

BAB III

PELAKSANAAN KERJA PROFESI

3.1 Bidang Kerja

Selama Kerja Profesi berlangsung, Praktikan ditempatkan sebagai desainer grafis di *design section* yang bertanggung jawab pada divisi *Marketing – Retail Business & Digital* PT Asuransi Astra Buana. Selama menjadi desainer grafis, Praktikan dipercayakan untuk merancang sebagian besar media promosi dan sarana informasi perusahaan, misalnya *banner* promo bulanan dan tahunan, infografis, unggahan media sosial (Instagram, Facebook, Twitter, *website* resmi perusahaan), semua keperluan *event* perusahaan (*invitation, virtual welcoming screen, speaker & audience virtual background, PowerPoint background*), hingga desain kebutuhan promosi *webinar* dan seminar, *e-blast, campaign* perusahaan, stiker perusahaan. Praktikan juga turut mengembangkan rencana visual kalender dan inovasi desain korporat dengan *ambience* baru.

Ketika Kerja Profesi berlangsung, Praktikan mendapat kesempatan untuk melakukan dokumentasi di *event-event* perusahaan (*indoor* maupun *outdoor*), seperti misalnya kegiatan Harpelnas, seminar *offline*, GIIAS, hingga *expo* perusahaan asuransi. Pada beberapa kesempatan, Praktikan dipercayakan untuk melakukan beberapa pemotretan keperluan penerbitan *banner* internal perusahaan. Selain itu, Praktikan juga turut menjadi pengarah visual dan *angle* pemotretan aset foto kalender dan *website* resmi perusahaan.

Selain merancang keperluan grafis dan dokumentasi, Praktikan juga melakukan *photo retouching, editing*, hingga *masking* hasil pemotretan yang kemudian akan dilakukan *digital imaging* oleh desainer senior. Kemudian, Praktikan juga turut aktif dalam kegiatan *broadcasting* pada studio *broadcasting* perusahaan. Pada kegiatan ini, Praktikan mendapat kesempatan untuk mempelajari *setup* berbagai keperluan siaran langsung perusahaan, seperti mempersiapkan kamera *broadcast* dan *lighting*, mengkoordinasikan layar tampilan selama *live streaming* acara perusahaan bersama desainer senior, membuat kebutuhan *masking*

3.2 Pelaksanaan Kerja

Primary Logo

Secondary Logo

VAG Rounded

ABC ABC

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

LP Bambus

ABC ABC

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

13



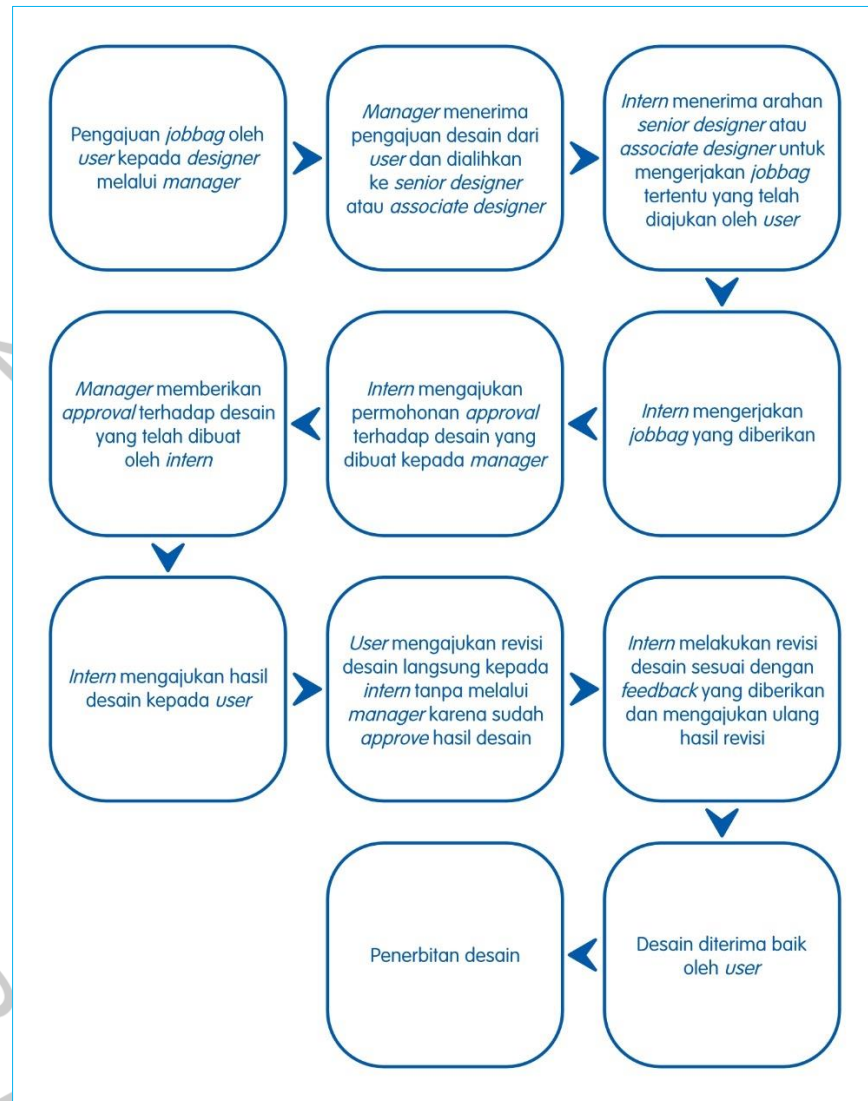
Gambar 4 Supergraphic Asuransi Astra

Supaya Praktikan dapat memahami konsep desain korporat, pembimbing kerja memberikan tugas desain selongsong botol minum souvenir perusahaan sebagai tugas desain pertama.



Gambar 5 Desain Selongsong Tumbler

Secara umum, proses pengerjaan desain di PT Asuransi Astra memiliki alur seperti yang ditunjukkan pada gambar begini di bawah ini.



