



### **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

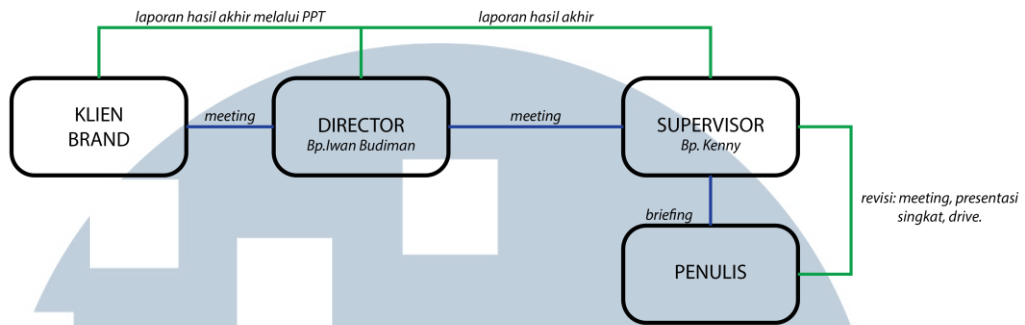
Penulis bekerja dibawah pengawasan *supervisor* Kenny dan direktur Bapak Iwan Budiman dalam divisi *Digital Marketing*. Divisi ini mempunyai kedudukan dalam pembuatan desain *packaging* produk obat atau kosmetik, berbagai poster untuk promosi produk seperti poster majalah, atau sosial media. Divisi ini bekerja sama antara divisi desain grafis dan divisi marketing.

##### 1. Kedudukan

Posisi penulis selama melakukan praktek kerja magang di PT. Pharos Indonesia adalah sebagai desainer grafis dalam divisi *Digital Marketing*. Penulis berperan dalam membantu merancang desain *packaging*, membuat poster baik poster majalah, atau poster untuk sosial media. Penulis juga membantu membuat dan menggambar storyboard untuk divisi periklanan. Proyek yang dikerjakan penulis akan diarahkan dan bertanggung jawab terhadap Bapak Kenny sebagai *supervisor* penulis.

##### 2. Koordinasi

Ketika melakukan praktek kerja magang, penulis akan mendapat tugas dari supervisor penulis yaitu Bapak Kenny. Beliau akan memberikan *briefing* mengenai konsep desain, informasi-informasi penting dari desain yang akan dibuat. Ketika desain telah dibuat, penulis akan menunjukkan dan melakukan asistensi kepada supervisor dan desainer senior untuk mendapatkan masukan dan beberapa revisi yang diperlukan sebelum dipresentasikan kepada klien. Bila ada kekurangan, penulis akan melakukan revisi sampai hasil akhir yang diinginkan tercapai.



Gambar 3.1. Bagan Alur Koordinasi

### 3.2. Tugas yang Dilakukan

Berisi tabel hal-hal yang penulis lakukan selama magang.

Tabel 3.1. Detail Pekerjaan Yang Dilakukan Selama Magang

No.	Minggu	Proyek	Keterangan
1.	I	Desain Logo Vistar	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Briefing</i> untuk membuat logo Vistar dan <i>Brainstorming</i>.</li> <li>- Sketsa, mencari ide, refrensi dan digitalisasi.</li> </ul>
2.	II	Desain poster sosial media untuk artikel pada <i>website</i> akucantik.id	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Merancang desain media sosial (<i>Instagram, Facebook</i>) untuk artikel pada <i>website</i> akucantik.id</li> </ul>
3	III	Desain <i>Packaging</i> <i>Clarium</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Briefing packaging</i> kosmetik brand <i>Clarium</i>.</li> <li>- Mempelajari refrensi produk dan saingannya.</li> <li>- Membuat sketsa.</li> </ul>
	IV	Desain <i>Packaging</i> <i>Clarium</i> .	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Digitalisasi packaging</i> dan variasinya.</li> <li>- ACC visual ke <i>supervisor</i> dan direksi.</li> <li>- Revisi <i>Clarium</i> dan <i>finising</i>.</li> </ul>
	V	Desain poster sosial	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Merancang desain media sosial</li> </ul>

