

# **Implementasi *Knowledge Sharing* (Mor3talks) Terkait Isu General dan Isu Perusahaan Untuk Memberikan *Insight* Melalui Perancangan Desain Poster Sebagai media Informasi Di Pt. Pertamina Tahun 2021**

**MUHAMMAD DIKRI FATHONI**

Program Studi Desain Komunikasi Visual, Institut Teknologi Nasional Bandung  
Email: dikrifathoni@mhs.itenas.ac.id

## **ABSTRAK**

*PT. Pertamina merupakan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak di bidang Minyak dan Gas. Berbagai prestasi Nasional hingga Internasional telah ditorehkan dalam pencapaian yang signifikan. Hal tersebut tidak pernah lepas dari strategi perusahaan yang selalu berupaya dalam meningkatkan kualitas sumber daya manusia melalui konsistensi dan pembaharuan nilai-nilai pedoman dalam berbudaya kerja seperti program tukar pikiran. Penerapan program ini membutuhkan media spesifik yang mengikuti tren dan isu agar target tercapai secara optimal sehingga meningkatkan kinerja. Tujuan penelitian ini adalah untuk merancang desain dan media visual sebagai pendukung dan sarana proses penerapan nilai budaya kerja di perusahaan. Metode yang digunakan pada perancangan desain dan media visual ini adalah Design Thinking. Hasil dari penelitian yaitu sebuah rancangan desain dan media visual tentang implementasi penerapan nilai budaya kerja di PT. Pertamina.*

***Kata Kunci:*** *Knowlegde Sharing, Desain dan Media Visual, Kinerja Karyawan.*

## **ABSTRACT**

PT. Pertamina is a State-Owned Enterprise (BUMN) which is engaged in the Oil and Gas sector. Various National and International achievements have been made in significant events. This is inseparable from the company's strategy which always strives to improve the quality of human resources through improving the guiding values in a work culture such as brainstorming programs. The implementation of this program requires specific media that follows trends and issues so that targets are achieved optimally so as to improve performance. The purpose of this study was to design designs and visual media as a support and means of implementing the work culture values in the company. The method used in designing the design and visual media is Design Thinking. The results of the research are a value design and visual media about the implementation of the implementation of work culture at PT. Pertamina.

***Keywords:*** *Knowledge Sharing, Design and Visual Media, Employee Performance.*

## 1. PENDAHULUAN

Seiring perkembangan zaman desain komunikasi visual telah tumbuh dan berkembang dan menjadi akrab dengan kehidupan manusia. Penerapan fungsi desain banyak diaplikasikan dalam berbagai hal, salah satu contohnya yaitu sebagai informasi. Wujud dari desain yang umumnya di produksi seperti desain dalam bentuk media cetak yaitu Banner, Poster, Id Card, brosur dan lain-lain. Desain merupakan bagian dari hasil pemikiran kreatif manusia sebagai sarana komunikasi. Pentingnya komunikasi dalam suatu organisasi adalah untuk dapat memberikan informasi mengenai persusahaannya terhadap sumber daya manusia dengan tujuan tertentu, seperti yang dilakukan pt pertamina yaitu menggunakan media visual untuk menginformasikan suatu program kepada para karyawannya guna meningkatkan produktivitas kerja. (Syahrul, 2019)

Persaingan antar perusahaan di era globalisasi semakin tajam, sehingga sumber daya manusia (SDM) dituntut untuk terus menerus mampu mengembangkan diri secara proaktif. SDM harus menjadi manusia-manusia pembelajar, yaitu pribadi-pribadi yang mau belajar dan bekerja keras dengan penuh semangat, sehingga potensi berkembang secara maksimal, adapun persaingan organisasi atau perusahaan harus memiliki sumber daya yang tangguh. Sumber daya yang dibutuhkan untuk menjalankan perusahaan tidak dapat dilihat sebagai bagian yang berdiri sendiri tetapi harus dilihat sebagai satu kesatuan yang tangguh membentuk suatu sinergi, hal ini ditentukan oleh peran sumber daya manusia (Indra Gunawan Syah Putro, 2017).Peningkatan tenaga kerja dapat dilakukan dengan meningkatkan keterampilan dan pengetahuan tenaga kerja yang diwujudkan dalam berbagai bentuk nyata, misalnya: pemberian pelatihan, mengadakan seminar-seminar, pemberian kursus keterampilan dan lain-lain. Karyawan yang merupakan asset berharga bagi perusahaan harus diberikan tuntutan secara tepat mengenai pekerjaan yang akan mereka lakukan selama bekerja sehingga mereka dapat melakukan tugasnya dengan terampil dan profesional. sumber daya manusia perlu dikelola dan di perhatikan secara baik untuk dapat menghadapi globalisasi dan agar perusahaan dapat mencapai tujuannya, seperti yang dijelaskan (yunus 2009) bahwa karyawan yang dikelola dengan baik dan benar dapat menjadi potensi yang baik bagi perusahaan, tetapi sebaliknya apabila salah dikelola akan menjadi beban. untuk dapat mengelola sumber daya manusia dengan baik perusahaan harus memahami dan mengetahui faktor-faktor yg mempengaruhi sumber daya manusia jika tidak maka akan berdampak pada pencapaian tujuan perusahaan itu sendiri. seperti yg dijelaskan rayarti 2012 kegagalan mengelola sumber daya manusia akan mengakibatkan gangguan dalam kinerja,profit dan kelangsungan hidup organisasi itu sendiri. (Khibran1, 2020).

