



16.98%

SIMILARITY OVERALL

SCANNED ON: 24 JAN 2025, 11:38 AM

Similarity report

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

● IDENTICAL	● CHANGED TEXT	● QUOTES
5.69%	11.29%	0.06%

Report #24518673

7 10 BAB I PENDAHULUAN 1.1 Latar Belakang Kerja Profesi Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara individu dan perusahaan berkomunikasi. Platform digital, seperti media sosial, situs web, dan aplikasi, telah menjadi saluran utama dalam menyampaikan pesan secara efektif kepada audiens. Menurut laporan Digital 2023 dari We Are Social dan Hootsuite, terdapat 212,9 juta pengguna internet di Indonesia dengan penetrasi sebesar 77% dari total populasi. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas masyarakat Indonesia memiliki akses terhadap informasi melalui media digital, sehingga menjadikan komunikasi digital sebagai salah satu pilar penting dalam strategi komunikasi perusahaan. Komunikasi perusahaan, atau Corporate Communication, adalah proses strategis yang digunakan oleh perusahaan untuk menjalin hubungan baik dengan berbagai pemangku kepentingan, baik internal maupun eksternal. Corporate Communication mencakup berbagai aspek, seperti manajemen citra perusahaan, penyampaian informasi penting, hingga pelaksanaan kampanye yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran publik terhadap brand perusahaan. Dalam hal ini, Kompas Gramedia, melalui unit Corporate Communication yang berada di bawah PT Digital Inisiatif, memainkan peran strategis dalam menjaga reputasi perusahaan dan memastikan pesan yang disampaikan sesuai dengan nilai-nilai perusahaan. Dalam konteks Corporate Communication, desain grafis menjadi elemen yang sangat penting. Desain grafis tidak hanya berfungsi

sebagai alat visual, tetapi juga menjadi sarana strategis untuk menarik perhatian audiens, menyampaikan informasi secara efisien, dan menciptakan pengalaman komunikasi yang positif. Manusia secara alami lebih responsif terhadap informasi visual dibandingkan dengan teks, dengan otak memproses gambar jauh lebih cepat. Prinsip-prinsip desain grafis yang efektif meliputi kemampuan untuk menarik perhatian audiens, 2 (Kemp, 2023) menciptakan tampilan yang menyenangkan secara visual, dan memastikan pesan yang disampaikan dapat dipahami dengan jelas. Sebagai contoh, menjelaskan bahwa desain grafis dalam media sosial harus dapat menarik perhatian, menyenangkan mata, dan secara efektif menyampaikan pesan kepada audiens. Dengan penerapan prinsip-prinsip desain yang tepat, media sosial dan platform komunikasi lainnya dapat menjadi alat yang sangat efektif dalam menyampaikan pesan kepada publik dan mendorong pemahaman informasi secara lebih mendalam.


12 Di era digital, desain grafis sering digunakan dalam berbagai platform, seperti media sosial, situs web, dan presentasi perusahaan. Bagi Kompas Gramedia, desain grafis membantu memperkuat identitas perusahaan melalui elemen visual yang konsisten, seperti warna, tipografi, dan ikonografi. Selain itu, desain grafis juga digunakan untuk meningkatkan keterlibatan audiens (engagement) dengan konten yang menarik secara visual. Selama melaksanakan program kerja profesi di PT Digital Inisiatif, Praktikan mendapatkan kesempatan untuk berkontribusi langsung dalam proses perancangan konten visual untuk Corporate Communication Kompas Gramedia. **4** Proses ini melibatkan berbagai tahapan, mulai dari memahami kebutuhan komunikasi perusahaan, merancang konsep visual, hingga menghasilkan desain akhir yang siap digunakan. Setiap tahapan tersebut memberikan wawasan mengenai pentingnya kreativitas, detail, dan relevansi dalam menghasilkan desain grafis yang efektif. Laporan ini bertujuan untuk mendokumentasikan pengalaman Praktikan selama melaksanakan kerja profesi di PT Digital Inisiatif. Selain itu, laporan ini juga akan 3 Eka W (2021) membahas strategi perancangan konten desain grafis yang diterapkan untuk mendukung kegiatan Corporate Communication di Kompas Gramedia. Dengan demikian, laporan ini diharapkan

dapat memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai peran desain grafis dalam menciptakan komunikasi perusahaan yang efektif di era digital.

