

BAB III

PELAKSANAAN KERJA

3.1 Kedudukan dan Koordinasi Pelaksanaan Kerja

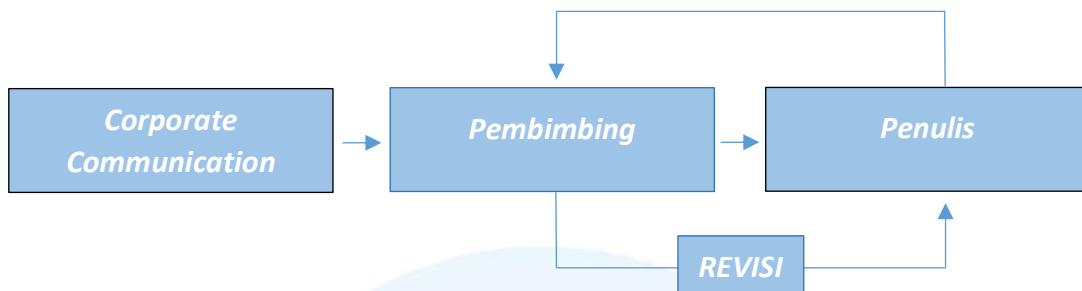
Penulis berkesempatan untuk melaksanakan internship sebagai Intern *Program & Partnership* di bawah naungan *DEPT Group Sustainability & Corporate Communication* PT Telkom Indonesia. Selama pelaksanaan magang, penulis berada dalam koordinasi langsung dengan *supervisor* yang berperan sebagai pembimbing lapangan dalam pengelolaan tugas serta evaluasi kerja harian dan mingguan. Penulis berposisi sebagai pendukung dalam kegiatan, khususnya dalam pembuatan materi *business pitchdeck*, konten media sosial, serta pengembangan desain *website*. Saat pembuatan proyek, penulis menerima langsung *brief* dan koordinasi yang diberikan langsung oleh *supervisor*.

3.1.1 Kedudukan Pelaksanaan Kerja

Selama masa pelaksanaan magang, penulis menempati posisi sebagai *Intern Graphic Designer* divisi *Program & Partnership* di bawah koordinasi *DEPT Group Sustainability & Corporate Communication*. Divisi ini merupakan bagian dari struktur organisasi yang berperan dalam mengelola komunikasi perusahaan, program keberlanjutan, serta kolaborasi strategis dengan mitra eksternal.

3.1.2 Koordinasi Pelaksanaan Kerja

Penulis berkoordinasi dengan *supervisor* secara langsung dan melalui komunikasi lisan dan daring setiap hari selama magang. Penyampaian *brief*, dan *copywriting* pekerjaan yang disesuaikan dengan kebutuhan proyek melengkapi proses koordinasi. Penulis juga mencari referensi untuk desain dengan melihat *key visual* yang sudah ada dan mengerjakan desain. Setelah desain selesai, Penulis mengirimkan hasil tersebut kepada *supervisor* untuk mendapatkan feedback dan diterima secara langsung, untuk kemudian diimplementasikan secara langsung.



Gambar 3.8 Bagan Alur Koordinasi
(Contoh gambar pribadi)

3.2 Tugas yang Dilakukan

Selama menjalani masa magang di PT Telkom Indonesia, penulis berkesempatan mengerjakan berbagai proyek yang diberikan oleh supervisor. Setiap tugas yang dikerjakan dicatat melalui *daily task* dan mendapatkan persetujuan dari supervisor. Berikut adalah rincian pekerjaan yang telah penulis selesaikan sepanjang periode magang tersebut.

Tabel 3.1 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Kerja

Minggu	Tanggal	Proyek	Keterangan
1	1 - 5 Juli 2025	Communal	<ul style="list-style-type: none"> Melakukan analisis event dan campaign <i>Communal</i> dari perspektif audiens baru serta menyusun dan melengkapi PPT insight untuk kebutuhan meeting dan atasan. Memberikan insight dan rekomendasi pengembangan <i>Communal</i>, mencakup evaluasi website dan Instagram, laporan revisi UI/UX, serta perencanaan konten dan video promosi melalui koordinasi dengan tim kreatif.

2	7 - 11 Juli 2025	<i>ESG dan Marketing UMKM</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Mengikuti kegiatan internal perusahaan (perayaan ulang tahun Telkom) serta berpartisipasi dalam meeting terkait keberlanjutan website <i>Communal</i> dan strategi promosi media sosial. • Menyusun, merevisi, dan menyempurnakan brief serta presentasi <i>ESG & Marketing UMKM</i>, termasuk pengembangan visual PPT dan analisis studi kasus penerapan ESG dalam strategi marketing.
3	14 - 18 Juli 2025	<i>ESG, Communal</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Melakukan revisi dan pengembangan konten <i>ESG</i> bersama atasan, termasuk penambahan visual dan data, serta memberikan feedback desain konten media sosial dan preview website <i>Communal</i>. • Menyusun, merevisi, dan menyempurnakan materi visual <i>Smart Marketing</i>, serta membuat konten promosi <i>Communal</i> untuk platform TikTok.
4	21 - 25 Juli 2025	<i>Collaboration, communal,</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Menyusun dan merancang materi presentasi “The Power of Collaboration” dengan pendekatan

		<i>vendor, social media</i>	<p>visual dan interaktif, serta menyelesaikan presentasi <i>Communal</i> termasuk rekap timeline dan partisipasi dalam meeting C2C dan <i>first jobber</i>.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Melakukan pendataan vendor dan pajak (<i>Pikiran Rakyat</i>) untuk kebutuhan finance, serta membuat konten media sosial <i>Communal</i> untuk Instagram dan TikTok.
5	28 Juli - 1 Agustus 2025	<i>Social Media, research communal</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat konten Instagram dan TikTok bertema kemerdekaan serta melakukan riset studi kasus komunitas kreatif dan visual di Indonesia. • Menyusun dan melanjutkan materi presentasi <i>Communal</i>, meliputi PPT summary perencanaan, STP, <i>pilot project, pillar message</i>, serta mengikuti meeting dengan vendor event di Senayan City.
6	4 - 9 Agustus 2025	<i>Corporate Comms RAOP, Finance, communal</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Melakukan rekap RAOP untuk AVP PNP serta pendataan dan rekap pajak untuk kebutuhan Finance dan <i>Communal</i>. • Menyiapkan perencanaan <i>Communal</i> ke depan melalui