Sejak awal didirikan pada tahun 1997, PT Pertamina Patra Niaga telah berkembang pesat karena strategi bisnis yang berfokus pada bisnis hilir Minyak dan Gas Bumi, perdagangan dan jasa bahan bakar dan petrokimia, manajemen transportasi dan armada, manajemen penyimpanan terminal, bunkering, dan banyak lagi. Di antara Industri Minyak dan Gas hilir yang kompetitif, PT Pertamina Patra Niaga bertekad untuk terus memperkuat kehadirannya. Dengan lebih dari 140 titik pasokan di seluruh Indonesia, bersama dengan tim responsif kami yang selalu menyadari kebutuhan pelanggan, bertujuan untuk menjadi solusi energi Anda yang lebih mudah dijangkau.Karenanya, kami telah menerapkan proposisi nilai pelanggan yang unik dan strategi layanan yang unggul dalam setiap aspek bisnis kami; sambil memprioritaskan kesejahteraan, kesehatan, dan keselamatan semua anggota tim di perusahaan kami.

Salah satu upaya yang dilakukan Pt pertamina untuk meningkatkan keterampilan serta pengetahuan tenaga kerja yaitu menciptakan program yaitu Mor3Talks yang bertujuan sebagai wadah untuk saling tukar pikiran( Knowledge Sharing ) untuk untuk memberikan insight terkait

isu general maupun isi perusahaan kepada pekerja menggunakan desain poster untuk menginformasikan program Mor3talks. desain komunikasi visual itu sendiri adalah ilmu yang mempelajari konsep komunikasi dan ungkapan daya kreatif, yang diaplikasikan dalam berbagai media komunikasi visual dengan mengolah elemen desain grafis terdiri dari gambar (ilustrasi), huruf, warna, komposisi dan layout. Semuanya itu dilakukan guna menyampaikan pesan secara visual, kepada target sasaran yang dituju. (Syahrul, 2019). Adapun pesan yang coba disampaikan oleh pt pertamina kepada karyawan yaitu mengenai informasi program Mor3talks yang menjadi budaya perusahaan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan karyawan. Dengan adanya knowledge sharing diharapkan memberikan pengaruh positif terhadap proses bisnis perusahaan baik langsung maupun tidak langsung. Dengan berbagai pengetahuan akan memberikan kemudahan kepada setiap pegawai untuk memanfaatkannya, sehingga proses pemanfaatan pengetahuan di lingkungan perusahaan akan meningkat, yang akhirnya proses kreativitas dan inovasi akan terdorong lebih luas dan setiap pegawai PT pertamina dapat meningkatkan kompetensinya. (Rhindy Roel Regary, 2017).