1.2.1 Maksud Kerja Profesi Kerja profesi merupakan salah satu bentuk pembelajaran yang dirancang untuk memberikan pengalaman praktis kepada mahasiswa sebelum memasuki dunia kerja. Dalam konteks ini, kerja profesi bertujuan agar mahasiswa dapat memahami bagaimana teori yang telah dipelajari di bangku perkuliahan diterapkan secara langsung di industri. Program ini juga memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk mengembangkan keterampilan teknis dan non-teknis yang relevan dengan bidang keahlian masing-masing. Kerja profesi yang dilakukan di PT Digital Inisiatif (Kompas Gramedia) bertujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai peran desain grafis dalam mendukung komunikasi perusahaan. Sebagai bagian dari unit Corporate Communication, Praktikan bertugas untuk merancang konten visual yang sesuai dengan kebutuhan komunikasi internal dan eksternal perusahaan. Proses ini melibatkan pemahaman mengenai strategi komunikasi, analisis audiens, dan penerapan prinsip-prinsip desain grafis secara profesional. Selain itu, kerja profesi ini dimaksudkan untuk membantu Praktikan membangun portofolio yang relevan dengan industri desain komunikasi visual. **11** Dengan menghasilkan karya yang sesuai dengan kebutuhan perusahaan, Praktikan diharapkan dapat meningkatkan daya saing di dunia kerja. Program ini juga menjadi ajang bagi Praktikan untuk mengembangkan 4 kemampuan beradaptasi dalam lingkungan kerja yang dinamis, bekerja sama dalam tim, serta menghadapi tantangan nyata di industri kreatif. Melalui kerja profesi ini, diharapkan Praktikan dapat memberikan kontribusi nyata bagi perusahaan sekaligus memperoleh wawasan baru yang dapat memperkaya proses pembelajaran akademik. Pengalaman ini tidak hanya bermanfaat untuk pengembangan keterampilan teknis, tetapi juga membentuk pola pikir kreatif dan strategis yang diperlukan dalam dunia profesional.


1.2.2 Tujuan Kerja Profesi Kerja profesi merupakan salah satu bentuk pembelajaran yang dirancang untuk menghubungkan teori yang telah dipelajari di bangku

perkuliahan dengan praktik nyata di dunia industri. Dalam pelaksanaannya, kerja profesi tidak hanya bertujuan untuk memberikan pengalaman kerja langsung, tetapi juga untuk membekali mahasiswa dengan keterampilan dan pemahaman yang relevan dengan bidang profesi yang diminati. Di PT Digital Inisiatif (Kompas Gramedia), kerja profesi ini difokuskan pada eksplorasi dan penerapan strategi perancangan konten desain grafis untuk mendukung kegiatan Corporate Communication. 7 Tujuan dari pelaksanaan kerja profesi ini adalah sebagai berikut: 1. 5 Menerapkan Teori dalam Praktik Industri Memberikan kesempatan kepada Praktikan untuk mengaplikasikan pengetahuan dan teori yang telah dipelajari selama perkuliahan, khususnya dalam bidang desain komunikasi visual, ke dalam praktik nyata di lingkungan kerja profesional. 2. Memahami Proses Kerja di Industri Kreatif Memberikan pemahaman mendalam mengenai alur kerja, struktur organisasi, dan dinamika kerja di industri kreatif, 5 khususnya dalam konteks Corporate Communication di PT Digital Inisiatif (Kompas Gramedia). 3. Mengembangkan Keterampilan Teknis dan Profesional Melatih kemampuan Praktikan dalam merancang konten desain grafis yang sesuai dengan kebutuhan komunikasi perusahaan, sekaligus meningkatkan keterampilan teknis seperti penggunaan perangkat lunak desain dan pengelolaan proyek kreatif. 4. Mengasah Kemampuan Beradaptasi dan Kolaborasi Membantu Praktikan untuk mengembangkan kemampuan adaptasi terhadap budaya kerja profesional dan meningkatkan keterampilan bekerja sama dalam tim, baik dengan rekan kerja maupun pihak eksternal yang terlibat dalam proyek. 5. Meningkatkan Pemahaman tentang Peran Desain Grafis dalam Komunikasi Perusahaan Menyadarkan Praktikan akan pentingnya desain grafis sebagai elemen strategis dalam membangun citra perusahaan dan menyampaikan pesan yang efektif kepada audiens. 6. Membentuk Portofolio Profesional Memberikan kesempatan kepada Praktikan untuk menghasilkan karya yang dapat digunakan sebagai portofolio profesional yang relevan dan kompetitif di dunia kerja. 1.2.3 Manfaat Kerja Profesi Kerja profesi memberikan banyak manfaat bagi Praktikan dalam mempersiapkan diri untuk memasuki dunia


