

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1. Kedudukan dan Koordinasi

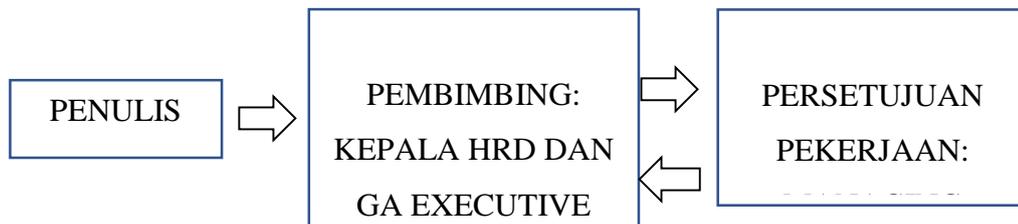
PT ASHA SOLUSINDO merupakan salah satu perusahaan berbasis *fieldwork* Agency berkompeten di jasa khususnya untuk pengumpulan data riset pemasaran dan merupakan sampai saat ini perusahaan ini merupakan supplier dari salah satu Research Agency terbesar di Indonesia. Informasi ini diperoleh melalui komunikasi dengan Managing director (Ibu Dwi Yudaningsih) dan Kepala HRD dan GA Executive PT Asha Solusindo (Bp Yosef William Pongoh). Penguatan pernyataan ini juga tertuang di laman <https://www.ashasolusindo.com/index.html>.

1. Kedudukan

Berdasarkan pada koordinasi secara yang dilaksanakan secara virtual pada saat mulai magang pada tanggal 5 April 2021 maka penulis di dalam perusahaan tersebut berada di bawah koordinasi Bpk Yosef William Pongoh selaku Kepala HRD dan GA Executive, PT. ASHA SOLUSINDO. Penulis ditempatkan dalam jabatan Team support assistant dengan tugas menyiapkan kelengkapan rancangan logo dan media informasi untuk pelayanan Omah Kembang .

2. Koordinasi

Informasi alur kerja yang ditugaskan kepada penulis melalui Kepala HRD dan GA Executive PT Asha Solusindo yaitu Bapak Yosef William Pongoh setelah mendapatkan persetujuan dari Managing Director (Ibu Dwi Yudaningsih). Tugas dalam pelaksanaan magang kepada penulis adalah pembuatan *slide* presentasi menangani kelengkapan identitas usaha “Omah Kembang” berupa logo dan media informasi berupa *flyer*, *leaflet* dan iklan animasi 2D.



Gambar 3.1 Alur Koordinasi Penulis Dalam Pelaksanaan Magang

3.2. Tugas yang Dilakukan

Tugas yang penulis lakukan selama magang disajikan pada Tabel 3.1.

Tabel 3.1. Detail Program Yang Dilakukan Selama Magang

No.	Minggu	Program	Keterangan
1	1	Koordinasi penulis sebagai peserta magang dengan perwakilan dari tempat magang yaitu P.T, Asha Solusindo tentang program kerja dan perkenalan	Program berupa perancangan: 1. <i>slide</i> presentasi PT Asha Solusindo 2. logo Omah Kembang 1. <i>flyer</i> Omah Kembang 2. <i>leaflet</i> Omah Kembang 3. iklan animasi 2D
2	2-3	Perancangan paparan <i>Company Profile</i> PT Asha Solusindo	Sumber informasi materi slide lama dari bagian HRD dan laman https://ashasolusindo.com/
3	4-5	Perancangan logo Omah Kembang	Konsep logo berdasarkan karakter “Omah Kembang”
4	6	Perancangan <i>flyer</i>	Konsep <i>flyer</i> karakter “Omah Kembang
5	7	Perancangan <i>leaflet</i>	Konsep <i>flyer</i> karakter “Omah Kembang
6	8	Perancangan iklan animasi 2D sederhana	Mengacu pada <i>flyer</i> dan <i>leaflet</i> Omah Kembang

3.3. Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Pelaksanaan magang dikoordinasikan menggunakan sistem daring, email dan Whatsapp serta melalui telepon atau video call, hal ini sesuai komitmen pada saat pengajuan magang karena sedang pandemi. Sistem daring yang dilakukan juga merupakan ritme kerja yang dijalani oleh karyawan di perusahaan tersebut karena sebagian pekerjaan dilakukan di lapangan kecuali bagian administrasi. Proses pelaksanaan magang sesuai dengan urutan tugas pada Tabel 3.1 yang dikoordinasikan oleh Bpk Yosef William Pongoh untuk setiap program dan dievaluasi secara berkala. Setelah proses evaluasi dinyatakan selesai pada program 1 dapat dilanjutkan dengan program selanjutnya. Setelah semua pekerjaan program selesai maka dilakukan evaluasi dan finalisasi proyek.

Posisi penulis sebagai Team Support Assistant di HRD dengan tugas menyediakan media informasi Omah Kembang dalam hal ini merancang kembali logo, dan merancang *flyer*, *leaflet* dan iklan animasi 2D sederhana. Selain tugas tersebut sebagai team support assistant penulis diminta membuat desain paparan tentang Company Profile PT Asha Solusindo untuk presentasi proposal. Tahapan selanjutnya fokus pada perancangan untuk Omah Kembang. Berdasarkan elemen-elemen yang diciptakan untuk membuat flyer maka program dilanjutkan dengan membuat iklan animasi. Semua program magang dievaluasi untuk finalisasi dan dinyatakan selesai magang.

3.3.1. Proses Pelaksanaan

Program yang dikerjakan oleh penulis pada saat magang terdiri dari 1) Pembuatan paparan bentuk slide power point company profile PT Asha Solusindo 2) Perancangan Logo Omah Kembang 3) Perancangan *Flyer* Omah Kembang 4) Perancangan *leaflet* Omah Kembang 5) Pembuatan iklan animasi 2D menggunakan elemen-elemen yang sudah dibuat pada saat pembuatan *flyer* dan *leaflet*.

