

BAB 3

PELAKSANAAN KERJA PROFESI

3.1 Bidang Kerja

Selama melaksanakan kerja profesi, mahasiswa berperan sebagai *creative designer* di divisi marketing & sales. Mahasiswa bertanggung jawab untuk membuat materi promosi sesuai arahan dari pembimbing kerja. Tidak hanya memberikan arahan, pembimbing kerja juga sering mengajak diskusi untuk menentukan strategi visual media pemasaran perusahaan.

Beberapa proyek yang dipercayakan oleh pembimbing kerja adalah ; desain *banner* aplikasi, poster tutorial, *Instagram feed*, brosur promosi untuk *salesman*, video *tvc*, video tutorial aplikasi, dsb. Selain mengerjakan untuk kebutuhan media promosi perusahaan, mahasiswa juga berkesempatan untuk membantu proses brainstorming ketika perusahaan membutuhkan desain untuk kebutuhan interior. Dalam melaksanakan kerja profesi, mahasiswa mendapat banyak pengalaman yang baru didapatkan ketika melaksanakan kerja profesi.

3.2 Pelaksanaan Kerja

Mahasiswa melaksanakan kerja profesi selama tiga bulan terhitung sejak tanggal 15 Juli 2024 - 15 Oktober 2024. Selama tiga bulan, mahasiswa bertugas untuk mengerjakan beberapa materi promosi perusahaan. Materi promosi perusahaan meliputi ; *brosur*, *flyer*, *Instagram feed*, video *tvc*, dan video tutorial aplikasi.

Selama melaksanakan kerja profesi, mahasiswa belajar banyak mengenai gaya desain perusahaan sebelumnya, mengikuti *brief* dari pembimbing kerja, serta mengembangkan *softskills* seperti berkomunikasi dan belajar menyampaikan pendapat. Mahasiswa selalu diberi *brief* di awal mengenai bagaimana gaya desain dan isi dari desain itu sendiri sebelum dilaksanakan. Setelah menyelesaikan desain, akan ada proses asistensi terlebih dahulu hingga desain di *acc*.

3.2.1 Desain Sosial Media

Desain mengikuti gaya desain yang sudah ada sebelumnya, baik NexSoft maupun MitraGro.

Tabel 3.1 Alur kerja desain sosial media

No.	Tahapan Kegiatan	Deskripsi
1.	<i>Briefing</i>	Mahasiswa diberikan tugas membuat desain postingan untuk hari besar ulang tahun kemerdekaan Indonesia. Mahasiswa diminta untuk menyesuaikan gaya desain dengan <i>key visual</i> sebelumnya.
2.	Perancangan	Mencari referensi di internet, seperti ; <i>pinterest, dribbble, behance</i> , dsb. Lalu gaya desain yang menarik akan di simpan. Tujuannya adalah untuk memberikan referensi lain di dalam gaya desain. Desain dibuat dengan menggabungkan aplikasi <i>adobe illustrator</i> dan <i>adobe photoshop</i> .
3.	<i>Preview</i>	Desain diserahkan kepada pembimbing kerja untuk mendapatkan <i>approval</i> . Kemudian pembimbing kerja akan memberikan umpan balik terkait dengan desain.
4.	Revisi	Pembimbing kerja memberi masukan bagian mana dalam desain yang bisa diperbaiki/ditambahkan untuk membuat desain menjadi lebih baik lagi dari sebelumnya.
5.	Final Desain	Setelah melalui proses <i>approval</i> , desain yang sudah sesuai kriteria akan disetujui oleh pembimbing kerja. Kemudian mahasiswa mengirimkan hasil desain dengan kualitas <i>hd</i> ke <i>google drive</i> sebagai tempat untuk menyimpan beberapa data. Salah satunya untuk hasil desain.



Gambar 3.1 Desain Kemerdekaan Indonesia



Gambar 3.2 Template IG NexSoft



Gambar 3.3 Template IG MitraGro

3.2.2 Redesain Banner Website NexSoft

Perusahaan sedang ingin melakukan redesain website. Untuk itu, perlu ada referensi desain untuk diajukan. Mahasiswa bertugas untuk membantu mencari dan memberikan referensi.

Tabel 3.2 Alur kerja redesain banner website NexSoft

No.	Tahapan Kegiatan	Deskripsi
1.	<i>Briefing</i>	Pembimbing kerja memberikan instruksi untuk mencari gaya desain dan tata letak desain. Kemudian membuat <i>dummy design</i> versi website.
2.	Perancangan	Menggabungkan beberapa referensi gaya desain yang diperoleh. Karena ini adalah perusahaan perangkat lunak, jadi gaya desain disesuaikan dengan sedikit menambahkan elemen futuristik untuk memberikan kesan teknologi.
3.	<i>Preview</i>	Melakukan proses asistensi desain kepada pembimbing kerja.
4.	Revisi	Desain tidak melalui proses revisi karena pembimbing kerja sudah cukup puas dengan desain ini.
5.	Final Desain	Hasil desain yang sudah melalui proses approval dikirimkan ke tim <i>UI/UX</i> untuk kembali diolah.



Gambar 3.4 Redesain Banner Website NexSoft

3.2.3 Redesain Brosur GroMart

Divisi pemasaran memerlukan brosur dengan gaya desain yang baru. Sebelumnya sudah ada, tetapi berbahasa Inggris dan sudah lama. Sehingga perlu ada brosur baru dalam bahasa Indonesia.

Tabel 3.3 Alur kerja desain brosur GroMart

No.	Tahapan Kegiatan	Deskripsi
1.	<i>Briefing</i>	Tim <i>sales</i> lapangan memerlukan brosur. Brosur lama berbahasa Inggris dan sudah lama tidak diperbarui. Sehingga perlu ada brosur baru dan dalam bahasa Indonesia untuk memudahkan pengguna yang mencari info lebih lanjut.
2.	Perancangan	Mengartikan isi brosur yang sebelumnya berbahasa Inggris ke dalam bahasa Indonesia secara sederhana tapi tetap mengikuti aturan baku dalam berbahasa.
3.	<i>Preview</i>	Hasil redesain dalam bentuk brosur digital ukuran A5 di dalam satu pdf yang berisi informasi tentang GroMart.
4.	Revisi	Menambahkan grafis yang merepresentasikan teknologi ke dalam brosur. Kemudian menambahkan warna gradient yang sedikit kompleks supaya memberikan kesan teknologi.
5.	Final Desain	Hasil desain brosur digabungkan menjadi satu file dalam bentuk pdf.

o mart

Kenapa Berjualan Secara Online


Ini saran aplikasinya yang besar, alasannya lebih kecil

- Dapat bersaing dengan grosir online lainnya
- Dapat mengurangi biaya logistik
- Dapat mengurangi biaya penjualan
- Dapat memperluas area penjualan
- Dapat meningkatkan profit & kerjasama dengan prinsipel GroMart dan GroPoint



Unggul dalam persaingan dunia online
Bagian dari ND6

Bagaimana GroMart Berbeda Dengan Marketplace Lainnya?



Fakta 80% dari sampel 1,8 juta faktur adalah kurang dari pembelian **500rb**

GroMart melayani pelanggan online dengan penawaran yang sama seperti yang diberikan oleh tenaga sales yang sering mengunjungi.

Fitur GroMart :

- Pesanan** di Gro Mart dapat dialokasikan kembali kepada masing-masing penjual sesuai rencana.
- Limit Kredit** dapat dibagi antara pesanan online dan offline.
- Anggaran Promosi** dapat dibagi antara pesanan online dan offline.
- Stok Online** dipisahkan dari stok offline untuk menghindari overselling dan pelanggan yang tidak puas.
- Pembelian** dapat dikontrol untuk menghindari overbuying selama periode promosi.

Mengatur toko online di Gro Mart melalui ND6 sama seperti membuat toko kedua yang identik. Limit kredit dan anggaran promosi antara toko online dan offline dapat diatur

Kamu bisa membatasi pelanggan mana yang dapat berbelanja secara online dan yang dapat berbelanja secara offline dan online.

*Berdasarkan analisis dari 1,8 juta tagihan yang diproses pada bulan biasa tahun 2022

TAHUKAH KAMU?



