



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1. Kedudukan dan Koordinasi

Berikut merupakan kedudukan dan koordinasi penulis selama bekerja di CV. Mutualist Kreatif sebagai *Junior Graphic Designer* yang melakukan praktek kerja magang guna memenuhi syarat kelulusan.

1. Kedudukan

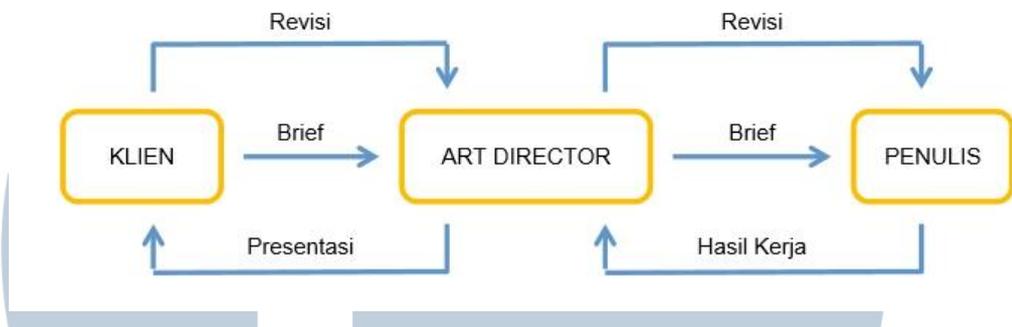
Penulis memiliki peran sebagai *Junior Graphic Designer* di CV. Mutualist Kreatif. Sebagai *Junior Graphic Designer*, penulis bertugas untuk melakukan pekerjaan yang telah diberikan oleh Dionarta selaku Art Director mulai dari riset, memunculkan ide desain, menyusun *moodboard*, proses kreatif, *branding*, *layouting*, dan lainnya. CV. Mutualist Kreatif juga bisa menilai kemampuan *Junior Graphic Designer* dan memberi pekerjaan sesuai kelebihan yang dimiliki penulis sehingga dapat memperdalam kemampuannya.

2. Koordinasi

Seperti yang telah dijelaskan Gabriella selaku *graphic design manager* dengan lebih detail, diawali dari klien yang memberikan proyek kepada CV. Mutualist Kreatif, melalui brief klien *Art Director* akan menyusun timeline kerja dan memberikan brief tersebut kepada penulis selaku *Junior Graphic Designer* mengenai apa saja yang perlu dikerjakan dan bagaimana bentuk eksekusinya.

Penulis kemudian menyalurkan ide-ide visualnya dan mengerjakan pekerjaan tersebut, tidak lupa mengasistensikannya kepada *Art Director*. Jika pekerjaan tersebut telah disetujui, pekerjaan tersebut akan diteruskan kepada klien untuk kembali diasistensikan. Jika terdapat revisi dari klien, *Art Director* akan kembali memberikan brief kepada *Junior Graphic Designer* untuk

memperbaiki pekerjaan tersebut. Proses tersebut akan terus diulang hingga proyek yang diberikan oleh klien selesai tanpa ada permintaan revisi lagi.



Gambar 3.1. Bagan Alur Koordinasi

3.2. Tugas yang Dilakukan

Berikut merupakan tugas-tugas yang dikerjakan penulis selama melakukan praktik kerja magang di CV. Mutualist Kreatif.

No.	Minggu	Proyek	Keterangan
1.	Pertama	Post Instagram Mutualist	Ilustrasi
		WTF Market (event)	- Merchandise baju, mug, scarf - Pattern (supergraphic)
		Markette (Event)	Post Instagram feeds Juli
2.	Kedua	Markette (Event)	Post Instagram feeds Juli
		Mutuwall	Branding (Proses kreatif)
3.	Ketiga	Mutuwall	- Visualisasi logo - Supergraphic - GSM Logo - Mockup - Marketing kit

			(envelope, business card, letterhead, invoice)
		Maestro	- Logo
4.	Keempat	Yamagoya Ramen	- Menuboard design - Packaging design - Membuat rollbanner - Membuat table flyer - Membuat Instagram post - Membuat presentasi klien
5.	Kelima	Markette	Invitation design
		WTF Market	Pricetag, Membercard, T-shirt event
		Mutuwall	Poster design
		Yamagoya Ramen	Cashier display (3 alternatives)
		ALPHABETH	- Naming - Logo + Proses kreatif
6.	Keenam	ALPHABETH	- Supergraphic design - Floorplan design beserta ukuran, perhitungan, dan jumlah floor yang diperlukan - Icon signage café - Packaging - Table number + Table flyer

			- GSM Logo
		Markette (Event)	- Instagram Post - Invitation final
		Scissorhand	- Sketsa Logo + Proses kreatif - Presentasi klien
		Syarief	- Desain Logo
7.	Ketujuh	WTF Market (event)	Konsep visual event WTF Market Surabaya
		Markette (event)	- Instagram post - Invitation blogger design - Collateral design - Umbul-umbul event
		Mutuwall	- Praktek Mural di Christ Cathedral
8.	Kedelapan	Markette (event)	- Umbul-umbul revisi - Instagram post Agustus
		WTF Market (event)	- Proposal event WTF market - Presentasi WTF Market
		Bananalace	- Sketsa logo - Visualisasi digital dan proses kreatif
9.	Kesembilan	Bananalace	- Revisi logo, 3 option logo
10.	Kesepuluh	Markette	- Instagram Post
		Chicken Army	- Naming dan presentasi

			- Pembuatan logo
		Sariayu	- Icon Motion Graphic (asset)
11	Kesebelas	Chicken Army	- Revisi Logo

Tabel 3.1. Detail Pekerjaan Yang Dilakukan Selama Magang

3.3. Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Berikut ini merupakan beberapa proyek utama yang dikerjakan oleh penulis selama melaksanakan Kerja Magang di CV. Mutualist Kreatif yang berfokus pada branding dan beberapa penjabaran pekerjaan lainnya yang bergerak lebih ke arah media promosi event.

Untuk semua proyek branding, penulis banyak belajar dari buku LogoLounge karya Gardner dan Hellman sebagai acuan berbagai referensi dan pendalaman ide. Gardner dan Hellman (2014) menunjukkan bagaimana suatu proses kreatif dilakukan hingga mencapai suatu ide visual akhir. Bagaimana suatu identitas visual terbentuk dan bagaimana konsep suatu identitas visual dapat disampaikan.

3.3.1. Mutuwall

Mutuwall merupakan sebuah anak perusahaan dari CV. Mutualist Kreatif yang bergerak di bidang mural. Mutuwall baru saja didirikan ketika penulis melakukan praktek kerja magang. Logo dari Mutuwall sendiri merupakan hasil dari pekerjaan penulis saat melakukan praktik kerja magang. Mutuwall merupakan sebuah wadah yang didirikan dengan tujuan memberi dampak positif pada masyarakat melalui karya mural. Mutuwall memiliki konsep dalam mempertemukan pemilik bisnis maupun sebuah institusi dengan para muralis yang berkeinginan menyalurkan bakat melalui karya seni di ruang publik.

Visi-Misi dari Mutuwall adalah sebagai berikut;

- VISI: Mempertemukan pemilik bisnis dan institusi dengan para muralis melalui karya mural dan menyukseskan kampanye “Galeri Publik” yang dapat memperindah sudut-sudut kota Jakarta dan Tangerang.
- MISI: Membuat karya mural berkualitas yang juga berfungsi sebagai medium penggalangan bantuan sosial bagi yayasan-yayasan sosial yang tersebar di Jakarta. Mutuwall juga memberikan kesempatan bagi para muralis untuk bebas mengekspresikan seni di ruang publik.

3.3.1.1 *Briefing*

Dalam proyek ini penulis diminta untuk membuat logo dari Mutuwall, dengan brief dimana logo yang ingin disampaikan memiliki sifat playful mengingat Mutuwall merupakan media untuk berekspresi tapi juga membuat logo tersebut harus memiliki kesan independent karena tergetnya merupakan para pemilik bisnis.

3.3.1.2 *Visualisasi*

Setelah menerima brief dari art director, penulis mulai melakukan sketsa dan melakukan visualisasi digital logo tersebut. Berikut beberapa pilihan logo yang menjadi pertimbangan art director.

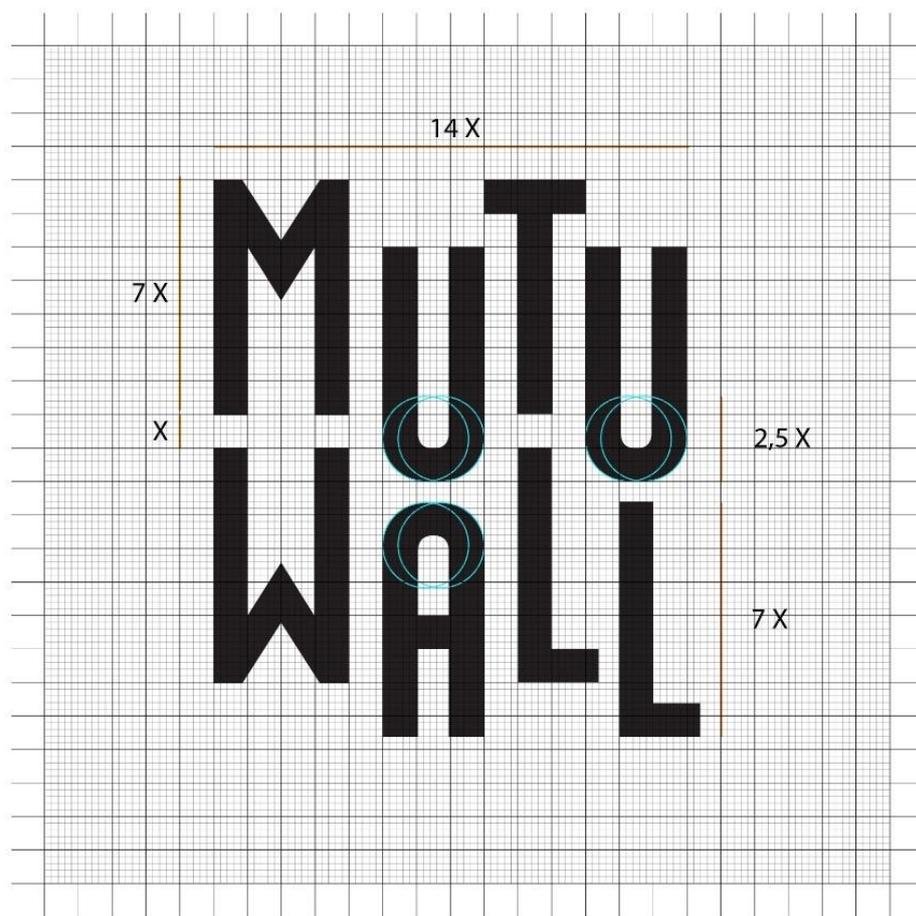


Gambar 3.2. Beberapa pilihan logo yang menjadi *appendix* utama

Filosofi yang ingin disampaikan oleh Mutuwall adalah playful namun tetap memiliki nilai formal. Maka dari itu penulis pun terpikir untuk membuat logo dalam bentuk *logotype*, dengan bentuk yang kaku melalui karakter huruf yang bersudut, namun disusun dengan cara yang playful melalui penempatan antar huruf yang naik-turun/tidak dalam posisi yang konstan. Kemudian logo

pertama pun dipilih karena dirasa cocok dan sesuai untuk menjadi logo dari Mutuwall.

Setelah logo tersebut terpilih, penulis pun mulai membuat GSM (*Graphic Standard Manual*) agar logo memiliki keseimbangan dan presisi yang baik dengan ukuran-ukuran yang telah diperhitungkan dengan matang. Berikut merupakan GSM dari logo tersebut.

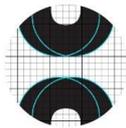


UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

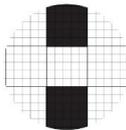
Gambar 3.3. GSM Logo Mutuwall

ADDITIONAL RULES

Every typeface of the logo has the same body-font height.
The gap of the top and bottom font is x ,
but for the rounded corner, the gap is $0,3x$



$0,3x$ gap for rounded typeface

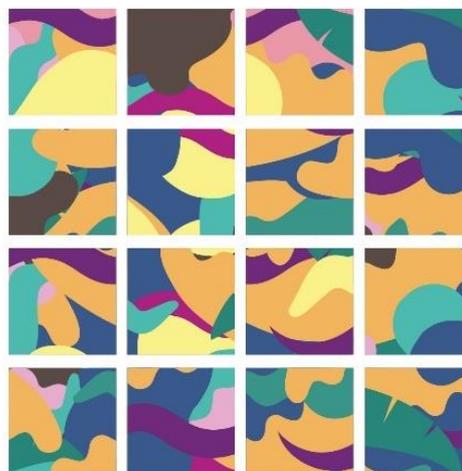


x gap for angled typeface

Minimum size of logo is 1,5 cm height.

Gambar 3.4. Aturan penjelas logo

Setelah logo selesai, penulis pun mulai membuat supergraphic untuk Mutuwall. Dalam supergraphic pun penulis mulai bereksperimen untuk membuat bentuk yang sesuai dengan karakter Mutuwall. Berikut merupakan hasil dari supergraphic yang penulis susun.



