



# 12.81%

SIMILARITY OVERALL

SCANNED ON: 7 FEB 2025, 3:59 PM

## Similarity report

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

● IDENTICAL 1.6%      ● CHANGED TEXT 11.2%

## Report #24707485

2 LAPORAN KERJA PROFESI PERANCANGAN MOTION GRAFIS MARKETING SOSIAL MEDIA EYE INDONESIA DI PT SURYA CITRA MEDIA TBK Aiman Marfa Alingga 2021061075 Laporan Kerja Profesi ini ditulis untuk memenuhi persyaratan Mata Kuliah Kerja Profesi pada Program Studi Desain Komunikasi Visual Fakultas Teknologi dan Desain Universitas Pembangunan Jaya PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL FAKULTAS TEKNOLOGI DAN DESAIN UNIVERSITAS PEMBANGUNAN JAYA TANGERANG SELATAN 2024 i ABSTRAK Aiman Marfa Alingga (2021061075) PERANCANGAN MOTION GRAFIS MARKETING SOSIAL MEDIA EYE INDONESIA DI PT SURYA CITRA MEDIA TBK Kerja Profesi merupakan program yang memberikan kesempatan bagi mahasiswa untuk mendapatkan pengalaman kerja langsung di industri. Praktikan melaksanakan magang di EYE Indonesia yang didukung oleh program MBKM. Selama lebih dari lima bulan, praktikan bekerja sebagai Motion Graphic Designer di bawah pengawasan tim kreatif, dengan fokus pada perancangan motion grafis untuk kebutuhan pemasaran sosial media. Tugas utama praktikan mencakup pengembangan konsep visual menjadi animasi grafis dinamis, mulai dari brainstorming, pengumpulan referensi, pembuatan storyboard, hingga produksi animasi untuk media sosial, iklan digital, videotron, dan presentasi perusahaan. Selama magang, praktikan mengasah kemampuan menggunakan software Adobe Family, seperti Photoshop, Illustrator, After Effects,

REPORT #24707485

Premiere Pro, dan Figma, serta meningkatkan keterampilan dalam menyesuaikan gaya animasi sesuai dengan kebutuhan proyek. Pengalaman ini memperkaya pengetahuan praktikan dalam bidang motion graphics, serta memberikan kemampuan dalam efisiensi editing, kolaborasi antar divisi, manajemen waktu, dan pengelolaan proyek, yang sangat berguna dalam mempersiapkan praktikan untuk dunia kerja profesional. Kata kunci: Motion Graphic Designer, Sosial Media, Promosi, EYE Indonesia

ii ABSTRACT Aiman Marfa Alingga (2021061075) Designing Motion Graphics for Social Media Marketing at EYE Indonesia, PT Surya Citra Media Tbk. Internship is a program that provides an opportunity for students to gain direct work experience in the industry. The intern participated in an internship at EYE Indonesia as part of the MBKM program. For over five months, the author worked as a Motion Graphic Designer under the supervision of the creative team, focusing on designing motion graphics for social media marketing needs. The main tasks included developing visual concepts into dynamic graphic animations, starting from brainstorming, gathering references, creating storyboards, to producing animations for social media, digital ads, videotrons, and company presentations. During the internship, the author honed skills using Adobe Family software, such as Photoshop, Illustrator,

After Effects, Premiere Pro, and Figma, and improved abilities to adapt animation styles according to project needs. This experience enriched the author's knowledge in motion graphics and provided skills in editing efficiency, interdepartmental collaboration, time management, and project management, which are crucial for preparing the author for the professional workforce. Keywords: Motion Graphic Designer, Social Media, Promotion, EYE Indonesia iii PERNYATAAN ORISINALITAS iv LEMBAR PENGESAHAN v PRAKATA Syukur Alhamdulillah praktikan panjatkan kepada Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga praktikan dapat menyelesaikan laporan magang yang diselenggarakan oleh Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi melalui program MSIB batch 6 di PT Surya Citra Media Tbk - EYE Indonesia, khususnya di divisi Marketing sebagai Motion Graphic Designer, periode 16 Februari 2024 - 30 Juni 2024. Laporan ini disusun untuk memenuhi tugas akhir sebagai peserta magang dan untuk menggambarkan pencapaian yang telah diraih selama tiga bulan masa magang di EYE Indonesia. Laporan Kerja Profesi dengan judul "PERANCANGAN MOTION GRAFIS MARKETING SOSIAL MEDIA EYE INDONESIA DI PT SURYA CITRA MEDIA TBK ini ditujukan untuk memenuhi persyaratan mata kuliah Kerja Profesi pada Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Teknologi dan Desain, Universitas Pembangunan Jaya, Praktikan ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada berbagai pihak yang telah memberikan dukungan dan bantuan selama program magang ini: 1.

30 Bapak Dr. Danto Sukmajati, Ph.D., selaku Dekan Fakultas Teknologi dan Desain Universitas Pembangunan Jaya. 2. Ibu Retno Purwanti Murdaningsih, S.Sn, M.Ds., selaku Kepala Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Pembangunan Jaya. 3. Bapak Tommi, S.Ds., M.Ds., selaku Sekretaris Program Studi dan Koordinator Kerja Profesi yang telah memberikan bimbingan teknis dalam pelaksanaan Kerja Profesi. 4. Bapak Ferdinand Alexander, sebagai mentor selama magang, yang dengan tekun, sabar, dan konsisten mendukung dan

membimbing praktikan dalam menjalankan tanggung jawab dan kewajiban selama program magang berlangsung. 5. Bapak Ratno Suprpto, S **31** Ds., M.Ds., selaku dosen pembimbing akademik yang telah memberikan bimbingan dalam mempersiapkan program magang. 6. Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi: Atas dukungan dan fasilitasi program MSIB ini. vi 7. Orang tua dan teman-teman magang saya : raymond, rinel, salsabila, nabilla, dan mutia yang selalu memberikan semangat dan dukungan tanpa henti. **9 17 29** Praktikan menyadari sepenuhnya bahwa laporan ini masih memiliki kekurangan, baik dari segi penyusunan maupun tata bahasa. **19** Oleh karena itu, praktikan dengan rendah hati membuka diri terhadap kritik dan saran yang membangun dari para pembaca demi penyempurnaan laporan ini di masa mendatang. Tangerang Selatan, 28 Oktober 2024 Aiman Marfa Alingga DAFTAR ISI DAFTAR ISI ABSTRAK .....

..... i

ABSTRACT .....

..... **3** ii PERNYATAAN ORISINALITAS .

.....

**3** iii LEMBAR PENGESAHAN .

.....

**3** iv PRAKATA . .....

..... **3 4 5 9 13 20 22 25 26 36 39 45** v

DAFTAR ISI . .....

..... **3 4 5 9 13 20 22 25 26 36 38 39 45** vi DAFTAR

TABEL . .....

..... **3 4 5 9 13 15 20 22 25 26 27 36 37 38 39 42** x DAFTAR

GAMBAR . .....

..... **3 4 5 9 13 15 20 22 26 27 36 37 38 42** xi DAFTAR LAMPIRAN . ..

.....

**8 10 15 21 37** xii BAB1 PENDAHULUAN .

.....

**3 7 8 10 13 15 16 20 21 22 25 27 28 35 43** 1 1.1 Latar Belakang Kerja Profesi .

..... 3  
6 7 8 10 13 15 16 20 21 22 25 27 28 33 35 1 1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Profesi .

.....  
3 20 21 27 3 1.2 3 1 Maksud Kerja Profesi .

.....  
3 3 1.2 2 Tujuan Kerja Profesi .

3 3 1.2 3 Manfaat Kerja Profesi .