		media untuk artikel pada <i>website</i> akucantik.id	( <i>Instagram, Facebook</i> ) untuk artikel pada <i>website</i> akucantik.id
	VI	Desain <i>Packaging iSkin Stretchmark</i> .	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Briefing</i> untuk membuat <i>packaging</i> kosmetik brand <i>iSkin Stretchmark</i>.</li> <li>- Mempelajari refrensi dan saingan produk.</li> <li>- Membuat sketsa.</li> </ul>
	VII	Desain <i>Packaging iSkin Stretchmark</i> .	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Digitalisasi <i>packaging</i> dan variasinya.</li> <li>- ACC visual ke <i>supervisor</i> dan direksi.</li> <li>- Revisi <i>iSkin Stretchmark</i> dan <i>finishing</i>.</li> </ul>
	VIII	Desain poster produk kosmetik <i>Uruoiya</i> .	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Briefing</i> poster produk kosmetik <i>Uruoiya</i></li> <li>- Mencari informasi dan refrensi</li> <li>- Digitalisasi, ACC, Revisi</li> </ul>

### 3.3. Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

#### 3.3.1. Proses Pelaksanaan

Proyek yang penulis kerjakan di PT. Pharos Indonesia ini berupa mendesain *packaging* produk kosmetik baru, membuat poster kosmetik yang akan dimuat di majalah, dan beberapa poster yang akan dimuat di intagram dan facebook. Proyek yang diberikan diawali dengan memberi *briefing* seputar produk yang dibuat, beberapa informasi berupa power point, teks, atau lisan. Ketika membuat produk, penulis sebelumnya mempelajari produk-produk saingan, target yang dituju, dan mencari refrensi dan ide-ide yang ada. Kemudian penulis akan membuat desain beserta alternatif pilihan desain. Setelah itu penulis akan mengasistensi desain yang dibuat, dan jika ada kekurangan maka akan segera direvisi oleh penulis.

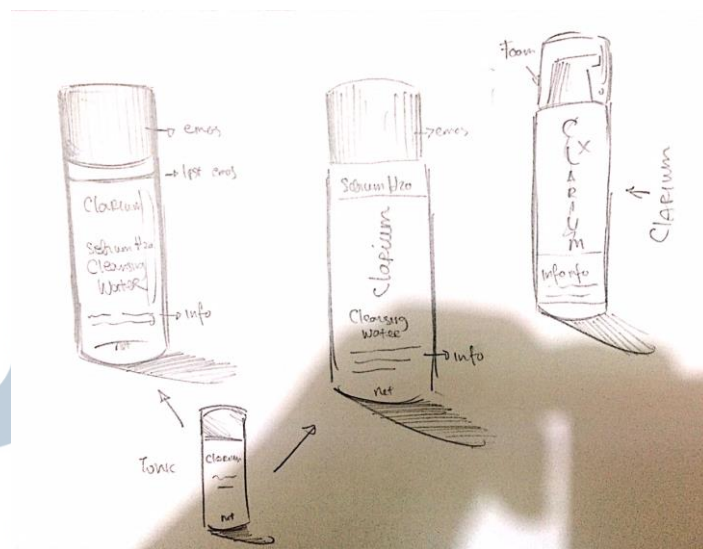
## 1. **Desain Packaging Clarium**

Clarium merupakan sebuah produk pembersih wajah yang akan diproduksi oleh PT. Pharos Indonesia. Menurut informasi yang penulis dapatkan dari briefing, Clarium diambil dari bahasa latin yaitu terlihat jelas dan bersih dengan tujuan ingin menunjukkan kepada audiens bahwa produk ini dapat membuat wajah konsumen lebih cerah, bersih dan terlihat segar. Produk ini memiliki target audiens menengah ke atas. Produk Clarium ini terbagi tiga jenis yaitu *Clarium Sebium Cleansing Water*, *Clarium Sensibium Cleansing foaming*, dan *Clarium Sensibio Tonique*.

Sebelum memulai desain, penulis melihat referensi-referensi dari produk kosmetik kelas menengah ke atas karena ini pertama kali penulis membuat desain produk kecantikan dan membuat beberapa sketsa, melakukan *brainstorming*, mendiskusikan kepada supervisor, dan para desainer grafis senior di perusahaan tersebut dan mengumpulkan data seperti logo yang diperoleh dari Bapak Asep sebagai desainer grafis senior PT. Pharos Indonesia. Penulis juga mempelajari saingan dari produk Clarium ini. Kemudian penulis mulai merancang desain dengan menentukan bentuk packaging, jenis huruf yang akan digunakan, letak susunan huruf, dan informasi apa yang akan dimasukkan. Deadline yang diberikan untuk proyek ini cukup singkat yaitu dua minggu, karena terdapat tiga jenis produk Clarium yang akan dibuat. Setelah mengumpulkan beberapa referensi dan melakukan diskusi, penulis diminta untuk memulai proses digitalisasi.

Proses pembuatan packaging dilakukan di bawah pengawasan Bapak Iwan Budiman selaku direktur PT. Pharos karena beliau sering mengunjungi ruang kerja penulis. Karena hal tersebut, penulis bisa mendapat feedback, dan memperbaiki beberapa kekurangan secara langsung dari Bapak Iwan Budiman. Bapak Iwan Budiman meminta untuk membuat desain yang simple namun terlihat berkelas. Hasil akhir dari beberapa packaging yang telah dibuat penulis adalah sebagai berikut. Informasi *ingredients* belum diberikan kepada penulis karena produk ini adalah produk baru yang akan *launching* pada tahun 2018. Penulis menggunakan warna seperti emas agar packaging yang didesain terlihat berkelas, mewah dan eksklusif yang diambil dari psikologi warna. Supriyono (2010, hlm

70) mengungkapkan bahwa penggunaan warna yang tepat dapat menciptakan suatu mood atau kesan yang baik. Untuk itu penulis menggunakan warna emas agar suatu produk tersebut terlihat istimewa di mata audiens. Ide warna emas penulis dapatkan merupakan masukan dari desainer senior, Bapak Iwan Budiman, dan hasil observasi penulis terhadap market pasar, dimana penggunaan warna emas sedang tren pada kemasan kosmetik. Penulis juga menggunakan layout dan huruf yang sederhana, mudah dibaca namun tetap terlihat *elegant* dan berkkelas. Supriyono juga menjelaskan bahwa suatu desain yang baik harus mempertimbangkan nilai readability, agar audiens dapat membaca pesan yang ingin disampaikan desainer dengan mudah (hlm 24). Untuk itu penulis menggunakan huruf yang berdominan *san serif* agar audiens mudah untuk mengetahui apa fungsi dari produk tersebut secara spontan. Selain itu, penggunaan huruf sans serif dalam desain akan terlihat menarik jika digunakan pada suatu teks yang pendek. Berikut adalah beberapa desain dan variasi yang dikerjakan penulis.



