

## BAB III

### PELAKSANAAN KERJA MAGANG

#### 3.1 Kedudukan dan Koordinasi

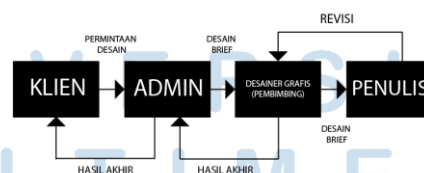
Dalam melaksanakan kerja magang di Pelangi Advertising, ada kedudukan dan alur koordinasi yang harus dilakukan.

##### 1) Kedudukan

Penulis merupakan *Graphic Design Intern* yang langsung diawasi dan dibimbing oleh Erik Setiawan selaku *Graphic Designer* dari Pelangi Advertising.

##### 2) Koordinasi

Dalam proses mendesain, beberapa tahapan yang harus dilakukan untuk mendapatkan hasil akhir. Klien datang atau menghubungi admin terlebih dahulu dengan memberikan informasi tentang apa saja yang ingin di lakukan, kemudian admin memberi brief/informasi kepada desainer grafis. Desainer grafis memberikan arahan sesuai brief yang diberi kepada penulis, lalu penulis dapat melakukan asistensi dengan desainer grafis. Desainer grafis juga membantu dan memantau penulis selama pengerjaan. Kemudian setelah semuanya di setujui, desain akan di berikan ke admin, dan admin memberikannya kepada klien. Jika klien meminta perubahan pada desain/revisi, alur tersebut terulang lagi.



Gambar 3.1 Bagan Alur Koordinasi

### 3.2 Tugas yang Dilakukan

Berikut merupakan tugas yang dikerjakan oleh penulis selama melakukan kegiatan kerja magang di Pelangi Advertising:

Tabel 3.1 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Magang

No.	Minggu	Proyek	Keterangan
1	Minggu 1 (22 Februari – 28 Februari)	-	Set up desain untuk bagian produksi
2	Minggu 2 (1 Maret – 7 Maret)	-	Set up desain untuk bagian produksi
3	Minggu 3 (8 Maret – 14 Maret)	-	Set up desain untuk bagian produksi
4	Minggu 4 (15 Maret – 21 Maret)	Wash.La	- Logo - Stiker Pintu
5	Minggu 5 (22 Maret – 28 Maret)	Wash.La	- Price list
		Pempek Sari belido	- Pembuatan ulang logo
6	Minggu 6 (29 Maret – 4 April)	Wash.La	- Konten Instagram Feeds - Invitation Instagram Story
7	Minggu 7 (5 April – 11 April)	Pempek Lily	- Logo
8	Minggu 8 (11 April – 17 April)	Pempek Sari belido	- Konten Instagram Feeds
9	Minggu 9	-	Set up desain untuk

	(18 April – 24 April)		bagian produksi
10	Minggu 10 (25 April – 1 Mei)	-	Set up desain untuk bagian produksi
11	Minggu 11 (2 Mei – 8 Mei)	-	Set up desain untuk bagian produksi
12	Minggu 12 (9 Mei – 15 Mei)	-	Set up desain untuk bagian produksi
13	Minggu 13 (16 Mei – 22 Mei)	-	Set up desain untuk bagian produksi

### 3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Dalam pelaksanaan kerja magang *offline* di Pelangi Advertising, penulis mengerjakan logo dan identitas *visual* untuk beberapa *brand*. Tugas yang diberikan di *briefing* dan diasistensi langsung oleh *graphic designer*, karena posisi meja kerja bersebelahan dengan penulis. Jika tugas yang diberikan sudah di *approve* oleh *graphic designer*, hasil akhir dari desain akan di berikan klien melalui perantara admin.

#### 3.3.1 Proses Pelaksanaan

Selama melakukan kerja magang di Pelangi Advertising, penulis mengerjakan bermacam-macam proyek dari membuat identitas *visual* Wash.la, *rebranding* logo Pempek Sari Belido Palembang dan membuat logo usaha rumahan Pempek Lily.

##### 3.3.1.1 Wash.la

###### A. Logo

Penulis diberikan *brief* oleh pembimbing lapangan untuk mendesain sebuah logo usaha *laundry*. Wash.la merupakan *brand* yang baru dibentuk dan menawarkan jasa *laundry*.

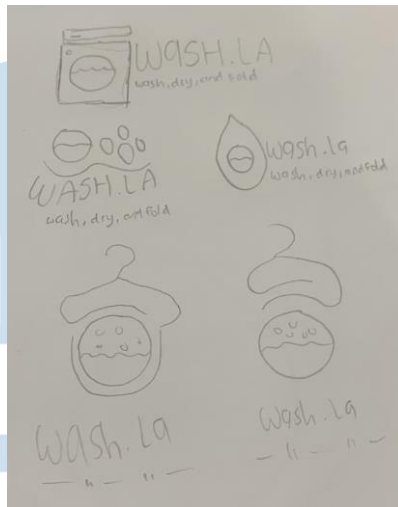
Klien meminta agar logo yang dibuat dengan desain modern dan jaman *now*, dengan *visual* yang ada kaitannya dengan *laundry* yaitu pakaian, air, gelembung, dan busa. Klien tidak memberikan referensi *visual* logo kepada admin, sehingga penulis mencoba untuk mencari sendiri referensi *visual* yang berkaitan dengan keinginan klien.



Gambar 3.2 Referensi Logo Wash.la

Setelah mendapatkan referensi *visual* untuk logo, penulis mencoba membuat beberapa *sketch* untuk diasistensikan kepada pembimbing lapangan.

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 3.3 Sketch Wash.la

Setelah di asistensi oleh pembimbing lapangan, penulis mencoba membuat *sketch* secara digital di adobe illustrator. Penulis juga menentukan colour palette yang nantinya akan menjadi kunci warna dari semua *asset* promosi Wash.la.



Gambar 3.4 Colour Pallette Wash.la

Penulis membuat colour pallet dengan pilihan warna seperti gambar diatas karena ingin menekankan *shadow* diantara *asset visual* yang nantinya ada dalam desain, sehingga warna yang dipilih bergradasi dari biru gelap sampai terang. Warna biru melambangkan seperti air yang bersih, jernih dan segar,

jadi ketika konsumen melihat konten promosi dari wash.la langsung mengetahui kualitas dari jasa yang diberikan. Jenis *Font* yang akan digunakan adalah Createland, penulis memilih menggunakan *font* dekoratif agar logo terkesan tidak kaku, fresh dan tidak membosankan.

70 0x46	<b>F</b>	71 0x47	<b>G</b>	72 0x48	<b>H</b>	73 0x49	<b>I</b>	74 0x4A	<b>J</b>	75 0x4B	<b>K</b>	76 0x4C	<b>L</b>	77 0x4D	<b>M</b>
78 0x4E	<b>N</b>	79 0x4F	<b>O</b>	80 0x50	<b>P</b>	81 0x51	<b>Q</b>	82 0x52	<b>R</b>	83 0x53	<b>S</b>	84 0x54	<b>T</b>	85 0x55	<b>U</b>
86 0x56	<b>V</b>	87 0x57	<b>W</b>	88 0x58	<b>X</b>	89 0x59	<b>Y</b>	90 0x5A	<b>Z</b>	91 0x5B	<b>[</b>	92 0x5C	<b>\</b>	93 0x5D	<b>]</b>
94 0x5E	<b>ˆ</b>	95 0x5F	<b>-</b>	96 0x60	<b>˙</b>	97 0x61	<b>a</b>	98 0x62	<b>b</b>	99 0x63	<b>c</b>	100 0x64	<b>d</b>	101 0x65	<b>e</b>
102 0x66	<b>f</b>	103 0x67	<b>g</b>	104 0x68	<b>h</b>	105 0x69	<b>i</b>	106 0x6A	<b>j</b>	107 0x6B	<b>k</b>	108 0x6C	<b>l</b>	109 0x6D	<b>m</b>

