



5.34%

SIMILARITY OVERALL

SCANNED ON: 22 JAN 2025, 3:44 PM

Similarity report

Your text is highlighted according to the matched content in the results above.

● IDENTICAL
0.08%

● CHANGED TEXT
5.26%

Report #24497875

BAB I PENDAHULUAN 1.1 Latar Belakang Kerja Profesi Brand guideline merupakan aturan yang digunakan perusahaan untuk menjaga konsistensi brand pada seluruh saluran pemasaran. Brand guideline biasanya mencakup semua detail mengenai visual, tone, dan pesan yang ingin disampaikan brand. . . Brand Guideline bermanfaat untuk menjadi pedoman dalam promosi dan marketing Promosi produk adalah kegiatan untuk menyampaikan informasi berupa manfaat produk, nilai produk, fitur produk dan tentang produk kepada konsumen/pengguna. Dikutip dari artikel website advertising.amazon.com yang ditulis oleh menjelaskan promosi produk merupakan aspek penting dalam pemasaran. Salah satu tujuan utamanya adalah untuk meningkatkan penjualan dengan memperluas kesadaran terhadap produk serta menyampaikan manfaatnya kepada calon pelanggan. Promosi produk penting karena merupakan bagian penting dari strategi pemasaran suatu merek. Promosi juga dapat meningkatkan kesadaran merek kepada calon konsumen dan mempererat hubungan kepada pelanggan dengan memberikan referensi penawaran khusus yang berpotensi meningkatkan penjualan. Mempromosikan produk perlu memperhatikan strategi dalam promosi yaitu mengenali target konsumen dengan melakukan riset terlebih dahulu siapa konsumennya, siapa yang ingin dijangkau dengan promosinya hal ini dapat membantu untuk menyesuaikan strategi promosi agar lebih menarik bagi calon konsumen. Tentukan strategi pemasaran, mulai dari rencana 1

(Ideoworks, 2023) (Sitanggang, 2022) (Amazon, n.d.) pemasaran yang mencakup ide, isi konten seperti apa, menetapkan tujuan bisnis membuat pesan yang jelas dan menempatkan produk mau bagaimana, serta menilai kembali identitas merek. Menawarkan diskon pada setiap promosi produk, misalnya dalam peluncuran produk baru dengan menawarkan promo, bisa dengan pengiriman gratis. Menurut artikel dari Kompas.com yang ditulis oleh terdapat 2 Jenis media promosi yaitu media promosi elektronik dan media promosi Cetak. Media promosi elektronik merupakan media promosi yang bersifat dinamis, media promosi ini membutuhkan alat bantu elektronik, contoh media promosi elektronik yaitu Sosial Media, Televisi, HP/Tablet, Video. Media Promosi Cetak, jenis promosi ini sebagai media fisik yang dicetak dalam bentuk buku Spanduk, Brosur dan Pamflet Kerja Profesi (KP) merupakan kegiatan yang memberikan kesempatan bagi praktikan untuk mendapatkan pengalaman kerja di perusahaan atau instansi tertentu. Kerja profesi bertujuan untuk memperluas wawasan, pemahaman, dan keterampilan praktikan sebelum mereka melaksanakan Tugas Akhir. Praktikan melaksanakan kerja profesi (KP) sebagai Desainer Grafis di PT. Sonna Medika Jaya pada divisi Commercial Excellence . Praktikan bekerja dengan sistem Work From Office (WFO) dan, jika ada kebutuhan mendesak terkait desain untuk suatu acara, praktikan juga mengerjakan desain pada hari Sabtu atau Minggu dari rumah (WFH) . Selama KP, praktikan bertugas

merancang berbagai kebutuhan desain perusahaan guna mendukung promosi produk. Proses kerja selama magang melibatkan beberapa tahap, yaitu arahan, curah pendapat/pemecahan masalah, penyusunan konsep desain, pembagian tugas, pengerjaan desain, ditinjau, revisi (jika diperlukan), hingga penyelesaian desain akhir. 2 (Vanya Karunia Mulia Putri, 2023) PT. 9 Sonna Medika Jaya merupakan perusahaan yang bergerak di bidang penyediaan alat kesehatan. Laporan ini disusun berdasarkan pengalaman praktikan selama menjalani KP di perusahaan tersebut dalam jangka waktu tertentu. Selama kegiatan berlangsung, praktikan ditempatkan di divisi Commercial Excellence , yang memiliki tanggung jawab untuk mengembangkan desain promosi produk, baik untuk keperluan acara melalui media cetak maupun media elektronik. 2 12 13 1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Profesi 1.2 4 1 Maksud Kerja Profesi Kerja profesi bertujuan memberikan kesempatan kepada praktikan untuk mengaplikasikan ilmu yang telah dipelajari selama perkuliahan ke dalam lingkungan kerja di perusahaan atau instansi. Selain itu, kegiatan ini membantu praktikan memahami realitas dunia kerja, mengenal struktur organisasi perusahaan, mempelajari dinamika pekerjaan, mengasah keterampilan melalui praktik langsung, dan meningkatkan profesionalisme dalam bekerja. 1.2 5 2 Tujuan Kerja Profesi Tujuan pelaksanaan Kerja Profesi bagi praktikan adalah memberikan kesempatan untuk menerapkan ilmu dan teori yang diperoleh selama perkuliahan ke dalam dunia kerja. 6 Melalui kegiatan ini, praktikan dapat mengembangkan keterampilan teknis maupun keterampilan, seperti komunikasi nonteknis, manajemen waktu, dan kerja sama dalam tim. Selain itu, praktikan juga memperoleh pemahaman mendalam mengenai dinamika dunia kerja yang sesungguhnya, mencakup etos kerja, budaya perusahaan, serta tantangan dan tanggung jawab profesional. Kerja Profesi juga berperan sebagai langkah awal menuju karier profesional, karena pengalaman kerja langsung yang diperoleh selama program ini dapat meningkatkan daya saing praktikan di pasar kerja setelah lulus. 3 1.3 Tempat Kerja Profesi kegiatan kerja profesi atau magang di PT. Sonna Medika Jaya , dilaksanakan di Foresta Business Loft 7, Lengkong Kulon, Pagedangan Tangerang. 1.4

