

BAB III

PELAKSANAAN KERJA

3.1 Kedudukan dan Koordinasi Pelaksanaan Kerja

Dalam bagian ini, penulis akan menjelaskan mengenai proses kerja selama menjalani praktik magang di perusahaan BIG Group Indonesia. Selama masa magang, penulis ditempatkan di divisi *marketing communication* sebagai *graphic design intern* yang ditugaskan membantu dalam pembuatan materi desain serta produksi konten pada platform media sosial yakni *Instagram*. Setiap proyek yang dikerjakan dilakukan dengan berkoordinasi secara rutin dengan Pembimbing magang, mulai dari menerima arahan, menyusun konsep, hingga melakukan revisi yang diperlukan. Dari proses tersebut, penulis memperoleh pemahaman mengenai alur kerja yang profesional serta standar komunikasi yang berlaku di perusahaan BIG Group Indonesia.

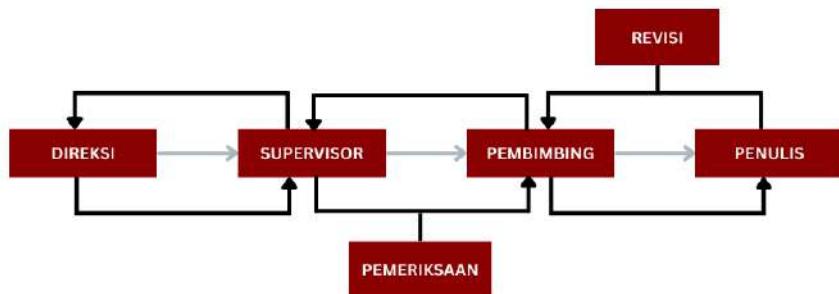
3.1.1 Kedudukan Pelaksanaan Kerja

Penulis melaksanakan program magang di BIG Group Indonesia, perusahaan tersebut bergerak di bidang *property*. selama magang, penulis ditempatkan pada divisi *marketing communication* dengan posisi *media social*. dalam struktur kerja perusahaan, penulis berada dibawah koordinasi langsung pada divisi terkait dan bertugas mendukung kegiatan pengelolaan konten digital, khususnya pada perancangan serta pengembangan desain konten untuk media sosial perusahaan pada proyek yang dikelola di platform *instagram*, pada kedudukan ini penulis diberikan kesempatan untuk memahami alur kerja profesional di lingkungan perusahaan serta berkontribusi dalam proses kreatif dan strategi komunikasi visual perusahaan.

3.1.2 Koordinasi Pelaksanaan Kerja

Pada tahap ini, penulis menjelaskan alur kerja yang berlangsung dalam pelaksanaan kegiatan magang di BIG Group Indonesia. Penjelasan ini mencakupi proses penerimaan arahan, pelaksanaan tugas, hingga tahap pemeriksaan ataupun revisi yang dilakukan sesuai dengan struktur organisasi

perusahaan pada alur kerjaan tersebut juga dilengkapi dengan pembagian bagan tersebut berfungsi memberikan gambaran yang lebih jelas tentang struktur kerja dan sistem komunikasi yang diterapkan selama periode magang penulis. Alur koordinasi ini dapat pula dilengkapi dengan bagan alur kerja seperti contoh di bawah ini:



Gambar 3.1 Bagan Alur Koordinasi

Berdasarkan gambar 3.1 penulis memiliki kedudukan sebagai *graphic design intern* dimana kedudukan penulis berada dibawah *supervisor marketing communication* dan pembimbing saya yang merupakan *staff* di bidang *senior design graphic*, pada alur kerja tersebut akan berawal pada direksi dan *supervisor* yang menetapkan strategi komunikasi serta menentukan arah kerja pada divisi terkait, kemudian *supervisor* memberikan penugasan kepada pembimbing magang yang berperan sebagai penghubung teknik dalam proses pengerjaan, selanjutnya pembimbing akan memberikan arahakan kepada penulis untuk melaksanakan pembuatan desain konten sesuai dengan kebutuhan, sehingga setelah selesai pengerjaan, hasil desain tersebut akan diberikan kepada pembimbing untuk pemeriksaan sebelum diteruskan kepada *supervisor* untuk evaluasi lebih lanjut. Jikalau penulis diarahkan untuk merevisi, maka dari *supervisor* akan menyampaikan kepada penulis langsung untuk bertindaklanjutkan revisian tersebut, sehingga hasil kerja dapat memenuhi standart perusahaan, serta keseluruhan proses dapat dijalankan secara terstruktur sesuai dengan sistem kerja yang berlaku di BIG Group Indonesia.

3.2 Tugas yang Dilakukan

Selama masa magang ini, penulis mengikuti berbagai tugas yang diberikan oleh pembimbing di tempat kerja sesuai dengan kebutuhan *marketing*, serta jadwal kerja yang telah ditetapkan dan seluruh aktivitas penulis selama magang dilakukan secara dokumentasi melalui *daily talks*, pada aktivitasnya, penulis Menyusun laporan tersebut secara terstruktur dan melalui rangkaian tersebut, penulis memperoleh pengalaman langsung dalam lingkungan profesional serta pemahaman yang lebih mendalam mengenai proses kerja di bidang kreatif, table dibawah ini merupakan rincian keseluruhan tugas selama masa magang berlangsung.

Tabel 3.1 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Magang

Minggu	Tanggal	Proyek	Keterangan
1	14-18 Juli 2025	Pesona elok, Green cibarusah	<ul style="list-style-type: none">- Merancang desain digital <i>cover book</i> pada beberapa proyek.- Observasi lokasi Pesona Elok & Mendesain SOP pada unit rumah tersebut.
2	21-24 Juli 2025	Casa Laverde, Pesona Elok	<ul style="list-style-type: none">- Melakukan perancangan desain digital marketing untuk proyek <i>open house</i> Casa laverde di <i>story Instagram</i>.- Terlibat dalam proses dokumentasi sekaligus menjadi bagian dari tim pelaksana acara pembukaan unit Pesona Elok.
3	28 - 31 Juli 2025	Pesona Elok	Merancang materi desain <i>digital marketing</i> untuk kampanye promo spesial 17 Agustus di Instagram sebagai bagian dari strategi promosi Pesona Elok.

4	01– 05 Agustus 2025	Pesona elok, Villa rosa, Citra Elok, dan Casa Laverde @Villa Bukit Tirtayasa.	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Editing motion</i> video Villarosa untuk konten promosi <i>event</i> Kemerdekaan. - cover untuk konten <i>QnA</i> pada <i>story background</i> beberapa proyek.
5	06- 08 Agustus 2025	Pesona elok, Villa rosa, Citra Elok, dan Casa Laverde @Villa Bukit Tirtayasa.	Meracang desain pada <i>single page</i> desain konten 17 Agustus dalam beberapa proyek.
6	11- 15 Agustus 202	Villa Rosa, Citra elok, & Pesona Elok	<ul style="list-style-type: none"> - Merancang desain dengan format <i>Single post</i> pada proyek Villarosa, Pesona Elok, Citra Elok, - Mendokumentasi akad pada proyek Villarosa. - Merancang desain pada promosi event Merdeka dalam format single image.
7	19-22 Agustus 2025	Green Cibarusah Residences	Penulis ikut serta dalam pembuatan caption dan melakukan perancangan dalam format <i>carousel</i> pada proyek <i>Green Cibarusah Residences</i> .
8	26 - 28 Agustus 2025	Villa Rosa & Citra Elok	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat <i>editing Video soft selling</i> Villa Rosa dan melakukan dokumentasi akad pada proyek Villa Rosa. - Merancang konten dalam format <i>single page</i> pada proyek Citra Elok.
9	01- 04 September 2025	BIG Group Indonesia	Membuat <i>editing motion</i> pada logo perusahaan yakni BIG Group Indonesia.