Program 1. Perancangan *Slide* Presentasi Company Profile P.T. Asha Solusindo

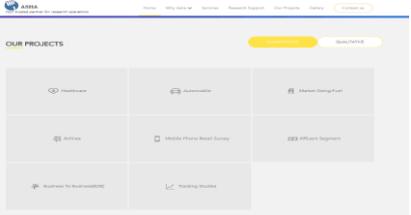
Pada program ini penulis diminta membuat slide untuk presentasi *company profile* PT Asha Solusindo menggunakan power point bukan menggunakan desain template tetapi menggunakan elemen-elemen yang disediakan aplikasi canva.

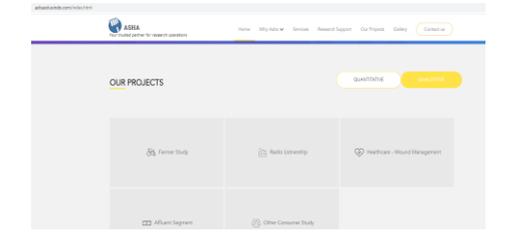
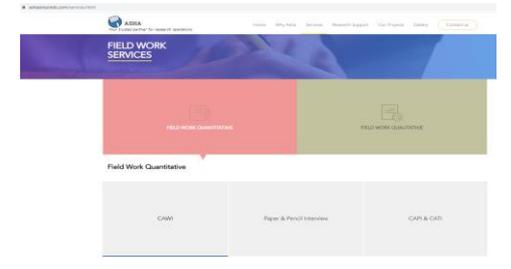
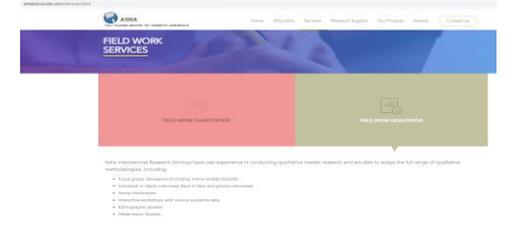
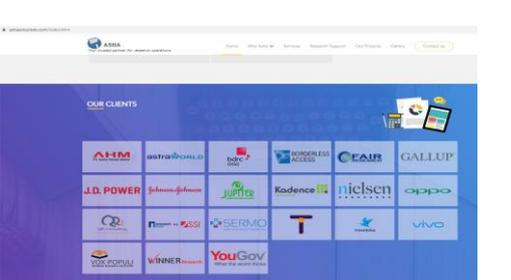
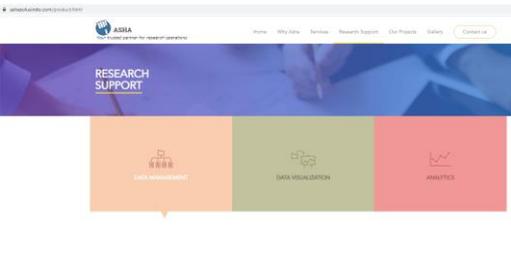
Tahapan-tahapan program ini meliputi 1) Pengumpulan informasi 2) Penyiapan elemen-elemen untuk perancangan *slide* dan 3) Perancangan slide paparan.

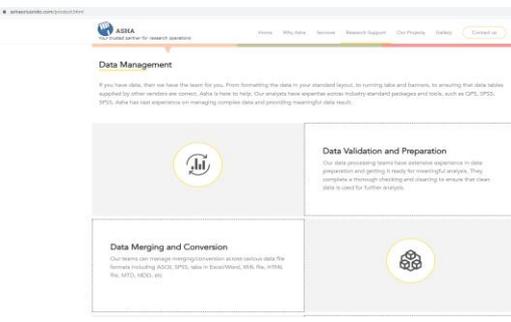
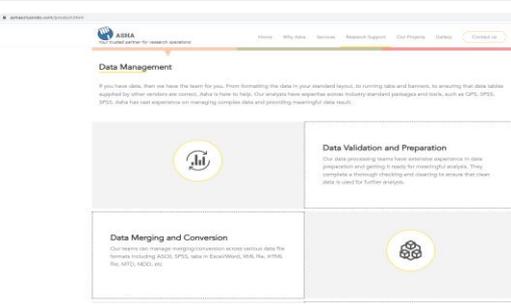
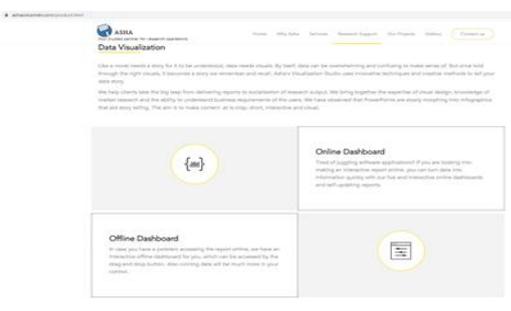
Tahap kesatu adalah pengumpulan informasi tentang PT Asha Solusindo dan substansi yang harus ada dalam paparan. Tujuan pengumpulan informasi adalah supaya slide paparan dapat dimengerti dengan mudah, menarik tetapi memberikan informasi yang dibutuhkan tentang gambaran perusahaan dan keunggulan-keunggulan yang dimiliki. Sumber informasi yang diperlukan untuk isi company profile diperoleh dari laman <https://ashasolusindo.com/>. Selain itu informasi juga diperoleh dari bahan yang diberikan oleh Bapak Yosef William Pongoh selaku Kepala HRD dan GA Executive berupa materi gambaran umum perusahaan.

