**LAPORAN KERJA PRAKTIK**

# PERANCANGAN BRANDING MEDIA SOSIAL DEEPA PSIKOLOGI

**Disusun Oleh:**

**Cahyo Rulistyo Kresnanda (3031910006)**

**JURUSAN DESAIN KOMUNIKASI VISUAL**
**UNIVERSITAS INTERNASIONAL SEMEN INDONESIA**
**GRESIK**
**2022**

# LAPORAN KERJA PRAKTIK

# PERANCANGAN BRANDING MEDIA SOSIAL DEEPA PSIKOLOGI

**Disusun Oleh:**

**Cahyo Rulistyo Kresnanda (3031910006)**

**JURUSAN DESAIN KOMUNIKASI VISUAL**
**UNIVERSITAS INTERNASIONAL SEMEN INDONESIA**
**GRESIK**
**2022**

# LEMBAR PENGESAHAN

## LAPORAN KERJA PRAKTIK
## DI CV Indomitra Bina Sejahtera
## (Periode : 05 September s.d 11 November 2022)

Disusun Oleh:

Cahyo Rulistyo Kresnanda (3031910006)

Mengetahui,
Kepala Program Studi
Desain Komunikasi Visual UISI

**Nova Ridho Sisprasojo S.Sn.,M.DS.**
**NIP. 8816234**

Menyetujui,
Dosen Pembimbing Kerja Praktek

**Nova Ridho Sisprasojo S.Sn.,M.DS.**
**NIP. 8816234**

Karawang, 12 Desember 2022
**CV.Indomitra Bina Sejahtera**

Mengetahui,
Direktur Deepa Psikologi

Deepa

**(Nuram Mubina, M.Psi., Psikolog)**
**No. SIPP 1614-22-2-3**

Menyetujui,
Pembimbing Lapangan

Deepa

**(Syahrani Paramitha Kurnia Illahi, M.Psi., Psikolog)**
**No. SIPP : 3813-21-2-1**

# KATA PENGANTAR

Segala puja dan puji syukur atas kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmatnya laporan kerja praktik dapat diselesaikan dengan tepat waktu tanpa ada keterlambatan.

Laporan ini berisi tentang topik dan kegiatan saya selama Kerja Praktik di Deepa Psikologi selama 2 bulan 2 minggu di bulan September – November 2022. Kegiatan utama dari Kerja Praktik ini mengenai pengelolaan elemen grafis untuk kebutuhan media sosial di akun Instagram Deepa Psikologi. Tim ini bekerja sama dengan tim *Content Creator* untuk membuat konten yang maksimal.

Saya ucapkan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah membimbing dan mendukung kerja praktik serta pembuatan laporan ini selama kegiatan kerja praktik berlangsung. Saya mengucapkan terima kasih kepada Mbak Syahrani Paramitha Kurnia Illahi, M.Psi., Psikolog selaku Penanggung Jawab Kerja Praktik dari Deepa Psikologi. Kemudian tidak lupa saya ucapkan terima kasih kepada Dosen Pembimbing sekaligus Kepala Prodi Desain Komunikasi Visual Bapak Nova Ridho Sisprasojo S.Sn.,M.DS.

Semoga laporan ini dapat memberikan manfaat bagi orang lain dan tidak lupa penulis memohon maaf apabila terdapat kesalahan di dalam hasil laporan ini. Demikian yang dapat Penulis berikan, saya ucapkan terima kasih.

Gresik, 10 November 2022

Penulis

# DAFTAR ISI

**LAPORAN KERJA PRAKTIK** ..... **i**
**LEMBAR PENGESAHAN** ..... **ii**
**KATA PENGANTAR** ..... **iii**
**DAFTAR ISI** ..... **iiv**
**DAFTAR GAMBAR** ..... **vi**
**BAB 1 LATAR BELAKANG** ..... **1**
**1.1 Latar Belakang** ..... 1
**1.2 Tujuan dan Manfaat** ..... 3
**1.3 Metodologi Pengumpulan Data** ..... 4
**1.4 Waktu dan Tempat Pelaksanaan Praktik** ..... 4
**1.5 Nama Unit Kerja Tempat Pelaksanaan Kerja Praktik** ..... 4
**BAB II PROFIL DEEPA PSIKOLOGI** ..... **5**
**2.1 Sejarah dan Perkembangan Deepa Psikologi** ..... 5
**2.2 Visi dan Misi Deepa Psikologi** ..... 5
**2.3 Lokasi** ..... 5
**2.4 Struktur Organisasi** ..... 5
**2.5 Produk/Jasa** ..... 5
**BAB III TINJAUAN PUSTAKA** ..... **8**
**3.1 Perancangan** ..... 8
**3.2 Branding** ..... 8
**3.3 Media Sosial** ..... 11
**3.4 Marketing** ..... 11
**BAB IV PEMBAHASAN** ..... **13**
**4.1 Struktur Organisasi Unit Kerja** ..... 13
**4.2 Tugas Unit Kerja** ..... 13
**4.3 Penjelasan Singkat Tentang Tugas Unit Kerja** ..... 14
**4.4 Hasil Kerja dan Pembahasan** ..... 15
**BAB V PENUTUP** ..... **32**
**5.1 Kesimpulan** ..... 32
**5.2 Saran** ..... 32
**DAFTAR PUSTAKA** ..... **33**
**LAMPIRAN** ..... **34**
**Surat Panggilan Kerja Praktik** ..... **34**

**Sertifikat** ..... **35**
**Lembar Kehadiran** ..... **36**
**Dokumentasi** ..... **37**
**Lembar Evaluasi Kerja Praktik** ..... **39**

# DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Struktur Organisasi ..... 6
Gambar 3. 1 Karakter Branding ..... 9
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi Unit Kerja ..... 13
Gambar 4. 2 Konsep Desain Instagram Deepa Psikologi ..... 15
Gambar 4. 3 Warna palet Deepa Psikologi ..... 16
Gambar 4. 4 Konsep Desain Instagram Deepa Family ..... 17
Gambar 4. 5 Warna Palet Deepa Family ..... 17
Gambar 4. 6 Resource Unplash ..... 18
Gambar 4. 7 Resource Pexel ..... 18
Gambar 4. 8 Elemen Desain ..... 18
Gambar 4. 9 Proses Desain ..... 19
Gambar 4. 10 Revisi Gambar dan Layout ..... 20
Gambar 4. 11 Revisi Penulisan Sertifikat ..... 20
Gambar 4. 12 Hasil Posting Konten Deepa Psikologi ..... 20
Gambar 4. 13 Apakah Kamu Pernah Mengalami Burnout? ..... 21
Gambar 4. 14 Stress ..... 22
Gambar 4. 15 Kesehatan Mental ..... 22
Gambar 4. 16 Well - Being ..... 22
Gambar 4. 17 Kelebihan & Kekurangan Remote Work ..... 23
Gambar 4. 18 Bagaimana Cara Membangun Personal Branding di Media sosial? ... 24
Gambar 4. 19 Mini Workshop SMA IT Mentari Ilmu ..... 25
Gambar 4. 20 How To Manage Virtual Team ..... 26
Gambar 4. 21 Tampilan Instagram ..... 27
Gambar 4. 22 Akun Media Sosial Deepa Psikologi ..... 28
Gambar 4. 23 Peningkatan Follower Deepa Psikologi ..... 28
Gambar 4. 24 Peningkatan Follower Instagram Deepa Family ..... 29
Gambar 4. 25 Desain Tiktok Deepa Psikologi ..... 29
Gambar 4. 26 Jadwal Kerja ..... 30
Gambar 4. 27 Kegiatan Selama Kerja Praktik ..... 31

# BAB 1
# LATAR BELAKANG

## 1.1 Latar Belakang

Deepa Psikologi adalah klinik Psikologi yang menyediakan layanan Psikologi di berbagai bidang Psikologi seperti Psikologi Industri dan Organisasi, Psikologi Anak dan Dewasa, serta Psikologi Pendidikan dan Sekolah. Layanan yang diberikan oleh Deepa Psikologi ada layanan Psikotes, Minat Bakat, Konseling dan Terapi Psikologi. Deepa Psikologi sudah terdaftar di Himpsi Jawa Barat sehingga kredibilitasnya tidak diragukan lagi.

Deepa Psikologi membangun struktur organisasi khusus untuk kegiatan Kerja Praktik yang berfungsi membantu Deepa Psikologi. Organisasi ini terdapat Ketua dan Wakil Tim lalu terbagi menjadi beberapa divisi seperti Divisi *Content Creator*, *Design Graphic*, *Public Relation*, *Event Project*, Konseling dan Psikotes. Walaupun terbagi ke beberapa divisi tapi setiap Mahasiswa tetap mendapatkan peran sebagai Konselor dan Tester. Tim ini lebih banyak berfokus kepada *marketing* di media sosial dengan mengadakan Psikotes *Online*, Konseling, *Ig Live Talk* dan konten-konten yang mengisi di media sosial.

Ketika Kerja Praktik berlangsung, Penulis bekerja terhadap suatu pekerjaan yang berhubungan dengan media sosial di Divisi *Design Graphic*. *Jobdesk* Divisi *Design Graphic* lebih banyak mengelola elemen grafis. Setelah elemen grafis selesai, tim *Content Creator* akan menyerahkan kepada Mbak Syahrani Paramitha Kurnia Illahi, M.Psi., Psikolog selaku Penanggung Jawab Peserta Kerja Praktik. Kemudian konten bisa diposting dengan baik di akun *official* Deepa Psikologi.

Penulis memilih Kerja Praktik ini di Biro Deepa Psikologi karena perusahaan ini membutuhkan anak desain dalam membantu membuat konten di media sosial. Pernulis melihat konten yang dimiliki Deepa Psikologi kurang menarik secara visual, padahal isi konten yang dimiliki sangat informatif. Dengan melihat kebutuhan perusahaan, penulis berkeinginan untuk membantu merancang desain media sosial Deepa Psikologi.

