



**PERANCANGAN *MOTION GRAPHIC* UNTUK SOSIAL MEDIA
PT NALANIRA NUSWANTARA MEDIKA**

LAPORAN KERJA PRAKTIK



**Program Studi
S1 Desain Komunikasi Visual**

**UNIVERSITAS
Dinamika**

Oleh :

ARLY SAFRI SAHANUDDIN

2420100012

FAKULTAS DESAIN DAN INDUSTRI KREATIF

UNIVERSITAS DINAMIKA

2025

PERANCANGAN *MOTION GRAPHIC* UNTUK SOSIAL MEDIA

PT NALANIRA NUSWANTARA MEDIKA

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan

Mata Kuliah Kerja Praktik



Disusun Oleh :

Nama : Arly Safri Sahanuddin
Nim : 22420100012
Program : S1 (Strata Satu)
Jurusan : Desain Komunikasi Visual

FAKULTAS DESAIN DAN INDUSTRI KREATIF

UNIVERSITAS DINAMIKA

2025

LEMBAR MOTTO



UNIVERSITAS
“Stand Up Be Strong”
Dinamika

LEMBAR PENGESAHAN

PERANCANGAN *MOTION GRAPHIC* UNTUK SOCIAL MEDIA PT NALANIRA NUSWANTARA MEDIKA

Laporan Kerja Praktik Oleh:

Arly Safri Sahanuddin

NIM : 22420100012

Telah diperiksa, diuji dan disetujui

Surabaya, 17 Juli 2025

Disetujui :

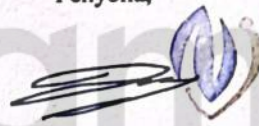
Dosen Pembimbing,

Penyelia,



Dr. Mochammad Arifin, S.Pd., M.Si

NIDN. 0717106501



dr. Sonny Fadli, Sp. OG., M.Ked. Klin

NIP.

Mengetahui,

Ketua Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual



Fakultas Desain dan Industri Kreatif
UNIVERSITAS

Dinamika

Dhika Yuan Yurisma. M.Ds., ACA

NIDN. 0720028701

PERNYATAAN

Sebagai mahasiswa Universitas Dinamika, Saya :

Nama : Arly Safri Sahanuddin
NIM : 22420100012
Program Studi : S1 Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Fakultas Desain dan Industri Kreatif
Jenis Karya : Laporan Kerja Praktik
Judul Karya : PERANCANGAN MOTION GRAPHIC UNTUK
SOSIAL MEDIA PT NALANIRA NUSWANTARA
MEDIKA

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

1. Demi pengembangan Ilmu Pengetahuan, Teknologi dan Seni. Saya menyetujui memberikan kepada Universitas Dinamika Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-Exclusive 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 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. 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, 14 Juli 2025



Arly Safri Sahanuddin

NIM. 22420100012

ABSTRAK

PT Nalanira Nuswantara Medika, sebuah perusahaan rintisan di bidang teknologi kesehatan, berupaya meningkatkan kesadaran merek (*brand awareness*) dan komunikasi digital melalui media sosial. Seiring dengan ketatnya persaingan konten di platform digital, dibutuhkan media komunikasi visual yang dinamis dan menarik untuk menyajikan informasi layanan kesehatan yang kompleks. Laporan Kerja Praktik ini membahas perancangan *Motion Graphic* sebagai solusi untuk kebutuhan promosi di media sosial PT Nalanira Nuswantara Medika, khususnya untuk platform Hamilku.ID. Tujuan dari Kerja Praktik ini adalah untuk menghasilkan konten *Motion Graphic* yang efektif dan menarik guna mengkomunikasikan layanan kesehatan perusahaan. Proses perancangan meliputi tahap *briefing*, pembuatan *asset* visual menggunakan *Adobe illustrator*, dan proses penyuntingan serta animasi menggunakan *Capcut*. Hasil dari Kerja Praktik ini adalah serangkaian produk *Motion Graphic* berupa *motion logo*, *intro podcast*, serta *intro* versi panjang dan *outro* yang siap digunakan untuk media sosial *Instagram @hamilku.id* dan *Youtube*. Diharapkan, implementasi dari hasil perancangan ini dapat mendukung strategi komunikasi digital perusahaan dalam menjangkau audiens yang lebih luas secara efektif.

Kata Kunci : *Motion Graphic*, Media Sosial, Animasi, Medika, *Brand awareness*



UNIVERSITAS
Dinamika

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga Laporan Kerja Praktik yang berjudul “**PERANCANGAN *MOTION GRAPHIC* UNTUK SOCIAL MEDIA PT NALANIRA NUSWANTARA**” 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. **Orang Tua** selaku pemberi dukungan baik secara fisik maupun mental
2. **Bapak Prof. Dr. Budi Jatmiko, M.Pd.** selaku Rektor Universitas Dinamika;
3. **Bapak Dhika Yuan Yurisma, M.Ds., ACA** selaku Ketua Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual yang telah memberikan arahan serta dukungan dalam menyusun Laporan Kerja Praktik dari awal hingga selesai;
4. **Bapak Dr. Mochammad Arifin, S.Pd., M.Si** selaku dosen wali dan dosen pembimbing Kerja Praktik yang telah memberikan arahan serta dukungan dalam menyusun Laporan Kerja Praktik dari awal hingga selesai;
5. **Dr. Sonny Fadli, Sp.OG., M.Ked.Klin.** selaku Penyelia, seluruh Kolega Senior dan seluruh teman-teman di PT Nalanira Nuswantara Medika yang juga memberikan izin untuk melakukan Kerja Praktik dan masukan terhadap implementasi Kerja Praktik, serta memberikan ilmu dan motivasi;
6. 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, 14 Juli 2025

