

## Implementasi Layout Desain Grafis pada Konten *Fanpage Gameqoo* di Diarium Internal Telkom

Aulia Berliani\*, Yenni Yuniati

Prodi Jurnalistik, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

\*auliarberliani@gmail.com, yennyuniati@unisba.ac.id

**Abstract.** PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk (Telkom) is a State Owned Enterprise State-owned enterprises (BUMN) engaged in information technology services and communication (ICT) and telecommunications networks in Indonesia. In an attempt transformed into a digital telecommunication company, TelkomGroup implement the company's business and operational strategies that customer-oriented (customer-oriented). The transformation will make the TelkomGroup organization more lean (lean) and agile (agile) in adapting to changes in the telecommunications industry which is going very fast. For 6 months undergoing a certified internship with an independent campus and PT Telkom Indonesia as a partner, is a challenge for the participants to help partners (companies/startups/communities) to work on graphic design needs. Participants will be equipped with the ability Design Testing, Design Evaluation, Design UI/UX and others. Besides Therefore, participants will be given hands-on experience in a team to create several marketing campaigns that require design needs. This program has a mission, namely to improve work abilities/skills and job readiness for participants by equipping (soft skills, graphic design, UI/UX, layout design, problem analysis, etc.), provide experience as a graphic designer and connect participants to partners company for job opportunities. Participants are given the opportunity to learn about workflows, job desks and others for 2 weeks, then the remaining 22 weeks are used for real project work on partners.

**Keywords:** *Certified Internship, Design, Skill, Telkom.*

**Abstrak.** PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk (Telkom) adalah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak di bidang jasa layanan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) dan jaringan telekomunikasi di Indonesia. Dalam upaya bertransformasi menjadi digital telecommunication company, TelkomGroup mengimplementasikan strategi bisnis dan operasional perusahaan yang berorientasi kepada pelanggan (customer-oriented). Transformasi tersebut akan membuat organisasi TelkomGroup menjadi lebih lean (ramping) dan agile (lincah) dalam beradaptasi dengan perubahan industri telekomunikasi yang berlangsung sangat cepat. Selama 6 bulan menjalani magang bersertifikat bersama kampus merdeka dan PT Telkom Indonesia sebagai mitra, merupakan tantangan tersendiri bagi para peserta untuk membantu mitra (perusahaan/startup/komunitas) untuk mengerjakan kebutuhan desain grafis. Peserta akan dilengkapi dengan kemampuan Desain Testing, Desain Evaluation, Desain UI/UX serta yang lain-lain. Selain itu, peserta akan diberikan pengalaman langsung didalam sebuah tim untuk membuat beberapa campaign marketing yang memerlukan kebutuhan desain. Program ini memiliki misi yaitu meningkatkan kemampuan kerja/skill dan kesiapan kerja bagi peserta dengan membekali (soft skill, desain grafis, desain UI/UX, desain layout, problem analysis dan lain-lain), memberikan pengalaman sebagai desainer grafis dan menghubungkan peserta ke mitra perusahaan untuk peluang kerja. Peserta diberikan kesempatan untuk belajar mengenai workflow, jobdesk dan lain-lain selama 2 minggu, kemudian sisa 22 minggu digunakan untuk pengerjaan proyek nyata pada mitra.

**Kata Kunci:** *Magang Bersertifikat, Desain, Skill, Telkom.*

## A. Pendahuluan

Pada era industri 4.0 saat ini berbagai macam aspek kegiatan manusia sangat dipengaruhi oleh teknologi, termasuk pada aspek perusahaan. Kegiatan perkantoran saat ini sangat melibatkan berbagai macam inovasi teknologi dalam pelaksanaannya. Khususnya pada masa Pandemi Covid-19 yang telah melanda dunia termasuk Indonesia sejak Februari 2019, membuat segala kegiatan masyarakat dibatasi karena meminimalisir penyebaran virus dengan cara membatasi kontak fisik secara langsung. Bahkan untuk sektor perkantoran sendiri, yaitu kegiatan pekerjaan yang dibatasi dengan diberlakukannya WFH (Work from home). Hal ini membuat pengimplementasian teknologi yang sangat menunjang demi keberlangsungan pekerjaan yang efektif meskipun hanya dapat terlaksana secara daring atau dalam jaringan.

