

**LAPORAN
PRAKTIK KERJA LAPANGAN**



**DESAIN GRAFIS DIGITAL UNTUK MENDUKUNG
BRANDING DINAS LINGKUNGAN HIDUP DKI JAKARTA**

NAURAH

2207431018

**PROGRAM STUDI TEKNIK MULTIMEDIA DIGITAL
JURUSAN TEKNIK INFORMATIKA DAN KOMPUTER
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA**

2025

HALAMAN PENGESAHAN
LAPORAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN

- 1) Judul : Desain Grafis Digital untuk Mendukung Branding
Dinas Lingkungan Hidup DKI Jakarta
- 2) Penyusun
 - a) Nama : Naurah
 - b) NIM : 2207431018
- 3) Program Studi : Teknik Multimedia Digital
- 4) Jurusan : Teknik Informatika dan Komputer
- 5) Waktu Pelaksanaan : 15 Juli - 01 Desember 2025
- 6) Tempat Pelaksanaan : Dinas Lingkungan Hidup
Jl. Mandala V No.67 1, RT.1/RW.2, Cililitan, Kec.
Kramat jati, Kota Jakarta Timur, Daerah Khusus
Ibukota Jakarta 13640

Pembimbing PNJ



Noorlela Marcheta, S.Kom., M.Kom.

NIP. 197908032003122003

Depok, 27 November 2025,

Pembimbing Perusahaan



Yogi Ikhwani S.T, S.H, M.H.

NIP. 198203302010011020

Mengesahkan,



Malisa Huzaiifa, S.Kom., M.T.

NIP. 199110042019032024



KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan rahmat, kesehatan, dan kesempatan yang diberikan sehingga dapat menyelesaikan Laporan Praktik Kerja Lapangan berjudul “Desain Grafis Digital untuk Mendukung Branding Dinas Lingkungan Hidup DKI Jakarta”. Laporan ini disusun sebagai salah satu syarat penyelesaian program Diploma Empat Teknik Multimedia Digital di Politeknik Negeri Jakarta. Dalam proses penyusunannya, penulis memperoleh banyak dukungan, bimbingan, serta bantuan dari berbagai pihak, baik secara moril maupun materil. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

- a) Allah SWT yang telah memberikan kesehatan, kelancaran, dan kesempatan dalam menyelesaikan kegiatan magang dan laporan ini.
- b) Kedua orang tua serta keluarga yang selalu memberikan doa dan dukungan
- c) Ibu Noorlela Marcheta, S.Kom., M.Kom., selaku Dosen Pembimbing yang telah dengan sabar memberikan arahan, bimbingan, serta motivasi selama proses magang hingga penyusunan laporan ini selesai.
- d) Dinas Lingkungan Hidup Provinsi DKI Jakarta, khususnya Bidang PSMDI, atas kesempatan dan pengalaman berharga selama magang.
- e) Serta semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan laporan ini.

Akhir kata, Penulis berharap segala kontribusi untuk Laporan Praktik Kerja Lapangan ini bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang informatika dan multimedia digital.

Depok, 24 Desember 2025

Penulis,



Naurah

NIM. 2207431018

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN LAPORAN PKL.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL.....	iv
DAFTAR GAMBAR.....	v
DAFTAR LAMPIRAN	vi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Kegiatan.....	1
1.2. Ruang Lingkup Kegiatan.....	3
1.3. Waktu dan Tempat Pelaksanaan.....	3
1.4. Tujuan dan Kegunaan.....	3
1.4.1. Tujuan.....	3
1.4.2. Kegunaan.....	4
BAB II LANDASAN TEORI	5
2.1. Desain Grafis Digital.....	5
2.2. Branding dan Identitas Visual.....	6
2.3. Media Sosial sebagai Sarana Branding.....	6
2.4. Komunikasi Visual Lingkungan.....	6
2.5. Metode Luther sebagai MDLC (Multimedia Development Life Cycle)..	7
2.6. Aplikasi Perangkat Lunak Desain Grafis Digital.....	8
BAB III HASIL PELAKSANAAN MAGANG	10
3.1. Profil DUDI.....	10
3.2. Uraian Kegiatan Magang.....	12
3.3. Pembahasan Hasil Magang.....	13
3.3.1. Desain Carousel / Infografis.....	13
3.3.2. Desain Merchandise.....	14
3.3.3. Template Desain/Presentasi.....	15
3.3.4. Desain Stiker Mobil.....	16
3.3.5. Desain Kaca Gedung.....	17
3.4. Deskripsi <i>Project</i> /Produk.....	18
3.5. <i>Requirement</i> /Spesifikasi <i>Project</i> /Produk/ <i>Design Brief</i>	22
3.6. Desain <i>Project</i> /Produk/ <i>Project Brief</i>	22
3.7. Implementasi.....	22
3.8. Pengujian dan Pembahasan.....	36
3.8.1. Kendala Pelaksanaan Tugas.....	45
3.8.2. Cara Mengatasi Kendala.....	46
BAB IV PENUTUP	47
4.1. Simpulan.....	47
4.2. Saran.....	48
DAFTAR PUSTAKA	49

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	<i>Requirement Design</i>	1
Tabel 3.2	Hasil Desain Carousel	2
Tabel 3.3	<i>Material Collecting</i>	3
Tabel 3.4	Hasil <i>Alpha Testing</i>	4
Tabel 3.5	Analisis Penilaian Beta Testing	5

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Logo Aplikasi Adobe Illustrator.....	15
Gambar 2.2	Logo Aplikasi Figma.....	16
Gambar 3.1	Logo Dinas Lingkungan Hidup.....	17
Gambar 3.2	Struktur Organisasi DLH Provinsi DKI Jakarta.....	19
Gambar 3.3	Hasil Desain <i>Carousel</i>	15
Gambar 3.4	Desain <i>Merchandise</i>	16
Gambar 3.5	Desain Presentasi.....	17
Gambar 3.6	Desain Stiker Mobil.....	15
Gambar 3.7	Hasil Implementasi Stiker Mobil.....	15
Gambar 3.8	Desain Kaca Gedung.....	15
Gambar 3.9	<i>Design Brief</i>	15
Gambar 3.10	Tahap 1 Pembuatan Desain.....	16
Gambar 3.11	Tahap 2 Pembuatan Desain.....	17
Gambar 3.12	Tahap 3 Pembuatan Desain.....	15
Gambar 3.13	Tahap 4 Pembuatan Desain.....	16
Gambar 3.14	Tahap 5 Pembuatan Desain.....	17
Gambar 3.15	Tahap 6 Pembuatan Desain.....	15
Gambar 3.16	Hasil Desain.....	16
Gambar 3.17	Chart Usia Responden Beta Testing.....	17
Gambar 3.18	Chart Jenis Kelamin Responden Beta Testing.....	15
Gambar 3.19	Chart Pengguna Instagram Responden Beta Testing.....	16
Gambar 3.20	Data Hasil Pertanyaan 1 Responden Beta Testing.....	17
Gambar 3.21	Data Hasil Pertanyaan 2 Responden Beta Testing.....	15
Gambar 3.22	Data Hasil Pertanyaan 3 Responden Beta Testing.....	15
Gambar 3.23	Data Hasil Pertanyaan 4 Responden Beta Testing.....	15
Gambar 3.24	Data Hasil Pertanyaan 5 Responden Beta Testing.....	15
Gambar 3.25	Data Hasil Pertanyaan 6 Responden Beta Testing.....	16
Gambar 3.26	Data Hasil Pertanyaan 7 Responden Beta Testing.....	17
Gambar 3.27	Data Hasil Pertanyaan 8 Responden Beta Testing.....	15
Gambar 3.28	Data Hasil Pertanyaan 9 Responden Beta Testing.....	16

DAFTAR LAMPIRAN

Surat Keterangan Aktif Magang Kerja	L-1
Buku Penghubung Pembimbing Magang Industri	L-2
Surat Keterangan Selesai Bekerja dan Sertifikat	L-3

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Kegiatan

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi di era digital telah membawa perubahan besar dalam cara organisasi menyampaikan pesan, membangun citra, dan berinteraksi dengan publik. Transformasi digital tidak hanya berdampak pada sektor bisnis dan industri kreatif, tetapi juga pada lembaga pemerintahan yang kini dituntut untuk lebih adaptif, transparan, serta komunikatif dalam menyampaikan program dan kebijakan kepada masyarakat.

Dalam konteks komunikasi publik modern, desain grafis digital memainkan peran yang sangat penting sebagai media penyampai pesan visual yang efektif, menarik, dan mudah dipahami oleh masyarakat. Melalui pendekatan visual, instansi pemerintah dapat memperkuat citra positif, meningkatkan partisipasi masyarakat, serta menciptakan hubungan yang lebih dekat dengan publik.

Dinas Lingkungan Hidup (DLH) Provinsi DKI Jakarta merupakan salah satu instansi pemerintah yang memiliki tanggung jawab besar dalam menjaga dan mengelola kelestarian lingkungan di wilayah Jakarta. DLH tidak hanya berperan dalam pengawasan dan pelaksanaan kebijakan lingkungan, tetapi juga aktif dalam mengedukasi serta mengajak masyarakat untuk berperan dalam menjaga kebersihan dan keberlanjutan kota. Untuk itu, diperlukan strategi komunikasi publik yang kreatif dan efektif agar pesan-pesan lingkungan dapat diterima dan dipahami oleh seluruh lapisan masyarakat.

Salah satu bentuk implementasi strategi komunikasi tersebut diwujudkan melalui program “Jakarta Sadar Sampah (JSS)”, sebuah inisiatif kolaboratif yang digagas oleh DLH DKI Jakarta. JSS berperan sebagai wadah komunikasi dan kolaborasi lintas sektor yang bertujuan membangun kesadaran masyarakat terhadap pentingnya pengelolaan sampah. Program ini diatur melalui Peraturan Gubernur

DKI Jakarta Nomor 113 Tahun 2021 tentang Penjenamaan Jakarta Sadar Sampah, yang menegaskan pentingnya branding lingkungan dalam membentuk citra positif kota serta meningkatkan partisipasi publik.

Dalam pelaksanaannya, Jakarta Sadar Sampah menjalankan strategi komunikasi digital melalui berbagai media sosial, termasuk Instagram, dengan menghadirkan konten visual yang bersifat edukatif, kolaboratif, dan menghibur. Konten-konten tersebut dikembangkan berdasarkan empat pilar utama, yaitu Identitas, Edukasi, Kolaborasi, dan Hiburan. Melalui pendekatan desain grafis digital, pesan lingkungan seperti pengelolaan sampah, daur ulang, dan pengurangan emisi dapat dikomunikasikan secara menarik dan mudah dipahami masyarakat.

Peran desain grafis dalam konteks ini tidak hanya sebagai sarana estetika, tetapi juga sebagai alat komunikasi strategis yang berfungsi untuk menyampaikan nilai, pesan, dan identitas program secara visual. Elemen-elemen desain seperti tipografi, warna, ilustrasi, dan tata letak menjadi aspek penting dalam membentuk persepsi publik terhadap kampanye lingkungan yang dilakukan oleh DLH.

Melalui kegiatan magang di Dinas Lingkungan Hidup Provinsi DKI Jakarta, penulis berkesempatan untuk berkontribusi langsung dalam proses pembuatan desain grafis digital sebagai bagian dari strategi komunikasi visual program Jakarta Sadar Sampah.

Kegiatan magang ini tidak hanya memberikan pengalaman praktis bagi penulis dalam penerapan teori desain grafis digital, tetapi juga memperluas pemahaman mengenai bagaimana branding dan komunikasi visual diterapkan dalam sektor pemerintahan. Selain itu, kegiatan ini juga menjadi sarana untuk mengembangkan kemampuan berpikir kreatif, kolaboratif, dan strategis dalam merancang desain yang relevan dengan nilai-nilai keberlanjutan lingkungan.

Dengan adanya laporan ini, diharapkan dapat memberikan gambaran menyeluruh mengenai proses dan hasil kegiatan magang, serta menjelaskan bagaimana penerapan desain grafis digital dapat mendukung branding dan komunikasi publik pada Dinas Lingkungan Hidup DKI Jakarta, khususnya dalam mendukung

keberhasilan program Jakarta Sadar Sampah sebagai gerakan kolaboratif menuju Jakarta yang bersih, sehat, dan berkelanjutan.

1.2 Ruang Lingkup Kegiatan

Dalam kegiatan ini, berperan sebagai Desainer Grafis pada Tim Peran Serta Masyarakat, Data, dan Informasi (PSMDI) di Dinas Lingkungan Hidup DKI Jakarta dengan tugas utama melakukan pembuatan desain grafis media digital untuk kebutuhan branding dan publikasi.

Adapun lingkup kegiatan yang dilakukan yaitu:

1. Mengumpulkan dan membuat kebutuhan aset desain yang digunakan untuk memberikan informasi yang optimal dalam pembuatan desain.
2. Pembuatan desain grafis digital untuk kebutuhan branding dan publikasi.
3. Penyusunan konten visual yang sesuai dengan identitas dan nilai-nilai instansi.
4. Adaptasi desain untuk berbagai media, seperti poster, banner, infografis, dan konten digital.

1.3 Waktu dan Tempat Pelaksanaan

Praktik Kerja Lapangan dilaksanakan pada tanggal 15 Juli 2025 s.d. 1 Desember 2025 secara luring, dengan ketentuan:

- a. *Work From Office (WFO)*: Senin s/d Jumat
- b. Jam Kerja yang berlaku: 08.00 - 16.00 WIB

Adapun tempat pelaksanaan kegiatan adalah di Dinas Lingkungan Hidup DKI Jakarta, beralamat di Jl. Mandala V No.67 1, RT.1/RW.2, Cililitan, Kec. Kramat jati, Kota Jakarta Timur, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 13640.

1.4 Tujuan dan Kegunaan

Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk mendukung upaya branding dan komunikasi publik Dinas Lingkungan Hidup DKI Jakarta melalui pembuatan desain grafis

digital yang informatif, komunikatif, serta sesuai dengan identitas instansi sehingga dapat memperkuat citra positif di mata masyarakat.

Adapun kegunaan kegiatan ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Dinas Lingkungan Hidup DKI Jakarta

Mendapatkan media desain grafis digital yang dapat digunakan sebagai sarana branding dan publikasi program lingkungan hidup kepada masyarakat.

2. Bagi Masyarakat

Memperoleh informasi mengenai program dan kampanye lingkungan hidup secara lebih menarik, mudah dipahami, dan mendorong partisipasi aktif.

3. Bagi Penulis

Menambah pengalaman, wawasan, dan keterampilan praktis dalam bidang desain grafis digital serta penerapannya pada instansi pemerintah.

BAB II

LANDASAN TEORI

Bab ini berisi pembahasan mengenai teori-teori yang menjadi dasar dalam pelaksanaan kegiatan magang berjudul “Desain Grafis Digital untuk Mendukung Branding Dinas Lingkungan Hidup DKI Jakarta.” Landasan teori ini mencakup konsep desain grafis digital, branding dan identitas visual, peran media sosial dalam strategi branding, komunikasi visual lingkungan, penerapan desain dalam konteks pemerintahan, serta penggunaan perangkat lunak desain grafis digital seperti Adobe Illustrator dan Figma. Teori-teori ini digunakan untuk memperkuat pemahaman terhadap proses dan hasil kegiatan magang, khususnya dalam mendukung branding Dinas Lingkungan Hidup melalui media digital.

2.1 Desain Grafis Digital

Desain grafis digital merupakan proses komunikasi visual yang memanfaatkan elemen-elemen seperti gambar, warna, tipografi, dan ilustrasi untuk menyampaikan pesan secara efektif melalui berbagai media digital. Dalam perkembangan lima tahun terakhir, penelitian menunjukkan bahwa desain grafis digital berperan penting dalam meningkatkan daya tarik informasi, memperkuat identitas visual, serta mempengaruhi persepsi audiens terhadap suatu organisasi. Menurut Putra dan Wibowo (2021), desain grafis digital tidak hanya berfungsi sebagai sarana estetis, tetapi juga sebagai alat strategis untuk membangun citra dan mempermudah pemahaman pesan melalui kombinasi teks dan visual yang terstruktur. Hal ini diperkuat oleh studi Oktaviani dan Rahmawati (2023) yang menegaskan bahwa penerapan desain grafis pada media sosial, website, dan aplikasi mampu meningkatkan konsistensi branding serta efektivitas komunikasi digital suatu lembaga atau merek.

2.2 **Branding dan Identitas Visual**

Branding adalah proses strategis untuk membentuk citra, persepsi, dan kepercayaan publik terhadap suatu entitas. Identitas visual merupakan bagian dari branding yang diwujudkan melalui elemen visual seperti logo, warna, tipografi, dan gaya desain, yang berfungsi meningkatkan pengenalan dan konsistensi merek. Studi terbaru menunjukkan bahwa identitas visual yang kuat dapat memperkuat citra profesional, meningkatkan kepercayaan, serta mempengaruhi sikap dan keputusan publik (Shams, 2024; Oliveira & Cruz, 2023). Dalam instansi pemerintah seperti Dinas Lingkungan Hidup, branding diperlukan untuk membangun citra positif, memperjelas pesan program, dan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap layanan dan kebijakan yang dijalankan.

2.3 **Media Sosial sebagai Sarana Branding**

Media sosial dalam lima tahun terakhir telah menjadi sarana utama bagi instansi pemerintah dalam membangun komunikasi publik dan memperkuat branding kelembagaan. Melalui konten visual seperti poster, carousel, infografis, dan video pendek, informasi dapat disampaikan dengan lebih menarik, cepat, dan mudah dipahami oleh masyarakat. Penelitian terbaru menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya berfungsi sebagai kanal informasi, tetapi juga sebagai ruang interaksi dua arah yang mampu meningkatkan keterlibatan (engagement) dan kedekatan antara pemerintah dan publik. Menurut Ernungtyas dan Boer (2023), pemanfaatan media sosial oleh instansi pemerintah berkontribusi signifikan terhadap transparansi, partisipasi warga, dan pembentukan citra positif lembaga. Hal ini sejalan dengan temuan Aji et al. (2023) yang menyatakan bahwa interaktivitas pada media sosial pemerintah dapat memperkuat kepercayaan publik serta mendukung efektivitas komunikasi program dan layanan.

2.4 **Komunikasi Visual Lingkungan**

Komunikasi visual lingkungan merupakan penyampaian pesan yang berfokus pada edukasi dan kampanye isu lingkungan melalui berbagai media visual. Dalam lima tahun terakhir, penelitian menunjukkan bahwa visual yang informatif dan persuasif efektif dalam meningkatkan kesadaran serta mendorong perubahan

perilaku masyarakat terkait isu ekologis. Menurut Lestari dan Prabowo (2021), penyajian pesan lingkungan melalui elemen visual seperti ilustrasi, infografis, dan materi kampanye grafis lebih mudah menarik perhatian publik dan meningkatkan pemahaman terhadap urgensi permasalahan lingkungan. Temuan ini diperkuat oleh Rizki dan Handayani (2023) yang menyatakan bahwa komunikasi visual berperan penting dalam membentuk perilaku pro-lingkungan sekaligus memperkuat citra lembaga penggerak lingkungan, termasuk instansi pemerintah seperti Dinas Lingkungan Hidup. Dengan visualisasi yang menarik, pesan lingkungan dapat diterima lebih cepat dan efektif oleh masyarakat.

2.5 Metode Luther sebagai MDLC (*Multimedia Development Life Cycle*)

MDLC (Multimedia Development Life Cycle) merupakan metode pengembangan sistem multimedia yang awalnya diperkenalkan oleh Luther dan kemudian disempurnakan oleh Sutopo. Dalam penelitian lima tahun terakhir, MDLC masih menjadi model yang banyak digunakan karena tahapannya yang sistematis dan mudah diterapkan dalam proyek desain maupun pengembangan aplikasi multimedia. Menurut Prabowo dan Setiawan (2021), MDLC terdiri dari enam tahap utama *concept*, *design*, *material collecting*, *assembly*, *testing*, dan *distribution* yang dilakukan secara iteratif untuk memastikan kualitas fungsional sekaligus estetika produk. Tahap *Concept* berfokus pada penetapan tujuan, target audiens, serta pesan yang ingin disampaikan. Selanjutnya tahap *Design* mencakup pembuatan sketsa, *wireframe*, hingga perancangan konsep visual. Pada tahap *Material Collecting*, seluruh elemen seperti foto, ilustrasi, font, warna, dan logo dikumpulkan sebagai bahan produksi.

Tahap *Assembly* merupakan proses pembuatan produk menggunakan perangkat lunak desain seperti Adobe Illustrator, Figma, atau Canva. Setelah itu, tahap *Testing* dilakukan untuk meninjau, mengevaluasi, dan merevisi hasil berdasarkan masukan pengguna atau *stakeholder*. Tahap terakhir, *Distribution*, adalah proses pendistribusian produk ke media yang dibutuhkan baik media sosial, website, maupun media cetak sebagai bagian dari implementasi *branding* dan komunikasi visual. Penelitian terbaru (Rahmanto & Hasanah, 2022) menegaskan bahwa

pendekatan berurutan namun fleksibel pada MDLC membuat metode ini tetap relevan dalam produksi konten digital *modern*.

2.6 Aplikasi Perangkat Lunak Desain Grafis Digital

Dalam proses perancangan desain grafis digital, penggunaan perangkat lunak memiliki peran penting dalam mendukung efisiensi kerja dan kualitas hasil visual. Dua perangkat utama yang digunakan dalam kegiatan magang ini adalah Adobe Illustrator dan Figma.

1. Adobe Illustrator



Gambar 2.1 Logo Aplikasi Adobe Illustrator
(Sumber: wikipedia.org)

Adobe Illustrator merupakan perangkat lunak berbasis *vector graphic* yang digunakan untuk membuat ilustrasi, logo, tipografi, dan berbagai elemen desain visual lainnya. Menurut Adobe Inc. (2022), Illustrator memungkinkan desainer menghasilkan karya dengan presisi tinggi dan fleksibilitas skala tanpa kehilangan kualitas. Aplikasi ini mendukung pembuatan desain yang profesional seperti logo, poster, dan infografis. Dalam kegiatan magang, Illustrator digunakan untuk membuat berbagai desain kampanye lingkungan seperti poster digital, *infographic content*, dan *social media assets*.

2. Figma



Gambar 2.2 Logo Aplikasi Figma
(Sumber: blog.greggant.com)

Figma adalah aplikasi desain berbasis *web* yang berfokus pada kolaborasi tim secara *real-time*. Menurut McLeod (2021), Figma memudahkan desainer dalam merancang *interface*, membuat *prototype*, dan berkolaborasi dengan anggota tim lain dalam satu proyek secara simultan. Dalam kegiatan magang, Figma digunakan untuk membuat *layout design*, *template* presentasi, serta mendesain konten media sosial dengan sistem *grid* yang konsisten dan mudah diadaptasi. Keunggulan utama Figma adalah kemampuannya untuk diakses melalui *browser* tanpa perlu instalasi tambahan, serta fitur *version control* yang memudahkan proses revisi desain.

Berdasarkan teori-teori yang telah dijelaskan di atas, dapat disimpulkan bahwa desain grafis digital berperan penting dalam memperkuat branding dan komunikasi visual instansi pemerintah, khususnya dalam kampanye lingkungan hidup. Melalui penerapan prinsip-prinsip desain, strategi branding, dan media sosial, kegiatan magang ini berupaya mendukung citra positif Dinas Lingkungan Hidup DKI Jakarta. Pembahasan lebih lanjut mengenai penerapan teori-teori tersebut dalam kegiatan magang akan dijelaskan secara rinci pada BAB III Hasil dan Pembahasan Kegiatan Magang.

BAB III

HASIL PELAKSANAAN MAGANG

Bab ini berisi gambaran umum mengenai tempat pelaksanaan magang, yaitu Dinas Lingkungan Hidup (DLH) Provinsi DKI Jakarta. Bab ini menjelaskan profil instansi, struktur organisasi, serta ruang lingkup kegiatan yang berkaitan dengan pelaksanaan magang di bidang Desain Grafis Digital untuk Mendukung Branding. Pemahaman terhadap profil dan sistem kerja instansi sangat penting untuk menyesuaikan proses pembelajaran dan penerapan keahlian selama kegiatan magang berlangsung.

3.1 Profil DUDI



Gambar 3.1 Logo Dinas Lingkungan Hidup
(Sumber: lingkunganhidup.jakarta.go.id)

Dinas Lingkungan Hidup (DLH) Provinsi DKI Jakarta merupakan perangkat daerah yang bertanggung jawab dalam pengelolaan dan perlindungan lingkungan hidup di wilayah DKI Jakarta. DLH memiliki peran penting dalam menjaga kualitas lingkungan agar tetap bersih, sehat, dan berkelanjutan melalui berbagai program yang melibatkan masyarakat, pemerintah, serta sektor swasta.

DLH DKI Jakarta berfokus pada pengendalian pencemaran dan kerusakan lingkungan, pengelolaan sampah dan limbah, pengawasan serta penataan hukum lingkungan, dan peningkatan partisipasi masyarakat. Selain itu, DLH juga

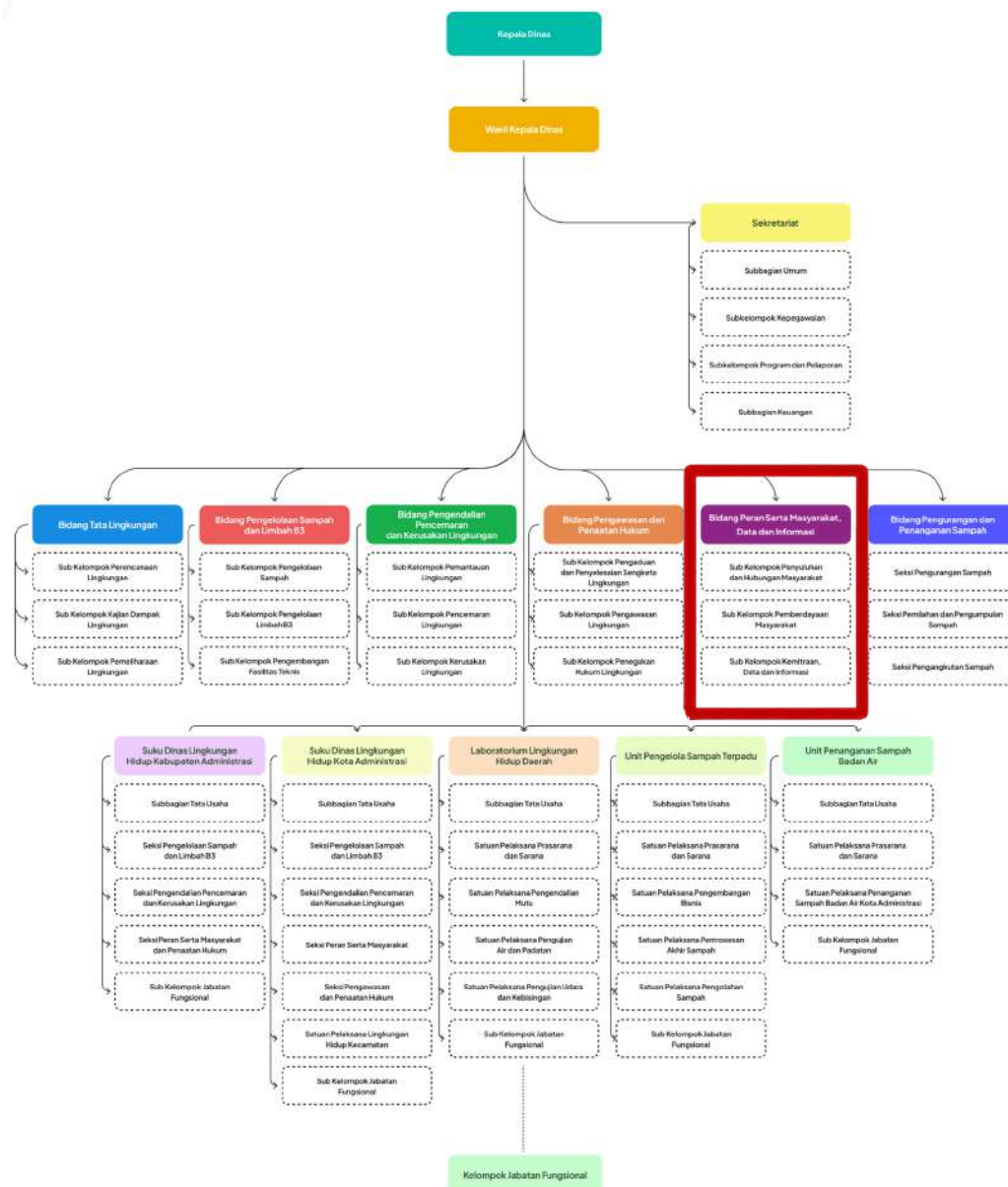
menjalankan fungsi edukasi dan kampanye publik untuk menumbuhkan kesadaran masyarakat terhadap pentingnya menjaga kelestarian lingkungan.

DLH juga membuka ruang kolaborasi dengan masyarakat, komunitas, dan dunia usaha untuk bersama-sama mewujudkan perilaku ramah lingkungan melalui berbagai aksi nyata seperti gerakan pengurangan sampah, edukasi daur ulang, hingga digitalisasi data lingkungan.

Salah satu inisiatif unggulan dari Dinas Lingkungan Hidup Provinsi DKI Jakarta adalah program Jakarta Sadar Sampah (JSS), yang berperan sebagai wadah komunikasi dan kolaborasi lintas sektor dalam mewujudkan Jakarta yang bersih, sehat, dan berkelanjutan. Program ini didasarkan pada Peraturan Gubernur DKI Jakarta Nomor 113 Tahun 2021 tentang Penjenamaan Jakarta Sadar Sampah, yang menekankan pentingnya peningkatan peran serta masyarakat dan pelaku usaha dalam mengurangi serta menangani sampah secara berwawasan lingkungan.

Dalam pertimbangannya, disebutkan bahwa untuk meningkatkan kesadaran dan peran serta masyarakat Jakarta dalam pengelolaan sampah, serta mengembangkan citra positif kota, diperlukan strategi *branding* melalui penjenamaan “Jakarta Sadar Sampah”. Jakarta Sadar Sampah hadir sebagai gerakan kolaboratif yang mengajak semua pihak mulai dari pemerintah, komunitas, dunia usaha, hingga individu untuk bersama-sama melakukan aksi nyata dalam menciptakan lingkungan yang lebih baik.

Untuk mendukung pelaksanaan tugas dan fungsinya, Dinas Lingkungan Hidup Provinsi DKI Jakarta memiliki struktur organisasi yang terkoordinasi dari tingkat pimpinan hingga pelaksana teknis di lapangan. Struktur organisasi ini menggambarkan pembagian peran, tanggung jawab, dan koordinasi antar bidang dalam menjalankan program kerja yang berorientasi pada keberlanjutan lingkungan. Struktur organisasi Dinas Lingkungan Hidup Provinsi DKI Jakarta dapat dilihat pada Gambar 2.1 berikut.



Gambar 3.2 Struktur Organisasi DLH Provinsi DKI Jakarta
(Sumber: lingkunganhidup.jakarta.go.id)

3.2 Uraian Kegiatan Magang

Kegiatan magang dilaksanakan pada Bidang Peran Serta Masyarakat, Data, dan Informasi (PSMDI) yang merupakan unit kerja di bawah Dinas Lingkungan Hidup Provinsi DKI Jakarta. Bidang ini berperan dalam pengembangan peran serta masyarakat terhadap pengelolaan lingkungan dan kebersihan. Adapun fungsi

dari bidang PSMDI meliputi penyusunan bahan rencana strategis dan anggaran, pelaksanaan rencana kerja, serta penyuluhan kepada masyarakat di bidang lingkungan dan kebersihan.

Pelaksanaan magang berlangsung dari 15 Juli hingga 1 Desember 2025, setiap Senin–Jumat. Saya ditempatkan di program Jakarta Sadar Sampah, sebuah wadah komunikasi dan kolaborasi untuk mendorong kesadaran masyarakat akan kebiasaan ramah lingkungan. Saya berperan dalam bidang desain komunikasi visual yang mendukung kebutuhan publikasi dan internal PSMDI. Tugas utama saya meliputi pembuatan desain grafis untuk media sosial Jakarta Sadar Sampah dan membuat berbagai desain internal seperti *template* presentasi, *daily report*, desain baju, *lanyard*, serta melakukan *redesign* logo untuk acara Jakarta Eco Future Fest 2025.

Selain desain, saya beberapa kali melakukan dokumentasi foto dan video untuk kebutuhan konten, khususnya reels Instagram. Saya juga aktif mengikuti rapat internal dan koordinasi eksternal terkait program kampanye lingkungan.

Untuk memahami lebih lanjut mengenai hasil, capaian, serta analisis dari kegiatan yang telah dilakukan, pembahasan tersebut akan dijelaskan pada *logbook* kegiatan yaitu Lampiran 2.

3.3 Pembahasan Hasil Magang

Desain grafis memiliki peran penting dalam penyampaian informasi lingkungan kepada masyarakat. Agar pesan dapat diterima secara efektif, diperlukan visual yang informatif, konsisten, dan menarik. Oleh karena itu, dalam pelaksanaan magang ini, berkontribusi melalui tiga jenis proyek utama, yaitu: pembuatan carousel/infografis, desain *merchandise*, dan desain presentasi. Ketiga jenis desain tersebut menjadi bagian strategis dari upaya *branding* serta edukasi DLH kepada masyarakat.

3.3.1 Desain *Carousel* / Infografis



Gambar 3.3 Hasil Desain Carousel

Pembuatan carousel dan infografis merupakan salah satu tugas utama yang diberikan kepada desainer. Materi ini digunakan untuk media sosial DLH DKI Jakarta, terutama Instagram, sebagai sarana edukasi dan publikasi kegiatan. Dalam pengerjaannya, memulai dengan menerima *brief* dari pembimbing atau staf humas mengenai tema yang akan disampaikan, misalnya kampanye kebersihan, pengurangan sampah, atau peringatan hari lingkungan tertentu. Setelah itu dilakukan riset visual, pengumpulan referensi, penyusunan *layout*, serta pemilihan warna dan iconografi yang sesuai dengan identitas DLH. Hasil desain carousel/infografis membantu meningkatkan kualitas konten media sosial DLH, menjadikannya lebih informatif dan menarik sehingga pesan lingkungan dapat tersampaikan dengan lebih efektif.

3.3.2 Desain *Merchandise*



Gambar 3.4 Desain *Merchandise*

Proyek kedua yang dikerjakan adalah pembuatan desain merchandise seperti totebag, lanyard dan kaos. *Merchandise* ini biasanya digunakan untuk kegiatan kampanye lingkungan, *workshop*, serta acara-acara resmi DLH. Dalam prosesnya, menerapkan *visual branding* DLH dengan mempertimbangkan kesederhanaan bentuk, keterbacaan pesan, serta identitas organisasi. Desain merchandise harus bersifat universal, mudah diaplikasikan ke berbagai media cetak, dan tetap mempertahankan karakter lingkungan yang kuat.

Kemudian menyesuaikan desain dengan kebutuhan kegiatan, seperti memasukkan tagline kampanye, ilustrasi bertema lingkungan (daun, bumi, pohon, tempat sampah terpilah), serta penggunaan warna dominan hijau. Selain itu, desain dibuat agar memiliki nilai estetika sehingga dapat menarik bagi masyarakat sebagai bentuk *environmental awareness*. Kontribusi desain *merchandise* ini dapat mendukung citra positif DLH karena menjadi media visual yang hadir langsung di tengah masyarakat.

3.3.3 Template design/presentasi



Gambar 3.5 Desain Presentasi

Jenis proyek lainnya adalah pembuatan desain *slide* presentasi yang digunakan oleh pegawai DLH dalam kegiatan internal maupun eksternal, seperti rapat, seminar, laporan program, dan sosialisasi kebijakan. Penulis berperan membuat template presentasi yang konsisten dengan *brand guidelines* DLH, mulai dari pemilihan *layout*, tipografi, *icon*, hingga skema warna. Desain presentasi harus memenuhi unsur profesionalitas sekaligus tetap mencerminkan karakter lembaga pemerintah yang bergerak di bidang lingkungan dan mudah digunakan kembali oleh staf DLH. *Template* presentasi ini memudahkan pegawai dalam menyusun materi dan meningkatkan standar visual komunikasi DLH secara keseluruhan.

3.3.4 Desain Stiker Mobil



Gambar 3.6 Desain Stiker Mobil

Desain stiker branding mobil ini dirancang sebagai media edukasi publik untuk kampanye #KuPiLa (Kurangi, Pilah, Olah) di bawah program Jakarta Sadar Sampah. Proyek ini menggunakan pendekatan ilustrasi karakter yang ramah dan palet warna jingga yang kontras guna menarik perhatian pengguna jalan serta menghilangkan kesan kaku pada pesan lingkungan. Melalui komposisi visual yang dinamis dan tipografi yang mudah terbaca, desain ini bertujuan mengajak masyarakat untuk berperan aktif dalam pengelolaan sampah mandiri dengan cara yang lebih menyenangkan dan komunikatif.



Gambar 3.7 Hasil Implementasi Stiker Mobil

3.3.5 Desain Kaca Gedung



Gambar 3.8 Desain Kaca Gedung

Proyek desain stiker kaca gedung ini merupakan implementasi media promosi luar ruang untuk memperluas jangkauan kampanye "Jakarta Sadar Sampah" di area publik. Desain ini menerapkan konsep mural digital yang memadukan ilustrasi karakter #KuPiLa dengan pesan edukatif seperti "Menuju Jakarta Bersih" dalam komposisi panel yang dinamis mengikuti struktur kaca gedung. Penggunaan warna-warna cerah dan elemen visual yang komunikatif bertujuan untuk mengubah estetika gedung sekaligus menjadi sarana pengingat bagi warga akan pentingnya menjaga kebersihan lingkungan di tengah hiruk-pikuk suasana perkotaan.

3.4 Deskripsi *Project/Produk*

Selama pelaksanaan kegiatan magang di Bidang Peran Serta Masyarakat, Data, dan Informasi (PSMDI) Dinas Lingkungan Hidup Provinsi DKI Jakarta, penulis berfokus pada pembuatan desain grafis digital untuk mendukung publikasi dan branding program Jakarta Sadar Sampah (JSS).

Produk utama yang dihasilkan berupa desain poster digital, carousel Instagram, infografis edukatif, *reels* pendukung kampanye, serta beberapa desain internal seperti template presentasi, desain baju, lanyard, dan *redesign* logo.

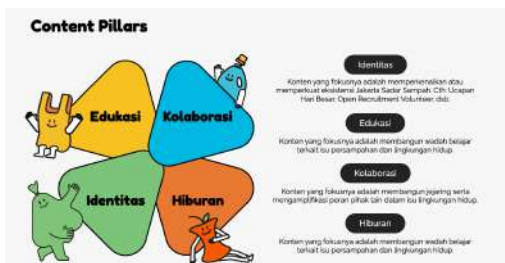
Semua hasil desain tersebut digunakan untuk menunjang komunikasi visual JSS dalam menyampaikan pesan-pesan lingkungan secara menarik dan mudah dipahami oleh masyarakat. Desain yang dibuat mengusung prinsip visual yang sederhana, informatif, serta konsisten dengan identitas warna dan gaya khas Jakarta Sadar Sampah, yaitu kombinasi warna hijau, biru, dan oranye yang merepresentasikan kebersihan, lingkungan, serta semangat kolaborasi warga Jakarta.

3.5 *Requirement dan Design Brief*

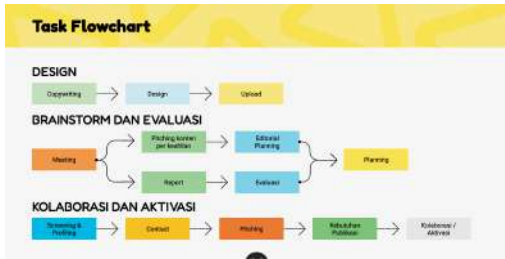
Sebelum memulai proses desain, dilakukan briefing bersama tim PSMDI dan pengelola media sosial Jakarta Sadar Sampah. Hasil dari diskusi tersebut menghasilkan beberapa kebutuhan desain yang terlampir pada Tabel 3.1 sebagai berikut.

Tabel 3.1 *Requirement Design*

No	Spesifikasi	Keterangan
1	The infographic titled 'Entitas' is divided into two main sections: 'Terhadap Kebutuhan Dinas' and 'Terhadap Kebutuhan Branding'. Under 'Dinas', it lists 'Dinas Lingkungan Hidup Report'. Under 'Branding', it lists 'Jakarta Sadar Sampah Branding', 'Childbrand Branding kota', and 'Program Prosy Bedreman'.	Entitas terhadap kebutuhan dinas (DLH dan JSS) dan kebutuhan branding (Childbrand dan Program).

2	 Profil Jakarta Sadar Sampah Jakarta Sadar Sampah adalah sebuah wadah komunikasi dan kolaborasi yang ingin mewujudkan Jakarta yang lebih bersih dan sehat lewat kesadaran untuk melakukan kebiasaan ramah lingkungan. Mulai dari pemerintah, komunitas, bisnis hingga individu, Jakarta Sadar Sampah mengajak semua pihak untuk bekerja sama dan turut terlibat melalui aksi nyata: 1) KuPILa dan 2) Kurangi penggunaan kendaraan pribadi.	Profil Jakarta Sadar Sampah yaitu sebuah wadah komunikasi dan kolaborasi yang ingin mewujudkan Jakarta yang lebih bersih dan sehat lewat kesadaran untuk melakukan kebiasaan ramah lingkungan.
3	 Visi Visi Tahunan #KurangiPilahOlah akrab dengan warga Visi Jangka Panjang Warga Ingat #KurangiPilahOlah, Warga Ingat JSS Misi Membantu warga memahami terkait #KurangiPilahOlah Menggandeng warga untuk ikut serta dalam #KurangiPilahOlah Merangkul ragam aktivitas warga dalam #KurangiPilahOlah	Visi Tahunan (akrab dengan warga) #KurangiPilahOlah Visi Jangka Panjang (Warga Ingat JSS)
4	 KUPILA: Kurangi Pilah Olah Siapa? Pemimpin atau Dapur? Aku bertanggung jawab! Jakarta Sadar Sampah Aku Bawa! Aku membawa sampah yang terdapat di lingkungan rumahku. Aku Pilah! Aku pilah sampah yang terdapat di lingkungan rumahku. Aku Olah! Aku pilah sampah yang terdapat di lingkungan rumahku. Siapa? Pemimpin atau Dapur? Aku bertanggung jawab! Jakarta Sadar Sampah Aku Bawa! Aku membawa sampah yang terdapat di lingkungan rumahku. Aku Pilah! Aku pilah sampah yang terdapat di lingkungan rumahku. Aku Olah! Aku pilah sampah yang terdapat di lingkungan rumahku.	KUPILA: Kurangi Pilah Olah - Daur : Pemimpin gerakan Jakarta sadar sampah - Kura : Edukasi - Pila : Ajakan - Ola : Komik
5	 Content Pillars Edukasi Konten yang fokusnya adalah memperkenalkan atau memperkuat eksistensi Jakarta Sadar Sampah, Ciri Ucapan Hari Bersih, Open Recruitment Volunteer, dll. Kolaborasi Konten yang fokusnya adalah membangun wadah belajar terkait isu persampahan dan lingkungan hidup. Identitas Konten yang fokusnya adalah membangun jejaring serta mengamplifikasi peran pihak lain dalam isu lingkungan hidup. Hiburan Konten yang fokusnya adalah membangun wadah belajar terkait isu persampahan dan lingkungan hidup.	<i>Content Pillars</i> - Identitas : Konten yang fokusnya adalah memperkenalkan atau memperkuat eksistensi Jakarta sadar sampah - Edukasi : Konten yang fokusnya adalah membangun wadah belajar terkait isu persampahan dan lingkungan hidup. - Kolaborasi : Konten yang fokusnya adalah membangun jejaring serta mengamplifikasi peran pihak lain dalam isu lingkungan hidup.

		- Hiburan : Konten yang fokusnya adalah membangun wadah belajar terkait isu persampahan dan lingkungan hidup.
6		Tonalitas dalam Tulisan - Jelas dan mudah dimengerti - Positif dan penuh solusi - Kreatif dan Universal
7		Tonalitas dalam fotografi - Menyemangati - Kasual - Mengajak
8		Logo Jakarta Sadar Sampah
9		Target Audience - Utama: 18-35 Tahun - Sekunder : 15-24 Tahun
10		Warna & Font

11		Layout logo 1;1, 4;5, 19;6
12		Task Flowchart Design - Meeting - Screening & Profilling

Tanggal : 3 Sept 2025
 PIC Brief : **Sara**
 PIC Design : **Nasrah**
 Tipe : DESIGN
 Collaborator :
 Judul : Konten Peluncuran TPS 3R

Referensi Konten: [Insert link dan/atau gambar]	
*Penjelasan/Arahan:	
Format Konten: Feed	
1	Kualitas Lingkungan Jakarta Menurun, Yuk Kita Gerak Bareng Lewat ECO Act!
2	1. Masalahnya Apa, Sih? Indeks Kualitas Lingkungan Hidup (IKLH) Jakarta tahun 2023 = 54,57 Turun dari tahun sebelumnya dan belum capai target lho Kenapa? Salah satunya karena banyak usaha kecil belum taat aturan lingkungan. Contohnya? UMKM kuliner! Ternyata cuma 25,57% usaha yang taat aturan lingkungan loh di 2023 Padaahal mayoritas udah punya SPPL, tapi... masih banyak yang bingung harus ngapain setelah itu.
3	Dampaknya Apa? Sungai Ciliwung kita jadi korban... Hasil kajian 2024: Ada 7.888 titik sumber pencemar di sepanjang DAS Ciliwung Aduan masyarakat soal pencemaran lingkungan naik 48% di 2023! Ini bukan cuma soal sungai, tapi soal kesehatan dan kualitas hidup kita juga, lho. SPPL? SPPL sekarang cuma selembar pernyataan otomatis dari OSS. Tanpa panduan jelas, UMKM jadi bingung: "Mau jaga lingkungan, tapi mulainya dari mana ya?"

4	Saatnya ECO Act Hadir Sebagai Jawaban! ECO Act = Education + Collaboration + Action Bukan cuma ngawasIn, tapi beneran ngebina Tujuannya: -Bantu UMKM pahami aturan lingkungan -Cegah pencemaran sejak dini -Ajak usaha kuliner jadi bagian dari solusi -Bareng-bareng pulihkan lingkungan Jakarta
5	Gimana Caranya? Lewat ECO Act, usaha kuliner bisa dapat: -Edukasi & diseminasi peraturan -Pelatihan & bimbingan teknis -Konsultasi ramah lingkungan -Bantuan sarpras (sarana prasarana)
Caption: Kualitas lingkungan Jakarta lagi turun, Kawanan! IKLH (Indeks Kualitas Lingkungan Hidup) Jakarta tahun 2023 ada di angka 54,57 — turun dari tahun sebelumnya, bahkan belum nyampe target 📉 Kenapa bisa begitu? Salah satunya karena masih banyak UMKM kuliner yang belum taat aturan lingkungan. Padahal udah punya SPPL (Surat Pernyataan Kesanggupan Pengelolaan Lingkungan), tapi masih bingung harus ngapain setelah itu. Akibatnya? 🌊 Sungai Ciliwung jadi korban, dengan 7.888 titik sumber pencemar di sepanjang DAS 👥 Aduan pencemaran dari masyarakat naik sampai 48% di 2023! 🚨 Dampaknya bukan cuma ke sungai, tapi juga ke kesehatan dan kualitas hidup kita semua ECO Act bukan sekedar ngawasIn, tapi ngebina bareng-bareng, supaya usaha tetap jalan, lingkungan tetap sehat 🌱 Yuk, dukung gerakan ini! Jakarta bisa bersih & sehat kalau kita bergerak bareng. Kawanan setuju kan kalau usaha kuliner juga harus jadi bagian dari solusi? 🍴🌿 #ECOAct #JakartaSaderSampah #KurangiPilihOlah #CircularEconomy	

Gambar 3.9 Design Brief

Link Brief Design :

-  Brief Juli 2025
-  Brief Agustus 2025
-  Brief September 2025
-  Brief Oktober 2025
-  Brief November 25

3.6 **Produk *Brief***

Pada tahap perancangan desain, setiap produk yang dikembangkan mengacu pada *brief* yang diberikan oleh pembimbing lapangan serta menyesuaikan identitas visual perusahaan. Proses ini dilakukan untuk memastikan bahwa setiap media komunikasi yang dihasilkan dapat menyampaikan pesan dengan tepat, memiliki konsistensi gaya, dan tetap memenuhi standar branding internal. Tiga jenis produk yang dirancang terdiri dari carousel Instagram, *merchandise* berupa baju, lanyard dan desain fisik mobil, serta materi presentasi dalam bentuk file PPT/dokumen. Masing-masing produk memiliki tujuan dan karakteristik desain yang berbeda, sehingga proses perancangan disesuaikan dengan kebutuhan audiens, konteks penggunaan, dan arah visual yang diinginkan.

Secara keseluruhan, perancangan ketiga produk ini melalui tahap analisis kebutuhan, penyesuaian gaya visual dengan *brand guideline*, serta penentuan arah desain yang mendukung tujuan komunikasi. Dengan adanya *brief* yang jelas, desain dapat dikembangkan secara terarah dan efektif, sehingga setiap produk tidak hanya memenuhi kebutuhan perusahaan tetapi juga memiliki nilai estetika dan fungsi yang optimal.

3.7 **Implementasi**

Tahap implementasi merupakan proses merealisasikan seluruh konsep yang telah dirancang ke dalam bentuk visual yang siap digunakan sebagai media publikasi. Pada tahap ini, seluruh rancangan desain, konten, serta elemen pendukung diolah dan diintegrasikan menjadi hasil akhir berupa desain carousel Instagram bertema edukasi lingkungan “ECO Act”. Proses implementasi dilakukan secara bertahap dan sistematis untuk memastikan kualitas visual yang profesional serta penyampaian pesan yang efektif kepada *audiens*.

a. *Design*

Tahap desain adalah proses penerjemahan konsep dan *brief* menjadi karya visual konkret. Pada tahap ini, seluruh elemen desain dirakit berdasarkan prinsip desain grafis, estetika, dan komunikasinya sebagai media edukatif. Kegiatan yang dilakukan meliputi:

a. Menyusun *Creative Direction*

Menentukan gaya visual utama yang akan digunakan, meliputi nuansa warna yang cerah dan bersih (biru, hijau, kuning), tipografi *rounded* yang ramah, serta penggunaan ilustrasi karakter sebagai penunjang narasi edukasi.

b. Membuat *Wireframe* dan *Layout* Awal

Menyusun komposisi tiap *slide*, termasuk penempatan judul, subjudul, ikon, ilustrasi, dan paragraf sehingga informasi mudah dibaca dan struktur pesan tersampaikan secara runtut dari slide pertama hingga terakhir.

c. Mendesain Setiap *Slide*

Tabel 3.2 Hasil Desain Carousel

No	Tampilan Hasil Desain	Keterangan
1.		<i>Slide</i> 1 berisikan tentang judul “Kualitas Lingkungan Jakarta Menurun” dan juga kalimat ajakan “Yuk Kita Gerak Bareng Lewat ECO Act!” menggunakan warna biru untuk mencerminkan suasana langit dan gambar sungai di jakarta untuk menggambarkan tema yang sedang dibahas, kemudian terdapat mascot JSS yaitu Daur dan Kura.

2.		Slide 2 berisikan tentang isi pembahasan yaitu permasalahan indeks kualitas lingkungan yang menurun. Kemudian terdapat contoh dan data presentase yang membantu membenarkan teks tersebut.
3.		Slide 3 berisikan tentang dampak sungai jika tetap tidak diperbaiki dengan menampilkan hasil kajian tahun 2024 juga berisi penjelasan SPPL dan data sumber pencemaran sungai di Jakarta,

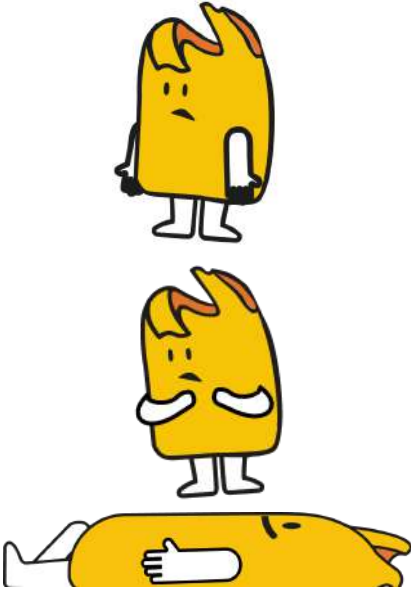
4.	ECO Act Hadir Sebagai Jawaban! ECO Act = Education + Collaboration + Action Bukan cuma ngawasin, tapi beneran ngebina Tujuannya ✓ Bantu UMKM pahami aturan lingkungan ✓ Cegah pencemaran sejak dini ✓ Ajak usaha kuliner jadi bagian dari solusi ✓ Bareng-bareng pulihkan lingkungan Jakarta	Slide 4 berisikan tentang solusi permasalahan ini dengan menghadirkan ECO Act serta apa tujuannya.
5.	Gimana Caranya? Lewat ECO Act, usaha kuliner bisa dapat: ✓ Edukasi & diseminasi peraturan; ✓ Pelatihan & bimbingan teknis; ✓ Konsultasi ramah lingkungan; ✓ Bantuan sarpras (sarana prasarana). #JakartaSadarSampah #KurangiPilihOlah #KuPILa	Slide 5 berisikan tentang cara ECO Act dapat dilakukan kemudian menambahkan hastag yang mendukung permasalahan Jakarta dalam memilah sampah.

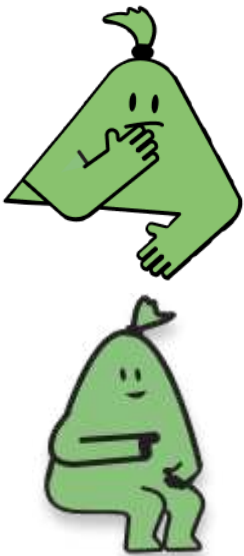
b. Material Collecting

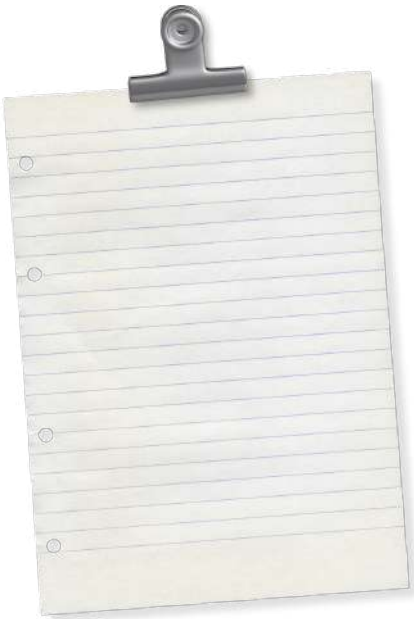
Tahap *Material Collecting* dilakukan untuk mengumpulkan seluruh aset, bahan, dan sumber informasi yang dibutuhkan sebelum proses perakitan desain.

Tabel 3.3 *Material Collecting*

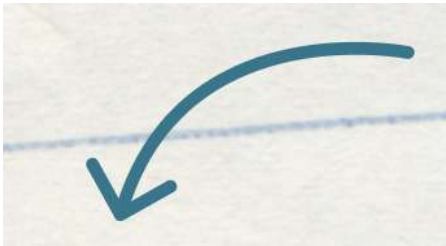
No	Tampilan Aset	Keterangan
----	---------------	------------

1		Nama :Aset Logo JSS Deskripsi : Logo Jakarta Sadar Sampah Sumber : Dinas Lingkungan Hidup
2		Nama : Latar belakang Foto Deskripsi : Gambar tentang kondisi sungai di Jakarta Sumber : Asean tourism
3		Nama: Kura Deskripsi : Kura adalah salah satu maskot milik Jakarta Sadar Sampah DLH yang merupakan kepanjangan dari Kurangi. Kura paham bahwa upaya penanggulangan sampah harus dimulai dari mengurangi sampah yang kita hasilkan. Sumber : Dinas Lingkungan Hidup
4		Nama : Daur Deskripsi : Daur adalah pemimpin gerakan Jakarta Sadar Sampah DLH yang selalu mencari cara agar sampah memiliki manfaat baru dalam kehidupan. Sumber : Dinas Lingkungan Hidup

		
5		Nama : Ola Deskripsi: Ola adalah salah satu maskot milik Jakarta Sadar Sampah DLH yang merupakan kepanjangan dari Olah. Ola bisa melihat keindahan dalam segala sesuatu, termasuk sampah. Ola yakin kalau semua sampah ada nilainya dan bisa dimanfaatkan selama diolah dengan baik. Sumber : Dinas Lingkungan Hidup

6		Nama : Kertas klip Deskripsi : Merupakan kertas yang biasa digunakan untuk catatan penting informasi. Bentuk ini digunakan untuk memberikan kesan informasi yang rapi dan runut tetapi tetap mengedepankan estetika desain tanpa mengurangi manfaat informasi dan keterbacaan pengguna. Sumber : https://www.freepik.com/
7		Nama : <i>Font</i> Fredoka One Deskripsi: <i>Font</i> ini termasuk dalam aset resmi JSS. Bentuknya yang tebal, bulat, dan mudah dibaca menjadikan <i>font</i> ini sesuai untuk memperkuat identitas visual DLH serta menarik perhatian pada judul atau informasi penting. Sumber : https://www.dafontfree.io/fredoka-one-font/
8		Nama : Warna Deskripsi : Warna biru digunakan untuk merepresentasikan elemen air dan sungai sebagai fokus isu, sementara warna kuning dipilih untuk menonjolkan peringatan dan urgensi kondisi sungai yang memburuk. Kombinasi biru dan

		kuning membantu menciptakan kontras visual yang kuat sehingga pesan edukasi lebih mudah menarik perhatian dan dipahami oleh masyarakat Sumber : Dinas Lingkungan Hidup
9		Nama : Data Deskripsi : Data sumber pencemar sungai di Jakarta tahun 2025 berdasarkan status mutu di air sungai di Provinsi DKI Jakarta tahun 2023 Sumber : Dinas Lingkungan Hidup
10		Nama : Daun Deskripsi: Bentuk daun digunakan sebagai elemen visual untuk merepresentasikan tema lingkungan, menyimbolkan keberlanjutan, kebersihan, dan kepedulian terhadap alam. Elemen daun juga membantu memperkuat identitas visual DLH yang berfokus pada isu kelestarian lingkungan. Sumber : https://emojipedia.org/apple

11		Nama : <i>Sticky Notes</i> Deskripsi: Kertas tekstur untuk memberikan kesan informasi tambahan yang cukup penting diingat. Sumber : https://www.canva.com/
12		Nama : Tanda Panah Deskripsi: Digunakan untuk membantu mengarahkan perhatian pembaca, menunjukkan alur informasi, serta mempermudah pemahaman data atau perubahan kondisi dalam desain. Sumber : Dibuat pribadi menggunakan Pen Figma
13		Nama : Tanda Penurunan Deskripsi: Menggambarkan turunnya kualitas sungai di Jakarta. Sumber : Dibuat pribadi menggunakan Pen Figma

14		Nama : Emoji sedih Deskripsi: Gambar ini menggambarkan ekspresi pembaca ketika mengetahui bahwa kualitas kebersihan sungai di Jakarta menurun. Sumber : https://emojipedia.org/apple
15		Nama : <i>Icon check list</i> Deskripsi: Icon untuk list keterangan yang harus dilakukan oleh pembaca. Sumber : Dibat pribadi menggunakan Pen Figma
16		Nama : Bentuk Persegi Panjang Deskripsi: Bentuk ini digunakan sebagai <i>highlight</i> teks agar pembaca dapat tertuju pada yang ingin disampaikan. Sumber : Dibat pribadi menggunakan Pen Figma
17		Nama : Bentuk Persegi Panjang <i>rounded</i> Deskripsi: Bentuk ini digunakan sebagai <i>highlight</i> teks agar pembaca dapat tertuju pada yang ingin disampaikan. Sumber : Dibat pribadi menggunakan Pen Figma

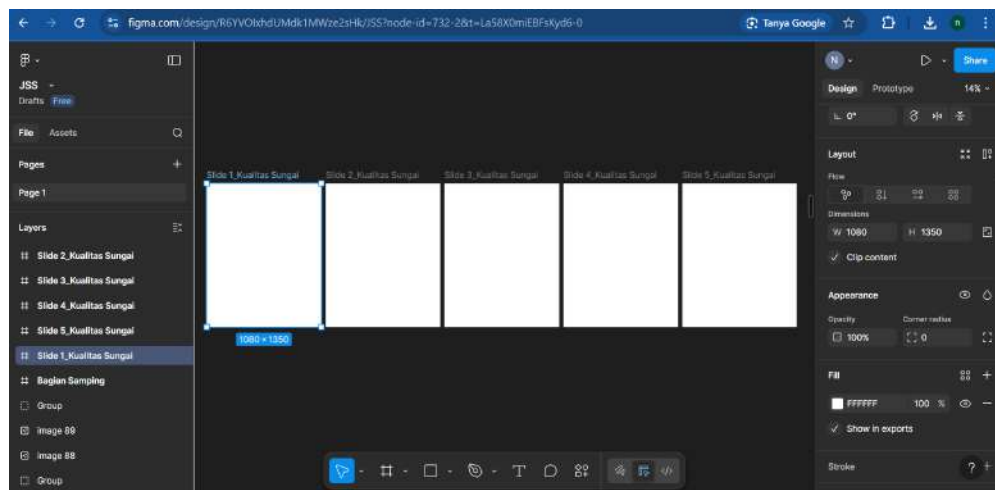
18		Nama : Latar Belakang Deskripsi: Digunakan untuk latar belakang teks slide terakhir untuk menonjolkan desain ajakan dan menambahkan tekstur pada desain. Sumber : Dinas Lingkungan Hidup
----	---	---

c. Assembly

Tahap *Assembly* merupakan proses merakit seluruh elemen desain yang telah dikumpulkan menjadi komposisi *visual final* di Figma. Pada tahap ini, setiap *slide* disusun, dirapikan, dan disesuaikan hingga menjadi satu kesatuan carousel yang siap dipublikasikan.

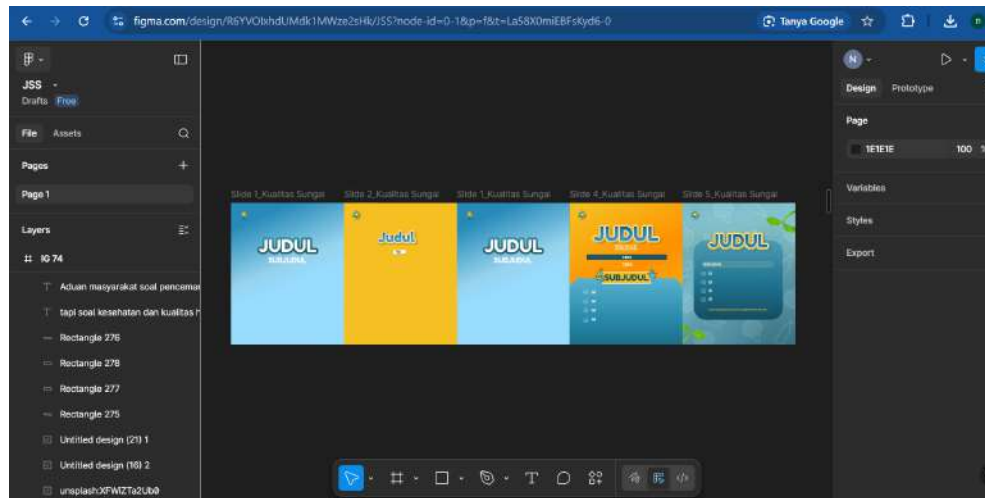
Kegiatan yang dilakukan meliputi:

a. Membuat *Artboard* Carousel di Figma



Gambar 3.10 Tahap 1 Pembuatan Desain

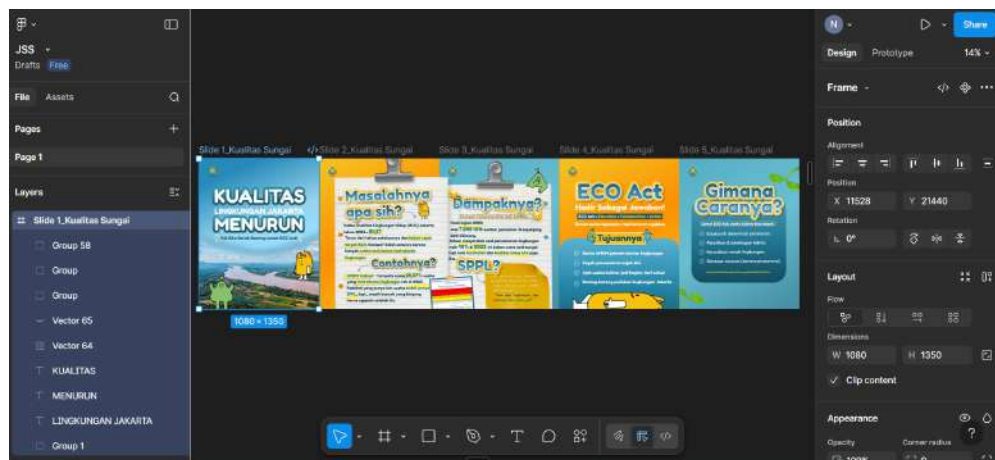
Membuat 5 *frame* dengan ukuran standar Instagram 1080×1350 px, lalu menamai setiap frame sesuai urutan narasi untuk memudahkan proses editing.

b. Menata *Layout* Sesuai *Wireframe*

Gambar 3.11 Tahap 2 Pembuatan Desain

Mengatur posisi judul, subjudul, ikon, ilustrasi, latar belakang, dan elemen lainnya sesuai *draft layout* yang telah disusun pada tahap desain.

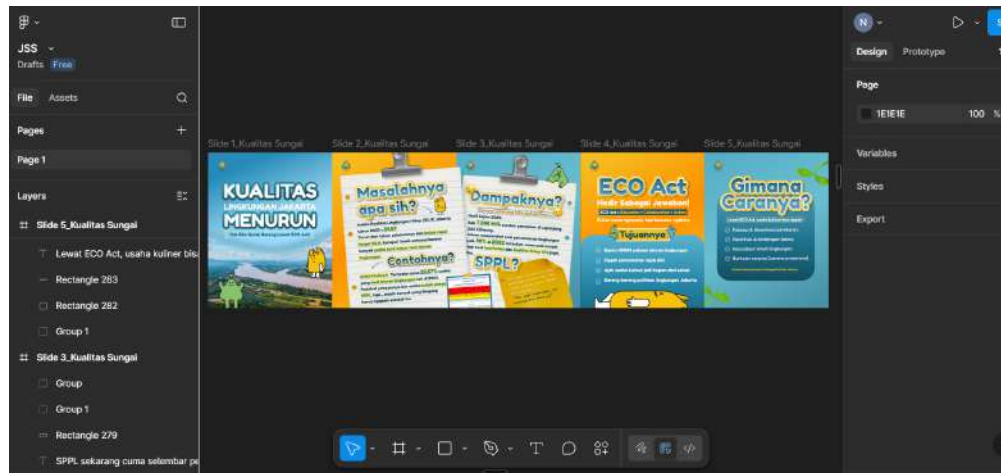
c. Mengimpor Aset Material



Gambar 3.12 Tahap 3 Pembuatan Desain

Memasukkan karakter, ikon, foto, dan bentuk ke dalam *frame* dan mengatur ukurannya agar proporsional.

d. Menambahkan Teks Konten



Gambar 3.13 Tahap 4 Pembuatan Desain

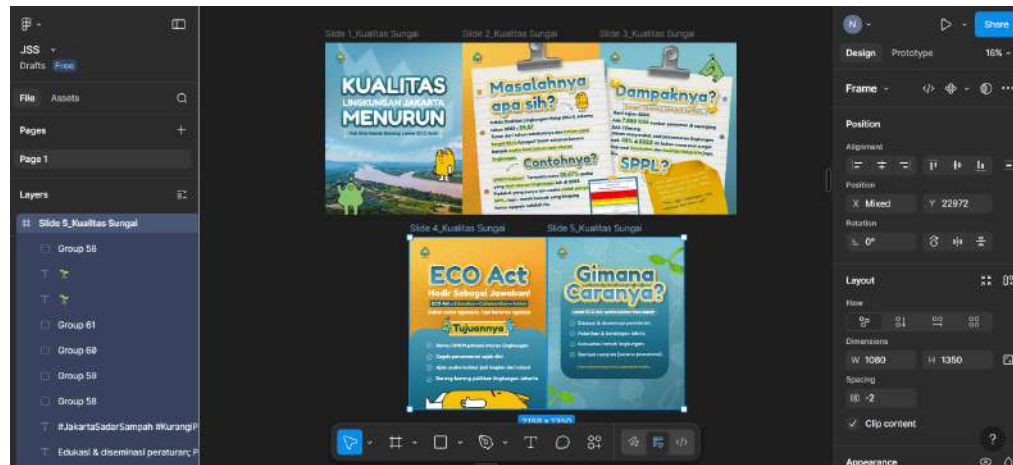
Menempatkan *copywriting* yang sudah dipersiapkan, menggunakan *style* teks (H1, H2, *paragraph*) yang telah distandarkan. Teks dirapikan agar mudah dibaca dan tidak terlalu padat.

e. Memberikan Efek Visual Pendukung



Gambar 3.14 Tahap 5 Pembuatan Desain

Menambahkan: bayangan halus, garis tipis, *Gradient* lembut, *Highlight* kuning pada kata penting untuk menambah penekanan informasi.

f. *Final Check & Alignment*

Gambar 3.15 Tahap 6 Pembuatan Desain

Memeriksa semua elemen apakah sudah rapi, sejajar, tidak ada yang keluar dari *artboard*, teks tidak *overlap*, dan gambar tidak pecah.

g. *Export Hasil Desain*

Meng-*export* seluruh *slide* dalam format PNG resolusi tinggi (300 dpi jika diperlukan) dan melakukan tes tampilan dengan menyusun *preview* carousel seperti tampilan Instagram asli.





Gambar 3.16 Hasil Desain

h. Publikasi Hasil

Tahap akhir implementasi adalah publikasi konten melalui akun Instagram @jakartasadarsampah. Setiap konten diunggah berdasarkan jadwal publikasi, dilengkapi caption yang sesuai. Konten ini menjadi salah satu media utama untuk meningkatkan antusias audiens terhadap kebersihan sampah di Jakarta.

3.8 Pengujian dan Pembahasan

Pengujian hasil desain grafis digital pada kegiatan magang ini dilakukan menggunakan metode *User Acceptance Testing (UAT)*. UAT digunakan untuk

memastikan bahwa desain yang dihasilkan telah sesuai dengan kebutuhan pengguna, tujuan komunikasi, serta standar visual yang diterapkan oleh instansi. Pengujian dilakukan dalam dua tahap, yaitu *alpha testing* dan *beta testing*. Tahapan ini bertujuan untuk meminimalkan kesalahan sebelum desain dipublikasikan secara luas serta memastikan pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh *audiens*.

a. *Alpha Testing*

Alpha testing merupakan tahap pengujian awal yang dilakukan secara internal di lingkungan tempat magang, yaitu pada Bidang Peran Serta Masyarakat, Data, dan Informasi (PSMDI) Dinas Lingkungan Hidup Provinsi DKI Jakarta. Pengujian ini dilakukan sebelum desain dipublikasikan ke media sosial atau digunakan secara resmi. Pada tahap ini, desain diuji oleh pembimbing lapangan dan tim internal yang terlibat langsung dalam pengelolaan program *Jakarta Sadar Sampah*. Pengujian difokuskan pada kesesuaian desain dengan identitas visual *Jakarta Sadar Sampah*, kejelasan pesan, keterbacaan teks, konsistensi warna dan logo, serta kesesuaian konten dengan tujuan kampanye lingkungan.