profesional. Manfaat-manfaat tersebut antara lain: 1. Mendapatkan pengalaman langsung dalam industri kreatif, khususnya dalam bidang Corporate Communication, untuk memahami dinamika dan tantangan dunia kerja. 6 2. Meningkatkan keterampilan teknis dalam desain grafis dan penggunaan perangkat lunak desain, serta kemampuan dalam mengelola proyek kreatif. 3. Mengembangkan kemampuan beradaptasi dengan lingkungan kerja yang dinamis dan meningkatkan keterampilan bekerja dalam tim. 4. Memahami lebih dalam tentang peran desain grafis dalam komunikasi perusahaan dan bagaimana desain dapat mendukung pesan strategis perusahaan. 5. Membuat karya desain grafis yang berkualitas untuk portofolio profesional yang relevan dengan industri. 6. Membangun link dengan para profesional di industri yang dapat membantu dalam perkembangan karier ke depan. 1.2 Tempat Kerja Profesi PT Digital Inisiatif (Kompas Gramedia) adalah perusahaan yang bergerak di bidang komunikasi digital dan teknologi untuk mendukung strategi komunikasi perusahaan. Terletak di Jalan Panjang No. 8A, Kebon Jeruk, Jakarta Barat, 11530 dan Jl. Palmerah Selatan No. 22-28, Jakarta Pusat, 10270, perusahaan ini berfokus pada pengelolaan komunikasi digital yang efektif antara perusahaan dan berbagai stakeholder. Growth Center, bagian dari PT Digital Inisiatif, bertujuan membantu individu berkembang melalui penemuan potensi unik dan peningkatan keterampilan, serta memberikan dampak positif pada masyarakat. 1.3 Jadwal Pelaksanaan Kerja Profesi Kerja profesi Praktikan dilaksanakan selama 5 hari dalam seminggu, mulai dari 6 September 2024 hingga 31 Desember 2024. Praktikan bekerja dari pukul 9 pagi hingga 6 malam, dengan total jam kerja 9 jam per hari. Selama periode tersebut, Praktikan akan melaksanakan tugas dan tanggung jawab selama 83 hari kerja, dengan total 747 jam kerja yang dijalani sepanjang masa kerja profesi. 7 Bulan Hari Jam Kerja Keterangan Septemb er 19 Hari WFO 09.00 – 18.00 WFO (Full Time). Oktober 22 Hari WFO 09.00 – 18.00 WFO (Full Time) Novembe r 22 Hari WFO 09.00 – 18.00 WFO (Full Time) Desembe r 20 Hari WFO 09.00 – 18.00 WFO (Full Time) Tabel 1. 

Pelaksanaan Kerja Profesi 8 BAB II TINJAUAN UMUM TEMPAT KERJA PROFESI



2.1 Sejarah Perusahaan Kompas Gramedia merupakan perusahaan multi-industri

yang digagas oleh P  K.Ojong dan Jakob Oetama sejak 17 Agustus 1963

yang diawali dengan hadirnya Majalah Intisari untuk membuka cakrawala

bagi masyarakat Indonesia.  Sejak awal terbentuknya, Kompas Gramedia

berpegang teguh pada semangat untuk mencerahkan bangsa dan manusia dengan menghidupi slogan

 “enlightening people  melalui lebih dari 400 jaringan usaha di


seluruh Indonesia, CEO Kompas Gramedia Lilik Oetama, menyampaikan bahwa

Kompas Gramedia hadir sebagai Indonesia mini yang berkontribusi untuk

melakukan perubahan relevan dan berkembang sebagai aset bangsa Indonesia

dengan nilai kemanusiaan dan integritas sebagai kunci utamanya 9 Gambar

2. 1 Sejarah Kompas Gramedia Gambar 2. 2 Logo Kompas Gramedia (Wahyono, 2020).

 Seiring berjalannya waktu, Kompas Gramedia terus beradaptasi dan

melahirkan berbagai brand lainnya.  Saat ini terdapat delapan pilar bisnis

dari Kompas Gramedia, yakni industri media, retail and publishing ,

hospitality , manufacture , education , event and venue , property

and infrastructure , dan digital yang tersebar di 80 kota di 34

provinsi. Kini Kompas Gramedia dipimpin oleh Lilik Oetama sebagai CEO.

Selain mengembangkan bisnis, Kompas Gramedia juga memberikan kontribusi

sosial melalui program Corporate Social Responsibility (CSR) yang diberi

nama KG Semesta. Dilansir dari website resmi Kompas Gramedia, KG

Semesta bertujuan untuk menciptakan keselarasan hidup melalui pembangunan

berkelanjutan di tengah masyarakat. Terdapat tiga pilar utama dalam “KG

Semesta”, yakni Semesta Pendidikan dengan program Aku Baca, KG

English Club , KG Music Club , kemudian, Semesta Budaya dengan

adanya Bentara Budaya, dan Semesta Lingkungan dengan kegiatan Bank

Sampah, Kampung Koran, dan Urban Farming.  Program-program yang

diimplementasikan pada 10 Gambar 2. 3 Unit Bisnis Kompas Gramedia

(Kompas Gramedia, n.d.) KG Semesta berangkat dari tujuan pembangunan

berkelanjutan atau yang dikenal sebagai Sustainable Development Goals

(SDGs). 2.2 Struktur Organisasi Untuk melaksanakan tugasnya, Kompas

Gramedia memiliki unit Corporate Communication yang berperan sebagai pusat informasi dan komunikasi perusahaan, baik untuk kebutuhan internal maupun eksternal. Unit ini terbagi ke dalam beberapa divisi yang dirancang untuk memperlancar alur kerja karyawan. **1 14** Berikut adalah struktur organisasi dari Corporate Communication Kompas Gramedia. **1** 11 Gambar 2. 4 Struktur Organisasi Corporate Communication Kompas Gramedia Bagan di atas menggambarkan struktur organisasi Corporate Communication Kompas Gramedia. **1** Adapun Corporate Communication Director Glory Oyong menjadi kepala dari korporat yang bertanggung jawab, mengarahkan, dan mengawasi karyawan. General Manager Communication Management dan Bentara Budaya Ilham Khoiri berada tepat dibawah direktur untuk membantu operasional pekerjaan. Terdapat dua posisi yang membantu Manager dalam hal ini yakni General Affair yang diisi oleh Rini Yulia dan Preilly Daisy serta Sekretaris Karolina Novita Rini. Tak cukup sampai di situ, Corporate Communication dibagi menjadi tiga fokus bagian yakni Komunikasi, Multimedia, dan Bentara Budaya. Agatha Trisanti menjadi Communication Manager juga membawahi divisi Public Relations Analyst dan Community Relations Analyst and CSR Analyst. **1** Irvan Manullang sebagai kepala Multimedia, dan Paulina Dinartisti sebagai Bentara Budaya Manager yang membawahi divisi Event, Digital Program Event, Asset Management, dan Partnership and Community Development dari Bentara Budaya. 2.3 Kegiatan Umum Perusahaan Sebagai bagian dari strategi komunikasi perusahaan, Corporate Communication (CorCom) di Kompas Gramedia mengelola dan mendukung berbagai kegiatan penting yang berfokus pada hubungan internal dan eksternal, serta pengembangan perusahaan. Beberapa kegiatan umum yang dilaksanakan oleh CorCom di Kompas Gramedia antara lain: 1. Pameran di Bentara Budaya 12 Pameran yang diadakan di Bentara Budaya merupakan salah satu sarana untuk mempromosikan karya-karya seni, budaya, serta produk-produk unggulan dari Kompas Gramedia kepada masyarakat luas. Pameran ini juga menjadi ajang untuk memperkenalkan nilai-nilai perusahaan. 2. Kunjungan Kunjungan dilakukan sebagai bagian dari hubungan dengan berbagai pihak eksternal, termasuk

mitra kerja, klien, dan stakeholder lainnya. Kegiatan ini bertujuan untuk mempererat kerjasama dan komunikasi dalam rangka mendukung tujuan perusahaan. 13 Gambar 2. 5 Pameran di Bentara Budaya Gambar 2. 6 Kunjungan Kementrian Sosial RI ke Kompas Gramedia 3. Polantas (Podcast Lantai Tujuh Belas) Podcast Polantas merupakan salah satu media komunikasi yang digunakan oleh Kompas Gramedia untuk berbagi informasi, cerita, serta diskusi menarik seputar dunia media, teknologi, dan industri kreatif. Podcast ini berfungsi sebagai saluran untuk meningkatkan hubungan komunikasi di dalam perusahaan maupun dengan audiens eksternal. 4. Syukuran KG Syukuran KG adalah kegiatan yang diadakan setiap tahun untuk merayakan pencapaian-pencapaian yang telah diraih oleh Kompas Gramedia selama setahun penuh. Kegiatan ini juga bertujuan untuk mempererat hubungan antara sesama 14 Gambar 2. 7 Thumbnail Video Youtube Polantas Gambar 2. 8 Syukuran KG 2023 karyawan dan memberikan apresiasi terhadap kontribusi mereka. 5. KG Cup KG Cup adalah kompetisi olahraga yang diadakan untuk seluruh warga Kompas Gramedia. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan kekompakan, kebersamaan, serta menjaga kesehatan di kalangan karyawan melalui berbagai cabang olahraga yang dilombakan.

6 BAB III PELAKSANAAN KERJA PROFESI 3.1 Bidang Kerja Sebagai Desainer Grafis di PT Digital Inisiatif (Kompas Gramedia), Praktikan bergabung dalam tim Multimedia yang bertanggung jawab untuk desain grafis di media sosial dan kebutuhan cetak. Tugas Praktikan meliputi pembuatan desain visual yang mendukung strategi komunikasi perusahaan. Selain itu, Praktikan juga membantu tim video dalam pembuatan motion grafis dan terlibat dalam dokumentasi visual untuk beberapa 15 Gambar 2. 9 Opening Ceremony KG CUP 2024 acara perusahaan, seperti pameran dan kompetisi olahraga. Keterlibatan ini memberikan kesempatan bagi Praktikan untuk mengasah keterampilan desain grafis, motion graphics, serta pengelolaan konten visual di berbagai platform. 3.2 Pelaksanaan Kerja Kerja Profesi dilaksanakan sejak 6 September 2024 hingga 31 Desember 2024. Di hari pertama kerja praktik di PT Digital Inisiatif (Kompas

