

BAB III

PELAKSANAAN KERJA PROFESI

3.1 Bidang Kerja

Berstatus kerja profesi menuntut berkerja sesuai dengan program studi yang diambil. Ini menjadikan praktikan berada dibawah departemen marketing dan kreatif. Terutama bagian dari divisi kreatif yang bertugas mengurus semua aspek kreatif perusah. Mencakup aspek eksternal seperti menawarkan konsep kreatif yang dapat digunakan dan mengeksekusi konsep kreatif yang telah disetujui oleh klien. Selain itu, aspek internal seperti mengisi konten sosial media tak jarang juga menjadi tugas sebagai informasi terkini dari perusahaan bagi para klien.

3.2 Pelaksanaan Kerja

Seperti pada umumnya, hal yang pernatama dilakukan adalah pembimbing mengajak berkeliling kantor untuk melihat suasana kantor dan berkenalan dengan para karyawan yang ada. Mulai dari tiap departemen hingga jabatan tiap karyawan. Dilanjutkan dengan mehampiri meja yang akan digunakan selama kerja profesi. Setelah itu, pebimbing menjelaskan apa saja yang menjadi tanggung jawab pekerjaan selama berada di Otego Media.

Rutinitas yang dilakukan praktikan selama di Otego Media yaitu datang kekantor sebelum jam 9. Proses kerja dimulai dengan *briefing* Bersama pembimbing sembari membuka email divisi. Hal ini untuk melihat apakah ada brief klien yang dikirim divisi *sales* dan menentukan klien mana yang menjadi prioritas berdasarkan tenggat waktu yang diberikan. Lalu, dilanjutkan dengan berdiskusi bersama pembimbing mengenai konsep yang akan dieksekusi sesuai dengan brief yang diberikan klien. Ini meliputi metode, ukuran, dan anggaran. Tak lupa pula, melihat kerealistisan konsep dengan kondisi lokasi yang ada. Apakah akan bekerja maksimal secara

fungsi juga apakah memungkinkan secara perizinan dari pihak MRT Jakarta.

Setelah dirasa memenuhi indikator tersebut, konsep di setuju dan mulai mengeksekusi sesuai tengat waktu yang diberikan. belum selesai disini, setelah selesai tahap pengerjaan dilanjutkan dengan tahap approval dan revisi oleh kepala departemen dan divisi. Ini diperlukan sebelum melakukan *approval* dan revisi oleh klien. Tujuannya agar hasil yang dikerjakan tidak keluar dari konsep maupun *brief* yang telah ada. Tahap ini juga dapat memperkecil kemungkinan revisi klien karena telah dilakukan pengecekan sebelumnya. Ketika semua tahap tersebut terlewati barulah mengunggahanya kedalam Google Drive untuk selanjutnya dikirimkan kepada klien melewati *email*. Lalu, diakhiri dengan menunggu respon klien apakah revisi atau tidak. Jika klien merasa ada yang harus di ubah maka revisi terjadi, namun jika dirasa klien sudah cocok maka proses berakhir dan dilanjutkan oleh divisi lain yang bersangkutan untuk merealisasikan.

3.2.1 Perancangan Mockup

Sebagai Perusahaan Advertising, Otego Media menawarkan jasa di beberapa media. Diantaranya yaitu visual statis dan digital visual. Branding Ini bisa terpasang di lightbox, dinding, tangga, peron, lift, LCD, dan gerbong. Untuk digital visual sendiri dapat menggunakan format video yang akan tersebar di tiap stasiun MRT. Namun, sebelum itu dibutuhkan sebuah mockup untuk setiap titik pemasangan iklan. Mockup menjadi alat presentasi untuk memeberikan gamabaran yang ingin dihasilkan. (Pangemanan, 2022)



Gambar 3. 1 Mockup Pilar Stasiun



Gambar 3. 2 Mockup LCD Underground



Gambar 3. 3 Mockup Wall Sticker

Perancangan mockup menjadi pekerjaan yang dilakukan dengan menjadikan titik pemasangan iklan sebagai objek utama. Hal ini dimaksudkan untuk memperjelas dimana saja titik iklan yang ada dan memudahkan Perusahaan Ketika ada klien yang masuk agar tidak membuat mockup dari awal. Dalam pembuatan mockup, praktikan menggunakan aplikasi photoshop. Ini karena photoshop merupakan aplikasi berbasis bitmap yang cocok untuk mengedit foto, mengubah komposisi, dan mengganti background. (Lianovanda, 2022) dengan menarik tiap sudut sisi membuat artwork berubah secara perspektif. Selain itu untuk hasil yang lebih rapih dan presisi bisa juga menggunakan perspective warp. Tidak lupa dalam pengerjaan menggunakan prinsip desain yang ada. Seperti kontras yang menjadikan elemen-elemen desain berbeda satu sama lain, dalam konteks ini ialah penggunaan warna terang dan gelap. Objek utama berwarna terang sedangkan background berwarna gelap. (Maxipro Indonesia, 2022) Sedangkan bagi titik iklan yang telah memiliki mockup sebelumnya tidak perlu membuat dari awal. Karena

mockup dapat digunakan untuk iklan yang berbeda dengan format yang sama. Pengerjaan dapat langsung ke tahap memasukan iklan yang ada ke dalam mockup yang tersedia. Langkah ini dapat di kerjakan menggunakan smart object pada photoshop.



Gambar 3. 4 Penerapan Mockup Floor Sticker

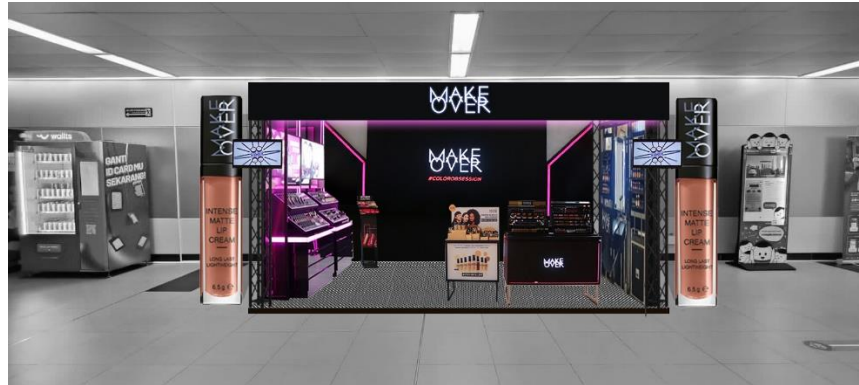


Gambar 3. 5 Penerapan Mockup Dalam Gerbong

3.2.3 Perancangan Booth untuk brand Make Over

Selain menyediakan iklan pada umumnya di titik yang sudah pasti, Otego Media juga menyediakan iklan dengan strategi marketing yang berbeda. Seperti brand activation, ini adalah sebuah event atau kampanye untuk membangun hubungan brand dengan audiens yang bertujuan meningkatkan brand awareness hingga brand loyalty. (Startup Studio

Indonesia, 2021) dalam hal ini Otego Media menawarkan sebuah konsep berupa booth yang berada di dalam stasiun. Isi dari booth merupakan produk-produk dari Make Over itu sendiri. Audiens bisa melihat, membeli, dan juga mencoba berbagai produk yang tersedia di dalam.



Gambar 3. 6 Mockup Booth

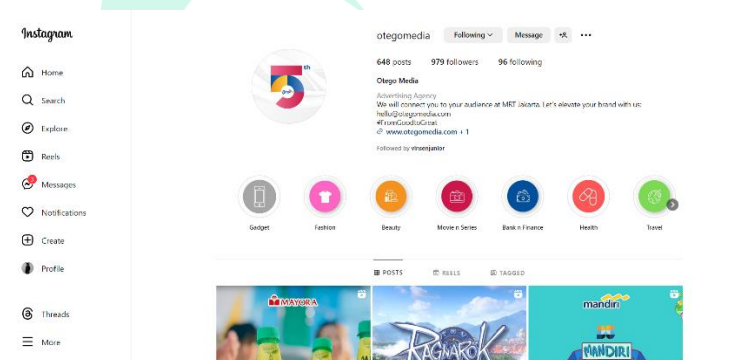
Internet menjadi alat bantu utama dalam pengerjaan ini. Internet membantu dalam mencari referensi dan mengumpulkan aset yang berkaitan. Referensi internet dibutuhkan untuk mengetahui bagaimana gambaran dari booth yang pernah Make Over buat sebelumnya. Hasilnya bahwa booth Makeover memiliki ciri khas yaitu berkonsep industrial dengan penggunaan warna hitam dan merah muda. Industrial sendiri identik dengan tampilan yang terkesan setengah jadi, apa adanya, dan menampilkan komponen industri. (Sofia, 2022) Seperti pada rangka-booth ini yang sengaja ditampilkan dan penggunaan besi plat bordes pada lantai juga beberapa sisi booth. Sedangkan penggunaan warna hitam yang menjadi warna dasar dan warna merah muda menjadi aksen juga lampu sesuai dengan warna dari produk Make Over itu sendiri.

3.2.3 Perancangan Konten Instagram Showreel Otego Media

Walaupun Otego Media sebuah perusahaan periklanan, praktikan juga mengurus konten sosial media Perusahaan. Terutama Instagram yang menjadi salah satu sosial media populer. Karena Otego Media juga

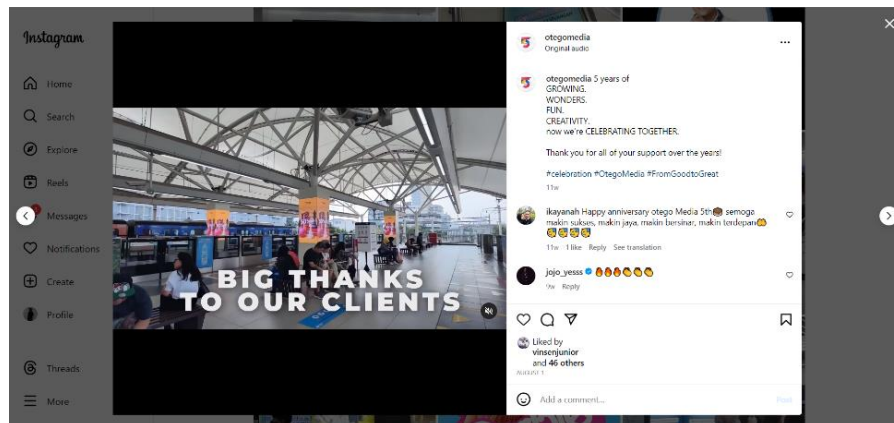
membutuhkan dokumentasi. Namun, praktikan mengerjakan ini Ketika tim sosial media kewalahan dan membutuhkan bantuan.

Secara umum, konten Instagram Otego Media berisikan video rekap dokumentasi klien. Video ini berupa footage b-roll dan sinematik produk klien yang sudah terpasang. Terkadang juga menampilkan aftermovie dari sebuah acara yang bekerjasama dengan Otego Media. Selain itu, konten ucapan selamat pada hari besar keagamaan, negara, dan kejuaraan internasional juga menjadi salah satu konten yang hadir di Instagram Otego Media.



Gambar 3. 7 Akun Instagram Otego Media

Dalam perancangan showreel ini, berkaitan dengan ulang tahun Otego Media. Yang berarti dalam video ini berisikan perjalanan Perusahaan selama ini dengan menampilkan iklan-iklan yang pernah terpasang, terutama satu tahun kebelakang. Dalam proses pengeditan menggunakan aplikasi premiere pro dengan menggunakan format landscape perbandingan 4:5 sesuai dengan ketentuan Instagram. Durasi video berkisar satu menit agar penonton tidak bosan dan menonton keseluruhan video. Menggunakan teknik editing cut to cut mengikuti ketukan backsound yang upbeat. Backsound upbeat digunakan untuk memberikan suasana ceria, menarik, dan menyenangkan sehingga visual lebih bernyawa. (Superpixel, 2022)



Gambar 3. 8 Konten Instagram Otego Media

3.3 Kendala Yang Dihadapi

Dalam pelaksanaan kerja profesi, kendala sering menghampiri praktikan. Pada minggu-minggu pertama praktikan terkenadala dengan budaya kerja yang Otego Media hadirkan. Kebanyakan dari karyawan mengerjakan beberapa klien secara bersamaan dengan tenggat waktu yang hampir berdekatan. ini dirasa menjadi kendala praktikan di awal masuk. Terlebih untuk menunjang keefektifan kerja dibutuhkan pula pengaksesan aset dan data-data desain. Karena beberapa klien terkadang tidak mengganti iklannya secara keseluruhan dan hanya bagian kecil.

Selain itu, tidak adanya timeline proyek yang jelas membuat setiap proyek terasa tiba-tiba dan tidak beraturan. Terutama untuk klien yang membutuhkan hasil secara cepat namun belum memiliki konsep. Ini mengharuskan praktikan dan tim bekerja lebih efektif. Tak ketinggalan revisi berkali-kali dari klien menjadi penghambat untuk beralih ke proyek berikutnya. Di satu sisi praktikan dan tim menginginkan adanya maksimal batas jumlah revisi. Namun di sisi lain divisi sales selaku pemberi brier yang berhubungan langsung dengan klien harus memfasilitasi klien agar klien tidak kecewa.

3.4 Cara Mengatasi Kendala

Sesuai dengan kendala-kendala yang ada, Langkah yang dilakukan praktikan dalam mengatasi kendala adalah membagi tanggung

jawab sesuai kemampuan. Jika sekiranya ada yang tidak mampu di selesaikan praktikan mengkonfirmasi kepada tim apakah ada yang mengambil alih atau di kerjakan Bersama-sama. Setelah dirasa bisa dilanjutkan dengan menjadwalkan pengerjaan tiap klien. Mulai dari tenggat waktu tercepat hingga terlama dan dipilih Kembali dari yang bisa dilakukan sendiri sampai yang harus bekerja tim.

Cara ini terbukti dapat membuat kerja lebih efektif. Karena semua tanggung jawab terjadwal dan teratur dengan baik. Sesuai dengan kesanggupan dan tetap pada koridor yang berlaku. Waktu untuk revisi juga menjadi semakin leluasa jika memang diperlukan. Meski pun pada akhirnya praktikan dan tim setuju untuk memberikan maksimal revisi sebanyak 2 kali.

3.5 Pembelajaran Yang Diperoleh dari Kerja Profesi

Banyak pelajaran yang diperoleh praktikan selama kerja profesi di Otego Media. Pembelajaran ini dapat menjadi bekal di dunia kerja nantinya. Salah satunya praktikan menjadi menerapkan pembelajaran yang selama ini diajarkan di kuliah secara langsung. Hal ini dapat melihat seberapa jauh kemampuan yang dimiliki selama ini. Tak lupa menjadi sarana kritik dan saran atas hasil kerja melalui revisi atau masukan dari rekan maupun klien. Pembelajaran mengenai industri periklanan juga menjadi pelajar yang sangat berguna bagi praktikan. Dari mulai situasi industri hingga seluk beluk yang dihadapi di industri periklanan.

Tak kalah penting dari itu, praktikan juga mendapatkan pembelajaran mengenai bagaimana cara bersikap dalam lingkungan pekerjaan, bagaimana mengemukakan ide dan pendapat, juga bagaimana berbicara didepan banyak orang. Terakhir praktikan juga mendapatkan pembelajaran mengenai MRT Jakarta sebagai mitra Kerjasama Otego Media.