Selama ini perusahaan Deepa Psikologi berjalan baik dan stabil serta sering berkolaborasi dengan *stakeholder* lain. Pemasaran terus dilakukan dengan memanfaatkan media gratis melalui Instagram, Youtube dan Tiktok. Pemasaran melalui media ini terus dilakukan secara rutin sebagai *branding* dan cara mendapatkan perhatian dari calon klien Deepa Psikologi. Hal ini masih sulit dilakukan dengan baik karena jumlah *like* masih rendah dan *viewer* juga kurang interaktif kepada Admin Deepa Psikologi. *Branding* akun Instagram Deepa Psikologi juga kurang menarik, terkesan berganti-ganti walaupun di bulan yang sama dan kurang memberikan kesan terhadap *follower* Deepa Psikologi. Perlu adanya *branding* baru terhadap akun Deepa Psikologi sehingga dapat menarik perhatian *follower* dan membuat *follower* teringat dengan *branding* yang dimiliki oleh Deepa Psikologi.

Permasalahan media sosial terus berlangsung seiring pergantian staff setiap periode dan tidak terlalu disadari. Walaupun pengelolaann *event* acara dan marketing diserahkan kepada teman-teman praktik tapi hal ini dapat berjalan baik dengan *improve* konten media sosial. Rutinitas posting media sosial perlu ditingkatkan dan pengemasan konten perlu diperbarui menjadi lebih menarik agar dapat meningkatkan *value* Deepa Psikologi.

## 1.2 Tujuan dan Manfaat

### 1.2.1 Tujuan

Umum

1. Memperoleh pengalaman kerja dan meningkatkan skill di bidang desain.

Khusus

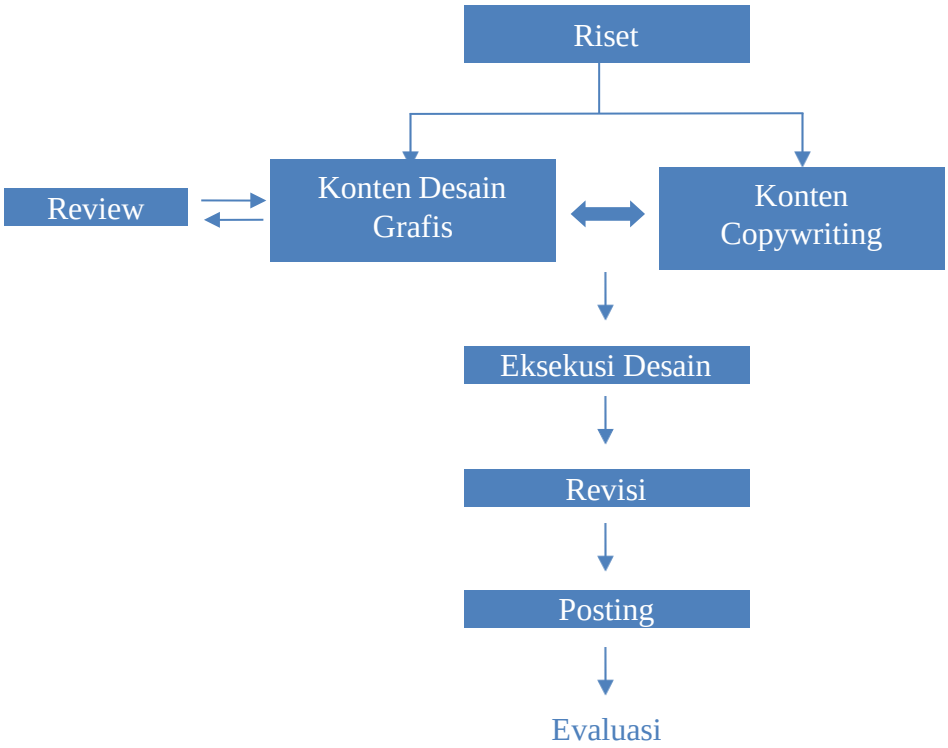
1. Mengetahui permasalahan yang terjadi di lingkungan Deepa Psikologi.
2. Memenuhi beban satuan kredit semester (sks) yang harus di tempuh mahasiswa di jurusan Desain Komunikasi Visual.
3. Mengelola elemen grafis untuk kebutuhan akun official media sosial Deepa Psikologi.

### 1.2.2 Manfaat dari pelaksanaan kerja praktik di deepa psikologi adalah sebagai berikut :

1. Bagi Perguruan Tinggi
   - Meningkatkan relasi prodi Desain Komunikasi Visual dengan perusahaan tempat Kerja Praktik Deepa Psikologi.
   - Meningkatkan kepopuleran nama kampus UISI di luar daerah Jawa Timur.
2. Bagi Perusahaan
   - Membantu dalam mengelola media sosial Deepa Psikologi.
   - Media sosial Deepa Psikologi dapat lebih aktif dan produktif.
   - Meningkatkan *viewer* media sosial deepa psikologi.
3. Bagi Mahasiswa
   - Meningkatkan kemampuan *problem solving* dalam suatu studi kasus.
   - Meningkatkan relasi antar Mahasiswa dan perusahaan Deepa Psikologi.

- Menambah pengalaman kerja sesuai dengan latar belakang pendidikan Desain Komunikasi Visual.

## 1.3 Metodologi Pengumpulan Data




*Gambar 1. 1Metodologi Pengumpulan Data*

## 1.4 Waktu dan Tempat Pelaksanaan Praktik

Lokasi : *Online*

Waktu : 5 September – 11 November 2022

## 1.5 Nama Unit Kerja Tempat Pelaksanaan Kerja Praktik

Unit Kerja : *Divisi Design Graphic*

# BAB II

# PROFIL DEEPA PSIKOLOGI

## 2.1 Sejarah dan Perkembangan Deepa Psikologi

Biro Psikologi Deepa merupakan penyedia jasa Psikologi, bertempat pada perumahan Mahkota Regency BLOK K1/18 Telukjambe Timur, Karawang, Jawa Barat. Deepa Psikologi memiliki nama legal CV. Indomitra Bina Sejahtera. Biro ini berdiri sejak 5 Maret 2016. Mempunyai visi menjadi Biro Layanan Psikologi yang bereputasi, mandiri, inovatif dan bertanggung jawab menjadikan Deepa Psikologi menjadi Biro Psikologi yang dapat diandalkan baik dalam asesmen Psikologi perekrutan karyawan, Konseling, konsultasi bahkan Psikotes Siswa Sekolahan. Ini tentunya sejalan dengan misi Deepa Psikologi yaitu mengadakan layanan Psikologi yang memberi solusi dalam memenuhi kebutuhan mitra. Tentu dengan apa yang ditawarkan oleh Biro Psikologi disokong pula para Psikolog yang ahli dalam bidangnya, yang diketuai langsung Chilman Firdous, S.psi.

## 2.2 Visi dan Misi Deepa Psikologi

### 2.1.1 Visi

Menjadi Biro Layanan Psikologi yang bereputasi, mandiri, inovatif, dan bertanggung jawab.

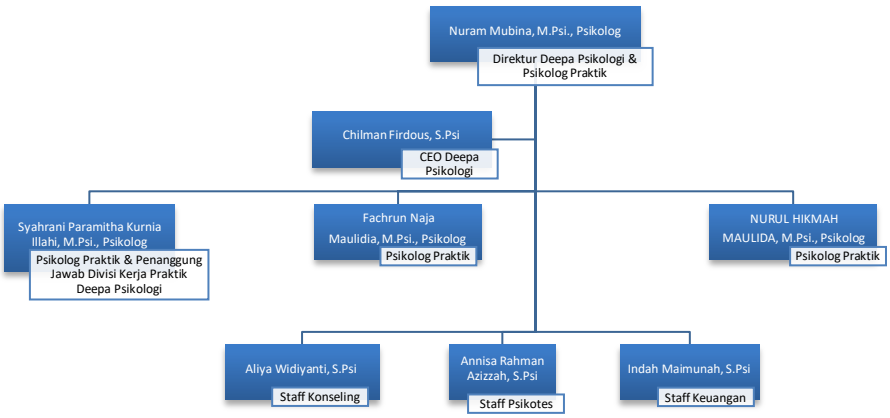
### 2.1.1 Misi

Mengadakan layanan Psikologi yang memberi solusi dalam memenuhi kebutuhan mitra.

## 2.3 Lokasi

Jl. Ronggowaluyo, Perumahan Mahkota Regency blok k1/ nomor 18, Sirnabaya, Telukjambe Timur, Karawang, Jawa Barat 41361

## 2.4 Struktur Organisasi




*Gambar 2. 1 Struktur Organisasi*

## 2.5 Produk/Jasa

Deepa Psikologi merupakan Perusahaan Psikolog yang memberikan jasa berupa layanan Konseling, Psikotes, Konsultasi, *Customized* Alat Ukur, Kelas Belajar Psikologi, Layanan untuk Mahasiswa dan *Expert Judgement* Skala Psikologi. Setiap layanan Deepa Psikologi diberikan untuk memenuhi kebutuhan klien yang sedang membutuhkan pertolongan. Layanan ini biasa dipakai dalam kegiatan Deepa Psikologi seperti ;

1. Konseling – Pelayanan konseling yang diberikan secara tatap muka antara 2 orang. Konseling yang tersedia adalah Konseling Individu Dewasa, Konseling Individu Remaja, Konseling Individu Anak, Konseling Keluarga, Konseling Pendidikan dan Konseling Kelompok Karir.
2. Psikotes – Menggali potensi tingkat kecerdikan, minat dan bakat serta tes kematangan sekolah. Layanan psikotes yang tersedia antara lain : Psikotes Perusahaan, Psikotes Pendidikan, Asesmen Klinis Dewasa dan Asesmen Anak Berkebutuhan Khusus.
3. Konsultasi – Layanan konsultasi untuk berbagi informasi ataupun meminta pertimbangan terhadap suatu keputusan. Konsultasi yang Deepa Psikologi

antara lain : Konsultasi Karir, Konsultasi Pendidikan dan Konsultasi Sistem Sekolah.

4. Customized alat ukur – Merancang dan mengembangkan alat ukur psikologi sesuai dengan kebutuhan dan permintaan klien.
5. Kelas Belajar Psikologi – Program pembelajaran berupa Kelas Psikologi, Webinar, Seminar dan Kelas Pelatihan untuk mempelajari Psikologi. Kemudian terdapat Support Group dan Psikoedukasi atau Penyuluhan.
6. Layanan untuk Mahasiswa – Penyedian layanan kepada Mahasiswa untuk kebutuhan perkulihaan seperti wawancara dan diskusi.
7. Expert Judgement Skala Psikologi – Expert Judggement Skala Psikologi melalui Deepa Psikologi.

Deepa Psikologi menargetkan semua kalangan masyarakat yang ingin mendapatkan layanan psikologi sehingga Deepa Psikologi memberikan layanan berupa Kelas Belajar Psikologi, Layanan untuk Mahasiswa, Layanan Keluarga, Remaja dan Industri.

# BAB III
# TINJAUAN PUSTAKA

## 3.1 Perancangan

### 3.1.1 Definisi

Desain memiliki hubungan yang erat dengan proses perancangan yang biasa dilakukan saat mendesain. Menurut Astuti (2020), desain merupakan sebuah proses perancangan yang bermula dari ide gagasan atau permasalahan dan proses mempertimbangankan berbagai aspek yang diperoleh dari riset dan pemikiran manusia. Perancangan biasa dilakukan untuk membuat sesuatu yang baru untuk mencari ide dan menyelesaikan permasalahan yang ada.

Menurut Febri (2020), seorang desainer sebaiknya memiliki ide, visi, pesan dan rancangan terkait desain yang akan dibuat. Maka dari itu, dalam membuat sebuah desain grafis dibutuhkan sebuah proses perancangan, menurut Setiawan (2020), adalah :

1. Menentukan konsep dan tujuan, *segment* / target yang dituju.
2. Media yang ingin digunakan baik berupa cetak, elektronik, *outdor/indoor*.
3. Pencarian ide dengan melakukan *research*, wawancara atau *brainstorming*.
4. Mempersiapkan dan menyeleksi data yang berupa data informatif atau data estetis.
5. Visualisasi dengan menggabungkan komponen desain sesuai dengan prinsip desain.
6. Proses *proofing (print preview)* sebelum melakukan produksi.

## 3.2 Branding

### 3.2.1 Pengertian Branding

*Branding* berasal dari kata *brand* yang berarti merek sedangkan *branding* adalah proses menciptakan merek tersebut. Menurut (Landa,2006) *Branding* adalah bukanlah sekedar merek atau nama dagang dari sebuah produk, jasa, atau perusahaan. Namun semuanya yang berkaitan dengan hal-hal yang kasat mata dari sebuah merek mulai dari nama dagang, logo, ciri visual, citra, kredibilitas, karakter, kesan, persepsi, dan anggapan yang ada di benak konsumen perusahaan tersebut.

*Brand Identity* adalah seperangkat asosiasi merek yang menjadi tujuan atau cita-cita dari suatu perusahaan untuk menciptakan dan mempertahankan kelangsungan citra merek di pasaraan (Aeker, 2008:168). *Brand Identity* diaplikasikan melalui seperangkat alat yang digunakan untuk merperkuat *brand.* Perbedaan *Brand Identity* dengan *Branding* ialah *Branding* merupakan proses menciptakan citra suatu agar mudah dikenal konsumen sedangkan *Brand Identity* adalah cara agar *brand* mudah dikenali oleh konsumen dengan seperangkat alat yang dimiliki.

### 3.2.2 Karakter Branding

*Gambar 3. 1 Karakter Branding*

*Brand* memiliki persona sesuai dengan apa yang dibawakan ke dalam *brand* tersebut. Persona ini harus dapat membawa suasana positif ke dalam brand dan dibuat secara konsiten sesuai dengan konsep yang diberikan. *Brand* juga harus dapat membawakan pesan melalui karya-karya visual yang dapat dengan mudah diterima oleh konsumen.

Karakter branding dapat dirancang melalui hal -hal apa yang perlu ada di dalam brand. Maka perancang dapat menulis sesuai dengan konsep yang dibawakan meliputi nuansa, desain, tekstur, elemen visual dan tone warna. Karakter ini harus disesuaikan dan dicocokkan sesuai dengan brand yang dibawakan.

Berdasarkan diagaram berikut, karakter branding dapat dikelompokkan berdasarkan style, nuansa, Visual, desain dan tone warna. Perancangan konsep ini dilakukan dengan memperhatikan kebutuhan, segmentasi dan jenis bisnis yang dibawakan.

### 3.2.3 Jenis-Jenis Rranding

*Branding* memiliki jenis-jenis berdasarkan bisnis, kebutuhan dan pengaplikasian elemen visual kedalam produk. Ada 7 jenis *branding* yaitu

1. *product branding*

   *Product Branding* merupakan *branding* yang melekat pada suatu produk yang bertujuan untuk memperkuat citra dari produk tersebut.

2. *personal branding*

   *Personal Branding* merupakan *branding* yang melekat pada diri seseorang baik itu secara langsung maupun melalui media tertentu.

3. *corporate branding*

   *Corporate Branding* merupakan *branding* yang dipakai untuk menciptakan citra perusahaan kepada konsumen.

4. *geographical branding*

   *Geographical Branding* merupakan *branding* yang melekat pada tempat atau objek tertentu. Biasanya *branding* ini dipakai untuk mempromosikan daerah atau tempat tertentu agar banyak orang yang mengunjunginya.

5. *service branding*

   *Servis Branding* merupakan *brand* yang melekat pada bisnis jasa milik perusahaan.

6. *Co-branding*

   *Co-Branding* merupakan bentuk kolaborasi *brand* dalam strategi pemasaran untuk menciptakan citra baru.

7. *No-brand*

   *No-brand* adalah jenis *brand* yang tidak mementikan bentuk visual tapi memprioritaskan produk yang dibawa oleh perusahaan.

## 3.3 Media Sosial

### 3.1.1 Definisi Media Sosial

Menurut Nasrullah (2015) media sosial adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain membentuk ikatan sosial secara virtual. Media sosial memudahkan seseorang untuk berkenalan, berkomunikasi, dan mencari teman ataupun relasi kepada orang lain yang memiliki jarak yang jauh.

Menurut (Edosomwan & Seymour, 2011) media sosial memiliki kelebihan yang dapat menghubungkan banyak orang dengan mudah dan gratis. Dengan adanya teknologi ini, seseorang dapat menyampaikan pesan kepada banyak orang dengan cepat dan murah. Teknologi ini tadak hanya dipakai untuk keperluan pribadi tapi juga keperluan bisnis meliputi *marketing*, kampanye ataupun berbagi insformasi.

### 3.1.2 Media Sosial Instagram

Instagram merupakan salah satu media sosial yang banyak disukai oleh masyarakat sebagai alat komunikasi. Banyak fitur yang tersedia didalam instagram dari mulai foto, video, *like, coment, repost, story* dan lain sebagainnya. Awal mula pengguna Instagram mengumpulkan follower melalui konten-konten yang menarik dengan fitur-fitur yang diberikan. Kemudian memakainya sebagai *branding* pribadi.

Seiring dengan perjalanan waktu, media sosial digunakan tidak hanya untuk kepentingan pribadi tapi juga untuk kebutuhan bisnis. Banyak keuntungan yang diberikan saat media sosial dipakai sebagai akun official bisnis seperti dapat menjangkau konsumen dengan jarak yang jauh, terukur, dan murah.

## 3.4 Marketing

### 3.1.3 Definisi Marketing

Menurut Kotler dan keller,2016 *marketing* adalah mengidentifikasi dan mempertemukan seseorang dan kebutuhan sosial yang dibutuhkan. Salah satu dari definisi pemasaran tentang bisnis adalah bertemu dengan kebutuhan yang

menguntungkan. Fokus *marketing* dapat dilakukan melalui digital ataupun konvensional. Deepa Psikologi banyak menggunakan media sosial sebagai cara untuk melakukan *branding* diri dan *marketing*. Secara bertahap, Deepa Psikologi dapat mengumpulkan *follower* dan klien untuk bisnisnya.

Morgan dan Hunt, 1994 menyebut bahwa *relationship marketing* membutuhkan adanya sebuah komintmen dan kepercayaan. Komitmen Deepa Psikologi dibangun melalui suatu pekerjaan yang professional dan kolaborasi bersama mitra. Hal ini juga menambah kepercayaan kepada mitra dan klien yang akan menggunakan jasa Deepa Psikologi.

### 3.1.4 Macam-Macam Proses Komunikasi Marketing

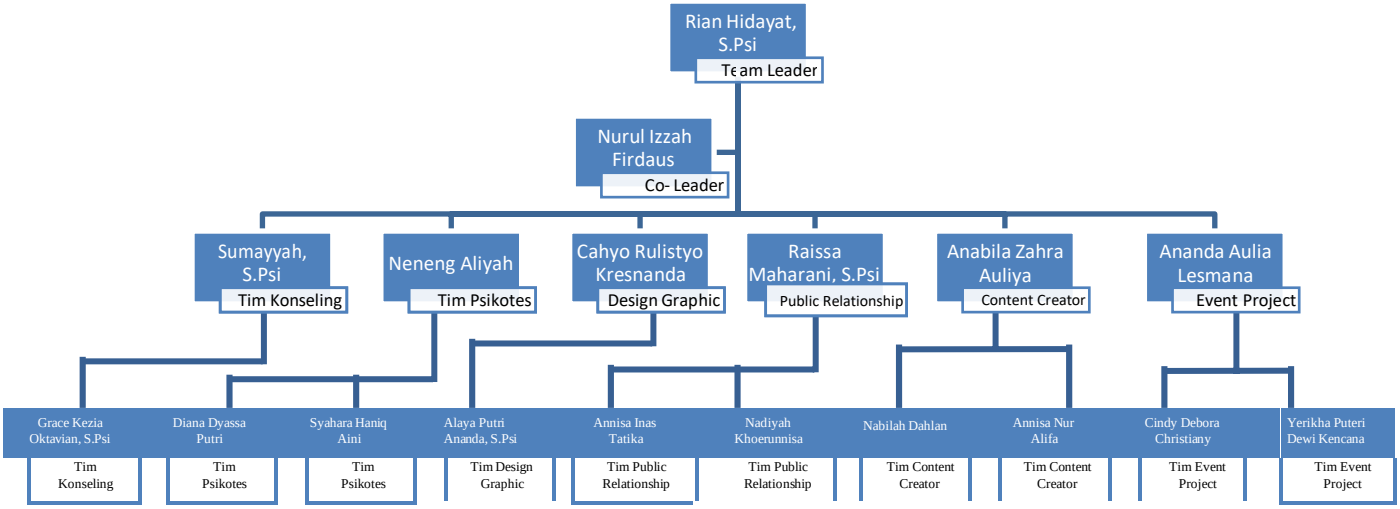
Pada *marketing* memiliki tahapan penyampaian dalam proses komunikasi. Menurut Assail,2004 yaitu :

1. Sumber pesan : penyampain pesan dari phak pertama ke pihak konsumen dengan mempertimbangkan kualitas pesannya.
2. *Encoding* : Penentuan suatu proses perancangan pesan dan jenis promosi yang dipakai.
3. Transmisi : Media sebagai penyampaian pesan.
4. *Decoding* : Pemberian respon dan tanggapan terhadap pesan yang disampaikan melalui *marketing*.
5. Tindakan : Evaluasi perusahaan mengenai strategi *marketing* yang telah dilaksanakan.

# BAB IV

# PEMBAHASAN

## 4.1 Struktur Organisasi Unit Kerja




*Gambar 4. 1 Struktur Organisasi Unit Kerja*

## 4.2 Tugas Unit Kerja

Pada awal kegiatan Kerja Praktik, penulis diberi *brief* saat akan memulai merancang *branding* dan melaksanakan *jobdesk* sebagai desain grafis. *Brief* yang diberikan oleh pembimbing lapangan yaitu :

1. Penggunaan warna dominan akun @deepapsikologi adalah biru dan akun @deepafamily adalah merah muda.
2. Warna harus kontras.
3. Setiap membuat desain harus memperhatikan keterbacaan penulisan.
4. Penulisan yang penting harus *bold.*
5. Penggunaan kata bahasa inggris, huruf harus dimiringkan.

Pada unit kerja, penulis menjalankan tugas sesuai dengan hal-hal yang berkaitan dengan konten media sosial terutama Instagram. Tugas unit kerja penulis yaitu :

1. Membuat materi konten Instagram Deepa Psikologi dengan laptop atau gadget yang didukung dengan software untuk mendesain.

2. Membuat draf untuk ditinjau oleh divisi lain dan membuat revisi berdasarkan *feedback.*
3. Berkomunikasi dengan Divisi *Content Creator* mengenai konten yang sedang dibuat.

## 4.3 Penjelasan Singkat Tentang Tugas Unit Kerja

Penulis berperan sebagai *design graphic* untuk bertanggung jawab mengenai desain visual media sosial bersama 1 teman lainnya. Pada awalnya perancangan desain hanya diperuntukkan untuk konten Instagram Deepa Psikologi tapi desain Tiktok dan desain Youtube short mengikuti. Setelah desain media sosial selesai, Divisi *Design Graphic* hanya mengikuti konsep desain yang telah dirancang. Penulis selalu berkordinasi dengan Divisi *Content Creator* mengenai konten yang akan diunggah dan *review* dari Staff Deepa Psikologi.

### 4.1.1 Tugas Khusus

- Bertugas menjadi Penanggung Jawab media sosial akun *official* Deepa Psikologi.
- Berkordinasi dengan Divisi *Content Creator* berkaitan dengan konten media sosial yang akan di *posting*.

### 4.1.2 Kegiatan Kerja Praktik

Kegiatan Kerja Praktik diadakan secara *online* dan *offline* dengan menyesuaikan projek yang diadakan oleh Deepa Psikologi. Kegiatan *offline* hanya bisa diikuti oleh peserta praktik yang kerja secara *offline* berjumlah 4 orang sehingga peserta *online* yang bisa ikut berpartisipasi hanya Divisi *Design Graphic* dan *Content Creator* untuk *posting* media sosial. Sedangkan kegiatan Deepa Psikologi secara *online* dapat dilakukan oleh semua peserta seperti konseling, psikotes dan *live* Instagram.

Pada bulan pertama terdapat *Transfer Learning* setiap minggu sebagai cara Deepa Psikologi untuk memberikan bimbingan kepada peserta Kerja Praktik. Bimbingan ini berfungsi menambah wawasan dan evaluasi setiap peserta Kerja Praktik menyelesaikan kerjanya. Pada Bulan November, *Tranfer Learning*

diadakan setiap dua bulan sekali. Pada bulan ini lebih jarang karena lebih fokus menyelesaikan pekerjaan.

Divisi *Design Graphic* bekerja berdasarkan projek yang dikerjakan tidak terbatas waktu. Divisi ini memiliki jadwal Kerja Praktik sama dengan divisi lain tetapi seandainya projek belum selesai, maka konten harus diselesaikan saat hari libur. Divisi *Design Graphic* selalu bekerja sama dengan Divisi *Content Creator* untuk membuat konten. Jika konten bertugas membuat *timeline copywriting* dan video maka desain grafis membuat elemen visualnya.

## 4.4 Hasil Kerja dan Pembahasan

### 4.1.3 Konsep Desain

Pada awal kerja, penulis mengkonsep desain untuk kebutuhan media sosial Deepa Psikologi. Konsep desain menggunakan gambar foto asli dengan penambahan elemen *Mamphis Design* disertai identitas warna biru sebagai *branding* konten Instagram. Warna yang digunakan ada 2 warna yaitu biru tua dan biru muda sebagai *background* dengan mengikuti *branding* Deepa Psikologi. Konten Instagram Deepa Psikologi diunggah secara bergantian antara biru tua dan biru muda.

*Gambar 4. 2 Konsep Desain Instagram Deepa Psikologi*

Warna palet menggunakan warna *Earthone* dengan perpaduan warna Biru, Ungu dan Hijau. Pewarnaan ini dipisah antara warna gelap dan terang dengan menyesuaikan warna *background*. Penggunaan warna *Earthone* bermakna alami dan memberikan ketenangan.

*Gambar 4. 3 Warna palet Deepa Psikologi*

Elemen desain yang menggunakan *Mamphis Design* untuk konten Instagram Deepa Psikologi. *Mamphis design* dipilih karena terkesan simpel dan fleksibel untuk diterapkan ke berbagai brand perusahaan. Pada desain ini, Aplikasi yang dipakai adalah Adobe Photoshop, Adobe Illustrator, dan Canva. Aplikasi Adobe Photoshop dipakai untuk *editing* foto *resource*, aplikasi Adobe Illustrator dipakai karena lebih fleksibel dan Canva karena memudahkan untuk diakses oleh tim Kerja Praktik dari divisi lain.

*Gambar 4. 4 Konsep Desain Instagram Deepa Family*

Warna palet yang digunakan menggunakan warna palet merah muda sebagai warna *branding* Instagram *@deepafamily*. Warna ini bemakna harmonis, perkawinan dan kesehatan. Warna ini dipakai sebagai warna dasar @deepafamily karena Deepa Family lebih mengarah kepada hal-hal yang berhubungan dengan keluarga.

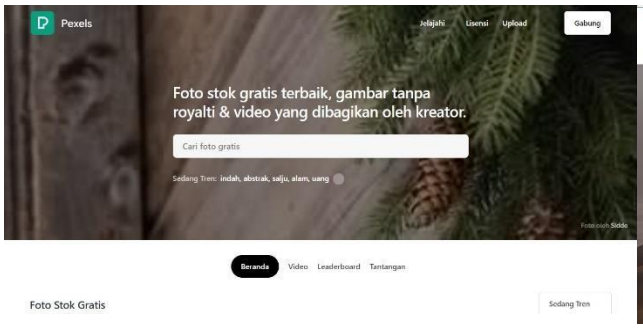
*Gambar 4. 5 Warna Palet Deepa Family*

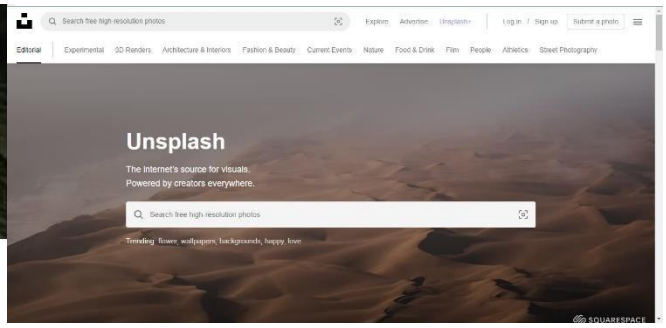
### 4.1.4 Proses Desain

Pada tahapan awal dimulai dengan *brainstorming* desain sesuai dengan tema konten yang telah dibuat. Setelah itu menyusun layout konten Instagram menggunakan elemen *mamphis design*, *copywriting* dan warna yang telah dirancang. Setelah semua karya selesai, hasil karya diserahkan kepada Divisi *content creator*. Kemudian evaluasi terhadap *insight* Deepa Psikologi terhadap perkembangan konten Deepa Psikologi.

**Langkah-langkahnya sebagai berikut :**

1) Mencari *resource* gambar

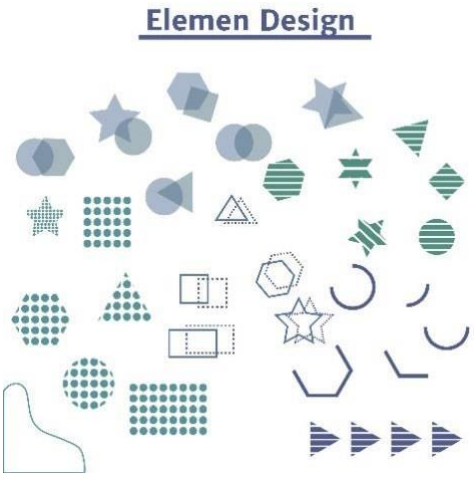



*Gambar 4. 7 Resource Pexel*

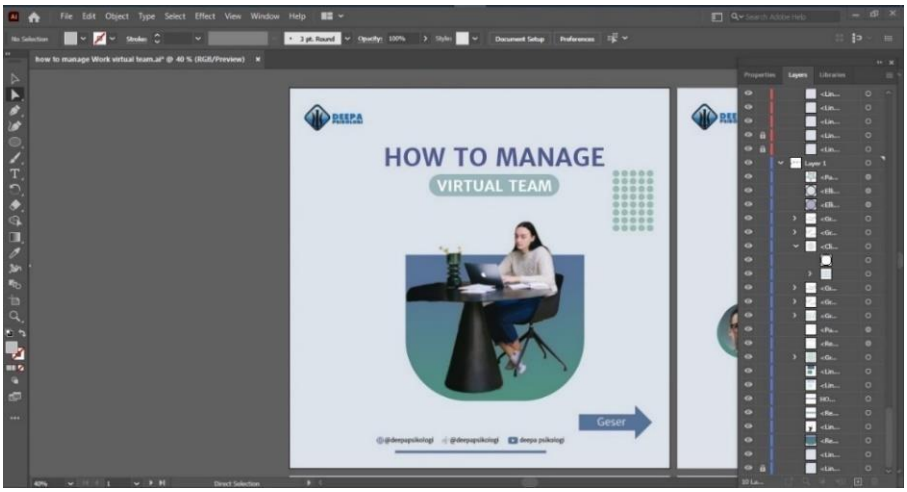
*Gambar 4. 6 Resource Unplash*

*3)* Membuat elemen *design*




*Gambar 4. 8 Elemen Desain*

4) Membuat desain



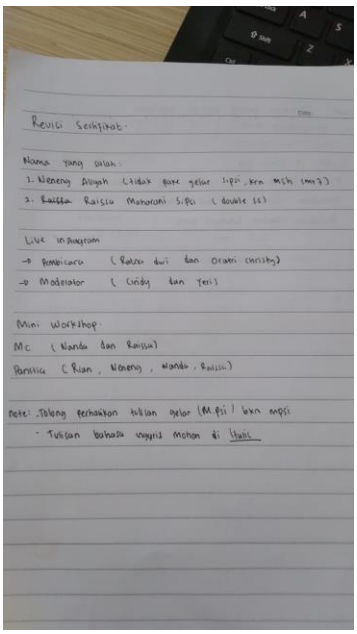

*Gambar 4. 9 Proses Desain*

5) Revisi

Pada tahap ini, penulis mendapatkan revisi dari pembimbing lapangan mengenai desain yang telah selesai. Revisi yang diberikan lebih banyak mengarah kepada penulisan. Hal-hal yang penting dalam desain tersebut, perlu *highlight* dan *bold* atau dibedakan warnanya agar telihat menonjol. Kemudian revisi mengenai tata letak desain agar saat *follower* Instagram Deepa Psikologi membaca tidak pusing, bosan dan mudah mendapatkan informasi yang diberikan.

Penulis mendapatkan revisi tidak hanya dari pembimbing lapangan tapi juga divisi lain yang ikut berpartisipasi dalam poster tersebut. Revisi masih sama mengenai penulisan agar lebih diperjelas dalam proses pembuatan konten. Kemudian *layout* konten dan warna perlu diperhatikan agar terlihat lebih jelas saat *follower* Deepa Psikologi membaca konten tersebut.

*Gambar 4. 10 Revisi Gambardan Layout*



*Gambar 4. 11 Revisi Penulisan Sertifikat*

6) Posting

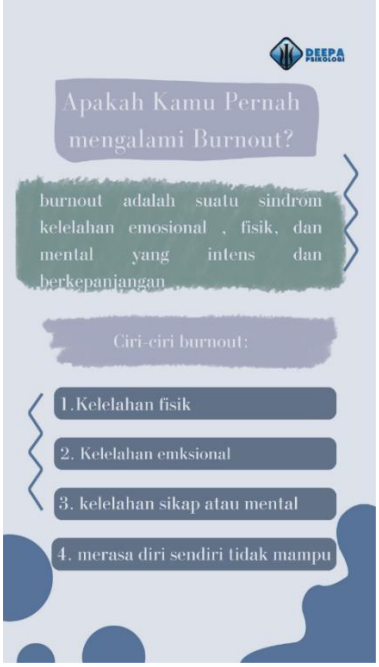
Pada tahap terakhir konten akan diposting ketika telah melakukan revisi dan telah telah siap diposting. Konten akan diposting melalui Instagram @deepapsikologi atau @deepafamily yang dilakukan oleh divisi *Content Creator*.

*Gambar 4. 12 Hasil Posting Konten Deepa Psikologi*

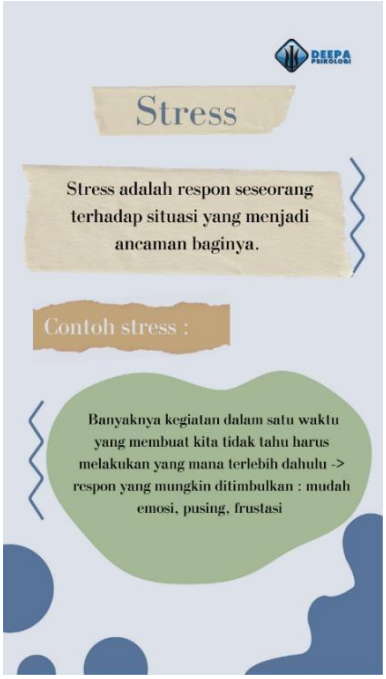
### 4.1.5 Hasil Karya

Pada tahap ini, hasil konten yang telah dibuat sesuai dengan *branding* Deepa Psikologi dan konsep desain Instagram. Karya-karya ini dipakai untuk kebutuhan konten media sosial Deepa Psikologi dan marketing melalui media sosial. Berikut hasil karya desain media sosial :

Karya ini berupa story Instagram yang berisi konten interaktif yang mengajak pengikut media sosial @deepapsikologi untuk beinteraksi. Tema konten ini bertujuan untuk mengetahui berapa banyak pengikut akun @deepapsikologi mengalami hal seperti ini dan dapat memberikan *edukasi*, jika terdapat *follower* Deepa Psikologi yang mengalami *Burnout*, *Stress*, Kesehatan Mental dan lainnya dan cara memperbaikinya dapat mempelajarinya melalui postingan ini.




*Gambar 4. 13 Apakah Kamu Pernah Mengalami Burnout?*

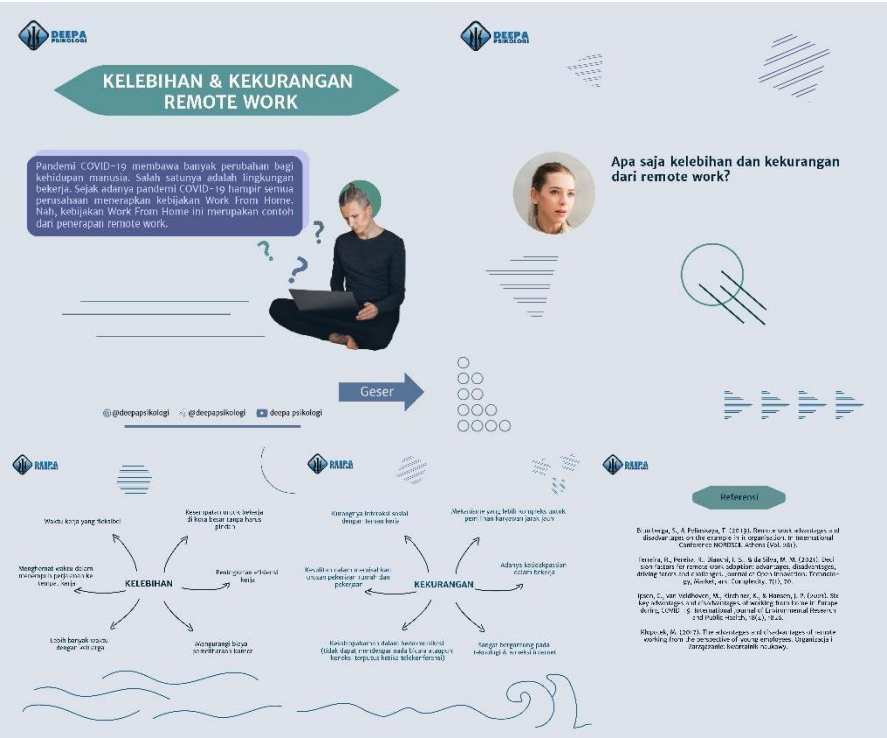



*Gambar 4. 14 Stress*

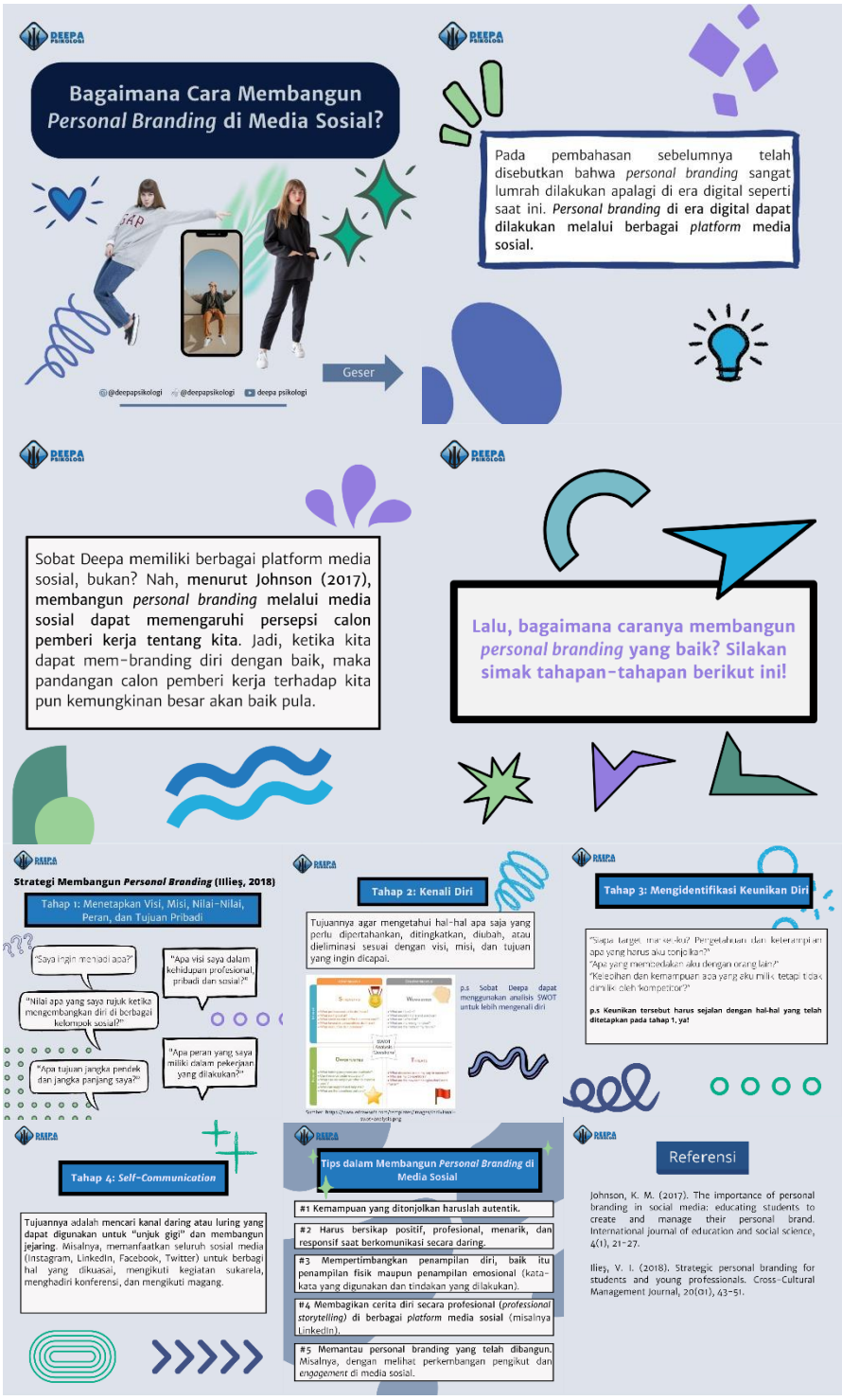
*Gambar 4. 15 Kesehatan Mental*

*Gambar 4. 16 Well - Being*

Karya ini berupa feed Instagram yang berisi hal-hal yang berhubungan dengan Psikologi atau hal-hal yang umum**.** Tema konten feed sudah dibuat sejak awal periode Kerja Praktik, tim *design graphic* hanya membuat desain sesuai dengan tema yang ditentukan.

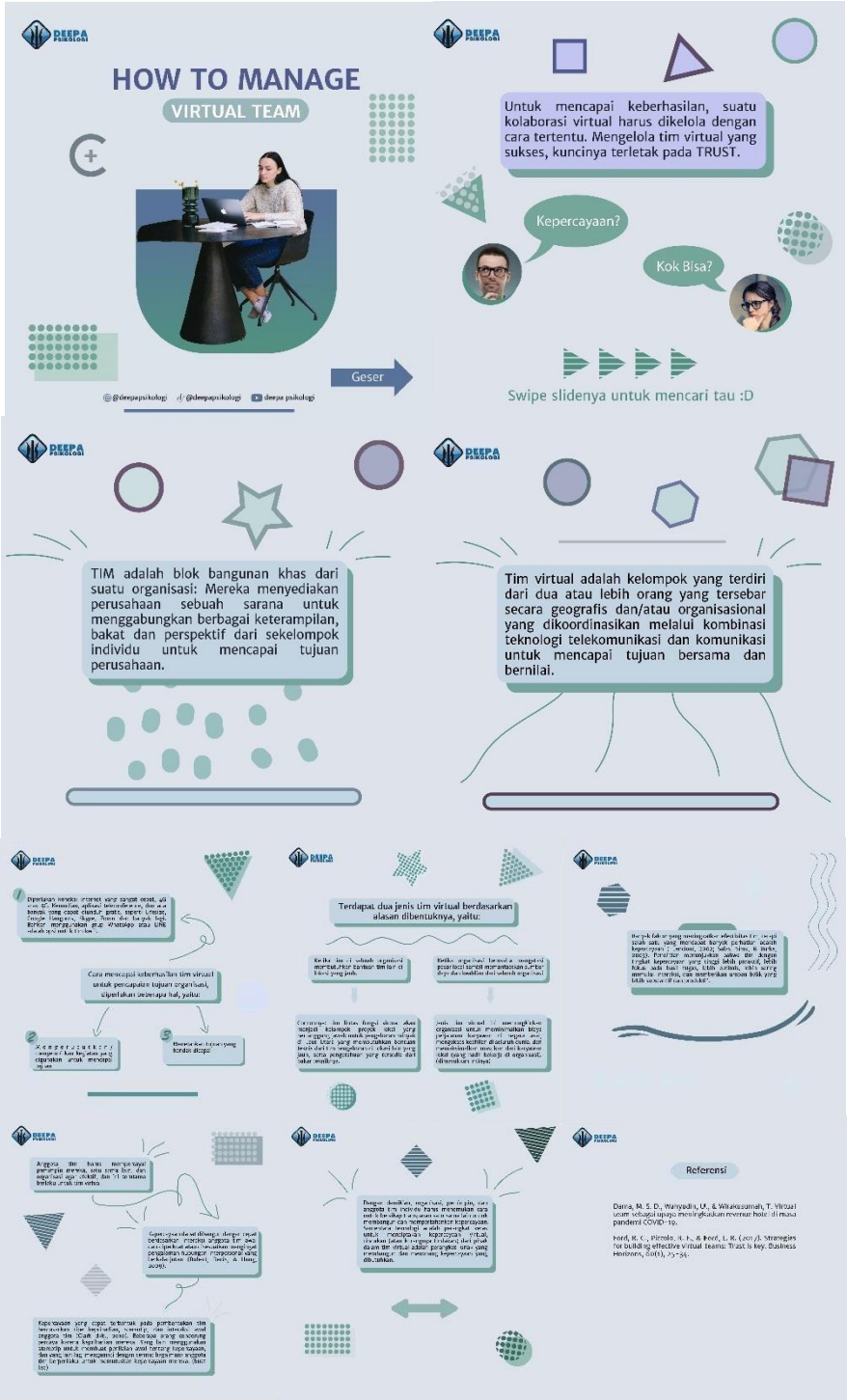



*Gambar 4. 17 Kelebihan & Kekurangan Remote Work*




*Gambar 4. 18 Bagaimana Cara Membangun Personal Branding di Media sosial?*

*Gambar 4. 19 Mini Workshop SMA IT Mentari Ilmu*

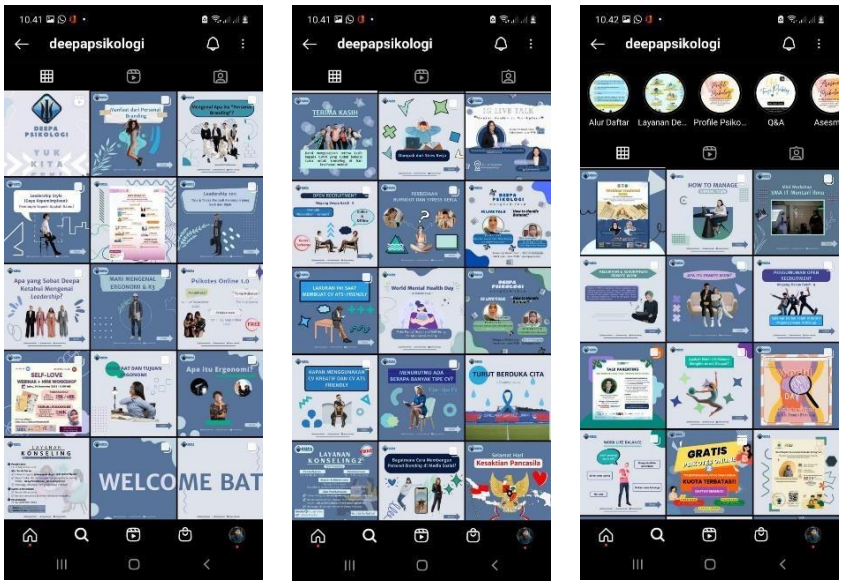



*Gambar 4. 20 How To Manage Virtual Team*

Tampilan Instagram sesuai dengan perancangan konten Ketika awal dimulainya kegiatan Kerja Praktik. Konsep feed Instagram menggunakan konsep menyilang dimana setiap satu kali postingan menggunakan warna yang berbeda. Warna dominan mengunakan 2 warna yaotu warna biru tua dan biru muda.

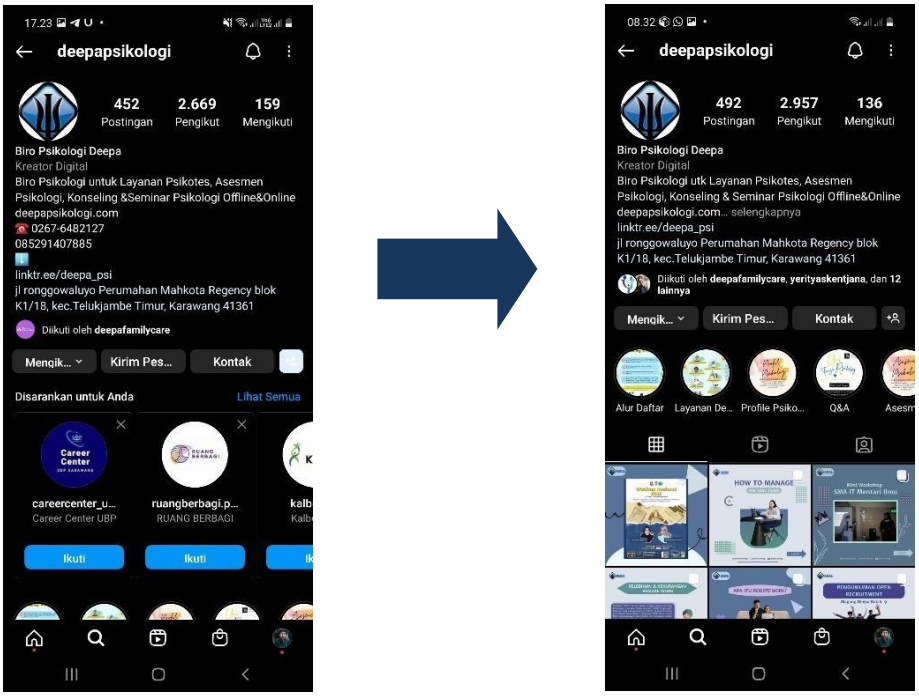
*Gambar 4. 21 Tampilan Instagram*

## 1. Akun Instagram deepa psikologi

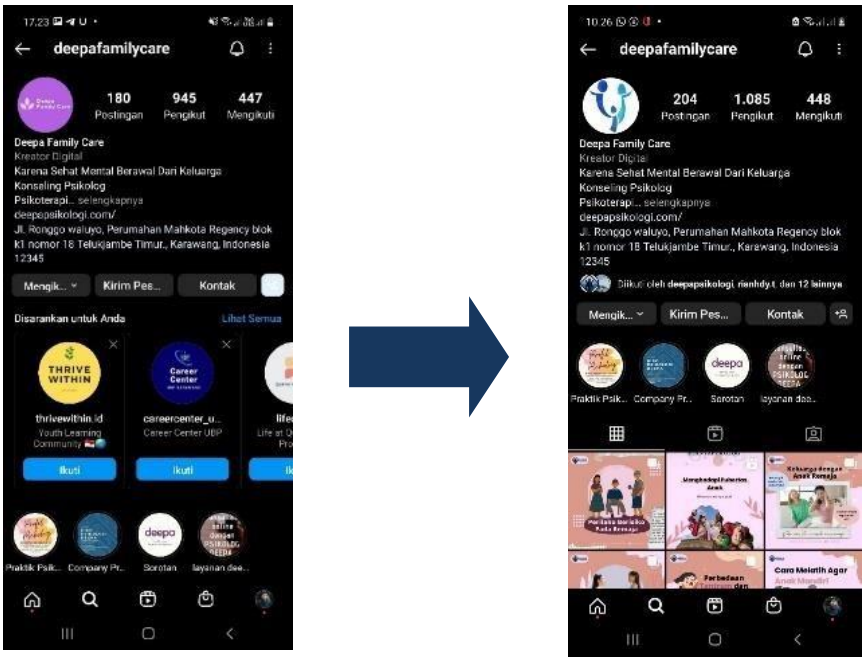



*Gambar 4. 22 Akun Media Sosial Deepa Psikologi*

Selain itu *rebranding* media sosial Deepa Psikologi memberikan dampak berupa peningkatan *follower* selama Kerja Praktik berlangsung. Peningkatan akun Instagram Deepa Psikologi meningkat hingga diatas 300 *follower* dan akun Instagram Deepa Family meningkat hingga diatas 100 *follower*.




*Gambar 4. 23 Peningkatan Follower Deepa Psikologi*




*Gambar 4. 24 Peningkatan Follower Instagram Deepa Family*

## 2. Desain Tiktok

Konsep desain media sosial juga dipakai di akun tiktok deepa psikologi. Konsep ini dipakai dengan menonjolkan warna biru. Warna biru ini sebagai identitas dari Deepa Psikologi.

*Gambar 4. 25 Desain Tiktok Deepa Psikologi*

### 4.2 Jadwal Kerja Praktik

Kegiatan Kerja Praktik dilaksanakan dengan sistem *online* dan *offline.* Peserta Kerja Praktik yang dapat melaksanakan secara *offline* maka dipersilahkan datang ke kantor tapi jika tidak peserta dapat melakukan secara *online.*

| Hari Kerja | Jam Masuk | Jam Pulang |
|---|---|---|
| **Senin** | 09.00 | 16.00 |
| **Selasa** | 09.00 | 16.00 |
| **Rabu** | 09.00 | 16.00 |
| **Kamis** | 09.00 | 16.00 |
| **Jumat** | 09.00 | 16.00 |
| **Sabtu** | | |
| **Minggu** | | |

*Gambar 4. 26 Jadwal Kerja*

| Kegiatan | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 |
| *Transfer Learning* (Pengenalan perusahaan, Sistem Kerja dan pembagian divisi) | | | | | | | | | | | |
| Perancangan *jobdesk* selama 2 bulan | | | | | | | | | | | |
| Pengisian aplikasi Praktik | | | | | | | | | | | |
| Konsep *branding* media sosial Deepa psikologi (Instagram, tiktok dan youtube) | | | | | | | | | | | |
| Evaluasi pada awal kegiatan Kerja Praktik | | | | | | | | | | | |

| | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Pembuatan Konten dan Desain Sosial Media | | | | | | | | | | | |
| Diskusi *content creator* dan *design graphic* bersama staff penanggung jawab Kerja Praktik | | | | | | | | | | | |
| Transfer Learning | | | | | | | | | | | |
| Pengajuan pemilihan peserta Kerja Praktik batch 9 | | | | | | | | | | | |
| Pemilihan Peserta Kerja praktik batch 9 | | | | | | | | | | | |
| Farewell Party | | | | | | | | | | | |
| Transfer Learning Batch 9 | | | | | | | | | | | |

*Gambar 4. 27 Kegiatan Selama Kerja Praktik*

# BAB V

# PENUTUP

## 5.1 Kesimpulan

*Branding* media sosial Deepa Psikologi telah memberikan hasil yang lumayan baik untuk pertumbuhan Deepa Psikologi. Pertumbuhan ini dapat dilihat dari konten media sosial terutama Instagram yang lebih produktif untuk menyebarkan informasi kepada *follower* ataupun pengguna Instagram. Konten berisi event dan pembukaan Kerja Praktik memiliki banyak like di akun instagram. Ini menbuktikan bahwa *event* yang diadakan oleh Deepa Psikologi dapat menarik perhatian *follower*. Kemudian pertumbuhan *like* dan *follower* lebih tinggi dari bulan-bulan sebelumnya. Hasil desain juga dapat diterima dan diapresiasi oleh pihak Deepa Psikologi.

Hasil kerja diperoleh dari kordinasi, komunikasi dan kerja sama antar teman sesama Kerja Praktik untuk mendapatkan hasil yang baik. Hal ini sangat penting dan perlu dijaga untuk menumbuhkan rasa kebersamaan dan rasa kekeluargaan. Kemudian pemberian informasi melalui komunikasi jarang terjadi *miss* komunikasi antar berbagai pihak.

## 5.2 Saran

*Branding* media sosial Deepa Psikologi harus selalu diperhatikan agar tidak keluar dari konsep yang telah dirancang. Konten-konten yang akan diposting juga harus memperhatikan *layout* dan *copywriting* dengan baik. Pemahaman mengenai *Design Principle* bagi pembuat konten harus ditekankan dalam bekerja. Kemudian revisi juga harus diperhatian dengan baik-baik untuk menghindari kesalahan persepsi. Dengan ini karya yang dibuat akan sesuai dengan konsep yang telah direncanakan.

# DAFTAR PUSTAKA

Dari Jurnal :

Febriansyah, K. (2021). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Kepuasan Konsumen di Kopi Studio 24 Malang. *Majalah Ilmiah "Pelita Ilmu"*, 28 - 29.

Hotima, S. H. (2018). Media Sosial Sarana Promosi Membuat Bisnis Semakin Laris. 2-5.

Stefanie Juliana Tjandra, E. C. (2022). Perbandingan Teori dan Praktik Perancangan Design Grafis pada Proyek Internship di Studio Grafis. 2.

Dari Website :

Widyawinata, (2022) https://glints.com/id/lowongan/jenis-jenis-branding/#.Y3LxXnZBzIU diakses tanggal 15 november 2022

Zakawali, G. (2022) https://www.sirclo.com/blog/apa-karakter brand-mu/ diakses tanggal 15 november 2022

# LAMPIRAN

- **SURAT PANGGILAN KERJA PRAKTIK :**

31/10/22 19.47 Gmail - [PENGUMUMAN PESERTA LOLOS SELEKSI MAGANG]

Gmail **cahyo kresna <ckresna59@gmail.com>**

**[PENGUMUMAN PESERTA LOLOS SELEKSI MAGANG]**
2 pesan

**Tim Deepa Psikologi** <magang.deepapsikologi@gmail.com> 30 Agustus 2022 21.35
Kepada: Ckresna59@gmail.com
Cc: syahrani.deepapsi@gmail.com

Assalamu'alaikum Wr. Wb.
Selamat malam, sdr. Cahyo Rulistyo Kresnanda

Perkenalkan kami dari tim Rekrutmen Program Magang Biro Psikologi Deepa Batch 8. Berdasarkan serangkaian seleksi program magang yang telah dilakukan saudara, kami menyatakan bahwa **sdr. Cahyo Rulistyo Kresnanda** dapat bergabung dalam program magang Biro Psikologi Deepa Batch 8. Bersamaan dengan pengumuman ini kami mengundang peserta magang untuk menghadiri *transfer learning* yang akan dilaksanakan secara *online* pada:

Hari, Tanggal: Kamis, 1 September 2022
Waktu: 10.00 WIB - selesai
Media: Zoom Cloud Meetings*

Dikarenakan program magang ini membutuhkan komitmen hingga akhir selama kurun waktu 2 bulan, diharapkan peserta Program Magang Biro Psikologi Deepa Batch 8 dapat mempertimbangkan kesempatan ini dengan hati-hati dan bijak. Oleh karena itu, kami menunggu konfirmasi terkait keputusan untuk bergabung terakhir pada saat *transfer learning* dilaksanakan.

Bagi peserta magang batch 8 yang mengikuti program magang untuk kepentingan perkuliahan diharapkan dapat mempersiapkan syarat dan ketentuan yang ditetapkan oleh pihak universitas secara mandiri.

Peserta magang batch 8 diwajibkan untuk hadir dan mengikuti sesi *transfer learning* yang akan disampaikan oleh peserta magang batch 7. Jika saudara bersedia hadir, silahkan konfirmasi dengan membalas email ini.

*Link pelaksanaan *transfer learning* akan dibagikan setelah **email konfirmasi** kami terima.

Terima kasih atas perhatiannya.

Best Regards,
*Tim Rekrutmen Program Magang Biro Psikologi Deepa Batch 8*
**Biro Psikologi Deepa**
Jl. Ronggowaluyo, Perumahan Mahkota Regency blok k1/ nomor 18, Sirnabaya, Telukjambe Timur, Karawang, Jawa Barat 41361
+62 856 9316 2103

**cahyo kresna** <ckresna59@gmail.com> 31 Agustus 2022 08.37
Kepada: Tim Deepa Psikologi <magang.deepapsikologi@gmail.com>

Baik saya akan mengikuti transfer learning dengan peserta magang batch 7
[Kutipan teks disembunyikan]

https://mail.google.com/mail/u/0/?ik=390a2ae48f&view=pt&search=all&permthid=thread-f%3A1742597152210210334&simpl=msg-f%3A17425971522… 1/1

- **SERTIFIKAT :**

059-9/I/DP/S/VIII/2022

Deepa

SERTIFIKAT

*Menyatakan bahwa*

CAHYO RULISTYO KRESNANDA

telah menyelesaikan program magang di
Biro Psikologi Deepa selama periode
September - November 2022.

Deepa

Nuram Mubina, M.Psi., Psikolog
SIPP NO. 1614-22-2-3
Direktur Deepa Psikologi

058-9/I/DP/S/VIII/2022

Deepa

INDIKATOR PENILAIAN

HARD SKILL

| | |
|---|---|
| Graphic designer | Excellent |
| Video editing | Excellent |
| Copywriting | Avarage |

SOFT SKILL

| | |
|---|---|
| Kepatuhan terhadap Aturan | Excellent |
| Kerjasama dalam Kelompok | Excellent |
| Inisiatif Kerja | Good |
| Kreatifitas | Excellent |
| Komitmen dalam Bekerja | Excellent |
| Kepemimpinan | Good |

## LEMBAR KEHADIRAN MAGANG

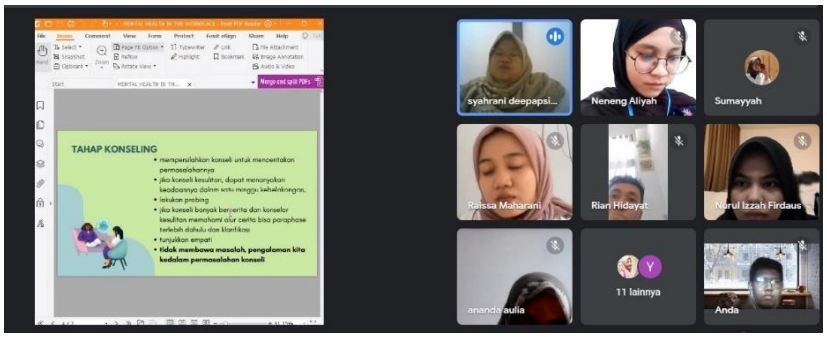
Nama : Cahyo Rulistyo Kresnanda

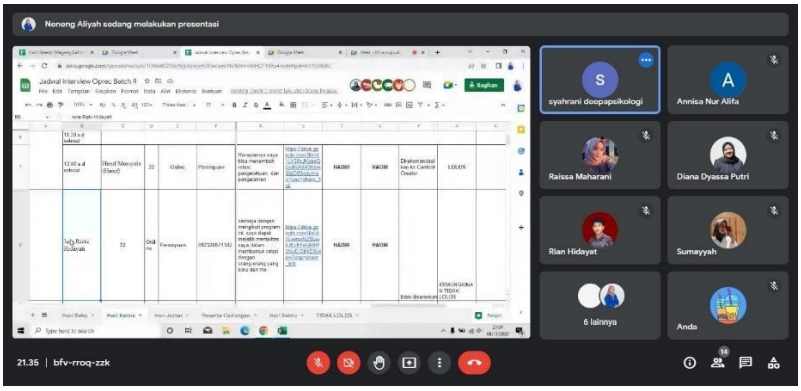
NIM : 3031910006

Judul Magang : Perancangan Branding Sosial Media Deepa Psikologi

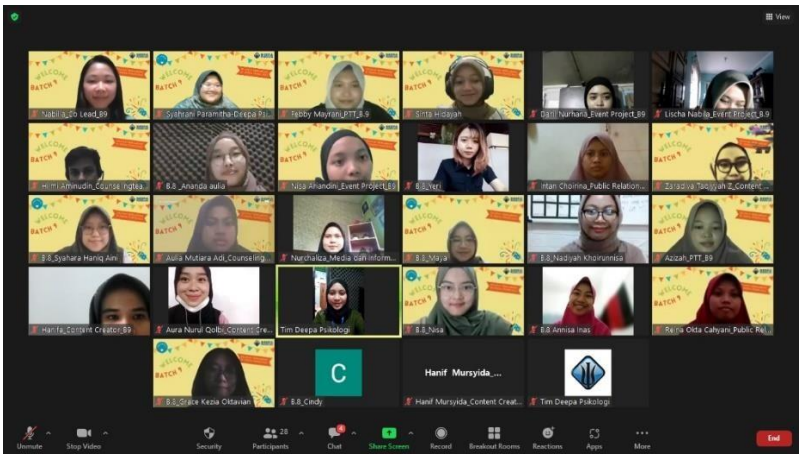
| No | Tanggal | Kegiatan | TTD Pelaksana | TTD Pembimbing Lapangan |
|---|---|---|---|---|
| 1 | 1/9/22 | Transfer Learning (Pengenalan perusahaan, Sistem Kerja dan pembagian divisi) | | |
| 2 | 5/9/22 – 9/9/22 | • Perancangan jobdesk selama 2 bulan<br>• Konsep Branding Sosial Media Deepa psikologi (Instagram, tiktok dan youtube)<br>• Evaluasi pada awal kegiatan magang | | |
| 3 | 5/9/22 – 11/9/22 | Pengisian aplikasi magang | | |
| 4 | 12/9/22 – 11/11/22 | Pembuatan Konten dan Desain Sosial Media | | |
| 5 | 20/9/22 | Diskusi Content Creator dan Design Graphic Bersama staff penanggung jawab magang | | |
| 6 | 2/10/22 | Transfer Learning | | |
| 7 | 24/10/22 - 25/10/22 | Pengajuan pemilihan peserta magang batch 9 | | |
| 8 | 7/11/22 | Pemilihan Peserta magang batch 9 | | |
| 9 | 9/11/22 | Farewell Party | | |
| 10 | 11/11/22 | Transfer Learning Batch 9 | | |

- **DOKUMENTASI TRANSFER LEARNING :**





- **DOKUMENTASI FAREWELL PARTY DAN OPREC :**



UNIVERSITAS INTERNASIONAL SEMEN INDONESIA
Kompleks PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk.
Jl. Veteran, Gresik Jawa Timur 61122
Telp: (031) 3985482, (031) 3981732 ext. 3662 Fax: (031) 3985481

# LEMBAR EVALUASI KERJA PRAKTIK

Dosen Pembimbing

Nama : Cahyo Rulistyo Kresnanda
NIM : 3031910006
Judul Kerja Praktik : Perancangan Branding Sosial Media Deepa Psikologi

| ASPEK | BOBOT (B) % | NILAI (N) | N X B |
|---|---|---|---|
| **Penulisan Laporan** (Kelengkapan, Kesesuaian, Konten, Referensi) | 10 % | 75 | 7,5 |
| **Aplikasi Keilmuan** (Kesesuaian penyelesaian Masalah dengan teori) | 25 % | 85 | 21.25 |
| **Penguasaan Materi Kerja Praktik** (Pembelajaran yang didapatkan dikerja praktik dan kerjasama) | 50 % | 84 | 42 |
| Kerajinan dan Sikap | 15 % | 80 | 12 |
| **JUMLAH** | 100% | **JUMLAH** | 82,75 |

Gresik, 26 Desember 22
Dosen Pembimbing

( Nova Ridho Sisprasojo S.Sn.,M.DS.)
NIP. 8816234

UNIVERSITAS INTERNASIONAL SEMEN INDONESIA
Kompleks PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk.
Jl. Veteran, Gresik Jawa Timur 61122
Telp: (031) 3985482, (031) 3981732 ext. 3662 Fax: (031) 3985481

# LEMBAR EVALUASI MAGANG

Pembimbing Lapangan

Nama : Cahyo Rulistyo Kresnanda
NIM : 3031910006
Judul Magang : Perancangan Branding Sosial Media Deepa Psikologi

| ASPEK | BOBOT (B) % | NILAI (N) | N x B |
|---|---|---|---|
| **Penulisan Laporan** (Kelengkapan, Kesesuaian, Konten, Referensi) | 10% | 90 | 9 |
| **Aplikasi Keilmuan** (Kesesuaian penyelesaian masalah dengan teori) | 25 % | 85 | 21,25 |
| **Penguasaan Materi Magang** ((Pembelajaran yang didapatkan dimagang dan Kerjasama) | 50% | 80 | 40 |
| Kerajinan dan sikap | 15% | 80 | 12 |
| **JUMLAH** | 100% | **JUMLAH** | 82,2 |

Karawang, Jum'at, 18 Nopember 2022
Pembimbing Lapangan

**Syahrani Paramitha Kurnia Illahi, M.Psi., Psikolog**
**No. SIPP : 3813-21-2-1**