10	08 - 12 September 2025	Casa Laverde @Villa Bukit Tirtayasa, Citra Elok	Merancang desain pada promosi <i>event</i> Merdeka dalam format <i>single image</i> .
11	15 - 19 September 2025	Green Cibarusah Residences, & Pesona Elok	Merancang lima desain pada format <i>carousel</i> pada proyek Pesona Elok dan Green Cibarusah Residences.
12	22 - 26 September 2025	Pesona Elok & Citra Elok	<ul style="list-style-type: none"> - Merancang desain <i>single post</i> untuk pada proyek Pesona Elok. - Merancang tiga konten <i>story</i> untuk kebutuhan <i>open house</i> dan format <i>carousel</i>.
13	30 Sept - 3 Oktober 2025	Casa laverde @Villa Bukit Tirtayasa, Pesona Elok & Villa Rosa	Merancang <i>Funpage</i> desain untuk <i>platform facebook</i> untuk beberapa proyek.
14	6 - 10 Oktober 2025	Green Cibarusah Residences, Citra Elok & Casa laverde @Villa Bukit Tirtayasa	<ul style="list-style-type: none"> - Merancang desain <i>single page</i> untuk Green Cibarusah dan Citra Elok, desain <i>carousel</i> untuk Casa Laverde. - merancang beberapa konten promosi <i>open house</i>.
15	13 - 16 Oktober 2025	Green Cibarusah Residences & Pesona Elok	<ul style="list-style-type: none"> - Merancang desain dalam format <i>Carousel</i> untuk proyek Green Cibarusah Residences. - Merancang desain <i>voucher</i> untuk proyek Pesona Elok.
16	20 - 24 Oktober 2025	Citra Elok & Casa laverde @Villa Bukit Tirtayasa	<ul style="list-style-type: none"> - Melakukan <i>editing Motion</i> pada konten hari pahlawan. - Merancang desain <i>story</i> pada <i>open house</i> dalam beberapa proyek

17	27 - 31 Oktober 2025	Pesona Elok	Penulis mengikuti Gladiresik pada <i>event</i> Pesona Elok dan menjadi anggota dokumentasi pada acara tersebut.
18	3 - 6 November 2025	Villa Rosa & Pesona Elok	Merancang desain carousel dan <i>story</i> konten promo <i>event</i> pada proyek tersebut.
19	10 – 14 November 2025	Pesona Elok & Green Cibarusah Residences	Merancang desain <i>story</i> pada konten <i>open house</i> .
20	17 - 21 November 2025	Villa Rosa	Merancang desain dalam format carousel pada konten <i>soft selling</i> .
21	25 - 28 November 2025	Citra Elok	Merancang desain dalam format <i>carousel</i> & <i>single page</i> pada konten <i>Hard selling</i> & <i>Promotion</i> pada proyek Citra Elok

3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja

Selama melakukan praktek magang, penulis yang memiliki kedudukan sebagai intern di divisi *Marketing Communication* bertanggung jawab dalam pembuatan desain di *social media* seperti membuat design dalam *platform instagram* dalam berbagai format seperti *single image*, *carousel*, *grid design*, *reels* video maupun dalam bentuk *story instagram* yang telah diberikan dalam bentuk *content planning*, penulis juga terkadang membantu dalam penyusunan *copywriting* pada konten perancangan, lalu setelah melakukan perancangan tersebut akan diberikan kepada pembimbing, yakni veren untuk pengecekan yang akan dilanjutkan kepada *supervisor*, untuk proses akhir sebelum akhirnya diunggah ke *platform Instagram* pada proyek-proyek yang telah dirancang dan keseluruh pengerjaan digunakan dalam 4 aplikasi yakni *Adobe Photoshop*, *Adobe Ilustrator*, *Adobe after effect* dan *capcut*, Berikut merupakan uraian tugas yang dilakukan penulis selama magang di BIG Group Indonesia.

3.3.1 Proses Pelaksanaan Tugas Utama Magang

Selama masa magang, penulis terlibat dalam proses perancangan konten desain untuk berbagai proyek di perusahaan. Dari keseluruhan pengalaman tersebut, penulis menetapkan pembuatan konten *social media* sebagai tugas utama yang paling menonjol selama menjalankan kegiatan magang. Hasil desain yang dikerjakan juga telah dipublikasikan melalui akun Instagram perusahaan sebagai bagian dari strategi *digital marketing*.

3.3.1.1 Perancangan *Social Media* dalam *Platform Instagram*

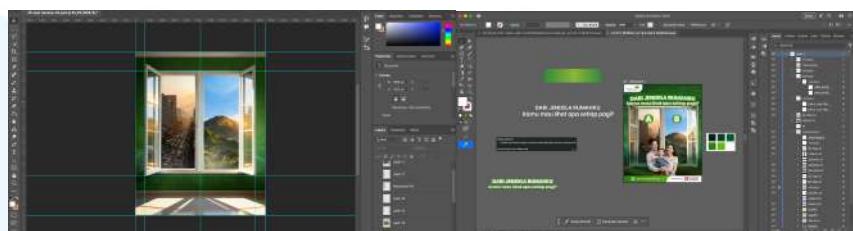
Pada tahap ini, penulis menjelaskan proses perancangan pada proyek Pesona Elok, Villa Rosa Karawaci, Casa Laverde @villa Bukit Tirtayasa, Citra elok dan Green Cibarusah residences. Selama perancangan media digital tersebut, penulis diberikan persetujuan untuk menggunakan *Artificial Intelligence (AI)* pada karya-karya yang didesain dalam pembuatan aset tersebut dan hal ini membuat penulis terlibat dalam pembuatan desain dengan format yang berbeda-beda seperti *single image, carousel* dan *story* pada *Instagram*. Pada desain yang telah dihasilkan menggunakan prinsip-prinsip DKV, seperti *visual hierarchy, balance, contrast*, dan *unity*, sehingga mampu menyampaikan informasi pemasaran secara jelas sekaligus menarik secara visual. Berikut merupakan proses karya yang ditampilkan dalam laporan tersebut menjadi representasi kualitas terbaik selama masa magang, baik segi konsistensi branding, ketepatan pesan dan keunggulan visual.