Atas kondisi tersebut, Direktorat Pembelajaran dan Kemahasiswaan, Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi kembali mengadakan Program magang dan studi independen bersertifikat (MSIB). Program magang dan studi independen bersertifikat (MSIB) ini merupakan bagian dari Program Kampus Merdeka yang bertujuan untuk memberikan kesempatan bagi mahasiswa untuk belajar dan mengembangkan diri melalui aktivitas di luar kelas perkuliahan. Program ini dibuat dengan tujuan untuk memberikan pengalaman yang cukup kepada mahasiswa, pembelajaran langsung di tempat kerja (*experiential learning*).

Selain untuk memberikan pengalaman yang cukup kepada mahasiswa, pembelajaran langsung di tempat kerja (*experiential learning*), mahasiswa yang mengikuti Program magang dan studi independen bersertifikat (MSIB) ini juga, Selama magang mahasiswa akan mendapatkan *hard skills* (keterampilan, *complex problem solving*, *analytical skills*, dsb.), maupun *soft skills* (etika profesi/kerja, komunikasi, kerjasama, dsb.), sehingga diharapkan kelak setelah terlaksananya program ini, mahasiswa bisa mendapatkan berbagai macam ilmu yang bermanfaat serta pengalaman langsung yang belum didapatkannya di dalam kelas perkuliahan.

Perusahaan yang menjadi sasaran program magang dan studi independen bersertifikat (MSIB) yang penulis lakukan adalah PT. Telkom Indonesia dan penulis ditempatkan pada anak perusahaan dibidang Tribe Video Game Ads yaitu GameQoo. GameQoo merupakan nama merek platform streaming Cloud Gaming dari telkom indonesia yang memungkinkan game PC kelas atas dimainkan di perangkat apa pun (IPC, IPTV, Seluler) dengan hampir semua koneksi internet. Dengan Platform ini, gamers dapat memainkan game-game berkualitas dan berlisensi resmi dari berbagai publisher ternama dunia secara optimal dengan device berspesifikasi low-end sekalipun.

Penulis mengamati situasi yang ada di GameQoo berdasarkan Implementasi pada teknologi informasi dan komunikasi di perusahaan ini. GameQoo merupakan salah satu perusahaan yang memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi dalam mempromosikan produknya. Melalui beberapa channel yang digunakan, seperti media sosial instagram, website, youtube, facebook, dan juga yang terbaru yaitu media diarium internal karyawan Telkom. Biasanya channel diarium hanya dipakai sebagai media absensi, catatan laporan kinerja, dan penyebaran informasi untuk seluruh karyawan internal Telkom Indonesia. Namun GameQoo mencoba untuk memanfaatkan fasilitas yang telah disediakan oleh perusahaan yaitu fanpage bagi setiap anak perusahaan.

Dalam hal tersebut perusahaan GameQoo membutuhkan SDM untuk mengelola media yang baru digunakan tersebut. Pada akhirnya penulis dan empat rekan magang penulis di tempatkan pada channel Diarium, dua Orang sebagai tim marketing dan tiga orang lagi sebagai tim desainer. Penulis dan rekan penulis saling berkolaborasi dalam membangun brand awareness pada produk yang ditawarkan oleh GameQoo dikarenakan GameQoo itu sendiri merupakan perusahaan baru dari PT Telkom indonesia. Dalam hal tersebut diharapkan dengan memanfaatkan channel diarium, setidaknya dimulai dari seluruh karyawan internal perusahaan terlebih dahulu yang mengetahui, dan juga mengenal produk dari GameQoo.

Dalam Pengaplikasiannya, dibutuhkan kerjasama tim dalam membangun konten yang dapat menarik khalayak, agar tujuan utama penggunaan media diarium terlaksana yaitu untuk membangun brand awareness perusahaan. Brand awareness merupakan kemampuan khalayak untuk langsung mengenali dan mengingat suatu merek hanya dengan melihat sesuatu, seperti logo, warna, icon yang dapat menggambarkan identitas suatu merek, brand, maupun

perusahaan. Kemampuan khalayak dalam mengenali suatu merek merupakan faktor utama yang dapat menjadikan perilaku konsumen saat mengambil keputusan pada saat melakukan suatu pembelian.

Penulis dan rekan penulis mendiskusikan hal apa atau konten apa yang akan di publish untuk mencapai tujuan tersebut. Kami membuat target bulanan dan juga diturunkan lagi dalam bentuk target mingguan. Target dan tujuan tersebut dirancang dan penulis implementasikan dalam sebuah layouting desain grafis dari data dan juga ide konten yang sudah dirancang. Diawali dari mencari referensi yang sesuai lalu di dibuatkan aset-aset desain yang artistik, tidak hanya artistik atau enak dipandang desain tersebut harus memiliki komposisi, warna, font, ukuran, garis, logo dan juga gambar yang pas sesuai guideline desain perusahaan. Penyampaian isi konten perlu komunikatif agar dapat memudahkan pembaca menerima dan menikmati informasi yang disajikan.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka mendorong penulis untuk berkontribusi dalam penulisan laporan ini. Adapun yang menjadi judul penulisan yaitu “IMPLEMENTASI LAYOUT DESAIN GRAFIS PADA KONTEN FANPAGE GAMEQOO DI DIARIUM INTERNAL TELKOM”

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka dapat diambil fokus penelitian yaitu bagaimanakah Implementasi layout desain grafis pada konten fanpage GameQoo di Diarium Internal Telkom. Maka pertanyaan penelitian dalam penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana pelaksanaan kegiatan layouting konten fanpage GameQoo di diarium internal Telkom?
2. Bagaimana hasil dari implementasi layout desain grafis pada konten fanpage GameQoo di diarium internal Telkom?

## **B. Metodologi Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Metode penelitian kualitatif bertujuan untuk menjelaskan fenomena yang terjadi melalui pengumpulan data secara mendalam. Metode ini tidak mengutamakan besarnya populasi atau sampling, serta hasil yang disajikan tidak dalam bentuk angka. Bogdan dan Taylor (dalam Moleong, 2018:3) menjelaskan bahwa metode penelitian kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif dalam bentuk tertulis atau lisan dari objek yang diamati. Menurut Sugiyono (2018:213) metode penelitian kualitatif merupakan metode penelitian yang memiliki landasan filsafat, serta digunakan untuk meneliti pada suatu kondisi ilmiah (eksperimen) dimana peneliti sebagai instrumen.

Adapun jenis penelitian ini bersifat deskriptif, penelitian deskriptif sendiri merupakan suatu penelitian yang dilakukan dengan tujuan utama untuk memberikan gambaran maupun deskripsi tentang suatu keadaan atau sinlasi secara objektif. Sugiyono (2018:69) menjelaskan bahwa penelitian deskriptif bermaksud untuk memberikan gambaran mengenai suatu gejala sosial tertentu yang menjadi fokus perhatian yang ingin dijelaskan. Jenis penelitian deskriptif ini bertujuan untuk membuat deskripsi secara sistematis tentang fakta - fakta serta fenomena - fenomena dari objek yang diteliti. Penulis menggunakan jenis penelitian deskriptif untuk menjelaskan masalah yang kemudian diklasifikasikan, sehingga dapat diambil suatu kesimpulan.

## **C. Hasil Penelitian dan Pembahasan**

### **Deskripsi Pelaksanaan Kegiatan Layouting Konten *Fanpage GameQoo* di Diarium Internal Telkom**

Proses Kegiatan *Layouting Design* ada dua yaitu Pra Produksi, Produksi, dan Paska Produksi. Pra Produksi adalah merencanakan strategi konsep campaign dan membuat ide-ide konsep visual yang disusun serta disimpulkan dengan tujuan yaitu memberi kesadaran kepada khalayak akan keberadaan perusahaan game streaming GameQoo. Sebagai daya tarik dalam mengangkat pesan agar tepat sasaran dan berfungsi secara optimal untuk mencapai tujuan konsep promosi tersebut.

Produksi dalam proses produksi penulis akan menerima brief naskah iklan dari tim marketing yang ada dalam konten kalender yang telah disepakati semua pihak. Setelah menerima naskah iklan penulis menentukan layout, pewarnaan, font, pemilihan ilustrasi, dan tata letak yang akan digunakan dalam sebuah campaign menggunakan software adobe illustrator dan adobe photoshop dan juga gambar asset dari hasil pemotretan.

Pasca Produksi Dalam pasca produksi penulis melakukan quality check yang diberikan kepada lead marketing dan juga atasan graphic designer. Setelah melakukan quality check apabila design dan copywriting sudah approve maka konten campaign siap untuk di publikasikan.

1. Penjadwalan dan Strategi Promosi

Penentuan frekuensi beriklan pada fanpage gameqoo di diarium berdasarkan perumusan estimasi frekuensi yang sudah dibuat menghasilkan 5+, itu berarti iklan akan di publikasikan lebih dari lima kali untuk menjangkau khalayak secara optimal. Strategi penjadwalan yang digunakan adalah continuity yaitu iklan yang muncul secara dan pada saat tertentu publikasi akan meningkat.

2. Pemilihan Media

Media yang dipilih yaitu media diarium internal Telkom. Media ini yang dipilih sebagai media promosi untuk mengenalkan produk yang dimana dapat menjangkau target marketing campaign tersebut yaitu seluruh karyawan PT Telkom Indonesia.

### **Hasil Implementasi Layout Desain Grafis pada Konten Fanpage GameQoo di Darium Internal Telkom**

Campaign #gameqooiz

1. Font: Nunito, Cocogoose, Monsterat
2. Ukuran: 1200 x 628 px
3. Warna: Merah gelap, Merah, Oren, Putih
4. Layout: Rebus layout

Pemilihan media promosi e-flyer dinilai efektif dalam menyampaikan suatu informasi, disini peneliti membuat desain e-flyer peneliti memberikan ilustrasi kado dan gamepad karena campaign GameQooiz ini bertujuan untuk memberikan gamepad gratis bagi yang khalayak yang menjawab secara cepat dan tepat. Campaign ini diposting setiap hari secara berkala pada jam 10 pagi dalam jangka waktu satu bulan. Pemilihan warna merah, kuning, oranye juga memberikan kesan yang playful dan sesuai brand identity pada perusahaan GameQoo ini. Nantinya e-flyer ini di tayangkan pada halaman depan dari media diarium disana terlihat sangat strategi karena pemilihan jam yang tepat pada saat karyawan membuka aplikasi tersebut untuk absen kantor ataupun keperluan pekerjaan lainnya.

Campaign Beta Tester

1. Font: Nunito, Cocogoose, Monsterat
2. Ukuran: 1080 x 1080 px
3. Warna: Merah, Oren, Putih, Ungu
4. Layout: Rebus layout
5. Ukuran: 1200 x 628 px

GameQoo Cloud Gaming mengadakan Campaign Beta Tester untuk mengajak para pelanggan dan pengguna baru untuk mencoba GameQoo pada handphone lewat aplikasi Dunia Games. Setiap pemberian feedback dari pengguna akan dipilih feedback terbaik dan memenangkan hadiah. Campaign ini diposting setiap hari secara berkala dalam jangka waktu satu bulan.

Peneliti memberikan ilustrasi gamepad, dan handphone yang menampilkan game Disney yang merupakan produk dari GameQoo itu sendiri. Peneliti juga memberikan highlight pada beberapa tulisan yang ingin di tonjolkan yaitu pada keterangan periode, link pendaftaran, dan juga pada teks android only (karena ditujukan untuk pengguna hanphone android). Pemilihan warna merah, oren, putih, ungu juga memberikan kesan yang playful, gaming dan sesuai brand identity pada perusahaan GameQoo ini. Nantinya e-flyer ini di tayangkan pada halaman depan dari media diarium berbentuk notifikasi.

1. Campaign Beta Tester
2. Font: Nunito, Cocogoose, Monsterat
3. Ukuran: 1080 x 1920 px
4. Warna: Merah, Putih, Abu hitam, Abu putih
5. Layout: Rebus layout

GameQoo Cloud Gaming mengadakan Campaign #LiburanQoo untuk mengajak para pelanggan dan para pengguna baru main games dirumah aja bareng GameQoo pada saat liburan natal dan tahun baru. Nantinya e-flyer ini di tayangkan pada halaman depan dari media diarium berbentuk notifikasi.

Peneliti memberikan ilustrasi keluarga bermain game, televisi yang menampilkan beberapa pilihan game keluarga, gelembung pelindung virus dan ilustrasi virus corona. Peneliti juga memberikan highlight pada beberapa tulisan yaitu informasi mengenai adanya hadiah, dan juga informasi mengenai kelanjutan info yang akan di posting di media Instagram. Pemilihan warna Merah, Putih, Abu hitam, Abu putih juga memberikan kesan yang simpel dan sesuai brand identity pada perusahaan GameQoo ini.

#### **D. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Perancangan konten promosi ini menggunakan metode Desain Komunikasi Visual (DKV) dengan Pendekatan Deskriptif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam proses pelaksanaan kegiatan layouting Konten Fanpage GameQoo di Diarium Internal Telkom terdapat beberapa tahapan yang di mulai dari pra produksi, produksi, pasca produksi, penjadwalan dan strategi promosi, dan juga pemilihan media. Yang dimana proses tersebut akan membantu penulis dalam mengaplikasikan ke dalam sebuah karya yaitu konten promosi.
2. Hasil dari implementasi layout desain menghasilkan tiga konten campaign, yaitu campaign GameQooiz, campaign Beta Tester, dan juga campaign LiburanQoo. Dalam merancang dan pengaplikasian desain visual memerlukan strategi yaitu strategi visual secara verbal dan strategi visual secara non verbal. Kesimpulan yang di dapat yaitu desain ketiga campaign menggunakan elemen visual yang sesuai dengan tema dan konsep campaign, dan juga pemilihan warna yang di sesuaikan dengan brand identity perusahaan GameQoo.

#### **Daftar Pustaka**

- [1] Adi, Kusrianto. 2007. Pengantar Desain Komunikasi Visual. Yogyakarta: Andi Offset.
- [2] Kroeger, Michael (2008), Paul Rand: Conversations with Students, Princeton Architectural Press, New York
- [3] Anggaraini, Lia & Nathalia, kirana. 2016. Desain Komunikasi Visual. Bandung: Nuansa Cendekia
- [4] Sanyoto, Sadjiman Ebd. 2006. Metode Perancangan Komunikasi Visual Periklanan. Dimensi Press: Jogjakarta
- [5] Hendratman, Hendi. (2008). Tips & Trik Graphic Desain. Bandung: Informatika.
- [6] Halliday, D., dan Resnick, R., 1989. Fundamentals of Physics, Ninth Edition, John Wiley & Sons, Inc., United States of America.
- [7] Supriyono, Rakhmat. 2010. Desain Komunikasi Visual: Teori dan Aplikasi. Yogyakarta: Andi.
- [8] Suratman. 2017. Generasi Implementasi Dan Evaluasi Kebijakan Publik. Surabaya: CAPIYA Publishing
- [9] Soemirat, Soleh dan Ardianto, Elvinaro. 2005. Dasar-dasar Public Relations. Bandung: PT. Remaja Rosda karya.
- [10] Mulyana, Deddy. 2003. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: PT Remaja Rosdakarya

- [11] Moleong, Lexy J. 2011. *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: PT Mizan Publika
- [12] Narbuko, Sumbo. 1998. *Memahami Tanda, Kode, dan Makna Iklan Layanan Masyarakat*. Tesis. ITB: Bandung
- [13] Departemen Pendidikan Nasional. 2002. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka.
- [14] Kemendikbud. (2021). *Kampus Merdeka*. KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN. (<https://kampusmerdeka.kemdikbud.go.id>) Diakses 14 Februari 2022.
- [15] PT Telkom Indonesia. (2022). *Profil dan Riwayat Singkat*
- [16] ([https://www.telkom.co.id/sites/about-telkom/id\\_ID/page/profil-dan-riwayat-singkat-22](https://www.telkom.co.id/sites/about-telkom/id_ID/page/profil-dan-riwayat-singkat-22)) Diakses 26 Januari 2022.
- [17] GameQoo. (2022). *Tentang Kami*. (<https://app.gameqoo.id/about>) Diakses 14 Februari 2022.
- [18] Diglib *Kajian Pustaka Komunikasi Visual (2016)*. *Komunikasi Visual* (<http://digilib.uinsby.ac.id/12772/5/Bab%202.pdf>) Diakses 07 Mei 2022
- [19] Sujati, Dian Anggraeni dan Tia Muthiah Umar. (2021). *Efektivitas Komunikasi Nonverbal Bahasa Isyarat dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi Siswa SLB Cicendo Bandung*. *Jurnal Riset Jurnalistik*, 1(1), 58-63.