

BAB III

PELAKSANAAN KERJA PROFESI

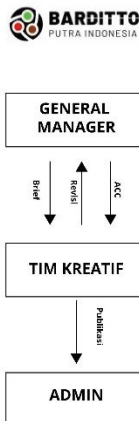
3.1 Bidang Kerja

Praktikan melakukan kegiatan kerja profesi di PT. Barditto Putra Indonesia sebagai *Graphic Designer* dari tanggal 21 Juni 2021 dan selesai pada tanggal 23 Agustus 2021 dengan jam kerja 9 jam per harinya, dengan waktu istirahat yang fleksibel asal pekerjaan selesai sesuai jangka waktu yang ditentukan. Praktikan mengerjakan berbagai kebutuhan desain seperti desain pemasaran, desain konten untuk kebutuhan situs jual beli *online* seperti Shopee dan Tokopedia. Selama bekerja, Praktikan dibimbing oleh Aksa sebagai penanggung jawab tim kreatif dan Arief Budi Hartono sebagai *Sales Marketing*.

Praktikan mendapat tugas untuk membuat desain untuk kebutuhan *e-commerce* seperti Tokopedia dan Shopee, desain 48 varian rasa produk untuk kebutuhan Google bisnis, logo untuk anak perusahaan Barditto yang bernama Zigo, *editing* konten video Youtube, desain stiker kemasan baru untuk produk Headbar, beberapa konten Instagram untuk hari besar seperti peringatan 17 Agustus, dan lain-lain. Setelah membuat masing-masing pekerjaan, Praktikan melewati beberapa proses, seperti proses asistensi dan revisi.

3.2 Pelaksanaan Kerja

Alur Kerja Tim Kreatif



Gambar 3. 1 Diagram alur kerja tim kreatif

Selama melaksanakan kegiatan kerja profesi, Praktikan membuat masing-masing pekerjaan dengan dibimbing oleh kepala bar atau *Headbar* yang juga menjadi tim kreatif. Setelah pekerjaan sudah dibuat Praktikan meminta pendapat dan masukan tentang pekerjaan yang telah dibuat kepada manajer dan beberapa tim lainnya apakah hasil pekerjaan Praktikan sudah sesuai atau belum, proses ini dalam perkuliahan disebut asistensi. Biasanya proses asistensi ini dilakukan oleh *General Manager*, dikarenakan di PT. Barditto Putra Indonesia masih menjadi perusahaan *start up* dan belum banyak divisi, jadi seorang *General Manager* biasanya ikut serta dalam menyetujui konten yang layak untuk dipublikasikan. Setelah pekerjaan di asistensi pekerjaan bisa diserahkan ke admin untuk memasukkannya di beberapa media yang sesuai dengan kebutuhannya.

3.2.1 Contoh pekerjaan

Ketika menjalani kegiatan kerja profesi, Praktikan telah mengerjakan beberapa pekerjaan yang diserahkan oleh *General Manager* melalui pembimbing kerja. Pada PT. Barditto Putra Indonesia seorang *General Manager* bisa langsung ikut serta dalam proses kreatif dikarenakan Barditto masih menjadi perusahaan *startup* dan para pekerjanya belum begitu banyak. Berikut adalah beberapa contoh pekerjaan yang telah

diselesaikan oleh Praktikan.

1. Logo Zigo

Zigo merupakan anak perusahaan dari PT. Barditto Putra Indonesia yang akan fokus bergerak dalam penjualan bubuk minuman. nama Zigo diambil dari angka 21 dan kata GO. Angka 21 memiliki makna jika membeli 2 produk maka pembeli mendapat 1 produk gratis sedangkan kata Go memiliki makna pergi dan bergerak maju. berikut adalah logo yang telah dibuat oleh Praktikan.



Gambar 3. 2 Opsi Logo Zigo

Gambar di atas adalah contoh opsi logo Zigo yang telah dibuat oleh Praktikan. Kemudian di bawah ini adalah logo yang terpilih.