Gambar 6 Bagan Tahapan Pengerjaan Desain oleh Intern

Bagan di atas menjelaskan tata cara pengajuan desain oleh *user* kepada *designer* di Asuransi Astra. Pada tahap awal, *user* akan mengajukan perancangan desain sesuai kebutuhan *user* tersebut kepada bagian *designer* melalui *manager*. *User* adalah pekerja di Asuransi Astra. *Manager* akan mengarahkan *senior designer* dan *associate designer* untuk membantu pengerjaan desain yang diajukan. *Senior designer* atau *associate designer* akan meneruskan permintaan desain kepada Praktikan

untuk diproses. Praktikan akan mengerjakan desain dengan mengaplikasikan nuansa desain korporat. Setelah desain selesai dibuat, Praktikan akan mengajukan hasil desain kepada *manager* untuk mendapatkan *approval* hasil. Jika hasil desain sudah disetujui oleh *manager*, Praktikan akan meneruskan desain langsung kepada *user* untuk ditinjau kembali. Apabila *user* mengajukan revisi, Praktikan akan mengerjakan revisi sesuai dengan arahan yang diberikan oleh *user*. Desain akan dikirim kembali ke *user* untuk dipastikan kesesuaiannya dengan permintaan yang diajukan. Apabila desain sudah disetujui oleh *user*, desain akan diterbitkan, baik itu *banner* promosi, infografis, maupun unggahan media sosial. Berikut adalah gambar contoh pengajuan *design* dan *brief* berupa *job bag* dari *user*.

JOB BAG ORDER FORM			No.	
1				
2				
3	Client (Branch/Dept.)*	Syahrina Aninditya (Digital Channel) cc. renny	Order Date :	20 Okt 2022
4	Program Title	Banner Promo Garda Oto November No Worry	Deadline:	24 Okt 2022
5	Periode Program	Nov-22	Draft Design :	
6	Job Description	Membuat design banner promo Garda Oto semua ukuran	Final Design :	
7			F/A Delivered :	
8	Approval :		Designer :	
9			Quantity :	Material :
10				
11		Teddy Suryawan	Size :	Colour :
12		Fitra Pranadajaja		
13	Data/Documents (Ada = v, Tidak Ada = X)		Job Status :	
14	o Proposal Program*		o Top Urgent	o Regular ☒
15	o Mekanisme Program		o Urgent	
16	* harus dilampirkan			
17	Desain terlampir :		Brief :	
18			Dibuatkan 1 ukuran dulu untuk approval	
19	Di PPT		Size of Banner	
20			GDN (Format JPG Max 150KB)	
21			300x250	
22			336x280	
23			160x600	
24			468x60	
25			728x90	
26			970x90	
27			970x250	
28			320x50	
29			320x100	
30			300x600	
31			1200x624	
32			WEB: 1500x477 (logo garda oto dan gardaoto.com	
33			dipojok kanan dan kiri)	
			WEB: 520x400 (logo garda oto gardaoto.com)	
			Newsletter: 600x290	
			WEB: 1270x381	
			WEB: 1920x574	
			Socmed	
			Instagram: 1080 x 1080 (logo garda oto dan	

Gambar 7 Job Bag Request dari User

Garda Home Traffic

- Logo Kanan gardaato.com
- Logo Kiri Garda Home
- Wording:

(icon rumah) Asuransi Kebakaran Rumah

Dapatkan jaminan:

- Tertabrak kendaraan
- Biaya pengobatan akibat kebakaran
- Biaya tempat tinggal sementara*
- Santunan pembelian perabotan*

CEK SEKARANG (bentuk button)

*Dijamin pada paket tertentu

Info lengkap: www.gardaato.com/garda-home/product-info

Referensi banner:
Dominan warna joyous blue



Garda Home Leads

Logo Kanan gardaato.com
Logo Kiri Garda Home
Referensi banner:
Dominan warna joyous blue

(icon rumah) Asuransi Kebakaran Rumah

Perlindungan untuk Rumah Tinggal dari Risiko Kebakaran

Premi mulai
Rp98.750/tahun

- Proses mudah tanpa survei bangunan
- Polis terbit maksimal 1x24 jam
- Dilengkapi perluasan gempa bumi

Dapatkan di gardaato.com (bentuk button)

Info lengkap: bit.ly/promogardahome

Cara agar mobil kesayanganmu tidak *overheat*!

- Matikan AC
- Perhatikan kondisi jalan
- Matikan mesin mobil

Tips Mencegah Kebakaran di Rumah

Joyous Blue
Pantone 305C
CMYK 60 0 5 0
RGB 74 199 233



Gambar 8 Creative Brief dari User

3.2.1. Perancangan Banner Promo Turunan

Praktikan seringkali dipercayakan untuk bertanggung jawab atas perancangan *banner* promo bulanan yang dibuat dalam berbagai ukuran. Salah satu *banner* turunan yang dibuat oleh Praktikan adalah *banner* promo Garda Mall yang akan dipublikasikan pada WEB Berikut adalah gambar *banner* turunan beserta ukurannya sesuai *platform* media promosinya.



Gambar 9 Banner Ukuran 520 px × 400 px untuk Website



Gambar 10 Banner Ukuran 600 px × 290 px untuk Newsletter



Gambar 11 Banner Ukuran 718 px × 370 px untuk Website



Gambar 12 Banner Ukuran 720 px × 290 px untuk Website



Gambar 13 Banner Ukuran 1080 px × 1080 px (kiri) dan 900 px × 1600 px (kanan) untuk media Instagram



Gambar 14 Banner Ukuran 1080 px × 1080 px (kiri) dan 900 px × 1600 px (kanan) untuk media Instagram