Jadwal Pelaksanaan Kerja Profesi Kegiatan kerja profesi atau magang, menggunakan sistem kerja, bekerja dari Kantor dan Bekerja Dari Rumah, Selama kurang lebih 408 Jam, mulai dari 17 Juli 2024 – 20 September 2024 Tabel 1. 2 1

Tabel Keterangan Kerja Lama Kegiatan Kerja Profesi 408 Jam Hari

Pertemuan Senin – Jumat Waktu Pelaksanaan Kerja Profesi 17 Juli 2024 – 20 September 2024 08:00 – 17:00 BAB II TINJAUAN UMUM TEMPAT KERJA PROFESI 2.1 Sejarah Perusahaan PT. 3 Sonna Medika Jaya Didirikan tahun 2016, PT. Sonna Medika Jaya telah berkembang pesat sebagai distributor peralatan medis untuk perawatan kesehatan di Indonesia. PT. Sonna Medika Jaya berkomitmen pada kualitas produk, pelatihan dan pendidikan, dukungan teknis, dan layanan purnajual. Gambar 2. 1 Logo Perusahaan Sebagai Distributor alat kesehatan PT. Sonna Medika Jaya menjual berbagai kategori alat kesehatan yang mengadopsi Smart Medical seperti: Ultrasound Imaging Systems, Bone Health Solution, Interventional Pain Management, Fertility Solution, Patient Monitor Life Support. 4 1. Ultrasound Imaging System adalah alat yang memanfaatkan gelombang suara untuk menghasilkan gambar anatomi tubuh. Alat ini berguna untuk memeriksa kondisi tubuh secara aman tanpa radiasi. Contohnya adalah USG 2D, USG 3D/4D dan USG Doppler. 2. Bone Health Solution (Echolight) Ini adalah alat untuk memeriksa kesehatan tulang, terutama untuk mendeteksi osteoporosis (penyakit tulang rapuh). Alat ini menggunakan teknologi pemindaian yang aman tanpa radiasi untuk melihat kekuatan tulang dan mencegah patah tulang. 3. Interventional Pain Management Ini adalah cara untuk mengatasi rasa sakit yang tidak bisa hilang dengan obat-obatan. Dokter bisa menggunakan teknik seperti suntikan atau pemblokiran saraf untuk meredakan nyeri, terutama pada orang yang menderita nyeri kronis seperti sakit punggung atau arthritis. 4. Fertility Solution Ini adalah solusi untuk membantu pasangan yang kesulitan punya anak. Menggunakan teknologi seperti alat untuk inseminasi atau bayi tabung, serta perawatan untuk meningkatkan peluang kehamilan, baik untuk pria maupun wanita. 5. Patient Monitor & Life Support Alat ini digunakan di

rumah sakit untuk memantau kondisi pasien, seperti detak jantung dan pernapasan. Jika pasien dalam kondisi kritis, alat ini juga bisa membantu mereka bernapas dengan menggunakan mesin ventilator, yang sangat berguna di ruang perawatanCintensifC(ICU). PT. Sonna Medika Jaya merupakan distributor alat kesehatan yang mengadopsi Smart Medical di antara penyedia alat kesehatan di Indonesia. Alat Kesehatan yang di jual oleh PT Sonna Medika jaya sebagian besar adalah produk inovatif. Untuk penjualan alat kesehatan menggunakan sales dan platform 5 marketplace pemerintah E-Catalog dan juga melalu kerja samaCantarCvender. Gambar 2.

2 Platform E-Catalog Produk Sonna Medika Jaya Visi perusahaan Menjadi "Smart Medical" di antara penyedia alat kesehatan di Indonesia yang senantiasa memberikan nilai terbaik kepada pelanggan, karyawan, dan manajemen perusahaan. Misi perusahaan ☒ Komitmen terhadap Inovasi: Distribusi produk inovatif menggunakan teknologi terkini untuk menciptakan solusi komprehensif di segmen produk kami untuk kesehatan di Indonesia ☒ Komitmen terhadap Pasien dan Profesional: Evaluasi proses teknis yang terkait dengan produk dan manfaat hubungan profesional untuk memahami cara menggunakan alat secara efektif ☒ Komitmen terhadap Kualitas: Kami menyediakan distribusi alat kesehatan berkualitas tinggi sesuai dengan standar kualitas kementerian kesehatan dan peraturannya. ☒ Komitmen terhadap Tim Kami yang Beragam: Kami akan memberikan layanan terbaik kepada pelanggan kami dengan membentuk tim yang berdedikasi dengan budaya yang berorientasi pada hasil.

8 12 14 2.2 Struktur Organisasi Gambar 2. 3 Struktur Organisasi Perusahaan 6 Saat melaksanakan kerja profesi praktikan ditempatkan di divisi commercial excellence . Sebuah perusahaan biasanya memiliki struktur organisasi yang menggambarkan tingkatan posisi, di mana setiap posisi menunjukkan peran dan tanggung jawab yang harus dijalankan oleh masing-masing jabatan. Divisi Pemasaran Secara garis besar tugas Divisi Pemasaran adalah mempromosikan perusahaan dan produk, serta menjangkau prospek, pelanggan, dan komunitas dalam menciptakan citra menyeluruh yang dapat mewakili perusahaan secara positif. Divisi