Gramedia), praktikan menerima briefing mengenai tugas yang akan dijalani dan diberikan akses ke Google Drive sebagai platform untuk mengakses dan menyimpan file pekerjaan. Praktikan bertanggung jawab untuk membuat desain grafis untuk media sosial dan kebutuhan cetak, serta membantu tim video dalam pembuatan motion graphics dan dokumentasi acara perusahaan. 16 Gambar 3. 1 Alur Kerja di Corporate Communication - Kompas Gramedia 3.2.1 Perancangan Desain untuk Media Sosial 17 N o Kegiatan Proses Kegiatan Tabel 3. 1 Proses Kerja Merancang Desain Media Sosial 18 1 Briefing Praktikan berpartisipasi dalam diskusi awal bersama Senior Social Media Specialist untuk memahami kebutuhan desain grafis yang akan dibuat. Praktikan mencatat semua informasi penting yang diberikan. 2 Konfirmasi Praktikan mengonfirmasi dengan mentor atau atasan terkait konsep dan detail eksekusi yang akan dilakukan dalam proyek tersebut. 3 Perancangan Praktikan mulai merancang desain grafis atau motion graphics sesuai dengan brief yang diberikan. Dalam proses ini, praktikan membuat elemen visual seperti gambar dan teks. 4 Preview Praktikan menyerahkan hasil desain. untuk ditinjau oleh atasan. Setelah mendapat masukan, praktikan melakukan revisi atau perbaikan sesuai dengan feedback yang diberikan. 5 Revisi Praktikan melakukan revisi pada desain. sesuai dengan arahan dari atasan. Proses ini dilakukan beberapa kali hingga hasil akhir memenuhi standar yang diinginkan 6 Approval Setelah revisi selesai, praktikan mengirimkan hasil final untuk 3.2.2 Perancangan Desain Material Promosi (Matprom) untuk Pameran di Bentara Budaya 19 Gambar 3. 2 Desain Story Instagram mendapatkan persetujuan terakhir sebelum dipublikasikan atau digunakan N o Kegiatan Proses Kegiatan 1 Briefing Praktikan mengikuti briefing awal dengan tim event atau marketing untuk memahami konsep pameran, tema, target audiens, dan kebutuhan desain matprom. Praktikan mencatat detail penting seperti ukuran, jenis media, dan tenggat waktu. 2 Riset Praktikan melakukan riset terkait tema pameran, tren desain terkini, dan inspirasi visual yang relevan untuk memastikan desain menarik dan sesuai dengan target

REPORT #24518673

audiens. 3 Konsep Desain Praktikan membuat sketsa atau konsep desain awal berupa moodboard atau rough layout untuk menunjukkan ide utama matprom. Proses ini bertujuan untuk Tabel 3. 2 Proses Kerja Merancang MatProm Pameran 20 mendapatkan persetujuan awal dari mentor atau atasan. 4 Pembuatan Desain Praktikan mulai membuat desain material promosi sesuai konsep yang telah disetujui. Matprom dapat mencakup poster, banner, flyer, social media post, atau merchandise menggunakan software desain seperti Adobe Photoshop, Illustrator, atau Canva. 5 Preview Praktikan menyerahkan hasil desain awal kepada mentor atau atasan untuk ditinjau. Feedback dari atasan dicatat untuk proses revisi. 6 Revisi Praktikan memperbaiki desain berdasarkan masukan dari atasan atau tim terkait. Proses revisi dilakukan hingga hasil desain sesuai dengan standar yang diinginkan. 7 Final Approval Setelah desain selesai dan revisi terakhir dilakukan, praktikan menyerahkan desain final untuk mendapatkan persetujuan dari atasan atau tim marketing. 21 8 Output & File Delivery Praktikan mempersiapkan file desain dalam format yang sesuai (seperti PDF untuk cetak atau JPG/PNG untuk digital). File ini kemudian dikirimkan kepada pihak percetakan atau diunggah sesuai kebutuhan. 22 Gambar 3. 3 Desain Kebutuhan Instagram Pameran Komunikasih VS Komunikacau Gambar 3. 4 Desain Kebutuhan Cetak Pameran Komunikasih VS Komunikacau 23 Gambar 3. 5 Desain Kebutuhan Instagram Pameran Virgoreza Gambar 3. 6 Desain Kebutuhan Cetak Pameran Virgoreza 3.2.3 Membuat Motion Graphic Salah satu tugas yang saya kerjakan selama program magang di PT Digital Inisiatif. Saya bertanggung jawab merancang dan membuat motion graphic untuk berbagai keperluan, termasuk frame story media sosial dan animasi lukisan untuk pameran di Bentara Budaya. Untuk frame story, saya menciptakan animasi yang menarik perhatian audiens, menggunakan elemen visual yang dinamis dan tetap konsisten dengan identitas branding perusahaan. Pada proyek pameran, saya merancang motion graphic berupa animasi lukisan yang memberikan dimensi baru pada karya seni, sehingga terlihat lebih hidup dan interaktif. **3** Proses ini

melibatkan eksplorasi desain, pembuatan storyboard, hingga eksekusi menggunakan perangkat lunak seperti Adobe After Effects. Tantangan terbesar dalam proyek ini adalah memastikan bahwa animasi tetap harmonis dengan estetika lukisan asli, sekaligus menciptakan pengalaman visual yang menarik bagi audiens pameran.

