



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, 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

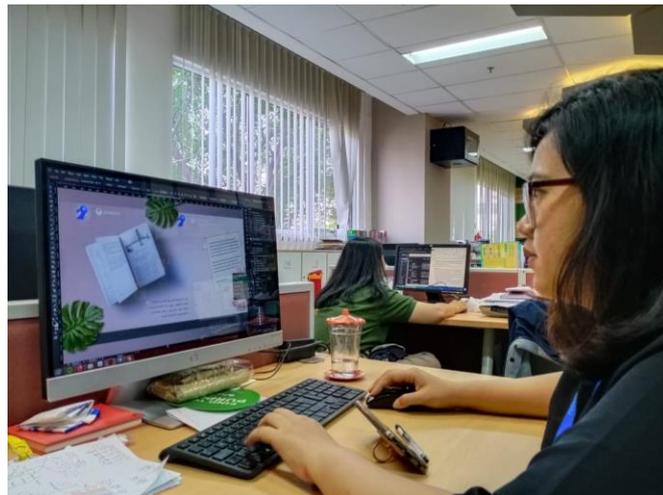
PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1. Kedudukan dan Koordinasi

Selama menjalankan praktik kerja magang, penulis berperan sebagai desainer grafis dibagian divisi *Digital and Social Media Officer*, di PT Gramedia Widiasarana Indonesia (Grasindo). Penulis membantu membuat *daily content* untuk 6 akun Instagram milik perusahaan. Selain itu, penulis juga membantu *marketing*, editor, dan *product specialist* untuk membuat desain promosi yang diperlukan.

1. Kedudukan

Penulis ditempatkan dibagian divisi *Digital and Social Media Officer* selama 3 bulan melakukan praktik kerja magang. Divisi ini dikoordinasikan oleh Bapak Agung Purwono selaku *Social Media & Children Book Spt.*, sekaligus sebagai pembimbing lapangan (mentor) penulis selama menjalankan praktik kerja magang.



Gambar 3.1. Suasana Kerja di PT Gramedia Widiasarana Indonesia

2. Koordinasi

Pekerjaan yang dilakukan selama berada di divisi *Digital and Social Media Officer* adalah membuat konten media sosial dan berbagai keperluan promosi perusahaan ataupun *launching* buku. Selama menjalani praktik kerja magang, penulis diberikan

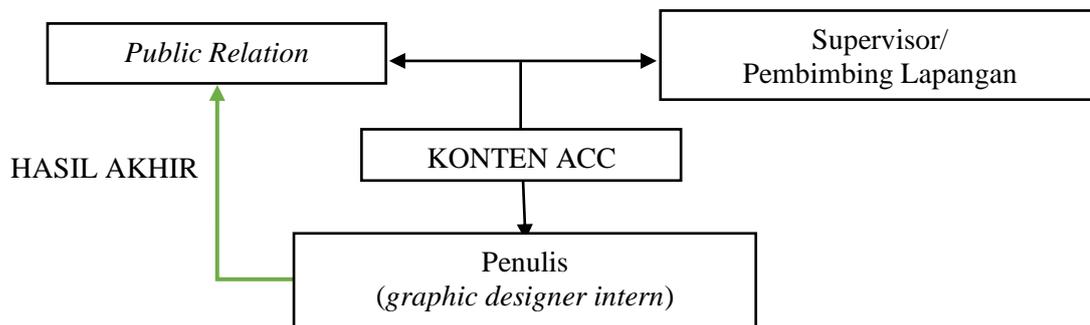
tugas untuk mengerjakan *daily content* untuk 6 akun Instagram milik Grasindo. Terdapat 3 platform media sosial aktif yaitu *facebook*, *twitter*, dan Instagram. Akan tetapi, PT Grasindo Widiasarana Indonesia (Grasindo) lebih memfokuskan dan mengutamakan Instagram sebagai media sosial yang umum digunakan oleh seluruh lapisan masyarakat di Indonesia. Biasanya untuk konten *twitter* dan *Facebook*, bisa menggunakan dari desain Instagram yang sudah dibuat. Sebelum penulis melakukan kerja magang di perusahaan tersebut, pekerjaan ini dikerjakan oleh seorang desainer grafis senior dan terkadang dipegang oleh seorang *public relation*. Dikarenakan banyaknya keperluan konten sosial media, baik itu sebagai konten promosi, *bridging*, dan *engagement* produk, sehingga kesulitan untuk mengerjakan seorang diri.

Oleh karena itu, penulis diberikan kepercayaan untuk mengerjakan konten sosial media sepenuhnya bersama dengan seorang *public relation*. Akan tetapi, terkadang penulis juga diberikan tugas untuk mengerjakan konten promosi media cetak. Dalam menjalankan tugas, penulis biasanya dibantu dengan desainer grafis senior dan *public relation*.



Gambar 3.2. Anggota Divisi *Digital and Social Media Officer*

Terdapat 3 koordinasi dalam pekerjaan yang dilakukan dalam divisi *Digital and Social Media Officer*. Pertama, pekerjaan yang berhubungan dengan dengan konten *engagement* dan *bridging* sosial media dibuat atau ditulis oleh *public relation* dan diasistensikan dengan pembimbing lapangan, selaku koordinator divisi. *Brief* pekerjaan biasanya dalam bentuk tabel pada *excel*, berisi judul konten dan *caption*. Setelah diasistensikan kepada koordinator, *brief* diserahkan pada penulis melalui email. Kemudian penulis membuat sketsa kasar desain untuk *daily content* selama sebulan. Biasanya penulis juga mengoreksi konten, agar sesuai dengan urutan. Berikut ini adalah bagan alur koordinasi pengerjaan *daily content* Instagram.



Gambar 3.3. Bagan Alur Koordinasi *Daily Content* Instagram

Karena desain *daily content* cukup banyak, maka desain seluruhnya dipercayakan kepada penulis tanpa melalui proses asistensi. Biasanya, setelah selesai membuat desain, penulis mengirimkan desain kepada *public relation* untuk langsung *dipost* ke media sosial. Akan tetapi, desain yang dibuat penulis juga terkadang harus direvisi sebelum akhirnya *dipost*. Sebanyak 1 konten *dipost* disetiap 1 akun Instagram milik PT Gramedia Widiasarana Indonesia. Terkadang, penulis juga mengerjakan *carousel post*, dimana dalam 1 kali *posting* ada dua atau lebih desain yang dapat di *swipe left*.

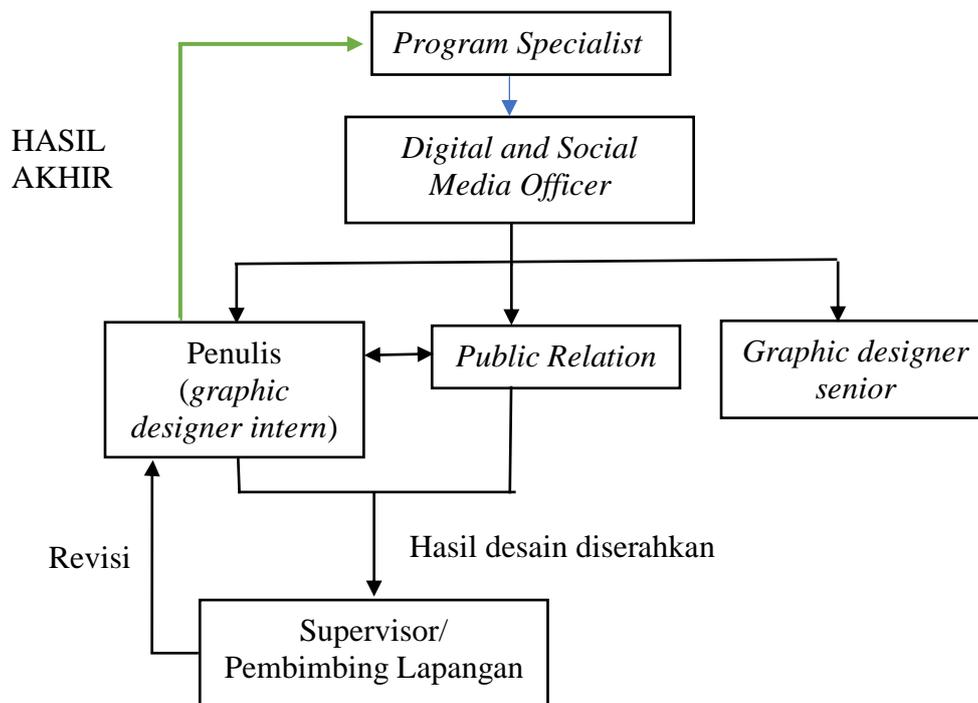
Terdapat 7 *sheet* didalam sebuah *file excel*. Setiap bulannya, penulis diberikan tugas untuk membuat desain Instagram untuk akun milik PT Gramedia Widiasarana Indonesia. Akun-akun itu tersebut adalah @grasindo_id, @fiksigrasindo, @bukusastra_grasindo, @grasindo_school_book, @buku_anak.grasindo,

@kfiction_grasindo, dan *story* yang harus dibuat untuk setiap akun. Berikut ini adalah salah satu *brief* yang telah diasistensikan kepada pembimbing lapangan.