.....  
3 1.2.4 Tempat Kerja Profesi

.....  
4 1.2 3 5 Jadwal Pelaksanaan Kerja Profesi .

..... 3 8 4 BAB2

TINJAUAN UMUM TEMPAT KERJA PROFESI. .... 3 8 10

6 2.1 Sejarah Perusahaan . ....

..... 8 10 6 vii 2.2 Struktur Organisasi . ....

.....  
10 8 2.2 1 Struktur EYE Indonesia

.....  
3 8 10 44 8 2.3 Kegiatan Umum Perusahaan .

.....  
3 10 BAB3 PELAKSANAAN KERJA PROFESI .

..... 3 10 3.1 Bidang Kerja . .

..... 10 3.2 Pelaksanaan Kerja .....

..... 11 3.2.1 Perancangan Motion Grafis

Media Sosial ..... 11 3.2.2

Perancangan Motion Grafis Videotron

..... 12 3.2.3 Perancangan

Desain Media

Sosial..... 15 3.2.4

Perancangan Desain Newsletter & Blogpost  
..... 16 3.2.5 Perancangan 3D

Visualisasi Activation .....  
18 3.2.6 Perancangan Motion Profile Videotron  
..... 5 9 16 17 26 40 19

Kendala Yang Dihadapi . .....  
..... 5 9 16 17 26 40 20 Cara Mengatasi Kendala .  
.....

..... 21 BAB4 PENUTUP .....  
..... 31 3.3 Simpulan .....  
..... 31 3.4

Saran .....  
..... 3 31 DAFTAR PUSTAKA . .....  
..... 3 32 viii

DAFTAR RIWAYAT HIDUP .. 3 33 LAMPIRAN-LAMPIRAN .  
.....  
34 36 ix x DAFTAR TABEL Tabel 1.1 Keterangan Kerja .  
.....

4 4 xi DAFTAR GAMBAR Gambar 2.1 Logo EYE Indonesia . .....  
..... 6 Gambar 2.2

Sejarah Milestone EYE Indonesia  
..... 4 21 41 7

Gambar 2.3 Struktur Organisasi EYE Indonesia .  
..... 4 8 Gambar

2.4 Struktur Organisasi Marketing EYE Indonesia .  
..... 9 Gambar 3.1 Alur Kerja

Praktikan .....  
..... 11 Gambar 3.2 Shooting Videotron On-site  
..... 13

Gambar 3.3 Cover Konten Reels .....

REPORT #24707485

..... 13 Gambar 3.4 Shooting Video Team  
On-site .....

13 Gambar 3.5 Instagram Reels EYE Indonesia .  
..... 14

Gambar 3.6 Shooting Konten EYE Indonesia .  
..... 14

Gambar 3.7 Referensi Instagram Feeds .  
.....

**7** 15 Gambar 3.8 Proses Pengerjaan Cover Design .  
..... **7** 16

Gambar 3.9 Design Instagram Feeds EYE Indonesia .  
..... **7** 16 Gambar 3.10

Design Cover Blogpost & Newsletter .  
..... 17 Gambar 3.11

Web Blogpost & Newsletter EYE Indonesia  
..... 18 Gambar 3.12 3D

Visualisasi untuk Kampanye  
..... 19 Gambar

3.13 Still Image Company Videotron  
..... 20 Gambar

0.1 Praktikan membuat konten untuk instagram EYE Indonesia  
..... 44 Gambar 0.2 Praktikan foto bersama karyawan  
kantor EYE Indonesia ..... 44 Gambar 0.3

Proses Pengerjaan Cover Konten  
..... 45 Gambar

0.4 Proses Pengerjaan Videotron Motion  
Ramadhan..... 45 Gambar 0.5 Proses

Pengerjaan Konten Video Reels  
..... 45 Gambar 0.6

Praktikan Foto Meeting Kreatif  
Terakhir..... 46 xii DAFTAR



LAMPIRAN Lampiran 1 Daftar Riwayat Diri .....  
..... 35 Lampiran 2 Formulir Pengajuan  
Kerja Profesi .....  
36 Lampiran 3 Formulir Penerimaan KP  
..... 37  
Lampiran 4 Laporan Harian KP .....  
..... 39 Lampiran 5 Bimbingan KP .....  
..... 40 Lampiran  
6 Penilaian Pembimbing Lapangan  
..... 41 Lampiran  
7 Penilaian Magang .....  
..... 42 Lampiran 8 Sertifikat Kepersetaan  
.....  
42 Lampiran 9 Sertifikat MSIB .....  
..... 43 Lampiran 10 Capaian Pembelajaran  
Program ..... 43 1

BAB1 PENDAHULUAN 1.1 Latar Belakang Kerja Profesi Di era digital yang semakin berkembang, persaingan di dunia kerja semakin ketat, mengharuskan mahasiswa untuk memiliki keterampilan dan pengalaman praktis yang relevan. Pengalaman magang menjadi salah satu cara penting untuk memberikan kesempatan bagi mahasiswa dalam mengasah keterampilan yang diperlukan di dunia profesional. Bagi mahasiswa Program Studi Desain Komunikasi Visual, keterampilan dalam desain grafis dan animasi menjadi kompetensi utama yang sangat dibutuhkan, terutama di industri media dan periklanan yang menekankan kreativitas dan inovasi. Namun, banyak lulusan yang masih menghadapi tantangan dalam memasuki dunia kerja karena minimnya pengalaman praktis dan permintaan perusahaan yang sering kali mengharuskan pengalaman kerja yang lebih spesifik. Di tengah pesatnya perkembangan teknologi dan internet, sosial media telah menjadi salah satu platform utama untuk berinteraksi, berbagi informasi, dan

membangun merek. Kehadiran sosial media memberi kesempatan besar bagi perusahaan untuk menjangkau audiens yang lebih luas secara lebih cepat dan efektif. Melalui platform-platform seperti Instagram, Facebook, dan TikTok, bisnis dapat memanfaatkan kekuatan visual untuk meningkatkan visibilitas dan keterlibatan dengan audiens mereka. Sosial media kini bukan hanya sarana untuk berkomunikasi, tetapi juga menjadi alat pemasaran yang sangat efektif untuk menarik perhatian pelanggan baru, meningkatkan loyalitas, dan membangun hubungan yang lebih kuat dengan audiens. Motion graphic design merupakan salah satu bentuk pemasaran yang paling efektif di sosial media karena kemampuannya untuk menyampaikan pesan secara visual dengan cara yang menarik dan mudah dipahami. Animasi grafis mampu menyajikan informasi yang kompleks dengan cara yang lebih sederhana, mengundang perhatian, dan meningkatkan daya tarik visual. Gerakan dan efek 2 visual yang dinamis pada motion graphics dapat membuat konten lebih menarik, mudah diingat, dan lebih mudah dibagikan oleh pengguna. Dengan meningkatnya konsumsi konten video dan grafis di sosial media, motion graphic design menjadi salah satu strategi pemasaran yang sangat efektif untuk mendukung branding dan menarik audiens lebih banyak. Selain itu, keberhasilan desain grafis yang baik dalam sosial media sangat bergantung pada kemampuannya untuk memadukan elemen-elemen visual yang estetik dengan tujuan pemasaran yang jelas, sehingga menjadi alat yang ampuh dalam meningkatkan interaksi dengan audiens. Sebagai bagian dari program Magang dan Studi Independen Bersertifikat (MSIB) yang diselenggarakan oleh Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi, kerja profesi ini memberikan kesempatan bagi mahasiswa untuk berkontribusi dan menerapkan ilmu yang diperoleh di kampus dalam lingkungan kerja nyata. **6 14** Melalui program ini, mahasiswa diharapkan dapat mengembangkan keterampilan teknis, memperbaiki soft skill seperti manajemen waktu dan kerja sama tim, serta memahami

dinamika yang ada di industri kreatif. Oleh karena itu, Universitas Pembangunan Jaya mewajibkan mata kuliah kerja profesi bagi semua mahasiswa Program Studi Desain Komunikasi Visual sebagai salah satu syarat kelulusan dan persiapan untuk menghadapi tantangan di dunia kerja. Selama masa magang di EYE Indonesia, PT Surya Citra Media Tbk, praktikan ditempatkan sebagai Motion Graphic Designer di divisi Marketing. EYE Indonesia, yang merupakan bagian dari Grup Emtek, memiliki peran penting dalam industri periklanan luar ruang di Indonesia, khususnya dalam media seperti videotron dan iklan digital. Praktikan bertanggung jawab untuk mengembangkan konsep visual menjadi animasi grafis dinamis, yang mencakup pembuatan konten untuk media sosial, videotron, dan presentasi perusahaan. Praktikan terlibat dalam setiap tahap proses kreatif, mulai dari brainstorming, pembuatan storyboard, hingga produksi animasi, yang semuanya disusun untuk mendukung strategi pemasaran dan branding perusahaan secara menyeluruh. Melalui pengalaman ini, praktikan memperoleh wawasan yang mendalam mengenai pentingnya desain visual yang efektif dalam menyampaikan pesan dan meningkatkan interaksi audiens. 3 6 7 13 15 16 28 33 3

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Profesi 1.2 18 1 Maksud Kerja Profesi Maksud

dari kerja profesi adalah untuk memberi peluang yang baik bagi mahasiswa/i agar dapat mempersiapkan diri memasuki dunia kerja setelah lulus.

Melalui keterampilan dan pengalaman yang didapat selama masa magang di perusahaan besar seperti EYE Indonesia, diharapkan mahasiswa/i mampu membangun kompetensi yang lebih baik dan siap bersaing di dunia profesional. Kerja profesi ini juga membuka kesempatan bagi praktikan untuk menjalin relasi yang baik dengan perusahaan serta rekan kerja lainnya, memperkenalkan Universitas Pembangunan Jaya di dunia industri melalui kualitas kerja dan dedikasi mahasiswa/i-nya yang tersebar di berbagai perusahaan. 1.2 32 2 Tujuan Kerja Profesi Adapun tujuan dari kerja profesi ini adalah sebagai berikut: 1.

Memenuhi kewajiban akademik dalam bentuk mata kuliah Kerja

Profesi pada semester ketujuh. 2. Meningkatkan pengetahuan dan pengalaman langsung di lingkungan kerja yang relevan dengan bidang studi. 3. Membuka kesempatan untuk memperluas jaringan profesional dan membangun hubungan baik dengan perusahaan serta rekan kerja. 5 23 4.

Mengasah keterampilan praktis mahasiswa/i dengan menerapkan ilmu yang telah dipelajari selama masa perkuliahan ke dalam praktik nyata di dunia kerja.

1.2.3 Manfaat Kerja Profesi Adanya program Kerja Profesi ini, diharapkan banyak manfaat yang dapat dirasakan oleh praktikan dan universitas. Manfaat yang dapat diperoleh adalah sebagai berikut:

1.2.3.1 Bagi Universitas Kerja Profesi menjadi sarana bagi Universitas Pembangunan Jaya untuk memperluas jaringan kerja sama dengan industri kreatif, khususnya dalam bidang periklanan dan media digital. Program ini juga memperkuat kemitraan antara universitas dan EYE Indonesia, membuka peluang penelitian, magang, serta 4 potensi rekrutmen bagi lulusan yang memiliki keterampilan sesuai kebutuhan industri. 1.2.3.2 Bagi Praktikan Kerja Profesi memberikan pengalaman nyata dalam industri periklanan digital, memungkinkan praktikan mengasah keterampilan desain grafis dan motion graphic sesuai dengan standar profesional. Praktikan juga memperoleh pemahaman lebih dalam tentang dinamika kerja di perusahaan media, membangun jaringan profesional, serta meningkatkan kesiapan untuk berkarier di industri kreatif. Selain itu, pengalaman ini memberikan wawasan tentang manajemen proyek, kerja tim, dan adaptasi terhadap kebutuhan klien, yang menjadi bekal berharga untuk pengembangan karier di masa depan. 1.2.4 Tempat Kerja Profesi EYE Indonesia, bagian dari PT Surya Citra Media Tbk, adalah perusahaan advertising media agency yang berlokasi di SOPO DEL Office Tower B, Lantai 16, Kawasan Mega Kuningan, Jl. 46 Mega Kuningan Barat III. Dalam Kerja Profesi ini, praktikan menjalankan tugasnya mulai dari proses brainstorming hingga finalisasi konten di kantor EYE Indonesia. Pada kondisi tertentu, praktikan juga terlibat dalam dokumentasi atau

kegiatan produksi di lokasi yang memerlukan pengambilan gambar untuk konten iklan dan promosi. 1.2.5 Jadwal Pelaksanaan Kerja Profesi Praktikan menjalankan masa kerja profesi di EYE Indonesia selama 4 bulan dari 16 Februari 2024 hingga 30 Juni 2024. Praktikan bekerja dengan sistem Work From Office (WFO), dengan jadwal 5 hari kerja per minggu dari Senin hingga Jumat. Rincian jam kerja dimulai pukul 09.00 WIB hingga 18.00 WIB, termasuk waktu makan siang selama satu jam pada pukul 12.00 WIB hingga 13.00 WIB.

Tabel 1.1 Keterangan Kerja Bulan Hari Jam Kerja Keterangan

Februari Senin – Jumat 09:00 – 18:00 WFO Maret Senin – Jumat

09:00 – 18:00 WFO 5 April Senin – Jumat 09:00 – 18:00 WFO Mei

Senin – Jumat 09:00 – 18:00 WFO Juni Senin – Jumat 09:00 – 18:00

0 WFO 6 BAB2 TINJAUAN UMUM TEMPAT KERJA PROFESI 2.1 Sejarah

Perusahaan Sumber: <https://eyeindonesia.com/> PT Surya Citra Media Tbk (SCM) adalah salah satu perusahaan media terbesar di Indonesia,

didirikan pada tahun 1999 dengan nama PT Cipta Aneka Selaras. SCM dikenal dengan reputasi yang sangat baik dan kemampuannya untuk berkembang sesuai dengan perkembangan zaman.

11 Visi SCM adalah

menjadi penyedia hiburan dan informasi terdepan bagi bangsa

Indonesia, dengan misi menjadi pilihan pertama dalam penyediaan

konten berkualitas yang menghibur, mendidik, dan memberikan informasi. Melalui

saluran TV nasional seperti SCTV dan Indosiar, SCM berupaya

menyajikan tayangan yang tidak hanya menghibur tetapi juga edukatif

dan informatif. Sejak tahun 1999, SCM telah berkomitmen untuk

memberikan konten media yang memperkaya kehidupan audiens di

Indonesia. Selain dua saluran TV nasional utama, SCM juga

memperluas layanannya dengan berfokus pada produksi konten

berkualitas, manajemen artis, jasa periklanan, serta manajemen

fasilitas siaran dan produksi film. Perusahaan ini berupaya

menghadirkan tayangan yang menghibur, informatif, dan tepercaya,

sekaligus memperkaya industri media Indonesia. Gambar 2.1 Logo EYE

Indonesia 7 SCM juga memperluas jangkauannya dengan akuisisi dan pembentukan anak perusahaan baru, seperti PT Surya Citra Pesona, PT Indosiar Karya Media Tbk, dan PT Indonesia Entertainmen Grup. EYE Indonesia, bagian dari Grup Emtek yang didirikan pada tahun 1983, merupakan perusahaan media luar ruangan yang dinamis di Indonesia. EYE Indonesia berspesialisasi dalam solusi periklanan luar ruang, seperti penempatan media, strategi dan produksi kreatif, serta konstruksi bangunan dan pajak periklanan. **12** Grup Emtek, yang awalnya merupakan perusahaan layanan komputer pribadi, telah berkembang menjadi grup perusahaan modern dengan tiga divisi bisnis utama: Media, Telekomunikasi, Solusi IT, dan Konektivitas. Dengan komitmen pada inovasi dan kreativitas, EYE Indonesia terus berkontribusi dalam industri periklanan luar ruang dan media di Indonesia. (Sudrajat, 2024) Gambar 2.2 Sejarah Milestone EYE Indonesia 8 2.2 Struktur Organisasi 2.2

**1** 1 Struktur EYE Indonesia Gambar 2.3 Struktur Organisasi EYE Indonesia 9 Selama pelaksanaan kerja profesi di EYE Indonesia, struktur organisasi di divisi Marketing memiliki pembagian tugas yang terstruktur di bawah pimpinan Mas Trisna Sudrajat sebagai Head of Marketing. Semua unit kerja dalam divisi Marketing, termasuk tim Motion Graphic dan Digital Advertising, berada langsung di bawah koordinasi Head of Marketing yang bertanggung jawab untuk memastikan setiap proyek berjalan sesuai dengan visi dan standar perusahaan. Sebagai kepala divisi, Mas Trisna bertanggung jawab atas seluruh kegiatan operasional dalam divisi Marketing, termasuk mengawasi tim dan memastikan setiap proyek yang dikerjakan mendukung strategi branding dan pemasaran perusahaan. Beliau juga berperan penting dalam pengambilan keputusan serta penetapan kebijakan yang relevan untuk kampanye iklan dan promosi digital. Praktikan berada di bawah bimbingan tiga mentor utama di EYE Indonesia, yaitu Mas Ferdinand, Mas Trisna, dan Mas Adis. **1** Ketiganya memiliki peran penting sebagai pembimbing yang memberikan panduan teknis, supervisi, dan

evaluasi, memastikan setiap konten yang dihasilkan oleh praktikan sesuai dengan kualitas dan standar yang diharapkan. Mas Ferdinand dan Mas Adis secara khusus memberikan bimbingan dalam hal teknis dan proses produksi motion graphic, sementara Mas Trisna sebagai Head of Marketing turut memberi arahan strategis dan koordinasi umum. Praktikan ditempatkan pada tim Motion Graphic sebagai desainer grafis yang berfokus pada animasi dan konten iklan digital. Praktikan Gambar 2.4 Struktur Organisasi Marketing EYE Indonesia 10 bekerja sama dengan tim lain dalam menciptakan visual dinamis untuk berbagai kebutuhan media sosial dan digital, sesuai dengan arahan yang diberikan oleh para mentor dan pimpinan tim. 2.3 Kegiatan Umum Perusahaan Kegiatan umum di EYE Indonesia meliputi perencanaan, produksi, dan pengelolaan konten iklan di berbagai media digital dan media luar ruang. Salah satu kegiatan penting adalah pengambilan gambar dan dokumentasi lapangan, di mana tim mengumpulkan informasi visual secara langsung di lokasi tertentu. Proses ini melibatkan pengambilan foto, video, atau catatan visual yang digunakan untuk memperkaya konten promosi dan iklan. 1 Setelah dokumentasi lapangan selesai, tim desain grafis mengolah data visual tersebut menjadi materi promosi yang lebih menarik dan informatif. 1 Elemen-elemen seperti infografis, tata letak yang menarik, dan penggunaan warna yang sesuai membantu menyampaikan pesan promosi secara visual kepada audiens. Proses selanjutnya adalah pembuatan video, di mana tim Motion Graphic merancang dan memproduksi konten visual berdasarkan dokumentasi dan konsep kreatif yang ada. Video tersebut dapat digunakan untuk berbagai keperluan, seperti presentasi klien, promosi produk, atau edukasi audiens. 1 Tahap akhir adalah editing video, di mana rekaman yang dihasilkan disunting untuk menyempurnakan alur cerita, memperbaiki kualitas audio dan visual, serta menambahkan elemen-elemen lain seperti musik, efek transisi, dan teks agar video tersebut terlihat profesional dan mudah dipahami oleh audiens. BAB3 PELAKSANAAN KERJA

PROFESI 3.1 Bidang Kerja Praktikan menjalankan kerja profesi di EYE Indonesia pada divisi Motion Graphic Design. Dalam divisi ini, Praktikan bertanggung jawab untuk membuat animasi grafis, desain visual untuk berbagai platform digital, serta pengembangan konten interaktif. Kegiatan yang dilakukan meliputi pembuatan video reels, animasi untuk media sosial, dan desain materi presentasi perusahaan.

24 11 3.2

Pelaksanaan Kerja Praktikan menjalankan masa kerja profesi di EYE Indonesia selama 5 bulan, dari tanggal 16 Februari 2024 hingga 30 Juni 2024.

Praktikan bekerja dengan sistem Work From Office (WFO), dengan jadwal 5 hari kerja per minggu, yaitu dari Senin hingga Jumat.

Rincian jam kerja dimulai pada pukul 09.00 WIB hingga 18.00 WIB, yang mencakup waktu makan siang selama satu jam, yaitu dari pukul 12.00 WIB hingga 13.00 WIB. Selama periode ini, Praktikan terlibat dalam berbagai proyek desain grafis dan motion graphics, menerima arahan langsung dari mentor, dan berkolaborasi dengan tim untuk menghasilkan konten yang menarik dan berkualitas tinggi.

Setiap harinya, Praktikan melaksanakan tugas-tugas yang meliputi pembuatan animasi, pengolahan asset, dan proses revisi hingga mencapai hasil akhir yang disetujui oleh head marketing. 3.2.1

Perancangan Motion Grafis Media Sosial Perancangan motion grafis media sosial bertujuan untuk menghasilkan konten video dinamis yang menarik perhatian audiens dan memperkuat branding EYE Indonesia.

Praktikan bertanggung jawab dalam pembuatan berbagai konten motion untuk Instagram Reels dan media sosial lainnya, termasuk Reels Ramadhan, Reels Hari Buruh, Reels Foolish One, Reels Bos & Karyawan, Reels Tenang Aja Ada EYE, serta Reels Video Detail Grand Metropolitan dan Bendungan Hilir. Pembuatan konten ini diawali dengan pengumpulan referensi dan analisis tema agar visual yang dibuat sesuai dengan target audiens. Desain dikembangkan dengan memperhatikan palet warna, tipografi, serta animasi yang mendukung pesan promosi dan tetap selaras dengan identitas EYE Indonesia.

Dalam proses produksi, praktikan menggunakan Adobe Photoshop untuk menyusun tata letak dasar sebelum mengembangkan animasi di Adobe After Effects. Setiap elemen desain dikomposisikan ulang dalam format landscape dan portrait, menyesuaikan dengan kebutuhan media sosial. Praktikan menambahkan Gambar 3.1 Alur Kerja Praktikan 12 motion effect pada teks dan gambar untuk meningkatkan daya tarik visual dan memastikan transisi animasi berjalan dengan halus. Setelah tahap produksi selesai, praktikan melakukan pengecekan ulang untuk memastikan kesesuaian komposisi dan kualitas animasi sebelum diserahkan kepada mentor untuk evaluasi. Hasil akhir dirender dalam format 1920x1080 pixel (Landscape & Portrait) – 24FPS MP4 sesuai dengan standar output yang telah ditentukan.

### 3.2.2 Perancangan Motion Grafis Videotron

Perancangan motion grafis videotron bertujuan untuk menghasilkan konten visual yang efektif dalam menyampaikan pesan iklan di layar videotron. Konten ini dirancang agar dapat menarik perhatian audiens dalam waktu singkat dengan animasi yang dinamis dan komposisi visual yang jelas. Praktikan bertanggung jawab dalam pembuatan berbagai motion grafis untuk videotron, termasuk Motion Filler Ramadhan, Motion Filler Hari Kebangkitan, Motion Filler Idul Adha, dan Motion Filler Hari Waisak. Setiap proyek diawali dengan penyusunan konsep yang disesuaikan dengan tema hari raya dan strategi komunikasi visual EYE Indonesia. Dalam proses pengerjaan, praktikan menggunakan Adobe Photoshop untuk membuat dan mengatur aset grafis sebelum dianimasikan di Adobe After Effects. Tata letak desain dipersiapkan dalam format landscape (1920x1080 pixel) dengan 24FPS, memastikan kompatibilitas dengan layar videotron yang digunakan. Animasi mencakup efek transisi, pergerakan teks, serta elemen visual yang mendukung daya tarik konten. Setelah proses animasi selesai, praktikan melakukan pengecekan ulang terhadap transisi dan efek sebelum melakukan preview render kepada mentor untuk evaluasi. Hasil akhir disesuaikan berdasarkan masukan yang

diberikan sebelum ditayangkan di videotron EYE Indonesia. 13 Gambar 3.3 Cover Konten Reels Gambar 3.2 Shooting Videotron On-site Gambar 3.4 Shooting Video Team On-site 14 Gambar 3.5 Instagram Reels EYE Indonesia Gambar 3.6 Shooting Konten EYE Indonesia 15

### 3.2.3 Perancangan Desain Media Sosial

Perancangan desain media sosial bertujuan untuk mendukung strategi pemasaran digital EYE Indonesia melalui konten visual yang menarik dan informatif. Konten ini mencakup berbagai format, seperti Instagram Feeds, Carousel, dan Stories, yang dirancang agar sesuai dengan branding perusahaan serta meningkatkan interaksi dengan audiens. Praktikan bertanggung jawab dalam pembuatan berbagai desain, termasuk Design IG Feeds Keuntungan EYE, Design IG Feeds THR, Design IG Feeds Pendidikan Nasional, Design IG Feeds Iklan Luar Ruang, dan Design IG Feeds Jumat Agung. Setiap desain dibuat dengan mempertimbangkan elemen komposisi, warna, dan tipografi agar selaras dengan identitas visual EYE Indonesia. Dalam proses pengerjaan, praktikan menggunakan Adobe Photoshop dan Adobe Illustrator untuk menyusun tata letak desain dengan ukuran 1080x1080 pixel, yang merupakan standar resolusi untuk Instagram Feeds. Setiap elemen visual dikombinasikan dengan teks informatif untuk memastikan pesan tersampaikan dengan jelas kepada audiens. Desain yang telah selesai diperiksa kembali untuk memastikan konsistensi dengan branding sebelum diserahkan kepada mentor untuk evaluasi dan finalisasi. Setelah mendapatkan persetujuan, konten siap untuk dipublikasikan di media sosial EYE Indonesia.

### Gambar 3.7 Referensi Instagram Feeds 16

### 3.2.4 Perancangan Desain Newsletter & Blogpost

Perancangan desain newsletter dan blogpost bertujuan untuk menyampaikan informasi promosi serta edukasi yang relevan kepada audiens EYE Indonesia. Konten ini dibuat agar lebih menarik secara visual, sekaligus tetap mempertahankan keterbacaan dan konsistensi branding perusahaan. Praktikan bertanggung jawab dalam pembuatan berbagai desain, termasuk Design Blogpost & Newsletter

Ramadhan, Design Blogpost & Newsletter Hari Buruh, Design Blogpost & Newsletter Idul Fitri Series, dan Design Blogpost & Newsletter Billboard and Signage Strategy. Setiap desain disesuaikan dengan Gambar 3.9 Design Instagram Feeds EYE Indonesia Gambar 3.8 Proses Pengerjaan Cover Design 17 tema yang telah ditentukan, memastikan tampilan yang profesional dan mudah dipahami oleh audiens. Dalam proses perancangan, praktikan menggunakan Adobe Photoshop dan Adobe Illustrator untuk menyusun tata letak dengan format yang bervariasi, yaitu 1920x1080 pixel untuk tampilan standar dan 1920x3240 pixel untuk format yang lebih panjang. Desain dibuat dengan memperhatikan hierarki visual agar informasi tersampaikan dengan jelas, menggabungkan elemen grafis dan tipografi yang sesuai dengan identitas EYE Indonesia. Setelah desain selesai, praktikan melakukan pengecekan ulang untuk memastikan keseimbangan komposisi sebelum mendapatkan persetujuan dari mentor. Hasil akhir digunakan sebagai materi komunikasi visual yang dipublikasikan melalui blog dan newsletter resmi EYE Indonesia. Gambar 3.10 Design Cover Blogpost & Newsletter 18

### 3.2.5 Perancangan 3D Visualisasi Activation

Perancangan 3D Visualisasi Activation bertujuan untuk memberikan gambaran nyata dari konsep kampanye promosi yang akan diimplementasikan. Visualisasi ini digunakan untuk membantu klien memahami bagaimana suatu aktivasi brand atau pemasangan media iklan akan terlihat di dunia nyata sebelum direalisasikan. Praktikan bertanggung jawab dalam pembuatan berbagai proyek visualisasi 3D, termasuk Design Concept Vidio Bola Campaign EYE Indonesia, Design Concept Cosmetic 3D Campaign EYE, Design Concept Mockup Automotive Campaign EYE, dan Design Concept Mockup Pacific Place Automotive Campaign EYE. Setiap desain dibuat agar merepresentasikan skenario aktivasi dengan akurat, mempertimbangkan pencahayaan, perspektif, dan komposisi elemen visual. Dalam proses pengerjaan, praktikan menggunakan Blender dan Adobe Photoshop untuk membuat model 3D,

mengatur tekstur, serta menyesuaikan pencahayaan agar hasil akhir terlihat realistis. Output desain disimpan dalam berbagai ukuran sesuai kebutuhan proyek dan diekspor dalam format PNG dengan Transparent Background, sehingga dapat digunakan dalam berbagai media presentasi. Setelah tahap perancangan selesai, hasil visualisasi dievaluasi oleh mentor untuk memastikan kualitas dan kesesuaian dengan konsep awal sebelum diserahkan kepada klien atau tim pemasaran untuk tahap selanjutnya. Gambar 3.11 Web Blogpost & Newsletter EYE Indonesia 19

### 3.2.6 Perancangan Motion Profile Videotron

Perancangan Motion Profile Videotron bertujuan untuk menampilkan informasi mengenai layanan dan lokasi videotron EYE Indonesia melalui format video animasi yang profesional dan informatif. Motion profile ini dibuat untuk memberikan gambaran mengenai keunggulan dan spesifikasi videotron kepada klien maupun mitra bisnis. Praktikan bertanggung jawab dalam pembuatan berbagai proyek motion profile, termasuk Motion Profile Videotron LOT 9, Revisi Motion Profile Videotron LOT 9, dan Video Detail Bogor Trade Mall. Setiap proyek dikembangkan dengan pendekatan visual yang interaktif untuk memastikan informasi tersampaikan dengan jelas dalam durasi yang optimal. Dalam proses produksi, praktikan menggunakan Adobe After Effects untuk mengolah elemen grafis, animasi teks, serta transisi visual yang sesuai dengan identitas EYE Indonesia. Proses perancangan diawali dengan pembuatan storyboard untuk menentukan alur video, dilanjutkan dengan pengolahan footage dan animasi grafis yang mendukung narasi. Setelah tahap animasi selesai, praktikan melakukan pengecekan ulang terhadap elemen visual dan transisi sebelum menampilkan preview render kepada mentor untuk evaluasi. Hasil akhir dirender dalam format video dengan resolusi 1920x1080 pixel – 24FPS MP4, memastikan kompatibilitas dengan layar videotron serta platform digital lainnya. Gambar 3.12 3D Visualisasi untuk Kampanye 20 Kendala Yang Dihadapi Selama masa

kerja profesi di EYE Indonesia, praktikan menghadapi beberapa kendala yang memengaruhi proses kerja. Salah satu kendala utama adalah kurangnya kejelasan dalam pemberian brief atau instruksi pekerjaan. Dalam lingkungan kerja yang dinamis, komunikasi yang jelas sangat penting untuk memastikan semua anggota tim memahami tugas dan tanggung jawab mereka. Sering kali, briefing diberikan tanpa penjelasan yang cukup detail, menyebabkan kebingungan mengenai tugas yang harus dilakukan. Akibatnya, praktikan sering kali harus melakukan revisi berulang karena hasil yang tidak sesuai dengan ekspektasi, dan waktu pengerjaan menjadi lebih lama karena perlu menunggu konfirmasi dari atasan. Selain itu, koordinasi yang kurang terstruktur sering kali terjadi, seperti pemberian tugas mendadak tanpa perencanaan yang baik, sehingga mengganggu alur kerja yang telah ditetapkan. Sebagai seorang desainer grafis, praktikan juga mengalami tantangan kreatif akibat adanya batasan ketat dalam menciptakan desain konten. Setiap desain yang dibuat harus memenuhi standar identitas visual EYE Indonesia, yang sering kali membatasi ruang untuk bereksplorasi. Keterbatasan ini mengurangi peluang praktikan untuk bereksperimen dengan ide-ide baru dan gaya visual yang berbeda, sehingga konten media sosial cenderung menjadi seragam dan kurang menarik secara visual. Hal ini berpotensi mempengaruhi tingkat engagement dari audiens, meskipun konsistensi visual penting. Dengan demikian, tantangan ini membuat praktikan kesulitan untuk memberikan sentuhan kreatif yang lebih personal dan inovatif dalam desain konten. Gambar 3.13 Still Image Company Videotron 21 Cara Mengatasi Kendala Praktikan perlu lebih aktif dalam meminta penjelasan yang lebih jelas saat menerima tugas. Ketika mendapatkan brief yang kurang jelas, sangat penting untuk bertanya langsung kepada atasan atau rekan kerja. Diskusi tatap muka atau percakapan melalui chat dapat membantu memperjelas instruksi dan mencegah miskomunikasi mengenai desain yang diharapkan. Dengan memahami dengan

baik ekspektasi yang ada, Praktikan dapat menghasilkan desain yang lebih sesuai dan efisien. Meskipun desain yang dibuat harus mengikuti pedoman visual perusahaan, Praktikan dapat mencari celah untuk berinovasi. Salah satu cara adalah dengan mengusulkan variasi dalam tata letak, penggunaan warna, atau tipografi, yang tetap sejalan dengan identitas visual EYE Indonesia. Misalnya, Praktikan dapat mengajukan ide-ide baru untuk layout yang lebih menarik atau menggunakan warna yang segar tanpa melanggar pedoman yang ada, sehingga menghasilkan konten yang lebih menarik bagi audiens.

Pembelajaran Yang Diperoleh dari Kerja Profesi Pembelajaran yang diperoleh Praktikan selama bekerja di EYE Indonesia sangat berharga, terutama dalam hal mengomunikasikan informasi dan desain visual. Praktikan belajar bagaimana menciptakan representasi visual yang dapat dengan mudah dipahami oleh audiens, termasuk masyarakat umum dan klien. Pengalaman ini memperkuat kemampuan Praktikan dalam mengadaptasi gaya komunikasi visual untuk berbagai kebutuhan dan target audiens. Selama masa magang, Praktikan juga melatih keterampilan menggunakan berbagai perangkat lunak desain seperti Adobe Photoshop, Adobe Illustrator, dan Adobe Premiere Pro untuk menciptakan konten visual yang menarik dan infografis. Selain itu, Praktikan mendapatkan pengalaman berharga dalam mengoperasikan kamera dan berbagai peralatan produksi video, yang sangat berguna untuk menghasilkan konten berkualitas tinggi. Melalui proyek-proyek yang dikerjakan, Praktikan belajar tentang pentingnya desain grafis dalam mendukung komunikasi visual yang efektif, membantu publikasi, dan menyebarkan informasi dengan cara yang kreatif dan inovatif. 31

BAB4 PENUTUP 3.3 Simpulan Pelaksanaan kerja profesi yang dilakukan oleh Praktikan di EYE Indonesia berlangsung selama empat bulan, dari tanggal 16 Februari 2024 hingga 30 Juni 2024. Selama periode ini, Praktikan ditempatkan di divisi desain grafis dan motion graphics, di mana Praktikan dibimbing oleh mentor dalam

setiap proyek yang dikerjakan. Praktikan berkontribusi dalam pembuatan desain konten untuk media sosial, termasuk video animasi dan materi promosi lainnya. Proses yang dilalui selama magang memberikan Praktikan wawasan yang mendalam tentang industri kreatif dan dinamika kerja di agensi periklanan. Pengalaman ini merupakan langkah awal bagi Praktikan untuk memahami alur kerja di lingkungan profesional dan memperluas keterampilan desain yang telah dipelajari di bangku kuliah. Selain itu, kesempatan ini juga memungkinkan Praktikan untuk membangun jaringan yang kuat dengan para profesional di bidangnya, serta mendapatkan pengalaman berharga yang dapat diterapkan di karir di masa mendatang.

### 3.4 Saran

Adapun setelah menyelesaikan masa kerja profesi di EYE Indonesia, Praktikan merasa penting untuk memberikan beberapa saran yang dapat meningkatkan pengalaman kerja bagi praktikan di masa mendatang. Saran-saran ini diharapkan dapat membantu memperbaiki proses kerja dan memberikan dukungan yang lebih baik untuk pengembangan keterampilan praktikan.

1. Koordinasi yang Lebih Jelas: Pastikan komunikasi dan brief pekerjaan lebih teratur untuk menghindari kesalahpahaman.
2. Fasilitasi Eksplorasi Kreatif: Berikan ruang bagi praktikan untuk bereksplorasi dalam menciptakan desain yang beragam.
3. Sumber Daya Pembelajaran: Sediakan workshop atau pelatihan untuk pengembangan keterampilan desain.
4. Feedback Konstruktif: Lakukan umpan balik rutin agar praktikan bisa memahami dan memperbaiki hasil kerja mereka.

Selain itu, universitas juga diharapkan dapat memperluas jaringan kerja sama dengan berbagai perusahaan untuk memberikan peluang magang yang lebih beragam, sehingga mahasiswa dapat memperoleh pengalaman kerja yang lebih kaya dan sesuai dengan bidang minat mereka.

DAFTAR PUSTAKA Sudrajat, T. (2024, Juni). About Us. Diambil kembali dari EYE Indonesia: <https://eyeindonesia.com/>

33 DAFTAR RIWAYAT HIDUP 34 35 Lampiran 1 Daftar Riwayat Diri 36 LAMPIRAN-LAMPIRAN LAMPIRAN FORM 01 Pengajuan

REPORT #24707485

Kerja Profesi Lampiran 2 Formulir Pengajuan Kerja Profesi 37  
LAMPIRAN FORM 02 Formulir Penerimaan KP Lampiran 3 Formulir  
Penerimaan KP 38 LAMPIRAN FORM 03 Laporan Harian KP 39 Lampiran  
4 Laporan Harian KP 40 LAMPIRAN FORM 04 Bimbingan KP Lampiran  
5 Bimbingan KP 41 LAMPIRAN FORM 07 Penilaian Pembimbing Lapangan  
Lampiran 6 Penilaian Pembimbing Lapangan 42 Lampiran 7 Penilaian  
Magang Lampiran 8 Sertifikat Kepersetaan 43 Lampiran 9 Sertifikat  
MSIB Lampiran 10 Capaian Pembelajaran Program 44 LAMPIRAN  
DOKUMENTASI KEGIATAN Gambar 0.1 Praktikan membuat konten untuk  
instagram EYE Indonesia Gambar 0.2 Praktikan foto bersama karyawan  
kantor EYE Indonesia 45 Gambar 0.3 Proses Pengerjaan Cover Konten  
Gambar 0.4 Proses Pengerjaan Videotron Motion Ramadhan Gambar 0.5  
Proses Pengerjaan Konten Video Reels 46 Gambar 0.6 Praktikan Foto  
Meeting Kreatif Terakhir



REPORT #24707485

## Results

Sources that matched your submitted document.

● IDENTICAL ● CHANGED TEXT

INTERNET SOURCE		
1.	<b>4.22%</b> eprints.upj.ac.id <a href="https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/10456/12/BAB%20II.pdf">https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/10456/12/BAB%20II.pdf</a>	● ●
INTERNET SOURCE		
2.	<b>1.7%</b> eprints.upj.ac.id <a href="https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/969/1/1.%20Cover%20LKP.pdf">https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/969/1/1.%20Cover%20LKP.pdf</a>	●
INTERNET SOURCE		
3.	<b>1.47%</b> eprints.upj.ac.id <a href="https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/10497/7/07.%20DAFTAR%20ISI.pdf">https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/10497/7/07.%20DAFTAR%20ISI.pdf</a>	● ●
INTERNET SOURCE		
4.	<b>0.65%</b> informatika.untag-sby.ac.id <a href="https://informatika.untag-sby.ac.id/backend/uploads/pdf/Ekky_Wahyu_Septian...">https://informatika.untag-sby.ac.id/backend/uploads/pdf/Ekky_Wahyu_Septian...</a>	●
INTERNET SOURCE		
5.	<b>0.64%</b> core.ac.uk <a href="https://core.ac.uk/download/pdf/159371652.pdf">https://core.ac.uk/download/pdf/159371652.pdf</a>	● ●
INTERNET SOURCE		
6.	<b>0.63%</b> eprints.upj.ac.id <a href="https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/10570/11/BAB%201.pdf">https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/10570/11/BAB%201.pdf</a>	●
INTERNET SOURCE		
7.	<b>0.61%</b> repository.its.ac.id <a href="https://repository.its.ac.id/85424/1/10211710010072-Project_Report.pdf">https://repository.its.ac.id/85424/1/10211710010072-Project_Report.pdf</a>	●
INTERNET SOURCE		
8.	<b>0.56%</b> repository.stiedewantara.ac.id <a href="http://repository.stiedewantara.ac.id/2162/1/Laporan%20KKM_Dovan%20Julio...">http://repository.stiedewantara.ac.id/2162/1/Laporan%20KKM_Dovan%20Julio...</a>	● ●
INTERNET SOURCE		
9.	<b>0.55%</b> core.ac.uk <a href="https://core.ac.uk/download/pdf/159372001.pdf">https://core.ac.uk/download/pdf/159372001.pdf</a>	● ●



REPORT #24707485

INTERNET SOURCE		
10. 0.48%	repository.stiedewantara.ac.id <a href="https://repository.stiedewantara.ac.id/2170/1/LAPORAN%20KKM%20RAFIE.pdf">https://repository.stiedewantara.ac.id/2170/1/LAPORAN%20KKM%20RAFIE.pdf</a>	● ●
INTERNET SOURCE		
11. 0.47%	kejarmimpi.id <a href="https://kejarmimpi.id/onlinefest/partner/scm">https://kejarmimpi.id/onlinefest/partner/scm</a>	●
INTERNET SOURCE		
12. 0.46%	www.idnfinancials.com <a href="https://www.idnfinancials.com/id/emtk/pt-elang-mahkota-teknologi-tbk">https://www.idnfinancials.com/id/emtk/pt-elang-mahkota-teknologi-tbk</a>	●
INTERNET SOURCE		
13. 0.44%	kc.umn.ac.id <a href="https://kc.umn.ac.id/id/eprint/28950/1/HALAMAN_AWAL.pdf">https://kc.umn.ac.id/id/eprint/28950/1/HALAMAN_AWAL.pdf</a>	●
INTERNET SOURCE		
14. 0.43%	news.republika.co.id <a href="https://news.republika.co.id/berita/sqwimo423/jadikan-pengalaman-magang-se..">https://news.republika.co.id/berita/sqwimo423/jadikan-pengalaman-magang-se..</a>	●
INTERNET SOURCE		
15. 0.42%	kc.umn.ac.id <a href="https://kc.umn.ac.id/id/eprint/28800/1/HALAMAN_AWAL.pdf">https://kc.umn.ac.id/id/eprint/28800/1/HALAMAN_AWAL.pdf</a>	●
INTERNET SOURCE		
16. 0.4%	repository.stiedewantara.ac.id <a href="http://repository.stiedewantara.ac.id/749/1/LAPORAN%20KULIAH%20KERJA%2...">http://repository.stiedewantara.ac.id/749/1/LAPORAN%20KULIAH%20KERJA%2...</a>	● ●
INTERNET SOURCE		
17. 0.38%	www.pa-sungguminasa.go.id <a href="https://www.pa-sungguminasa.go.id/pdf/penelitian/LAPORAN%20PKL%20SMK%..">https://www.pa-sungguminasa.go.id/pdf/penelitian/LAPORAN%20PKL%20SMK%..</a>	● ●
INTERNET SOURCE		
18. 0.37%	eprints.upj.ac.id <a href="https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/8347/12/13.%20BAB%20III.pdf">https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/8347/12/13.%20BAB%20III.pdf</a>	●
INTERNET SOURCE		
19. 0.36%	www.brainacademy.id <a href="https://www.brainacademy.id/blog/menyusun-kata-pengantar">https://www.brainacademy.id/blog/menyusun-kata-pengantar</a>	●
INTERNET SOURCE		
20. 0.36%	kc.umn.ac.id <a href="https://kc.umn.ac.id/id/eprint/35418/1/HALAMAN_AWAL.pdf">https://kc.umn.ac.id/id/eprint/35418/1/HALAMAN_AWAL.pdf</a>	●



REPORT #24707485

INTERNET SOURCE		
21.	0.35% repository.uisi.ac.id <a href="https://repository.uisi.ac.id/3276/3/KERJA%20PRAKTIK%20-%20%28FIKRI%20A...">https://repository.uisi.ac.id/3276/3/KERJA%20PRAKTIK%20-%20%28FIKRI%20A...</a>	●
INTERNET SOURCE		
22.	0.34% teknik.wiraraja.ac.id <a href="https://teknik.wiraraja.ac.id/wp-content/uploads/2024/07/praktikum.pdf">https://teknik.wiraraja.ac.id/wp-content/uploads/2024/07/praktikum.pdf</a>	●
INTERNET SOURCE		
23.	0.34% beasiswa.kamajaya.id <a href="https://beasiswa.kamajaya.id/2024/09/22/opini-magang-dan-persiapan-diri-me...">https://beasiswa.kamajaya.id/2024/09/22/opini-magang-dan-persiapan-diri-me...</a>	●
INTERNET SOURCE		
24.	0.33% eprints.upj.ac.id <a href="https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/8348/13/13.%20BAB%20III.pdf">https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/8348/13/13.%20BAB%20III.pdf</a>	●
INTERNET SOURCE		
25.	0.29% repository.uisi.ac.id <a href="https://repository.uisi.ac.id/3371/1/Draft%20Laporan%20Kerja%20Praktik_Nab...">https://repository.uisi.ac.id/3371/1/Draft%20Laporan%20Kerja%20Praktik_Nab...</a>	●
INTERNET SOURCE		
26.	0.29% repository.fe.unj.ac.id <a href="http://repository.fe.unj.ac.id/6422/1/MILA%20VIVI%20APRILIANI.pdf">http://repository.fe.unj.ac.id/6422/1/MILA%20VIVI%20APRILIANI.pdf</a>	● ●
INTERNET SOURCE		
27.	0.28% fib.uai.ac.id <a href="https://fib.uai.ac.id/wp-content/uploads/2019/07/Pedoman-Penulisan-Laporan-...">https://fib.uai.ac.id/wp-content/uploads/2019/07/Pedoman-Penulisan-Laporan-...</a>	●
INTERNET SOURCE		
28.	0.27% abdulkadir.blog.uma.ac.id <a href="https://abdulkadir.blog.uma.ac.id/wp-content/uploads/sites/229/2023/02/Lapo...">https://abdulkadir.blog.uma.ac.id/wp-content/uploads/sites/229/2023/02/Lapo...</a>	●
INTERNET SOURCE		
29.	0.26% core.ac.uk <a href="https://core.ac.uk/download/pdf/33480213.pdf">https://core.ac.uk/download/pdf/33480213.pdf</a>	●
INTERNET SOURCE		
30.	0.25% repository.mercubuana.ac.id <a href="https://repository.mercubuana.ac.id/62237/1/Isi_COVER.pdf">https://repository.mercubuana.ac.id/62237/1/Isi_COVER.pdf</a>	●
INTERNET SOURCE		
31.	0.24% repository.its.ac.id <a href="https://repository.its.ac.id/59311/1/3413100101-Undergraduate_Theses.pdf">https://repository.its.ac.id/59311/1/3413100101-Undergraduate_Theses.pdf</a>	●



REPORT #24707485

INTERNET SOURCE		
32. 0.19%	<a href="http://www.slideshare.net/umarardiansyah/laporan-praktikum-aplikasi-kompu..">www.slideshare.net</a> <a href="https://www.slideshare.net/umarardiansyah/laporan-praktikum-aplikasi-kompu..">https://www.slideshare.net/umarardiansyah/laporan-praktikum-aplikasi-kompu..</a>	●
INTERNET SOURCE		
33. 0.19%	<a href="http://eprints.upj.ac.id">eprints.upj.ac.id</a> <a href="https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/10594/11/BAB%20I.pdf">https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/10594/11/BAB%20I.pdf</a>	●
INTERNET SOURCE		
34. 0.18%	<a href="http://eprints.upj.ac.id">eprints.upj.ac.id</a> <a href="https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/10490/8/Daftar%20Tabel.pdf">https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/10490/8/Daftar%20Tabel.pdf</a>	●
INTERNET SOURCE		
35. 0.17%	<a href="http://repository.uisi.ac.id">repository.uisi.ac.id</a> <a href="https://repository.uisi.ac.id/1859/1/KERJA%20PRAKTIK-NOVINDYA%20SHIFA%2...">https://repository.uisi.ac.id/1859/1/KERJA%20PRAKTIK-NOVINDYA%20SHIFA%2...</a>	●
INTERNET SOURCE		
36. 0.17%	<a href="http://repository.unpad.ac.id">repository.unpad.ac.id</a> <a href="https://repository.unpad.ac.id/bitstreams/1fa103eb-d3b8-4e89-8d3e-4128f0155...">https://repository.unpad.ac.id/bitstreams/1fa103eb-d3b8-4e89-8d3e-4128f0155...</a>	●
INTERNET SOURCE		
37. 0.14%	<a href="http://repository.dinamika.ac.id">repository.dinamika.ac.id</a> <a href="https://repository.dinamika.ac.id/id/eprint/5101/1/17420100021-2020-UNIVERSI...">https://repository.dinamika.ac.id/id/eprint/5101/1/17420100021-2020-UNIVERSI...</a>	●
INTERNET SOURCE		
38. 0.13%	<a href="http://repository.fe.unj.ac.id">repository.fe.unj.ac.id</a> <a href="http://repository.fe.unj.ac.id/8812/1/LAPORAN%20PRAKTIK%20KERJA%20LAPA...">http://repository.fe.unj.ac.id/8812/1/LAPORAN%20PRAKTIK%20KERJA%20LAPA...</a>	●
INTERNET SOURCE		
39. 0.12%	<a href="http://repository.unpas.ac.id">repository.unpas.ac.id</a> <a href="http://repository.unpas.ac.id/66702/1/Awal.pdf">http://repository.unpas.ac.id/66702/1/Awal.pdf</a>	●
INTERNET SOURCE		
40. 0.12%	<a href="http://repository.fe.unj.ac.id">repository.fe.unj.ac.id</a> <a href="http://repository.fe.unj.ac.id/4571/1/LAPORAN%20PKL%20KARIN%20ALFADITA%..">http://repository.fe.unj.ac.id/4571/1/LAPORAN%20PKL%20KARIN%20ALFADITA%..</a>	● ●
INTERNET SOURCE		
41. 0.1%	<a href="http://eprints.polbeng.ac.id">eprints.polbeng.ac.id</a> <a href="http://eprints.polbeng.ac.id/8235/4/4.%20KP-6103201396-Full%20Text.pdf">http://eprints.polbeng.ac.id/8235/4/4.%20KP-6103201396-Full%20Text.pdf</a>	●
INTERNET SOURCE		
42. 0.09%	<a href="http://kc.umn.ac.id">kc.umn.ac.id</a> <a href="https://kc.umn.ac.id/id/eprint/32906/1/HALAMAN_AWAL.pdf">https://kc.umn.ac.id/id/eprint/32906/1/HALAMAN_AWAL.pdf</a>	●



REPORT #24707485

INTERNET SOURCE

43. **0.08%** [eprints.itenas.ac.id](http://eprints.itenas.ac.id) 

<http://eprints.itenas.ac.id/729/3/03%20Daftar%20Isi%20212015061.pdf>

INTERNET SOURCE

44. **0.07%** [repository.stiedewantara.ac.id](http://repository.stiedewantara.ac.id) 

[http://repository.stiedewantara.ac.id/3062/1/Laporan%20KKM\\_SANDRA%20NAN..](http://repository.stiedewantara.ac.id/3062/1/Laporan%20KKM_SANDRA%20NAN..)

INTERNET SOURCE

45. **0.07%** [ppid.ui.ac.id](https://ppid.ui.ac.id) 

[https://ppid.ui.ac.id/wp-content/uploads/2024/10/Final\\_Laporan-RKT-RKA-UI-2...](https://ppid.ui.ac.id/wp-content/uploads/2024/10/Final_Laporan-RKT-RKA-UI-2...)

INTERNET SOURCE

46. **0.05%** [www.newofficeasia.com](https://www.newofficeasia.com) 

<https://www.newofficeasia.com/details/office-sopo-del-tower-b-jakarta>