Proses *alpha testing* juga menjadi tahap evaluasi awal untuk mengidentifikasi kekurangan desain sehingga dapat dilakukan revisi sebelum masuk ke tahap distribusi. Hasil dari *alpha testing* digunakan sebagai dasar untuk melakukan perbaikan desain, baik dari segi tata letak, pemilihan warna, tipografi, maupun penyederhanaan informasi agar lebih mudah dipahami oleh audiens. Dengan adanya *alpha testing*, desain yang dihasilkan menjadi lebih matang dan siap diuji kepada pengguna yang lebih luas. Berikut merupakan contoh tabel hasil *alpha testing* menggunakan pendekatan *User Acceptance Testing (UAT)*:

Tabel 3.4 Hasil *Alpha Testing*

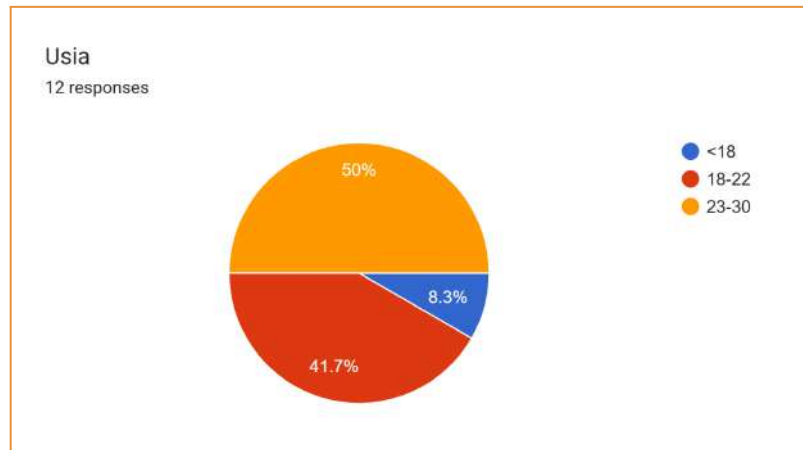
No	Aspek Pengujian	Hasil yang diharapkan	Hasil yang dicapai	Hasil
1.	Kesesuaian Identitas Visual	Desain sesuai dengan <i>brand</i> Jakarta Sadar Sampah (warna, logo,	Desain sesuai dengan <i>brand</i> Jakarta Sadar Sampah (warna, logo,	Sesuai

		gaya visual)	gaya visual)	
2.	Keterbacaan Teks	Ukuran dan jenis <i>font</i> mudah dibaca	Ukuran dan jenis <i>font</i> mudah dibaca	Sesuai
3.	Kejelasan Informasi	Informasi mudah dipahami dan tidak ambigu	Informasi mudah dipahami dan tidak ambigu	Sesuai
4.	Tata Letak (<i>Layout</i>)	Komposisi elemen seimbang dan rapi	Komposisi elemen cocok dan rapi	Sesuai
5.	Kesesuaian Konten	Konten sesuai dengan tujuan kampanye lingkungan	Konten sesuai dengan tujuan kampanye lingkungan kebersihan	Sesuai
6.	Kesiapan Publikasi	Desain siap dipublikasikan setelah penyetujuan dan finalisasi revisi	Desain siap dipublikasikan dengan revisi isi teks “Padahal yang punya ijin usaha sudah punya SPPL”	Sesuai

(Sumber: Hasil pengujian internal PSMDI DLH DKI Jakarta)

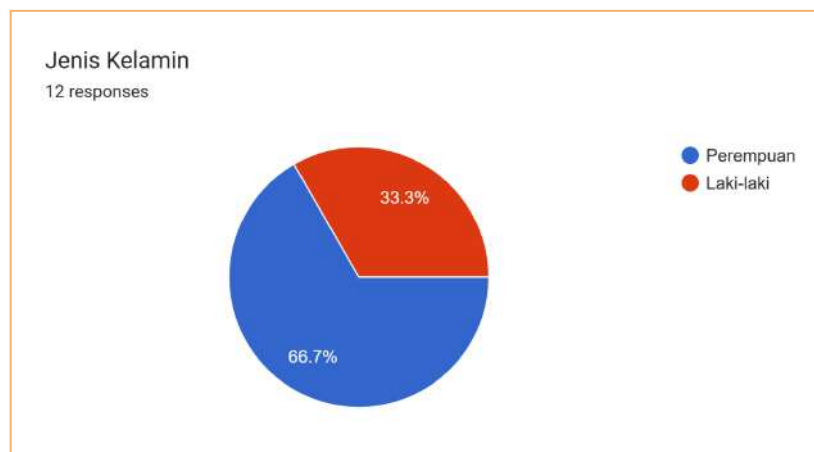
b. *Beta Testing*

Beta testing ini dilakukan menggunakan metode *User Acceptance Testing (UAT)* dengan tujuan untuk mengetahui tingkat penerimaan pengguna terhadap hasil desain grafis digital yang telah dibuat. Pengujian beta dilakukan dengan melibatkan responden dari kalangan masyarakat umum sebagai target audiens konten Jakarta Sadar Sampah. Media pengujian dilakukan melalui penyebaran kuesioner menggunakan Google Form yang berisi penilaian terhadap aspek visual dan komunikasi desain. Jumlah responden yang terlibat dalam beta testing ini sebanyak 12 orang.



Gambar 3.17 Chart Usia Responden Beta Testing

Berdasarkan data demografis, mayoritas responden berada pada rentang usia 23–30 tahun (50%), diikuti oleh usia 18–22 tahun (41,7%), dan usia di bawah 18 tahun sebesar 8,3%.



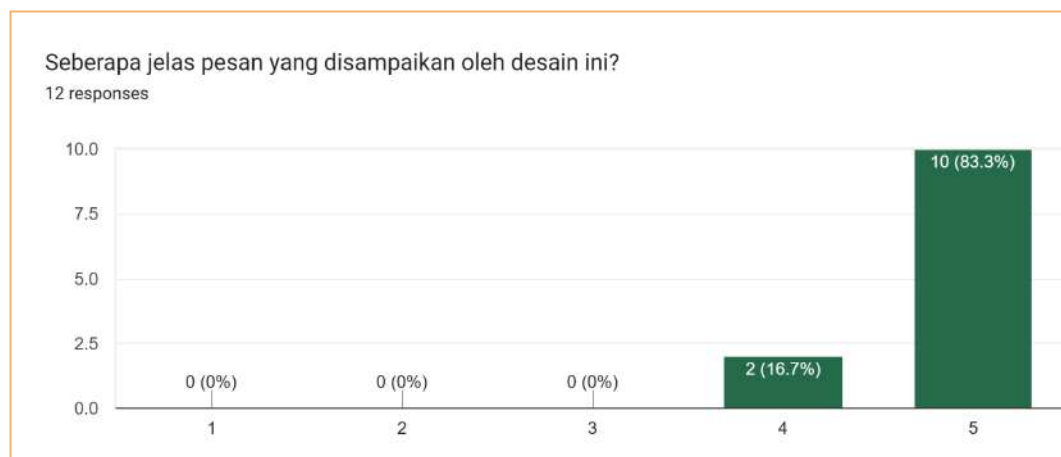
Gambar 3.18 Chart Jenis Kelamin Responden Beta Testing

Dari sisi jenis kelamin, responden didominasi oleh perempuan (66,7%), sedangkan responden laki-laki sebesar 33,3%. Hal ini menunjukkan bahwa responden cukup representatif terhadap target audiens aktif media sosial.



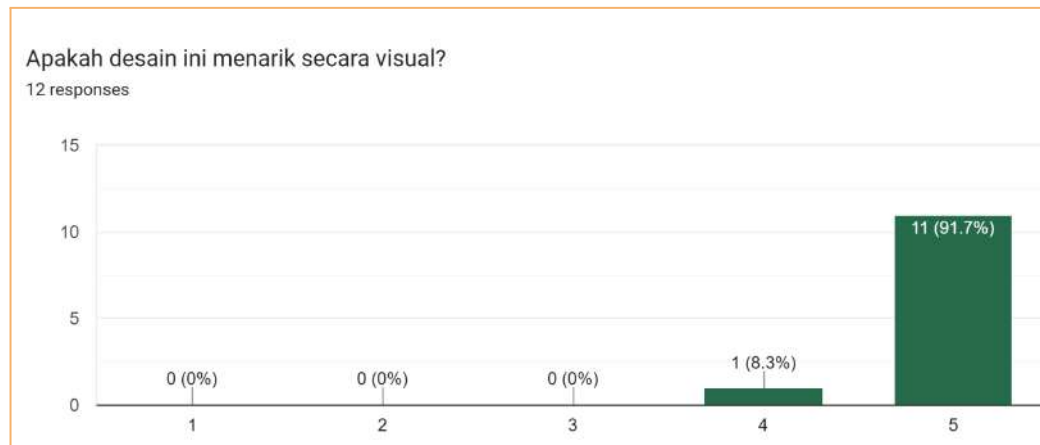
Gambar 3.19 Chart Pengguna Instagram Responden Beta Testing

Hasil kuesioner juga menunjukkan bahwa 66,7% responden menggunakan Instagram setiap hari, dan 25% menggunakan Instagram beberapa kali dalam seminggu, sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden merupakan pengguna aktif Instagram. Kondisi ini relevan dengan media publikasi yang digunakan oleh Jakarta Sadar Sampah, yaitu Instagram sebagai saluran utama komunikasi visual.



Gambar 3.20 Data Hasil Pertanyaan 1 Responden Beta Testing

Berdasarkan aspek kejelasan pesan, sebanyak 83,3% responden memberikan nilai 5 (sangat jelas) dan 16,7% memberikan nilai 4, yang menunjukkan bahwa pesan yang disampaikan melalui desain dapat dipahami dengan baik oleh audiens. Tidak terdapat responden yang memberikan nilai rendah, sehingga dapat disimpulkan bahwa desain telah mampu menyampaikan informasi secara efektif.



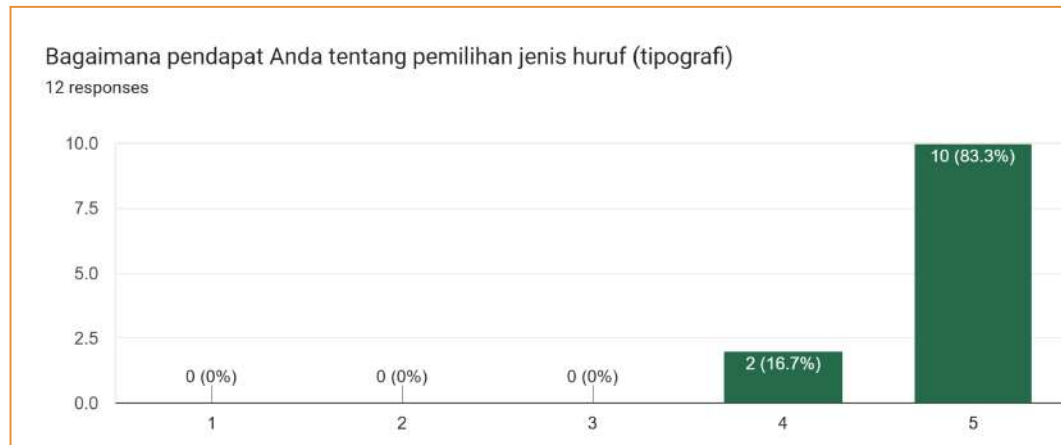
Gambar 3.21 Data Hasil Pertanyaan 2 Responden Beta Testing

Pada aspek daya tarik visual, hasil penilaian menunjukkan bahwa 91,7% responden memberikan nilai 5 (sangat menarik) dan 8,3% memberikan nilai 4. Hal ini mengindikasikan bahwa tampilan visual desain dinilai menarik dan mampu menarik perhatian audiens sebagai konten media sosial.



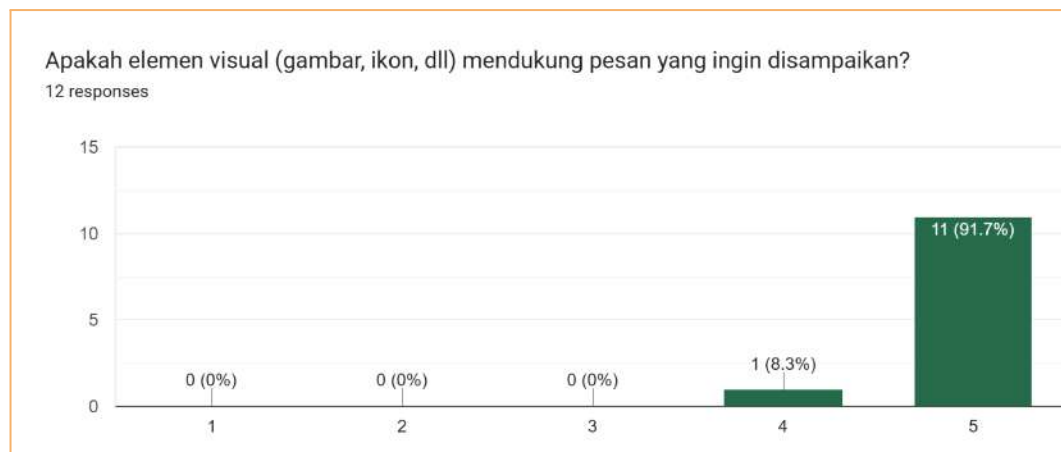
Gambar 3.22 Data Hasil Pertanyaan 3 Responden Beta Testing

Untuk penggunaan warna, mayoritas responden (83,3%) memberikan nilai 5, sedangkan sisanya memberikan nilai 3 dan 4 masing-masing sebesar 8,3%. Hasil ini menunjukkan bahwa pemilihan warna pada desain sudah sesuai dengan identitas visual Jakarta Sadar Sampah dan Dinas Lingkungan Hidup DKI Jakarta, serta mendukung pesan yang ingin disampaikan.



Gambar 3.23 Data Hasil Pertanyaan 4 Responden Beta Testing

Pada aspek pemilihan tipografi, sebanyak 83,3% responden memberikan nilai 5 dan 16,7% memberikan nilai 4, yang menandakan bahwa jenis huruf yang digunakan dinilai jelas, mudah dibaca, dan sesuai dengan karakter desain kampanye lingkungan.



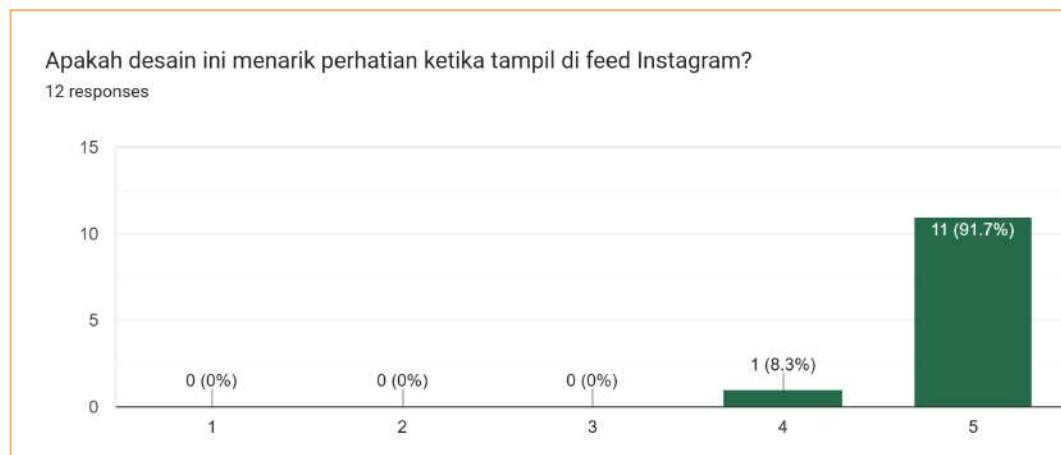
Gambar 3.24 Data Hasil Pertanyaan 5 Responden Beta Testing

Selain itu, pada penilaian dukungan elemen visual seperti ikon dan ilustrasi, 91,7% responden memberikan nilai 5 dan 8,3% memberikan nilai 4. Hal ini menunjukkan bahwa elemen visual yang digunakan telah mendukung pesan utama desain dan memperkuat komunikasi visual secara keseluruhan.



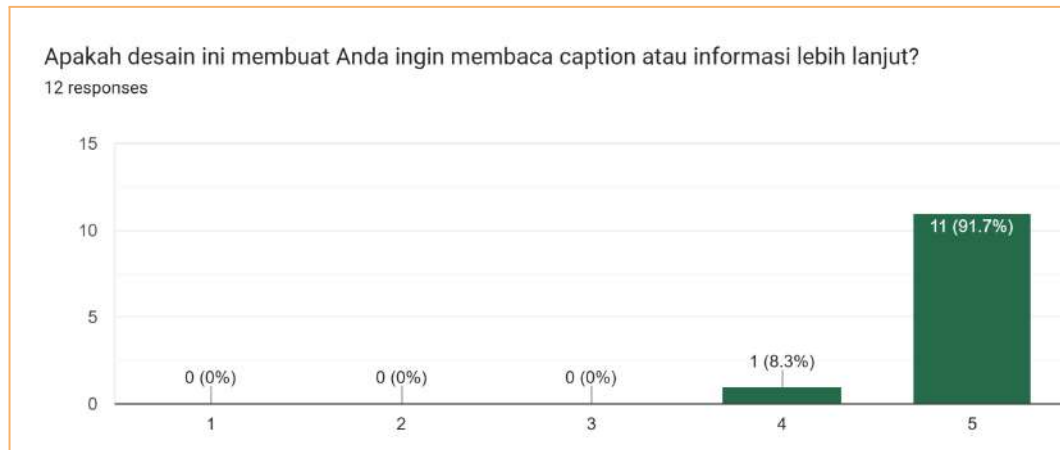
Gambar 3.25 Data Hasil Pertanyaan 6 Responden Beta Testing

sebanyak 83,3% responden memberikan nilai 5, yang menunjukkan bahwa mayoritas responden menilai desain telah sangat sesuai dengan tema dan identitas kampanye. Sementara itu, masing-masing 8,3% responden memberikan nilai 3 dan 4, yang mengindikasikan masih terdapat sedikit ruang untuk penyempurnaan, namun secara keseluruhan desain telah merepresentasikan tema dengan baik.



Gambar 3.26 Data Hasil Pertanyaan 7 Responden Beta Testing

Hasil yang diperoleh menunjukkan pola yang sama. Sebanyak 83,3% responden memberikan nilai 5, sedangkan 8,3% memberikan nilai 3 dan 8,3% memberikan nilai 4. Hal ini menunjukkan bahwa desain dinilai mampu menarik perhatian audiens ketika muncul di linimasa Instagram, yang merupakan faktor penting dalam strategi komunikasi visual media sosial.



Gambar 3.27 Data Hasil Pertanyaan 8 Responden Beta Testing

Sebanyak 83,3% responden memberikan nilai 5, sementara 8,3% responden memberikan nilai 3 dan 8,3% responden memberikan nilai 4. Hasil ini menunjukkan bahwa desain tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga mampu menstimulasi rasa ingin tahu audiens untuk membaca informasi lanjutan, sehingga mendukung tujuan edukatif dari konten Jakarta Sadar Sampah.



Gambar 3.28 Data Hasil Pertanyaan 9 Responden Beta Testing

Menunjukkan bahwa 83,3% responden memberikan nilai 5, dengan masing-masing 8,3% responden memberikan nilai 3 dan 4. Hal ini menandakan bahwa desain memiliki dampak persuasif yang baik dalam meningkatkan kesadaran dan kepedulian audiens terhadap isu persampahan, sesuai dengan tujuan utama kampanye Jakarta Sadar Sampah.

Tabel 3.5 Analisis Penilaian Beta Testing

Aspek Penilaian	Skor 3 (Cukup)	Skor 4 (Baik)	Skor 5 (Sangat Baik)
Daya Tarik Visual	0%	8.3%	91.7%
Pemilihan Warna	8.3%	8.3%	83.3%
Tipografi (Huruf)	0%	16.7%	83.3%
Elemen Visual (Ikon/Gambar)	0%	8.3%	91.7%
Kesesuaian Tema	8.3%	8.3%	83.3%
Kejelasan Pesan	0%	16.7%	83.3%

Berdasarkan hasil *beta testing* tersebut, dapat disimpulkan bahwa desain grafis digital yang dibuat telah diterima dengan sangat baik oleh pengguna. Desain dinilai mampu menyampaikan pesan dengan jelas, menarik secara visual, serta sesuai dengan karakter dan tujuan branding Jakarta Sadar Sampah. Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa produk desain telah memenuhi kebutuhan pengguna dan layak untuk dipublikasikan sebagai media komunikasi dan branding Dinas Lingkungan Hidup DKI Jakarta.

3.8.1 Kendala Pelaksanaan Tugas

Selama pelaksanaan kegiatan magang, secara umum tidak terdapat kendala yang bersifat teknis maupun struktural yang signifikan. Namun, kendala yang dialami lebih berkaitan dengan pengelolaan waktu dalam penyelesaian tugas desain. Pada beberapa periode tertentu, terdapat beberapa permintaan desain yang masuk secara bersamaan, baik dari divisi utama maupun dari divisi lain yang membutuhkan bantuan desain, meskipun tugas tersebut berada di luar *job description* utama.

Kondisi tersebut menyebabkan waktu pengerjaan desain menjadi lebih terbatas dan menuntut penulis untuk bekerja secara lebih cepat dan efisien. Situasi ini sempat menimbulkan tekanan dalam proses desain, terutama ketika beberapa desain harus diselesaikan dalam rentang waktu yang berdekatan. Meskipun demikian, kendala ini masih dapat dikendalikan dan tidak menghambat keseluruhan pelaksanaan kegiatan magang.

3.8.2 Cara Mengatasi Kendala

Untuk mengatasi kendala tersebut, penulis menerapkan strategi pengelolaan waktu dan prioritas kerja. Penulis menyusun urutan pengerjaan desain berdasarkan tingkat urgensi dan tenggat waktu yang telah ditentukan, sehingga setiap tugas dapat dikerjakan secara bertahap tanpa mengorbankan kualitas desain. Selain itu, penulis membagi proses desain menjadi beberapa tahap kecil agar pengerjaan dapat dilakukan secara bertahap dan lebih terkontrol.

Penulis juga melakukan komunikasi aktif dengan pembimbing lapangan dan pihak terkait untuk memastikan batas waktu pengerjaan serta menyesuaikan ekspektasi hasil desain. Dengan cara mencicil pengerjaan desain secara konsisten dan terencana, seluruh tugas yang diberikan tetap dapat diselesaikan dengan baik dan tepat waktu. Strategi ini membantu penulis menjaga kualitas desain sekaligus meningkatkan kemampuan manajemen waktu dan tanggung jawab profesional selama menjalani kegiatan magang.

BAB IV

PENUTUP

3.1 Kesimpulan

Berdasarkan pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan (PKL) yang telah dilakukan di Dinas Lingkungan Hidup Provinsi DKI Jakarta, khususnya pada Bidang Peran Serta Masyarakat, Data, dan Informasi (PSMDI), dapat disimpulkan bahwa kegiatan magang ini memberikan pengalaman yang sangat bermanfaat bagi penulis dalam menerapkan ilmu desain grafis digital secara langsung di lingkungan kerja pemerintahan.

Selama kegiatan magang, penulis berperan aktif dalam pembuatan berbagai desain grafis digital untuk mendukung branding dan komunikasi publik program Jakarta Sadar Sampah, meliputi desain carousel Instagram, infografis edukatif, merchandise, template presentasi, hingga desain pendukung kampanye lingkungan. Seluruh proses perancangan desain dilakukan dengan mengacu pada identitas visual, content pillar, serta design brief yang telah ditetapkan oleh Dinas Lingkungan Hidup DKI Jakarta.

Penerapan metode *Multimedia Development Life Cycle (MDLC)* membantu proses pengembangan desain menjadi lebih terstruktur, mulai dari tahap konsep, perancangan, pengumpulan material, perakitan desain, pengujian, hingga publikasi. Pengujian desain melalui metode *User Acceptance Testing (UAT)*, baik pada tahap alpha testing maupun beta testing, menunjukkan bahwa hasil desain dapat diterima dengan sangat baik oleh pengguna. Mayoritas responden memberikan penilaian tinggi terhadap aspek kesesuaian tema, daya tarik visual, kejelasan pesan, pemilihan warna, tipografi, serta dampak persuasif desain dalam meningkatkan kepedulian terhadap isu lingkungan.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa desain grafis digital yang dihasilkan telah memenuhi kebutuhan komunikasi visual dan branding Dinas Lingkungan Hidup Provinsi DKI Jakarta, khususnya dalam mendukung program Jakarta Sadar Sampah sebagai media edukasi dan kampanye lingkungan kepada masyarakat.

Kegiatan PKL ini juga berhasil meningkatkan kompetensi penulis dalam aspek teknis desain, manajemen waktu, komunikasi profesional, serta kerja kolaboratif di lingkungan instansi pemerintah.

3.2 **Saran**

Berdasarkan hasil kegiatan Praktik Kerja Lapangan yang telah dilaksanakan, penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut:

a. Bagi Dinas Lingkungan Hidup Provinsi DKI Jakarta

Diharapkan DLH dapat terus mengembangkan strategi komunikasi visual yang inovatif dan mengikuti tren media sosial agar pesan-pesan lingkungan semakin relevan dengan generasi muda. Selain itu, evaluasi berkala terhadap konten visual melalui pengujian audiens dapat dipertahankan dan dikembangkan untuk meningkatkan efektivitas kampanye lingkungan.

b. Bagi Program Jakarta Sadar Sampah

Disarankan untuk memperluas variasi konten visual interaktif, seperti animasi singkat, motion graphic, atau konten berbasis storytelling, agar pesan edukasi lingkungan dapat tersampaikan dengan lebih menarik dan berdampak. Pemanfaatan data dan insight audiens media sosial juga dapat digunakan sebagai dasar pengembangan konten ke depan.

c. Bagi Mahasiswa PKL Selanjutnya

Mahasiswa diharapkan dapat mempersiapkan kemampuan teknis desain grafis digital, pemahaman branding, serta manajemen waktu sebelum melaksanakan PKL. Sikap proaktif, komunikatif, dan terbuka terhadap masukan sangat penting untuk menunjang proses pembelajaran dan menghasilkan karya desain yang optimal di lingkungan kerja profesional.

d. Bagi Institusi Pendidikan

Diharapkan institusi pendidikan dapat terus menjalin kerja sama dengan instansi pemerintah dan industri kreatif agar mahasiswa memperoleh pengalaman nyata yang relevan dengan kebutuhan dunia kerja, khususnya dalam bidang multimedia digital dan desain komunikasi visual.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Kaplan, A.M. & Haenlein, M. (2010) 'Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media', *Business Horizons*, 53(1), pp. 59–68.
- [2] Luther, A.C. (1994) *Authoring Interactive Multimedia*. Boston: Academic Press.
- [3] Ottman, J.A. (2011) *The New Rules of Green Marketing: Strategies, Tools, and Inspiration for Sustainable Branding*. Sheffield: Greenleaf Publishing.
- [4] Sutopo, A.H. (2003) *Multimedia Interaktif dengan Flash*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- [5] Suyanto, M. (2005) *Strategi Perancangan Iklan Televisi Perusahaan Top Dunia*. Yogyakarta: Andi Offset.
- [6] Wheeler, A. (2013) *Designing Brand Identity: An Essential Guide for the Whole Branding Team*. 4th edn. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.
- [7] ISO/IEC (2011) *ISO/IEC 25010:2011 Systems and Software Engineering — Systems and Software Quality Requirements and Evaluation (SQuaRE)*. Geneva: International Organization for Standardization.
- [8] Rubin, J. & Chisnell, D. (2008) *Handbook of Usability Testing: How to Plan, Design, and Conduct Effective Tests*. 2nd edn. Indianapolis: Wiley Publishing.
- [9] Adobe Inc. (2022) *Adobe Illustrator User Guide*. Available at: <https://helpx.adobe.com/illustrator/user-guide.html> (Accessed: 20 December 2025).
- [10] Aji, R.S., Nugroho, A. and Putri, L.D. (2023) 'Interaktivitas media sosial pemerintah dalam meningkatkan kepercayaan publik', *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 18(2), pp. 145–158.
- [11] Ernungtyas, N. and Boer, K.M. (2023) 'Pemanfaatan media sosial pemerintah dalam membangun citra dan transparansi publik', *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 21(1), pp. 32–45.
- [12] Lestari, D. and Prabowo, H. (2021) 'Peran komunikasi visual dalam kampanye lingkungan hidup', *Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 6(2), pp. 101–112.

- [13] McLeod, J. (2021) *Design Collaboration with Figma*. New York: UX Collective Press.
- [14] Oktaviani, R. and Rahmawati, A. (2023) 'Strategi desain grafis digital dalam meningkatkan branding media sosial', *Jurnal Desain Multimedia*, 9(1), pp. 55–66.
- [15] Oliveira, T. and Cruz, D. (2023) 'Visual identity and public trust in institutional branding', *International Journal of Visual Communication*, 15(3), pp. 210–224.
- [16] Prabowo, A. and Setiawan, B. (2021) 'Penerapan Multimedia Development Life Cycle (MDLC) pada pengembangan media digital', *Jurnal Teknologi Informasi dan Multimedia*, 13(2), pp. 87–96.
- [17] Putra, A.R. and Wibowo, T. (2021) 'Desain grafis digital sebagai media komunikasi visual strategis', *Jurnal Seni dan Desain*, 5(1), pp. 1–10.
- [18] Rahmanto, Y. and Hasanah, U. (2022) 'Relevansi metode MDLC dalam pengembangan konten multimedia modern', *Jurnal Informatika dan Multimedia*, 10(2), pp. 120–130.
- [19] Rizki, M. and Handayani, S. (2023) 'Pengaruh komunikasi visual terhadap perilaku pro-lingkungan masyarakat', *Jurnal Studi Lingkungan*, 8(1), pp. 44–56.
- [20] Shams, R. (2024) 'Brand identity and public perception in governmental institutions', *Journal of Branding and Public Relations*, 12(1), pp. 65–78.

SURAT KETERANGAN AKTIF MAGANG KERJA



DINAS LINGKUNGAN HIDUP PROVINSI DAERAH KHUSUS IBUKOTA JAKARTA

SURAT IZIN PRAKTEK KERJA LAPANGAN

NOMOR : 7705/HM.03.04

TENTANG

PEMBERIAN IZIN PRAKTEK KERJA LAPANGAN KEPADA MAHASISWA
ATAS NAMA NAURAH

- Dasar :
- a. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2019 tentang Sistem Nasional Ilmu Pengetahuan dan Teknologi;
 - b. Keputusan Menteri Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi Nomor 123/M/KPT/2019 Tahun 2019 Tentang Magang Industri dan Pengakuan Satuan Semester (SKS) Untuk Magang Kuliah;
 - c. Peraturan Gubernur DKI Jakarta Nomor 284 Tahun 2016 tentang Organisasi dan Tata Kerja Dinas Lingkungan Hidup;
 - d. Surat Wakil Direktur Bidang Kemahasiswaan u.b. Ketua Jurusan Politeknik Negeri Jakarta Nomor: 7210/PL3/PK.01.09/2025 Tanggal 17 Juni 2025 Perihal: Permohonan Praktik Kerja Lapangan (PKL).

MEMBERI IZIN

Kepada :
Nama : Naurah
NIM : 2207431018
Program Studi : D4 Teknik Multimedia Digital
Untuk : Melakukan Praktek Kerja Lapangan di Dinas Lingkungan Hidup Provinsi DKI Jakarta pada tanggal 15 Juli 2025 s.d 1 Desember 2025.

BUKU PENGHUBUNG PEMBIMBING MAGANG INDUSTRI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, RISET, DAN TEKNOLOGI

POLITEKNIK NEGERI JAKARTA JURUSAN TEKNIK INFORMATIKA DAN KOMPUTER

Jl. Prof. DR. G.A. Siwabessy, Kampus UI, Depok 16425
Telp: (021)91274097, Hunting Fax : (021) 7863531, (021)7270036
Laman :<http://www.pnj.ac.id>, e-mail : tik.pnj@gmail.com

BUKU PENGHUBUNG PEMBIMBING MAGANG INDUSTRI

Nama Mahasiswa : Naurah
NIM : 2207431018
Program Studi : Teknik Multimedia Digital
Nama Perusahaan/Industri : Dinas Lingkungan Hidup DKI Jakarta
Nama Pembimbing Industri : Yogi Ikhwan S.T, S.H, M.H.

No	No Hari/Tgl	Aktivitas yang Dilakukan	Tanda Tangan
1	Selasa, 15 Juli 2025	- Perkenalan - Pembagian Jobdesk - Penjelasan DUDI dan Brand Book	
2	Rabu, 16 Juli 2025	Membuat Thumbnail Instastory DLH	
3	Kamis, 17 Juli 2025	Membuat Desain Instastory Konten Santai dan Template Instastory	
4	Jumat, 18 Juli 2025	Membuat Desain Feeds (<i>Template</i> desain)	
5	Senin, 21 Juli 2025	Brief dan Survey pembuatan desain dinding kaca untuk branding kantor formal/informal	

6	Selasa, 22 Juli 2025	Pembuatan desain dinding kaca untuk branding kantor informal	
7	Rabu, 23 Juli 2025	Pembuatan desain dinding kaca untuk branding kantor formal	
8	Kamis, 24 Juli 2025	- Mengikuti Liputan kolaborasi EPR Sampah B3 - Membuat Infografis i EPR Sampah B3	
9	Jumat, 25 Juli 2025	- Pembahasan event JEFF dan <i>Redesign</i> - Membuat Desain Baju event Jakarta Eco Future Fest	
10	Senin, 28 Juli 2025	- Revisi Desain Baju event Jakarta Eco Future Festival dan Merchandise	
11	Selasa, 29 Juli 2025	- Final desain dinding kaca kantor formal/informal (Mockup)	
12	Rabu, 30 Juli 2025	- <i>Redesign</i> Logo event Jakarta Eco Future Festival dan Mockup Merchandise	
13	Kamis, 31 Juli 2025	- Meeting/Present hasil design event JEFF dan Final Design dinding (FIX)	
14	Jumat, 01 Agustus 2025	Mengikuti Kegiatan Peresmian Aplikasi e-Maggot	
15	Senin, 04 Agustus 2025	- Mengikuti kegiatan liputan KSBB Komatsu (Membuat video menggunakan gimbal) - Membuat desain pengenalan maskot	

		- Voice over (mengisi suara video) - Brief desain baju humas	
16	Selasa, 05 Agustus 2025	- Dokumentasi maggots di Jakarta Utara - Membuat desain baju humas	
17	Rabu, 06 Agustus 2025	- Desain baju humas - Desain baju sampah x Pertamina	
18	Kamis, 07 Agustus 2025	- Penambahan Logo/revisi desain baju - Pembuatan <i>Thumbnail</i> desain Reels Pengolahan sampah kolaboratif KSBB	
19	Jumat, 08 Agustus 2025	- Desain Lanyard kegiatan Jakarta Eco Future Fest 2025	
20	Senin, 11 Agustus 2025	Diskusi Brief desain	
21	Selasa, 12 Agustus 2025	- Take Content Video Uji Emisi - Membuat Bahan Presentasi (Paparan Retribusi Pelayanan Kebersihan)	
22	Rabu, 13 Agustus 2025	- Mengikuti kegiatan dan Dokumentasi Kegiatan Penanggulangan Busa di BKT, Marunda - FGD Motion Graphic DLH (Saran & Masukan)	
23	Kamis, 14 Agustus 2025	Membuat Desain <i>Daily Brief</i> (3 Case)	
24	Jumat, 15 Agustus 2025	Membuat Desain Feeds HUT RI 80	

25	Senin, 18 Agustus 2025	LIBUR CUTI NASIONAL	
26	Selasa, 19 Agustus 2025	- Layouting desain Daily Brief - Desain Feeds	
27	Rabu, 20 Agustus 2025	IZIN (Persiapan Workshop IEEE)	
28	Kamis, 21 Agustus 2025	IZIN (Workshop IEEE)	
29	Jumat, 22 Agustus 2025	- Melakukan <i>layouting</i> desain untuk <i>Daily Brief</i> - Melakukan pengukuran truk (videotron) sebagai bahan kebutuhan desain - Membuat desain tentang Turut Berempati.	
30	Senin, 25 Agustus 2025	Melakukan pembuatan desain untuk <i>Truck</i> (Videotron) sebagai media publikasi.	
31	Selasa, 26 Agustus 2025		
32	Rabu, 27 Agustus 2025	- Membuat desain feeds dengan tema Olah Sampah Mudah Terurai dari Rumah bersama Kak Lubna - Melakukan <i>layouting</i> desain untuk <i>Daily Brief</i>	
33	Kamis, 28 Agustus 2025	Menambahkan konten feeds bertema Olah Sampah Mudah Terurai dari Rumah sesuai arahan.	
34	Jumat, 29 Agustus 2025	Diskusi Internal Humas	
35	Senin, 01 September 25	- Mengikuti Meeting Anugerah Humas Jakarta dan pembagian tugas. - Membuat desain feeds dengan tema Menyuarakan	

		Pendapat adalah Hak Setiap Kawan	
36	Selasa, 02 September 25	- Mengikuti Kegiatan Webinar Diseminasi Peraturan dan Kebijakan LH Usaha Kuliner Skala SPPL (Eco Act) Jakarta Selatan.	
37	Rabu, 03 September 25	Membuat desain infografis untuk Feeds Instagram dengan tema Kualitas Lingkungan Jakarta Menurun	
38	Kamis, 04 September 25	Membuat desain Feeds Ucapan Maulid Nabi	
39	Jumat, 05 September 25	HARI LIBUR NASIONAL (MAULID)	
40	Senin, 08 September 25	Membuat desain <i>Thumbnail Reels</i> (Gen Z buang Sampah)	
41	Selasa, 09 September 25	Membuat desain Feeds (3 cara usaha kuliner ramah lingkungan)	
42	Rabu, 10 September 25	Membuat desain Feeds (Info Gas Metana)	
43	Kamis, 11 September 25	IZIN (Conference IC2IE)	
44	Jumat, 12 September 25	Mengambil <i>Footage</i> Video Konten tentang Memilah Sampah	

45	Senin, 15 September 25	Membuat desain <i>Feeds</i> (Apa itu Metana?)	
46	Selasa, 16 September 25	Membuat desain <i>Feeds</i> (<i>Brown/Green economy</i>)	
47	Rabu, 17 September 25	Mengikuti Rapat Persiapan Jakarta Eco Future Fest 2025 bersama CNN.	
48	Kamis, 18 September 25	Membuat Desain <i>Feeds</i> (<i>Sustainability</i> Dimulai dari Bangku Sekolah)	
49	Jumat, 19 September 25	Melakukan pengecekan dan pengelolaan kupon serta daftar hadir, termasuk menghitung jumlah dan memastikan kesesuaian data agar tidak terjadi selisih untuk persiapan Kegiatan Jakarta Eco Future Fest 2025	
50	Minggu, 21 September 25	Mengikuti kegiatan nonton bersama dengan Pasukan Oren dan Suku Dinas. Pada kegiatan ini saya bertugas memastikan pembagian makanan berjalan lancar serta melakukan dokumentasi kegiatan.	
51	Senin, 22 September 25	- Membuat desain feeds Instagram #Senin Sadar - Mengikuti rapat persiapan kegiatan Cinta Lingkungan (CILUNG) yang bekerja sama dengan Dinas Kebudayaan - Menghadiri <i>Technical Meeting</i> Jakarta Eco Future Fest (JEFF) 2025.	
52	Selasa, 23 September 25	Mengunjungi dan mengikuti rapat redaksi dengan Kompas dalam membahas RDF Jakarta	
53	Rabu, 24 September 25	Persiapan event Jakarta Eco Future Fest 2025	

54	Kamis, 25 September 25	Mengikuti event Jakarta Eco Future Fest 2025 serta membantu pengadaan absen dan konsumsi 1000+ peserta.	
55	Jumat, 26 September 25		
56	Senin, 29 September 25	- Merekap absensi kegiatan JEFF 2025	
57	Selasa, 30 September 25	Brainstorming dan membuat Desain baju PBDLH	
58	Rabu, 01 Oktober 2025		
59	Kamis, 02 Oktober 2025	Membuat desain feeds tentang penanganan sampah dari hulu ke hilir di jakarta	
60	Jumat, 03 Oktober 2025		
61	Senin, 06 Oktober 2025	Membuat desain feeds tentang TPS 3R (Reduce, Reuse, Recycle)	
62	Selasa, 07 Oktober 2025	Membuat desain feeds Mengenal TPST Pengolahan sampah di hilir jakarta	
63	Rabu, 08 Oktober 2025		
64	Kamis, 09 Oktober 2025	- Membuat konten untuk video santai JSS - Briefing terkait desain Anugrah Humas Jakarta (Inovasi Karya Kehumasan)	
65	Jumat, 10 Oktober 2025	- Membuat desain feeds “Apa itu RDF Plant - Membuat Desain Inovasi Karya Kehumasan	
66	Senin, 13 Oktober 2025	- Membuat desain feeds #AmbilBagianmu - Membuat Desain Inovasi Karya Kehumasan (tambahan) - <i>Briefing</i> terkait desain Anugrah Humas Jakarta (Sosok Humas Inspiratif)	
67	Selasa, 14 Oktober 2025	Membuat desain Sosok Humas Inspiratif	

68	Rabu-Kamis, 15-16 Oktober 2025	Mengikuti kegiatan Pre-AHJ dan Briefing terkait desain Anugrah Humas Jakarta (RDF Jakarta)	
69	Jumat, 17 Oktober 2025	- Membuat desain RDF Jakarta - Take Content Video santai untuk Instagram Jakarta Sadar Sampah	
70	Senin, 20 Oktober 2025	Mengikuti kegiatan liputan ke TB Simatupang dan mengambil footage video untuk pencacahan sampah menggunakan gimbal.	
71	Selasa, 21 Oktober 2025	Membuat desain slide AHJ tema RDF Jakarta	
72	Rabu, 22 Oktober 2025	- Membuat desain AHJ RDF Jakarta - Mengikuti kegiatan liputan pembuatan video dengan kepala dinas lingkungan hidup	
74	Kamis, 23 Oktober 2025	Membuat desain slide Audio Visual untuk kebutuhan lomba (AHJ)	
75	Jumat, 24 Oktober 2025		
76	Senin, 27 Oktober 2025	Presentasi hasil desain (4 rangkap) dan revisi hasil isi brief serta perbaikan.	
77	Selasa, 28 Oktober 2025	Revisi Desain AHJ	
78	Rabu, 29 Oktober 2025	Presentasi hasil desain akhir (revisi)	
79	Kamis, 30 Oktober 2025	Persiapan Kegiatan AMPL (Apresiasi Masyarakat Peduli Lingkungan 2025) di Hotel Borobudur.	
80	Jumat, 31 Oktober		

	2025		
81	Senin, 03 November 2025	Briefing terkait pembuatan desain stiker mobil e-waste	
82	Selasa, 04 November 2025	Kegiatan AMPL (Apresiasi Masyarakat Peduli Lingkungan 2025) di Hotel Borobudur.	
83	Rabu, 05 November 2025	Persiapan Gathering PSMDI DLH	
84	Kamis, 06 November 2025	Gathering PSMDI Dinas Lingkungan Hidup	
85	Jumat, 07 November 2025		
86	Senin, 10 November 2025	Pembuatan desain dan revisi stiker mobil e-waste (bagian samping dan belakang)	
87	Selasa, 11 November 2025		
88	Rabu, 12 November 2025		
89	Kamis, 13 November 2025	- Briefing internal pembuatan desain - Pembuatan desain feeds tentang sampah daur ulang atau sampah mudah terurai yang menyebabkan bau.	
90	Jumat, 14 November 2025		
91	Senin, 17 November 2025		
92	Selasa, 18 November 2025	Briefing internal pembuatan desain feeds carousel instagram JSS	
93	Rabu, 19 November 2025	Pembuatan desain feeds tentang titik-titik mana saja yang paling rawan sampah di musim hujan!	
94	Kamis, 20 November 2025	Mengikuti kegiatan talkshow tentang pengertian, dampak dan tantangan dalam pengelolaan e-waste,	

		gadget maintenance hingga pemaparan UR Zero Waste yang berkolaborasi dengan erajaya.	
95	Jumat, 21 November 2025	Mengikuti workshop IT dan Kehumasan yang membahas tentang helpdesk sebagai frontline service, etika profesional dan budaya pelayanan publik termasuk chatbot yang membantu helpdesk hingga alur penerimaan dan klasifikasi laporan/pertanyaan.	
96	Senin, 24 November 2025	Membuat desain feeds membahas kenapa USB Type C jadi standar? ada hubungannya dengan lingkungan!	
97	Selasa, 25 November 2025	Membuat layouting desain kerjasama <i>brand</i>	
98	Rabu, 26 November 2025	Membuat desain feeds membahas fakta tentang e-waste di Jakarta	
99	Kamis, 27 November 2025	Laporan Magang	
100	Jumat, 28 November 2025		
101	Senin, 01 Desember 2025	Selesai.	

FOTO-FOTO KEGIATAN