Gambar 3.2 key visual pada proyek perusahaan

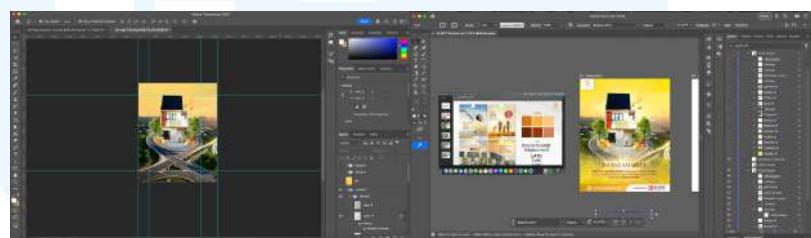
Dalam perancangannya, penulis menggunakan acuan *key visual* pada setiap proyek yang telah diterapkan oleh perusahaan. Dalam keyvisualnya terdapat referensi gambar, *color pallete* dan tipografi sebagai acuan untuk proses perancangan dan akan disesuaikan lagi dengan konsep atau konten pada masing- masing proyek. Pada pengguna *color pallete* berfungsi sebagai acuan dari setiap proyek untuk merepresentasikan konsep pada huniannya dan ketentuan pemilihan tipografi untuk menjaga keterbacaan pada informasi yang dengan memperkuat identitas visual agar mudah dikenali oleh audiens pada setiap proyek tersebut.



Gambar 3.3 proses perancangan pada proyek pesona elok konten *softselling*

Dalam proses pembuatan, penulis memulai mengedit di aplikasi *adobe photoshop*, aset visual yang diambil merupakan bantuan *artificial intelligence*. Pada tahap pengeditan di *photoshop*, penulis menggunakan *center layout* yang dibantu oleh sistem *grid*, dengan tujuan dalam penataan elemen visual di bagian tengah sebagai fokus utama yang akan menciptakan tampilan rapi dan selanjutnya, setelah selesai proses pembuatan visual maka penulis

akan melanjutkan ke aplikasi *Adobe Illustrator* dalam menfinalisasi desain tersebut dengan memberikan beberapa elemen grafis pendukung yang bersumber dari aset freepik dan dilanjutkan penyusunan tipografi menggunakan *font sans serif* yakni Poppins sebagai *headline* dan juga *subheadline*, agar memberikan kesan modern dan mudah dibaca dan dalam pemilihan warnanya menggunakan turunan warna dari *keyvisual* proyek tersebut sehingga desain akhirnya tetap konsisten dengan identitas visual sebagai kebutuhan *digital marketing* proyek tersebut.

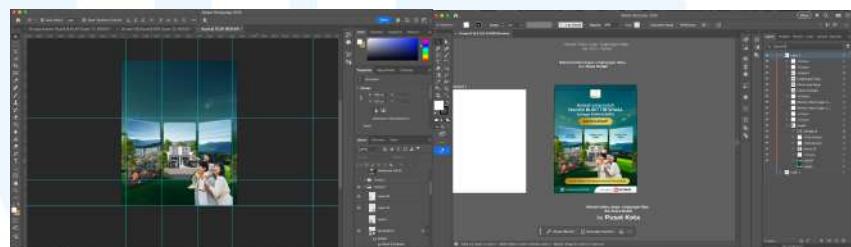


Gambar 3.4 proses perancangan pada proyek villarosa konten *softselling*

Dalam proses pembuatan, penulis juga memulai dengan aplikasi *adobe photoshop* dalam mengedit visualnya, pada pembuatan *object* penulis mengambil dari aset freepik dan pada background menggunakan bantuan *artificial intelligence* untuk mempermudah penulis lalu dalam mengedit *object*-nya penulis menggunakan *adjustment* pada *curves* untuk mengatur cahayanya dan *colour balance* agar terlihat lebih nyata dan selanjutnya pada penyusunan *layout*-nya, penulis menggunakan *modular layout* yang dibantu oleh *grid* dengan memberikan fokus utama secara vertical agar lebih seimbang dan fokus dalam menarik perhatian *audiens* di media sosial.

Selanjutnya setelah pembuatan visualnya selesai, penulis akan melanjutkan finalisasinya di *adobe illustrator* dan dalam pembuatannya mengikuti aturan yang ada *keyvisual* proyek tersebut, seperti pemilihan tipografi dan warna. Dalam penyusunan

tipografinya menggunakan *font* Belgiano Serif sebagai *headline* untuk memberikan kesan elegan dan pada *subhead*-nya menggunakan *font* Lato agar tingkat keterbacaannya lebih baik, pada memilih tersebut penulis mengikuti aturan yang ada *keyvisual* proyek tersebut dan selanjutnya dalam pemilihan warna, penulis diberikan arahan agar visualnya menampilkan kesan *luxury* agar tetap mencerminkan identitas pada proyek tersebut yang *premium* kepada *audiens*.

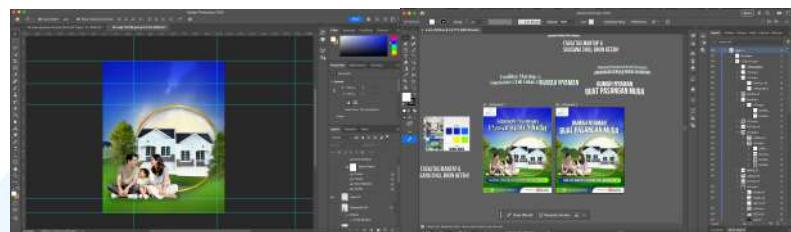


Gambar 3.5 proses perancangan pada proyek casalaverde @villa bukti tirtayasa konten *softselling*

Pada proses pembuatannya dengan format *single image* pada proyek *softselling*, penulis menggunakan aplikasi dalam *adobe photoshop* dalam pembuatannya dan memilih menggunakan modular *layout* dengan peletakan visual pada center yang dibantu oleh *grid* agar dapat membantu dalam penataan elemen visual agar tersusun rapi. Fokus utama di tengah visual merupakan object bangunan sebagai produk utama, sementara elemen pendukung seperti visual lingkungan dan juga *figure* keluarga digunakan untuk memperkuat konteks agar memberikan kesan hidup pada desain tersebut.

Selanjutnya dalam finalisasi visual, penulis akan memindahkan ke aplikasi *adobe illustrator* dan pemilihan tipografi menggunakan jenis font raleway dengan mengatur *style*-nya agar tidak terlihat monoton, dengan menekankan kesan *modern* dan ekslusif dengan representasi indentitas proyek tersebut. Pada penyusunan visual tersebut dibuat simetris agar tetap menjaga

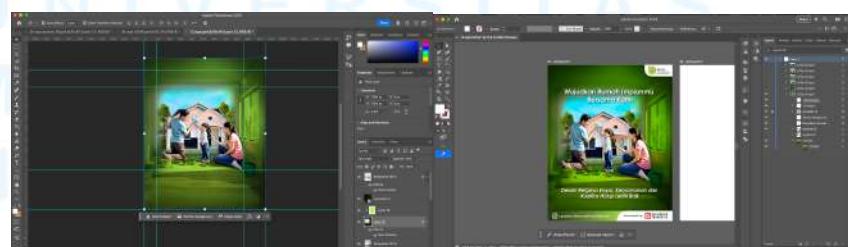
tampilan tetap *clean* dan informasi utama dapat tersampaikan dengan jelas kepada *audiens*.



Gambar 3.6 proses perancangan pada proyek citra elok konten *softselling*

Pada proses peracangannya, penulis memulainya dari aplikasi photoshop dan dengan *layout* yang sama dengan menggunakan layout modular yang dibantu oleh sistem *grid* untuk menjaga kerapian dan keseimbangan. pada konsep visual merupakan produk jual dengan menambahkan lingkaran emas yang memberikan efek *zoom* agar *audiens* dapat notis pada pada *object* utama selain itu, penulis memberikan *object* manusia agar telihat hidup dan memberikan kesan hunian yang nyaman kepada *audiens*.