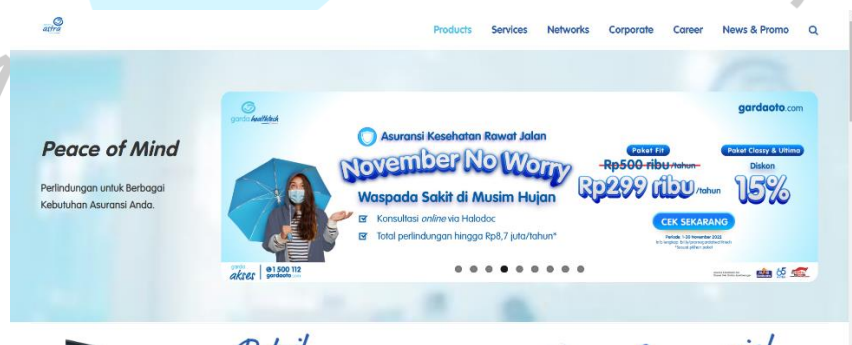


Gambar 15 Banner Ukuran 1200 px × 628 px untuk Facebook



Gambar 16 Banner Ukuran 800 px × 418 px untuk Twitter

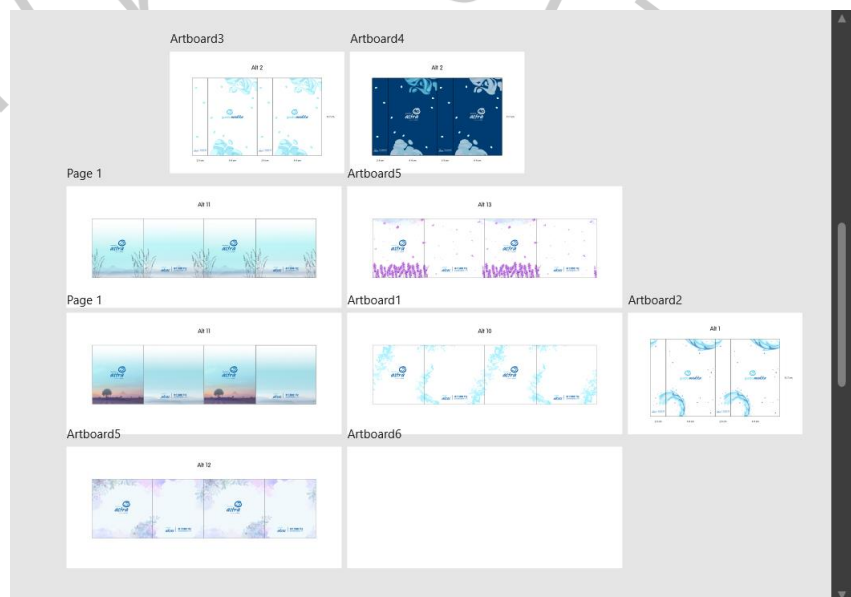
Disebut *banner turunan* karena *banner* promo Asuransi Astra biasanya akan diturunkan ke ukuran yang beragam menurut kebutuhannya karena akan diunggah di berbagai jenis *platform*, mulai dari media sosial hingga situs resmi perusahaan.



Gambar 17 Banner Turunan Gardamall Healthtech di Website Asuransi Astra

3.2.2. Perancangan Selongsong *Aromatherapy*

Asuransi Astra seringkali memberikan suvenir kepada pelanggan dan rekan bisnis, seperti *tumbler* minum hingga *aromatherapy*. Praktikan mendapat kesempatan untuk merancang selongsong berukuran panjang 19,2 cm × lebar 16,4 cm × tinggi 18,8 cm yang digunakan untuk mengemas *aromatherapy* yang akan dibagikan pada rekan bisnis perusahaan.



Gambar 18 Alternatif Desain Selongsong *Aromatherapy* yang Diajukan

Desain selongsong *aromatherapy* tersebut disetujui setelah melalui revisi desain berkali-kali. Pada tahap awal, desain yang dibuat bersifat grafis dengan menggunakan elemen desain vektor sederhana karena elemen berbasis vektor kerap kali digunakan dalam desain korporat. Akan tetapi, *user* mengharapkan nuansa *relaxing* sebagai representasi *aromatherapy* sehingga Praktikan merancang desain yang lebih dinamis dengan menggunakan unsur tumbuhan dan warna-warna hangat tanpa meninggalkan gaya desain korporat. Sekalipun begitu, Praktikan tidak mendapat persetujuan *user* dalam satu atau dua kali revisi, tetapi Praktikan merancang desain baru berulang kali untuk menghadirkan nuansa yang diharapkan *user*.



Gambar 19 Desain Selongsong Aromatherapy yang Disetujui User



Gambar 20 Hasil Cetak Selongsong Aromatherapy yang Disetujui User

3.2.3. Perancangan Kebutuhan Visual Event Friday Knowledge Sharing

Asuransi Astra rutin melaksanakan event internal yang diperuntukkan bagi karyawan Asuransi Astra dari seluruh Indonesia, salah satunya adalah *Friday Knowledge Sharing* atau FKS. Acara FKS biasanya dilakukan pada setiap hari Jum'at dan disiarkan langsung di studio *broadcasting* kantor pusat Asuransi Astra. Praktikan turut terlibat dalam persiapan acara FKS dengan merancang semua kebutuhan visual acara, mulai dari poster informasi ukuran 1600 px × 900 px, *e-blast* berukuran 1200 px × 900 px, *virtual background* berukuran 1600 px × 900 px, hingga *PowerPoint background* berukuran 1600 px × 900 px.

Dalam proses perancangan kebutuhan visual acara FKS perusahaan yang berjumlah lebih dari satu, Praktikan akan merancang satu poster utama FKS terlebih dahulu. Jadi, setelah

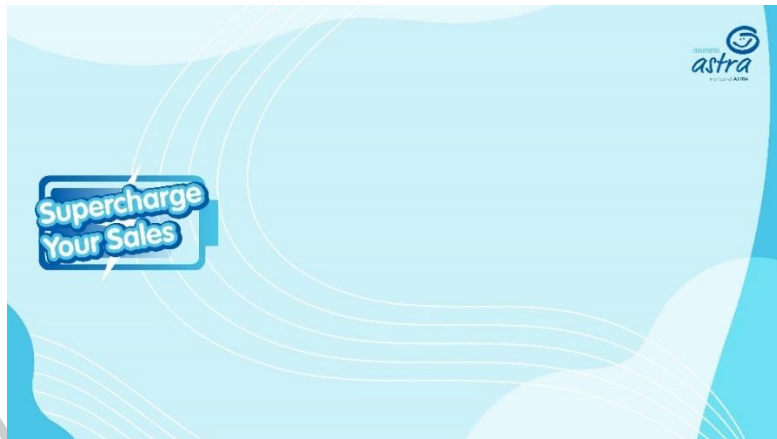
Praktikan menerima *jobbag*, Praktikan akan mendapatkan *briefing* oleh senior dalam hal desain dan ukuran-ukuran desain yang akan dibuat nantinya. Setelah itu, Praktikan akan merancang desain pada poster utama. Sebelum dibuat ukuran kebutuhan lainnya, Praktikan mengajukan desain poster utama FKS tersebut terlebih dahulu kepada *manager* dan *user*. Setelah hasil desain pada poster utama mendapat persetujuan semua pihak, Praktikan melanjutkan desain ke ukuran lainnya.