24 No Kegiatan Proses Kegiatan 1 Briefing Praktikan berpartisipasi dalam diskusi awal bersama Senior Social Media Specialist untuk memahami kebutuhan desain grafis yang akan dibuat. Praktikan mencatat semua informasi penting yang diberikan.

2 Konfirmasi Praktikan mengonfirmasi dengan mentor atau atasan terkait konsep Tabel 3. 3 Proses Kerja Merancang Motion Graphic 25 dan detail eksekusi yang akan dilakukan dalam proyek tersebut.

3 Pre-Production Praktikan mulai merancang desain grafis atau motion graphics sesuai dengan brief yang diberikan. Dalam proses ini, praktikan membuat elemen visual seperti gambar dan teks.

4 Asset Creation Praktikan merancang elemen visual seperti ilustrasi, ikon, dan teks yang sesuai dengan brief.

13 Proses ini mencakup penggunaan perangkat lunak desain seperti Adobe Illustrator atau Photoshop.

5 Animation Praktikan mulai membuat animasi menggunakan software seperti Adobe After Effects atau aplikasi lainnya. Elemen-elemen yang telah dirancang diintegrasikan ke dalam timeline animasi.

6 Preview Praktikan menyerahkan draft animasi untuk ditinjau oleh mentor atau atasan. Setelah mendapat masukan, praktikan mencatat semua feedback untuk revisi lebih lanjut.

7 Revisi Praktikan melakukan revisi pada animasi berdasarkan arahan yang 26 diberikan. Proses ini dapat dilakukan beberapa kali untuk memastikan hasil memenuhi ekspektasi.

8 Audio Integration Praktikan menambahkan elemen audio, seperti musik latar atau efek suara, yang mendukung animasi. Audio ini disesuaikan dengan mood dan tema animasi.

9 Final Approval Setelah semua revisi selesai, praktikan menyerahkan hasil akhir kepada atasan untuk mendapatkan persetujuan sebelum animasi dipublikasikan atau digunakan.

10 Delivery Praktikan mengirimkan file final dalam format yang diminta (seperti MP4 atau MOV) kepada pihak terkait, baik untuk publikasi maupun arsip.

27

Gambar 3. 7 Motion Frame Kebutuhan Instagram Story Gambar 3. 8 Motion Selamat Tahun Baru 2025 28 Gambar 3. 9 Motion Lukisan Pameran Bali Gambar 3. 10 Motion Lukisan Pameran Komunikasih VS Komunikacau 29 Gambar 3. 11 Motion Lukisan Pameran ASEAN Cartoon Contest 2024 3.2.4 Ilustrasi Perancangan Ilustrasi juga menjadi bagian dari tugas saya selama magang di PT Digital Inisiatif. Salah satu proyek yang saya kerjakan adalah membuat ilustrasi gedung- gedung Kompas Gramedia. Dalam proses ini, saya mengadaptasi gaya visual yang sesuai dengan branding perusahaan, menonjolkan ciri khas arsitektur setiap gedung, dan menghadirkan detail yang estetis. Ilustrasi ini digunakan untuk berbagai kebutuhan, seperti konten media sosial, material promosi, hingga dekorasi acara internal perusahaan. Saya memulai dengan melakukan riset visual terhadap bentuk dan karakteristik gedung, lalu menuangkannya ke dalam ilustrasi digital menggunakan software seperti Adobe Illustrator. Fokus utama saya adalah menjaga keseimbangan antara keindahan visual dan kesan profesional yang sesuai dengan citra Kompas Gramedia. 30

No Kegiatan Proses Kegiatan 1 Briefing Praktikan mengikuti briefing dengan mentor atau atasan untuk memahami tujuan pembuatan ilustrasi, gaya yang diinginkan, dan detail spesifik seperti ukuran, warna, atau elemen visual yang harus ada. 2 Riset dan Referensi Praktikan mencari referensi visual yang relevan, seperti gaya ilustrasi, komposisi, dan elemen estetika sesuai dengan konsep yang Tabel 3. 4 Proses Kerja Merancang Ilustrasi 31 diminta. Praktikan juga memahami konteks cerita atau pesan yang ingin disampaikan. 3 Sketsa Awal Praktikan membuat sketsa kasar (rough sketch) untuk mengatur komposisi dan elemen utama ilustrasi. Sketsa ini kemudian ditunjukkan kepada mentor atau atasan untuk mendapatkan masukan awal. 4 Pembuatan Line Art Setelah sketsa disetujui, praktikan membuat outline atau line art dengan lebih detail, memastikan proporsi, perspektif, dan elemen utama sudah tepat. 5 Pewarnaan Praktikan menambahkan warna pada ilustrasi sesuai dengan konsep dan mood yang diinginkan. Proses ini biasanya dimulai dengan blok

warna dasar, kemudian menambahkan shading, highlight, dan efek lainnya.

