

BAB III

PELAKSANAAN KERJA

3.1 Kedudukan dan Koordinasi Pelaksanaan Kerja

Dalam pelaksanaan program magang pada PT. Sariling Aneka Energi, penulis bekerja dibawah divisi Digital Marketing yang memiliki 4 posisi yaitu Customer Service, SEO, Sosial Media dan Desain Grafis. Penulis bekerja sebagai Desainer Grafis yang diarahkan oleh pembimbing atau mentor dibawah pengawasan supervisor. Selama bekerja penulis diberikan tugas – tugas oleh pembimbing atau mentor dengan deadline yang tidak terlalu ketat dan selama penggerjaan penulis juga selalu dibimbing dan mentor selalu terbuka dengan pertanyaan.

Untuk proyek yang lumayan berat seperti pembuatan *prototype* website *e-commerce*, penulis akan berdiskusi dengan mentor dan mengerjakan bersama, namun saat tugas yang dikerjakan cenderung sederhana maka penulis akan mengerjakan sendiri dengan permintaan *approval* dari mentor dan juga melakukan revisi pada tahap finalisasi sebelum meng-uploadnya ke drive perusahaan untuk digunakan anggota Digital Marketing lainnya untuk pekerjaan mereka.

3.1.1 Kedudukan Pelaksanaan Kerja

Divisi Digital Marketing pada Solusi Klik berdiri semenjak tahun 2023 dan sudah berjalan selama kurang lebih 3 tahun hingga tahun 2025 ini. Divisi Digital Marketing didirikan untuk membantu menyampaikan dan juga mempromosikan produk kepada pelanggan, membangun *branding* yang kuat, dan juga melakukan interaksi secara digital dan lebih modern serta mengikuti perkembangan jaman. divisi ini memiliki 4 posisi di dalam nya.

Posisi – posisi yang berada pada divisi ini antara lain adalah Customer Service yang bertugas menghadapi atau berinteraksi dengan pelanggan secara langsung serta menyebarkan *broadcast* berupa *hardselling* ataupun hari

peringatan ke nomor – nomor pelanggan, SEO yang bertugas untuk membuat artikel – artikel yang relevan serta *keyword* yang *up to date* sebagai *hook* untuk konten mereka, Sosial Media yang bertugas untuk membuat konten mengenai perusahaan yang menarik serta dapat menaikkan *engagement* perusahaan, dan yang terakhir adalah Desain Grafis yang memiliki tugas untuk mendesain konten – konten yang diperlukan oleh tim Digital Marketing yang lainnya seperti banner, meng edit video, ataupun desain untuk *broadcast*.

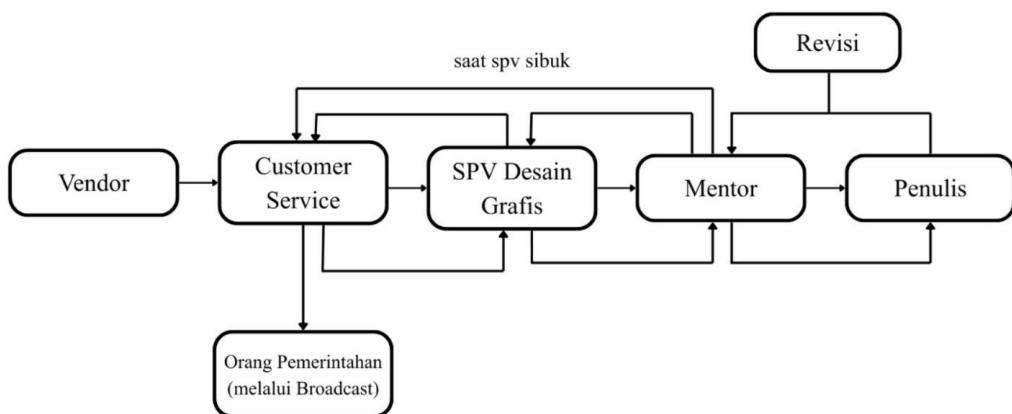
Penulis berada di posisi Desain Grafis dan berperan sebagai *support* untuk merapikan tugas yang sekitarnya belum sempat dikerjakan oleh pembimbing, membuat desain untuk *Broadcast Whatsapp*, desain untuk artikel SEO, membuat ide konten untuk sosial media, mengedit video untuk konten sosial media, melakukan dokumentasi rapat atau kegiatan kantor lainnya dan juga membuat desain – desain baru sebagai alternatif.

3.1.2 Koordinasi Pelaksanaan Kerja

Dalam industri pengadaan barang dan jasa ini, PT. Sariling tidak memiliki produk pribadi untuk dijual ke konsumen, melainkan mereka menjalin kerjasama dengan banyak vendor dan berperan sebagai penyalur barang antara vendor dan konsumen. Pada sub bab ini penulis akan membahas alur koordinasi Broadcast Whatsapp saja, maka dari itu alur koordinasi pekerjaan pada PT. Sariling Aneka Energi dimulai dari permintaan vendor untuk mempromosikan produk mereka, lalu permintaan disalurkan lewat Customer Service kepada tim desain grafis.

Setelah memasuki tim desain grafis, supervisor atau team leader dari tim akan mereview dan memberikan *brief* singkat mengenai desain yang akan dibuat, lalu desainer baru meng-eksekusi permintaan desain yang diberikan. setelah desain selesai dibuat, penulis akan meminta *approval* dari mentor. Jika terdapat revisi maka penulis akan merevisi nya terlebih dahulu, namun jika desain yang dibuat telah di *approve* maka desain siap digunakan tim

Customer Service untuk penyebaran *broadcast*. Alur koordinasi ini dapat pula dilengkapi dengan bagan alur kerja seperti contoh di bawah ini:



Gambar 3.1 Bagan Alur Koordinasi
(Contoh gambar pribadi, tidak perlu memakai sumber)

Jika desain sudah selesai dibuat, maka desain akan diberikan ke bagian customer service, terkadang terdapat beberapa revisi dari bagian customer service seperti revisi produk atau penulis memasukkan produk yang salah sehingga penulis harus melakukan revisi di menit – menit terakhir. Setelah desain sudah di approve oleh customer service, desain akan dibagikan bersama dengan broadcast whatsapp berisi hardselling mengenai produk ke nomor – nomor pejabat pemerintahan.

3.2 Tugas yang Dilakukan

Dibawah ini merupakan tabel yang berisi lampiran tugas – tugas yang telah penulis kerjakan selamma total 18 minggu di PT. Sariling Aneka Energi

Tabel 3.1 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Kerja

Minggu	Tanggal	Proyek	Keterangan
1	01–04 Juli 2025	Design untuk broadcast whatsapp	Proyek ini untuk memenuhi kebutuhan tim Customer Service untuk broadcasting, berbentuk desain yang memiliki gambar dan Headline mengenai kertas HVS A4, Micro X-

			<p>ray, Sprei & Bed Cover dan juga kasur rumah sakit.</p> <p>Headline berbentuk hard selling</p>
2	07—11 Juli 2025	<ul style="list-style-type: none"> - Design untuk broadcast whatsapp - Prototyping website e-commerce bersama tim 	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat desain BC WA mengenai peralatan laundry rumah sakit, Snack box untuk keperluan rapat, paket sembako, Air dryer, Rambu lalu lintas, Air compressor, biskuit PMT dan Xray bandara - Melakukan brainstorming dan mencari referensi, dan membuat sketsa sebagai gambaran website yang akan dibuat - Membuat low fidelity untuk website e-commerce, menentukan layout, membuat page yang interaktif
3	14—18 Juli 2025	<ul style="list-style-type: none"> - Design untuk broadcast whatsapp - Prototyping website e-commerce bersama tim - Alternatif design untuk stiker sandblast - Prototyping website e-commerce versi mobile - Design banner sosial media Facebook, Youtube dan Linkedin 	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat desain BC WA mengenai kertas HVS F4, dan juga susu UHT - Membuat High Fidelity untuk website e-commerce, penulis mengerjakan bagian promosi, katalog, dan juga running text - Membuat desain alternatif untuk stiker sandblast yang akan digunakan di kaca kantor, desain berbentuk digital imaging dari asset yang sudah diberikan oleh kantor - Membuat prototype low fidelity dan high fidelity website e-commerce untuk tampilan mobile - Design banner untuk keperluan header sosial media Facebook, youtube dan Linkedin 2 anak perusahaan PT. Sariling, mengikuti estetika perusahaan masing - masing
4	21—25 Juli 2025	- Design banner sosial media	- Design banner untuk keperluan header sosial media Facebook,

		<p>Facebook, Youtube dan Linkedin</p> <ul style="list-style-type: none"> - Dokumentasi rapat - Design untuk broadcast whatsapp 	<p>youtube dan Linkedin 4 anak perusahaan PT. Sariling</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mendokumentasi rapat kuartal yang diadakan kantor dan juga kegiatan tambahan kantor selama 2 hari - Membuat desain BC WA mengenai Alat Pelindung Diri, Fish Finder, Sound System, GPS Perikanan dan juga Oli
5	28—01 Juli/Agustus 2025	<ul style="list-style-type: none"> - Design untuk broadcast whatsapp - Edit Video hari peringatan Nasional 	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat desain BC WA mengenai Oli mesin, Mic Wireless, Filter Air, Multi Sonar Beam, Filter air, Plat 5038, Alat Peraga Edukasi, Marine Radar, dan juga Kertas HVS - Mengedit video untuk memperingati hari Ikrar Pramuka
6	04—08 Agustus 2025	<ul style="list-style-type: none"> - Design untuk broadcast whatsapp - Modifikasi button pada prototype website e-commerce 	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat desain BC WA mengenai HVS A4, IPLT, Alat Ukur Panjang, Alat Ukur Suhu, Alat Ukur Massa, Alat Ukur Laboratorium, Alat Ukur Keasaman, Suku Cadang, Alat Ukur Volume dan juga Suku Cadang Alat Ukur - Melakukan modifikasi dan juga penambahan “Hamburger Button” pada prototype website e-commerce, dan membuat beberapa alternatif sebagai cadangan ide
7	11—15 Agustus 2025	<ul style="list-style-type: none"> - Design untuk broadcast whatsapp 	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat desain BC WA mengenai Papan Informasi, Meja Guru, Meja Siswa, Rak Pendidikan, Kursi Siswa, Kursi Guru, Furniture Pendidikan, Foto Presiden, Kursi Makan, Kursi Rapat dan juga Furniture
8	19—22 Agustus 2025	<ul style="list-style-type: none"> - Design untuk broadcast whatsapp, membuat design 	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat desain BC WA mengenai Acces Point, Switch Hub, Gunting Kuku, Hand Sanitizer, Sabun Cuci

		<p>Broadcast dengan visual yang baru</p> <ul style="list-style-type: none"> - Broadcast Whatsapp - SEO Image 	<p>Tangan, Nail Polish Remover dan juga Parfum Wanita</p> <ul style="list-style-type: none"> - Membuat Broadcast dengan desain visual yang baru berupa mesin pipil Jagung - Membantu mentor mengirimkan broadcast Hari Kemerdekaan Indonesia ke Whatsapp Pelanggan - Proyek SEO Image dibuat untuk memenuhi kebutuhan tim SEO untuk thumbnail dan juga isi artikel SEO yang membahas pelet ikan dan juga susu Milo. Desain berisikan gambar dari produk, sedikit ornamen pendukung dan juga 1 kalimat yang menjadi hook dari artikel
9	25—29 Agustus 2025	<ul style="list-style-type: none"> - Dokumentasi pengarahan anak PKL - SEO Image - Design untuk broadcast whatsapp dengan visual yang baru 	<ul style="list-style-type: none"> - Mendokumentasi kegiatan pengarahan yang rutin dilakukan setiap senin pagi untuk anak – anak PKL - Membuat desain SEO image yang membahas susu Cimory, Ritz biskuit, motor Honda, - Membuat Broadcast dengan desain visual yang baru berupa mesin perontok padi, mobil listrik, alat pemadam kebakaran, power thresher. Dan dengan desain yang lama berupa macam – macam peralatan anestesi, peralatan bedah prostetik, peralatan bedah terapeutik dan juga peralatan Gastroenterologi-urologi
10	01—04 September 2025	<ul style="list-style-type: none"> - Design untuk broadcast whatsapp - SEO Image - Sticker Sandblast 	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat desain BC WA mengenai peralatan bedah Urologi diagnostik - Membuat desain SEO image yang membahas ikan Tongkol, ikan Bandeng dan juga ikan Teri - Membuat desain alternatif untuk sticker Sandblast yang akan dipasang di kaca kantor, desain merupakan

			ilustrasi original dengan warna pastel cerah untuk memberikan vibes yang menyenangkan
11	08—12 September 2025	<ul style="list-style-type: none"> - SEO Image - Dokumentasi pengarahan anak PKL - Sticker Sandblast 	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat desain SEO image yang membahas telur ayam, forklift Toyota, susu Boneeto, mobil Daihatsu, susu Hilo, standing air conditioner, bibit sawit, kecap asin ABC, minyak goreng, daging sapi, daging ayam, daging kambing dan juga biskuit Saltcheese - Mendokumentasi kegiatan pengarahan yang rutin dilakukan setiap senin pagi untuk anak – anak PKL - Melanjutkan mendesain stiker sandblast dengan mewarnai dan merender sedikit
12	15—19 September 2025	<ul style="list-style-type: none"> - Dokumentasi pengarahan senin pagi - SEO Image - Dokumentasi serah terima laptop Komnas Perempuan - Cover Video - Video editing 	<ul style="list-style-type: none"> - Melakukan dokumentasi pengarahan senin pagi untuk karyawan - Membuat desain SEO image yang membahas biskuit Regal, biskuit Ovaltine, biskuit Lemonia, biskuit Khong Guan, biskuit Roma, biskuit kacang, gula pasir, televisi, gerinda, oven Bakery dan juga alat tes HIV - Melakukan perjalanan untuk dokumentasi serah terima laptop untuk Komnas Perempuan, serta mengambil dokumentasi untuk konten sosial media - Membuat cover video untuk konten sosial media mengenai pengadaan laptop ke Komnas Perempuan - Mengedit video yang sudah diambil pada saat serah terima untuk keperluan sosial media

13	22–26 September 2025	<ul style="list-style-type: none"> - Dokumentasi pengarahan senin pagi - Video editing - Cover Video - Brand Guideline 	<ul style="list-style-type: none"> - Melakukan dokumentasi pengarahan senin pagi untuk karyawan - Mengedit video yang sudah diambil pada saat serah terima untuk keperluan sosial media - Membuat cover video untuk konten sosial media mengenai bukti pengiriman pengadaan laptop ke Komnas Perempuan - Mulai membuat Brand Guideline untuk anak perusahaan PT. Sariling yaitu Damar Hanjaya Abadi, mulai dari Colour Pallete, Moodboard, Mandatory, Tone of Voice, Hierarchy, Graphic Element, dan juga beberapa Mockups seperti kartu nama, poster dan amplop perusahaan
14	29–03 September/Oktober 2025	<ul style="list-style-type: none"> - Dokumentasi pengarahan senin pagi - Dokumentasi workshop kantor - Mock up (lanjutan brand guideline) - Desain untuk hari Kesaktian Pancasila - Take konten - SEO Image 	<ul style="list-style-type: none"> - Mendokumentasi kegiatan pengarahan yang rutin dilakukan setiap senin pagi untuk anak – anak PKL - Mendokumentasi kegiatan workshop yang diadakan oleh kantor selama 2 hari - Lanjut mengerjakan mock up untuk brand guideline berupa videotron, brosur, booklet dan juga poster – poster jalanan - Membuat desain untuk Broadcast Whatsapp memperingati hari kesaktian Pancasila, colour pallete yang digunakan mengikuti colour pallete perusahaan - Melakukan Dokumentasi untuk keperluan konten sosial media perusahaan - Membuat desain SEO image yang membahas lampu PJU, makanan diet bergizi, mobil ESEMKA dan juga oven Pizza

15	06—10 Oktober 2025	<ul style="list-style-type: none"> - Dokumentasi pengarahan senin pagi - SEO Image, dengan key visual yang baru - Dokumentasi rapat kantor 	<ul style="list-style-type: none"> - Mendokumentasi kegiatan pengarahan yang rutin dilakukan setiap senin pagi untuk anak – anak PKL - Membuat desain SEO image yang membahas alat berat 100T Crane, kompresor angin dan juga pupuk Urea. <p>Lalu membuat SEO image dengan key visual dan kampanye yang baru berupa Jembatan Hidrolik, aspal cair dan traktor roda 2</p> <p>-Mendokumentasi kegiatan rapat bulanan kantor selama 2 hari</p>
16	13—17 Oktober 2025	<ul style="list-style-type: none"> - SEO Image, dengan key visual yang baru - Scripting & Take konten 	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat desain SEO image yang membahas jetski Kawasaki, chiller kulkas, alat besar Dozer, Asphalt Finisher - Membuat script untuk konten, dilanjut dengan melakukan pengambilan video dan foto untuk keperluan konten sosial media perusahaan
17	20—24 Oktober 2025	<ul style="list-style-type: none"> - Dokumentasi pengarahan senin pagi - SEO Image - Scripting & Take konten - Video editing & video cover - Dokumentasi evaluasi anak magang 	<ul style="list-style-type: none"> - Melakukan dokumentasi pengarahan senin pagi untuk karyawan - Membuat desain SEO image yang membahas paving block bata dan panel Hydrant - Membuat script untuk konten, dilanjut dengan melakukan pengambilan video dan foto untuk keperluan konten sosial media perusahaan - Mengedit video yang sudah di take sebelumnya dan dibuat dengan

			<p>gimmick yang sesuai, serta membuat cover video untuk konten tersebut</p> <ul style="list-style-type: none"> - Melakukan dokumentasi dari kegiatan evaluasi anak magang yang diadakan setiap 1 bulan sekali
18	27—31 Oktober 2025	<ul style="list-style-type: none"> - Dokumentasi pengarahan senin pagi - SEO Image - Scripting dan take konten - Video editing & video cover 	<ul style="list-style-type: none"> - Mendokumentasi kegiatan pengarahan yang rutin dilakukan setiap senin pagi untuk anak – anak PKL - Membuat desain SEO image yang membahas Chillerr, Forklift dan juga laptop gaming - Membuat script untuk konten, dilanjut dengan melakukan pengambilan video dan foto untuk keperluan konten sosial media perusahaan - Mengedit video yang sudah di take sebelumnya dan dibuat dengan gimmick yang sesuai, serta membuat cover video untuk konten tersebut

3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja

Selama menjalankan program magang sepanjang 18 minggu pada PT. Sariling Aneka Energi, penulis telah mengerjakan banyak proyek dengan tingkat kesulitan yang berbeda – beda. Secara keseluruhan, proyek yang dikerjakan penulis merupakan desain – desain yang nanti nya akan digunakan oleh tim Digital Marketing lainnya seperti banner untuk konten artikel, desain simpel untuk *broadcast* melalui Whatsapp, meng edit video beserta membuat desain cover video nya untuk konten sosial media. Selain itu penulis juga mengerjakan tugas lain seperti desain untuk stiker sandblast, dokumentasi kegiatan kantor, *prototype* website dan juga *brand guideline* untuk anak perusahaan dari PT. Sariling Aneka Energi.

Hasil dari desain yang sudah dikerjakan akan digunakan oleh tim Digital Marketing dari tim lain dan desain yang dibuat mengikuti *guideline* dan juga

standar yang sudah ditentukan oleh perusahaan. Tujuan dari pembuatan desain ini adalah untuk melengkapi proyek yang dikerjakan oleh tim lain, seperti misalnya desain SEO dibuat sebagai pengarah dalam artikel yang sedang dibahas, sedangkan desain untuk *broadcast* Whatsapp dibuat sebagai media komunikasi secara cepat dengan *header* yang mencolok agar dapat memberikan efek *hook* terhadap pembaca saat pertama melihat pesan yang dikirimkan.

Dari macam – macam pekerjaan yang telah penulis kabarkan, pada bab ini penulis akan mengambil 5 tugas atau proyek yang akan penulis bahas dan jabarkan secara detail, dari 5 proyek ini terdapat beberapa proyek yang menurut penulis sulit dan dirasa penulis sangat menantang, namun juga ada proyek yang repetitif dan memiliki teknis yang simpel. Tingkat kesulitan dari sebuah proyek dapat mempengaruhi kinerja penulis dan menentukan berapa lama penulis dapat menyelesaikan proyek tersebut. Jika proyek yang dikerjakan memiliki kesulitan yang tinggi maka penulis akan melakukan banyak riset dan juga mengerjakan dalam waktu yang cukup lama. Namun untuk beberapa proyek yang simpel maka penulis akan mengerjakan proyek dalam waktu yang lumayan singkat.

3.3.1 Proses Pelaksanaan Tugas Utama Kerja

Dari proyek – proyek yang diberikan oleh mentor kepada penulis, proyek utama yang dirasa penulis sangat menantang dan mengasah *skill* merupakan proyek pembuatan brand guideline untuk salah satu anak perusahaan PT. Sariling yaitu Damar Hanjaya Abadi (DHA). DHA merupakan perusahaan yang bergerak di bidang pengadaan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan instansi pemerintah seperti Solusi Klik. Mereka juga menawarkan produk – produk alat berat, peralatan sekolah, furniture, peralatan perkantoran atau kebutuhan pemerintah lainnya. Namun DHA tidak terlalu aktif dalam mengiklankan produk dan juga tidak aktif dalam menggunakan media sosial sebagai platform penyalur promosi.



Gambar 3.2 Desain lama DHA
Sumber : Website resmi DHA

DHA memiliki brand guideline yang tidak terlalu rumit namun juga tidak memiliki ciri khas yang terlalu spesifik selain *colour pallete* yang mereka gunakan pada desain mereka. DHA menggunakan *primary colour* yang menonjol berupa hijau tosca (#03989E) dan juga warna putih (#FFFFFF) sebagai *secondary* yang berfungsi sebagai ornamen tambahan ataupun digunakan sebagai warna untuk *headline* dari desain yang dibuat. Untuk elemen grafis yang digunakan hanya berbentuk lingkaran dan garis berulang, membuat audiens menjadi kurang tertarik dikarenakan tidak ada aspek yang menonjol pada desain mereka. Meskipun demikian, DHA memiliki logo yang mudah diingat yaitu berbentuk poligon dengan tipografi ditengahnya bertuliskan “DHA”. Bisa disimpulkan bahwa DHA memiliki gaya desain yang kurang variatif dan tidak memiliki aspek yang terlalu menonjol sehingga dapat membuat gaya visual mereka mudah diingat.

Oleh karena itu penulis ingin membuat sebuah guideline dengan gaya desain yang lebih variatif dan mencolok dengan harapan dapat memberikan kesan yang lebih mendalam serta menarik minat para audiens. Penulis pun segera melakukan riset dan mencari referensi melalui Behance sambil mempertimbangkan faktor apa saja yang harus ditambahkan dan dibuat dalam guideline nanti. Setelah mengumpulkan cukup referensi dan inspirasi untuk desain, penulis pun segera meng-eksekusi Brand guideline DHA yang baru.

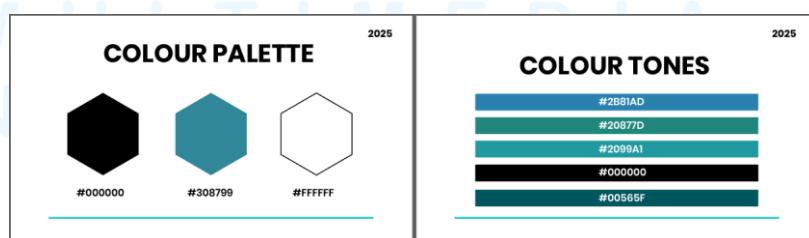
Penulis merancang desain menggunakan Adobe Illustrator dengan *software* pendukung yaitu Ibispaint. Setelah membuka software untuk bekerja dengan konsep yang sudah tertata, penulis langsung memulai dengan membuat komponen – komponen pada guideline.

3.3.1.1 Komponen Brand Guideline

Pembuatan brand guideline tentunya harus memperhatikan komponen – komponen yang akan digunakan. Karena suatu desain dengan komponen yang tepat akan lebih membekas dan memberikan kesan yang lebih dalam kepada audiens nya, pengaplikasian nya juga akan lebih cantik dan menarik. Dengan perancangan guideline ini, diharapkan desain – desain DHA menjadi lebih menonjol dan menaikkan citra DHA lebih tinggi lagi. Maka dari itu, pada sub bab ini penulis akan mengupas satu persatu komponen apa saja yang penulis gunakan dalam pembuatan brand guideline ini dan membahas nya secara detail. Komponen yang digunakan adalah sebagai berikut :

A. Colour Pallete

Colour pallete merupakan salah satu komponen yang paling penting dalam pembuatan brand guideline, karena warna dapat mempengaruhi perasaan dan cara pandang audiens terhadap suatu desain. Warna yang digunakan dengan tepat akan memperkuat identitas brand dan brand awareness pun akan semakin besar. Sama seperti Solusi Klik, DHA juga memiliki target audiens orang dewasa dengan usia 40 – 60 tahun, maka dari itu penulis memutuskan untuk menghindari penggunaan kombo warna yang terlalu banyak dan menjaga simplicitas dari colour pallete yang sebelumnya.

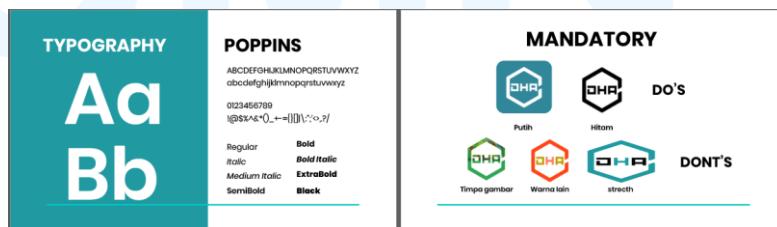


Gambar 3.3 Colour Pallete baru

Warna yang digunakan pada guideline baru ini merupakan warna yang sama seperti original yaitu hijau tosca (#03989E) dengan *secondary colour* nya adalah putih (#FFFFFF) dan hitam (#000000). Ketiga warna tersebut dirasa sudah cukup menonjolkan ciri khas dari DHA dan tidak perlu banyak diubah. Warna hijau seringkali digunakan pada brand – brand besar seperti Tokopedia dan Gojek, dan memberikan makna kesegaran dan pertumbuhan (Abiyasa, 2021). Sangat cocok dengan tujuan dari DHA yang menjunjung pertumbuhan Indonesia, dan hijau tosca yang digunakan pada DHA menambahkan kesan yang lebih fresh. Penulis menjaga agar colour pallete ini memiliki 2 tone warna saja untuk menghindari visual stress.

B. Tipografi & Mandatory

Setelah menentukan *colour pallete* yang digunakan, penulis menentukan komponen kedua yaitu tipografi. Penulis memilih untuk menggunakan font Poppins sama seperti yang penulis gunakan pada desain di konten Solusi Klik. Selain untuk memberikan kesamaan antar anak perusahaan, Poppins penulis pilih karena Poppins merupakan font sans-serif dengan bentuk yang bulat – bulat hingga menimbulkan kesan *friendly* dan juga modern sehingga teks akan memiliki *readibility* yang sangat mudah.

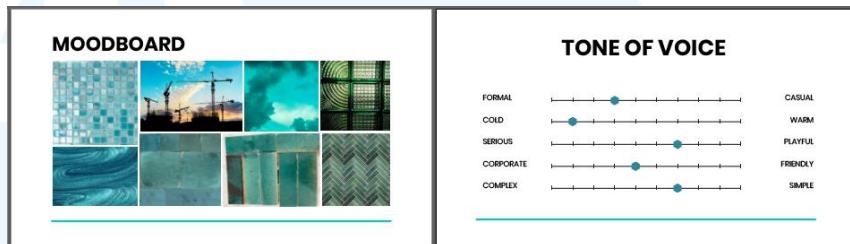


Gambar 3.4 Typography dan Mandatory

Selanjutnya penulis pun membuat bagian *mandatory* agar tidak terjadi kesalahan dalam penggunaan logo. Karena penulis memutuskan untuk menggunakan 2 tone warna saja untuk warna utama, maka dari itu

yang diperbolehkan hanya logo berwarna asli, logo berwarna putih full dan juga logo berwarna full hitam. Yang tidak boleh dilakukan adalah men-strech logo, menimpa logo dengan gambar lain, dan juga menggantinya dengan warna lain. dengan ketentuan yang sudah dibuat, diharapkan desain yang dibuat dapat memiliki warna yang selaras

C. Moodboard & Tone of Voice



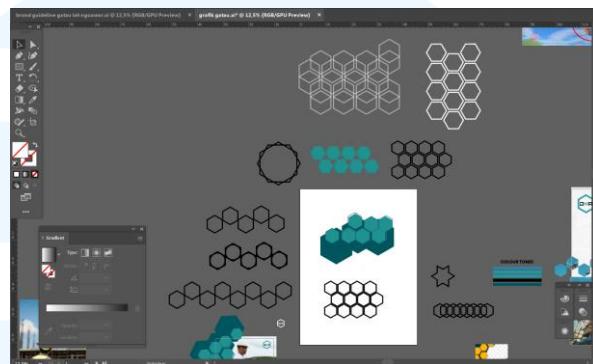
Gambar 3.5 Moodboard dan Tone of voice

Setelah membuat bagian tipografi dan mandatory, penulis lanjut membuat bagian Moodboard sebagai komponen selanjutnya. Dikarenakan warna dari *colour pallete* DHA memiliki *vibes* yang *cool* dan juga santai, oleh karna itu penulis membuat moodboard dengan visual – visual yang segar, referensi gambar yang digunakan memiliki tone *cold* dan juga *flowy*, Selain itu juga penulis membuat bagian *tone of voice* untuk melengkapi bagian ini. Mengikuti gaya sebelumnya, penulis berpikir bahwa akan cocok jika *Tone of voice* yang digunakan tetap santai namun tidak menghilangkan formal nya, tetap memberikan kesan korporat namun tidak terlalu kaku, dan tentunya simpel.

D. Elemen Grafis

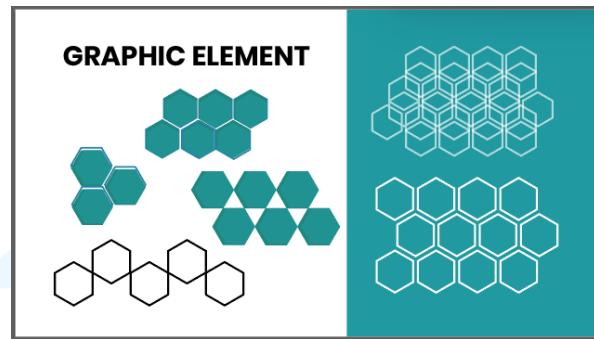
Setelah selesai membuat komponen – komponen diatas, penulis meminta konfirmasi terlebih dahulu kepada mentor mengenai progres sejauh ini. Setelah disetujui, penulis pun melanjutkan ke pembuatan elemen grafis. Karena logo dari DHA memiliki bentuk poligon, penulis memutuskan untuk membuat elemen grafis dengan bentuk poligon. Selain unik, bentuk ini juga sudah menjadi ciri khas dari DHA, maka dari

itu penulis ingin memperdalam perspektif orang terhadap bentuk poligon sehingga bisa membekas di ingatan audiens. Penulis melakukan eksperimen desain saat membuat elemen grafis, mulai dari penggunaan poligon berulang – ulang, hingga ke bentuk yang abstrak.



Gambar 3.6 Artboard elemen grafis pada Adobe Illustrator

Setelah penulis mendapatkan beberapa elemen grafis yang sekiranya cocok untuk diaplikasikan pada desain DHA, penulis segera meminta konfirmasi kepada mentor dan melanjutkan progres setelah mendapatkan persetujuan. Asistensi rutin dilakukan untuk memastikan bahwa desain yang dibuat sudah sesuai dengan standar perusahaan, di samping itu juga penulis meminta pandangan dari perspektif mentor dan jika ada bantu ide penulis dapat melakukan *brainstorming* bersama serta mendapatkan *insight – insight* baru dari mentor. Elemen grafis yang dibuat memiliki pola poligon yang beruntun seperti sarang lebah, dan juga pola poligon yang bertumpuk sehingga menciptakan gaya visual yang lebih *fresh* dan unik. Selain itu juga terdapat pola yang penuh dan lebih berwarna untuk mengisi visual – visual yang kosong.



Gambar 3.7 Graphic Element untuk desain DHA

Selanjutnya penulis meng-aplikasikan elemen grafis yang telah dibuat ke desain yang baru. Untuk konten feeds Instagram, penulis menggunakan elemen grafis yang berwarna. Untuk *imagery* nya penulis menggunakan fotografi biasa dengan tema yang bersangkutan. aset ini tidak hanya dapat digunakan dalam feeds Instagram, namun juga dapat digunakan untuk menghiasi bukti dokumentasi sekaligus portofolio dalam website resmi DHA dan juga dapat dijadikan set untuk katalog produk. Desain dilengkapi dengan logo yang semakin melengkapi identitas dari brand. Dengan elemen grafis yang sudah disesuaikan dengan bentuk logo, memberikan desain yang lebih khas dan juga tidak membosankan untuk dilihat.



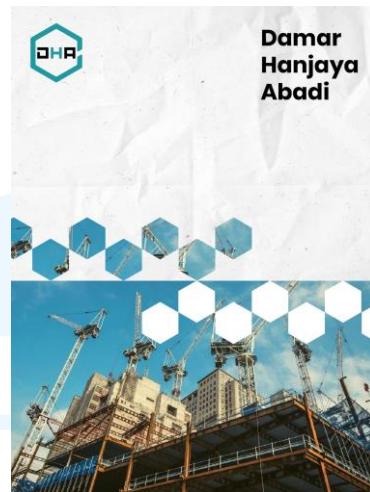
Gambar 3.8 Desain template dengan elemen grafis

Sebagai contoh dari penggunaan aset, penulis membuat 3 buah desain seperti pada gambar yang dapat dilihat diatas, dengan foto konstruksi khas pembangunan dan juga kendaraan bermotor, sesuai

dengan produk – produk yang ditawarkan oleh DHA. Selain membuat *template* untuk foto produk, penulis juga membuat desain lain yaitu poster promosi yang dapat mempromosikan DHA atau poster untuk *self branding*. Poster hanya berisi *tagline* dan juga satu kalimat membangun untuk memberikan *hook* kepada audiens yang melihatnya, mengingat DHA kurang aktif dalam melakukan *self branding*. Maka dari itu penulis ingin membuat sebuah poster yang dapat meningkatkan *brand awareness* kepada audiens.

E. Key Visual

Poster dibuat menjadi 3 bagian dan dapat dijadikan sebagai acuan atau *key visual* dari desain – desain DHA yang akan datang. Masing – masing poster memiliki gaya nya tersendiri namun tentunya tidak meninggalkan ciri khas dari DHA. Untuk poster pertama, penulis membuat desain yang simpel sebagai perkenalan dari perusahaan DHA terlebih dahulu. Terdapat *whitespace* yang cukup lebar dan ber warna broken white (#F8F7F3) dan penulis menambahkan *overlay* kertas pada latarnya untuk memberikan tekstur pada gambar. Di lanjut dengan penambahan gambar pembangunan dibawahnya untuk memberikan kesan “membangun” dan membuat warna nya sedikit lebih hijau. Setelah itu penulis melakukan *clipping mask* pada bagian gambarnya dengan bentuk poligon dan diletakkan pada bagian atas gambar, dan penulis juga menambahkan poligon kosong berwarna putih untuk membuat seolah – olah gambarnya berlubang. Pada pojok kiri ata penulis memberikan logo perusahaan dan pada pojok kanan atas penulis memberikan kepanjangan dari “DHA”. Dengan ini menghasilkan gaya visual yang simpel namun tetap menarik dan unik dengan menambahkan bumbu ciri khas dari perusahaan.



Gambar 3.9 Key visual 1 pada guideline DHA

Poster yang kedua memiliki konsep yang cukup simpel dan hanya menggunakan 2 tone warna yaitu hijau tosca dan turunannya serta warna putih. pada bagian latar belakang penulis hanya memasukkan warna gradasi hijau tosca ke hijau – kebiruan tanpa memasukkan tekstur, dikarenakan elemen grafis yang penulis masukkan akan sedikit ramai sehingga penulis ingin menghindari desain yang terlalu padat. Elemen grafis yang penulis masukkan merupakan bentuk poligon yang ditumpuk – tumpuk sehingga menciptakan sebuah pola yang unik. Lalu terdapat logo perusahaan di bagian atas kanan yang diwarnai putih agar warnanya tetap serasi dan tidak bertabrakan. Di bagian tengah poster penulis memasukkan *tagline* yang berbunyi “BERSAMA MEMBANGUN MASA DEPAN” yang artinya DHA siap membangun masa depan bersama dengan produk – produk yang mereka tawarkan.

U
N
I
V
E
R
S
I
T
A
S

M
U
L
T
I
M
E
D
I
A

N
U
S
A
N
T
A
R
A



Gambar 3.10 Key visual 2 pada guideline DHA

Untuk poster yang ketiga berbentuk banner, penulis ingin membuat contoh pengaplikasian asset pada sebuah banner. Oleh karena itu penulis pun membuat sebuah desain untuk banner yang kurang lebih memiliki formula yang sama seperti poster pertama, namun dengan rasio 50:50 antara foto dan *whitespace*. Foto yang penulis gunakan merupakan foto pembangunan lagi dan dibagian kanan nya terdapat *tagline* “Menuju Indonesia Emas” dengan kata “Emas” nya diberikan warna hijau sebagai *highlight* dari kalimat tersebut. *Tagline* ini penulis buat agar memberikan kesan yang bersemangat serta DHA akan selalu ikut serta dalam pembangunan Indonesia. Karena sudah ada penggunaan foto pada desain ini, maka penulis memilih untuk menggunakan elemen grafis yang simpel dan berbentuk seperti sarang lebah, sebagai ornamen tambahan yang melengkapi desain. untuk memberikan efek sedikit segar, penulis memberi *overlay* warna hijau kebiruan diatas foto agar desain tidak terlalu datar.



Gambar 3.11 Key visual 3 pada guideline DHA

Seperti itulah 3 poster tersebut menjadi key visual dari guideline ini dan detail penjelasan dari penggunaan elemen – elemennya. Sebuah guideline tidak akan lengkap jika tidak terdapat *mock-up – mock-up* atau peng-aplikasian dari hasil desain mereka. Oleh karena itu penulis juga telah membuat peng-aplikasian karya dengan desain yang sudah disesuaikan dengan guideline yang telah dibuat.

3.3.1.2 Aplikasi Media

Selain membuat poster dan banner, penulis juga membuat desain lain seperti desain *namecard* perusahaan, lanyard dan ID card, poster lainnya, Kop surat, amplop perusahaan, dan juga brosur. Penulis menggunakan elemen grafis yang sudah dibuat sebelumnya dan mengikuti *key visual* dari beberapa poster sebelumnya. Berikut merupakan penjelasan peng-aplikasian secara lebih detail :

1. Namecard



Gambar 3.12 Desain *namecard* DHA

Kartu nama dapat berisi identitas perusahaan dan berguna sebagai pengenal singkat untuk orang baru. Meskipun memiliki bentuk yang sangat kecil, namun kartu nama sangat kompatibel untuk dibawa kemana saja. Oleh karena itulah kartu nama merupakan salah satu hal yang sangat penting dalam sebuah perusahaan. Selain tanda pengenal, kartu nama juga dapat menjadi media penjalin kerjasama, promosi, dan juga pembangun citra positif bagi perusahaan.

Namun dikarenakan kartu nama merupakan barang yang sangat penting juga, desain sangatlah mempengaruhi pandangan pertama seseorang terhadap citra perusahaan nya. Maka dari itu, penulis membuat desain pada kartu nama ini simpel namun tetap menonjolkan ciri khas dari DHA, dengan menggunakan elemen grafis yang berpolos namun rapih, layout yang sederhana, dan frame bawah dengan warna hijau tosca. Serta logo DHA terpampang dengan jelas dibagian depan dan data diri dibagian belakang disertai dengan barcode. Dengan komposisi seperti ini, kartu nama yang kecil sudah mencakup sangat banyak hal dengan gaya desain khas DHA yang menonjol.

2. Lanyard & Id Card



Gambar 3.13 Desain lanyard & ID card DHA

Lanyard dan ID card juga merupakan hal yang penting pada perusahaan, karena 2 hal ini merupakan satu kesatuan dan digunakan sebagai tanda pengenal pada kantor. Saat seorang pelanggan bertemu langsung dengan seorang pegawai yang menggunakan

Lanyard kantor dan ID Card tentu nya rasa percaya dari pelanggan akan meningkat drastis terhadap pegawai tersebut. Namun terkadang beberapa pegawai enggan untuk menggunakan Lanyard dibarengi *ID Card*. Maka dari itu penulis membuat sebuah desain yang *fun* dan menarik sehingga pegawai tidak sungkan untuk menggunakannya.

Keduanya penulis berikan warna *full* hijau tosca, lalu penulis memberikan sentuhan elemen grafis dengan pola bertumpuk pada bagian tali lanyard dan juga bagian bawah *ID Card*. Pada *ID Card* sudah terdapat logo DHA berwarna putih, kepanjangan dari DHA, nama pegawai, jabatan dan divisi. Warna yang digunakan hanya 2 agar menjaga simplicitas dan keselarasan.

3. Kop Surat & Amplop



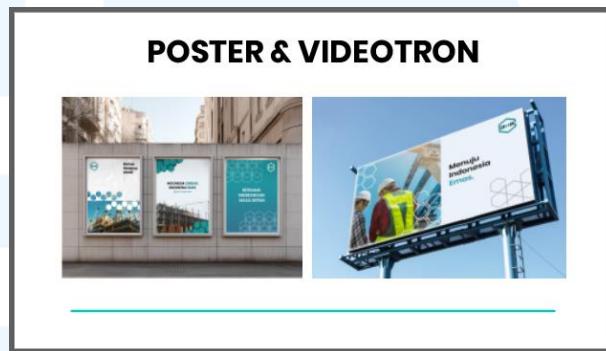
Gambar 3.14 Desain kop surat & amplop

Kop Surat dan Amplop merupakan perwakilan dari perusahaan untuk dikirim ke perusahaan lain. Oleh karena itu, penting untuk menjaga *image* perusahaan melalui 2 benda ini. Penulis membuat desain pada kop surat relatif simpel, penulis hanya ingin menaruh sedikit elemen grafis untuk menunjukkan gaya desain DHA, jika terlalu banyak menggunakan ornamen maka akan membuat yang membaca nya menjadi *visual stress* karena layout yang berantakan. Pada bagian ikon di paling bawah, penulis menaruh bingkai poligon untuk ikon – ikon nya agar semakin memperkuat gaya visual DHA.

Lalu untuk kop surat, penulis menjaga desain nya agar tetap minimalis namun tetap berkelas. Penulis menggunakan warna penuh

hijau tosca, dan penulis menambahkan pola bertumpuk pada bagian bawah amplop, dan tentunya penulis tidak lupa untuk meletakkan logo DHA pada bagian kiri bawah amplop sebagai identitas. Kop surat dan amplop memiliki desain yang sangat cocok dan tidak bertabrakan, seperti melengkapi satu sama lain.

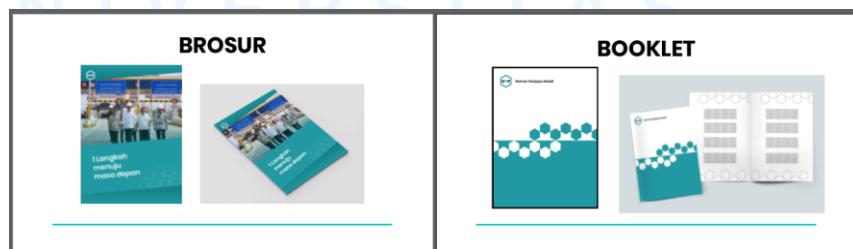
4. Poster & Videotron



Gambar 3.15 Mockups dari poster dan *billboard*

Pada bagian ini, penulis hanya membuat *mock-up* dari poster – poster yang telah penulis buat sebelumnya pada bagian *key visual*. Penulis ingin memberikan gambaran jika poster – poster tersebut dipasang di jalanan atau *billboard*. Fotografi yang mencolok karena bagian latar yang kosong, teks yang terlihat jelas karena diletakkan diantara *whitespace*, motif poligon yang menonjol membuat poster – poster ini mudah untuk dicerna dan diharapkan dapat menarik perhatian para audiens.

5. Brosur & Booklet



Gambar 3.16 Desain brosur & *booklet*

Dan aplikasi media yang terakhir merupakan Brosur dan *Booklet*. Brosur merupakan barang yang paling sering dibagikan secara langsung kepada calon audiens, maka dari itu penulis merancang desain yang *eyecatching* dalam sekali lihat namun tetap simpel dan layout yang sederhana sehingga audiens dapat membacanya dengan mudah, desain brosur yang penulis buat tidak berisi begitu banyak konten dan hanya fokus pada pengenalan brand saja. Untuk penggunaan warna tentunya masih mengikuti guide line, namun kali ini dengan dominan hijau tosca.

Untuk perancangan *booklet*, penulis membuatnya dengan sangat polos dan simpel namun masih menonjolkan gaya visual khas yang kuat. Penulis sengaja membuatnya sederhana agar visual tetap konsisten seperti *key visual* yang telah dibuat.

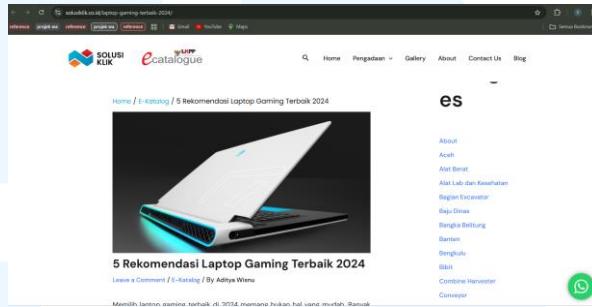
3.3.2 Proses Pelaksanaan Tugas Tambahan Kerja

Dari 5 proyek yang penulis sebut, proyek utama yang paling menantang dan sulit sudah penulis bahas pada sub bab sebelumnya. Maka kali ini penulis akan membahas 4 proyek lainnya yang juga memiliki tingkat kesulitan nya tersendiri. Seperti misalnya 2 diantara proyek ini merupakan proyek harian yang dikerjakan setiap hari dan dikerjakan dalam jumlah yang besar, namun desain yang dibuat tidak rumit karena untuk 2 proyek ini perusahaan lebih mengejar kuantitatif, meski tentu nya kualitas tetap diperhatikan. Hasil desain dari 2 proyek ini dibutuhkan sebagai pelengkap pada proyek dari tim digital marketing yang lain, lebih tepat nya tim Customer Service dan tim SEO.

Lalu untuk 2 proyek lainnya merupakan proyek mingguan atau bahkan hanya satu kali dalam sebulan, karena proyek ini dibutuhkan secara mingguan atau jika ada tugas tambahan yang diberikan oleh mentor dalam situasi yang khusus. 2 proyek ini memiliki kesulitan yang *mediocre* – lumayan karena menuntut desain yang lebih kompleks dan meriah. Desain dari 2 proyek ini

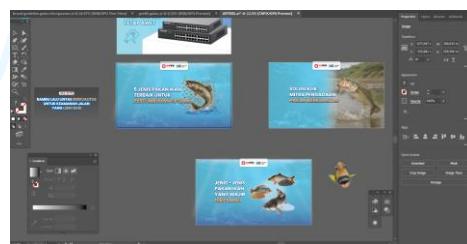
dibutuhkan untuk tim sosial media dan juga mentor dari desain grafis. Semua desain dibuat berdasarkan *brief* yang diberikan oleh masing – masing tim, dan penulis membuat desain mengikuti arahan dari *brief* mereka. Kelengkapan 4 proyek ini akan penulis jelaskan secara lebih detail sebagai berikut :

3.3.2.1 Proyek SEO Image (Daily)



Gambar 3.17 Artikel SEO mengenai laptop gaming
Sumber : Website resmi SEO Solusi Klik

SEO Image merupakan sebuah proyek yang penulis kerjakan secara harian untuk keperluan tim SEO dalam bentuk desain banner untuk artikel – artikel yang mereka kerjakan. Artikel yang dibuat oleh tim SEO biasanya ber isikan tips dan juga trik terhadap kebutuhan sehari – hari rumah tangga, kebutuhan dalam pekerjaan, kebutuhan dalam sekolah, dan kebutuhan lainnya. Melalui artikel – artikel tersebut tim SEO melakukan *softselling* mereka dan penulis bertugas untuk membuat desain banner untuk digunakan pada bagian *headline* dan juga pada bagian isi serta penutup. Penulis menargetkan untuk satu hari membuat desain untuk 3-4 artikel SEO.



Gambar 3.18 Proses pengerjaan SEO image awal

SEO Image memiliki desain yang simpel dan tidak terlalu padat karena hanya digunakan sebagai pelengkap dalam artikel, dan juga disesuaikan berdasarkan target audiens. Desain hanya memiliki latar belakang, logo perusahaan dan logo e-commerce, produk yang dipromosikan, vektor untuk dekorasi dan juga header dari artikel. Terkadang penulis menerapkan image overlay untuk memberikan kesan yang lebih kompleks dan juga membuat desainnya tidak terlalu sepi namun tetap *clean* untuk dilihat. Penulis langsung membuat dan ber eksperimen dengan desain menggunakan Adobe Illustrator, dan Ibspaint jika ingin membersihkan gambar.



Gambar 3.19 SEO image daging ayam dengan guide lama

Solusi klik memiliki kampanye #selaluadaselalubisa pada saat penulis pertama memasuki perusahaan ini. Kampanye ini memiliki *guideline* yang cukup berbeda dibanding kampanye yang baru dibuat, kampanye #selaluadaselalubisa memiliki nuansa yang lebih cerah, riang dan juga warna – warna yang lebih *vibrant* serta variatif, dengan warna pokoknya adalah biru muda, putih dan kuning. Salah satu contoh peng aplikasian dari *guideline* ini adalah seperti pada gambar 3.

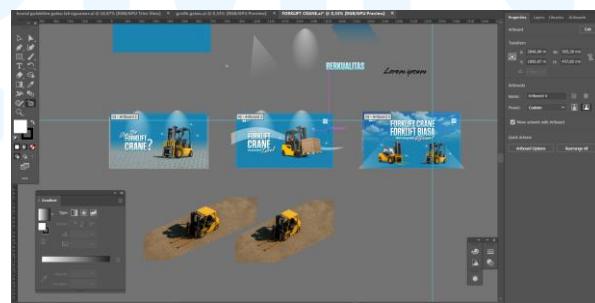
Pada gambar diatas penulis membuat desain untuk artikel yang membahas daging ayam, maka dari itu penulis menaruh gambar daging ayam. *Headline* nya yang bertuliskan “Tips memilih penyedia daging ayam yang terpercaya” membuat penulis menambahkan gambar ayam panggang yang lezat sebagai pesan bahwa Solusi Klik merupakan pengadaan yang terpercaya dan dapat menyediakan daging ayam yang

segar dan jika diolah bisa menjadi ayam panggang yang enak seperti pada gambar. Penulis menambahkan vektor yang seperti gelombang dibagian latar belakang untuk menggambarkan seolah – olah aroma ayam nya berterbangan. Penulis juga memberikan *highlight* pada gambar ayamnya agar semakin menonjol, dan asset – asset seperti kilauan untuk mempercantik desain.



Gambar 3.20 SEO image Forklift crane dengan guide baru

Sedangkan kampanye baru yang diangkat Solusi Klik adalah #Solusimembangunnegeri dimana kampanye ini warna yang sedikit lebih gelap, dan hanya menggunakan 2 warna pokok yaitu putih dan biru tua, dan biru muda sebagai warna *secondary*. Jika desain yang sebelumnya memberikan kesan yang riang dan juga *cheerful*, desain kali ini memberikan kesan yang lebih *clean* dan juga. Contoh pengaplikasian dari guideline ini adalah seperti pada gambar 3. Diatas. Dengan guideline yang baru ini, *headline* pada desain jadi memiliki *readability* yang lebih mudah dibaca dan lebih enak untuk dilihat, serta *highlight* yang digunakan membuat produk nya lebih menonjol.

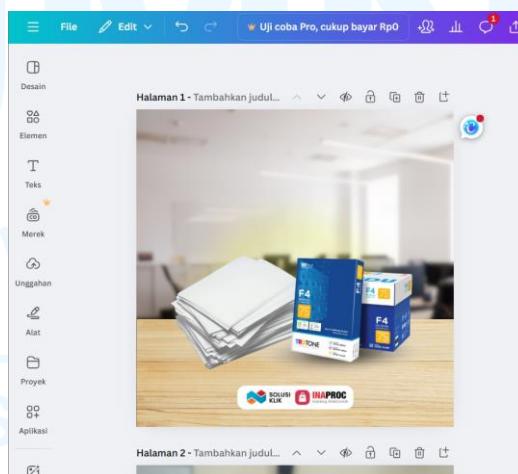


Gambar 3.21 Artboard SEO image Forklift Crane

Penulis membuat 3 desain per artikel seperti dapat dilihat pada gambar diatas. Penulis suka menaruh *overlay* gambar langit ataupun latar belakang lainnya, mengikuti produk yang sedang penulis kerjakan. *Overlay* langit membuat gambar menjadi terlihat lebih luas namun tetap *clean*. Pada kampanye dan guideline baru ini, *highlight* yang digunakan juga lebih mencolok sehingga memberikan kesan yang lebih hidup kepada desain nya. Setelah desain selesai dikerjakan, penulis akan langsung meng-upload nya ke Google drive perusahaan agar tim SEO dapat segera menggunakannya dan melengkapi artikel mereka.

3.3.2.2 Proyek *Broadcast Whatsapp/woowa (Daily)*

Proyek *broadcast Whatsapp* atau yang biasa penulis sebut dengan proyek woowa merupakan proyek *broadcasting* yang digunakan oleh Solusi Klik untuk mempromosikan produk yang mereka tawarkan kepada pejabat – pejabat atau pun orang pemerintahan melalui Whatsapp. Seperti yang sudah penulis bahas sebelumnya, Whatsapp digunakan karena sangat mudah untuk diakses dan mudah untuk menggapai target audiens. Pada woowa ini terdapat sederet *broadcast* yang berisi promosi mengenai produk yang ditawarkan dalam bentuk *hardselling*, disertai dengan gambar dengan *headline* yang mencolok.



Gambar 3.22 Desain woowa pertama pada Canva

Woowa merupakan proyek yang paling pertama penulis kerjakan saat baru memasuki PT.Sariling, sekaligus menjadi uji coba awal untuk pekerja magang seperti penulis. Mentor yang diarahkan untuk membimbing penulis memberikan *brief* singkat mengenai cara kerja woowa dan memberikan produk untuk didesain. Produk pertama yang penulis desain adalah kertas HVS F4. Pada awalnya penulis membuat desain pada canva, namun setelah beberapa saat penulis mulai mengerjakan desain pada Adobe illustrator. Penulis menggunakan gambar yang gratis dari google lalu merakitnya di canva. Penulis mengerjakan desain sambil dibimbing oleh mentor penulis, setelah selesai mendesain, penulis segera meminta persetujuan dari mentor, jika ada revisi penulis segera merevisi nya dan jika desain selesai di revisi, penulis akan mengirimkan hasil desain nya ke whatsapp mentor.



Gambar 3.23 Desain woowa 1

Woowa memiliki beberapa gaya visual yang lumayan berbeda. Untuk gambar diatas merupakan gaya desain yang paling sering penulis kerjakan, dimana pada desain tersebut terdapat gambar produk, latar belakang dari produk yang bersangkutan. Seperti misalnya untuk produk filter air, maka latar belakangnya adalah toilet, atau jika sedang membahas alat lab maka latar belakang nya adalah laboratorium. Selain itu juga terdapat asset tambahan berupa cipratan air pada *layer* dibelakang produk utama dan header berbentuk *hardselling* yang menjadi *hook* utama untuk

pembaca serta *watermark* logo perusahaan dan juga logo e-commerce pemerintahan atau Inaproc. Warna teks yang digunakan dipukul rata menjadi warna putih, dengan *outline* biru dan *highlight* berwarna oranye. Namun membuat *readability* nya menjadi sangat mudah untuk dibaca karena teks yang menonjol. Gaya desain woowa satu ini terbilang sangat simpel dan clean namun efektif.



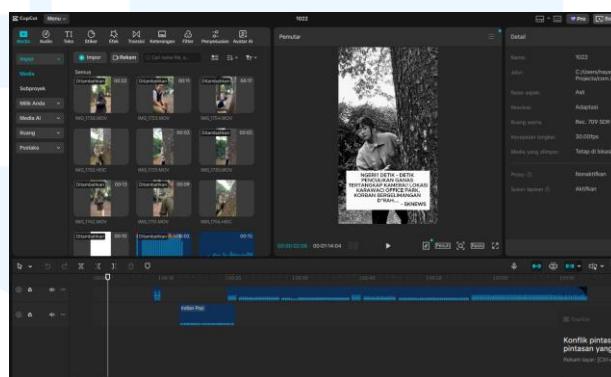
Gambar 3.24 Desain woowa 2

Untuk gaya desain yang lainnya, sebenarnya masih memiliki konsep yang sama yaitu gambar produk, *headline*, dan juga logo perusahaan serta logo Inaproc. Namun hanya penempatan dari logonya saja yang berbeda. Dan untuk gaya visual yang ini memiliki aset tambahan yaitu vektor yang dibuat seperti bingkai pada bagian bawah dan juga vektor berbentuk kotak sebagai bingkai dari *headline*, agar teks nya lebih menonjol dan tidak samar dengan gambar nya. Warna teks yang digunakan cenderung lebih variatif dan mengikuti tone dari produk yang dibahas. Untuk desain yang sudah selesai, penulis akan meminta persetujuan terlebih dahulu kepada mentor, setelah mendapat konfirmasi penulis segera mengupload nya di google drive perusahaan

3.3.2.3 Proyek Video & Cover *Editing*

Video & Cover editing merupakan proyek yang dikerjakan oleh penulis untuk keperluan tim Media sosial. konten yang dibuat terkadang

berbentuk *hardselling*, *softselling* ataupun membawa isu – isu yang sedang terjadi di pemerintahan. PIC dari tim sosial media akan memberikan brief singkat mengenai topik yang akan dibahas, dan tugas penulis adalah mengembangkan konsep dari *brief* yang sudah diberikan oleh PIC. Jika konsep yang diajukan diterima, maka penulis akan langsung eksekusi lalu mengambil dokumentasi yang dibantu oleh mentor dan tim desain grafis lainnya serta tim sosial media sebagai aktor dari video yang akan dibuat, setelah itu masuk ke tahap editing dan pembuatan cover. Penulis mengedit video pada Capcut dan menggunakan audio yang *free copyright*.



Gambar 3.25 Proses pengeditan video melalui Capcut

Gaya edit yang digunakan dalam pembuatan video mengikuti konsep dari konten yang dibuat. Jika konten yang dibuat seperti skit, maka gaya editnya akan disesuaikan dengan skit nya. Solusi Klik tidak memiliki guideline spesifik untuk gaya edit video sehingga tidak ada gaya edit yang tetap untuk pembuatan konten sosial media. Video diatas berjudul “Detik – detik penangkapan misterius” dan membahas isu mengenai APBN yang menyediakan dana sebanyak Rp.218,48 triliun untuk kesehatan dan membuat banyak RSUD menjadi naik ke tingkat C serta mendapatkan fasilitas yang lebih baik.



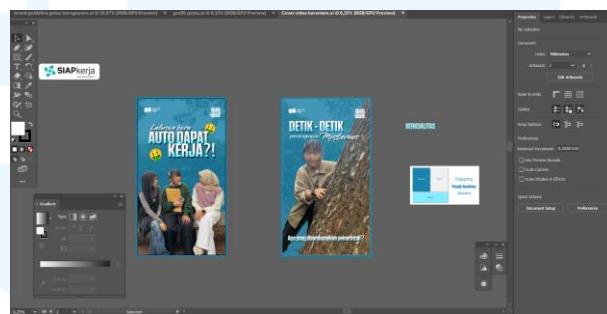
Gambar 3.26 Adegan “penculikan” dari video

Pembahasan ini dibungkus dengan pembawaan video yang lucu dengan gimik pertengkaran agar lebih menarik. Pada bagian awal video penulis membuat adegan menegangkan seolah – olah akan terjadi penculikan, adegan ini digunakan sebagai *hook* dari konten ini. lalu dilanjut membuat cover untuk video nya.



Gambar 3.27 Cover reels “lulusan baru auto dapat kerja?!”

Meskipun untuk pengeditan video, Solusi Klik tidak memiliki guideline yang tetap. Namun, untuk pembuatan cover video, penulis harus kembali lagi mengikuti guideline yang sudah ditentukan oleh perusahaan, yaitu 2 warna pokok dan satu warna *secondary* serta latar belakang yang *clean*. Penulis membuat desain cover di Adobe Illustrator dan membersihkan asset menggunakan Ibispaint. Penulis membuat cover se menarik dan se *clickbait* mungkin, tujuan nya adalah untuk menarik perhatian audiens yang menjumpai post ini di sosial media. Cover diatas digunakan untuk konten reels yang membahas mengenai program *Internship* yang diadakan oleh Kemnaker.



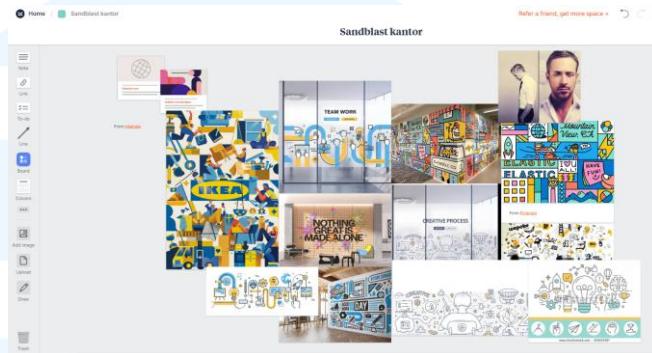
Gambar 3.28 Artboard cover reels pada Adobe Illustrator

Desain untuk cover video penulis buat dengan simpel, hampir seperti SEO Image namun dengan asset dari wajah talent nya. Penulis dan mentor akan melakukan take 1 foto yang akan didedikasikan menjadi cover, setelahnya pada bagian talent – talent akan di *crop* dan di *overlay* dengan latar belakang yang sudah diberi warna biru perusahaan. Penulis terkadang memasukkan emoji atau asset lainnya sebagai pelengkap cover agar tidak terlalu sepi.

3.3.2.4 Proyek Sandblast

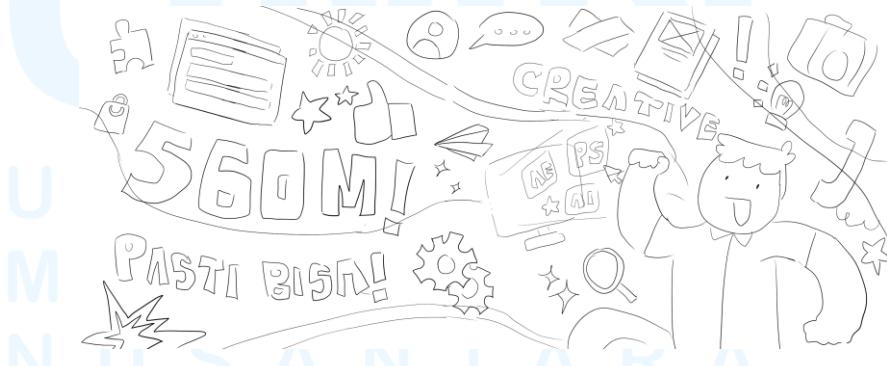
Mentor penulis memberikan proyek untuk membuat alternatif desain untuk stiker sandblast yang nantinya akan dipilih untuk dipasang di kaca kantor perusahaan. Proyek Sandblast merupakan proyek yang lumayan berat untuk dikerjakan karena waktu yang sedikit, namun memberikan *passion* yang tinggi kepada penulis karena mengizinkan

penulis menggunakan ilustrasi untuk desain nya. Langkah awal yang penulis lakukan adalah mencari referensi sebanyak – banyak nya dan membuat *moodboard* untuk menjadi patokan dari sandblast yang akan penulis desain nanti.



Gambar 3.29 Moodboard sandblast pada Milanote

Penulis membuat *moodboard* pada website Milanote dan setelah mendapatkan gambaran besar dari desain yang ingin dibuat, penulis segera membuat sketsa nya. Penulis menuangkan sketsa pada Ibispaint dan mulai membuat gambaran kasar. Melihat dari banyak referensi, stiker sandblast biasanya dibuat seperti tumpahan dari ikon – ikon dan juga gambaran yang berhubungan dengan kantor seperti komputer, kacamata, buku tulis, pulpen, map dan masih banyak lainnya. Gambar yang dibuat tidak beraturan namun masih memiliki irama. Maka dari itu penulis ingin membuat desain dengan vibes yang sama.



Gambar 3.30 Sketsa kasar awal stiker sandblast

Penulis menggambar seorang karyawan yang riang dan penulis memasukkan ikon – ikon yang berhubungan dengan kantor dan terutama

desain grafis. Dapat dilihat pada desain, penulis memasukkan logo Solusi Klik, kamera, logo Photoshop, Adobe Illustrator dan juga Adobe After Effect. Penulis juga memasukkan teks – teks yang berbunyi positif seperti “*creative*” dan juga target dari Solusi Klik yaitu “560M! Pasti bisa!” untuk menonjolkan ciri khas dari Solusi Klik.



Gambar 3.31 Vektorisasi dari sketsa sebelumnya

Setelah mengajukan sketsa desain, penulis mendapatkan beberapa revisi yaitu untuk menghilangkan logo – logo *software* desain nya agar stiker ini bisa menjadi lebih *general*, lalu untuk mengganti target nya dan menghilangkan unsur – unsur yang berbau spesifik dengan brand. Maka dari itu penulis mengganti teks taget menjadi *tagline* dari Solusi Klik yang berbunyi “*I team, I spirit, I goal*”, dan menghilangkan ikon yang mengandung unsur suatu brand. Setelah melakukan revisi dan konfirmasi, penulis langsung membuat vektor nya menggunakan Adobe Illustrator. Setelah selesai di vektor, penulis pun mengajukan desain nya lagi. Penulis mendapat revisi lagi yaitu untuk mengganti teks *tagline* nya dan juga menghilangkan logo Solusi Klik nya.



Gambar 3.32 Desain final full colour

Mentor penulis mengarahkan untuk mengganti *tagline* dengan kata – kata yang positif, maka dari itu penulis menggantinya dengan kata “*Good vibes only*”. Setelah selesai meng – eksekusi revisi, penulis segera mewarnai desain dengan *colour palette* yang *colourful* namun sedikit pastel agar tidak terlalu membuat sakit mata. Penulis hanya menggunakan 5 warna pada gambar, dan setelah selesai memberikan warna pada vektor, penulis memberikan sedikit *shading* pada beberapa ikon dan juga pada gambar karyawan nya agar gambar nya tidak terlalu *flat*. Terakhir, penulis meminta konfirmasi dari mentor dan segera meng – upload desain nya pada google drive perusahaan.

3.4 Kendala dan Solusi Pelaksanaan Kerja

Selama 18 minggu bekerja pada PT.Sariling, penulis tentunya dihadapi oleh kendala sehari – harinya. Kendala yang dihadapi oleh penulis sehari – harinya adalah kendala laptop yang sudah agak *error*, waktu *deadline* yang mepet, tidak tahu penulis akan suatu hal dalam desain, dan beberapa hal lainnya. Setiap kendala tentunya berakibat kepada penulis, seperti menghambat aktivitas dan ke efektifan kerja penulis. Namun setiap kendala juga ada solusi, solusi yang dibantu diselesaikan oleh orang sekitar penulis dan juga mentor penulis, setiap kendala yang dialami dapat menjadi pembelajaran bagi penulis agar bisa menjadi lebih baik kedepan nya dan bisa lebih mengantisipasi hal – hal di masa depan agar nanti nya tidak akan menjadi penghambat dalam bekerja.

3.4.1 Kendala Pelaksanaan Kerja

Kendala yang paling berat dan terjadi sehari – harinya adalah kendala laptop penulis yang sudah mulai tua dan tidak bekerja dengan maksimal. dan setiap jam 3 sore laptop penulis akan menjadi sangat panas yang membuat semua *tabs* menjadi lelet dan tentunya itu menghambat pekerjaan penulis, penulis jadi tidak bisa menggunakan waktu kerja dengan efektif. Lalu kendala yang kedua adalah penulis tidak memiliki *software Photoshop* untuk mengedit foto atau untuk mengganti tone warna dari desain, sebenarnya penulis memiliki

Photoshop namun sudah kadaluarsa dan akan terus – terusan error jika digunakan, dan kantor tidak memberikan akses untuk Photoshop.

Kendala yang ketiga adalah waktu *deadline* yang terkadang diberikan secara mendadak dengan waktu yang sangat singkat, tentunya hal ini membuat penulis panik dan menjadi agak sulit dalam mendesain, saat desain selesai pun dikhawatirkan desain yang dihasilkan tidak akan maksimal karena dibuat dengan terburu – buru. Lalu kendala yang keempat adalah tidak tahu penulis akan suatu hal yang baru, seperti misalnya penulis tidak tahu cara membuat tipografi seperti yang digunakan oleh perusahaan, penulis tidak tahu cara membuat *carrousel* saat membuat *prototype* website dan lainnya.

Lalu kendala yang kelima adalah penulis tidak memiliki capcut pro yang membuat penulis sangat terbatas dalam mengedit video dikarenakan fitur yang seadanya. Lalu kendala yang keenam atau yang terakhir adalah wifi kantor yang suka hilang – hilangan, membuat pekerjaan penulis menjadi terhambat karena tidak ada akses internet untuk mencari bahan desain.

3.4.2 Solusi Pelaksanaan Kerja

Dari semua kendala yang telah penulis sebutkan, penulis juga menemukan solusi yang dapat menyelesaikan kendala – kendala tersebut dan mengembalikan waktu kerja penulis dan ke efektifan serta kemaksimalan penulis saat bekerja. Untuk solusi dari kendala yang pertama adalah dengan melakukan pekerjaan lain yang tidak membutuhkan laptop terlebih dahulu saat laptop mulai *error*, dikarenakan pekerjaan yang penulis kerjakan repetitif dan sudah bisa direncanakan dari sebelumnya, maka penulis sudah memilih satu atau dua proyek untuk dikerjakan pada hari itu. Seperti contoh, pada hari ini penulis ingin mengerjakan proyek SEO image mengenai produk biskuit Regal dan susu sapi, maka saat pagi hari nya penulis mencari dan mengumpulkan aset yang ingin digunakan terlebih dahulu, dan mengerjakan bagian desain yang agak repot terlebih dahulu saat laptop penulis masih segar. Saat laptop penulis mulai *error*, penulis akan mengalihkan pekerjaan ke ipad dan mulai

membersihkan asset yang sudah dikumpulkan pada pagi harinya untuk digunakan nantinya.

Lalu untuk solusi dari kendala yang kedua adalah dengan memanfaatkan canva atau Ibispaint sebagai pengganti dari photoshop. Jika ingin membersihkan asset – asset, penulis akan membersihkan nya melalui Ibispaint. Lalu untuk solusi yang ketiga, mentor penulis memberikan kelonggaran waktu untuk *deadline*, memberikan waktu untuk penulis agar bisa merapikan serta membuat desain nya lebih enak untuk dilihat. Untuk solusi yang keempat adalah dengan belajar otodidak melalui tutorial youtube, google atau berkonsultasi dengan mentor dan meminta tutorial cara membuat suatu desain, hal ini tentunya sangat membantu penulis dan juga menambah insight penulis dalam membuat desain dan membuat pekerjaan penulis menjadi lebih maksimal.

Solusi dari kendala yang kelima adalah, mentor penulis memberikan akun Capcut pro dari kantor sehingga membuat penulis dapat mengedit tanpa ada batasan fitur. Lalu untuk solusi dari permasalahan yang terakhir adalah dengan menggunakan *hotspot* dari penulis sendiri. Sinyal wifi yang hilang biasanya tidak terlalu lama namun memang sering, jadi tidak akan terlalu menguras data penulis.