SUPERGRAPHIC

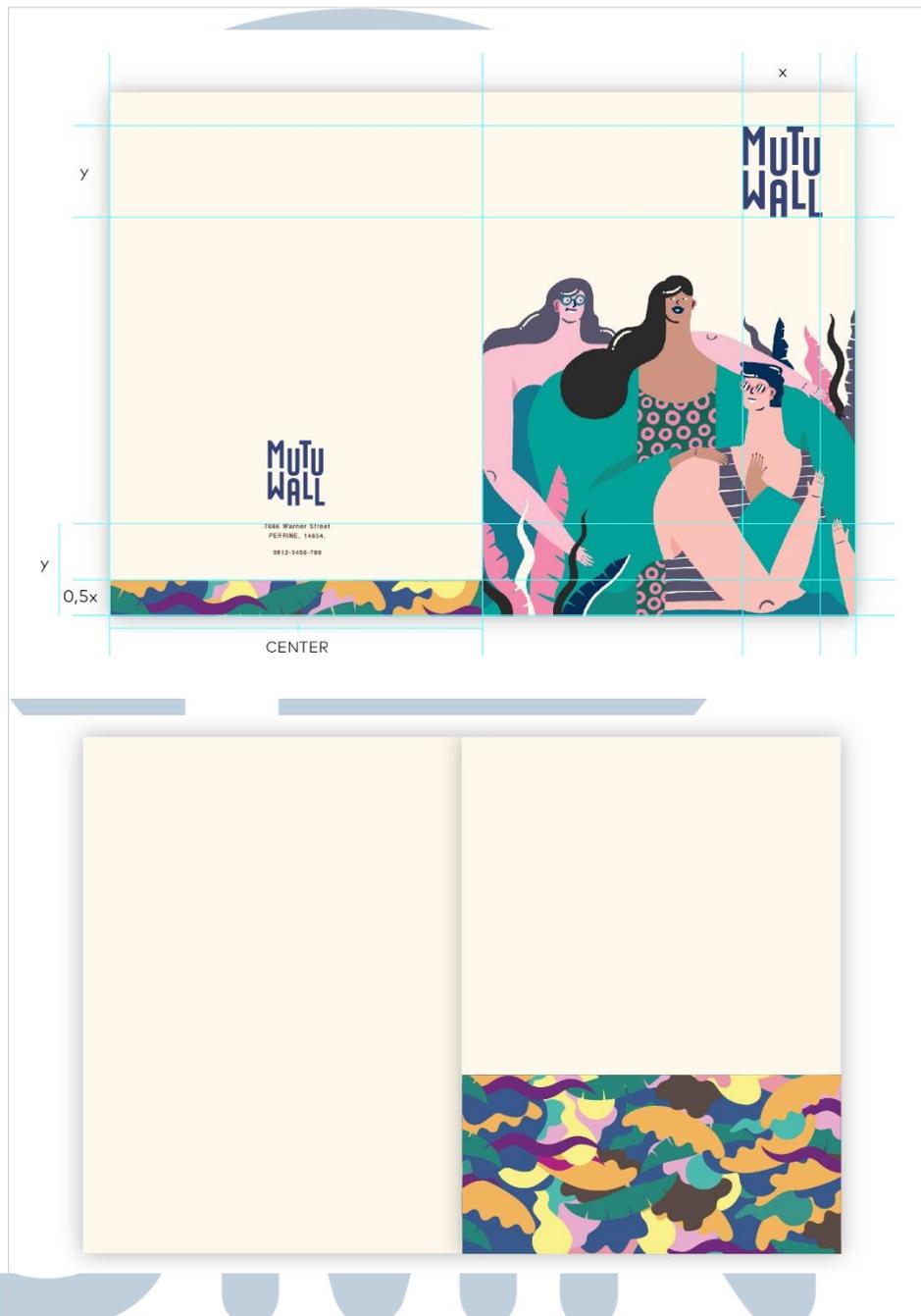
Gambar 3.5. Supergraphic Mutuwall

Setelah itu, logo dan supergraphic pun mulai diaplikasikan ke beberapa media terutama marketing kit yang terdiri dari kartu nama, *envelope*, kop surat, map, dan lembar *invoice*. Dalam kerja magang ini penulis juga belajar untuk selalu melakukan test-print, apakah desain yang dibuat setelah direalisasikan memiliki ukuran font yang tepat untuk dibaca, apakah layoutnya sudah nyaman dalam segi proporsi desain yang baik, dan sebagainya. Revisi pun terus dilakukan melalui test print yang dilakukan hingga mencapai porsi yang tepat dalam desain.



Gambar 3.6. Desain Business Card Mutuwall

Supergraphic yang kemudian diaplikasikan ke bentuk-bentuk lainnya pun meskipun terlihat kompleks dan *playful*, untuk mencapai ketetapan nilai formal maka supergraphic dilayout sesuai kebutuhan. Tetap berisi warna-warna dan bentuk yang kompleks namun dilayout agar tidak memiliki kesan penuh. Berikut hasil desain dan beberapa *mockup* dari pengaplikasian media yang didesain.



Gambar 3.7. Desain dan ukuran Marketing Kit File folder

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 3.10. Hasil Jadi Kartu Nama Mutuwall

3.3.2. Alphabeth

3.3.2.1 Briefing

Alphabeth merupakan sebuah café yang juga menjual berbagai macam merchandise, seperti baju, tas, dan sepatu. Sehingga bisa dibilang bahwa café ini juga merangkap sebuah store/toko. Menu utama dari café ini adalah eskrim yang dewasa ini sering disebut dengan gelato. Konsep yang ingin disampaikan adalah Alphabeth ingin mengandalkan bentuk segitiga yang artinya adalah rumah. Karena rumah memiliki filosofi kenyamanan dan café ini ingin memberikan kenyamanan melalui tempat itu sendiri, dan apa yang dijual dalam café tersebut. Alphabeth sendiri didirikan oleh 3 orang pendiri, yaitu Rommel, Ibeth, dan Thomas. Klien pun juga memberi brief dimana ia ingin

ketiga nama tersebut menjadi kunci dari logo yang akan dibuat melalui inisial TRB (Thomas, Rommel, i-Beth).

Penulis pun mulai melakukan sketsa dan digitalisasi untuk beberapa ide logo. Dan untuk klien berikut penulis diajarkan untuk membuat banyak logo, dan memilih 3 logo sebagai logo utama dan sisanya sebagai *appendix* untuk memberitahu, inilah yang sudah kami kerjakan, kami desainer tidak dibayar untuk hanya membuat 1 logo saja namun tetap pada awalnya kami membuat banyak logo untuk klien dan memilih 1 terbaik bersama klien untuk akhirnya dijadikan sebagai logo akhir. Berikut beberapa logo dan proses kreatif yang dibuat penulis.

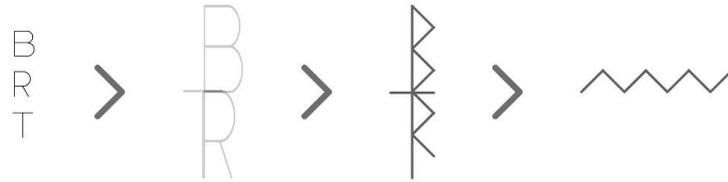


Gambar 3.11. Proses Kreatif, sketsa, moodboard logo Alphabeth

3.3.2.2 Proses Visualisasi

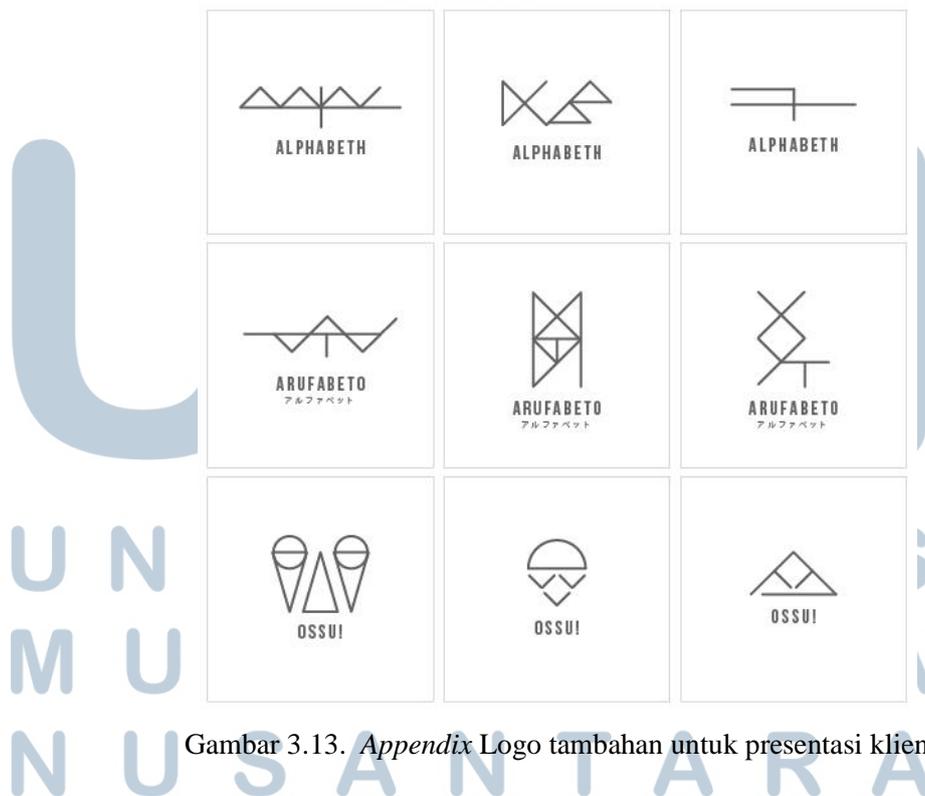
Creative Process 1.1

The initials of owner's name is B - R - T, and we made a shape from it. We keep the minimalism and triangle concept to make this logo.



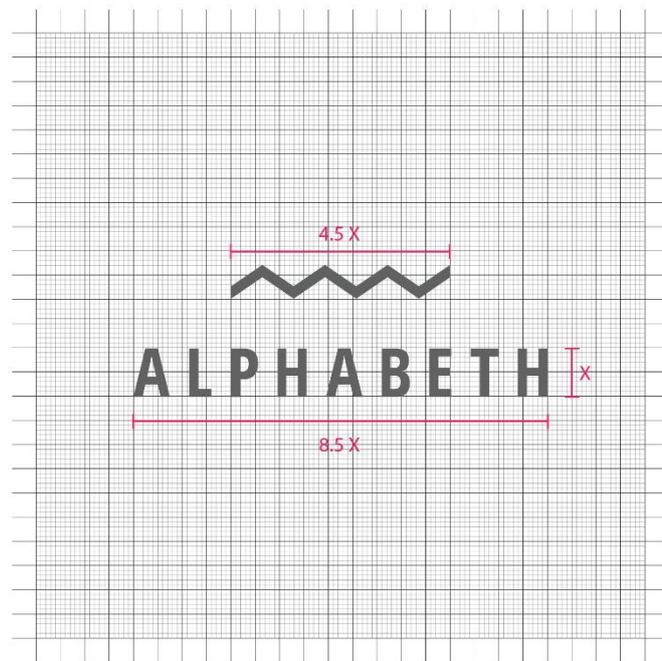
Gambar 3.12. Proses kreatif logo awal Alphabeth

Alphabeth juga menginginkan beberapa bantuan pilihan nama beserta logonya. Meskipun pada akhirnya nama yang dipilih adalah nama Alphabeth, berikut hasil beberapa logo dengan nama yang berbeda dan dijadikan *appendix* dalam presentasi kepada klien. Berikut hasil kerja penulis dalam pembuatan logo tahap awal.



Gambar 3.13. Appendix Logo tambahan untuk presentasi klien

Kemudian, logo yang terpilih merupakan logo yang sudah penulis dan rekan kerja masukkan dalam gambar 3.11. Setelah logo terpilih, penulis pun membuat GSM (*Graphic Standard Manual*) agar logo memiliki keseimbangan dan presisi yang baik dengan ukuran-ukuran yang telah diperhitungkan dengan matang. Berikut merupakan GSM dari logo tersebut.

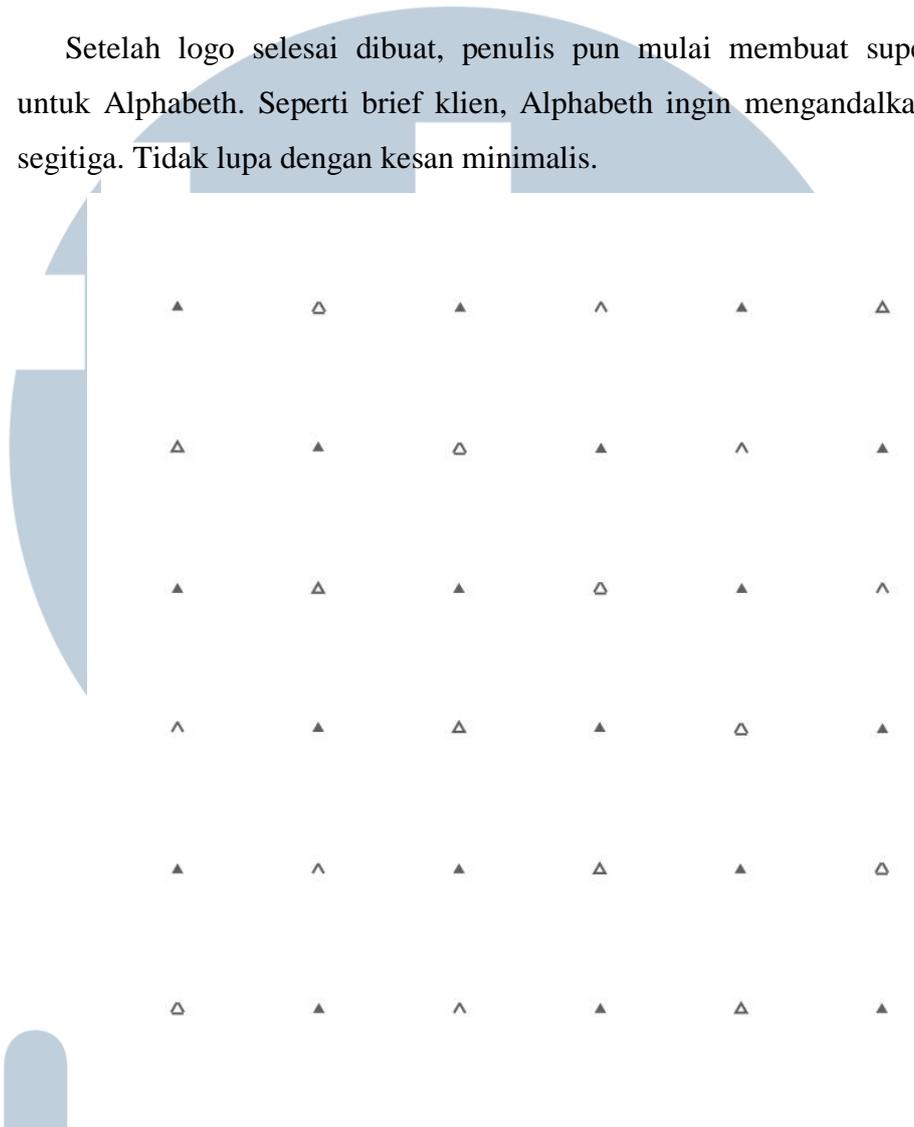


Gambar 3.14. GSM Logo Alphabeth



Gambar 3.15. Logo Final Alphabeth

Setelah logo selesai dibuat, penulis pun mulai membuat supergraphic untuk Alphabeth. Seperti brief klien, Alphabeth ingin mengandalkan bentuk segitiga. Tidak lupa dengan kesan minimalis.



Gambar 3.16. Pattern Segitiga Supergraphic Alphabeth

Progress selanjutnya setelah logo dan supergraphic diterima oleh klien melalui presentasi *creative director*, penulis mulai bergerak ke beberapa pengaplikasiannya. Namun sebelum itu, penulis diminta untuk membuat beberapa *icon* untuk signage lokasi Alphabeth. Beberapa icon yang diminta diantaranya adalah signage untuk *store*, gelato, toilet dan kopi. Untuk mencapai sisi *unity* dari keseluruhan desain, penulis tetap mengandalkan elemen garis dan bentuk segitiga. Berikut hasil *icon* yang telah dibuat oleh penulis untuk kemudian dipilih oleh klien.



Gambar 3.17. Icon Signage Alphabeth

Setelah menyelesaikan *icon* untuk *signage*, penulis mulai bergerak untuk melakukan pengaplikasian logo, mulai dari *floorplan*, *paperbag*, *table number*, dan *table promotion*. Untuk beberapa pengaplikasian lainnya seperti tatakan gelas, apron, gelas kertas, dan mural plan penulis dibantu oleh rekan-rekan kerja CV. Mutualist Kreatif, yaitu Salma Safia dan Gabriella Lotus.

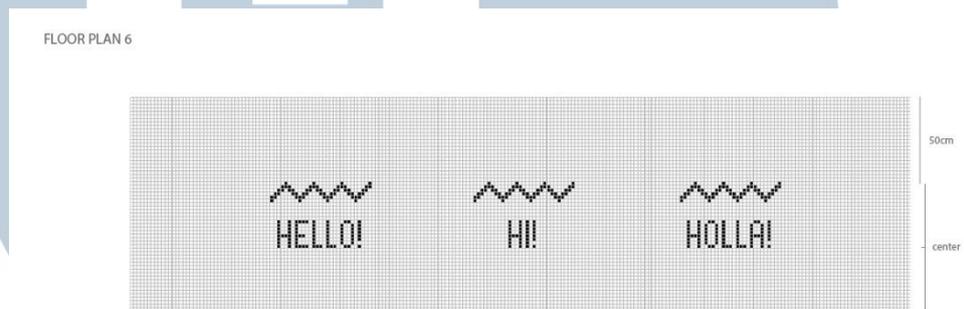
Keduanya bergerak melakukan pengaplikasian dengan menggunakan desain logo dan supergraphic yang sudah didesain penulis saat itu. Berikut beberapa penjabaran pengaplikasian logo yang dikerjakan oleh penulis.

a. *Floorplan*

Alphabeth memiliki perencanaan untuk membuat interior dengan kolase lantai berukuran 6,75m x 1,25m. Ukuran lantai perkepingnya adalah 2 cm x 2 cm. Klien menginginkan floorplan untuk menghadirkan logo sehingga logo yang dibuat dalam floorplan akan berbentuk pixelate. Selain itu ia menginginkan agar *floorplan* tersebut bersifat *instagramable* atau bisa dibilang dapat digunakan sebagai media berfoto di Instagram. Ia ingin agar logo tersebut dapat difoto bersama dengan kaki yang memotret untuk bias dimasukan di Instagram. Penulis pun harus mengukur dengan menggunakan perbandingan, berapa ukuran standar lantai agar bisa difoto dengan rasio yang mencukupi

hadirnya kaki dan logo. Kemudian didapatkan ukuran rasio foto dengan lantai sesungguhnya adalah 1,2 m x 1,2m.

Banyak perhitungan yang harus dilakukan penulis, salah satunya juga adalah berapa banyak keping kantai yang diperlukan dengan perhitungan ukuran perkeping lantai dan jarak antar lantai. Berikut hasil kerja penulis dalam perhitungan floorplan dan desainnya. Hasil desain memiliki perbandingan 1:100.

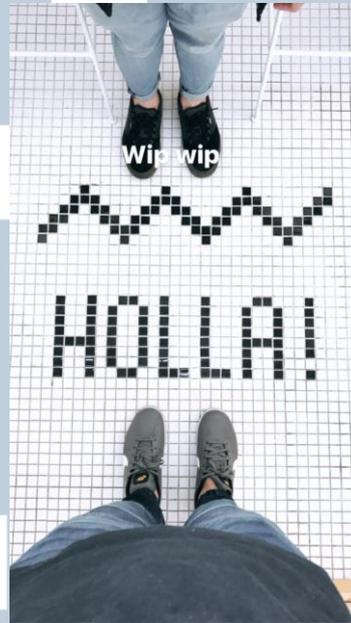


Gambar 3.18. Desain *floorplan* Alphabeth



Gambar 3.19. Detail *floorplan* Alphabeth

Floorplan yang dibuat penulis sepenuhnya sudah sesuai dengan jumlah lantai dan dengan rasio yang tepat. Ukuran juga sudah disesuaikan seperti permintaan klien sehingga bias menjadi *instagramable*.



Gambar 3.20. Hasil jadi *floorplan* Alphabeth

b. *Table Number*

Penulis kemudian bergerak mendesain table number. Seperti biasa untuk diberikan kepada klien penulis diminta untuk membuat lebih dari 1 alternatif, yaitu 1-5 alternatif desain.



Gambar 3.21. Alternatif desain *table number* Alphabeth



Gambar 3.22. Mockup Alternatif desain table number Alphabeth

c. *Paperbag*

Desain paperbag dibuat untuk mengemas makanan takeway café tersebut dan juga barang-barang yang ada di store Alphabeth. Beberapa desain paperbag yang didesain penulis pun digunakan oleh Alphabeth karena dirasa jika hanya menggunakan satu desain untuk semua produk akan terkesan kurang. Berikut hasil desain penulis dalam bentuk mockup.



Gambar 3.23. Alternatif desain *paperbag* Alphabeth

3.3.2.3 Hasil Final

Berikut merupakan hasil jadi *real* pengaplikasian logo yang dirancang oleh penulis saat melakukan praktek kerja magang.



Gambar 3.24. Tampak depan café Alphabeth



Gambar 3.25. Grand opening café Alphabeth

3.3.3. Uraian Proyek Branding Lainnya

Selama melakukan praktek kerja magang di CV. Mutualist Kreatif, penulis juga melakukan beberapa proyek branding lainnya namun tidak dijadikan sebagai laporan utama karena penulis tidak menghandle sepenuhnya logo tersebut. Karena logo terpilih bukan hasil penulis hanya saja penulis ikut berpartisipasi dalam menyalurkan ide untuk logo. Penulis ikut berpartisipasi dalam pembuatan logo tahap awal yang kemudian akan dipresentasikan kepada klien dan menjadi beberapa *appendix* terakhir. Dari beberapa proyek berikut penulis belajar tidak semua logo hasil karya penulis akan sesuai dengan kemauan klien. Masih ada kekurangan yang dimiliki penulis dan penulis merasa masih banyak yang harus dipelajari. Meskipun hasil desain penulis tidak digunakan oleh klien namun kemudian penulis belajar dari hasil karya rekan kerja lainnya. Berikut hasil logo yang pernah dikerjakan oleh penulis.

a. Scissorhand

Scissorhand merupakan sebuah barbershop yang ingin menggunakan *style* retro dalam logonya. Penulis yang belum terbiasa dalam membuat gaya retro pun menemukan kesulitan dalam mengerjakan logo tersebut. Berikut hasil beberapa logo yang dikerjakan penulis beserta proses kreatifnya yang kemudian juga dijadikan sebagai *appendix*.