Gambar 21 Poster FKS "Supercharge Your Sales"



Gambar 22 E-Blast FKS "Supercharge Your Sales"



Gambar 23 Virtual Background FKS "Supercharge Your Sales"



Gambar 24 PPT Background FKS "Supercharge Your Sales"

3.2.4. Pembuatan Stiker GarXia Bertema Harpelnas 2022

Dalam rangka menyambut Hari Pelanggan Nasional 2022, Asuransi Astra menyiapkan stiker korporat yang dapat diunduh dan digunakan pada aplikasi *WhatsApp*. Stiker dibuat dengan menggunakan visual *chatbot* perusahaan, GarXia, dengan membawakan tema Hari Pelanggan Nasional 2022.

Perancangan stiker GarXia ini menggunakan model GarXia yang sudah disediakan oleh vendor yang bekerja sama dengan Asuransi Astra.



Gambar 25 Stiker GarXia Sebelum Dikembangkan Menurut Tema

Praktikan bertugas untuk mengembangkan stiker dengan menambahkan elemen-elemen tertentu untuk mendukung visual GarXia agar sesuai dengan tema Harpelnas. Elemen desain dapat berupa tipografi dan elemen-elemen kecil seperti gelembung, *love*, *confetti*, dan bintang. Praktikan melakukan proses pengembangan stiker ini melalui *software* Affinity Designer dan hasil akhir stiker diekspor ke dalam format PNG.

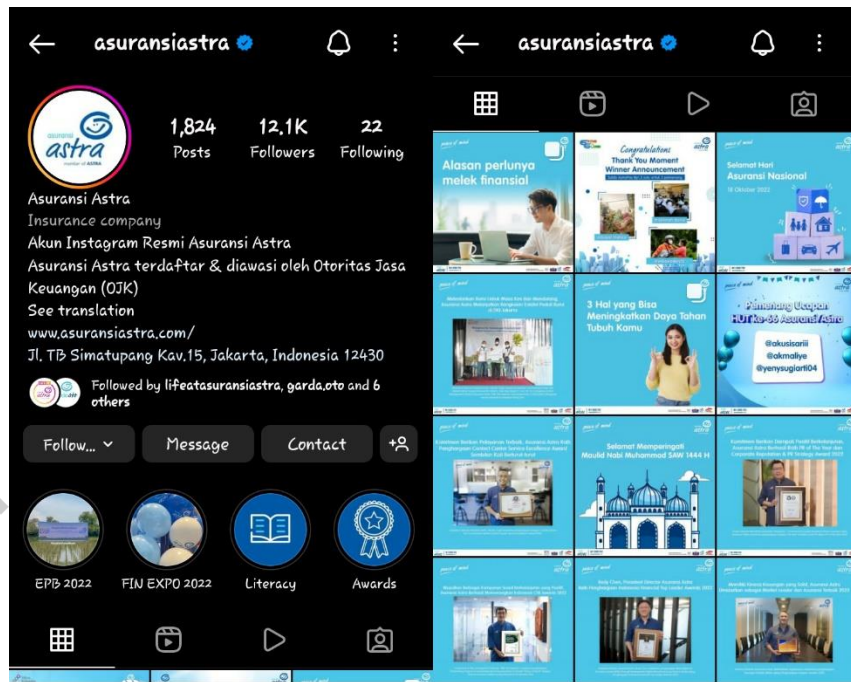


Gambar 26 Stiker GarXia Hari Pelanggan Nasional 2022

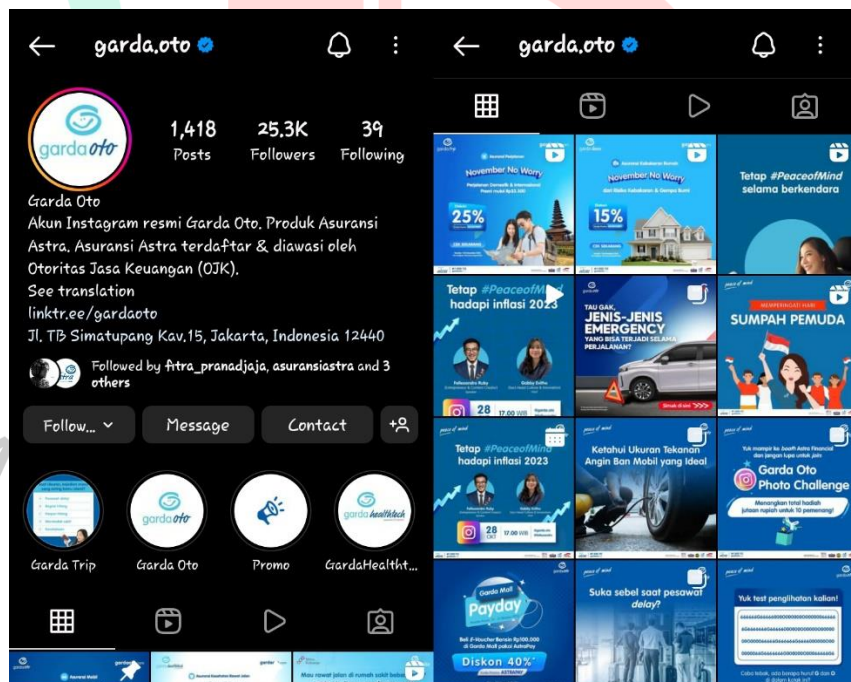
3.2.5. Perancangan Konten Media Sosial Akun *Instagram* Asuransi Astra

Asuransi Astra seringkali melakukan *sharing* tips terkait kendaraan, finansial, hingga kesehatan di media sosial *Instagram* melalui 3 akun resminya, yaitu @asuransiastra (Asuransi Astra), @garda.oto (Garda Oto), dan @lifeatasuransiastra (*Life at* Asuransi Astra). Ketiga akun ini aktif meng-*update* kegiatan-kegiatan yang akan, sedang, dan sudah berlangsung di perusahaan. Seperti misalnya, lomba yang akan diadakan, kegiatan sosialisasi yang sedang berlangsung di berbagai daerah, hingga penghargaan-penghargaan yang sudah diterima oleh perusahaan dengan perwakilan oleh *board of directors*.