Fakta 80% dari sampel 1,8 juta faktur adalah kurang dari pembelian **500rb**

Berbeda dengan program loyalitas lain, GroPoint dirancang khusus untuk melayani pelanggan FMCG.

Fitur GroPoint :

- Membuat dan menyesuaikan program loyalitas.
- Membedakan member berdasarkan saluran dan area.
- Menyediakan hadiah yang bervariasi tergantung pada saluran dan area.
- Menyediakan hadiah yang bervariasi untuk kategori produk yang berbeda.
- Membuat poin loyalitas yang bisa ditukarkan dengan mitra pilihan.



o mart | oUp

Meningkatkan Penjualan dan Mengurangi Biaya dengan GroMart dan GroPoint



- Mengurangi kunjungan ke pelanggan yang berbelanja di bawah Rp 300.000/transaksi
- Memanfaatkan waktu luang tenaga sales untuk mencari toko baru dan berfokus pada pelanggan dengan transaksi lebih besar.
- Melatih tenaga sales menggunakan pesan dan telepon untuk mempromosikan produk kepada pelanggan.
- Memanfaatkan waktu luang tenaga sales untuk mencari toko baru dan berfokus pada pelanggan dengan transaksi lebih besar.

@nextsoft.id | 6221 8666 0139 (Main)
 6221 8666 0137 (Fax) | 6221 8666 0138 (Customer Service)
 sales@nextsoft.co.id | 62 859 3959 3939 (Customer Service)
 cs@nextsoft.co.id

PT. Permadaksa Teknologi Nusantara
Gedung Scientia Business Park Tower 2 Lt.2
Jl. Scientia Boulevard Gading Serpong

Gambar 3.5 Redesain Brosur GroMart

3.2.4 Iklan GroChat

Untuk memasarkan layanan baru, perusahaan perlu memasarkannya secara masif. Dalam upaya tersebut, diperlukan media promosi yang akan ditampilkan di dalam aplikasi internal dan media iklan.

Tabel 3.4 Alur kerja banner iklan GroChat

No.	Tahapan Kegiatan	Deskripsi
1.	<i>Briefing</i>	Divisi pemasaran ingin mempromosikan salah satu fitur terbaik dari GroMart yang bisa digunakan oleh pemilik grosir untuk memudahkan proses pemesanan. Untuk memaksimalkan promosi, perlu ada strategi visual yang tepat. Mahasiswa bertugas untuk mengembangkan visual yang akan digunakan sebagai media promosi.
2.	Perancangan	Mahasiswa melakukan proses digital <i>imaging</i> terlebih dahulu. Kemudian mencari beberapa aset grafis yang mendukung. Untuk membuat desain tetap relevan, mahasiswa hanya menggunakan tone warna yang sudah ditetapkan. Supaya desain tetap terlihat menarik dan tidak flat, mahasiswa melakukan sedikit manipulasi warna dan foto menggunakan <i>Photoshop</i> .
3.	<i>Preview</i>	Hasil desain dengan ukuran 1920 x 1080 , orientasi <i>landscape</i> .
4.	Revisi	Terdapat beberapa aset kurang merepresentasikan pesan yang ingin disampaikan lewat iklan. Jadi mahasiswa perlu untuk eksplor lagi dan mengganti aset grafis yang tidak relevan dengan pesan yang ingin disampaikan.
5.	Final Desain	Menggunakan beberapa aset dari perusahaan langsung supaya menjaga visual tetap relevan dengan perusahaan dan juga selaras dengan pesan yang ingin disampaikan.

**Bisa Chat Grosir
Tanya Stok Orderan**

o mart

13:50
Tanya Berkat Santika

Bes, stok mineral di GroMart cuma 15 dus, kirim 20 ya. Bon ikat ya

13:50

Siap, diantar 20 dus ya sekarang

13:55

**Untung Tambah Greget
Diskon Promonya Menarik**

o mart

VOUCHER

VOUCHER

VOUCHER

VOUCHER

VOUCHER

PROMO MENARIK

Save 50% Di SuperMara Santika

MEWA

COD
SAKUD DI TEMBAT

**Tips Agar Pembeli
Jadi Langganan**

o mart

- Cepat dan tepat melayani pembeli
- Konsisten waktu buka dan tutup toko
- Rutin cek stok dagangan, produk - produk laris jangan sempe habis
- Belanja di agen dengan promo menarik, harga jual bisa bersaing
- Ramah dan sabar menanggapi pembeli

Gambar 3.6 Iklan GroChat

3.2.5 Redesain Banner Promo

Mahasiswa bertugas untuk memperbarui design banner promosi yang baru di aplikasi GroUp karena design yang lama terasa sedikit usang. Sehingga perlu ada desain baru yang lebih *fresh*.

Tabel 3.5 Alur kerja redesain banner promo

No.	Tahapan Kegiatan	Deskripsi
1.	<i>Briefing</i>	Banner promosi di aplikasi sudah terlihat sedikit usang dan perlu ada desain baru yang lebih <i>fresh</i> . Tujuannya adalah untuk menarik perhatian pengguna dengan visual yang lebih <i>fresh</i> . Terdapat 2 banner yang akan di redesain.
2.	Perancangan	Masih menggunakan <i>tone</i> warna dari brand dalam bentuk warna <i>gradient</i> . Kemudian menambahkan elemen grafis yang mendukung. Banyak menggunakan proses digital <i>imaging</i> supaya menghasilkan gaya yang diinginkan.
3.	<i>Preview</i>	Hasil desain dengan ukuran 1920 x 1080 , orientasi <i>landscape</i> .
4.	Revisi	Menggunakan manipulasi warna yang sedikit kompleks sehingga sedikit menghilangkan identitas <i>brand</i> karena warna mengalami pergeseran seperti terlalu cerah, dsb.
5.	Final Desain	Masih tetap menggunakan grafis yang sebelumnya. Hanya perlu untuk sedikit menyesuaikan <i>tone</i> warna yang dihasilkan dari proses manipulasi warna.



Gambar 3.7 Redesign Banner Aplikasi

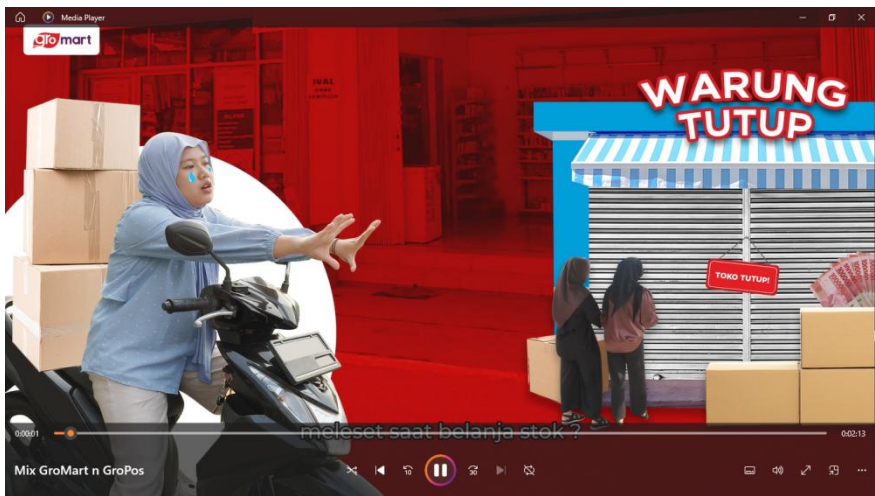
3.3 Video Iklan TVC

Perusahaan ingin mempromosikan GroMart lebih gencar lagi. Terlebih perusahaan juga melakukan promosi lewat undian akhir tahun. Sehingga mahasiswa ditugaskan untuk membuat video tvc iklan tentang layanan dan hadiah undian akhir tahun.

Tabel 3.6 Alur kerja membuat video iklan TVC

No.	Tahapan Kegiatan	Deskripsi
1.	<i>Briefing</i>	Pembimbing kerja menugaskan mahasiswa untuk membuat video tentang GroMart untuk diberikan kepada <i>sales</i> di lapangan. Tujuannya adalah untuk membantu <i>sales</i> memberikan informasi dan menarik perhatian.
2.	Perancangan	Mahasiswa terlibat dalam proses <i>brainstorming</i> sebelum akhirnya memutuskan untuk membuat video iklan <i>TVC</i> . Selain itu mahasiswa juga terlibat langsung dalam proses foto talent, <i>editing</i> foto talent, dan membantu proses <i>editing</i> video.
3.	<i>Preview</i>	Iklan <i>TVC</i> GroMart dengan talent, <i>background</i> foto yang sudah dimanipulasi, menampilkan fitur-fitur layanan dari GroMart, kemudian informasi undian akhir tahun. <i>Voice over</i> dan alur cerita dirancang oleh pembimbing kerja. Mahasiswa lebih banyak di proses <i>developing visual</i> dan <i>editing</i> video.
4.	Revisi	Sedikit perubahan di visual <i>background</i> yang digunakan karena terdapat identitas <i>brand</i> lain di dalam iklan. Jadi perlu untuk mengganti dengan aset lain yang aman.
5.	Final Desain	Tidak banyak perbedaan dari sebelumnya. Di tahap ini terdapat sedikit penyesuaian seperti urutan penyampaian informasi dalam iklan, latar belakang musik, dan elemen visual yang

lebih relevan.



Gambar 3.8 Iklan TVC

3.4 Kendala Yang Dihadapi

Mahasiswa terkadang sering *artblock*, merasa kebingungan karena desain terasa kosong dan datar. Perlu ditambahkan elemen desain tapi tidak tahu elemen desain apalagi yang harus ditambahkan. Hal ini disebabkan oleh mahasiswa perlu mendesain dengan gaya desain yang berbeda di satu lingkup yang sama. Karena perusahaan memiliki lebih dari satu gaya desain pemasaran seperti desain untuk NexSoft berbeda dengan desain untuk Mitragro. Sehingga perlu waktu dan banyak uji coba untuk bisa menyesuaikan.

3.5 Cara Mengatasi Kendala

Cara mengatasi kendala yang dihadapi adalah dengan mencari referensi sumber - sumber desain di internet, seperti ; *pinterest, behance, dribbble*, dsb. Kemudian mencari kata kunci yang sesuai dengan gaya desain yang sedang dicari. Lalu mahasiswa mencoba mencocokkan gaya desain referensi dengan desain yang sedang dikerjakan. Setelah mendapatkan referensi gaya atau elemen desain yang cocok, mahasiswa mencoba untuk mengaplikasikannya ke dalam desain yang sedang dikerjakan. Selain itu, mahasiswa juga terkadang berhenti sejenak untuk beristirahat dan melihat sekitar untuk mendapatkan ide.

3.6 Pembelajaran Yang Diperoleh Dari Kerja Profesi

Program kerja profesi memberikan pengalaman yang banyak bagi mahasiswa. Mahasiswa diberikan kesempatan untuk bisa mengaplikasikan pengetahuan yang didapat selama perkuliahan ke dalam dunia kerja nyata. Selama program, mahasiswa dibekali banyak sekali pengalaman yang akan berguna setelah lulus nanti di dunia kerja. Mahasiswa belajar tentang pentingnya komunikasi. Dalam dunia kerja, mahasiswa menyadari bahwa kelak mahasiswa tidak akan hanya bekerja sendirian, melainkan tim. Komunikasi menjadi salah satu faktor terpenting dalam dunia kerja. Ketika ingin menyampaikan ide atau gagasan perlu adanya komunikasi yang baik supaya rekan dapat memahami maksud yang ingin disampaikan. Begitu juga ketika tidak setuju dengan gagasan orang lain, perlu adanya gaya komunikasi yang baik supaya masukan yang diberikan dapat diterima dengan baik tanpa menyakiti orang lain. Secara *hardskill*, mahasiswa memperoleh pengalaman lebih dalam mengenai alat yang digunakan. Mahasiswa juga diberi kebebasan untuk menggunakan perangkat lunak desain yang ada, sehingga

mahasiswa dapat bebas *explore* serta menambah pengetahuan perangkat lunak desain lebih dalam lagi. Tidak hanya dalam desain, mahasiswa juga memperoleh pengetahuan tentang bahasa pemrograman yang digunakan oleh perusahaan mahasiswa magang.