Gambar 3.2. Sketsa Desain *Clarium*

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 3.3. Clarium Sebium Opsi A



Gambar 3.4. Clarium Sebium Opsi B



Gambar 3.5. Clarium Sebium Opsi C



Gambar 3.6. Clarium Purifying Cleansing Foaming Gel





Gambar 3.7. Clarium Toning Lotion Opsi A



Gambar 3.8. Clarium Sebiuim Opsi B



Gambar 3.9. Clarium Sebiium Opsi C

## 1. Desain Poster untuk Majalah

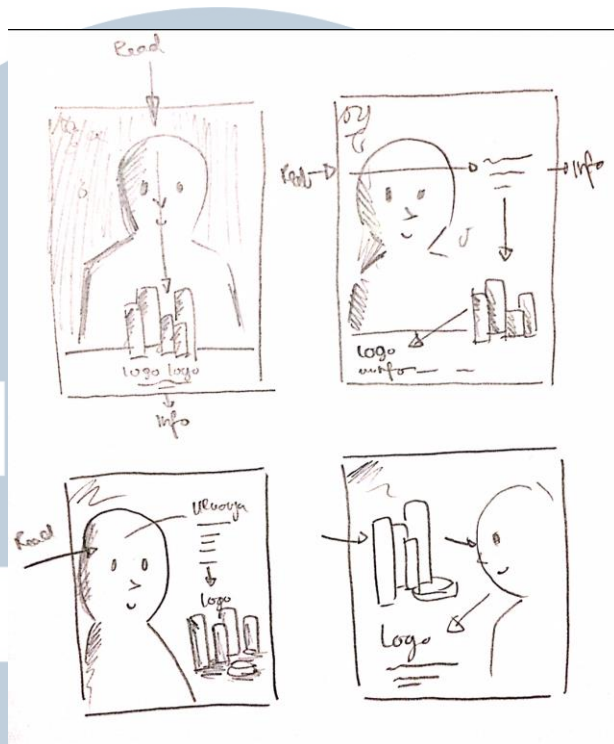
Pada proyek ini, penulis diminta untuk mendesain poster yang akan dimuat pada majalah sebagai media promosi produk uruoiya. Produk uruoiya ini merupakan produk asal jepang yang dibuat oleh Naris Cosmetics yang merupakan berguna untuk melembabkan kulit yang kering dan membuat kulit menjadi lebih segar dan terlihat muda. Tahap pertama, Bapak Kenny selaku supervisor saya memberikan briefing seputar produk *skin treatment* untuk wanita ini. Beliau juga menjelaskan informasi-informasi yang berguna untuk membuat desain poster pada majalah, memberikan data penting seperti logo dan gambar gambar yang akan penulis *crop* dan edit nantinya. Sebelum memulai membuat desain, penulis mempelajari dan melihat refrensi-refrensi poster kosmetik yang sudah beredar. Hal ini merupakan tantangan bagi penulis karena ini merupakan pengalaman pertama penulis untuk membuat poster mengenai produk kosmetik wanita.

Setelah melihat refrensi, penulis mencoba melakukan sketsa dan meminta masukan terhadap desainer senior perusahaan penulis. Kemudian setelah mendapatkan masukan-masukan, penulis memulai untuk membuat poster tersebut

diawali dengan *cropping* foto-foto produk yang telah disediakan. Kemudian penulis mengedit foto produk dan background tersebut agar terlihat lebih cerah dan indah. Penulis diminta untuk mencari model dan background melalui pencarian stock foto yang sudah dibeli lisensinya oleh perusahaan PT. Pharos Indonesia. Setelah penulis mengumpulkan bahan-bahan yang diinginkan, penulis memulai digitalisasi poster tersebut dan proyek tersebut dipantau oleh *supervisor* penulis.

Penulis menggunakan prinsip dasar layout yaitu pada proses pembuatan poster ini. Menurut Rustan (2009), Prinsip dasar layout terbagi menjadi 4 yaitu urutan, penekanan, keseimbangan, dan kesatuan (hlm 74). Karena pada umumnya manusia membaca informasi dari kiri ke kanan, maka penulis memulai urutan melalui model wanita yang menjadi acuan wajah wanita yang masih muda dan kencang. Kemudian penulis mengajak arah mata audiens ke bagian informasi dengan memberikan hirarki warna yang berbeda atau huruf yang lebih besar. Kemudian audiens diajak untuk melihat ke arah produk yang memberikan kelembaban pada kulit wajah audiens. Lalu audiens diajak untuk melihat ke arah kiri dimana penulis memberi informasi seputar nama produk, logo dan produk tersebut buatan negara mana. Penulis memilih keseimbangan asimetris pada poster karena menurut Rustan, suatu desain asimetris memberikan efek yang dinamis tidak kaku dan memberikan efek pergerakan. Keseimbangan asimetris membuat desain poster tersebut lebih nyaman untuk dibaca dan tidak membosankan. Penulis juga menggunakan elemen-elemen warna yang hampir menyerupai warna produk untuk membentuk suatu *unity* atau kesatuan sehingga suatu desain terlihat rapih dan indah (Rustan, 2009, hlm76).

Setelah selesai, mendesain poster majalah tersebut, penulis melakukan asistensi kepada supervisor dan desainer senior. Revisi yang diberikan tidak terlalu banyak yaitu hanya mengganti wajah model yang akan digunakan untuk poster tersebut, dan menambahkan informasi bahwa produk tersebut adalah buatan Jepang. Berikut ini adalah dua poster yang telah dipilih dan diterima oleh klien dan juga Bapak Iwan selaku direktur PT. Pharos Indonesia.



Gambar 3.10. Sketsa Poster *Uruoiya*



Gambar 3.11. Poster (a) yang diterima



Gambar 3.12. Poster (b) yang diterima

Berikut ini adalah beberapa variasi yang juga dibuat oleh penulis agar klien dapat memilih.



Gambar 3.13. Variasi Desain Poster A





Gambar 3.14. Variasi Desain Poster B



Gambar 3.15. Variasi Desain Poster C





Gambar 3.16. Variasi Desain Poster D

## 2. Desain Packaging iSkin Stretchmark

*iSkin Stretchmark* merupakan produk buatan PT. Pharos Indonesia yang merupakan *cream* alami yang berguna untuk menghilangkan gerutan, atau selulit pada permukaan kulit diakibatkan perengangan pada kulit akibat bertambahnya berat badan dalam waktu singkat atau biasa terdapat pada ibu setelah melahirkan. Cream ini terbuat dari bahan alami seperti ekstrak lemak dari pohon shea, minyak almond dan daun *centella asiatica*. Produk ini memiliki target audiens menengah ke atas. Pada proyek ini, penulis diminta untuk membuat desain *packaging* produk secara cepat karena akan segera diproduksi oleh perusahaan. Deadline yang diberikan sekitar kurang dari dua minggu untuk proyek yang dikerjakan ini.

Penulis dibriefing langsung oleh Bapak Iwan Budiman tentang manfaat, khasiat, berbagai informasi seperti *ingredients* dan bentuk botol yang sudah ditentukan. Penulis juga diminta agar terdapat warna hijau pada desain untuk menunjukkan produk tersebut terbuat dari bahan alami. Sebelum penulis membuat desain pada *illustrator*, penulis mempelajari bahan yang diberikan dan melihat berbagai referensi tentang *cream stretchmark*, serta membuat sketsa

desain. Sebelum membuat desain, penulis selalu berkonsultasi dengan supervisor, desainer grafis senior, dan ke Bapak Iwan Budiman sendiri.

Pada salah satu desain, penulis menonjolkan ilustrasi gambar minyak almond karena minyak almond dikenal dapat memberi nutrisi pada kulit dan menghilangkan keriput pada kulit. Informasi tersebut penulis temukan dari data power point yang diberikan penulis saat briefing iSkin Stretchmark. Pada desain ini, penulis menggunakan jenis huruf san serif yang mudah dibaca oleh audiens dengan komposisi yang sudah dirancang oleh penulis. Hal itu bertujuan agar audiens dapat dengan mudah mengetahui tentang produk tersebut dan kegunaannya. Penulis juga menggunakan ilustrasi berupa gambar selain untuk memperindah, penulis juga ingin menunjukkan kepada audiens bahwa produk tersebut terbuat dari bahan-bahan alami dan mengandung ekstrak minyak almond yang sudah dikenal manfaatnya. Menurut Supriyono (2010, hlm 51), ilustrasi baik berupa gambar, lukisan atau foto dapat memberikan daya tarik pada sebuah desain, dan memperjelas ini pesan yang dimaksud. Dalam [kbbi.we.id](http://kbbi.we.id) menambahkan bahwa ilustrasi dapat digunakan untuk memberi keindahan pada sebuah desain.

Saat memberikan desain yang sudah selesai beserta variasinya, penulis diberi masukan dan penulis melakukan revisi seperti informasi yang masih kurang pada *packaging*, informasi yang kurang tepat, huruf yang kurang besar, ilustrasi yang kurang tepat. Setelah desain terpilih, penulis diminta untuk membuat beberapa variasi warna hijau yang akan dipakai pada desain *packaging* tersebut. Berikut adalah desain yang telah terpilih untuk diproduksi beserta variasi warnanya.