Pada tahap finalisasi, penulis menggunakan *adobe illustrator* dalam pengelolah elemen grafis, pada proses pembuatannya penulis membuat dua opsi, pada opsi pertama penulis menggunakan *font serif* yakni *font Midland Luxury* dengan memberikan *effect* agar terlihat semi *modern* dan pada opsi kedua, penulis menggunakan font pemilihan yang sesuai dengan keyvisual yakni *Bebas Neue*, dengan tujuan agar desainnya tidak monoton serta tetap konsisten dengan identitas visual yang telah ditentukan



Gambar 3.7 proses perancangan pada proyek greencibarusah residences konten *softselling*

Proses perancangannya, penulis memulainya dari aplikasi *adobe photoshop* untuk mengedit visual pada proyek tersebut. dengan menentukan *layout*-nya dengan bantuan *grid* dan pada konsepnya penulis membuat seperti dinding rumah yang di cat dan memberikan visual produk jual dan memberikan warna hijau untuk *background* dengan menggunakan *effect blending mode hard light* berwarna hijau agar tetap menyatu dengan latar awal pada visual tersebut dan tidak menutup elemen lain.

Selanjutnya, pada tahap finalisasi penulis menggunakan *adobe illustrator* dalam pengelolahan elemen seperti penyusunan headline yang menggunakan *font TeX Gyre Adventor* dengan mengatur *style* pada font tersebut agar tidak monoton dan tetap konsistensi pada identitas visual yang ditentukan.



Gambar 3.8 hasil desain pada format *single image* pada konten *softselling*

Pada konsep perancangan, penulis mendesain dengan format *single image*, dengan diawali melihat *content planner* yang telah diarahkan oleh *supervisor* sebagai acuan konten yang akan didesain. Selanjutnya, penulis menentukan visual gambar dengan menggunakan aset melalui *website freepik* dan juga aset dari

artificial intelligence dari website *dreamina*, hal tersebut bertujuan agar mempercepat ritme dalam penggerjaan tersebut dan tentunya perancangan tersebut harus relevan dengan konten *copywriting* yang tersedia dan konsistensi menggunakan visual kekeluarga sebagai aset dikarenakan target *audiens* ditujukan kepada orang telah memiliki keluarga kecil dengan segmentasi yang berbeda- beda pada setiap proyek perusahaan, dan selanjutnya hasil dari rancangan desain penulis akan dievaluasi kepada pembimbing dan dilanjutkan ke *supervisor* dalam memastikan konsistensi pada *visual guideline* serta kesesuaian pesan yang disampaikan.



Gambar 3.9 proses perancangan pada proyek pesona elok konten *hardselling*

Pada proses pembuatannya, penulis menggunakan aset yang udah pernah digunakan dan ini merupakan konten *hardselling* dimana menggunakan hierarki visual agar *audiens* dapat mengerti dalam alur informasi dengan dimulai dari atas ke bawah kemudian memerikan visual seperti icon map pada visual rumahnya agar menjadi fokus utama di visual tersebut, dan diikuti informasi dan juga CTA, pada penerapan ini, penulis menggunakan prinsip *rule of hierarchy* yang memprioritaskan informasi utama pada konten tersebut dan menerapkan kontras warna pada *headline* agar lebih menonjol dan diikuti dengan elemen- elemen informasi lainnya hal ini membuat rapi dan mudah dipahami oleh *audiens*.



Gambar 3.10 proses perancangan pada proyek Villarosa pada konten *hardselling*

Pada proses perancangan konten ini, lebih berfokus pada pesan promosi yang persuasif terhadap *audiens*, dan visualnya lebih memberikan *object* kerluarga agar membangun kedekatan emosional, dengan pemilihan warna yang sesuai dengan karakter proyek tersebut dan *headline* menggunakan *effect* berwarna merah agar menekankan urgensi pada pesan ini dan juga mengikuti konten yang merupakan promosi 17 agustus dimana karakteristiknya merah putih. Pendekatan ini bertujuan agar menjadi daya tarik dalam promosi kepada *audiens* secara *hardselling*.



Gambar 3.11 proses perancangan pada proyek casa laverde @villa bukti tirtayasa pada konten *hardselling*

Pada proses pembuatannya, berfokus pada informasi yang bersifat persuasif dengan menyusun *layout*-nya secara hierarki visual agar informasi utamanya dapat ditangkap langsung oleh *audiens*. Pada konsep visualnya, penulis mengambil aset yang telah ada dan menyusunnya ke aplikasi *adobe illustrator*,

dengan memberikan tampilan rumah sebagai produk jualnya dan visual keluarga sebagai elemen pendukung agar terciptanya kedekatan emosional dengan pemilihan warna yang sesuai dengan *keyvisual* dan menampilkan *headline* yang tegas dengan tujuan mempertegas pesan hard selling untuk pemasaran proyek tersebut.



Gambar 3.12 proses perancangan pada proyek citra elok pada konten hardselling

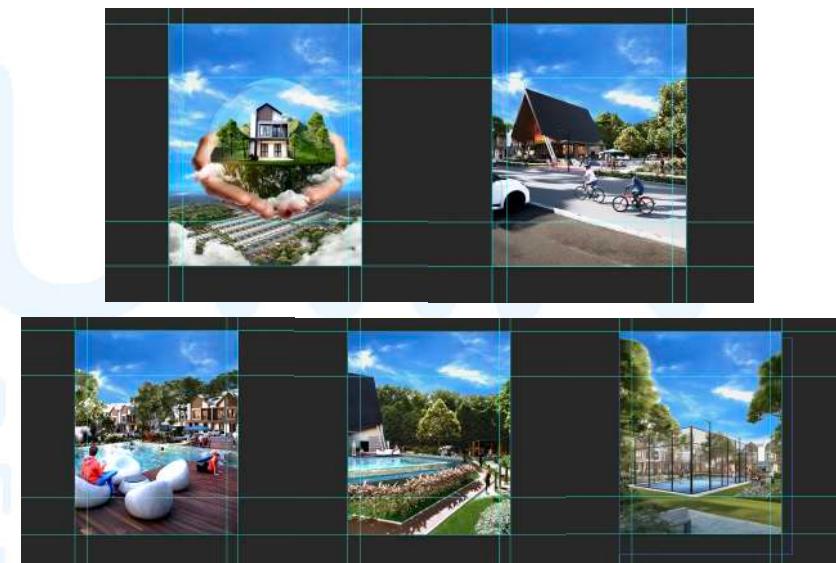
Pada proses perancangannya, penulis menekankan pada informasi dengan memberikan dua opsi alternatif yang *layout*-nya memperhatikan hierarki visual, dimana pada *headlinenya* di tempatkan lebih menonjol diatas agar menarik perhatian audiens diikuti visual produk jual. Dalam pemilihan warnanya penulis mengikuti *keyvisual* pada proyek tersebut, hal ini menciptakan kesan hunian yang nyaman dan *modern*. Pada elemen tambahan, seperti informasi promosi diberikan elemen grafik yang lebih kontras agar mudah dibaca, hal ini bertujuan agar penyampaian pesannya dapat disampaikan secara efektif.