Menurut Budiman dkk. (2016), *company profile* berisi tentang Company Profile merupakan suatu media promosi dan komunikasi bagi perusahaan/institusi untuk memperkenalkan, baik itu produk perusahaan/institusi itu sendiri, keunggulan atau data utama dari gambaran perusahaan. Selanjutnya dikatakan bahwa media komunikasi untuk menyampaikan gambaran umum perusahaan dapat disampaikan dengan menggunakan media cetak maupun audiovisual. Sumber informasi company profile yang ada di laman <https://ashasolusindo.com> yang digunakan sebagai bahan dalam pembuatan slide tersaji dalam Tabel 3.2 yang dibuat dengan membuat cetak layar.

Tabel 3. 2 Hasil Cetak Layar Company Profile Dari Web PT Asha Solusindo

No	Dokumen Cetak Layar	Fungsi
1		Bahan pembuatan slide paparan untuk susunan organisasi perusahaan
2		Bahan pembuatan slide paparan untuk bidang usaha secara kuantitatif yang sudah pengalaman ditangani

No	Dokumen Cetak Layar	Fungsi
3		<p>Bahan pembuatan slide paparan untuk bidang usaha secara kualitatif yang sudah pengalaman ditangani</p>
4		<p>Bahan paparan untuk lingkup usaha bidang kuantitatif khususnya terkait riset pemasaran yang ditangani</p>
5		<p>Bahan paparan untuk lingkup usaha bidang kualitatif. Omah kembang merupakan usaha yang akan digunakan untuk menopang kegiatan ini</p>
6		<p>Bahan pembuatan slide paparan untuk Klien yang sudah bekerjasama dalam pekerjaan riset</p>
7		<p>Bahan slide paparan untuk sistem jaminan mutu data 1</p>

No	Dokumen Cetak Layar	Fungsi
8		Bahan slide paparan untuk sistem jaminan mutu data 2
9		Bahan slide paparan untuk sistem jaminan mutu data 3
10		Bahan slide paparan untuk sistem jaminan mutu data 4
11		

Tahapan kedua adalah penyiapan elemen-elemen untuk pembuatan slide yang menggunakan fasilitas yang ada di aplikasi canva. Konsep *slide* paparan

company profile PT Asha Solusindo dirancang menggunakan elemen-elemen yang tersedia pada aplikasi canva. Elemen-elemen tersebut disajikan pada Tabel 3.3

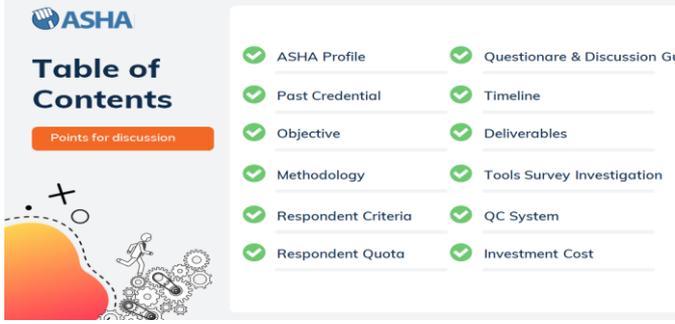
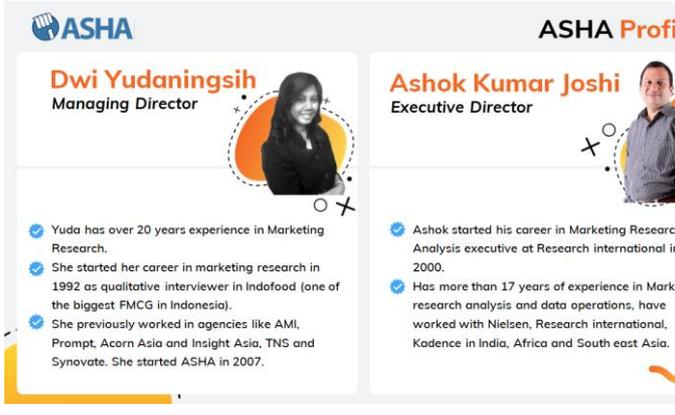
Tabel 3.3 Elemen-Elemen Visual Yang Digunakan Pada Perancangan Paparan

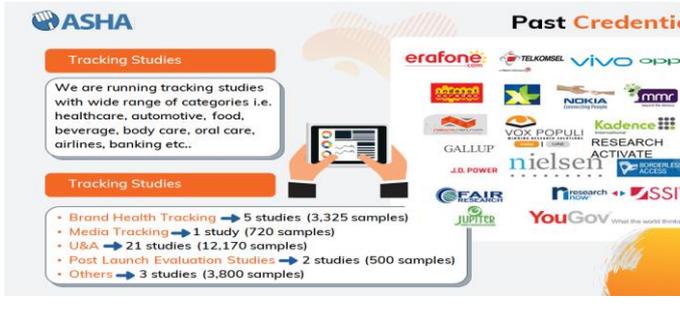
Keterangan	Elemen-Elemen Visual Rancangan
<p>Visual yang menunjukkan pegawai kantor yang bekerja bersama dalam menanggapi sesuatu.</p>	
<p>Elemen visual yang menunjukkan di mana perusahaan sering bekerja, yaitu di kota metropolitan sesuai dengan wawasannya.</p>	
<p>Visual tanaman sebagai pelengkap untuk pegawai kantornya sehingga suasana merasa lebih segar.</p>	
<p>Tablet dan <i>smartphone</i> merupakan cara modern yang yang digunakan perusahaan serta berelasi dengan banyak pihak lain.</p>	

Keterangan	Elemen-Elemen Visual Rancangan
Visual survey dan data, sesuai dengan fokus pekerjaan utama PT Asha Solusindo	
Visual Survey dan data, sesuai dengan pekerjaan utama Asha Solusindo	
Logo Asha Solusindo	

Tahapan ketiga adalah perancangan slide paparan gambaran umum perusahaan untuk pengajuan proposal. Perancangan menggunakan aplikasi canva dengan menggunakan elemen-elemen yang sudah disediakan, Hasil rancangan slide paparan *company profile* PT Asha Solusindo disajikan pada Tabel 3.4.