Gambar 3.5 *Font Wash.la*

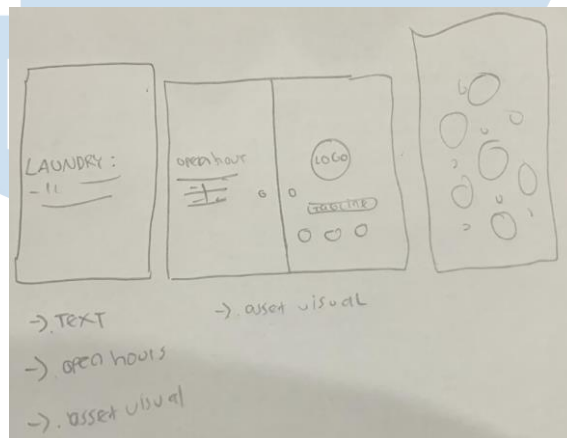
Penulis melakukan *final* desain logo Wash.la, kemudian desain diberikan kepada admin untuk dikirim ke pada klien melalui *whatsapp*. Setelah melakukan perubahan minor dan penambahan *tagline* “*wash, dry and fold*”, berikut merupakan hasil akhir dari logo Wash.la:



Gambar 3.6 Logo *Final Wash.la*

## B. Sticker Pintu

Untuk bagian sticker pintu, penulis di *brief* oleh pembimbing lapangan hanya diminta untuk mendesain ulang dari desain yang telah dibuat klien sebelumnya. Penulis hanya diminta untuk melakukan penambahan *asset visual* dan perubahan warna yang mengikuti *colour palette* yang telah dibuat sebelumnya. Penulis menanyakan terlebih dahulu tentang bentuk pintu dan apa saja yang ingin ditambahkan di dalam desain yang telah dibuat klien, kemudian penulis membuat sketsa terlebih dahulu.



Gambar 3.7 *Sketch Stiker Pintu Wash.la*

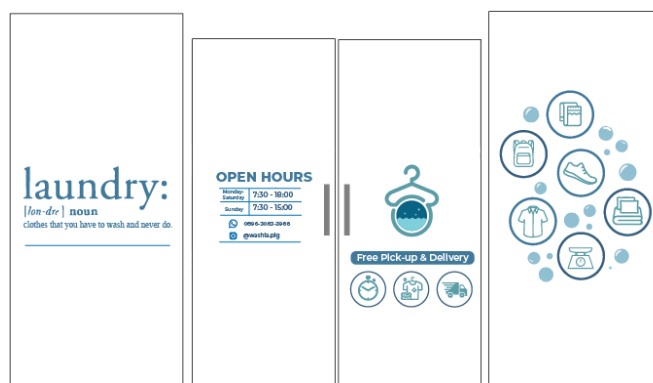
*Asset visual* yang ingin ditambahkan oleh klien adalah *vector* seperti handuk, tas, sepatu/sandal, baju, sprei, selimut dan timbangan. Pada pintu kaca bagian kanan, klien meminta untuk di isi agar kaca tidak ada yang terlihat polos, penulis mencoba untuk menambahkan sebuah *visual* tentang noun dari *laundry*, agar mendapatkan sebuah estetika. Sedangkan pada bagian pintu klien ingin menambahkan tulisan *open hour* dan logo pada pintu kiri. Warna pada *asset visual*

mengikuti *colour pallete* yang telah dibuat sebelumnya. Penulis kemudian mencoba untuk mendigitalkan *asset* yang ingin di tambahkan.



Gambar 3.8 *Sketch* Digital Stiker Pintu Wash.la

Setelah melakukan asistensi dengan pembimbing lapangan, dan desain telah di berikan klien, tanpa mengalami revisi. Proses pembuatan sticker pintu dapat dibbilang singkat, karena klien ingin mengejar waktu, untuk langsung di cetak stickernya. Berikut merupakan hasil akhir dari desain stiker pintu:

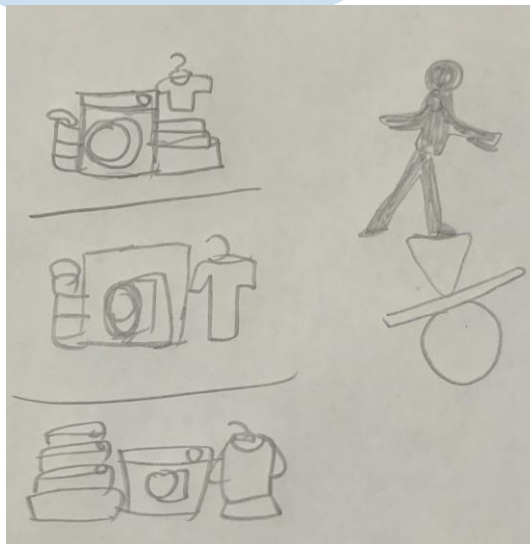


Gambar 3.9 Stiker Pintu Wash.la



### C. Price List

Untuk bagian *price list*, Penulis hanya diminta untuk melakukan penambahan aset *visual* dan perubahan warna yang mengikuti *colour palette* yang telah dibuat sebelumnya. Klien menunggu untuk dibikinkan desain *price list* ini dan meminta untuk langsung *diprint* di kertas yang berukuran A4, maka dari itu proses pembuatan *price list* ini dapat terbilang singkat. Aset *visual* yang penulis tambahkan berupa vector mesin *laundry*, kain, kotak sabun agar mempertegas *brand* Wash.la. Penulis juga menambahkan *asset* orang yang sedang menjaga keseimbangan, *asset* tersebut menjelaskan *visual* konsumen yang akan memilih paket jasa *laundry* dari Wash.la. Penulis membuat *sketch* kasar terlebih dahulu untuk aset *visual* yang akan di tambahkan.



Gambar 3.10 Asset Visual Sketch Wash.la

Penulis melakukan asistensi dengan pembimbing lapangan tentang *asset visual* mana yang harus di masukan ke dalam *pricelist* Wash.la. Setelah diasistensi oleh pembimbing

lapangan, penulis langsung mendigitalisasi *asset* visual yang akan di tambahkan ke dalam pricelist. Warna pada *asset visual* mengikuti *colour pallete* yang telah dibuat sebelumnya. Penulis menambahkan beberapa warna seperti warna kuning dan hijau agar warna tidak terlalu monoton karena dalam 1 *aset visual* mesin cuci terdapat banyak ornamennya. Penambahan warna kuning dan hijau juga memiliki arti tersendiri , warna kuning berarti, percaya diri, energi yang kuat, kesegaran, dan kreativitas. Sedangkan untuk warna hijau memiliki arti dapat menjadi lambang pertumbuhan, keseimbangan, kesehatan, produktivitas, dan kemajuan. Warna hijau dan kuning jika digabungkan akan menghasilkan warna biru lagi.



Gambar 3.11 *Asset Visual* Digital Wash.la

Berikut merupakan hasil akhir dari desain *price list* Wash.la bagian depan dan belakang yang akan *diprint* di kertas A4:

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



Penulis membuat beberapa *sketch* desain untuk diasistensikan kepada pembimbing lapangan, ukuran untuk *Instagram feeds* adalah 1080px x 1080px. Penulis membuat *sketch* guna untuk menentukan *keyvisual* yang nantinya akan diaplikasikan pada setiap konten *feeds Instagram Wash.la*.



Gambar 3.14 *Sketch Wash.la Instagram*

Setelah diasistensi oleh pembimbing lapangan, penulis langsung mendesain *post Instagram Feeds* pertama. Penulis menggunakan warna yang sudah sesuai dengan colour pallete yang sudah dibuat sebelumnya, dengan ditambahkan warna hijau yang membuat desain lebih terlihat *fresh*, segar dan bersih. Desain diberikan ke admin untuk dikirim kepada klien, tanpa basa basi klien langsung menyetujui desain yang dibuat oleh penulis. Berikut merupakan *keyvisual* dari *post Instagram Feeds* nantinya:



Gambar 3.15 *Key visual Post Wash.la*

### 3.3.1.2 Pempek Sari Belido Palembang

#### 1) Brief

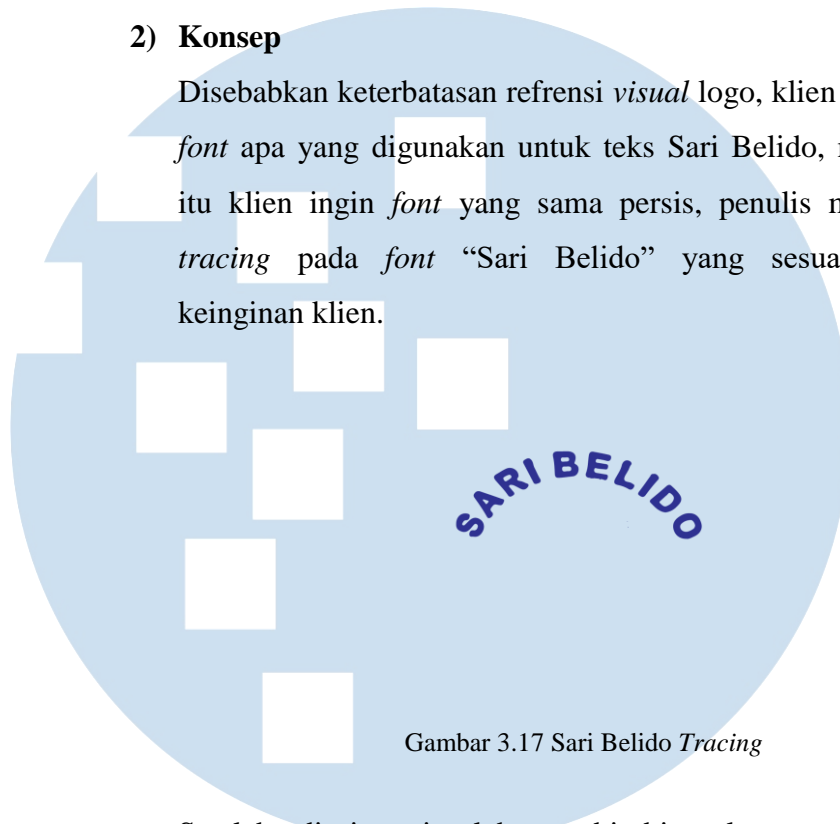
Pempek Sari Belido Palembang merupakan usaha makanan yang dapat dibidang legendaris di Palembang, usaha ini dipegang oleh beberapa anggota keluarga dari pemilik. Penulis diminta untuk membuat ulang logo, karena klien/cucu dari pemilik ingin berjualan *online* melalui media Instagram. Klien tidak memiliki logo dalam bentuk digital, karena logo yang dibuat sudah sangat lama. Klien meminta agar logo yang dibuat tetap sama dengan logo sebelumnya seperti *text* “Sari Belido”, gambar dan penambahan *asset* jembatan ampera pada logo. Logo diminta untuk dibuat dengan warna yang lebih soft tetapi dengan pemilihan warna yang nyentrik. Klien juga meminta untuk ditambahkan *asset visual* jembatan ampere untuk menekankan kesan kuliner Palembang. Klien tidak memiliki logo dalam bentuk digital, maka klien memberikan sebuah dus cetakan agar bisa melihat logonya.



Gambar 3.16 Refrensi Visual Logo

## 2) Konsep

Disebabkan keterbatasan referensi *visual* logo, klien lupa jenis *font* apa yang digunakan untuk teks Sari Belido, maka dari itu klien ingin *font* yang sama persis, penulis melakukan *tracing* pada *font* “Sari Belido” yang sesuai dengan keinginan klien.



Gambar 3.17 Sari Belido *Tracing*

Setelah diasistensi oleh pembimbing lapangan, penulis menentukan *colour pallete* untuk logo. Untuk warna-warna yang penulis pilih, semua memiliki artinya sendiri, seperti halnya yang umum ketika warna kuning dan merah di campurkan untuk *brand* food/beverage akan menambahkan selera makan bagi konsumen. Warna gradasi dari coklat ke merah dipilih untuk lebih menekankan setiap shade dari *asset visual* yang ada. *Colour pallete* nantinya akan sangat berguna ketika klien ingin membuat konten untuk promosi Pempek Sari Belido.

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 3.18 *Colour Pallete* Pempek Sari Belido

Untuk *font* “Pempek House”, penulis menggunakan *font* arial bold, karena *font* arial bold sangat mirip dengan contoh *font* yang diberikan oleh klien, maka dari itu setelah penulis mencoba beberapa *font* akhirnya arial bold lah yang digunakan untuk teks “Pempek House”.

## Lorem ipsum dol

Utinam habemus assueverit et est. I

Ex eam nusquam commune. Vis eu

Lorem ipsum dolor sit amet, te quae

Utinam habemus assueverit et est. Elit pertinacia mea no.

