



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

Peran penulis di PT WIR Asia ditempatkan di bagian perusahaan *REDSpace* sebagai *intern Designer* dalam divisi kreatif yang membantu kerja desainer lainnya yang diberikan arahan oleh *Design Director* yaitu Dali Dwiputra. Jadwal dan kerjaan yang padat sama-sama dirasakan oleh karyawan tetap dan pekerja magang, namun banyak proyek yang ditangani oleh pekerja magang tidak sebanyak karyawan tetap.

3.1.1. Kedudukan

Secara umum penulis sebagai *intern* desainer grafis yang membantu *brand designer* mengerjakan tugas yang diberikan sesuai dengan *brief* oleh *director*, yang merupakan pembimbing lapangan magang, dan setiap alternative desain yang telah di kerjakan harus di asistensikan kepada *director* atau *brand desainer* yang dibantu. Penulis juga dibebaskan untuk mengeksplorasi gaya desain dengan syarat sesuai dengan *rule* dari *brief* yang dilakukan dan membuat konsep atas desain yang dapat dipertanggung jawabkan. Berikut ini adalah struktur kedudukan yang terjadi pada divisi kreatif terhadap proses penyampaian suatu proyek di *Redspace*:



Gambar 3.1. Struktur Kedudukan Divisi Kreatif

Gambar diatas menjelaskan alur kerja yang menjadi pedoman pada perusahaan *Redspace*.

1. *Brief* yang diterima dari *client* akan diterima oleh *Creative Managing Director* atau *Operational Manager*.
2. *Creative Managing Director* melakukan meeting bersama *Operational Manager* dan *Design Director*.
3. *Brief* yang diterima kemudian sampaikan kepada divisi yang bersangkutan seperti *digital strategist* atau divisi kreatif.
4. *Brief* yang telah matang kemudian dieksekusi oleh *Brand Designer* yang kemudian diberikan kepada penulis.

Brief yang disampaikan berupa media yang ingin dibuat, konsep desain dalam garis besar, dan referensi yang bahan yang dibutuhkan *brand designer* atau referensi dari *design director*. Desain yang diminta kepada penulis berupa desain utama dan beberapa alternative desain yang akan di *review* bersama oleh *design director* serta *operational manager* untuk menjaga kualitas desain yang diinginkan dan tidak keluar dari *brief* yang diberikan oleh *client*.

3.1.2. Koordinasi

Alur koordinasi selama pengerjaan proyek pada umumnya diberikan oleh *director* yaitu pembimbing lapangan magang. Setelah itu penulis merancang sebuah konsep untuk pembuatan karya desain. secara referensi dan storyboard yang penulis buat dan menentukan mood warna. Setelah seluruh konsep disetujui oleh *director* dan yang lainnya, penulis langsung membuat eksekusi dengan beberapa alternatif desain sesuai dengan brief dan kesepakatan bersama.

Setelah karya desain selesai dibuat dan disetujui oleh *director*, maka *director* dan *account executive* langsung menyerahkan kepada klien. Apabila ada revisi,

penulis melakukan eksekusi berdasarkan kemauan klien yang di sampaikan melalui arahan *director* dan membuat beberapa alternatif desain lainnya.

Setelah semua disetujui oleh *director* dan disetujui oleh klien, penulis mengirimkan data *Final Art* dengan resolusi yang sesuai dengan hasil cetakan atau ukuran yang sebenarnya atau 1:1 kepada *Account Executive*. Berikut ini adalah bagan alur koordinasi yang di lakukan pada saat eksekusi proyek desain di *Redspace* untuk pembuatan proyek dengan klien:

1. Klien menawarkan proyek kepada *creative managing director* atau *account executive* menemukan klien dengan penawaran proyek. Pada tahap ini tetjadi penukaran informasi mengenai hal-hal yang dibutuhkan oleh klien, hal-hal yang ditawarkan perusahaan melalui *account executive*, sehingga terjadi negosiasi harga pada tahap ini.
2. *Account executive* memberikan informasi klien dan proyek iklan yang ditawarkan oleh klien kepada *creative managing director*. *Account executive* menjadi penghubung antara *creative managing director* dengan klien apabila perusahaan memerlukan informasi maupun negosiasi harga lebih lanjut dengan klien.
3. *Creative Managing director* dan *operational manager* memutuskan untuk menerima atau menolak proyek yang diberikan oleh klien.
4. *Account executive* memberikan informasi kepada klien mengenai diterimanya proyek oleh perusahaan.
5. *Account executive*, *creative managing director*, dan klien melakukan meeting dengan *operational manager*, *brand consultan*, *brand director*, mengenai keseluruhan informasi proyek dan kerjasama yang terjalin antara perusahaan dengan klien.
8. *Design director* dan *brand consultan* memberikan jobdesc dalam proyek, serta melakukan meeting dan briefing mengenai proyek dengan *brand designer* dan divisi tim yang telah dipilih.

9. *Brand designer* melakukan proses produksi berupa desain dengan pengawasan *account executive, brand director*.

10. Hasil desain atau final art diberikan kepada klien.

3.2. Tugas yang Dilakukan

Selama pelaksanaan kerja magang di PT REDSPACE

Tabel 3.1. Detail Pekerjaan Yang Dilakukan Selama Magang

No	Tanggal	Projek
1	19 April - 21 April 2017	- <i>Instagram Content Doku.</i> - <i>Instagram content Redspace.asia</i>
2	25 April- 28 April 2017	- Desain packaging botol Kulla. - Revisi <i>content Instagram redspace.asia</i> Membuat visual untuk media sosial produk <i>Tini Wini Biti</i>
3	2 Mei – 5 Mei 2017	- Membuat visual untuk media sosial produk <i>Tini Wini Biti</i> untuk 2 minggu. - Sketsa website <i>redspace.asia</i> . Membuat visual untuk <i>daily post instagram doku.id</i> .
4	8 Mei – 13 Mei 2017	- Membuat logo Alfamind. - Penambahan halaman <i>Brand Guide</i> untuk JF Sulfur dalam bab <i>Special Case Colorway</i> . - Dokumentasi acara Fun Master Academy
5	14 Mei – 19 Mei 2017	- <i>Editing</i> foto untuk Company Profile JNE. - <i>Rescaling</i> foto dan digital imaging ASTRA
6	22 Mei – 26 Mei 2017	- Desain <i>merhcandise DOKU</i> - <i>Tini Wini Biti Social Media Maintenance 2 Minggu</i>
7	29 Mei – 2 Juni 2017	- Revisi Merchandise DOKU - Desain box motor OMIYAGO

8	5 Juni – 12 Juni 2017	- Logo Snap & Fund - Poster BTN SIAP, <i>merchandise</i> BTN siap
---	--------------------------	--

3.3. Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Awal pelaksanaan kerja magang, penulis berkenalan dengan seluruh pegawai di PT WIR yang dibimbing oleh bagian HR untuk orientasi lingkungan kerja. Setelah diperkenalkan dengan para pegawai selanjutnya penulis diserahkan kepada pembimbing lapangan mengenai tata cara kerja dan tugas-tugas yang harus diselesaikan selama kerja magang.

Dalam pelaksanaan praktik kerja magang penulis mengalami banyak pengalaman baru dan berbagai kendala dalam bekerja mulai dari bobot pekerjaan yang kecil maupun besar. Dengan berbagai pekerjaan yang dilakukan merupakan pelajaran magang yang dituju dalam perkuliahan ini. Diantara beberapa proyek yang dilakukan dalam pelaksanaan magang, berikut merupakan uraian pelaksanaan eksekusi yang dilakukan oleh penulis dalam praktik kerja magang.

3.3.1. Tini Wini Biti

Tini Wini Biti merupakan salah satu produk makanan ringan yang terkenal pada tahun 1990-an dan sempat vakum sejak tahun 2002. Dengan perkembangan zaman Tini Wini Biti ingin mempromosikan produknya kembali melalui *website*, *digital engagement* melalui sosial media, dan membuat aplikasi dan video melalui *Augmented Reality* yang dikerjakan oleh AR&Co yang merupakan badan dari perusahaan PT WIR Asia itu sendiri. Selama kerja magang penulis kerap mengerjakan *digital engagement* melalui sosial media yaitu *facebook*, *facebook advertising banner* dan *instagram*.

Digital engagement melibatkan divisi kreatif untuk bekerja sama dengan divisi *social media*. Untuk alur pengerjaan konten media sosial itu sendiri penulis diberikan *brief* oleh salah satu *social media officer* mengenai *template*, *copy writing* dan *copy image* yang sudah dibuat oleh *social media officer* dan juga *deadline* pengerjaan. Tini Wini Biti akan memposting tiga kali dalam sehari pada

facebook maupun *instagram*, isi postingan pada *facebook* selalu sama dengan isi postingan *instagram*. Berikut adalah materi yang diberikan oleh *social media officer* dalam pemberian tugas kepada penulis.