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 3.17. Sketsa Desain iSkin



Gambar 3.18. Variasi warna iSkin Stretchmark 1

U  
M  
U  
N  
S  
A  
N  
T  
A  
R  
A



Gambar 3.19. Variasi warna iSkin Stretchmark 2



Gambar 3.20. Warna dan desain yang dipilih

Sebelum desain packaging yang terpilih sebelumnya terpilih, penulis sebelumnya telah membuat variasi-variasi desain yang akhirnya tidak dipilih oleh klien. Pada desain berikut ini, penulis masih menggunakan logo lama yang akhirnya diubah seperti gambar pada desain packaging sebelumnya. Berikut adalah variasi *packaging* yang penulis buat.



Gambar 3.21. Variasi desain iSkin Stretchmark 1



Gambar 3.22. Variasi desain iSkin Stretchmark 2

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



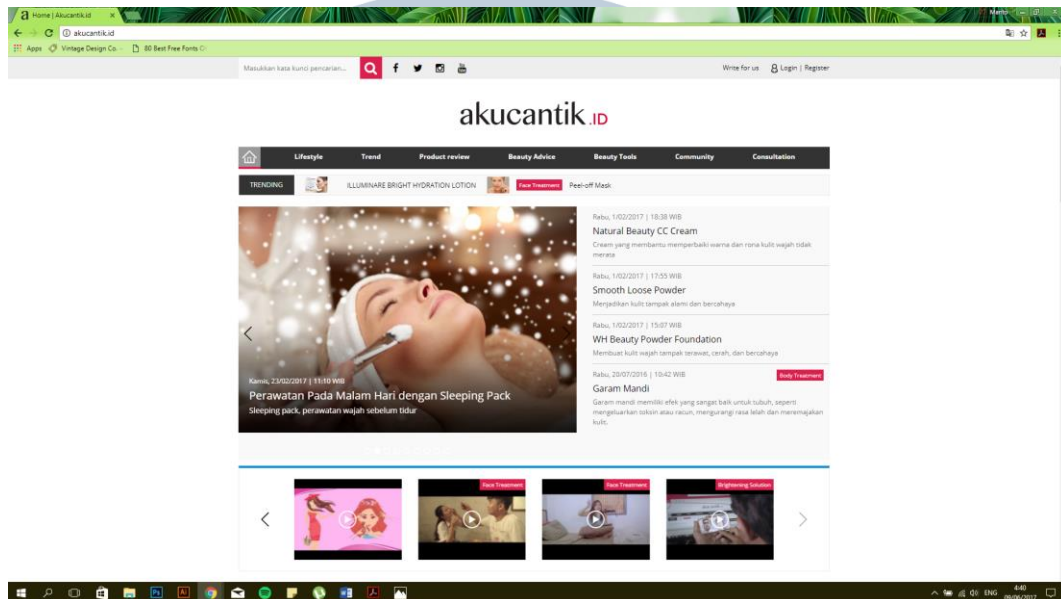
Gambar 3.23. Variasi desain iSkin Stretchmark 3

### 3. Membuat desain untuk sosial media akucantik.id

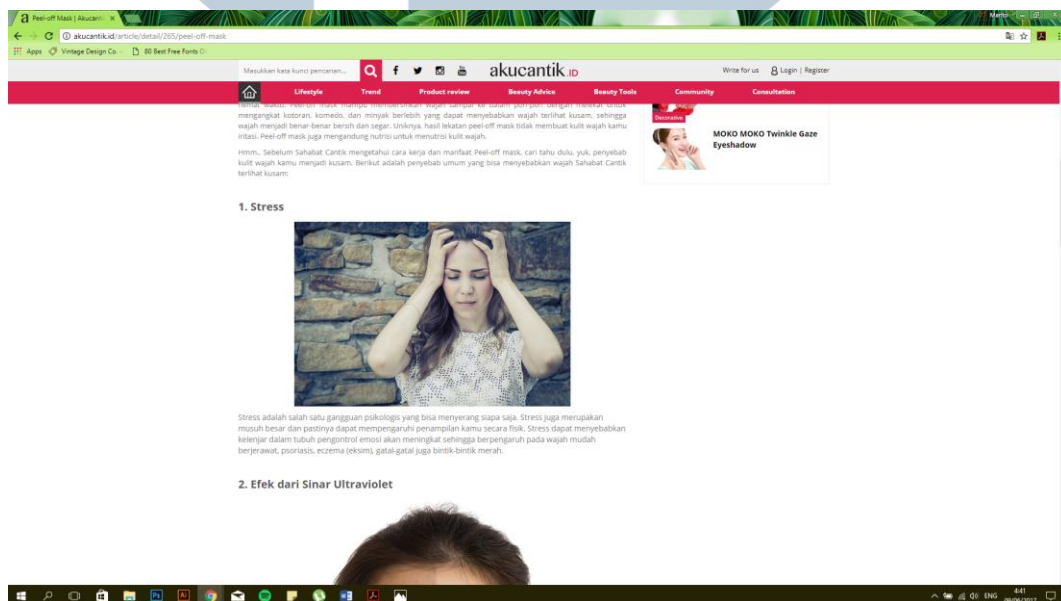
Akucantik.id merupakan sebuah website baru PT. Pharos Indonesia tentang kecantikan pada wanita. Pada website ini, pengunjung dapat menelusuri seputar tips-tips kecantikan, gaya hidup sehat, perawatan kulit, komunitas kecantikan, *review* produk kecantikan yang merupakan produk PT. Pharos dan mitranya. Pengunjung bahkan dapat berkonsultasi terhadap ahli kecantikan. Pada kesempatan kali ini, penulis diajak untuk bergabung dalam membuat desain poster harian untuk sosial media akucantik.id. Penulis diijinkan untuk membuat desain poster sosial media jika penulis sedang keadaaan jenuh atau lagi kekurangan ide dalam membuat proyek-proyek yang sedang dikerjakan.

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





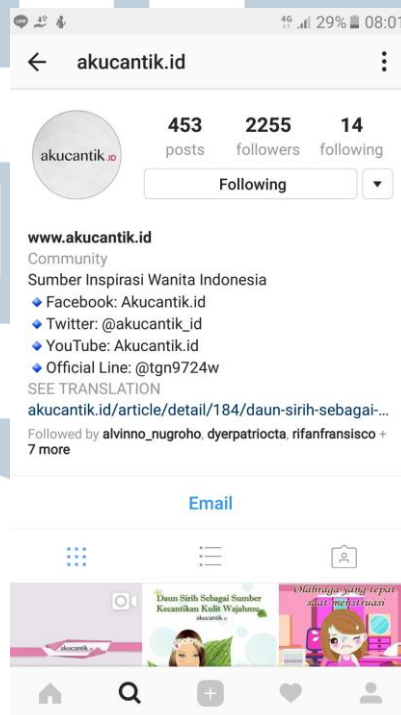
Gambar 3.24 Tampilan website akucantik.id 1



Gambar 3.25. Tampilan website akucantik.id 2

Pada proyek ini, penulis diberi briefing oleh Bapak Kenny, bahwa akucantik.id membutuhkan media promosi yang disebar secara online melalui media sosial instagram atau facebook agar audiens dapat mengenal dan mengunjungi website akucantik.id. Penulis juga diberi briefing bahwa target

audiens dari poster yang akan dibuat adalah para remaja hingga ibu-ibu muda yang menggunakan *gadget*, dan para remaja atau ibu muda yang selalu merawat kecantikan dan gaya hidupnya. Poster yang akan disebarakan secara online secara digital sangat efektif untuk target audiens yang mengikuti perkembangan jaman seperti pengguna *gadget smartphone* atau *personal computer*. Pengunjung *instagram* atau *facebook* nantinya akan diarahkan menuju website *akucantik.id*.



Gambar 3.26. Tampilan instagram akucantik.id

Pada pembuatan desain poster sosial media ini, penulis disarankan untuk menggunakan jenis visual yang hampir yaitu dengan penggunaan ilustrasi vector pada desain. Hal tersebut untuk menghasilkan feed instagram yang terlihat seirama, rapih dan teratur. Jadwal dan topik yang dibuat telah disediakan setiap bulannya. Penulis boleh memilih judul topik yang belum diambil oleh desainer lainnya dalam perusahaan tersebut. Post sosial media tersebut memiliki rencana untuk dipost 3 gambar dalam sehari dan 3 video dalam seminggu. Dalam pembuatan poster ini, penulis diijinkan untuk menggunakan mesin pencari vector yang telah dibayar oleh perusahaan lisensinya berhubung karena target perusahaan

yang banyak perharinya yaitu 3 postan desain untuk instagram dan facebook perharinya. Hal ini berguna untuk memperoleh elemen-elemen yang diinginkan dan akan dipadukan sesuai kreatifitas penulis dan desainer-desainer lain. Ketika membuat desain, supervisor penulis meminta untuk langsung membuat sketsa secara digital dan dalam pembuatan, informasi yang dicantumkan hanyalah judul yang tertera pada artikel.

Sebelum membuat, pada awalnya penulis akan mempelajari desain-desain yang telah dibuat senior desainer dan bertanya terhadap senior desainer seputar desain poster tersebut. Kemudian penulis mencoba untuk membuat desain sosial media tersebut. Berikut ini adalah beberapa poster sosial media yang telah dibuat oleh penulis. Pada desain sosial media ini, penulis lebih dominan dalam menggunakan warna yang cerah dan ceria karena teringat target audiens yang masih muda, ceria dan penuh energik. Sehingga penulis ingin membangkitkan mood audiens dan membuat mereka tertarik untuk melihat artikel yang akan disambungkan ke akucantik.id. Seperti yang diungkapkan Supriyanto (2010, hlm 70), bahwa warna merupakan element visual yang penting dan dapat membangkitkan mood audiens dan ketertarikan audiens. Berikut ini merupakan beberapa desain yang telah penulis desain ketika praktek kerja magang di perusahaan PT. Pharos Indonesia.



Gambar 3.27. Contoh Tampilan Instagram 1

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



Gambar 3.28. Contoh Tampilan Instagram 2



Gambar 3.29 Kompilasi Tampilan Instagram

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



### 3.3.2. Kendala yang Ditemukan

Selama melakukan kerja magang, penulis menemukan beberapa kendala diantaranya sebagai berikut.

1. Penulis berada di gedung yang berbeda dengan Pembimbing Lapangan (Bapak Iwan Budiman). Penulis beradai di gedung CTC, sedangkan pembimbing lapangan berada di ruang Head Office. Penulis terkadang kesulitan untuk melakukan komunikasi secara terus menerus untuk tinjauan proyek dan evaluasi
2. Pembimbing lapangan dan supervisor memiliki waktu yang sangat padat sehingga sulit untuk ditemui untuk melakukan asistensi dan revisi.
3. Perjalanan untuk pergi menuju kantor cukup jauh sehingga terkadang sulit untuk mengambil file yang dibutuhkan secara mendadak.
4. Untuk menuju ke *Head Office* dimana pembimbing lapangan berada, tidak boleh menggunakan sepatu kantor melainkan harus menggunakan sandal *Crocs* yang tersedia. Sandal yang tersedia untuk tamu dan karyawan magang sangat terbatas sehingga penulis harus menunggu giliran tamu lain keluar agar memperoleh sandal untuk masuk ke *Head Office* dan melakukan asistensi.

### 3.3.3. Solusi Atas Kendala yang Ditemukan

Untuk mengatasi kendala tersebut, penulis menggunakan solusi sebagai berikut:

1. Ketika pembimbing lapangan atau supervisor penulis lagi memiliki agenda rapat yang membuat pembimbing lapangan tidak bisa ke gedung CTC, penulis memberikan update dan asistensi terhadap proyek yang dikerjakan dengan melakukan unggahan proyek tersebut ke grup Whatsapp PT. Pharos Indonesia, atau melalui unggahan ke Google Drive yang telah disediakan.
2. Agar penulis dapat menerima revisi dan masukan dari pembimbing lapangan secara langsung, penulis sering melakukan kerja lembur sehingga pembimbing lapangan dapat melakukan koreksi dan masukan secara langsung setelah jam kantor berakhir.

3. Penulis selalu mengupdate dan mengupload file dari proyek yang penulis lakukan ke *google drive* pribadi, sehingga apabila terjadi hal yang darurat penulis memiliki *backup data*.
4. Penulis membawa sendiri sendal menyerupai *crocs* yang bersih untuk masuk ke *Head Office*



# UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA