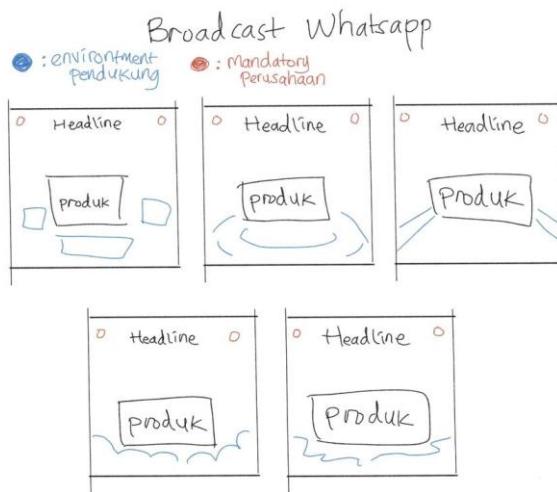
Selama periode magang di Solusi Klik, proyek utama yang menjadi fokus dan dipilih sebagai proyek utama dalam laporan magang ini adalah Broadcast WhatsApp dan SEO Image Artikel, dimana proses dimulai dari memahami brief yang sudah di berikan oleh perusahaan,

#### **3.3.1.1 Broadcast Whatsapp**

Konten broadcast ini adalah konten yang berisi informasi mengenai produk-produk pengadaan yang tersedia di Solusi Klik. Dalam proses pembuatannya, penulis menerima spreadsheet berisi daftar produk lengkap dengan data pendukung dan copywriting yang sudah disiapkan. Setiap produk biasanya membutuhkan lima desain konten yang berbeda, dan masing-masing konten sudah memiliki jadwal broadcastnya sendiri, sehingga proses penggerjaan harus mengikuti alur yang teratur.

Tahap awal pembuatan konten broadcast WhatsApp dimulai dengan membuat sketsa alternatif. Sketsa ini dibuat sebagai gambaran awal mengenai layout, penempatan gambar produk, teks, dan elemen visual lainnya. Sketsa tersebut kemudian diajukan kepada mentor untuk dicek dan dinilai apakah sudah sesuai dengan kebutuhan konten dan gaya visual Solusi Klik.

Setelah sketsa mendapat persetujuan, barulah penulis melanjutkan ke proses digitalisasi. Pada tahap ini, desain dibuat secara lebih rapi menggunakan aplikasi desain. Penulis mulai memasukkan foto produk, merapikan teks copywriting, memilih warna yang sesuai dengan brand, serta menambahkan elemen seperti ikon atau shape agar konten terlihat lebih menarik namun tetap mudah dibaca. Tujuannya adalah membuat konten broadcast yang informatif, jelas, dan menarik perhatian target audiens. Dengan proses yang terstruktur seperti ini, setiap konten broadcast bisa dihasilkan dengan cepat, tetap konsisten, dan siap digunakan sesuai jadwal pengiriman yang sudah ditentukan.



Gambar 3.2 Sketsa Broadcast Whatsapp

Digitalisasi konten dilakukan menggunakan Canva dengan mengikuti ketentuan desain yang sudah ditetapkan perusahaan. Setiap konten dibuat dalam rasio 1:1 (persegi) agar sesuai dengan kebutuhan broadcast WhatsApp. Penulis juga menggunakan grid, mandatori perusahaan, serta layout dasar yang sudah dijelaskan dalam brief dari Solusi Klik. Hal ini membantu menjaga agar semua konten tetap konsisten dan mudah dikenali sebagai bagian dari brand.

Pada tahap digitalisasi, penulis mulai menata elemen-elemen seperti foto produk, headline, subteks, ikon pendukung, hingga warna yang sesuai dengan brand guideline. Semua elemen disusun agar konten terlihat rapi, mudah dibaca, dan tetap menarik saat muncul di layar WhatsApp. Penulis juga memastikan bahwa informasi penting terlihat jelas sehingga pesan dapat tersampaikan dengan baik kepada penerima broadcast. Setelah desain selesai, konten kembali diajukan kepada mentor untuk diperiksa. Mentor menilai apakah komposisi, warna, dan kualitas visual sudah sesuai dengan standar perusahaan. Jika tidak ada revisi tambahan, desain dianggap final dan siap digunakan.

Tahap terakhir adalah proses publikasi. Setelah konten disetujui, file akan diberikan kepada tim SEO yang bertanggung jawab untuk melakukan broadcast melalui WhatsApp sesuai jadwal yang sudah ditentukan. Dengan alur kerja seperti ini, setiap konten dapat diproduksi secara teratur dan hasilnya tetap konsisten dengan identitas visual Solusi Klik SEO.

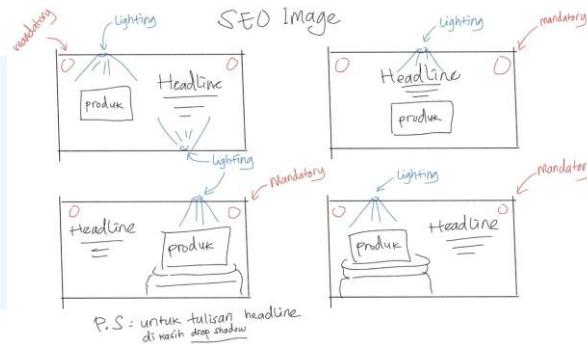
### 3.3.1.2 SEO *Image* Artikel

Desain yang dibuat untuk kebutuhan SEO Artikel berupa banner image yang nantinya akan dimasukkan ke dalam artikel. Banner ini berfungsi sebagai visual utama, sehingga tampilannya harus relevan dengan isi artikel. Penulis menyesuaikan desain dengan keyword, judul, dan subjudul artikel agar gambar yang dihasilkan benar-benar mendukung konten dan tidak terasa keluar konteks. Semua desain juga mengikuti brief yang sudah ditetapkan Solusi Klik agar hasil akhirnya tetap konsisten dengan gaya visual perusahaan.

Proses penggerjaan dimulai dengan membuat sketsa sebagai langkah awal. Sketsa ini membantu menentukan layout dasar, seperti posisi judul, ilustrasi pendukung, ikon, dan elemen visual lainnya. Dengan adanya sketsa, penulis bisa memperkirakan bentuk desain sebelum masuk ke tahap digital. Setelah sketsa selesai, penulis mengajukannya kepada mentor untuk dicek dan dinilai. Mentor melihat apakah komposisi dan konsep yang dibuat sudah sesuai dengan arahan dan kebutuhan artikel. Jika sketsa dianggap sudah tepat, barulah proses dilanjutkan ke tahap digitalisasi.

Di tahap digitalisasi, desain mulai dirapikan dan dibentuk secara lebih detail menggunakan software desain. Penulis menambahkan warna, menyesuaikan tipografi, memasukkan elemen grafis, dan memastikan keseluruhan tampilan terlihat bersih dan mudah dipahami. Tujuannya adalah menghasilkan banner SEO yang menarik,

informatif, serta mampu meningkatkan kualitas visual artikel digitalisasi.



Gambar 3.3 Sketsa SEO Image

Proses pembuatan SEO Image dilakukan menggunakan Adobe Illustrator. Penulis bekerja dengan ukuran artboard yang sudah ditentukan di brief dari mentor, sehingga semua desain yang dihasilkan tetap konsisten dan sesuai dengan standar visual Solusi Klik. Dengan ukuran, grid, mandatori, dan juga font yang sudah pasti, penulis bisa langsung fokus pada isi desain tanpa perlu mengatur ulang ukuran setiap kali membuat banner baru.



Gambar 3.4 Grid SEO Image

Langkah pertama dalam penggeraan adalah mencari foto produk pengadaan yang relevan dengan topik artikel. Foto ini menjadi elemen utama dalam desain, jadi penulis memastikan kualitas gambarnya jelas dan cocok dengan tema pembahasan. Setelah foto dipilih, penulis mulai membuat aset visual tambahan seperti efek lighting agar produk terlihat lebih hidup dan memiliki fokus visual yang kuat. Selain itu, penulis juga menambahkan elemen lingkungan (*environment*) yang mendukung produk tersebut. Misalnya, jika produk terkait peralatan kantor, maka background dibuat lebih modern dan rapi. Jika produk terkait perlengkapan teknis, suasannya dibuat lebih profesional agar terasa sesuai dengan konteks artikelnya. Semua elemen visual ini disusun agar gambar terlihat menarik, informatif, dan tidak mengganggu perhatian pembaca.