			meeting pembahasan timeline, C2C, <i>First Jobber</i> , CRM, dan strategi targeting Gen Z.
7	11 - 15 Agustus 2025	Communal, Tiktok, <i>RAOP</i> , <i>First Jobber</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Mengikuti meeting dan workshop terkait <i>Communal</i>, <i>RAOP</i>, dan <i>First Jobber</i> yang membahas perizinan kampus, alur event, engagement, serta konsep acara “Reset & Recharge” (speaker dan venue). • Membuat dan menyiapkan konten TikTok untuk <i>Communal</i>, serta menyusun rekap RAOP untuk AVP PNP.
8	18 - 23 Agustus 2025	Communal, <i>finance</i> , TKDN	<ul style="list-style-type: none"> • Mengikuti cuti bersama peringatan kemerdekaan serta menjadi notulen meeting <i>Communal</i> dengan Aldio Ogut terkait KPI, movement, dan edukasi. • Menyusun dan melanjutkan pekerjaan Finance, meliputi pengisian form pajak media luar, pembuatan BoQ dan TKDN, serta mengikuti <i>quick meeting</i> terkait <i>Communal</i>.

9	25 - 29 Agustus 2025	Kampus, communal, WFH	<ul style="list-style-type: none"> • Mengikuti briefing magang kampus serta meeting <i>Communal</i> terkait publikasi dan program desain. • Menjalani aktivitas kerja <i>Work From Home (WFH)</i> sesuai ketentuan.
10	1 - 5 September 2025	<i>WFH</i>	WFH (4 hari) dan libur Maulid
11	8 - 13 September 2025	communal	<ul style="list-style-type: none"> • Mengikuti <i>quick meeting Communal</i> terkait EduShare, <i>upgrade human to digital</i>, dan <i>Collab to Impact</i>, serta melakukan koordinasi awal meskipun tidak ada pekerjaan operasional utama. • Melakukan review konten <i>Communal</i>, mencakup konten media sosial, website, artikel sebelum publikasi, serta pembahasan rundown dan <i>key visual (KV)</i>.
12	15 - 19 September 2025	Communal, <i>finance</i> , laporan, communal	<ul style="list-style-type: none"> • Melakukan pencatatan data pajak dan biaya event, serta menyusun rekapitulasi menyeluruh data keuangan divisi.

			<ul style="list-style-type: none"> • Menghadiri meeting rekapitulasi pajak akhir tahun untuk proses evaluasi dan penyesuaian data keuangan.
13	22 - 26 September 2025	Finance, communal, <i>event</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Menyusun tabel evaluasi dokumen proposal teknis serta mengerjakan laporan terkait kebutuhan Finance, Event, dan <i>Communal</i>. • Mengikuti meeting <i>Communal</i> terkait tren, <i>trend makers</i>, dan kolaborasi Katadata, serta melakukan perhitungan pajak, <i>reimburse</i>, dan pengeluaran mingguan.
14	29 - 3 September 2025	<i>Finance</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Melakukan input data pajak dan pengeluaran event serta menyusun tabel rekap keseluruhan data keuangan divisi. • Mengikuti meeting rekap pajak akhir tahun untuk evaluasi dan penyesuaian data keuangan.
15	6 - 10 Oktober 2025	<i>Finance</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Melakukan perhitungan dan update <i>reimburse</i> serta pengeluaran mingguan, termasuk pembaruan data sponsorship TVRI. • Menyusun dan mengembangkan kebutuhan administrasi Finance,

			meliputi pembuatan form master vendor, penyusunan form Excel, serta pembaruan data keuangan.
16	13 - 17 Oktober 2025	<i>Finance, TKDN</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Melakukan input data sponsorship event di UI, pembaruan pajak luar, serta penyusunan presentasi TKDN untuk kebutuhan Finance dan TKDN. • Mengikuti meeting rekap pajak akhir tahun serta melakukan perhitungan <i>reimburse</i> dan pengeluaran mingguan.
17	20 - 24 Oktober 2025	<i>Finance</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Melakukan input data sponsorship acara, pendataan vendor <i>Pikiran Rakyat</i>, pengisian form pajak media luar, serta perhitungan dana perpajakan akhir tahun. • Menghitung dan memperbarui <i>reimburse</i> mingguan untuk kebutuhan Finance.
18	27 - 31 Oktober 2025	<i>Finance</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Meeting pajak akhir dan perpisahan hari terakhir magang

3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja

Selama masa magang, penulis terlibat dalam berbagai kegiatan desain dan komunikasi di divisi *Program & Partnership (DEPT Group Sustainability & Corporate Communication)* PT Telkom Indonesia. Kegiatan yang dilakukan meliputi analisis campaign dan *event*, pembuatan materi presentasi, evaluasi *UI/UX*

website Communal, pembuatan konten media sosial (Instagram & TikTok), penyusunan *brief* untuk topik *ESG & marketing* UMKM, administrasi pengadaan (BoQ, TKDN, pajak), serta koordinasi dengan vendor dan pihak *internal*. Dari keseluruhan kegiatan tersebut, penulis memilih Proyek Communal sebagai tugas utama karena cakupan tugasnya paling komprehensif dan konsisten melibatkan perancangan visual, pengembangan konten, serta koordinasi program.