6 Detailing Praktikan menambahkan detail seperti tekstur, pola, atau elemen dekoratif lainnya untuk memperkaya ilustrasi dan membuatnya lebih menarik. 7 Review dan Revisi Praktikan menyerahkan ilustrasi kepada mentor atau atasan untuk 32 Gambar 3. 12 Ilustrasi Gedung Kompas ditinjau. Berdasarkan feedback yang diberikan, praktikan melakukan revisi hingga hasil sesuai dengan standar yang diinginkan. 8 Final Touch Praktikan menyempurnakan ilustrasi dengan menyelesaikan elemen kecil seperti koreksi warna, penyesuaian detail, atau pengaturan tata letak untuk memastikan hasil akhir terlihat maksimal. 9 Final Approval Ilustrasi yang sudah selesai dikirimkan kepada atasan atau pihak terkait untuk mendapatkan persetujuan sebelum digunakan atau dipublikasikan. 2 9 3.3 Kendala

Yang dihadapi Selama melaksanakan kerja profesi di PT Digital Inisiatif, praktikan menghadapi beberapa kendala yang memengaruhi proses pekerjaan. Salah satu kendala utama adalah artblock, yaitu kesulitan dalam menemukan ide atau konsep desain yang sesuai dengan kebutuhan proyek. Selain itu, praktikan juga sering merasa pusing akibat terlalu lama menatap layar, yang mengharuskan untuk beristirahat sejenak agar dapat melanjutkan pekerjaan dengan optimal. Hambatan teknis juga menjadi tantangan, terutama ketika bekerja dengan artboard berukuran besar yang menyebabkan laptop mengalami lag dan mengurangi efisiensi kerja. Selain itu, deadline pekerjaan yang sering mepet membuat praktikan harus bekerja cepat sambil tetap menjaga kualitas hasil desain. Kendati menghadapi berbagai tantangan, praktikan berusaha untuk mengatasi semua kendala dengan baik agar dapat memenuhi ekspektasi perusahaan. 3.4 Cara Mengatasi Kendala Untuk mengatasi kendala selama kerja profesi di PT Digital Inisiatif, praktikan mencari inspirasi dari platform seperti Pinterest dan Behance serta berdiskusi dengan mentor untuk mengatasi artblock. 3 Untuk mengurangi pusing akibat terlalu lama menatap layar, praktikan menerapkan aturan 20-20-20 dan menjaga pola 33 makan serta istirahat yang cukup. Kendala teknis seperti laptop yang lag saat mengerjakan artboard besar diatasi dengan mengoptimalkan

ukuran file, membersihkan memori, dan membatasi aplikasi yang berjalan. Sementara itu, untuk menghadapi deadline yang mepet, praktikan membuat daftar prioritas, mengatur waktu kerja dengan baik, dan menjaga komunikasi yang jelas dengan mentor agar tugas dapat diselesaikan tepat waktu.

3.5 Pengetahuan yang didapatkan Selama Kerja Profesi Selama menjalani kerja profesi di PT Digital Inisiatif, praktikan memperoleh banyak pengetahuan dan pengalaman baru yang sangat berharga. Praktikan belajar memahami alur kerja profesional di perusahaan, termasuk cara memmanage waktu secara efektif agar pekerjaan dapat selesai sebelum deadline. Selain memperdalam kemampuan desain, praktikan juga mempelajari ilmu baru di bidang fotografi, videografi, dan motion graphic. Tidak hanya itu, praktikan mendapatkan masukan dan wejangan dari para senior dan mentor mengenai cara menentukan jenjang karir di masa depan. Praktikan juga memperluas jaringan dengan menjalin hubungan baik dengan rekan kerja dari divisi lain, seperti Humas dan Bentara Budaya, yang turut memperkaya pengalaman selama kerja profesi.

34 BAB IV PENUTUP

4.1 Simpulan Kerja profesi yang dilaksanakan di PT Digital Inisiatif memberikan banyak pengalaman dan pembelajaran berharga bagi praktikan. Selama menjalani program ini, praktikan tidak hanya mendapatkan pemahaman mendalam mengenai alur kerja di lingkungan perusahaan, tetapi juga meningkatkan kemampuan manajemen waktu untuk menyelesaikan pekerjaan sesuai deadline yang ditentukan. Praktikan turut mengembangkan keterampilan di bidang desain grafis, fotografi, videografi, dan motion graphic, yang menjadi modal penting dalam dunia kerja di industri kreatif. Proses ini juga membantu praktikan untuk memahami pentingnya komunikasi yang efektif dengan mentor dan tim untuk memastikan hasil kerja yang sesuai dengan ekspektasi. Selain itu, praktikan memperoleh wawasan baru tentang strategi komunikasi perusahaan melalui peran Corporate Communication, yang tidak hanya berfokus pada desain, tetapi juga bagaimana menyampaikan pesan yang relevan kepada berbagai audiens. Melalui masukan dan wejangan dari mentor serta para senior, praktikan mendapatkan panduan untuk

menentukan arah jenjang karir di masa depan. Interaksi dengan rekan kerja dari divisi lain, seperti Humas dan Bentara Budaya, turut memperluas perspektif praktikan mengenai berbagai aspek kerja profesional di lingkungan Kompas Gramedia. Pengalaman ini tidak hanya membantu praktikan dalam membangun kompetensi teknis, tetapi juga memperkaya jejaring profesional yang dapat mendukung karir di masa depan. 4.2

Saran Proses pelaksanaan kerja profesi dapat ditingkatkan melalui beberapa aspek, antara lain peningkatan komunikasi dan feedback yang lebih terstruktur, serta pembagian tugas yang lebih variatif agar peserta kerja profesi dapat mendalami berbagai aspek pekerjaan. Dalam desain media sosial Kompas Gramedia 36 dan Bentara Budaya, peserta kerja profesi disarankan untuk lebih terlibat dalam perencanaan konten bersama tim komunikasi serta mengikuti pelatihan tren desain terbaru. Untuk pembuatan motion design, peningkatan sumber daya dan kolaborasi dengan tim kreatif lainnya akan sangat bermanfaat. Dalam bidang fotografi dan videografi, diusulkan penyelenggaraan workshop serta penyediaan peralatan yang lebih modern guna menunjang hasil yang optimal. Terakhir, penguatan kolaborasi antardivisi dan pengembangan keterampilan dalam manajemen proyek serta kerja tim dapat meningkatkan efisiensi dan kompetensi peserta kerja profesi selama program berlangsung. 37 1



REPORT #24518673

Results

Sources that matched your submitted document.

● IDENTICAL ● CHANGED TEXT

INTERNET SOURCE		
1.	11.49% e-journal.uajy.ac.id https://e-journal.uajy.ac.id/31072/3/190906826%202.pdf	● ●
INTERNET SOURCE		
2.	1.04% eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/1961/1/1.%20Halaman%20Judul.pdf	●
INTERNET SOURCE		
3.	0.92% static.buku.kemdikbud.go.id https://static.buku.kemdikbud.go.id/content/pdf/bukuteks/kurikulum21/Dasar-...	●
INTERNET SOURCE		
4.	0.85% digi-lib.stekom.ac.id https://digi-lib.stekom.ac.id/assets/dokumen/ebook/feb_BMqCNdjuWwsipqdy..	●
INTERNET SOURCE		
5.	0.84% eprints.polbeng.ac.id http://eprints.polbeng.ac.id/14768/2/2.%20KP-6404201021-Bab%20I%20Pendah..	●
INTERNET SOURCE		
6.	0.83% eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/10237/11/BAB%20III.pdf	●
INTERNET SOURCE		
7.	0.64% eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/9672/11/BAB%20I.pdf	●
INTERNET SOURCE		
8.	0.53% eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/7089/12/12.%20BAB%20II.pdf	●
INTERNET SOURCE		
9.	0.5% eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/8569/13/BAB%20III.pdf	●



REPORT #24518673

INTERNET SOURCE

10. **0.44%** eprints.upj.ac.id

<https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/3640/11/BAB%20I.pdf>

INTERNET SOURCE

11. **0.44%** eprints.ums.ac.id

<https://eprints.ums.ac.id/105047/1/Publikasi%20Ilmiah%20Ridwan%20Novanto...>

INTERNET SOURCE

12. **0.43%** repository.stikom Yogyakarta.ac.id

<http://repository.stikom Yogyakarta.ac.id/419/1/Laporan%20TA%20Muhammad%20>

INTERNET SOURCE

13. **0.31%** pendidikanmaju.com

<https://pendidikanmaju.com/alasan-memilih-jurusan-desain-komunikasi-visual/>

INTERNET SOURCE

14. **0.26%** kc.umn.ac.id

https://kc.umn.ac.id/id/eprint/23225/4/BAB_II.pdf

● QUOTES

INTERNET SOURCE

1. **0.06%** e-journal.uajy.ac.id

<https://e-journal.uajy.ac.id/31072/3/190906826%202.pdf>