



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

1. Kedudukan

Kedudukan penulis pada PT Supra Kreatif Mandiri adalah sebagai *Marketing Graphic Designer*, yaitu bagian *e-commerce* Ranch Market dan Farmers Market. Pembimbing lapangan penulis merupakan *Marketing Manager* langsung. Tugas yang dikerjakan oleh penulis yaitu berupa lingkup *marketing* KeSupermarket, seperti merancang promosi media *online* dan beberapa media *offline*. Media *online* yang dikerjakan penulis diantaranya adalah *web banner*, *landing page*, *promotion poster*, *e-voucher*, *social media* (Facebook dan Instagram); dan media *offline* berupa *mailer* untuk dicetak pada katalog Ranch Market & Farmers Market, poster, *spanduk*, *roll-banner*, *hanging mobile*, *voucher*, *brochure*, hingga membuat *storyboard* untuk iklan video KeSupermarket.

2. Koordinasi

Alur koordinasi yang dilakukan penulis selama menjalani praktik kerja magang pada PT Supra Kreatif Mandiri adalah sebagai berikut:



Gambar 3.1. Bagan Alur Koordinasi

3.2. Tugas yang Dilakukan

Berikut adalah tugas yang penulis kerjakan selama menjalani praktik kerja magang pada PT Supra Kreatif Mandiri:

Tabel 3.1. Detail Pekerjaan Yang Dilakukan Selama Magang

No.	Minggu	Proyek	Keterangan
1	Minggu – 1	- Merancang <i>promotion kit</i> untuk <i>launching Fresh Bouquet</i> - Melakukan transformasi ukuran <i>web banner</i> promo Tahun Baru Imlek ke dalam ukuran <i>in-store catalog</i> dan media sosial - Persiapan hari Valentine, merancang <i>web banner</i> dan <i>landing page</i> kerja sama dengan KitKat - Merancang <i>promotion kit</i> kerjasama dengan KitKat dan restoran Chew - Merancang <i>promotion kit</i> kerjasama dengan Orchid (<i>florist</i>)	- <i>Promotion kit</i> adalah berupa <i>web banner</i> , <i>landing page</i> , <i>post</i> pada sosial media, <i>roll-up banner</i> , <i>Google responsive ad</i>
2	Minggu – 2	- Merancang <i>promotion kit</i> untuk promo bir - Merancang <i>voucher</i> pembelian untuk dibagikan kepada konsumen pada acara pembukaan cabang baru Farmers Market Sawangan - Merancang poster pemberitahuan <i>dinner lottery</i>, pengumuman pemenang, dan e-	

		<i>voucher</i> untuk para pemenang (kerjasama dengan restoran Ninety-Nine) - Melakukan transformasi ukuran <i>web banner</i> promo Nescafe ke dalam ukuran social media - Merancang <i>promotion kit</i> untuk kelas memasak edisi Februari	
3	Minggu – 3	- Merancang <i>web thumbnail</i> untuk video memasak kerjasama dengan Endeus.tv - Merancang <i>billboard display</i> untuk video memasak tersebut - Melakukan transformasi ukuran video ke dalam ukuran media sosial dan memotong video sesuai dengan batas waktu yang disediakan - Merancang <i>promotion kit</i> untuk pembukaan cabang baru Farmers Market di Sawangan - Merancang ulang identitas visual KeSupermarket	
4	Minggu – 4	- Merancang <i>promotion kit</i> untuk konten bertema ‘Diet Ketogenik’ - Merancang <i>promotion kit</i> kerjasama dengan Eucalie - Melakukan transformasi ukuran dan <i>layout</i> ulang brosur dengan QR <i>barcode</i> ke dalam <i>roll-up</i>	

		<i>banner</i> dan <i>hanging mobile</i> (<i>project</i> yang sudah pernah dikerjakan oleh <i>graphic designer</i> sebelum penulis) - Merancang <i>web banner</i> promo jus - Merancang <i>web banner</i> menu restoran Chew	
5	Minggu – 5	- Merancang <i>mailer</i> promo untuk dimasukkan ke dalam katalog mingguan Farmers Market - Merancang <i>promotion kit</i> promo Cheetos impor - Merancang <i>promotion kit</i> untuk paket <i>hampers</i> - Merancang <i>profile picture</i> dan <i>header</i> untuk social media sesuai dengan identitas visual yang baru - Merancang <i>promotion kit</i> untuk kelas memasak edisi Maret	
6	Minggu – 6	- Merancang <i>web banner</i> untuk promo kerjasama dengan CIMB - Merancang <i>promotion kit</i> untuk promo kerjasama dengan BNI - Merancang <i>web homepage banner</i> dengan identitas visual yang baru - Merancang <i>promotion kit</i> untuk promo kerjasama dengan Emina 4. Merancang <i>post</i> media sosial	

		untuk perayaan hari Nyepi	
7	Minggu – 7	- Merancang <i>feed</i> media sosial dengan identitas visual yang baru - Merancang <i>promotion kit</i> untuk gratis pengantaran - Merancang <i>web banner</i> untuk promo buah plum merah - Merancang <i>promotion kit</i> untuk promo <i>chocolate whisky</i> - Merancang <i>promotion kit</i> untuk promo 'free gift' - Merancang <i>promotion kit</i> untuk promo berhadiah #Tebak1Rupiah	
8	Minggu – 8	- Merancang <i>feed</i> media sosial dengan identitas visual yang baru - Merancang <i>promotion kit</i> untuk promo buah nanas madu - Merancang <i>promotion kit</i> bertema 'Diet Ibu Menyusui' - Merancang <i>promotion kit</i> promo 'duet maut' - Merancang <i>promotion kit</i> untuk acara pembukaan cabang baru di Pekanbaru - Merancang tampilan <i>display</i> dan 3D <i>model</i> untuk <i>project</i> 'Guess the Box'	
9	Minggu – 9	- Merancang <i>feed</i> media sosial dengan identitas visual yang baru - Merancang <i>landscape banner</i>	

		untuk di Samarinda - Google <i>responsive ad</i> diskon 50% berupa .gif - Merancang <i>banner</i> untuk kerjasama dengan Oona	
--	--	---	--

3.3. Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Penulis memasukkan 3 *project* yang dikerjakan selama masa kerja praktik magang ke dalam laporan ini. *Project* tersebut dijabarkan berdasarkan *event* yang ada dan diambil dari *project* yang paling banyak bobot pengerjaannya.

3.3.1. Proses Pelaksanaan

3.3.1.1. Promotion Kit Valentine Promo (KitKat dan Chew)

Penulis diberi tugas oleh pembimbing lapangan untuk membuat *promotion kit* dari promo Valentine yang disponsori oleh KitKat, restoran Chew, dan restoran Ninety-Nine. *Project* ini ada pada minggu pertama dan kedua sehingga belum ada ketentuan identitas visual yang jelas. Berikut ini adalah aset-aset foto yang harus digunakan di dalam *promotion kit*:



Gambar 3.2. Aset Foto KitKat
(Dokumentasi PT Supra Kreatif Mandiri)

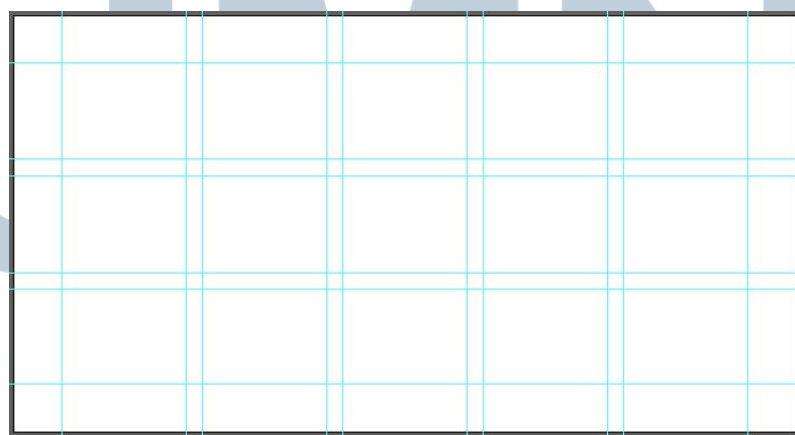


Gambar 3.3. Aset Logo Chew
(Dokumen PT Supra Kreatif Mandiri)



Gambar 3.4. Aset Foto Menu Makanan Ninety-Nine
(Dokumen PT Supra Kreatif Mandiri)

Hal pertama yang dibuat adalah *web banner* dengan ukuran 730 x 390 pixel. Rincian konten promosi sudah diberikan oleh *marketing staff*. Foto menu makanan yang penulis gunakan hanya satu menu, karena konten yang diberikan sudah cukup banyak dan akan sangat penuh jika seluruh menu dimasukkan ke dalam *web banner*.



Gambar 3.5. Grid *Web Banner*

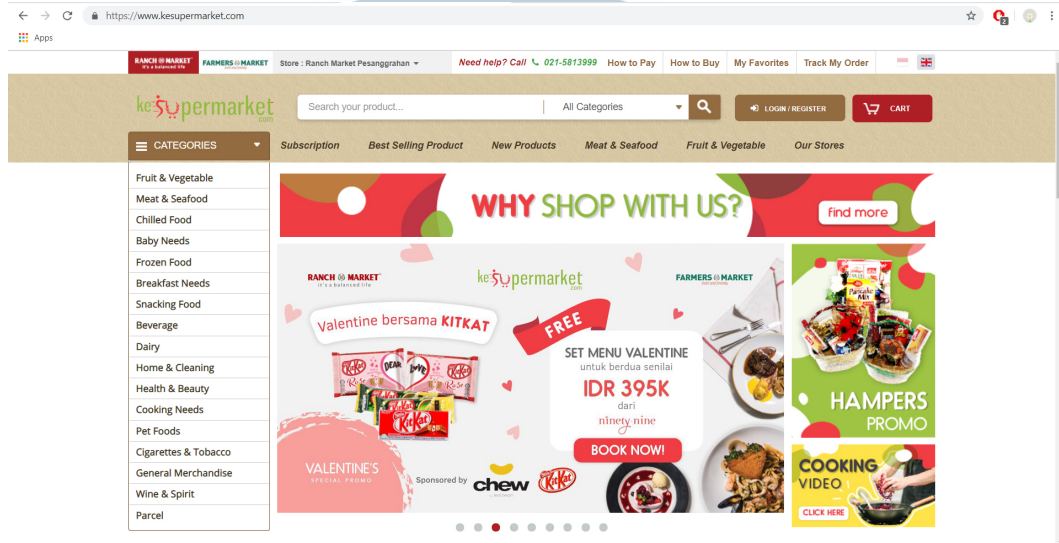


Gambar 3.6. Pengaplikasian Layout Web Banner Sesuai Grid

Gambar 3.6. diatas merupakan hasil dari *layout web banner* sesuai *grid*. Namun, setelah beberapa hari dipasang pada *website* KeSupermarket, pembimbing lapangan memberi revisi karena ingin lebih menonjolkan undian makan malam romantis dari Ninety-Nine. Oleh karena itu, penulis melakukan *layout* ulang *web banner* beserta perubahan cara penyampaian promo. Foto menu juga diperbanyak untuk menunjukkan bahwa menu tersebutlah yang akan konsumen dapatkan jika memenangkan undian.



Gambar 3.7. Hasil Revisi Web Banner



Gambar 3.8. Hasil Rancangan Penulis pada Website Kesupermarket

Setelah membuat *web banner*, penulis mengerjakan *landing banner*, yaitu *banner* yang muncul pada halaman saat *user* mengklik *web banner*. *Landing banner* berukuran 1162 x 400 *pixel* dan berisi konten yang sama dengan *web banner*, namun lebih rinci.



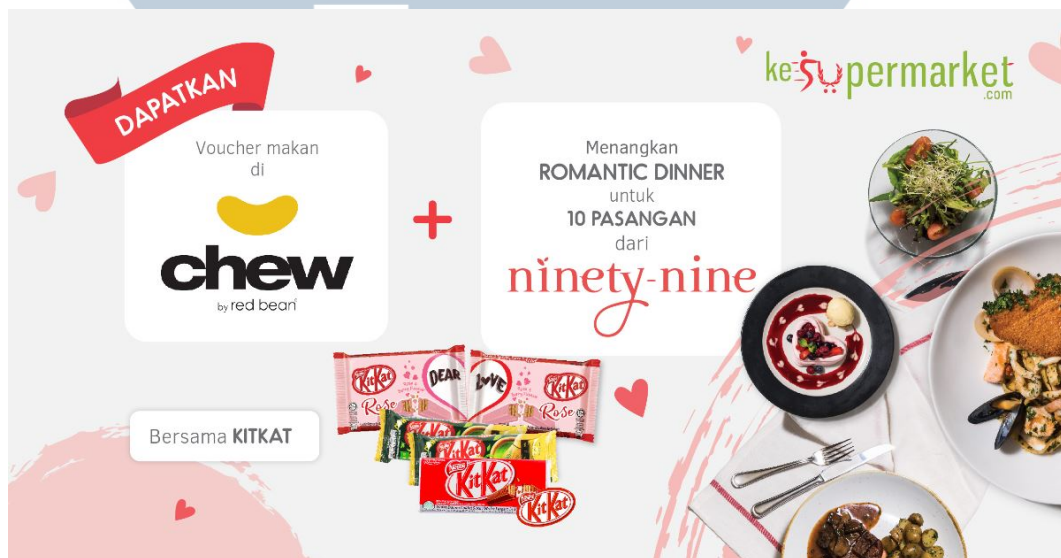
Gambar 3.9. Landing Banner

Kemudian, penulis juga membuat *post* untuk media sosial KeSupermarket. *Post* ini dirancang menjadi 1 baris pada *feed* Instagram, yaitu terdiri dari 3 *post*.



Gambar 3.10. Post Media Sosial

Promosi berikutnya adalah Google *responsive ad* yang berukuran 1200 x 628 *pixel*. Iklan ini diharuskan untuk berisi lebih banyak gambar dibanding teks untuk menarik perhatian dan membuat *user* mengklik iklan tersebut.

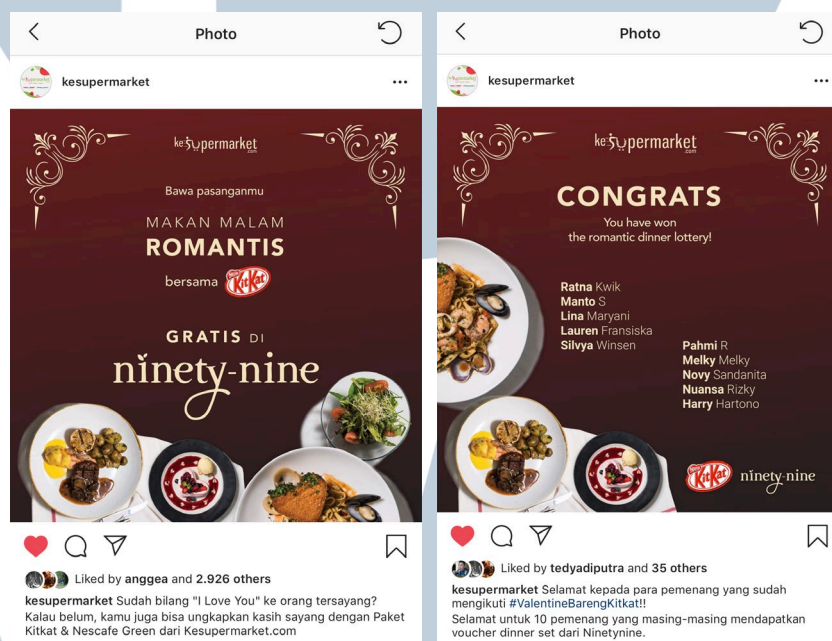


Gambar 3.11. Google Responsive Ad Banner

Berikutnya, karena *project* ini merupakan kerjasama dengan restoran Ninety-Nine, maka dibuatlah pula poster pemberitahuan mengenai makan malam romantis yang lebih menonjolkan *style* dari Ninety-Nine. Setelah didapatkan pemenang undian, penulis juga membuat poster pemberitahuan pemenang, disertai *e-voucher* dengan 10 kode berbeda untuk setiap pemenang.

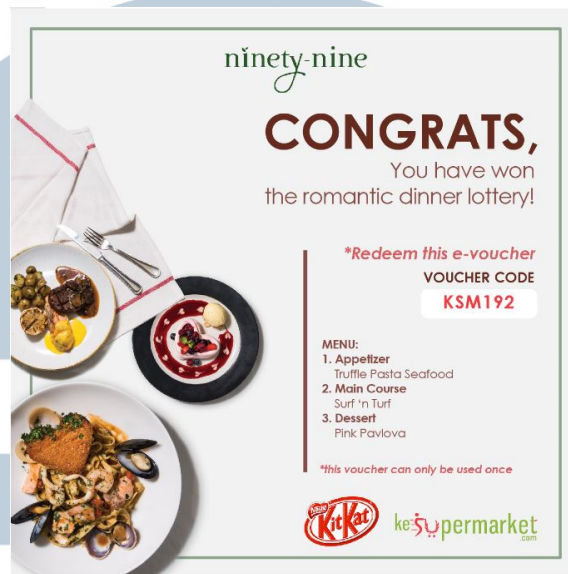


Gambar 3.12. Poster *Announcement* untuk Ninety-Nine

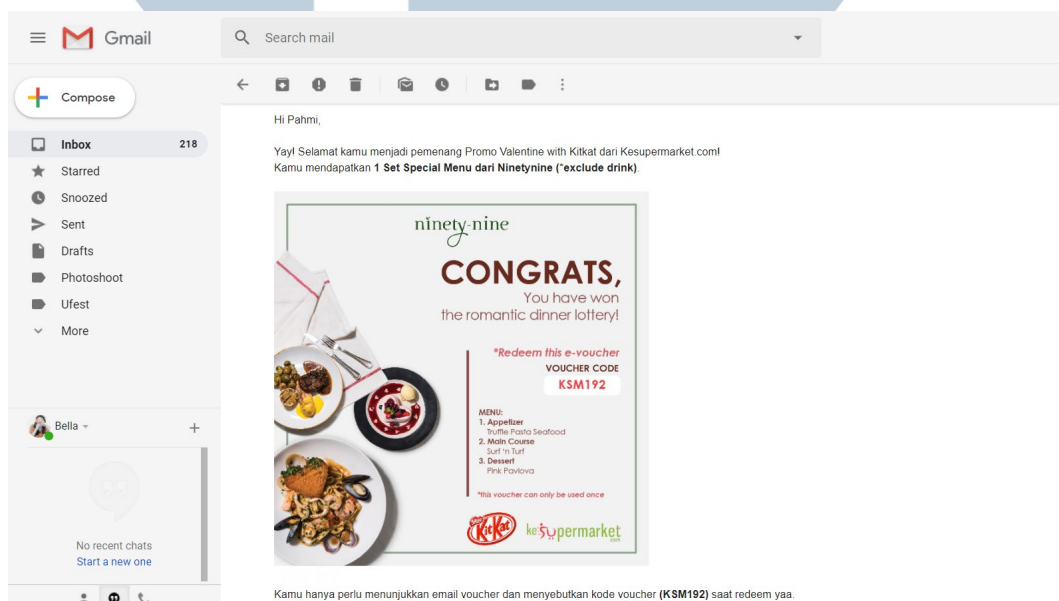


Gambar 3.13. Hasil Rancangan Penulis pada Media Sosial Instagram

Setelah diumumkan nama-nama pemenang, penulis ditugaskan untuk membuat 10 *e-voucher* yang masing-masing memiliki kode berbeda untuk ditukarkan pada gerai Ninety-Nine pilihan pemenang. Konten *e-voucher* terdiri dari ucapan selamat, kode *voucher*, dan nama menu makanan yang didapat oleh para pemenang. Kemudian, *e-voucher* tersebut dikirim lewat *email* KeSupermarket.



Gambar 3.14. E-voucher untuk Pemenang



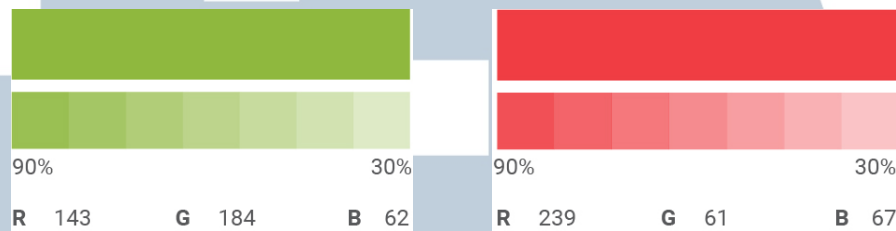
Gambar 3.15. Hasil Rancangan Penulis yang dikirim ke Pemenang

3.3.1.2. Promotion Kit Promo Free Delivery

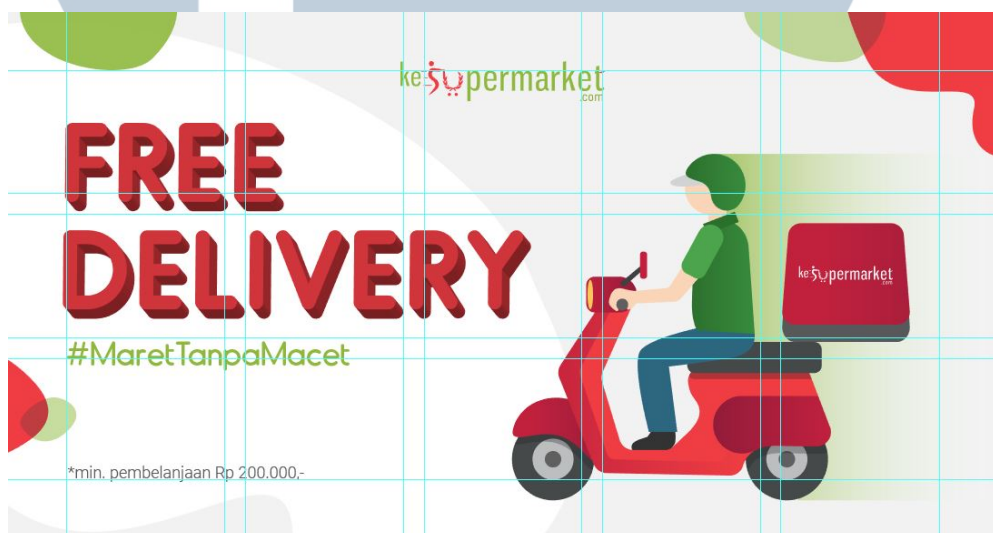
Penulis diberi tugas oleh pembimbing lapangan untuk membuat *promotion kit* dari promo *free delivery*. Promo ini dimulai pada bulan Maret dengan *tagline* #MaretTanpaMacet, sehingga penulis harus menyelesaikan *web banner* sebelum

memasuki bulan Maret. *Project* ini sudah menggunakan identitas visual yang baru, yaitu warna primer merah dan hijau, dengan supergrafis berbentuk abstrak.

Aset untuk *project* ini bukan berupa asset foto seperti pada *project* sebelumnya, tetapi berupa ilustrasi vektor.



Gambar 3.16. Warna Primer Baru KeSupermarket

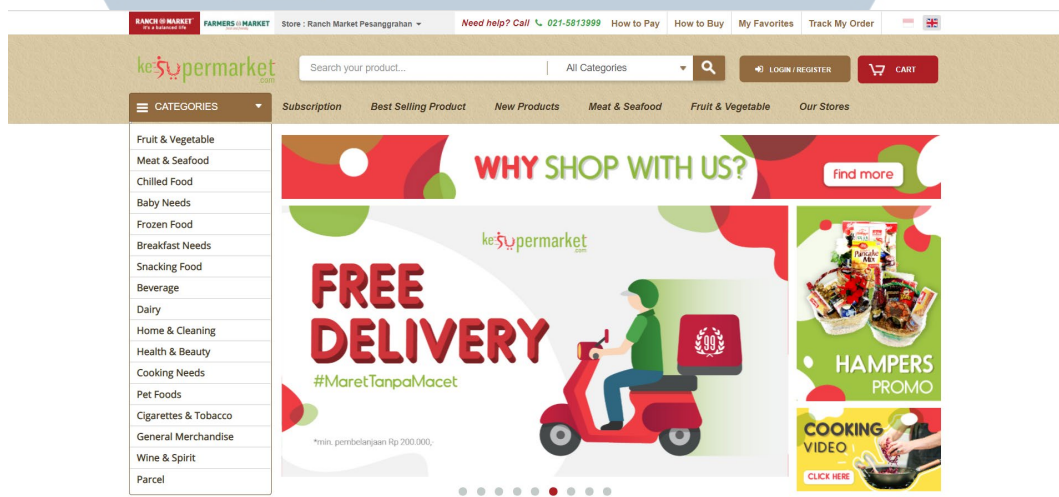


Gambar 3.17. *Grid Web Banner* Beserta Pengaplikasian *Layout*-nya

Gambar 3.17. merupakan hasil pengerjaan *web banner* dengan ukuran 730 x 390 *pixel* oleh penulis sesuai dengan *brief*, tetapi pembimbing lapangan memberi revisi untuk mengganti teks KeSupermarket pada *box* yang diangkut menjadi logo 99 yang ada pada logo Ranch Market dan Farmers Market agar terlihat lebih sederhana dan lebih mudah dikenali.



Gambar 3.18. Hasil Revisi *Web Banner*



Gambar 3.19. Hasil Rancangan Penulis pada *Website Kesupermarket*

Berikutnya, konten *free delivery* juga dimasukkan ke dalam media sosial, maka penulis melakukan *layout* ulang dan *resize* ke dalam ukuran *post* media sosial, yaitu 600 x 600 *pixel*.



Gambar 3.20. *Post Media Sosial*

Penulis juga mengerjakan desain untuk media *offline*, yaitu *hanging mobile*. Konten *hanging mobile* hampir sama dengan media *online*, hanya saja ditambahkan icon *App Store* dan *Play Store*, serta gambar layar *handphone* yang sedang membuka *homepage website* KeSupermarket untuk menunjukkan bahwa telah hadir aplikasi KeSupermarket yang dapat diakses pada *mobile* baik dari aplikasi maupun *website*. Ukuran *hanging mobile* adalah 90 x 60 cm (orientasi *landscape*).

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 3.21. *Hanging Mobile Free Delivery* untuk Ranch Market & Farmers Market

Pembimbing lapangan meminta penulis untuk membuat *hanging mobile* sebanyak 2 versi, yaitu konten *free delivery* seperti pada gambar 3.21. dan konten untuk mengajak konsumen berbelanja di KeSupermarket. Pada versi kedua, gambar kurir *delivery* diubah menjadi kurir yang membawa paket barang belanjaan KeSupermarket.



Gambar 3.22. *Hanging Mobile KeSupermarket*

Hanging mobile ini akan dipasang pada beberapa toko Ranch Market dan Farmers Market. Setelah berdiskusi dengan *General Manager*, pembimbing lapangan menugaskan penulis untuk melakukan revisi pada *hanging mobile* dengan segera karena akan naik cetak untuk Farmers Market Samarinda. Revisi yang dilakukan adalah pada barang/paket yang diangkut oleh sang kurir, yaitu untuk diganti dengan produk-produk segar dan sehat seperti sayur dan buah.



Gambar 3.23. Hasil Revisi *Hanging Mobile* untuk Farmers Market Samarinda

Setelah revisi selesai, pembimbing lapangan melakukan diskusi kembali dengan *Operation Manager* dan *General Manager*, dan didapatkan hasil bahwa diperlukan revisi cara penyampaian kalimat untuk kedepannya karena promo *free delivery* tidak berlaku untuk jangka waktu yang lama. Kata 'gratis pengantaran' diubah menjadi '*now delivers*', untuk menunjukkan bahwa Ranch Market dan Farmers Market mulai saat ini dapat mengantar pesanan konsumen sehingga ketika berbelanja di Ranch Market atau Farmers Market yang berada di Mall, konsumen dapat memilih barang dan membayarnya di kasir (seperti proses belanja pada umumnya), namun barang belanjaan tidak perlu dibawa karena akan diantar langsung ke rumah konsumen oleh kurir yang bersangkutan.

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. Hasil Revisi *Hanging Mobile*

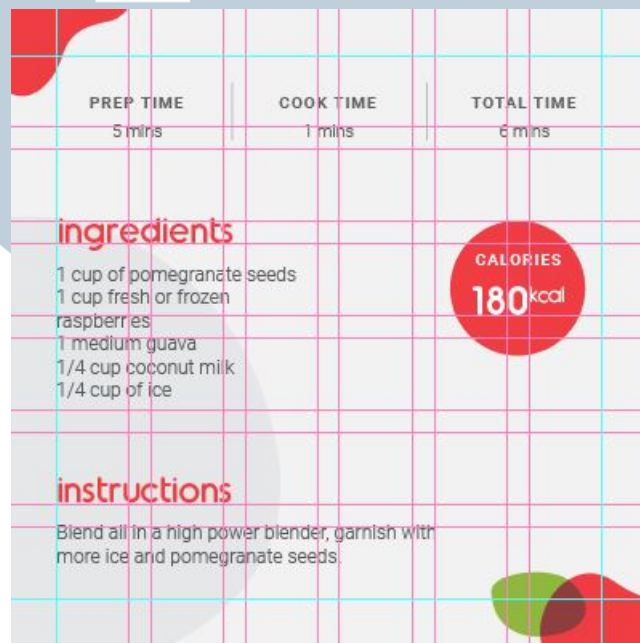
Terakhir, penulis diberi tugas membuat *wobbler* dengan tujuan menarik perhatian konsumen untuk mencoba pelayanan *delivery* yang disediakan oleh KeSupermarket. *Wobbler* berbentuk lingkaran dengan ukuran diameter 10 cm.



Gambar 3.25. *Wobbler* untuk Layanan 'Now Delivers'

3.3.1.3. Social Media Feeds

Project selanjutnya adalah perancangan *feeds* untuk media sosial, terutama Instagram. Identitas visual yang baru harus diaplikasikan dalam seluruh *post* pada sosial media. Pembimbing lapangan mengarahkan untuk membuat *feeds* terlihat sambung-menyambung walau masing-masing *post* memiliki konten yang berbeda. Pada *event* hari libur, ilustrasi dibuat dalam bentuk vektor, sedangkan untuk *post* regular sebisa mungkin menggunakan foto. Dimulai dari Hari Raya Nyepi, satu baris *post* berisikan konten dengan ilustrasi vektor.



Gambar 3.26. Grid untuk Post Media Sosial



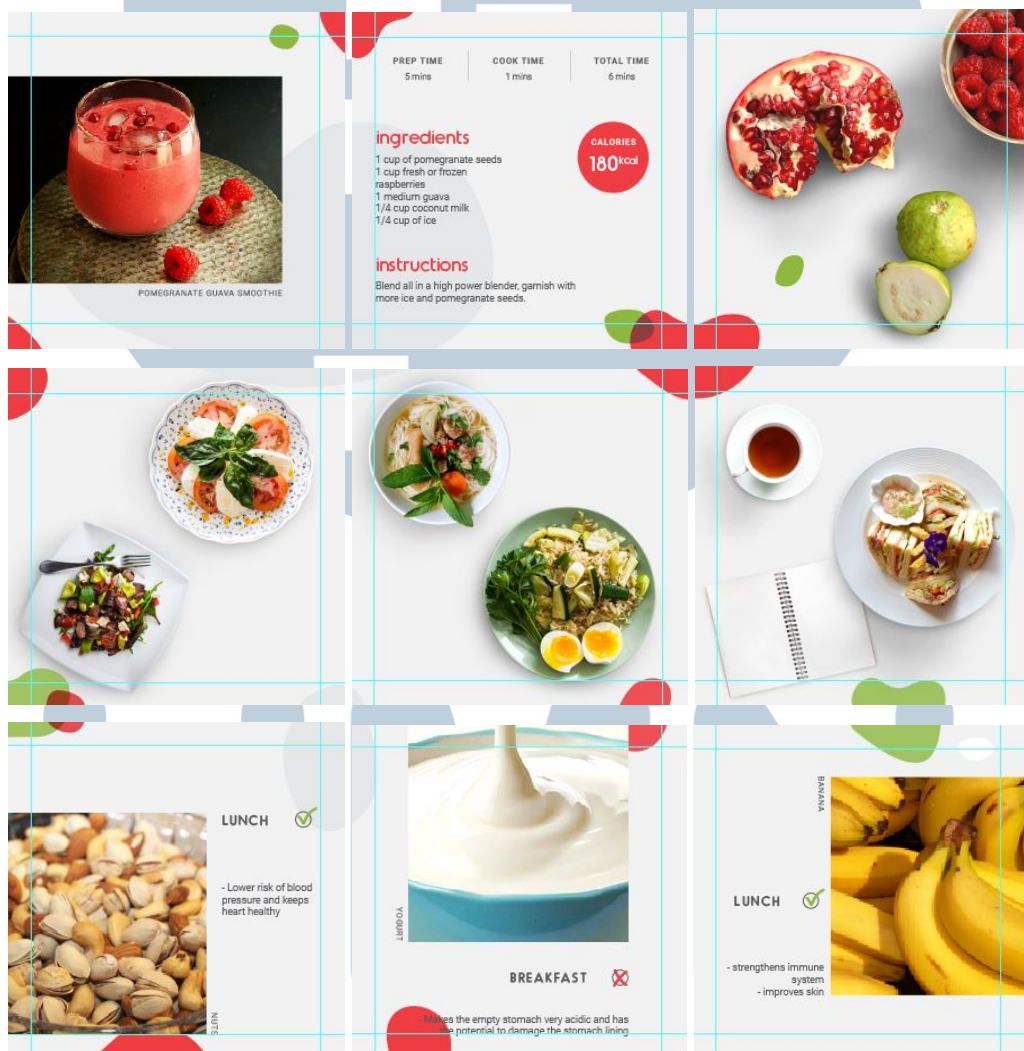
Gambar 3.27. Feed Media Sosial pada Perayaan Hari Raya Nyepi

Penulis menggunakan warna *background* yang sama dan meletakkan supergrafis sebagai elemen penguat identitas, dan sebagai penghubung *feeds*. Berikut ini adalah *post* yang penulis rancang.

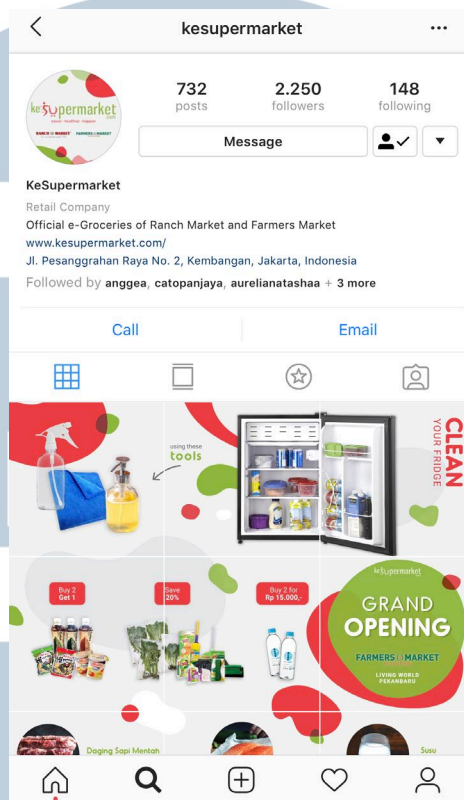


Gambar 3.28. Rancangan *Feeds* dengan Identitas Visual Baru

Hingga saat ini, penulis masih terus merancang *post* untuk *feeds* Instagram. Pembimbing lapangan meminta untuk melakukan *posting* sebanyak 3 buah setiap harinya. Oleh karena itu, satu baris *grid* memiliki tema yang sama, namun kontennya berbeda. Berikut ini adalah rancangan terbaru yang dibuat oleh penulis.



Gambar 3.29. Rancangan *Feeds* dengan Identitas Visual Baru

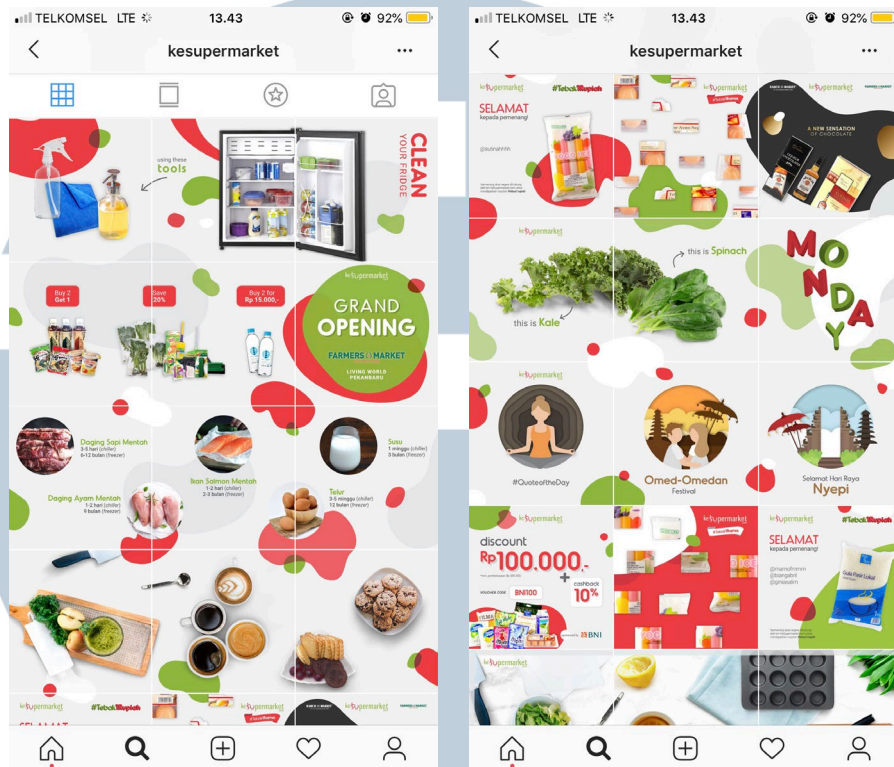


Gambar 3.30. Instagram Feed KeSupermarket



Gambar 3.31. Facebook KeSupermarket

Gambar 3.29. dan 3.30. adalah media sosial KeSupermarket yang sudah menggunakan identitas visual baru.



Gambar 3.32. Hasil Rancangan *Feed* Penulis pada Instagram KeSupermarket

3.3.2. Kendala yang Ditemukan

Selama melaksanakan praktik kerja magang pada PT Supra Boga Lestari divisi *e-commerce*, penulis mengalami beberapa kendala. Pertama, belum adanya *guideline* tetap untuk segala penerapan visual sehingga awalnya penulis kebingungan dalam membuat desain untuk di publikasikan. Karena tidak adanya *guideline*, mahasiswa desain grafis yang sebelumnya juga menjalani magang pada divisi ini membuat desain dengan sangat bebas tanpa warna, *style*, dan identitas korporat. Selain itu, penulis diminta tolong untuk membantu membuat *guideline* dan *brand identity* dari divisi ini. Namun, *manager* yang menaungi anak perusahaan ini hanya memberikan satu kata kunci dari identitas yang diinginkan, dan tidak memberikan referensi desain yang diinginkan. Hal tersebut membuat penulis kesulitan untuk menuangkan pikiran ke dalam *style* visual. Terakhir, *brief* dan konten hanya diberikan secara lisan dalam bentuk poin-poin pendek, sehingga sang *graphic designer* harus merangkai sendiri seluruh kata-kata untuk ditampilkan ke dalam *project* (terutama *web banner*), bahkan hingga melakukan

copywriting. Hal ini agak menghambat karena penulis tidak memiliki keahlian dalam melakukan *copywriting*.

3.3.3. Solusi Atas Kendala yang Ditemukan

Penulis akhirnya mendiskusikan perancangan *brand identity* dengan *Marketing Manager* yang juga merupakan *supervisor* penulis dan mendapat arahan serta gambaran untuk desain yang akan dijadikan *guideline*. Penulis juga melakukan konsultasi desain dan meminta kritik dan saran dari rekan kerja satu tim untuk terus memperbaiki kesalahan dan menjadi lebih baik. Komunikasi yang baik dapat membantu pekerjaan agar terus berjalan lancar, maka penulis membicarakan dengan *supervisor* mengenai pemberian konten yang sebaiknya diberikan dalam bentuk tertulis agar penulis dapat lebih memahami dan menuangkannya ke dalam visual dengan lengkap dan jelas, serta untuk tidak memberikan tugas *copywriting* sekaligus karena penulis belum memahami dan mendalami bidang tersebut. Akhirnya, sejak saat itu pemberian *brief* dan konten mulai dilakukan secara tertulis baik di kertas ataupun digital, dan penulisan *copywriting* dibantu oleh rekan kerja penulis yang memiliki posisi *Digital Marketing Communication Staff*.