	A	B	C	D	E	F	G
		Tuesday, 1, 1019	Wednesday, 2, 1019	Thursday, 3, 1019	Friday, 4, 1019	Saturday, 5, 1019	
1		Hari Kesaktian Pancasila	Hari Batik Nasional dan Sedunia (Ibu guru ____ kita agar selalu me		
2		Selamat Hari Kesaktian Pancasila	Selamat Hari Batik, Sobat Grasindo	Kamu tipe yang mana?	A menasihati B, menasihati C, n		
3	Monday, 7, 1019	Tuesday, 8, 1019	Wednesday, 9, 1019	Thursday, 10, 1019	Friday, 11, 1019		
4	Promo IELTS 7.0+ hal 5	Promo IELTS 7.0 Mock up buku	Promo IELTS 7.0 hal 8	Promo Panduan Lengkap Menj	Promo Panduan Lengkap Menjad	Drummer Sukses	
5	Alasan Mengapa Harus Ikut Tes IELTS	TIPS MENGERJAKAN IELTS LIS'	1. Sebelum mengerjakan, pastikan! So many good things	2. Baca soal terlebih dahulu dan ti yang dapat kita petik,	3. Sebelum audio dimulai, Sobat n tapi	4. Berhati-hatilah terhadap penggi there is so many bad things	5. Berhati-hatilah terhadap inform yang dapat kita alami.
6	1. Belum belajar, tetapi ingin belajar	2. Petak umpet	3. Congklak	4. Karet	5. Batu 7		
7	Monday, 21, 1019	Tuesday, 22, 1019	Wednesday, 23, 1019	Thursday, 24, 1019	Friday, 25, 1019		

Gambar 3.4. *Daily Content Brief* dalam Bentuk Excel

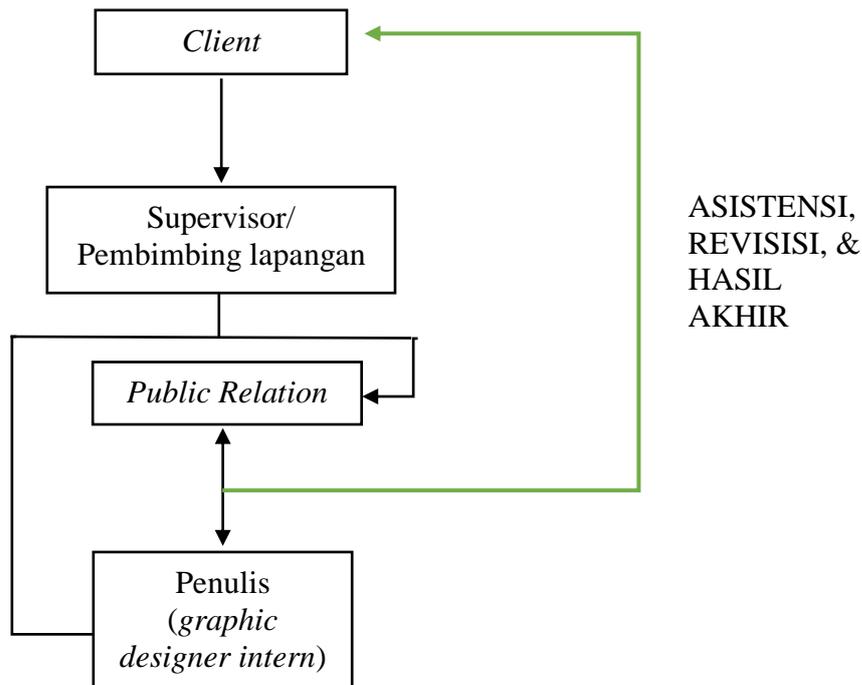
Kedua, pekerjaan yang berhubungan dengan divisi *program specialist*. PT Gramedia Widiasarana Indonesia mempunyai 2 orang sebagai *program specialist*. *Program specialist* adalah salah satu divisi yang berhubungan dengan *sales department*. Biasanya pekerjaan ini berupa desain untuk *launching* buku, promo kerjasama aplikasi, dan promosi dari dalam perusahaan. Koordinasi pekerjaan ini dimulai dengan *meeting* antara *public relation*, koordinator divisi *Digital and Social Media Officer*, dan seorang *program specialist*. Setelah itu, *public relation* dan *program specialist* akan memberikan *brief* secara lisan kepada penulis untuk membuat desain promosi. Lalu penulis akan memberikan hasil desain yang sudah jadi kepada pembimbing lapangan untuk diberikan masukan. Setelah revisi dilakukan, barulah desain diberikan kepada *program specialist*. Namun, biasanya jika dirasa ada kata atau desain kurang cocok, maka terjadilah revisi. Pada tahap revisi ini, penulis langsung berkenaan dengan *program specialist*, tanpa melalui asistensi pada pembimbing lapangan terlebih dahulu. Berikut ini adalah alur kerja dengan *program specialist*.



Gambar 3.5. Bagan Alur Koordinasi Kerja dengan *Program Specialist*

Ketiga, pekerjaan untuk mempromosikan atau mengenalkan produk. *Brief* pekerjaan dapat diberikan oleh penulis buku terbitan Grasindo, editor, ataupun akun yang melakukan kolaborasi dengan akun Instagram @grasindo.id. Selanjutnya ketiga subjek tersebut akan ditulis sebagai *client*. Pertama-tama, *public relation* akan diberikan *brief* apa saja yang harus ditampilkan dalam desain, bagaimana *style* desain yang diperlukan, *copywriting*, dan *caption* yang hendak *diposting* di Instagram. *Public Relation* akan merangkum dan mendata apa saja yang harus dilakukan sebagai *brief* untuk dibuatkan desainnya.

Public relation akan memberikan *brief* tersebut kepada penulis untuk dikerjakan desainnya. Setelah selesai, desain akan dikirim pada *client*. Pada tahap ini terjadilah proses asistensi dan revisi antara desainer dengan *client*. Berikut ini adalah alur kerja yang dilakukan antara *client* dan penulis.



Gambar 3.6. Bagan Alur Koordinasi kerja *Client*

3.2. Tugas yang Dilakukan

Selama menjalani 3 bulan praktik kerja magang, pekerjaan yang paling banyak dilakukan penulis adalah membuat desain *daily content* sosial media dan *e-flyer*. Selain itu, penulis juga diberikan kesempatan untuk membuat desain untuk *book launching* dan promosi produk dengan beberapa media cetak. Tugas-tugas yang dilakukan penulis selama praktik kerja magang adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1. Detail Tugas yang Dikerjakan

No.	Minggu	Proyek	Keterangan
1.	1	- Buku “Jeritan Malam” - Buku “Sesunyi Cahaya” - Buku “Twice world” - Buku-buku lainnya	Penulis diminta untuk membuat beberapa stok foto buku.
2.		Logo Grasindo	Penulis diberikan tugas untuk membuat membuat animasi logo

			Grasindo untuk keperluan media sosial maupun keperluan perusahaan yang memerlukan <i>motion graphic</i> logo.
3.		<i>Bridging post</i> (CPNS)	Penulis diberikan tugas untuk membuat desain <i>bridging post</i> tentang CPNS, karena Grasindo akan mengadakan <i>try out</i> untuk mempersiapkan CPNS yang akan dilaksanakan diawal bulan Desember 2019.
4.		<i>mockup</i> buku CPNS	Membuat <i>mockup</i> buku latihan soal Tes CPNS
5.	2	Konten desain sosial media @grasindo_id untuk memperingati HUT RI dan Giveaway #AgustusanGrasindo	Penulis diberikan tugas untuk menentukan tema dan konsep untuk memperingati HUT RI. Selain itu, untuk memeriahkan HUT RI, @grasindo_id juga membuat giveaway dengan #agustusanGrasindo. Penulis diminta untuk mendesain Instagram <i>post</i> dan <i>insta story</i> .
6.		Desain konten sosial media @fiksigrasindo dalam rangka menuju ulang tahun Grasindo yang ke 29 tahun.	Diakhir bulan Agustus, penulis diberikan tugas untuk mencari tema desain untuk bulan September. Penulis juga di <i>briefing</i> untuk mempersiapkan desain ulang tahun Grasindo dan membuat <i>post</i> Instagram berupa

			<i>e-flyer, motion graphic</i> promo <i>fiction fair</i> ,
7.		Katalog digital “Promo Grasindo Fiction Fair 2019”	Penulis diberikan tugas untuk membuat katalog digital dalam format ukuran A4 untuk di <i>post</i> di www.grasindo.id . Sebanyak 80 <i>cover</i> buku yang harus penulis <i>edit</i> untuk dimasukkan kedalam katalog.
8.	3	Membuat <i>e-flyer</i> <i>Grasindo Fiction Fair</i> dan tema desain ulang tahun Grasindo.	Penulis diberikan tugas untuk merevisi desain yang sudah penulis buat. Lalu, desain yang sudah <i>fix</i> dimasukkan ke dalam beberapa ukuran media cetak. Dalam pengerjaan ini, penulis dibantu dengan desainer senior, karena banyaknya yang harus dibuat.
9.		<i>E-flyer myvalue</i> dan LINE@ promo.	Penulis diberikan tugas oleh <i>program specialist</i> untuk membuat <i>e-flyer</i> .
10.		Membuat <i>e-flyer</i> “ <i>Everyday is Miracle</i> ” untuk akun @kfiction_Grasindo.	Penulis diberikan tugas oleh akun kerjasama (@exofindo) untuk membuat <i>e-flyer</i> dan <i>insta story</i> .
11.		Desain <i>daily content</i> untuk Instagram @school_book_grasindo	Membuat ilustrasi Soekarno untuk Instagram <i>post</i> hari PMI.

12.		Membuat desain kampanye <i>ciluk book</i> di akun @fiksigrasindo	Penulis ditugaskan untuk menentukan konsep dan membuat logo kampanye. Desain ini dibuat dalam rangka Grasindo Fiction Fair, namun hanya khusus di akun fiksi Grasindo saja.
13.	4	Desain konten Instagram buku " <i>Flesh Out</i> "	Penulis membuat ilustrasi dan 6 <i>post</i> buku " <i>Flesh Out</i> ".
14.		Polaroid untuk pesta ulang tahun Grasindo.	Membuat desain polaroid untuk hiasan ulang tahun.
15.		Membuat desain @fiksigrasindo "Filosofie Bara Embun" untuk penulis + Revisi.	Penulis diberikan tugas untuk membuat desain promosi buku baru dari penulis buku Grasindo.
16.		Desain sosial media @bukusastra_rasindo	Promosi buku "Luka Kata" dan <i>spectrum video</i> .
17.		" <i>Launching</i> buku Jeritan Malam" bersama Soraya Films.	Penulis diberikan tugas untuk oleh <i>program specialist</i> , untuk membantu membuat desain promo <i>launching</i> buku.
18.	5	E-flyer 29 Toko Grasindo Fiction Fair 2019 dan <i>motion graphic</i> .	Membuat rangkaian desain #GrasindoFictionFair2019 pada akun @fiksigrasindo. Dan <i>twibbon</i> .
19.		Konten khusus e-flyer @grasindo.id	Membuat desain e-flyer "Bincang Literasi dengan Kang Maman", Padang.
20.		"Diskusi Publik Jogja" Mendongeng bersama	Membuat desain e-flyer "Diskusi Publik Jogja" untuk Penulis buku Grasindo.

21.		<i>E-flyer “Make A Wish”</i>	Membuat penyetaraan desain promo <i>my.value</i>
22.		Membuat desain <i>daily content</i>	@kfiction_grasindo, @school_book_grasindo, dan @bukusastra.
23.	6	Membuat desain <i>daily content</i>	ilustrasi untuk desain @school_book_grasindo “Hari Statistika Nasional”.
24.		NOMAT (Novel Hemat), BIP x GRAMEDIA x GRASINDO	<i>Editing e-flyer</i>
25.	7	Membuat <i>daily content</i> di keenam akun Instagram milik Grasindo	- Membuat desain promosi buku “Menjadi <i>Drummer</i> Sukses” dan membuat mockup bukunya. - Membuat ilustrasi <i>vector</i> buku Legenda Indonesia Lengkap.
26.		Buku “Melati di Taman Keberagaman”	Membuat desain <i>e-flyer</i>
27.	8	Revisi <i>e-flyer</i> “Melati di Taman Keberagaman.” Membuat <i>insta story</i>	Penulis mendapatkan tugas dari <i>program specialist</i> untuk membuat <i>e-flyer</i> dan kebutuhan desain promo lainnya untuk <i>launching</i> buku pada tanggal 30 Oktober 2019 di Perpunas.
28.	9	Membuat <i>daily content</i> di keenam akun Instagram milik Grasindo	- Membuat desain promosi buku GOT 7 untuk akun @kfictiongrasindo

			<ul style="list-style-type: none"> - Membuat desain promosi di @bukuanak_grasindo tentang “Legenda dan Kumpulan Fabel” - Membuat desain promosi buku “Luka Kata” untuk @bukusastra_grasindo dan <i>video spectrum</i>.
29.	10	Membuat <i>daily content</i> di keenam akun Instagram milik Grasindo	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat promosi buku “Koplak” dan <i>mockup</i> - Membuat promosi GOT7
30.	11	Membuat <i>daily content</i> di keenam akun Instagram milik Grasindo	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat desain Instagram <i>post</i> “5 permainan tradisional” - Membuat desain promosi buku “XPLORE kelas 1,2, dan 3” - Membuat desain promosi Kamus
31.	12	Membuat <i>daily content</i> di keenam akun Instagram milik Grasindo	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat desain Instagram <i>post</i> “5 permainan tradisional” part 2 - Membuat promosi buku “Spasi Skripsi Spasi Revisi”
32.		<i>Launching</i> buku “Melati di Taman Keberagaman”	Membuat undangan, <i>cue card</i> , nomor <i>doorprize</i> , <i>x-banner</i> , <i>banner digital</i> , sertifikat dan revisi <i>e-flyer</i>

3.3. Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Selama menjalani praktik kerja magang, pekerjaan yang dominan dilakukan oleh penulis adalah membuat desain *daily content* untuk Instagram. Selain itu, penulis juga terkadang diberikan tugas untuk membuat *e-flyer*, *x-banner*, dan beberapa

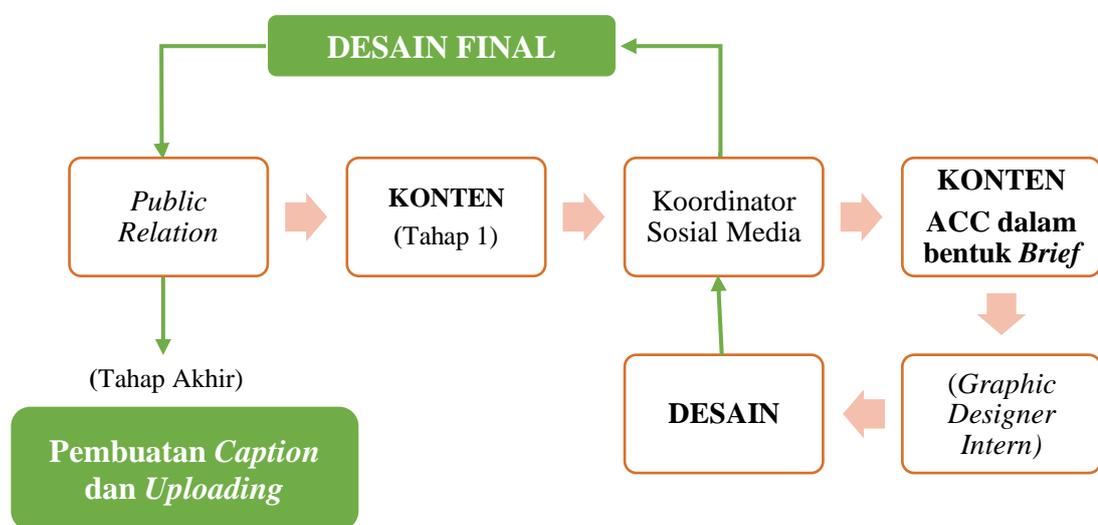
media promosi lainnya. Sebelum menjalankan tugas, penulis biasanya akan di *briefing* oleh pembimbing lapangan, *product specialist*, ataupun *public relation*.

3.3.1. Proses Pelaksanaan

Proses pelaksanaan dalam pengerjaan suatu proyek memiliki tahapan yang berbeda, sesuai dengan kebutuhan dan tingkat kerumitan suatu proyek. Berikut ini adalah proyek yang dikerjakan selama melakukan praktik kerja magang selama 3 bulan di PT Gramedia Widiasarana Indonesia.

3.3.1.1. Membuat *Daily Content* #AgustusGrasindo

Dalam rangka memeriahkan bulan kemerdekaan Republik Indonesia yang ke 74 tahun, PT Grasindo mengadakan beberapa *giveaway* dan konten *bridging* menarik. Konten-konten tersebut kemudian di *upload* kedalam salah satu akun Instagram yaitu @grasindo_id. Pekerjaan ini merupakan salah satu pekerjaan yang harus dilakukan untuk membuat *daily content* selama hari kerja. Setiap hari penulis harus mendesain 1-2 konten. Sehingga dalam kesehariannya, penulis juga harus mengerjakan desain konten sosial media untuk hari berikutnya. *Brief* konten dibuat oleh *public relation* dan di asistensikan kepada pembimbing lapangan. Setelah pembimbing lapangan merasa cocok dengan konten yang disediakan, barulah konten tersebut diserahkan kepada penulis.



Tabel 3.7. Proses Perancangan Desain #AgustusGrasindo

1. Brainstorming

Setelah mendapatkan *brief* tugas yang dikerjakan, penulis membaca keseluruhan *brief*. Pada tahap ini, penulis juga mencari tema yang cocok untuk desain yang akan digunakan di setiap akun Instagram. Penulis memerhatikan hirarki dan kesatuan antara teks dengan gambar dalam desain. Lalu mencari-referensi yang bisa dijadikan sebagai acuan untuk membuat tema di akun @grasindo.id. Penulis memilih warna merah sebagai warna dominan untuk memperingati hari kemerdekaan Republik Indonesia. Dipadukan dengan bentuk-bentuk simetris bangun datar.

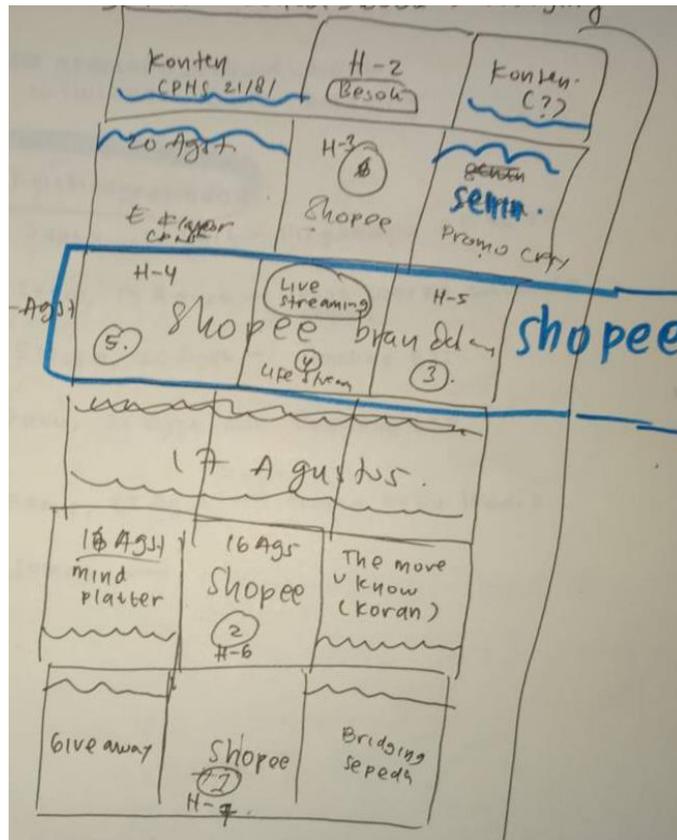


Gambar 3.8. Contoh Referensi Desain untuk @grasindo.id

(Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/587367976379282246/>)

2. Sketsa

Sebelum mendesain *daily content*, biasanya penulis membuat sketsa kasar untuk desain *social media* selama satu bulan. Penulis dituntut untuk membuat desain yang bisa berhubungan antara *post* satu dengan *post* yang lainnya. Berdasarkan *brief* yang diberikan, penulis juga terkadang diminta untuk membuat dan menyematkan *copywriting* di dalam desain. Penulis selalu membuat sketsa desain setiap *post* nya sebagai gambaran desain yang akan dibuat dan diasistensikan kepada pembimbing lapangan. Namun, penulis diberikan kepercayaan untuk mengembangkan ide dan bereksplorasi secara bebas sesuai dengan SOP pengerjaan sosial media yang ada.



Gambar 3.9. Sketsa *Daily Content* #AgustusanGrasindo

Setelah selesai membuat sketsa kasar, penulis mencari beberapa gambar pendukung yang sesuai dalam desain pada stok foto berbayar. Berikut adalah beberapa foto yang digunakan penulis dalam pembuatan konten #AgustusanGrasindo.

