



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

Selama praktik kerja magang, penulis ditempatkan sebagai *Junior Graphic Designer* yang bertanggung jawab terhadap pekerjaan desain dan proses kreatif. Penulis berada dibawah pengawasan *Senior Graphic Designer*, bahkan terkadang langsung berada dibawah pengawasan *Head of Department*. PT Alam Sutera Realty Tbk memang memiliki kebijakan bagi mahasiswa *Internship* untuk ambil bagian dan mengerjakan beberapa proyek yang sedang berlangsung. Oleh karena itu penulis mendapatkan pengalaman menyelesaikan sebuah proyek, mulai dari proses *brainstorming* hingga ke proses *final artwork*.

3.2 Tugas yang Dilakukan

Selama praktik kerja magang , penulis mendapatkan beberapa tugas yang berhubungan dengan desain grafis. Penulis terlibat langsung dalam proyek tersebut, pada beberapa proyek tersebut memang sudah penulis pelajari dan dapatkan pada masa perkuliahan.

Selama kurang lebih 50 hari kerja dan 14 minggu proses praktik kerja magang, penulis telah membuat rincian tugas yang penulis kerjakan. Berikut adalah rincian tugas selama praktik kerja magang.

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 Rincian Tugas

Minggu	Tanggal	Keterangan
1	1-3 Februari 2017	- Mendesain pagar grafis Kota Ayodhya. - Mendesain stiker kaca Kota Ayodhya
2	6-10 Februari 2017	- Membuat desain billboard Kota Ayodhya - Revisi stiker kaca dan pagar grafis
3	12-17 Februari 2017	-Melakukan survey dan pemetaan untuk pemasangan media promosi Kota Ayodhya - Mendesain peta grafis untuk brosur Kota Ayodhya
4	20-24 Februari 2017	- Mendesain Expomatic pameran terminal 3 ultimate - Mendesain spanduk HUT Kota Tangerang ke-24 - Mendesain X-Banner HUT Kota Tangerang ke-24 - Mendesain Poster untuk Alam Sutera Property Expo
5	27-28 Februari 2017	- Mendesain peta vektor Kota Ayodhya - Mendesain invitation card agent's gathering - Melengkapi denah rumah dengan spesifikasi
6	1-3 Maret 2017	- Melakukan brainstorming Ayodhya Garden - Melakukan proses kreatif perancangan Ayodhya Garden - Membuat logo dan brosur Ayodhya Garden
7	6-10 Maret	- Mendesain brosur Ayodhya Garden - Mendesain baliho Kota Ayodhya - Mendesain Umbul- umbul Kota Ayodhya - Mendesain template instagram - Mendokumentasikan Agent's Gathering Kota Ayodhya
8	13-17 Maret	- Membuat vertical banner Kota Ayodhya (Hypermart Grand Opening, Kota Ayodhya, Ayodhya Garden) - Membuat konten media sosial Kota Ayodhya
9	20-24 Maret	- Mengedit video durasi 60" untuk konten media sosial - Membuat vertical banner Hypermart

10	27-31 Maret	<ul style="list-style-type: none"> - Survey media promosi di stasiun kereta - Suvery kantor PT KAI DAOP I Cikini - Layout poster show unit Ayodhya Residence
11	3-7 April	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat konten product knowledge di media sosial - Syuting aplikasi Kota Ayodhya tutorial
12	10-14 April	<ul style="list-style-type: none"> - Melakukan digital imaging Kota Ayodhya -Melakukan digital imaging Shuttle bus Kota Ayodhya
13	17-21 April	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat poster untuk Pameran Alam Sutera Group di Jakarta Convention Center - Syuting aplikasi Kota Ayodhya tutorial
14	24-28 April	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat konten media sosial radio talkshow Kota Ayodhya - Mendesain pagar grafis baru Kota Ayodhya - Melakukan survey dan update progress Kota Ayodhya

Tabel 3. 1 Rincian Tugas

3.4 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Selama proses praktik kerja magang, penulis melakukan pekerjaan desain grafis dan fotografi. Dalam proses pelaksanaannya, penulis diberi arahan langsung oleh Zulian Dwi Fatta selaku *Senior Graphic Designer* di dalam *Marketing Department* PT Alam Sutera Realty Tbk. Penulis menguraikan pekerjaan tersebut ke dalam 3 garis besar yaitu perumahan Ayodhya Garden, pameran Kota Ayodhya, dan media promosi Kota Ayodhya.

Berikut ini adalah uraian mengenai pekerjaan yang dilakukan oleh penulis pada setiap proyek dimulai dari tahapan paling mendasar hingga ke tingkat akhir.

3.4.1 Perumahan Ayodhya Garden

Ayodhya Garden merupakan salah satu produk Kota Ayodhya berupa sebuah *cluster* yang berada di dalam kawasan Kota Ayodhya.. Hingga saat ini Ayodhya Garden masih dalam proses pembangunan dan diperkirakan akan siap serah terima pada tahun 2019.

Terdapat 4 tipe rumah yang ditawarkan oleh Ayodhya Garden yaitu : *tipe Aurora, tipe Blossom, tipe Canary, tipe Dalmatian*. Ayodhya Garden mengangkat tema besar sebagai perumahan yang hijau, ramah keluarga dan nyaman. Oleh karena itu Ayodhya Garden identik dengan taman dan bunga.

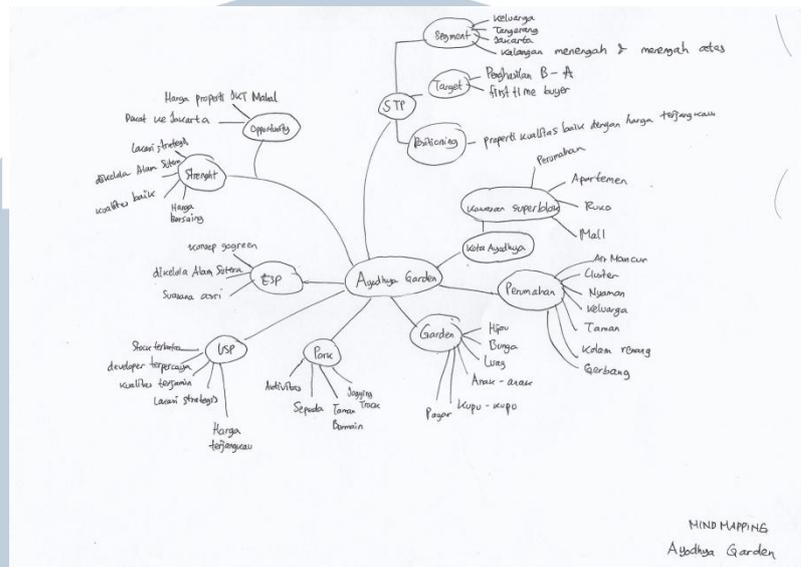
Saat ini Ayodhya Garden belum memiliki identitas visual dan media promosi, oleh karena itu, penulis diminta untuk merancang logo dan membuat brosur dari Ayodhya Garden. Logo dan brosur dari Ayodhya Garden akan diperkenalkan pada saat *launching* produk kepada para agen properti. Penulis mempunyai waktu 1 minggu untuk merancang logo serta brosur tersebut. Berikut adalah proses pembuatan logo dan brosur Ayodhya Garden :

1.) Logo

Penulis diminta untuk merancang logo Ayodhya Garden. Berbekal filosofi dari Kota Ayodhya dan Ayodhya Garden penulis melakukan proses *mind mapping* dan *brainstorming* untuk membuat logo Ayodhya Garden. Berikut adalah hasil logo utama dan *mind mapping* yang penulis lakukan :



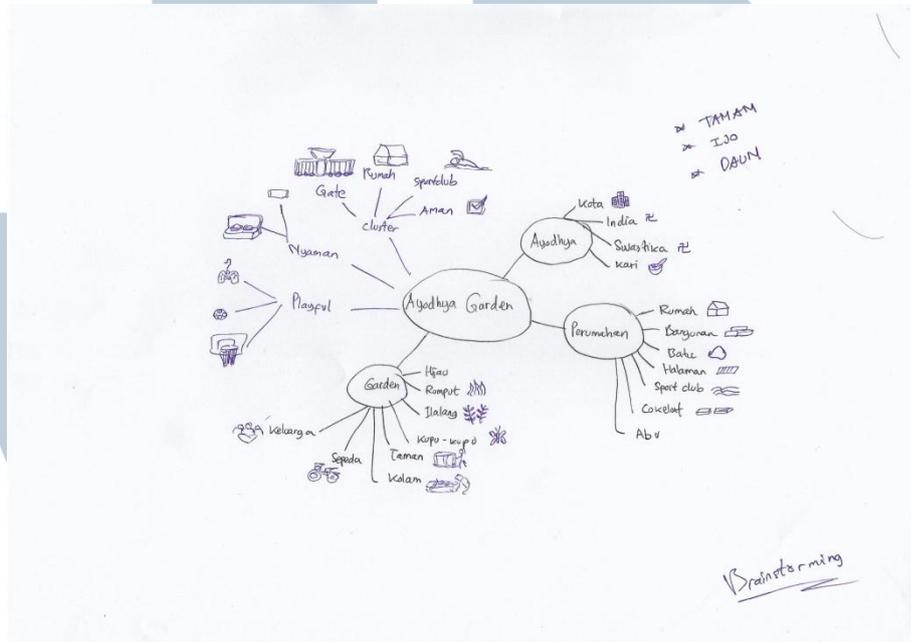
Gambar 3. 1 Logo Kota Ayodhya



Gambar 3. 2 Mind Mapping Ayodhya Garden

Dari hasil mind mapping tersebut, penulis mendapatkan beberapa data penting mengenai *ESP (Emotional Selling Point)* , *USP (Unique Selling Point)* , *SWOT* dan *STP* dari Ayodhya Garden. Berbekal hasil *mind mapping*, penulis melakukan proses *brainstorming* untuk mendapatkan gambaran visual saat proses perancangan logo Ayodhya Garden. Berikut adalah hasil *brainstorming* penulis.

UMN
 UNIVERSITAS
 MULTIMEDIA
 NUSANTARA



Gambar 3. 3 Brainstorming Ayodhya Garden

Dari hasil brainstorming diatas penulis menemukan beberapa kata kunci yang akan digunakan dalam perancangan Logo Ayodhya Garden yaitu hijau, daun dan taman. Berikut adalah sketsa digital logo dari Ayodhya Garden.

UMN
 UNIVERSITAS
 MULTIMEDIA
 NUSANTARA



Gambar 3. 4 Sketsa Digital Logo Ayodhya Garden

Diatas merupakan gambar sketsa digital beberapa logo Ayodhya Garden. Saat proses perancangan logo penulis menghadapi beberapa kendala seperti penggunaan nama Ayodhya Garden yang masih belum pasti. Masih terdapat perdebatan apakah akan menggunakan nama Ayodhya Park atau Ayodhya Garden, meskipun ada akhirnya disetujui menggunakan nama Ayodhya Garden. Setelah melewati beberapa kali proses revisi, penulis merancang sebuah logo yang akhirnya disetujui untuk digunakan sebagai logo dari Ayodhya Garden. Berikut adalah logo *final* yang digunakan sebagai logo Ayodhya Garden.



AYODHYA
GARDEN 
@TANGERANG CBD

Gambar 3. 5 Final Logo Ayodhya Garden

Setelah membuat logo tersebut, penulis mencoba mengimpresikan logo tersebut ke dalam beberapa foto dari Ayodhya Garden untuk mendapatkan hasil yang maksimal. Berikut beberapa hasil penempatan logo ke dalam foto.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3. 6 Peletakan Logo Ayodhya Garden pada Gate



Gambar 3. 7 Peletakan Logo Pada Taman

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



Gambar 3. 8 Peletakan Logo pada Tipe Rumah



Gambar 3. 9 Peletakan Logo pada *Sport Club*

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

2.) Brosur

Setelah proses perancangan logo selesai, penulis ditugaskan untuk merancang brosur yang akan digunakan saat *launching* produk. Penulis lalu melakukan studi *existing* terhadap brosur- brosur yang dimiliki oleh Kota Ayodhya.

Terdapat beberapa hal wajib yang harus dicantumkan ke dalam brosur yaitu gambar spesifikasi rumah, peta lokasi, *siteplan* cluster dan informasi penting mengenai Ayodhya Garden. Berbekal informasi tersebut penulis kemudian merancang desain brosur Ayodhya Garden. Penulis lalu mencari gambar taman yang akan digunakan sebagai referensi latar belakang atau *base* dalam merancang brosur tersebut. Berikut adalah gambar- gambar yang penulis temukan.



Gambar 3. 10 Taman 1

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. 11 Taman 2

Setelah mendapatkan beberapa gambar taman tersebut penulis melakukan proses perancangan desain brosur tersebut . Berikut adalah hasil perancangan desain brosur Ayodhya Garden yang telah direvisi oleh supervisi dan naik cetak.



Gambar 3. 12 Tampak Luar Brosur

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3. 13 Tampak Dalam Brosur

3.) *Invitation Card Agent's Gathering*

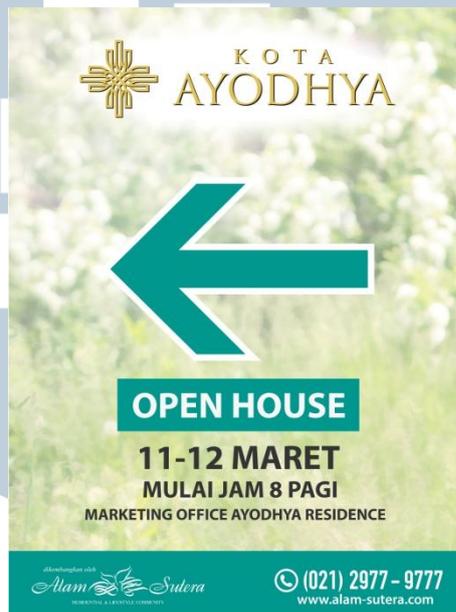
Dalam menyambut *launching* Ayodhya Garden, PT Alam Sutera Realty akan mengadakan *agent's gathering*. *Agent's Gathering* adalah kegiatan yang menghadirkan perwakilan dari agen- agen dan broker yang berada di Jakarta dan Tangerang. Penulis dipercaya untuk membuat desain undangan tersebut, desain undangan tersebut nantinya akan dikirim via *email* kepada agen- agen tersebut. Berikut adalah desain dari *invitation card agent's gathering*.



Gambar 3. 14 *Invitation Card Agent's Gathering*

3.) Baliho *Open House*

Penulis juga diminta untuk membuat sebuah baliho yang akan diletakan di depan Kota Ayodhya. Baliho tersebut berisi pengumuman mengenai *open house* dan informasi ringan. Berikut desain baliho yang penulis rancang untuk *open house*.



Gambar 3. 15 Baliho *Open House*

3.4.2 Pameran Kota Ayodhya

Kota Ayodhya merupakan kawasan superblok di Kota Tangerang yang terdiri atas kompleks apartemen, perumahan, ruko, dan tempat perbelanjaan. Kawasan Kota Ayodhya hingga saat ini masih dalam proses pembangunan dan pemasaran, oleh karena itu Kota Ayodhya sering melakukan pameran- pameran seperti pameran di Jakarta Convention Center, Mall- Mall di Jakarta dan Tangerang.

Dalam pameran yang dilakukan oleh Kota Ayodhya dibutuhkan beberapa perlengkapan seperti *expomatic*, poster, *mini table booth*. Berikut adalah hasil rancangan penulis yang digunakan di beberapa pameran Kota Ayodhya.

1.) *Expomatic*

Expomatic digunakan dalam beberapa pameran kecil yang dilakukan oleh Kota Ayodhya. Biasanya *expomatic* digunakan di tempat- tempat pameran yang memiliki ukuran kecil dan pergerakan massa yang cepat seperti bandara, stasiun kereta api dan gedung perkantoran.

Penggunaan *expomatic* digunakan untuk menarik perhatian orang dan para pelintas, karena ukuran *expomatic* yang cukup besar dan desain *expomatic* yang menarik. Berikut adalah desain *expomatic* yang penulis rancang.



Gambar 3. 16 Desain *Expomatic*

2.) Mini Table Booth

Dalam pameran Kota Ayodhya diperlukan meja kecil yang berfungsi untuk menaruh brosur dan pricelist harga. *Mini table booth* juga berfungsi sebagai media promosi karena berisi sejumlah informasi yang menarik perhatian para pelintas. Selain itu *mini table booth* harus bersifat fleksibel agar dapat dipindahkan dan digeser- geser. Berikut desain *mini table booth* yang penulis rancang.



Gambar 3. 17 Desain *Mini Table Booth*

3.) Poster

Dalam beberapa pameran besar yang dilakukan oleh Kota Ayodhya, penulis ditugaskan untuk membuat poster dengan ukuran yang cukup besar berisi produk- produk Kota Ayodhya. Poster yang penulis buat berukuran 80x120 cm dan 200x 240 cm. Berikut beberapa poster yang penulis buat untuk keperluan pameran Kota Ayodhya :



Gambar 3. 18 Poster Pameran Kota Ayodhya

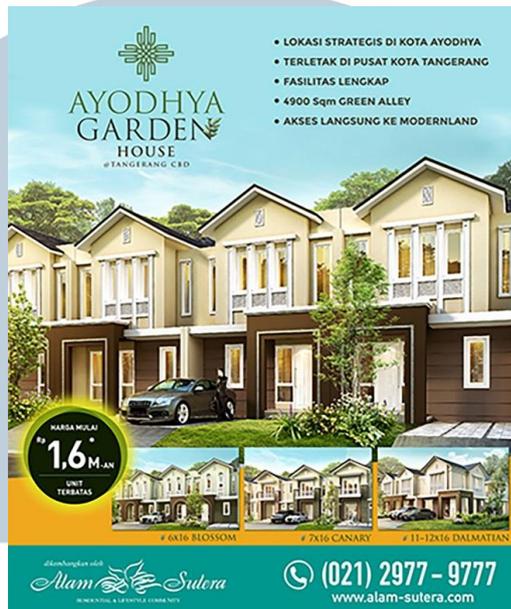


Gambar 3. 19 Poster Pameran Apartemen



Gambar 3. 20 Poster Pameran Ayodhya Garden

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3. 21 Poster Pameran Ayodhya Garden

Poster- poster tersebut diletakan di dalam *booth* pameran Kota Ayodhya yang berlokasi di tempat pameran. Berikut penulis tunjukan beberapa foto pameran di beberapa lokasi berikut :



Gambar 3. 22 Pameran di Mall Alam Sutera



Gambar 3. 23 Pameran di Jakarta Convention Center

3.4.3 Media Promosi Kota Ayodhya

Sebagai salah satu kawasan yang masih dalam tahap pembangunan, promosi merupakan salah satu hal penting bagi Kota Ayodhya dalam memasarkan produknya. Oleh karena itu selama praktik kerja magang penulis diberikan beberapa proyek yang berhubungan langsung dengan media promosi Kota Ayodhya seperti *billboard*, spanduk, baliho, umbul-umbul, pagar grafis, stiker kaca, *digital imaging*.

Berikut penulis lampirkan beberapa proyek media promosi yang penulis rancang untuk Kota Ayodhya.

1.) Billboard Kota Ayodhya

Kota Ayodhya memiliki beberapa buah *billboard* yang berada di sekitar Kota Tangerang. Penulis diminta untuk membuat desain baru berisi promosi mengenai Kota Ayodhya sebanyak 2 buah. Penulis diminta untuk memasukan gambar apartemen Kota Ayodhya dan informasi yang ringan saja pada *billboard*, agar orang-orang yang melintas mendapatkan informasi yang jelas. Berikut adalah desain *billboard* yang penulis rancang serta impresi pada *billboard* Kota Ayodhya.



Gambar 3. 24 Desain *Billboard* Kota Ayodhya



Gambar 3. 25 Impresi *Billboard* Kota Ayodhya

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3. 26 Impresi *Billboard* Kota Ayodhya

2.) Spanduk dan Umbul- Umbul HUT Kota Tangerang

Dalam menyambut HUT Kota Tangerang ke-24, Kota Ayodhya mendapatkan kewajiban untuk memasang spanduk dan umbul- umbul ucapan selamat ulang tahun ke Kota Tangerang. Spanduk dan umbul-umbul tersebut akan diletakan di sekitar lokasi Kota Ayodhya dan jalan MH Thamrin Tangerang. Penulis dipercaya untuk membuat spanduk dan umbul- umbul ucapan selamat ulang tahun tersebut.

Dalam perancangan spanduk dan umbul- umbul tersebut wajib mencantumkan logo Kota Tangerang dan logo HUT 24 Kota Tangerang. Meskipun demikian, penulis diminta untuk tetap menonjolkan kesan Kota Ayodhya, sehingga spanduk dan umbul- umbul tersebut dapat meningkatkan *awareness* orang terhadap Kota Ayodhya. Berikut desain spanduk dan umbul- umbul HUT Kota Tangerang ke-24.

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 Spanduk Hut Kota Tangerang



Gambar 3. 28 Umbul- Umbul HUT Kota Tangerang

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.) Pagar Grafis Kota Ayodhya

Pagar Grafis merupakan salah satu media promosi yang biasa digunakan dalam sebuah kawasan properti yang sedang dalam proses pembangunan. Selain berfungsi sebagai penutup area proyek, pagar grafis juga berfungsi sebagai media untuk beriklan.

Penulis diminta untuk mendesain ulang pagar grafis Kota Ayodhya yang berisi informasi dan gambar mengenai Kota Ayodhya. Penulis diminta membuat 2 desain untuk 2 spot pagar grafis berukuran 100meter dan 300 meter. Berikut hasil desain pagar grafis yang penulis rancang.



Gambar 3. 29 Desain Pagar Grafis 100 meter



Gambar 3. 30 Desain Pagar Grafis 300 meter



Gambar 3. 31 Impresi Pagar Grafis

4.) Stiker Kaca Kota Ayodhya

Salah satu produk Kota Ayodhya adalah *Ayodhya Shopping Arcade*, sebuah pusat perbelanjaan yang berada di lantai dasar dari apartemen Kota Ayodhya. Saat ini *Ayodhya Shopping Arcade* masih dalam proses pembangunan, terdapat beberapa unit yang sudah selesai dibangun. Oleh karena itu penulis diminta untuk membuat desain stiker kaca untuk memperindah tampilan luar dari *Ayodhya Shopping Arcade*.

Penulis lalu mencari beberapa motif dinamis yang akan digunakan sebagai referensi dari stiker kaca tersebut. Berikut adalah beberapa referensi motif yang penulis gunakan.



Gambar 3. 32 Referensi Stiker Kaca

Setelah melalui proses kreatif dan revisi akhirnya disetujui rancangan desain berikut yang akan digunakan sebagai stiker kaca dari *Ayodhya Shopping Arcade*. Berikut penulis tampilkan desain stiker kaca serta impresi pada *spot* pemasangannya.



Gambar 3. 33 Desain Stiker Kaca pada Pintu



Gambar 3. 34 Desain Stiker Kaca pada Jendela

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

5.) *Digital Imaging Kota Ayodhya*

Proyek digital imaging Kota Ayodhya merupakan inisiatif yang penulis lakukan selama praktik kerja magang. Hal ini berawal dari kebiasaan penulis yang suka membuka *pinterest* saat pagi hari, penulis banyak melihat produk- produk komersil yang dimanipulasi dan kelihat menjadi sangat menarik.

Penulis lalu merasa perlu melakukan hal yang sama pada Kota Ayodhya. Berbekal gambar- gambar Kota Ayodhya, penulis berusaha untuk membuat sebuah *GIF* yang berisi keunggulan- keunggulan Kota Ayodhya. Berikut adalah hasil rancangan *digital imaging* Kota Ayodhya



Gambar 3. 35 *Digital Imaging* Kota Ayodhya

Hingga saat ini hasil digital imaging Kota Ayodhya telah digunakan sebagai *cover pocket maps commuter line routes* yaitu sejenis peta rute *commuter line* berukuran kantong yang dibagikan kepada seluruh penghuni Kota Ayodhya. Selain itu hasil *digital imaging* Kota Ayodhya juga digunakan dalam *cover advertorial* Kompas.com yang terbit pada tanggal 16 Mei 2017.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3. 36 Advertorial Kompas.com

5.) *Vertical Banner Kota Ayodhya*

Dalam rangka menyambut *Grand Opening* Hypermart dan launching Ayodhya Garden di Kota Ayodhya, penulis diminta untuk merancang 2 desain *vertical banner*. *Vertical banner* tersebut nantinya akan dipasang di Jl Protokol MH Thamrin atau tepat di depan Kota Ayodhya. Berikut adalah hasil desain *vertical banner* yang penulis rancang.

UMN
 UNIVERSITAS
 MULTIMEDIA
 NUSANTARA



Gambar 3. 37 Vertical Banner Grand Opening Hypermart



Gambar 3. 38 Vertical Banner Ayodhya Garden

3.5 Kendala yang Ditemukan

Selama praktik kerja magang penulis mendapatkan beberapa kendala seperti *brief* yang kurang detail dan keterbatasan *budget* dalam mengeksekusi desain. Hal ini berdampak pada hasil desain yang akan banyak mengalami revisi dan hasil desain yang terbengkalai begitu saja jika tidak dieksekusi. Selain itu harus mengikuti *standard* perusahaan menjadi keterbatasan dalam berkarya.

3.6 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Dalam mengatasi kendala yang ditemukan, penulis berusaha untuk berkordinasi dengan pihak- pihak lain agar meminimalisir kesalahan yang terjadi saat proses mendesain. Penulis juga berupaya merancang desain yang tidak terlalu besar memakan biaya agar desain tersebut dapat segera dieksekusi.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA