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.

Perpustakaan Univeristas Multimedia Nusantara

BAB III
PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1. Kedudukan dan Koordinasi

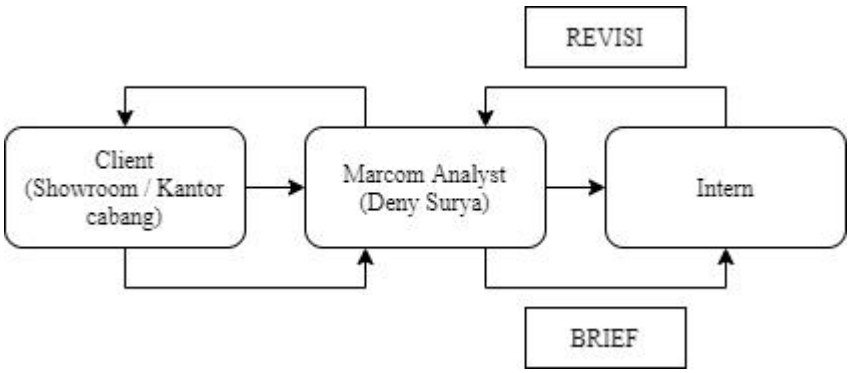
Dalam kerja magang atau *internship* ini, penulis menjadi bagian dari *graphic design intern* seperti yang dipaparkan di gambar 2.4. Bedasarkan gambar tersebut, penulis berkoordinasi dengan *Marcom Analyst* (*Marketing Communication Analyst*) yaitu Denny Surya. Penulis menerima *brief* serta revisi langsung dari Marcom Analyst. Berikut merupakan penjelasan lengkap mengenai kedudukan dan koordinasi penulis selama bekerja di PT. Astra International, Tbk – BMW Sales Operation.

1. Kedudukan

Penulis bekerja sebagai *Graphic Design Intern* yang berada di divisi marketing diabwah naungan *Marcom Analyst* sebagai supervisi. Supervisi memberikan tugas dan revisi secara langsung. Penulis ditempatkan pada divisi *marketing* karena pada divisi inilah paling banyak memerlukan jasa desain, khususnya dalam pembuatan promosi dalam bentuk fisik maupun digital.

2. Koordinasi

Alur koordinasi pada PT. Astra International, Tbk – BMW Sales Operation dimulai dari adanya permintaan dari kantor cabang atau dari kantor pusat. Permintaan tersebut diterima oleh *Marcomm Analyst* dan penulis langsung diberkan *brief,* setelah diberikan *brief*, penulis langsung mengerjakan tugas lalu diberikan ke *Marcom Analyst* untuk di tinjau lebih lanjut. Serta revisi juga diberikan oleh *Marcom Analyst* agar sesuai dengan kebutuhan kantor cabang dan atau standar perusahaan.



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	1	a) Voucher b) Undangan c) Konten IG d) Flyer	*a)* Voucher *Compliment* b) Undagan X5 Surabaya c) *Feed & Story* promosi Autofest d) Flyer Autofest
2	2	a) IG b) Backdrop c) Poster	a) *Feed & Story* Autofest dan Hari raya Galungan & Kuningan b) *Backdrop Service Point* SMB dan Pameran c) Poster *jobfair*
3	3	a) Visual b) Video c) *Vest* BMW d) Flyer	*a)* Visual *The Beaters Award* b) Video *The Beaters Trip* c) *Vest* BMW *Mobile Service* d) Flyer Imlek
4	4	a) Video b) IG *c) Mobile Service*	a) Video aktifitas cabang & banjir b) *Feed & Story* pembersihan evaporator, BMW *Lifestyle*, *test*

		d) Poster	*drive*, dan Mal Boemi Kedaton *c)* Visual grafis untuk mobil BMW *Mobile Service* d) Poster lowongan kerja Surabaya
5	5	a) Video b) Poster c) IG d) Kotak Tissue	*a)* Video *Test Drive from our home to your home* b) Poster *recruitment* jakarta c) *Feed & Story minigame*s dan *test drive* di rumah aja d) Kotak tissue BMW Astra pusat & Cabang
6	6	a) IG b) Banner c) Flyer	a) *Feed & story* pembersihan evaporator usedcar b) Banner penutupan bengkel sementara c) Flyer pembersihan evaporator
7	7	a) IG	a) *Feed & Story* jam operasi bengkel serpong dan promo BMW Seri 3.
8	8	a) IG	a) *Feed & Story* promo Tokopedia seri 3, 5, dan 7, promo bmw *mobile service*
9	9	a) IG b) Video	a) *Feed & Story* promo Tokopedia seri X1, X3, dan X5, *event Live* yoga bersama BMW Astra b) Video *talkshow* BMW Astra tema horor
10	10	a) IG b) Banner	a) *Feed* ig tips merawat mobil selama karantina

			b) Banner protokol pencegahan virus corona di *showroom* dan bengkel
11	11	a) Desain Semprotan b) IG Post c) Edit foto BMW	a) Desain semprotan kaleng (*air sanitizer*) b) Promosi pembersihan saluran udara BMW Astra dan air sanitizer gratis c) Edit foto rasio 1:1 BMW seri 3, 5, 7, X1, X3, X5 full spec
12	12	a) IG	a) *Feed & Story* Donasi Bersama TaniHub, jadwal operasi bengkel, perbandingan BMW X1 lama dan baru
13	13	a) IG b) Video c) Cover *yearbook*	a) *Feed & story launching announcement* BMW X6, hari raya kartini, *creative talk* b) Video *teaser* BMW X6 c) Cover *yearbook* untuk BMW Astra Pluit
14	14	a) Video b) IG c) Kartu ucapan	a) Video BMW X6 b) *Feed* BMW X6 *spec*, ucapan idul fitri, jadwal imsak, *talk event* mengatasi *anxiety* selama dirumah, *talk event bulding strong relationship* selama pandemic. c) Kartu ucapan idul fitri

3.3. Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Penulis mengerjakan berbagai macam projek selama melaksanakan magang atau *internship*. Namun dikarenakan adanya pandemi akibat dari maraknya penularan virus covid-19, banyak projek besar seperti pameran yang dibatalkan. Sehingga selama pelaksanaan magang atau internship kali ini, penulis hanya membuat konten promosi pada media digital dan media cetak

3.3.1. Proses Pelaksanaan

Dalam membuat sebuah desain untuk segala keperluan dari PT. Astra International Tbk – BMW Sales Operation, BMW pusat yaitu BMW Jerman sudah memberikan GSM untuk seluruh *dealer* BMW salah satunya adalah BMW Astra untuk digunakan sebagai panduan dalam mebuat sebuah desain. Pada tahun 2020 BMW meluncurkan logo dan *font* baru serta GSM baru yang jauh berbeda dengan desain sebelumnya.

Untuk seluruh pembuatan konten dalam bentuk digital maupun cetak, penulis diwajibkan untuk mematuhi GSM yang telah ditetapkan oleh BMW. Di dalam GSM tersebut diwajibkan untuk menggunakan logo BMW dalam hal ini logo BMW Astra, dan tulisan "Sheer Driving Pleasure" secara opsional pada media serta dapat ditaruh dimana saja. Dalam penulisan diwajibkan untuk menggunakan *font* BMW *Type Next Light* dan untuk *font* berjenis *regular* atau *bold* digunakan sesuai dengan kebutuhan. Penulis juga bisa memanfaatkan visual grafis yang diberikan oleh BMW berupa *gradient scheme* yang bisa digunakan dalam kebutuhan apapun.

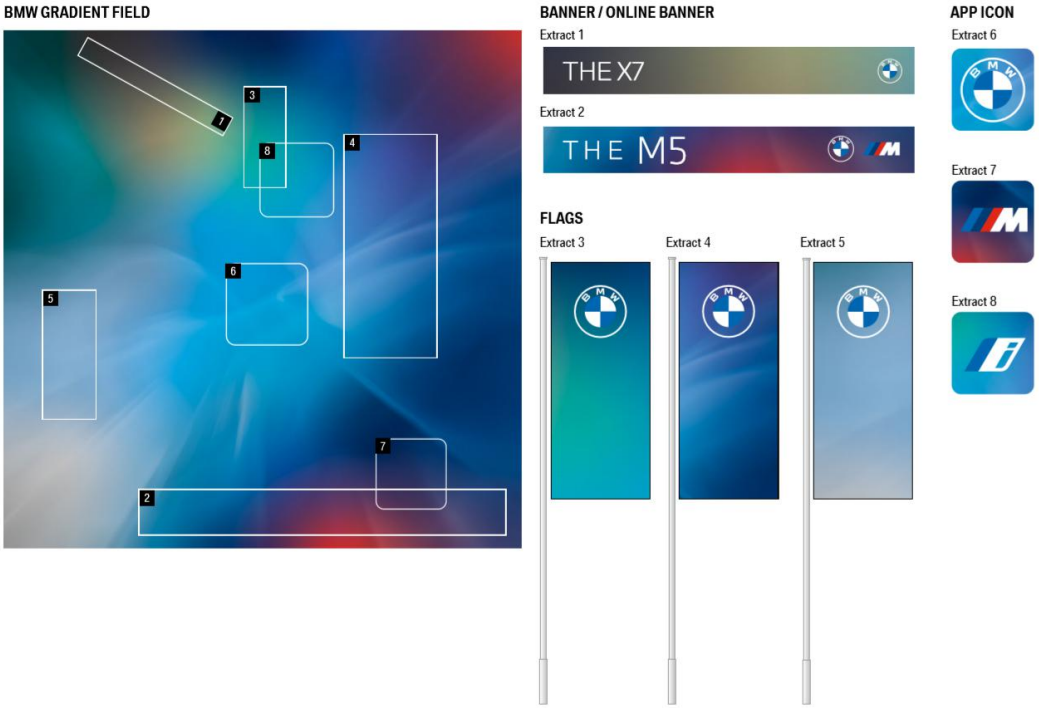
Dengan banyaknya aturan-aturan yang ada pada GSM, *layout* standar pada desain untuk promosi pada BMW terbilang kaku. Tetapi GSM BMW pada tahun 2020 lebih membebaskan *layout* untuk digunakan pada promosi. Namun yang paling penting adalah tetap memperhatikan jarak pada logo terhadap elemen visual lainnya. Layout standar bisa dilihat pada "gambar 3.7" hingga "gambar 3.10" serta untuk layout lain yang bisa diterapkan di dalam desain promosi BMW bisa dilihat pada "gambar 3.5". Penulis lebih sering menggunakan layout standar karena banyaknya informasi yang harus dimuat dalam desain.

Gambar 3.2. Logo BMW 2020

(Sumber : Dokumentasi Perusahaan)

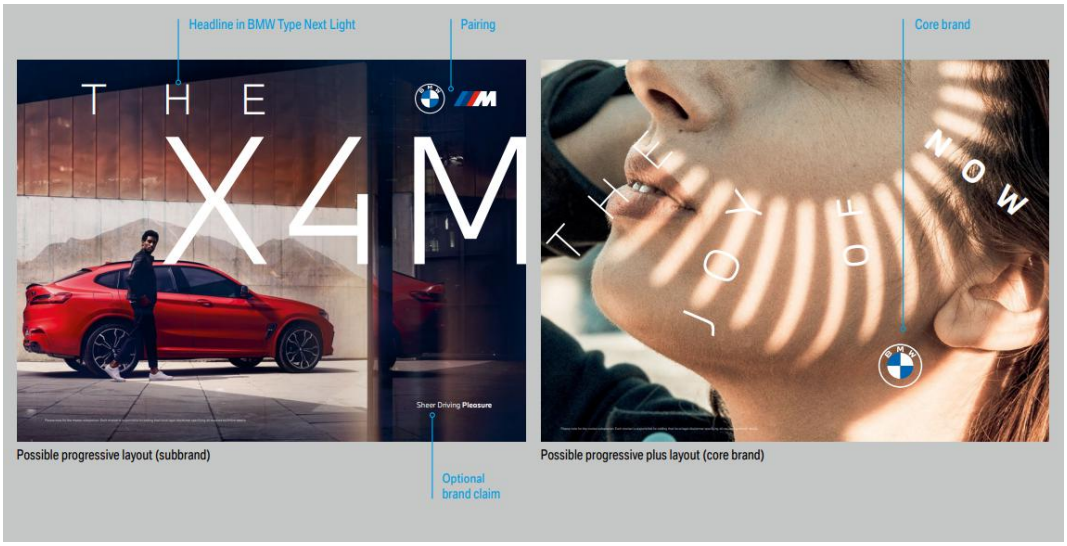
Gambar 3.3. *Font* BMW Type Next

(Sumber : Dokumentasi Perusahaan)



Gambar 3.4. *Gradient Field BMW* dan Contoh Penggunaan nya

(Sumber : Dokumentasi Perusahaan)



Gambar 3.5. Contoh *Layout* untuk Promosi BMW

(Sumber : Dokumentasi Perusahaan)

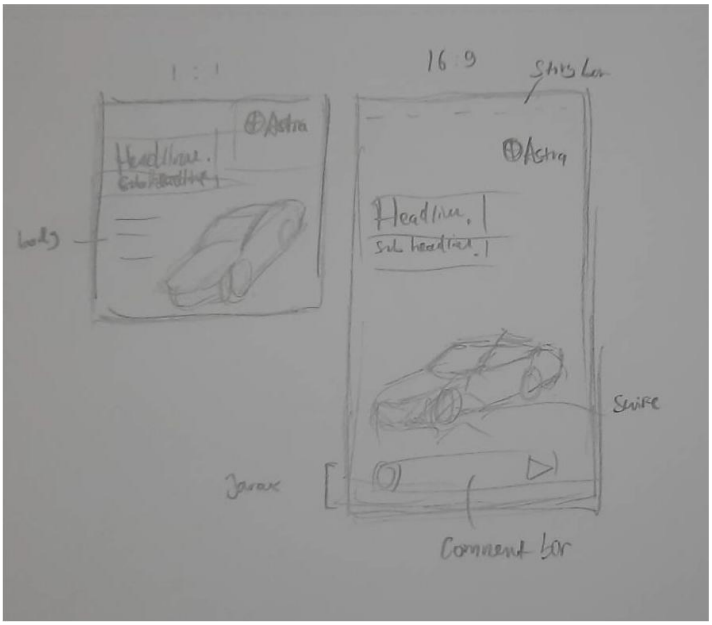
3.3.1.1. Feed & Story Instagram

Pembuatan *feed* dan *story* Instagram saat melaksanakan kerja magang atau *internship* biasanya dibuat untuk kebutuhan promosi ataupun kegiatan internal. Konten post dan story Instagram umumnya berisi tentang promo, pengenalan produk baru, ucapan hari raya, *event*, dan *minigames* berhadiah.

Dalam membuat konten untuk post dan story Instagram penulis mendapatkan foto resmi dari BMW melalui press.bmwgroup.com, untuk keperluan selain BMW seperti ucapan hari raya penulis mendapatkan foto melalui unsplash.com, dan untuk kegiatan event seperti *live* Instagram penulis juga melalui unsplash.com dan penulis mendapatkan foto pembicara dari supervisi.

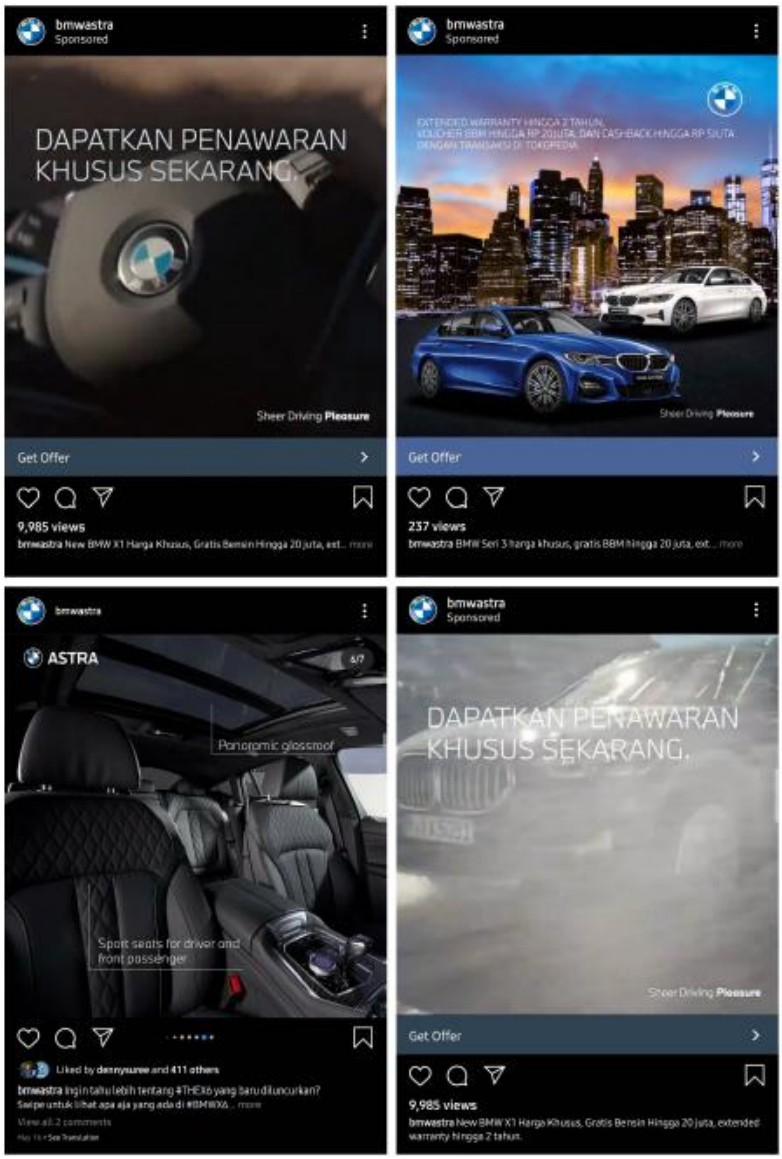
Pembuatan konten Instagram tersebut tentunya mengunakan standar yang telah ditetapkan oleh BMW seperti penggunaan logo, *font*, *layout*, dan modul. Serta dalam pembuatan video pun juga menggunakan standar yang telah ditetapkan oleh BMW. Untuk *wording* atau *copywriting* pada konten biasanya dibuat oleh supervisi, penulis sangat jarang untuk membuat *copywriting* sendiri karena *copywriting* yang telah dibuat bedasarkan hasil diskusi supervisi dan atasannya.

Dalam memberikan *brief*, supervisi biasanya menjelaskan konten apa yang diperlukan, contohnya jadwal bengkel atau promosi mobil, dengan begitu penulis bisa mencari gambar yang sesuai dengan kebutuhan. Kebutuhan-kebutuhan tersebut meliputi seri dan model mobil suasana dalam foto, serta kegunaan desain tersebut. Kegunaan desain tersebut biasanya hanya untuk *feeds* dan *story* namun terkadang ada yang digunakan untuk iklan di Instagram sehingga memerlukan tambahan berupa animasi *swipe up.*

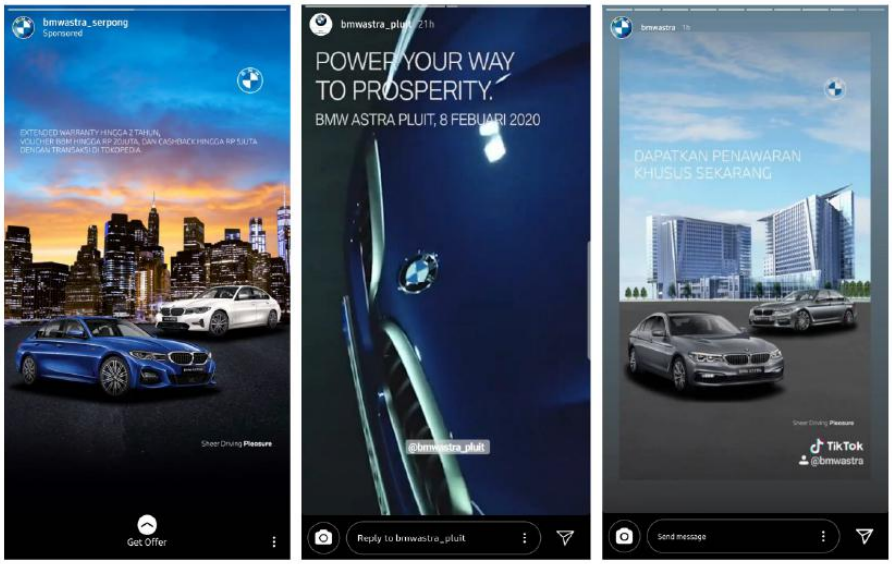


Gambar 3.6. Contoh Sketsa *Layout*

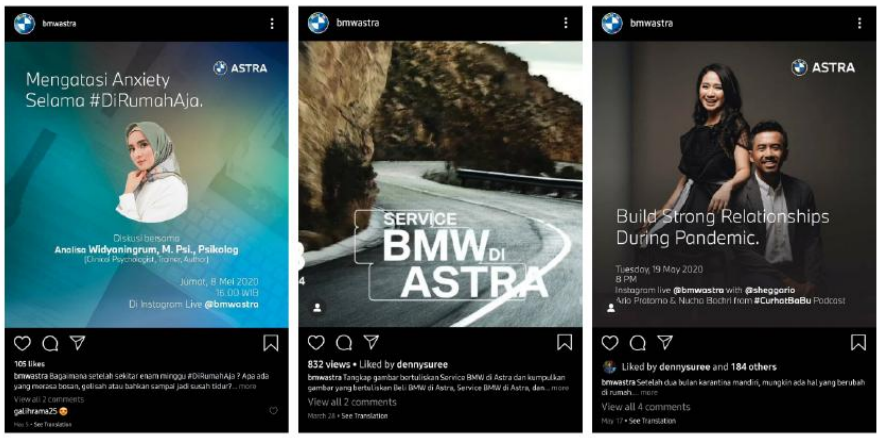
Contoh sketsa di atas merupakan *layout* utama yang akan digunakan secara terus menerus saat pembuatan konten Instagram. *Layout* tersebut sudah sesuai dengan GSM yang diberikan oleh supervisi. Penggunaan logo, *headline*, *sub headine*, *bodytext*, serta gambar pun sudah ditentukan aturan aturan nya pada GSM. Penulis hanya perlu bereksplorasi dengan susunan gambar dan tulisan. Berikut adalah desain untuk konten Instagram yang telah di unggah ke Instagram BMW Astra.



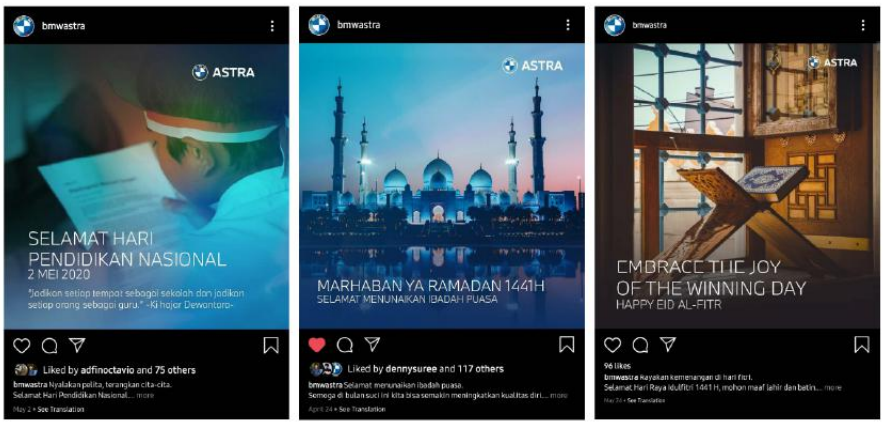
Gambar 3.7. Contoh Instagram *Feeds* Untuk Konten Promosi BMW



Gambar 3.8. Contoh Instagram *Story* Untuk Konten Promosi BMW



Gambar 3.9. Contoh Instagram *Feeds* Untuk Event



Gambar 3.10. Contoh Instagram *Feeds* Untuk Pengucapan Hari Raya

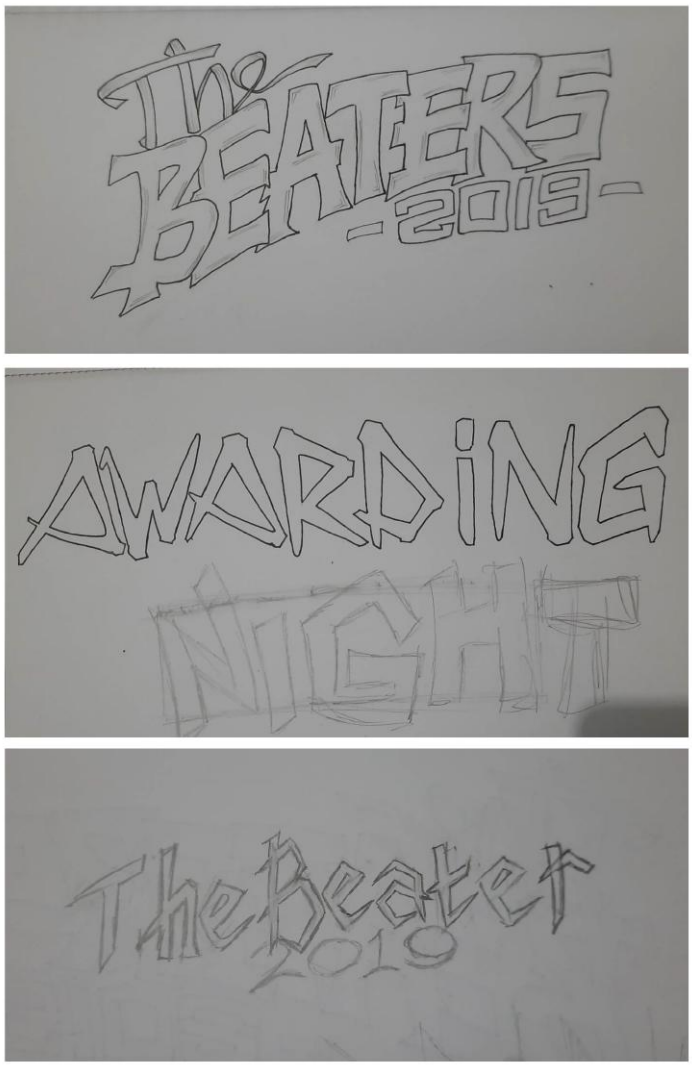
3.3.1.2. The Beaters Award

The Beaters Award merupakan sebuah event tahunan internal BMW Astra. *The Beaters Award* adalah sebuah ajang pemberian penghargaan untuk para karyawan-karyawan terbaik BMW Astra. *The Beaters Award* dibagi menjadi 2, yaitu *The Beaters Award Sales* dan *The Beaters Award After-Sales*. *The Beaters Award Sales* merupakan ajang pemberian penghargaan untuk para *salesman* terbaik yang telah menjual banyak unit BMW. Sedangkan *The Beaters Award After-Sales* merupakan ajang pemberian penghargaan untuk para seluruh karyawan BMW mulai dari *manager*, kepala cabang, kpala bengkel, hingga teknisi bengkel.

Dalam hal ini penulis diberi tugas untuk membuat visual dari acara *The Beaters Award Sales* dan logo untuk *The Beaters Award After-Sales*. The beaters sales bertema "*hypebeast*" dan *The Beaters Award After-Sales* bertema lebih formal.

Dalam membuat The Beaters Award Sales penulis diberikan sebuah brief berupa tema acara yang bernuansa "*Hypebeast*" dan ingin menampilkan sebuah *backdrop* yang digunakan untuk berfoto dengan visual grafitti. Karena acara tersebut merupakan acara internal, maka penulis diperbolehkan untuk menggunakan visual atau gambar graffiti yang ada dari internet. Serta undangan juga dibuat dengan ukuran 300x825 px untuk disebar melaui *e-mail.*

The Beaters Award Sales yang bertema "*Hypebeast*" dengan *headline* "*be HYPE be BEAST*" dibuat dengan menggunakan *font* yang memiliki kesan atau berdekatan dengan gaya grafitti. Awalnya penulis membuat sketsa sebagai gambaran untuk headline pada backdrop.



Gambar 3.11. Sketsa *Headline*

Namun ketiga sketsa di atas dinilai memakan banyak waktu untuk dibuat sehingga supervise menyarankan untuk menggunakan font yang memiliki gaya visual seperti grafitti. Tulisan "*Hype*" dan "*Beast*" menggunakan *font* Marsneveneksk dan "*The Beaters Night 2019*" menggunakan *font* Futura untuk *backdrop* dan *font Hypebeast* untuk undangan. Penulis membuat 3 macam alternatif untuk *headline* dengan menggunakan warna yang berbeda, namun yang dipilih adalah yang berwarna oranye dan kuning seperti yang ada pada gambar.

Gambar 3.12. *Headline* Alternatif

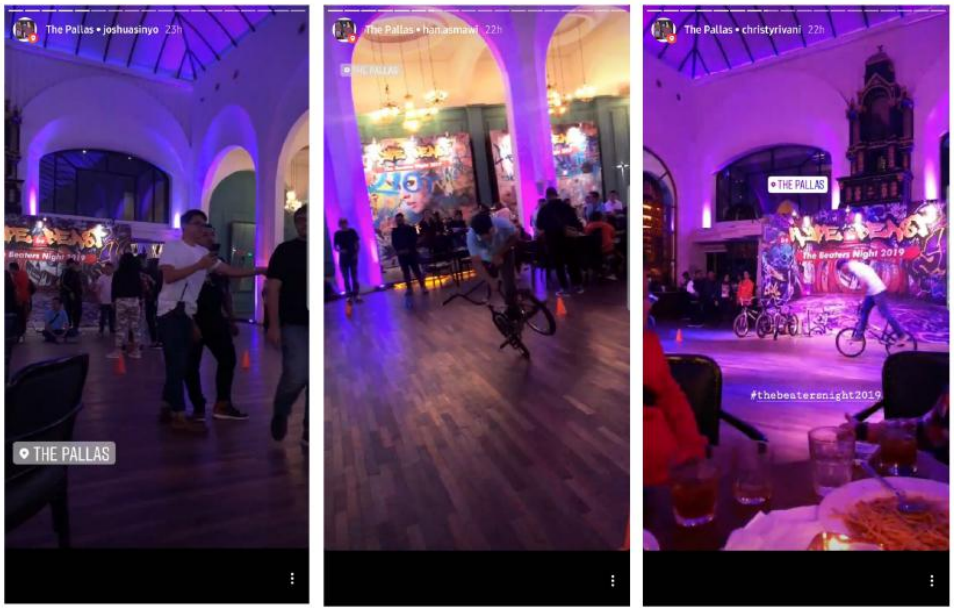
Sebelum menggunakan *headline* untuk ditaruh di depan *backdrop,* penulis mencari gambar yang sesuai dengan tema acara dengan menggunakan tembok atau visual yang memiliki gaya visual grafitti. Selain itu supervisi menginginkan gambar pada *backdrop* memiliki dimensi, sehingga ketika di foto seolah-olah terlihat seperti ruangan.

Gambar 3.13. *Background Booth* 3x3 Meter

Gambar 3.14. *Backdrop* Foto 3x6 Meter

Gambar 3.15. Undangan *Event*

Gambar 3.16. Penggunaan Backdrop Saat Acara *The Beaters*



Gambar 3.17. *Story* Instagram dari Pengunjung *Event*

Gambar 3.18. Logo *The Beaters Afte- Sales*

Gambar 3.19. Undangan *The Beaters After-Sales*

Pembuatan logo untuk *The Beaters After-Sales* tidak melalui banyak proses dan sebenarnya pembuatan logo ini terjadi secara tidak sengaja. Awalnya penulis mencoba untuk menata *font* seperti pada gambar 3.13, namun langsung dijadikan logo oleh supervisi saat beliau sedang memeriksa pekerjaan yang sedang dibuat oleh penulis. *Font* pada logo menggunakan *font Hypebeast* dan untuk *headline* dan *bodytext* menggunakan *font* Helvetica Neue.

3.3.1.3. Perancangan Desain Kemasan *Air Sanitizer*

Air sanitizer can atau yang biasa kita lihat sebagai kaleng disinfektan merupakan salah satu produk yang dibuat oleh BMW Astra sebagai bagian dalam mendukung pencegahan virus covid-19 di masa pandemi ini. *Air sanitizer* ini dibagikan secara gratis untuk seluruh pelanggan BMW Astra dengan syarat pelanggan harus melakukan servis terlebih dahulu unutk mendapatkan satu *air sanitizer* ini.

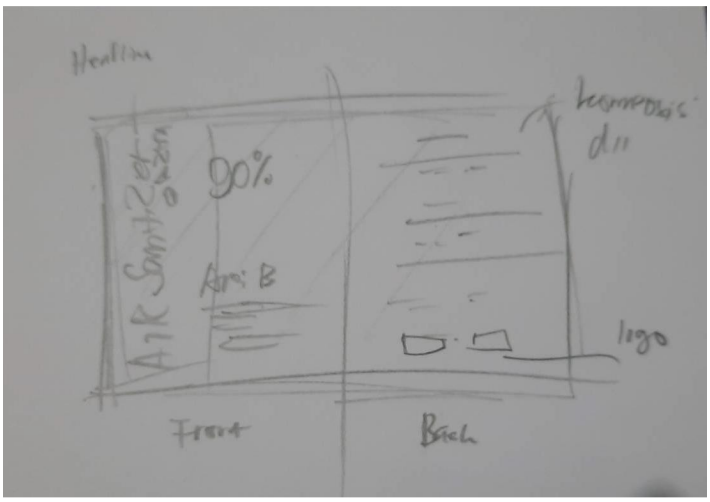
Gambar 3.20. Desain *Air Sanitier* Awal

Dalam mendesain kaleng *air sanitizer* ini awalnya dibuat oleh salah satu *agency* yang biasanya mendesain produk untuk BMW Astra. Namun menurut supervisi dirasa kurang cukup bagus, maka penulis diberikan tugas untuk mendesain ulang kaleng *air sanitizer* tersebut.

Penulis awalnya mencari referensi yang cocok untuk digunakan pada desain kaleng *air sanitizer* dengan *font* BMW yang baru. *Font* pada BMW yang baru memiliki kesan moderen sehingga penulis mencari referensi desain kaleng yang modern. Penulis mencari referensi tersebut melalui internet seperti pinterest dan behance.

Gambar 3.21. Contoh Referensi

Setelah melihat berbagai referensi penulis mulai membuat *layout* awal untuk desain *air sanitizer* yang baru. Penulis menggunakan *gradient* dari BMW sebagai latar belakang dan *font* resmi BMW untuk tulisan. Headline diletakkan secara vertical dan bodytext dibuat horizontal namun dengan ukuran yang lebih kecil untuk memberikan kontras.



Gambar 3.22. Sketsa untuk Label

Dari sektsa tersebut, penulis hanya perlu menuangkan desain tersebut kedalam bentuk digital. Semua tulisan pada kaleng awalnya hanya mengikuti dari desain sebelumnya, namun tulisan tersebut kemudian di ubah oleh supervisi. Penulis juga memberikan *mockup* sebagai gambaran bagaimana bentuk kaleng dengan desain yang telah dibuat. Berikut merupakan desain akhir dan realisasi dari desain kemasan *air sanitizer.*

Gambar 3.23. Desain *Air Sanitizer* Baru

Gambar 3.24. *Mockup* Desain *Air Sanitizer* Baru

Gambar 3.25. Realisasi Desain Kemasan *Air Sanitizer*

3.3.2. Kendala yang Ditemukan

Dalam pelaksanaan magang atau internship di PT. Astra International, Tbk – BMW Sales Operation, penulis menemukan beberapa kendala, diantaranya kendala teknis maupun kendala nonteknis. Kendala yang banyak ditemukan biasanya adalah kendala nonteknis.

Penulis mengalami kesulitan dalam hal komunikasi terutama di saat baru saja memasuki hari pertama kerja di PT. Astra International, Tbk – BMW Sales Operation. Penulis belum mengenal siapa dan apa jabatan rekan kerja yang berada di sekitar penulis kecuali supervisi sendiri.

Brief kerja yang diberikan oleh supervisi terkadang tidak lengkap, sehingga terjadi miskomunikasi yang menyebabkan terbuangnya waktu yang banyak untuk revisi dari pada melakukan pekerjaan yang lain. Biasanya *brief* yang kurang lengkap seperti ukuran, kegunaan desain, dan deadline yang ditetapkan.

3.3.3. Solusi Atas Kendala yang Ditemukan

Selama penulis melaksanakan kerja magang atau *internship*, solusi yang ditemukan biasanya merupakan hasil dari diskusi bersama dengan supervisi dan rekan kerja penulis. Dengan demikian, penulis bisa menjalin komunikasi dengan lebih baik sehingga penulis lebih akrab dengan sesame rekan kerja,

Dalam hal *brief* yang kurang lengkap, penulis memerlukan waktu untuk terbiasa dengan tugas apa yang biasanya diberikan. Sehingga ketika mendapatkan tugas, penulis biasanya langsung menanyakan detail yang diperlukan seperti, kegunaan, ukuran, dan konten nya. Dengan demikian, penulis bisa mengerjakan banyak tugas dengan cepat terutama jika ada revisi setelah di *review* kembali oleh supervisi.