Tabel 3.4.Paparan Proposal *Company Profile* PT Asha Solusindo

Slide	Isi	Rancangan Paparan
1	Judul Presentasi	
2	Daftar Isi Presentasi	
3	Profil Asha -1	
4	Profil Asha -2	

Slide	Isi	Rancangan Paparan
5	Profil Asha -3	
6	Profil Asha -4	
7	Cakupan Wilayah Kerja	
8	Pengalaman Pekerjaan- 1 dan klien	
9	Pengalaman Pekerjaan-2 dan klien	

Slide	Isi	Rancangan Paparan																								
10	Target Kerja	 <p>Business Objective</p> <ul style="list-style-type: none"> To make sure the products/ features/solutions we offer to the HR Manager are all useful and follow their needs/ solve the problem by To understand users' needs To validate some hypothesis of target market <ul style="list-style-type: none"> Common practice of each focused industry (hiring and managing) Hiring SLA, seasonality (moment), and # of required worker periodically To help measurement on impact & confidence in product development --> How to make sure features offered are valid to develop 'now' Explore measure and feature <p>Research Objective</p> <ul style="list-style-type: none"> Understanding metrics/ KPI HR have for handling workers, what matters to HR, any KR/ target given by management Understanding the scope of work of an HR manager (i.e. from recruitment, management, retention, databasing etc) Understanding the biggest/ most frequent problems in running the roles --> Get to know the main problem or problem with the highest frequency Solutions prioritization 																								
11	Metode Kerja	 <p>Proposed Method</p> <ol style="list-style-type: none"> Preliminary - Quantitative Concept Testing - Qualitative <p>Proposed Sample Size</p> <ul style="list-style-type: none"> Method : F2F (Quantitative) & Online IDI (Qualitative) Base Population Employee size: 200-500 Employees Area coverage: Java Island Reach out target: 30 enterprise/industry (Quantitative) Target IDI respondent: 3 enterprise/industry (Qualitative) 																								
12	Kriteria Responden	 <table border="1"> <thead> <tr> <th>Sub Business Field</th> <th>6 Focused Industries</th> <th>Company Example</th> <th>Middle Size Companies with Following Requirements</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Warehousing and support activities for transportation</td> <td>Logistics & Warehouse</td> <td>Lion Parcel</td> <td rowspan="3">HR Leads, manager or head that lead HR organization of the company (decision maker of all HR related) The company should manage high level of Blue Collar Workers</td> </tr> <tr> <td>Accommodation</td> <td>Hotel chain/VHO</td> <td>Accor Hotels/OYO</td> </tr> <tr> <td>F&B</td> <td>Retail food chain</td> <td>Kopi Kenangan/KFC</td> </tr> </tbody> </table>	Sub Business Field	6 Focused Industries	Company Example	Middle Size Companies with Following Requirements	Warehousing and support activities for transportation	Logistics & Warehouse	Lion Parcel	HR Leads, manager or head that lead HR organization of the company (decision maker of all HR related) The company should manage high level of Blue Collar Workers	Accommodation	Hotel chain/VHO	Accor Hotels/OYO	F&B	Retail food chain	Kopi Kenangan/KFC										
Sub Business Field	6 Focused Industries	Company Example	Middle Size Companies with Following Requirements																							
Warehousing and support activities for transportation	Logistics & Warehouse	Lion Parcel	HR Leads, manager or head that lead HR organization of the company (decision maker of all HR related) The company should manage high level of Blue Collar Workers																							
Accommodation	Hotel chain/VHO	Accor Hotels/OYO																								
F&B	Retail food chain	Kopi Kenangan/KFC																								
13	Jumlah responden	 <table border="1"> <thead> <tr> <th>6 Focused Industries</th> <th>Quota Quantitative</th> <th>Quota Qualitative</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Logistics & Warehouse</td> <td>30</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td>Hotel chain/VHO</td> <td>30</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td>Retail food chain</td> <td>30</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td>Outsourcing Company</td> <td>30</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td>Field Research Agency</td> <td>30</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td>O2O Platform/FMCG Distributor</td> <td>30</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td>Total</td> <td>180</td> <td>18</td> </tr> </tbody> </table>	6 Focused Industries	Quota Quantitative	Quota Qualitative	Logistics & Warehouse	30	3	Hotel chain/VHO	30	3	Retail food chain	30	3	Outsourcing Company	30	3	Field Research Agency	30	3	O2O Platform/FMCG Distributor	30	3	Total	180	18
6 Focused Industries	Quota Quantitative	Quota Qualitative																								
Logistics & Warehouse	30	3																								
Hotel chain/VHO	30	3																								
Retail food chain	30	3																								
Outsourcing Company	30	3																								
Field Research Agency	30	3																								
O2O Platform/FMCG Distributor	30	3																								
Total	180	18																								
14	Kuesioner dan Panduan Wawancara	 <p>Quisionnaire & Discussion Guide</p> <p>A. Preliminary Question - Quantitative</p> <ol style="list-style-type: none"> Company and Personal Information Recruitment Managing <p>B. Concept Testing - Qualitative</p> <ol style="list-style-type: none"> Recruitment Managing 																								

Slide	Isi	Rancangan Paparan																																	
15	Jumlah Hari Kerja (Kuantitatif) Per Kegiatan Dengan Sistem F2F	 <p>Timeline Quantitative- F2F</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>No</th> <th>Activity</th> <th>Day Work</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>1</td><td>Commissioned Project</td><td>1 day</td></tr> <tr><td>2</td><td>Legal & Administrative</td><td>1 day</td></tr> <tr><td>3</td><td>Material Final Project (Questioner, Show card, & Photo card etc)</td><td>1 day</td></tr> <tr><td>4</td><td>Scripting CAPI (Survey togo)</td><td>5 day</td></tr> <tr><td>5</td><td>Setup and briefing</td><td>2 day</td></tr> <tr><td>6</td><td>Field Work</td><td>6 Week</td></tr> <tr><td>7</td><td>Cleaning Quota (Field)</td><td>1 day</td></tr> <tr><td>8</td><td>DP Data CE</td><td>5 day</td></tr> <tr><td>9</td><td>DP Data OE</td><td>1 day</td></tr> <tr><td>10</td><td>Tabulation</td><td>2 day</td></tr> </tbody> </table>	No	Activity	Day Work	1	Commissioned Project	1 day	2	Legal & Administrative	1 day	3	Material Final Project (Questioner, Show card, & Photo card etc)	1 day	4	Scripting CAPI (Survey togo)	5 day	5	Setup and briefing	2 day	6	Field Work	6 Week	7	Cleaning Quota (Field)	1 day	8	DP Data CE	5 day	9	DP Data OE	1 day	10	Tabulation	2 day
No	Activity	Day Work																																	
1	Commissioned Project	1 day																																	
2	Legal & Administrative	1 day																																	
3	Material Final Project (Questioner, Show card, & Photo card etc)	1 day																																	
4	Scripting CAPI (Survey togo)	5 day																																	
5	Setup and briefing	2 day																																	
6	Field Work	6 Week																																	
7	Cleaning Quota (Field)	1 day																																	
8	DP Data CE	5 day																																	
9	DP Data OE	1 day																																	
10	Tabulation	2 day																																	
16	Jumlah Hari Kerja (Kualitatif) Per kegiatan Dengan Online IDI	 <p>Timeline Qualitative-Online IDI</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>No</th> <th>Activity</th> <th>Day Work</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>1</td><td>Commissioned Project</td><td>1 day</td></tr> <tr><td>2</td><td>Legal & Administrative</td><td>1 day</td></tr> <tr><td>3</td><td>Material Final Project (Questioner Recruitment, DG)</td><td>3 day</td></tr> <tr><td>4</td><td>Setup and briefing Recruitment</td><td>2 day</td></tr> <tr><td>5</td><td>Recruitment</td><td>3 week</td></tr> <tr><td>6</td><td>Field Work - Online IDI</td><td>2 Week</td></tr> <tr><td>7</td><td>Summary</td><td>3 day</td></tr> <tr><td>8</td><td>Delivery Data - Content Analysis</td><td>5 day</td></tr> </tbody> </table> <p>Note: Respondent Qualitative come from respondent Quantitative</p>	No	Activity	Day Work	1	Commissioned Project	1 day	2	Legal & Administrative	1 day	3	Material Final Project (Questioner Recruitment, DG)	3 day	4	Setup and briefing Recruitment	2 day	5	Recruitment	3 week	6	Field Work - Online IDI	2 Week	7	Summary	3 day	8	Delivery Data - Content Analysis	5 day						
No	Activity	Day Work																																	
1	Commissioned Project	1 day																																	
2	Legal & Administrative	1 day																																	
3	Material Final Project (Questioner Recruitment, DG)	3 day																																	
4	Setup and briefing Recruitment	2 day																																	
5	Recruitment	3 week																																	
6	Field Work - Online IDI	2 Week																																	
7	Summary	3 day																																	
8	Delivery Data - Content Analysis	5 day																																	
17	Metode Penyampaian	 <p>Deliverables</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="border: 1px solid blue; padding: 5px; background-color: #e6f2ff;"> <p>Quantitative Method : Up to Tabulation Data (F2F)</p> <p>Material Project handle by Client : Questioner, Show card, Concept, etc</p> </div> <div style="border: 1px solid blue; padding: 5px; background-color: #e6f2ff;"> <p>Qualitative Method : Up to Content Analysis (Online IDI)</p> <p>Material Project handle by Client : Discussion guide</p> </div> </div>																																	
18	Pendukung Prasarana Survey-1	 <p>Tool Survey Suggestion</p> <p>We will use SurveyToGo as tools for CAPI market research tablet surveys quickly and easily. With SurveyToGo we can automatically deploy complex surveys including images and videos to hundreds of tablets in the field and conduct your surveys offline or online.</p> 																																	
19	Pendukung Prasarana Survey-2	 <p>Tool Survey Suggestion</p> <div style="display: flex;"> <div style="flex: 1;"> <p>Enable complex survey logic with support for branching, skipping, filtering, looping and piping. Fully control all the aspects of questions based on any logic and at any point during the survey through start scripts, end scripts rules and dummy questions.</p>  </div> <div style="flex: 2;"> <ul style="list-style-type: none"> ● Skip questions based on previous answers or any custom logic ● Branch (jump) to questions based on previous answers or any custom logic ● Loop through a set of questions as many times as needed ● Filter questions or answers based on previous answers or any custom logic ● Modify question or answer texts (Piping) as needed on the workforce. ● Easily rotate answers and questions randomly or based on your own custom logic </div> </div>																																	

Slide	Isi	Rancangan Paparan												
20	Sistem Jaminan Mutu	<p>ASHA QC System</p> <p>Total Objectivity</p> <ul style="list-style-type: none"> Independent QC team Through a Face to Face interview, Call back by phone, QC on the spot. Ranging from 30% QC to 100% QC QC will check by re asking several key questions <p>Multi Layer Check Points</p> <ul style="list-style-type: none"> Field observations by supervisor/ Team Leaders especially during the beginning of project launch ensuring Routing is being followed Instruction is being followed Ways of asking questionnaire Specific technic (where required) is being applied 												
21	Investasi	<p>ASHA Investment</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Method</th> <th>CPI</th> <th>N</th> <th>Total PO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Quantitative</td> <td>3,552,886</td> <td>180</td> <td>459,519,390</td> </tr> <tr> <td>Qualitative</td> <td>7,822,222</td> <td>18</td> <td>140,800,000</td> </tr> </tbody> </table>	Method	CPI	N	Total PO	Quantitative	3,552,886	180	459,519,390	Qualitative	7,822,222	18	140,800,000
Method	CPI	N	Total PO											
Quantitative	3,552,886	180	459,519,390											
Qualitative	7,822,222	18	140,800,000											
22	Penutup	<p>THANK YOU</p> <p>PT Asha Solusindo</p> <p>Jl. Tebet Barat X No 11, Kel.Tebet Barat, Kec.Tebet, Jakarta Selatan 12810 O : +62 21-83795930 W: www.ashasolusindo.com</p>												

Program 2. Perancangan Logo Omah Kembang

Menurut hasil diskusi dengan pembimbing lapangan, draf logo yang tersedia saat ini di bagian data informasi HRD perlu dilakukan perancangan kembali karena belum sesuai dengan karakter Omah Kembang. Tahapan dalam perancangan logo Omah Kembang meliputi 1) Pengumpulan informasi 2) Sinkronisasi keinginan perusahaan berdasarkan karakter Omah Kembang dan mencari sumber dokumentasi tentang Omah Kembang sebagai inspirasi pokok dalam perancangan logo baru 3) Pengumpulan elemen-elemen desain baik yang tersedia dalam aplikasi ataupun mendesain sendiri dan 4) Perancangan logo

Tahap kesatu adalah pengumpulan informasi. Informasi tentang karakteristik logo dan syarat logo diperoleh dari referensi. Menurut Marpaung (2019), perancangan kembali logo salah satu penyebabnya karena kurang mewakili karakter perusahaan. Pada tahapan 1 penulis mendapatkan beberapa teori yang menunjang perancangan logo. Logo dalam sebuah perusahaan sangat penting. Logo dapat menggunakan elemen apa saja, seperti tulisan, logogram, gambar dan ilustrasi (Rustan, 2009).

Menurut Kohli *et al.* (2002) menyatakan bahwa logo berguna dalam kecepatan pengenalan nama dan gambar yang menyertainya, dimana gambar fungsinya meningkatkan memori untuk kata-kata yang menyertainya. Wheeler (2009), menyatakan bahwa logo selain menunjukkan ciri khas, tetapi juga bersifat tahan lama dan dapat dimanipulasi untuk merepresentasikan kepribadian suatu perusahaan. Herskovits dan Crystal (2010), menyatakan bahwa logo adalah bagian penting dari merek karena menandakan karakter merek melalui perlakuan melalui sebuah visual atau tanda terdapat sebagai pengenalan atau penguat merk paling cepat.

Tahap kedua sinkronisasi keinginan perusahaan sesuai dengan karakter Omah Kembang. Rancangan logo Omah Kembang yang telah tersedia tetapi tidak digunakan. Sumber informasi berupa dokumentasi dan logo lama yang telah dibuat oleh PT Asha solusindo disajikan pada gambar 3.2.



Gambar 3.2 Draf Logo Omah Kembang

Tahapan ketiga adalah mengumpulkan dokumentasi Omah Kembang untuk sumber karakter Omah Kembang dan elemen-elemen untuk perancangan logo. Sumber dokumentasi langsung tentang Omah Kembang diambil oleh koresponden di lapangan yaitu C.W.B Mulyadi. Hasil dokumentasi Omah Kembang oleh koresponden di lapangan disajikan pada gambar 3.3



Gambar 3.3. Dokumentasi Bangunan Omah Kembang (Mulyadi, 2021)

Tahap keempat adalah perancangan menggunakan dasar gambar 3.3. Perancangan logo Omah Kembang, yang merupakan salah satu usaha PT Asha Solusindo berdasarkan atas konsep garis, bentuk, bentuk, volume, warna, tekstur yang mengacu pada konsep dasar “Omah Kembang” yaitu desain dengan beban alam yang asri penuh dengan bunga, bangunan modern dengan gaya eropa, dan suasana keluarga dengan rasa nyaman dan tenang dengan tidak meninggalkan kearifan lokal yang ditunjukkan dari desain bunga yang dipakai yang berdasarkan pola bunga yang dapat ditemukan pada batik-batik khas Jawa. Hasil rancangan logo Omah Kembang pada program magang berdasarkan hasil diskusi dan evaluasi dengan pihak HRD PT Asha Solusindo sebagai pembimbing lapangan dan telah disetujui oleh Managing Director disajikan pada gambar 3.4.



Gambar 3.4. Rancangan Logo Omah Kembang

Sesuai dengan pernyataan Carter (2005), kriteria yang harus dipenuhi oleh logo adalah 1) original dan *distinctive*, artinya memiliki kekhasan, unik dan daya pembeda yang jelas 2) legible, artinya mempunyai level keterbacaan yang tinggi walaupun diaplikasikan dalam berbagai ukuran dan media 3) sederhana, artinya mudah dimengerti dan ditangkap maksudnya dalam waktu singkat 4) *memorable*, artinya cukup mudah untuk diingat karena mempunyai keunikan bahkan untuk kurun waktu yang sudah lama 5) *easily associated with the company*, artinya perancangan logo harus menghasilkan desain yang mudah dihubungkan atau diasosiasikan dengan jenis usaha dan citra suatu perusahaan, dan 6) *easily adaptable for all graphic media*, perancangan logo perlu dipertimbangan bentuk fisik, warna dalam desain logo mudah diimplementasikan pada berbagai media grafis (cetak).

Logo dapat membantu merek untuk menghindari kehilangan fokus, dan berfungsi sebagai tanda pengikat untuk mempercepat dalam mengingat untuk membedakan dengan merk lainnya (Girard *et al.*, 2013). Pada logo omah kembang fokus logo terlihat pada bunga dan bangunan yang mencirikan identitas Omah Kembang. Menurut Henderson *et al.* (2004) menemukan bahwa warga negara Eropa yang dikenal dengan istilah konsumen barat lebih memiliki kesan positif desain logo abstrak dan asimetris dibandingkan dengan warga negara Asia yang dikenal dengan konsumen timur lebih menyukai desain logo yang natural dan harmonis dengan fitur yang lebih membulat dan menghasilkan elemen desain logo harmoni dengan elemen alam. Pada desain logo Omah Kembang warna -warna yang digunakan adalah warna alam dan lembut karena pertimbangan saat ini sebagai awal usaha adalah pengunjung domestik tetapi masa mendatang menjangkau pengunjung dari mancanegara dengan memberikan identitas logo melalui bangunan Omah Kembang itu tersebut.

Menurut Kasmana (2010), secara visual, desain logo dan mengikuti tren supaya menghasilkan rancangan yang generik, dan secara emosional tidak memberikan kesan yang berbeda bagi pemakai jasa atau khalayak. Oleh karena itu kompetensi seni dan desain yang dibantu dapat merepresentasikan merealisasikan konsepsi ide menjadi logo yang dikehendaki dalam hal ini logo

Omah Kembang sangat diperlukan. Desain logo yang dipenuhi oleh efek yang indah dan terlihat canggih yang dapat direalisasikan oleh teknologi belum tentu dapat merepresentasikan dari visi misi perusahaan yang menaungi sehingga pentingnya seni yang berintegrasi dengan kompetensi desain dalam mewujudkan visual logo. Perancangan logo Omah Kembang berdasarkan pada filosofi mudah diingat, praktis, alami dengan garis lengkung dan warna lembut diharmonisasikan dengan abstraksi bangunan yang kuat. Perancangan diharapkan membentuk desain logo Omah Kembang ini diharapkan dapat lebih generalis dan tidak lekang oleh waktu.

Program 3. Perancangan *Flyer* Omah Kembang

Perancangan *flyer* Omah Kembang terdiri dari 1) Pengumpulan sumber informasi 2) Penyiapan elemen-elemen untuk rancangan dan 3) Perancangan *flyer*. Tahap kesatu adalah pengumpulan informasi. Salah satu cara untuk mendapat informasi tentang logo selain dari pembimbing lapangan juga dengan studi referensi. Menurut Yudidarma (2019), *flyer* merupakan media komunikasi grafis yang dibuat dengan ukuran relatif sedang dan biasanya hanya satu lembar kertas, tanpa lipatan seringkali dicetak dalam jumlah yang banyak agar mudah menjangkau banyak orang. *Flyer* dibagikan sebagai media komunikasi dari sebuah perusahaan atau Lembaga untuk memperkenalkan diri, menyampaikan suatu informasi program kepada pihak lain dengan cara dibagi-bagikan.

Tahap kedua adalah penyiapan elemen-elemen untuk rancangan logo. Elemen-elemen yang digunakan untuk pembuatan *flyer* tersaji dalam Tabel 3.5. Perancangan *flyer* menggunakan aplikasi canva dan adobe illustrator.

Tabel 3.5 Elemen-Elemen Pembuatan *Flyer* Omah Kembang

Elemen	Rancangan
Bangunan yang didasarkan dari kafe Omah Kembang itu sendiri.	
Setangkai bunga merah	
Rangkaian bunga kuning	
Bunga kuning tunggal	
Pucuk kuning	

Elemen	Rancangan
Pucuk Biru	
Jeep	
Latar belakang jeep	
Tenda untuk aktivitas perkemahan yang dapat dilakukan di gunung merbabu dimana Omah Kembang tersebut berada.	
Gunung dan Pohon menunjukkan lokasi di kaki gunung Merbabu yang tenang dan nyaman	

Elemen	Rancangan
Teko.sebagai visualisasi minuman tradisional khas Omah Kembang yaitu kopi	
Obor, merupakan salah satu fasilitas untuk camping sehingga malam hari ada obor/api unggun	
Lingkungan 1, area perkemahan yang terdapat di Omah kembang.	
Pohon yang banyak tumbuh di lokasi tersebut	
Rumput, menunjukan tanah di lokasi tersebut subur dan menghijau	

Elemen	Rancangan
Teko tanpa corak	
Bayangan pemandangan di kanan merupakan kelengkapan elemen pada sore hari	
Bayangan pemandangan di kiri, merupakan kelengkapan elemen pada sore hari	
Bulan untuk elemen suasana sore hari	
Teko lengkap dengan pemandangan sore hari yang sudah dipadukan	
Rumput model lain untuk kelengkapan taman	

Elemen	Rancangan
Rumput model kecil untuk sisipan	
Mobil lengkap	
Bunga kuning, elemen untuk kelengkapan taman	
Bunga merah, elemen untuk kelengkapan taman	
Bunga merah muda, elemen untuk kelengkapan taman	
Rumah dengan tanaman yang merupakan gabungan dari berbagai elemen	

Tahap ketiga adalah perancangan *flyer* Omah Kembang menggunakan aplikasi canva. Hasil rancangan *flyer* Omah Kembang yang sudah disertai logo disajikan pada gambar 3.5



Gambar 3.5 Hasil Rancangan *Flyer*

Program 4. Perancangan *Leaflet* Omah Kembang

Perancangan *leaflet* Omah Kembang terdiri dari 1) Pengumpulan sumber informasi 2) Penyiapan elemen-elemen untuk rancangan dan 3) Perancangan *leaflet*. Tahap kesatu adalah pengumpulan informasi tentang karakteristik *leaflet*. Sumber informasi selain dari pembimbing lapangan juga diperoleh penulis dari pustaka. Menurut Yudidarma (2019), *leaflet* merupakan salah satu media komunikasi grafis yang praktis, pada umumnya terdiri dari satu lipatan, dua lipatan atau lebih dan berguna untuk menampilkan informasi secara rinci mengenai produk/jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Selanjutnya dikatakan kelebihan *leaflet* sebagai media komunikasi selain bersifat informatif, juga mudah dibawa dan disimpan. *Leaflet* sebagai alat promosi dari sebuah perusahaan selain dapat diunggah melalui media sosial seperti *facebook*, *instagram*, *twitter* dapat juga dibagikan pada saat pameran atau di tempat-tempat keramaian yang sering dikunjungi orang.

Tahapan kedua adalah penyiapan elemen-elemen untuk rancangan *leaflet*. Elemen-elemen tambahan untuk pembuatan *leaflet* tersedia pada aplikasi canva, disajikan pada Tabel 3.6. Tahap ketiga adalah proses perancangan *leaflet* Omah Kembang. Proses perancangan *leaflet* menggunakan aplikasi canva, dimulai dengan penyiapan elemen-elemen untuk pembuatan desain. Elemen untuk desain *leaflet* dirancang dengan *adobe illustrator* dan digabung dengan elemen yang tersedia pada aplikasi canva. Hasil rancangan *leaflet* Omah Kembang disajikan pada gambar 3.6

Tabel 3.6 Elemen Tambahan Untuk Perancangan Leaflet Omah Kembang

Elemen	Rancangan
Orang merasa senang berada di Omah Kembang	
Daun digunakan sebagai elemen pertanda lokasi yang asri	
Bunga warna lembut (ungu) untuk menandakan bahwa Omah Kembang lokasinya bernuansa tenang	
Merupakan simbol umum untuk informasi kontak. Lokasi, instagram dan no telp.	
Burung beterbangan menunjukkan bahwa lokasi tersebut masih banyak satwa dan tidak gersang	
Elemen awan untuk suasana cerah adanya awan	
Kursi dan meja merupakan elemen untuk perlengkapan kafe yang menyediakan kopi tradisional	



(a)



(b)

Gambar 3.6 Leaflet Omah Kembang (A) Halaman Depan (B) Halaman Belakang

Program 5. Perancangan Iklan Animasi 2D Sederhana Omah Kembang

Tahapan dalam perancangan iklan animasi 2D adalah pertama dilakukannya pengumpulan informasi tentang iklan animasi yang diinginkan. Durasi, tema, tujuan, di tahap inilah semua hal tersebut ditentukan sebelum proyek bisa berlangsung. Durasi yang ditentukan adalah maksimal 30 detik dengan tujuan yang diinginkan sebagai untuk memperkenalkan bersama dengan *flyer* dan *leaflet*. Visual Iklan Animasi 2D dalam iklan setiap halaman disajikan pada Tabel 3.7

Tabel 3.7 Visual Iklan Animasi 2D Dalam Iklan Setiap Halaman

Halaman	Visual	Keterangan
1		Kalimat pembuka supaya pelanggan mencari tahu lebih lanjut lokasi tersebut
2		Nama Rumah Singgah
3		Kekhasan Omah Kembang sebagai rumah singgah dan kafe yang berlokasi di kaki gunung Merbabu
4		Slogan dukungan untuk menikmati fasilitas Omah Kembang
5		Fasilitas yang disediakan Omah kembang
6		Penunjuk penguatan
7		Penutup

Konsep yang diinginkan adalah sesuatu yang sederhana dengan tujuan utama untuk memperkenalkan tentang Omah Kembang sebagai tempat rumah singgah dan kafe. Desain yang ditentukan adalah mograf singkat dan sederhana yang memberikan informasi yang cukup meskipun sederhana dan singkat. Alternatif dengan animasi yang lebih dinamis diputuskan untuk tidak dipakai dikarenakan terlalu banyak elemen yang bergerak sehingga tidak cocok dengan konsep dasar dari iklan. Iklan Animasi menggunakan warna dan berbagai elemen yang sama sebagai sebuah sinergi agar publik bisa melihat salah satu media dan teringat oleh media lain. Musik kemudian dipilih menggunakan musik yang *catchy* serta *royalty-free*.

3.3.2. Kendala yang Ditemukan

Pengalaman magang merupakan hal yang sangat baru bagi penulis, hal ini tentunya penyesuaian suasana, pola kerja analisis merupakan hal yang dapat menjadi kendala pada saat magang. PT Asha Solusindo sesuai komitmen maka dalam memberikan kesempatan untuk berpendapat dan menyesuaikan diri bagi penulis selaku peserta magang sangat besar. Hal ini sangat membantu penulis terutama dalam menganalisis program sangat orientasi bisnis baik efisiensi maupun kepraktisan. Kendala penyesuaian ini yang dialami dalam praktek, contoh kendala ini misalnya pemilihan rancangan logo, penulis belum berpengalaman secara praktek maka pihak perusahaan secara dapat memberikan masukan dalam pilihan warna, bentuk, dan garis. Pengalaman penulis dalam mensinkronkan kompetensi seni dalam praktek kerja sangat berguna apabila dimasa yang akan datang memasuki kerja yang sesungguhnya.

Kendala lainnya adalah PT Asha Solusindo merupakan perusahaan yang sudah kuat di bidang riset pemasaran dan divisi Omah Kembang yang merupakan divisi baru yang dikembangkan untuk usahanya sebagai bidang jasa rumah singgah. Pengalaman bidang seni dan desain menyebabkan kendala bagi penulis dalam mengkomunikasikan rancangan yang diinginkan perusahaan sehingga waktu sinkronisasi yang agak lama.

3.3.3. Solusi Atas Kendala yang Ditemukan

Solusi terhadap kendala pada saat magang khususnya kecepatan dan kepraktisan dalam pembuatan keputusan rancangan pada program kerja yang diberikan diatasi dengan mencari referensi dan meminta masukan kepada pembimbing lapangan sehingga mendapatkan kata kunci pencarian untuk referensi.