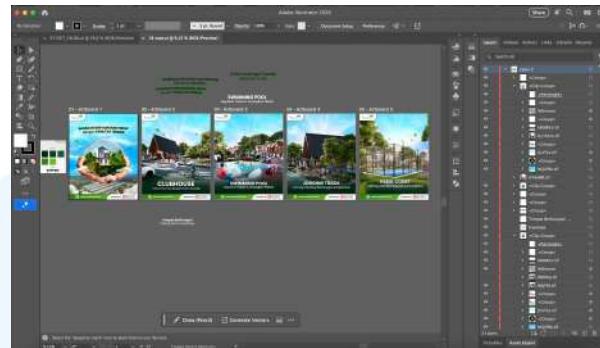


Gambar 3.13 hasil desain pada format *single Image* pada konten hardselling

Dalam jenis konten *hard selling*, penulis akan memulai proses perancangannya dari melihat *content planner* terlebih dahulu agar pesan yang disampaikan sesuai dan tentunya karena konten ini bersifat persuasif seperti informasi promosi, dan penawaran lainnya menjadi pesan utama, penulis lebih menfokuskan *headline* dan subhead sebagai visual utama dalam perancangan tersebut yang bertujuan agar dapat mendorong audiens dalam melakukan tindakan pada konten tersebut.

Pada penyampaian informasi promosi bersifat *to the point* dan persuasif, Oleh karena itu, susunan visualnya dirancang lebih tegas melalui pengaturan *layout* dengan fokus utama di area tengah, serta penggunaan elemen grafis yang mendukung ritme, alur baca, dan keterbacaan keseluruhan pada rancangan visual tersebut. Selanjutnya hasil rancangan akan dievaluasi kepada *supervisor* dan melalui beberapa tahap revisi untuk memastikan pesan promosi tersampaikan secara efektif dan konsisten dengan *brand guideline* perusahaan.





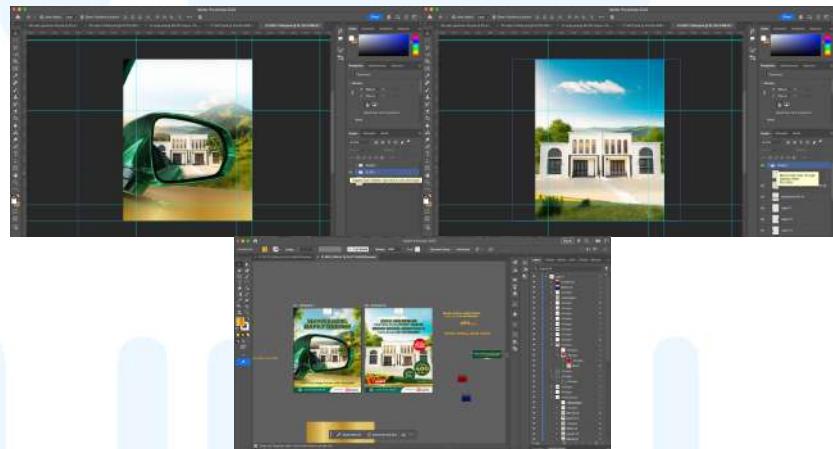
Gambar 3.14 proses perancangan pada proyek pesona elok dengan format *carousel*

Pada proses pembuatannya, penulis membuatnya di adobe photoshop dalam mengedit visual dengan mengatur *adjustment* dan kontras agar terlihat penyatu dan pembuatannya layout menggunakan prinsip *center composition* agar dapat berfokus pada visual dengan memberikan kesan hunian yang aman dengan menvisualisasi *object* tangan yang melindung rumah tersebut dan pada slide selanjutnya, penulis memberikan *whitespace* pada langit agar lebih menonjol pada visualnya tanpa terkesan padat pada setiap visual yang dirancang. Selanjutnya pada tahap finishing, penulis memindahkan ke aplikasi adobe illustrator dengan tujuan menyusun artboard *carousel* secara rapi dengan menyesuaikan tipografi agar tetap menjaga konsistensi konsep pada perancangan tersebut.



Gambar 3.15 hasil desain pada proyek pesona elok dengan format *carousel*

Pada hasil perancangan, penulis memperlihatkan rangkaian visual dengan memberikan pesan secara beralur, dimana *slide* pertama merupakan *cover* pengenalan dan *slide* selanjutnya mengenai keunggulan pada kawasan produk tersebut secara bertahap. Setiap *slide* disusun lagi menggunakan *grid* agar tercipta kesatuan antar konten dengan pemilihan warna pada desain yang mengikuti *keyvisual* pada proyek tersebut agar tetap terjaga identitasnya. Melalui format *carousel* ini, penulis mendapatkan konsep *softselling* dari *content planner* dan hal itu penulis merancang dengan memberikan visual yang emosional tanpa ada penekanan penawaran langsung kepada *audiens*.



Gambar 3. 16 proses perancangan pada proyek casa laverde @villa bukti tirtayasa dengan format *carousel*

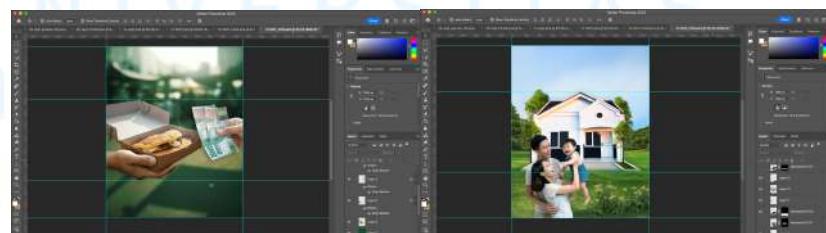
Pada proses pembuatannya, diawali dengan menacri aset dengan bantuan aset di freepik dan bantuan *artificial intelligence* dan selanjutnya, dengan menggunakan aplikasi adobe photoshop dalam mengelolah visual dengan mengatur warna, pencahayaan, dan kontras melalui fitur adjustment agar terlihat nyata dan dapat menarik *audiens* dan selanjutnya menggabungkan visual antara objek rumah dengan latarnya agar terlihat menyatu pada visualnya. Selanjutnya dalam penyusunan layouting dan artboard *carousel* menggunakan adobe illustrator. Pada penyusunannya penulis menggunakan

prinsip *center composition* yang menjadi visual sebagai fokus utama dan *object* seperti headline dan *subheadline* di rancang dengan elemen teks agar dapat memperjelas pesan, dan hal ini tetap mengikuti keyvisual pada proyek tersebut agar tetap mejaga konsistensi pada *digital marketing*.



Gambar 3.17 hasil desain pada proyek casa laverde @villa Bukit Tirkayasa dengan format *carousel*

Pada proses finishing, dirancang dalam format *carousel* yang memberikan pesan secara *to the point*. Pada perancangannya, slide pertama difungsikan sebagai headline provokatif agar dapat menarik *audiens* dengan cepat dan slide selanjutnya merupakan informasi terkait produk jualan dengan menyusun tipografi dalam ukuranya agar tidak terlihat monoton. Pada pemilihan warna dan jenis font merupakan *keyvisual* dari proyek tersebut yakni *headline* dengan font Montserrat dan *subheadline* menggunakan font poppins guna memberikan kenyamanan dalam membaca pada penyusunan konten *carousel*.





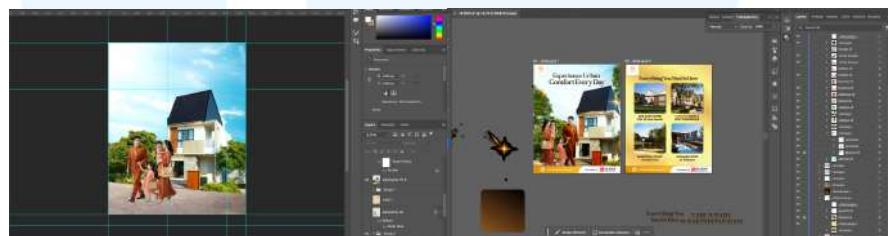
Gambar 3.18 proses perancangan pada proyek green cibarusah residences dalam format *carousel*

Pada prosesnya, tahap awal menggunakan adobe photoshop dalam membuat visual pada setiap *slide* dan menyusun *layout* dengan prinsip *center composition* dimana object utama menjadi fokus utama dalam pesan yang disampaikan dan pada pengelolahan warna yang dominan hijau sebagai identitas proyek tersebut dalam penyesuaian *brightness*, *contrast* dan *colour balance* agar memberikan kesan alami dan menyatu. Setelah penyelesaian visualnya, maka akan dipindah ke adobe illustrator untuk tahap final yang berfokus pada penyusunan tipografi sesuai dengan *content plan* yang telah diberikan dan juga elemen vektor agar lebih kontras. Pada pemilihan tipografinya, menggunakan jenis font Tex Gyre Adventor sebagai *headline* dan *subheadline* dengan menyusun hierarki pada teks tersebut agar pesan yang disampaikan dapat mudah terbaca dan jelas pada visual proyek tersebut.



Gambar 3.19 hasil desain pada proyek Green cibarusah residences dengan format *Carousel*

Pada hasil desain tersebut, dirancang dengan menerapkan alur kerja desain yang lebih detail dibandingkan dengan *single image*, karena setiap *slide* harus memiliki kesinambungan visual sehingga dapat memberikan informasi yang menyambung. Pada pemilihan warna didominasi warna hijau dikarenakan merepresentasi karakter hunian yang masih asri dan sekaligus memperkuat identitas visual proyek. Elemen visualnya menggunakan pendekatan emosional dengan memberikan visual keluarga dan hal ini dapat menarik *audiens* dalam mengajukan informasi secara bertahap.



Gambar 3. 20 proses perancangan pada proyek Villarosa Karawaci dalam format *carousel*

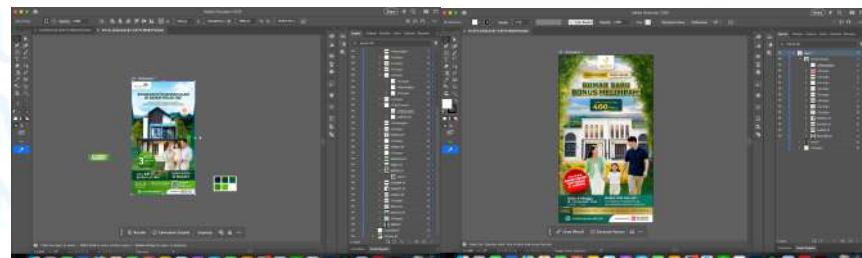
Pada proses perancangannya, dimulai memilih aset yang telah ada seperti produk rumah dan aset visual orangnya dan dilanjutkan menggunakan aplikasi adobe photoshop dan membantu dalam mengedit warna dan kontras agar telihat menyatu dan dibantu oleh *grid* dalam menyusun visualnya dengan menggunakan *layout* modular agar tetap seimbang pada visual lain dengan visual lainnya, penulis memberikan *whitespace* agar menjadi tempat untuk memberikan informasi dan penyusunan tersebut akan dibantu oleh adobe illustrator dalam penyusunannya tipografi dan elemen vektornya difungsikan dengan tujuan agar telihat *luxury*. Pemilihan ini di rancang agar mengikuti identitas pada proyek tersebut.

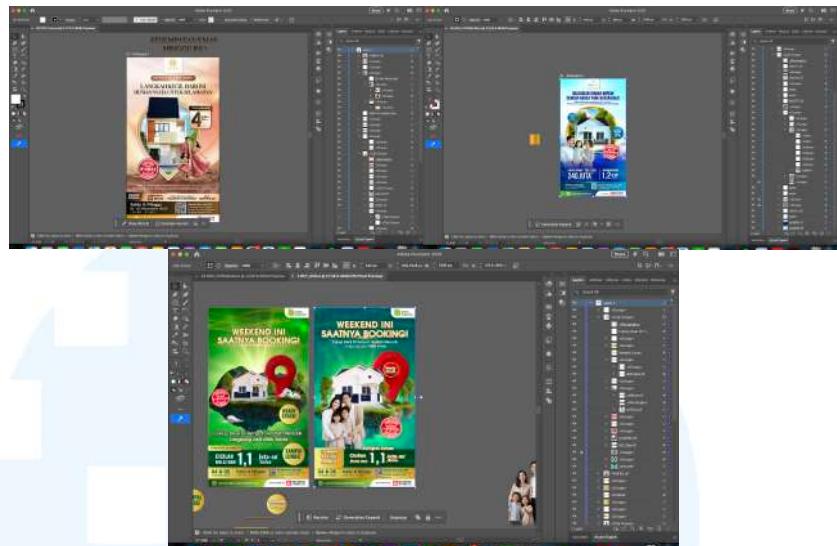


Gambar 3.21 hasil desain pada proyek Villarosakarawaci dengan format *Carousel*

Melalui format perancangan ini, penulis menggunakan pendekatan *storytelling* agar dapat mengikuti alur informasi dengan mudah. *Slide* dirancang lebih menonjol untuk menarik perhatian, kemudian dilanjutkan dengan slide berikutnya yang berfokus pada penyampaian informasi secara terstruktur dan pendekatan ini memastikan bahwa setiap slide tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga efektif dalam mengarahkan audiens sampai ke pesan akhir.

Sementara itu dalam pendekatan visual, penulis menggunakan prinsip *consistency* dan *rhythm*, dimana setiap *slide* tersebut dapat menyatu dengan baik melalui pengulangan bentuk. Sehingga setelah penulis menyelesaikan perancangan tersebut, maka akan dilanjutkan dengan tahap evaluasi dengan memastikan pesan yang berikan telah tepat dan visual yang konsisten dengan *key visual* yang telah ditentukan pada perusahaan tersebut.





Gambar 3.22 proses perancangan setiap proyek dalam format story instagram

Pada proses pembuatannya, menggunakan aplikasi adobe illustrator dalam penyusunan *layout* dan *finishing*, pada penyusunananya penulis menerapkan *rule of thirds* yang mengfokuskan visualnya di tengah *artboard* dan dibantu oleh *grid* dalam merapikan susunan visual. Pada peletakan *headline* wajib di taruk diatas karena akan menjadi *entry point* pada visual tersebut, dan pada informasi pendukung akan berada di bawah visual tersebut, agar dapat seimbang dalam pemberian informasi tersebut.