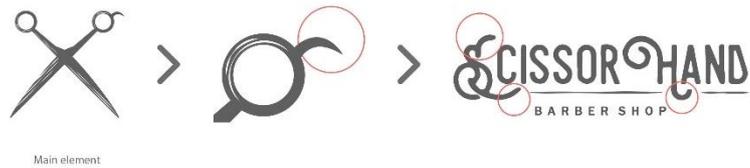
Gambar 3.26. Sketsa Logo Scissorhand

Creative Process 1

The logogram come from the shape of scissor, hand, and barbershop's initial name (S for Scissorhand). The initials are the basic forms in order to get the right proportion.

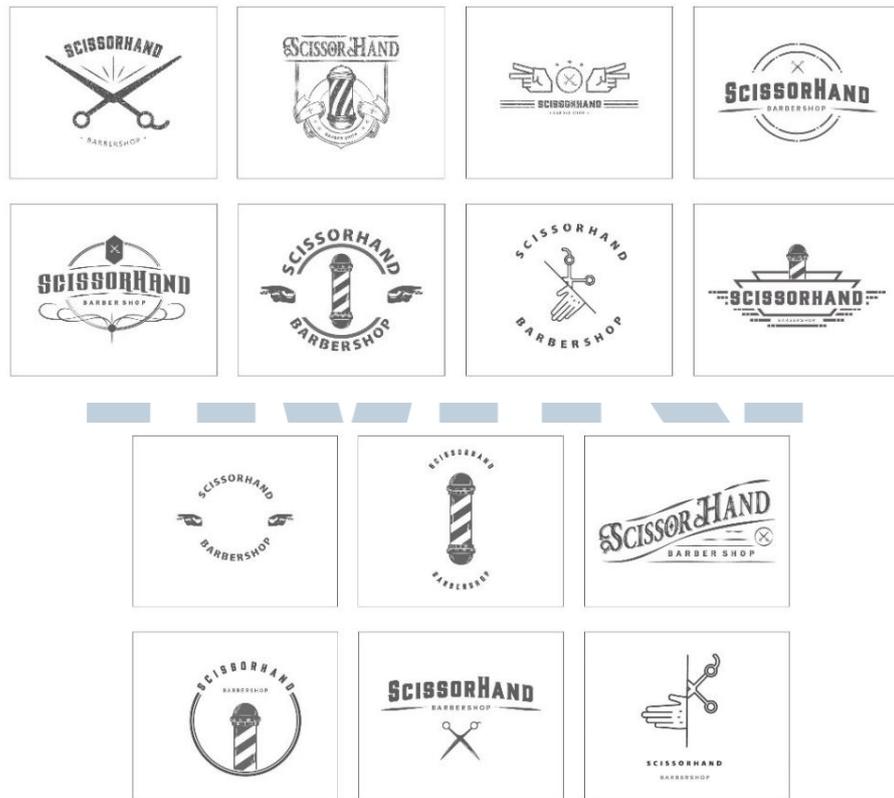


Gambar 3.27. Proses kreatif logo option 1 Scissorhand



Main element

Gambar 3.28. Proses kreatif logo option 2 Scissorhand

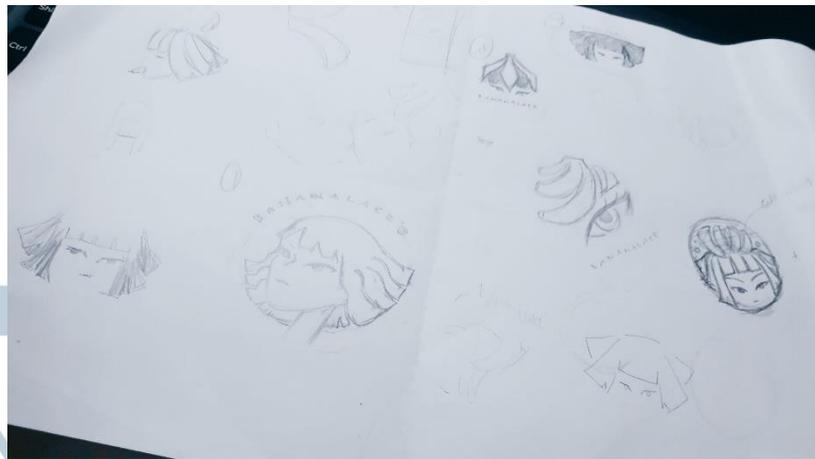


Gambar 3.29. Appendix Logo Scissorhand

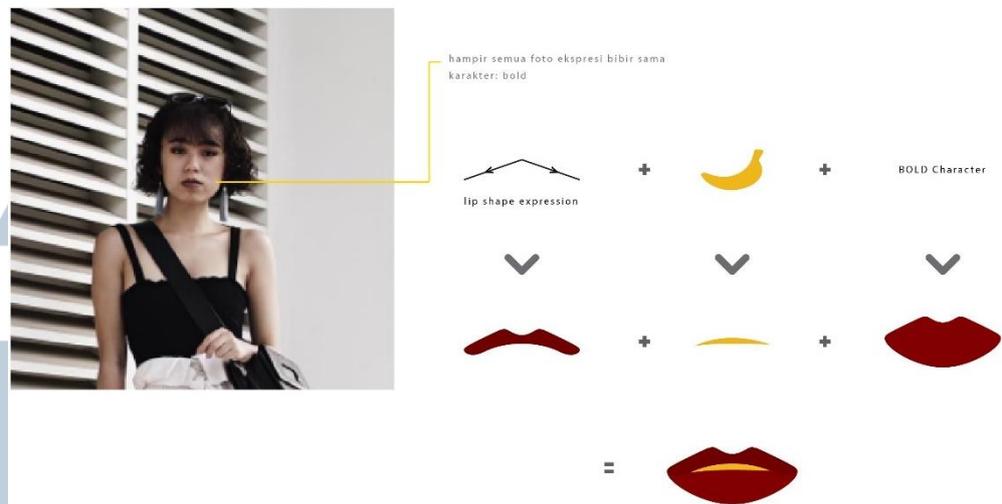
b. Bananalace

Banalalace merupakan personal branding yang dikerjakan penulis dan proyek ini belum kelar saat penulis mengerjakan laporan kerja magang. Namun, logo yang masih dalam proses ini masih menjadi tanggung jawab penulis dan belum diberikan kepada rekan kerja lainnya karena hasil kerja penulis diterima oleh klien dengan beberapa revisi. Hasil revisi pun sudah dikerjakan dan presentasi kedua (presentasi hasil revisi) belum dilakukan sehingga penulis belum tahu apakah hasil revisi penulis berjalan lancar.

Banalalace merupakan personal branding untuk salah satu blogger bernama Keisha. Ia menginginkan logo yang bersifat ilustratif namun simple dan menggambarkan Keisha. Bananalace memiliki karakter berambut keriting pendek, selalu berpenampilan bold terutama mata dan bibirnya. Maka dari itu penulis menjadikan kedua fitur tersebut sebagai kunci andalan dalam pembuatan logo. Ia juga ingin adanya elemen banana dalam logonya, tidak lupa ia menginginkan elemen warna hitam, merah, dan kuning. Font yang diinginkan klien adalah playful, minimalis. Berikut hasil beberapa logo tahap pertama dan *proses kreatifnya* yang sudah penulis kerjakan.



