

Perancangan dan Implementasi Konten Media Sosial untuk PT. Taktikal Pintar Kinetika

Zulkarnain¹, Foli Dienro², Hendi Sama³

Universitas Internasional Batam

Email : zulkarnain.lec@uib.ac.id¹, 2231039.foli@uib.edu², hendi@uib.ac.id³

Abstrak

Program magang ini dilaksanakan di PT. Taktikal Pintar Kinetika dengan posisi sebagai Graphic Designer di Divisi Digital Marketing. Fokus utama kegiatan adalah merancang konten visual untuk media sosial perusahaan berdasarkan arahan strategi yang telah disusun. Kegiatan meliputi pembuatan desain konten informatif, meme ringan, serta konten tematik untuk hari besar nasional. Penulis menggunakan perangkat lunak seperti Canva, Adobe Photoshop, CapCut, dan Adobe Premiere dalam proses perancangan desain grafis dan konten video. Perancangan konten dilakukan menggunakan metode MDLC (Multimedia Development Life Cycle), yang terdiri dari tahap concept, design, material collecting, assembly, testing, dan distribution. Selama magang, penulis juga berkoordinasi dengan Atasan/Pembimbing dan Social Media Manager untuk memastikan bahwa desain yang dibuat sesuai dengan kebutuhan komunikasi digital perusahaan. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan peningkatan konsistensi branding dan kualitas visual di media sosial perusahaan. Program ini juga merupakan bagian dari pemenuhan kewajiban akademik pada mata kuliah kerja praktik.

Kata Kunci: Desain Grafis, Konten Media Sosial, MDLC, Canva, Adobe Photoshop, CapCut, Adobe Premiere.

Abstract

This internship program was conducted at PT. Taktikal Pintar Kinetika with the position of Graphic Designer in the Digital Marketing Division. The main focus of the activity was to design visual content for the company's social media based on pre-established strategic directions. The activities included the creation of informative content designs, light-hearted memes, and thematic content for national holidays. The author utilized software such as Canva, Adobe Photoshop, CapCut, and Adobe Premiere during the process of designing graphic and video content. The design process was carried out using the MDLC (Multimedia Development Life Cycle) method, which consists of concept, design, material collecting, assembly, testing, and distribution stages. During the internship, the author coordinated with the supervisor and Social Media Manager to ensure that the designs met the company's digital communication needs. The results of this activity demonstrated improved branding consistency and visual quality across the company's social media platforms. This program also served as part of the academic requirements for the internship course.

Keywords: Graphic Design, Social Media Content, MDLC, Canva, Adobe Photoshop, CapCut, Adobe Premiere.

Pendahuluan

PT. Taktikal Pintar Kinetika adalah perusahaan yang bergerak di bidang pengembangan perangkat lunak (software development), berdiri sejak tahun 2021 dan berlokasi di Batam, Kepulauan Riau. Perusahaan ini berfokus pada pengembangan aplikasi web dan mobile, integrasi sistem, serta layanan konsultasi IT strategis yang bertujuan untuk membantu meningkatkan efisiensi operasional berbagai bisnis.

Dalam kegiatan operasional sehari-hari, PT. Taktikal Pintar Kinetika menyediakan layanan pembuatan aplikasi mobile, pengembangan aplikasi web custom, dan solusi teknologi lainnya untuk berbagai sektor bisnis. Divisi-divisi utama di perusahaan ini meliputi Manajemen, Teknologi, Keuangan, Operasional, dan Digital Marketing. Penulis ditempatkan di Divisi Digital Marketing, yang memiliki peran dalam memperkuat kehadiran digital perusahaan melalui pembuatan konten kreatif dan materi promosi berbasis visual. Selama pelaksanaan program magang, penulis bertanggung jawab pada produksi materi visual seperti desain poster digital, video promosi, dan konten grafis lainnya untuk kebutuhan media sosial dan branding perusahaan.

Saat ini dengan berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi, kegiatan usaha dan bisnis dijalankan melalui internet sebagai sarana dalam memasarkan produk barang atau jasa. Media sosial menjadi salah satu pilihan bagi para pelaku usaha untuk

kegiatan pemasaran usaha dan bisnis mereka. Penggunaan Media sosial menjadi salah satu pilihan yang efektif dalam menyampaikan informasi yang berkenaan dengan produk usaha dan bisnis dikarenakan cakupan dan potensi calon pelanggan yang sangat luas. Pemanfaatan media sosial menjadi hal yang penting bagi para pelaku usaha terutama usaha mikro dan menengah dikarenakan biaya operasional yang terjangkau dan cakupan pemasaran yang cukup luas (Nurzaman et al., 2024).