Arly Safri Sahanuddin

DAFTAR ISI

LEMBAR MOTTO.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	2
1.3 Batasan Masalah	2
1.4 Tujuan	2
1.5 Manfaat	3
1.6 Pelaksanaan.....	4
1.7 Sistematika Penulisan	4
BAB II.....	6
GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....	6
2.1 Sejarah Perusahaan.....	6
2.2 Profil Perusahaan.....	7
2.3 Visi dan Misi	7
2.4 Logo Perusahaan	8
2.5 Lokasi PT Nalanira Nuswantara Medika	9
2.6 Struktur Organisasi	9
2.7 Deskripsi Pekerjaan	10
2.7.1 CEO	10
2.7.2 COO.....	10
2.7.3 CTO	10
2.7.4 Head of it.....	10

2.7.5 Head of design.....	11
2.7.6 Head of marketing	11
BAB III	12
LANDASAN TEORI.....	12
3.1 Desain	12
3.2 Motion.....	12
3.3 Media Sosial.....	12
3.4 Youtube	12
3.5 Instagram.....	13
BAB IV	14
DESKRIPSI PEKERJAAN.....	14
4.1 Penjelasan Pekerjaan.....	14
4.2 Posisi Dalam Pekerjaan.....	14
4.3 Briefing	14
4.3.1 <i>Motion logo</i>	15
4.3.2 <i>Motion Intro Podcast</i>	15
4.3.3 <i>Motion Intro versi panjang + Outro</i>	15
4.4 Software yang Digunakan.....	15
4.5 Proses perancangan <i>Motion Graphic Logo</i>	16
4.5.1 Membuat <i>Asset</i>	16
4.5.2 Proses <i>Editing</i>	17
4.5.3 <i>Final Pembuatan Motion Logo</i>	17
4.6 Proses Perancangan <i>Motion Intro</i>	18
4.6.1 <i>Brainstorming</i>	18
4.6.2 Membuat <i>Asset</i>	18
4.6.3 Proses <i>Editing</i>	19
4.6.4 <i>Final Pembuatan Motion Intro Konten</i>	19
4.7 Proses Perancangan <i>Motion Intro Versi Panjang + Outro</i>	20
4.7.1 <i>Brainstorming</i>	20
4.7.2 Proses <i>Editing</i>	20
4.7.3 <i>Final Pembuatan Motion Intro Versi Panjang + Outro</i>	21

BAB V.....	22
PENUTUP.....	22
5.1 Kesimpulan.....	22
5.2 Saran	22
DAFTAR PUSTAKA.....	24
LAMPIRAN 1 : Surat Balasan dari Perusahaan.....	25
LAMPIRAN 2 : Form-KP 5 Acuan Kerja.....	26
LAMPIRAN 3 : Form-KP 5 Garis Besar Rencana Kerja Mingguan	27
LAMPIRAN 4 : Form KP-6 Log Harian dan Catatan Perubahan Acuan Kerja....	28
LAMPIRAN 5 : Form KP-7 Kehadiran Kerja Praktik	29
LAMPIRAN 6 : Kartu Bimbingan Kerja Praktik.....	30
LAMPIRAN 7 : Biodata Penulis	31



UNIVERSITAS
Dinamika

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 <i>Briefing Motion logo</i>	15
Tabel 4.2 <i>Briefing Motion Intro</i>	15
Tabel 4.3 <i>Briefing</i> dari Perusahaan	15



UNIVERSITAS
Dinamika

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.2 Logo Perusahaan PT Nalanira Nuswantara Medika	8
Gambar 2.3 Lokasi PT Nalanira Nuswantara Medika	9
Gambar 4.1 Pembuatan <i>Asset</i>	16
Gambar 4.2 Proses <i>Editing</i>	17
Gambar 4.3 Hasil Akhir	17
Gambar 4.4 <i>Asset Intro</i>	18
Gambar 4.5 Proses <i>Editing Intro</i>	19
Gambar 4.6 Hasil Akhir <i>Intro</i>	19
Gambar 4.7 Proses <i>Editing Intro</i> Versi Panjang	20
Gambar 4.8 Hasil Akhir <i>Intro</i> Versi Panjang	21



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

PT Nalanira Nuswantara merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang layanan kesehatan dan berkomitmen untuk memberikan pelayanan terbaik bagi masyarakat. Dalam menjalankan usahanya, perusahaan tidak hanya fokus pada kualitas layanan secara langsung, tetapi juga pada pentingnya penyampaian informasi yang akurat dan mudah diakses oleh publik. Upaya untuk membangun citra perusahaan yang profesional dan terpercaya menuntut PT Nalanira Nuswantara untuk terus berinovasi, terutama dalam cara berkomunikasi dengan pelanggan dan calon pelanggan (Hamilku.id, 2022).

Seiring dengan perkembangan zaman, lanskap komunikasi telah bergeser secara signifikan ke ranah digital. Keberhasilan sebuah perusahaan kini turut diukur dari kemampuannya untuk hadir dan berinteraksi secara efektif di platform-platform modern, di mana sebagian besar target audiensnya berada. Menyadari hal ini, PT Nalanira Nuswantara melihat media sosial sebagai kanal strategis untuk menjangkau masyarakat luas, membangun komunitas, serta meningkatkan brand awareness secara efisien.

