



**PERANCANGAN KONTEN VIDEO REELS INSTAGRAM  
SEBAGAI MEDIA PROMOSI PT INDOMOBIL PRIMA NIAGA**

**LAPORAN KERJA PRAKTIK**



**Oleh:**  
**KIRANA GUSTI SRI MAHARANI**  
**21420100004**

---

**FAKULTAS DESAIN DAN INDUSTRI KREATIF**  
**UNIVERSITAS DINAMIKA**  
**2024**

**PERANCANGAN KONTEN VIDEO REELS INSTAGRAM  
SEBAGAI MEDIA PROMOSI PT INDOMOBIL PRIMA  
NIAGA**

**LAPORAN KERJA PRAKTIK**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan  
Mata Kuliah Kerja Praktik



UNIVERSITAS  
**Dinamika**

Oleh:

**Nama : KIRANA GUSTI SRI MAHARANI**  
**NIM : 21420100004**  
**Program : S1 (Strata Satu)**  
**Jurusan : Desain Komunikasi Visual**

**FAKULTAS DESAIN DAN INDUSTRI KREATIF  
UNIVERSITAS DINAMIKA  
2024**

**LEMBAR MOTTO**



UNIVERSITAS  
*“Hal indah butuh waktu untuk datang”*  
Dinamika

## LEMBAR PERSEMBAHAN



*Laporan kerja praktik ini saya persembahkan untuk orang tua, sepupu, teman dan keluarga yang sudah mendukung dan memberi saya semangat semasa waktu*

*magang. Terima Kasih*

LEMBAR PENGESAHAN

PERANCANGAN KONTEN VIDEO REELS INSTAGRAM SEBAGAI  
MEDIA PROMOSI PT INDOMOBIL PRIMA NIAGA

Laporan Kerja Praktik Oleh :

**Kirana Gusti Sri Maharani**

NIM. 21420100004

Telah diperiksa, diuji, dan disetujui

UNIVERSITAS  
Surabaya, 10 Juli 2024

Dosen Pembimbing,

Penyelia,



**Evi Farsiah Utami, S.Ds., MA.**

NIDN. 0717029106

**M. Mufti Lazuardi**

NIP : 216035

Mengetahui,

Ketua Program Studi  
S1 Desain Komunikasi Visual



UNIVERSITAS  
**Dinamika**

**Dhika Yuan Yurisma, M.Ds.**

NIDN. 0720028701

## PERNYATAAN

### PERSETUJUAN PUBLIKASI DAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Sebagai mahasiswa Universitas Dinamika, Saya :

Nama : Kirana Gusti Sri Maharani  
NIM : 21420100004  
Program Studi : S1 Desain Komunikasi Visual  
Fakultas : Fakultas Desain dan Industri Kreatif  
Jenis Karya : Laporan Kerja Praktik  
Judul Karya : Perancangan Konten Video Reels Instagram Sebagai Media Promosi PT Indomobil Prima Niaga

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

1. Demi pengembangan Ilmu Pengetahuan, Teknologi dan Seni, Saya menyetujui memberikan kepada Universitas Dinamika Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*NonExclusive Royalty Free Right*) atas seluruh isi sebagian karya ilmiah Saya tersebut diatas untuk disimpan, dialihmediakan, dan dikelola dalam bentuk oangkalan data (*database*) untuk selanjutnya didistribusikan atau dipublikasikan demi kepentingan akademis dengan tetap mencantumkan nama Saya sebagai penulis atau pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.
2. Karya tersebut diatas adalah hasil karya asli Saya, bukan plagiat baik sebagian maupun keseluruhan. Kutipan, karya, atau pendapat orang lain yang ada dalam karya ilmiah ini semata-mata hanya sebagai rujukan yang dicantumkan dalam Daftar Pustaka Saya.
3. Apabila dikemudian hari ditemukan dan terbukti terdapat tindakan plagiasi pada karya ilmiah ini, maka Saya bersedia untuk menerima pencabutan terhadap gelar kesarjaan yang telah diberikan kepada Saya.

Demikian surat pernyataan ini Saya buat dengan sebenar-benarnya.

Surabaya, 9 Juli 2024



Kirana Gusti Sri Maharani

NIM. 21420100004

## ABSTRAK

Seiring berkembangnya zaman, teknologi juga turut mengalami perubahan. Perubahan teknologi juga berpengaruh pada penyampaian informasi. Informasi perlu disampaikan dengan singkat, padat, jelas, dan kreatif. Hal ini dilakukan agar masyarakat tertarik dan dapat memahami pesan yang disampaikan. Penyampaian informasi yang baik diterapkan pada banyak perusahaan, salah satunya adalah PT Indomobil Prima Niaga. Perusahaan ini menggunakan Instagram sebagai media sosial utama untuk melakukan promosi brand mereka, dengan fokus pada konten video Reels yang menarik dan informatif.

Pengenalan melalui media sosial membutuhkan peran content creative dalam menjalankannya. Content creative perlu merancang konten apa yang dapat digunakan untuk promosi dan menyiapkan kebutuhan aset visual untuk mendukung media promosi perusahaan tersebut. Selama menjalankan kerja praktik sebagai content creative di PT Indomobil Prima Niaga, penulis bertanggung jawab menghasilkan konten berupa video Reels, feed Instagram, dan berbagai materi promosi visual lainnya. Tujuan utama dari aktivitas ini adalah untuk meningkatkan brand awareness dan engagement dengan audiens. Penulis juga terlibat dalam analisis tren media sosial untuk memastikan setiap konten yang diproduksi relevan dan menarik bagi target pasar.

**Kata kunci:** media sosial, promosi, konten kreatif, Instagram *Reels*, *Brand Awareness*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga Laporan Kerja Praktik yang berjudul **“PERANCANGAN KONTEN VIDEO REELS INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI PT INDOMOBIL PRIMA NIAGA”** dapat terselesaikan dengan baik.

Selesainya laporan kerja praktik ini dikarenakan adanya bantuan dan dukungan dari beberapa pihak. Oleh karena itu, penulis ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. **Bapak Prof. Dr. Budi Jatmiko, M.Pd.** selaku Rektor Universitas Dinamika;
2. **Dhika Yuan Yurisma, M.Ds., ACA** selaku Ketua Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual;
3. **Evi Farsiah Utami, S.Ds., MA.** selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan arahan dan dukungan dalam penyusunan Laporan Kerja Praktik dari awal hingga selesai;
4. **Bapak M. Mufti Lazuardi** selaku Penyelia, seluruh Kolega Senior dan seluruh teman-teman Intern Interior Designer di CV. Beta Design Studio yang juga memberikan izin untuk melakukan kerja praktik dan masukan terhadap implementasi kerja praktik, serta memberikan ilmu dan motivasi;
5. Dan untuk semua kolega kreatif, saudara serta keluarga yang turut membantu dan mendukung penyelesaian penyusunan Laporan Kerja Praktik ini. Besar harapan penulis untuk Laporan Kerja Praktik ini dapat memberikan manfaat dan penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan penulisan ataupun kata-kata yang kurang berkenan.

Surabaya, 29 Juli 2024

**Kirana Gusti Sri Maharani**

## DAFTAR ISI

COVER.....	i
LEMBAR MOTTO .....	ii
LEMBAR PERSEMBAHAN.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iv
PERNYATAAN.....	v
ABSTRAK .....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	2
1.2 Rumusan Masalah.....	2
1.3 Batasan Masalah.....	2
1.4 Tujuan Kerja Praktik .....	2
1.5 Manfaat.....	3
1.5.1 Bagi Mahasiswa.....	3
1.5.2 Bagi Instansi/Perusahaan .....	3
1.5.3 Bagi Akademik .....	3
1.6 Pelaksanaan .....	4
1.7 Sistematika Penulisan .....	4
BAB II GAMBARAN UMUM INSTANSI.....	6
2.1 Sejarah Perusahaan .....	6
2.2 Profil Perusahaan.....	7
2.3 Visi dan Misi .....	8
2.4 Logo Perusahaan.....	8
2.5 Lokasi PT Indomobil Prima Niaga.....	9

2.6 Struktur Organisasi .....	10
2.7 Deskripsi Pekerjaan .....	10
BAB III LANDASAN TEORI .....	13
3.1 Media Sosial .....	13
3.2 Promosi.....	13
3.3 Instagram .....	14
3.4 Desain .....	15
3.5 Konten .....	16
3.6 Konten Marketing.....	16
3.7 <i>Layout</i> .....	16
3.8 Ilustrasi .....	17
3.9 Tipografi.....	17
3.10 Videografi .....	17
3.11 <i>Editing</i> Video .....	18
BAB IV DESKRIPSI PEKERJAAN.....	19
4.1 Penjelasan Pekerjaan .....	19
4.2 Posisi dalam Pekerjaan.....	19
4.3 <i>Briefing</i> .....	19
4.3.1 <i>Video Editing</i> Karyawan Baru untuk Acara GENBA ( Pengenalan Karyawan Baru satu Cabang luar Sidoarjo ) .....	20
4.3.2 Membuat Gantungan Kunci <i>Merchandise</i> Perusahaan.....	20
4.3.3 Membuat PPT Presentasi <i>Ghatering</i> Acara GENBA.....	21
4.3.4 Membuat Konten Instagram Reels, Video <i>Recap Ghatering</i> Acara GENBA.....	22
4.3.5 Membuat <i>Asset Video Recap</i> Dokumentasi Lapangan Kunjungan Industri SMK 1 Adiwerna Tegal.....	22
4.3.6 Riset, <i>Editing</i> , Video, <i>Asset</i> , <i>Cover Feeds</i> dan Reels Konten <i>Service</i> .....	23
4.3.7 Riset, <i>Editing</i> Video, <i>Asset</i> , <i>Cover Feeds</i> dan Reels Konten <i>Sales</i> .....	24

4.3.8	Membuat <i>Thumbnail</i> dan <i>Asset</i> Reels Video Dokumentasi Bukber Perusahaan .....	24
4.4	<i>Software</i> yang digunakan.....	25
4.5	Proses Perancangan Video <i>Editing</i> Karyawan Baru .....	25
4.5.1	Pembuatan <i>Asset</i> dan Pengambilan Foto .....	25
4.5.2	Pengeditan Video .....	26
4.5.3	Final .....	26
4.6	Desain Ganci Perusahaan .....	27
4.6.1	Desain Ganci dan Mockup .....	27
4.7	Membuat PPT Presentasi Perusahaan <i>Ghatering</i> Acara GENBA .....	27
4.7.1	Membahas Konsep Dengan Mentor dan HRD .....	27
4.7.2	Membuat Desain PPT .....	28
4.7.3	Final PPT dan Pengaplikasian .....	28
4.8	Membuat Konten Instagram Reels Video <i>Recap Ghatering</i> Acara GENBA .....	29
4.8.1	Pengambilan Video Recap.....	29
4.8.2	Pengeditan Video .....	29
4.8.3	Final dan Upload Reels .....	30
4.9	Dokumentasi Lapangan Kunjungan SMK Adiwerna 1 dan Membuat <i>Thumbnail</i> Reels .....	30
4.9.1	Pengambilan Dokumentasi Lapangan .....	30
4.9.2	Pengeditan <i>Thumbnail</i> Reels .....	31
4.9.3	Final dan Upload Reels.....	31
4.10	Membuat Konten <i>Service</i> .....	32
4.10.1	Membuat Konsep dan Narasi Video .....	31
4.10.2	Mencari dan Mengedit <i>Asset</i> Video, membuat <i>Thumbnail</i> Reels.....	34
4.10.3	Mengedit Video dan Membuat <i>Voice Over</i> .....	33
4.10.4	Final dan Upload Reels.....	33
4.11	Membuat Konten <i>Sales</i> .....	34
4.11.1	Membuat Konsep dan Narasi Video.....	34
4.11.2	Mencari dan Mengedit <i>Asset</i> Video, membuat <i>Thumbnail</i> Reels.....	34
4.11.3	Mengedit Video dan membuat <i>Voice Over</i> .....	35

4.11.4 Final dan Upload Reels.....	35
4.12 Membuat Konten <i>Thumbnail</i> Reels Bukber.....	36
4.12.1 Mencari Referensi .....	36
4.12.2 Mengedit <i>Thumbnail</i> .....	36
4.12.3 Final dan <i>Upload</i> Reels .....	36
BAB V PENUTUP .....	37
5.1 Kesimpulan.....	37
5.2 Saran .....	37
5.2.1 Saran Bagi Perusahaan.....	37
5.2.2 Bagi Mahasiswa .....	37
DAFTAR PUSTAKA.....	38
LAMPIRAN .....	39



UNIVERSITAS  
**Dinamika**

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kantor PT Indomobil Prima Niaga.....	7
Gambar 2.2 Logo Perusahaan PT Indomobil Prima Niaga .....	8
Gambar 2.3 Lokasi PT Indomobil Prima Niaga .....	9
Gambar 2.4 Struktur Organisasi PT Indomobil Prima Niaga.....	10
Gambar 4.1 Pembuatan Asset dan Pengambilan Foto.....	26
Gambar 4.2 Pengeditan Video.....	26
Gambar 4.3 Final Video .....	27
Gambar 4.4 Desain Ganci dan Mockup.....	27
Gambar 4.5 Rapat Mentor dan HR.....	28
Gambar 4.6 Desain PPT .....	28
Gambar 4.7 Final dan Pengaplikasian PPT .....	29
Gambar 4.8 Pengambilan Video <i>Recap</i> .....	29
Gambar 4.9 Pengeditan Video.....	30
Gambar 4.10 Pengambilan Dokumentasi Lapangan .....	31
Gambar 4.11 Pengeditan <i>Thumbnail Reels</i> .....	31
Gambar 4.12 Membuat Konsep dan Narasi Video.....	32
Gambar 4.13 Mencari dan mengedit <i>Asset</i> video, membuat <i>Thumbnail Reels</i> .....	33
Gambar 4.14 Mengedit Video dan membuat <i>Voice Over</i> .....	33
Gambar 4.15 Membuat Konsep Dan Narasi Video .....	34
Gambar 4.16 Mencari dan mengedit <i>Asset</i> video, membuat <i>Thumbnail Reels</i> .....	36
Gambar 4.17 Mengedit video dan membuat <i>Voice Over</i> .....	36
Gambar 4.18 Mencari referensi .....	36
Gambar 4.19 Mengedit <i>Thumbnail</i> .....	36

## DAFTAR TABEL

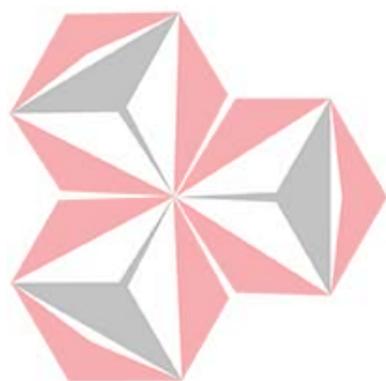
Tabel 4.1 <i>Briefing Video Editing</i> Karyawan Baru .....	20
Tabel 4.2 <i>Briefing Ganci Merchandise</i> .....	21
Tabel 4.3 <i>Briefing PPT Presentasi Perusahaan</i> .....	21
Tabel 4.4 <i>Briefing Konten Instagram Reels Video Recap</i> GENBA.....	22
Tabel 4.5 <i>Briefing Recap Dokumentasi Lapangan Kunjungan Industri</i> .....	23
Tabel 4.6 <i>Briefing Ritse, editing video, Asset, cover Feeds dan Reels</i> Konten Service .....	23
Tabel 4.7 <i>Briefing Riset, editing Video Dokumentasi Bukber Perusahaan</i> .....	24
Tabel 4.8 <i>Briefing Thumbnail dan Asset Reels video dokumentasi bukber</i> .....	25



UNIVERSITAS  
**Dinamika**

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Balasan Instansi .....	39
Lampiran 2. Form KP - 5 Acuan Kerja .....	40
Lampiran 3. Form KP - 6 Log Harian .....	43
Lampiran 4. Form KP - 7 Presensi Kerja Praktik.....	46
Lampiran 5. Kartu Bimbingan Kerja Praktik .....	48
Lampiran 6. Biografi .....	49



UNIVERSITAS  
**Dinamika**

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Penyebaran informasi merupakan aspek penting yang perlu diketahui oleh masyarakat dalam kehidupan sehari-hari. Seiring dengan perkembangan zaman, berbagai aspek kehidupan mengalami perubahan dan perkembangan, salah satunya adalah teknologi. Teknologi memainkan peran penting dalam penyebaran informasi. Kecanggihan teknologi pada masa kini mempermudah masyarakat dalam menyampaikan dan menerima informasi. Untuk menarik perhatian orang lain, penyampaian informasi dapat dikemas dengan cara yang kreatif.

Informasi yang dikemas secara kreatif telah digunakan oleh banyak perusahaan untuk menggaet target pasar dan juga untuk meningkatkan *brand awareness*. PT. Indomobil Prima Niaga merupakan perusahaan yang bergerak di bidang penjualan dan layanan kendaraan komersial, yang tentunya juga menerapkan proses berpikir kreatif. Pemikiran tersebut digunakan dalam proses pengembangan dan pengenalan brand agar dapat membentuk citra perusahaan yang baik dan diingat oleh pelanggan.

Pengembangan dan pengenalan PT. Indomobil Prima Niaga menggunakan beberapa media sosial, salah satunya adalah Instagram. Seperti yang diungkapkan oleh Harahap (2019) dalam jurnalnya yang berjudul “Strategi Pemasaran Digital Melalui Media Sosial Instagram” yang mengutip artikel oleh Kurniawan dan Hidayat (2017) berjudul “Optimalisasi Media Sosial dalam Strategi Pemasaran Digital” bahwa penggunaan media sosial dapat membantu perusahaan mencapai target pemasaran dengan lebih efektif dan efisien. Hal ini disebabkan oleh kecenderungan target sasaran yang lebih tertarik pada iklan yang memanfaatkan unsur visual (*mode carousel*) dan video singkat (*video reels*) yang menarik dibandingkan dengan iklan yang mengandalkan banyak kata-kata. Strategi kreatif dengan menggunakan komponen visual dan video singkat yang menarik ini diaplikasikan oleh PT. Indomobil Prima Niaga dalam mempromosikan perusahaan dan produk-produk mereka.

Hal ini dapat dilihat dari konten video dan foto portofolio dari berbagai tipe kendaraan komersial, proses produksi, hingga testimonial pelanggan yang telah menggunakan produk Hino. Semua ini dapat dilihat di media sosial maupun website PT. Indomobil Prima Niaga. Dari segi pelaksanaan dan proses pembuatan konten, perusahaan menggunakan pemikiran dan ide kreatif dari karyawan sehingga dapat menghasilkan karya yang memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan dari segi fungsional dan estetika. Pengaplikasiannya dapat dilihat dari desain dengan filosofi yang sesuai, namun tetap mempertimbangkan keinginan pelanggan.

Berdasarkan penjelasan di atas, dibutuhkan peran kreatif, yaitu divisi Content Creative dalam PT. Indomobil Prima Niaga. Karena itu, penulis memiliki peran dan tanggung jawab untuk membantu pembuatan video konten mulai dari perancangan *script*, *scene*, dan *shoot video*, pengeditan foto portofolio PT. Indomobil Prima Niaga, *site visit* untuk shoot video dan foto serta *styling* untuk *shoot*, pengeditan video untuk konten, desain unsur visual untuk keperluan konten, dan desain unsur visual untuk diaplikasikan ke project promosi produk Hino.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan pernyataan latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang diangkat adalah sebagai berikut:

“Bagaimana cara merancang konten video reels instagram sebagai media promosi PT Indomobil Prima Niaga yang berunsur kreatif?”

## **1.3 Batasan Masalah**

Beberapa batasan masalah yang ditentukan agar laporan tersusun dengan rapi, yaitu sebagai berikut:

1. Perancangan konten video reels Instagram media sosial PT Indomobil Prima Niaga.

## **1.4 Tujuan Kerja Praktik**

Tujuan pelaksanaan kerja praktik di PT Indomobil Prima Niaga melalui perancangan materi visual proyek adalah sebagai berikut:

1. Meningkatkan skill penulis di bidang desain komunikasi visual
2. Mendapatkan insight baru
3. Mendapatkan pengalaman bekerja secara langsung di lapangan
4. Mengetahui sistem dan proses pengerjaan yang diterapkan di lapangan

## **1.5 Manfaat**

Manfaat yang diperoleh selama melaksanakan kerja praktik di PT Indomobil Prima Niaga Studio antara lain:

### **1.5.1 Bagi Mahasiswa**

1. Menerapkan ilmu yang didapatkan selama perkuliahan
2. Menambah pengalaman dan insight dalam industri kreatif
3. Memperluas relasi
4. Mempelajari cara bekerja sama dalam tim secara profesional dengan orang lain
5. Menyelesaikan tugas tepat waktu dan sesuai brief
6. Memahami sistem pengerjaan konten kreatif dan proyek di perusahaan

### **1.5.2 Bagi Instansi/Perusahaan**

1. Membantu PT Indomobil Prima Niaga dalam perancangan konten kreatif dan pengerjaan proyek
2. Membantu dalam segi sumber daya divisi konten kreatif
3. Memperkuat hubungan antara perusahaan dan perguruan tinggi

### **1.5.3 Bagi Akademik**

1. Dapat mengaplikasikan ilmu desain grafis pada konten media sosial dan proyek di PT Indomobil Prima Niaga
2. Memberikan exposure bagi perguruan tinggi dan membentuk citra baik dalam dunia kerja
3. Kerja Praktik dapat digunakan sebagai portfolio saat terjun ke dunia kerja

## 1.6 Pelaksanaan

### a. Detail Perusahaan

Nama Perusahaan : PT Indomobil Prima Niaga  
Alamat : Jl. Raya Kletek No. 9, Losari, Kletek,  
Kec. Taman, Kabuten Sidoarjo, Jawa Timur  
Telepon : 085233666802 (Ibu Hana / HRD)  
E-mail : -  
Website : <https://hino.indomobil.co.id/>

### b. Periode

Tanggal Pelaksanaan : 12 Februari s.d 12 April 2024  
Waktu : Senin s.d Jumat 08:30 – 17:30  
WIB

## 1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ditujukan untuk memberikan manfaat dan mempermudah pembaca dalam memahami pembahasan dalam laporan kerja praktik ini, antara lain:

### **BAB I: PENDAHULUAN**

Dalam bab ini membahas tentang latar belakang, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan, manfaat, pelaksanaan (kerja praktik), dan sistematika penulisan Laporan Kerja Praktik.

### **BAB II: GAMBARAN UMUM INSTANSI**

Dalam bab ini membahas tentang profil instansi yang ditempati dalam pelaksanaan Kerja Praktik PT Indomobil Prima Niaga, yang berisikan mengenai profil, logo, visi dan misi, tugas dan fungsi, struktur organisasi dan deskripsi pekerjaan dari instansi tersebut.

### **BAB III: LANDASAN TEORI**

Dalam bab ini membahas tentang berbagai teori yang relevan dan cocok dengan

judul Laporan Kerja Praktik ini guna menunjang penulisan Laporan Kerja Praktik.

#### **BAB IV: DESKRIPSI PEKERJAAN**

Dalam bab ini membahas secara detail tentang pekerjaan yang telah dilaksanakan pada saat Kerja Praktik di PT Indomobil Prima Niaga, yang diangkat dalam Laporan Kerja Praktik ini.

#### **BAB V: PENUTUP**

Bab ini berisikan tentang kesimpulan dan saran terkait pembahasan pada Laporan Kerja Praktik. Kesimpulan berisi ringkasan keseluruhan hasil dalam Laporan Kerja Praktik ini, sementara saran berisi beberapa masukan untuk permasalahan yang diangkat dalam Laporan Kerja Praktik ini.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

Bab ini berisikan tentang referensi yang digunakan sebagai daftar pelaksanaan kerja praktik.



UNIVERSITAS  
**Dinamika**

## **BAB II**

### **GAMBARAN UMUM INSTANSI**

#### **2.1 Sejarah Perusahaan**

PT Indomobil Sukses Internasional Tbk (Perseroan) adalah kelompok usaha terpadu yang bergerak di bidang otomotif di Indonesia. Didirikan pada tahun 1976 dengan nama PT. Indomobil Investment Corporation, Perseroan mengalami merger dengan PT. Indomulti Inti Industri Tbk pada tahun 1997, yang mengubah statusnya menjadi perusahaan terbuka dengan nama PT. Indomobil Sukses Internasional Tbk. Berkantor pusat di Wisma Indomobil I, Jakarta Timur, Perseroan dan anak perusahaannya fokus pada lisensi merek, penjualan kendaraan, layanan purna jual, pembiayaan kendaraan bermotor, distribusi suku cadang merek "IndoParts", perakitan kendaraan, dan produksi komponen otomotif. Perseroan mengelola merek-merek terkenal seperti Audi, Foton, Great Wall, Hino, Kalmar, Liugong, Manitou, Nissan, Renault, Renault Trucks, Suzuki, Volkswagen, Volvo, Volvo Trucks, dan Mack Trucks, melayani kebutuhan pelanggan dengan standar kualitas tinggi melalui jaringan 3S (Sales, Service, Spareparts) yang tersebar di seluruh Indonesia.

Indomobil Hino adalah bagian dari grup bisnis dealership Hino yang dikelola oleh Indomobil. Ditunjuk sebagai dealer resmi PT. Hino Motors Sales Indonesia, Indomobil Hino menyediakan layanan penjualan truk dan bus, serta layanan servis dan suku cadang merek Hino. Bisnis ini dimulai pada tahun 1995 di Gubeng, Surabaya dengan PT. Indomobil Prima Niaga, diikuti oleh PT. Indosentosa Trada di Bandung, Jawa Barat, dan kemudian di Kletek, Sidoarjo, Jawa Timur pada tahun 2001. Grup Indomobil Hino terdiri dari beberapa perusahaan seperti PT. Unicor Prima Motor, PT. Indomobil Prima Niaga, PT. Indosentosa Trada, PT. Indomobil Cahaya Prima, dan PT. Indomobil Sumberbaru.

Dengan sinergi dari 4.224 karyawan tetap yang tersebar di seluruh anak perusahaan di Indonesia, Perseroan terus memperkuat posisinya sebagai pemain utama di industri otomotif. Melalui berbagai produk seperti kendaraan bermotor roda dua, roda empat, bus, truk, forklift, dan alat berat lainnya, serta dukungan

layanan purna jual yang prima, PT Indomobil Sukses Internasional Tbk berkomitmen untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan pelanggan di seluruh Indonesia.

## 2.2 Profil Perusahaan



**Gambar 2.1 Kantor PT Indomobil Prima Niaga**

(Sumber: Dokumentasi Intern, April 2024)

PT Indomobil Sukses Internasional Tbk, berdiri sejak 1976 dan menjadi perusahaan terbuka pada 1997, adalah kelompok usaha otomotif terkemuka di Indonesia. Berkantor pusat di Jakarta Timur, perusahaan ini mengelola merek-merek terkenal seperti Audi, Nissan, Suzuki, dan Hino, serta menyediakan layanan penjualan kendaraan dan suku cadang. Indomobil Hino adalah dealer resmi Hino

yang menyediakan truk, bus, dan layanan servis.

Berikut adalah beberapa informasi mengenai identitas dari CV. Beta Design Studio:

Nama Perusahaan : PT Indomobil Prima Niaga

Alamat : Jl. Raya Kletek No. 9, Losari, Kletek, Kec. Taman,  
Kabupaten Sidoarjo, Jawa Timur

Telepon : 085233666802 (Ibu Hana / HRD)

E-mail : -

Website : <https://hino.indomobil.co.id/>

Hari Kerja : Senin s/d Jum'at

Jam Kerja : Senin s.d Jumat 08:30 – 17:30 WIB

### 2.3 Visi dan Misi

#### 1) Visi

Menjadi perusahaan otomotif terhandal dan terpercaya di dalam negeri.

#### 2) Misi

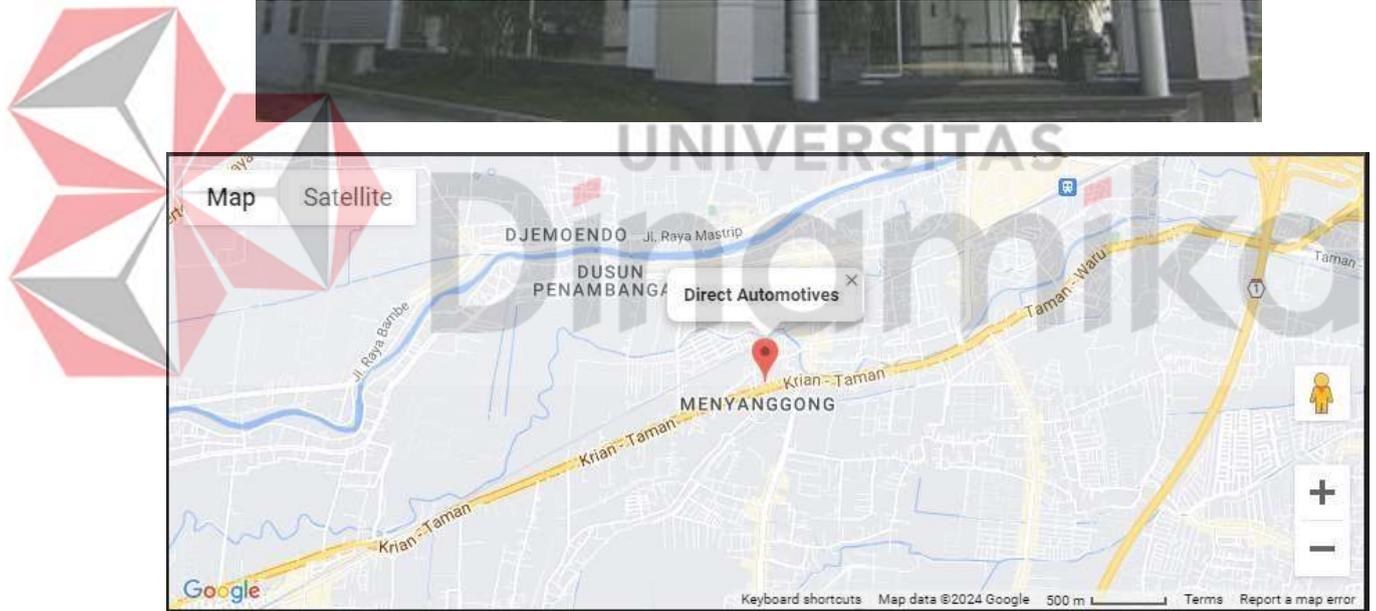
- Mengembangkan seluruh sumber daya yang dimiliki secara berkesinambungan untuk meningkatkan profesionalisme bagi kepuasan pelanggan.
- Memberikan kontribusi dan berupaya sepenuhnya bagi pengembangan usaha Indomobil.
- Memberikan komitmen dan nilai terbaik bagi seluruh pihak yang berkepentingan dengan memperhatikan kepentingan masyarakat.

### 2.4 Logo Perusahaan



**Gambar 2.2 Logo Perusahaan PT Indomobil Prima Niaga**  
(Sumber: Berkas Perusahaan )

## 2.5 Lokasi PT Indomobil Prima Niaga



**Gambar 2.3 Lokasi PT Indomobil Prima Niaga**  
(Sumber: Dokumentasi Intern dan Penulis, April 2024)

## 2.6 Struktur Organisasi

Berikut ini merupakan susunan struktur organisasi PT Indomobil Prima Niaga



Gambar 3.0 Struktur Organisasi Perusahaan PT Indomobil Prima Niaga  
Sumber: PT Indomobil Prima Niaga

## Gambar 2.4 Struktur Organisasi PT Indomobil Prima Niaga

(Sumber: Olahan penulis, Juli 2024)

## 2.7 Deskripsi Pekerjaan

PT Indomobil Prima Niaga memiliki struktur organisasi yang jelas dengan pembagian tugas yang terstruktur untuk mencapai tujuan perusahaan.

### **COO (Chief Operating Officer)**

sebagai pemimpin tertinggi operasional, bertanggung jawab untuk menyusun strategi jangka menengah dan panjang, memimpin pencapaian target, dan mengawasi seluruh operasional perusahaan.

### **Branch Head**

Memimpin setiap cabang perusahaan. Mereka bertugas mengawasi dan mengkoordinasikan seluruh aktivitas operasional di cabangnya masing-masing, serta melaksanakan strategi perusahaan yang ditetapkan oleh COO.

### **Administration Head**

Bertanggung jawab untuk mengatur keuangan, sumber daya manusia, dan kemitraan perusahaan. Mereka membangun dan mengelola sistem keuangan perusahaan, serta menjalin hubungan dengan mitra usaha.

### **Marketing Head**

Memimpin tim marketing dan bertugas melaksanakan strategi pemasaran dan pengembangan perusahaan. Mereka membangun dan mengelola sistem pemasaran untuk meningkatkan penjualan dan brand awareness perusahaan.

### **Service Head**

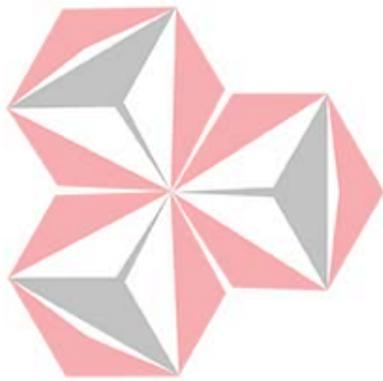
Memimpin tim service dan bertanggung jawab untuk memastikan pencapaian target service. Mereka memberikan arahan dan pelatihan kepada mekanik untuk memastikan kualitas layanan yang diberikan kepada pelanggan.

### **Divisi-divisi Pendukung**

Selain divisi-divisi utama diatas, terdapat beberapa divisi pendukung yang membantu tugas COO, Branch Head, dan Head lainnya.

- **Divisi Keuangan** mengelola anggaran, dana, dan perencanaan keuangan, serta mengurus asuransi dan pajak perusahaan.
- **Divisi SDM** mengelola aktivitas terkait sumber daya manusia, termasuk administrasi personalia dan pengembangan SDM.
- **Divisi Akuntansi** mengurus biaya, HPP, utang piutang, anggaran, dan pelaporan keuangan.
- **Divisi Personalia dan Umum** mengelola administrasi personalia, hubungan industri, fasilitas pegawai, kegiatan umum, dan keamanan perusahaan.
- **Divisi Pengembangan SDM** mengelola perencanaan dan pengembangan SDM, organisasi, analisis, dan evaluasi jabatan.
- **Divisi Pemasaran** mengelola aktivitas pemasaran produk perusahaan.
- **Divisi Pemasaran ke Pihak Perusahaan** menjaga target penjualan ke perusahaan lain, menjadi perantara antara perusahaan lain dan PT Indomobil Prima Niaga, serta memberikan layanan yang memuaskan bagi perusahaan mitra.
- **Divisi Spareparts** mengelola keluar masuknya suku cadang di perusahaan.

- **Divisi Mechanic** melakukan perbaikan dan perawatan kendaraan pelanggan, mencari solusi untuk masalah yang timbul pada kendaraan pelanggan, serta melakukan inspeksi pra-pengiriman (Pre-Delivery Inspection) pada kendaraan yang akan dikirim ke pelanggan.
- **Divisi Pengadaan Sparepart** mengawasi perputaran suku cadang dan pengadaan suku cadang baru.



UNIVERSITAS  
**Dinamika**

## **BAB III**

### **LANDASAN TEORI**

#### **3.1 Media Sosial**

Media sosial adalah fenomena yang muncul seiring dengan perkembangan teknologi dan inovasi di internet. Selain berfungsi sebagai media baru untuk berinteraksi dan bersosialisasi, media sosial juga memiliki pengaruh besar terhadap berbagai aspek, seperti jurnalisme, hubungan masyarakat, dan pemasaran. Media sosial bahkan menjadi "senjata baru" dalam banyak bidang. Kampanye politik kini banyak memanfaatkan peran media sosial. Perusahaan-perusahaan saat ini memberikan perhatian khusus untuk mengelola media sosial dan membangun hubungan yang baik dengan pelanggan secara online. Pengertian tersebut tertulis dalam buku Media sosial : perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi (Rulli, 2017)

#### **3.2 Promosi**

Promosi (*promotion*) adalah usaha atau upaya untuk memajukan atau meningkatkan; misalnya untuk meningkatkan perdagangan atau memajukan bidang usaha. Promosi sendiri berasal dari kata promote dalam bahasa Inggris yang diartikan sebagai mengembangkan atau meningkatkan. Pengertian tersebut jika dihubungkan dengan bidang penjualan berarti sebagai alat untuk meningkatkan omzet penjualan (Rangkuti & Freddy, 2009) Dari pengertian tersebut Promosi juga memiliki Tujuan. Menurut (Khairul Maddy 2010) Tujuan Promosi dijabarkan sebagai berikut :

- Menginformasikan : Menginformasikan pasar tentang produk baru, cara pemakaian, perubahan harga, dan jasa perusahaan; memperjelas cara kerja produk; meluruskan kesan keliru; mengurangi ketakutan pembeli; membangun citra perusahaan; membujuk pelanggan sasaran; membentuk dan mengalihkan pikiran ke merek tertentu; mengubah persepsi atribut produk; serta mendorong pembeli segera berbelanja dan menerima kunjungan wiraniaga.

- Mengingatkan (*reminding*): mengingatkan pembeli bahwa produksi yang bersangkutan dibutuhkan dalam waktu dekat, mengingatkan pembeli akan tempat-tempat yang menjual produk perusahaan, membuat pembeli tetap ingat walaupun tidak ada kampanye iklan, dan menjaga agar ingatan pertama pembeli jatuh pada produk perusahaan

### 3.3 Instagram

Instagram merupakan salah satu jejaring social yang telah menjadi lebih dari sekedar ajang berteman dan memamerkan gambargambar, melainkan media sosial juga berfungsi sebagai media membangun kepedulian dan memasarkan produk. Pemasaran secara online melalui jejaring sosial dengan Aplikasi Instagram berkembang menjadi sistem komunikasi yang sangat penting tidak saja bagi produsen barang dan jasa tapi juga bagi *customer* (Aprilya, 2017)

Instagram juga memiliki Beragam Fitur, dikutip dari Penelitian Tentang Instagram oleh (Kartini, Syahrina , Siregar, & Harahap, 2022)diantaranya yaitu :

- Berbagi Foto dan Video : Pengguna media sosial dapat mengunggah foto dan video, menambahkan filter dan efek, serta lokasi yang terhubung dengan peta. Mereka juga bisa menandai pengguna lain, membagikan konten ke platform lain, dan menyunting atau menghapus unggahan setelah diposting.
- *Direct Message* : Pesan direct di Instagram memungkinkan komunikasi pribadi, termasuk dalam grup. Pesan bisa berupa teks, foto, dan video yang bisa diatur untuk menghilang setelah waktu tertentu.
- *Instagram Stories* : Pengguna Instagram bisa mengatur agar tidak dapat ditandai dalam cerita orang lain dan membagikan konten cerita ke pengguna tertentu. Pengguna dapat melihat siapa saja yang melihat cerita mereka, melaporkan konten yang mengganggu, dan menggunakan fitur ini untuk mengekspresikan diri atau bisnis. Instagram Stories, dengan lebih dari 200 juta pengguna harian, memungkinkan konten dilihat meski pengguna tidak saling mengikuti, membantu menciptakan penggemar aktif. Stories muncul

di bagian atas bilah pencarian dan mengambil layar penuh, membuatnya efektif untuk branding dan menarik perhatian penuh audiens.

- **Siaran Langsung** : Siaran Langsung di Instagram memungkinkan pengguna membagikan video secara langsung. Konten ini bisa dilihat selama 24 jam di cerita dan dapat disimpan oleh pengunggah. Siaran Langsung juga mendukung video percakapan dua arah dengan pengguna lain.
- **Hashtag** : Instagram menyediakan fitur ini sebagai subjek pencarian, memudahkan pengguna untuk mencari berdasarkan nama pengguna, lokasi, hashtag, dan lokasi. Pengguna dapat menggunakan hashtag dalam promosi konten tanpa batasan jumlah tertentu.
- **Komentar** : Komentar di Instagram memungkinkan pengguna untuk berdiskusi tentang konten yang diunggah. Pengguna dapat menyaring kata-kata yang tidak diinginkan dan menghapus komentar. Mereka juga bisa mematikan kolom komentar sepenuhnya jika diinginkan.
- **Editing** : Pengguna Instagram dapat mengedit foto sebelum dipublikasikan, baik yang diambil langsung atau dipilih dari galeri. Fitur pengeditan mencakup filter untuk mempercantik foto. Selain itu, pengguna dapat menambahkan caption atau keterangan pada foto yang akan diunggah.
- **Explore** : Menu Explore Instagram menampilkan tag dan tempat populer, konten yang dikurasi, dan kemampuan untuk mencari lokasi. Fitur ini terus diperbarui dengan tambahan sesuai dengan kemunculan fitur baru seperti Instagram Live dan Instagram Stories.

### 3.4 Desain

Desain merujuk pada proses merancang dan menciptakan bentuk, baik itu dalam dimensi dua maupun tiga, dengan tujuan menciptakan struktur yang koheren secara keseluruhan. Ini sering diinterpretasikan sebagai seni terapan yang mencakup arsitektur dan berbagai pencapaian kreatif lainnya. Desain bisa digunakan sebagai kata kerja untuk menggambarkan proses pembuatan atau sebagai kata benda yang merujuk pada hasil akhir dari proses kreatif, seperti rencana atau obyek nyata. (Nugroho, Rudjiono, & Rahmadhika, 2021)

### 3.5 Konten

Konten dan pesan merupakan unsur komunikasi yang sangat penting. Menurut (Cangara, 2017), Secara umum, pesan adalah segala hal yang disampaikan melalui simbol dan diterima oleh khalayak dengan berbagai makna. Oleh karena itu, penggunaan media harus didukung oleh strategi yang tepat untuk memastikan komunikasi efektif dan memuaskan. Konten berperan sebagai panduan untuk mencapai tujuan website dan memenuhi kebutuhan konsumen. Penyampaian informasi melalui konten harus jelas dan relevan dengan kebutuhan pengunjung, serta memiliki dampak yang signifikan. Dengan demikian, konten dapat dianggap bermanfaat dan berkualitas, sesuai dengan tujuan dan untuk masyarakat secara keseluruhan. (Halvorson & Rach, 2012)

### 3.6 Konten Marketing

Menurut Rebecca Lieb dalam bukunya "Content Marketing", content marketing adalah strategi pemasaran yang bertujuan untuk memberikan informasi persuasif kepada target konsumen mengenai produk yang dipasarkan. Pendekatan ini fokus pada pembuatan dan distribusi konten yang bernilai, relevan, dan konsisten untuk menarik dan mempertahankan audiens yang sudah ditetapkan. Tujuannya adalah untuk mengedukasi konsumen, memfasilitasi komunikasi yang menyenangkan antara produsen dan konsumen melalui konten informatif, dan akhirnya mendorong tindakan pembelian yang menguntungkan. Content marketing bukan sekadar memasarkan produk secara langsung, tetapi menciptakan konten yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. (Pertiwi & Gusfa, 2018)

### 3.7 Layout

Secara bahasa, layout mengacu pada tata letak. Secara lebih spesifik, layout adalah proses menyusun, mengatur, dan mengombinasikan elemen-elemen komunikasi grafis seperti teks, gambar, dan tabel untuk menciptakan komunikasi visual yang efektif, menarik secara estetika, dan komunikatif. (Hendratman, 2008) Hal yang perlu diperhatikan adalah aspek estetika, yang berarti seorang layouter harus mematuhi prinsip dan standar yang berlaku. Hal ini bertujuan agar pesan

yang disampaikan dapat terserap dan diterima dengan jelas dan baik oleh penerimanya. Oleh karena itu, fungsi layout harus dapat memberikan kesan yang terbaca, terstruktur, mencerminkan identitas produk, dan jelas.

### **3.8 Ilustrasi**

Ilustrasi berasal dari kata latin *illustrare* yang berarti menerangi atau memurnikan. Dalam kamus *The American Heritage of The English Language*, *illustrate* mempunyai arti memperjelas atau memberi kejelasan melalui contoh, analogi atau perbandingan, mendekorasi. Ilustrasi adalah gambaran visual yang diciptakan untuk mengklarifikasi informasi tertentu dengan memberikan representasi visual. Inti dari ilustrasi adalah gagasan; ide dan konsep yang menjadi dasar dari apa yang ingin dikomunikasikan melalui gambar. Tugas seorang ilustrator adalah menerjemahkan atau menghidupkan tulisan menjadi bentuk visual, dengan menggabungkan pemikiran analitis dan keterampilan praktis untuk menciptakan gambaran visual yang menyampaikan pesan. (Witabora, 2012)

### **3.9 Tipografi**

Tipografi adalah ilmu, seni, atau teknik dalam menyusun elemen-elemen huruf atau teks agar dapat dibaca dengan jelas dan menyampaikan makna secara estetis. Secara umum, tipografi membahas teknik pemilihan dan penataan huruf serta distribusi teks pada ruang atau media yang ada untuk menyampaikan makna dan menciptakan kesan yang membantu pembaca membaca teks dengan nyaman.

Tipografi merupakan salah satu elemen desain yang mempunyai dua fungsi, yaitu fungsi sebagai “tulisan” yang dibaca dan fungsi sebagai “image” (gambar). Banyak yang dapat dikembangkan melalui karya tipografi. (Iswanto, 2023)

### **3.10 Videografi**

Dikutip dari perkataan Bob Kiger menjelaskan bahwa videografi ialah kegiatan membuat tayangan video secara pra-produksi, produksi hingga pasca produksi sama dengan film. Letak perbedaan antara film dan videography secara teknis terletak pada alat yang digunakan serta bias dianalisis dari media penayangan, jumlah crew

yang terlibat dan budget yang digunakan saat pra-produksi, produksi hingga pasca produksi. (Kabelen, 2020)

### **3.11 *Editing Video***

Editing video adalah proses di mana seseorang memilih, merangkai, menyusun ulang, dan memanipulasi video yang sudah direkam untuk menciptakan sebuah cerita yang sesuai dengan konsep yang telah ditentukan. Secara umum, tugas seorang videografer terbagi menjadi tiga bagian: pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi. Ketiga tahapan ini perlu dilakukan secara berurutan untuk memastikan tidak terjadi kesalahan. (Widarti, 2021)



UNIVERSITAS  
**Dinamika**

## **BAB IV**

### **DESKRIPSI PEKERJAAN**

#### **4.1 Penjelasan Pekerjaan**

Penulis menjalani kerja praktik sebagai *intern* di PT Indomobil Prima Niaga, khususnya di bagian Desain Grafis. Sebagai Desainer Grafis, penulis bertanggung jawab mengelola berbagai elemen visual, termasuk media sosial Instagram @indomobil dan @indomobilhinojatim. Tugasnya meliputi mendesain Reels, menyusun jadwal konten, mengedit video, membuat daftar ide konten, mengikuti proses pembuatan konten, *brainstorming*, diskusi rapat, analisis konten, pembuatan narasi dan adegan untuk konten Reels, serta pengambilan video dan photoshoot di lapangan. Seluruh kegiatan ini dilakukan dengan pemantauan dari mentor dan HRD, dan diselesaikan sesuai dengan briefing dan persetujuan.

#### **4.2 Posisi dalam Pekerjaan**

Penulis menjalankan kerja praktik di PT Indomobil Prima Niaga sebagai *intern* di bidang Desain Grafis. Tanggung jawab utama dalam posisi ini adalah membuat konten kreatif Reels untuk keperluan promosi.

#### **4.3 Briefing**

*Briefing* berfungsi sebagai panduan dalam proses perancangan desain yang akan dibuat. Berikut adalah briefing dari pihak mentor yang diberikan kepada penulis:

1. Video Editing Karyawan Baru untuk Acara GENBA ( Pengenalan Karyawan Baru dari Cabang luar Sidoarjo
2. Membuat Ganci *Merchadise* Perusahaan
3. Membuat Konten Instagram Reels Video *Recap Ghatering* Acara GENBA
4. Membuat PPT Presentasi Perusahaan *Ghatering* Acara GENBA
5. Membuat Asset Video *Recap* Dokumentasi Lapangan Kunjungan Industri SMK 1 Adiwerna Tegal
6. Riset, *Editing* Video, Asset, *Cover Feeds* dan Reels Konten *Service*

7. Riset, *Editing* Video, Asset, *Cover* Feeds dan Reels Konten *Sales*
8. Membuat *Thumbnail* Video Reels Video Dokumentasi Bukber Perusahaan.

#### 4.3.1 Video Editing Karyawan Baru untuk Acara GENBA ( Pengenalan Karyawan Baru dari Cabang luar Sidoarjo

No	Aspek	Briefing
1.	Tipografi	Agency FB 60PT
2.	Warna	Blue Navy 3D4451, hitam, putih
3.	Dimensi	Landscape (2040 x 3508 px)
4.	Logo	Logo di bagian atas kanan
5.	<i>Script</i>	Berisikan Pengenalan Karyawan baru dari luar Sidoarjo, yaitu Jemursari, Kediri, KOMBES, Madiun, Malang, Probolinggo, Tuban
6.	<i>Editing</i>	BGM, subtitle, cover
7.	Tipografi	Agency FB 60PT

**Tabel 4.1 Briefing Video Editing Karyawan Baru**

#### 4.3.2 Membuat Gantungan Kunci *Merchadise* Perusahaan

No	Aspek	Briefing
1.	Warna	Hijau Sage AFBD43, putih
2.	Dimensi	Potrait (4 x 5 cm)

3.	Logo	Logo di tengah atas
6.	<i>Editing</i>	Menggunakan Gambar truck Hino Original dari Perusahaan diberi Effeck Shadow dan dibeli Mockup Gantungan Kunci

**Tabel 4.2 Briefing Ganci Merchandise**

### 4.3.3 Membuat PPT Presentasi Perusahaan *Ghatering* Acara GENBA

No	Aspek	Briefing
1.	Tipografi	Tw Cen Mt 36Pt
2.	Warna	Hijau Muda 79C14C, Hijau Tua 3EB651
3.	Dimensi	Landscape (2040 x 3508 px)
4.	Logo	Logo di bagian atas kanan
5.	<i>Script</i>	Berisikan Visi Misi, Corporate Culture PT Indomobil Prima Niaga dan Barcode Daftar Hadir Acara Genba
6.	<i>Editing</i>	Cover, Halaman, Border.
7.	Tipografi	Tw Cen Mt 36Pt

**Tabel 4.3 Briefing PPT Presentasi Perusahaan**

#### 4.3.4 Membuat Konten Instagram Reels Video *Recap Ghatering Acara GENBA*

No	Aspek	Briefing
1.	Tipografi	Geliat At Bold 30Pt
2.	Warna	Hijau 26B157, Kuning Tua F8DF67
3.	Dimensi	Potrait (1080 x 1920 px)
4.	Logo	Logo di bagian atas kanan
5.	<i>Script</i>	Berisikan Recap Dokumentasi Acara GENBA dari awal acara hingga akhir
6.	<i>Editing</i>	BGM, cover. Sound effect.
7.	Tipografi	Geliat At Bold 30Pt

Tabel 4.4 *Briefing Konten Instagram Reels Video Recap GENBA*

#### 4.3.5 Membuat Asset Video Recap Dokumentasi Lapangan Kunjungan Industri SMK 1 Adiwerna Tegal

No	Aspek	Briefing
1.	Tipografi	Tw Cen Mt 36Pt
2.	Warna	Hijau 26B157, Kuning Tua F8DF67
3.	Dimensi	Potrait (1080 x 1920 px)
4.	Logo	Logo di bagian atas kanan

5.	<i>Editing</i>	Asset border video reels dan Thumbnail Reel
6.	Tipografi	Tw Cen Mt 36Pt

**Tabel 4.5 Briefing Recap Dokumentasi Lapangan Kunjungan Industri**

#### 4.3.6 Riset, *Editing* Video, Asset, *Cover Feeds* dan *Reels* *Konten Service*

No	Aspek	Briefing
1.	Tipografi	Tw Cen Mt dan Myriad Pro
2.	Warna	Hijau Muda 79C14C, Hijau Tua 3EB651 dan Abu-abu D1D3D4
3.	Dimensi	Potrait (1080 x 1920 px)
4.	Logo	Logo di bagian atas kanan
5.	<i>Script</i>	Berisikan promosi berupa Call tp Action, cara beli unit Hino agar mendapat free service truk dan penutup
6.	<i>Editing</i>	Cover, BGM, Voice Over, Visual Pendukung, Border Video dan Thumbnail reels
7.	Tipografi	Tw Cen Mt dan Myriad Pro

**Tabel 4.6 Briefing Riset, *Editing* Video, Asset, *Cover Feeds* dan *Reels* *Konten Service***

#### 4.3.7 Riset, *Editing Video, Asset, Cover Feeds dan Reels Konten Sales*

No	Aspek	Briefing
1.	Tipografi	Tw Cen Mt dan Myriad Pro
2.	Warna	Hijau Muda 79C14C, Hijau Tua 3EB651 dan Green Pickle 679071
3.	Dimensi	Potrait (1080 x 1920 px)
4.	Logo	Logo di bagian atas kanan
5.	<i>Script</i>	Berisikan promosi Unit Hino, terdapat pembuka, penjelasan Unit Hino hijau dan putih, kemudian penutup
6.	<i>Editing</i>	Cover, BGM, Voice Over, Visual Pendukung, Border Video dan Thumbnail reels
7.	Tipografi	Tw Cen Mt dan Myriad Pro

**Tabel 4.7 Briefing Riset, *Editing Video, Asset, Cover Feeds dan Reels Konten Sales***

#### 4.3.8 Membuat Thumbnail dan *Asset Reels Video Dokumentasi Bukber Perusahaan.*

No	Aspek	Briefing
1.	Tipografi	Berkah Ramadhan, Daisy, dan Puasa Ramadhan

2.	Warna	Hijau 60893C, Orange F8962A
3.	Dimensi	Potrait (1080 x 1920 px)
4.	Logo	Logo di bagian atas kanan
5.	<i>Editing</i>	Asset border video reels dan Thumbnail Reel
6.	Tipografi	Berkah Ramadahn, Daisy, dan Puasa Ramadhan

**Tabel 4.8 Briefing Thumbnail dan Asset Reels Video Dokumentasi Bukber**

#### 4.4 *Software* yang digunakan

Penulis menggunakan beberapa *Software* untuk proses pengerjaan materi visual. Pembuatan video konten Reels menggunakan *Capcut* untuk mempermudah pengeditan yang dapat dilakukan dengan cepat namun tetap berkualitas. Penyesuaian ukuran, penataan logo, dan aset Reels Instagram dilakukan menggunakan *Adobe Illustrator* dan *Adobe Photoshop* agar pengerjaan bisa lebih efisien.

#### 4.5 Proses Perancangan Video *Editing* Karyawan Baru

##### 4.5.1 Pembuatan Asset dan Pengambilan Foto

Sebelum membuat Video *Editing*, ada pula dalam Pembuatan asset dilakukan di *Adobe Illustrator*, sementara foto karyawan disediakan langsung oleh mentor. Penulis hanya perlu membuat aset dan mengedit foto tersebut melalui *Adobe Photoshop* untuk menjadi aset video yang berkualitas.



**Gambar 4.1 Pembuatan *Asset* dan Pengambilan Foto**

(Sumber: Berkas Penulis, 2024)

#### 4.5.2 Pengeditan Video

Setelah asset tersebut dibuat, semua asset tersebut digabungkan menjadi satu video yang dirancang menyerupai PPT, dan ditambahkan BGM bertema perkantoran menggunakan aplikasi Capcut agar terlihat lebih menarik. Setelah pengeditan video selesai, hasilnya langsung diserahkan kepada mentor.

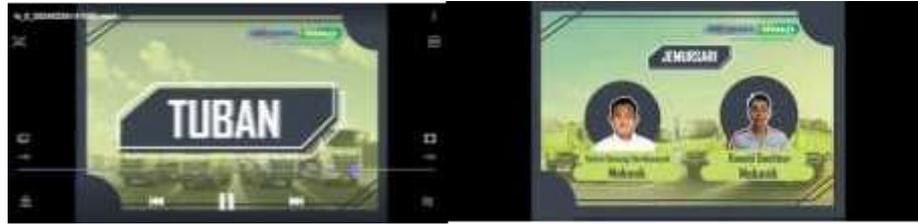


**Gambar 4.2 Pengeditan Video**

(Sumber: Berkas Penulis, 2024)

#### 4.5.3 Final

Video karyawan baru yang telah selesai melalui proses editing akan diperiksa oleh Owner, kemudian akan ditampilkan langsung saat GENBA.



**Gambar 4.3 Final Video**

(Sumber: Berkas Penulis, 2024)

#### **4.6 Design Gantungan Kunci Perusahaan.**

##### **4.6.1 Design Gantungan Kunci dan Mockup**

Penulis merancang gantungan kunci (Ganci) sesuai dengan briefing dari Mentor, yaitu membuat Ganci perusahaan dengan model gambar truk di bagian atas dan logo di bagian bawah tengah, kemudian dimockup dengan model ganci akrilik. Penulis membuat desain dan mockup Ganci menggunakan Adobe Illustrator untuk mempermudah pengerjaan. Setelah desain Ganci selesai, Owner akhirnya menyetujui desain tersebut sebagai desain resmi perusahaan.



**Gambar 4.4 Design Ganci dan Mockup**

(Sumber: Berkas Penulis, 2024)

#### **4.7 Membuat PPT Presentasi Perusahaan Ghatering Acara GENBA**

##### **4.7.1 Membahas Konsep Dengan Mentor dan HRD**

Sebelum membuat PPT presentasi perusahaan untuk acara GENBA, penulis diundang rapat oleh HRD dan Mentor terkait persiapan tersebut. HRD dan Mentor meminta penulis untuk membuat PPT yang berisi, tentang

visi dan misi perusahaan, *Corporate Culture* perusahaan, *barcode* absensi acara, video perkenalan karyawan baru, serta berbagai *game* dan lomba.

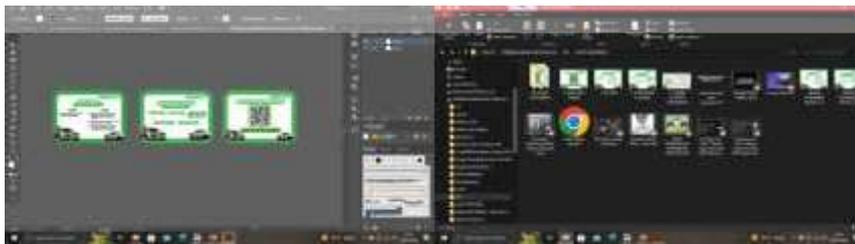


**Gambar 4.5 Rapat Mentor dan HRD**

(Sumber: Berkas Penulis, 2024)

#### 4.7.2 Membuat Desain PPT

Setelah rapat dengan Mentor dan HRD, penulis langsung mengerjakan tugas tersebut dan mengedit desain PPT di Adobe Illustrator, untuk mempermudah pengerjaan. Selain itu, penulis juga membuat game dan lomba sesuai dengan arahan dari mereka.



**Gambar 4.6 Desain PPT**

(Sumber: Berkas Penulis, 2024)

#### 4.7.3 Final PPT dan Pengaplikasian

Setelah mendesain PPT, penulis langsung menampilkan PPT tersebut di acara GENBA. Saat PPT ditayangkan, HRD dan Mentor meminta penulis untuk menjadi operator penayangan PPT dan pengaturan LCD. Penulis juga dibimbing oleh Mentor yang sedang bertugas di sana.



**Gambar 4.7 Final dan Pengaplikasian PPT**

(Sumber: Berkas Penulis, 2024)

#### **4.8 Membuat Konten Instagram Reels Video *Recap* *Ghatering* Acara GENBA**

##### **4.8.1 Pengambilan Video *Recap***

Setelah menyelesaikan desain PPT untuk acara GENBA, Mentor juga meminta penulis untuk membuat video *recap* menggunakan rekaman yang diambil oleh rekan perusahaan Mentor tersebut.



**Gambar 4.8 Pengambilan Video *Recap***

(Sumber: Berkas Penulis, 2024)

##### **4.8.2 Pengeditan Video**

Setelah memilih Video yang bagus, setelah itu penulis mengedit video tersebut di aplikasi *Capcut* agar pengeditan menjadi bagus. Setelah selesai penulis langsung memberikan kepada mentor.



**Gambar 4.9 Pengeditan Video**

(Sumber: Berkas Penulis, 2024)

#### **4.8.3 Final dan *Upload Reels*.**

Setelah Video sudah dianggap cocok oleh Mentor. Video tersebut kemudia di upload melalui Instagram @indomobilhhinojatim. Berikut adalah dokumentasi saat Reels tersebut di upload, saat saya masih berada di magang. Penulis izin memberi pernyataan bahwa akun tersebut telah dihapus oleh perusahaan dikarenakan ada suatu kendala.

### **4.9 Dokumentasi Lapangan Kunjungan SMK Adiwerna 1 dan Membuat *Thumbnail Reels***

#### **4.9.1 Pengambilan Dokumentasi Lapangan**

Pada kali ini penulis ditugaskan oleh mentor untuk mendokumentasikan Kunjungan SMK Adiwerna 1 ke perusahaan PT Indomobil Prima Niaga disini SMK tersebut melakukan kunjungan sebagai tambahan wawasan studi terhadap siswa siswi teknik yang sedang belajar otomotif.

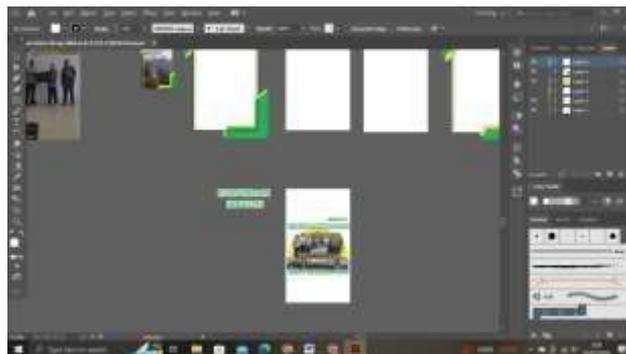


**Gambar 4.10 Pengambilan Dokumentasi Lapangan**

(Sumber: Berkas Penulis, 2024)

#### **4.9.2 Pengeditan Thumbnail Reels**

Setelah melakukan dokumentasi lapangan, penulis memberikan video tersebut kepada partnernya, untuk diedit. Sementara itu, penulis sendiri mengedit thumbnail Reels menggunakan Adobe Illustrator untuk memperbagus tampilan Reels tersebut.



**Gambar 4.11 Pengeditan Thumbnail Reels**

(Sumber: Berkas Penulis, 2024)

#### **4.9.3 Final dan Upload Reels.**

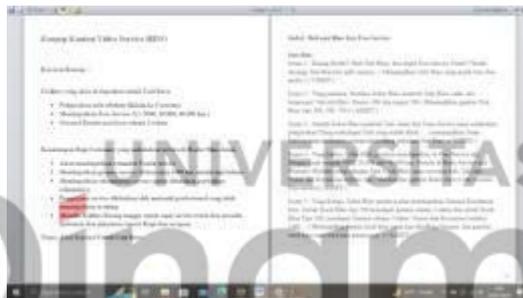
Setelah video dianggap sesuai oleh mentor, video tersebut diunggah ke

akun Instagram @indomobilhinojatim. Berikut adalah dokumentasi saat Reels tersebut diunggah selama saya masih magang. Penulis ingin menyampaikan bahwa akun tersebut telah dihapus oleh perusahaan karena adanya masalah tertentu.

#### 4.10 Membuat Konten Service

##### 4.10.1 Membuat Konsep dan Narasi Video

Sebelum membuat Konten Service, penulis mencari Info tentang Service di perusahaan PT Indomobil Prima Niaga melalui mentor. Setelah itu penulis melakukan *brainstorming* konsep dan narasi video di Microsoft Word untuk kemudahan saat mengerjakan.

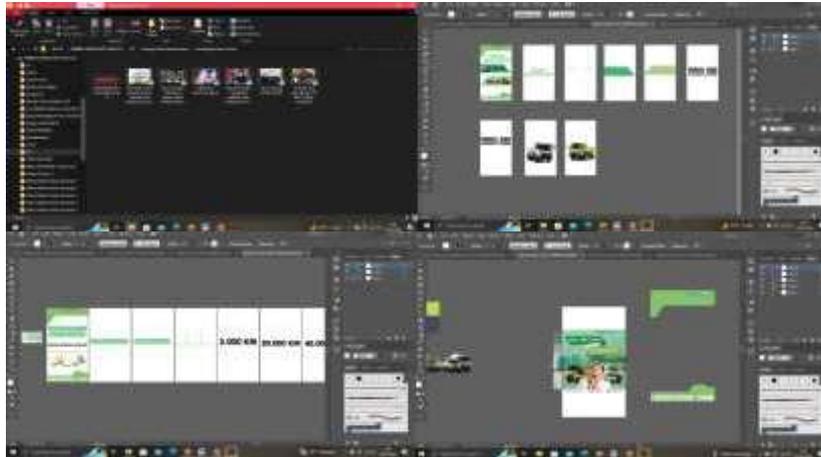


Gambar 4.12 Membuat Konsep dan Narasi Video

(Sumber: Berkas Penulis, 2024)

##### 4.10.2 Mencari dan mengedit Asset Video, membuat Thumbnail Reels

Setelah membuat Konsep dan Narasi video, selanjutnya penulis mencari *asset* video di youtube Setelah itu penulis juga membuat *Thumbnail* reels dan *Asset* Video di *Adobe Illustrator*.

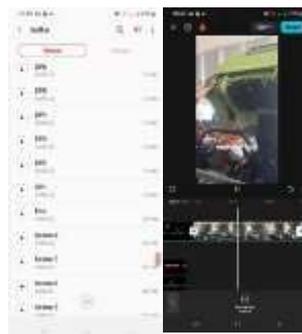


**Gambar 4.13 Mencari dan mengedit *Asset Video*, membuat *Thumbnail Reels***

(Sumber: Berkas Penulis, 2024)

#### **4.10.3 Mengedit Video dan membuat *Voice Over***

Setelah mencari dan mengedit asset video, selanjutnya penulis mengedit video di *Capcut*, menggabungkan *asset* video dan *thumbnail reels* menjadi 1, juga menambahkan rekaman *Voice Over* dari suara penulis itu sendiri tentang deskripsi video tersebut.



**Gambar 4.14 Mengedit Video dan membuat *Voice Over***

(Sumber: Berkas Penulis, 2024)

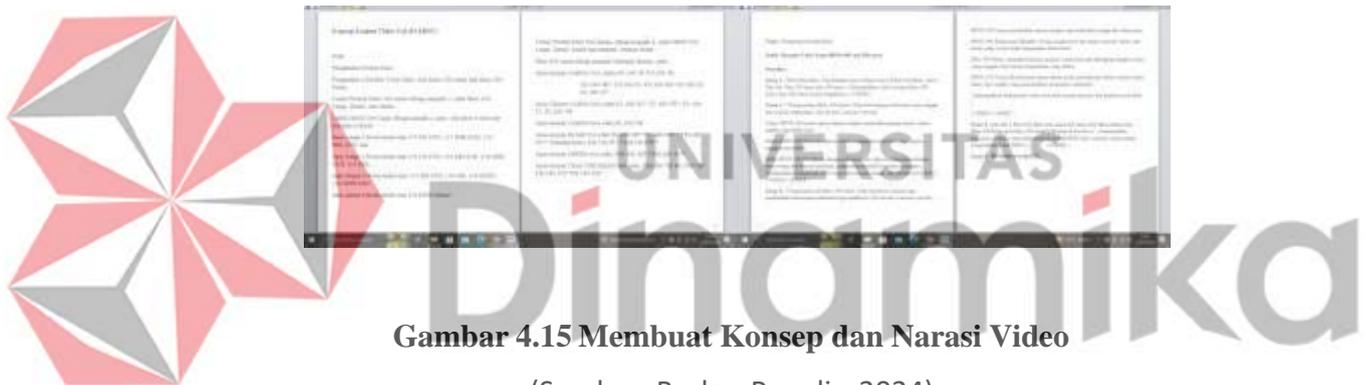
#### **4.10.4 Final dan Upload Reels**

Setelah video disetujui oleh mentor, video tersebut diunggah ke akun Instagram @indomobilhinojatim.. Penulis ingin menyampaikan bahwa akun tersebut telah dihapus oleh perusahaan karena adanya masalah tertentu.

#### **4.11 Membuat Konten Sales**

##### **4.11.1 Membuat Konsep dan Narasi Video**

Sebelum membuat konten Sales, penulis mencari informasi tentang layanan di PT Indomobil Prima Niaga melalui mentor. Setelah itu, penulis melakukan *brainstorming* konsep dan narasi video di Microsoft Word untuk memudahkan pengerjaan.

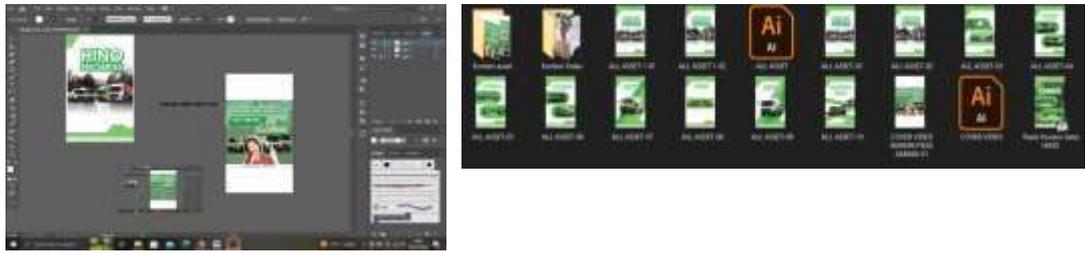


**Gambar 4.15 Membuat Konsep dan Narasi Video**

(Sumber: Berkas Penulis, 2024)

##### **4.11.2 Mencari dan mengedit Asset Video, membuat *Thumbnail Reels***

Setelah membuat konsep dan narasi video, penulis mencari asset video di YouTube. Selanjutnya, penulis juga membuat thumbnail Reels dan asset video di Adobe Illustrator.

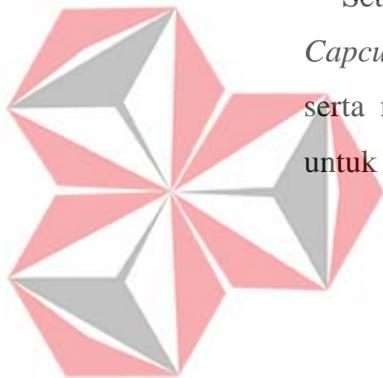


**Gambar 4.16 Mencari dan mengedit *Asset Video*, membuat *Thumbnail Reels***

(Sumber: Berkas Penulis, 2024)

#### **4.11.3 Mengedit Video dan membuat *Voice Over***

Setelah mencari dan mengedit aset video, penulis mengedit video di *Capcut*, menggabungkan *asset* video dan *thumbnail Reels* menjadi satu, serta menambahkan rekaman *voice over* dengan suara penulis sendiri untuk deskripsi video tersebut.



UNIVERSITAS  
Dinamika



**Gambar 4.17 Mengedit Video dan membuat *Voice Over***

(Sumber: Berkas Penulis, 2024)

#### **4.11.4 Final dan Upload Reels**

Setelah video disetujui oleh mentor, video tersebut diunggah ke akun Instagram @indomobilhhinojatim. Berikut adalah dokumentasi ketika Reels tersebut diunggah selama masa magang saya. Penulis ingin menyampaikan bahwa akun tersebut telah dihapus oleh perusahaan karena adanya masalah tertentu.

## 4.12 Membuat Konten Thumbnail Reels Bukber

### 4.12.1 Mencari Referensi

Sebelum membuat *Thumbnail* untuk reels Bukber, pertama saya mencari inspirasi dan referensi dari aplikasi pinterest dan juga freepik untuk mempermudah dalam membuat design saya



**Gambar 4.18 Mencari Referensi**

(Sumber: Berkas Penulis, 2024)

### 4.12.2 Mengedit *Thumbnail*

Setelah mencari referensi dan referensi dari pinterest, kemudian penulis mengerjakan design *thumbnail* tersebut di Adobe Illustrator.



**Gambar 4.19 Mengedit Thumbnail**

(Sumber: Berkas Penulis, 2024)

### 4.12.3 Final dan *Upload Reels*

Setelah video disetujui oleh mentor, video tersebut diunggah ke akun Instagram @indomobilhhinojatim. Penulis ingin menyampaikan bahwa akun tersebut telah dihapus oleh perusahaan karena adanya masalah tertentu.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Selama 2 bulan melaksanakan Kerja Praktik di PT Indomobil Prima Niaga, penulis memperoleh banyak pengetahuan dan wawasan. Pengalaman ini menunjukkan bahwa promosi memerlukan media khusus untuk menarik audiens dan menyampaikan informasi. Media sosial seperti Instagram dengan format Reels dapat dimanfaatkan untuk tujuan ini. Selain itu, komunikasi yang baik, disiplin, inisiatif, dan kerjasama yang efektif dengan partner sangat dibutuhkan dalam pengerjaan tersebut.

#### **5.2 Saran**

Beberapa saran yang dapat penulis berikan dari hasil kerja praktik di di PT Indomobil Prima Niaga adalah sebagai berikut:

##### **5.2.1 Bagi Perusahaan**

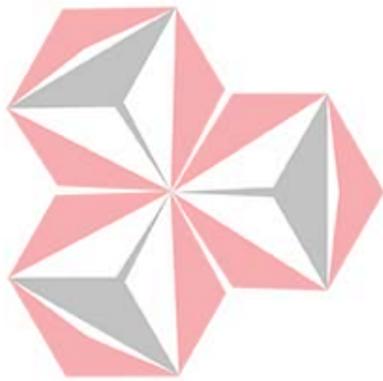
1. Diharapkan ada kerja sama antara perusahaan dengan universitas
2. Mengembangkan lebih banyak wawasan dan melek tentang dunia sosial, teknologi, dan komunikasi dalam bidang promosi, khususnya media sosial dan target pelanggan.
3. Senantiasa mengembangkan ide dan inovasi dalam bidang Promosi

##### **5.2.2 Bagi Mahasiswa**

1. Menjaga nama baik universitas
2. Menjaga sifat disiplin, inisiatif dan kerja sama dengan partner
3. Melaksanakan tugas dan arahan dengan baik
4. Mengikuti peraturan perusahaan dengan baik

## DAFTAR PUSTAKA

- Aprilya, T. (2017). Strategi Komunikasi Pemasaran Nadyafashop Melalui Instagram dalam Meningkatkan Kepercayaan Costumer di Samarinda. *Journal Ilmu Komunikasi*, 13 - 23.
- Cangara, H. (2017). *Perencanaan & strategi komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Halvorson, K., & Rach, M. (2012). *Content Strategy For The Web*. United States of America: Pearson Education.
- Hendratman, H. (2008). *Tips n trix computer graphics design!* Bandung: Informatika Bandung.
- Iswanto, R. (2023). Perancangan Buku Ajar Tipograf. *Jurnal Desain Komunikasi Visual Nirmana*, 123 - 129.
- Kabelen, N. W. (2020). Perkebangan Videography dari Ilmu hingga menjadi sebuah profesi . *Jurnal Desain Komunikasi Visual Asia (JESKOVSA)*, 79 - 86.
- Kartini, Syahrina, J., Siregar, N., & Harahap, N. (2022). Penelitian Tentang Instagram . *Jurnal Perpustakaan dan Informasi*, 20 - 26.
- Nugroho, S. A., Rudjiono, D., & Rahmadhika, F. (2021). Perancangan Identitas Perusahaan dalam Bentuk Stayionary Dessign di Rumah Kreasi Grafika . *Jurnal ilmiah Komputer Grafis*, 48 - 57.
- Pertiwi, D., & Gusfa, H. (2018). Pengaruh Content Marketing terhadap Pembentukan Brand Awareness pada Kalbis Institute. *Jurnal Media Kom.*, 45 - 47.
- Rangkuti, & Freddy. (2009). *Strategi promosi yang kreatif & analisis kasus integrated marketing communication*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Rulli, N. (2017). *Media sosial : perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi / penulis, Dr. Rulli Nasrullah, M.Si. ; editor, Nunik Siti Nurbaya*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media.
- Widarti. (2021). Peran Videographer dan Editor dalam mengembangkan Inex Works . *Jurnal Pariwara*, 21 - 28.
- Witabora, J. (2012). Peran dan Perkembangan Ilustrasi. *HUMANIORA*, 659 - 667.



UNIVERSITAS  
**Dinamika**