REPORT #24497875

Commercial Excellence Secara garis besar tugas Divisi Commex adalah mengelola data terkait, memantau dan mendukung Divisi pemasaran dan Divisi Sales dalam melakukan tugas terkait untuk mencapai target Perusahaan. Divisi Sales Secara garis besar tugas Divisi Sales adalah menjangkau prospek, menjual produk dan memantau proses penjualan, menjembatani perusahaan serta menjaga hubungan baik dengan pelanggan. Divisi Akuntansi Keuangan/ Financial Accounting Secara garis besar tugas Divisi Akuntansi Keuangan adalah melakukan dan mengontrol proses penagihan dan pembayaran pelanggan, mengontrol kondisi keuangan perusahaan dan melakukan tugas terkait keuangan dan perpajakan Perusahaan. Divisi Business Admin Secara garis besar tugas Divisi Business Admin adalah mengelola seluruh jadwal kegiatan tim baik memasang/pelatihan, 7 demo, pameran, layanan, dan pemeliharaan, menjembatani dan mendukung Divisi Pemasaran, sales dan Commercial Excellence dengan tim operasional terkait administrasi yang diperlukan. Divisi Manajemen Rantai Pasokan Secara garis besar tugas Divisi SCM adalah merencanakan, mengatur, dan menjadwalkan pendistribusian produk kepada pelanggan, serta mengontrol ketersediaan barang. Divisi Pengadaan Secara garis besar tugas Divisi Pengadaan / Procurement adalah menerima, membeli/ menyediakan barang, mencari pemasok terkait produk, menganalisis biaya, negosiasi, dan mengontrol persediaan barang Divisi Human Resource (HR) Secara garis besar tugas Divisi HR adalah melakukan proses perekrutan, mengurus hal-hal termasuk dokumen terkait personalia, serta mengurus manajemen sumber daya manusia di perusahaan Divisi General Affair (GA) Secara garis besar tugas Divisi GA adalah mengurus dokumen terkait perusahaan, mengurus vendor pendukung pelayanan perusahaan, dan menyediakan fasilitas-fasilitas kebutuhan karyawan dan perusahaan sesuai dengan peraturan perusahaan Divisi Regulatory Affairs Secara garis besar tugas Divisi RA adalah mengurus perizinan legalitas perusahaan dan produk Penanggung Jawab Teknis (PJT) 8 Secara garis besar tugas PJT adalah mempersiapkan dokumen administratif yang diperlukan untuk pendirian sarana penyalur alat

kesehatan dan bertanggung jawab atas proses pemesanan, penerimaan, penyimpanan, dan distribusi alat kesehatan sesuai prosedur yang ditentukan oleh Kementerian Kesehatan 2.3 Kegiatan Umum Perusahaan Kegiatan Umum Perusahaan PT. Sonna Medika dinamakan tempat praktikan melaksanakan kerja profesi Jaya yaitu sebagai berikut: 1. Melakukan usaha yang bergerak di bidang distributor peralatan medis untuk layanan kesehatan Indonesia. 2. Melakukan kegiatan pelatihan alat kesehatan di rumah sakit 3. Melakukan kegiatan pelatihan alat kesehatan. 4. Melakukan kegiatan layanan purnajual 5. Mendistribusikan alat kesehatan ke rumah sakit atau klinik kesehatan Gambar 2. 4 Demo USG wisonic clover di RS Santosa Kopo Gambar 2. 5 Workshop PAIN DRE di Caceh Gambar 2. 6 Event Hiferi Gambar 2. 7 Support live Demo Ultrasound Gambar 2. 8 Event PIT FETOMATERNAL XXII Bali 9 BAB III PELAKSANAAN KERJA PROFESI 3.1 Bidang Kerja Praktikan ditempatkan di divisi Commercial Excellence, yang memiliki tugas utama merancang desain untuk promosi produk perusahaan, termasuk untuk acara dan pelatihan. Media yang digunakan mencakup cetak seperti Spanduk, flyer, brosur, serta berbagai proyek desain lain yang dibutuhkan perusahaan. Sebagai desainer grafis, praktikan bertanggung jawab menghasilkan desain sesuai kebutuhan perusahaan, baik dalam bentuk promosi produk melalui flyer, spanduk, maupun platform media sosial seperti Instagram. Proses pengerjaan desain dilakukan berdasarkan proyek-proyek yang diberikan oleh perusahaan, baik untuk kebutuhan internal maupun eksternal. 3.2 Pelaksanaan Kerja Praktikan melaksanakan Kerja Profesi/Magang sesuai dengan syarat dari universitas Pembangunan Jaya yaitu selama 408 jam dari tanggal 17 Juli sampai 20 September 2024. Awal pelaksanaan kerja, Divisi Human Resources memberikan arahan kepada praktikan untuk memahami sedikit tentang struktur organisasi perusahaan, pengetahuan produk, sesi perkenalan kepada karyawan lain, gambaran secara umum pekerjaan yang dilakukan oleh praktikan selama kerja praktik di PT. Sonna Medika Jaya., setelah itu Instruksi kerjanya. Gambar 2. 9 Proses Alur Kerja Praktikan diberikan pengetahuan

terkait divisi Commercial Excellence , termasuk penjelasan mengenai cara kerja dan tugas yang akan dilaksanakan sebagai desainer grafis. Praktikan juga diberikan gambaran umum tentang alur kerja selama berada di PT. Sonna Medika Jaya. Pembimbing kerja menjelaskan proses kerja pada divisi Commercial Excellence , dimulai dengan pemberian arahan mengenai tugas yang harus diselesaikan. 11 Praktikan diharapkan menyelesaikan tugas tersebut paling lambat H-2 sebelum acara atau pelatihan berlangsung.

3.2.3 Desain Promosi Produk Instagram Feed USG Color

Praktikan diberikan tugas untuk mendesain promosi USG Color melalui media Instagram Feed dengan konsep menampilkan keunggulan produk desain dan menambahkan bahasa yang menarik. Tujuan desain tersebut ikut memeriahkan event POGI sekaligus mempromosikan produk

Gambar 3. 1 Proses Desain Promosi Produk USG Color

Promosi produk USG Color dibuat menggunakan Adobe Photoshop, menggunakan ukuran 1080 x 1080 dengan resolusi 72 dpi desain tersebut nantinya akan diaplikasikan pada media Instagram feed , pada proses pembuatan pembimbing memberikan arahan untuk revisi sedikit pada bagian headline hingga tercipta desain tersebut.

Gambar 3. 2 Hasil Desain Promosi Produk USG Color

3. 3 Promosi Produk USG Color Instagram Feed

3.2.4 Desain Informasi Promosi Produk Osteos dalam bentuk E-Flyer

Praktikan diberikan tugas oleh pembimbing kerja, untuk mengerjakan sebuah desain informasi produk Osteos dalam bentuk digital E-Flyer untuk memberikan informasi sekaligus mempromosikan produk Osteos melalui media sosial WhatsApp dan Instagram

Gambar 3. 4 Proses Desain E-Flyer Informasi Promosi Produk Osteos

Proses pembuatan desain promosi produk Osteos E-Flyer dilakukan menggunakan aplikasi Adobe Illustrator. Desain ini dirancang dengan ukuran 38,1 cm x 47,63 cm dan menggunakan mode warna RGB.

Gambar 3. 5 Hasil Desain E-Flyer Informasi Promosi Produk Osteos

3.2.5 Desain Promosi Produk Piloter & Clover Media Broadcast Whatsapp & Instagram Feed

Praktikan mengerjakan tugas yang diberikan oleh pembimbing kerja untuk mengerjakan desain promosi produk Piloter & Clover . 12

Pembimbing memberikan arahan untuk memperlihatkan keunggulan produk. Desain tersebut nantinya akan digunakan untuk mempromosikan produk ke dalam bentuk Broadcast Whatsapp dan Instagram Feed selama event Pogi berlangsung. Gambar 3. 6 Proses Desain Promosi Desain Promosi Produk Piloter Broadcast Whatsapp & Instagram Feed Gambar 3. 7 Desain Promosi Produk Clover Media Broadcast Whatsapp & Instagram Feed Praktikan mengerjakan tugas desain Promosi Produk Piloter & Clover Media Broadcast Whatsapp & Instagram Feed, melalui software Adobe Photoshop, dengan resolusi 72p dan menggunakan warna RGB karena sifatnya media digital. Gambar 3. 8 Hasil Desain Promosi Broadcast whatsapp produl Piloter & Clover 3.2.5 Desain Promosi Produk Clover media Instagram Reels Praktikan diberikan tugas untuk membuat video promosi produk USG dengan media Instagram Reels , pembimbing memberikan arahan untuk memperlihatkan keunggulan produk pada desain Instagram Reels tersebut kemudian praktikan mengarahkan konsep dengan isu yang lagi viral yaitu kasus cuci darah pada anak kecil, kemudian dikaitkan dengan produk USG yang berguna untuk mengecek Gambar 3. 9 Proses Edit Video Promosi Produk USG Instagram Reels Proses pembuatan Video promosi produk Reels Instagram menggunakan software Capcut dengan menggunakan resolusi 1080 x 1920 portrait . Hasil video tersebut nantinya di unggah di Instagram @sonnamedika.id Gambar 3. 10 Video Promosi Produk USG Instagram Reels 3.2.6 Desain E-Flyer Promosi Produk CA0, Paket Medium & IUI Pada pekerjaan ini, praktikan diberi tugas membuat desain promosi produk CA0, Paket Medium & IUI untuk kebutuhan Event & pelatihan Hiferi . Pembimbing menginstruksikan kepada praktikan untuk membuat desain promosi produk CA0, Paket 13 Medium & IUI dengan instruksi dari pembimbing untuk membuat Tablet periklanan berbentuk E-Flyer , yang nantinya akan diaplikasikan pada media elektronik berupa tablet, praktikan diminta untuk mendesain dengan konsep mengangkat nilai produk yang sudah diberikan arahan oleh tim pemasaran, menyesuaikan warna desainnya dengan produknya. Keluarannya menggunakan media elektronik yaitu layar digital dalam bentuk

layar tablet. Praktikan diberikan arahan dari pembimbing kerja ukuran dari E-Flyer yaitu 1080 piksel x 1350 piksel, resolusi yang digunakan 72 DPI, warna modena RGB karena digunakan untuk media elektronik layar tablet. 

Desainnya dibuat menggunakan perangkat lunak Adobe Illustrator. Desain E-

Flyernya nanti akan digunakan untuk Event & Pelatihan Hiferi . Gambar

3. 11 Proses Pembuatan Desain E-Flyer CAO, IUI & Paket Medium, IUI

Setelah praktikan menyelesaikan desain, terdapat sedikit revisi yaitu

menghilangkan beberapa efek cahaya, menghilangkan bacaan supersale , dan

mengganti beberapa produk seperti Medium, dan IUI serta mengubah sedikit

komposisi tata letaknya untuk supaya lebih sesuai dengan revisi. Setelah

itu praktikan menyerahkan desainnya kepada Tim marketing pemasaran untuk

digunakan pada saat Event & Pelatihan Hiferi berlangsung. Gambar 3. 12

Hasil Desain E-Flyer Promosi Produk CA0 & IUI Gambar 3. 13 Hasil

Desain E-Flyer Promosi Produk Paket Medium & IUI Gambar 3. 14 Mockup

E-Flyer Promosi Produk CAO & IUI Gambar 3. 15 Mockup E-Flyer

Promosi Produk Paket Medium & IUI 3.2.7 Desain Promosi Produk Spanduk

Gantung X3 Pro, CA0, R10 & R10 Plus 14 Pada pekerjaan ini,

praktikan diberi tugas membuat desain promosi produk X3 Pro, CA0, R10,

dan R10 Plus guna mendukung kebutuhan Event & Pelatihan Hiferi.

Pembimbing memberikan arahan untuk membuat desain Spanduk Gantung dengan

konsep yang lebih sederhana, mudah dipahami, dan menarik. Desain

tersebut juga diharapkan mampu menonjolkan nilai produk sesuai arahan

tim pemasaran, serta menyesuaikan skema warna dengan karakteristik

masing-masing produk. Gambar 3. 16 Hasil Desain Promosi Produk R10 &

R10 Plus Gambar 3. 17 Hasil Desain Promosi Produk X3 Pro Gambar 3.