FACEBOOK & INSTAGRAM CONTENT	
Client	Tini Wini Biti
Project	Facebook & <i>Instagram</i> Maintenance
Month / Week	Mei, week 2
	Makanan Pilihan untuk Si Kecil

No.	Day & Date	Time	Facebook	Instagram
1	Senin, 9 Mei 2017	09.00 Rich Content	Hi Moms, Yuk pilih dari ketia jenis makanan ini mana yang menjadi makanan favorit Si Kecil? #TiniWiniBiti #MakananFavorit #Nutrisi Copy image: 1. Daging 2. Ikan 3. Telur	Hi Moms, Yuk pilih dari ketia jenis makanan ini mana yang menjadi makanan favorit Si Kecil? #TiniWiniBiti #MakananFavorit #Nutrisi Copy image: 1. Daging 2. Ikan 3. Telur
		16.00 Education	Jika Si Kecil sangat suka dengan daging, yuk simak seperti apa manfaat daging untuk Si Kecil: #TiniWiniBiti #Lemaksehat #Nutrisipadadaging Copy image:	Jika Si Kecil sangat suka dengan daging, yuk simak seperti apa manfaat daging untuk Si Kecil: #TiniWiniBiti #Lemaksehat #Nutrisipadadaging Copy image:
2	Selasa, 9 Mei 2017	12.00 Education		bagaimana mendapatkan sumber lemak yang dibutuhkan Si Kecil untuk sumber energi mereka dan sebagai cadangan kalori saat Si Kecil belajar. Nutrisi sangat penting dalam membantu perkembangan Si Kecil untuk meningkatkan kebutuhan mereka dan menjaga kesehatan agar Si Kecil tetap aktif.
		16.00 Education		bagaimana mendapatkan sumber lemak yang dibutuhkan Si Kecil untuk sumber energi mereka dan sebagai cadangan kalori saat Si Kecil belajar. Nutrisi sangat penting dalam membantu perkembangan Si Kecil untuk meningkatkan kebutuhan mereka dan menjaga kesehatan agar Si Kecil tetap aktif. Ikan mengandung protein yang dapat membantu tubuh Si Kecil menyerap sel, membuat makanan yang masuk ke dalam tubuh menjadi energi, dan berfungsi untuk melawan infeksi.
3	Rabu, 10 Mei 2017	09.00 Greeting morning		Moms, yuk anak Si Kecil untuk mencari ada beranakah karakter ikan pada image di bawah ini!
		16.00 Education		Selain kita belajar memahami setiap nutrisi yang diperlukan oleh Si Kecil, Moms juga dapat memberikan edukasi makanan sehat dengan cara seru. Misalnya memberikan makanan kesukaan Si Kecil dan beritahu nutrisi apa saja yang ada di dalamnya. Yuk coba praktekkan di rumah!
4	Kamis, 11 Mei 2017	12.00 Education		Selamat memperingati Hari Raya Waisak 2561 bagi Moms yang merayakan.
		16.00 Rich content		Yuk pilih mana saja sayuran sehat yang digemari Si Kecil untuk dimakan? Copy image a. Bayam

Gambar 3.2. EP Tini Wini Biti *Social Media Maintenance* (sumber: dokumentasi pribadi)

1. Brief dan Konsep

Penulis diberikan *brief* oleh salah satu *brand designer* dan *social media officer* yang memegang projek ini. *Brief* yang diberikan yaitu penjelasan konsep dari Tini Wini Biti itu sendiri yaitu melakukan *daily posting* ke berbagai *social media* mereka dengan target yaitu orang tua dari anak-anak agar anak mereka. Dengan tujuan agar anak mereka menggunakan *smartphone* dibawah bimbingan dari orang tuanya.

Kemudian *brand desainer* memberikan konsep visualnya, untuk konten media sosial Tini Wini Biti mempunyai *template* visual sendiri, yang dimana bahan postingan berbentuk kotak, sesuai dengan feed *instagram*nya terlihat rapi, dan penempatan logo di pojok kiri atas. Untuk pemilihan font sendiri, Tini Wini Biti menggunakan Font Spoon Bold dengan warna yang telah di tentukan. *Brief* yang diberikan lainnya adalah penulis di berikan beberapa file RAW dari product Tini Wini Biti itu sendiri, dan diberikan *background* khusus untuk sebuah postingan yang hanya berisikan *copy image*.



Gambar 3.3. Template Tini Wini Biti
(sumber: dokumentasi pribadi)

2. Proses Eksekusi

Langkah berikutnya yang dilakukan penulis setelah diberikan bahan *social media maintenance* dan mempunyai template adalah mencari gambar yang relevan dengan *copy writing* atau *caption*. Penulis mencari gambar melalui *website* www.123rf.com atau membuat *vector*, *content gif*, maupun *digital imaging* yang sesuai dengan tema isi *content*. Tini Wini Biti sendiri memiliki template untuk *social media* postingnya yaitu penempatan logo di pojok kiri atas, menggunakan *background* tersendiri dan menggunakan *font* khusus yang telah sesuai diberikan pada waktu *briefing* oleh *brand designer*.

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 3.4. File Mentah Gambar
(Sumber: www.123rf.com)

Setelah mencari gambar yang berhubungan dengan *copy write* yang diberikan oleh *social media officer* tahap berikutnya adalah memasukan *image* tersebut ke template postingan Tini Wini Biti.



Gambar 3.5. Postingan Tini Wini Biti
(sumber: dokumentasi pribadi)

Jenis postingan berikutnya adalah postingan dengan memasukan file RAW dari Tini Wini Biti nya, caranya tetap sama yaitu mencari referensi gambar di www.123rf.com dan kemudian di olah kembali di photoshop.



Gambar 3.6. File Mentah Gambar
(Sumber: www.123rf.com)

Setelah merasa cocok dengan gambar yang diperoleh, penulis mulai melakukan eksekusi desain yaitu digital imaging dengan file RAW yang diberikan oleh *brand designer* saat melakukan *brief*.

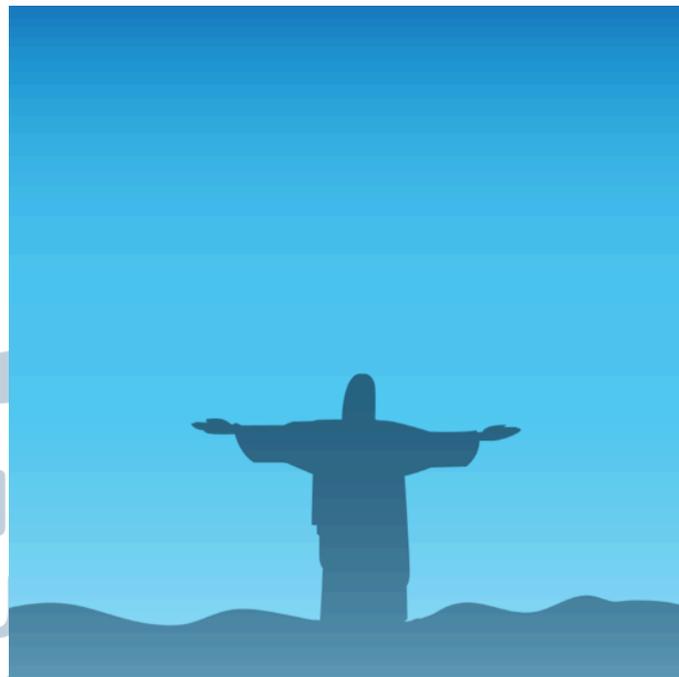


Gambar 3.7. Postingan *Digital Imaging*
(sumber: dokumentasi pribadi)

Untuk postingan dengan bergaya *Illustrasi*, biasanya postingan tersebut untuk memperingati hari besar yang ada di Indonesia, seperti pada hari Kenaikan Isa Al Masih, penulis membuat postingan bergaya *vector*. Awalnya penulis mencari referensi gambar di google, setelah mengumpulkan referensi. Penulis melakukan eksekusi gambar vector dengan gaya Tini Wini Biti sendiri.



Gambar 3.8. Screenshot Referensi *Illustrasi Vector*.
(sumber: www.google.com)



Gambar 3.9. Progress *Illustrasi*
(sumber: dokumentasi pribadi)

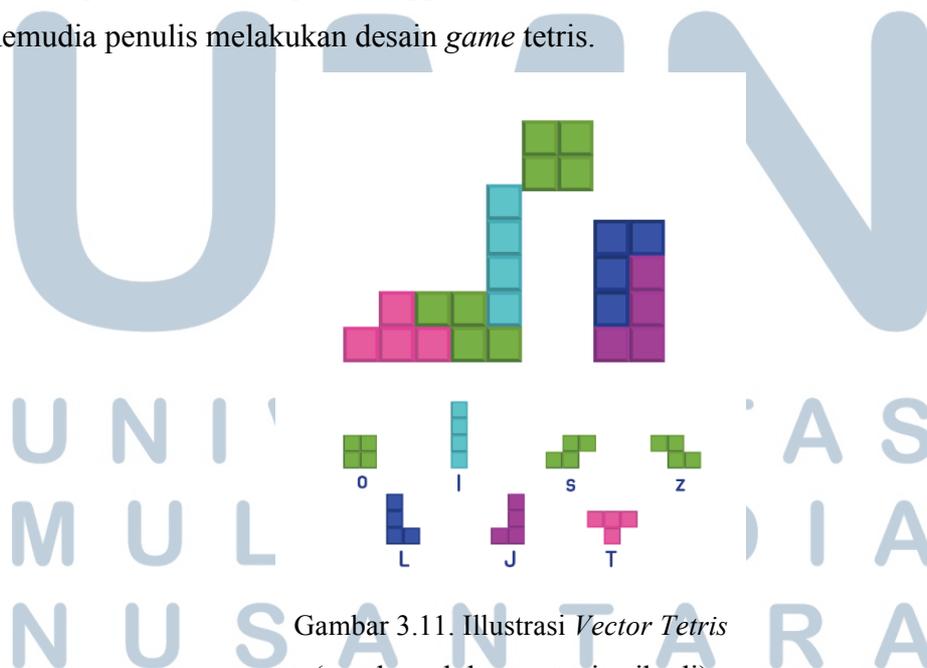
Langkah berikutnya adalah memasukan tulisan *copy image* yang telah disediakan oleh *social media officer* tentang pengucapan hari besar tersebut.



