

BAB III

PELAKSANAAN KERJA PROFESI

3.1 Bidang Kerja

PT. Sonna Medika Jaya berfokus pada pendistribusian alat kesehatan dengan berbagai divisi yang memiliki tugasnya masing-masing. Pada kesempatan kerja profesi ini, praktikan ditempatkan di divisi *Commercial Excellence* sebagai *Intern Graphic Designer*. Praktikan sebagai *Intern Graphic Designer* pada PT. Sonna Medika Jaya memiliki tugas/pekerjaan, yaitu mendesain materi promosi seperti poster, *flyer*, *motion graphic*. Materi promosi tersebut bertujuan untuk membantu meningkatkan *awareness* calon pembeli terhadap produk yang dijual.

Media komunikasi visual memiliki peran penting dalam mendukung promosi sebuah institusi atau produk, seperti yang diungkapkan dalam jurnal oleh Sunarya et al. (2015). Media seperti poster, spanduk, dan merchandise dinilai efektif untuk menarik perhatian audiens dan meningkatkan citra merek (Sunarya, Abas, & Jasmine, 2015). Tugas sebagai Desainer Grafis di PT. Sonna Medika Jaya, yang mencakup pembuatan materi promosi seperti poster, flyer, dan motion graphic, menunjukkan bagaimana media visual ini dapat digunakan untuk meningkatkan kesadaran merek dan menarik minat calon pembeli.

3.2 Pelaksanaan Kerja

Selama kerja profesi di PT. Sonna Medika Jaya, praktikan melaksanakan tugas di bawah bimbingan tim divisi *Commercial Excellence*. Kerja profesi yang dilakukan praktikan berlangsung selama kurang lebih 408 jam, di tanggal 17 Juli – 20 September 2024.

Proses dalam mendesain materi promosi di PT. Sonna Medika Jaya mencakup beberapa tahapan sebagai berikut:

1. *Brief* dari Pembimbing Kerja

Praktikan menerima instruksi dari pembimbing kerja terkait isi konten, konsep desain, warna, dan layout yang akan digunakan dalam proyek.

2. Pemberian Aset Desain

Setelah menerima instruksi, praktikan diberikan aset yang diperlukan untuk desain, seperti gambar, logo, atau elemen visual lain yang dibutuhkan.

3. Pengerjaan Tugas

Setelah brief diterima dengan jelas serta didukung aset yang lengkap, praktikan mulai membuat desain sesuai arahan dari brief menggunakan aset yang telah diberikan.

4. Pengecekan Awal oleh Pembimbing

Setelah desain selesai, pembimbing kerja melakukan pengecekan awal untuk memastikan kesesuaian desain dengan instruksi yang telah diberikan sebelum diteruskan ke divisi marketing.

5. Proses Revisi (Jika Diperlukan)

Jika terdapat masukan atau perbaikan dari pembimbing atau divisi marketing, praktikan melakukan revisi sesuai arahan.

6. Publikasi

Setelah semua revisi selesai, desain akhir diserahkan kepada pembimbing kerja untuk diteruskan ke divisi marketing, yang kemudian akan memproses publikasi desain tersebut.

3.2.6 Perancangan *Brand Guideline* untuk Sonna Medika Jaya

Selama kegiatan kerja profesi/magang, praktikan bersama rekan magang lainnya diberikan kesempatan untuk menyusun *Brand Guideline* bagi perusahaan. *Brand Guideline* ini dibuat karena praktikan dan rekan melihat bahwa konten-konten desain di perusahaan masih tidak konsisten dan belum memiliki identitas yang kuat. Sebagai langkah awal, praktikan dan rekan menyusun proposal konsep *Brand Guideline* yang diajukan kepada atasan. Setelah proposal disetujui, praktikan dan rekan melanjutkan proses pembuatan *Brand Guideline* sesuai dengan arahan yang telah diberikan.

Brand guideline sendiri adalah dokumen penting yang menjelaskan cara penerapan identitas merek untuk memastikan konsistensi komunikasi di berbagai platform. Dokumen ini biasanya merupakan salah satu hasil utama dari proyek rebranding yang dirancang untuk digunakan oleh pihak internal maupun eksternal. *Brand guideline*

mencakup elemen-elemen seperti penggunaan logo, palet warna, tipografi, hingga elemen audiovisual, tergantung kebutuhan merek. Tidak hanya untuk perusahaan besar, *guideline* ini juga bermanfaat bagi usaha kecil, startup, hingga merek pribadi seperti selebriti atau tokoh olahraga, untuk menjaga citra *brand* tetap konsisten. Aksesibilitas *brand guideline*, misalnya melalui dokumen online atau versi unduh, memastikan semua pihak yang terlibat dapat mengikuti standar yang ditetapkan. (Mogaji, 2019)

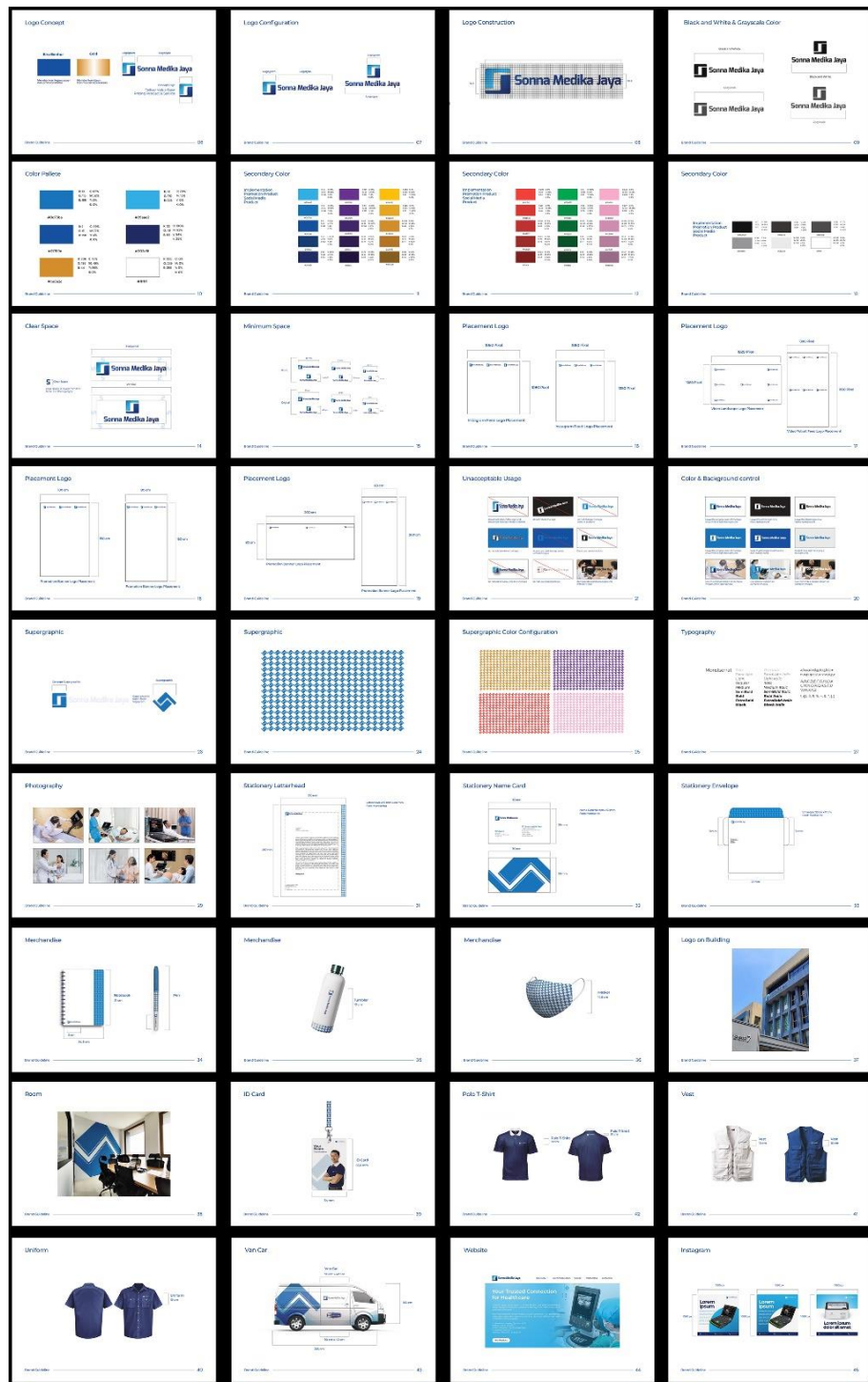


Gambar 3. 1 Feed Instagram Perusahaan Sebelum Dibuat Brand Guideline



Create by Rafli Pramudita, Sholahuddin Al Ayuubi

Gambar 3. 2 Tampilan Slide Cover Brand Guideline Sonna Medika Jaya

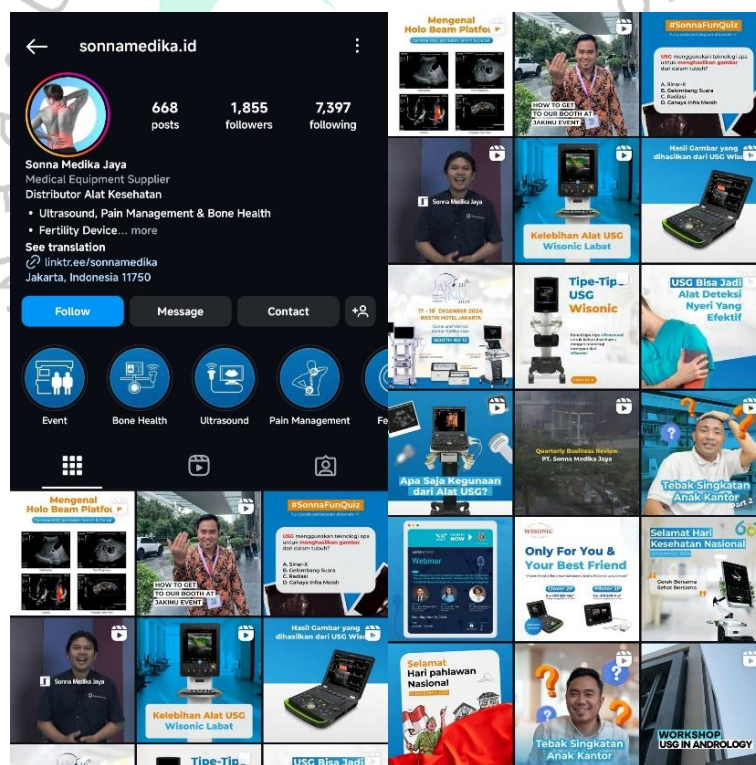


Gambar 3. 3 Tampilan Isi Brand Guideline

Link:

https://drive.google.com/file/d/1MJ02Wi7NVqXX1sBKVRTZCWDgAz9Bvi/view?usp=drive_link

Pembuatan *Brand Guideline* ini disesuaikan dengan apa yang telah dipelajari selama perkuliahan, tepatnya mata kuliah Perancangan Identitas Visual pada Semester 5. *Brand Guideline* ini dirancang untuk membantu perusahaan menjaga konsistensi visual dan komunikasi, memperkuat identitas merek, mempermudah proses desain, meningkatkan efisiensi kerja, serta membangun kepercayaan pelanggan terhadap merek perusahaan. Dengan *Brand Guideline* ini, diharapkan pembuatan desain di perusahaan menjadi lebih terarah, profesional, dan sesuai dengan standar yang telah ditentukan. Setelah *Brand Guideline* selesai dibuat serta masa magang berakhir, media sosial PT. Sonna Medika Jaya mulai mengimplementasikan isi dari pedoman tersebut. Penggunaan warna, tata letak, tipografi, penempatan logo, dan elemen desain lainnya sudah sesuai dengan panduan yang telah disusun.



Gambar 3. 4 Feed Instagram Perusahaan Setelah Dibuat Brand Guideline

Typography

Monsterrat	Thin	<i>Thin Italic</i>	a,b,c,d,e,f,g,h,i,j,k,l,m
	ExtraLight	<i>ExtraLight Italic</i>	n,o,p,q,r,s,t,u,v,w,x,y,z
	Light	<i>Light Italic</i>	A,B,C,D,E,F,G,H,I,J,K
	Regular	<i>Italic</i>	L,M,N,O,P,Q,R,S,T,U
	Medium	<i>Medium Italic</i>	V,W,X,Y,Z
	SemiBold	<i>SemiBold Italic</i>	!, @, #, \$, %, ^, &, *, (,)
	Bold	<i>Bold Italic</i>	
	ExtraBold	<i>ExtraBold Italic</i>	
Black	<i>Black Italic</i>		







Gambar 3. 5 Petunjuk Tipografi di Brand Guideline

Salah satu elemen yang ada di *Brand Guideline* adalah tipografi. Tipografi merupakan ilmu, seni, atau teknik dalam menyusun elemen huruf atau teks agar dapat dibaca dengan nyaman serta memiliki nilai estetika. Tipografi tidak hanya membahas pemilihan dan penataan huruf, tetapi juga pengaturan distribusi huruf pada ruang atau media tertentu untuk menciptakan kesan yang membantu penyampaian makna secara jelas kepada pembaca (Iswanto, 2023). Tipografi memiliki peranan penting untuk mengkomunikasikan ide atau informasi melalui simbol tertentu, sekaligus memberikan karakteristik unik pada sebuah merek. Misalnya, jenis huruf sans serif sering kali digunakan untuk mencerminkan kesan modern dan minimalis (Ray & Islam, 2022). Sans serif dianggap sebagai jenis huruf yang tegas, mudah terbaca, jelas, serta memiliki format netral yang cocok untuk berbagai aplikasi desain modern (Arifrahara, 2021).

Brand guideline yang dibuat mencakup elemen penting untuk menjaga konsistensi identitas visual perusahaan, seperti *logo configuration*, warna, *clean space*, *minimum space*, *logo placement*, *dos and don'ts*, *supergraphics*, dan *brand expression*. Pembuatan *guideline* ini menerapkan ilmu dari mata kuliah Perancangan Identitas Visual, dengan penyesuaian terhadap logo perusahaan yang sudah ada serta kesepakatan dengan pihak kantor. *Logo configuration* mencakup variasi

penggunaan logo, *clean space* dan *minimum space* menentukan batas ruang kosong di sekitar logo, sementara palet warna didefinisikan secara spesifik untuk memastikan konsistensi visual. Aturan *logo placement* serta *dos* and *don'ts* mengatur penggunaan logo agar selalu sesuai standar, seperti menghindari distorsi atau *background* yang mengurangi keterbacaan. *Supergraphics* digunakan untuk memperkuat identitas merek, dan *brand expression* menunjukkan implementasi logo di berbagai media, seperti *stationery*, *merchandise*, atau platform digital, sehingga menciptakan identitas visual yang solid dan seragam.

Color Pallete

	R: 13 G: 115 B: 186 C: 87% M: 52% Y: 0% K: 0%		R: 41 G: 170 B: 226 C: 70% M: 15% Y: 0% K: 0%
#0d73ba		#29aae2	
	R: 7 G: 81 B: 158 C: 99% M: 77% Y: 4% K: 0%		R: 32 G: 46 B: 95 C: 100% M: 92% Y: 34% K: 25%
#07519e		#202e5f	
	R: 206 G: 138 B: 44 C: 18% M: 49% Y: 98% K: 2%		R: 255 G: 255 B: 255 C: 0% M: 0% Y: 0% K: 0%
#ce8a2c		#ffffff	

Brand Guideline 10

Gambar 3. 6 Petunjuk Palet Warna di Brand Guideline

Instagram

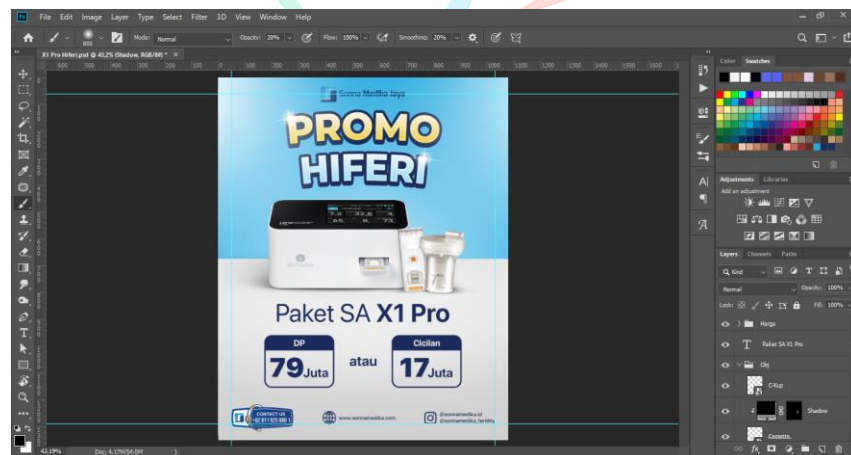


Brand Guideline 45

Gambar 3. 7 Contoh Tampilan Instagram di Brand Guideline

3.2.1 Desain *Flyer* Promosi Produk untuk *Event* HIFERI

Proses kerja dalam mendesain *flyer* promosi beberapa produk untuk *event* HIFERI ini dimulai dengan instruksi dan pemberian aset dari pembimbing kerja. Setelah itu, praktikan membuat desain mengikuti instruksi yang sesuai. Desain *flyer* ini dibuat menggunakan *software* Adobe Photoshop. Penggunaan Adobe Photoshop pada pembuatan desain ini dipilih karena fitur-fiturnya memudahkan manipulasi gambar, seperti membuat *background*, menambahkan bayangan dan pencahayaan. Kelebihan lainnya adalah *software* ini dapat lebih mudah dalam penambahan berbagai efek pada teks maupun produk. Dengan Adobe Photoshop, proses pembuatan desain menjadi lebih fleksibel dan hasilnya dapat disesuaikan secara detail dengan konsep yang diinginkan. Pemilihan warna pada desain ini, menyesuaikan dengan identitas Sonna Medika Jaya, yaitu biru. Setelah dilakukan pengecekan dan revisi terhadap desain, *flyer* ini dipublikasi dengan *output* media digital untuk promosi produk yang tertera.



Gambar 3. 8 Tampilan Proyek *Flyer* Promo HIFERI di Adobe Photoshop



Gambar 3. 9 Final Desain Flyer "Promo HIFERI" Slide 1



Gambar 3. 10 Final Desain Flyer "Promo HIFERI" Slide 2



Gambar 3. 11 Final Desain Flyer “Promo HIFERI” Slide 3

3.2.2 Desain Flyer Promosi Produk Spesial Kemerdekaan Indonesia

Proses kerja dalam mendesain *flyer* promosi spesial kemerdekaan Indonesia ini dimulai dengan instruksi dan pemberian aset dari pembimbing kerja. Setelah itu, praktikan membuat desain mengikuti instruksi yang sesuai. Desain *flyer* ini dibuat menggunakan *software* Adobe Illustrator. Pada *flyer* ini, ada banyak aset/produk yang ditampilkan, namun desain harus tetap terlihat menarik dan rapih. Adobe Illustrator menjadi *software* untuk membuat desain ini karena memiliki fitur yang memudahkan saat proses *layouting*. Desain *flyer* ini sempat melalui tahap revisi untuk penempatan produk serta warna *background*. Pemilihan warna pada desain ini, menyesuaikan tema ‘Kemerdekaan’. Setelah semua selesai, *flyer* ini diserahkan dan dipublikasi dengan *output* media digital untuk promosi produk yang tertera.



Gambar 3. 12 Final Desain Flyer "Promo Merdeka!" Slide 1



Gambar 3. 13 Final Desain Flyer "Promo Merdeka!" Slide 2



Gambar 3. 14 Final Desain Flyer “Promo Merdeka!” Slide 3

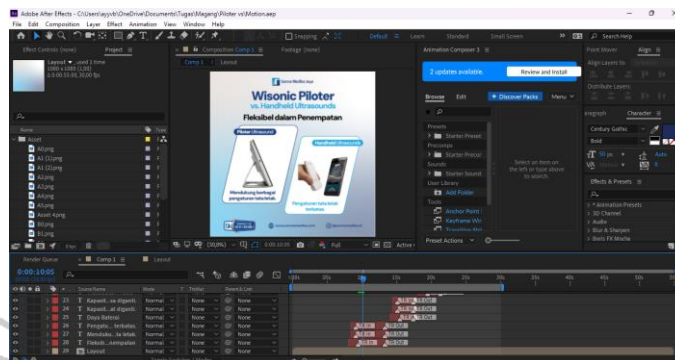


Gambar 3. 15 Final Desain Flyer “Promo Merdeka!” Slide 4

3.2.3 Konten Video *Motion* untuk Promosi Produk Wisonic Piloter

Proses kerja dalam membuat video *motion* ini dimulai dengan instruksi dan pemberian aset dari pembimbing kerja. Setelah itu, praktikan membuat video mengikuti instruksi yang sesuai. Video *motion* ini dibuat

menggunakan *software* Adobe After Effects. Penggunaan *software* ini dipilih karena fiturnya yang memudahkan dalam membuat gerakan yang menarik dan dinamis, sehingga aset/produk dapat ditampilkan secara lebih interaktif dan sesuai dengan konsep promosi. Pemilihan warna pada video ini, menyesuaikan warna identitas Sonna Medika Jaya. Setelah dilakukan pengecekan dan revisi terhadap videonya, konten ini dipublikasi pada platform media sosial Instagram untuk promosi produk yang tertera.



Gambar 3. 16 Tampilan Proyek Promo Wisonic Piloter di Adobe After Effects



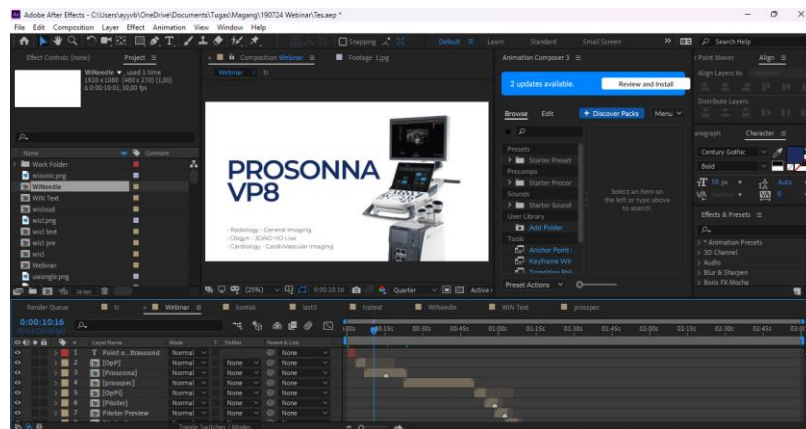
Gambar 3. 17 Tangkapan Layar Final Video Promo Wisonic Piloter

Link: <https://www.instagram.com/p/C-p6YnPgDX/>

3.2.4 Video *Motion* Pengenalan Produk untuk *Bumper* Webinar

Seperti sebelumnya, proses kerja dalam membuat video *motion* ini dimulai dengan instruksi dan pemberian aset dari pembimbing kerja. Setelah itu, praktikan membuat video mengikuti instruksi yang sesuai.

Video *motion* ini dibuat menggunakan *software* Adobe After Effects. Penggunaan *software* ini dipilih karena fiturnya yang memudahkan dalam membuat gerakan yang menarik dan dinamis, sehingga aset/produk dapat ditampilkan secara lebih interaktif dan sesuai dengan konsep promosi. Setelah dilakukan pengecekan dan revisi terhadap videonya, konten ini dipakai menjadi *bumper* webinar yang bekerja sama dengan PT. Sonna Medika Jaya.



Gambar 3. 18 Tampilan Proyek Bumper Webinar di Adobe After Effects



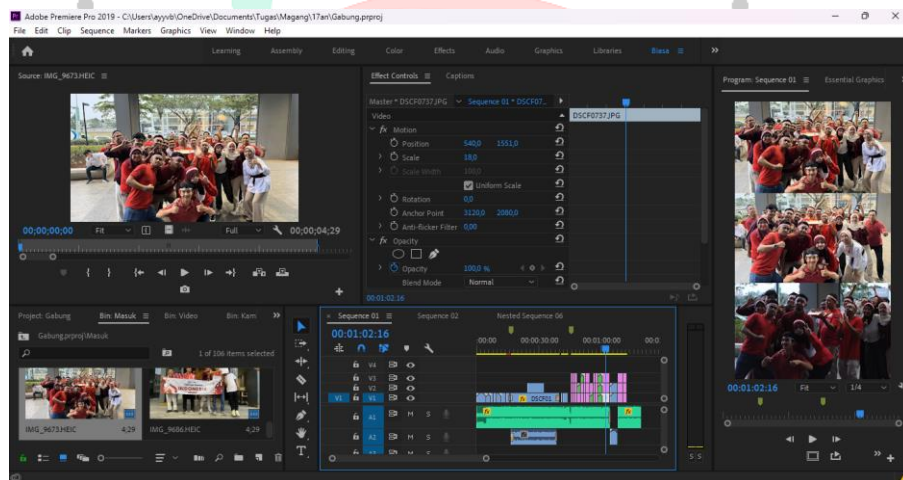
Gambar 3. 19 Tangkapan Layar Final Video Bumper Webinar

Link: <https://drive.google.com/file/d/1ZSc7Zef1vF5j1-ycQCIPrbeuUFa8gy9N/view?usp=sharing>

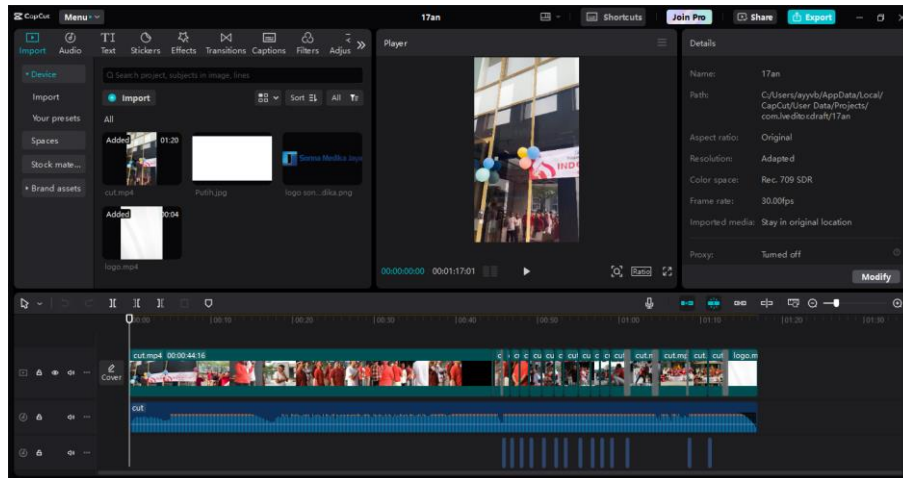
3.2.5 Foto dan Video Dokumentasi Perayaan HUT RI

Pada masa kerja profesi, praktikan turut merayakan Hari Kemerdekaan/Hari Ulang Tahun Republik Indonesia (HUT RI) di kantor. PT. Sonna Medika Jaya memperingati HUT RI dengan mengadakan acara lomba antar karyawan. Praktikan sebagai bagian tim Commex, yang mengurus konten di sosial media, mendapat kesempatan untuk mendokumentasikan acara tersebut.

Praktikan mendokumentasikan kegiatan dalam bentuk foto, sedangkan rekan magang lainnya mendokumentasikan dalam bentuk video pendek. Selanjutnya, hasil foto dan video tersebut diedit oleh praktikan menjadi video dokumentasi berdurasi sekitar satu menit untuk dijadikan konten di Instagram. Pengeditan video dilakukan menggunakan *software* Premiere Pro untuk menggabungkan foto dan video. Sementara itu, efek transisi ditambahkan menggunakan *software* CapCut PC, karena CapCut menyediakan transisi yang menarik dan mudah digunakan.



Gambar 3. 20 Tampilan Proyek Dokumentasi HUT RI di Adobe Premiere Pro



Gambar 3. 21 Tampilan Proyek Dokumentasi HUT RI di Capcut PC

Link: https://www.instagram.com/p/C_HV39iuMTI/

3.3 Kendala Yang Dihadapi

Pada pelaksanaan kerja profesi, terdapat beberapa kendala yang dihadapi dalam proses kerja, antara lain:

1. Beberapa aset desain yang diperlukan tidak tersedia, sehingga praktikan harus mencarinya sendiri.
2. Tidak ada tim khusus untuk me-review desain yang menyebabkan *feedback* datang dari berbagai pihak, yang membuat standar *review* tidak jelas dan menghambat kelancaran proses desain.
3. Masalah koneksi jaringan yang lambat memperlambat transfer *file*, baik untuk aset maupun *file* desain yang sudah jadi, sehingga mengganggu kelancaran alur kerja.

3.4 Cara Mengatasi Kendala

Untuk mengatasi kendala yang dihadapi, praktikan melakukan beberapa langkah untuk mengatasinya, antara lain:

1. Sebelum mendesain, praktikan memastikan aset yang diperlukan sudah tersedia. Jika tidak, praktikan dengan pembimbing kerja melengkapi aset terlebih dahulu agar desain bisa berjalan lancar.
2. Praktikan menyesuaikan dan beradaptasi dengan selera desain dari *feedback* yang telah diterima sebelumnya agar sesuai dengan harapan dan meminimalkan revisi.

3. Jika jaringan lambat, praktikan menggunakan *flashdisk* atau *harddisk* untuk mempercepat transfer file agar proyek tetap berjalan tepat waktu.

3.5 Pembelajaran Yang Diperoleh dari Kerja Profesi

Selama melaksanakan kerja profesi selama kurang lebih 408 jam, praktikan mendapat pengalaman dan wawasan tentang bagaimana dunia kerja yang sesungguhnya berjalan. Selain itu, pembelajaran lain yang diperoleh, antara lain pentingnya komunikasi yang efektif dalam tim, bagaimana cara mengelola waktu dengan baik untuk menyelesaikan pekerjaan tepat waktu, serta pemahaman yang lebih dalam tentang penggunaan berbagai *software* desain. Praktikan juga belajar bagaimana menerima dan menanggapi *feedback* dengan baik serta menyesuaikan desain agar sesuai dengan keinginan klien atau kebutuhan tim.