18 Hasil Desain Promosi Produk CA0 Pada saat proses desain X3 Pro,

CA0, R10 & R10 Plus. pembimbing menginstruksikan kepada praktikan untuk

membuat desain promosi produk dengan konsep yang menarik, menggunakan

bahasa komunikasi/penulisan yang mampu memberikan rasa penasaran dengan

pembeli, mengangkat nilai produk ke dalam bentuk desain untuk memberikan

informasi produk serta membangun hubungan baik dengan pembeli.  Desainnya dibuat

menggunakan perangkat lunak Adobe Photoshop . Ukuran spanduk gantung pada produk R10 menggunakan ukuran 100 x 150 cm, ukuran spanduk gantung X3 Pro 100 x 150 cm, ukuran spanduk gantung 80 x 150 cm. Untuk memberikan pengait supaya bisa untuk di gantung dan di gulung pada saat mendesain, pada bagian atas dan bawah di berikan kurang lebih 2-3cm. Desain spanduk gantung menggunakan warna CMYK dan menggunakan resolusi 300 DPI karena akan digunakan pada media cetak. 1 Selama proses pembuatan desain, ada bimbingan dan revisi untuk memastikan bahwa desain tersebut sudah sesuai dengan keinginan dari tim pemasaran. 15 keluaran dari desain promosi produk X3 Pro, CA0, R10 & R10 Plus adalah berupa media cetak spanduk gantung. Gambar 3. 19 Hasil Desain Promosi Produk R10 & R10 Plus Gambar 3. 20 Hasil Desain Promosi Produk X3 Pro Gambar 3. 21 Hasil Desain Promosi Produk CA0 Gambar 3. 22 Hasil Desain Spanduk Gantung Promosi Produk R10 & R10 Plus Gambar 3. 23 Hasil Desain Spanduk Gantung Promosi Produk X3 Pro Gambar 3. 24 Hasil Desain Spanduk Gantung Promosi Produk X3 Pro Gambar 3. 25 Pemakaian Spanduk Gantung pada saat Event & Pelatihan Hiferi berlangsung 3.2.8 Desain Spanduk Gulung Promosi Produk ProSonna GI, ProSonna Obgyn, ProSonna Lotus , ProSonna Clover Praktikan bertugas membuat desain promosi untuk produk ProSonna GI, ProSonna Obgyn, ProSonna Lotus, dan ProSonna Clover. Pembimbing kerja memberikan arahan untuk merancang desain yang sesuai dengan warna produk, serta mampu mengkomunikasikan nilai produk melalui foto dari hasil pengujian. Desain tersebut direncanakan untuk mendukung kebutuhan Event & Pelatihan Hiferi . Gambar 3. 26 Proses Desain Spanduk Gulung Prosonna Clover & Prosonna Obgyn Gambar 3. 27 Proses Desain spanduk gulung Prosonna Lotus & Prosonna GI Desainnya dibuat menggunakan perangkat lunak Adobe Illustrator, menggunakan resolusi 300 DPI. Warna modenya CMYK karena akan digunakan pada media cetak Spanduk Gulung. Ukuran Spanduk Gulung ProSonna GI, ProSonna Obgyn, ProSonna Lotus , ProSonna Clover 80 x 200 cm. 1 Selama proses pembuatan 16 desain, ada bimbingan dan revisi untuk memastikan bahwa desain tersebut

sudah sesuai dengan keinginan dari tim pemasaran. Keluaran dari desain promosi produk ProSonna GI, ProSonna Obgyn, ProSonna Lotus , ProSonna Clover adalah berupa media cetak Spanduk Gulung. Gambar 3. 28 Desain Spanduk Gulung ProSonna Lotus & ProSonna Obgyn Gambar 3. 29 Desain Spanduk Gulung ProSonna Clover & ProSonna GI Gambar 3. 30 Hasil Cetak Spanduk Gulung ProSonna GI, ProSonna Obgyn, ProSonna Lotus , ProSonna Clover

3.2.9 Desain Brand Guideline PT.Sonna Medika Jaya Praktikan bersama rekan kerja profesi (KP) mengajukan proposal kepada pihak perusahaan untuk menyusun pedoman merek/ brand guideline guna mendukung identitas perusahaan serta kegiatan promosi. Meskipun perusahaan sudah memiliki logo, tetapi identitas visual secara menyeluruh belum tersedia, Selain itu, belum ada aturan yang jelas terkait penggunaan elemen seperti logo, warna, tipografi, dan elemen visual lainnya. Tahap awal yang dilakukan praktikan adalah mengumpulkan informasi terkait perusahaan, termasuk warna, tipografi, & grafis identitas yang sering digunakan dan produk yang ditawarkan, Informasi ini menjadi dasar dalam memahami kebutuhan dan karakteristik visual perusahaan.. Selanjutnya, praktikan melanjutkan ke tahap berpikir kreatif melalui pemecahan masalah untuk merancang brand guideline yang akan berfungsi sebagai panduan utama dalam membangun identitas perusahaan saat melakukan promosi. \ Gambar 3. 31 Hasil desain Brand Guideline Proses pembuatan dilakukan menggunakan perangkat lunak Adobe Illustrator dan Photoshop untuk membuat mockup desain. Dalam pengerjaan di Adobe Illustrator, digunakan ukuran 17 A4 (29,7 x 21 cm) dengan resolusi 300 dpi serta menggunakan jenis warna CMYK, untuk memastikan kualitas tetap terjaga jika desain dicetak. Setelah desain selesai dibuat, hasilnya dipresentasikan kepada pembimbing kerja dan pihak HRD. Namun, terdapat beberapa revisi yang diminta, salah satunya adalah memberikan opsi warna lain untuk elemen supergraphic . Gambar 3. 32 Brand Guideline PT. Sonna Medika Jaya Gambar 3. 33 Mockup Brand Guideline

3.2.10 Implementasi Brand Guideline pedoman merek warna ini dirancang untuk PT. Sonna Medika Jaya sebagai

acuan identitas visual perusahaan. Panduan ini digunakan dalam berbagai kebutuhan, salah satunya adalah mendukung aktivitas promosi. Dengan identitas warna yang konsisten, perusahaan dapat memperkuat citra profesional dan meningkatkan pengenalan merek di berbagai platform. Gambar 3. 34 Implementasi Warna Sebelumnya, media sosial PT. Sonna Medika Jaya belum memiliki identitas warna yang jelas karena ketiadaan panduan warna perusahaan. Hal ini menyebabkan tampilan media sosialnya kurang konsisten. Dengan hadirnya brand guideline warna, identitas visual perusahaan kini lebih terstruktur. Salah satu dampak positifnya terlihat pada akun Instagram Sonna Medika Jaya, yang kini memiliki ciri khas unik dan konsisten. Penggunaan warna perusahaan yang terintegrasi dalam setiap unggahan tidak hanya memperkuat branding tetapi juga memberikan kesan profesional. Implementasi brand guideline ini dilakukan setelah praktikan menyelesaikan masa magangnya. Promosi yang dilakukan melalui Instagram kini mampu mencerminkan identitas perusahaan secara lebih kuat, sehingga lebih mudah dikenali oleh konsumen/pengguna. Gambar 3. 35 Implementasi warna di Instagram @sonnamedika.id 18 Gambar 3. 36 Implementasi warna pada promosi produk di Instagram @sonnamedika.i

d Penggunaan tipografi di PT. Sonna Medika Jaya sebelumnya belum memiliki identitas yang memiliki standar. Hal ini menyebabkan pemilihan huruf dalam promosi produk di Instagram dilakukan secara acak, hanya berdasarkan tampilan yang dianggap menarik. Akibatnya, proses desain menjadi kurang konsisten dan tidak mencerminkan identitas perusahaan secara utuh. Untuk mengatasi masalah ini, brand guideline yang menyertakan panduan penggunaan huruf dirancang. Panduan ini akan menjadi acuan standar dalam pemilihan huruf untuk berbagai kebutuhan desain, sehingga mendukung pembentukan identitas visual perusahaan yang lebih kuat dan konsisten di berbagai media. Gambar 3. 37 Aturan Tipograf Gambar 3. 38 Sebelum Implementasi Aturan Tipografi @sonnamedika.id Penggunaan tipografi yang tidak konsisten pada perusahaan terlihat jelas, menunjukkan ketiadaan ciri khas yang mencerminkan identitas PT. Sonna Medika Jaya.

REPORT #24497875

Tidak beraturannya huruf ini membuat desain yang dihasilkan tampak kurang terarah dan tidak mampu merepresentasikan karakter perusahaan. Tanpa panduan yang jelas, elemen visual seperti huruf kehilangan peran pentingnya dalam membangun citra perusahaan. Hal ini berdampak pada kesan yang ditangkap oleh konsumen/pengguna, yang mungkin menganggap perusahaan kurang profesional. Dengan adanya brand guideline yang mencakup panduan penggunaan huruf, desain perusahaan dapat menjadi lebih terstruktur, memiliki identitas yang khas, serta mampu menciptakan kesan yang lebih profesional dan mudah dikenali. Implementasi brand guideline ini dilakukan setelah praktikan menyelesaikan masa magangnya di perusahaan. Gambar 3. 39 Sesudah Implementasi panduan huruf @sonnamedika.id 19 Penempatan logo Sebelumnya, PT. Sonna Medika Jaya tidak memiliki aturan yang jelas terkait penempatan logo dalam desain visual. Hal ini menyebabkan kebingungan dalam menentukan posisi logo yang tepat, sehingga sering kali logo ditempatkan secara sembarangan tanpa mempertimbangkan estetika maupun kesesuaian dengan elemen desain lainnya. Tidak konsisten pada huruf ini tidak hanya memengaruhi tampilan visual secara keseluruhan, tetapi juga mengurangi efektivitas logo sebagai identitas perusahaan. Dengan adanya panduan penempatan logo yang terintegrasi dalam brand guideline, perusahaan dapat memastikan logo selalu ditempatkan secara strategis dan konsisten. Guideline ini dirancang khusus berdasarkan kebutuhan penggunaan pada media seperti Instagram feed, video, dan spanduk promosi. Hal ini mendukung penguatan citra profesional perusahaan serta mempermudah pengenalan merek oleh konsumen/pengguna di berbagai media. Gambar 3. 40 Aturan Penempatan Logo di Instagram Feed & Reels Gambar 3. 41 Aturan Penempatan Logo pada Video Gambar 3. 42 Aturan Penempatan Logo pada Spanduk Promosi Gambar 3. 43 Aturan Penempatan Logo pada Spanduk Promosi Implementasi penempatan logo dapat dilihat pada akun Instagram @sonnamedika.id. Pada akun tersebut, logo diterapkan dengan baik pada berbagai konten, termasuk video promosi maupun feed promosi produk. Untuk format video promosi produk potret dan feed

promosi produk, logo ditempatkan secara konsisten di sisi atas kiri dan atas tengah salah satunya, sesuai dengan kebutuhan panduan penempatan logo. Pendekatan ini memberikan struktur yang lebih rapi dan profesional, sehingga meningkatkan identitas visual perusahaan di platform Instagram. Dengan penempatan logo yang terarah, akun Instagram PT. 20 Sonna Medika Jaya terlihat lebih terorganisasi dan mencerminkan merek perusahaan secara lebih kuat. Hasil penerapan penempatan logo ini mulai digunakan setelah praktikan selesai menjalani masa magangannya di perusahaan

Gambar 3. 44 Implementasi Guideline Placement logo Video Portait @sonnamedika.id Gambar 3. 45 Implementasi Guideline Placement logo Video Portait @sonnamedika.id Gambar 3. 46 Implementasi Guideline Placement logo Feed Instagram @sonnamedika.id Pada akun Instagram @sonnamedika.id, terlihat bahwa penggunaan logo sebelumnya tidak memiliki aturan yang jelas. Logo sering kali dimodifikasi, seperti penambahan garis. Hal ini mencerminkan kurangnya pedoman yang tegas mengenai penggunaan logo, sehingga penerapannya menjadi tidak konsisten dan kurang mencerminkan identitas perusahaan. Kondisi ini mendorong praktikan untuk merancang aturan penggunaan logo yang lebih terstruktur dan jelas. Dengan adanya pedoman tersebut, perusahaan dapat memastikan bahwa logo digunakan sesuai standar yang telah ditetapkan. Panduan ini bertujuan untuk memperkuat citra visual perusahaan serta menciptakan kesan yang lebih profesional dan mudah dikenali di berbagai platform. Gambar 3. 47 Aturan Logo Pada konten tersebut, terlihat bahwa logo diberi tambahan outline . Hal ini terjadi karena tidak adanya aturan penggunaan logo yang jelas, sehingga logo dapat dimodifikasi sesuka hati tanpa panduan yang terstandarisasi. Akibatnya, konsistensi identitas visual perusahaan terganggu, yang berdampak langsung pada kredibilitas perusahaan di mata konsumen/ pengguna. Selain itu, perubahan yang tidak sesuai ini juga dapat mengurangi nilai dan wibawa logo sebagai 21 representasi resmi perusahaan. Maka dari itu, praktikan membuat panduan atau aturan logo yang jelas untuk memastikan penggunaan logo sesuai standar. Panduan ini

bertujuan agar logo tetap mencerminkan identitas dan profesionalisme perusahaan secara konsisten di semua platform dan media. Gambar 3. 48 Sebelum Penerapan Aturan Logo Hasil penerapan aturan logo dapat dilihat pada salah satu konten promosi produk di akun Instagram @sonnamedika.id. Logo yang digunakan pada setiap unggahan kini telah mengikuti aturan yang jelas sesuai dengan panduan yang dibuat. Dengan adanya aturan ini, logo terlihat lebih konsisten dan profesional, mencerminkan identitas perusahaan dengan lebih baik. Panduan ini memastikan logo tidak lagi dimodifikasi sembarangan, sehingga tata letak dan tampilannya selalu sesuai dengan standar yang telah ditentukan. Penerapan ini juga memberikan kesan yang lebih terorganisasi pada media sosial perusahaan, khususnya pada saat promosi produk di Instagram, sehingga meningkatkan kredibilitas dan mempermudah pengenalan merek oleh konsumen/pengguna. Hasil penerapan aturan logo ini mulai digunakan setelah praktikan selesai menjalani masa magangnya di perusahaan Gambar 3. 49 hasil Penerapan Aturan Logo 3.3 Kendala Yang Dihadapi Selama menjalani Kerja Praktik di PT. Sonna Medika Jaya, praktikan menghadapi beberapa kendala kecil yang memengaruhi kelancaran pekerjaan. Proses alur kerja desain belum terkoordinasi dengan baik, seperti praktikan yang harus mencari beberapa aset sendiri dan ketiadaan divisi khusus untuk meninjau desain. Selain itu, beberapa divisi memberikan pendapat berbeda terkait desain, sehingga praktikan kebingungan menentukan acuan yang tepat. Aset desain yang diberikan sering kali diterima dengan lambat, menyebabkan keterlambatan dalam penyelesaian tugas. Praktikan juga memerlukan waktu untuk beradaptasi dengan perbedaan selera 22 desain antara dirinya dan perusahaan. Ditambah lagi, akses internet yang lambat memperlambat proses pengunduhan aset yang diperlukan, sehingga memengaruhi efisiensi pekerjaan.

2 8 10

3.4 Cara Mengatasi Kendala Untuk mengatasi kendala yang dihadapi selama Kerja Praktik di PT. Sonna Medika Jaya, praktikan mengambil langkah-langkah penyelesaian yang efektif. Praktikan secara proaktif melakukan koordinasi langsung dengan pembimbing kerja untuk memastikan

seluruh aset yang dibutuhkan tersedia tepat waktu. Selain itu, praktikan menyusun struktur alur kerja desain yang lebih terorganisir dan efisien untuk mempercepat proses pengerjaan. Setiap kali menemui ketidakpastian, praktikan langsung berkomunikasi dengan tim yang terkait dengan desain yang akan dibuat, memastikan bahwa hasil desain sesuai dengan kebutuhan dan tujuan promosi perusahaan. Praktikan juga melatih diri untuk beradaptasi dengan selera desain perusahaan, termasuk penyesuaian dalam penggunaan huruf, tata letak, dan palet warna yang sesuai dengan identitas perusahaan. Langkah ini membantu praktikan menghasilkan desain yang lebih relevan dan sesuai dengan ekspektasi perusahaan. Dengan pendekatan tersebut, hambatan yang ditemui dapat diminimalkan, sehingga proses kerja praktik berjalan lebih lancar dan produktif.

2 11 3.5 Pembelajaran Yang Diperoleh dari Kerja Profesi Selama kerja praktik di PT. Sonna Medika Jaya, praktikan mendapatkan pengalaman berharga tentang dunia kerja dan operasional perusahaan. Praktikan mengembangkan keterampilan komunikasi dengan tim internal dan eksternal, serta mengasah ilmu desain yang telah dipelajari selama kuliah untuk diterapkan dalam lingkungan profesional. Praktikan belajar merancang desain promosi produk yang efektif, menampilkan nilai-nilai produk melalui elemen visual yang menarik dan komunikatif. Pengalaman ini memberikan wawasan penting tentang peran desain dalam mendukung strategi pemasaran dan branding perusahaan, sekaligus menjadi bekal bagi praktikan untuk mempersiapkan diri menghadapi dunia kerja secara profesional.

24 BAB IV PENUTUP 4.1 Simpulan Praktikan menjalani kerja praktik di PT. Sonna Medika Jaya selama sekitar 408 jam, dimulai pada 17 Juli 2024 hingga 20 September 2024 dengan sistem Work From Office (WFO) dan, jika ada kebutuhan mendesak terkait desain untuk suatu event, praktikan juga mengerjakan desain pada hari Sabtu atau Minggu dari rumah (WFH). PT. Sonna Medika Jaya bertempat di Foresta Business Loft 7 unit 21, Jl. BSD Boulevard Utara, Pagedangan, Tangerang. Selama praktik, praktikan ditempatkan di divisi Commercial Excellence yang bertanggung jawab atas

kebutuhan desain grafis untuk promosi produk. Tugas yang diberikan termasuk merancang desain untuk media promosi, baik cetak maupun elektronik. Selama masa praktik, praktikan menghadapi beberapa kendala, seperti kurangnya koordinasi yang jelas mengenai aset desain, yang mengharuskan praktikan mencari aset secara mandiri, memperlambat proses pengerjaan. Selain itu, masalah koneksi internet yang lambat juga menghambat pengunduhan aset dan memengaruhi efisiensi kerja. Alur kerja desain yang tidak terkoordinasi dengan baik serta pendapat yang berbeda dari beberapa divisi terkait desain juga menyebabkan kebingungan dalam menentukan acuan desain yang tepat. Untuk mengatasi masalah ini, praktikan meningkatkan koordinasi dengan tim terkait, beradaptasi dengan perbedaan selera desain perusahaan, dan menyusun alur kerja yang lebih efisien. Selama bekerja di perusahaan, praktikan memperoleh banyak pembelajaran berharga, termasuk pemahaman mengenai dunia kerja, proses operasional perusahaan, serta pentingnya keterampilan komunikasi yang baik dengan tim. Praktikan juga dapat mengaplikasikan ilmu yang didapatkan selama kuliah, terutama di bidang desain, dalam lingkungan profesional.

25 Salah satu pembelajaran penting yang didapatkan adalah bagaimana merancang desain yang efektif untuk mempromosikan produk dengan menampilkan nilai-nilai produk secara visual. Pengalaman ini memperdalam pemahaman praktikan tentang pentingnya desain dalam mendukung strategi pemasaran dan branding perusahaan, serta bagaimana menciptakan desain yang menarik dan komunikatif.

7 Secara keseluruhan, kerja praktik ini memberikan banyak wawasan dan pengalaman yang bermanfaat dalam mempersiapkan praktikan untuk dunia kerja profesional.

4.2 Saran

Beberapa masukan yang dapat diberikan oleh praktikan kepada PT. Sonna Medika Jaya antara lain adalah merekrut staf khusus di bidang desain grafis untuk meningkatkan kualitas desain yang dihasilkan oleh perusahaan. Selain itu, perlu dipersiapkan divisi yang bertanggung jawab secara khusus atas semua aspek desain, agar perancangan visual perusahaan dapat lebih terstruktur dan terkelola dengan baik. Praktikan juga menyarankan untuk

REPORT #24497875

menambah staf atau magang yang fokus pada penulisan, desain, dan konten kreator, guna meningkatkan produksi konten perusahaan, baik dalam bentuk desain maupun video, yang dieksekusi oleh tenaga ahli di bidangnya. Terakhir, perusahaan perlu memiliki database yang terorganisir untuk mempermudah pengelolaan dan akses terhadap aset desain, sehingga tidak lagi mengalami kesulitan dalam mencari aset yang dapat memperlambat proses pengerjaan desain. 26 LAMPIRAN B Berikut lampiran yang berisi hasil tugas kerja profesi dan dokumentasi foto sebagai bukti praktikan melaksanakan kegiatan Kerja Praktik (KP) di PT. Sonna Medika Jaya. Lampiran 1 Dokumentasi Penutupan Kerja Profesi Lampiran 2 Editing Video QBR Activity Recap Lampiran 3 Hasil Video QBR Activity Recap Lampiran 4 Desain Background Webminar Indonesia Andrology Summit Lampiran 5 Proses Pembuatan Video Bumper Webminar Indonesia Andrology Summit di After Effect Lampiran 6 Hasil Video Bumper Webminar Indonesia Andrology Summit Lampiran 7 Hasil Editing Sempel Video Produk X3 Pro Lampiran 8 Hasil Editing Sempel Video Produk 27



REPORT #24497875

Results

Sources that matched your submitted document.

● IDENTICAL ● CHANGED TEXT

INTERNET SOURCE		
1.	1.16% eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/8567/13/BAB%20III.pdf	●
INTERNET SOURCE		
2.	1.1% eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/1961/1/1.%20Halaman%20Judul.pdf	●
INTERNET SOURCE		
3.	0.76% bidangusaha.co.id https://bidangusaha.co.id/loker/area-sales-manager-pt-sonna-medika-jaya-med..	●
INTERNET SOURCE		
4.	0.56% repository.stsrdvisi.ac.id http://repository.stsrdvisi.ac.id/1321/1/%5BREVISI%5DLaporan%20kerja%20pro..	●
INTERNET SOURCE		
5.	0.5% www.its.ac.id https://www.its.ac.id/interior/wp-content/uploads/sites/37/2018/10/PANDUAN-...	●
INTERNET SOURCE		
6.	0.47% eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/9822/13/Bab%20III.pdf	●
INTERNET SOURCE		
7.	0.4% id.scribd.com https://id.scribd.com/presentation/584184464/PPT-Laporan-Kerja-Praktik	●
INTERNET SOURCE		
8.	0.31% fe.unj.ac.id https://fe.unj.ac.id/wp-content/uploads/2022/04/Pedoman-Penulisan-Laporan-...	● ●
INTERNET SOURCE		
9.	0.26% bmdlaboratory.com https://bmdlaboratory.com/jasa-kalibrasi-chiller-di-pt-sonna-medika-jaya.html	●



REPORT #24497875

INTERNET SOURCE		
10. 0.23%	repository.fe.unj.ac.id http://repository.fe.unj.ac.id/4571/1/LAPORAN%20PKL%20KARIN%20ALFADITA%20	●
INTERNET SOURCE		
11. 0.18%	eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/3500/16/bab%203.pdf	●
INTERNET SOURCE		
12. 0.17%	repository.teknokrat.ac.id http://repository.teknokrat.ac.id/2599/1/LAPORAN%20PRAKTIK%20KERJA%20L...	● ●
INTERNET SOURCE		
13. 0.09%	eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/8987/11/BAB%20I.pdf	●
INTERNET SOURCE		
14. 0.08%	repository.stiedewantara.ac.id http://repository.stiedewantara.ac.id/3314/1/LAPORAN%20KULIAH%20KERJA%20	●