Gambar 3.30. Sketsa Logo Bananalace



Gambar 3.31. Proses kreatif logo option 1 Bananalace



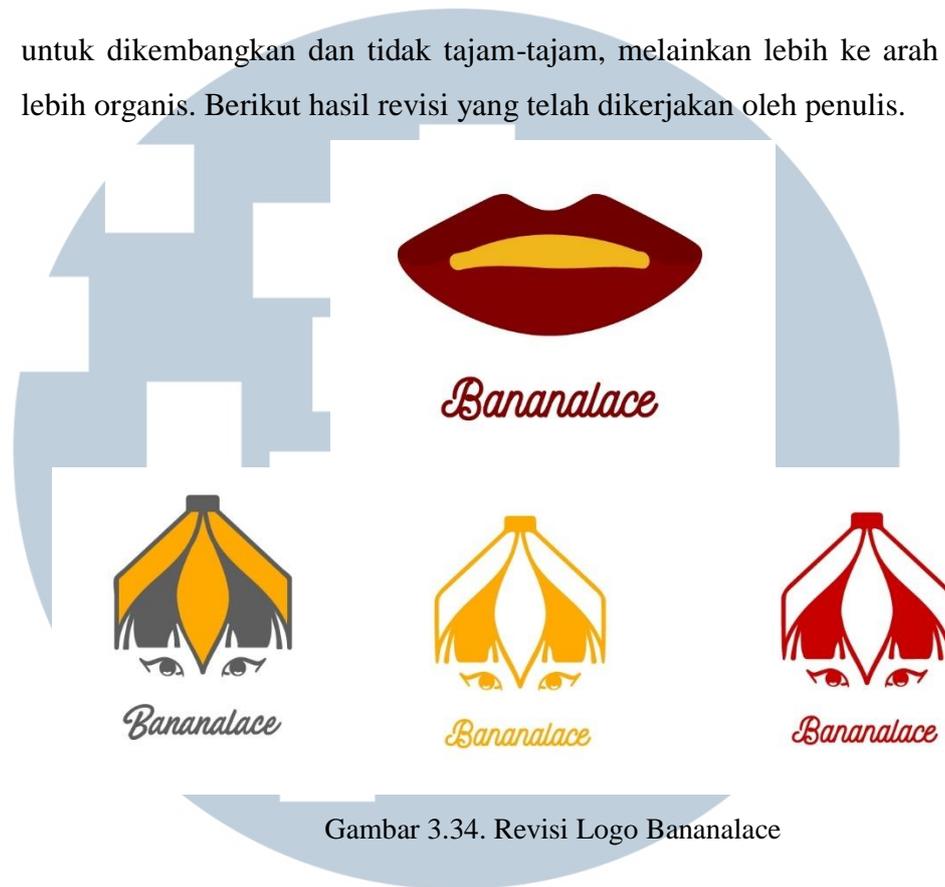
Gambar 3.32. Option 2 logo Bananalace



Gambar 3.33. Appendix 1-4 Logo Bananalace

Kemudian, dari hasil presentasi kepada klien untuk progress logo tahap pertama, klien tertarik dengan logo option 1 dan *appendix* ke 3 untuk dikembangkan lagi dengan beberapa revisi. Untuk logo option 1 klien menginginkan bentuk perwakilan pisang pada bibir untuk dibuat sepenuhnya menjadi pisang. Sedangkan logo *appendix* ke-3 ia menginginkan logo tersebut

untuk dikembangkan dan tidak tajam-tajam, melainkan lebih ke arah sedikit lebih organik. Berikut hasil revisi yang telah dikerjakan oleh penulis.

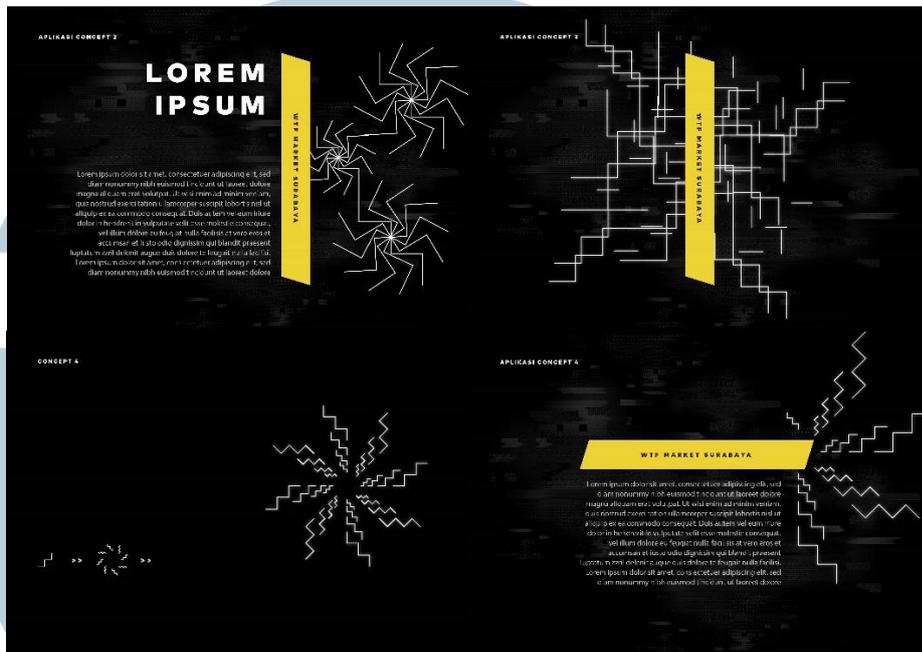


Gambar 3.34. Revisi Logo Bananalace

3.3.4. Uraian Proyek Lainnya

Selain mengerjakan branding, penulis juga mengerjakan beberapa proyek lainnya, yaitu event. Dalam pengerjaan event penulis sangat mengandalkan sense dalam layouting untuk media promosi, maupun konsep event tersebut. Event yang penulis kerjakan dalam praktek kerja magang adalah Markette dan WTF Market.

Untuk WTF Market, penulis lebih berfokus pada pengembangan konsep event. Seperti pembuatan elemen grafis untuk diaplikasikan ke dalam bentuk berbagai merchandise dan desain media promosinya. Sedangkan untuk Markette, penulis tidak hanya focus dalam pembuatan konsep, tapi juga ikut bekerja dalam desain berbagai media promosi seperti Instagram post, umbul-umbul, dan collateralsnya. Berikut beberapa hasil kerja penulis untuk kedua event tersebut.



Gambar 3.35. Konsep Supergraphic WTF Market Surabaya



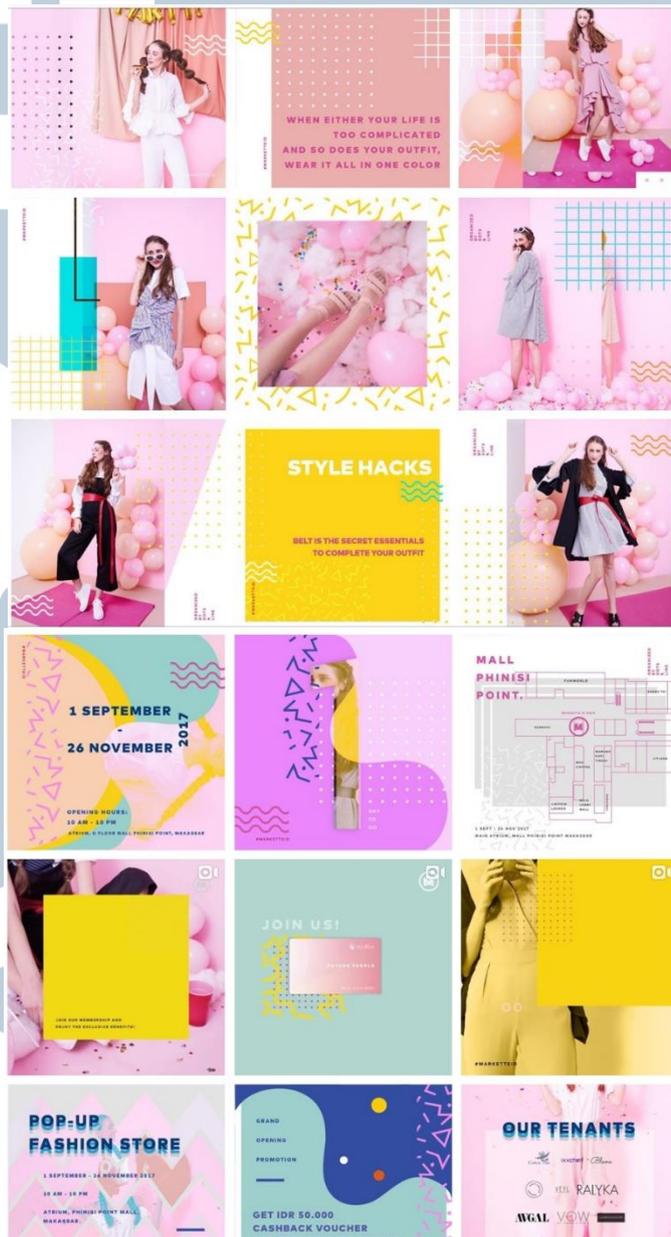
Gambar 3.36. Konsep Supergraphic WTF Market Jakarta



Gambar 3.37. Pengaplikasian pada merchandise WTF Market



Gambar 3.38. Konsep pertama *style* Markette



Gambar 3.39. Instagram Post Markette

Penulis berpartisipasi dalam cukup banyak proyek selama melakukan praktek kerja magang di CV. Mutualist Kreatif dan belajar banyak melalui semua pekerjaan yang diberikan. Tidak hanya belajar logo dan layouting, tapi juga dalam melakukan riset. Proyek-proyek tersebut telah membantu penulis dalam memperdalam ilmu dalam desain grafis, serta penggunaan software yang lebih baik dan optimal.

3.3.5. Kendala yang Ditemukan

Penulis menemukan beberapa kendala dalam masa praktek kerja magang. Kendala yang ditemukan penulis dalam proses kerja praktek magang pertama adalah masalah jarak dari rumah ke tempat kerja. Biaya ongkos yang harus ditanggung penulis perbulannya hampir dua kali gaji magang di CV. Mutualist Kreatif.

Kendala kedua, penulis juga merasa bermasalah dengan jam kerja di CV. Mutualist Kreatif. Jam kerja yang seharusnya adalah jam 09.00 – 18.00, dan setelah satu bulan bekerja jam kerja tersebut terasa mulai tidak berlaku. Penulis mulai beberapa kali bekerja lembur dari jam 7 hingga 10 malam, dan paling sering bekerja hingga jam 7 malam untuk mengejar deadline dan semakin banyaknya klien yang dimiliki CV. Mutualist Kreatif.

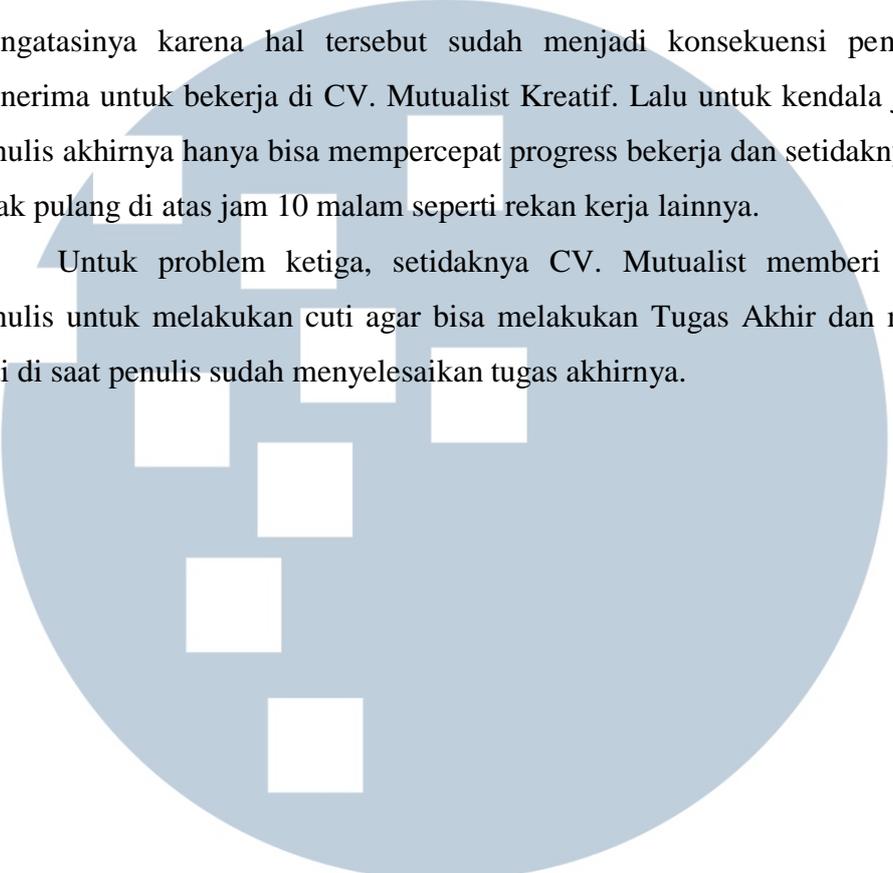
Dan kendala ketiga, penulis melakukan praktek kerja magang bersama dengan Tugas Akhir sehingga memasuki bulan September penulis harus izin kantor untuk absen setengah hari atau bahkan satu hari, dan absen tersebut harus diganti. Hal tersebut membuat penulis harus melalui masa magang lebih panjang dari kontrak karena adanya hutang absen. Dan setelah dihitung, penulis yang seharusnya selesai magang di akhir Oktober berubah menjadi pertengahan Desember yang mana berada di tanggal satu minggu sebelum sidang kelayakan Tugas Akhir.

3.3.6. Solusi Atas Kendala yang Ditemukan

Beberapa hal yang dilakukan penulis untuk mengatasi kendala tersebut adalah sebagai berikut. Untuk kendala jarak dan biaya ongkos penulis tidak bisa

mengatasinya karena hal tersebut sudah menjadi konsekuensi penulis yang menerima untuk bekerja di CV. Mutualist Kreatif. Lalu untuk kendala jam kerja, penulis akhirnya hanya bisa mempercepat progress bekerja dan setidaknya penulis tidak pulang di atas jam 10 malam seperti rekan kerja lainnya.

Untuk problem ketiga, setidaknya CV. Mutualist memberi izin bagi penulis untuk melakukan cuti agar bisa melakukan Tugas Akhir dan membayar cuti di saat penulis sudah menyelesaikan tugas akhirnya.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA