



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, 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 yang bekerja sebagai desainer grafis, mengerjakan seluruh proyek di bawah pengawasan dari departemen *Marketing Communication*. Berikut penjelasan lebih dalam:

##### **1. Kedudukan**

Dalam proses mendesain, penulis bekerja sama dengan satu anak magang lain Liliani sebagai bawahan senior desainer yaitu Arief Setiawan. Untuk saat ini, mall hanya memperkerjakan Arief sebagai desainer tetap sehingga penulis dan Liliani masing – masing mengerjakan proyek yang berbeda. Andrian Saputra menjabat sebagai *head of Event & promotion* memiliki tugas lain sebagai pembimbingan lapangan. Beliau dan Meily Anggereini yang mengatur arahan kerja anak magang agar sesuai dengan alur dan jadwal eksekusi *Final Artwork*.

##### **2. Koordinasi**

Pemberian pekerjaan tidak diatur tiap minggu melainkan tiap bulan yang diberitahu secara langsung. Seluruh pekerjaan diberikan oleh *public relation* yang akan dieksekusi oleh tim desainer grafis dan tim *event organizer*. Tim *Public Relation* memiliki aset seperti *copywrite* dan foto yang akan dijadikan sebagai elemen desain. Penulis memiliki kesempatan untuk bertanya dan mengemukakan ide baik ke teman magang, senior desainer grafis bahkan ke rekan kerja lainnya. Hal ini sangat bermanfaat agar penulis dapat mempelajari lebih dalam tentang dunia kerja.

Proses asistensi beragam dan tergantung kebutuhan. Seperti pada tugas pembuatan *company profile*. Direktur menginginkan *company profile* yang baru oleh karena itu penulis harus melakukan asistensi dengan beliau. Namun penulis tidak dapat melakukan asistensi secara langsung dikarenakan beliau tidak selalu ada di kantor. Maka dari itu, penulis bekerja sama dengan dengan

Meily sebagai perantara komunikasi. Dengan cara mengirim hasil *Final Artwork* dalam bentuk format PDF. Lalu dikirim ke email Meily yang kemudian dikirim ke *email* direktur.

Desain – desain lainnya seperti promosi, *signage, hoarding*, dan sebagainya akan diasistensi oleh desainer senior. Proses asistensi juga dapat dilakukan ke Andrian atau Meily namun karena Arief yang paling terlibat, maka disarankan untuk melakukan asistensi dengan beliau.

### 3.2. Tugas yang Dilakukan

Tabel 3.1. Detail Pekerjaan Yang Dilakukan Selama Magang

No.	Minggu	Proyek	Keterangan
1	1	<i>Sweet Temptation</i>	Membuat desain untuk <i>wobler, boomgate, email blast, dan standing poster</i>
2	2	HYS Salon, <i>Hoarding</i> BLTS	- Membuat desain poster untuk HYS Salon - Membuat ilustrasi tema korea untuk hoarding BLTS
3	3	Hoarding BLTS	Membuat ilustrasi tema interaktif 3d
4	4	Hoarding BLTS	Membuat ilustrasi tema cinta
5	5	Pengumuman Winner of #POETRYATMAS, <i>Just For Us</i>	- Membuat <i>feed</i> instagram untuk pengumuman <i>Winner of #POETRYATMAS</i> - Membuat <i>feed</i> instagram dan <i>standing poster</i> untuk <i>Just For Us</i>
6	6	Animasi sederhana “ <i>Catch the Flamingo</i> ” dan “ <i>Catch the Butterfly</i> ”	Membuat animasi interaktif untuk <i>instagram story</i>
7	7	<i>Food and Delivery</i>	- Membuat informasi <i>delivery</i> yang tersedia selama pandemik

8	8	Selamat Paskah, <i>Company Profile</i>	- Membuat <i>feed</i> instagram selamat paskah
9	9	Video RAN	Mengkolaborasikan seluruh pekerja tim <i>marketing communication</i> untuk bernyanyi lagu RAN

### 3.3. Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Tim *Public relation* akan memberi rincian kerja pada tim desainer secara langsung. Pada umumnya, tim *public relation* memberi rincian kerja kepada desainer senior terlebih dahulu yang kemudian diturunkan ke anak magang. Mengingat bahwa desainer di mall sangat sedikit, desainer senior dan anak magang minimal wajib memegang 1 proyek yang dikerjakan penuh tanpa melibatkan desainer lainnya. Sebagai contoh, proyek *Food and Delivery* hanya penulis saja yang mengerjakan secara penuh sehingga tidak dilempar ke desainer lainnya.

#### 3.3.1. Proses Pelaksanaan

Penulis mengerjakan berbagai macam jenis desain untuk kebutuhan mall seperti *feed instagram*, poster, tembok *hoarding* dan lain – lainnya. Berikut penjelasan setiap desain yang telah dikerjakan:

##### 1. *Sweet Temptation*

*Sweet Temptation* merupakan sebuah promosi khusus untuk minuman dan makanan ringan yang diadakan pada tanggal 18 Februari 2020 hingga 15 Maret 2020. Tugas ini merupakan tugas yang pertama kali penulis kerjakan ketika masuk. Media yang dibutuhkan terdapat 18 media termasuk media cetak dan digital. Dikarenakan 15 media lainnya sudah selesai, maka penulis diberi tugas oleh desainer senior untuk membuat *boomgate* (90cm x 45cm), *email blast* (1080 px x 1920 px), dan *wobler* (d=15cm). Seluruh aset desain juga diberikan dari beliau.

Foto-foto merupakan aset dari senior yang digunakan sebagai daya tarik pengunjung. Es krim digunakan untuk mempresentasikan kata *Sweet* yang artinya manis. Warna merah muda kemudian digunakan sebagai salah satu warna utama. Karena merah muda tersebut diambil dari gambar eskrim tersebut. Kemudian hijau muda ditambahkan sebagai penyeimbang dari merah muda tersebut.

Font yang judul *Lobster 1.4*. Garis lengkung pada *font* memberi kesan yang luwes dan ceria. Kemudian teks pendukung menggunakan *font Gotham Medium* dan *Bold* yang dimana garis stroke tersebut tebal sehingga dapat dibaca dengan mudah.



Gambar 3.1. Boomgate, standing poster, dan wobler Sweet Temptation

## 2. HYS Salon

Salon HYS merupakan salon kecantikan jepang yang didirikan oleh Yoshihiro Hayashi. Beliau sendiri yang menjadi tukang cukurnya bersama dengan rekan – rekannya yang memiliki pengalaman tinggi dari jepang. Salon tersebut mengadakan 50% diskon untuk para pengunjung yang baru pertama kali menggunakan jasa mereka untuk periode 20 Januari 2020 hingga 30 Juni 2020.



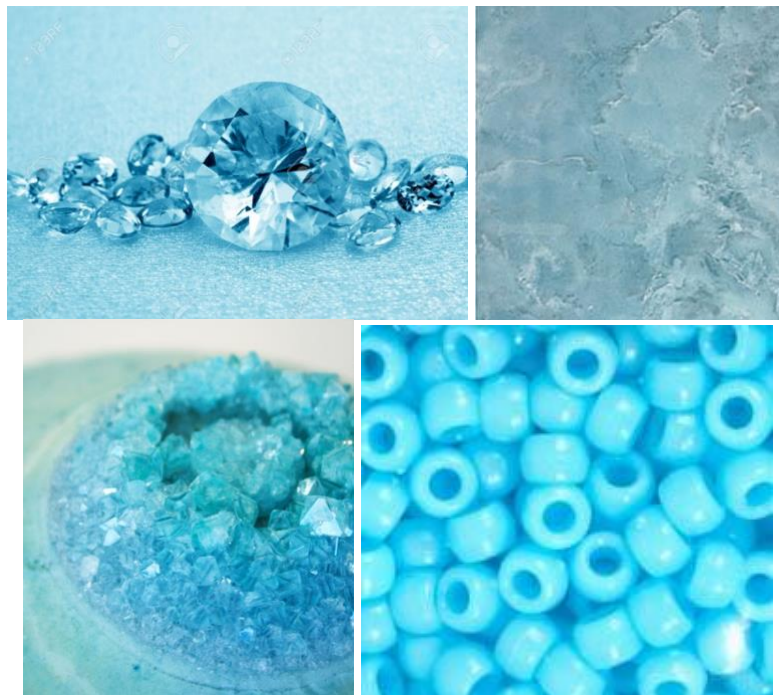
Gambar 3.2. *Standing poster* untuk HYS salon

Pada desain tersebut, penulis diminta oleh desainer senior untuk membuat sebuah promosi salon dalam bentuk poster. Dengan berukuran A2 yang diberdirikan menggunakan tiang *standing* di depan pintu salon HYS. Pemilik memiliki permintaan untuk menggunakan warna biru muda sebagai warna dasar untuk menyesuaikan desain yang sudah ada pada halaman website resmi HYS.

Dalam proses pengerjaan HYS, penulis menggunakan beberapa aset foto untuk di susun rapi yang kemudian di masukan kedalam sebuah *vector* berbentuk muka wanita. Foto model berbaju jingga diletakan di paling depan agar menjadi daya tarik konsumen berkat wajahnya yang menarik. Selain itu pose modelnya memenuhi satu bingkai foto sehingga resiko

kepotongnya sedikit. Sedangkan untuk foto – foto lainnya harus diatur ulang karena beberapa foto memiliki orientasi yang berbeda. Komposisi pose setiap foto berbeda – beda sehingga penulis harus menyeleksi ulang agar meminimalisir terpotong ketika di *clipping mask* dengan *vector* wajah wanita. Mengingat bahwa target konsumen salon tersebut adalah wanita muda maka penulis membuat *vector* kepala wanita.

Penulis menggunakan latar belakang biru muda. Penulis mengumpulkan beberapa foto yang digunakan untuk *moodboard*. Warna biru muda memberikan rasa sejuk dan nyaman ketika pengunjung melihat warna tersebut.



Gambar 3.3. *Moodboard HYS salon*

(Sumber: google.com, 123rf.com)

Kemudian penulis menggunakan font *Engravers MT* sebagai tulisan 50% dan font *Lato* untuk *bodytext*nya. *Engravers MT* merupakan font yang memiliki garis *stroke* yang tipis sehingga memberi kesan mewah pada desain. Font *Lato* cocok digunakan sebagai *bodytext* dikarenakan keterbacaannya yang mudah

Dikarenakan foto – foto tersebut berukuran besar maka penulis meletakkan *copyright* di bawah kanan. Penulis bereksperimen meletakkan

*copywrite* dibebberapa tempat seperti kanan atas, dan tengah kanan namun hasilnya terlalu sesak. Logo HYS diletakan bawah kiri dengan latar belakang putih agar logo makin kelihatan berkat kontras antara warna hitam logo dan putih.

Revisi hanya dilakukan sekali saja. Logo yang awalnya diletakan di pojok atas kiri dipindah ke kiri bawah. Program yang digunakan *Adobe Illustration* sebagai pembuat *vector* dan *Adobe Photoshop* untuk meletakan template logo dan *footer*. Modular scale digunakan sebagai panduan *layouting* dikarenakan posisi elemen desain yang sedikit.

### 3. Hoarding

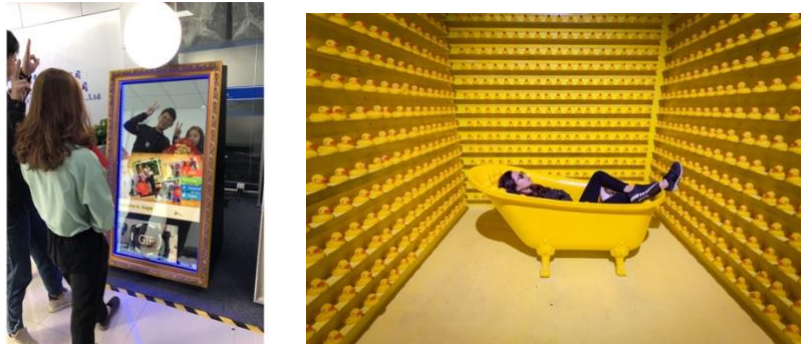
Pihak manajemen mall memiliki strategi untuk hoarding dengan tembok putih yang polos. Daripada dibiarkan polos, pihak manajemen memberi tugas pada desainer untuk membuat ilustrasi untuk tembok tersebut untuk menambah daya tarik pengunjung melakukan foto selfie.

Desainer senior, Arief, membagi beberapa lokasi hoarding yang akan ditempel. Penulis mendapatkan lokasi bersebelahaan dengan kios Bakso Lapangan Tembak Senayan dengan berukuran 310 cm x 860 cm. Bahan kertas untuk dicetak menggunakan flexi cina.

Penulis tidak hanya ingin membuat desain yang rata namun ingin memberi kesan 3D agar lebih menarik di mata pengunjung. Maka dari itu, penulis memulai mencari beberapa referensi dengan kata kunci *interactive 3D painting* dan *photobooth ideas*.







Gambar 3.4. Referensi desain *hoarding*

(sumber: [www.google.com](http://www.google.com), [www.pinterest.com](http://www.pinterest.com))

Pada konsep pertama, penulis menggunakan tema *vintage*. Penulis membuat ilustrasi semi tiga dimensi dan membuat parodinya dari lukisan terkenal bernama “American Gothic”. Didalam lukisan tersebut terdapat sebuah garpu jerami yang seolah – olah ditarik oleh pengunjung.

Sketsa hanya digunakan untuk membuat anatomi tubuh dan ekspresi yang kemudian dikirim ke laptop. Hasil dari sketsa kemudian ditracing menggunakan *pentool* di *Adobe Illustration*. Sebagian wajah karikatur diambil dari proyek penulis sebelumnya dan sebagiannya lagi merupakan duplikasi dari karakter utama. Warna menggunakan warna kusam untuk memberi kesan tempat tinggal zaman dahulu sekitar tahun 1930an.



Gambar 3.5. Sketsa berdasarkan *American Gothic*



Gambar 3.6. *Moodboard Hoarding American Gothic & warna*  
(Sumber: [www.google.com](http://www.google.com), [www.pinterest.com](http://www.pinterest.com))

Untuk menambah kesan timbul pada lukisan, penulis memberi jarak pada lukisan utama, lemari buku, foto karikatur lainnya, rak meja beserta isinya, dan cermin. Jarak yang diberikan beberapa centimeter dari tembok sehingga bisa dilihat oleh pengunjung dari jarak yang jauh. Ada alat properti asli seperti sofa merah yang dapat digunakan untuk duduk dan melakukan *selfie*.



Gambar 3.7. Lukisan utama



Gambar 3.8. *Final Artwork* dari desain *American Gothic*



Gambar 3.9. *Mock up* Ilustrasi *hoarding* dari *American Gothic*

Selanjutnya penulis menggunakan tema tradisi korea. Mengingat bahwa di Indonesia tren budaya, musik atau sejarah tentang korea selatan masih sangat diminati. Masih menggunakan teknik semi tiga dimensi, dua karakter utama timbul dari tembok yang seolah-olah berada di dunia nyata.

Penulis memberi pertanyaan singkat kepada beberapa karyawan wanita di kantor dan beberapa wanita teman penulis yang tertarik pada dunia korea selatan. Berdasarkan hasil jawaban – jawaban yang sudah terkumpul dapat disimpulkan bahwa dunia hiburan musik film, dan budaya korea merupakan dua hal yang paling digemari saat ini. Maka penulis memilih tema budaya korea seperti rumah adat “*hanok*” dan pakaian adat “*hanbok*”.



Gambar 3.10. Ilustrasi hoarding dari Korea

#### 4. *Just for Us*

*Just for Us* merupakan promosi diskon yang ditujukan untuk mahasiswa Binus, dan *Swiss German University*. Terdapat beragam macam penawaran yang ditawarkan setiap tenan mulai dari diskon 10% hingga 50%, harga khusus, dan produk gratis. Penulis diberi tugas untuk membantu desainer Senior menyelesaikan *standing* poster dan beberapa *instagram feed* yang sebagian telah dikerjakan beliau.



Gambar 3.11. Desain *standing* poster *Just for Us*





Gambar 3.12. Desain *instagram feed Just for Us*

Warna menggunakan warna pastel yang berupa biru muda, merah muda, kuning muda, dan warna putih sebagai *vector* gemoterisnya. Warna pastel tersebut memiliki kesan yang santai dan muda. Sehingga warna tersebut cocok digunakan untuk target anak muda.

Seluruh asset tersebut telah disediakan oleh desainer senior sehingga penulis hanya mengatur *layout*nya saja. Penulis diberi tugas untuk mengatur tata letak seluruh logo dan beberapa teks pendukung. Revisi dilakukan sebanyak 3 kali, yang pertama menukar logo HYS dengan logo shida, menambahkan informasi tambahan tentang promo, dan menambah satu logo baru.

## 5. *Company Profile Mall @ Alam Sutera*

Hendra selaku direktur mall @ Alam Sutera, berencana untuk memperbaharui desain – desain tentang identitas perusahaan mall seperti *merchandise*, dan *company profile*. Penulis diserahkan tanggung jawab untuk merobak ulang *company profile* yang telah dibuat pada tahun 2019 menjadi lebih modern. Hasil akhir desain dalam bentuk *file power point* untuk kebutuhan presentasi kepada calon klien.

Terdapat beberapa kekurangan terhadap *company profile* sebelumnya. Pertama, kurangnya visual yang dapat digunakan sebagai penyeimbang sebuah desain. Jika dilihat keseluruhannya, latar belakang terlihat sangat polos dan satu *frame* dipehuni oleh foto – foto. Kedua, warna

biru dan ungu sebagai warna utama kurang nyaman untuk dilihat. Terakhir, kurangnya variasi komposisi layout.

Desainer senior memberi kebebasan penuh pada penulis untuk membuat beberapa alternative yang dapat dipilih dengan mudah. Namun, beliau menyarankan minimal tiga alternatif.



Gambar 3.13. *Company profile 2019*

Pertama – tama, penulis mulai mencari beberapa referensi melalui internet. Penulis mengakses beberapa situs desain terbaik seperti [www.behance.net](http://www.behance.net), [www.pinterest.com](http://www.pinterest.com), [www.dribbble.com](http://www.dribbble.com) dan lain sebagainya. Setelah mengumpulkan beberapa referensi, penulis memutuskan untuk menggunakan gaya desain *Memphis*. Warna kuning dan

ungu terinspirasi dari *Lakers Basketball team*, warna merah muda biru tua dari warna perusahaan, terakhir putih hijau dari.

*Montserrat* dan *Arial* merupakan font yang digunakan oleh penulis. Font *Montserrat* memiliki garis *stroke* yang tebal untuk memberi kesan yang tegas sedangkan *Arial* digunakan untuk *bodytext* karena keterbacaannya yang muda. Proses pengerjaan menggunakan *Adobe Illustrator*.



Gambar 3.14. Alternatif 1



Gambar 3.15. Alternatif 2



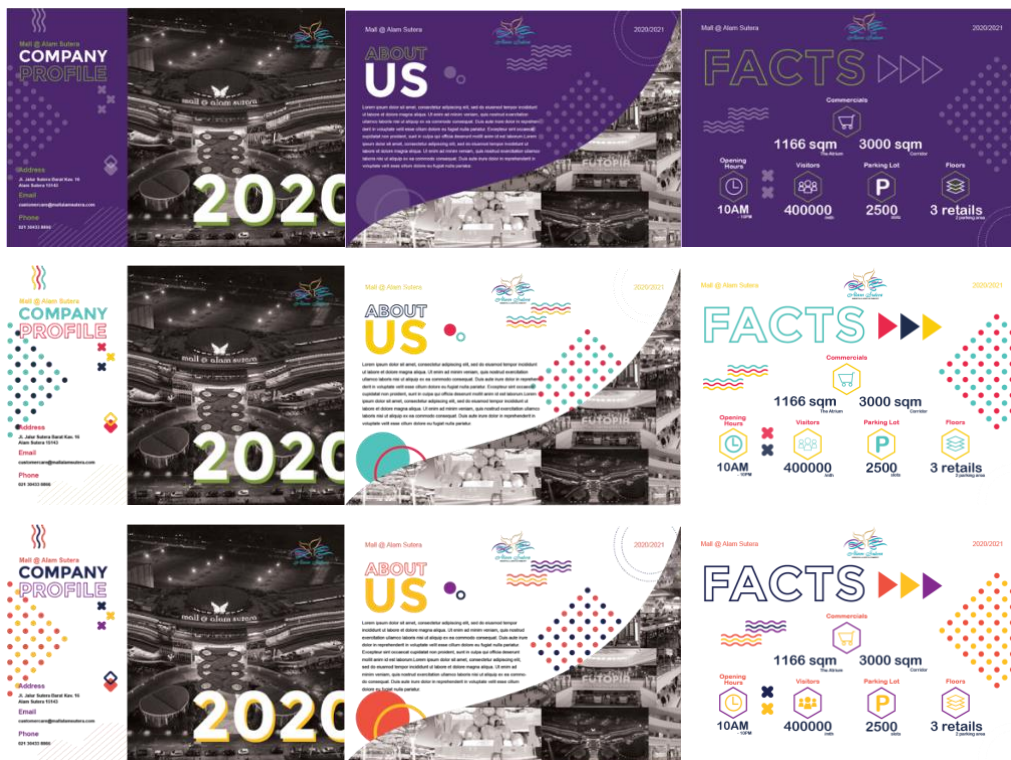
Gambar 3.16. Alternatif 3

Ketiga alternatif tersebut kemudian dikirim melalui email pribadi Meily yang kemudian dikirim lagi ke direktur mall. Proses asistensi pertama berlangsung selama dua hari setelah desain jadi. Direktur akhirnya memilih alternatif pertama karena menurut beliau desain *Memphis* tersebut sederhana dan bervariasi namun



nyaman untuk dilihat. Namun, warna kuning dan ungu memberi kesan terlalu norak sehingga penulis dikerahkan untuk membuat alternatif warna baru.





Gambar 3.17. Alternatif 1 dengan warna yang beragam

Penulis membuat alternatif sebanyak delapan desain. Warna biru tua, ungu, abu – abu, dan pink merupakan warna yang diinginkan oleh direktur dan Arief. Sisanya penulis terinspirasi dari acara tahunan UMN yang bernama Maxima 2019. Hal ini dilakukan karena direktur menginginkan banyak pilihan yang sekaligus dapat didiskusikan dengan rekan kerja lainnya. Namun, direktur menolak semua hasil dikarenakan desainnya terlalu ramai dan kurang professional. Penulis langsung membuat 3 alternatif baru dengan beberapa aset ilustrasi yang diberikan oleh desainer senior.



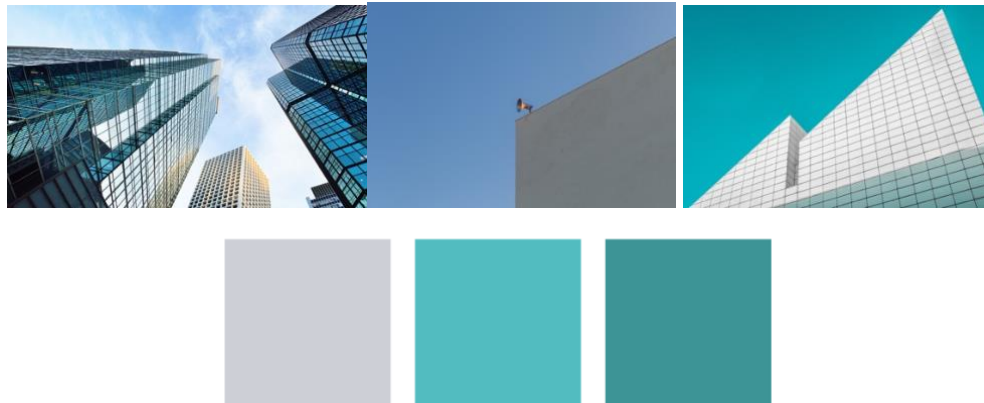


Gambar 3.18. Alternatif baru setelah revisi

Penulis langsung membuat 3 alternatif tersebut setelah menggabungkan dari beberapa aset *Memphis* ke dalam desain baru. Pada revisi ini, desainer senior memberi masukan untuk memberi foto atau ilustrasi yang dapat digunakan penulis agar desain tidak terpaku pada teks saja. Hasil revisi langsung dikirim kembali ke Meily yang pada akhirnya direktur memilih desain alternatif pertama.



Gambar 3.19. Beberapa halaman hasil akhir desain *company profile*



Gambar 3.20 Moodboard company profile dan warna

Warna dasar yang digunakan adalah hijau *tosca* yang dipadukan dengan warna putih sebagai latar belakang. Penulis memilih warna hijau *tosca* tersebut karena mempunyai arti profesional, aman, dan nyaman. Sebagai penambah visual, penulis memberi beberapa foto *black and white* yang kemudian *dicrop*. Warna *black and white* diterapkan pada seluruh foto agar warna asli dari foto tidak terlalu mencolok.

Font yang digunakan hanya satu yaitu *Montserrat*. Penulis hanya menggunakan satu jenis *font* karena *font* tersebut memiliki beberapa jenis ketebalannya masing-masing seperti *bold*, *medium*, *italic bold*, *thin* dan sebagainya. Dikarenakan *font* tersebut bervariasi, maka *font* yang digunakan dapat seragam untuk digunakan pada judul dan *bodytext*. Jenis *layout* yang digunakan adalah jenis *modular scale* karena elemen yang digunakan sangat banyak sehingga perlu ditata setiap halaman.

Terakhir, penulis diberikan beberapa file ilustrasi yang didapat dari senior agar menghemat waktu dan mempermudah pengerjaan. *Final Artwork* berupa file *powerpoint* sebanyak 23 halaman.

### 3.3.2. Kendala yang Ditemukan

Terdapat 4 kendala yang penulis alami selama bekerja di mall pada awal – awal bekerja.

Tidak ada akses untuk menggunakan fasilitas komputer selama beberapa hari yang menjadi kendala pertama. Hal ini disebabkan karena ID karyawan yang

sudah tidak bekerja lagi masih tertanam di komputer. Selain itu, penulis juga belum mempunyai ID untuk mengaksesnya. Mengingat bahwa seluruh aset dan dokumen penting terdapat di komputer tersebut maka penulis harus menggunakan alternatif lain.

Yang kedua adalah tidak ada akses internet. Pihak mall menyediakan fasilitas internet hanya pada komputer. Karena komputer belum bisa digunakan maka penulis menggunakan alternatif lain.

Selanjutnya penulis mengalami kesulitan dalam menentukan *layout* desain. Terdapat beberapa tugas yang mewajibkan mengisi seluruh *copywrite* dalam satu *artboard* seperti *feed instagram*.

Terakhir, penulis mengalami kesulitan dalam berkomunikasi. Mengingat COVID 19 sedang melanda, penulis terpaksa berkomunikasi menggunakan sosial media atau lebih tepatnya *Whatsapp*. Bertukar pikiran dengan karyawan lain membutuhkan waktu lebih karena karyawan tidak selalu melihat *smartponenya* setiap saat.

### **3.3.3. Solusi Atas Kendala yang Ditemukan**

Penulis diarahkan oleh desainer senior untuk meminta bantuan akses pada tim IT. Akses komputer dan internet dikerjakan oleh tim IT selama kurang lebih 2 jam. Sebelum memiliki akses komputer, penulis menggunakan laptop pribadi agar dapat mengerjakan tugas – tugas yang diberikan. Akses internet sementara menggunakan *mobile hotspot* pribadi. Penulis tetap menggunakan laptop sampai bisa menggunakan komputer selama kurang lebih 2 minggu.

Dalam kendala layouting, penulis banyak melihat referensi dari situs – situs dan bertanya dengan desainer senior. Selain bertanya dengan desainer senior, penulis juga bertanya dengan rekan-rekan kerja lainnya. Hal ini dapat dijadikan masukan yang menarik dari pandangan orang yang awam dengan desain.