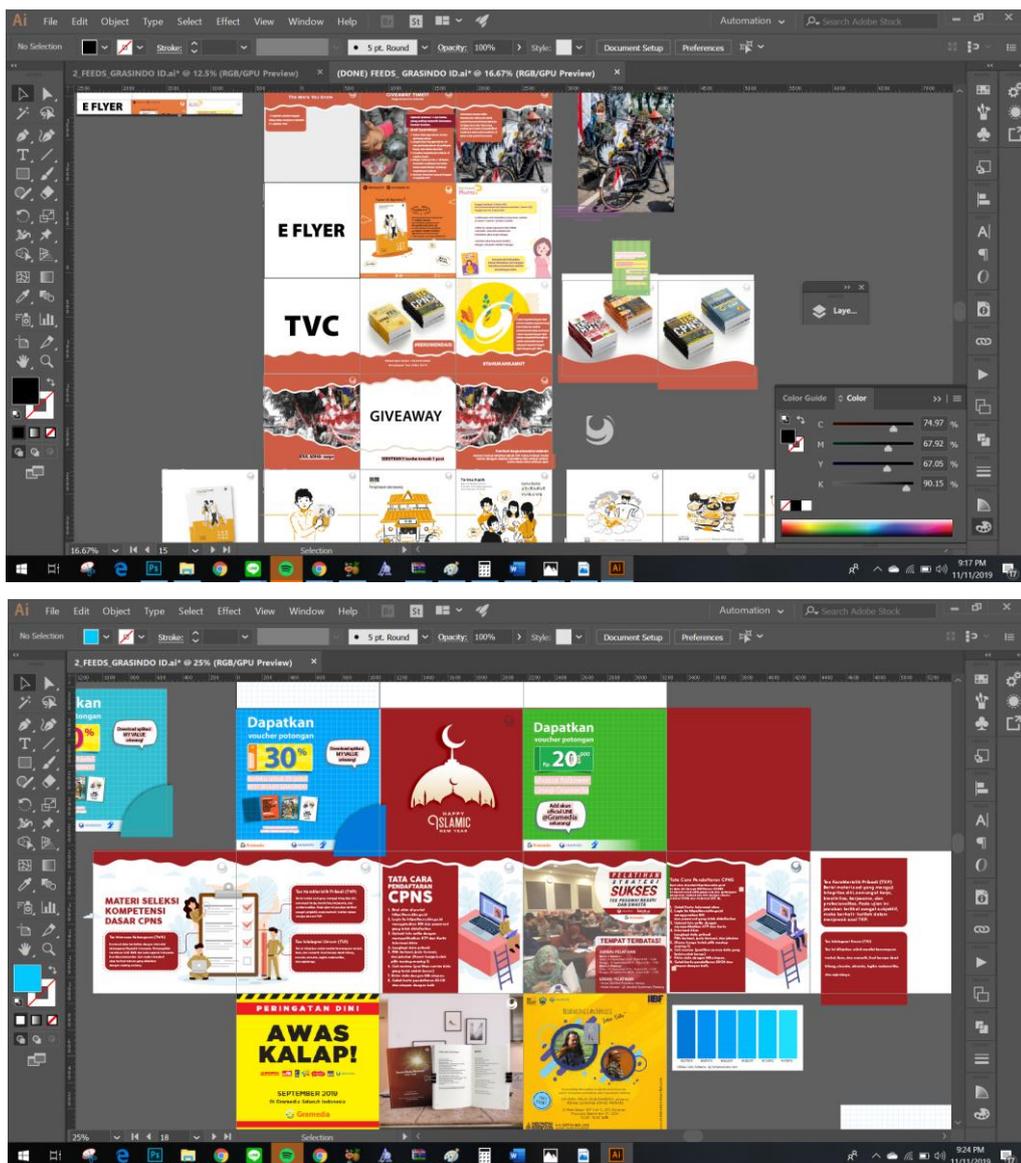


Gambar 3.10. Stok Foto Kebutuhan Sosial Media

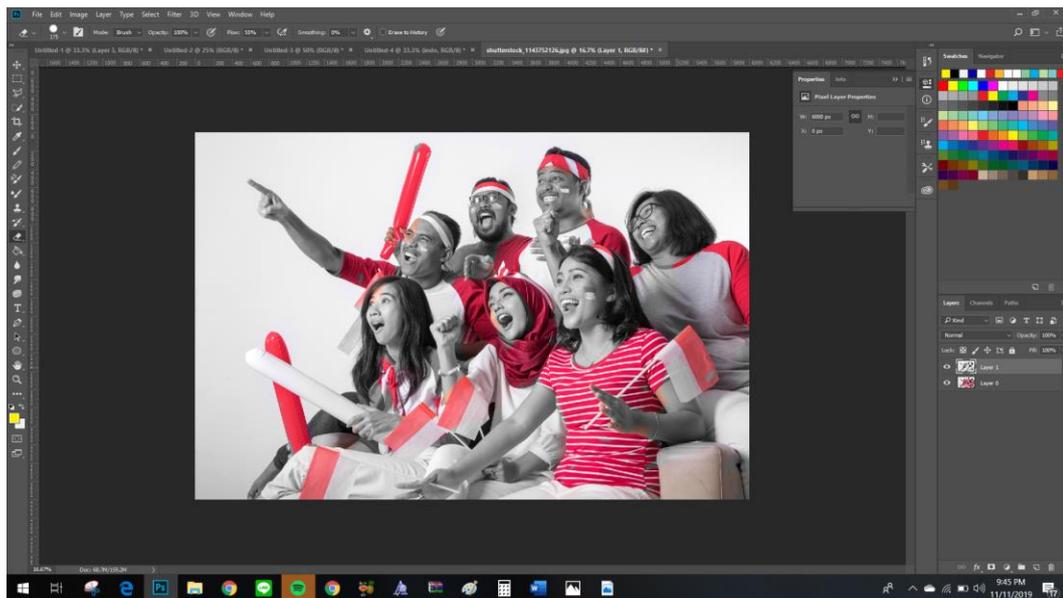
(Sumber: www.shutterstock.com/image-photo/group-portrait-young-indonesian-supporter-people-1143752126)

3. Digitalisasi

Setelah melakukan hal-hal tersebut, penulis mulai bergegas untuk menyelesaikan proses digitalisasi. Penulis menggunakan aplikasi *photoshop* untuk me-*retouch* foto yang telah penulis unggah sebelumnya. Lalu untuk aplikasi layout, penulis menggunakan *Adobe Illustrator*. Dalam pembuatan konten visual ini, penulis membutuhkan waktu 3 minggu. Berhubung *deadline* yang dijadwalkan *post* setiap jam 12 siang.



Gambar 3.11. Digitalisasi *Daily Content* #AgustusanGrasindo Menggunakan Adobe Illustrator



Gambar 3.12. *Editing* Foto untuk *Daily Content* #AgustusGrasindo Menggunakan Adobe Photoshop

4. Finalisasi Desain Akhir

Bagian ini merupakan hasil akhir desain yang dilakukan penulis. pada tahap ini pula, desain yang telah penulis lakukan biasanya mengalami revisi, baik visual-visual yang kurang *eye catching* ataupun penggunaan *copywriting* atau teks yang kurang sesuai.



Gambar 3.13. Rangkaian Desain *Feeds Daily Content* #AgustusGrasindo



Gambar 3.14. Desain *Instastory* #Agustusangrasindo Giveaway



Gambar 3.15. Desain *Daily Content Bridging* CPNS

Selain itu, dalam penggunaan ilustrasi pada konten, biasanya penulis menggunakan *vector flat design*. Namun, terkadang penulis juga harus membuat ilustrasi *bitmap*. Ukuran yang digunakan untuk membuat desain *post* di Instagram adalah 1080 x 1080 px dan 1080 x 1920 px untuk *story*. Penulis diminta untuk menciptakan desain yang *eye catching* agar mencapai *reach* yang diharapkan perbulannya.

SELAMAT
Merayakan hari kemerdekaan Republik Indonesia

HUT RI

74 TAHUN
Indonesia Merdeka

The More You Know

GIVEAWAY TIME!!!
#AgustusGrasindo

Diskon Rp56.000 +Rp10.000
untuk pengguna MYVALUE
Semua Buku Terbitan GRASINDO

Terbit 12 Agustus!
Rp50.000

Tahu Enggak Mums?

Strategi Sukses Tes Pegawai Negeri dan Swasta

#REKOMENDASI
Beberapa buku rekomendasi
Persiapan tes CPNS 2019

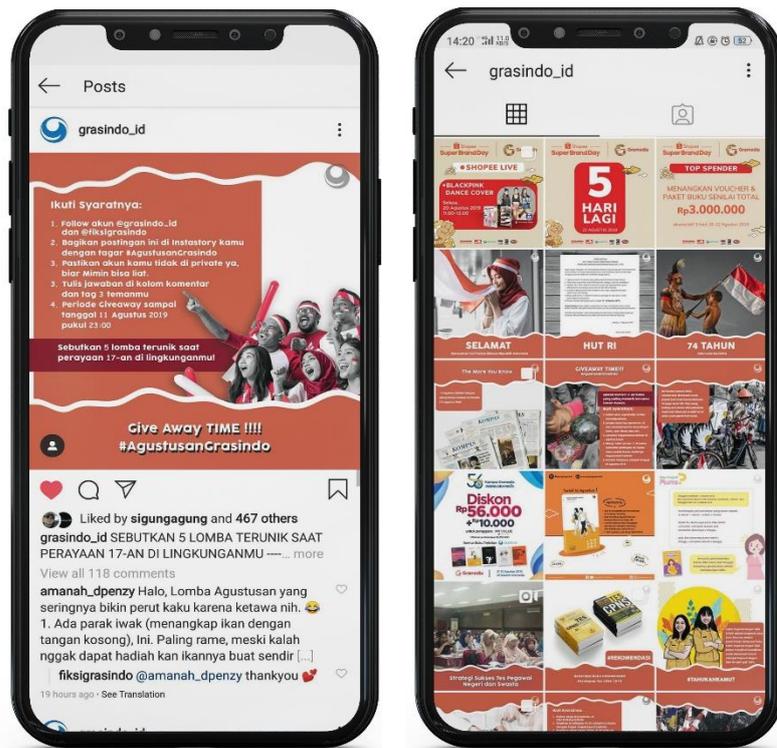
#TAHUKAHKAMU?

Selamat Hari Raya Idul Adha 1440 H
Yuk intip 5 tradisi unik perayaan Idul Adha dari berbagai negara

Give Away TIME !!!!
#AgustusGrasindo

Funfact #AgustusGrasindo
Hanya muncul setahun sekali HUT Kalau traktor mulai ramai dengan display bendera dan umbul-umbul kamu tentu tahu artinya apa.

Gambar 3.16. Rangkaian Desain Daily Content #AgustusGrasindo



Gambar 3.17. Penerapan Desain *Daily Content* #AgustusanGrasindo

Masalah yang dihadapi penulis dalam mengerjakan *daily content* adalah ketika mencocokkan warna. Monitor yang penulis gunakan, secara visual lebih memperlihatkan warna terang menjadi lebih gelap. Maka dari itu, ketika penulis menginginkan warna merah, tetapi warna yang keluar adalah warna merah keoren-orenan. Solusi yang dilakukan penulis untuk desain berikutnya adalah mencari tahu bagaimana cara mengganti *mode color* pada *monitor*.

3.3.1.2. Membuat Media Promosi dalam Rangka Ulang Tahun PT Gramedia Widiasarana Indonesia ke 29 tahun.

Bulan September adalah bulan ulang tahun PT Gramedia Widiasarana Indonesia (Grasindo). Tepatnya pada tanggal 24 September 2019. Untuk menyambut ulang tahun Grasindo yang ke 29 tahun, Grasindo mengadakan #FictionFair2019. Desain ini dibuat untuk kemudian di *post* ke Instagram @fiksigrasindo. Pengikut akun @fiksigrasindo kebanyakan adalah anak-anak usia sekolah SMP sampai dengan SMA. Penulis diminta untuk membuat media promosi berupa *e-flyer*, *insta story*,

motion graphic, katalog digital, *wobbler*, dan sebagainya. Dalam pengerjaan tugas ini, penulis dibantu dengan desainer senior, karena terlalu banyak media promosi yang harus dibuat untuk media promosi maupun *daily content* yang terus berjalan.

Dalam menjalankan tugas ini, penulis mendapatkan koordinasi dari *program specialist* dan dari divisi sosial media sendiri. Program specialist meminta desain *e-flyer* untuk dibuat kedalam media berupa *x-banner*, poster, *wobbler*, dan *hanging banner*. Sedangkan dari divisi *social media* setiap harinya penulis diminta untuk membuat satu desain baik *story* maupun *feeds bridging* ulang tahun yang akan di *upload* pada akun @fiksigrasindo.

1. Brief

Senin, 19 Agustus 2019	Selasa, 20 Agustus 2019	Rabu, 21 Agustus 2019
logo dan kejutan fiction fair untuk pembaca visual logo yang seakan-akan muncul dari buku ----Caption----	makna 29, pencapaian (siepin count down story h-5 GRAINDO FICTION FAIR) Visual: angka 29 baca buku, atau orang baca buku ada unsur 29 nya. Misal latar di kamar lagi baca ---caption--- 29 tahun merupakan usia yang cukup matang. Sepanjang perjalanan ini, kami bersyukur telah MEN PENGHARGAAN ADIKARYA IKAPI 2007 ATAS PRESTASI BUKU ZAURI SEBAGAI PEMENANG P AWARD OF OUTSTANDING CONTRIBUTION APPRECIATION in supporting and Developing EYE BEST HEAD OFFICE PUBLISHING & EDUCATION DIRECTORATE GRAMEDIA AWARD & SIGN BEST DEPARTMENT PUBLISHING & EDUCATION DIRECTORATE 2017 RUNNER UP GRAMEDIA CHALLENGE 2018	TVC GRASINDO FICTION FAIR VISUAL: LOGO YANG KELUAR DARI BUKU, KEMUDIAN 13 TOKO GRAMEDIA JKT MATHAMAN GRAMEDIA JKT PLAZA SEMANGGI GRAMEDIA BOGOR MAL PAJAJARAN GRAMEDIA KARAWANG GALUH MAS RAYA GRAMEDIA BEKASI GRAND METROPOLITAN GRAMEDIA BEKASI MAL METROPOLITAN GRAMEDIA BEKASI MEGA HYPERMALL GRAMEDIA BEKASI HARAPAN INDAH GRAMEDIA BANDUNG MERDEKA GRAMEDIA BANDUNG MAL PVI GRAMEDIA BDG TRANS STUDIO MALL GRAMEDIA BDG FESTIVAL CITYLINK GRAMEDIA BANDUNG WR SUPRATMAN
Sembilan adalah bilangan tertinggi dalam urutan angka desimal yang telah dig Tak terasa, 29 tahun berlalu. Grasindo hadir sebagai bahan bacaan yang turu Terima kasih kepada para pembaca atas dedikasinya membuka jendela dunia Bagi kami, angka 29 menjadi penanda untuk terlahir kembali. Kira-kira, apa m	Dan, segala pencapaian ini tidak lepas dari peran pembaca yang setia. Dengan membeli buku asli Untuk itu, kami memersembahkan #GrasindoFictionFair untukmu. Nantikan kejutan di #Grasindof	Periode 2 ---CAPTION--- Sebagai bentuk apresiasi kepada para pembaca, Grasindo Fiction
Kamis, 22 Agustus 2019	Jumat, 23 Agustus 2019	Sabtu, 24 Agustus 2019
E FLYER #GRASINDO FICTION FAIR DARI MBA LANI KALAU ADA	Cek whistlist novel novel kamu di sini Grasindo Fiction Fair	Ucapan Penulis -- jangan lupa ikut grasindo fiction fair Kejutan #GrasindoFictionFair (SIAPIN STORY JUGA Visual: Angka 50% keluar dari kotak hadiah atau

Gambar 3.18. Brief Tugas #GrasindoFictionFair

Berikut ini adalah daftar *brief* yang harus dikerjakan penulis.

- Membuat desain *feeds* Trivia dan logo 29 tahun Grasindo.
- Membuat ilustrasi “Grasindo Road to 29”.
- Membuat *motion graphic* #GrasindoFictionFair untuk 29 Toko Gramedia Seluruh Indonesia.
- Membuat *e-flyer* #GrasindoFictionFair Diskon 50%.
- Membuat *campaign* promosi “ciluk book” (bagian #GrasindoFictionFair)
- Membuat *e-flyer* promo my.value dan LINE@

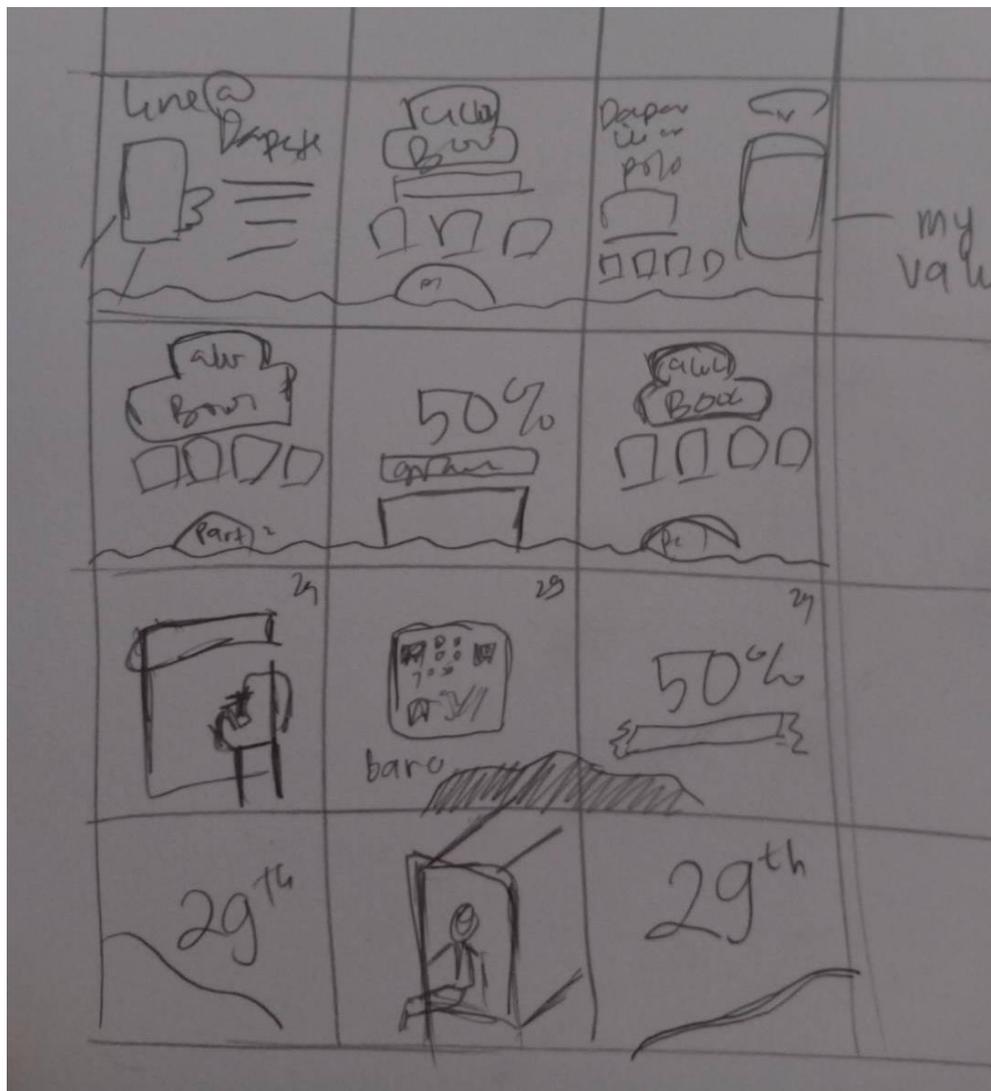
2. Brainstorming dan Asistensi

Brief tugas penulis baca dengan seksama. Lalu penulis mulai mencari referensi desain dan warna yang cocok untuk membuat *e-flyer*. Penulis telah mencoba

beberapa warna yang dirasa dapat mewakili warna ciri khas Grasindo, yaitu dengan warna biru muda. Akan tetapi, desain dianggap kurang cocok setelah didiskusikan dengan pembimbing lapangan dan *product specialist*. Akhirnya penulis mencoba-coba beberapa warna, kemudian penulis mencoba warna kuning sebagai warna dasarnya.

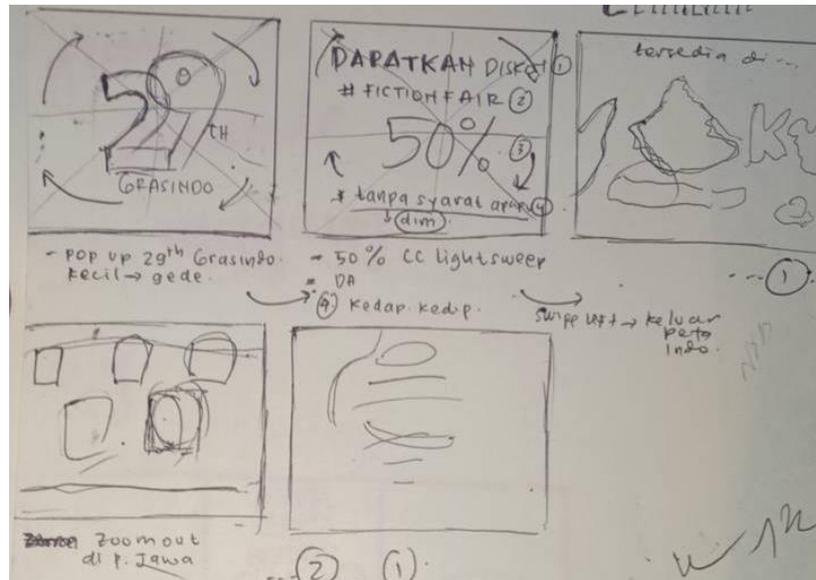
3. Sketsa

Setelah melakukan *brainstorming* dan asistensi warna penulis melakukan sketsa utama. Tujuan pembuatan sketsa adalah agar *feeds* sesuai dengan jadwal dan memiliki kesatuan dengan *feeds* lainnya.

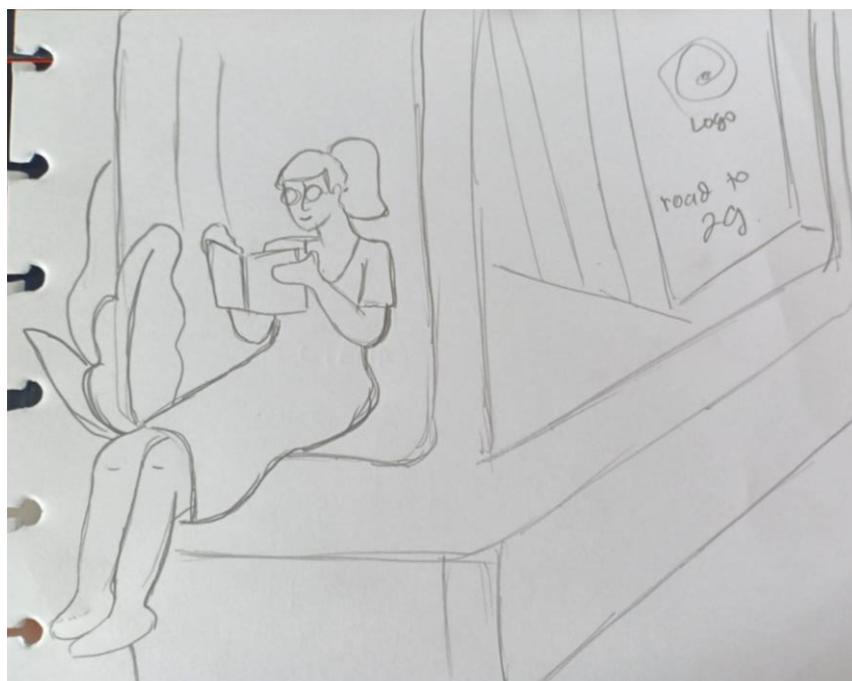


Gambar 3.19. Sketsa Utama #GrasindoFictionFair

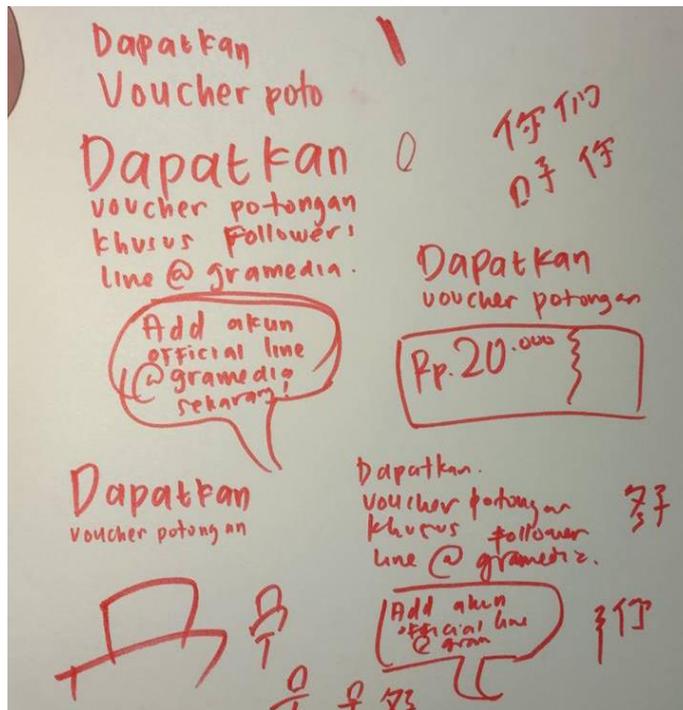
Lalu setelah sketsa utama dibuat sebagai acuan *feeds*, penulis membuat sketsa-sketsa ilustrasi dan *storyboard* untuk setiap post yang membutuhkan sketsa dan *storyboard*. Berikut ini adalah sketsa-sketsa yang dibutuhkan dalam beberapa instagram feeds.



Gambar 3.20. *Storyboard* 29 Toko Gramedia #GrasindoFictionFair

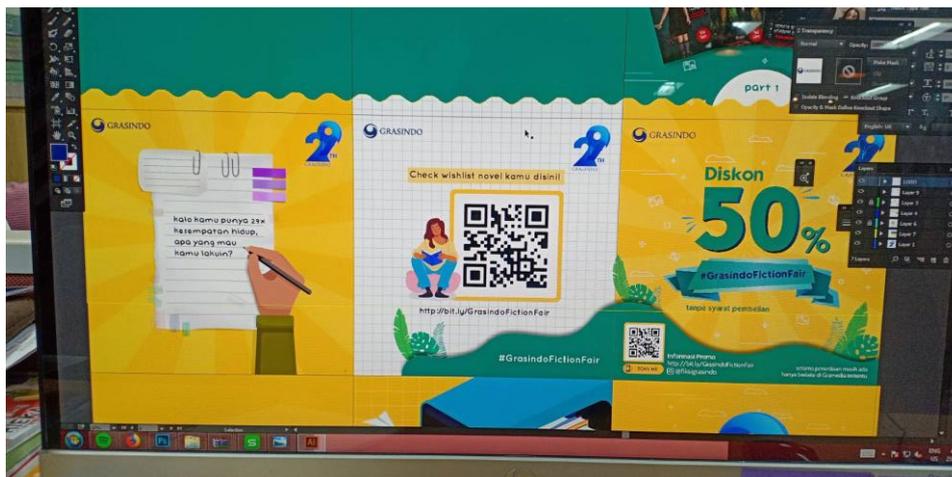


Gambar 3.21. Sketsa Ilustrasi Grasindo "Road to 29"



Gambar 3.22. Pembuatan Copywriting my.value dan LINE@

4. Digitalisasi



Gambar 3.23. Pengerjaan Digitalisasi #GrasindoFictionFair

Konten *e-flyer* diminta menggunakan warna-warna cerah. Penulis mengasistensikan 3 warna kepada pembimbing lapangan. Satu desain berwarna biru muda, biru tua, dan berwarna kuning. Lalu pembimbing lapangan memilih warna kuning dengan hiasan berwarna hijau. Karena warna biru dianggap membuat

logo jadi tidak nampak terlihat. Setelah konten untuk *e-flyer* disetujui oleh pembimbing lapangan, penulis menyesuaikan desain untuk dibuat diberbagai media lainnya.

Hal kedua yang dilakukan setelah membuat e-flyer adalah membuat desain katalog digital. Katalog digital juga harus disiapkan seminggu dari sebelum *e-flyer* diupload di Instagram. Selain membuat konten promosi, penulis juga diberikan tugas untuk membuat konten *engagement*. Konten engagement tersebut adalah membuat ilustrasi orang yang sedang membaca buku. Setelah pembuatan katalog selesai, penulis dibantu dengan desainer senior mulai mengerjakan media-media untuk disebarakan ke 29 Toko Gramedia. *E-flyer* yang telah penulis buat menjadi acuan untuk desain di media promosi lainnya.

5. Finalisasi Desain



Gambar 3.24. Desain *E-Flyer* Diskon 50% #GrasindoFictionFair



Gambar 3.25. Desain *Daily Content Fiction Fair* Menggunakan Ilustrasi



Gambar 3.26. Katalog Diskon 50% #GrasindoFictionFair



Gambar 3.27. Desain *Daily Content* #GrasindoFictionFair



Gambar 3.28. “Desain Ciluk Book” Beserta Promo LINE@ dan my.value



Gambar 3.29. Video Animasi Diskon 50% #GrasindoFictionFair



Gambar 3.30. Penerapan Desain Promosi Toko untuk #GrasindoFictionFair

(Sumber: Dokumentasi *Program Specialist*)



Gambar 3.31. Penerapan Desain Promosi Toko #GrasindoFictionFair
(Sumber: Dokumentasi *Program Specialist*)

3.3.1.3. Membuat Media Promo untuk Keperluan Launching Buku “Jeritan Malam” Bersama Soraya Intercine Films

PT Gramedia Widiasarana Indonesia mengadakan kerjasama dengan Soraya Intercine Films, karena salah satu buku terbitan Grasindo akan difilmkan. Buku yang akan difilmkan adalah buku yang berasal dari *genre* fiksi *horror*, yang berjudul “Jeritan Malam”. Penulis mendapatkan kesempatan untuk membuat segala jenis media promosi untuk digunakan dalam acara launching buku dan *teaser* film ini. Penulis diminta untuk membuat *e-flyer*, *x-banner*, *cue card*, dan *instastory*.

1. Brief

Penulis diberikan *brief* oleh *product specialist* untuk membuat *style* media promosi yang diinginkan. Penulis diminta untuk membuat *e-flyer* tanpa ilustrasi *vector* yang biasanya penulis buat. Penulis menggunakan gambar yang penulis *download* dari *unsplash.com* sebagai *background e-flyer*. Berikut ini adalah beberapa background pilihan penulis yang penulis unduh dari situs tak berbayar.



Gambar 3.32. Pilihan *Background E-Flyer*
(Sumber: <https://unsplash.com/photos/EKF89yEbGf8>)

2. Digitalisasi

Penulis diberikan kepercayaan untuk membuat e-flyer tanpa sketsa kasar terlebih dahulu. Pembuatan sketsa kasar dianggap cukup memakan waktu yang panjang. Oleh karena itu, penulis langsung masuk kedalam proses digitalisasi. Pada proses ini, penulis membutuhkan waktu sekitar 3 hari untuk mendapatkan desain yang diinginkan.

Penulis memilih *background A* dan mengumpulkan *asset* dalam desain, seperti membuat *mockup*, memilih foto untuk bintang tamu, memilih *font* yang sesuai, dan menyiapkan *copywriting*. Penulis membuat beberapa desain alternatif untuk diasistensikan langsung kepada *program specialist* dan pembimbing lapangan. Berikut ini adalah hasil alternatif desain yang penulis buat.



Gambar 3.33. Alternatif Desain untuk *E-Flyer* "Jeritan Malam"

3. Asistensi, Revisi, dan Finalisasi Desain

Setelah melakukan asistensi kepada *program specialist*, penulis diberikan masukan untuk menggunakan *copywriting* dengan Bahasa Inggris. *Program specialist* merasa bahwa desain sebelumnya yang penulis buat masih kurang *eye catching*. *Program Specialist* meminta agar merevisi desain yang telah penulis buat agar lebih menarik. Penulis diminta untuk mengubah *font* dan *background* warna.

Finalisasi desain di *upload* pada Instagram @fiksigrasindo dan @grasindo.id. Kemudian, penulis diminta untuk mengembangkan *e-flyer* menjadi *x-banner* berukuran 85 cm x 200 cm.

The image shows a finalized e-flyer for the book launch of "Jeritan Malam". The background is a dark, atmospheric forest scene with bare trees. In the center-left, there is a book cover for "Jeritan Malam" by meta.morfosis, featuring a hallway with a light at the end. To the right of the book cover, the text "PRESENT" is written in large, white, serif font. Below it, "LAUNCHING" is written in a bold, white, sans-serif font. The event details are listed: "With, Ade @meta.morfosis Donny Dhirgantoro", "Gramedia Matraman", "Thursday, 19th September 2019", and "14.00 WIB". Below the event details, "Special Guest" is written in red, followed by two circular portraits of the guests: Cinta Laura and Herjunot Ali. At the bottom left, a list of perks is provided: "Free book 'Jeritan Malam' (For the first, 20 participants)", "Photo with cast (Free for 10 participants)", "Signing book", and "Teaser trailer". At the bottom right, the registration link "bit.ly/launchingjeritanmalam" is displayed. The footer contains the website "www.grasindo.id", the publisher logo "Grasindo Publisher", and the Instagram handle "@grasindo_id".

www.grasindo.id

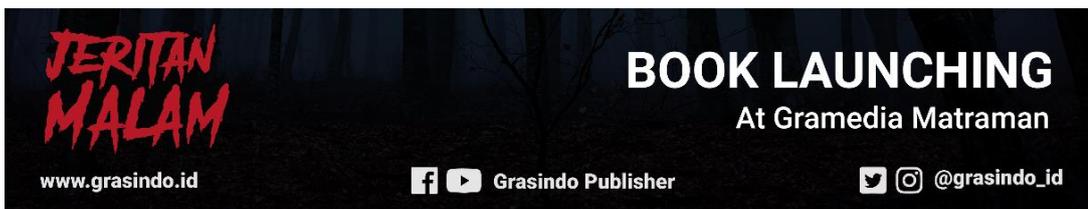
Grasindo Publisher

@grasindo_id

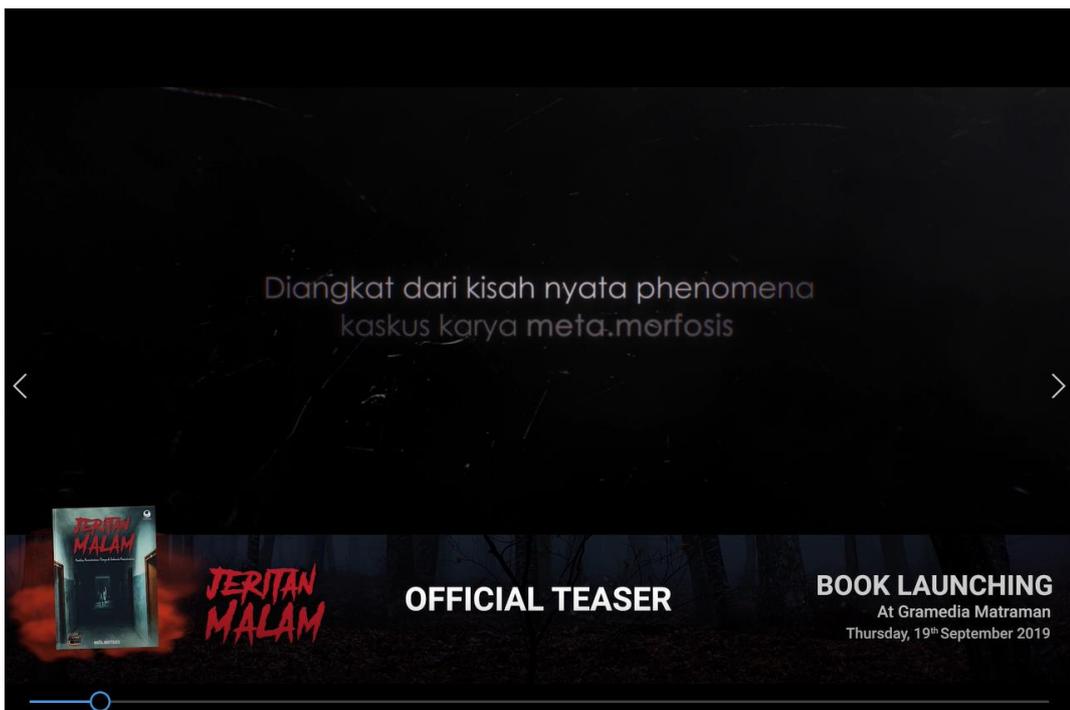
Gambar 3.34. Finalisasi E-Flyer "Jeritan Malam"



Gambar 3.35. Desain *Social Media* untuk *Launching Jeritan Malam*



Gambar 3.36. *Digital Banner Book Launching “Jeritan Malam”*



Gambar 3.37. Penerapan *Banner* dalam *Video*



Gambar 3.38. Penerapan Desain Sosial Media



Gambar 3.39. Penerapan X-Banner

Pada saat melakukan *Book Launching* “Jeritan Malam”, penulis diajak untuk ikut serta dalam mendokumentasikan acara tersebut. Penulis disediakan kamera lengkap dengan *flash* yang dapat penulis gunakan, tanpa harus membawa kamera pribadi. Dokumentasi yang penulis lakukan akan disimpan sebagai arsip dan untuk keperluan sosial media khususnya *instastory*.



Gambar 3.40. Penulis Mendokumentasikan *Launching* Buku “Jeritan Malam”

3.3.4. Membuat Media Promo untuk Keperluan *Book Launching* “Melati di Taman Keberagaman”

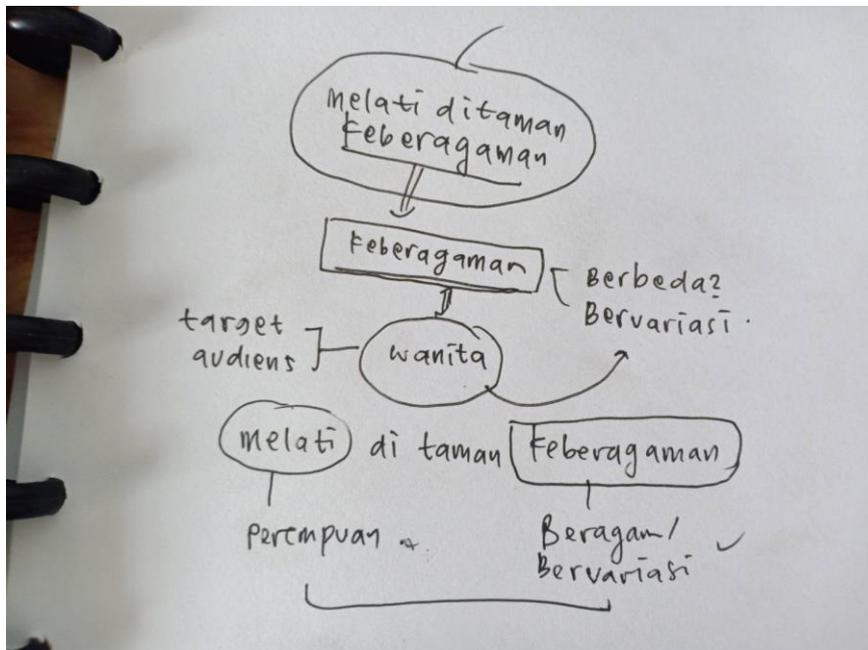
Buku “Melati di Taman Keberagaman” adalah buku non-fiksi dengan *genre Self Improvement*. Pada kali ini penulis diberikan kesempatan untuk membuat desain promo untuk keperluan peluncuran buku ini. Peluncuran buku ini disponsori juga oleh Kemenkominfo dan pembicara utama Menteri Keuangan Republik Indonesia, Sri Mulyani.

1. *Brief*

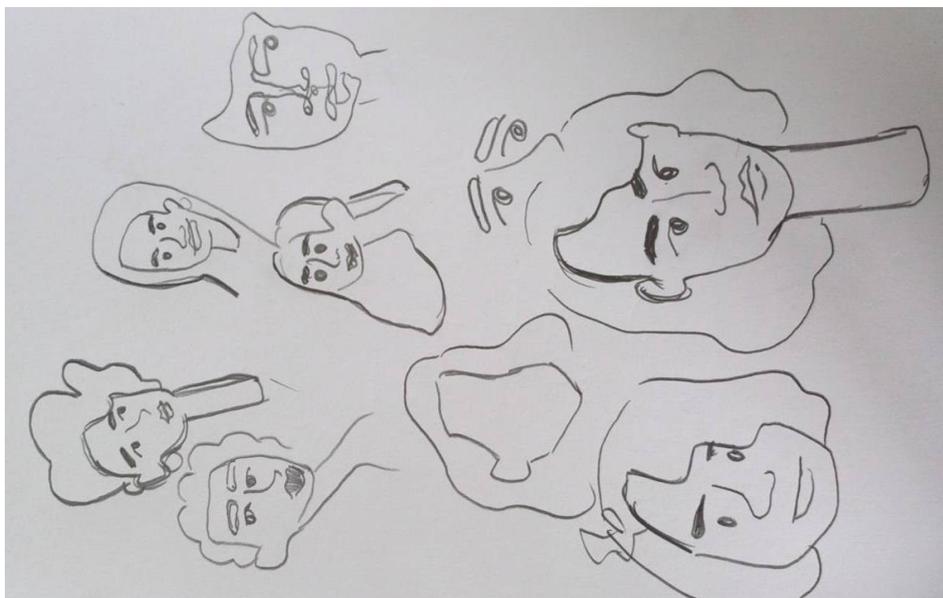
Tugas ini diberikan langsung oleh *program specialist* kepada divisi penulis bekerja. *Deadline* yang diberikan adalah 2 minggu hari kerja. Penulis diminta untuk membuat *e-flyer* terlebih dahulu, mengingat *e-flyer* harus *dipost* lebih dahulu. Penulis diberikan *brief* bahwa target audiens dalam acara ini adalah para wanita

dewasa berusia 30-45 tahun. Setiap peserta acara yang hadir diwajibkan memakai kebaya dan berpakaian resmi.

2. Brainstorming dan Pembuatan Sketsa



Gambar 3.41. Proses *Brainstorming*



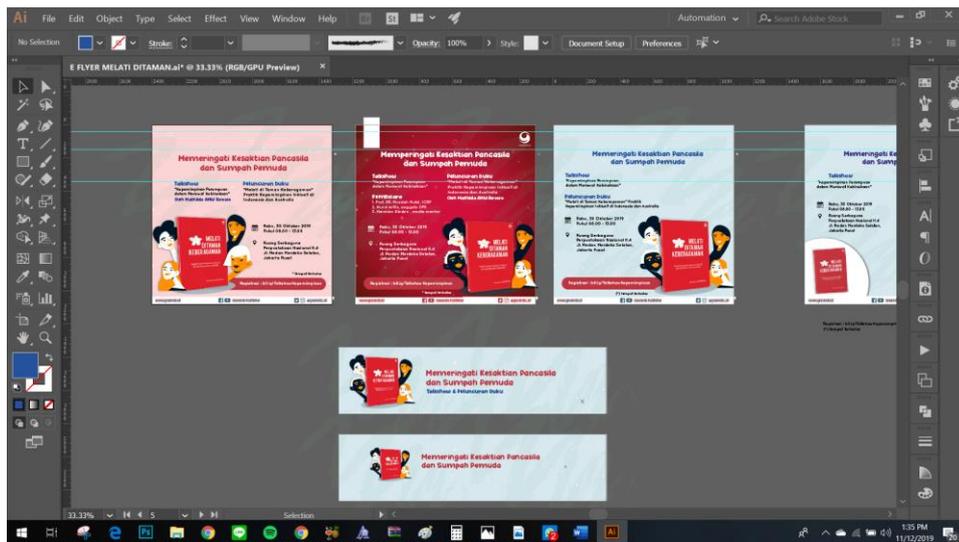
Gambar 3.42. Sketsa Ilustrasi untuk Objek dalam Desain

Brainstorming dilakukan dengan membuat beberapa coretan mengenai buku “Melati di Taman Keberagaman”. Lalu, Penulis mencari-cari referensi desain dan warna untuk dijadikan sebagai acuan desain di [pinterest.com](https://www.pinterest.com). kemudian penulis memutuskan untuk menggunakan ilustrasi kepala-kepala perempuan yang berbeda-beda dengan warna yang berbeda-beda.

3. Digitalisasi

Penulis diminta untuk lebih baik mengunduh ilustrasi diakun berbayar saja, untuk menghemat waktu. Setelah mengunduh, penulis melakukan *editing* terhadap ilustrasi sebelum dimasukkan kedalam *e-flyer*. Setelah membuat *editing* ilustrasi selesai, penulis membuat *e-flyer*, lalu mengaplikasikannya menggunakan beberapa warna *background* sebagai alternatif desain. Penulis menggunakan warna merah muda, biru muda, dan merah sesuai dengan kover buku “Melati di Taman Keberagaman”. Awalnya desain yang terpilih oleh *program specialist* adalah desain yang berwarna biru muda. Karena, desain dengan warna dasar biru muda dianggap tidak mengganggu warna *cover* buku yang dipaparkan pada *e-flyer*.

Namun, ketika desain *e-flyer* naik ke *feeds* akun Instagram, sang penulis buku “Melati di Taman Keberagaman” meminta agar lebih baik desain menggunakan warna dasar warna merah saja. Sang penulis buku merasa warna merah sangat cocok dengan karakteristik buku yang diciptakannya. Penulis menyamakan semua desain promo menggunakan warna merah, sesuai dengan keinginan sang penulis buku. Namun, untuk *x-banner* dan undangan yang telah naik cetak lebih dahulu, masih menggunakan warna dasar biru muda. Penulis diminta untuk desain-desain berikutnya menggunakan warna merah saja.



Gambar 3.43. Proses Digitalisasi Media Promosi *Book Launching*

4. Finalisasi Desain

Seperti sebelum-sebelumnya, *E-flyer* dijadikan sebagai *file master* dalam pembuatan media promo lainnya. Penulis diberikan tugas untuk membuat *x-banner*, *cue cards*, kartu *doorprize*, dan animasi *digital backdrop*. Berikut ini adalah finalisasi desain yang penulis buat.



Gambar 3.44. Desain *E-flyer* Sebelum Direvisi

KOMINFO **GRASINDO**

Memeringati Kesaktian Pancasila dan Sumpah Pemuda

Talkshow
"Kepemimpinan Perempuan dalam Merawat Kebinekaan"

Pembicara
1. Prof. DR. Musdah Mulia, ICRP
2. Nurul Arifin, anggota DPR
3. Hermien Kleden, media mentor

Peluncuran buku
"Melati di Taman Keberagaman"
Praktik Kepemimpinan Inklusif di Indonesia dan Australia
Oleh Mathilda AMW Birowo

Rabu, 30 Oktober 2019
Pukul 08.00 - 13.00

Ruang Serbaguna
Perpustakaan Nasional Lt.4
Jl. Medan Merdeka Selatan,
Jakarta Pusat

Registrasi : bit.ly/TalkshowKepemimpinan

* tempat terbatas

www.grasindo.id **Grasindo Publisher** [@grasindo_id](https://www.instagram.com/grasindo_id)

Gambar 3.45. Desain E-flyer yang Telah Direvisi

KOMINFO **GRASINDO**

SERTIFIKAT

Kami ucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada
Menteri Keuangan Republik Indonesia

Sri Mulyani Indrawati
sebagai

PEMBICARA KUNCI

dalam kegiatan Talkshow "Kepemimpinan Perempuan dalam Merawat Kebinekaan" dan Peluncuran Buku "Melati di Taman Keberagaman"
Karya Mathilda AMW Wibowo

Perpustakaan Nasional
Rabu, 30 Oktober 2019

Yola Putryanie
Marketing General Manager
Gramedia Group of Retail & Publishing

Gambar 3.46. Desain Sertifikat Mengikuti Book Launching



Gambar 3.47. Desain Undangan *Book Launching* Ukuran A6



Gambar 3.48. Desain *X-Banner Book Launching* "Melati di Taman Keberagaman"

3.3.2. Kendala yang Ditemukan

Setiap pekerjaan yang dilakukan selalu ada kendala yang akan menghalangi pekerjaan. Ini adalah hal yang wajar terjadi saat melakukan sesuatu. Pertama penulis diminta untuk menentukan keenam tema Instagram. Penulis cukup kesulitan dan sering kali merasa bingung sendiri karena terlalu banyak tema yang dibuat. Penulis juga sulit untuk mengatur waktu antara membuat *daily content* dan kebutuhan promosi media cetak. Penulis juga bingung dengan selera antara pembimbing lapangan, *public relation*, dan program *specialist* yang berbeda-beda namun harus disatukan menjadi kesatuan desain yang baik. Sehingga, revisi kerap kali dilakukan baik untuk mengganti layout, warna, atau bentuk ilustrasi.

Hal yang kedua adalah, kurangnya komunikasi antara desainer magang dengan pihak-pihak yang membutuhkan desain promosi. Sehingga terkadang terjadi kesalahpahaman dalam membuat desain. Selain itu, karena sebelumnya menggunakan foto sebagai salah satu cara untuk promosi, jadi terkadang penulis merasa sangat sulit membagi waktu antara membuat stok foto dan membuat desain promosi. Waktu biasanya habis hanya untuk membuat stok foto, dan hanya diberikan sedikit waktu untuk membuat desain promosi, untuk mengejar *deadline*.

Ketiga, *laptop* penulis yang sering mengalami *blue screen* saat membuat desain, membuat waktu yang diperlukan untuk membuat desain ulang menjadi lebih lama. Alhasil, penulis menggunakan komputer yang disediakan dari kantor. Akan tetapi *screen* komputer kantor telah dikalibrasi untuk pembuatan desain cetak, sehingga warnanya lebih gelap. Ketika desain dipindahkan ke komputer yang berbeda, maka akan terlihat perbedaan warna yang lebih terang.

3.3.3. Solusi Atas Kendala yang Ditemukan

Penulis merasakan penulis benar-benar beradaptasi pada minggu kedua selama menjalani praktik kerja magang. Terkadang penulis membawa pekerjaan ke rumah, untuk menyicil pembuatan *asset mockup* dan beberapa ilustrasi sederhana. Sehingga pekerjaan di kantor menjadi tidak terlalu berat. Penulis juga belajar untuk membuat *update* catatan tema setiap akun instragram, agar tidak membingungkan penulis. Dalam menjalankan tugas penulis terkadang meminta pendapat desainer

senior, jika revisi dan desain selalu ditolak, ketika waktu senggang. Penulis juga belajar mencari referensi-referensi untuk mendesain dan *melayout* sosial media. Hingga beberapa divisi yang biasanya menggunakan desain penulis mengatakan bahwa penulis telah banyak berkembang dalam membuat desain lebih menarik dan komunikatif.

Penulis dibantu desainer senior dan *public relation* untuk menentukan style yang diinginkan oleh pihak yang membutuhkan desain. Penulis selalu berkomunikasi dan meminta pendapat dari orang-orang yang berada didekat penulis. Soal waktu yang habis untuk membuat foto, penulis menawarkan untuk penggunaan mockup didalam desain promosi. Selain lebih *eye catching*, *mockup* juga lebih mudah digunakan dan *diedit* sesuai dengan kebutuhan. Biasanya, penulis telah menyiapkan *stock mockup* untuk buku-buku yang ingin dipromosikan setiap minggunya. Jadi, penulis tinggal memasukkan *mockup* kedalam desain saat berada dikantor. Penulis juga menjadwalkan *daily post* dengan menargetkan harus menyelesaikan beberapa desain untuk seminggu kedepan. Sehingga, waktu senggang yang digunakan dapat digunakan penulis untuk mengerjakan desain untuk *program specialist* ataupun penulis buku.

Untuk masalah warna pada *screen* komputer, penulis menanyakan hal tersebut pada IT yang bertugas di kantor. Sehingga, penulis dapat mengatasinya dengan cara mengatur *brightness* dan pemilihan kalibrasi. Ternyata banyak kalibrasi yang ada untuk diaplikasikan kedalam screen komputer, terutama untuk hasil akhir desain *digital*.