



4.77%

SIMILARITY OVERALL

SCANNED ON: 22 JAN 2025, 4:09 PM

Similarity report

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

● IDENTICAL	● CHANGED TEXT	● QUOTES
0.12%	4.65%	0.11%

Report #24498059

1 BAB I PENDAHULUAN 1.1 Latar Belakang Kerja Profesi Kegiatan kerja profesi yang disyaratkan oleh Universitas Pembangunan Jaya memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk mempertajam pengetahuan dan kemampuan mereka, serta mengaplikasikan teori yang telah dipelajari selama masa perkuliahan. Program ini mendorong mahasiswa untuk belajar melalui pengalaman langsung (learning by doing) guna mengasah keterampilan praktis mereka. Selain itu, kerja profesi ini juga memberikan kesempatan bagi mahasiswa untuk memperoleh pengalaman nyata di dunia kerja dan mendapatkan pengetahuan secara langsung. Kerja Profesi (KP) di Universitas Pembangunan Jaya dirancang untuk memberikan wawasan komprehensif tentang dunia kerja kepada mahasiswa, memungkinkan mereka mengaplikasikan teori dan praktik yang telah dipelajari sesuai dengan kompetensi yang diharapkan oleh program studi (Universitas Pembangunan Jaya, 2020). Program ini berlangsung selama 3 bulan atau setara dengan minimal 400 jam kerja, dengan batasan maksimal 8 jam kerja per hari. Syarat bagi mahasiswa yang mengikuti program kerja profesi adalah mereka harus berstatus sebagai mahasiswa aktif Universitas Pembangunan Jaya, telah menyelesaikan minimal 100 SKS, dan memiliki Indeks Prestasi Kumulatif (IPK) minimal 2,00. Praktikan memiliki kesempatan untuk melaksanakan kerja profesi di Teraskota Entertainment Center, khususnya di divisi event dan promotion. Teraskota Entertainment Center adalah salah satu pusat

perbelanjaan yang berlokasi di Tangerang Selatan. Selain karena jurusan yang diambil praktikan, yaitu manajemen pemasaran, sesuai dengan bidang kerja profesi, praktikan juga tertarik untuk memperdalam pengetahuannya mengenai manajemen pemasaran di industri pusat perbelanjaan. **12** 1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Profesi 1.2 1 Maksud Kerja Profesi Kegiatan kerja profesi merupakan salah satu prasyarat yang harus dipenuhi untuk menyelesaikan mata kuliah magang atau internship. **8** Dalam kegiatan ini, mahasiswa diberikan kesempatan untuk menerapkan pengetahuan yang telah diperoleh selama perkuliahan ke dalam praktik langsung di dunia kerja. Selain itu, kerja profesi juga menjadi wadah untuk membangun kerja sama antara Universitas Pembangunan Jaya dan instansi tempat mahasiswa melaksanakan magang. **6** Melalui 2 pengalaman ini, mahasiswa dapat memperluas wawasan, meningkatkan pengetahuan, dan mengembangkan keterampilan yang sesuai dengan kompetensi di bidang 1.2 2 Tujuan Kerja Profesi Melalui kegiatan kerja profesi, mahasiswa dapat menerapkan dan mengembangkan ilmu yang telah dipelajari selama perkuliahan. Selain itu, kegiatan ini juga berperan dalam memperluas jaringan relasi dengan berbagai instansi yang bekerja sama dengan Universitas Pembangunan Jaya. Selama magang, mahasiswa akan memperoleh wawasan serta pengetahuan yang lebih dalam terkait dengan desain Komunikasi Visual. Hal ini juga memungkinkan mahasiswa untuk memahami secara langsung tantangan dan dinamika dunia kerja yang nyata, serta mempersiapkan diri untuk menghadapi lingkungan profesional di masa depan.

1.3 Tempat Kerja Profesi Pratikan melaksanakan kegiatan kerja profesi di Teraskota Entertainment Center, yang lebih dikenal dengan nama Mal Teraskota BSD City, yang terletak di CBD Lot VII B, Jl. **10** Pahlawan Seribu, Lengkong Gudang, Kec. **10** **11** Serpong, Kota Tangerang Selatan, Banten 15322. Pemilihan lokasi kerja profesi ini dilakukan oleh pratikan dengan tujuan untuk lebih memahami dan mempelajari sistem kerja serta penerapan manajemen pemasaran di pusat perbelanjaan. 1.4 Jadwal Pelaksanaan Kerja Profesi Universitas Pembangunan Jaya mewajibkan mahasiswa/i untuk melakukan kegiatan program kerja profesi dengan minimal 400 jam kerja atau kurun

waktu selama 3 bulan. Praktikan telah melakukan proses kerja profesi di mulai pada tanggal 20 Agustus 2024 hingga 20 November 2024 selama 400 Jam. Table 0-1 Tabel Keterangan Kerja Lama Kegiatan Kerja Profesi 20 Agustus 2024 s/d 20 November 2024 Hari Pertemuan 20 Agustus 2024 Waktu Pelaksanaan Kerja Profesi 20 Agustus 2024 – 20 November 2024 09:00 – 18:00 3 BAB II TINJAUAN UMUM TEMPAT KERJA PROFESI 2.

1 Sejarah Perusahaan Teraskota adalah pusat perbelanjaan yang berlokasi di BSD City, Tangerang Selatan. Mall ini mengusung konsep Entertainment Center Mall sebagai tempat rekreasi keluarga. 4 Berdiri di atas lahan seluas 2 hektar, Teraskota mulai beroperasi dan dibuka untuk umum pada tahun 2009. Pengelolaan mall ini berada di bawah tanggung jawab PT. Deyon Resources sebagai manajemen pengelola. Gambar 2. 1 Mal Teraskota Entertainment Center Teraskota berlokasi strategis di BSD City, tepatnya di Central Business District (CBD) Lot VII B, Jl. 4 Pahlawan Seribu, Lengkong Gudang, Kecamatan Serpong, Kota Tangerang Selatan, Banten 15322. Mall ini dikelilingi oleh berbagai perkantoran dan kawasan permukiman, menjadikannya mudah diakses dan dekat dengan pusat aktivitas masyarakat di BSD dan Tangerang Selatan. Target utama pengunjung Teraskota berasal dari wilayah tersebut dan sekitarnya. Visi Teraskota adalah menjadi "Cozcommunity Place", yang menggambarkan fokusnya sebagai tempat yang nyaman untuk bersantai, baik bersama keluarga maupun teman. 1 Sementara itu, misi perusahaan yang dikelola oleh PT Deyon Resources adalah 1 "Increase Loyalty and Profit From Customer 1", yang mencerminkan komitmen untuk meningkatkan loyalitas pengunjung dengan menjadi pilihan utama mereka. Dengan terciptanya loyalitas konsumen, perusahaan berharap dapat mendorong pertumbuhan profitabilitas. Gambar 2. 2 Denah Perusahaan Mal Teraskota Entertainment Center Mall Teraskota dibangun di atas lahan seluas 2 hektar dan terdiri dari tiga lantai pusat perbelanjaan serta satu lantai basement. Selain itu, mall ini memiliki keunggulan berupa akses langsung ke Hotel Santika BSD yang berlokasi di area yang sama. Fasilitas ini menambah kenyamanan dan daya tarik bagi pengunjung, terutama mereka yang membutuhkan akomodasi

di sekitar area. 4 Gambar 2. 3 Logo Perusahaan Mal Teraskota

Entertainment Center Logo Teraskota Entertainment Center memiliki bentuk oval, melambangkan alam semesta, garis lengkungan yang mempresentasikan bentuk teras. Warna dominan pada logo yaitu coklat yang menggambarkan sebagai tanah. Makna dari logo adalah menjadi teras bagi masyarakat yang ingin berkumpul untuk melakukan aktivitas menyenangkan bersama orang terdekat di tengah padatnya perkotaan. Tujuan Mal Teraskota Entertainment Center mengkategorikan Tenant serta Island yang tersedia, terdapat 7 konsep yang dimiliki dan dapat ditemukan di website resmi Mal Teraskota, yaitu:

1. Teras Food Teraskota Entertainment Center menghadirkan berbagai tenant dalam kategori food and beverages baik hidangan nasional dan internasional seperti Dum Dum Thai Tea, Java Ramen Bar, Guldens Mice, Tako n Sushi Box, Shihlin Taiwan Street Snacks, Ichiban Crepes, Shake Shake in A Tub, Lee Loo Siomay, Kopi Kenangan, Mi Polo, Wingstop, Rica Rico, Mochi Mochi, Hop Hop, Baskin Robbins, Starbucks Coffee, Kembang Lawang, Solaria, Bakso Lapangan Tembak Senayan, Gandy Bistro, Wendys, Circle K, Bengawan Solo Coffee, Chatime, Daun Curry, Kafe Betawi.
2. Teras Fun Teraskota Entertainment Center menghadirkan sarana hiburan untuk mengisi waktu luang pengunjung seperti CGV Cinemas untuk menonton film bioskop yang baru keluar, MASTERPIECE Family Karaoke untuk tempat berkaraoke, serta TOYS City dan Girlie untuk tempat bermain dan membeli mainan anak-anak.
3. Teras Fashion Teraskota Entertainment Center menghadirkan sarana style/fashion seperti Levi`s, panama, Cukur-in, Fladeo Shoes, Mystore, House of Wacoal, Terra outlet, dan Sport Icon.
4. Teras Fit Teraskota Entertainment Center menghadirkan sarana Kesehatan seperti Celebrity Fitness, Watson, Guardian.
5. Teras Gadget Teraskota Entertainment Center menghadirkan sarana alat elektronik seperti Samsung.
- 5 6. Teras Home Teraskota Entertainment Center menghadirkan sarana Peralatan atau kebutuhan rumah seperti ACE Hardware, Miniso, Superindo.
7. Teras Style Teraskota Entertainment Center menghadirkan sarana Style atau penampilan seperti The Brahouse, My Salon

Premiere, Girlie Accessories, New Time, Cukurin Barber Shop 2.2 Struktur Organisasi Struktur organisasi dapat diartikan sebagai suatu sistem atau jaringan kerja yang mencakup pembagian tugas, alur pelaporan, dan komunikasi yang mengintegrasikan pekerjaan individu maupun kelompok secara harmonis. Gambar 2. 4 Struktur Organisasi Mal Teraskota Teraskota Entertainment Center Divisi Finance : Memiliki wewenang untuk mengelola arus keuangan secara rinci, termasuk pengaturan pengeluaran dan pendapatan Mall Teraskota. Divisi Operasional : Bertanggung jawab dalam mengelola berbagai aspek operasional, termasuk perawatan gedung, manajemen parkir, pengawasan perizinan keluar-masuk barang, serta pengelolaan penggunaan alat-alat di mall. Divisi Purchasing and Human Resources : Memiliki wewenang dalam proses rekrutmen, pengurangan, dan pengembangan karyawan, serta bertanggung jawab atas pengadaan kebutuhan operasional Mall Teraskota. Divisi Leasing : Bertanggung jawab untuk menjalin kerja sama dan melakukan negosiasi terkait penyewaan area di Mall Teraskota, serta memastikan hubungan baik dengan para penyewa atau tenant tetap terjaga. Divisi Event and Promotion : Bertugas merencanakan dan melaksanakan berbagai acara di Mall Teraskota, serta bertanggung jawab mengontrol dan mendokumentasikan seluruh acara yang berlangsung. Divisi ini juga mengelola promosi, baik yang berkaitan dengan acara internal maupun promosi yang diadakan oleh para tenant. 6 2.3 Kegiatan Umum Perusahaan Kegiatan Umum Mall Teraskota Entertainment Center di BSD City mencakup penyediaan ruang bagi tenant atau penyewa toko, menyediakan venue untuk berbagai acara dan aktivitas komunitas, serta memberikan layanan terbaik kepada pengunjung untuk menciptakan pengalaman yang baik. Divisi Event & Promotion memiliki tanggung jawab utama untuk melaksanakan berbagai kegiatan promosi guna meningkatkan loyalitas dan jumlah pengunjung. Tugas dan tanggung jawab divisi ini meliputi: 1. Menyusun rangkaian kegiatan atau event, mulai dari tahap perencanaan hingga pelaksanaan, serta memastikan setiap tahapan berjalan sesuai rencana dan konsep yang telah ditetapkan. 2. Merancang, menetapkan, dan mengelola seluruh kegiatan

promosi pemasaran yang mencakup tenant, fasilitas, dan elemen lain di Mall Teraskota, dengan memanfaatkan media konvensional dan platform digital. 3. Membuat desain layout 3D untuk kebutuhan event yang akan diselenggarakan di Mall Teraskota. 5 4. Mengelola layanan pengunjung melalui media online, seperti Instagram, TikTok, Facebook, Twitter, dan berbagai platform digital lainnya untuk memperluas jangkauan promosi. 2 7 7 BAB III

PELAKSANAAN KERJA PROFESI 3.1 Bidang Kerja Praktikan ditempatkan di Divisi Event and Promotion yang berada di bawah pengawasan langsung General Manager.

1 Divisi ini bertanggung jawab atas perencanaan, pembuatan, dan pelaksanaan kegiatan promosi serta event, baik yang dilakukan secara langsung maupun melalui media sosial. Selain itu, Divisi Event and Promotion memiliki tugas untuk menyebarkan informasi terkait promosi yang berlangsung di seluruh tenant, kegiatan, serta fasilitas yang tersedia di Teraskota.

2 Fungsi utama divisi ini adalah meningkatkan traffic pengunjung, menjaga loyalitas pelanggan, dan mendukung perkembangan serta popularitas Mal Teraskota.

Selama menjalankan kerja profesi, praktikan dibimbing oleh Bapak Widodo selaku Supervisor Divisi Event and Promotion sekaligus pembimbing kerja. Praktikan juga berkoordinasi dengan Kak Daffy Maulidy dan Kak Muhammad Iqbal dalam menyelesaikan tugas-tugas yang diberikan. Praktikan telah menyelesaikan berbagai tugas desain, di antaranya desain Feed Instagram, spanduk, signage, poster, serta layout 3D untuk mendukung berbagai kebutuhan event dan promosi. 3.2 Pelaksanaan Kerja Praktikan melaksanakan kegiatan kerja profesi di Teraskota Entertainment Center mulai tanggal 20 Agustus 2024 hingga 6 Desember 2024. Pada awal pelaksanaan kerja, Supervisor Divisi Event and Promotion memberikan arahan kepada praktikan untuk memahami alur kerja di bidang Event and Promotion. Selain itu, praktikan juga diberikan pemahaman mengenai struktur organisasi perusahaan, mengikuti sesi perkenalan dengan karyawan lain, dan didaftarkan ke dalam sistem absensi karyawan oleh staf HRD. Pembimbing kerja secara aktif memberikan arahan mengenai tugas-tugas yang akan menjadi tanggung jawab praktikan selama periode kerja profesi. Hal ini bertujuan untuk

memastikan praktikan memahami proses kerja dan dapat menjalankan tugasnya dengan baik. Gambar 2. 5 Alur Kerja Praktikan Selama melaksanakan kerja profesi, praktikan menggunakan berbagai perangkat lunak pendukung untuk menunjang pekerjaan di Divisi Event dan Promotion. **9 Software yang digunakan meliputi Adobe 8 Illustrator, Adobe Photoshop, dan Canva untuk perancangan desain promosi serta kebutuhan grafis lainnya.** Selain itu, praktikan juga diberi kepercayaan untuk terlibat langsung dalam proyek-proyek terkait event, termasuk membantu dalam penyusunan materi visual yang digunakan untuk promosi. Dalam mendukung aspek teknis event, praktikan menggunakan software Blender untuk melakukan proses layouting yang berhubungan dengan tata letak acara atau kebutuhan lain yang melibatkan desain 3D, seperti pembuatan video promosi event. Berikut adalah rincian pekerjaan yang praktikan lakukan selama periode kerja profesi berlangsung:

1. Mendesain konten untuk media sosial Instagram, termasuk Feeds dan Reels, dengan tujuan meningkatkan daya tarik dan efektivitas promosi.
2. Mendesain ulang signage untuk memberikan tampilan yang lebih menarik dan informatif.
3. Membuat desain untuk kebutuhan event yang akan berlangsung di Mal Teraskota, seperti poster, banner, atau materi visual lainnya.
4. Merancang dan membuat layout 3D sebagai gambaran panduan tata letak agar mudah dipahami.
5. Membantu mempromosikan event yang akan datang melalui pembuatan konten media sosial serta materi promosi dalam bentuk media cetak.

3.2.1 Desain Banner, Feeds, dan Layout 3D

pada Event Maulid Muhammad S.A.W & Santunan Teraskota Praktikan telah mengaplikasikan berbagai teori yang diperoleh selama perkuliahan untuk mendukung tugas-tugas kerja profesi, terutama dalam bidang desain. Beberapa prinsip desain yang diterapkan meliputi kesatuan (unity) untuk menciptakan keterpaduan antara elemen visual, keseimbangan (balance) untuk memberikan distribusi visual yang merata, proporsi (proportion) untuk menyesuaikan ukuran elemen dengan keseluruhan desain, ritme (rhythm) untuk membangun pola visual yang teratur, kontras (contrast) untuk menonjolkan elemen tertentu agar lebih menarik, harmoni (harmony) untuk menciptakan

keselarasan antar elemen, dan penekanan (emphasis) untuk memberikan fokus pada elemen penting. Selain itu, teori tata letak juga diterapkan untuk menata elemen visual dan teks secara efektif sehingga mempermudah audiens memahami informasi. Praktikan memperhatikan pemilihan dan konsistensi penggunaan font yang sesuai untuk menciptakan harmoni visual, yang diterapkan pada desain media sosial Instagram Mal Teraskota, menghasilkan desain yang profesional dan menarik. 9 Pada pekerjaan ini, praktikan diberi tugas mendesain banner, feeds, dan layout 3D untuk Event Maulid Muhammad S.A.W & Santunan Teraskota 27 September 2024 Mal Teraskota Entertainment mengadakan sebuah Event berupa Maulid Muhammad S.A.W. Dalam rangka memperingati Maulid Nabi Muhammad SAW, Teraskota bekerja sama dengan Baznas Tangerang Selatan menyelenggarakan program Corporate Social Responsibility (CSR) bertajuk "Maulid Nabi Muhammad SAW & Santunan Teraskota bersama Anak Yatim Piatu". Acara ini dilaksanakan di Masjid Teraskota sebagai momen untuk berbagi kebahagiaan dan berkah bersama adik-adik yatim piatu. Program ini mencerminkan komitmen Teraskota dalam menebarkan kebaikan dan mempererat rasa kepedulian sosial kepada masyarakat sekitar. Gambar 3. 1 Proses pembuatan Spanduk Maulid Muhammad S.A.W & Santunan Teraskota Gambar 3. 2 Proses Pembuatan Feeds Sosial Media Instagram Maulid Muhammad S.A.W & Santunan Teraskota Gambar 3. 3 Proses Pembuatan Layout 3D Backdrop Maulid Muhammad S.A.W & Santunan Teraskota Praktikan menerima arahan dari pembimbing kerja untuk mengerjakan berbagai desain dengan spesifikasi teknis dan kebutuhan yang telah ditentukan. Untuk desain spanduk, pembimbing menginstruksikan agar ukuran dibuat 5 meter x 3 meter, dengan resolusi 150 Dot Per Inch (DPI) dan mode warna CMYK, karena spanduk akan dicetak. Praktikan diminta untuk menghasilkan tiga alternatif desain yang dibuat menggunakan perangkat lunak Adobe Illustrator untuk memberikan pilihan terbaik. Gambar 3. 4 Desain Alternatif 1 Maulid Muhammad S.A.W & Santunan Teraskota Gambar 3. 5 Desain Alternatif 2 Maulid Muhammad S.A.W & Santunan Teraskota Gambar 3. 6 Desain Alternatif 3 Maulid Muhammad S.A.W &

Santunan Teraskota 10 Selain itu, untuk konten Feeds Instagram, pembimbing memberikan arahan agar desain memiliki ukuran 1080 x 1080 piksel, resolusi 72 DPI, dan mode warna RGB, karena konten tersebut akan dipublikasikan di media sosial. Proses desain dilakukan menggunakan Adobe Illustrator untuk memastikan kualitas dan konsistensi visual. Gambar 3. 7 Desain Alternatif 1 & 2 Maulid Muhammad S.A.W & Santunan Teraskota Praktikan juga diberi tugas membuat layout panggung untuk membantu mempermudah visualisasi rancangan. Layout ini mencakup properti seperti meja panjang, sofa, backdrop stand, dan lima pot bunga. Proses desain dilakukan menggunakan perangkat lunak Blender untuk menghasilkan visual 3D yang jelas, detail, dan mudah diaplikasikan dalam perencanaan panggung. Gambar 3. 8 Desain Layout Backdrop 3D Angle Front Maulid Muhammad S.A.W & Santunan Teraskota Gambar 3. 9 Desain Layout Backdrop 3D Angle Side Maulid Muhammad S.A.W & Santunan Teraskota Gambar 3. 10 Desain Layout Backdrop 3D Angle Above Maulid Muhammad S.A.W & Santunan Teraskota Gambar 3. 11 Pemakaian Backdrop pada saat Maulid Muhammad S.A.W & Santunan Teraskota

3.2.2 Desain Kampanye dan Video Promosi Untuk Event COSCLIP.ID Teraskota Entertainment Center bekerja sama dengan Cosclip.ID mengadakan event bertajuk Teras Hobby yang berlangsung pada 18-20 Oktober 2024 di Teraskota Mall BSD, South Tangerang, Banten. Acara ini melibatkan berbagai aktivitas dan penampilan menarik seperti J-Band Performance oleh Zenja, Idol Performance oleh grup Tomoshihi, serta penampilan dari Moon Nana dan DJ Unravel. Event ini juga mengadakan kompetisi Coswalk dengan total hadiah Rp 1.500.000, yang dinilai oleh para juri seperti Takashinreisa dan Gharu. MC acara adalah Erlando, yang turut memandu jalannya kegiatan. Acara ini turut dimeriahkan oleh berbagai program lainnya seperti bazaar, sesi karaoke gratis, Cosplay 11 Corner, Hobbies & Community, Fighting Games Gathering oleh UwuGaming. Untuk berpartisipasi, peserta diarahkan melakukan registrasi melalui tautan atau QR code yang tersedia pada poster. Media promosi acara juga dilakukan melalui berbagai saluran media sosial, di mana

promosi ini menjadi salah satu tanggung jawab praktikan yang bertugas di Divisi Event and Promotion. Yang akan berlangsung pada tanggal 18-20 oktober. Gambar 3. 12 Hasil Desain Feeds COSCLIP.ID untuk Sosial Media Instagram Dari Pembimbing Kerja Pada pekerjaan ini, pembimbing kerja meminta praktikan membantu mendesain spanduk umbul-umbul berdasarkan konsep desain yang telah dibuat oleh tim Divisi Event dan Promotion.

Praktikan melaksanakan tugas dengan menggunakan perangkat lunak Adobe Illustrator untuk menghasilkan desain yang sesuai dengan arahan pembimbing kerja. Spanduk umbul-umbul ini dirancang untuk mempromosikan event Teras Hobby, dengan menampilkan elemen grafis utama seperti tanggal acara, lokasi, serta visual pendukung yang relevan untuk menarik perhatian target audiens. Gambar 3. 13 Proses pembuatan Desain Spanduk Umbul-Umbul untuk Event COSCLIP.ID Gambar 3. 14 Desain Spanduk Umbul-Umbul untuk Event COSCLIP.ID Dengan 3 Alternatif Proses desain dilakukan oleh praktikan dengan memperhatikan standar estetika yang telah ditetapkan oleh Teraskota Entertainment Center. Praktikan memastikan bahwa hasil desain memenuhi persyaratan teknis, seperti resolusi tinggi sebesar 150 DPI, ukuran media cetak 1 meter x 4 meter, serta penggunaan mode warna CMYK. Warna hijau dipilih untuk memberikan kesan segar dan harmoni, warna merah digunakan untuk menarik perhatian dan menciptakan kesan kuat, sedangkan warna biru diterapkan untuk mencerminkan stabilitas dan kepercayaan, sehingga mendukung identitas visual acara dengan lebih baik.

Gambar 3. 15 Lokasi Parkiran sebagai Pengambilan Video 12 Proses pembuatan video promosi dengan konsep 3D unroll banner dimulai dengan survei lokasi untuk menentukan tempat yang sesuai sebagai latar video. Selanjutnya, praktikan berkolaborasi dengan rekan kerja yang berperan sebagai aktor dalam video tersebut. Dalam pelaksanaan tugas ini, praktikan mengaplikasikan berbagai pengetahuan yang diperoleh dari mata kuliah 3D Animation selama perkuliahan. Gambar 3. 16 Proses Motion Tracking Pada Footage Gambar 3. 17 Proses Cloth Simulation Animation pada Footage Praktikan menggunakan Blender sebagai perangkat lunak utama

untuk menciptakan visual 3D yang realistis, serta menerapkan cloth simulation untuk mensimulasikan spanduk agar menyerupai kain yang alami. Untuk meningkatkan kualitas video, praktikan juga menggunakan motion tracking untuk memastikan objek 3D dapat terintegrasi dengan lancar pada latar belakang yang diambil dari video nyata. Selain itu, praktikan menambahkan Visual Effect (VFX) untuk memberikan efek yang lebih dinamis dan menarik pada video promosi. Gambar 3. 18 Proses Editing Hasil Render Footage Praktikan menggunakan Capcut untuk menambahkan Sound Effects (SFX) pada footage video, yaitu dengan memasukkan efek suara keramaian untuk mendukung suasana pada video promosi. Video ini disesuaikan dengan format yang sesuai untuk media sosial Instagram Reels, menggunakan aspect ratio 9:16 atau 1080 x 1920 piksel dan disetting dengan 30 Framerate Per Second (FPS) untuk menghasilkan gerakan video yang mulus. Selain itu, praktikan menyimpan video dalam format codec H.264, yang merupakan standar kompresi video paling umum digunakan saat ini untuk merekam, mengompresi, dan mendistribusikan video digital. Penggunaan H.264 memastikan video tetap berkualitas tinggi sekaligus efisien dalam hal ukuran file, menjadikannya kompatibel dengan lebih dari 90% industri video. Gambar 3. 19 Hasil Video VFX Unroll Banner 3D yang Dipublikasikan di Media Sosial Instagram

3.2.3 Desain Kampanye dan Layouting 3D Untuk Natalan

Pembimbing kerja memberikan arahan kepada praktikan untuk membuat desain dekorasi Natal khusus untuk area Teraskota. Tantangan utama dalam pekerjaan ini adalah memanfaatkan properti yang sudah tersedia di lapangan dan mengoptimalkan pengeluaran dengan seminimal mungkin, sehingga membutuhkan kreativitas tinggi serta kemampuan yang baik dalam mengelola sumber daya secara efisien. Gambar 3. 20 Foto Panggung dalam Untuk Mockup Natal Gambar 3. 21 Foto Lobby Utama dalam Untuk Mockup Natal Gambar 3. 22 Foto Corridor Untuk Mockup Natal Dalam proses pembuatan desain dekorasi Natal, praktikan memerlukan foto sebagai dasar untuk membuat tata letak dekorasi dalam bentuk mockup. Praktikan melakukan pemotretan pada beberapa

area di Teraskota, yaitu koridor, lobi depan, dan panggung dalam, yang direncanakan menjadi lokasi pemasangan properti dekorasi Natal. Untuk membuat tata letak dekorasi yang terlihat realistis, praktikan menggunakan perangkat lunak Blender. Perangkat lunak ini dipilih karena kemampuannya dalam membuat visualisasi 3D yang dapat memberikan gambaran nyata dari desain yang direncanakan. Gambar 3. 23 Proses Pembuatan Tata Letak Untuk Natalan Properti dekorasi Natal yang akan digunakan telah ditentukan dan didiskusikan bersama pembimbing kerja. Properti tersebut meliputi ornamen Natal, lonceng Natal, garland Natal, boneka Santa, pita Natal, serta stiker cut-off yang berupa gambar Santa, bola ornamen Natal, gingerbread house, dan kue bintang Natal. Untuk keperluan cetak desain, file menggunakan resolusi 150 DPI dengan mode warna CMYK untuk memastikan kualitas yang optimal pada hasil akhir. 14 Gambar 3. 24 Hasil Mockup Tata Letak Natalan Area Corridor Gambar 3. 25 Hasil Mockup Tata Letak Natalan Area Panggung Dalam Dalam proses pembuatan dekorasi panggung Natal, praktikan menggunakan pohon Natal sebagai elemen utama yang akan dipinjamkan oleh ACE Hardware. Elemen pendukung lainnya meliputi tempat duduk yang telah tersedia di area depan lobi utama. Untuk backdrop, praktikan memanfaatkan bantuan artificial intelligence (AI) guna mempercepat proses ilustrasi. Gambar 3. 26 Proses Pembuatan Layout 3D Backdrop Natal Gambar 3. 27 Proses Komposisi Desain Backdrop agar Proposional lustrasi backdrop yang dirancang oleh praktikan menggambarkan Santa yang sedang menaiki Rudolf, dengan latar belakang berupa dua gunung serta pohon besar di pojok kanan dan kiri. Backdrop tersebut dibuat dalam format khusus menggunakan mode warna CMYK dengan resolusi 150 DPI, serta ukuran 3 meter x 2 meter untuk memenuhi kebutuhan tampilan panggung. Gambar 3. 28 Hasil Desain Backdrop untuk Dekorasi Natal Dalam proses pengerjaannya, praktikan memanfaatkan perangkat lunak Blender. Pemilihan Blender didasarkan pada kemampuannya dalam menghasilkan visualisasi 3D yang realistis, sehingga membantu memberikan gambaran nyata dari desain yang direncanakan. Selain itu, praktikan juga menggunakan

Adobe Photoshop untuk menyempurnakan komposisi desain agar tampil lebih menarik dan proporsional. 15 Gambar 3. 29 Hasil Render Tata Letak 3D Untuk Natal Angle Front Gambar 3. 30 Hasil Render Tata Letak 3D Untuk Natal Angle Left Gambar 3. 31 Hasil Render Tata Letak 3D Untuk Natal Angle Right Gambar 3. 32 Proses Pengambilan Footage di sekitar Panggung Dalam Proses pembuatan video ucapan Hari Natal dengan konsep 3D Christmas Tree dimulai dengan kegiatan survei lokasi untuk menentukan latar yang sesuai. Setelah lokasi ditentukan, praktikan mencari aset properti 3D yang dibutuhkan melalui Integrated Addon pada perangkat lunak Blender, yaitu BlenderKit. Aset yang digunakan meliputi pohon Natal, bola ornamen, manusia salju, dan kado-kado. Gambar 3. 33 Proses Motion Tracking Pada Panggung Dalam Untuk Video Ucapan Natal Gambar 3. 34 Proses Physics Rigid Body terhadap Asset Pada Panggung Dalam Untuk Video Ucapan Natal Dalam proses pembuatan video, praktikan menerapkan motion tracking untuk memastikan gerakan kamera dalam video sesuai dengan gerakan kamera pada perangkat yang digunakan, sehingga menciptakan kesan video yang hidup. Selain itu, praktikan menggunakan fitur Physics di Blender, yaitu Rigid Body, untuk memberikan efek fisik pada objek dalam video. Untuk memastikan objek-objek tersebut tidak menembus pohon Natal atau lantai, praktikan mengatur pohon Natal dan lantai sebagai Rigid Body Passive. Hal ini membantu menciptakan interaksi realistis di antara objek-objek tersebut. 16 Gambar 3. 35 Hasil Editing SFX pada Video Ucapan Natal Praktikan menggunakan aplikasi CapCut untuk menambahkan elemen suara (SFX) pada rekaman video. Efek suara yang dimasukkan mencakup suara keramaian di dalam mal, bunyi bola-bola yang berjatuhan, serta musik tanpa hak cipta (Non-Copyright Music) yang dipilih untuk mendukung suasana dan tema video promosi. Video ini dirancang untuk disesuaikan dengan format media sosial Instagram Reels. Oleh karena itu, praktikan mengatur aspect ratio menjadi 9:16 atau resolusi 1080 x 1920 piksel. Video juga disetting dengan 30 frame per detik (FPS) agar menghasilkan gerakan yang mulus dan nyaman ditonton. Setelah semua

proses selesai, video disimpan dalam format codec H.264 untuk memastikan kualitas visual tetap tinggi sambil mempertahankan ukuran file yang efisien.

3.2.4 Desain Instagram Feed Praktikan menyusun dan membuat konten Instagram feed sesuai dengan kebutuhan yang telah ditentukan selama magang.

Gambar 3. 36 Desain Instagram feed hari ibu Praktikan membuat feed Instagram untuk Hari Ibu pada 22 Desember 2024. Desain yang menampilkan seorang ibu tersenyum bahagia, dikelilingi dua anak yang mencium pipinya dengan penuh cinta. Kedua anak mengenakan pakaian cerah yang mencerminkan keceriaan, sementara di depan mereka terdapat buket bunga kuning segar sebagai simbol cinta dan penghormatan. Hiasan ranting dan daun emas di sekelilingnya memberikan sentuhan elegan dan hangat, menciptakan 17 kesan penuh kasih sayang dan apresiasi terhadap para ibu. Desain ini menyampaikan makna mendalam dengan estetika yang menawan.

Gambar 3. 37 Desain feed instagram hari kesaktian pancasila Praktikan membuat feed Instagram untuk hari memperingati kesaktian pancasila pada 1 Oktober 2021. Desain yang menampilkan patung Garuda Pancasila yang menjadi ikon utama, dikelilingi oleh patung-patung pahlawan sebagai simbol perjuangan dan penghormatan terhadap nilai-nilai Pancasila. memadukan nuansa putih dengan hiasan ornamen merah berupa pita melengkung dan ilustrasi awan bergaya tradisional, menciptakan kesan dinamis dan patriotik. Di bagian bawah, siluet bangunan dan monumen khas Indonesia memperkuat identitas budaya dan sejarah dalam desain ini. Visual ini secara keseluruhan mencerminkan penghormatan dan kebanggaan terhadap nilai-nilai Pancasila serta semangat persatuan bangsa.

Gambar 3. 38 Desain feed Instagram hari pahlawan nasional Praktikan membuat feed Instagram ini untuk memperingati Hari Pahlawan Nasional pada 10 November 2024. Desainnya menonjolkan semangat patriotisme dengan tulisan "Selamat Hari Pahlawan Nasional" dalam font merah tegas dan tanggal peringatan di bawahnya. Di sisi kanan, terlihat gambar seorang pejuang dengan payung merah putih, melambangkan keberanian dan semangat juang. Latar belakang menampilkan bayangan Garuda serta pita merah putih yang memperkuat

simbol nasionalisme dan penghormatan terhadap jasa para pahlawan. Desain ini mencerminkan kebanggaan dan penghormatan dalam semangat perjuangan bangsa. Gambar 3. 39 Desain feed Instagram hari tentara nasional Indonesia Gambar 3. 40 Desain video motion hari tentara nasional indonesia untuk Videotron Praktikan membuat feed Instagram dan video pada videotron ini untuk memperingati HUT ke-79 Tentara Nasional Indonesia (TNI) pada 5 Oktober 2024. Menampilkan seorang prajurit TNI berseragam kamuflase memberi salam hormat, desain ini mencerminkan semangat patriotisme. 18 Logo ulang tahun ke-79 TNI dan teks "Dirgahayu Tentara Nasional Indonesia" ditampilkan jelas dengan aksen merah dan putih, memperkuat tema nasionalisme. Pesan di bagian bawah menegaskan komitmen TNI sebagai pelindung bangsa, dengan latar belakang dinamis yang menonjolkan kebanggaan terhadap TNI. Gambar 3. 41 Desain feed Instagram Grand Opening Ar-Rahmah Muslim gallery Praktikan membuat feed Instagram mengumumkan Grand Opening "Ar-Rahmah Muslim Gallery" pada 1 September 2024, dengan nuansa hijau dan dekorasi islami seperti lentera, bulan sabit, dan bintang. Teks utama "Grand Opening" ditampilkan jelas, dengan detail lokasi di "Lantai 2 Mall Teraskota BSD, depan Masjid. Promosi "Bazaar Fashion Lengkap Banyak Diskon!" menambah daya tarik. Desainnya harmonis dan informatif, mencerminkan tema Muslim serta memikat calon pengunjung. Gambar 3. 42 Desain Feed Instagram Manfaat donor darah Praktikan membuat feed Instagram mempromosikan manfaat donor darah secara rutin, seperti mencegah kanker, menurunkan risiko penyakit jantung, membantu menurunkan berat badan, mendeteksi penyakit, dan meningkatkan produksi sel darah merah. Selain manfaat kesehatan, desain ini juga mengajak masyarakat untuk berdonor setiap Kamis, menekankan pentingnya kontribusi untuk membantu sesama. Dengan visual sederhana dan teks informatif, pesan disampaikan secara jelas dan menarik. 3.2.5 Desain Banner Teras Music Praktikan diberi tugas mendesain banner untuk panggung luar Teraskota dengan tiga alternatif desain. Salah satu desain dipilih sebagai yang terbaik, namun masih memerlukan perbaikan agar lebih optimal. Revisi meliputi penyesuaian

font agar lebih mudah dibaca dan sesuai tema, perbaikan layout untuk memastikan elemen seperti logo, teks, dan dekorasi tertata seimbang, serta penyempurnaan warna agar lebih harmonis dan menarik perhatian. Perbaikan ini bertujuan agar banner terlihat estetik, informatif, dan efektif menarik minat audiens. Gambar 3. 43 Teracc & final desain Banner Terasmusic 19 Desain banner "Teras Music" ini menciptakan suasana energik dan kreatif dengan elemen visual yang menarik. Tulisan "Teras Music" tampil mencolok dengan font tebal putih berbayang hitam, dikelilingi ilustrasi kaset pita, piringan hitam, headphone, dan turntable dalam warna cerah seperti ungu, biru, dan oranye. Latar belakang biru dengan not-not musik menambah dinamika dan semangat. Logo Teraskota di bagian atas menandai identitas acara, sementara komposisi elemen yang seimbang membuat desain ini menarik dan mencerminkan suasana musik yang ceria dan modern. Proses ukuran dibuat 5.95 meter x 2.65 meter, dengan resolusi 150 Dot Per Inch (DPI) dan mode warna CMYK, karena spanduk akan dicetak.

3.3 Kendala Yang Dihadapi Selama menjalani kerja profesi di Teraskota Entertainment Center, terdapat beberapa kendala yang dihadapi oleh praktikan dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya, di antaranya;

1. Pekerjaan yang diberikan oleh pembimbing lapangan kurang aktif. Tugas yang diberikan kepada praktikan sebagian besar terfokus pada kegiatan yang monoton dan terbatas.
2. Pekerjaan divisi Event and Promotion yang kurang aktif dan kreatif. Divisi ini memiliki peran penting dalam pengorganisasian event dan promosi, kegiatan sehari-hari lebih cenderung berfokus pada pengunggahan konten promosi dari tenant, tanpa ada perencanaan dan inovasi baru.
3. Kerja sama tim yang kurang baik. Sering terjadi perbedaan pendapat di dalam tim yang menghambat kelancaran pekerjaan. Kurangnya komunikasi dan koordinasi antar anggota tim menyebabkan proses kerja menjadi terhambat dan tidak berjalan dengan efisien.

3.4 Cara Mengatasi Kendala Solusi atas kendala yang ditemukan selama praktik kerja magang di Teraskota Entertainment Center antara lain ;

1. Mengambil inisiatif untuk tugas

tambahan. Praktikan selalu meminta pekerjaan yang dapat dikerjakan dan menawarkan diri untuk mengerjakan tugas lain agar pekerjaan yang diterima tidak terkesan monoton. Hal ini juga bertujuan untuk menunjukkan proaktivitas serta membantu agar proses kerja tetap berjalan lancar.

2. Meningkatkan kualitas konten promosi. Praktikan dapat membantu meningkatkan kualitas promosi dengan mengusulkan ide kreatif baru, misalnya dengan melakukan perubahan pada jenis konten promosi, melakukan analisis media sosial untuk menentukan konten yang lebih menarik, atau merancang kegiatan promosi interaktif yang lebih melibatkan audiens.

3. Meningkatkan komunikasi dalam tim. Praktikan dapat berinisiatif untuk memperbaiki komunikasi dalam tim dengan aktif mendengarkan dan mengadakan pertemuan rutin untuk membahas proyek yang sedang berlangsung. Pembagian tugas yang jelas dan pemahaman yang sama akan membantu meningkatkan sinergi antar anggota tim.

3.5 Pembelajaran

Yang Diperoleh dari Kerja Profesi Selama menjalani praktik kerja profesi di Teraskota Entertainment Center selama 408 jam, terdapat berbagai pembelajaran berharga yang sangat mendukung pengembangan keterampilan dan pengetahuan praktikan di dunia kerja.

1. Peningkatan Keterampilan Desain Grafis

Salah satu pembelajaran utama yang diperoleh praktikan adalah peningkatan keterampilan dalam desain grafis, terutama dalam penggunaan perangkat lunak seperti Adobe Illustrator, Adobe Photoshop, Capcut, dan Blender. Praktikan diberi kesempatan untuk mengaplikasikan berbagai teori desain yang telah dipelajari di perkuliahan, seperti prinsip kesatuan, keseimbangan, proporsi, kontras, harmoni, dan penekanan. Praktikan juga membuat terobosan baru dengan membuat media promosi dalam bentuk VFX video untuk event-event yang akan datang untuk menari perhatian pengunjung, serta mempelajari skill-skill baru pada perangkat lunak tersebut dalam pembuatan berbagai materi promosi seperti banner, feeds media sosial, dan layout 3D untuk event-event yang dilaksanakan di Teraskota mengasah kreativitas dan kemampuan teknis praktikan dalam mendesain materi visual yang profesional dan efektif.

2. Pengelolaan

Media Sosial untuk Promosi Pembelajaran lainnya yang diperoleh praktikan adalah pengelolaan dan pembuatan konten untuk media sosial. Praktikan diberikan tanggung jawab untuk merancang desain untuk Instagram, yang melibatkan pemahaman tentang bagaimana merancang konten visual yang menarik dan 21 relevan dengan audiens target. Praktikan juga berpartisipasi dalam pembuatan video promosi dengan menggunakan teknologi 3D dan editing video, yang menambah wawasan praktikan dalam pengolahan media visual dengan efektivitas tinggi.

23 BAB IV PENUTUP 4.1 Simpulan

Selama melaksanakan kerja profesi di Teraskota Entertainment Center, praktikan berhasil meningkatkan keterampilan dalam bidang desain grafis, pengelolaan media sosial, dan promosi event. **3** Praktikan menggunakan perangkat lunak seperti Adobe Illustrator, Adobe Photoshop, Blender, dan Capcut untuk menyelesaikan berbagai tugas, termasuk desain banner, konten media sosial, dan layout 3D. Pengalaman kerja ini memberikan pemahaman yang lebih baik mengenai dinamika kerja tim dan strategi pemasaran di industri pusat perbelanjaan. Praktikan juga berhasil menyelesaikan berbagai tugas penting, seperti mendesain materi promosi untuk event Maulid Nabi Muhammad SAW dan Teras Hobby, serta menciptakan media promosi yang menarik sesuai target audiens. Selain itu, praktikan mampu mengatasi kendala dengan mengambil inisiatif untuk meningkatkan variasi tugas dan memperbaiki komunikasi dalam tim. Secara keseluruhan, kerja profesi ini memberikan pengalaman berharga yang mempersiapkan praktikan untuk menghadapi tantangan profesional di masa depan.

4.2 Saran Divisi Event and Promotion

disarankan untuk lebih aktif dalam merancang inovasi promosi dan kegiatan kreatif yang dapat menarik minat pengunjung, seperti menambahkan kampanye interaktif atau kolaborasi dengan komunitas. Praktikan berikutnya diharapkan lebih proaktif dalam menawarkan ide kreatif untuk mendukung keberhasilan promosi dan terus mempelajari tren desain terbaru agar dapat memberikan kontribusi maksimal. Selain itu, Universitas disarankan untuk memberikan pembekalan lebih mendalam mengenai pengelolaan tim dan penyelesaian masalah, karena kedua aspek tersebut sangat relevan di dunia kerja.



REPORT #24498059

Results

Sources that matched your submitted document.

● IDENTICAL ● CHANGED TEXT

INTERNET SOURCE		
1.	0.9% kc.umn.ac.id https://kc.umn.ac.id/15993/4/BAB_II.pdf	●
INTERNET SOURCE		
2.	0.83% eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/3593/12/12.%20%20BAB%20III.pdf	●
INTERNET SOURCE		
3.	0.51% eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/7267/13/Bab%203.pdf	●
INTERNET SOURCE		
4.	0.5% id.wikipedia.org https://id.wikipedia.org/wiki/Teraskota	●
INTERNET SOURCE		
5.	0.45% bithourproduction.com https://bithourproduction.com/blog/mari-mengenal-apa-itu-event-marketing/	●
INTERNET SOURCE		
6.	0.43% core.ac.uk https://core.ac.uk/download/pdf/159371361.pdf	●
INTERNET SOURCE		
7.	0.43% eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/3633/13/13.%20BAB%20III.pdf	●
INTERNET SOURCE		
8.	0.41% repository.maranatha.edu https://repository.maranatha.edu/541/3/0763055_Chapter1.pdf	●
INTERNET SOURCE		
9.	0.38% bintangsempurna.co.id https://bintangsempurna.co.id/insight/blog/panduan-lengkap-cetak-banner-yan..	●



REPORT #24498059

INTERNET SOURCE

10. **0.22%** side.merahputih.com



<https://side.merahputih.com/dl/bank-bukopin-ruko-golden-boulevard>

INTERNET SOURCE

11. **0.12%** www.bioderma.co.id



<https://www.bioderma.co.id/en/tempat-penjualan/guardian-teras-kota-tangera...>

INTERNET SOURCE

12. **0.1%** kc.umn.ac.id



https://kc.umn.ac.id/id/eprint/32833/1/HALAMAN_AWAL.pdf

● QUOTES

INTERNET SOURCE

1. **0.11%** kc.umn.ac.id

https://kc.umn.ac.id/15993/4/BAB_II.pdf