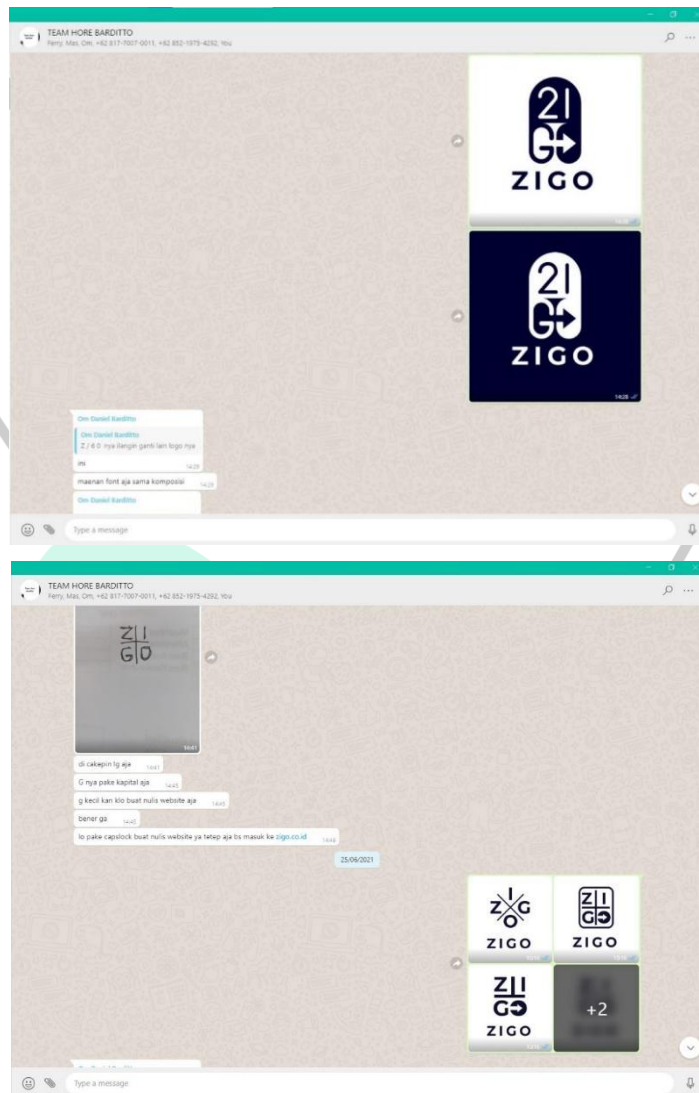


ZIGO

Gambar 3. 3 Logo Zigo Terpilih

Berikut adalah proses asistensi logo Zigo kepada *General Manager* PT. Barditto Putra Indonesia.





