

BAB III

PELAKSANAAN KERJA

3.1 Kedudukan dan Koordinasi Pelaksanaan Kerja

Sebagai perusahaan *start up* yang masih baru, FUOMO membutuhkan *brand awareness* melalui media promosi. Penulis menempati posisi sebagai *Social Media Intern* di bawah divisi *Marketing* dalam melaksanakan tugas pembuatan media promosi untuk media sosial maupun *general*. Penulis menerima arahan langsung dari *Supervisor* untuk *briefing*, *brainstorming* dan revisi.

3.1.1 Kedudukan Pelaksanaan Kerja

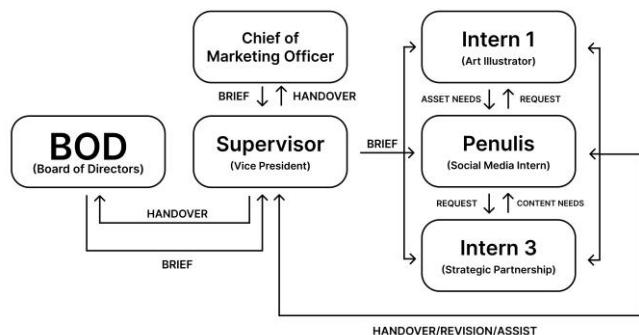
Dalam pelaksanaan magang, penulis ditempatkan di posisi sebagai *Social Media Intern* yang berada di bawah naungan divisi *Marketing*. Pelaksanaan magang dilakukan secara *Work From Home (WFH)*, dari hari Senin—Sabtu, komunikasi antar karyawan melalui WhatsApp. Penulis bertanggung jawab sebagai pembuat konten promosi di media sosial FUOMO, disupervisi oleh *Vice Director*. Konten-konten yang dibuat mencakupi 3 pilar konten yaitu *education*, *engagement*, dan *entertainment*. Penulis membuat 4 konten dalam seminggu, jika ditotal ada 16 konten/bulan. Selain itu, penulis juga ditugaskan untuk membantu merancang visual kebutuhan perusahaan seperti *Pitchdeck*, *Flyer*, dan *Namecard*.

3.1.2 Koordinasi Pelaksanaan Kerja

Pelaksanaan koordinasi kerja penulis sebagai *Social Media Intern* berdiskusi terlebih dahulu dengan *Vice Director* selaku *supervisor* dan dikerjakan secara kolaboratif dengan *intern* di bawah naungan divisi *Marketing* seperti *Illustrator* dan *Strategic Partnership* untuk di bagian tertentu. Sebelum memulai pekerjaan, tiap *intern* diwajibkan untuk absen dengan menulis *to-do list* sebagai rekap kehadiran. Awal *brief* disampaikan oleh *BOD (Board of Directors)* kepada *Vice Director* dan disampaikan kembali kepada penulis untuk dikerjakan. Setiap hari Jumat, kami mengadakan rapat mingguan melalui

Google Meet untuk *brainstorming, update progress, evaluasi, dan planning*. Komunikasi antar karyawan difasilitasi melalui Whatsapp untuk berdiskusi, revisi, dan asistensi.

Konten yang diunggah tiap minggunya sebanyak 4 konten yaitu pada hari senin, rabu, jumat, dan sabtu. Hari selasa dan kamis digunakan untuk pencarian topik konten, wawancara narasumber, *drafting* artikel dan penulisan *script*. Tabel *content plan* sudah disediakan oleh pihak FUOMO untuk diisi, agar bisa tercatat konten apa saja yang akan/sudah *publish*. Untuk *file* konten-konten diunggah melalui Google Drive dan diorganisir sesuai bulan, sedangkan untuk penulisan *script* ditulis melalui Google Docs agar bisa dipantau oleh *supervisor* dan BOD untuk memberi komentar. Sebelum finalisasi konten, penulis diwajibkan melapor melalui Whatsapp untuk asistensi dan revisi.



Gambar 3.1 Bagan Alur Koordinasi

Selain itu, penulis juga berkoordinasi dengan *intern Illustrator* untuk berdiskusi mengenai aset visual yang ingin diterapkan dalam konten. Seperti *emotes* sebagai *reaction*, *artstyle chibi* sebagai pelengkap konten, *artstyle anime* untuk desain yang formal dan ataupun *banner* untuk judul konten. Kemudian *intern Strategic Partnership* dalam membantu keperluan promosi seperti *reach out* ke kreator yang ingin diwawancara, memberi *feedback* dan diskusi konten. Keperluan konten terkadang mendapat *brief* juga dari CMO (*Chief Of Marketing Officer*), dengan pergantian visual *thumbnail* yang sebelumnya masih 2D *centric* menjadi tambahan aset visual manusia agar masuk ke target audiens baru yaitu kreator generik seperti *travel, fitness, pet*

influencer, dan sebagainya. Kebanyakan konten mendapatkan persetujuan langsung dari *supervisor*, untuk perstujuan dari BOD maupun CMO biasanya berupa *project internal* seperti desain *pitchdeck*, kartu nama, *flyer* promosi, atau rencana konten kedepannya.

3.2 Tugas yang Dilakukan

Berikut adalah tabel *timeline* pelaksanaan tugas yang penulis telah lakukan setiap minggunya sebagai *Social Media Intern* di FUOMO. Penugasan mencakupi keseluruhan penulis dalam mengerjakan konten media sosial maupun di luar itu. Konten yang dikerjakan oleh penulis kurang lebih menghasilkan 4 konten/minggu dan 16 konten/bulan.

Tabel 3.1 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Kerja

Minggu	Tanggal	Proyek	Keterangan
1	11—16 Agustus 2025	Konten FUOMO	<ul style="list-style-type: none"> -<i>Onboarding</i> -<i>Content Planning & Scriptwriting</i> -<i>Video Editing</i> konten edukasi & <i>street interview (Reels)</i> -Desain semua <i>thumbnail reels</i> -<i>Content Creating</i> informasi <i>collectible items</i> Demon Slayer & konten edukasi -Desain ucapan RI ke-80 (Story & Feeds) -Desain <i>carousel announcement new look</i> maskot FUOMO -<i>Street Interview & nobar Demon Slayer: The Movie</i>
2	18—23 Agustus 2025	Konten FUOMO, <i>Marketing Purposes</i>	<ul style="list-style-type: none"> -Membuat konten games IG Story -<i>Video Editing</i> konten edukasi (tips kreator) -<i>Content Planning & Scriptwriting</i>

			<ul style="list-style-type: none"> -Desain <i>carousel post trend updates</i> untuk kreator -Desain semua <i>thumbnail reels</i> -Desain <i>pitchdeck</i> proposal program baru FUOMO -Desain <i>campaign report</i> FUOMO
3	25—30 Agustus 2025	Konten FUOMO	<ul style="list-style-type: none"> -Membuat konten games IG Story -Video <i>Editing</i> konten edukasi (tips kreator) -Desain <i>carousel post trend updates</i> untuk kreator -Desain semua <i>thumbnail reels</i> -<i>Content Planning & Scriptwriting</i>
4	1—6 September 2025	Konten FUOMO, Desain Kolateral	<ul style="list-style-type: none"> -Membuat konten games IG Story -Video <i>Editing</i> konten edukasi (tips kreator) -Desain <i>carousel post trend updates</i> untuk kreator -<i>Content Creating meme relatable</i> -Desain semua <i>thumbnail reels</i> -<i>Content Planning & Scriptwriting</i> -Desain <i>namecard</i> FUOMO -Wawancara kreator untuk konten edukasi
5	8—13 September 2025	Konten FUOMO, <i>Marketing Purposes</i>	<ul style="list-style-type: none"> -Membuat konten games IG Story -Video <i>Editing</i> konten edukasi (tips kreator) -Desain <i>carousel post trend updates</i> untuk kreator -<i>Content Creating meme relatable</i> -Desain semua <i>thumbnail reels</i> -<i>Content Planning & Scriptwriting</i>

			<ul style="list-style-type: none"> -Membantu mengisi persona maskot FUOMO, Fuyuko -Desain <i>pitchdeck</i> program FUOMO
6	15—20 September 2025	Konten FUOMO, <i>Marketing Purposes, Website Needs</i>	<ul style="list-style-type: none"> -Membuat konten games IG Story -Video <i>Editing</i> konten edukasi (tips kreator) -Desain <i>carousel post</i> informasi terkait KOC & KOL -<i>Content Creating meme relatable</i> -Desain semua <i>thumbnail reels</i> -<i>Content Planning & Scriptwriting</i> -Membantu mengisi persona maskot FUOMO, Fuyuko -Revisi desain <i>proposal pitchdeck</i> program FUOMO
7	22—30 September 2025	Konten FUOMO, <i>Website Needs</i>	<ul style="list-style-type: none"> -Membuat konten games IG Story -Video <i>Editing</i> konten edukasi (tips kreator) -Desain <i>carousel post trend updates</i> kreator -<i>Content Creating meme relatable</i> -Desain semua <i>thumbnail reels</i> -<i>Content Planning & Scriptwriting</i> -Wawancara kreator untuk konten edukasi -Membantu membuat <i>low fidelity website</i> FUOMO -Membantu membuat visual kolase di <i>banner homepage website</i> FUOMO -Desain <i>pitchdeck</i> program FUOMO
8	1—4 Oktober 2025	Konten FUOMO, <i>Website Needs</i>	<ul style="list-style-type: none"> -Membuat konten games IG Story -Video <i>Editing</i> konten edukasi (tips kreator)

			<ul style="list-style-type: none"> -Desain <i>carousel post trend updates</i> kreator -<i>Content Creating meme relatable</i> -Desain semua <i>thumbnail reels</i> -<i>Content Planning & Scriptwriting</i> -Wawancara kreator untuk konten edukasi -<i>Drafting artikel</i>
9	6—11 Oktober 2025	Konten FUOMO, <i>Website Needs</i>	<ul style="list-style-type: none"> -Membuat konten games IG Story edisi Halloween -Video <i>Editing</i> konten edukasi (tips kreator) -Desain <i>carousel post trend updates</i> kreator edisi Halloween -<i>Content Creating meme relatable</i> -Desain semua <i>thumbnail reels</i> -<i>Content Planning & Scriptwriting</i> -Wawancara kreator untuk konten edukasi -<i>Drafting artikel</i>
10	13—18 Oktober 2025	Konten FUOMO, <i>Marketing Purposes, Website Needs</i>	<ul style="list-style-type: none"> -Membuat konten games IG Story edisi Halloween -Video <i>Editing</i> konten edukasi (tips kreator) -Desain <i>carousel post trend updates</i> kreator edisi Halloween -<i>Content Creating meme relatable</i> -Desain semua <i>thumbnail reels</i> -<i>Content Planning & Scriptwriting</i>

			<ul style="list-style-type: none"> -Wawancara kreator untuk konten edukasi -Desain <i>flyer</i> promosi FUOMO -Membantu <i>layouting homepage website</i> FUOMO
11	20—25 Oktober 2025	Konten FUOMO, <i>Website Needs</i>	<ul style="list-style-type: none"> -Membuat konten games IG <i>Story</i> edisi Halloween -Video <i>Editing</i> konten edukasi (tips kreator) -Desain <i>carousel post trend updates</i> kreator edisi Halloween -<i>Content Creating meme relatable</i> -Desain semua <i>thumbnail reels</i> -<i>Content Planning & Scriptwriting</i> -Wawancara kreator untuk konten edukasi -<i>Drafting</i> artikel
12	27—31 Oktober 2025	Konten FUOMO, <i>Website Needs</i>	<ul style="list-style-type: none"> -Membuat konten games IG <i>Story</i> edisi Halloween -Video <i>Editing</i> konten edukasi (tips kreator) -Desain <i>carousel post trend updates</i> kreator edisi Halloween -<i>Content Creating meme relatable</i> -Desain semua <i>thumbnail reels</i> -<i>Content Planning & Scriptwriting</i> -<i>Drafting</i> artikel
13	3—8 November 2025	Konten FUOMO, <i>Website Needs</i>	<ul style="list-style-type: none"> -Membuat konten games IG <i>Story</i> -Video <i>Editing</i> konten edukasi (tips kreator) -Desain <i>carousel post trend updates</i> kreator -<i>Content Creating meme relatable</i>

			<ul style="list-style-type: none"> -Desain semua <i>thumbnail reels</i> -<i>Content Planning & Scriptwriting</i> -<i>Drafting</i> artikel
14	10—15 November 2025	Konten FUOMO, <i>Website Needs</i>	<ul style="list-style-type: none"> -Membuat konten games IG <i>Story</i> -Video <i>Editing</i> konten edukasi (panduan kreator pemula) -Desain <i>carousel post</i> informatif untuk konten kreator pemula -<i>Content Creating meme relatable</i> -Desain semua <i>thumbnail reels</i> -<i>Content Planning & Scriptwriting</i> -<i>Drafting</i> artikel
15	17—22 November 2025	Konten FUOMO, <i>Website Needs</i>	<ul style="list-style-type: none"> -Membuat konten games IG <i>Story</i> -Video <i>Editing</i> konten edukasi (panduan kreator pemula) - Desain <i>carousel post</i> informatif untuk konten kreator pemula -<i>Content Creating meme relatable</i> -Desain semua <i>thumbnail reels</i> -<i>Content Planning & Scriptwriting</i> -<i>Drafting</i> artikel
16	25—29 November 2025	Konten FUOMO	<ul style="list-style-type: none"> -Membuat konten games IG <i>Story</i> - Video <i>Editing</i> konten edukasi (panduan kreator pemula) - Desain <i>carousel post</i> informatif untuk konten kreator pemula -<i>Content Creating meme relatable</i> -Desain semua <i>thumbnail reels</i> -<i>Content Planning & Scriptwriting</i>
17	1—6 Desember 2025	Konten FUOMO,	<ul style="list-style-type: none"> -Membuat konten games IG <i>Story</i> - Video <i>Editing</i> konten edukasi (panduan kreator pemula)

		<i>Website Needs</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Desain <i>carousel post</i> informatif untuk konten kreator pemula - <i>Content Creating meme relatable</i> - Desain semua <i>thumbnail reels</i> - <i>Content Planning & Scriptwriting</i> - <i>Drafting</i> artikel - Membuat desain ucapan tahun baru
18	8—9 Desember 2025	Konten FUOMO	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat desain ucapan hari natal - Video <i>Editing</i> konten edukasi (panduan kreator pemula) - <i>Content Planning & Scriptwriting</i>

3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja

Pada bagian ini, penulis akan membagikan proses pelaksanaan tugas utama dan tambahan selama magang di FUOMO sebagai *social media intern*. Tugas utama mencakupi konten edukasi, yaitu tips dari kreator untuk audiens dalam format *reels/tiktok*. Sedangkan untuk tugas tambahan mencakupi konten media sosial, promosi dan desain kolateral seperti *carousel post*, *instagram story*, *namecard* perusahaan, & *flyer*.

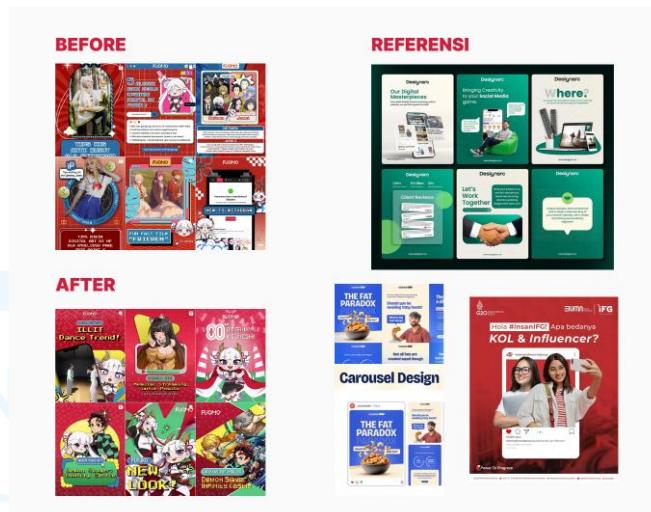
3.3.1 Proses Pelaksanaan Tugas Utama Kerja

Sebelum memasuki proses penugasan utama, penulis diperintahkan untuk mengubah visual media sosial FUOMO pada saat *onboarding* tanggal 11 Agustus 2025 lalu menjadi lebih *clean* dan *readable* namun tetap mengandung unsur elemen dari *branding* FUOMO, yaitu *pixelated visuals* dan *patterns*. Ketersediaan *typeface* sudah disediakan oleh *content editor intern* sebelumnya yaitu Press Start 2P, Pixelify Sans, Futura dan Pixeled. Namun, untuk menyesuaikan visual yang lebih *clean*, penulis memakai Press Start 2P (*Headline*), Koulen (*Sub-Headline*), dan Montserrat (*Body Text*) agar memudahkan audiens membaca isi konten.

BEFORE	
LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET	(Headline)
LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET	(Headline & Sub Headline)
LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET	(Sub Headline)
	(Body Text)
	(Body Text)
AFTER	
LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET	(Headline)
LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET	(Sub Headline)
	(Body Text)

Gambar 3.2 Perubahan *Typeface* Desain Media Sosial FUOMO

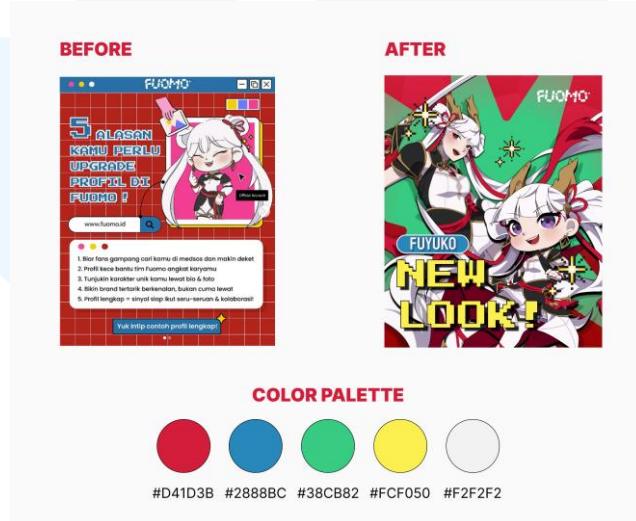
Terdapat perubahan visual dalam media sosial FUOMO, yang sebelumnya mengikuti gaya desain *retro pixelated game* dengan banyak aset visual. Akan tetapi, hal tersebut menjadi *concern* karena membuat audiens susah fokus dan terdistraksi. Penulis mengubah visualnya secara *minor* menjadi lebih *clean* agar audiens dapat fokus dengan judul dan isi konten, namun tetap mengikuti gaya visual sebelumnya agar tidak terlalu *out of concept* FUOMO.



Gambar 3.3 Perubahan *Minor* Desain Media Sosial FUOMO

Kemudian untuk *color palette*, penulis tetap mengikuti sesuai visual sebelumnya dan 2 tambahan warna yaitu #D41D3B (*Classic Crimson*, Warna

Primer), #FCF050 (*Banana Cream*, Warna Sekunder), #38CB82 (*Emerald*, Warna Sekunder), #2888BC (*Ocean Blue*, Warna Sekunder), dan #F2F2F2 (*White Smoke*, Warna Tersier). Lalu, penulis mengganti aset-aset visual tambahan dengan *vector shapes* untuk menghindari *copyright* atau memakai aset yang jelas aturannya dan *free to use*. Sentuhan *pattern pixelated* dan lainnya masih dipertahankan untuk memberi kesan yang tidak terlalu minimalis dan masih tetap mengikuti visual *brand* FUOMO. Ditambah efek *shadow* dengan transparansi rendah di sekitar 15--30% dan *gradient* agar desain tidak terlalu *flat* untuk dilihat oleh audiens.

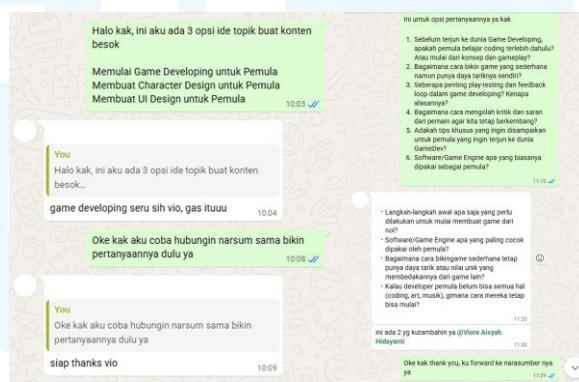


Gambar 3.4 Penambahan Palet Warna dan Aset Visual

Setelah melakukan perubahan visual desain media sosial FUOMO, penulis lanjut untuk membuat konten yang sudah dipersiapkan oleh *supervisor*. Per tanggal 20 Agustus 2025, setiap hari rabu, penulis ditugaskan untuk membuat konten edukasi dengan judul ‘Tips dari Kreator’ dan ‘Guide Kreator Pemula’ dengan topik-topik yang berbeda, dieksekusi melalui format *reels/TikTok*. Topik yang diambil berupa tips memulai sesuatu sebagai pemula dan panduan menjadi konten kreator yang baru mulai, contohnya membuat musik atau mencari audiens. Sebelum proses *edit* video, penulis diwajibkan untuk mengusulkan ide topik; wawancara narasumber; dan menulis *script* pada hari sebelumnya. Di FUOMO terdapat 3 pilar konten

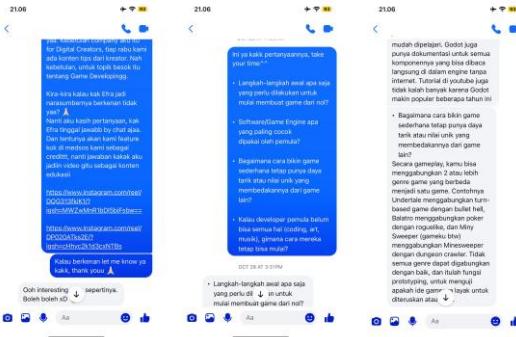
yaitu *Educational*, *Entertainment*, dan *Engagement*. Untuk konten tips yang membutuhkan wawancara kepada narasumber masuk dalam kategori konten pilar *Educational*.

Penulis biasanya mengusulkan opsi 2--3 ide topik dan dikomunikasikan melalui Whatsapp kepada *supervisor* untuk asistensi. Setelah salah satu ide topik terpilih, penulis melanjutkan ke proses membuat pertanyaan yang akan diajukan kepada narasumber nantinya, diasistensikan kembali kepada *supervisor* untuk memilih pertanyaan yang relevan.



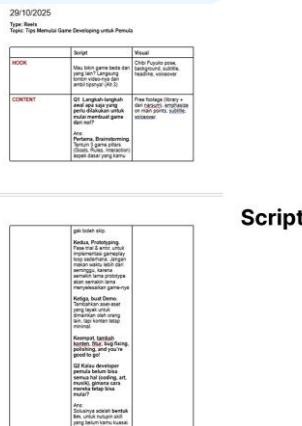
Gambar 3.5 Screenshot Pengusulan Ide dan Pertanyaan

Kemudian, penulis melanjutkan proses wawancara ke narasumber melalui *chat* dari berbagai *platform* seperti Messenger, Instagram, ataupun Whatsapp. Mayoritas narasumber berasal dari koneksi penulis yang mempunyai *passion* di bidang kreatif tertentu atau menghubungi kreator-kreator yang relevan di *platform* Instagram. Tentunya sebagai pembukaan penulis memperkenalkan diri dan menjelaskan konten yang ingin dibuat sebagai bentuk perizinan/*consent* kepada narasumber. Jika mereka setuju pengetahuannya dikemas menjadi konten video, penulis lanjut mengajukan pertanyaan-pertanyaan kepada narasumber. Tidak lupa, untuk izin penggunaan aset karya mereka sebagai contoh karya di dalam kontennya.



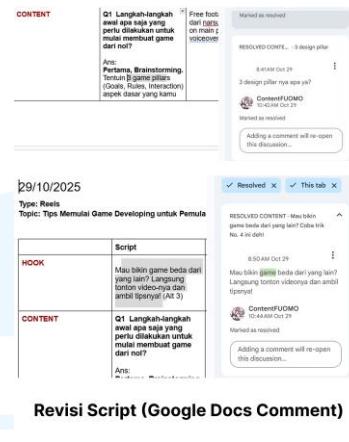
Gambar 3.6 Screenshot Wawancara dengan Narasumber

Selanjutnya, setelah mendapat jawaban dari narasumber, penulis lanjut melakukan proses *script writing* mulai dari *hook*; isi konten; CTA; & *caption*. Jawaban narasumber diringkas oleh penulis untuk mempersingkat durasi video, jawaban penting di-*highlight* dan dijelaskan alasannya sebagai konteks lebih lanjut. *Script* ditulis di Google Docs agar mudah diakses oleh *supervisor* dan BOD. Kolom tengah diisi dengan isi konten dan kolom kanan merupakan visualisasi untuk konten tersebut.



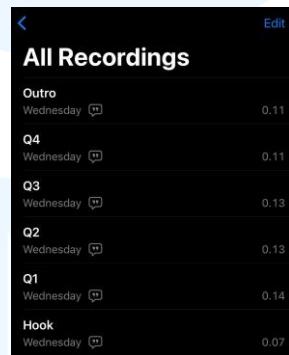
Gambar 3.7 Screenshot Script Writing

Sebelum melanjutkan ke proses rekaman, penulis harus melakukan asistensi kepada *supervisor* untuk *proof-reading* kalimat-kalimat yang harus diganti dengan yang lebih relevan dan efektif. Diskusi dilakukan melalui Whatsapp atau fitur komen pada Google Docs secara langsung. Jika sudah diterima, penulis lanjut ke proses rekaman suara sebagai *voiceover* pada video *reels* yang akan dibuat nantinya.



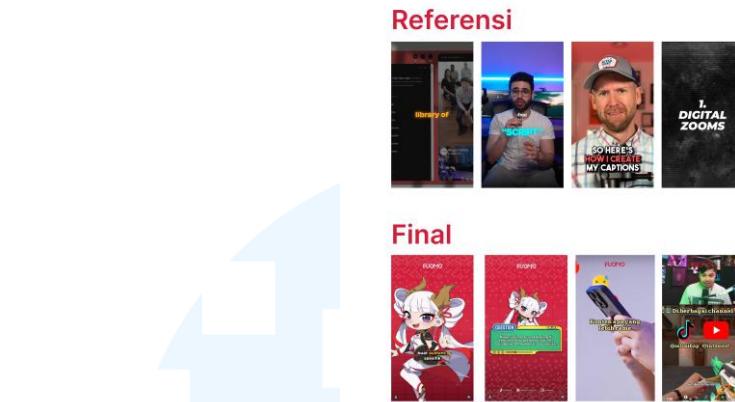
Gambar 3.8 Screenshot Revisi Script

Alat rekaman suara untuk *voiceover* konten *reels* menggunakan ponsel pribadi penulis. Untuk menghindari gangguan suara lainnya, penulis biasanya mencari ruangan sepi agar suara bisa terdengar dengan jelas. Kemudian, proses penjernihan suara dilakukan pada saat *editing* video di Capcut dengan fitur *Enhance Audio* sebesar 50% dan *Reduce Noise*.



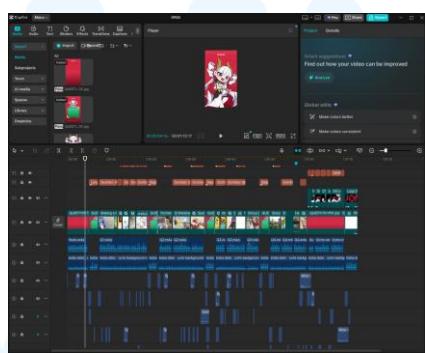
Gambar 3.9 Screenshot Rekaman Suara

Setelah melewati proses penulisan *script*, revisi dan rekaman, proses *edit* video dapat diproses lebih lanjut. Sebelum memulai, penulis harus mengumpulkan aset-aset tambahan seperti contoh karya dari kreator dan video *footage* gratis dari internet.



Gambar 3.10 Referensi *Style* Video

Gaya video yang diambil sebagai referensi adalah gaya *talking head* video. Untuk menghemat waktu proses *edit* video, figur manusia diganti dengan PNG atau animasi *tween* maskot FUOMO dengan berbagai pose dan ekspresi. Pada video, tersedia *auto-caption* agar audiens dapat mencerna isi konten lebih jelas serta penekanan kalimat *highlight* dengan teks besar di posisi tengah. Selain itu, ditambahkan juga efek suara setiap kalimat *highlights* untuk membedakan poin penting dan kalimat biasa. Setelah proses *edit* selesai, penulis langsung melanjutkan ke tahap proses desain *thumbnail*.



Gambar 3.11 Screenshot Timeline Video

Proses *edit* menggunakan *software* Capcut Pro agar bisa mengakses fitur-fitur tertentu dan menghasilkan kualitas video yang HD, durasi video yang dihasilkan kurang lebih 1 menit lebih termasuk *hook* dan CTA. Idealnya algoritma media sosial seperti Tiktok dan Instagram.



Gambar 3.12 Referensi *Thumbnail Reels*

Agar *cover* tetap terlihat rapi dan judulnya terbaca di profil, penulis menggunakan *grid* dengan ukuran 3:4 untuk menyesuaikan *format feed* Instagram maupun TikTok, dengan jumlah masing-masing 3 *rows* dan *columns* sebagai *safe zone* pada *software Figma*.



Gambar 3.13 *Grid Layout Thumbnail Reels*

Setelah *layout* diatur, penulis lanjut untuk memasukkan aset-aset visual seperti foto/karakter narasumber dan karya mereka jika diperlukan. Lalu, dilanjuti dengan membuat *vector shape* untuk keperluan *masking* foto, setiap *shapes* menggunakan warna gradasi dan *drop shadow* untuk memberi *depth* pada elemen. Visual foto narasumber disertai dengan judul berada pada *safe zone* agar terlihat pada *grid feeds* Instagram. Kemudian, penulis juga menyertakan *username* media sosial dan *website* FUOMO di bagian bawah. Untuk *headline*, penulis menambahkan *outline* dan juga *drop shadow* agar

judulnya bisa terbaca dengan jelas oleh audiens dan membantu memberikan kesan yang lebih *popped up* pada *thumbnail*.



Gambar 3.14 Proses Desain *Thumbnail*

Sebelum finalisasi, penulis melakukan asistensi kepada *supervisor* melalui WhatsApp untuk *proof-check* desain *thumbnail* kembali di grup utama. *Supervisor* memberi saran jika sebaiknya emoji representatif untuk ‘game’ diganti dengan asset karya narasumber yaitu karakter *game*-nya agar lebih masuk ke dalam topik yang dibahas pada video dan selaras dengan visual karakter narasumber konten.



Gambar 3.15 Screenshot Asistensi Video dan *Thumbnail*

Dengan demikian, proses dari wawancara hingga *cover thumbnail* telah dilewati. Penulis dapat lanjut ke tahap *publishing* yaitu setiap pukul 17.00 sore dengan menggunakan fitur *scheduling* pada *platform* media sosial, serta

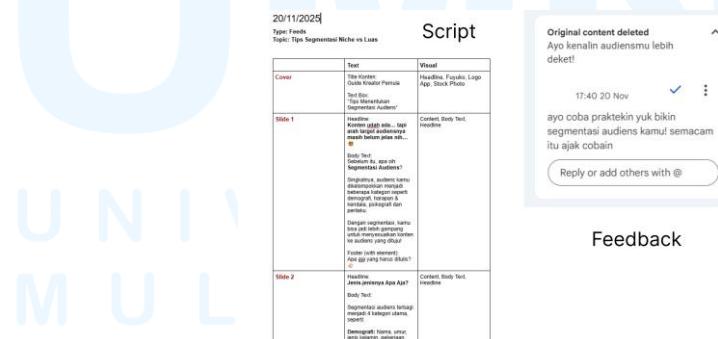
memberi informasi kepada kreator kalau konten sudah diterbitkan agar bisa dilihat dan diserbarluaskan. Semua penugasan utama telah diunggah di platform media sosial FUOMO seperti Instagram dan TikTok dan dapat dilihat.

3.3.2 Proses Pelaksanaan Tugas Tambahan Kerja

Proyek yang dikerjakan penulis mencakupi konten media sosial, desain kolateral dan media promosi. Konten media sosial dikemas dalam format *carousel*, *story*, dan *reels*. Desain kolateral yang telah dibuat berupa kartu nama *Board of Directors* (BOD) dan media promosi dalam bentuk *flyer* untuk DM *broadcast* ke kreator.

3.3.2.1 Konten Instagram *Carousel*

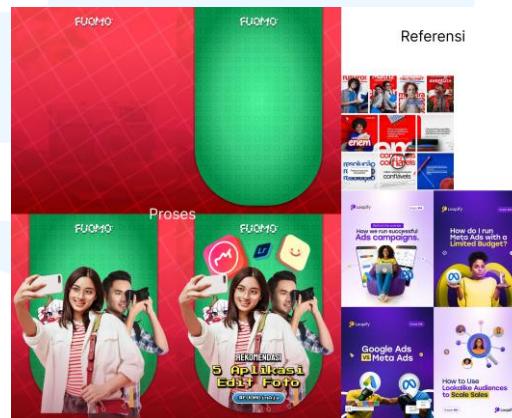
Konten ini bertujuan untuk memberikan informasi *update tren* masa kini untuk kreator yang tengah mencari inspirasi atau ide dan *insight* mengenai dunia *Content Creating* untuk konten kreator pemula. Topik-topik yang diangkat berupa konten tren TikTok, *cosplay*, *games*, *insight* dasar *Content Creator* dan sebagainya. Tipe konten ini diunggah setiap hari Jumat per minggunya. Sebelum eksekusi desain, penulis diharuskan untuk menulis isi konten yang akan dimasukkan ke dalam postingan *carousel* tersebut.



Gambar 3.16 Screenshot Script dan Feedback Konten *Carousel*

Setelah *script* sudah disetujui, penulis lanjut ke proses mencari referensi di internet untuk *layouting*, *visual* & *cover carousel*.

Kemudian mencari aset yang relevan dengan topik di situs penyedia aset gratis seperti Freepik dan Unsplash untuk keperluan *digital imaging* pada *post carousel*. Konsep yang penulis ambil sebagai referensi adalah *clean look* dengan memainkan aset-aset visual yang tersedia. Misalkan pada *cover*, mengenai rekomendasi aplikasi, penulis akan menerapkan logo beserta visual figur yang sedang melakukan kegiatan yang relevan dengan isi konten. Untuk isi konten rekomendasi aplikasi, penulis tidak hanya menaruh deskripsi dan logo tapi juga cuplikan pemakaian aplikasi dan hasil yang dihasilkan oleh aplikasi tersebut.



Gambar 3.17 Proses Konten Instagram *Carousel*

Penulis mengambil referensi yang menggunakan *digital imaging* untuk dijadikan *cover*, dan mencari aset-aset yang relevan dengan topik. Contohnya, pada topik rekomendasi aplikasi *edit foto*, penulis mengambil foto figur yang sedang melakukan aktivitas memotret dan logo aplikasi yang disebutkan. Kemudian, untuk *depth*, penulis membuat *background* gradasi gelap ke terang serta menambahkan bayangan di belakang figur agar tidak kelihatan *flat*. Lalu, logo aplikasi yang semulanya hanya *flat*, penulis ubah perspektif dengan *plugin Skew* di Figma dan menambahkan *drop shadow* sebagai

efek 3 dimensi. Terakhir, untuk memperjelas judul pada *cover*, penulis menambahkan elemen kotak merah gelap dengan transparasi rendah.

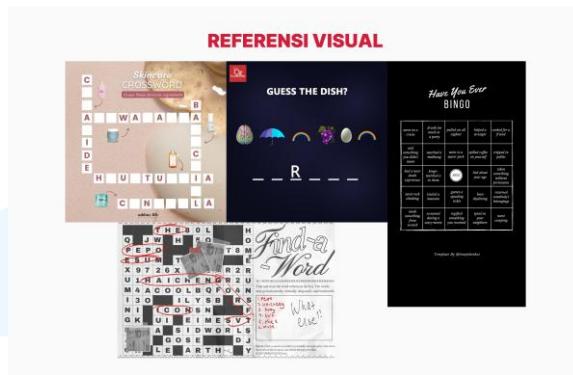


Gambar 3.18 Desain Final Konten Instagram *Carousel*

Media informasi ini tidak hanya menyajikan sebuah gambar dan teks melainkan potongan *clip* contoh dari penggunaan *tools*, tren yang sedang ramai, *trailer* film, *showcase* *cosplay* dan lain-lain agar audiens mendapatkan gambaran secara langsung. Desain *carousel* menggunakan Figma, sedangkan penambahan *clip* menggunakan Capcut. Penulis menambahkan *frame* dengan warna polosan sebagai patokan *chroma key* agar *clip* bisa diterapkan dalam *frame*.

3.3.2.2 Konten Games Instagram Story

Konten *story* diadakan setiap hari Sabtu per minggunya, tujuannya untuk bentuk interaksi dengan audiens melalui *games* yang telah disediakan. Sejauh ini, *games* yang diadakan seperti Bingo, Crossword, *Interactive Imaginary Story*, tebak gambar, dan sebagainya. Konten *story* membutuhkan waktu yang lebih singkat daripada konten lainnya. Sedangkan untuk referensi visual, penulis mengambil inspirasi *layout* dari Pinterest.



Gambar 3.19 Referensi Konten *Story*

Proses pembuatan konten *story* diawali dengan menyediakan alternatif konsep konten melalui diskusi rapat mingguan dan *script writing*. Desain menggunakan Figma, menyesuaikan ukuran *instagram story* yaitu 9:16. Konten biasanya diawali dengan narasi teks beserta maskot FUOMO, Fuyuko, untuk menjelaskan konteks *games* dan diakhiri dengan CTA.

Contohnya, pada game pencarian kata, penulis menyediakan *space* kosong di kotak putih untuk mengisi kata-kata yang bisa audiens temukan. *Headline* ditempatkan di bagian atas sebagai judul *game*, sedangkan untuk *body text* di bagian bawah adalah informasi kepada audiens untuk menambahkan *template game* dengan fitur ‘*Add Yours*’ di Instagram pada *story* akun mereka dan tag akun Instagram FUOMO agar bisa di-repost.



Gambar 3.20 Contoh *Gameplay* Konten Instagram *Story*

Begitupun dengan *games* lainnya, mayoritas mengikuti referensi *template* yang biasa dipakai dari desain lainnya di *platform* Pinterest. Penempatan maskot FUOMO dengan teks CTA maupun *Hook* hanya penempatan di dalam *frame/artboard* dan ditambahkan sedikit *drop shadow* agar tidak terlalu *flat*.



Gambar 3.21 Konten Instagram *Story*

Jika sudah finalisasi, konten *games* siap untuk diunggah setiap pukul 13.00 siang pada hari Sabtu. Jadwal unggah dibedakan agar bisa memberi waktu untuk audiens berinteraksi dan *repost* hasil permainan mereka di Instagram resmi FUOMO.

3.3.2.3 Desain Kartu Nama FUOMO

Penulis ditugaskan untuk merancang ulang kartu nama FUOMO yang sebelumnya terlihat lebih polos. Desain yang dibutuhkan terkesan elegan dan formal namun tidak terlalu condong ke gaya korporat. Maka dari itu, penulis memberi 3 alternatif desain sesuai permintaan dari BOD dan *supervisor*. Penulis lalu menerapkan konsep minimalis namun tetap ada aksen dari *branding* FUOMO sebagai *digital platform* sebagai *hint* kreativitas dari *brand value* FUOMO.



Gambar 3.22 Referensi Desain *Namecard* FUOMO

Setelah pencarian referensi, penulis langsung eksekusi desain *namecard* di Figma dengan ukuran 1050x600. Alternatif pertama, penulis mengikuti desain kartu nama sebelumnya, hanya saja ditambah elemen garis agar tidak terlalu polos. Alternatif kedua, penulis menambahkan elemen *shape* segitiga yang menggambarkan kursor *mouse*, seperti yang ada di logo FUOMO. Terakhir, alternatif ketiga, ukuran *font* tidak terlalu besar dibandingkan alternatif lainnya dan gradasi pada tampilan depan kartu nama untuk memberikan kesan yang elegan dan *clean*.



Gambar 3.23 Desain *Namecard* FUOMO

Dari ketiga alternatif, alternatif nomor 2 yang dipilih sebagai desain *final* dan siap untuk dicetak di kemudian hari. Konsep pada alternatif 2 lebih menggambarkan citra FUOMO sebagai *digital platform* dengan *shape* yang berbentuk *cursor* segitiga seperti yang ada

di logonya. Untuk palet warna, penulis mengikuti palet warna resmi FUOMO yaitu merah dan putih.

3.3.2.4 Flyer Promosi FUOMO

Penulis ditugaskan membuat *flyer* promosi FUOMO untuk di-*broadcast* kepada kreator-kreator sebagai ajakan untuk bergabung ke FUOMO untuk menjual karya-karya mereka. Pada *brief*, gaya visual mengikuti *flyer* korporat dengan sentuhan banyak aset visual daripada teks dan penekanan pada informasi ‘3% Komisi’. Proses desain menggunakan Figma untuk keseluruhan.



Gambar 3.24 Referensi Desain *Flyer* FUOMO

Pada desain awal, penulis masih fokus terhadap isi teks dan tidak terlalu menekankan *keyword* wajib ‘3% Komisi’ pada *flyer* dan juga deskripsi pada penjelasan penawaran dari FUOMO terlalu panjang. Sehingga dilakukan revisi untuk mempersingkat deskripsi dan penempatan *keyword* wajib agar audiens dapat fokus ke poin utama yang menekankan tawaran komisi dari FUOMO.



Gambar 3.25 Desain *Flyer* FUOMO

Kemudian, penulis memberi 2 alternatif dengan penambahan penekanan pada *keyword* dengan ukuran *font* yang besar dan warna terang untuk mengarahkan fokus audiens. Sebelum finalisasi, *polling* dilakukan oleh *intern* lainnya dan *supervisor*, mayoritas memilih alternatif 2 yang menjadi desain *final* dan siap untuk dipakai untuk disebarluaskan secara daring.

3.4 Kendala dan Solusi Pelaksanaan Kerja

Pelaksanaan program magang 4 bulan yang telah dijalani oleh penulis di FUOMO sangat berarti. Penulis mendapatkan wawasan dan pengalaman baru yang tidak diketahui sebelumnya dan bisa menjadi pembelajaran untuk kedepannya. Diharapkan dengan pengalaman dan wawasan yang penulis telah dapatkan selama melaksanakan magang di FUOMO, bisa membawa penulis ke jenjang karir yang lebih tinggi. Dalam dunia kerja, tentu tidak semuanya berjalan dengan sempurna. Adapun kendala yang penulis hadapi selama melaksanakan program magang ini dan juga solusi yang penulis terapkan.

3.4.1 Kendala Pelaksanaan Kerja

Ada beberapa kendala yang penulis tidak jarang alami selama bekerja sebagai *social media intern*. Hal-hal yang akan disebutkan mencakup komunikasi, *burnout*, dan manajemen waktu. Dengan demikian, penulis menjabarkan kendala-kendala tersebut sebagai berikut:

1. *Burnout*

Pekerja kreatif tidak luput dari permasalahan *burnout*, ada kalanya penulis merasa stres dan *burnout* karena harus mencari ide kebutuhan konten setiap hari dan juga memikirkan desain yang akan diterapkan ke dalam konten. Bagaimana agar audiens dapat menikmati konten yang penulis suguhkan. Hal ini seringkali menghambat proses penulis untuk mengusulkan ide atau sekadar desain kebutuhan konten FUOMO.

2. Komunikasi

Seringkali terjadi kesalahpahaman mengenai komunikasi antar *supervisor* dengan penulis melalui *platform* daring, karena keterbatasan pemahaman *tone* penulisan. Sehingga penulis harus memastikan kembali apa yang dimaksud oleh *supervisor* ataupun *intern* lainnya. Serta keterlambatan dalam membalas pesan karena sedang dalam perjalanan atau terlalu fokus mengerjakan tugas.

3. Manajemen Waktu

Karena pelaksanaan magang dilakukan secara *Work From Home* (WFH), penulis seringkali merasa terdistraksi oleh kegiatan-kegiatan lain atau terlalu mengejar waktu sampai lupa beristirahat. Distraksi di rumah penulis cukup mengganggu kegiatan magang penulis. Distraksi tersebut terkadang memakan waktu yang cukup banyak.

3.4.2 Solusi Pelaksanaan Kerja

Setiap kendala tentu ada solusinya, solusi yang diterapkan penulis tidak langsung datang begitu saja, tapi dengan seiring waktu pelaksanaan magang berjalan. Walaupun solusi ini belum sepenuhnya bekerja dengan baik terhadap kinerja penulis, setidaknya mengurangi kendala-kendala yang dihadapi. Adapun solusi yang penulis terapkan untuk permasalahan *burnout*, komunikasi, dan manajemen waktu dengan sebagai berikut:

1. *Burnout*

Untuk mengatasi *burnout*, penulis mencari suasana atau inspirasi baru di dunia luar. Misalnya, tidak hanya terus-terusan berdiam di dalam rumah namun juga mencari suasana kerja baru di kafe. Lalu mencari inspirasi di pameran seni, museum, atau galeri seni sebagai dorongan untuk improvisasi.

2. Komunikasi

Jika ada kata-kata kurang dipahami, penulis tentu akan bertanya kembali kepada *supervisor* atau *intern* lainnya untuk memastikan permintaan mereka. Sedangkan untuk keterlambatan membalas, penulis akan menyempatkan waktu bersinggah untuk membalas jika sedang dalam perjalanan atau beristirahat sebentar ketika sedang terlalu fokus. Serta, berdiskusi melalui rapat daring agar komunikasi lebih lancar dan mudah dipahami oleh penulis.

3. Manajemen Waktu

Penulis melakukan teknik *time locking* supaya alur kerja dapat teratur dan tidak terlalu kewalahan. Misalnya, untuk mengisi energi sebelum berkegiatan pada pukul 08.30–09.30 lalu mulai bekerja pada pukul 10.00. Sedangkan untuk distraksi, kurang lebih sama dengan permasalahan *burnout*, penulis akan mencari suasana baru seperti di kafe atau tempat yang damai.