Namun, persaingan untuk mendapatkan perhatian audiens di media sosial sangatlah ketat. Konten yang disajikan harus mampu tampil menonjol dan menyampaikan pesan dalam waktu singkat. Tantangan ini memerlukan solusi kreatif yang lebih dari sekadar teks atau gambar statis. Di sinilah *Motion Graphic* atau grafis animasi memegang peranan penting. Sebagai media komunikasi visual yang dinamis, *Motion Graphic* memiliki kemampuan unggul untuk menyederhanakan informasi kesehatan yang seringkali kompleks, menyajikannya dalam format yang menarik, dan meningkatkan daya ingat audiens terhadap pesan yang disampaikan.

Oleh karena itu, untuk menjawab tantangan komunikasi digital dan mencapai tujuannya, PT Nalanira Nuswantara membutuhkan pengembangan materi promosi yang inovatif. Dibutuhkan peran kreatif untuk merancang dan memproduksi konten *Motion Graphic* yang akan diimplementasikan pada

platform media sosial perusahaan. Melalui Kerja Praktik ini, penulis mendapatkan kesempatan untuk mengisi peran tersebut, dengan tanggung jawab utama merancang konten animasi yang informatif dan menarik guna mendukung strategi komunikasi digital PT Nalanira Nuswantara Medika.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang diangkat adalah “Bagaimana merancang *Motion Graphic* yang efektif perusahaan PT Nalanira Nuswantara tersebut?”

1.3 Batasan Masalah

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

- 1.3.1 Perancangan konten berfokus pada *Motion Graphic* untuk kebutuhan promosi di media sosial PT Nalanira Nuswantara.
- 1.3.2 Format utama konten yang dirancang adalah format video singkat yang dioptimalkan untuk berbagai platform media sosial.
- 1.3.3 Perancangan tidak mencakup media promosi di luar media sosial, seperti media cetak (brosur, spanduk) atau media elektronik (iklan televisi).
- 1.3.4 Isi konten yang dirancang terbatas pada topik promosi dan edukasi mengenai layanan kesehatan yang dimiliki PT Nalanira Nuswantara.

1.4 Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah diatas, tujuan pelaksanaan Kerja Praktik di PT Nalanira Nuswantara Medika adalah merancang *Motion Graphic* yang efektif untuk sosial media.

1.5 Manfaat

Manfaat yang diperoleh selama melaksanakan Kerja Praktik di PT Nalanira Nuswantara Medika adalah sebagai berikut :

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 Nalanira Nuswantara Medika 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 Nalanira Nuswantara Medika
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. Nalanira Nuswantara Medika
 Alamat : Jl. Manyar Tirtoasri XI NO. 22, Menur
 Pumpungan, Kec. Sukolilo, Kota Surabaya,
 Jawa Timur, 60118
 Telepon : 0812-3453-4260
 E-Mail : doktersonny@gmail.com
 Website : Hamilku.id
 Hari Kerja : Senin-jumat
 Jam Kerja : 08.00-16.00

b. Periode

Tanggal Pelaksanaan : 10 Maret 2025-18 April 2025
 Waktu : Senin-Jumat, 08.00-16.00 (WFO dan WFH)

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 ditempatkan dalam pelaksanaan Kerja Praktik PT Nuansa Kreasi Konten Indonesia, 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 Nuansa Kreasi Konten Indonesia, 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 PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Perusahaan

PT. Nalanira Nuswantara Medika adalah sebuah perusahaan rintisan (*startup*) Indonesia yang bergerak di bidang teknologi kesehatan atau *health-tech*. Perusahaan ini didirikan oleh Dr. Sonny Fadli, Sp.OG., M.Ked.Klin., yang memiliki latar belakang sebagai dokter spesialis kebidanan dan kandungan sekaligus seorang akademisi di Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS). Keahlian ganda pendirinya menjadi landasan utama bagi perusahaan dalam mengembangkan solusi inovatif yang menggabungkan keilmuan medis dengan teknologi untuk menjawab tantangan kesehatan di masyarakat (Hamilku.id, 2022).

Produk utama yang menjadi fokus perusahaan adalah platform digital bernama Hamilku.ID. Platform ini dirancang khusus sebagai asisten digital bagi para ibu hamil di seluruh Indonesia. Fitur unggulannya adalah kemampuan untuk melakukan deteksi dini risiko kehamilan secara mandiri melalui digitalisasi Kartu Skor Poedji Rochjati (KSPR), sebuah metode skrining yang sudah teruji. Selain itu, Hamilku.ID juga menyediakan konten edukasi seputar kehamilan dan memfasilitasi pengguna untuk mendaftar konsultasi medis secara lebih mudah.

Pengembangan platform Hamilku.ID memiliki dasar riset yang kuat, di mana platform ini merupakan hasil dari penelitian ilmiah yang dilakukan dalam tesis master pendirinya di ITS. Hal ini menunjukkan pendekatan berbasis bukti yang digunakan perusahaan dalam menciptakan layanannya. Meskipun berfokus pada aplikasi kehamilan, pendaftaran merek dagang perusahaan mencakup spektrum layanan yang lebih luas, mengindikasikan adanya potensi pengembangan bisnis di masa depan ke dalam ekosistem layanan yang lebih komprehensif bagi ibu dan anak.

2.2 Profil Perusahaan

PT Nalanira Nuswantara Medika adalah perusahaan rintisan teknologi kesehatan (health-tech) yang berfokus pada inovasi untuk meningkatkan kualitas kesehatan ibu dan anak di Indonesia. Didirikan oleh Dr. Sonny Fadli, Sp. OG., M.Ked.Klin., seorang dokter spesialis kandungan sekaligus akademisi, perusahaan ini menggabungkan keahlian medis dengan kemajuan teknologi untuk menyediakan solusi kesehatan yang mudah diakses. Berbasis di Jawa Timur, perusahaan ini bertujuan untuk memberdayakan para ibu hamil melalui edukasi dan deteksi dini.

Produk utama dari PT Nalanira Nuswantara Medika adalah platform digital Hamilku.ID. Platform ini merupakan layanan berbasis aplikasi web yang dirancang sebagai asisten kehamilan digital. Hamilku.ID menyediakan fitur unggulan berupa skrining risiko kehamilan mandiri yang berbasis ilmiah, serta konten-konten edukasi dan fasilitas untuk pendaftaran konsultasi medis (Hamilku.id, 2022)

Berikut adalah beberapa informasi mengenai identitas dari PT Nalanira Nuswantara Medika:

Nama Perusahaan	: PT. Nalanira Nuswantara Medika
Alamat	: Jl. Manyar Tirtoasri XI NO. 22, Menur Pumpungan, Kec. Sukolilo, Kota Surabaya, Jawa Timur, 60118
Telepon	: 0812-3453-4260
E-Mail	: doktersonny@gmail.com
Website	: Hamilku.id
Hari Kerja	: Senin-jumat
Jam Kerja	: 08.00-16.00

2.3 Visi dan Misi

Visi :

Menjadi pelopor inovasi teknologi kesehatan di Indonesia yang terdepan dalam upaya menekan angka kematian ibu dan bayi, serta mewujudkan generasi

masa depan yang sehat dan berkualitas melalui pemberdayaan perempuan dan akses kesehatan yang merata (Hamilku.id, 2022).

Misi :

1. Mengembangkan Solusi Digital Inovatif: Menciptakan dan mengembangkan platform teknologi seperti Hamilku.ID yang mudah diakses dan digunakan untuk memberikan edukasi, fasilitas deteksi dini risiko, dan kemudahan akses layanan kesehatan bagi ibu hamil.
2. Meningkatkan Literasi Kesehatan: Secara aktif menyediakan konten edukasi yang akurat, relevan, dan mudah dipahami untuk meningkatkan pengetahuan dan kesadaran ibu hamil mengenai pentingnya menjaga kesehatan selama masa kehamilan dan persalinan.
3. Memperkuat Ekosistem Kesehatan Ibu dan Anak: Membangun kemitraan strategis dengan para profesional kesehatan (dokter, bidan), fasilitas kesehatan, dan komunitas untuk menciptakan sistem pendukung yang terintegrasi dan komprehensif bagi para ibu.
4. Mendorong Pencegahan Berbasis Data: Memanfaatkan data dan teknologi untuk mengembangkan metode skrining dan deteksi risiko yang lebih efektif, sehingga intervensi dapat dilakukan sedini mungkin untuk mencegah komplikasi kehamilan (Hamilku.id, 2022).

2.4 Logo Perusahaan



Gambar 2.2 Logo Perusahaan PT Nalanira Nuswantara Medika

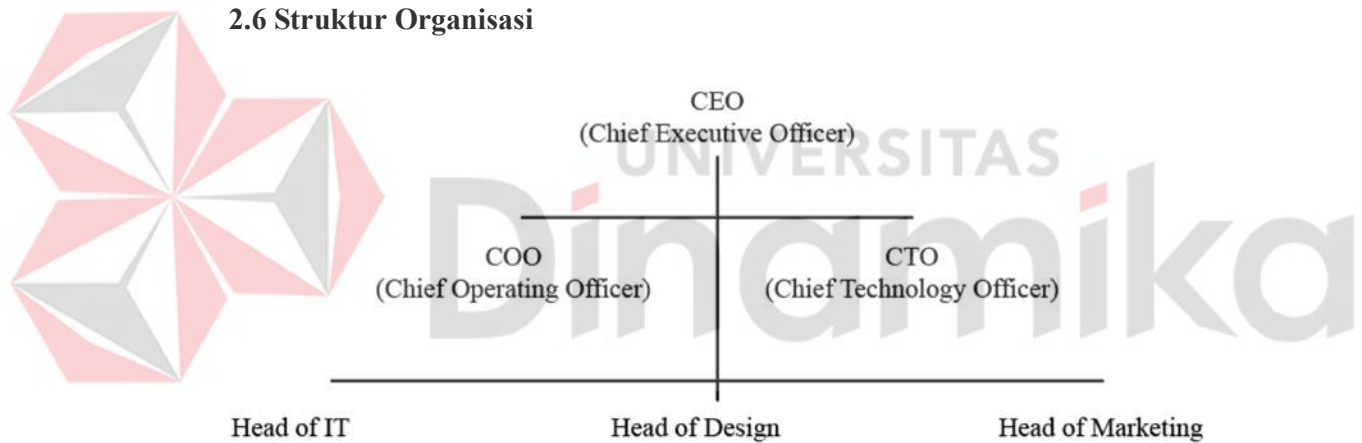
(Sumber: Berkas Perusahaan, 2025)

2.5 Lokasi PT Nalanira Nuswantara Medika



Gambar 2.3 Lokasi PT Nalanira Nuswantara Medika
(Sumber: Dokumentasi Intern dan Penulis, April 2025)

2.6 Struktur Organisasi



Gambar 2.4 Susunan Kepengurusan PT Nalanira Nuswantara Medika
(Sumber: Berkas Perusahaan, 2025)

2.7 Deskripsi Pekerjaan

Deskripsi susunan kepengurusan PT Nalanira Nuswantara Medika adalah sebagai berikut :

2.7.1 CEO

CEO merupakan pemimpin perusahaan yang menetapkan visi strategis dan arah jangka panjang bisnis. Ia bertanggung jawab atas pengambilan keputusan besar dan menjadi representasi utama perusahaan ke publik, investor, dan mitra. CEO memastikan semua divisi bergerak sejalan dengan tujuan perusahaan secara holistik.

2.7.2 COO

COO mengatur dan mengawasi operasional harian agar berjalan efisien dan selaras dengan strategi perusahaan. Ia menerjemahkan visi CEO ke dalam aktivitas nyata, dari manajemen tim hingga distribusi sumber daya. Posisi ini menjadi penghubung kunci antara perencanaan dan pelaksanaan.

2.7.3 CTO

CTO berfokus pada inovasi teknologi serta pengembangan produk digital atau sistem informasi. Ia memimpin tim IT dan memastikan infrastruktur digital mendukung pertumbuhan bisnis. CTO juga bertanggung jawab atas keamanan, efisiensi, dan skalabilitas teknologi perusahaan.

2.7.4 Head of it

Head of it mengelola operasional teknis di bidang teknologi informasi sehari-hari, termasuk jaringan, perangkat keras, dan keamanan data. Ia memastikan sistem berjalan lancar dan mendukung produktivitas tim. *Head of it* juga berkoordinasi dengan CTO untuk pelaksanaan kebijakan teknologi.

2.7.5 Head of design

Head of design memimpin tim kreatif dalam menghasilkan desain visual yang sesuai dengan identitas dan pesan perusahaan. Ia mengawasi kualitas estetika, konsistensi brand, dan inovasi desain di berbagai platform. Perannya sangat penting dalam membangun daya tarik visual dan pengalaman pengguna.

2.7.6 Head of marketing

Head of marketing bertanggung jawab atas strategi promosi, komunikasi, dan pertumbuhan pasar perusahaan. Ia menyusun kampanye yang memperkuat brand dan menjangkau target audiens secara efektif. Posisi ini berperan besar dalam membentuk persepsi publik dan meningkatkan penjualan.



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB III

LANDASAN TEORI

3.1 Desain

Desain adalah proses perancangan yang melibatkan kreativitas manusia yang bertujuan membuat suatu benda, sistem, dan sejenisnya yang memiliki manfaat bagi umat manusia. Aktivitas yang termasuk dalam desain antara lain desain industri, desain interior, arsitektur, desain produk, desain grafis, dan profesi-profesi lainnya (Anindita & Riyanti, 2016).

3.2 Motion

Motion Graphic adalah media dalam bentuk visual yang menggabungkan antara desain grafis dan film dengan menambahkan berbagai elemen dasar yang berbeda seperti desain objek 2 dimensi, desain objek 3 dimensi, animasi, ilustrasi, fotografi, video, musik, dan tipografi (Fujianto & Antoni, 2020).

3.3 Media Sosial

Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia (Guntoro et al., 2022).

3.4 Youtube

Youtube adalah sebuah situs *website* media sharing video online terbesar dan paling populer di dunia internet. Saat ini pengguna *youtube* tersebar di seluruh dunia dari berbagai kalangan usia, dari tingkat anak-anak sampai dewasa. Para pengguna *youtube* dapat mengupload video, search video, menonton video, diskusi/tanya jawab tentang video dan sekaligus berbagi klip video secara gratis (Wahyuni et al., 2024).

3.5 Instagram

Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik *Instagram* sendiri. *Instagram* berdiri pada tahun 2010 dan didirikan oleh dua bersahabat Kevin Systrom dan Mike Krieger. Tujuan umum dari *Instagram* itu sendiri salah satunya yakni sebagai sarana kegemaran dari masing-masing individu yang ingin mempublikasikan kegiatan, barang, tempat atau pun dirinya sendiri kedalam bentuk foto. Hal tersebut menjadi menarik jika dikaitkan dengan konsep eksistensi remaja dalam *instagram*, apakah menggunakan sebagai ajang pamer atau yang lainnya (Mahendra, 2017).



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB IV

DESKRIPSI PEKERJAAN

4.1 Penjelasan Pekerjaan

Penulis menjalani Kerja Praktik sebagai *intern Motion Graphic Designer* Intern di PT Nalanira Nuswantara Medika, khususnya pada Divisi Social Media. Penulis bertanggung jawab dalam proses perancangan dan produksi konten visual bergerak (*Motion Graphic*) untuk mendukung strategi komunikasi digital perusahaan, terutama untuk media sosial *Instagram @hamilku.id*.

4.2 Posisi Dalam Pekerjaan

Selama periode Kerja Praktik, penulis ditempatkan pada posisi *Motion Graphic Designer Intern* di bawah naungan Divisi Social Media PT Nalanira Nuswantara Medika. Posisi ini memiliki tanggung jawab sentral dalam mengubah konsep dan informasi kesehatan menjadi konten video animasi yang mudah dipahami oleh audiens di platform *Instagram @hamilku.id* dan *Youtube*.

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. *Motion logo* Nalanira
2. *Motion intro podcast*
3. *Motion intro* versi panjang + *outro*

4.3.1 Motion logo

Tabel 4.1 Briefing Motion logo

No.	Aspek	Briefing
1.	Logo	Menampilkan logo asli Hamilku.id
2.	Warna	Pink, Hijau, Putih
3.	Dimensi	Full HD <i>landscape</i>

4.3.2 Motion Intro Podcast

Tabel 4.2 Briefing Motion Intro

No.	Aspek	Briefing
1.	Warna	Pink, Hijau, Putih
2.	Dimensi	Full HD <i>landscape</i>
3.	Logo	Menampilkan logo asli Hamilku.id dan elemen <i>podcast</i>
4.	Script	Menampilkan <i>motion intro</i> di awal, menampilkan tulisan “Hamilku.id Podcast”

4.3.3 Motion Intro versi panjang + Outro

Tabel 4.3 Briefing dari Perusahaan

No.	Aspek	Briefing
1.	Warna	Pink, Hijau, Putih
2.	Dimensi	Full HD <i>landscape</i>
3.	Script	<i>Intro</i> :Menampilkan <i>motion intro</i> di awal, kemudian menampilkan beberapa cuplika video <i>podcast</i> sebelumnya, kemudian menampilkan tulisan “hamilku.id Podcast” <i>Outro</i> : Menampilkan <i>motion logo</i> , menampilkan logo <i>subscribe</i>
4.	Logo	Menampilkan logo asli Hamilku.id dan elemen <i>podcast</i>

4.4 Software yang Digunakan

Dalam proses pengerjaan materi visual, penulis mengandalkan alur kerja yang efisien dengan memanfaatkan kombinasi perangkat lunak desain dan aplikasi penyuntingan video. Untuk tahap awal, seluruh *asset* visual seperti ikon, ilustrasi, dan elemen grafis lainnya dirancang menggunakan *Adobe illustrator*

untuk memastikan kualitas gambar yang tajam dan fleksibel. Setelah semua *asset* siap, proses animasi dan penyuntingan video dilakukan sepenuhnya menggunakan *Capcut*. Aplikasi ini dipilih karena kemampuannya untuk menganimasikan elemen-elemen grafis, menggabungkan klip, menambahkan teks bergerak, musik, serta efek transisi secara cepat dan praktis, sehingga sangat efektif untuk memproduksi konten *Motion Graphic* yang ditujukan bagi platform media sosial seperti *Instagram Reels* dan *Youtube*.

4.5 Proses perancangan *Motion Graphic* Logo

4.5.1 Membuat *Asset*

Sebelum memulai proses pembuatan *motion logo*, terlebih dahulu dilakukan pembuatan *asset* grafis di *Adobe illustrator*. *Asset* ini mencakup elemen visual seperti logo, ikon, dan ilustrasi yang akan dianimasikan. Dengan *asset* yang telah siap, proses animasi dapat berjalan lebih efisien dan sesuai dengan konsep desain yang diinginkan.



Gambar 4.1 Pembuatan *Asset*

(Sumber: Berkas Penulis, 2025)

4.5.2 Proses *Editing*

Setelah *asset* tersebut dibuat, semua *asset* tersebut digabungkan menjadi satu video *motion logo* menggunakan aplikasi *Capcut* agar terlihat lebih menarik. Setelah pengeditan video selesai, hasilnya langsung diserahkan kepada mentor.

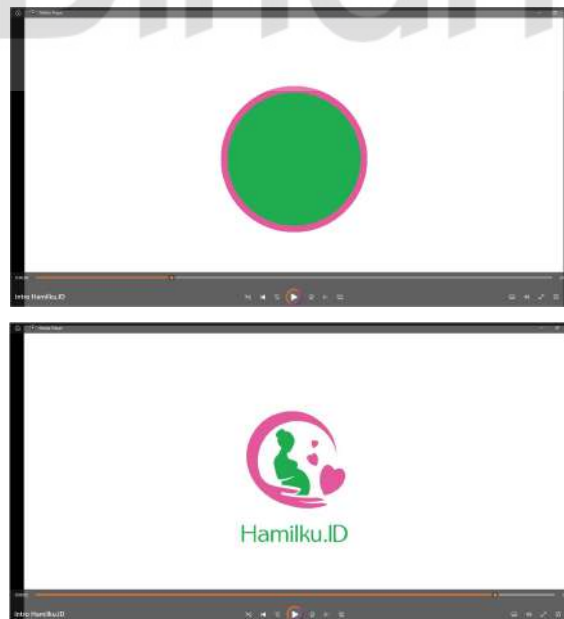


Gambar 4.2 Proses *Editing*

(Sumber: Berkas Penulis, 2024)

4.5.3 *Final Pembuatan Motion Logo*

Motion *logo* yang telah selesai melalui proses *editing* akan diperiksa oleh tim desain dan mentor lalu kemudian digunakan dalam proyek berikutnya dan di sosial media.



Gambar 4.3 Hasil Akhir

(Sumber: Berkas Penulis, 2025)

4.6 Proses Perancangan *Motion Intro*

4.6.1 *Brainstorming*

Proses awal pembuatan *motion logo* dimulai dengan diskusi bersama tim untuk menyelaraskan visi dan konsep yang akan digunakan. Setelah itu, dilakukan pencarian referensi sebagai bahan inspirasi dan acuan gaya visual. Tahap selanjutnya adalah *me-review intro* yang lama untuk mengevaluasi kekuatan serta kelemahannya sebagai dasar pengembangan versi terbaru.

4.6.2 *Membuat Asset*

Pembuatan *motion logo* diawali dengan pembuatan *asset* grafis menggunakan *Adobe illustrator* sebagai langkah persiapan visual. *Asset* yang dibuat meliputi logo, ilustrasi, dan elemen desain lain yang akan digunakan dalam animasi. Dengan *asset* yang telah siap dan sesuai kebutuhan, proses animasi dapat dilakukan secara lebih efisien dan terstruktur.

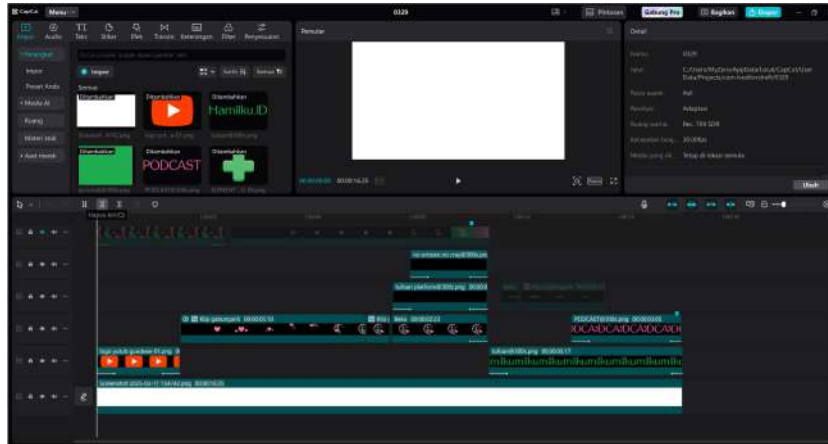


Gambar 4.4 *Asset Intro*

(Sumber: Berkas Penulis, 2024)

4.6.3 Proses *Editing*

Setelah *asset* tersebut dibuat, semua *asset* tersebut digabungkan menjadi satu video *intro* menggunakan aplikasi *Capcut* agar terlihat lebih menarik. Setelah pengeditan video selesai, hasilnya langsung diserahkan kepada mentor.

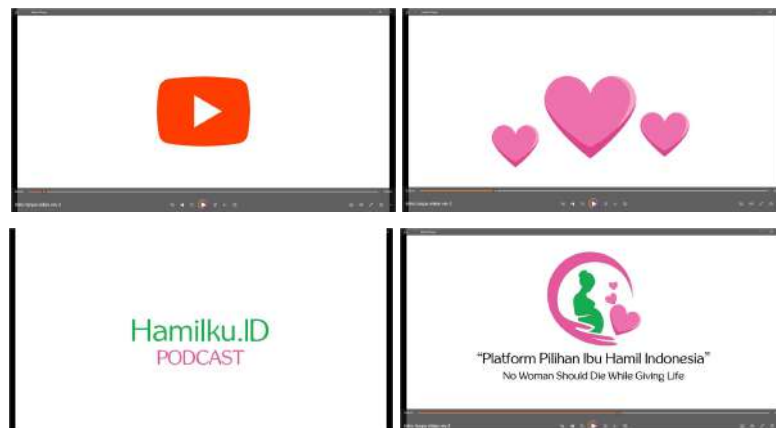


Gambar 4.5 Proses *Editing Intro*

(Sumber: Berkas Penulis, 2025)

4.6.4 Final Pembuatan *Motion Intro* Konten

Intro yang telah melalui proses *editing* akan ditinjau kembali oleh tim desain dan mentor untuk memastikan kualitas dan kesesuaiannya. Hasil akhir yang telah disetujui kemudian siap digunakan dalam proyek-proyek mendatang sebagai materi pembuka. Selain itu, *intro* tersebut akan dipublikasikan di media sosial untuk memperkuat identitas visual dan keterlibatan audiens.



Gambar 4.6 Hasil Akhir *Intro*

(Sumber: Berkas Penulis, 2025)

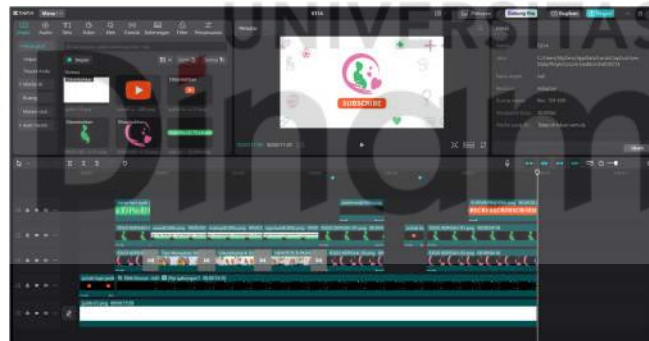
4.7 Proses Perancangan *Motion Intro* Versi Panjang + *Outro*

4.7.1 *Brainstorming*

Proses awal pembuatan *motion logo* dimulai dengan diskusi bersama tim untuk menyelaraskan visi dan konsep yang akan digunakan. Setelah itu, dilakukan pencarian referensi sebagai bahan inspirasi dan acuan gaya visual. Tahap selanjutnya adalah mereview *intro* yang lama untuk mengevaluasi kekuatan serta kelemahannya sebagai dasar pengembangan versi terbaru.

4.7.2 Proses *Editing*

Pada proses membuat *motion intro* versi panjang sekaligus *outro* ini tidak melakukan pembuatan *asset* karena menggunakan *asset* yang sudah dibuat di video sebelumnya. Proses pembuat *outro* menggunakan aplikasi *Capcut* agar terlihat lebih menarik. Setelah pengeditan video selesai, hasilnya langsung diserahkan kepada mentor.



Gambar 4.7 Proses *Editing Intro* Versi Panjang

(Sumber: Berkas Penulis, 2025)

4.7.3 Final Pembuatan *Motion Intro* Versi Panjang + *Outro*

Intro yang telah melalui proses *editing* akan ditinjau kembali oleh tim desain dan mentor untuk memastikan kualitas dan kesesuaiannya. Hasil akhir yang telah disetujui kemudian siap digunakan dalam proyek-proyek mendatang sebagai materi pembuka. Selain itu, *intro* tersebut akan dipublikasikan di media sosial untuk memperkuat identitas visual dan keterlibatan audiens.



Gambar 4.8 Hasil Akhir *Intro* Versi Panjang

(Sumber: Berkas Penulis, 2025)

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Kerja Praktik yang dilaksanakan di PT Nalanira Nuswantara Medika sebagai *Motion Graphic Designer Intern* telah berhasil mencapai tujuannya, yaitu merancang konten *Motion Graphic* yang efektif dan menarik untuk kebutuhan promosi di media sosial perusahaan, khususnya untuk platform Hamilku.ID. Proses perancangan ini menjawab kebutuhan perusahaan untuk meningkatkan kualitas komunikasi digital di tengah persaingan media sosial yang ketat. Penulis telah berhasil menyelesaikan seluruh tugas yang diberikan, mulai dari tahap *briefing*, pembuatan *asset* visual menggunakan *Adobe illustrator*, hingga proses penyuntingan dan animasi menggunakan *Capcut*. Hasil akhir dari Kerja Praktik ini adalah produk-produk *Motion Graphic* yang konkret dan siap pakai, meliputi *motion logo*, *motion intro podcast*, serta *motion intro* versi panjang dan *outro* untuk digunakan pada media sosial *Instagram* dan *Youtube @hamilku.id*. Melalui pelaksanaan Kerja Praktik ini, penulis tidak hanya menerapkan ilmu desain komunikasi visual secara langsung di lingkungan kerja profesional, tetapi juga mendapatkan pengalaman, wawasan baru, dan pemahaman mengenai alur kerja di industri kreatif.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil dan proses Kerja Praktik yang telah dilakukan, beberapa saran dapat dirumuskan. Bagi PT Nalanira Nuswantara Medika, disarankan agar *asset Motion Graphic* yang telah dibuat, seperti logo, *intro*, dan *outro*, dapat diimplementasikan secara konsisten pada seluruh konten video Hamilku.ID untuk membangun identitas visual yang kuat dan profesional di media sosial. Perusahaan juga dapat mengembangkan variasi konten *Motion Graphic* lebih lanjut, tidak hanya sebagai elemen pembuka dan penutup, tetapi juga untuk menyajikan konten edukasi kesehatan sehingga informasi yang kompleks menjadi lebih menarik dan mudah dipahami oleh audiens. Penting pula untuk melakukan evaluasi berkala terhadap performa konten guna mengukur tingkat keterlibatan

audiens dan efektivitasnya. Sementara itu, untuk Universitas Dinamika, disarankan untuk terus menjalin kerja sama dengan berbagai industri relevan guna memperluas kesempatan magang bagi mahasiswa. Selain itu, materi perkuliahan, khususnya yang berkaitan dengan media digital, sebaiknya terus diperbarui sesuai dengan perkembangan tren dan perangkat lunak yang umum digunakan di industri saat ini.



UNIVERSITAS
Dinamika

DAFTAR PUSTAKA

- Anindita, M., & Riyanti, M. T. (2016). Tren Flat Design Dalam Desain Komunikasi Visual. *Jurnal Dimensi DKV Seni Rupa Dan Desain*, 1(1), 1–14. <https://doi.org/10.25105/jdd.v1i1.1816>
- Fujianto, R. Z., & Antoni, C. (2020). Produksi Dan Efektivitas Motion Graphic Sebagai Media Promosi Zetizen Batam Pos. *Journal of Digital Education, Communication, and Arts (Deca)*, 3(02), 104–123. <https://doi.org/10.30871/deca.v3i2.2202>
- Guntoro, H., Rikardo, D., Amirullah, Fahrisoni, A., & Suarsana, I. P. (2022). Analisa Hubungan Kebersihan Cargo Bilges dengan Cargo Hold dalam Mendukung Kelancaran Proses Bongkar Muat. *Journal Marine Inside*, 1(2), 1–32. <https://doi.org/10.56943/ejmi.v1i2.9>
- Hamilku.id. (2022). *Hamilku.id*. <https://hamilku.id/>
- Mahendra, B. (2017). Eksistensi Sosial Remaja dalam Instagram. *Jurnal Visi Komunikasi*, 16(01), 151–160. www.frans.co.id
- Wahyuni, W., Helmi, H., Irmawati, I., & Fitri, F. (2024). Efektivitas Penggunaan YouTube Sebagai Media Pembelajaran Matematika. *Jurnal Konatif: Jurnal Ilmiah Pendidikan*, 2(1), 1–14. <https://doi.org/10.62203/jkkip.v2i1.21>