Sebelum program magang dimulai, PT. Taktikal Pintar Kinetika belum memiliki media visual promosi yang terstandarisasi secara konsisten. Komunikasi dengan calon klien masih terbatas pada platform dasar seperti email dan media sosial, tanpa dukungan visual yang kuat untuk membentuk citra perusahaan yang profesional dan modern.



Gambar 1.1 Bagan Struktur Organisasi PT. Taktikal Pintar Kinetika

Masalah

Merdeka Belajar-Kampus Mengajar (MBKM) merupakan program Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan yang bertujuan agar menghasilkan kualitas Pendidikan yang lebih baik seperti mahasiswa

yang memiliki kemampuan analisis yang tajam dan pemahaman komprehensif dalam mengembangkan diri. MBKM terdiri dari beberapa subprogram diantaranya yaitu magang, studi independen, kampus mengajar, dan lainnya (Tasya Wananda & Nugraha, 2023).

Program Merdeka Belajar–Kampus Merdeka (MBKM) memiliki tujuan untuk mendorong siswa memperoleh pengetahuan yang relevan dengan kebutuhan dunia kerja dan memungkinkan mahasiswa untuk menguasai bidang keahliannya di berbagai disiplin ilmu sehingga mereka siap bersaing di pasar global. Kebijakan ini memberikan keleluasaan bagi mahasiswa dalam memilih jalur pembelajaran sesuai minat, termasuk program seperti magang, pertukaran pelajar, asisten pengajar sekolah, penelitian atau kajian, proyek kemanusiaan, kegiatan wirausaha, studi atau proyek mandiri, hingga pembangunan desa perkuliahan bertema kerja nyata (KKN), yang memberikan pengalaman nyata di luar kampus (Fitriana et al., 2024). Salah satu subprogram utama dan populer dari MBKM adalah Magang dan Studi Independen Bersertifikat (MSIB), yang menawarkan kesempatan praktik langsung di industri dan diakui secara akademik.

Program Magang dan Studi Independen Bersertifikat (MSIB), yang dimulai pada tahun 2021 oleh Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Indonesia, memberikan mahasiswa kesempatan untuk mendapatkan pengalaman langsung di dunia kerja profesional. Tujuan dari program ini adalah untuk menentukan dampak MSIB terhadap pengembangan pribadi mahasiswa, termasuk dalam hal pengetahuan kerja, keterampilan kerja, komitmen kerja, dan hubungan profesional (Putri Ardani, 2025).

Melalui program MSIB, mahasiswa magang dilibatkan dalam pengembangan konten visual perusahaan yang berfungsi sebagai media promosi digital, memperkenalkan profil perusahaan, serta menyampaikan keunggulan layanan melalui media sosial seperti Instagram

dan Facebook. Presisi dalam penggunaan media sosial dan desain visual bertujuan untuk meningkatkan branding perusahaan dan memperluas jangkauan informasi kepada calon konsumen. Pelatihan ini diharapkan dapat “meningkatkan kemampuan penggunaan sosial media dan desain serta memberi edukasi/pembelajaran untuk menaikkan branding produk mereka menjadi lebih dikenal melalui media sosial sehingga akan meningkatkan penjualan produk” (Kurniawati et al., 2022). Program ini sejalan dengan semangat kolaborasi antara dunia pendidikan dan industri kreatif untuk mencetak talenta muda yang adaptif dan kompeten dalam bidang pemasaran digital.

Metode

1. Tahapan Pelaksanaan

Proses perancangan luaran mengikuti tahapan dalam Multimedia Development Life Cycle (MDLC), sebuah metode pengembangan multimedia yang sistematis dan terstruktur. MDLC terdiri dari enam tahapan, yaitu concept, design, material collecting, assembly, testing, dan distribution.

Tahap **concept** dimulai dengan memahami kebutuhan mitra melalui observasi terhadap media sosial mitra serta pengumpulan materi pendukung seperti logo, foto produk, dan konten sebelumnya. Informasi ini digunakan sebagai dasar dalam menentukan arah visual dan jenis konten yang akan dibuat.

Tahap **design** dilakukan dengan menyusun konsep visual berdasarkan identitas merek dan strategi komunikasi digital. Penulis membuat rancangan awal berupa sketsa atau draft desain konten serta merumuskan gaya visual dan tone yang akan digunakan.

Pada tahap **material collecting**, seluruh aset yang diperlukan dikumpulkan seperti logo, foto produk, ikon, font, dan referensi desain dari berbagai sumber. Hal ini dilakukan untuk memastikan kelengkapan bahan sebelum memulai proses perancangan.

Tahap **assembly** merupakan proses menggabungkan seluruh elemen desain menggunakan perangkat lunak seperti Adobe Photoshop, Canva, CapCut, dan Adobe Premiere. Menggunakan Canva dan CapCut karena dua aplikasi tersebut menawarkan antarmuka yang ramah pengguna, sehingga dapat membantu mahasiswa menyelesaikan tugas desain dan multimedia dengan lebih efisien (Ekowati et al., 2024). Sedangkan Adobe Photoshop dan Adobe Premiere dapat menambahkan nilai seni pada desain dan video (Aulia et al., 2021). Pada tahap ini, desain konten difinalisasi agar siap untuk ditinjau dan direvisi bila diperlukan.

Pada tahap **testing**, penulis mengirimkan desain yang telah dibuat ke pihak mitra melalui WhatsApp untuk mendapat umpan balik. Diskusi dilakukan hingga desain disetujui dan siap dipublikasikan.

Tahap terakhir yaitu tahap **distribution** dilakukan dengan menyerahkan desain yang sudah final kepada mitra untuk diunggah ke media sosial seperti Instagram dan Facebook. Proses unggah mengikuti jadwal konten yang telah disusun oleh Social Media Management.

2. Tahapan Pelaporan dan Penilaian

Setelah konten dipublikasikan, penulis memantau performa konten melalui data interaksi di media sosial seperti jumlah likes, komentar, dan jangkauan (reach). Pengamatan ini dilakukan untuk mengetahui seberapa baik konten diterima oleh audiens dan seberapa efektif dalam membangun citra digital perusahaan.

Karena perusahaan sebelumnya belum memiliki media sosial, penilaian awal dilakukan dengan membandingkan kondisi sebelum dan sesudah konten dipublikasikan. Peningkatan keterlibatan pengguna menjadi salah satu indikator keberhasilan strategi desain visual.

Seluruh proses kerja, mulai dari tahap perencanaan, produksi, revisi, hingga evaluasi, disusun dalam bentuk laporan kerja praktik. Laporan ini berfungsi sebagai pertanggungjawaban akademik atas kegiatan magang serta sebagai dokumentasi yang dapat digunakan perusahaan untuk pengembangan strategi digital ke depannya.

3. Jadwal Pelaksanaan

Adapun Jadwal Pelaksanaan dan Anggaran Pelaksanaan Magang (Kerja Praktek) adalah sebagai berikut :

Kegiatan	Februari				April				Mei				Juni			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Penyelesaian Magang																
Proposal																
Laporan KP																
Bimbingan Laporan																
Penyusunan Laporan Akhir dan Logbook																
Penyusunan Artikel																

Tabel 3.1 *Jadwal Pelaksanaan Magang*

Hasil dan Pembahasan

1. Concept, Design dan Material Collecting

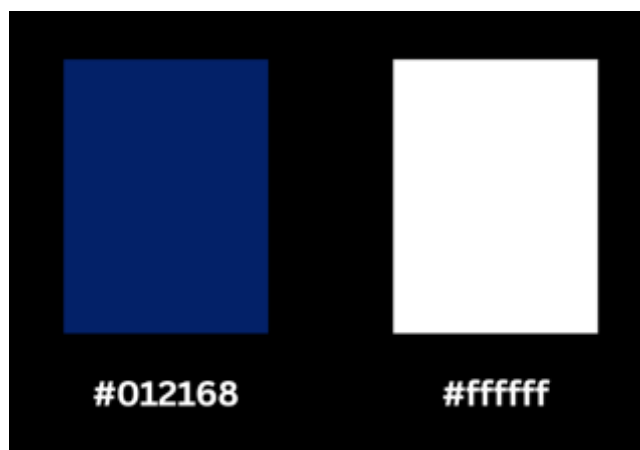
Pada tahap concept, penulis melakukan diskusi awal dengan pihak PT. Taktikal Pintar Kinetika untuk memahami kebutuhan visual yang akan dikembangkan. Karena perusahaan belum memiliki media sosial sebelumnya, proses perencanaan dimulai dari nol, mencakup penentuan identitas visual, jenis konten yang akan dibuat, serta segmentasi audiens.

Selanjutnya Tahap design diawali dengan pembuatan *crude design* sebagai rancangan awal tampilan konten. Rancangan ini menampilkan struktur visual yang sederhana namun terarah, yaitu logo di bagian atas, elemen utama (main content) di tengah, headline di atas bagian bawah, serta informasi kontak di bagian paling bawah (lihat Gambar 1). Desain ini bertujuan untuk menciptakan tata letak yang konsisten, mudah dikenali, dan fungsional. Warna dominan yang digunakan perusahaan adalah biru tua (#012168) dan putih (ffffff), yang

mencerminkan kesan profesional dan bersih (lihat Gambar 2).



Gambar 4.1 *Crude Design Postingan*



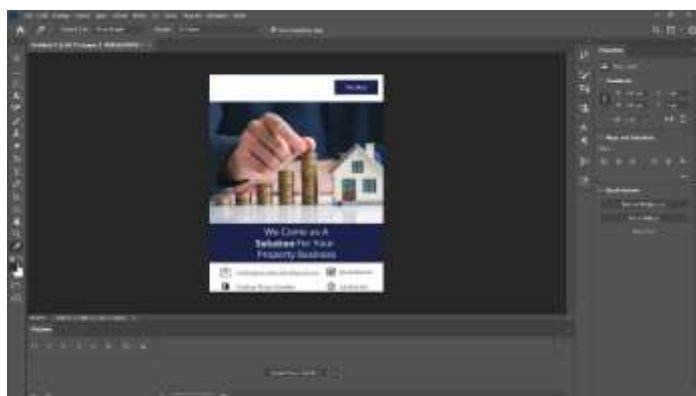
Gambar 4.2 *Color Palette*

Proses kemudian dilanjutkan ke tahap material collecting, yaitu pengumpulan bahan atau aset yang dibutuhkan untuk mendukung produksi konten. Materi yang dikumpulkan mencakup logo perusahaan, elemen identitas

visual seperti warna, font, dan ikon, serta foto-foto produk yang relevan untuk kebutuhan konten promosi.

2. Assembly

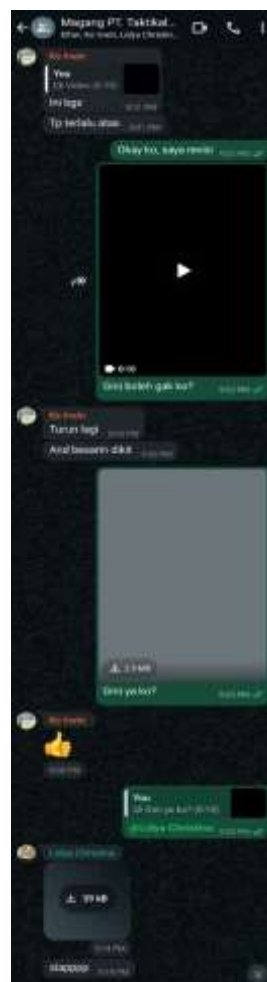
Tahap berikutnya adalah **assembly**, yaitu tahap implementasi di mana seluruh aset dan elemen visual yang telah disiapkan mulai digabungkan menjadi konten akhir. Proses perancangan dilakukan menggunakan aplikasi Canva dan Adobe Photoshop. Penulis menyusun tata letak, menambahkan teks, ikon, serta elemen grafis lainnya sesuai dengan template yang telah dirancang sebelumnya, sehingga menghasilkan desain konten yang siap untuk ditinjau dan dipublikasikan.



Gambar 4.3 Proses Penyusunan dan Pengeditan Konten Media Sosial (Assembly)

3. Testing

Setelah proses Assembly selesai, tahap selanjutnya adalah testing, yaitu proses evaluasi dan revisi terhadap hasil desain. Konten yang telah dirancang dikirimkan kepada tim internal perusahaan (Atasan/Pembimbing) dan Social Media Management untuk ditinjau bersama. Evaluasi dilakukan untuk memastikan bahwa pesan visual yang disampaikan sudah sesuai dengan tujuan promosi dan identitas perusahaan. Umpan balik yang diberikan digunakan untuk menyempurnakan desain sebelum konten siap dipublikasikan secara resmi.



Gambar 4.4 Diskusi dan Evaluasi dengan tim PT. Taktikal Pintar Kinetika

4. Distribution dan Kondisi Setelah Implementasi

Setelah seluruh desain disetujui, proses distribusi konten dilakukan oleh pihak PT. Taktikal Pintar Kinetika. Penulis menyerahkan semua materi dalam format siap unggah kepada tim social media management perusahaan. Pengelolaan dan penjadwalan unggahan dilakukan langsung oleh tim social media management perusahaan, sesuai dengan kalender konten yang telah disusun selama masa magang.

Selama menjalani kegiatan magang, penulis telah membuat 40 konten foto/desain grafis dan 4 konten video untuk media sosial perusahaan. Rincian jumlah konten dapat dilihat pada Tabel 4.1 berikut.