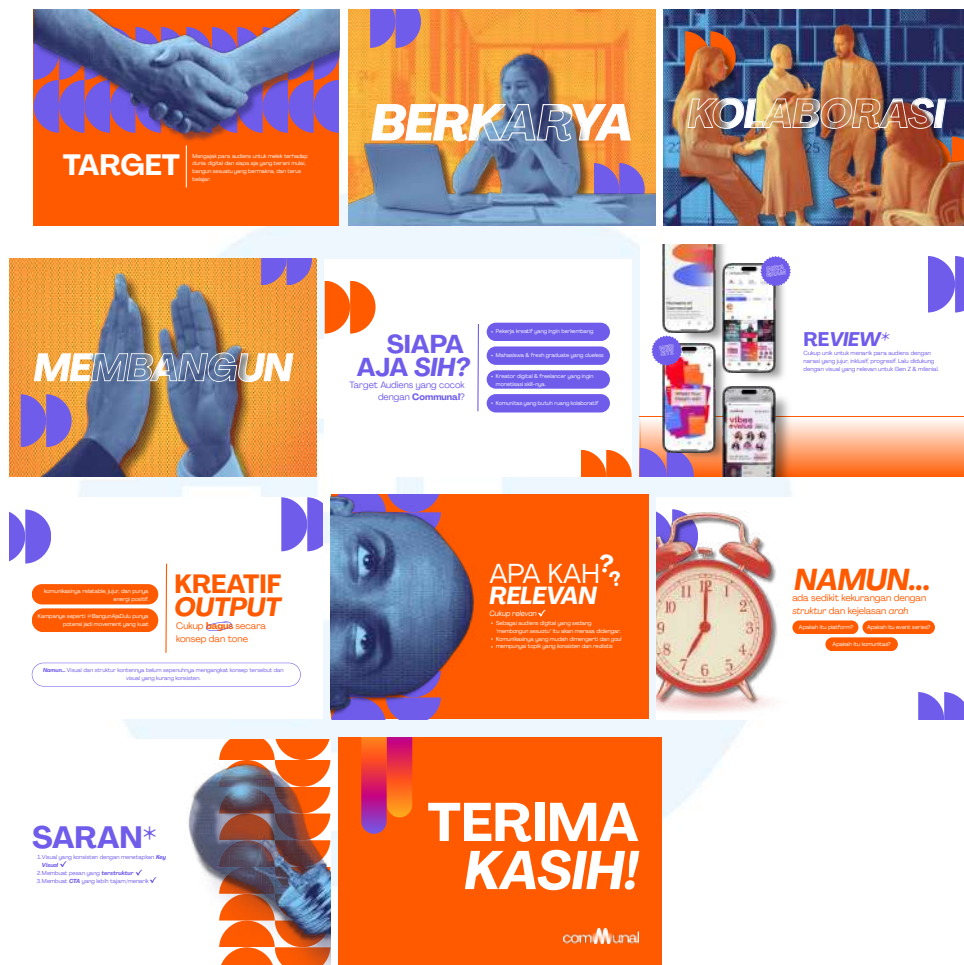
3.3.1 Proses Pelaksanaan Tugas Utama Kerja

Tugas utama penulis adalah mendukung perancangan *business pitchdeck* untuk program Communal *event* dan komunitas yang dikelola Telkom termasuk analisis campaign, pembuatan presentasi, perbaikan *UI/UX website*, pembuatan konten sosial media, dan persiapan materi *event*. Proyek ini melibatkan tim internal dan vendor.

1. Brief

Pada *brief* awal, *supervisor* menugaskan penulis untuk membuat laporan singkat dengan format *pitchdeck* dengan melakukan pemahaman audiens dan kebutuhan *campaign* melalui tugas analisis awal dengan menganalisis *event*, program dan *campaign* Communal yang sudah ada sebelumnya. Penulis menjadikan sumber sebagai *insight* dari *POV* orang baru yang mengenal Communal. Penulis mengumpulkan *insight* mengenai Gen Z serta mencari studi kasus komunitas besar yang ada di Indonesia sebagai contoh referensi yang akan dipresentasikan kepada AVP *Program & Partnership*, tim internal dan vendor.

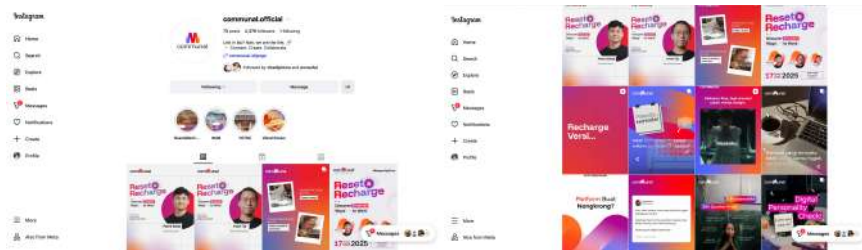




Gambar 3.9 Communal Community Manusia Digital

2. Referensi

Penulis mencari referensi visual dengan menelusuri *key visual* yang sudah ada seperti *research* sosial media instagram dan *website* Communal. Penulis juga mengambil beberapa keunikan visual yang *relateable* dengan *Gen Z* sebagai referensi *design*. Dalam segi visual yang sudah ada, Communal sendiri sudah mempunyai *brand color* yaitu merah, biru, dan jingga yang memiliki karakteristik yang kuat.



Gambar 3.10 Sosial Media Instagram Communal

3. Visualisasi

Dalam proyek *pitchdeck* ini, penulis merancang *slide* dengan format PPT dengan *software google slide*. Penulis menjelaskan tentang studi kasus, analisis masalah, solusi, dan studi kasus terkait program Communal. Penulis juga diminta untuk membuat research terkait event yang sudah pernah ada di Indonesia terlebih dulu sebelum membuat *business pitchdeck*. Penulis mengumpulkan *insight* mengenai Gen Z serta mencari studi kasus komunitas besar yang ada di Indonesia sebagai contoh referensi.

Study Case

kreavi
Indonesian Creative Ecosystem

Kreavi adalah sebuah komunitas kreatif yang berfokus di Jakarta, didirikan pada 2015 dan saat ini telah memiliki komunitas dengan lebih dari 15.000 kreator profesional di bidang visual maupun produk kreatif.

Berikut uraian webstarnya:

- Desember 2021** Proyek kreasi modal akan berlangsung.
- Agust 2022** Hari beta dari kreasi di era ke-10.
- Agustus 2022** Kreasi akan menjadi platform yang akan membantu kreator-kreator kreatif dari luar Jakarta untuk meningkatkan skill dan daya saing mereka dalam menghadapi pasar yang semakin kompetitif.

Webst yang dilakukan dari awal beta ke 1000 peserta modal + 1 bulan lagi Agustus 2022

1. Menemukan solusi-solusi dan platform komunitas kreatif di Indonesia yang sedang berkembang. 2. Menemukan solusi-solusi dan platform komunitas kreatif yang sedang berkembang. 3. Menemukan solusi-solusi dan platform komunitas kreatif yang sedang berkembang.

Kompas Perjuangan Kreasi

Komunitas ini memiliki tujuan untuk membantu kreator-kreator kreatif dalam meningkatkan skill dan daya saing mereka dalam menghadapi pasar yang semakin kompetitif.

KUMPUL
Community Entrepreneur Community

KUMPUL adalah sebuah komunitas yang berfokus di Jakarta, didirikan pada 2015 dan saat ini telah memiliki komunitas dengan lebih dari 15.000 kreator profesional di bidang visual maupun produk kreatif.

Berikut uraian webstarnya:

- Desember 2021** Proyek kreasi modal akan berlangsung.
- Agust 2022** Hari beta dari kreasi di era ke-10.
- Agustus 2022** Kreasi akan menjadi platform yang akan membantu kreator-kreator kreatif dari luar Jakarta untuk meningkatkan skill dan daya saing mereka dalam menghadapi pasar yang semakin kompetitif.

IDEA FEST
Community Indonesian Creative and Innovation Festival

IDEA FEST adalah sebuah festival yang berfokus di Jakarta, didirikan pada 2015 dan saat ini telah memiliki komunitas dengan lebih dari 15.000 kreator profesional di bidang visual maupun produk kreatif.

Berikut uraian webstarnya:

- Desember 2021** Proyek kreasi modal akan berlangsung.
- Agust 2022** Hari beta dari kreasi di era ke-10.
- Agustus 2022** Kreasi akan menjadi platform yang akan membantu kreator-kreator kreatif dari luar Jakarta untuk meningkatkan skill dan daya saing mereka dalam menghadapi pasar yang semakin kompetitif.

Cara Monetisasi Kreavi

Kreavi memiliki beberapa cara untuk menghasilkan pendapatan, antara lain:

- 1. Sponsorship dan Donasi**: Kreavi menerima sponsor dari berbagai perusahaan dan organisasi.
- 2. Merchandise**: Kreavi menjual merchandise yang berkaitan dengan komunitas.
- 3. Event dan Workshop**: Kreavi mengadakan event dan workshop yang berbayar.
- 4. Membership**: Kreavi menawarkan membership yang memberikan akses eksklusif ke berbagai fasilitas.
- 5. Crowdfunding**: Kreavi melakukan crowdfunding untuk membiayai proyek-proyek kreatif.
- 6. Freelance dan Consulting**: Kreavi menawarkan jasa freelance dan consulting kepada klien.
- 7. Partnership**: Kreavi menjalin partnership dengan berbagai perusahaan dan organisasi.
- 8. Licensing**: Kreavi menjual lisensi untuk penggunaan merek dan logo.
- 9. Royalty**: Kreavi menerima royalti dari penjualan produk kreatif.
- 10. Other**: Kreavi memiliki cara lain untuk menghasilkan pendapatan.

Cara Monetisasi Kumpul.id

Kumpul.id memiliki beberapa cara untuk menghasilkan pendapatan, antara lain:

- 1. Sponsorship dan Donasi**: Kumpul.id menerima sponsor dari berbagai perusahaan dan organisasi.
- 2. Merchandise**: Kumpul.id menjual merchandise yang berkaitan dengan komunitas.
- 3. Event dan Workshop**: Kumpul.id mengadakan event dan workshop yang berbayar.
- 4. Membership**: Kumpul.id menawarkan membership yang memberikan akses eksklusif ke berbagai fasilitas.
- 5. Crowdfunding**: Kumpul.id melakukan crowdfunding untuk membiayai proyek-proyek kreatif.
- 6. Freelance dan Consulting**: Kumpul.id menawarkan jasa freelance dan consulting kepada klien.
- 7. Partnership**: Kumpul.id menjalin partnership dengan berbagai perusahaan dan organisasi.
- 8. Licensing**: Kumpul.id menjual lisensi untuk penggunaan merek dan logo.
- 9. Royalty**: Kumpul.id menerima royalti dari penjualan produk kreatif.
- 10. Other**: Kumpul.id memiliki cara lain untuk menghasilkan pendapatan.

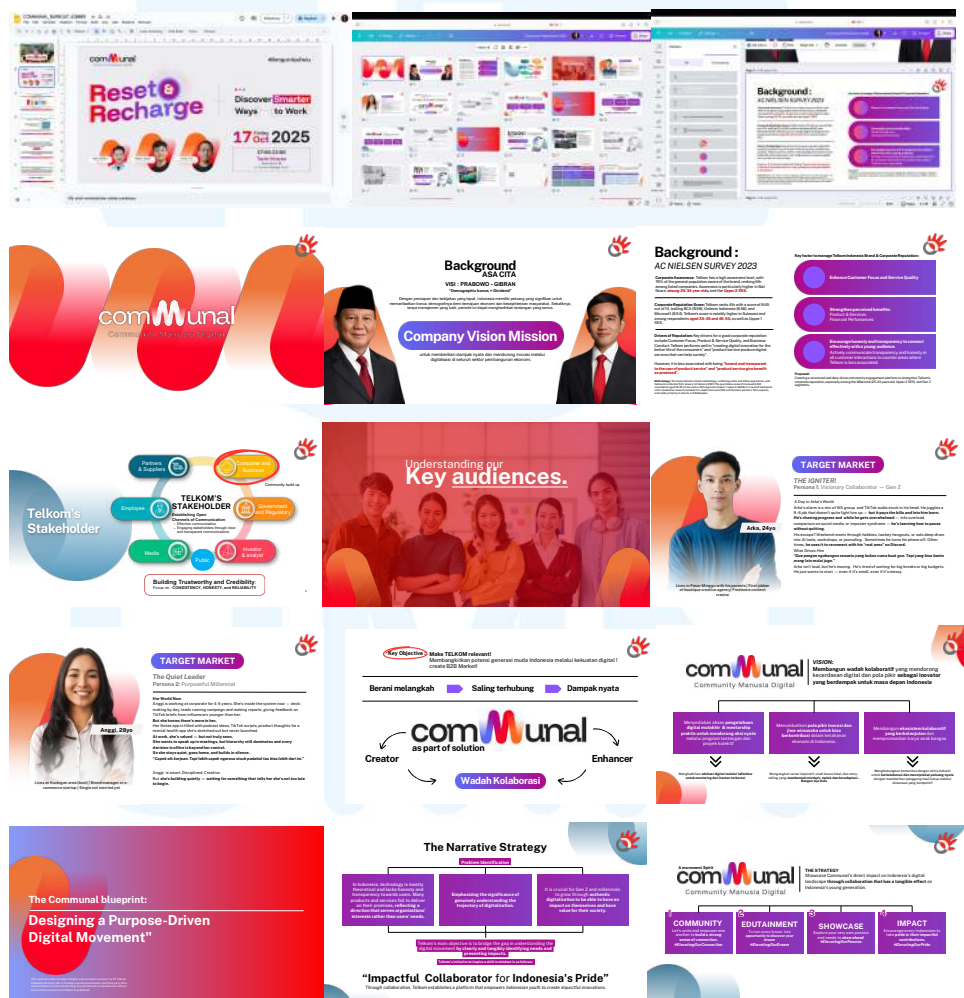
Cara Monetisasi Kreavi

Kreavi memiliki beberapa cara untuk menghasilkan pendapatan, antara lain:

- 1. Sponsorship dan Donasi**: Kreavi menerima sponsor dari berbagai perusahaan dan organisasi.
- 2. Merchandise**: Kreavi menjual merchandise yang berkaitan dengan komunitas.
- 3. Event dan Workshop**: Kreavi mengadakan event dan workshop yang berbayar.
- 4. Membership**: Kreavi menawarkan membership yang memberikan akses eksklusif ke berbagai fasilitas.
- 5. Crowdfunding**: Kreavi melakukan crowdfunding untuk membiayai proyek-proyek kreatif.
- 6. Freelance dan Consulting**: Kreavi menawarkan jasa freelance dan consulting kepada klien.
- 7. Partnership**: Kreavi menjalin partnership dengan berbagai perusahaan dan organisasi.
- 8. Licensing**: Kreavi menjual lisensi untuk penggunaan merek dan logo.
- 9. Royalty**: Kreavi menerima royalti dari penjualan produk kreatif.
- 10. Other**: Kreavi memiliki cara lain untuk menghasilkan pendapatan.

Gambar 3.11 Business Pitchdeck Study Case Event Reference

Dalam pembuatan *pitchdeck* penulis mengadaptasi dengan *software google slide* dan *canva* yang dibuat dengan identitas visual Communal agar *pitchdeck* konsisten secara estetika dan komunikatif. Pitchdeck tersebut mempunyai rasio sebesar 1920 x 1080 px secara digital. Menggunakan *typeface Public Sans* dengan ukuran *font bold* dan *regular* berbagai macam untuk menyesuaikan *headline*, *sub-line* dan *body text* yaitu 18 - 60 pt. Menggunakan warna *brand color* yaitu merah, biru, dan jingga yang memiliki karakteristik yang kuat.





Gambar 3.12 Business Pitchdeck Study Case for Communal

Penulis juga membuat visual tersebut dengan referensi *key visual* yang sudah ada dan dibuat dengan standar *corporate*. Revisi dilakukan beberapa kali untuk menyempurnakan alur cerita dan memperkuat *insight*. Hal ini dilakukan agar mempermudah memahami isi konten *Pitchdeck* tersebut.

4. Revisi

Mengadakan sesi *review meeting* dan revisi bersama tim program internal dan vendor mengenai, *review event* mendatang bersama *AVP Program & Partnership*. Pada kesimpulannya *pitchdeck* tersebut tidak memiliki revisi terlalu banyak, hanya berisikan *copywriting* saja yang perlu diperbaiki.

3.3.2 Proses Pelaksanaan Tugas Tambahan Kerja

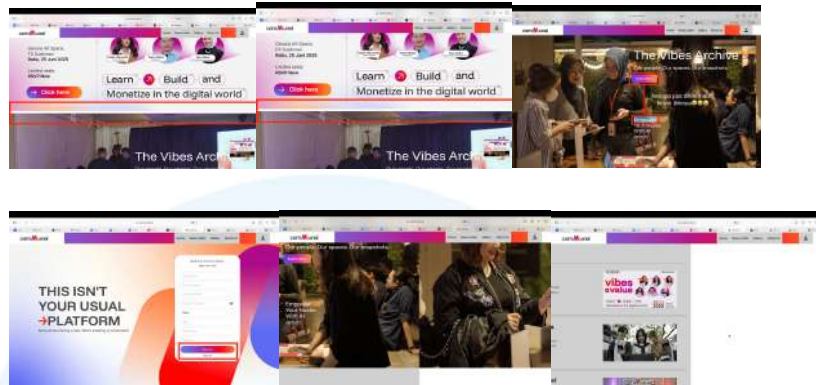
Selain tugas utama, penulis juga mengerjakan empat proyek tambahan selama masa kerja magang. Proyek-proyek ini meliputi perancangan berbagai pitchdeck yang digunakan untuk kebutuhan *internal*. Setiap proyek mengikuti alur perancangan yang sama, dimulai dari memahami *brief*, melakukan riset visual, menyusun struktur *slide*, hingga memvisualisasikan konten sesuai standar desain perusahaan. Seluruh pekerjaan dilakukan secara kolaboratif dengan supervisor untuk memastikan materi komunikatif dan memenuhi kebutuhan presentasi. Melalui rangkaian proyek ini, penulis memperoleh pengalaman dalam menyusun materi komunikasi bisnis yang efektif dan profesional.

3.3.2.1 Proyek *Redesign UI/UX Website Communal*

Pada *brief* awal, *supervisor* menugaskan penulis untuk *review website* secara *layouting* visual, lalu penulis menemukan banyak masalah dengan *website* tersebut. Dengan menyusun *problem statement* dan *requirement* dengan perbaikan *UI/UX landing page*, penambahan *CTA*, pembatasan fitur *Wall of Thought* untuk pengguna yang belum login, perubahan judul menjadi “*Society of Digital Humans*”, dan kebutuhan elemen profil/icon dan melakukan *meeting preview website* Communal. Hasil *define* dituangkan pada dokumen saran dan laporan revisi *UI/UX*. Menghasilkan konsep visual, struktur konten, dan strategi *engagement* dengan pembuatan PPT untuk konsep “*Reset & Recharge*” untuk *First Jobber*, serta ide konten *carousel* Instagram.

a. Sebelum update visual website Communal

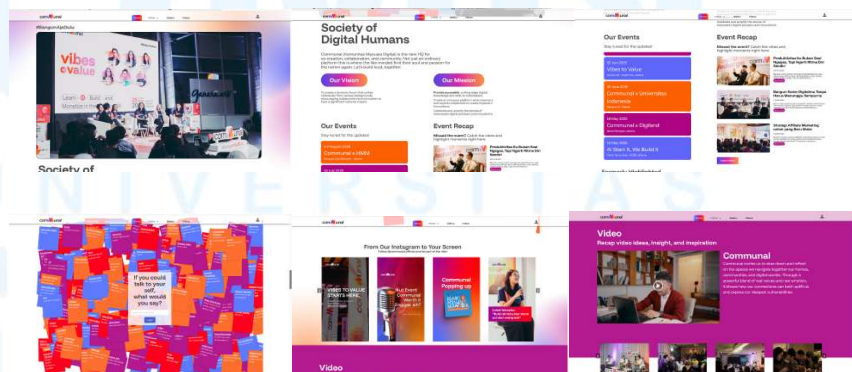




Gambar 3.13 Website Communal 1

Seluruh struktur *flowchart*, *sitemap*, dan *wireframe* perlu diperbaiki karena alurnya masih kurang rapi dan membingungkan. *Landing Page* masih kosong sehingga perlu penambahan latar belakang, visi-misi, serta detail agenda seperti tanggal dan lokasi. Elemen lain seperti *Career Page*, *sticky notes* yang terlalu rumit, dan tombol “*Explore More*” yang tidak berfungsi juga perlu diperbaiki. Pada fitur akun, harus ada notifikasi email terdaftar, opsi lupa *password*, dan alur *login & signup* yang lebih jelas. Konten *Home* dan *About Us* harus dibedakan, transisi antar halaman diperhalus, serta beberapa bug visual. Setelah saya *review*, akhirnya penulis diberi kesempatan untuk *meeting* secara *online* dengan pihak eksternal vendor untuk memperbaiki tampilan *website* tersebut.

a. Sesudah update visual website Communal





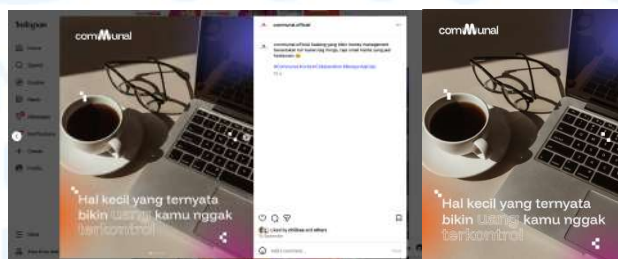
Gambar 3.14 Website Communal 2

Website tersebut mempunyai rasio sebesar 16:9 dengan 1920 x 1080 *px* secara *digital* yang dimana merupakan standart di industri selama bertahun-tahun. Menggunakan *typeface Inter* dengan ukuran *font bold* dan *regular* berbagai macam untuk menyesuaikan *headline*, *sub-line* dan *body text* yaitu 11 - 90 *pt*. Menggunakan warna *brand color* yaitu merah, biru, dan jingga yang memiliki karakteristik yang kuat.

3.3.2.2 Proyek Design Visual Instagram Communal

Pada *brief*, *supervisor* menugaskan penulis untuk membuat konten pada sosial media Instagram Communal selama dua kali, yang berfungsi sebagai media informasi dan promosi yang menampilkan berbagai aktivitas, program, serta update terbaru terkait komunitas. Setiap konten dibuat dengan konsep visual yang konsisten untuk memperkuat identitas Communal, mulai dari pengumuman acara, highlight kegiatan, hingga materi edukatif yang relevan. Melalui penyajian visual yang menarik dan komunikatif, Instagram Communal menjadi sarana untuk meningkatkan engagement serta membangun hubungan yang lebih dekat dengan audiens.

a. Content instagram carousel Communal (13 September 2025)

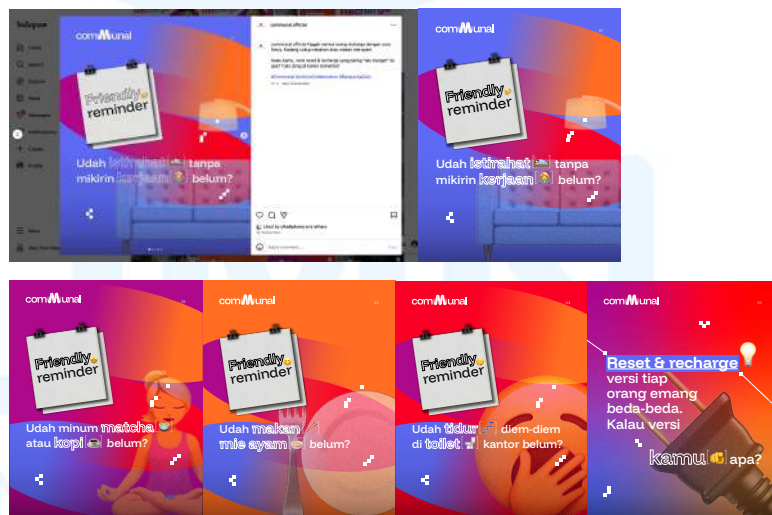




Gambar 3.15 Sosial Media Instagram Communal 1

Penulis juga diberikan brief yang berisikan copywriting untuk konten instagram tersebut berupa PPT. Feeds intagram tersebut mempunyai rasio sebesar 4:5 dengan 1080 x 1350 *px* secara *digital*. Menggunakan *typeface Inter* dengan ukuran *font bold* dan *regular* berbagai macam untuk menyesuaikan *headline*, *sub-line* dan *body text* yaitu 11 - 30 *pt*. Menggunakan warna *brand color* yaitu merah, biru, dan jingga yang memiliki karakteristik yang kuat. Penulis juga menambahkan foto-foto yang berisikan *jokes* untuk menambah kesan lucu dan relate dengan *Gen Z*.

b. Content instagram carousel Communal (15 September 2025)

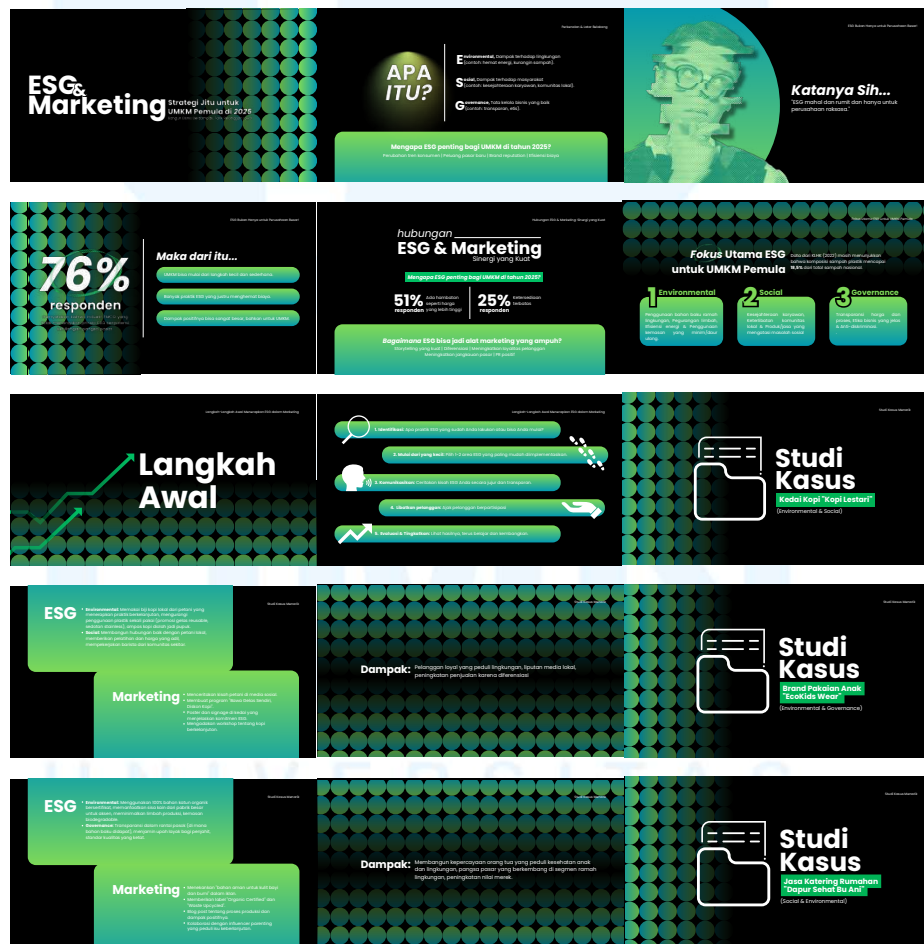


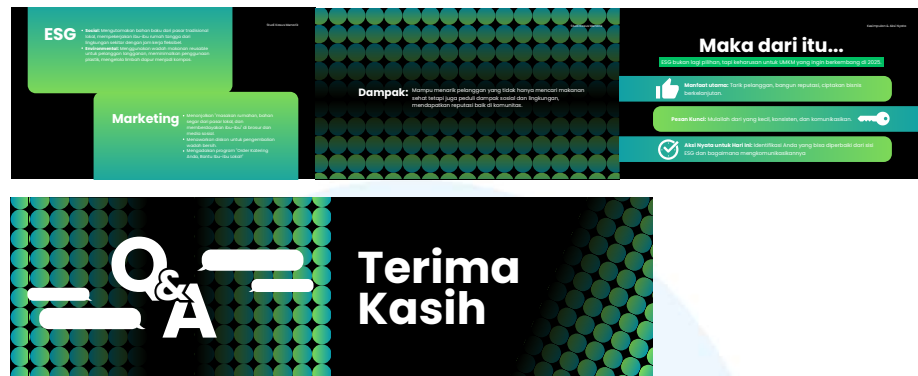
Gambar 3.16 Sosial Media Instagram Communal 2

3.3.2.3 Proyek Business Pitchdeck ESG & Marketing

Pada *brief*, *supervisor* menugaskan penulis untuk menyusun dan merancang *pitchdeck* mengenai *ESG & Marketing* untuk VP unit *DEPT GROUP Sustainability*. Proses pekerjaan dimulai dari pemberian *brief*,

pengumpulan data, penyusunan struktur slide, hingga visualisasi grafis agar materi terlihat profesional dan mudah dipahami. *Pitchdeck* tersebut menggunakan *software Canva* untuk penyusunannya, yang dimana mempunyai rasio sebesar 1920 x 1080 *px* secara *digital*. Menggunakan *typeface Poppins* dengan ukuran *font bold* dan *regular* berbagai macam untuk menyesuaikan *headline*, *sub-line* dan *body text* yaitu 11 - 120 *pt*. Menggunakan warna mencolok yaitu hitam dan hijau *neon* yang memiliki visual yang kuat dan mencolok. Penulis juga melakukan beberapa revisi berdasarkan arahan supervisor untuk memastikan pesan yang disampaikan sesuai kebutuhan presentasi dan standar perusahaan



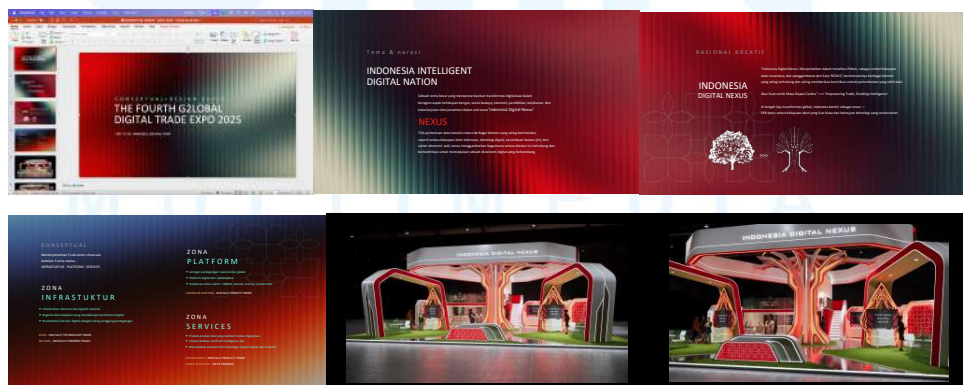


Gambar 3.17 Business Pitchdeck ESG & Marketing

Dalam proses pengerjaan, penulis memperoleh berbagai pengalaman baru, penulis memperoleh pengalaman dalam menyusun materi komunikasi bisnis yang efektif dan profesional. Setelah melalui tahap revisi berdasarkan masukan yang diberikan, seluruh desain akhirnya disetujui oleh supervisor dan dinilai sesuai dengan brief yang diberikan.

3.3.2.4 Proyek Business Pitchdeck Conceptual & Design Develop “The Fourth Global Digital Trade Expo 2025”, Hangzhou, Zhejiang, China

Pada *brief*, *supervisor* menugaskan penulis untuk membantu merancang slide yang menjelaskan konsep dan desain terkait “*The Fourth Global Digital Trade Expo 2025*”, *Hangzhou, Zhejiang, China*. Penulis juga mendapat kesempatan dalam pemilihan bentuk visual konsep dari *booth* GDTE 2025. Revisi dilakukan sekali untuk menyempurnakan tata cara penulisan yang baik.





Gambar 3.18 Business Pitchdeck Conceptual & Design Develop “GDTE 2025”

Pitchdeck tersebut menggunakan *software Google Slide* untuk penyusunannya, yang dimana mempunyai rasio sebesar 1920 x 1080 px secara *digital*. Menggunakan *typeface Arial* dan *Sura* dengan ukuran *font bold* dan *regular* berbagai macam untuk menyesuaikan *headline*, *sub-line* dan *body text* yaitu 11 - 104 pt. Menggunakan warna hitam dengan sentuhan gradasi yang berwarna merah dan hijau, sehingga memiliki visual yang kuat dan mencolok.

3.3.2.5 Proyek Business Pitchdeck The Power of Collaboration

Pada *brief*, *supervisor* menugaskan penulis membuat *pitchdeck*. Proyek ini berfokus pada pembuatan *pitchdeck* yang menonjolkan pentingnya kolaborasi dengan penggambaran olahraga tim basket. Penulis merancang layout slide, memilih visual pendukung, serta menyusun narasi visual agar pesan “kolaborasi” tersampaikan secara kuat dan inspiratif. Selama prosesnya, penulis bekerja sama dengan supervisor untuk memvalidasi isi materi dan memastikan keseluruhan desain sesuai standar *corporate*.





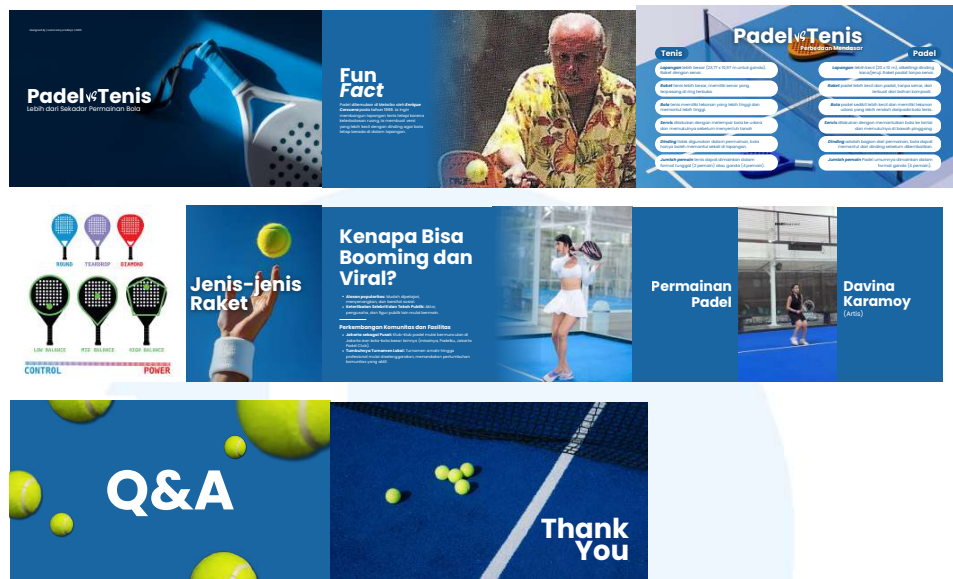
Gambar 3.19 Business Pitchdeck The Power of Collaboration

Pitchdeck tersebut menggunakan *software Canva* untuk penyusunannya, yang dimana mempunyai rasio sebesar 1920 x 1080 px secara *digital*. Menggunakan *typeface Zuume Rough Bold* dan *Poppins* dengan ukuran *font bold* dan *regular* berbagai macam untuk menyesuaikan *headline*, *sub-line* dan *body text* yaitu 11 - 140 pt. Menggunakan warna jingga dan hijau yang dimana terinspirasi dengan warna lapangan basket. Penulis juga memasukan foto-foto pemain basket internasional seperti LeBron dan Steph Curry yang dimana untuk mendukung secara visual.

Dalam proses pengerjaan, penulis memperoleh berbagai pengalaman baru, penulis memperoleh pengalaman dalam menyusun materi komunikasi bisnis yang efektif dan profesional. Setelah melalui tahap revisi berdasarkan masukan yang diberikan, seluruh desain akhirnya disetujui oleh *supervisor*.

3.3.2.6 Proyek Business Pitchdeck Propose Padel vs Tennis

Pada *brief*, *supervisor* menugaskan penulis mengerjakan *pitchdeck* komparatif antara olahraga padel dan tenis sebagai bahan proposal *internal*. Penulis menyusun materi perbandingan serta merancang tampilan visual agar data mudah dipahami. Beberapa revisi dilakukan untuk menyempurnakan info dan memastikan *pitchdeck* siap digunakan dalam proses pengambilan keputusan.



Gambar 3.20 Business Pitchdeck Propose Padel vs Tennis

Pitchdeck tersebut menggunakan *software Canva* untuk penyusunannya, yang dimana mempunyai rasio sebesar 1920 x 1080 px secara *digital*. Menggunakan *Poppins* dan *Kapsalon Brush* dengan ukuran *font bold* dan *regular* berbagai macam untuk menyesuaikan *headline*, *sub-line* dan *body text* yaitu 11 - 90 pt. Menggunakan warna biru dan putih yang dimana terinspirasi dengan warna lapangan padel dan tenis tersebut. Penulis juga memasukan foto-foto penemu padel dan selebriti Indonesia yang viral saat bermain padel yang dimana untuk mendukung secara visual. Dalam proses pengerjaan, penulis memperoleh berbagai pengalaman baru, penulis memperoleh pengalaman dalam menyusun materi komunikasi bisnis yang efektif dan profesional. Setelah melalui tahap revisi berdasarkan masukan yang diberikan dan dinilai sesuai hasil yang memuaskan.

3.4 Kendala dan Solusi Pelaksanaan Kerja

Selama menjalani proses praktik kerja, penulis menghadapi beberapa kendala yang berkaitan dengan alur kerja, proses desain, serta komunikasi dalam tim. Kendala tersebut muncul terutama pada tahap revisi berulang, penyesuaian standar visual perusahaan, serta koordinasi yang membutuhkan waktu lebih panjang. Setiap

hambatan menjadi bagian dari proses pembelajaran yang mendorong penulis untuk meningkatkan kemampuan teknis, memperbaiki manajemen waktu, serta beradaptasi dengan kebutuhan proyek.

3.4.1 Kendala Pelaksanaan Kerja

Salah satu kendala utama yang penulis hadapi adalah penyesuaian terhadap standar desain perusahaan yang cukup tinggi, sehingga beberapa karya memerlukan revisi berulang pada *UI/IX website* agar sesuai dengan identitas visual yang diharapkan. Selain itu, koordinasi terkadang memerlukan waktu tambahan karena adanya perbedaan prioritas atau jadwal masing-masing tim. Penulis juga mengalami tantangan dalam memahami kebutuhan proyek yang kompleks, terutama ketika *brief* yang diberikan masih bersifat umum dan memerlukan penjelasan yang lebih mendalam sebelum proses visualisasi dimulai.

3.4.2 Solusi Pelaksanaan Kerja

Untuk mengatasi kendala tersebut, penulis meningkatkan komunikasi dengan supervisor dan tim terkait, terutama dengan meminta penjelasan tambahan ketika *brief* belum jelas sehingga proses desain dapat lebih tepat arah. Penulis juga mulai menerapkan pencatatan detail pada setiap revisi untuk memastikan perbaikan dilakukan secara akurat dan efisien. Selain itu, penulis menyesuaikan manajemen waktu dengan mengatur prioritas berdasarkan urgensi proyek, sehingga alur kerja menjadi lebih terstruktur dan mengurangi hambatan koordinasi lintas divisi.