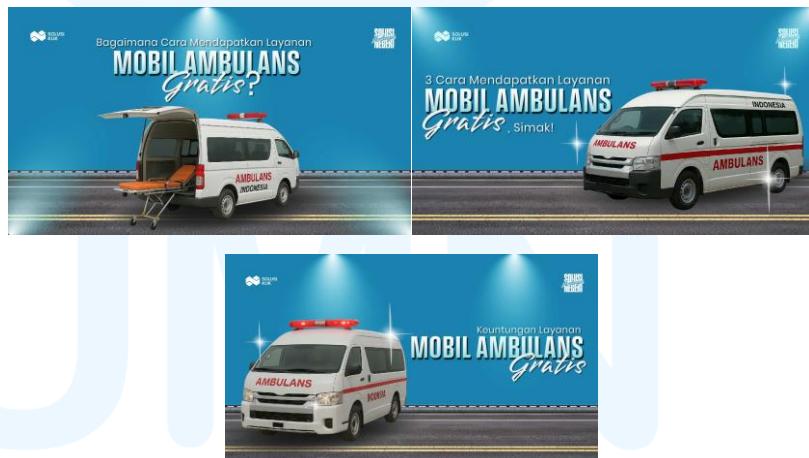
Gambar 3.5 Artboard

Setiap artikel membutuhkan tiga SEO Image, dan semuanya harus menyesuaikan dengan judul serta subjudul artikel. Karena itu, desain harus dibuat sejalan dengan isi pembahasan agar tampilannya relevan dan mudah dipahami pembaca. Selain itu, semua desain harus mengikuti brief yang sudah ditetapkan, mulai dari pilihan tipografi, layout, hingga elemen mandatory yang menjadi standar visual

perusahaan. Hal ini penting supaya setiap banner yang dibuat memiliki gaya yang konsisten dan tetap mencerminkan identitas Solusi Klik.

Setelah semua desain untuk artikel selesai dikerjakan, penulis mengajukannya kepada mentor untuk diperiksa. Pada tahap ini, mentor melihat apakah tampilan visual sudah sesuai dengan ketentuan, apakah informasi yang ditampilkan sudah jelas, dan apakah desain tersebut sudah layak dipublikasikan. Jika masih ada bagian yang kurang pas, penulis akan diminta melakukan revisi hingga hasilnya benar-benar sesuai.

Jika desain sudah di-approve, maka banner tersebut bisa langsung dimasukkan ke dalam artikel oleh mentor. Dengan proses seperti ini, setiap artikel yang tayang memiliki visual pendukung yang rapi, konsisten, dan membantu meningkatkan kualitas tampilan halaman.



Gambar 3.6 SEO *Image Ambulans*

### 3.3.2 Proses Pelaksanaan Tugas Tambahan Kerja

Selain dua proyek utama tersebut, penulis juga mengerjakan tugas tambahan di bagian media sosial, seperti menjadi talent, membuat konten untuk feeds, serta merancang video promosi perusahaan guna meningkatkan engagement. Penulis turut membuat konten peringatan hari besar dan konten

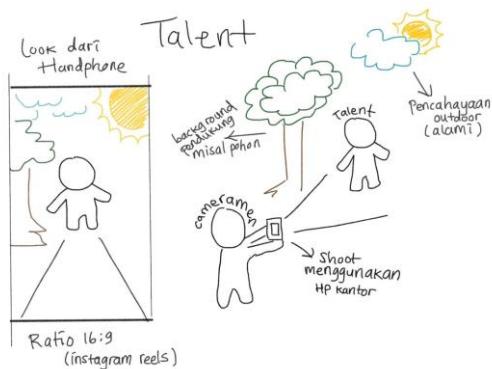
mengenai produk pengadaan. Penulis juga beberapa kali terlibat dalam dokumentasi survei produk di luar kantor, berperan sebagai videografer dan fotografer, serta mengedit hasil foto dan video menjadi konten untuk sosial media Solusi Klik.

### **3.3.2.1 Proyek Sosial Media Talent**

Pada proyek ini, penulis juga berperan sebagai talent untuk konten sosial media Solusi Klik. Konten yang dibuat biasanya berupa video singkat yang menampilkan produk pengadaan atau bentuk promosi perusahaan. Tujuannya adalah untuk meningkatkan engagement dan membuat tampilan sosial media lebih hidup dan variatif. Untuk kebutuhan ini, penulis diminta membaca skrip yang sudah disiapkan sebelumnya, memahami dialog, serta menyesuaikan gestur, pose, dan mimik wajah agar sesuai dengan konsep konten.

Prosesnya dimulai dengan melihat referensi dari tim sosial media. Referensi ini membantu penulis memahami gaya video yang diinginkan, misalnya apakah videonya santai, informatif, atau lebih ke arah promosi. Setelah itu, penulis mendapatkan brief tentang lokasi pengambilan gambar, bagaimana pose yang perlu ditampilkan, serta ekspresi seperti apa yang cocok. Penulis juga diarahkan mengenai posisi tubuh, intonasi membaca skrip, dan cara membawakan konten agar terlihat natural.

Bagian penting lainnya adalah pencahayaan. Tim sosial media menjelaskan bagaimana arah cahaya harus disesuaikan supaya wajah terlihat lebih jelas dan produk yang ditampilkan tampak rapi. Semua persiapan ini dilakukan sebelum proses shooting dimulai, agar saat pengambilan gambar berlangsung, hasilnya bisa maksimal dan minim pengulangan.



Gambar 3.7 Sketsa talent

Sketsa di atas menggambarkan suasana saat proses pengambilan konten berlangsung. Untuk kebutuhan video ini, pencahayaan selalu memanfaatkan cahaya alami dari luar ruangan (outdoor). Penggunaan cahaya matahari dipilih karena lebih terang, natural, dan membuat hasil video terlihat lebih jelas. Namun, hal ini juga membutuhkan pemilihan lokasi yang tepat. Tim harus memastikan latar belakangnya bagus, bersih, dan sesuai dengan konsep konten. Selain itu, arah cahaya juga harus diperhatikan agar wajah talent tidak tertutup bayangan dan tidak terlalu gelap.

Saat proses take video, talent mengikuti arahan pose, gesture, dan dialog sesuai skrip yang sudah diberikan sebelumnya. Tim sosial media biasanya membantu mengarahkan sudut pengambilan gambar, ekspresi yang perlu ditonjolkan, dan memastikan setiap klip sesuai dengan kebutuhan konten. Setelah proses shooting selesai, video kemudian diserahkan ke tim desain untuk diedit. Pada tahap ini, tim akan menambahkan elemen pendukung seperti teks, musik, sound effect, atau koreksi warna agar hasilnya lebih menarik. Setelah editing selesai, video diajukan kembali kepada mentor untuk diperiksa. Mentor memastikan apakah hasilnya sudah rapi, sesuai brief, dan siap untuk dipublikasikan.media.



Gambar 3.8 Hasil Shoot

Gambar di atas menunjukkan hasil shoot video yang dilakukan menggunakan handphone yang sudah disediakan oleh perusahaan. Semua konten yang direkam untuk kebutuhan sosial media Solusi Klik menggunakan perangkat yang sama agar kualitas video tetap stabil dan konsisten. Penggunaan handphone juga membuat proses pengambilan gambar lebih cepat dan fleksibel, terutama ketika harus berpindah lokasi atau mengambil banyak scene dalam satu waktu.

Setiap scene diambil sesuai arahan tim sosial media, baik dari segi angle, posisi talent, maupun pencahayaan. Setelah seluruh scene selesai diambil, langkah berikutnya adalah mengumpulkan semua file video. Semua hasil rekaman kemudian diunggah ke Google Drive perusahaan. Tujuannya agar tim desain bisa mengakses file dengan mudah dan melanjutkannya ke tahap editing tanpa perlu memindahkan data secara manual satu per satu.

### 3.3.2.2 Proyek Video Editing Sosial Media

Penulis mendapat tugas untuk mengedit beberapa konten video untuk kebutuhan sosial media Solusi Klik. Jenis videonya beragam, mulai dari video keseharian di kantor, konten produk pengadaan, video untuk

peringatan hari besar, sampai konten survei produk yang dilakukan di lapangan. Semua video ini dibuat untuk mendukung aktivitas sosial media dan menjaga agar akun Solusi Klik tetap aktif dan menarik untuk dilihat.

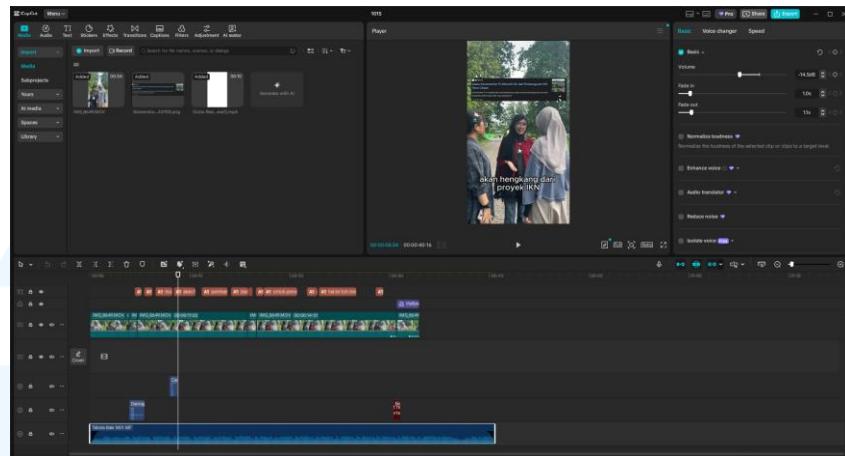
Tahap pertama dalam proses editing adalah mengumpulkan seluruh aset yang dibutuhkan. Penulis mendownload semua video dan foto yang akan digunakan agar proses penyusunan lebih mudah. Setelah itu, penulis memilih audio yang paling cocok dengan konten. Biasanya audio yang sedang trending dijadikan pilihan utama karena bisa membantu video menjangkau lebih banyak penonton dan meningkatkan engagement. Jika audio dan semua aset sudah siap, proses lanjutannya adalah memasukkan semua bahan ke aplikasi editing. Penulis menggunakan Capcut karena tampilannya sederhana, mudah dipakai, dan cepat dalam proses rendering. Selain itu, Capcut cukup lengkap untuk kebutuhan editing harian sehingga pekerjaan bisa selesai lebih cepat dan hasilnya tetap rapi.



Gambar 3.10 Proses Pengeditan di Capcut

Saat mengedit, penulis menambahkan beberapa elemen pendukung seperti sound effect, background music, overlay teks, caption, serta foto tambahan bila diperlukan. Elemen-elemen ini membantu video terlihat lebih hidup dan mudah dipahami oleh penonton. Penulis juga memastikan transisi antar video tetap halus, tone warnanya konsisten, serta durasinya pas agar nyaman ditonton. Dengan proses editing yang tertata seperti ini,

setiap video yang dihasilkan dapat lebih menarik dan sesuai dengan kebutuhan sosial media Solusi Klik.



Gambar 3.11 Proses Penambahan Audio dan Teks

Setelah proses pengeditan video selesai, penulis melanjutkan ke tahap berikutnya yaitu membuat *thumbnail* untuk konten tersebut. *Thumbnail* menjadi bagian yang penting karena menjadi tampilan awal yang dilihat oleh penonton sebelum membuka video. Jadi, tampilannya harus jelas, menarik, dan mudah dipahami. Proses pembuatan thumbnail dimulai dengan mengambil aset gambar dari video yang sudah diedit. Biasanya penulis melakukan *screenshot* pada momen yang paling pas, misalnya bagian video yang punya ekspresi jelas, tampilan produk yang terlihat rapi, atau adegan yang menggambarkan isi konten. Setelah gambar didapatkan, langkah berikutnya adalah mengolahnya di *Adobe Illustrator* (AI).

Di dalam AI, penulis mulai merapikan warna, menyesuaikan komposisi, dan menambahkan elemen-elemen visual seperti teks judul, shape pendukung, atau highlight agar *thumbnail* terlihat lebih hidup. Semua elemen ini disusun supaya tetap clean dan tidak terlalu penuh, namun tetap cukup menarik untuk dilihat. Saat mendesain, penulis memastikan thumbnail tetap relevan dengan isi video. Tujuannya agar tidak terkesan *clickbait* dan penonton mendapatkan apa yang mereka lihat

dari thumbnail. Selain itu, gaya desain juga dibuat konsisten agar tampilan keseluruhan *feed* sosial media Solusi Klik tetap rapi dan mudah dikenali. Dengan membuat thumbnail yang jelas dan menarik, konten video bisa mendapatkan perhatian lebih banyak orang, sekaligus membuat tampilan sosial media terlihat lebih profesional dan teratur tanpa harus menggunakan desain yang terlalu rumit.

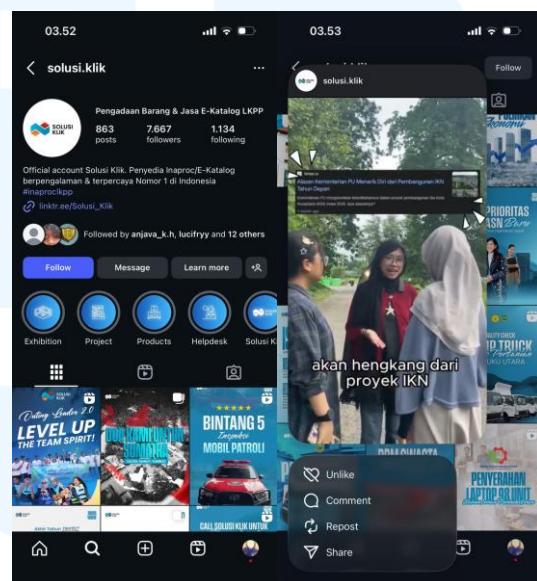


Gambar 3.12 Thumbnail konten.

Terakhir, setelah proses pembuatan thumbnail selesai dan mendapatkan persetujuan dari mentor, penulis melanjutkan tahap akhir yaitu pengumpulan file. Pada tahap ini, video konten yang sudah diedit beserta *thumbnail* yang sudah final dimasukkan ke dalam *Google Drive* perusahaan (Solusi Klik). Pengumpulan file di *drive* dilakukan agar seluruh tim, terutama tim sosial media, dapat mengakses materi dengan mudah dan terorganisir.

Setiap file ditempatkan sesuai folder yang sudah ditentukan, lengkap dengan penamaan yang rapi agar tidak terjadi kebingungan saat proses publikasi. Penulis juga memastikan bahwa video dan *thumbnail*

sudah dalam kualitas terbaik, siap unggah, dan tidak ada kesalahan teknis yang dapat menghambat proses tayang. Setelah semua file tersimpan, tugas selanjutnya akan diteruskan oleh tim sosial media. Mereka akan mengatur jadwal unggahan, memilih platform yang sesuai, dan melakukan publikasi konten di berbagai kanal resmi Solusi Klik.



Gambar 3.13 Sosial Media Solusi Klik

Sumber : <https://www.instagram.com/solusi.klik>

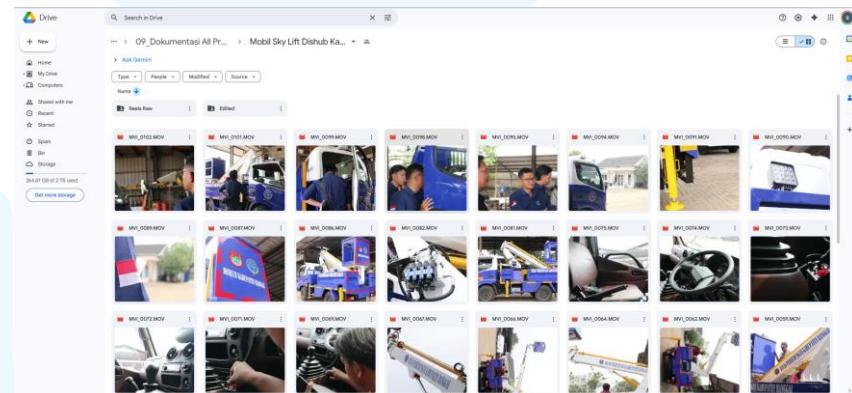
Gambar diatas merupakan sosial media perusahaan yaitu Instagram Solusi Klik, di gambar tertera konten yang sudah di publikasi oleh tim sosial media perusahaan.

### 3.3.2.3 Proyek Videografer Survei Produk Pengadaan

Penulis juga berperan sebagai videographer untuk mengambil video saat survei produk pengadaan di luar kantor. Video-video ini nantinya akan melalui proses editing dan kemudian dipublikasikan di sosial media Solusi Klik sebagai bagian dari dokumentasi dan promosi produk. Jenis produk yang didokumentasikan cukup beragam, mulai dari

alat berat, kebutuhan pendidikan, alat medis, hingga berbagai produk lain yang berkaitan dengan pengadaan pemerintah.

Proyek sebagai videographer dimulai dengan perjalanan ke lokasi survei bersama tim desain. Lokasi yang didatangi berbeda-beda, bisa berada di kota yang dekat maupun di luar daerah, tergantung kebutuhan dokumentasi. Selama perjalanan, penulis juga mengabadikan momen perjalanan untuk menambah variasi footage yang bisa digunakan dalam konten. Setibanya di lokasi, penulis melanjutkan proses dokumentasi dengan mengambil video suasana sekitar, tampilan tempat, dan kondisi lingkungan yang relevan. Setelah itu, fokus utama diarahkan ke produk yang ingin disurvei. Penulis mengambil berbagai angle agar produk terlihat jelas, detail, dan memiliki visual yang menarik. Biasanya diambil juga beberapa close-up untuk menunjukkan kualitas atau fitur penting dari produk tersebut.



Gambar 3.14 *Drive Footage Survey Mobil Skylift*

Semua footage yang diambil dipastikan cukup, stabil, dan sesuai kebutuhan konten. Setelah proses dokumentasi selesai, hasil video akan dikumpulkan dan diserahkan ke tim desain untuk proses editing. Dengan alur ini, setiap konten survei produk dapat ditampilkan lebih informatif dan menarik saat dipublikasikan di sosial media Solusi Klik.

### 3.3.2.4 Proyek Farewell

Pada proyek farewell ini, penulis mendapat tugas untuk merancang sertifikat penghargaan yang akan diberikan kepada peserta magang atau PKL yang telah menuntaskan masa magangnya di Solusi Klik. Sertifikat ini dibuat sebagai bentuk apresiasi resmi atas kontribusi mereka selama berada di lingkungan kerja, sehingga desainnya harus rapi, layak, dan merepresentasikan identitas perusahaan dengan baik.

Proses dimulai dengan membuat satu sketsa awal sebagai konsep utama. Pada tahap ini, penulis merancang kerangka visual secara manual untuk menentukan posisi elemen penting seperti logo perusahaan, nama penerima, judul sertifikat, dan teks penghargaan. Sketsa ini juga mencakup penataan area kosong, ukuran proporsi, serta alur pandangan agar sertifikat tetap nyaman dibaca. Setelah sketsa selesai, konsep tersebut diajukan kepada mentor untuk ditinjau. Dalam proses penilaian, mentor melihat beberapa aspek utama seperti keseimbangan layout, kejelasan tipografi, kesesuaian ornamen, serta konsistensi dengan gaya visual Solusi Klik. Arahan diberikan jika ada bagian yang perlu diperbaiki, baik dari segi estetika maupun keterbacaan. Tahap ini memastikan bahwa desain yang dikembangkan tidak hanya menarik, tetapi juga sesuai dengan standar visual perusahaan.

Setelah mendapatkan persetujuan, proses dilanjutkan ke tahap digitalisasi. Pada bagian ini, sketsa dituangkan ke dalam software desain dan digarap secara lebih detail. Penulis mulai menyempurnakan komposisi, menentukan warna yang sesuai dengan brand guideline, menata tipografi agar lebih terstruktur, dan memastikan setiap elemen memiliki jarak serta proporsi yang tepat. Logo dan elemen grafis lainnya ditempatkan dengan cermat agar keseluruhan desain tampak rapi dan harmonis. proyek farewell penulis diminta untuk mendesain sertifikat yang akan diberikan nanti oleh anak magang atau PKL yang sudah selesai periode magangnya di Solusi Klik.



Gambar 3.15 Sketsa sertifikat farewell

Tahap digitalisasi sketsa menggunakan aplikasi Canva. Canva digunakan karena di sarankan oleh perusahaan karena lebih efektif dan efisien. Desain jadi lebih cepat selesai dan juga pastinya menghemat waktu. Pada tahap digitalisasi sketsa, penulis tetap mengajukan ke mentor apakah sudah sesuai dengan ketentuan dan pastinya cocok untuk perusahaan. Setelah di approve, penulis memasukkan sertifikat yang sudah siap ke dalam Drive milik perusahaan (Solusi Klik) untuk di print.



Gambar 3.16 Grid Sertifikat

Gambar di atas menunjukkan proses pembuatan desain sertifikat menggunakan aplikasi Canva. Pada tahap ini, desain mulai dirapikan dari sketsa awal menjadi tampilan digital yang lebih jelas. Elemen-elemen penting seperti judul sertifikat, nama penerima, serta logo Solusi Klik disusun dengan rapi agar hasil akhirnya terlihat profesional namun tetap sederhana.

Setelah desain ini selesai dibuat, penulis mengajukannya kepada mentor untuk dicek. Mentor menilai apakah layout sudah pas, apakah tulisan mudah dibaca, dan apakah tampilannya sesuai dengan gaya visual Solusi Klik. Setelah dilakukan beberapa penyesuaian kecil, desain akhirnya disetujui. Setelah mendapatkan persetujuan, desain tersebut resmi dijadikan template. Template ini nantinya digunakan untuk membuat sertifikat bagi anak PKL dan peserta magang yang telah menyelesaikan masa praktik mereka di Solusi Klik. Dengan adanya template ini, proses pembuatan sertifikat berikutnya menjadi lebih mudah, lebih cepat, dan tampilannya tetap seragam.



Gambar 3.17 Sertifikat

Berikut merupakan hasil akhir dari sertifikat yang sudah melalui proses pengecekan dan akhirnya di-approve oleh mentor. Desain ini sudah siap untuk dicetak dan digunakan sebagai sertifikat resmi bagi anak PKL dan peserta magang yang telah menyelesaikan masa praktiknya di Solusi Klik. Seluruh elemen visual, teks, dan layout sudah disesuaikan agar tampak rapi, jelas, dan layak dijadikan dokumen penghargaan.

Setelah proses cetak selesai, sertifikat akan disiapkan untuk dibagikan pada momen farewell. Pada acara tersebut, setiap peserta akan menerima sertifikat ini sebagai bentuk apresiasi atas kontribusi mereka selama menjalani masa magang. Selain sertifikat, mereka juga akan mendapatkan reward lainnya sebagai kenang-kenangan dari Solusi Klik. Dengan demikian, sertifikat ini tidak hanya menjadi bukti penyelesaian program, tetapi juga simbol penghargaan atas usaha dan semangat mereka selama berada di lingkungan kerja.

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

Kendala yang dialami penulis selama magang meliputi brief yang kurang jelas sehingga perlu revisi berulang, tugas mendadak yang berbenturan dengan deadline, serta aktivitas sebagai talent yang membuat pekerjaan terjadwal menjadi tertunda. Revisi brief yang disampaikan terlambat juga membuat penulis harus mengulang desain dari awal sehingga mengurangi efisiensi kerja. Untuk mengatasinya, penulis meningkatkan manajemen waktu dengan menyelesaikan tugas berdeadline terdekat terlebih dahulu sambil mencilic pekerjaan prioritas lainnya. Dengan cara ini, penulis memiliki cadangan progres saat tugas mendadak muncul, sehingga pekerjaan tetap terkendali dan penulis dapat beradaptasi lebih baik terhadap dinamika kerja yang cepat.

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

Kendala Kendala yang dialami penulis selama masa magang cukup beragam dan menjadi bagian penting dalam proses pembelajaran. Salah satu kendala utama adalah brief yang kurang jelas di awal sehingga penulis sering harus melakukan revisi berulang. Terkadang revisi baru disampaikan ketika desain hampir selesai, sehingga penulis harus mengulang pekerjaan dari awal. Hal ini tentu mengurangi efisiensi waktu dan membuat progress pekerjaan menjadi lebih lambat dari rencana.

Selain itu, penulis juga sering menerima tugas tambahan yang muncul secara mendadak. Tugas-tugas ini kadang berbenturan dengan deadline pekerjaan lain yang sudah terjadwal. Ketika hal tersebut terjadi, penulis harus menyesuaikan kembali jadwal kerja agar semua tugas dapat terselesaikan tepat waktu. Aktivitas sebagai talent untuk kebutuhan konten sosial media juga menjadi tantangan tersendiri. Karena proses shooting membutuhkan waktu, beberapa pekerjaan desain yang seharusnya dikerjakan pada jam tertentu menjadi tertunda.

Untuk menghadapi kendala tersebut, penulis mulai memperbaiki manajemen waktu sehari-hari. Penulis menyusun ulang prioritas pekerjaan dengan mendahulukan tugas yang memiliki deadline paling dekat. Sementara itu, tugas-tugas lain yang membutuhkan waktu lebih panjang dikerjakan secara bertahap agar tidak menumpuk di akhir. Dengan cara mencicil pekerjaan, penulis memiliki cadangan progres sehingga ketika ada tugas dadakan, tidak semua jadwal menjadi kacau. Penulis juga belajar untuk lebih aktif berkomunikasi, misalnya meminta kejelasan brief sejak awal agar proses revisi bisa diminimalkan. Selain itu, penulis membiasakan diri untuk selalu membuat catatan kecil berisi rencana harian, progress, serta tugas tambahan yang masuk di tengah-tengah. Kebiasaan ini membantu penulis tetap terorganisir dan tidak kewalahan saat menghadapi dinamika pekerjaan yang cepat.

Melalui berbagai kendala tersebut, penulis menjadi lebih terbiasa bekerja dengan ritme yang cepat, lebih peka terhadap perubahan, dan lebih siap beradaptasi dengan kondisi kerja yang tidak selalu stabil. Ini menjadi pengalaman berharga yang membantu penulis berkembang selama periode magang di Solusi Klik.

### **3.4.2 Solusi Pelaksanaan Kerja**

Sebagai solusi dari berbagai kendala yang muncul selama magang, penulis mulai memahami bahwa situasi seperti brief yang berubah, tugas mendadak, dan deadline yang saling berdekatan merupakan hal yang wajar

terjadi di lingkungan kerja kreatif. Alih-alih melihatnya sebagai hambatan, penulis belajar untuk menyesuaikan ritme kerja sekaligus meningkatkan kewaspadaan dalam menerima instruksi baru. Penulis juga menyadari bahwa fleksibilitas dan kemampuan beradaptasi adalah kunci untuk bisa bekerja efektif di dunia profesional. Untuk itu, penulis mulai membangun sistem kerja pribadi yang lebih teratur. Cara pertama adalah selalu menyelesaikan pekerjaan dengan tenggat paling dekat terlebih dahulu agar tidak menumpuk. Di saat yang sama, penulis tetap mencilil tugas-tugas prioritas lain secara bertahap supaya progresnya terus berjalan meskipun ada pekerjaan lain yang masuk. Strategi ini membantu mengurangi tekanan ketika volume pekerjaan tiba-tiba meningkat.

Selain manajemen waktu, penulis juga membiasakan diri untuk selalu melakukan pengecekan brief secara detail sejak awal. Jika ada bagian yang kurang jelas, penulis langsung mengonfirmasi kepada mentor atau tim terkait agar tidak terjadi kesalahan di tengah jalan. Hal ini membantu meminimalkan revisi besar yang memakan waktu. Dengan komunikasi yang lebih aktif, alur kerja menjadi lebih lancar dan jelas. Penulis juga mulai membangun kebiasaan membuat catatan harian berisi daftar tugas, estimasi waktu pengerjaan, serta perubahan-perubahan brief yang mungkin terjadi. Dengan catatan seperti ini, penulis bisa memantau progres dan mengatur ulang jadwal jika ada pekerjaan baru yang masuk. Kebiasaan ini membuat penulis lebih siap menghadapi situasi tak terduga. Ini terbukti membantu penulis bekerja lebih efisien dan tetap tenang ketika harus menghadapi perubahan mendadak. Penulis menjadi lebih adaptif, terorganisir, dan terbiasa dengan dinamika kerja yang cepat.