Jenis Konten	Jumlah	Keterangan Singkat
Foto / Desain Grafis	40	Konten Feed Instagram dan Facebook
Video	4	Konten Reels Instagram dan Facebook

Tabel 4.1 Tabel Jumlah Konten Media

Sosial yang Dibuat

Setelah implementasi, akun media sosial perusahaan mulai aktif dengan tampilan visual

yang lebih profesional dan konsisten. Keberadaan konten ini memberikan identitas digital awal bagi perusahaan yang sebelumnya belum memiliki media sosial, serta menjadi langkah awal dalam membangun kehadiran dan komunikasi di platform digital secara berkelanjutan.



Gambar 4.5 Hasil Publikasi Desain

(Distribution)

Kesimpulan

PT. Taktikal Pintar Kinetika merupakan perusahaan yang bergerak di bidang pengembangan perangkat lunak (software house) dengan fokus pada solusi teknologi inovatif. Selama pelaksanaan program magang mandiri, penulis menjalankan peran sebagai Graphic Designer di Divisi Digital Marketing. Penulis bertanggung jawab untuk merancang

berbagai kebutuhan desain visual untuk keperluan media sosial perusahaan, termasuk konten informatif, konten tematik hari libur nasional, hingga konten ringan seperti meme yang relevan dengan karakter perusahaan.

Selama masa magang, penulis berhasil menghasilkan 40 konten foto/desain grafis dan 4 konten video yang dipublikasikan melalui media sosial perusahaan. Jumlah konten tersebut menjadi bagian dari kontribusi nyata penulis dalam mendukung strategi komunikasi digital perusahaan.

Seluruh proses perancangan konten dilakukan berdasarkan metode Multimedia Development Life Cycle (MDLC), yang meliputi tahapan concept, design, material collecting, assembly, testing, dan distribution. Dalam proses tersebut, penulis menggunakan perangkat lunak seperti Canva, Adobe Photoshop, CapCut, dan Adobe Premiere, serta berkoordinasi secara aktif dengan atasan/pembimbing untuk memastikan desain yang dihasilkan sesuai dengan kebutuhan komunikasi visual perusahaan. Melalui pengalaman ini, penulis memperoleh wawasan praktis mengenai pengelolaan konten digital secara sistematis, serta pentingnya konsistensi dan identitas visual dalam membangun citra perusahaan di media sosial.

Daftar Pustaka

- Aulia, M., Pratama, A., Wildan, W., Elzami, F., & Aisyah, M. (2021). *Editing Software as Strategy Value*. 4, 236–243. <https://doi.org/10.5281/ZENODO.5055138>
- Ekowati, M. A. S., Poernomo, M. H., Silvano, G., & Saputra, U. W. (2024). Utilization of CapCut and Canva as Learning Media to Enhance Visual Learning Effectiveness in Environmental Education at SMP Kanisius Sumber. *Asian Journal of Environmental Research*, 1(3), 249–255. <https://doi.org/10.69930/ajer.v1i3.256>
- Fitriana, N. W., Lindasari, A., & Aliyyah, R. R. (2024). *Implementasi Merdeka Belajar-Kampus Merdeka (MBKM) Pada Perguruan Tinggi* (Vol. 3).
- Kurniawati, I., Heriyanto, H., Amsury, F., & Fahdia, M. R. (2022). Pelatihan Pemanfaatan Media Sosial dan Desain sebagai Media Promosi untuk Meningkatkan Branding Produk dan Pendapatan Pada UMKM Koperasi Wanita ATSIRI. *Dedikasi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 115–121. <https://doi.org/10.31479/dedikasi.v2i2.154>
- Nurzaman, F., Asril Basry, I Gede Agus Suwartane, Dian Gustina, Nafisah Yuliani, Susi Wagiyati P, & Dwi Dinariana. (2024). PENINGKATAN UMKM KECAMATAN CIPAYUNG MELALUI STRATEGI PEMASARAN DIGITAL. *Jurnal Abdi Insani*, 11(3), 2336–2349. <https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v11i3.1588>
- Putri Ardani, A. (2025). *Impact of MSIB Program on the Personal Development of Students at Universitas Muhammadiyah Surakarta*. 10(1), 202–216.
- Tasya Wananda, T., & Nugraha, J. (2023). *Pengelompokan Perguruan Tinggi berdasarkan Partisipasi pada Program Merdeka Belajar-Kampus Merdeka dengan Metode K-Means*. *Emerging Statistics and Data Science Journal*, 1(2).