Ex eam nusquam commune. Vis eu perpetua interesset. U

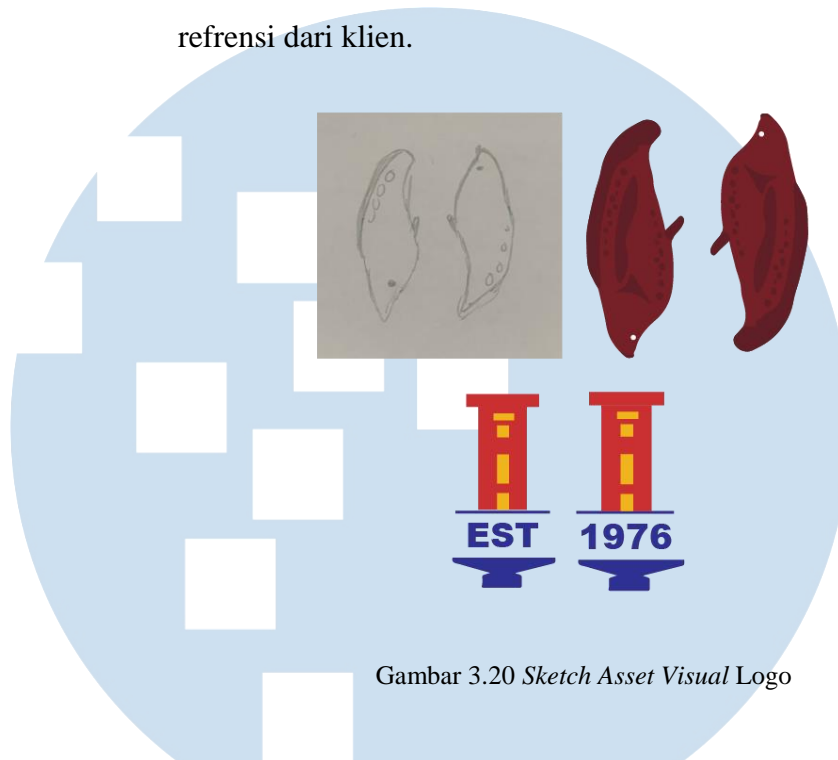
Lorem ipsum dolor sit amet, te quaestio dignissim repudi

Sed ut perspiciatis unde omnis iste natus error sit volupta

Gambar 3.19 *Font* Pempek House

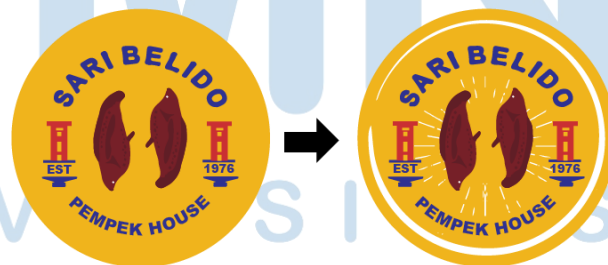
Setelah menentukan teks dan colour pallete, penulis membuat *sketch* digital dari *asset visual* yang ada dan yang diminta oleh klien, seperti ikan belida dan jembatan ampera. Jembatan ampera diminta klien untuk ditambahkan tulisan “est” dan tahun “1976” yang menandakan berdirinya pempek sari belido pertama kali. Untuk pembuatan *asset visual* ikan belida, penulis mengalami kesusahan dalam membentuk

shape body ikan, karena terbatasnya referensi vector dan referensi dari klien.



Gambar 3.20 *Sketch Asset Visual Logo*

Setelah mencoba menggabungkan semua *asset visual*, penulis merasa bahwa logo masih terlalu banyak space kosong/blank space, maka dari itu penulis menambahkan 2 *asset visual* lagi ke dalam logo. *Asset visual* yang ditambahkan berupa  $\frac{3}{4}$  lingkaran yang berupa bulan sabit agar mata target audience terfokus dengan logo dan cahaya dengan gaya desain *line art* untuk menonjolkan ikan belida.