Gambar 3. 4 Proses Alur Desain Logo Produk Zigo

2. Desain Konten 17 Agustus

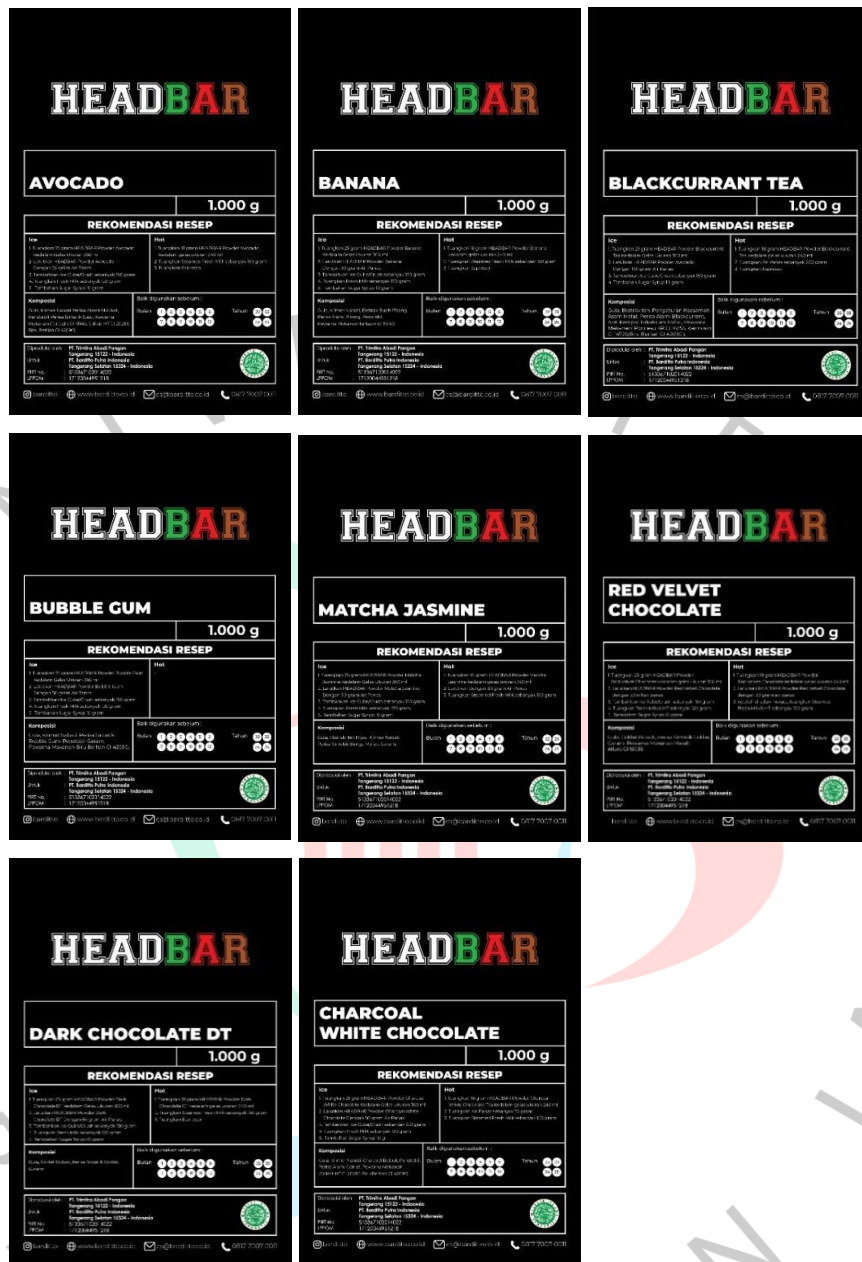
Berikut adalah contoh desain konten Instagram dalam menyambut hari kemerdekaan 17 Agustus. Pada desain hari kemerdekaan Indonesia yang ke 76 ini Praktikan menggunakan warna merah dan putih agar selaras dengan warna bendera Indonesia. Makna dari warna merah yaitu berani dan putih yaitu suci dan murni. Kemudian Praktikan menggunakan elemen bendera merah putih agar memberi kesan meriah dan semangat. Kemudian Praktikan memberi elemen peta Indonesia sebagai *background* untuk menggambarkan wilayah negara republik Indonesia.



Gambar 3. 5 Desain Konten HUT RI Yang ke 76

3. Desain Stiker Kemasan Headbar

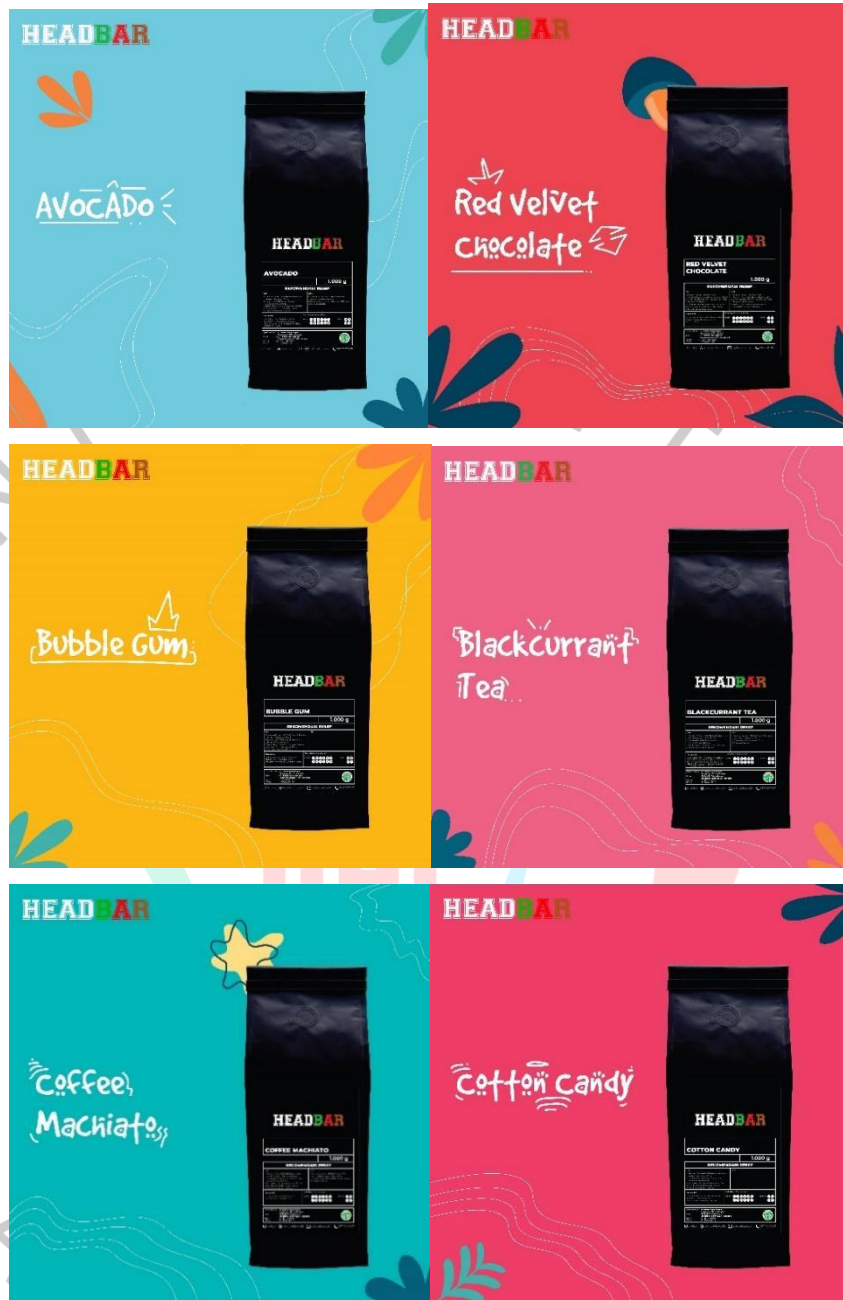
Berikut adalah contoh desain stiker kemasan produk bubuk minuman merek Headbar yang diproduksi oleh PT. Barditto Putra Indonesia. Praktikan membuat desain stiker untuk 48 varian rasa yang berbeda.



Gambar 3. 6 Desain Stiker Kemasan Produk HEADBAR

4. Desain Konten Instagram untuk Promosi Produk Headbar

Praktikan diminta membuat 48 varian rasa produk Headbar untuk dimasukkan ke media sosial Instagram. Praktikan diminta untuk membuat desain dengan warna *background* pastel warna-warni agar terlihat berwarna dan dilengkapi dengan beberapa elemen desain vektor.





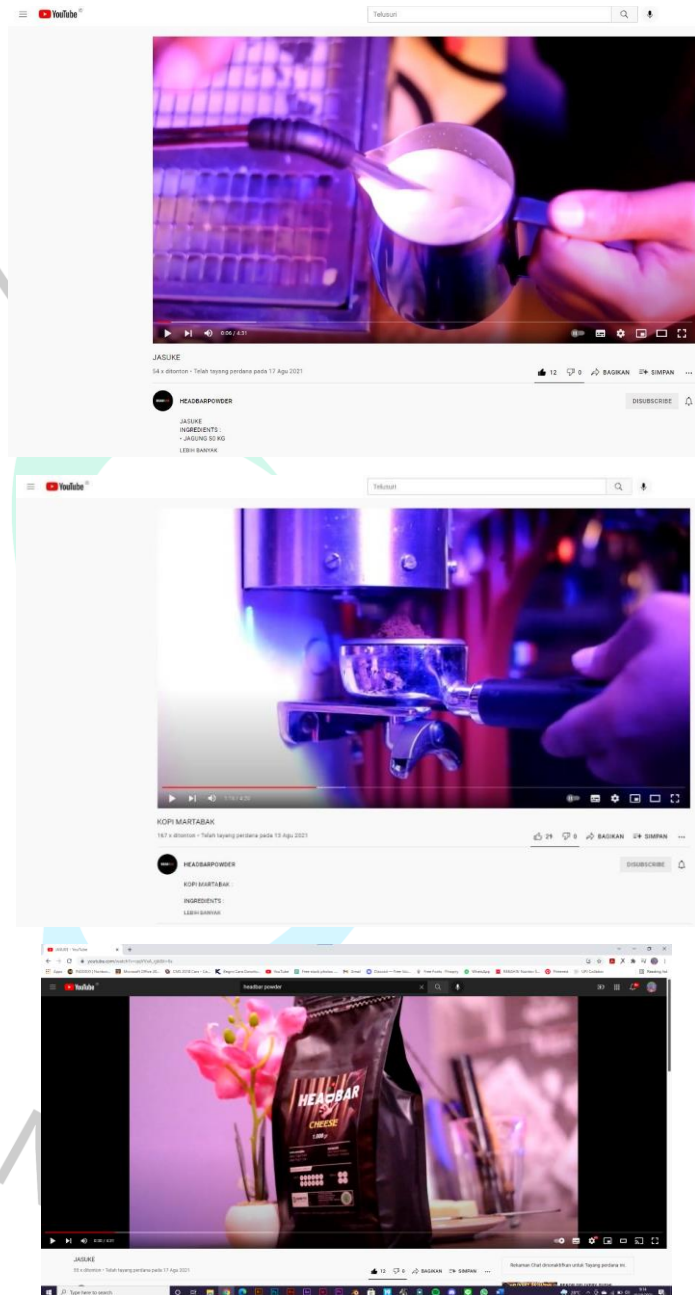
Gambar 3. 7 Desain Konten Instagram Promosi Produk HEADBAR

5. Pembuatan Video Konten Youtube

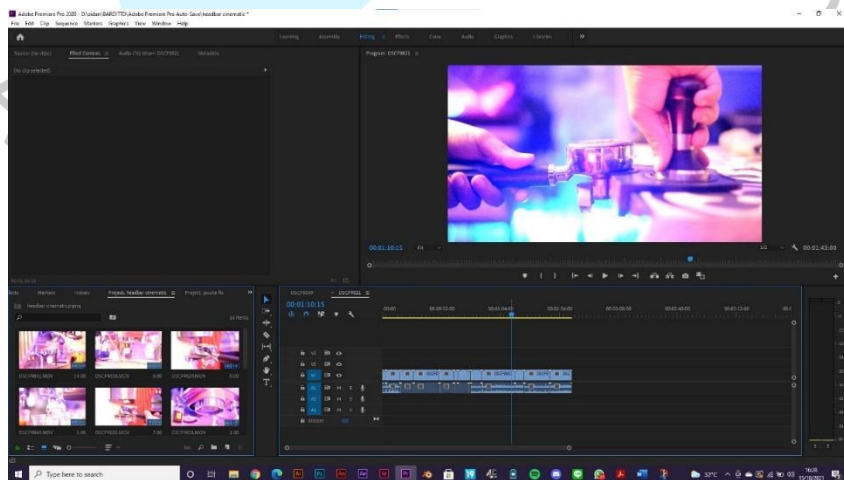
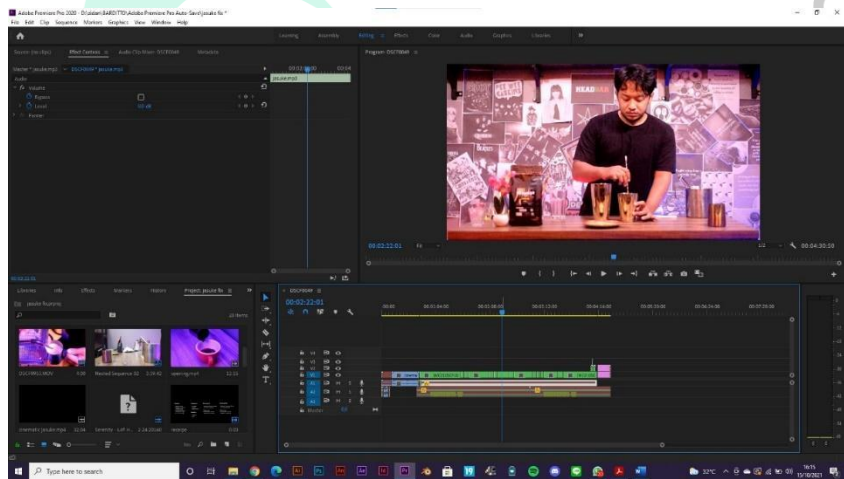
Selain mengerjakan desain, Ketika melakukan kegiatan kerja profesi, Praktikan juga mengerjakan pembuatan video untuk kebutuhan konten Youtube produk Headbar. Praktikan ikut serta membantu dalam proses pengambilan video seperti pengaturan pencahayaan, pengaturan posisi kamera dan mengatur properti yang akan digunakan dalam proses pengambilan video.

Selain proses pengambilan video Praktikan juga mempunyai tugas utama yaitu proses *editing* video dan publikasi ke media Youtube. pada saat proses video *editing* Praktikan tidak mengubah warna video sedikitpun, sebab komposisi warna biru dan merah pada konten video yang telah dibuat dihasilkan langsung dari warna lampu LED yang telah diatur agar mendapat komposisi warna yang diinginkan.

Konsep pada konten video ini menggunakan cinematic untuk opening dan kemudian diikuti dengan tutorial rekomendasi resep untuk menyajikan produk yang dipromosikan.



Gambar 3. 8 Screenshot Video Youtube Produk HEADBAR



Gambar 3. 9 Proses Produksi Video Youtube Produk HEADBAR

Berikut terdapat beberapa Link video Youtube yang telah dibuat oleh Praktikan.

<https://youtu.be/PAErqobptss>

<https://youtu.be/PAErqobptss>

6. Desain promosi 48 produk HEADBAR untuk Google bisnis

Berikut adalah contoh desain produk HEADBAR yang telah Praktikan buat untuk digunakan dalam Google bisnis PT. Barditto Putra Indonesia. Pada desain ini Praktikan menggunakan foto yang bisa menggambarkan jenis varian rasa dari produk bubuk yang akan dipromosikan.

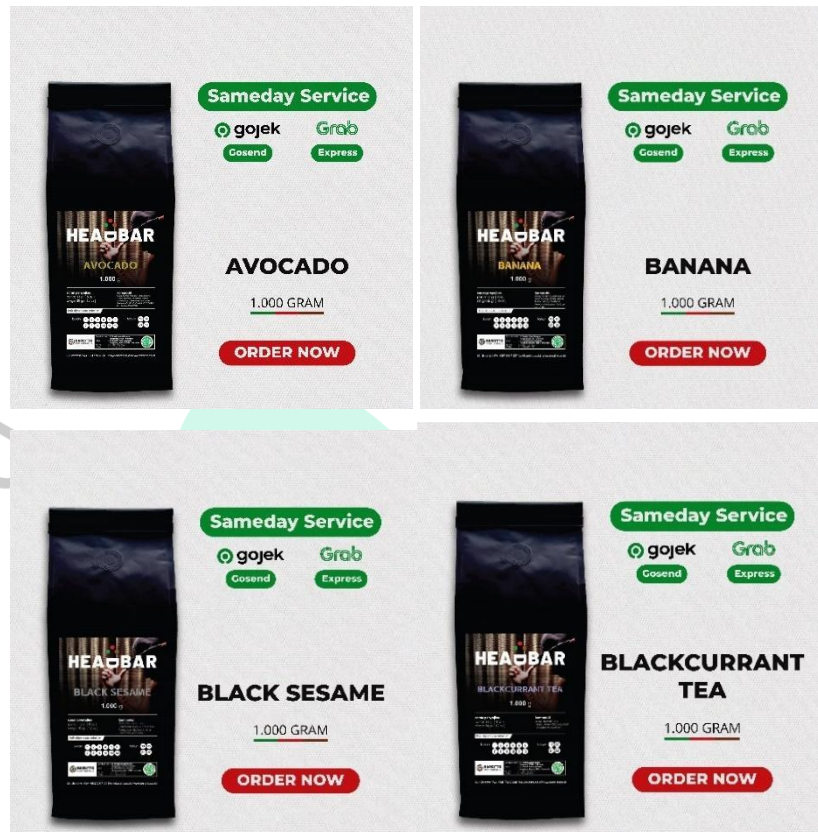


Gambar 3. 10 Desain Promosi Produk HEADBAR Untuk Google Bisnis

7. Desain untuk kebutuhan penjualan di Shopee dan Tokopedia

Berikut adalah desain untuk penjualan produk HEADBAR yang dibuat oleh Praktikan untuk digunakan pada toko *online* Shopee dan Tokopedia. Pada desain promosi ini Praktikan menggunakan tekstur kanvas yang digunakan sebagai *background* agar terlihat lebih menarik. Kemudian Praktikan menggunakan warna hijau sebagai tulisan pilihan

kurir, alasan Praktikan menggunakan warna hijau karena warna hijau merupakan warna perusahaan dari Gojek dan juga Grab.



Gambar 3. 11 Desain Penjualan Produk HEADBAR di Shopee dan Tokopedia

8. Desain *banner* promosi sirup perasa DENALI

Berikut adalah desain *banner* sirup perasa merek DENALI yang telah dibuat oleh Praktikan untuk kebutuhan pemasaran oleh PT. Barditto Putra Indonesia. Pada desain *banner* ini Praktikan menggunakan warna hijau karena *banner* ini di peruntukan untuk promosi di situs jual beli Tokopedia yang memiliki warna identitas hijau dan dipadukan dengan foto produk yang akan dipromosikan dan dilengkapi dengan beberapa tulisan dan elemen desain.



Gambar 3. 12 Desain Banner Promosi Sirup Denali

9. Desain *banner* Barditto untuk toko Shopee

Berikut adalah desain *banner* toko untuk toko *online* Barditto di situs *marketplace* Shopee. Pada desain *banner* Barditto untuk keperluan Shopee ini Praktikan menggunakan elemen warna gradasi dari warna perusahaan PT. Barditto Putra Indonesia yaitu merah, coklat, dan hijau tetapi Praktikan menggunakan warna yang lebih lembut agar lebih enak dilihat mata. Kemudian ditambah dengan *hashtag* dari Barditto yaitu #ForBetterDrink yang Praktikan letakkan di sisi kiri *banner*. Dan logo perusahaan Praktikan letakkan di tengah-tengah *banner* agar terlihat lebih jelas.



Gambar 3. 13 Desain Banner Toko Shopee

3.3 Kendala Yang Dihadapi

Ketika melakukan kegiatan kerja profesi, Praktikan juga mengalami beberapa kendala yang dihadapi di PT. Barditto Putra Indonesia. Kendala ini juga membuat Praktikan merasa kesulitan dalam melaksanakan kegiatan kerja profesi. Kendala yang dirasakan Praktikan saat melakukan kegiatan kerja profesi di PT. Barditto Putra Indonesia diantaranya adalah Kurangnya komunikasi antara Praktikan, tim kreatif, *General Manager*, dan admin. Dengan adanya PPKM atau Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat, akibat pandemi *Covid-19*, menjadikan Praktikan melakukan WFH atau *work from home*, yaitu Praktikan bekerja dari rumah. Akibatnya komunikasi antara masing-masing bagian pekerjaan menjadi kurang efektif.

3.4 Cara Mengatasi Kendala

Untuk mengatasi kendala yang dialami pada saat kegiatan kerja profesi, Praktikan melakukan beberapa cara untuk mengatasi kendala tersebut agar memudahkan Praktikan dalam menjalani kegiatan kerja profesi di PT. Barditto Putra Indonesia. Cara yang dilakukan Praktikan Untuk mengatasi masalah komunikasi yang terjadi ketika *work from home* dimasa PPKM, Praktikan sesekali berkomunikasi dengan tim yang lain dengan memanfaatkan aplikasi zoom atau Google meet. Dengan

memanfaatkan aplikasi tersebut Praktikan jadi lebih mudah berkomunikasi dengan tim mengenai pekerjaan yang harus diselesaikan. Dikarenakan dalam aplikasi tersebut Praktikan bisa melakukan *share screen* sambil berkomunikasi secara langsung.

3.5 Pembelajaran Yang Diperoleh dari Kerja Profesi

Pelajaran yang bisa diambil oleh Praktikan dari menjalani kegiatan kerja profesi ini yaitu, Praktikan jadi lebih mempunyai pengalaman di dunia pekerjaan sesungguhnya. Praktikan jadi bisa merasakan tekanan-tekanan yang berada pada dunia pekerjaan. Praktikan juga bisa saling berbagi pengalaman dengan para orang yang berada pada lingkungan yang sama. Praktikan juga jadi lebih memahami seberapa penting perancangan visual bagi pemasaran suatu produk. Praktikan juga dituntut untuk membuat desain sesuai dengan kebutuhan pasar, tidak hanya membuat desain sesuai dengan selera Praktikan, karena selera desain masing-masing orang berbeda-beda. Desain yang disukai oleh mata Praktikan belum tentu bisa ikut disukai oleh target pasar.