## 2. METODOLOGI PENELITIAN

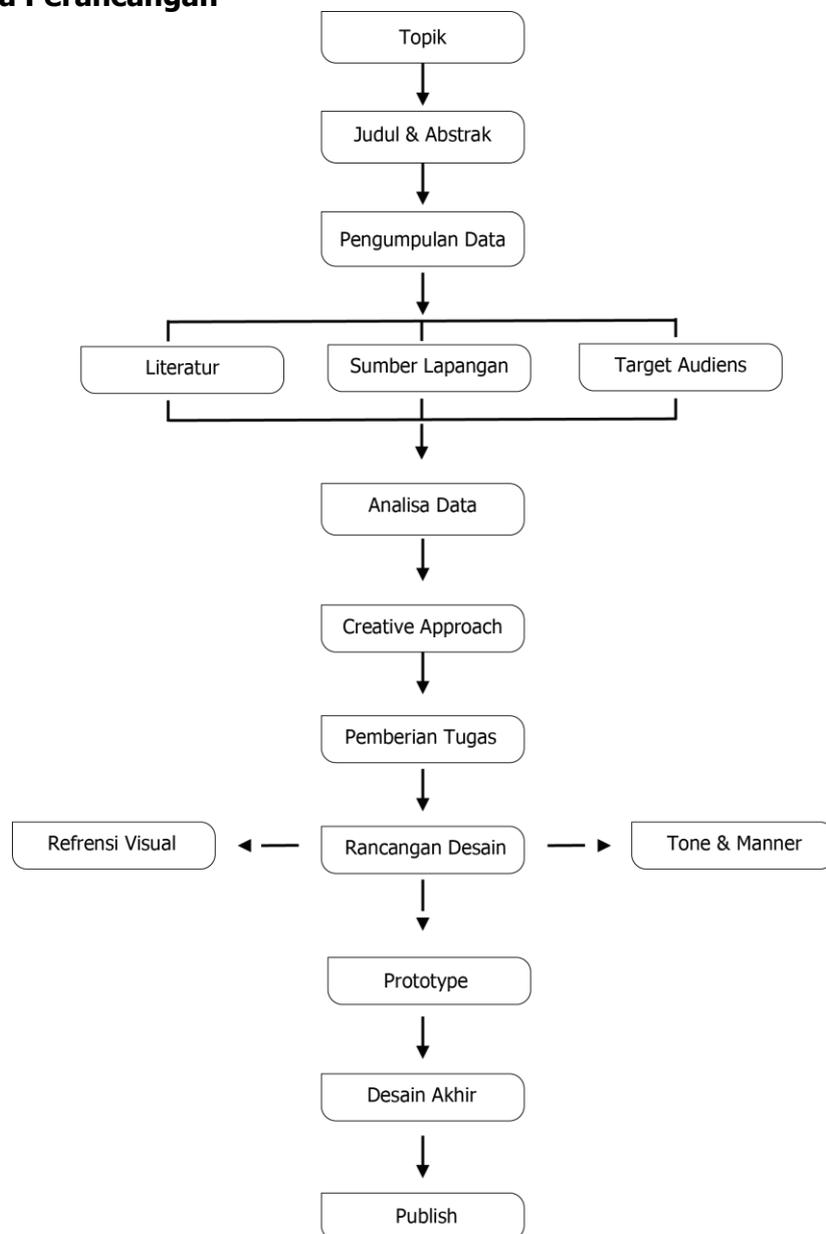
### 2.1 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, metode yang digunakan dalam melakukan perancangan adalah metode "*design thinking*", metode ini dikenal sebagai suatu proses berpikir komprehensif yang berkonsentrasi untuk menciptakan solusi yang diawali dengan proses empati terhadap suatu kebutuhan tertentu yang berpusat pada manusia (*human centered*) menuju suatu inovasi berkelanjutan berdasarkan kebutuhan penggunaannya. Lebih lanjut lagi dipaparkan bahwa, awalnya terdapat 3 tahapan yang terdiri dari *inspiration* yaitu kebutuhan atau masalah yang memotivasi pencarian suatu solusi atau inovasi, *ideation* yaitu proses menghasilkan gagasan, pengembangan dan pengujian gagasan, dan yang terakhir *implementation* yaitu finalisasi peneranan ke pengguna. Dalam perkembangannya, ketiga tahapan tersebut berkembang menjadi 5 tahapan yang pada dasarnya tidak berbeda jauh namun terdapat penekanan pada bagian tertentu sehingga menghasilkan prosedur yang lebih terperinci. (Razi et al., 2018) 5 tahapan dalam melakukan *Design Thinking*. Diantaranya:

1. **Empathize**, merupakan tahap pertama yang menuntut pemahaman masalah yang akan dicarikan solusinya. Pada fase ini desainer diharapkan mampu memasuki dunia pengguna, memahami cara pandang mereka terhadap permasalahan yang dihadapinya. Pendalaman masalah berdasarkan sudut pandang pengguna akan menghasilkan solusi benar – benar menyesuaikan dengan kondisi penggunaannya. (Baskoro & Haq, 2020)
2. **Define**, fase pengumpulan data yang dihasilkan dari fase *empathize*, lalu di analisis dan disintesa hingga didapatkan inti permasalahan yang dihadapi pengguna. (Baskoro & Haq, 2020)
3. **Ideate**, fase ketiga dimana terjadi proses yang menghasilkan solusi. Pada fase ini diharapkan mulai berfikir "*outside the box*". Dimulai dengan mengidentifikasi solusi baru yang berdasarkan pada pernyataan masalah yang dihasilkan dari fase *define*. Bila terjadi kemandegan, maka cara pandang terhadap masalah yang sebaiknya dirubah. (Baskoro & Haq, 2020)

4. **Prototype**, fase mewujudkan ide ke dalam bentuk model atau prototip yang murah, atau model dengan skala yang diturunkan dari produk aslinya. Pembuatan prototip lebih diarahkan pada pemenuhan model studi, agar tim desainer dapat menginvestigasi kehandalan solusi yang dihasilkan dari tahap sebelumnya. (Baskoro & Haq, 2020)
5. **Test**, merupakan fase pengujian keseluruhan, yang dilakukan dengan ketat. Fase terakhir namun dapat dilakukan secara berulang – ulang, sehingga dapat diketahui solusi yang diusulkan sesuai dengan harapan desainer, terlebih calon pengguna. (Baskoro & Haq, 2020)

## 2.2 Kerangka Perancangan



Gambar 1. Kerangka Perancangan Poster (MOR3TALKS)

### **3. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **3.1 Poster Digital sebagai Media Informasi**

Dalam merancang sebuah desain Poster Digital, desainer sebagai penentu langkah awal metode yang digunakannya, Metode perancangan adalah suatu cara atau tahapan yang dilakukan dalam sebuah proses perancangan, metode ini dibutuhkan untuk memudahkan perancang dalam mengembangkan ide rancangan. Desain Poster sebagai sarana komunikasi mempunyai fungsi untuk membawa pesan dengan menggunakan visual atau grafis. Poster menjadi efektif jikalau visual dan kata-kata dapat mudah untuk diidentifikasi oleh target audiens. Poster dapat membuat target audience menangkap pesan melalui sensoris, emosional, sosial, dan intelektual. Maka dari itu desain poster mampu memberikan informasi terkait isi dari sebuah acara untuk ditujukan kepada target audien.

#### **3.2 Konsep Perancangan**

Acara Mor3Talks ini bertujuan untuk sebagai wadah sharing Knowledge untuk memberikan insight terkait isu general maupun isi perusahaan kepada pekerja. Perancangan ini ditujukan kepada Target Audience yang dapat diikuti oleh seluruh pekerja Pertamina namun lebih diutamakan untuk pekerja di lingkungan regional JBB. Acara ini memiliki tema yang akan diadakan sesuai dengan hari-hari besar ataupun tema yang general dan acara ini diadakan rutin setiap pekan dan memiliki episode. Oleh karena itu konsep desain yang digunakan sesuai dengan tema yang di angkat.

#### **3.3 Hasil Karya**

##### **1. Desain Poster Mor3Talks Episode 1**

###### **Tema**

Pertiwi, Ratu Berkuda Pertamina

###### **Brief**

Membuat Desain Broadcast acara Mor3Talks episode 1 edisi Kartini yang bertemakan (Pertiwi, Ratu Berkuda Pertamina) dan membuat desain sertifikat Mor3talks untuk Narasumber .

###### **Tone & Manner**

Lembut

Memberikan informasi yang berkaitan dengan Kartini, menggunakan warna merah muda pastel dan menggunakan aset visual bunga menunjukkan kepribadian wanita yang lembut.

Berikut hasil dari perancangan:



**Gambar 2. Desain Poster Broadcast (MOR3TALKS) Eps. 1**

## 2. Desain Poster Mor3Talks Episode 2

### Tema

Banyak anak, Banyak Investasi

### Brief :

Membuat Desain Poster Broadcast acara Mor3Talks Episode 2 edisi Financial Planning bertemakan "Banyak anak, Banyak Investasi".

### Tone & Manner

Dinamis

Memberikan informasi tentang Financial Planning, menggunakan warna Kuning cerah dan menggunakan aset visual Pop art.

Berikut hasil dari pengerjaan tugas.