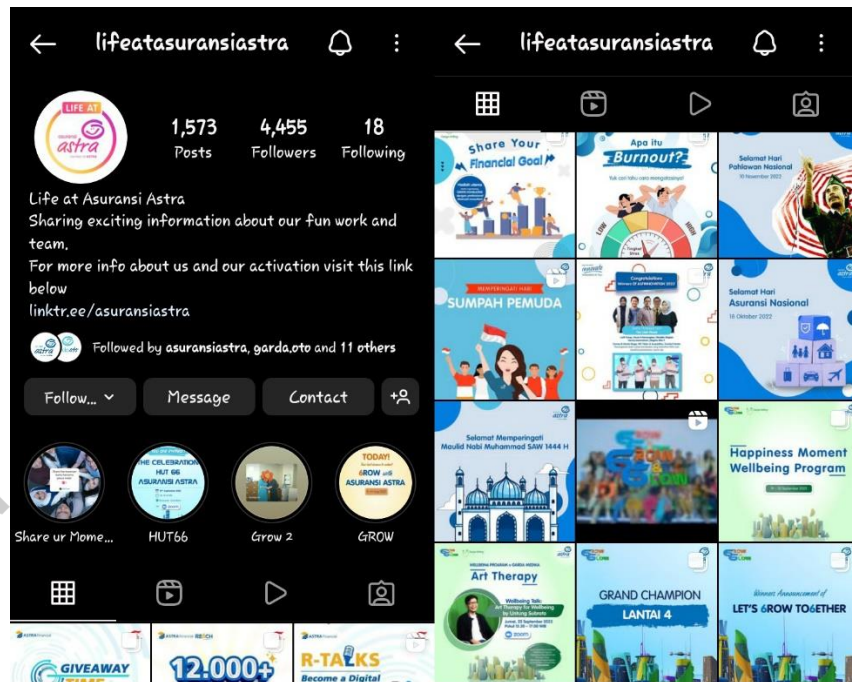
Tiga akun Asuransi Astra memiliki *ambience* desain yang berbeda-beda. Akun utama, Asuransi Astra, memiliki nuansa desain yang lebih dominan dengan biru muda khas perusahaan atau yang dikenal dengan *joyous blue*, akun Garda Oto lebih dominan dengan biru tua khas Asuransi Astra atau *sustainable blue*, dan akun *Life at* Asuransi Astra lebih fleksibel dalam hal penggunaan warna dan gaya desain. Secara konten, tiga akun tersebut juga menyajikan konten yang berbeda-beda. Akun Asuransi Astra lebih sering berbagi informasi mengenai penghargaan yang diterima perusahaan, perayaan atau acara resmi perusahaan, dan tips-tips dalam kehidupan sehari-hari bagi para karyawan dan pelanggannya (disebut dengan *peace mate*). Adapula akun Garda Oto lebih sering membagikan informasi promo dari produk-produk asuransi yang ditawarkan oleh Asuransi Astra. Kemudian, akun *Life at* Asuransi Astra lebih aktif dalam berbagi kegiatan keseharian para karyawan di dalam perusahaan.



Gambar 27 Akun Instagram Asuransi Astra @asuransiastra



Gambar 28 Akun Instagram Garda Oto @garda.oto



Gambar 29 Akun Instagram Life at Asuransi Astra @lifeatasuransiastra

Praktikan terlibat aktif dalam perancangan unggahan pada ketiga akun tersebut. Biasanya, perancangan *posting-an* akun *Instagram* dilakukan per bulan dan dilakukan di akhir bulan sebelum bulan jadwal pengunggahan berikutnya. Misalnya, seluruh unggahan untuk bulan September akan dibuat sekaligus di akhir bulan Agustus. *User* yang biasanya dari bagian *digital marketing* akan menyajikan materi atau konten media sosial. Setelah itu, *user* akan mengajukan *jobbag* desain kepada *design manager* yang kemudian akan diambil alih oleh *designer* dan *intern*. Setelah mendapatkan konten, Praktikan akan memproses desain sesuai dengan tema masing-masing akun *Instagram*.



Gambar 30 Unggahan Akun Asuransi Astra @asuransiastra



Gambar 31 Unggahan Akun Garda Oto @garda.oto



Gambar 32 Unggahan Akun Life at Asuransi Astra @lifeatasuransiastra

Selain merancang *posting-an Instagram* dengan nuansa masing-masing akun, Praktikan juga merancang *posting-an* dengan nuansa perayaan besar yang diadakan oleh Asuransi Astra. Misalnya, pada bulan September, bulan ulang tahun PT

Asuransi Astra Buana, hampir setiap unggahan dirancang dengan nuansa serempak khas ulang tahun ke-66 perusahaan.



Gambar 33 Unggahan Instagram Photo Contest Bulan September



Gambar 34 Unggahan Instagram Kolase dalam Rangka Harpelnas 2022

3.2.6. Perancangan Desain Pengumuman Pemenang

Asuransi Astra sering mengadakan *games*, kuis, hingga *challenges* yang biasanya diikuti oleh karyawan-karyawan Asuransi Astra di seluruh Indonesia. Untuk mengumumkan para pemenang, akan dibuat unggahan media sosial maupun *e-blast* yang akan disebarakan melalui *e-mail* perusahaan kepada seluruh karyawan Asuransi Astra.



Gambar 35 Pengumuman Pemenang Insurance Administrator Games



Gambar 36 Pengumuman Pemenang #DaretoShare Challenge



Gambar 37 Pengumuman Pemenang Ucapan HUT ke-66 Asuransi Astra

Pada saat membuat desain pengumuman pemenang, Praktikan akan mendapat *briefing* untuk membuat desain yang lebih mewah atau *fun* dibandingkan dengan gaya desain visual yang digunakan di Asuransi Astra secara umum. Dalam proses pembuatan desain pengumuman pemenang di atas, Praktikan

mendapatkan referensi secara langsung oleh *senior designer* terkait desain pengumuman pemenang yang pernah dibuat sebelumnya. Setelah itu, Praktikan mengembangkan desain yang bernuansa sesuai dengan referensi tersebut dengan sentuhan elemen desain yang mirip tapi berbeda. Misalnya, referensi berupa penggunaan konfeti warna-warni, Praktikan dapat menggunakan elemen konfeti dengan warna emas saja.

3.2.7. Perancangan Kalender Perusahaan Tahun 2023

Perancangan kalender perusahaan Asuransi Astra dilakukan secara rutin pada bulan September–November setiap tahunnya karena akan dibagikan kepada seluruh karyawan pada bulan Desember. Praktikan mendapatkan kesempatan untuk turut melibatkan diri dalam proses perancangan desain kalender tahunan perusahaan untuk tahun 2023.

Pada tahapan perancangan desain kalender, Praktikan mendapatkan tugas untuk menentukan referensi *ambience* atau nuansa desain kalender. Pertama, Praktikan mendapat arahan dari senior dan pihak *marketing communication* mengenai *ambience* yang akan ditonjolkan setiap bulannya menurut perayaan atau hari besar dalam masing-masing bulan. Kemudian, Praktikan mengumpulkan ilustrasi-ilustrasi yang berhubungan dengan perayaan atau hari penting setiap bulannya dan di-*layout*. Praktikan juga bertugas untuk menyusun semua penanggalan setiap bulan pada kalender 2023 tersebut.

Hasil *ambience* yang telah dirancang oleh Praktikan kemudian dirapatkan dengan *manager* divisi *marketing communication*. Setelah mencapai kesepakatan dan persetujuan, desain tersebut dirapatkan dengan direktur divisi *Marketing – Retail Business & Digital* Asuransi Astra, Wisnu Kusumawardhana, untuk meninjau ulang *ambience* desain yang akan dipublikasikan pada kalender 2023. Desain ini memerlukan persetujuan direktur divisi secara langsung karena kalender perusahaan akan digunakan sepanjang tahun 2023 sehingga dibutuhkan perhatian yang lebih khusus dari direktur.

Setelah melakukan beragam revisi *ambience* dan perubahan perayaan yang ditonjolkan di bulan tertentu, desain disetujui oleh direktur langsung. Kemudian, pihak *marketing commercial* akan menghubungi vendor untuk mengilustrasikan ulang *ambience* yang sudah disusun oleh Praktikan dan dicetak untuk dibagikan kepada karyawan perusahaan.



Gambar 38 Desain *Ambience* Kalender 2023 Asuransi Astra

3.2.8. Perancangan Gaya atau *Ambience* Desain Baru Korporat

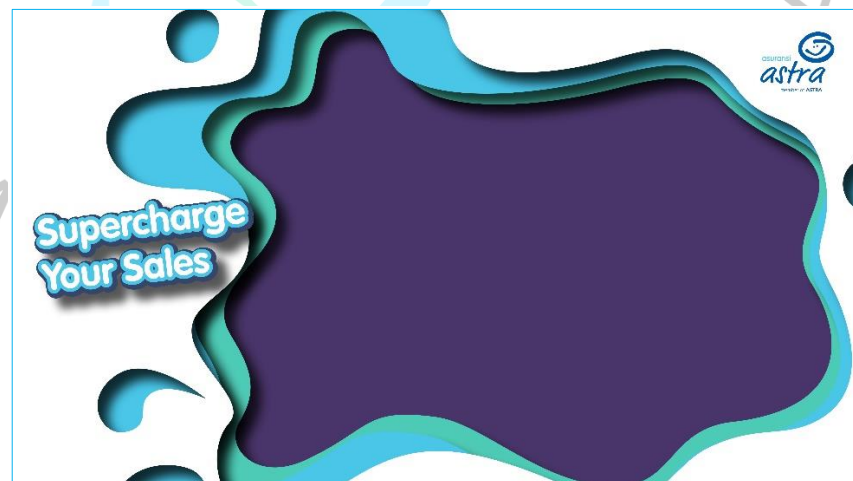
Menjelang waktu memasuki tahun 2023, direktur divisi *Marketing – Retail Business and Digital*, Wisnu Kusumawardhana mengarahkan setiap divisi di bawahnya untuk mampu meningkatkan penjualan yang pesat di tahun 2023. Salah satu hal yang ingin dikembangkan dan ditonjolkan oleh direktur adalah konten visual perusahaan yang turut menjadi salah satu pengaruh penting dalam meningkatkan angka penjualan perusahaan.

Direktur mengadakan rapat yang lebih rutin dengan tim desainer untuk mencapai visual baru yang lebih menarik. Beberapa referensi desain yang diajukan oleh direktur langsung adalah gaya desain yang memiliki kedalaman ruang dan gaya

desain bergaya *fun, young, and futuristic* mengikuti tren saat ini. Direktur juga menyarankan untuk tidak selalu menggunakan warna biru pada setiap elemen desain korporat. Rapat tersebut hanya dilakukan antara direktur dan karyawan tetap desainer, yaitu *manager, senior, dan associate designer*. Hasil rapat kemudian diarahkan juga untuk Praktikan sehingga Praktikan juga turut merancang *ambience* desain baru yang menjadi deretan opsi pilihan sebagai gaya desain baru korporat.



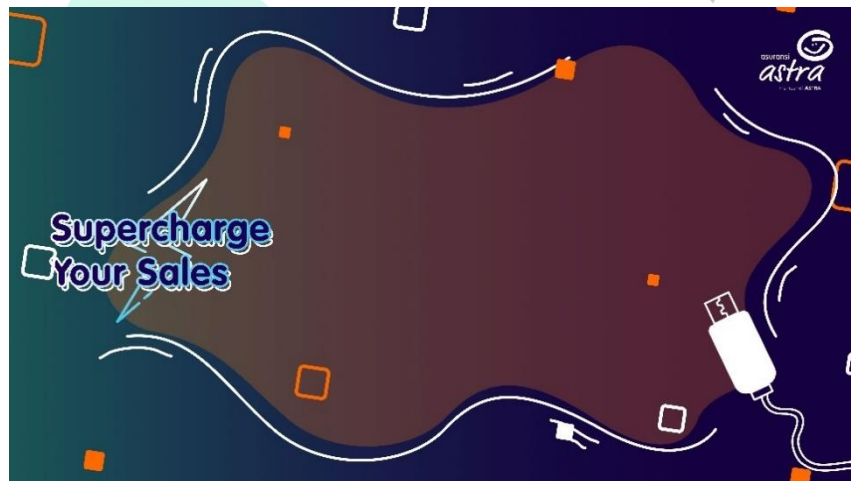
Gambar 39 Desain Poster FKS dengan Kedalaman Ruang



Gambar 40 Desain Virtual Background FKS dengan Kedalaman Ruang



Gambar 41 Desain Poster FKS dengan Tema *Young and Futuristic*



Gambar 42 Desain *Virtual Background* FKS dengan Tema *Young and Futuristic*



Gambar 43 Desain Unggahan *Instagram* dengan Sentuhan Warna Kuning

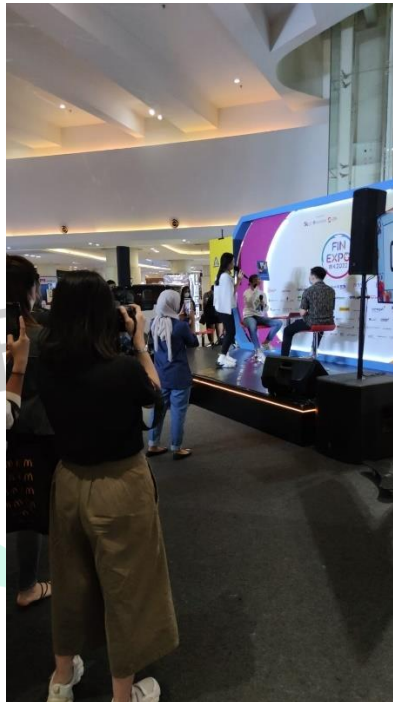
3.2.9. Dokumentasi Kegiatan dan Acara

Selama menjalani Kerja Profesi, Praktikan seringkali mendapat kesempatan untuk terlibat dalam kegiatan dokumentasi di beberapa kegiatan atau acara internal perusahaan. Salah satu kegiatan internal perusahaan adalah mengunjungi pelanggan-pelanggan perusahaan dan memberikan apresiasi berupa plakat dan bingkisan di Hari Pelanggan Nasional. Penyerahan apresiasi dilakukan oleh *board of directors*. Dalam rangka mengabadikan momen-momen apresiasi tersebut, Praktikan turut serta menjadi fotografer kegiatan.



Gambar 44 Dokumentasi Apresiasi Pelanggan di Harpelnas 2022

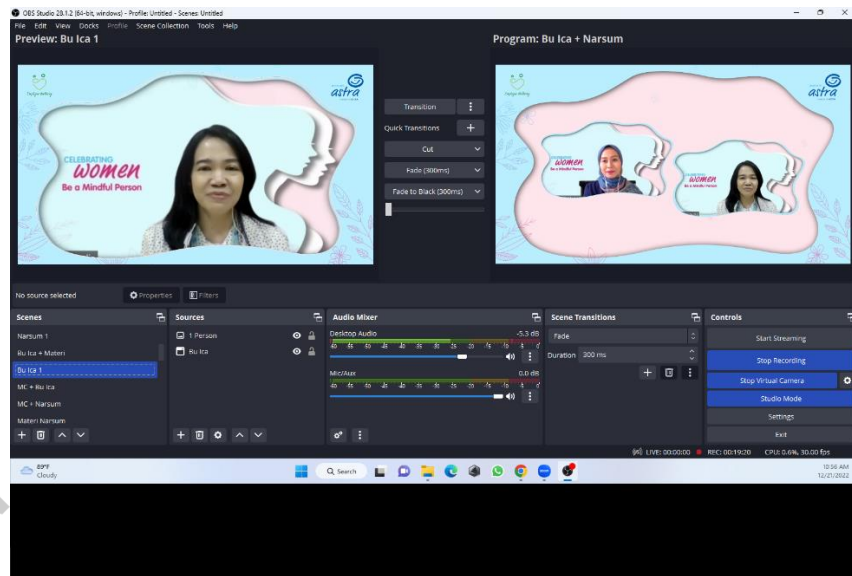
Adapun kegiatan FIN EXPO 2022, sebuah pameran jasa keuangan dan finansial yang diselenggarakan di Central Park, Asuransi Astra turut menjadi salah satu perusahaan yang berpartisipasi dalam *expo* tersebut. Untuk mengabadikan kegiatan-kegiatan dan acara selama *expo* berlangsung, Praktikan juga dipercayakan untuk menjadi salah satu fotografer mewakili Asuransi Astra.



Gambar 45 Dokumentasi Event Asuransi Astra pada FIN EXPO 2022

3.2.10. Menjadi Tim *Broadcasting* di Studio *Broadcasting* Perusahaan

Pelaksanaan acara-acara seminar atau *webinar* internal perusahaan Asuransi Astra biasanya dilakukan secara langsung (*live streaming*) dari studio *broadcasting* lantai 9 kantor pusat Asuransi Astra. Pada beberapa kesempatan, Praktikan juga turut membantu aktivitas siaran langsung di studio. Praktikan biasanya akan melakukan *setup* kamera, *lighting*, *mixing* audio, dan *switchers* hingga membuat *masking* untuk digunakan pada acara *webinar*. Persiapan tersebut biasanya dilakukan 1 jam lebih awal dari acara yang sudah terjadwal. Kemudian, saat acara sedang berlangsung, Praktikan akan membantu mengoperasikan OBS Studio (*Open Broadcaster Software*) dan memantau tampilan layar *broadcast* dan audio yang kemudian dikoordinasikan dengan *associate designer* dan *event organizer* yang biasanya berasal dari divisi lain perusahaan Asuransi Astra. Berikut adalah gambar layar pengaplikasian OBS Studio pada acara *webinar*.



Gambar 46 Layar Pengaplikasian OBS Studio pada Webinar “Be a Mindful Person” Asuransi Astra



Gambar 47 Praktikan saat *Broadcasting Acara Webinar “Integra Day”*

3.3 Kendala Yang Dihadapi

Saat praktik Kerja Profesi, Praktikan seringkali merasa kesulitan dalam hal mengembangkan desain yang kreatif dengan *font* dan warna korporat yang harus selalu digunakan di setiap desain dan di dalam setiap elemen desain yang digunakan. Mengingat perusahaan sudah memiliki standar desain tersendiri, tidak jarang Praktikan mengalami keterbatasan ide untuk mengantarkan desain yang menarik. Dua kemungkinan yang selalu dialami Praktikan adalah terikat penuh dengan gaya desain perusahaan tetapi terlalu kaku atau berada jauh dari standar desain karena

mencoba untuk membuat desain yang lebih dinamis. Dengan kata lain, Praktikan mengalami kesulitan dalam hal merancang desain yang unik tanpa meninggalkan standar dan kekhasan perusahaan.

3.4 Cara Mengatasi Kendala

Praktikan sangat berterima kasih kepada para rekan kerja, yaitu *Design Manager*, *Senior Designer*, dan *Associate Designer*, karena Praktikan selalu dipandu dalam setiap kerja. Karena rekan desainer tidak pernah ragu dalam memberikan masukan yang membangun, Praktikan selalu meminta *feedback* dari sesama rekan desainer terkait desain yang dibuat oleh Praktikan. Selain itu, Praktikan juga meminta rekan-rekan desainer untuk menunjukkan hasil desain yang pernah dibuat sebelumnya sebagai referensi dan bahan pembelajaran cara mengembangkan desain yang berbeda dengan selalu mengikuti standar perusahaan. Di samping itu, Praktikan juga dibantu dengan adanya GSM korporasi. Perlahan-lahan, kesulitan yang dialami Praktikan mulai berkurang dan Praktikan mulai dapat memadukan ide Praktikan dengan standar desain perusahaan. Kemampuan Praktikan dalam menghadirkan desain yang lebih *fresh* dan unik tanpa meninggalkan standar desain korporat semakin terpoles.

3.5 Pembelajaran yang Diperoleh dari Kerja Profesi

Mengingat bahwa Praktikan melakukan praktik Kerja Profesi di lingkungan yang mengharuskan Praktikan berinteraksi dengan banyak orang, Praktikan mendapat kesempatan untuk mengenal banyak karakter orang, membangun koneksi, dan menerima banyak sekali *insight* dan bekal yang membuka pikiran Praktikan mengenai dunia kerja sebenarnya. Praktikan belajar bahwa dunia kerja sangat berbeda dari kehidupan di sekolah dan kampus, menerima, menyelesaikan, mengumpulkan tugas, dan menerima nilai. Praktikan telah belajar bahwa di dunia kerja, khususnya ketika bekerja untuk korporat, semua keputusan dan desain yang dibuat tidak boleh didasarkan sepenuhnya kepada keinginan dan selera diri sendiri. Praktikan memahami bahwa kerja sama dalam tim serta komunikasi yang terjaga akan menjadi salah satu kunci utama kesuksesan hasil kerja.

Selama ini, Praktikan dituntut untuk selalu menjaga koneksi dan pemahaman antara Praktikan dan *user* dengan tujuan Praktikan dapat

memahami kebutuhan dan harapan *user*. Selain itu, Praktikan juga belajar untuk lebih menghargai waktu. Beberapa pekerjaan menuntut ketangkasan dan kecepatan Praktikan, seperti misalnya pekerjaan dengan *deadline* tertanggal 2 hari mendatang, bisa jadi tiba-tiba harus digunakan di hari itu juga karena adanya *brief* yang keliru dari *user*. Praktikan belajar untuk memberikan hasil terbaik dan tetap memenuhi tanggung jawab sepenuhnya secara profesional meskipun terkadang terdapat kendala komunikasi dari *user*. Dengan kata lain, Praktikan telah dan sedang belajar untuk mengadaptasikan dan mempersiapkan diri dalam menghadapi segala situasi secara profesional mengingat situasi kerja tidak akan selalu sama di setiap waktu dan tempat.

Apabila dua paragraf di atas membahas nilai dan etos kerja yang didapatkan Praktikan, paragraf ini akan menjelaskan *skill* dan pengetahuan yang diperoleh terkait bidang kerja, yaitu desain. Selama Kerja Profesi berlangsung, Praktikan dipercayakan untuk mengerjakan banyak hal. Berbeda dengan tugas kuliah yang biasanya merancang satu jenis desain dalam satu waktu, ketika Kerja Profesi berlangsung, seringkali Praktikan dituntut untuk mengerjakan banyak desain dalam satu waktu. Pekerjaan ini menuntut Praktikan untuk berada di depan layar *laptop* sepenuh hari sehingga Praktikan telah banyak mengembangkan ketangkasan menyusun desain. Kenyataan bahwa Praktikan juga sering dipaparkan dengan berbagai jenis ukuran desain dan referensi yang beragam, Praktikan mampu merancang *layout* desain yang lebih baik dan beragam dalam waktu yang lebih singkat.

Memacu kepada poin pembahasan 3.3 dan 3.4, melalui Kerja Profesi di sebuah perusahaan yang sudah memiliki standar visual, Praktikan telah banyak belajar mengembangkan sajian desain yang unik dan menarik sekalipun dibatasi dengan adanya aturan visual perusahaan. Selain itu, sebelum Kerja Profesi, Praktikan juga jarang menggunakan produk *software Adobe* karena tidak selalu ada kegiatan yang mengharuskan Praktikan menggunakan *Adobe Softwares*. Akan tetapi, setelah mulai mengikuti kegiatan Kerja Profesi, hampir semua hal yang dibuat dituntut menggunakan perangkat lunak *Adobe* sehingga Praktikan telah banyak

mendapatkan pembelajaran dan ilmu baru terkait aplikasi *Adobe*, khususnya *Adobe Illustrator* dan *Adobe Photoshop*.

Adanya kesempatan untuk terlibat dalam kegiatan dokumentasi membantu Praktikan mempelajari dan membiasakan diri dalam menggunakan kamera dan memahami teknik foto yang baik sesuai dengan kondisi lapangan. Selain itu, Praktikan sering dilatih untuk turut beroperasi dalam kegiatan *broadcasting*. Ilmu tersebut menjadi salah satu ilmu favorit Praktikan karena Praktikan tidak hanya belajar berkomunikasi kepada orang banyak melalui desain, tetapi juga belajar tata cara penyampaian informasi yang baik dan memuaskan melalui siaran video. Hal ini dapat dilihat dari Praktikan yang belajar menyajikan kualitas visual video melalui *setup* dan *lighting* yang nyaman serta audio yang baik bagi penonton.