

BAB III

PELAKSANAAN KERJA

3.1 Kedudukan dan Koordinasi Pelaksanaan Kerja

Dalam firma hukum FixUp Consultant, *Human Resource Development* (HRD) memberi penulis posisi sebagai *graphic designer intern* atau magang di posisi desainer grafis, di mana penulis ditempatkan dalam departemen ‘Konten & Kreatif’ oleh pihak HRD. Departemen ‘Konten & Kreatif’ bertanggung jawab atas menyediakan kebutuhan visual yang dibutuhkan untuk berlangsungnya operasi perusahaan dengan lancar baik dengan presensi atau citra di dunia nyata atau di dunia maya. Selain Desainer Grafis, departemen ‘Konten & Kreatif’ juga terdiri dari *Content Planner* dan Sosial Media.

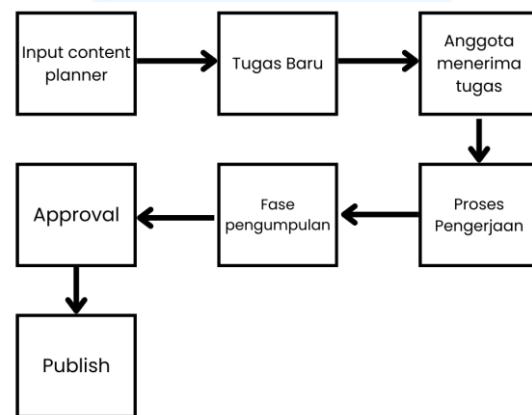
3.1.1 Kedudukan Pelaksanaan Kerja

Dalam divisi atau departemen ‘Konten & Kreatif’, penulis menduduki posisi ‘Staff’ di mana para staff bertindak sebagai pekerja yang membantu menjalani bergeraknya perusahaan, staff berada di bawah arahan ‘Kepala Divisi’ atau ‘*Head of Division*’ diikuti oleh ‘Wakil Kepala Divisi’ atau ‘*Vice Head of Division*’. Setelah itu, di atas Kepala Divisi dan Wakil Kepala Divisi terdapat *Founder/CEO* serta *Co-Founder*. Sebagai staff yang menduduki posisi desainer grafis, penulis bekerja dalam membantu memproduksi dan menyediakan kebutuhan visual yang diperlukan untuk keberlangsungan perusahaan seperti konten media sosial, kebutuhan visual *meeting*, sertifikat, *birthday card*, dan lain-lainnya.

3.1.2 Koordinasi Pelaksanaan Kerja

Dalam pelaksanaan program magang di FixUp Consultant, penulis mengikuti alur koordinasi berikut ini untuk mengerjakan tugas-tugas yang dibagikan dari Kepala Divisi. Pembagian tugas diawali dengan pemilihan topik yang dipilih oleh anggota yang berasal dari divisi legal lalu mereka mengumpulkan topik yang telah mereka pilih kepada kepala divisi dan

Founder untuk diperiksa dan dikonfirmasi sebelum mereka mendaftarkan dan melakukan *input* topik kepada kepala divisi, untuk dikoordinasikan dalam *content planner* atau perencanaan perancangan konten yang akan digunakan oleh staff divisi ‘Konten & Kreatif’ untuk mengerjakan tugas:



Gambar 3.1 Bagan Alur Koordinasi Penugasan.

3.2 Tugas yang Dilakukan

Selama melaksanakan program magang di FixUp Consultant, penulis bertanggung jawab mengerjakan tugas seperti merancang konten media sosial, merancang kebutuhan visual *meeting* atau pelatihan, merancang *birthday card* atau kartu ucapan selamat ulang tahun, merancang visual khusus hari besar, dan lain-lainnya.

Tabel 3.1 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Kerja

Minggu	Tanggal	Proyek	Keterangan
1	7-14 September 2025	Single Post Iklan Perpanjang Merek	Penulis merancang konten yang akan digunakan sebagai Iklan promosional FixUp Consultant dengan mengangkat topik mengenai perpanjangan merek. Konten ini dipublikasikan di media sosial <i>Instagram</i> .
2	16-20 September 2025	Benturan Kepentingan (Conflict of Interest) di Industri	Penulis merancang konten edukatif bersifat <i>Carousel</i> yang menjelaskan mengenai ‘benturan keuangan’. Konten yang dirancang oleh penulis kemudian dipublikasikan di media sosial <i>Instagram</i> .

		Perbankan & Fintech	
3	16-20 September 2025	Benturan Kepentingan (Conflict of Interest) di Industri Perbankan & Fintech	Penulis merancang konten edukatif bersifat <i>Carousel</i> yang menjelaskan mengenai ‘benturan keuangan’. Konten yang dirancang oleh penulis kemudian dipublikasikan di media sosial <i>Instagram</i> .
3	23 September 2025	Latar belakang <i>Google Meet</i>	Penulis merancang latar belakang yang digunakan oleh perusahaan dalam <i>meeting</i> atau pertemuan secara daring atau <i>online</i> melalui <i>Google Meet</i> .
4	26-29 September 2025	Peringatan G30SPKI	Penulis merancang konten media sosial dalam rangka memperingati kejadian G30SPKI, yang dipublikasikan di media sosial <i>Instagram</i> .
5	2 Oktober 2025	Main Hakim Sendiri Berujung Penjara?	Penulis merancang 6 halaman yang akan dipublikasikan sebagai konten edukatif di platform dan media sosial perusahaan yang membahas resiko bagi seorang individu yang bertindak seakan ia adalah hakim.
5	3 Oktober 2025	Sertifikat Pembicara <i>Workshop</i>	Penulis merancang sertifikat yang akan digunakan sebagai tanda terima kasih terhadap pembicara untuk <i>Workshop</i> yang.
6	6 Oktober 2025	Desain Konten Media Sosial ‘Skandal Korupsi Nadiem: Chromebook Rp 9,3T’	Penulis merancang desain 6 halaman konten media sosial yang membahas kasus skandal korupsi Chromebook oleh Nadiem Makarim yang bernilai Rp 9,3 Triliun
7	10 Oktober 2025	Iklan ‘Lindungi	Penulis merancang desain iklan yang mengangkat topik sengketa publik, yang bisa merugikan reputasi, finansial, dan mitra strategis jika tidak

		Bisnis & Reputasimu'	berhati-hati. Desain kemudian mencakup <i>Call-To-Action</i> (CTA) untuk persuasi audiens untuk menghubungi FixUp Consultant.
8	12 Oktober 2025	Perancangan Desain Konten Media Sosial ‘Skripsi kamu, hak cipta siapa sebenarnya?’	Penulis merancang desain konten media sosial yang membahas topik hak cipta skripsi yang dibuat oleh Mahasiswa.
9	22 Oktober 2025	Jangan Biarkan Ide Bisnismu Dicuri!	Penulis merancang konten media sosial yang membahas mengenai NDA dalam bisnis.
9	22 Oktober 2025	<i>Birthday Card</i>	Penulis merancang kartu ucapan selamat ulang tahun untuk salah satu anggota FixUp Consultant yang berulang tahun.
9	24 Oktober 2025	<i>Virtual Background</i> Pelatihan	Penulis merancang latar belakang <i>virtual</i> yang digunakan sepanjang pelaksanaan pelatihan yang diselenggarakan oleh FixUp Consultant.
11	5 November 2025	“Kapan sih Kamu Dianggap Cakap Hukum?”	Penulis merancang konten reels yang bersifat edukatif yang membahas topik ‘cakap hukum’, yaitu seberapa jauh seseorang dapat disebut sebagai cakap hukum.
11	5 November 2025	Konten <i>Point Of View</i> (POV)	Penulis merancang dan mengedit sebuah video untuk dipublikasikan pada media sosial perusahaan sebagai konten humoris.
11	8 November 2025	<i>Birthday Card</i>	Penulis merancang kartu ucapan selamat ulang tahun untuk salah satu anggota perusahaan yang berulang tahun.
11	8 November 2025	“ <i>Cyber Notary</i> di Indonesia: Akta Digital	Penulis merancang konten edukatif yang membahas mengenai <i>Cyber-Notary</i> yang terdiri dari 6 <i>slide</i> yang

		Sah atau Tidak?	dipublikasikan di platform media sosial perusahaan.
12	13 November 2025	Konten “ <i>Life At FixUp</i> ”	Penulis merancang konten yang akan dipublikasikan di platform media sosial kedua perusahaan yang khusus untuk mendokumentasikan aktivitas anggota. Konten yang dirancang membahas mengenai perkenalan departemen
13	20 November 2025	Poster Pelaksanaan Acara Bonding	Penulis merancang poster yang akan digunakan untuk mengumumkan aktivitas <i>bonding</i> atau aktivitas ‘perikatan’ yang diadakan untuk mempereratkan ikatan antar departemen dan antar anggota.
14	23 November 2025	Resiko Repost Tanpa Izin	Penulis merancang konten edukatif yang terdiri dari 6 <i>slide</i> yang akan dipublikasikan di media sosial perusahaan yang membahas fitur ‘repost’ di dunia maya dan media sosial dari sudut pandang hukum.
14	29 November 2025	<i>Insider Trading</i> di Pasar Modal Indonesia	Penulis merancang konten yang bersifat edukatif yang terdiri dari 6 <i>slide</i> yang membahas mengenai ‘ <i>Insider Trading</i> ’ di Indonesia.
14	30 November 2025	Poster <i>Open Recruitment</i>	Penulis merancang poster yang akan digunakan untuk mengumumkan posisi dan lowongan magang di media sosial dan platform perusahaan.

3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja

Penulis melaksanakan program magang di FixUp Consultant sebagai desainer grafis di mana penulis mengerjakan dan memproduksi kebutuhan visual yang penting untuk berjalannya perusahaan seperti konten visual media sosial perusahaan yang termasuk membuat konten yang akan digunakan sebagai iklan promosional untuk mempromosi FixUp Consultant melalui media sosial.

3.3.1 Proses Pelaksanaan Tugas Utama Kerja

Proyek utama yang dikerjakan penulis adalah memproduksi kebutuhan visual untuk FixUp Consultant seperti konten media sosial yang ditentukan oleh divisi ‘Legal’. Proses penugasan ini diawali dengan fase *pitching* topik yang dilakukan oleh anggota atau staff yang berasal dari departemen ‘Legal’, lalu topik yang sudah diperiksa dan diterima oleh kepala divisi di-*input* ke dalam *Content Planner* atau *Media Plan* di mana staff ‘Konten & Kreatif’ bisa melihat tugas yang diberikan kepada mereka serta tenggat waktu yang ada. Anggota atau staf ‘Konten & Kreatif’ lalu mengumpulkan hasil perancangan mereka di tabel *Content Planner* atau *Media Plan* sesuai dengan tanggal atau tenggat waktu tugas yang mereka terima.

3.3.2 Proses Pelaksanaan Tugas Tambahan Kerja

Peran penulis saat bekerja di FixUp Consultant sebagai seorang desainer grafis, adalah bertanggung jawab untuk menyediakan kebutuhan visual yang dibutuhkan oleh FixUp Consultant dalam keberlangsungan berjalannya perusahaan dan jasa layanan hukum mereka. Selama menjalani program magang di FixUp Consultant sebagai desainer grafis, penulis telah mengerjakan tugas-tugas di bidang visual seperti konten iklan, latar belakang *Google Meet*, konten media sosial informatif, sertifikat, *reels*, dan lain-lainnya. Saat melalui proses pekerjaan dan program magang, penulis menerima bimbingan dari mentor dan *supervisor* untuk meraih dan mencapai perancangan yang memuaskan bagi perusahaan serta hikmah yang berguna dan bernilai bagi penulis. Setelah mengerjakan suatu perancangan, penulis wajib meminta masukan atau *input* yang bertujuan sebagai nasehat atau kesan untuk memperbaik dan meningkatkan perancangan sebelum dipublikasikan.

3.3.2.1 Proyek Single Post Iklan Perpanjang Merek

FixUp Consultant merupakan penyedia jasa hukum yang memiliki keahlian dalam bidang Hak Kekayaan Intelektual (HKI). FixUp Consultant menggunakan sosial media untuk mempromosikan jasa

hukum mereka dengan tujuan untuk mencapai target audiens dan menerima klien yang tertarik untuk menggunakan jasa hukum yang disediakan oleh FixUp Consultant. Oleh karena itu, FixUp Consultant membutuhkan perancangan media yang akan digunakan mereka sebagai iklan untuk mempromosikan FixUp Consultant di media sosial.



Gambar 3.2 Single Post Iklan Draft Awal

Penulis menerima proyek untuk membuat konten yang akan digunakan sebagai materi iklan untuk mempromosikan FixUp Consultant. Dalam proses perancangan konten iklan, penulis mengikuti *brief* yang diterima dari kepala divisi, sekaligus mengikuti *Stylebook* yang dimiliki oleh FixUp Consultant dan disediakan bagi desainer grafis dengan tujuan untuk merancang perancangan yang konsisten dengan *brand identity* (Identitas merek) FixUp Consultant. Ketika mengerjakan perancangan konten, penulis mencari inspirasi dan referensi yang bisa ditemukan di media sosial atau dunia maya, dengan tujuan untuk menemukan penempatan atau *Layout* yang efektif untuk meletakan informasi, sekaligus mengikuti *brief* yang diterima yaitu mengikuti konten yang ditetapkan dan juga mengikuti penggunaan warna yang sesuai dengan *stylebook* perusahaan. Penulis menggunakan foto kantor dalam perancangan dalam warna hitam-putih dan saturasi yang rendah dengan

tujuan agar warna khas FixUp Consultant bisa menancap atau terlihat mencolok, lalu penulis mengumpulkan perancangan tersebut.



Gambar 3.3 Foto kantor yang digunakan
Sumber : Yibei Geng via Unsplash.com

Kemudian, setelah mengumpulkan, Penulis menerima arahan untuk melakukan revisi terhadap perancangan konten dikarenakan terjadi kesalahan dalam penempatan file *brief* untuk iklan. Oleh karena itu, penulis mengganti atau *scrap* perancangan.



Gambar 3. 4 Foto yang digunakan
Sumber : SEO Galaxy via Unsplash.com

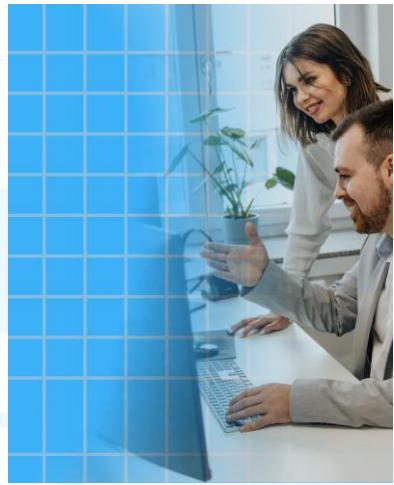
Penulis melanjutkan mengerjakan desain sama seperti proses awal, yaitu dengan mengikuti *brief* yang dibuat oleh anggota divisi ‘Legal’ yang mengajukan konten media sosial tersebut, mengambil arah lain dalam perancangan sembari mengikuti *stylebook* perusahaan. Dalam perancangan kali ini, penulis diberi arahan untuk menggunakan foto manusia asli, oleh karena itu penulis menggunakan foto *royalty-free* atau

bebas royalti yang bisa digunakan oleh perusahaan dan juga sudah diperiksa oleh mentor.



Gambar 3.5 Skema warna khas FixUp Consultant

Dalam perancangan ini, penulis mengikuti arahan yang sudah ditetapkan dalam *stylebook* oleh FixUp Consultant, seperti penggunaan warna khas FixUp Consultant yaitu warna biru (#3cbf18) dan warna merah muda (#eb6565). Penulis menggunakan latar belakang warna biru khas FixUp Consultant yang gradasi transparan di samping foto manusia yang sedang kerja. Dalam proyek ini, penulis perlu mengingatkan diri untuk menggunakan warna biru sebagai warna mayoritas, karena menurut arahan yang ditetapkan di *content planner*, warna biru digunakan untuk warna khas konten. Oleh karena itu, penulis menggunakan warna merah muda sebagai warna sekunder atau warna *Secondary Color*, dengan tujuan untuk menggunakan warna khas FixUp Consultant dengan lengkap.



Gambar 3.6 Perubahan foto yang digunakan

Penulis menggunakan aplikasi atau perangkat lunak yang bernama *Ibispaint X* untuk menyunting foto yang digunakan dengan memberi gradasi biru yang halus sebagai area penyampaian penulisan informasi. Di area warna biru, penulis menggunakan *Grid* dengan tujuan untuk menambahkan elemen di area warna biru sehingga area tersebut tidak terlalu terlihat sepi, sekaligus memberi elemen stabilitas dalam perancangan. Untuk iklan ini, penulis mengikuti *brief* dan arahan yang sudah ditetapkan dalam *Content Planner* yaitu *cover* yang mayoritas berwarna biru. Oleh sebab itu, penulis menggunakan warna merah muda khas FixUp Consultant sebagai warna sekunder (*Secondary Color*). Dalam pembuatan judul, penulis mengikuti judul yang ditetapkan dari *brief*, yaitu ‘Merek Habis Masa Berlaku, Siap-Siap Direbut Orang!’, dan penulis menggunakan efek bayangan atau *shading* merah pada judul dengan tujuan untuk mencegah judul menjadi bersatu dengan latar belakang atau tidak terlihat dengan jelas.



Gambar 3.7 Judul Single Post Iklan

Judul untuk konten ini mengandung unsur *urgency* atau urgensi yang mengingatkan audiens yang memiliki merek untuk terus menjaga merek mereka serta melindunginya sehingga tidak dapat direbut oleh pihak lain. Untuk memaksimalkan efek itu, dalam arti lain *hyperbole* atau hiperbola, penulis menggunakan visual bintang berujung sepuluh yang terlihat seperti ledakan untuk merepresentasikan kepentingan yang krusial bagi pemilik merek. Dalam judul terdapat *emoji* jam pasir, yang merupakan bagian dari *brief* yang penulis terima, yang merepresentasikan waktu yang dimiliki oleh pemilik merek yang gterus berjalan, sehingga menekankan impresi urgensi dan kepentingan yang perlu dilakukan oleh klien atau audiens yang memiliki merek. Setelah diperiksa, penulis menerima konfirmasi untuk mengumpulkan perancangan konten tersebut yang akan digunakan oleh perusahaan sebagai iklan untuk mempromosikan perusahaan. Dalam judul, penulis menggunakan *font* yang bernama ‘*Arvo*’ karena *font* tersebut tebal dan berkesan ramah, sehingga cocok untuk digunakan dalam perancangan konten FixUp Consultant serta enak dilihat dan dicerna informasinya dalam beberapa milisecond atau milidetik ketika audiens sedang melihat media sosial dan melihat iklan FixUp Consultant.

ARVO (HEADER)
ABCDEFGHIJKLMNPQ
RSTUVWXYZabcdefghij
klmnopqrstuvwxyz1234
567890

Arimo (Body Text)

ABCDEFGHIJKLMNPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz1234567890

Gambar 3.8 Tipografi

Dalam perancangan konten iklan untuk media sosial FixUp Consultant, penulis menggunakan dua *font*, yaitu ‘*Arvo*’ sebagai *header* dan ‘*Arimo*’ sebagai *body text*. Penulis memilih *font* ‘*Arvo*’ dikarenakan ‘*Arvo*’ merupakan *font* yang tebal dan mudah dilihat dari jauh, sekaligus mempunyai esensi ramah yang dimiliki oleh FixUp Consultant. Sementara itu, penulis memilih *font* ‘*Arimo*’ karena *font* tersebut merupakan *font* yang sederhana mudah dibaca ketika mata audiens melihatnya dan tidak menimbulkan stres visual atau *visual stress* ketika audiens membaca, serta rapih ketika meletakan dan menyertakan informasi yang perlu dibaca oleh audiens.

Dalam perancangan desain kemudian penulis menambahkan logo FixUp Consultant serta kontak FixUp Consultant seperti nomor *handphone* dan nama media sosial FixUp Consultant, dengan tujuan untuk memberikan audiens informasi mengenai metode untuk mengontak FixUp Consultant ketika mereka melihat iklan dari FixUp Consultant yang hendak lewat di media sosial mereka. Pada bagian bawah perancangan desain terdapat bagian yang diketik dalam kotak merah muda yang berperan sebagai *Call-To-Action* (CTA) bagi audiens yang telah membaca iklan, bagi audiens yang memiliki merek untuk segera konsultasi merek yang mereka miliki sebelum terlambat untuk mencegah merek merka direbut oleh pihak lain.



Gambar 3.9 Layout



Gambar 3.10 Single Post Iklan

Ketika penulis sudah selesai revisi pekerjaan dan perancangan desain konten yang akan digunakan sebagai iklan FixUp Consultant, penulis mengajukan perancangan desain kepada mentor dan kepala department untuk mendapat persetujuan atau restu untuk dikumpulkan untuk digunakan oleh pihak FixUp Consultant. Setelah mendapatkan *approval* atau persetujuan dari mentor dan kepala department, penulis kemudian mengumpulkan perancangan desain iklan tersebut ke dalam folder *Google Drive*.

3.3.2.2 Proyek Iklan Reels ‘Lindungi Bisnis & Reputasimu’

FixUp Consultant sebagai jasa konsultan hukum membutuhkan *exposure* atau pencahayaan nama di media sosial untuk meraih audiens

dan klien. Maka, FixUp Consultant membutuhkan perancangan iklan yang akan digunakan untuk menyebarkan nama FixUp Consultant. Penulis menerima *brief* untuk merancang konten iklan yang terdiri dari isi dan topik dari konten yang digunakan sebagai iklan nantinya. Dalam konten ini, FixUp Consultant menggunakan pembahasan kontrak sebagai topik iklan.

Dalam perancangan konten iklan untuk FixUp Consultant, penulis tetap konsisten dengan mengikuti penggunaan warna ciri khas FixUp Consultant yaitu adalah warna warna biru (#3cbf18) dan warna merah muda (#eb6565). Pada perancangan ini, penulis menerima arahan untuk menggunakan warna biru sebagai warna utama, sehingga warna merah muda digunakan sebagai warna sekunder.



Gambar 3.11 Penggunaan Warna

Dalam perancangan proyek iklan, penulis menggunakan *font* ‘Arvo’ sebagai *font header* untuk membuat penggunaan *font* konsisten dengan *font* yang digunakan sebelumnya, selain itu juga bertujuan untuk menggunakan *font* yang tebal dan mampu dibaca oleh audiens yang menemukan iklan dalam sekejap dicerna dan menarik perhatian ketika muncul pada layar audiens. Untuk *Sub-Header*, penulis menggunakan *font* ‘Trocchi’ dalam huruf besar, hal ini bertujuan untuk menjaga keterbacaan dalam perancangan serta memberi kesan profesional dan konsisten dalam desain yang sesuai dengan *brand image* FixUp

Consultant. Dalam perancangan ini, penulis menggunakan *font* yang sama seperti *font* yang digunakan dalam perancangan iklan sebelumnya namun pada perancangan ini penulis menggunakan *Sub-Header*.



Gambar 3.12 *Typography*

Dalam perancangan proyek iklan, penulis menggunakan *font* ‘Arvo’ sebagai *font header* untuk membuat penggunaan *font* konsisten dengan *font* yang digunakan sebelumnya, selain itu juga bertujuan untuk menggunakan *font* yang tebal dan mampu dibaca oleh audiens yang menemukan iklan dalam sekejap dicerna dan menarik perhatian ketika muncul pada layar audiens.



Gambar 3.13 Elemen jam (A) dan perisai (B).
Sumber : *Google Design Icons* (A) dan *nomadion nomad* (B)

Dalam perancangan, penulis menggunakan elemen yang berupa ikon ‘perisai’ dan ‘jam’, dengan tujuan untuk merepresentasikan perlindungan secara legal dalam waktu yang mendekat bagi pemilik perusahaan. Dengan makna-makna yang relevan dengan topik yang

diangkat dalam konten iklan, penulis menggunakan simbol-simbol tersebut sebagai elemen visual dalam perancangan konten iklan. Dengan menggunakan simbol-simbol tersebut sebagai elemen visual, ruangan kosong yang terdapat dalam perancangan konten iklan dapat diisi sehingga tidak terlihat begitu hampa atau kosong.



Gambar 3.14 Elemen fotografi yang memperlihat dua individual yang berjabatan.
Sumber : Khwanchai Phanthong

Dalam perancangan konten iklan, penulis menggunakan foto yang memperlihat tangan dari dua individual berjabatan dalam latar kantor yang formal. Dengan foto yang memiliki kesan dan makna yang profesional dan formal, perancangan konten iklan dapat menyampaikan *brand identity* yang dimiliki oleh perusahaan dalam perancangan konten iklan yang akan digunakan. Dengan menggunakan elemen fotografi dengan unsur-unsur tersebut, perancangan proyek iklan yang akan digunakan dengan *output* dalam bentuk *Instagram Reels*, mampu mengantar pesan yang ingin disampaikan mengenai perusahaan FIXUP Consultant kepada audiens yang memiliki potensial untuk menjadi klien yang tertarik untuk menggunakan jasa yang ditawarkan oleh FIXUP Consultant.



Gambar 3.15 Layout Iklan Instagram Reels.



Gambar 3.16 Iklan Instagram Reels.

Ketika penulis merancang perancangan konten yang akan digunakan sebagai materi iklan dalam bentuk *Instagram Reels*, penulis tidak lupa untuk menambahkan kalimat *Call-To-Action* (CTA) yang bertujuan sebagai semacam dorongan bagi audiens untuk melakukan interaksi dengan perusahaan FIXUP Consultant. Kalimat *Call-To-Action* (CTA) yang digunakan adalah kalimat “Konsultasi GRATIS sekarang, klik link di bio!”. Pada *Call-To-Action* (CTA), kata “gratis” ditulis dengan huruf kapital dengan tujuan untuk menangkap perhatian audiens dengan menekankan kata “gratis” yang mengacu pada layanan dan jasa

dari FIXUP Consultant di mana mereka menawarkan jasa konsultasi hukum secara gratis. Setelah merancang, penulis kemudian menempatkan isi konten yang didapat oleh penulis dari *brief* yang penulis terima dari file *Google Sheets content planner* yang diatur oleh anggota *content planner*, lalu penulis menempatkan isi konten berdasarkan hierarki tipografi masing-masing seperti *header*, *sub-header*, dan *bodytext* menggunakan *font* masing-masing yang sudah ditentukan dari awal.

3.3.2.3 Proyek Perancangan Konten Hari Peringatan G30SPKI

Di Indonesia, kejadian G30SPKI (Gerakan 30 September Partai Komunis Indonesia) diperingati pada tanggal 30 September pada setiap tahun. Oleh karena itu, FixUp Consultant berpartisipasi dalam memperingati hari penting di negara Indonesia dengan mempublikasikan konten media sosial sebagai tanda mengenang kejadian penting di sejarah negara Indonesia. Dalam proses perancangan konten ini, penulis menerima arahan dalam proses perancangan dengan tenggat waktu pada tanggal 30 September 2025 sebagai hari terakhir mengumpulkan proyek perancangan konten untuk memperingati hari kejadian G30SPKI. Untuk perancangan ini, penulis tidak menerima *brief* dari *Content Planner*, tetapi menerima perintah dan arahan untuk menggunakan arahan pribadi. Oleh karena itu, penulis merancang perancangan konten hari peringatan G30SPKI sesuai dengan analisa pribadi penulis.

ARVO (HEADER)
ABCDEFGHIJKLMNPQ
RSTUVWXYZabcdefghij
klmnopqrstuvwxyz1234
567890

Trocchi (Sub-Header)
ABCDEFGHIJKLMNPQRSTUVWXYZ
WXYZabcdefghijklmnopqrstuvwxyz
wxyz1234567890

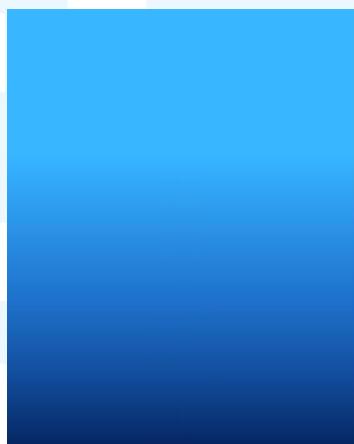
Gambar 3.17 *Typography*

Untuk tipografi, penulis menggunakan *font* yang bernama ‘*Arvo*’ untuk penulisan *Header* dalam hirarki tipografi dengan tujuan untuk menunjukkan penggunaan yang konsisten dengan desain yang digunakan oleh FixUp Consultant, sekaligus mempermudah audiens untuk membaca tulisan yang penting atau krusial dalam perancangan konten. Untuk hirarki *Sub-Header*, penulis menggunakan *font* yang bernama ‘*Trocchi*’, pemilihan *font* yang konsisten dengan perancangan sebelumnya sekaligus mengantarkan identitas perusahaan yang profesional. Dalam proses perancangan konten hari peringatan kejadian G30SPKI ini, pemilihan *font* bertujuan agar audiens dapat menerima informasi dalam waktu yang cepat dan dicerna dalam pikiran mereka tanpa harus memiliki kesulitan dalam membaca informasi yang disampaikan.



Gambar 3.18 Penggunaan Warna

Sesuai dengan *brand* FixUp Consultant, penulis menggunakan kombinasi warna biru (#3CBF18) dan merah muda (#EB6565) dalam perancangan. Namun, dalam perancangan ini, penulis diberi arahan untuk menggunakan warna biru sebagai warna utama dalam perancangan, hal ini dikarenakan anggota *Content Planner* mengatur tampilan akun media sosial FixUp Consultant berdasarkan penggunaan warna yang berkelok-kelok atau berliku antara warna biru dan merah muda. Penulis menggunakan warna biru sebagai warna primer, dan warna merah muda sebagai warna sekunder.



Gambar 3.19 Latar Belakang

Warna yang digunakan sebagai latar belakang adalah warna biru karena arahan yang diterima penulis mengenai penggunaan warna utama, yaitu warna biru. Untuk latar belakang, penulis menggunakan warna biru yang disertai dengan gradasi dari warna biru yang digunakan oleh FixUp Consultant hingga perlahan memasuki warna biru tua yang terletak pada bagian bawah warna latar belakang yang akan digunakan dalam perancangan proyek konten ini.



Gambar 3.20 Penulisan Hari Raya

Dalam proses perancangan konten hari perayaan, penulis memiliki rencana untuk membuat supaya penulisan hari raya bisa terbaca dengan mudah oleh audiens, yaitu adalah dengan menggunakan *font* yang tebal dan besar, sehingga mudah dibaca. Selain itu, penulis menggunakan efek miring dengan tujuan untuk memberi menjajarkan penulisan ‘G30SPKI’ dengan elemen bendera sehingga membentuk semacam bentuk yang melengkung ke arah atas. Di atas tulisan ‘G30SPKI’ tertulis kalimat “Hari Peringatan”, dalam *font* yang bernama ‘*Trocchi*’ yang berwarna putih dengan elemen kotak berwarna merah muda di belakangnya. Hal ini bertujuan agar tulisan ‘Hari Peringatan’ dapat dibaca dengan jelas dan tidak menyatu dengan latar belakang perancangan.



Gambar 3.21 Monumen Pancasila Sakti
Sumber : [Wikimedia.org](#)

Dalam perancangan konten hari raya yang memperingati kejadian G30SPKi, penulis menggunakan foto Monumen Pancasila Sakti dalam perancangan konten yang akan digunakan untuk memperingati kejadian G30SPKI. Menurut penulis, menggunakan foto Monumen Pancasila Sakti merupakan bagian yang penting dalam merancang konten untuk memperingati kejadian G30SPKI, hal ini dikarenakan Monumen Pancasila dibangun untuk menghormati para ahliwan yang gugur dalam peristiwa gerakan 30 september 1965. Oleh karena itu, foto Monumen Pancasila Sakti merupakan bagian penting dalam perancangan ini karena monumen tersebut memiliki relasi dengan hari raya yang diperingati dengan konten yang dirancang. Dalam perancangan, penulis mengubah

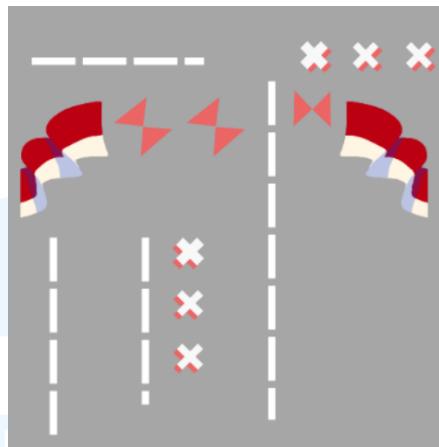
atau *edit* foto Monumen Pancasila Sakti yang ditemukan untuk menghapus latar belakang, sehingga hanya terlihat Monumen Pancasila Sakti saja dan tidak ada angkasa atau pohon-pohon yang terlihat. Setelah penulis melakukan perubahan, penulis menaruh foto yang diubah tersebut ke dalam perancangan konten sebagai elemen visual untuk konten hari peringatan kejadian G30SPKI.



Gambar 3.22 Monumen Pancasila Sakti Versi Edit.

Setelah memperlihatkan progress kepada mentor, penulis menerima masukan dan arahan untuk mengubah foto Pancasila Sakti sekali lagi. Kali ini, penulis diberi arahan untuk menghapus tembok yang terletak di belakang Monumen Pancasila Sakti. Setelah menghapus tembok yang terletak di belakang Monumen Pancasila Sakti, penulis melihat bahwa perancangan desain konten menjadi terlihat lebih minimal dan tidak terlalu “meriah” atau “ramai” untuk dilihat oleh audiens kelak.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3.23 Elemen Visual.

Untuk mengisi area atau ruangan kosong yang ada di dalam perancangan, penulis menggunakan elemen-elemen visual dari bentuk-bentuk simpel sekaligus menggambar elemen visual sendiri yaitu dua bendera yang akan diletakkan di sisi kiri dan kanan tulisan ‘G30SPKI’. Awalnya penulis hanya menggunakan gambar bendera sebagai elemen visual untuk perancangan konten peringatan hari G30SPKI. Namun, penulis menerima arahan dari mentor untuk menambahkan elemen visual sehingga rancangan konten tidak terlihat begitu kosong. Penulis merancang elemen visual yang simpel dan tidak terlalu kompleks atau rumit dengan tujuan untuk menyatu dengan konsep perancangan konten yang simpel dan mudah untuk dilihat oleh audiens dan tidak menimbulkan *visual stress* atau ‘stres visual’ yaitu merupakan kondisi visual yang sensitif sehingga menimbulkan ketidaknyamanan atau pengalaman rumit ketika melihat media tertentu. Sebagai elemen visual, penulis mengambil inspirasi dari konsep hukum yang stabil dan tegak seperti bentuk segitiga dan kotak. Oleh karena itu, penulis merancang elemen visual kecil yang terdiri dari dua segitiga yang bersentuhan sehingga terlihat hampir seperti bentuk kotak, yang merepresentasikan hukum yang tegak dan stabil. Selain itu, penulis mengambil huruf ‘X’ yang merupakan bagian penting dalam logo FixUp Consultant dan merancang elemen visual yang terlihat seperti huruf ‘X’. Terakhir, penulis memberi semacam ‘*border*’ atau ‘*frame*’ dalam bentuk garis-garis yang berputus-putus seperti pagar.



Gambar 3.24 Layout Konten Media Sosial



Gambar 3.25 Hasil Final

Setelah selesai merancang perancangan konten untuk memperingati hari kejadian G30SPKI, penulis mengumpulkan rancangan kepada mentor sekaligus kepala departemen lalu mendapatkan *approval* atau persetujuan, dan diberi arahan untuk meminta *input* atau masukan dari staff lain di FixUp Consultant. Setelah meminta masukan mengenai perancangan ini, penulis kemudian mengumpulkan perancangan konten sehingga dapat dipublikasikan ke platform atau media sosial FixUp Consultant untuk berpartisipasi dalam memperingati hari kejadian G30SPKI.

3.3.2.4 Proyek Perancangan Sertifikat *Workshop*

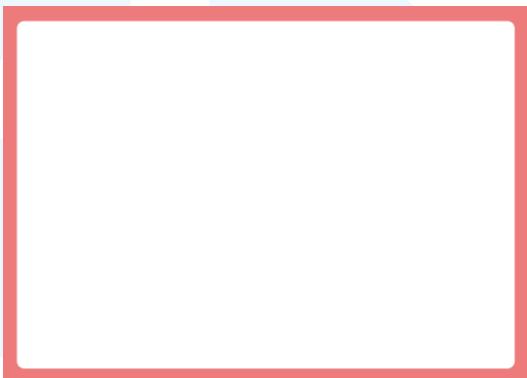
FixUp Consultant menyelenggarakan *Workshop* untuk melatih dan memberi hikmah bagi staf dan anggota FixUp Consultant. Untuk acara *workshop* ini, FixUp Consultant mendungan seorang pembicara untuk mengisi acara dan memberi hikmah. Oleh karena itu, FixUp Consultant membutuhkan sertifikat yang akan diberikan kepada pembicara yang telah membagikan waktunya untuk memberi hikmah dan pengetahuan untuk mengembangkan pengalaman staf dan anggota FixUp Consultant. Penulis menerima arahan untuk merancang sertifikat untuk acara ini, walaupun tidak menerima *brief* atau materi, penulis menerima isi konten penulisan nama, kalimat-kalimat, dan tanda tangan individu-individu yang bersangkutan.



Gambar 3.26 *Typography*

Untuk hirarki tipografi dalam perancangan, penulis menggunakan *font* yang bernama ‘*Alex Brush*’ sebagai *header* pertama yang akan menjadi penulisan nama pembicara dikarenakan sertifikat ini ditujukan untuk memberi apresiasi kepada pembicara karena sudah meluangkan waktu. Selain *header* pertama, penulis menetapkan dan menggunakan *font* yang bernama ‘*Arvo*’ untuk menjadi *header* kedua yang akan menulis penulisan ‘Sertifikat’, menggunakan *font* yang digunakan FixUp Consultant dengan tujuan untuk mencapai penggunaan yang konsisten. Setelah itu, penulis menggunakan *font* yang bernama ‘*Boldoni FLF*’ dalam efek *bold* atau tebal, dan akhirnya *font* yang bernama ‘*Arimo*’ sebagai *body-text*. Untuk tipografi dalam perancangan ini, penulis

memilih penulisan yang berbeda sebab penulis menerima petunjuk untuk merancang perancangan yang sesuai dengan gaya visual FixUp Consultant namun lebih formal. Oleh karena itu, penulis memilih *font* yang mampu mengantarkan pesan yang formal bagi individu yang melihatnya.



Gambar 3.27 Latar Belakang

Dalam perancangan sertifikat, penulis menggunakan latar belakang yang berwarna putih (#ffffff) yang disertakan dengan *frame* atau *border* yang berwarna merah muda (#ed7b7b) yang biasanya digunakan oleh FixUp Consultant. Penulis memilih warna merah muda sebab, menurut pengalaman empiris penulis, penulis melihat bahwa warna merah muda memiliki warna tona yang mampu membedakan diri dari warna putih latar belakang. Sebab itu, penulis memilih untuk menggunakan warna merah muda sebagai warna *frame* atau *border*, dan warna biru sebagai warna elemen visual dan warna penulisan nama pembicara acara *workshop*.



Gambar 3.28 Elemen Visual

Elemen visual yang digunakan oleh penulis mencakup simbol timbangan atau neraca, medali bintang, cabang tumbuhan, dan garis-garis untuk meletakkan penulisan nama individu yang bersangkutan. Penulis memilih simbol neraca atau timbangan karena relasi antara neraca sebagai simbol keadilan dan hukum yang berhubungan dengan FixUp Consultant sebagai konsultan hukum. Sebab itu, penulis menggunakan simbol neraca atau timbangan sebagai elemen visual. Namun, penulis menurunkan *opacity* dengan tujuan untuk tidak terlihat terlalu ramai atau terlalu mengganggu isi konten sertifikat seperti penulisan. Selain itu, penulis memilih cabang tumbuhan sebagai elemen visual, sebab tumbuhan merupakan simbolisme pertumbuhan pribadi baik dalam pengalaman, pengetahuan, atau wawasan, oleh karena itu dalam sejarah visual tumbuhan selalu memiliki relasi dengan makna pertumbuhan pengetahuan dan pengalaman sehingga selalu terlihat dalam perancangan yang membahas topik tersebut. Selanjutnya, penulis menggunakan medali bintang emas dengan pita warna biru sebagai elemen visual dalam perancangan sertifikat yang akan diberikan kepada pembicara *workshop*, yang diselenggarakan oleh FixUp Consultant. Medali emas ini merupakan bentuk visual apresiasi yang diberikan kepada pembicara *workshop*, untuk mengantarkan pesan bahwa waktu dan hikmah yang disampaikan beliau adalah hal yang berharga bagi staf dan anggota FixUp Consultant.



Gambar 3.29 Letak Elemen Visual

Dalam perancangan, penulis meletakkan elemen visual dengan saksama dengan tujuan untuk tidak mengganggu isi konten tulisan.

Penulis dengan hati-hati dan teliti memastikan menggunakan ruangan kecil antara elemen design dan mengatur *opacity* elemen visual untuk memungkinkan audiens untuk membaca isi konten sertifikat dengan jelas.



Gambar 3.30 Layout

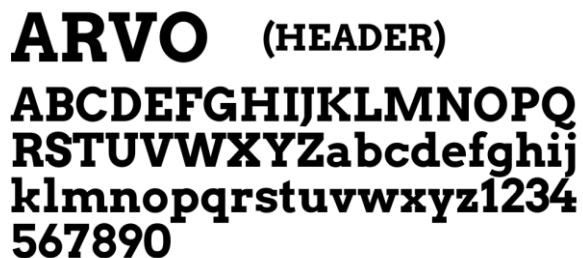


Gambar 3.31 Hasil Final

Setelah menulis isi konten ke dalam perancangan sertifikat, penulis menambahkan nomor sertifikat, nama acara *workshop*, nama pembicara, nama individu-individu dari FixUp Consultant yang bersangkutan, serta penulisan Sertifikat. Untuk menghormati privasi nama-nama yang bersangkutan dan terlibat dalam perancangan ini, penulis menyamarkan nama mereka dengan penulisan ‘*Classified Name*’ atau ‘*Classified*’ yang berarti ‘rahasia’ ketika ditulis dalam laporan ini. Setelah menyelesaikan perancangan sertifikat, penulis mengumpulkan rancangan sertifikat tersebut yang telah diberikan kepada pembicara *workshop* yang diselenggarakan oleh FixUp Consultant.

3.3.2.5 Proyek Perancangan Sertifikat *Workshop*

FixUp Consultant sebagai konsultan hukum yang terdiri dari berbagai staf dan anggota memiliki visi dan misi di mana salah satu dari visi dan misi tersebut adalah untuk mengembangkan anggota baik di pengalaman maupun pengetahuan. Oleh karena itu, FixUp Consultant mengadakan pelatihan untuk mengasah kemampuan dan pengalaman staf dan anggota yang merupakan bagian dari FixUp Consultant untuk mengembangkan kinerja mereka. Sebab itu, penulis ditunjuk untuk membantu merancang *virtual background* atau latar belakang maya yang akan digunakan sebagai latar belakang *online meeting* atau pertemuan maya para anggota selama acara pelatihan berjalan. Hal ini bertujuan untuk menciptakan tampilan yang lebih profesional serta menambahkan elemen kreatif ke dalam acara pelatihan yang diselenggarakan oleh FixUp Consultant.



Gambar 3.32 *Typography*

Dalam perancangan *Virtual Background*, penulis tidak menerima *brief* atau materi mengenai arahan perancangan melainkan sebuah penulisan kalimat yang merupakan tema dari pelatihan yang akan diselenggarakan. Oleh karena itu, dalam perancangan ini penulis menggunakan satu *font* dalam perancangan *Virtual Background*. Penulis menggunakan *font* yang bernama ‘Arvo’ sebagai *font* utama, hal ini bertujuan untuk menjalin penggunaan *font* konsisten sesuai dengan perancangan khas FixUp Consultant. Penulis menggunakan *font* ini untuk menulis tema dari acara pelatihan, yaitu kalimat “Kita Hebat Meskipun Jauh”.



Gambar 3.33 Penggunaan Warna

Dalam perancangan *Virtual Background* yang akan digunakan dalam acara pelatihan yang dilaksanakan oleh FixUp Consultant serta staf dan anggotanya, penulis menggunakan warna khas FixUp Consultant yaitu warna biru (#3CBF18) dan merah muda (#EB6565). Dalam perancangan ini, penulis memilih untuk menggunakan warna biru sebagai warna latar belakang dan warna primer, sementara menggunakan warna merah muda sebagai warna sekunder. Hal ini dikarenakan, tona yang dimiliki oleh warna biru lebih tenang dan halus untuk dilihat sehingga tidak terlalu mencolok mata.



Gambar 3.34 Latar Belakang

Saat merancang latar belakang, penulis menerapkan dan memanfaatkan gradasi dari warna biru tua hingga biru muda. Hal ini dikarenakan, warna biru tua mampu membuat penulisan warna putih yang nantinya akan diimplementasi menjadi lebih bisa dibaca dan tidak terlalu menyatu dengan warna biru muda. Namun kelak, saat mengumpulkan progres, penulis menerima petunjuk bahwa latar belakang terlihat terlalu

simpel. Oleh karena itu, penulis menambahkan elemen visual berupa huruf ‘X’ yang penulis jadikan motif repetitif dan miring. Hal ini bertujuan untuk memanfaatkan identitas FixUp Consultant dan bagaimana huruf ‘X’ di logo FixUp Consultant merupakan ciri khas yang dikenal sebagai salah satu identitas FixUp Consultant.



Gambar 3.35 Pola Huruf ‘X’

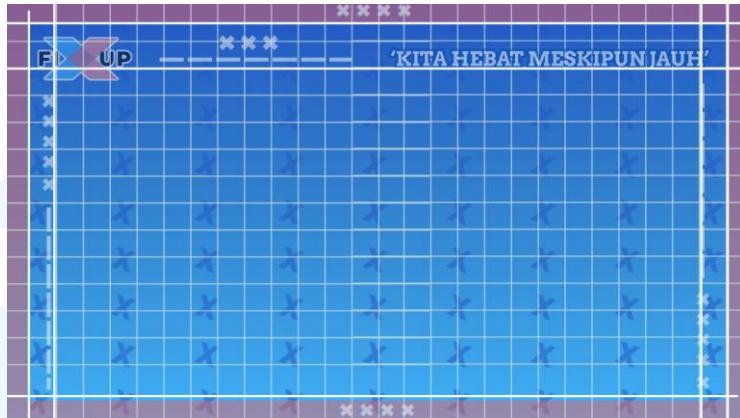
Penulis merancang semacam pola yang akan digunakan sebagai elemen visual untuk *Virtual Background* yang bertujuan untuk mengisi ruang kosong sehingga latar belakang *virtual* tidak terlihat begitu kosong. Digabung dengan gradasi biru gelap, pola biru memiliki efek gradasi yang terlihat halus dan tidak kaku ketika dilihat oleh mata seakan perlahan keluar dari gradasi tersebut ke area warna biru muda.



Gambar 3.36 Elemen Visual

Selain merancang pola, penulis juga merancang berbagai elemen visual seperti elemen-elemen kecil yang terbuat dari huruf ‘X’ dan garis lurus yang dipotong yang akan digunakan sebagai semacam *frame* yang akan menjadi kombinasi yang menarik dengan *border* yang berwarna merah muda. Kemudian, penulis menggunakan elemen visual berupa logo

FixUp Consultant yang ditemani dengan penulisan kalimat “Kita Hebat Meskipun Kita Jauh”, yang penulis rancang menggunakan efek border untuk membuat kalimat tersebut bisa dibaca dengan jelas.



Gambar 3.37 *Layout Virtual Background*



Gambar 3.38 *Hasil Final*

Ketika penulis melakukan revisi atas petunjuk dan arahan dari mentor dan kepala departemen, penulis menambahkan elemen-elemen visual yang sudah dirancang lalu menambahkannya untuk mengisi ruang kosong di dalam perancangan *virtual background*. Penulis memastikan untuk meletakkan elemen visual, tema, dan logo FixUp Consultant di area yang dapat dilihat oleh audiens sehingga tidak dapat tertutup oleh pengguna latar belakang *virtual* saat acara berjalan kelak. Setelah melakukan revisi, penulis mengumpulkan perancangan *Virtual Background* yang kemudian mendapatkan *approval* dari mentor dan kepala departemen, siap untuk dikumpulkan dan digunakan.

3.4 Kendala dan Solusi Pelaksanaan Kerja

Dalam melaksanakan program magang, penulis juga menghadapi kendala ketika menjalani pekerjaan atau proyek. Walaupun dampak dan faktor tidak terlalu mayor atau mengakibatkan kerusakan maksimal, penulis masih harus waspada untuk mengatasi kendala yang dihadapi saat menghadapi dan melaksanakan proses magang. Dengan secara alamiah, penulis menghadapi kendala ketika menjalani dan melaksanakan pekerjaan, dan penulis mencoba untuk menghadapi kendala tersebut dengan sikap profesional dengan tujuan untuk tidak menyinggung pihak manapun..

3.4.1 Kendala Pelaksanaan Kerja

Selama menjalani program magang di FixUp Consultant, penulis mengalami beberapa kendala seperti manajemen waktu di mana penulis juga masih harus meningkatkan diosiplin dan keseimbangan kehidupan kerja atau *work-life balance* ketika menjalani program magang dengan waktu yang flexible yang bersifat *Work From Anywhere* atau WFA. Kedua, penulis juga mengalami kendala ketika pembagian tugas dan tenggat waktu satu minggu sebelum yang membuat penulis menjadi kewalahan. Selain itu, penulis mengalami kendala ketika menerima *brief* konten media sosial yang disusun oleh departemen lain yang mengandung terlalu banyak penulisan sehingga tidak cukup untuk di-*input* ke dalam perancangan konten.

3.4.2 Solusi Pelaksanaan Kerja

Penulis berusaha untuk menanam regulasi diri yang lebih disiplin dengan menanam reminder serta rajin melihat *Content Planner* yang telah dibuat dengan secara rutin setiap hari. Selain itu, penulis juga membiasakan diri untuk terus berkomunikasi dengan kepala divisi, mentor, dan antara sesama staff dengan tujuan untuk saliong bertukar informasi mengenai kondisi satu-sama lain sehingga bisa saling mengerti kondisi ketika ada *setback* atau halangan dadakan seperti situasi darurat. Dengan menjalin komunikasi yang jelas antar anggota, penulis bisa memberikan keluh kesah kepada departemen lain terkait kendala yang dialami ketika merancang konten.