**Gambar 3. Desain Poster Broadcast (MOR3TALKS) Eps. 2**

### 3. Desain Poster Mor3Talks Episode 3

#### Tema

Mempersiapkan anak menjadi Pribadi yang Tangguh dan Adaptif

#### Brief :

Membuat Desain Broadcast acara Mor3Talks Episode 3 edisi Parenting bertemakan "Banyak anak, Banyak Investasi". Berikut hasil dari pengerjaan tugas.

#### Tone & Manner

Dinamis

Memberikan informasi tentang Parenting, menggunakan warna Biru dan kuning cerah dan menggunakan aset visual yang dinamis.

Berikut hasil dari pengerjaan tugas.



Gambar 4. Desain Poster Broadcast (MOR3TALKS) Eps. 3

#### 4. Desain Poster Mor3Talks Episode 3

##### Tema

Financial Check Up: Sudah sehatkah keuangan pribadimu?

##### Brief :

Membuat Desain Broadcast acara Mor3Talks Episode 4 edisi Financial Planning bertemakan "Financial Check Up". Berikut hasil dari pengerjaan tugas. Berikut hasil dari pengerjaan tugas.

##### Tone & Manner

Dinamis

Memberikan informasi tentang Parenting, menggunakan warna Biru dan kuning cerah dan menggunakan aset visual yang dinamis.

Berikut hasil dari pengerjaan tugas.

Implementasi Knowledge Sharing (Mor3talks) Terkait Isu General dan Isu Perusahaan  
Untuk Memberikan Insight Melalui Perancangan Desain Poster  
Sebagai media Informasi Di Pt. Pertamina Tahun 2021



**Gambar 5. Desain Poster Broadcast (MOR3TALKS) Eps. 4**

#### 4. KESIMPULAN

Pt Pertamina menciptakan program yaitu Mor3Talks yang bertujuan sebagai wadah untuk saling tukar pikiran ( Knowledge Sharing ) untuk memberikan insight terkait isu general maupun isi perusahaan kepada pekerja menggunakan desain poster untuk menginformasikan program Mor3talks. desain komunikasi visual itu sendiri adalah ilmu yang mempelajari konsep komunikasi dan ungkapan daya kreatif, yang diaplikasikan dalam berbagai media komunikasi visual dengan mengolah elemen desain grafis terdiri dari gambar (ilustrasi), huruf, warna, komposisi dan layout. Semuanya itu dilakukan guna menyampaikan pesan secara visual, kepada target sasaran yang dituju. Dengan adanya knowledge sharing diharapkan memberikan pengaruh positif terhadap proses bisnis perusahaan baik langsung maupun tidak langsung. Dengan berbagai pengetahuan akan memberikan kemudahan kepada setiap pegawai untuk memanfaatkannya, sehingga proses pemanfaatan pengetahuan di lingkungan perusahaan akan meningkat.

## DAFTAR RUJUKAN

- Syahrul, Y. (2019). Penerapan Design Thinking Pada Media Komunikasi Visual Pengenalan Kehidupan Kampus Bagi Mahasiswa Baru Stmik Palcomtech Dan Politeknik Palcomtech. *Jurnal Bahasa Rupa*, 2(2), 109-117.
- Syah, I. G. S. P. G. (2017). PENGARUH GAJI, PELATIHAN DAN REKRUTMEN TERHADAP KINERJA KARYAWAN PT. PERTAMINA PATRA NIAGA. *E-Journal Manajemen" BRANCHMARCK"*, 3(3).
- Khibran, F. Z., & Sary, F. P. (2020). Pengaruh Employee Engagement Terhadap Kinerja Karyawan (studi Pada Karyawan Pt Pertamina Patra Niaga Region Iv Kalimantan). *eProceedings of Management*, 1(1).
- Regary, R. R., & Wahjuadi, D. (2017). Pengaruh Implementasi Knowledge Sharing Terhadap Kinerja Pegawai Pt Pertamina Mor Iii. *eProceedings of Management*, 4(2).
- Baskoro, M. L., & Haq, B. N. (2020). Penerapan Metode Design Thinking Pada Mata Kuliah Desain Pengembangan Produk Pangan. *Jurnal IKRA-ITH Humaniora*, 4(2), 83-93.
- Razi, A. A., Mutiaz, I. R., & Setiawan, P. (2018). Penerapan Metode Design Thinking Pada Model Perancangan Ui/Ux Aplikasi Penanganan Laporan Kehilangan Dan Temuan Barang Tercecer. *Desain Komunikasi Visual, Manajemen Desain Dan Periklanan (Demandia)*, 3(02), 219. <https://doi.org/10.25124/demandia.v3i02.1549>