Pada perancangannya ini, sedikit berbeda dengan perancangan format lainnya dikarenakan perancangan ini di posting secara rutin tiap minggu. Pada informasi yang diberikan mirip dengan pendekatannya menggunakan persuasif karena konten ini merupakan konten *open house* dan dalam satu minggu. Maka penulis akan mengambil waktu untuk membuatnya biasanya dalam satu hari penulis akan membuat 3 proyek dan proyek selanjutnya akan dilanjutkan besoknya.



Gambar 3.23 hasil akhir pada setiap proyek dengan format *story instagram*

Pada perancangan ini penulis diberikan kesempatan dalam pembuatan *copy writing* yang dibantu oleh ChatGPT dan akan di asistensi kepada pembimbing dengan memberikan beberapa opsi pada *per-project* lalu setelah di approve maka penulis akan mengeksekusi rancangan tersebut dengan ketentuan layoutnya yang disusun pada elemen utamanya seperti *headline*, visual dan informasi *open house* dan CTA, *layout* dirancang dengan konsisten visual pada setiap proyeknya namun juga fleksibel jika penulis memiliki ide kreatif lain dengan tetap menyesuaikan *keyvisual* setiap proyek tersebut.

Pada konsep perancangan menggunakan konten *hard selling* yang menekankan urgensi pada konten tersebut, dalam pendekatan visual, penulis mempertahankan konsistensi tipografi, warna dan komposisi yang mengikuti *key visual* brand pada setiap projek Perusahaan dan tahap akhir akan di *review* oleh *supervisor* dengan memastikan informasi yang diberikan telah sesuai dengan *marketing strategy* pada perusahaan.

3.3.2 Proses Pelaksanaan Tugas Tambahan Kerja

Pada bagian ini, penulis memilih empat tugas pendukung desain yang dikerjakan selama magang, ke-empat penugasan yang dipilih memiliki karakteristik berbeda untuk menunjukkan variasi jenis pekerjaan yang penulis tangani selama bekerja di BIG Group Indonesia dan hal ini djelaskan bahwa penulis tidak hanya mengerjakan desain pada sosial media di Instagram namun juga mengerjakan tugas lain yang tetap berhubungan dengan DKV dan hasil yang telah dihasilkan, juga

menjelaskan cara penggerjaan dan metode kerja, serta pertimbangan visual yang digunakan dalam setiap proses desain tersebut, berikut merupakan tugas tambahan penulis.

3.3.2.1.1 Penerapan Motion pada Konten Hari Pahlawan

Pada proyek pertama, penulis mengerjakan tugas *editing motion* untuk konten peringatan hari pahlawan, pada konsep visual, penulis mengambil representasi dari para remaja sebagai simbol pemuda, serta menampilkan visual burung garuda merepresentasi ikon negara Indonesia, pemilihan visual tersebut dikarenakan untuk memperingati hari pahlawan sehingga terdapat makna simbol dan pesan yang disampaikan ke *audiens*. Dalam proses pembuatannya visual, penulis dibantu menggunakan *artificial intelligence* dan pembuatan editingnya menggunakan aplikasi *adobe after effect*, dengan dimulai dari penataan ulang elemen- elemen visual kedalam composition, lalu menentukan alur gerak serta penyesuaian ritme gerakan dengan musik dan suanana yang sesuai dengan tema dan tentunya pada tahap ini penulis memastikan bahwa keseluruhan visual tetap konsisten pada *keyvisual* perusahaan.



Gambar 3.24 editing *Motion* untuk Konten BIG Group Indonesia

Dalam tahap penyempurnaan, penulis melakukan pemilihan beberapa efek pendukung seperti *opacity fade* pada bagian *font*, lalu *position slide* untuk logo- logo perproject untuk memberikan kesan pergerakan yang lebih halus, penulis juga

melakukan *color adjustment* agar visual yang diberikan tampak hangat dan sesuai dengan konsep. setelah itu, penulis juga membuat design untuk *cover* pada *reel instagram*. Ditahap terakhir perancangan ini akan di *review* untuk memastikan konten tersebut telah siap digunakan sebagai materi publikasi di media sosial perusahaan.

3.3.2.1.2 Perancangan Visual Thumbnail FB fanpage

Pada proyek kedua, penulis mengerjakan perancangan visual untuk *thumbnail Fanpage Facebook* yang digunakan sebagai bahan promosi rumah. Proses dimulai dengan membuat layout dalam bentuk horizontal sesuai dengan standar *cover* dan *thumbnail Facebook* dan selanjutnya penulis memilih font, skema warna, serta elemen grafis pada visual perancangan yang sesuai dengan *brand guideline* perusahaan projek tersebut, agar menampilkan ciri khas rumah yang berbeda. Tahap awal juga melibatkan pemilihan foto rumah berkualitas tinggi, penempatan judul yang mudah dibaca, serta penyusunan tata letak yang menonjolkan keunggulan utama rumah tersebut.



Gambar 3.25 proses perancangan pada setiap proyek dengan format *Thumbnail Fanpage Facebook*

Pada proses perancangan, setiap proyek merupakan brief dadakan dari pembimbing untuk kebutuhan *digital marketing* pada *platform facebook*. Pada *brief* tersebut harus

diselesaikan di hari itu juga hal tersebut membuat penulis melatih dalam *respons* desain yang cepat, dengan memhami tujuan konten, pesan utama yang akan diberikan ke *audiens*, walau sifat merupakan dadakan tentu penulis tetap melakukan strategi awal dalam membuat konsep visual hingga ke penyelesaian desain dengan karakteristik *platform* tersebut.

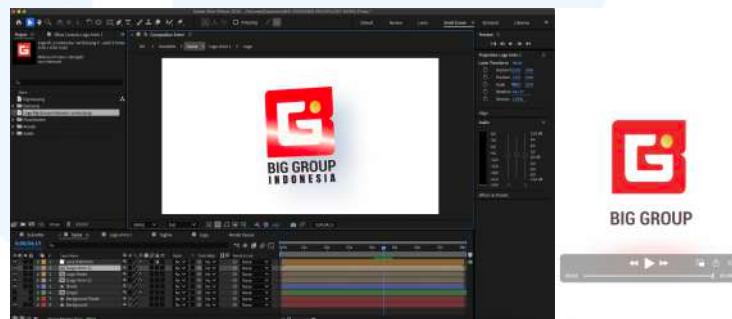


Gambar 3.26 hasil akhir dari setia proyek dengan format *thumbnail fanpage*

Pada tahap penyempurnaan, Penulis menerapkan teknik photo enhancement, seperti *color correction* dan *exposure balancing*, agar foto hunian terlihat lebih hidup dan nyaman dan melakukan penyesuaian dilakukan pada *gradient*, *shape overlay*, dan elemen pendukung untuk menjaga ritme visual dilihat dan di penulis menggunakan aplikasi *Adobe Photoshop* dalam proses tersebut dan dilanjutkan penataan *layout* seperti memastikan informasi dapat jelas dilihat oleh pengguna *Facebook* dengan mengatur kejelasan tipografi agar *headline*, harga, dan CTA tampil dengan jelas dengan format horizontal dan hal ini penulis menggunakan tools *Adobe Ilustrator*. Hasil akhir berupa rangkaian thumbnail yang siap digunakan sebagai aset promosi digital dan mampu memperkuat identitas brand perusahaan di platform media sosial.

3.3.2.1.3 Penerapan Motion pada logo Big Group Indonesia

Pada tahap ini, penulis mendapatkan tugas untuk membantu pembimbing dalam pembuatan motion pada logo BIG Group Indonesia, yang nantinya digunakan sebagai aset *footage* pada *video* utama dan proses pembuatan visual dilakukan menggunakan aplikasi *Adobe After Effects*. Penulis memulai dengan menentukan komposisi elemen logo agar selaras secara visual. Setelah itu, dilakukan pengaturan layer dan penentuan alur gerak sebagai dasar pembentukan motion yang akan diterapkan pada logo.



Gambar 3.27 Pembuatan *editing motion* untuk pengenalan pada logo baru Perusahaan

Dalam proses pembuatannya, penulis membuat konsep dengan memberikan kesan professional dan *modern* yang merupakan identitas dari pengenalan logo baru pada Perusahaan, dan dalam pembuatannya, penulis diberikan *template editing* yang telah disediakan oleh pembimbing. Melalui template tersebut, penulis hanya perlu merapikan struktur keyframe, memperhalus pergerakan animasi, serta menambahkan sentuhan penyesuaian agar motion yang dihasilkan terlihat lebih stabil. Setelah tahap penyempurnaan selesai, hasil akhir kemudian diserahkan kembali kepada pembimbing untuk proses integrasi ke dalam video utama.

3.3.2.1.4 Dokumentasi Acara Pesona Elok Berbagi Berkah

Pada kegiatan dokumentasi acara tersebut, penulis menggunakan kamera Sony DSLR hal Ini memungkinkan mereka mendapatkan gambar yang lebih jelas. Dalam proses pengambilan gambar dilakukan dengan menerapkan pengaturan teknis yang telah dipelajari pada mata kuliah fotografi, seperti penyesuaian *ISO*, *aperture*, dan *shutter speed* sesuai kondisi pencahayaan di lapangan. pengambilan foto tersebut di peroleh saat selama perkuliahan membantu penulis dalam menentukan komposisi, sudut pandang, serta momen yang tepat, sehingga hasil dokumentasi mampu merepresentasikan suasana acara dengan baik dan komunikatif.



Gambar 3.28 Kegiatan dokumentasi di perumahan Pesona elok

Hasil dari proses pengambilan gambar tersebut akan dipilih dan disesuaikan untuk memenuhi kebutuhan publikasi dan arsip internal pada perusahaan. Pada pengambilan gambar ini digunakan secara langsung, yang memberi penulis pemahaman dan pengalaman yang lebih baik tentang bagaimana dokumentasi acara dalam konteks pekerjaan di perusahaan dan mengelola visual pada event yang lebih terorganisasi dan profesional pada sebuah dokumentasi acara.

3.4 Kendala dan Solusi Pelaksanaan Kerja

Pada tahap ini, penulis akan menjelaskan terkait kendala yang dialami saat melakukan magang dan solusi yang dilakukan atas kendala tersebut ketika menjalankan program magang di BIG Group Indonesia dan bagaimana menghadapi kendala tersebut yang muncul saat pelaksanaan program magang dan hal tersebut menjadi bagian penting dari proses pembelajaran yang membantu penulis meningkatkan *skill*.

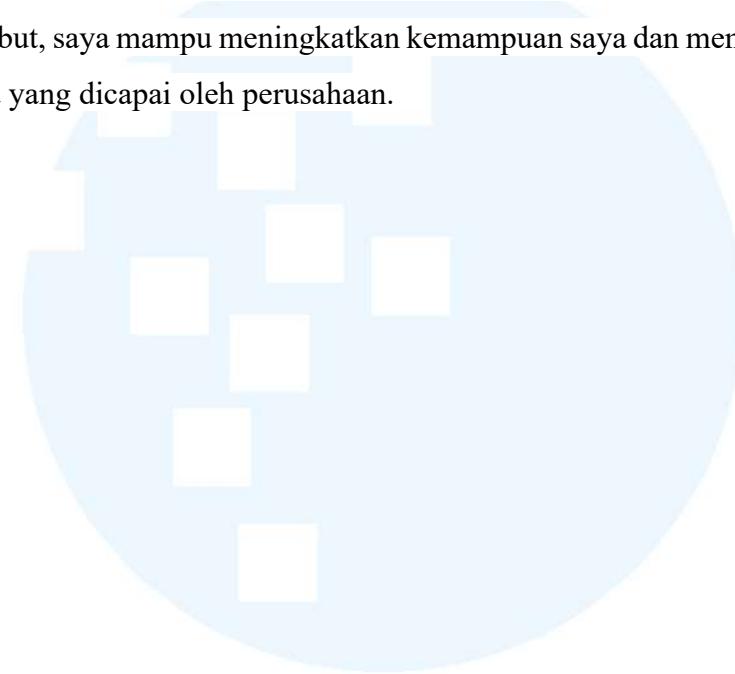
3.4.1 Kendala Pelaksanaan Kerja

Kendala yang dialami penulis selama menjalani magang di BIG Group Indonesia, penulis mengalami beberapa kendala yang berkaitan dengan alur proses kerja dan tuntutannya. Salah satunya adalah timeline perancangan desain yang perlu dipatuhi, termasuk tugas selesai minimal satu desain sehari. Selain itu, penulis harus belajar manajemen waktu dengan lebih bagus agar bisa menyeimbangkan antara proses eksekusi visual, dan revisi dari atasan. Kendala lain adalah keterbatasan pengetahuan yang dimiliki dalam bidang *editing video* dan *motion* yang juga diselesaikan di perusahaan, karena sebelumnya penulis belum terbiasa melakukan pekerjaan tersebut. Namun, kendala-kendala tersebut jadi bagian dari bagaimana penulis beradaptasi dengan standar dan ritme kerja perusahaan.

3.4.2 Solusi Pelaksanaan Kerja

Pada tahap ini, dalam mengatasi kendala-kendala tersebut, penulis menyusun beberapa solusi saat menjalankan magang, pada awalnya penulis melakukan *to do list* terkait tenggat waktu yang ditentukan, dengan dimulai dari menulis atau mengembangkan rencana harian yang lebih terstruktur dengan menetapkan prioritas kerja serta membagi waktu dalam mencari referensi desain lalu dilanjutkan mengerjakan desain serta menyempurnakannya. Penulis juga menargetkan untuk menyelesaikan satu desain setiap hari dalam penugasannya dan upaya yang dilakukan untuk bekerja lebih efisien tanpa kualitas desain. dalam mengatasi keterbatasan *skill*

dalam pengeditan *video* dan animasi, pada saat saya mengalami kendala tersebut, dengan pembelajaran mandiri atau bertanya kepada *supervisor* jika mereka tersedia, dan dengan menggunakan materi yang dipelajari pada kelas untuk beradaptasi dengan kebutuhan proyek perusahaan. Dengan pendekatan tersebut, saya mampu meningkatkan kemampuan saya dan memenuhi standar kerja yang dicapai oleh perusahaan.



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA