

## BAB III

### PELAKSANAAN KERJA

#### 3.1 Kedudukan dan Koordinasi Pelaksanaan Kerja

Penulis menjalani program magang di PT Kompas Cyber Media sebagai *Graphic Design Internship*, dengan tanggung jawab utama membuat berbagai materi visual untuk kebutuhan promosi dan publikasi. Penggerjaan desain dilakukan untuk media digital maupun cetak, menyesuaikan kebutuhan masing-masing proyek. Seluruh proses perancangan mengikuti briefing dari *Head Creative* serta melibatkan koordinasi dengan tim terkait agar hasil yang dibuat sesuai standar dan tujuan komunikasi perusahaan.

##### 3.1.1 Kedudukan Pelaksanaan Kerja

Berdasarkan uraian sebelumnya, penulis menjalani program magang di PT Kompas Cyber Media sebagai *Graphic Design Internship*. Selama magang, penulis bekerja di bawah supervisi *Head Creative* yang memberikan arahan sekaligus memastikan setiap output visual sesuai kebutuhan perusahaan. Penempatan ini membantu memahami bagaimana koordinasi antar divisi dan alur pengambilan keputusan dijalankan dalam proses produksi.

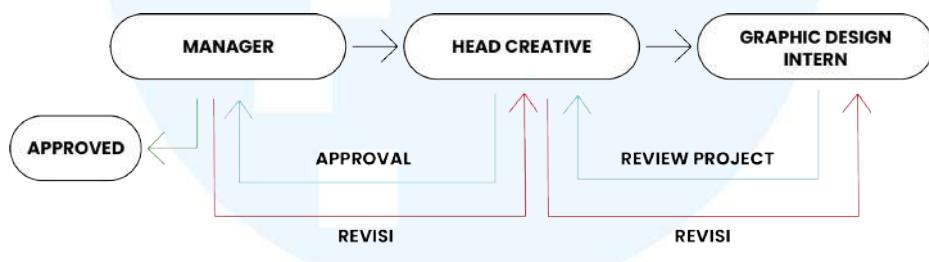


Gambar 3.1 Struktur Organisasi Divisi Creative

Setelah rangkaian acara Lestari Summit & Awards 2025, penulis juga turut berkontribusi dalam pembuatan materi visual berbasis *motion graphic* untuk mendukung kebutuhan acara. Selain itu, penulis juga membantu sejumlah tugas pendukung lain di divisi *Creative*.

### 3.1.2 Koordinasi Pelaksanaan Kerja

Selama menjalani program magang di PT Kompas Cyber Media, penulis mengikuti alur kerja yang telah ditetapkan perusahaan. Proses koordinasi dilakukan melalui komunikasi langsung lewat email atau Whatsapp, sehingga setiap tugas dapat disampaikan dan dipantau dengan jelas. Alur ini berfungsi menjaga efektivitas kerja sekaligus memastikan setiap hierarki dan peran antar divisi berjalan sesuai prosedur. Berdasarkan pengalaman yang dijalani, terdapat beberapa pola koordinasi yang menjadi dasar dalam proses delegasi tugas selama penulis bekerja di PT Kompas Cyber Media.



Gambar 3.2 Bagan Alur Koordinasi Materi Visual Digital

Dalam proses delegasi tugas, *Manager* terlebih dahulu menyampaikan brief kepada *Head Creative*. Setelah itu, *Head Creative* mendistribusikan pekerjaan kepada penulis untuk dikerjakan sesuai arahan. Setelah materi selesai, penulis menyerahkannya kembali kepada *Head Creative* untuk direview bersama *Manager*. Jika terdapat koreksi, *Manager* langsung menyampaikan masukan kepada *Head Creative*, kemudian penulis diminta segera melakukan revisi. Setelah materi dinyatakan selesai dan disetujui, file final diunggah ke Google Drive sebagai arsip dan kebutuhan distribusi.

### 3.2 Tugas yang Dilakukan

Selama menjalani program kerja magang di PT Kompas Cyber Media, penulis telah menyelesaikan berbagai tugas yang diberikan oleh perusahaan. Sebagian besar pekerjaan berfokus pada pembuatan materi motion graphic, namun penulis juga ikut terlibat dalam pembuatan materi visual digital serta kebutuhan desain lainnya. Berikut merupakan uraian pekerjaan yang telah diselesaikan oleh penulis selama masa magang.

Tabel 3.1 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Kerja

Minggu	Tanggal	Proyek	Keterangan
1	7-14 Juli 2025	<ul style="list-style-type: none"><li>• Lestari Summit &amp; Awards 2025</li><li>• Naratama</li><li>• Gaspol</li><li>• WAN INFRA</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Membuat Bumper Video Lestari Summit 2025</li><li>• Membuat Storyboard untuk Lestari Awards 2025</li><li>• Revisi Bumper Lestari Summit 2025</li><li>• Revisi Storyboard Lestari Awards 2025</li><li>• Membantu Membuat Poster WAN INFRA AI FORUM</li><li>• Membuat Key Visual untuk Naratama</li></ul>
2	15-21 Juli 2025	<ul style="list-style-type: none"><li>• Brigade</li><li>• Gencuan</li><li>• Gaspol</li><li>• Gaspol People</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Membuat Key Visual untuk Gencuan</li><li>• Membuat Key Visual untuk Brigade</li><li>• Membuat Banner Unsold</li><li>• Membuat Key Visual untuk Gaspol People</li><li>• Membuat Key Visual untuk Gaspol</li></ul>
3	22-28 Juli 2025	<ul style="list-style-type: none"><li>• Sisi Ke Sisi</li><li>• Kompas.com</li><li>• Generasi Jernih</li><li>• Daihatsu</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Membuat Key Visual untuk Sisi Ke Sisi</li><li>• Membuat Design Kaos</li><li>• Membuat Poster Generasi Jernih</li><li>• Membuat Giant Map untuk event Daihatsu di Cirebon</li></ul>

4	29 Juli-4 Agustus 2025	Kompas.com	Membuat Banner Unsold
5	5-11 Agustus 2025	Kompas.com	Membuat Banner Unsold
6	12-18 Agustus 2025	Kompas.com	Membuat Banner Unsold
7	19-25 Agustus 2025	Kompas.com	Membuat Banner Unsold
8	26 Agustus-4 September 2025	Kompas.com	Membuat Banner Unsold
9	5-11 September 2025	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kompas.com</li> <li>• Lestari Summit &amp; Awards 2025</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Membuat Banner Unsold</li> <li>• Membuat Countdown untuk Lestari Summit &amp; Awards 2025</li> </ul>
10	12-19 September 2025	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lestari Summit &amp; Awards 2025</li> <li>• Cahaya</li> <li>• Kompas.com</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Revisi Countdown untuk Lestari Summit &amp; Awards 2025</li> <li>• Membuat Rundown untuk acara Lestari Summit &amp; Awards 2025</li> <li>• Membuat Logo untuk Company bernama Cahaya</li> <li>• Revisi Rundown untuk acara Lestari Summit &amp; Awards 2025</li> <li>• Membuat Banner Unsold</li> </ul>
11	20-27 September 2025	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lestari Summit &amp; Awards 2025</li> <li>• Cahaya</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mengupdate Rundown untuk Lestari Summit &amp; Awards 2025</li> <li>• Membuat Banner Unsold</li> <li>• Membuat Video untuk program Cahaya "Tanya Umi Aya"</li> </ul>

12	28 September 4 Oktober 2025	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kompas.com</li> <li>• Cahaya</li> <li>• Lestari Summit &amp; Awards 2025</li> <li>• Kaptura</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Melanjutkan Progress Pembuatan Video "Tanya Umi Aya"</li> <li>• Melanjutkan Rundown Registrasi untuk Lestari Summit 2025</li> <li>• Membuat Banner Unsold</li> <li>• Membuat dummy homepage untuk Kaptura</li> </ul>
13	5-11 Oktober 2025	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kompas.com</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Membuat Banner Unsold</li> <li>• Membuat Sticker</li> </ul>
14	11-18 Oktober 2025	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kompas.com</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Membuat Opsi Squeeze Frame</li> <li>• Membuat Sticker MBG</li> </ul>
15	19-25 Oktober 2025	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kompas.com</li> <li>• Cahaya</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Membuat Banner Unsold</li> <li>• Membuat Sticker MBG</li> <li>• Membuat logo untuk Kilas Nusantara</li> <li>• Membuat Kartu Ucapan Duka Cita &amp; Suka Cita</li> <li>• Merevisi Video Umi Aya</li> </ul>
16	26-31 Oktober	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kompas.com</li> <li>• Cahaya</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Membuat Banner Unsold</li> <li>• Membuat Video Umi Aya</li> <li>• Membuat Opsi Squeeze Frame</li> <li>• Merevisi Video Umi Aya</li> </ul>

### 3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja

Uraian pekerjaan yang penulis lakukan selama program magang di PT Kompas Cyber Media meliputi pembuatan berbagai materi visual yang digunakan untuk penyampaian pesan, promosi, dan kebutuhan produksi konten perusahaan. Fokus utama pekerjaan berada pada pembuatan motion graphic, namun penulis juga terlibat dalam desain grafis, pengembangan identitas visual, serta kebutuhan desain digital lainnya sesuai permintaan divisi *Creative*. Selama masa magang, terdapat beberapa proyek utama yang penulis kerjakan, yaitu:

1. Lestari Summit & Awards 2025 – Pembuatan motion graphic sebagai elemen visual pendukung acara.
2. Cahaya – Pengerjaan logo serta video Tanya Umi Aya
3. Kompas.com – Pembuatan berbagai asset digital seperti banner unsold, squeeze frame, dan materi visual lain yang digunakan sebagai bagian dari kebutuhan platform Kompas.com.
4. Kartu Ucapan Kompas – Pengerjaan kartu ucapan untuk kebutuhan website kompas.com
5. Kaptura – Pembuatan desain website, termasuk struktur visual dan elemen desain pendukung.

Daftar proyek tersebut menjadi bagian dari tanggung jawab penulis selama menjalankan program kerja magang, serta menjadi bukti kontribusi penulis dalam mendukung kebutuhan visual di PT Kompas Cyber Media.

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

Proyek utama dalam masa magang ini adalah proyek yang memberikan peningkatan signifikan terhadap pengalaman penulis dalam bidang desain serta relevan dengan keilmuan Desain Komunikasi Visual. Dari seluruh pekerjaan yang dikerjakan, perancangan motion graphic untuk Lestari Summit & Awards 2025 ditetapkan sebagai proyek utama karena menunjukkan capaian kerja penulis yang paling komprehensif dan memiliki tingkat kompleksitas tertinggi. Lestari Summit & Awards 2025 merupakan inisiatif tahunan yang diselenggarakan oleh KG Media (Kompas Gramedia) sebagai bentuk dukungan terhadap praktik pembangunan berkelanjutan di Indonesia. Program ini bertujuan mendorong inovasi, mengapresiasi kontribusi berbagai pihak dalam isu keberlanjutan, serta selaras dengan agenda global *Sustainable Development Goals* (SDGs).



Gambar 3.3 Logo Lestari Summit 2025  
Sumber: Dokumentasi Perusahaan

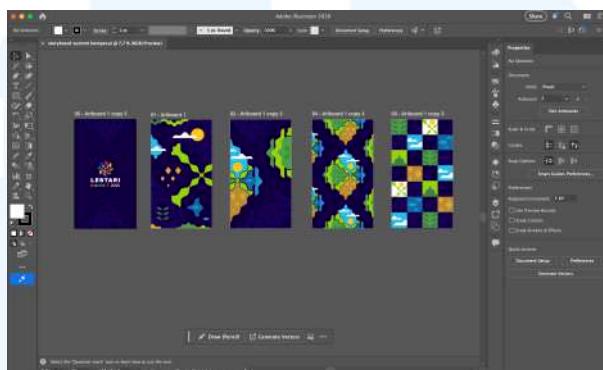
Acara ini terdiri atas dua komponen utama, yaitu Lestari Summit dan Lestari Awards. Lestari Summit merupakan forum konferensi yang mempertemukan pemangku kepentingan dari pemerintah, sektor korporasi, serta masyarakat sipil dan akademisi. Forum ini menjadi ruang diskusi untuk membahas tantangan lingkungan dan sosial sekaligus merumuskan langkah kolaboratif yang dapat diterapkan.



Gambar 3.4 Logo Lestari Awards 2025  
Sumber: Dokumentasi Perusahaan

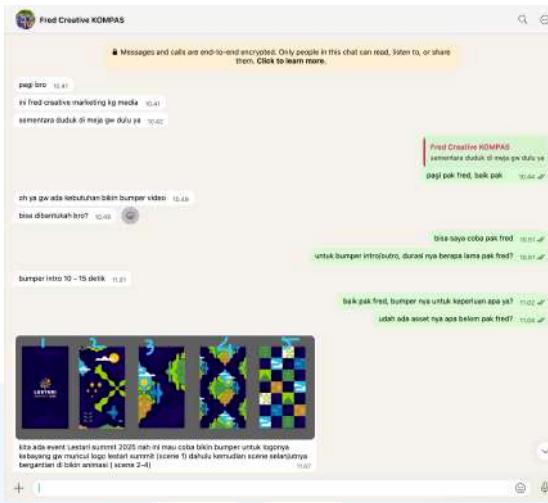
Sementara itu, Lestari Awards berfungsi sebagai ajang apresiasi bagi perusahaan, organisasi, dan individu yang menunjukkan komitmen kuat terhadap praktik keberlanjutan. Penghargaan diberikan kepada pihak-pihak yang berhasil mengimplementasikan inisiatif inovatif dan berdampak positif dalam aspek lingkungan, sosial, maupun tata kelola (*Environmental, Social, and Governance / ESG*). Melalui kedua rangkaian ini, inisiatif Lestari Summit & Awards memberikan edukasi, peningkatan kesadaran publik tentang isu keberlanjutan, dan juga mendorong terbentuknya kolaborasi yang dapat mempercepat transisi Indonesia menuju praktik pembangunan yang lebih bertanggung jawab dan berkelanjutan.

Perancangan tugas utama ini diberikan oleh *Head Creative* kepada penulis yang akan bertanggung jawab atas semua tugas kerjaan yang diberikan, *Head Creative* memberikan asset-asset yang sudah tersedia lalu penulis hanya melakukan animasi pada asset-asset yang telah diberikan menggunakan CapCut.



Gambar 3.5 Asset Motion Lestari Summit 2025

Tugas pertama yang diterima penulis adalah mengerjakan motion untuk *opening* Lestari Awards dengan ukuran *Portrait*. Instruksi tersebut disampaikan langsung oleh *Head Creative* melalui WhatsApp, yang sekaligus memberikan storyboard serta brief lengkap sebagai acuan kerja. Melalui materi tersebut, penulis mendapatkan gambaran awal mengenai arah visual, alur animasi, dan kebutuhan teknis yang harus diwujudkan, sehingga proses perancangan dapat dimulai dengan lebih terstruktur dan sesuai dengan standar yang ditetapkan tim kreatif.



Gambar 3.6 *Chat WA Briefing Motion Lestari Summit 2025*

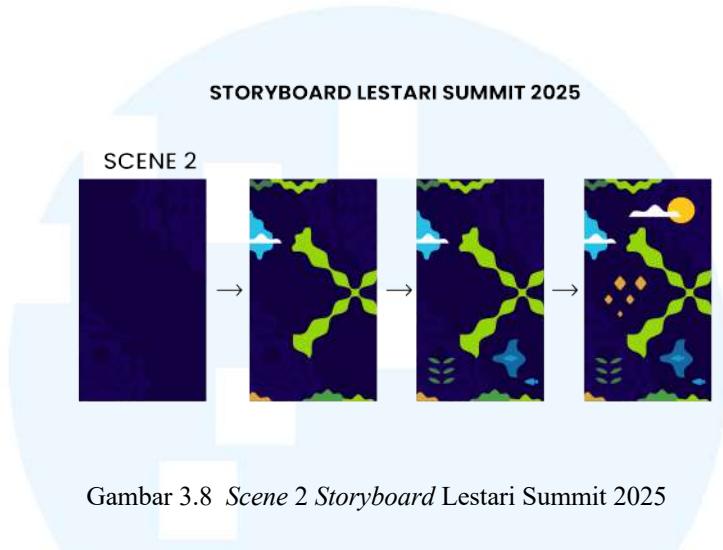
Setelah menerima arahan dan penjelasan dari *Head Creative*, penulis mulai memasuki tahap produksi motion graphic dengan menggunakan aplikasi CapCut. Seluruh elemen visual yang telah disediakan kemudian dianimasikan satu per satu, menyesuaikan ritme, struktur cerita, serta arah gerak yang diharapkan dari brief awal. Berikut adalah tahap proses animasi setiap *scene* nya.



Gambar 3.7 *Scene 1 Storyboard Lestari Summit 2025*

Tahapan awal dimulai dengan penentuan latar visual menggunakan warna *Dark Blue* (#110040) sebagai dasar tampilan. Warna ini dipilih karena sesuai dengan identitas visual Lestari Summit 2025 dan mampu memberi kesan profesional serta kuat ketika muncul sebagai *frame* pembuka. Setelah latar ditetapkan, logo Lestari Summit 2025 kemudian dihadirkan secara terpusat

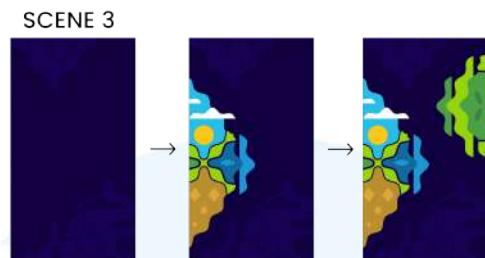
pada komposisi layar. Elemen logo dimunculkan sebagai fokus utama pada tahap awal untuk membangun identitas acara sejak detik pertama video dimulai dan memberikan transisi visual yang rapi menuju animasi berikutnya.



Gambar 3.8 *Scene 2 Storyboard* Lestari Summit 2025

Pada tahap kedua, latar tetap menggunakan warna *Dark Blue* (#110040) sebagai dasar komposisi. Setelah itu, elemen visual mulai dimunculkan secara bertahap untuk membangun suasana yang lebih hidup. Animasi dibuka dengan kemunculan elemen daun dari bagian atas layar, lalu disusul oleh awan yang bergerak masuk sebagai penyeimbang visual. Berikutnya, elemen berbentuk daun teratai dihadirkan, dilanjutkan dengan munculnya tanaman kecil serta semak-semak dari bagian bawah frame untuk memperkuat nuansa alam. Pada bagian akhir, awan tambahan, matahari, dan titik-titik berwarna coklat dimasukkan sebagai detail penutup untuk memperkaya tampilan dan memberikan kesan komposisi yang utuh.

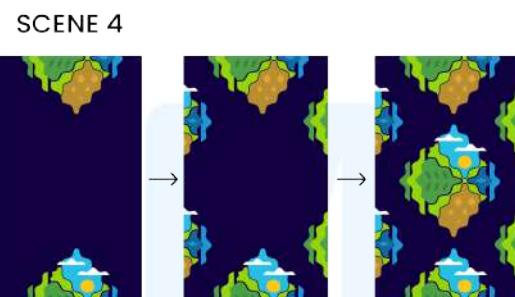
**STORYBOARD LESTARI SUMMIT 2025**



Gambar 3.9 *Scene 3 Storyboard* Lestari Summit 2025

Pada tahap ketiga, latar masih mempertahankan warna *Dark Blue* (#110040) sebagai dasar visual. Setelah itu, sebuah rangkaian elemen yang tersusun dari beberapa detail kecil muncul dari sisi kiri bawah layar sebagai fokus awal animasi. Kemudian, elemen pendukung lainnya ditambahkan secara bertahap dari area kanan atas untuk menciptakan keseimbangan dan memperkuat struktur komposisi secara keseluruhan.

**STORYBOARD LESTARI SUMMIT 2025**



Gambar 3.10 *Scene 5 Storyboard* Lestari Summit 2025

Pada tahap keempat, latar tetap menggunakan warna *Dark Blue* (#110040) sebagai dasar keseluruhan tampilan. Setelah itu, rangkaian elemen mulai muncul secara berurutan dari bagian bawah dan atas layar. Selanjutnya, elemen tambahan bergerak masuk dari sisi kanan dan kiri, lalu komposisi ditutup dengan kemunculan elemen utama di bagian tengah sebagai fokus akhir tahap ini.

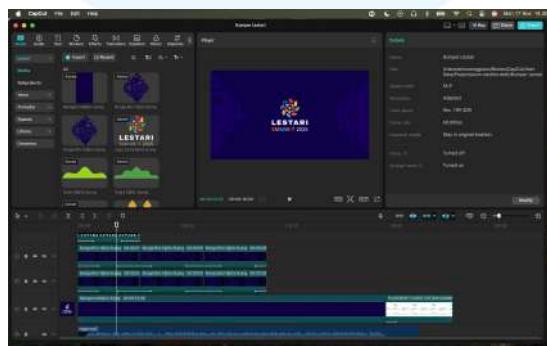
## STORYBOARD LESTARI SUMMIT 2025

### SCENE 5



Gambar 3.11 Scene 5 Storyboard Lestari Summit 2025

Bagian penutup video diawali dengan latar berwarna *Dark Blue* (#110040). Setelah itu, sejumlah kotak kecil yang berisi berbagai elemen visual terkait Lestari Summit 2025 mulai bermunculan. Setiap kotak melakukan animasi flip satu per satu, lalu seluruhnya tersusun menjadi komposisi grid yang rapi dan muncul secara serempak sebagai penutup visual dari keseluruhan video.



Gambar 3.12 Proses Pembuatan Animasi Motion Graphic

Setelah proses animasi selesai, penulis mengekspor video dan mengirimkannya kembali kepada *Head Creative* untuk dilakukan pengecekan. Jika terdapat revisi, *Head Creative* akan memberikan arahan kepada penulis untuk segera melakukan perbaikan. Apabila video telah dinyatakan sesuai, maka proses penggerjaan dianggap selesai.

### **3.3.2 Proses Pelaksanaan Tugas Tambahan Kerja**

Selama menjalani program kerja magang di PT Kompas Cyber Media, penulis tidak hanya mengerjakan tugas utama yang diberikan. Penulis juga berperan dalam sejumlah pekerjaan tambahan, mulai dari pembuatan materi desain grafis hingga konten visual untuk kebutuhan media sosial. Di luar itu, penulis turut menangani beberapa proyek pendukung lainnya, termasuk pembuatan motion graphic dan desain digital untuk berbagai kebutuhan internal maupun untuk klien perusahaan.

#### **3.3.2.1 Video Editor Tanya Umi Aya**



Gambar 3.13 Thumbnail Tanya Umi Aya

Pada proyek tambahan ini, penulis menerima tanggung jawab sebagai video editor untuk konten Cahaya berjudul “Tanya Umi Aya”. Konten tersebut berformat tanya jawab monolog yang mengangkat pertanyaan ringan namun dekat dengan kehidupan sehari-hari sehingga relevan bagi audiens. Tugas ini tetap dijalankan melalui alur kerja tim *Creative* secara bersamaan yang membuat asset-asset, baru terakhir penulis yang menjahit video nya. Berikut adalah storyboard untuk konten “Tanya Umi Aya,” yang penulis terima dari tim *Creative* melalui WhatsApp. Brief tersebut disusun dalam bentuk Google Slide dan menjadi acuan utama dalam proses perancangan visual dan alur video.



Gambar 3.14 Moodboard Tanya Umi Aya

Karakter visual dalam konten ini digambarkan sebagai sosok perempuan berhijab yang mengenakan dress rumahan atau daster, lengkap dengan ciput sebagai penutup kepala bagian dalam. Pilihan warna pada pakaian dan hijab dibuat kontras, atau menggunakan motif bunga pada daster untuk memberikan kesan hangat dan mudah dikenali. Lingkungan tempat ia muncul umumnya bernuansa rumah sederhana, sehingga terasa lebih dekat dengan keseharian penonton. Sebagai ciri khas tambahan, karakter ini juga memiliki seekor kucing peliharaan yang lucu untuk memperkuat kesan akrab dan humanis. Secara visual, wajah karakter ditampilkan dalam rentang usia 25 hingga 40 tahun, sehingga tetap relevan dan relatable bagi audiens Gen Z maupun Milenial. Sementara itu, logo untuk konten ini dirancang berbentuk bubble chat sebagai simbol percakapan, menegaskan bahwa format utama konten adalah dialog atau sesi tanya jawab.



Gambar 3.15 Storyboard Tanya Umi Aya

Setiap scene dalam proses editing harus mengikuti urutan yang telah ditetapkan pada *storyboard*, supaya alur konten tetap rapi, logis, dan konsisten dari awal sampai akhir. Urutan tersebut berfungsi sebagai panduan utama agar transisi antar scene tidak acak dan pesan yang ingin disampaikan tetap tersampaikan dengan jelas. Dengan mengikuti struktur *storyboard*, proses produksi menjadi lebih terarah dan hasil akhirnya sesuai dengan konsep yang telah dirancang oleh tim *Creative*.

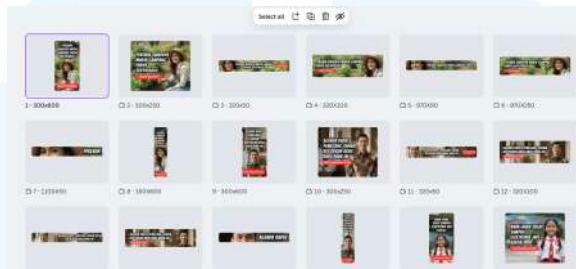


Gambar 3.16 Proses Editing Tanya Umi Aya

Setelah brief dan referensi dinyatakan siap, penulis mulai memasuki tahap proses editing video. Tahapan ini mencakup penyusunan materi dari awal hingga akhir video sesuai dengan alur yang telah direncanakan sebelumnya. Penulis menyesuaikan urutan visual, tempo, serta transisi agar konten dapat tersampaikan secara runtut dan mudah dipahami oleh audiens. Seluruh proses editing dilakukan dengan

memperhatikan kesesuaian terhadap konsep awal, sehingga hasil akhir video tetap selaras dengan tujuan dan pesan yang ingin disampaikan.

### 3.3.2.2 Banner *Unsold Kompas.com*



Gambar 3.17 Proses Pembuatan Banner *Unsold*

Penulis juga menangani pembuatan Banner Unsold untuk iklan website Kompas.com. Prosesnya dilakukan melalui Canva dengan mengikuti template serta guideline visual yang telah ditetapkan perusahaan. Penulis memastikan tata letak, tipografi, dan pemilihan gambar sesuai standar brand sehingga banner dapat tampil konsisten, jelas, dan layak tayang di platform digital.



Gambar 3.18 Cara Pengeerjaan Banner *Unsold*

Urutan pembuatan Banner *Unsold* disusun dengan mengikuti brief dan arahan visual yang telah ditetapkan. Proses diawali dengan penempatan headline atau judul pada bagian paling atas sebagai fokus utama agar pesan dapat langsung tertangkap oleh audiens. Setelah itu, ditentukan background yang berfungsi sebagai dasar visual sekaligus pendukung suasana desain. Tahap berikutnya adalah penambahan objek pendukung, seperti gambar atau elemen visual lain, untuk memperkuat konteks dan daya tarik banner. Pada bagian terakhir, ditambahkan *Call to Action* (CTA) yang ditempatkan secara strategis agar mendorong audiens untuk melakukan tindakan sesuai tujuan banner.



Gambar 3.19 Layer Banner *Unsold*

Dalam pengaturan layer desain Banner *Unsold*, susunan elemen visual dibuat secara berurutan agar tampilan terlihat rapi dan mudah dibaca. Layer paling belakang selalu ditempati oleh background sebagai dasar visual utama. Di atasnya ditempatkan layer objek pendukung yang berfungsi memperkaya komposisi dan memperkuat pesan visual. Sementara itu, elemen headline dan *Call to Action* (CTA) diletakkan pada

layer paling depan agar menjadi fokus utama, mudah terlihat, dan tidak tertutup oleh elemen lain. Pengaturan layer seperti ini membantu menjaga hierarki visual sekaligus meningkatkan kejelasan informasi pada banner.



Gambar 3.20 Brief E-mail Banner *Unsold*

Banner *Unsold* yang dikerjakan terdiri dari beberapa ukuran yang telah ditentukan sesuai dengan brief yang diterapkan oleh perusahaan. Penyesuaian ukuran ini dilakukan untuk memastikan banner dapat ditayangkan secara optimal pada berbagai penempatan media digital. Adapun ukuran yang digunakan meliputi 970×90 piksel, 300×50 piksel, 300×250 piksel, 320×100 piksel, 1100×50 piksel, serta 160×600 piksel. Dengan menyesuaikan desain pada setiap ukuran tersebut, penulis memastikan bahwa komposisi visual, keterbacaan teks, dan penempatan elemen tetap konsisten serta efektif di setiap format banner.

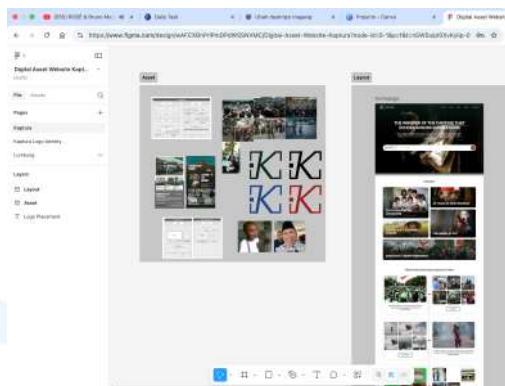


Gambar 3.21 Banner *Unsold*

Penulis juga menangani pembuatan Banner Unsold untuk iklan website Kompas.com. Prosesnya dilakukan melalui Canva dengan mengikuti template serta guideline visual yang telah ditetapkan perusahaan. Penulis memastikan tata letak, tipografi, dan pemilihan gambar sesuai standar brand sehingga banner dapat tampil konsisten, jelas, dan layak tayang di platform digital. Proyek ini menjadi bagian dari kontribusi penulis dalam memenuhi kebutuhan visual harian Kompas.com.

### 3.3.2.3 Design Website Kaptura

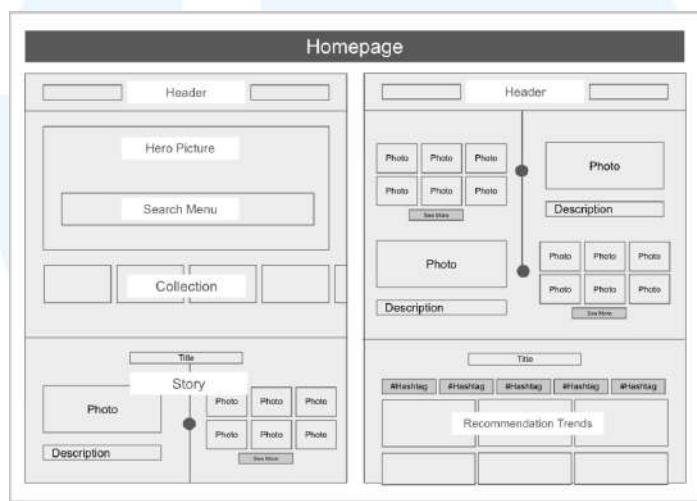
Selanjutnya, penulis juga mengerjakan pembuatan desain dummy website untuk Kaptura. Website Kaptura adalah website untuk kumpulan *stock photography* milik kompas.com. Dalam proyek ini, penulis bertanggung jawab merancang tampilan antarmuka awal sebagai visual konsep yang dapat digunakan untuk kebutuhan presentasi maupun pengembangan lebih lanjut.



Gambar 3.22 *Design Dummy Website Kaptura*

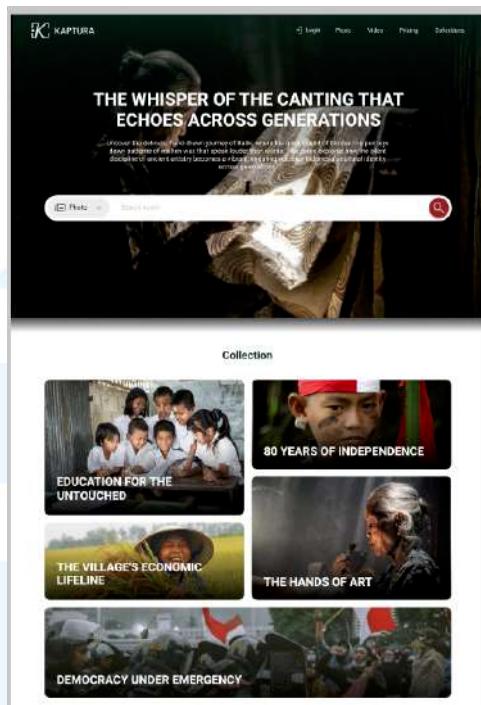
Dalam tahap awal pengembangan website, penulis mengacu pada *Low-fidelity* yang telah disediakan oleh tim sebagai panduan dasar perancangan. *Low-fidelity* tersebut menjadi acuan utama dalam menentukan struktur, alur, dan penempatan elemen pada halaman

website. Namun, dalam proses pengerjaannya, penulis diberikan keleluasaan untuk tidak sepenuhnya terpaku pada rancangan awal tersebut. Penulis dapat melakukan improvisasi seperlunya agar tampilan desain terasa lebih tepat, fungsional, dan selaras dengan kebutuhan serta preferensi visual klien, tanpa menghilangkan konsep dasar yang telah ditetapkan.



Gambar 3.23 Low-fi Homepage Website Kaptura

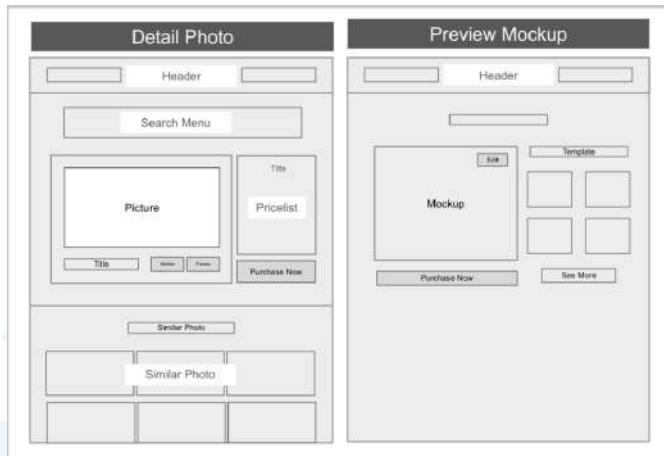
Setelah proses pengerjaan pada halaman utama (*homepage*) selesai, penulis kemudian melanjutkan ke tahap pengembangan halaman lainnya, salah satunya adalah halaman *Detail Photo & Preview Mockup*. Pada halaman ini, fokus perancangan diarahkan untuk menampilkan detail foto secara lebih jelas sekaligus memberikan gambaran *mockup* produk atau desain yang ditawarkan. Penyusunan elemen visual dilakukan secara terstruktur agar informasi dapat tersampaikan dengan baik, mudah dipahami, dan tetap selaras dengan konsep desain keseluruhan website.



Gambar 3.24 *High-fi Homepage Website Kaptura*

Pada halaman ini, fokus perancangan diarahkan untuk menampilkan detail foto secara lebih jelas sekaligus memberikan gambaran *mockup* produk atau desain yang ditawarkan. Penyusunan elemen visual dilakukan secara terstruktur agar informasi dapat tersampaikan dengan baik, mudah dipahami, dan tetap selaras dengan konsep desain keseluruhan website. Pada tahap selanjutnya, penulis mulai mengembangkan desain website ke dalam bentuk high-fidelity dengan berlandaskan pada low-fidelity yang telah dibuat sebelumnya. Proses ini dilakukan dengan menerjemahkan struktur dan alur dasar ke dalam tampilan visual yang lebih detail dan realistik, mencakup penerapan warna, tipografi, ikon, serta elemen grafis lainnya.

Dalam penggerjaannya, penulis juga memperhatikan konsistensi visual dan kenyamanan pengguna agar desain yang dihasilkan tidak hanya menarik secara estetika, tetapi juga fungsional. Tahap high-fidelity ini menjadi langkah penting untuk memberikan gambaran akhir website sebelum masuk ke tahap implementasi atau pengembangan lebih lanjut.



Gambar 3.25 *Low-fi Detail Photo & Preview Mockup* Website Kaptura

Setelah proses penggerjaan pada halaman utama (*homepage*) selesai, penulis kemudian melanjutkan ke tahap pengembangan halaman lainnya, salah satunya adalah halaman *Detail Photo & Preview Mockup*. Pada halaman ini, fokus perancangan diarahkan untuk menampilkan detail foto secara lebih jelas sekaligus memberikan gambaran mockup produk atau desain yang ditawarkan. Penyusunan elemen visual dilakukan secara terstruktur agar informasi dapat tersampaikan dengan baik, mudah dipahami, dan tetap selaras dengan konsep desain keseluruhan website. Halaman ini berperan penting sebagai media pendukung yang membantu audiens atau klien memahami detail visual secara lebih menyeluruh sebelum melanjutkan ke tahap berikutnya.



Gambar 3.26 *High-fi Detail Photo & Preview Mockup* Website Kaptura

Terakhir itu, penulis juga melanjutkan proses perancangan dengan membuat desain high-fidelity khusus untuk halaman Detail Photo & Preview Mockup. Pada tahap ini, elemen visual ditampilkan secara lebih rinci dan mendekati tampilan akhir, sehingga mampu merepresentasikan kualitas foto serta mockup secara optimal. Penulis menyesuaikan tata letak, komposisi visual, dan hierarki informasi agar halaman tersebut tetap selaras dengan desain keseluruhan website.

#### 3.3.2.4 Kartu Ucapan Kompas

Berikutnya, penulis juga mengerjakan pembuatan desain kartu ucapan untuk berbagai kebutuhan perusahaan. Beberapa di antaranya meliputi kartu ucapan ulang tahun Presiden Prabowo, kartu ucapan untuk perayaan Hari Ulang Tahun Kota Makassar, serta kartu ucapan untuk momentum Hari Ibu.



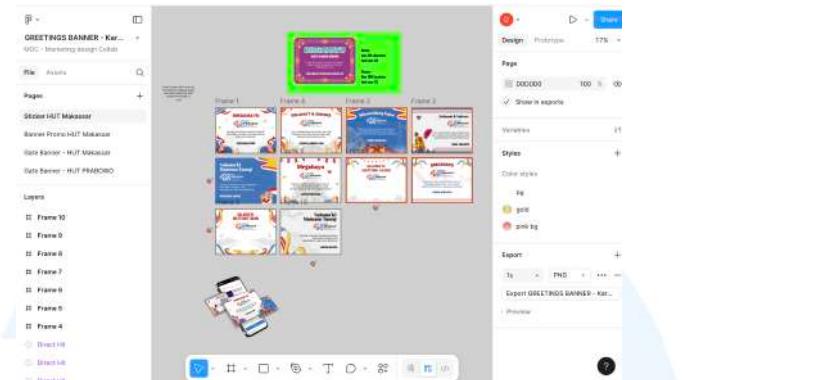
Gambar 3.27 *Design Canva Kartu Ucapan Kompas*

Dalam proses perancangannya, penulis menggunakan Canva untuk mencari template dan menggabungkan dan merubah sedikit serta menyesuaikan gaya visual setiap kartu dengan karakter acara yang dirayakan, mulai dari pemilihan warna, ilustrasi, hingga tata letak tipografi, agar pesan yang disampaikan dapat tersampaikan dengan hangat, formal, dan tetap selaras dengan identitas visual perusahaan.



Gambar 3.28 Cara penggerjaan Kartu Ucapan Kompas

Dalam proses pengaturan layer pada desain Kartu Ucapan Kompas, setiap elemen visual disusun secara sistematis agar tampilan akhir terlihat rapi dan mudah dipahami. Selanjutnya, objek-objek pendukung diletakkan di atas background untuk memperkaya komposisi sekaligus memperkuat pesan yang ingin disampaikan. Adapun elemen headline diposisikan pada layer terdepan agar menjadi titik fokus, mudah terbaca, dan tidak tertutup oleh elemen lain. Susunan layer yang terstruktur ini berperan penting dalam menjaga hierarki visual serta memastikan informasi tersampaikan secara jelas dan efektif.



Gambar 3.29 *Design Figma Kartu Ucapan Kompas*

Selanjutnya, penulis melakukan proses pemindahan seluruh asset foto dari platform Canva ke Figma untuk kebutuhan proyek yang akan digunakan dalam rangka perayaan HUT Makassar. Proses ini dilakukan agar seluruh materi visual dapat dikelola dan disesuaikan dengan sistem kerja serta kebutuhan desain yang digunakan oleh tim. Melalui penyesuaian tersebut, penulis memastikan bahwa kualitas visual, tata letak, dan konsistensi desain tetap terjaga sebelum materi dipublikasikan atau dipasarkan. Proyek ini menjadi salah satu bentuk kontribusi penulis dalam mendukung penyediaan materi komunikasi visual yang bersifat seremonial sekaligus informatif.

### 3.4 Kendala dan Solusi Pelaksanaan Kerja

Selama menjalani program kerja magang di PT Kompas Cyber Media, penulis menghadapi beberapa kendala yang berkaitan dengan proses adaptasi dan teknis pekerjaan. Salah satu kendala yang dialami adalah penyesuaian terhadap standar visual dan gaya desain perusahaan, terutama pada proyek motion graphic dan desain digital yang memiliki guideline cukup spesifik.

#### 3.4.1 Kendala Pelaksanaan Kerja

Selama menjalani program kerja magang di PT Kompas Cyber Media, penulis menghadapi beberapa kendala yang berkaitan langsung dengan proses

penggerjaan proyek desain dan motion graphic. Kendala pertama yang penulis hadapi muncul ketika software Adobe After Effects mengalami error akibat keterbatasan kemampuan laptop yang digunakan. Kondisi ini membuat proses penggerjaan motion graphic tidak dapat dilakukan secara optimal. Meskipun begitu, pihak Head Creative dan perusahaan memahami situasi tersebut dan tidak menjadikannya masalah, karena mereka menyadari bahwa spesifikasi perangkat yang digunakan penulis memang belum sepenuhnya mendukung kebutuhan kerja yang berat. Situasi ini sekaligus menjadi pembelajaran penting bagi penulis mengenai kebutuhan teknis dalam produksi motion graphic berskala profesional.

Selain itu, penulis juga mengalami kesulitan teknis terkait penggunaan aplikasi tertentu yang sebelumnya tidak digunakan secara rutin, seperti CapCut untuk animasi dan Canva untuk kebutuhan desain digital. Perbedaan fitur dan alur kerja dari masing-masing aplikasi mengharuskan penulis melakukan penyesuaian agar proses produksi tetap berjalan efisien dan tidak menghambat alur kerja tim. Kendala-kendala tersebut kemudian menjadi dasar bagi penulis dalam mengembangkan solusi yang dijelaskan pada subbab berikutnya.

### **3.4.2 Solusi Pelaksanaan Kerja**

Sebagai solusi atas kendala teknis tersebut, penulis memutuskan untuk beralih menggunakan CapCut sebagai alternatif pengganti Adobe After Effects. Meskipun CapCut tidak memiliki kemampuan selengkap After Effects, perangkat lunak ini tetap memungkinkan penulis untuk menyelesaikan motion graphic sesuai arahan dan kebutuhan proyek. Hasil akhirnya tentu tidak sekompelks atau sehalus jika dikerjakan dengan After Effects, namun secara fungsi dan alur visual, materi tetap dapat tersampaikan dengan baik. Langkah ini menjadi pilihan realistik agar proses produksi tetap berjalan tanpa menghambat deadline yang telah ditetapkan.