Gambar 3.10. Desain *Final*

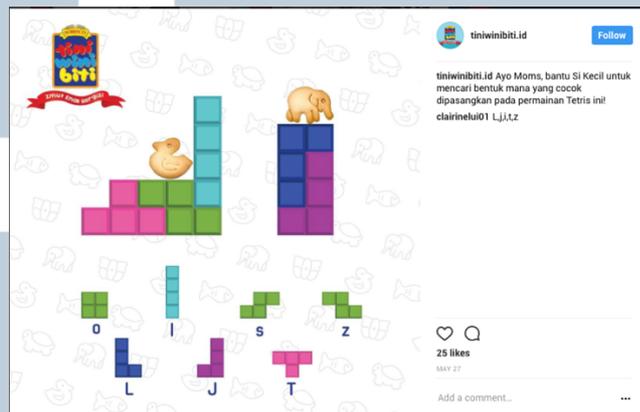
(sumber: www.instagram.com/tiniwinibiti.id)

Tidak hanya bentuk postingan gambar dan vector, Tini Wini Biti menginginkan interaksi antara *followers* dengan Tini Wini Biti nya itu sendiri, untuk itu pada hari Jumat 26 Mei, *Tsocial media officer* meminta penulis untuk membuat postingan sebuah *game* tetris dengan menggunakan *crackers* Tini Wini Biti di dalamnya. Kemudian penulis melakukan desain *game* tetris.



Gambar 3.11. Ilustrasi *Vector Tetris*
(sumber: dokumentasi pribadi)

Setelah desain sudah jadi, kemudian penulis kembali memasukan template *background* dan memasukan logo ke dalamnya dan menambahkan *crackers* Tini Wini Biti di dalamnya.



Gambar 3.12. Desain *Final*
(sumber: www.instagram.com/tiniwinibiti.id)

Tim *social media officer* juga membuat postingan *gif* dengan tujuan membuat *content* lebih atraktif dan lebih bervariasi dengan adanya video pada postingan di tiap minggunya.



Gambar 3.13. Postingan Video
(sumber: dokumentasi pribadi)

3. Proses Review

Setelah penulis menyelesaikan *Tini Wini Biti media post* untuk dua minggu, pekerjaan penulis akan di *review* oleh salah satu *brand designer*. Yang dimana *brand designer* akan memberikan saran untuk apakah foto atau *vector* sudah relevan dengan bahan yang diberikan oleh *social media officer*, kadang pekerjaan di-*review* oleh *brand director* mengenai postingan yang lebih kompleks. Kemudian hasil dari yang telah dikerjakan penulis diberikan kepada *Account Executive* untuk dikirim kepada *client* dan meminta *feedback* dari *client* tersebut. Setelah semua pekerjaan di *approval*, *account executive* membeli gambar yang telah dipilih sebagai bahan postingan dan kemudian akan di-*replace* kembali pada *file final art* untuk postingan tersebut. Dan *file* tersebut dikembalikan penulis kepada *social media officer* untuk di *posting* sesuai dengan waktunya, dan siklus kerja ini akan berlangsung setiap 2 minggu.

3.3.2. DOKU

Dikutip dari websitenya DOKU adalah sebuah dompet elektronik yang dilengkapi dengan fitur *link* kartu kredit dan uang elektronik atau *cash wallet* yang mempermudah penggunanya berbelanja *online* maupun *offline* di *merchant* yang telah tergabung di DOKU. DOKU merupakan *client* baru di REDSPACE, yang dimana DOKU meminta REDSPACE untuk membuat supergrafis dan sama seperti Tini Wini Biti, DOKU pekerjaan ini merupakan *digital engagement*.

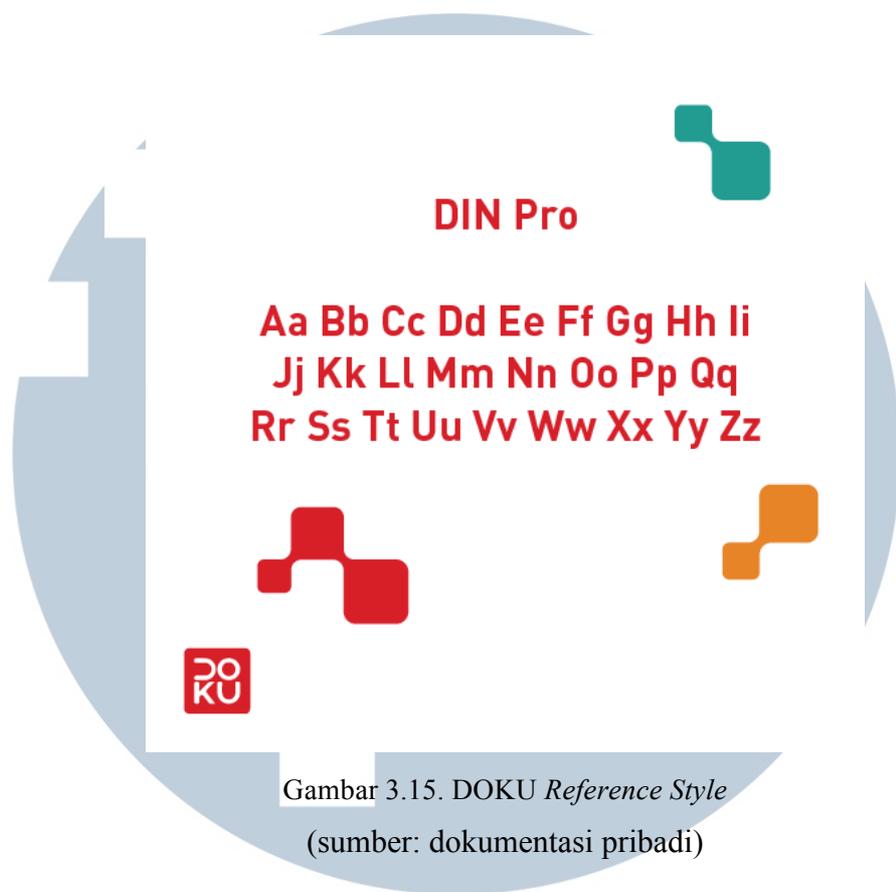
Namun dikarenakan DOKU merupakan *client* baru di REDSPACE terdapat kesulitan karena *client* memiliki banyak *campaign* yang akan dilaksanakan dan *brand designer* yang menangani DOKU hanya berjumlah 2 orang. Penulis sempat merasakan pengerjaan untuk *daily post* dari DOKU itu sendiri. Alur kerja untuk konten media sosial dari DOKU sendiri adalah, *social media officer* membuat ide kreatif dalam bentuk *copy writing* yang kemudian diberikan kepada *brand designer* dari divisi kreatif yang kemudian diberikan juga kepada penulis.

1. Brief dan Konsep

Penulis diberikan *brief* oleh *brand designer* dan *brand director* tentang kerjaan yang akan dilakukan. REDSPACE baru-baru ini membuat supergrafis yang diminta oleh DOKU itu sendiri, dikarenakan *brand guide* dari supergrafis ini belum ada, maka *brief* yang dilakukan cukup kompleks, dan harus sangat teliti saat mengerjakan *vector* dari visualnya. *Brand designer* menjelaskan bahwa DOKU memiliki jenis super grafis yang harus ada di setiap postingannya dan di setiap dari postingannya itu menggunakan 3 warna primer dari desainnya itu sendiri. Supergrafis dari DOKU ini menggambarkan cell, mengangkat cell karena cell itu bisa berkembang dan terus memproduksi dirinya, maka dari itu konsep DOKU sebagai *Wallet App* melambangkan kemudahan berbagai transaksi yang diberikan oleh fitur DOKU ini. Berikut adalah template dari supergrafis dan font yang telah dibuat oleh *brand designer*. *Content* dari DOKU sendiri kebanyakan *vector* yang dikerjakan di *Adobe Illustrator* dan beberapa foto biasa yang diambil dari www.shutterstock.com. Berikut adalah contoh *daily post* yang dikerjakan oleh penulis. Dan berikut ini adalah *brief* yang diberikan oleh *social media officer*.

REDSPACE Brand • Design • Digital Engagement		INDONESIA NPS Group Jl. Pang. Raya No.70 Kebun Jeruk, Jakarta 11530 T: +62 21 5347 8864 F: +62 21 5347 4611 www.redspace.id				
No.	Date & time	Facebook	Instagram	Twitter	BBM	Image
1	12.00 Senin, 15 May 2017 (Feature)	Fitur baru DOKU bisa bikin makin irit, nagh uang ke teman gak perlu sms/tefion tinggal pilih fitur Minta Dana tagihan selesai! Berani coba? Kalau kamu punya cara #PinterNgrit tersendiri, tunjukin sekarang juga di sini http://bit.ly/PinterNgrit Image: Minta Dana	Fitur baru DOKU bisa bikin makin irit, nagh uang ke teman? gak perlu sms/tefion tinggal pilih fitur Minta Dana tagihan selesai! Berani coba? Kalau kamu punya cara #PinterNgrit tersendiri, tunjukin sekarang juga di sini http://bit.ly/PinterNgrit Image: Minta Dana	Mau nagh uang ke teman? Tinggal pilih fitur Minta Dana dari DOKU http://bit.ly/PinterNgrit Image: Minta Dana	Fitur baru DOKU bisa bikin makin irit, nagh uang ke teman gak perlu sms/tefion tinggal pilih fitur Minta Dana tagihan selesai! Berani coba? Kalau kamu punya cara #PinterNgrit tersendiri, tunjukin sekarang juga di sini http://bit.ly/PinterNgrit Image: Minta Dana	
	16.00 Senin, 15 May 2017 (Feature)	Masih bayar belanjaan pake uang cash? Ketinggalan jaman! Pake DOKU makanya, belanja irit gak keluar banyak duit. #PinterNgrit Copy image: (visual belanja) 1. Pilih menu Belanja di Toko 2. Generate Token & Masukan PIN 3. Datang ke kasir, berikan 6 digit token. (visual happy transaksi selesai)	Masih bayar belanjaan pake uang cash? Ketinggalan jaman! Pake DOKU makanya, belanja irit gak keluar banyak duit. #PinterNgrit Copy image: (visual belanja) 1. Pilih menu Belanja di Toko 2. Generate Token & Masukan PIN 3. Datang ke kasir, berikan 6 digit token. (visual happy transaksi selesai)	Kini belanja gak perlu keluar uang cash banyak, pake DOKU jadi lebih irit.	Masih bayar belanjaan pake uang cash? Ketinggalan jaman! Pake DOKU makanya, belanja irit gak keluar banyak duit. #PinterNgrit Copy image: (visual belanja) 1. Pilih menu Belanja di Toko 2. Generate Token & Masukan PIN 3. Datang ke kasir, berikan 6 digit token. (visual happy transaksi selesai)	
	12.00 Selasa, 16 May 2017 (Feature)	Pulang malam bikin gak sempat beli token listrik di mini market? Santai aja #CobaDOKU! Beli pake DOKU aja, bisa beli token listrik 24 jam. Copy image: Beli token listrik tengah malam pake DOKU aja!	Pulang malam bikin gak sempat beli token listrik di mini market? Santai aja #CobaDOKU! Beli pake DOKU aja, bisa beli token listrik 24 jam. Copy image: Beli token listrik tengah malam pake DOKU aja!	Pulang malam bikin gak sempat beli token listrik di mini market? Beli pake DOKU aja, bisa beli token listrik 24 jam.	Pulang malam bikin gak sempat beli token listrik di mini market? Santai aja #CobaDOKU! Beli pake DOKU aja, bisa beli token listrik 24 jam. Copy image: Beli token listrik tengah malam pake DOKU aja!	
		Pulka abic tani laei males keluar rumah?	Pulka abic tani laei males keluar rumah? Rebi	Pulka abic tani laei males keluar rumah? Rebi	Pulka abic tani laei males keluar rumah?	

Gambar 3.14. DOKU *Social Media Maintenance*
(sumber: dokumentasi pribadi)



Gambar 3.15. DOKU Reference Style
(sumber: dokumentasi pribadi)

2. Proses Eksekusi

Setelah diberikan brief dan konsep yang telah dirembukan bersama, penulis melakukan eksekusi dari hasil *brief* tersebut. Kemudian penulis melihat kembali EP dari yang diberikan oleh *social media officer* untuk membuat ilustrasi yang sesuai dengan tema *daily post*. Untuk tugas pertama yang diberikan adalah DOKU ingin menyampaikan untuk pengisian saldo DOKU di mini market. Kemudian *content* itu akan di muat di *instagram* dan akan dibuat multiple post.

Karena konsep dari supergrafis DOKU merupakan cell, maka *supergrafis* tersebut dapat digunakan sebagai penempatan *tittle* pada post tersebut, *supergrafis* dari DOKU di *expand* dan ditaruh *font* untuk membuat judulnya.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

PERSIAPAN HANGOUT AKHIR PEKAN

Gambar 3.16. Pengaplikasian Supergrafis DOKU
(sumber: dokumentasi pribadi)

Kemudian langkah berikutnya yaitu dengan kata kunci “hangout” yang berarti pergi bersama teman teman. Kemudian penulis membuat ilustrasi 3 orang yang sedang berkumpul. Warna yang di gunakan adalah warna primer dari DOKU itu sendiri.



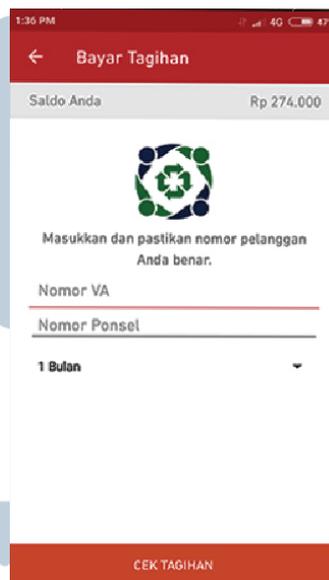
Gambar 3.17. Ilustrasi *Hangout*
(sumber: dokumentasi pribadi)

Setelah jadi page awal untuk *multiple post*, langkah berikutnya adalah membuat visual kata kunci dari *copy image* yang telah diberikan *social media officer*. Prosesnya sama seperti sebelumnya mencari kata kunci dan melakukan eksekusi visualnya. Dan kemudian hasil dari visual tersebut adalah seperti ini



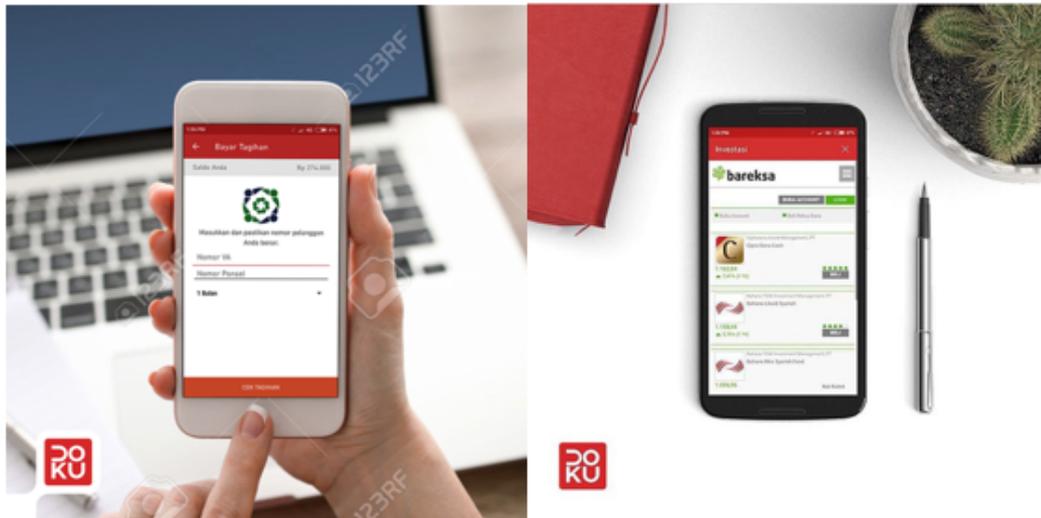
Gambar 3.18. *Final Desain Multiple Post*
(sumber: dokumentasi pribadi)

Sebagai *electronic wallet* tentunya DOKU memiliki fitur yaitu bisa membayar BPJS dan menawarkan investasi ke perusahaan seperti Bareksa. Maka dari itu penulis menggunakan image simulasi *smarphone* yang di beli dari www.123rf.com maupun merupakan template *mock up*. Langkah awal yang dilakukan penulis adalah mengambil screenshot dari app DOKU itu tersendiri.



Gambar 3.19. Screenshot BPJS pada App DOKU
(sumber: dokumentasi pribadi)

Setelah screenshot didapat, langkah berikutnya adalah pengaplikasian dari gambar yang telah dibeli dan melakukan *digital imaging* terhadap gambar tersebut.



Gambar 3.20. Contoh *Daily Post* DOKU
(sumber: dokumentasi pribadi)

3. Review

Hasil desain yang dikerjakan oleh penulis kemudian di *review* bersama oleh *brand designer*, *brand director*, dan *social media officer* untuk relevansi dari *copy writing* yang dibuat apakah sudah sesuai dengan *visual* yang ditampilkan, dan juga kerapian dalam desain yang dibuat harus dijaga dikarenakan DOKU merupakan *client* baru. Hasil desain kemudian diberikan kepada *brand designer* yang bertanggung jawab atas pekerjaan DOKU untuk di *compile*.

Tidak hanya *daily post*, penulis juga diminta oleh *brand director* dan *account executive* untuk membuat desain *vending machine* yang akan diisi dengan *merchandise* yang akan dijual DOKU. Pada tahap awal, penulis diminta untuk mendesain *vending machine* yang merknya telah ditentukan oleh *client*, berikut adalah desain yang dilakukan.

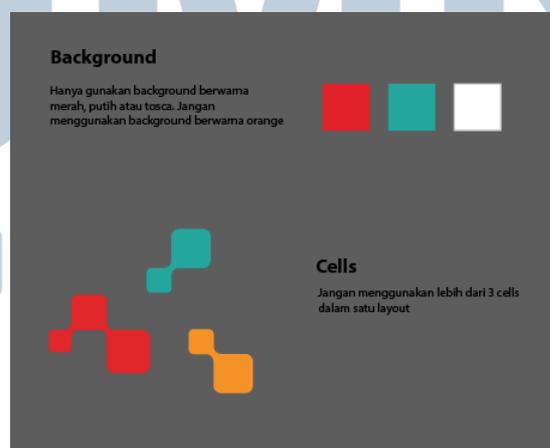
4. Projek Tambahan DOKU

Selain membantu *brand designer* lainnya dalam proses *daily post* DOKU, penulis diberikan tugas tambahan oleh *brand director* untuk mendesain sebuah *vending machine*, seluruh konsep dan ide kreatif dibebaskan kepada penulis dengan syarat harus memasukan supergrafis dari DOKU dan *vending machine* nya di tentukan oleh DOKUnya itu sendiri.



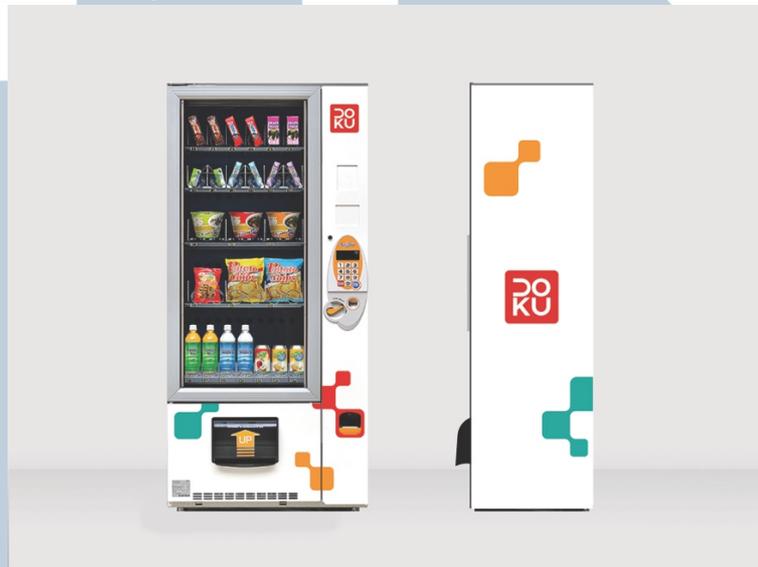
Gambar 3.21. *Template Vending Machine*
(sumber: dokumentasi pribadi)

Kemudian penulis melakukan desain dari *template* yang ada dengan berpatokan dengan guide sementara yang diberikan.

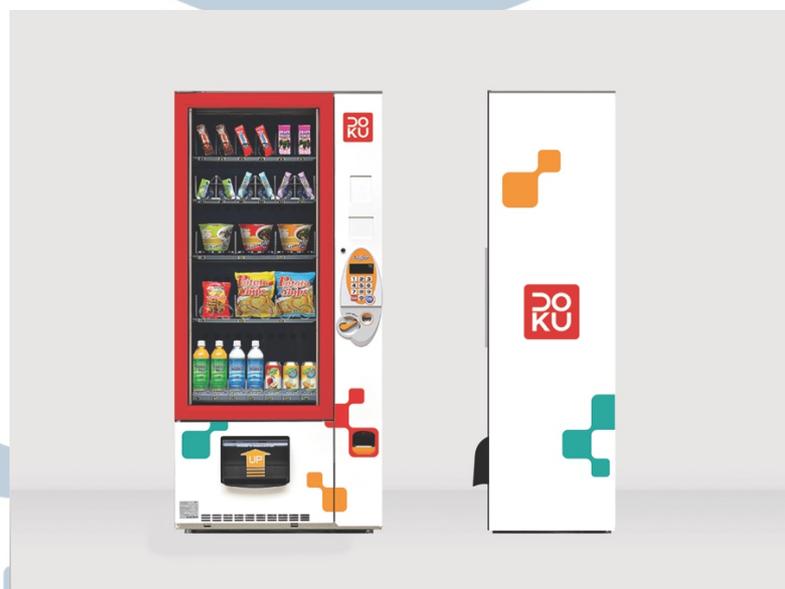


Gambar 3.22. *Supergraphic Guides*
(sumber: dokumentasi pribadi)

Kemudian penulis membuat sebuah desain yang *simple* dan tidak terlalu heboh dengan tujuan untuk menghindari bertabrakan dengan isi dari *vending machine* itu sendiri yang akan beragam.



Gambar 3.23. *Vending Machine Route 1*
(sumber: dokumentasi pribadi)



Gambar 3.24. *Vending Machine Route 2*
(sumber: dokumentasi pribadi)

Setelah desain telah dilakukan, kemudian hasil kerjaan penulis di *review* bersama oleh *creative managing director*, *brand designer*, dan *account executive*.

Setelah penulis menyelesaikan desain *vending machine*, dan tidak ada revisi desain maka kemudian penulis diminta untuk membuat beberapa merchandise sebagai isi dari *vending machine* tersebut dengan konsep menggunakan hasil desain dari postingan DOKU itu sendiri, desain yang diminta adalah:



Gambar 3.25. Mug *Design Visual*
(sumber: dokumentasi pribadi)



Gambar 3.26. Tumbler *Desain*
(sumber: dokumentasi pribadi)

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 3.27. Desain Kipas Tangan
(sumber: dokumentasi pribadi)



Gambar 3.28. *Accordion Pouch Design*
(sumber: dokumentasi pribadi)



Gambar 3.29. *Merchandise Tshirt.*
(sumber: dokumentasi pribadi)



Gambar 3.30. *Merchandise Tas.*
(sumber: dokumentasi pribadi)

Pengaplikasian dari *merchandise* tersebut merupakan terapan dari *supergrafis* yang ada pada desain dari DOKU itu sendiri. Setelah desain dari penulis di *review* bersama, kemudian *account executive* mengirimkan dalam bentuk file ppt kepada *client* untuk meminta *feedback* dari *client*.

Tidak lama setelah file dikirimkan *client* memberikan *feedback* berupa revisi terhadap desain yang telah dibuat.

----- Forwarded message -----
From: [sinta kusuma <sinta.kusuma@doku.com>](mailto:sinta.kusuma@doku.com)
Date: Wed, May 3, 2017 at 6:52 PM
Subject: Re: Fwd: [DOKU] Merchandise
To: Marsha Andrea <marsha.andrea@redspace.asia>
Cc: Ayu <ayu.hapsari@doku.com>, Anistasya Kristina <kristin@doku.com>, Bani Arya Adyatama <bani.arya@doku.com>, marketing <marketing@doku.com>, Dali Dwiputra <dali.dwiputra@redspace.asia>, Edwina Trianinda <edwina.trianinda@redspace.asia>, Elfritri Amelia <elfritri.amelia@redspace.asia>, Stefanus Alvie <stefanus.alvie@wiriglobal.com>

Dear Marsha,

Terlampir untuk feedback update design nya:

1. Tas sudah ok
2. Buku sudah ok
3. Pouch ==> design nya terlalu plain. please di explore yah. Gunakan icon-icon yang ada di fitur doku. www.doku.com nya juga gak ada, please ditambahkan.
4. MUG==> design nya cuman depan aja? bagian belakangnya apa? design nya terlalu plain. Gunakan fitur2 doku dan tambahkan www.doku.com.
5. Baju ==> buat design preview yang polo t-shirt, design nya juga terlalu biasa, Gunakan fitur2 doku dan tambahkan www.doku.com
6. Kipas ==> tambahkan QR Code nya. Buat preview di depan dan belakang nya kaya gimana? Gunakan fitur2 doku dan tambahkan www.doku.com
7. Tumblr==> design bagian belakang nya sama? mungkin bisa di tambahkan www.doku.com nya.

Overall, design merchandise yang diberikan masih perlu di explore lagi dan masih terlalu corporate (kaku), boleh di explore dengan icon2 fitur doku atau main warna nya.

boleh direvisi sesuai dengan feedback terakhir yah.

Thanks,

Sinta Kusuma
Marketing Communication Strategist
M +62 857 1990 5698

Gambar 3.31. *Email Revisi.*
(sumber: dokumentasi pribadi)

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

Kemudian penulis diberikan arahan oleh *brand director* mengenai revisi dari *merchandise* tersebut, dan kemudian penulis melakukan revisi desain.



Gambar 3.32. Revisi *Mug*.
(sumber: dokumentasi pribadi)



Gambar 3.33. Revisi *Handfan*.
(sumber: dokumentasi pribadi)

Handfan ini merupakan desain dari *brand designer* yang penulis melakukan modifikasi bentuknya sedikit dan penambahan *barcode* sesuai dengan *feedback* dari *client* berikan.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3.34. Revisi *Tumbler*.
(sumber: dokumentasi pribadi)



Gambar 3.35. Revisi *Tshirt*.
(sumber: dokumentasi pribadi)



Gambar 3.36. Revisi *Accordion Pouch*.
(sumber: dokumentasi pribadi)

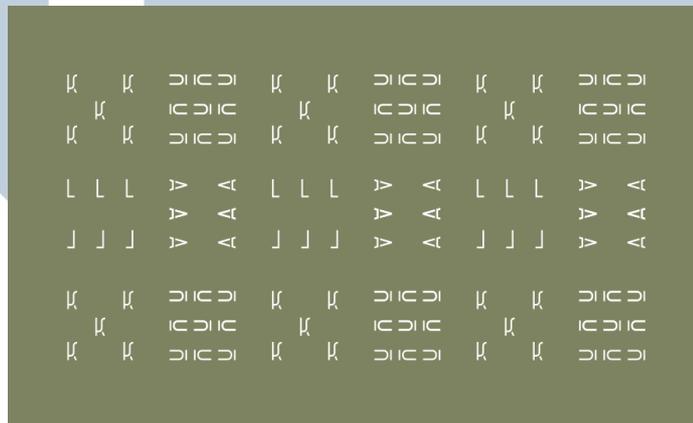
Merchandise merupakan pekerjaan terakhir yang penulis lakukan

3.3.3. KULA Coffee Shop

Kula merupakan sebuah *brand coffee* yang berada di Tomang Jakarta Barat. Pekerjaan KULA ini diberikan oleh salah satu *brand designer* di REDSPACE, penulis diminta untuk membuat *packaging* botol untuk KULA itu sendiri.

1. Brief dan Konsep

Brief yang diberikan merupakan masukan dari *client* nya itu sendiri, Kula meminta desain dari botol seperti botol Starbucks. Yang dimana botol tersebut memiliki tiga varian rasa yaitu, Latte, Cappucino, dan Black. Setelah mendapat *brief* dari *account executive*, kemudia penulis diperlihatkan oleh *brand designer* tentang *brand guide* yang telah dibuat sebelumnya oleh *brand designer* penulis diminta untuk membuat desain botol tersebut menggunakan visual dari supergrafis yang ada pada *brand guide* yang telah dibuat.



Gambar 3.37. Supergrafis KULA
(sumber: dokumentasi pribadi)

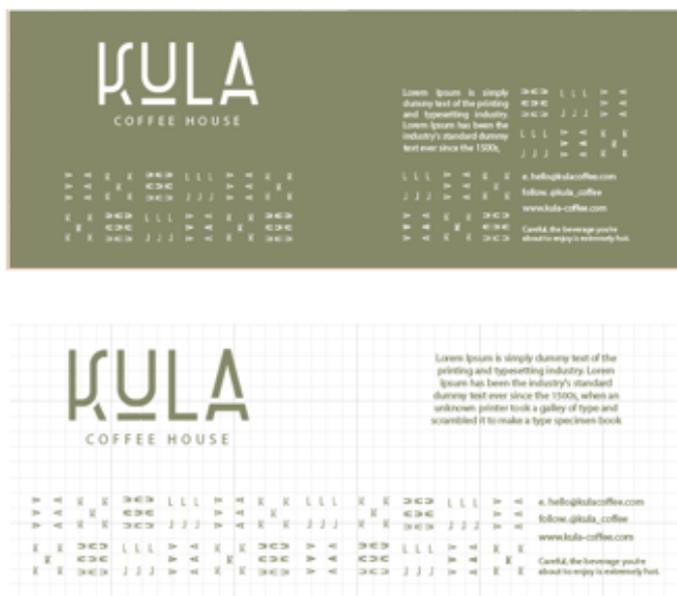
2. Proses Eksekusi

Proses eksekusi tahap awal yaitu mencari botol yang *relateable* yang cocok, dan kemudia penulis akhirnya menemukan botol yang cocok untuk digunakan dalam simulasi yang akan diproduksi oleh KULA Coffee.



Gambar 3.38. *Template Botol.*
(sumber: dokumentasi pribadi)

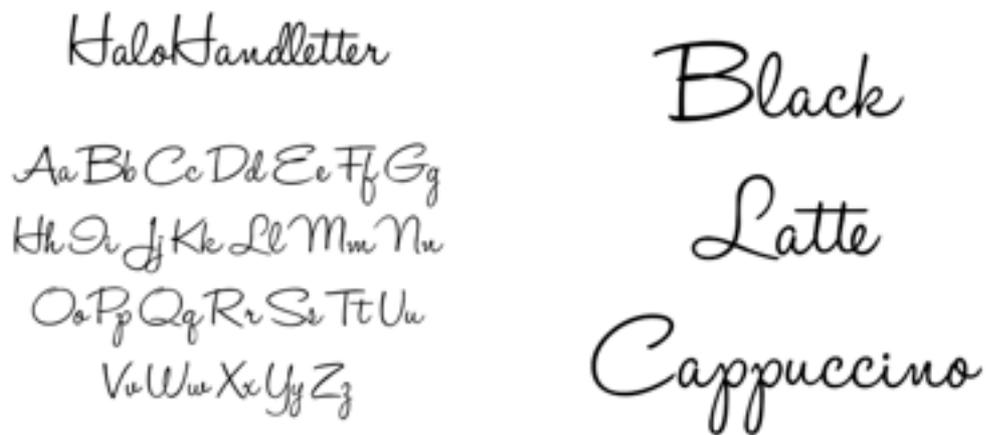
Setelah mendapat persetujuan dari *brand designer* untuk menggunakan botol tersebut. Penulis melakukan eksekusi desain botol KULA, dimulai dari mengeksplorasi supergrafis dari KULA.



Gambar 3.39. Eksplorasi *Supergrafis.*
(sumber: dokumentasi pribadi)

Untuk pengerjaan penulis menggunakan supergrafis yang telah dibuat *brand designer* sebelumnya agar tidak berbeda dari produk lainnya. Kemudian penulis

mencari font dengan referensi *hand written* berdasarkan referensi yang mengacu pada Starbucks pada website font yang ada. Pada akhirnya penulis menemukan font yang cocok untuk *flavor* tiap botolnya.



Gambar 3.40. Pemilihan *Font*.
(sumber: dokumentasi pribadi)

Penulis akhirnya memilih font *HaloHandletter* sebagai *font* untuk *flavor* dari tiap botol KULA tersebut. Tahapan desain berikutnya adalah memasukan tulisan kedalam supergrafis packaging dari botol tersebut, dan dibuat menjadi dua buah referensi desain.



Gambar 3.41. Alternatif *Desain Packaging*.
(sumber: dokumentasi pribadi)

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3.42. Alternatif *Desain Packaging*.
(sumber: dokumentasi pribadi)

3. Review

Setelah desain dibuat, kemudian di-review bersama *brand designer* yang memberikan kerjaan kepada penulis, dan desain yang dipilih adalah desain alternatif yang pertama.

3.3.4. OMIYAGO

Omiyago merupakan sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang *delivery* kuliner, yang dimana memiliki *tagline* yaitu “buah tangan on the go”. Omiyago dibuat untuk konsumen yang ingin merasakan makanan oleh-oleh dari berbagai penjuru nusantara.

Demi kelancaran pengantaran makanan tersebut, Omiyago membutuhkan sebuah motor *delivery* yang digunakan untuk mengantarkan pesanan tersebut sampai ke rumah konsumen. Penulis diminta oleh *account executive* untuk membuat desain box motor yang akan digunakan untuk menaruh makanan yang akan di kirimkan.

1. Briefing dan Konsep

Penulis diberikan *brief* oleh *brand designer* yang membuat logo dan *guide* dari logo Omiyago itu sendiri. Kemudian penulis diberikan *Brand Guide* dari Omiyago dan memulai proses desain dengan beberapa referensi dan pemilihan warna dari brand itu sendiri, dengan konsep informasi yang diberikan secara tegas yaitu hanya berupa logo dan alamat website dari OMIYAGO karena *brand* ini berbasis pemesanan online melalui website.

2. Proses Eksekusi

Setelah *brief* yang diberikan cukup jelas, penulis kemudia mengeksplorasi desain box motor dengan mengeksplorasi supergrafisnya.

Pada awalnya penulis membuat simulasi dengan vector, membuat boxnya secara vector sebelum di aplikasikan ke simulasi box motor dalam bentuk 3d.



Gambar 3.43. Desain Awal.
(sumber: dokumentasi pribadi)

Setelah di review oleh *brand designer* dan *brand director*, diputuskan untuk menghilangkan nomor telfon yang ada pada box motor dan menggunakan supergrafis yang ada untuk membuat box ini lebih berciri khas dan membuat beberapa referensi warna lainnya sesuai dengan warna pada *brand guide*. Setelah mengikuti saran dari *brand designer* dan *brand director* kemudian penulis melakukan revisi sesuai dengan apa yang *brand director* arahkan. Dan juga membuat beberapa alternatif desain dari box tersebut.



Gambar 3.44. Revisi dan Alternatif Desain.
(sumber: dokumentasi pribadi)

Setelah desain ini di *approve* oleh *brand director*, penulis kemudian melakukan simulasi kedalam motor yang berbentuk 3d dengan teknik *digital imaging*.



Gambar 3.45. Simulasi Desain.
(sumber: dokumentasi pribadi)

3. Review

Setelah desain dan semua revisi telah dikerjakan, kemudian hasil desain di *review* bersama-sama untuk menentukan hasil mana yang akan di kirimkan kepada *client*. Setelah banyak pertimbangan, desain yang terpilih ada sebagai berikut.



Gambar 3.46. Hasil yang dipilih.
(sumber: dokumentasi pribadi)

Setelah semua proses selesai, kemudia penulis disuruh mengirimkan hasil *final art* yang dimana berupa hasil mentahan dengan ukuran yang sudah diskala agar tidak mengalami kesulitan dalam mengirimkan hasil akhir karena size nya yang besar.

3.3.5. ALFAMIND

Alfmind merupakan kolaborasi antara Alfamart dan Indihome, yang dimana Alfamart dikutip dari websitenya adalah adalah jaringan toko swalayan yang memiliki banyak cabang di Indonesia. Gerai ini umumnya menjual berbagai produk makanan, minuman dan barang kebutuhan hidup lainnya. Dengan trademark Alfa, yang kini sahamnya dimiliki oleh PT. Sumber Alfaria Trijaya. Dan Indihome yang dikutip dari websitenya adalah salah satu produk layanan dari Telkom Group berupa paket layanan yang terpadu dalam satu paket triple play meliputi layanan komunikasi, data dan entertainment seperti telepon rumah, internet (Internet on Fiber atau High Speed Internet) dan layanan televisi interaktif dengan teknologi IPTV (UseeTV).

Dengan kata lain adalah, Alfamind yaitu sebuah proyek yang dilakukan oleh *Mindstore* yaitu bagian dari perusahaan WIR sendiri untuk memudahkan konsumen berbelanja dari rumah melalui kanal yang disediakan oleh Indihome.

1. Briefing dan Konsep

Mindstore meminta REDSPACE membantu dalam merancangan logo untuk Alfamind itu sendiri yang berkonsep belanja di rumah melalui kanal televisi dan penulis diminta untuk membuat logo untuk Alfamind itu sendiri yang diberikan arahan oleh *design director*. Untuk pemilihan warna dari itu sendiri, *Mindstore* membebaskan dalam memilih warna, asal menggunakan tone warna Alfamart yang lebih dominan.

2. Proses Eksekusi

Setelah menerima *brief* dari salah satu tim *mindstore*, penulis dibimbing oleh *brand director* untuk membuat sketsa logogram sebelum masuk ke sketsa digital. Dan kemudia penulis melakukan sketsa kasar untuk bentuk logogramnya.



Gambar 3.47. Sketsa Manual.
(sumber: dokumentasi pribadi)

Setelah di *review* oleh *brand director*, penulis diberikan saran untuk membuat bentuk yang simpel, dikarenakan proyek ini menggabungkan dua logo dari perusahaan yang berbeda. Dan kemudian penulis disuruh melanjutkan eksplorasi ke sketsa digital.



Gambar 3.48. Sketsa Digital Alfamind.
(sumber: dokumentasi pribadi)

3. Review

Setelah logo dibuat dengan proses yang panjang, kemudian dilakukan *review* bersama oleh team desainer dari REDSPACE dan projek ini dilanjutkan oleh *Mindstore* kembali.

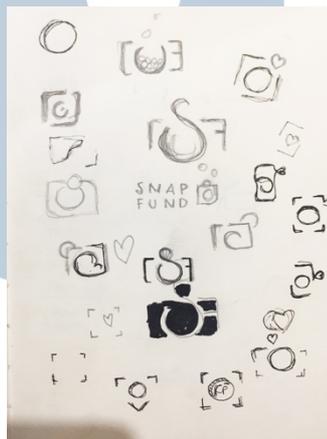
3.3.6. SNAP & FUND

1. Brief dan Konsep

Penulis diberikan *brief* oleh *Creative Managing Director* yang dimana *Snap & Fund* adalah projek pribadi dari istri CEO WIR Asia yaitu pak Daniel Surya. Yang dimana istri dari pak Daniel tersebut akan membuat sebuah aplikasi *fundraising* dengan cara memotret menggunakan aplikasi tersebut sama dengan menyumbang. Untuk itu *creative managing director* membebaskan penulis dalam bereksplorasi dalam mendesain logo ini. Konsep yang penulis akan buat adalah logogram dengan icon kamera dan koin atau hati. Ini menggambarkan aplikasi yang menggunakan kamera dan koin sebagai icon sumbangan oleh *user*.

2. Proses Eksekusi

Awal dari eksekusi penulis melakukan sketsa dalam pembuatan logogram secara manual untuk menemukan bentuk yang cocok sesuai dengan konsep yang penulis pikirkan saat diberikan *brief*.



Gambar 3.49. Sketsa *Snap & Fund*.
(sumber: dokumentasi pribadi)

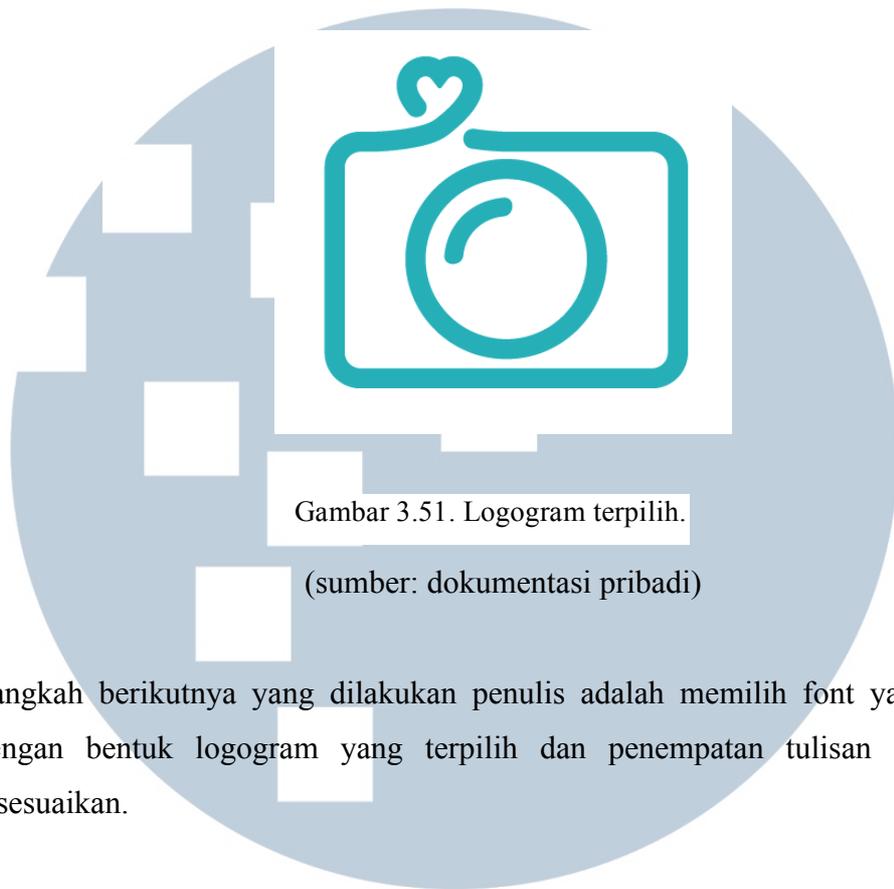
Setelah melakukan sketsa secara manual, penulis kemudia membuat digital dari sketsa yang dibuat semuanya. Warna yang dipilih yaitu warna yang bernuansa fun, people, dan social. Untuk itu penulis mengambil tone warna yang cerah untuk menggambarkan bahwa untuk menyumbang itu bisa dengan cara yang menyenangkan.



Gambar 3.50. Sketsa *digital Snap & Fund*
(sumber: dokumentasi pribadi)

Setelah menunjukkan sketsa digital kepada *Creative Managing Director* maka penulis mendapatkan beberapa masukan mengenai bentuk dari logogram itu sendiri. Untuk *style* dari *illustrasi* nya sendiri masukan dari *creative managing director* ilustrasi berjenis monoline, hanya dengan outline dan ketebalan garis tersebut harus sama semua. Dan masukan berikutnya agar bentuk dari kameranya tersebut lebih diperlihatkan dengan bentuk persegi panjang dan hanya menggunakan satu warna yaitu biru muda.

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 3.51. Logogram terpilih.

(sumber: dokumentasi pribadi)

Langkah berikutnya yang dilakukan penulis adalah memilih font yang selaras dengan bentuk logogram yang terpilih dan penempatan tulisan logo yang disesuaikan.



Gambar 3.52. Pemilihan *Font*.
(sumber: dokumentasi pribadi)

Setelah *font* yang sesuai dipilih maka *font* yang diambil adalah *font* dari keluarga jenis sans serif agar memiliki keselarasan dengan bentuk line dari logo tersebut yang rounded yaitu *Aller Bold*.





Gambar 3.53. Pemilihan Penempatan *Font*.
(sumber: dokumentasi pribadi)

3. Review

Setelah semua konsep dan *brief* dijalankan, maka dari itu hasil kerjaan penulis kemudian di *review* bersama oleh *creative managing director* dan *brand director* untuk melihat apakah logo sudah simpel dan sesuai dengan yang diinginkan oleh istri dari pak Daniel. Hasil dari *review* tersebut dipilih yang logo dengan tulisan di samping logogramnya dan yang kemudian dikirim langsung kepada pak Daniel oleh *creative managing director*.

3.3.7. BANK BTN

1. Brief dan Konsep

BTN SIAP adalah salah satu bentuk jenis tabungan yang ditawarkan oleh BANK BTN yang ditargetkan untuk anak muda. Dengan bahasa yang sedang “*in*” dizaman sekarang yaitu SIAP! bank BTN membuka peluang bagi anak muda untuk menabung di Banknya tersebut. Projek ini sudah lama ditanganin oleh REDSPACE dan penulis diminta untuk merevisi kerjaan *brand designer* dengan mengganti beberapa *product placement* pada bagian poster dan juga penulis diminta untuk membuat *merchandise* dari BTN tersebut. Konsep dari poster tersebut adalah foto asli yang dapat dibeli di www.shutterstock.com dengan *style* gambar yang di cropping dengan background *flat* dari *tone* BTN SIAP itu sendiri. Dan kemudian penulis diberikan tugas untuk mengganti *product placement* pada poster pendidikan, perencanaan, dan poster liburan.

2. Proses Eksekusi

Hal pertama yang penulis lakukan yaitu bagian paling sulit, yaitu pembuatan *merchandise* yang akan diproduksi massal oleh bank BTN sebagai hadiah telah menabung di banknya. Awalnya penulis mencetuskan ide *merchandise* yaitu payung, bantal, dan *flashdisk*. Penulis menanyakan atas ide tersebut kepada *account executive* dan *design director* apakah ide tersebut relateable dengan maksud dan tujuan dari BTN Siap ini. Kemudian semua diserahkan kepada penulis dan penulis memilih *flashdisk* sebagai *merchandise* yang dimana *flashdisk* tersebut merepresentasikan kesiapan para nasabah Bank BTN dalam dunia kerja berbasis digital. Dan kemudian penulis membuat sebuah desain *flashdisk* pertama dan langsung di review oleh *brand director*. *Flashdisk* ini berbentuk sederhana seperti desain lainnya, mengingat selama ini dipelajari dalam kerja magang untuk membuat sesuatu yang *simple* dan mudah diterima masyarakat banyak. Dengan menaruh logo pada bagian atasnya yang sangat menonjolkan bahwa ini adalah *merchandise* dari bank BTN itu sendiri.



Gambar 3.54. *Merchandise* BTN siap!

(sumber: dokumentasi pribadi)

Setelah meminta saran dari *brand director*, kemudian diberi kritikan untuk membentuk *flashdisk* yang unik, mengingat bahwa ada produsen *flashdisk* yang bisa membuat *flashdisk* yang bentuknya kompleks dan rumit. Dari masukan

tersebut penulis memiliki ide untuk menggunakan elemen super grafis dari BTN siap itu sendiri dan bentuknya cocok untuk dijadikan *flashdisk*.



Gambar 3.55. *Supergraphic* BTN siap.
(sumber: dokumentasi pribadi)

Setelah pemilihan ide bentuk supergrafis sebagai bentuk fisik *flashdisk* kemudian penulis memodifikasi sedikit dan membentuk 3d dari *flashdisk* tersebut.



Gambar 3.56. Modeling 3D *Flashdisk*.
(sumber: dokumentasi pribadi)

Setelah menemukan bentuk yang cocok, penulis mencoba memasukkan logo BTN siap pada bagian badan *flashdisk* dan warnanya diganti menjadi putih yang sesuai dengan *brand guideline* dari BTN itu sendiri.



Gambar 3.57. Desain *Merchandise Flashdisk*.
(sumber: dokumentasi pribadi)

Untuk *merchandise* telah diselesaikan oleh penulis dan tugas berikutnya adalah *product placement* dalam poster BTN siap, yang bertema pendidikan, dan liburan. Dengan *brief* yang diberikan, *client* meminta untuk mengganti *product placement* universitas dan tema liburan poster tahun baru. Berikut ini adalah proses penggantian *product placement* dari BTN siap.



Gambar 3.58. Poster lama BTM siap.
(sumber: dokumentasi pribadi)

Langkah awal dari *product placement* tersebut adalah mencari gambar bangunan Universitas yang terlihat megah, agar menarik orang yang melihat poster tersebut. Penulis mencari gambar di www.shutterstock.com atau melalui www.google.com.

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 3.59. *Faculty of Law Sydney University.*
(sumber: www.google.com)

Setelah pemilihan gambar dilakukan kemudian penulis menyeleksi gambar tersebut dengan photoshop, karena sesuai dengan *style* dari poster BTN yaitu kumpulan gambar yang di crop dan diberikan shadow yang menghadap kedepan.



Gambar 3.60. *Cropping dan Shading Product Placement.*
(sumber: dokumentasi pribadi)

Setelah proses *cropping* selesai, kemudian penulis melakukan *replacement* pada gambar yang sebelumnya di poster yang lama dengan adobe illustrator, dan sesuai dengan briefnya, penulis juga memasukan logo dari universitasnya dan poster untuk pendidikan pun telah penulis selesaikan.



Gambar 3.61. Hasil Akhir Poster BTN siap Pendidikan.
(sumber: dokumentasi pribadi)

Setelah menyelesaikan poster pendidikan, kemudian penulis mengerjakan poster liburan dari BTN siap, sesuai dengan *brief* penulis mengganti foto liburan tersebut dengan tema tahun baru poster sebelumnya berjudul “Sudah Siap untuk Lihat Sakura di Jepang?” yang kemudian *copy image* diganti dengan “Sudah Siap Mengawali Awal Tahun di Hongkong?”.

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 3.62. Poster Lama BTN siap liburan.
(sumber: dokumentasi pribadi)

Konsep yang di dapat untuk liburan tersebut adalah terompet, foto dengan polaroid dan kemudian perkotaan Hongkong sebagai objek dari isi foto polaroid tersebut. Langkah awal yang penulis lakukan adalah mencari bahan foto di www.shutterstock.com dan melakukan digital imaging di adobe photoshop.



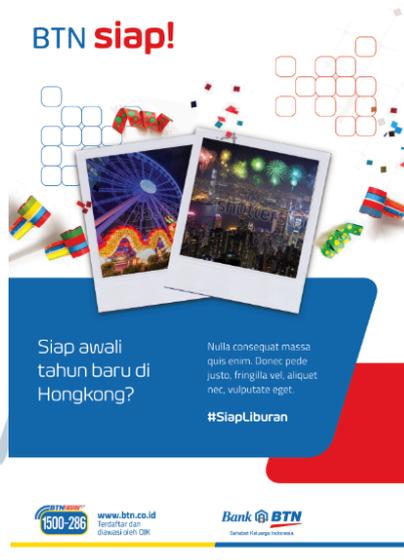
Gambar 3.63. Bahan *Digital Imaging*.
(sumber: dokumentasi pribadi)

Setelah mengumpulkan beberapa foto yang berhubungan dengan Hongkong dan tahun baru, penulis kemudian melakukan langkah digital imaging dengan konsep sesuai brief yang akan menaruh foto tersebut seolah berada diatas meja.



Gambar 3.64. Hasil *Digital Imaging*.
(sumber: dokumentasi pribadi)

Setelah hasil *digital imaging* selesai, langkah berikutnya adalah memasukan bahan tersebut kedalam poster liburan tahun baru dengan *style* dari poster BTN itu sendiri, dan melakukan gambar yang di *crop*.



Gambar 3.65. Hasil Akhir Poster.
(sumber: dokumentasi pribadi)

3. Review

Setelah semua kerjaan diselesaikan, untuk poster penulis hanya mendapatkan *review* dari salah satu *brand designer* dikarenakan pada tanggal 12 Juni adalah hari terakhir dari magang penulis dan seluruh pegawai dari REDSPACE telah pulang. Untuk *flashdisk* penulis sempat dapat *review* oleh *brand director* dan *creative managing director* dan hasil akhir *flashdisk* itu telah diterima dan langsung dikirimkan oleh *account executive* kepada bank BTN.

3.3.8. Kendala yang ditemukan

Dalam waktu kurang lebih tiga bulan menjalani proses kerja magang, penulis banyak menemui kendala. Kendala tersebut berbagai macam, seperti komputer yang penulis gunakan kadang tidak kuat dalam membuat file-file yang berukuran besar. Dan juga beberapa *client digital engagement* yang sedang berjalan seperti DOKU belum memiliki *brand guideline* sehingga membuat penulis sedikit kesulitan dalam mendesain dan masih perlu bimbingan agar tidak salah dalam menempatkan supergrafis dari DOKU itu. Kendala yang ditemukan kemudian yaitu adanya perubahan pola kerja dan lingkungan baru yang mengharuskan penulis untuk beradaptasi dengan keadaan, dan juga *deadline* yang sangat ketat dan cepat membuat penulis mengalami kesulitan dalam membantu *brand designer* dalam tugasnya yang juga sangat banyak.

3.3.9. Solusi Atas Kendala yang Ditemukan

Dari berbagai macam kendala yang penulis alami menjadikan seorang pekerja untuk berpikir lebih kreatif dalam mengakali pekerjaan yang tidak mudah dilakukan, seperti lebih mengolah kembali software-software desain yang ternyata sangat besar untuk dieksplorasi dan dipelajari lebih dalam. Penulis termotivasi untuk mencari solusi dalam menghadapi kendala yang dialami, dengan tujuan agar penulis juga dapat berkembang lebih baik dan matang sebagai seorang desainer maupun pribadi sendiri.