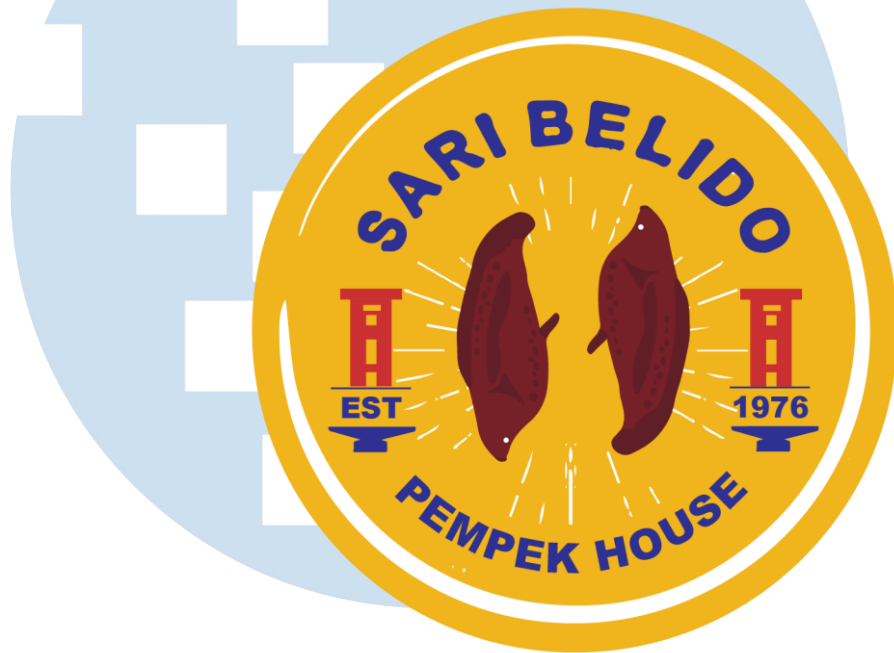


Gambar 3.21 *Penambahan Visual Logo*



### 3) Hasil Akhir

Setelah melalui asistensi yang lumayan panjang dengan pembimbing lapangan dan klien yang ingin meminta penambahan *asset*, berikut merupakan hasil akhir dari logo Pempek Sari Belido:



Gambar 3.22 Logo *Final* Sari Belido

UMMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

### 3.3.1.3 Pempek Lily

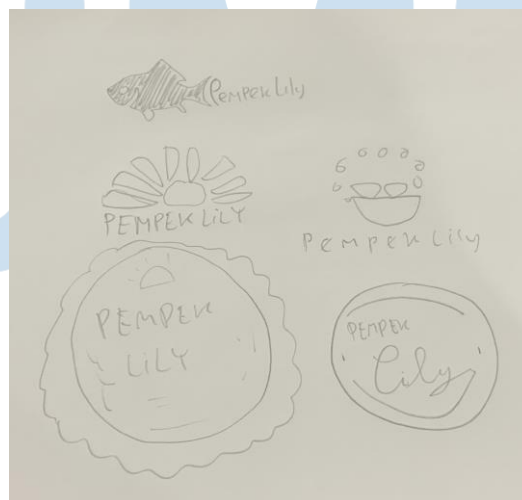
#### 1) Brief

Penulis ditugaskan untuk membuat logo untuk klien yang ingin berjualan pempek rumahan atau secara *online*. Briefing yang disampaikan oleh pembimbing lapangan bahwa nantinya logo tersebut akan dijadikan stiker yang ditempel pada kemasan plastik. Klien berpesan untuk desain bebas dan ditekankan hanya untuk pemilihan warna yang nyentrik dan jelas, karena menurut klien dengan warna yang nyentrik konsumen akan langsung melihat *brand* dari Pempek Lily.

#### 2) Konsep

Penulis membuat beberapa *sketch* terlebih dahulu, kemudian melakukan asistensi dengan pembimbing lapangan. Di karenakan klien tidak memberikan referensi *visual* untuk pembuatan logo, penulis mencoba membuat *visual* logo dengan beberapa jenis gaya desain, seperti *visual* yang menonjol dan teks yang menonjol untuk kesan yang simple.

Berikut merupakan *sketch* yang dibuat:



Gambar 3.23 *Sketch* Logo Pempek Lily

Setelah di asistensi penulis mencoba mendigitalisasi logo dan membuat beberapa alternatif warna dari desain logo pempek lily. Penulis menggunakan *font* huruf sambung yang dekoratif, guna membuat logo tidak terlalu kaku dan monoton, karena keinginan klien untuk menggunakan warna yang nyentrik, pemilihan *font* adalah salah satu cara yang tepat. *Font* yang digunakan untuk teks “Lily” adalah *font* dekoratif yaitu Gelato Script, guna membuat teks “Lily” langsung dilihat oleh target audiens.

*Gelato Script*  
Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj  
Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss  
Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

Gambar 3.24 *Font* teks Lily

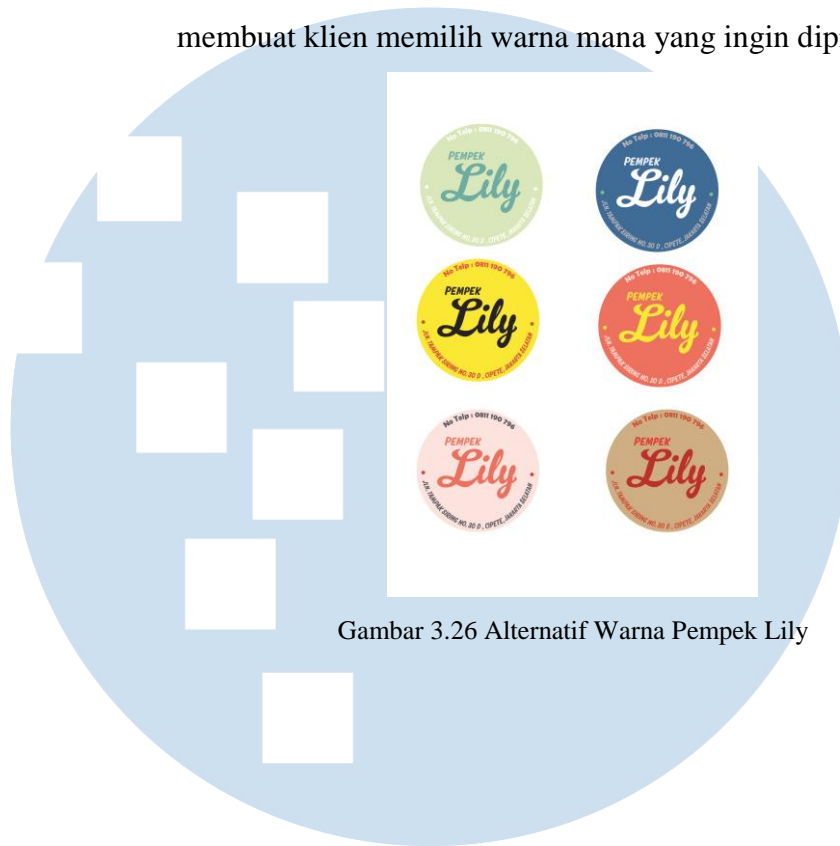
Sedangkan untuk teks nomor telepon dan alamat, *font* yang di gunakan adalah *font* san serif yaitu Clarika Geometric Black.

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
0123456789 (!@#\$%&.,?;:)

Gambar 3.25 *Font* teks Alamat

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

Berikut merupakan beberapa warna yang penulis buat untuk membuat klien memilih warna mana yang ingin dipilih



Gambar 3.26 Alternatif Warna Pempek Lily

UMMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

### 3) Hasil Akhir

Setelah desain dan alternatif warna sudah diselesaikan, admin *menforward* desain tersebut kepada klien, dan klien sudah puas dengan hasil yang dibuat oleh penulis dan tidak ada revisi dibagian manapun. Berikut merupakan hasil akhir yang dipilih oleh klien:



Gambar 3.27 Pempek Lily Logo *Final*

UMMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

### 3.3.2 Kendala yang Ditemukan

Selama melakukan kerja magang di Pelangi Advertising, penulis memiliki beberapa kendala dalam pemilihan referensi *visual* desain, karena klien hanya memberikan sedikit contoh *visual* desain. Beberapa desain juga tidak sesuai dengan *style* desain penulis, karena memainkan warna yang terlalu kontras dan *font* yang menurut penulis terlalu kaku. Kendala lain yang dihadapi adalah keterbatasan spesifikasi *hardware*.

### 3.3.3 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Solusi dari kendala penulis dalam melaksanakan kerja magang di Pelangi Advertising adalah harus lebih mencari tentang referensi *visual* dan gaya desain yang diinginkan oleh klien, seiring berjalannya waktu penulis mulai terbiasa dan beradaptasi dengan *style* desain yang berbeda. Untuk kendala spesifikasi *hardware*, penulis sudah mulai membiasakan diri dengan alat yang ada dan penulis mulai membawa laptop untuk memback-up data jika *hardware* mengalami gangguan.

