



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

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## BAB III

### PELAKSANAAN KERJA MAGANG

#### 3.1. Kedudukan dan Koordinasi

Selama melakukan praktik kerja magang di PT. Shopee International Indonesia, tentunya terdapat posisi maupun kedudukan yang berhubungan dengan koordinasi kerja pihak-pihak di dalamnya.

##### 1. Kedudukan

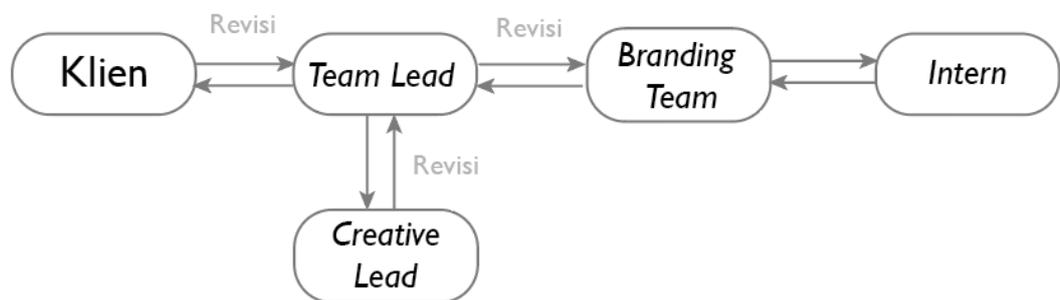
Saat penulis melakukan praktik kerja magang, penulis berada dibawah divisi Marketing. Divisi marketing sendiri terbagi kembali menjadi beberapa bagian salah satunya adalah *creative team*, dimana segala proses kreatif dikerjakan. Kemudian *creative team* terbagi menjadi 8 divisi bidang kreatif yang memiliki tugas dan bagiannya masing-masing. Pada saat melakukan praktik kerja magang, penulis masuk ke dalam divisi *branding strategy*. Divisi ini biasa mengurus perihal kebutuhan *branding strategy* PT. Shopee, misalnya menyamakan standar semua foto produk yang akan ditampilkan pada aplikasi (web dan *mobile apps*), membuat logo dan juga identitas visual yang akan digunakan pada acara maupun kampanye yang diadakan oleh pihak Shopee, mengerjakan *template* presentasi beberapa divisi yang akan ditampilkan kepada klien, dan berbagai hal lainnya. Berikut adalah struktur organisasi dari *creative team* PT. Shopee International Indonesia:

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



## 2. Koordinasi

Dalam menjalankan setiap pekerjaan selama magang, terdapat regulasi yang harus dipatuhi oleh penulis. Regulasi ini berfungsi untuk mengatur arah komunikasi mengenai pekerjaan yang akan atau sudah dikerjakan oleh penulis. Berikut adalah alur koordinasi yang diterapkan:



Gambar 3.2. Bagan Alur Koordinasi

Berdasarkan bagan tersebut, penulis mendapatkan pekerjaan biasanya dari divisi lain yang ada di PT. Shopee. Pekerjaan tersebut akan diseleksi oleh *team lead* dan dibagikan kepada *graphic designer* (*fulltime* maupun *internship*) untuk dikerjakan. Hasil yang sudah diselesaikan kemudian dikirimkan kembali kepada *team lead* untuk dilakukan QC (*quality check*). Biasanya *team lead* akan memberikan beberapa revisi yang harus diperbaiki sebelum akhirnya hasil tersebut diberikan kepada *creative lead* untuk mendapat persetujuan atau revisi kembali. Setelah mendapatkan persetujuan dari *creative lead*, maka hasil desain akan dikirimkan kepada klien (divisi lain) berupa link Google drive.

### 3.2. Tugas yang Dilakukan

Berikut adalah beberapa daftar pekerjaan yang dilakukan oleh penulis selama melakukan praktik kerja magang di PT. Shopee International Indonesia:

Tabel 3.1. Detail Pekerjaan Yang Dilakukan Selama Magang

No.	Minggu	Proyek	Keterangan
1.	1	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Editing dan layouting</i> foto produk untuk <i>flash sale</i> harian</li> <li>• Membuat logo “Serba 10.000” (acara untuk Maret)</li> <li>• Membuat logo “Pasti Ada Challenge” (acara untuk Maret)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Untuk keperluan acara di bulan Maret, <i>Electronic and Digital Sale</i></li> </ul>
2.	2	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Membuat logo “<i>baby &amp; kids sale</i>”</li> <li>• Revisi logo “Pasti Ada Challenge”</li> <li>• <i>Digital compositing</i></li> <li>• Desain media social post</li> </ul>	
3.	3	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Digital compositing</i></li> <li>• Revisi <i>seller post</i> (media sosial)</li> </ul>	
4.	4	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Digital compositing (flash sale)</i></li> <li>• Desain web banner (KV)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Untuk keperluan acara di bulan Maret, <i>Electronic and Digital Sale</i> dan <i>Super Brand Sale</i></li> </ul>
5.	5	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Digital compositing (flash sale)</i></li> <li>• Membuat desain sertifikat untuk acara</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kerja sama Shopee dan Universitas Atmajaya Jakarta</li> </ul>

		Bincang Shopee	
6.	6	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Editing foto produk (<i>Digital Imaging</i>)</li> <li>• Web banner <i>flash sale</i></li> </ul>	
	7	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Icon flash sale</i></li> <li>• <i>Instagram Story</i></li> </ul> Inspirasi Shopee	
	8	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Digital compositing</i></li> <li>• <i>Icon flash sale (Unilever)</i></li> <li>• <i>Instagram story</i></li> </ul> Inspirasi Shopee	

### 3.3. Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Berdasarkan divisi penulis yakni *branding strategy*, pekerjaan yang penulis lakukan selama magang merupakan pekerjaan-pekerjaan yang berhubungan dengan *branding*. Dari keseluruhan pekerjaan penulis mayoritas adalah untuk membuat logo dan identitas visual dari sebuah acara dan kampanye yang diadakan pihak Shopee dalam beberapa bulan ke depan.

#### 3.3.1. Proses Pelaksanaan

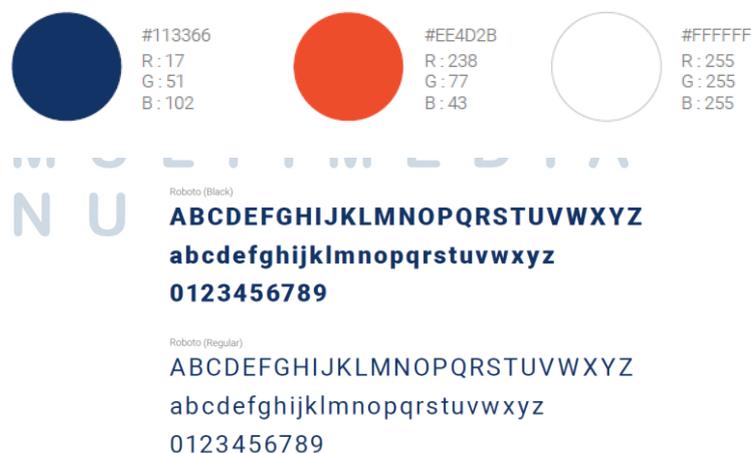
Proses pengerjaan suatu proyek memiliki waktu dan proses yang berbeda-beda. Namun, dapat dikatakan bahwa setiap pekerjaan yang diberikan harus dikerjakan dalam kurun waktu yang agak singkat. Dalam membuat logo bersama tim, biasanya kami diberikan waktu maksimal selama 5 hari untuk mendapatkan *approval* dari *creative lead* dan juga klien. Hal ini dikarenakan proses implementasi logo tersebut masih terbilang cukup banyak karena harus disebar ke divisi lain, misalnya sebagai *post* sosial media, *overlay* sebuah video promosi, dan bahkan sampai pada pengimplementasian pada aplikasi (*landing page*) maupun *website*.

### 3.3.1.1. Perancangan Logo “Pasti Ada Challenge” (*promotion campaign*) Shopee

Setiap bulannya Shopee selalu menghadirkan acara maupun kegiatan-kegiatan baru yang bertujuan untuk menarik perhatian konsumennya. Setidaknya dalam satu bulan, Shopee dapat menghadirkan satu jenis acara maupun kampanye seperti *super flash sale*, *brand sale*, *men sale*, dan lainnya. Setiap acara tersebut biasanya dihadirkan dengan berbagai *campaign* yang bertujuan untuk mempromosikan acara utama mereka.

Salah satu acara yang diadakan oleh pihak Shopee Indonesia adalah *Elektronik & Digital Sale* pada 31 Maret 2019. Dalam rangka mempromosikan acara tersebut dibuatlah sebuah *promotion campaign* dengan judul “Pasti Ada Challenge”. Untuk mendukung tampilan visual acara tersebut penulis diberi tugas untuk membuat sebuah logo yang akan dijadikan identitas visual dari *promotion campaign* tersebut.

Pertama-tama penulis mendapatkan *brief* yang diberikan oleh divisi *campaign*. *Brief* tersebut berisi beberapa alternatif bentuk yang dapat dibuat dan dieksplor lebih lagi oleh penulis, panduan warna, dan juga *moodboard* dalam membuat logo tersebut. Sebelumnya, anggota tim yang lain juga membuat sebuah *guidelines* visual mengenai acara *Elektronik & Digital Sale*, oleh karena itu logo *campaign* yang harus dibuat oleh penulis juga akan mengikuti panduan tersebut.



Gambar 3.3. Elemen visual yang harus digunakan

Logo yang dibuat harus berkonsep *manly* ataupun netral karena *campaign* ini dilakukan dalam rangkaian acara Elektronik & Digital Sale yang seringkali diidentifikasi dengan seorang pria. Penulis beberapa kali mendapatkan revisi dari *team lead* dan klien mengenai logo yang sudah dibuat.



Gambar 3.4. Logo awal yang dibuat oleh penulis

Klien meminta logo tersebut direvisi pada beberapa bagian seperti menghilangkan elemen kaca pembesar, kemudian mengganti elemen garis dengan elemen yang disesuaikan dengan tema acara yang akan berjalan (Elektronik & Digital Sale). Posisi huruf juga diminta untuk mendatar dan tidak miring. Oleh karena itu penulis harus mengubah kembali logo tersebut sesuai dengan permintaan dari klien.

Setelah melakukan revisi penulis memberikan kembali hasil yang sudah dibuat kepada *team lead*. Kemudian penulis mendapatkan revisi untuk menyederhanakan elemen desain yang ada karena dinilai terlalu ramai dan membuat tulisan sulit terbaca.



Gambar 3. 5. Logo Elektronik & Digital Sale



Gambar 3.6. Logo hasil revisi pertama

Setelah melakukan penyederhanaan elemen, penulis juga diminta untuk menambahkan beberapa alternatif pilihan lain agar klien dapat memilih desain yang paling cocok. Logo dibuat sesuai dengan *brief* yang diberikan untuk memasukan elemen Elektronik & Digital Sale sebagai ciri khas dari *campaign* ini.



Gambar 3.7. Beberapa alternatif logo yang dibuat penulis dan tim

Setelah seluruh hasil *preview* desain sudah diterima dan dicek oleh *team lead*, hasil tersebut dikirimkan kepada *creative lead* untuk mendapatkan persetujuan sebelum diteruskan kepada klien. Langkah selanjutnya adalah *team lead* akan mengirimkan beberapa alternatif desain logo tersebut kepada klien yakni tim *campaign* untuk dipilih dan di aplikasikan pada desain lain. Pada hal ini desain tersebut digunakan dalam permainan pada aplikasi di hari *campaign* yang dilaksanakan.



Gambar 3.8. Logo terpilih

### 3.3.1.2. Perancangan Logo dan *Key Visual* (KV) Baby & Kids Fair

Pada bulan Maret pihak Shopee Indonesia mengadakan potongan harga besar-besaran untuk berbagai produk bayi dan anak. Potongan tersebut diadakan dalam acara “Baby & Kids Sale” yang diadakan pada tanggal 7-12 Maret 2019. Oleh karena itu pihak tim *campaign* Shopee membutuhkan identitas visual bagi acara tersebut yang akan ditampilkan pada web maupun aplikasi *mobile* Shopee. Acara tersebut membutuhkan sebuah desain logo dan juga *Key Visual* atau yang sering disebut KV sebagai suatu identitas tersendiri agar lebih mudah teridentifikasi oleh konsumen. Pekerjaan tersebut diberikan kepada penulis dan anggota tim lain untuk dikerjakan bersama.

Pertama, penulis diberikan *brief* berupa slide presentasi yang menjelaskan mengenai acara dan *key message* yang perlu disampaikan kepada konsumen. Penulis juga diberikan referensi yang berupa logo terdahulu yang sudah dipakai pada acara sebelumnya (tahun lalu). Berikut adalah beberapa referensi yang diberikan oleh pihak *campaign* kepada tim *Branding Strategy*:



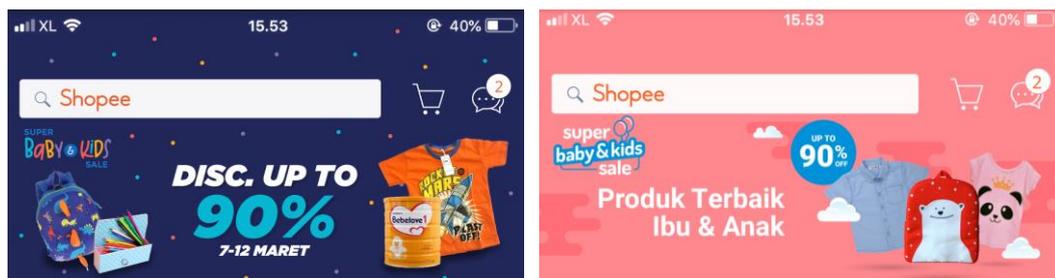
Gambar 3.9. Logo dan KV pada acara sebelumnya

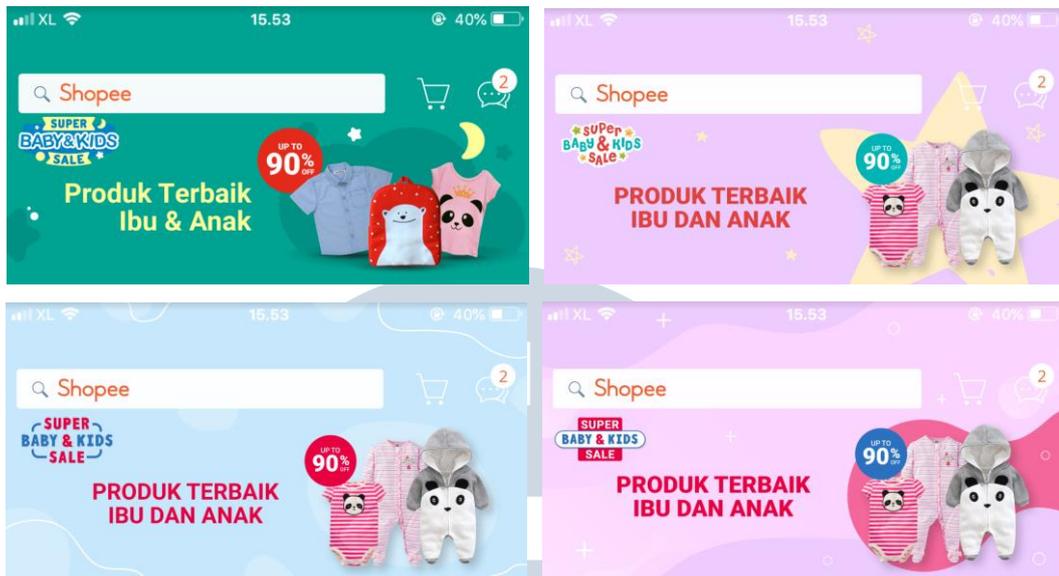
Selanjutnya penulis bersama tim melakukan proses brainstorming untuk bentuk logo selanjutnya, divisi *campaign* juga meminta logo yang dihadirkan bersifat netral (tidak *feminime* ataupun *manly*) agar dapat mencangkup berbagai produk anak secara umum. Selain itu logo yang diminta adalah berupa *logotype* agar lebih mudah dibaca dan teridentifikasi oleh orang awam. Sesuai dengan permintaan, penulis dan tim memilih beberapa jenis *font* yang dapat terlihat menyenangkan, *friendly* dan juga *playful* agar kesan “anak-anak” dapat tersampaikan. Selanjutnya *font* tersebut dipadukan dengan elemen yang berhubungan dengan anak-anak sehingga menghasilkan beberapa alternatif logo dibawah ini:



Gambar 3.10. Beberapa alternatif logo yang dibuat penulis dan tim

Selain membuat sebuah logo, tim kami juga diminta untuk membuat beberapa alternatif KV yang akan ditampilkan di aplikasi Shopee (*web* maupun *mobile*). KV biasanya digunakan sebagai panduan secara visual mengenai identitas suatu acara. Selain itu KV biasanya di tampilkan pada halaman awal aplikasi (seperti *landing page*). KV yang dibuat harus dapat menjelaskan mengenai acara yang sedang berlangsung dan penawaran yang diberikan oleh pihak Shopee. Penulis dan tim buat juga menggunakan warna-warna yang menyenangkan dalam membuat KV. Beberapa pilihan barang juga harus ditampilkan dalam KV agar mempermudah konsumen mengetahui barang apa saja yang akan ditawarkan pada acara tersebut. Berikut adalah beberapa alternatif KV yang penulis dan tim buat:

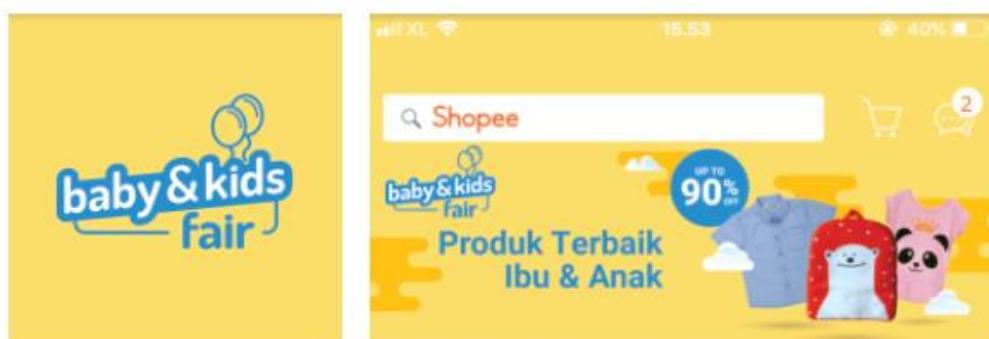




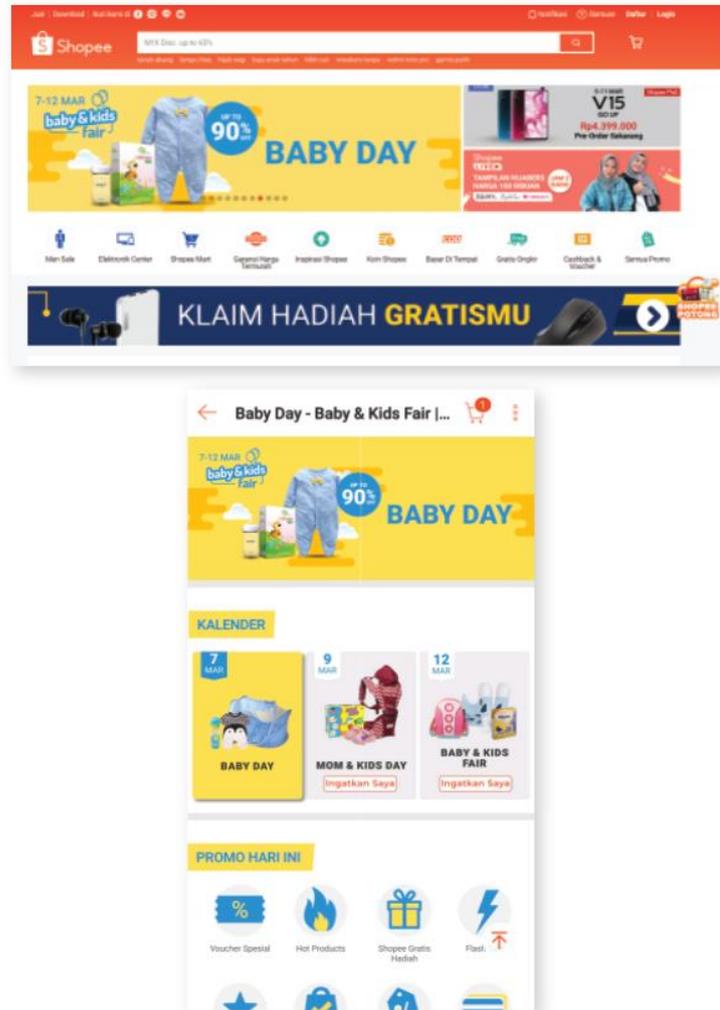
Gambar 3.11. Beberapa alternatif KV yang dibuat oleh penulis dan tim

Setelah menyelesaikan lolos QC (*quality check*) oleh *team lead*, hasil tersebut dikirimkan kepada *creative lead* untuk dicek secara keseluruhan visual sebelum akhirnya diberikan kepada klien (tim *campaign*). Setelah mendapatkan *approval* dari *creative lead*, maka hasil tersebut diteruskan kepada klien untuk dipilih (biasanya dengan beberapa revisi minor).

Berdasarkan beberapa alternatif logo yang tim kami berikan ternyata tim *campaign* memilih logo nomor 1, dan untuk KV tim *campaign* meminta sedikit perubahan warna pada beberapa KV karena masih berkesan terlalu *feminime*. Sehingga proses revisi harus dilakukan terlebih dahulu sebelum logo dapat diaplikasikan pada KV. Berikut adalah desain akhir logo dan KV yang sudah di *approve* oleh klien:



Gambar 3.12. Logo dan KV final



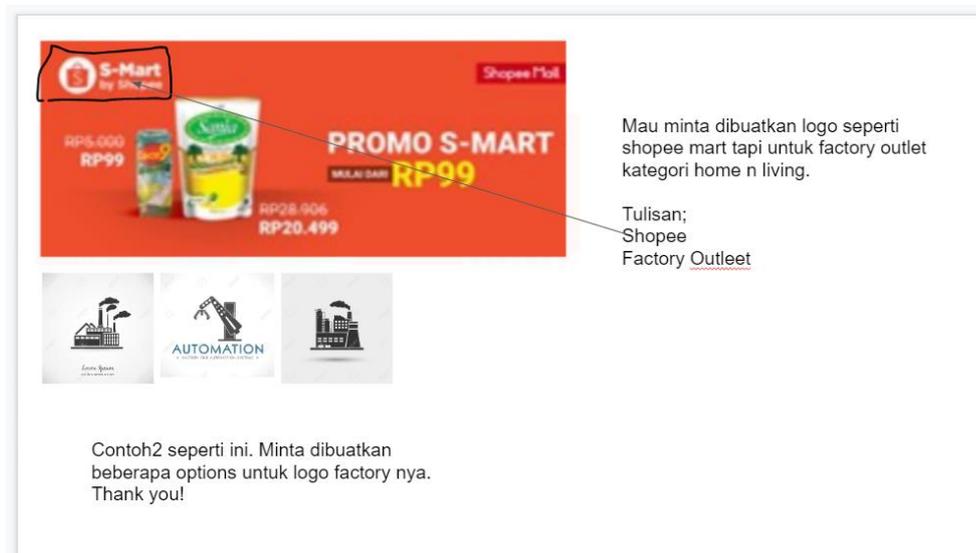
Gambar 3.13. Pengaplikasian logo dan KV pada *website* dan aplikasi *mobile*

### 3.3.1.3. Perancangan Logo Shopee Factory Outlet (Home & Living)

Shopee sebagai sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang *retail* semakin mengembangkan unit bisnisnya, salah satunya adalah membangun *factory outlet*nya sendiri. Hal ini dimaksudkan agar mempermudah proses distribusi barang dari berbagai klien dan sekaligus turut mengembangkan lahan bisnis milik Shopee itu sendiri.

Pada pertengahan bulan Maret, penulis mendapatkan tugas untuk membuat salah satu unit bisnis Shopee sebuah logo bagi unit bisnis baru yang dimilikinya. Unit bisnis tersebut adalah Shopee *Factory Outlet* yang khusus menangani produk *Home & Living* (perlengkapan rumah). Pembuatan logo ini

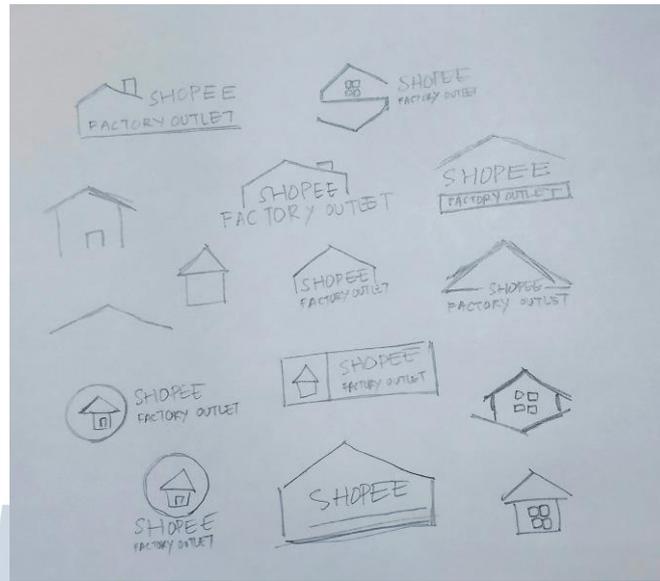
dimaksudkan agar unit bisnis tersebut memiliki identitas visual dan dapat dengan mudah teridentifikasi. Logo tersebut juga akan ditampilkan pada aplikasi *website* maupun aplikasi *mobile* Shopee ketika terdapat acara yang berhubungan dengan barang-barang dari kategori *Home & Living*.



Gambar 3.14. *Brief* yang diberikan oleh pihak klien

Setelah mendapatkan *brief*, penulis langsung memulai pembuatan logo tersebut. Klien meminta untuk menunjukkan sisi *Home & Living* dengan elemen yang dimasukan dalam logo. Selain itu logo di desain secara simpel dan tidak menggunakan banyak elemen rumit dikarenakan gaya visual Shopee saat ini sudah mulai berubah ke arah gaya visual yang simpel dan *clean*.

Setelah itu, penulis mulai melakukan sketsa. Penulis menggunakan gambaran dari sebuah rumah untuk mendeskripsikan produk *Home & Living*. Bentuk rumah tersebut kemudian disederhanakan agar tidak terkesan rumit. Bentuk yang diambil sebagai ciri khas dari rumah adalah bentuk atap dan jendelanya.



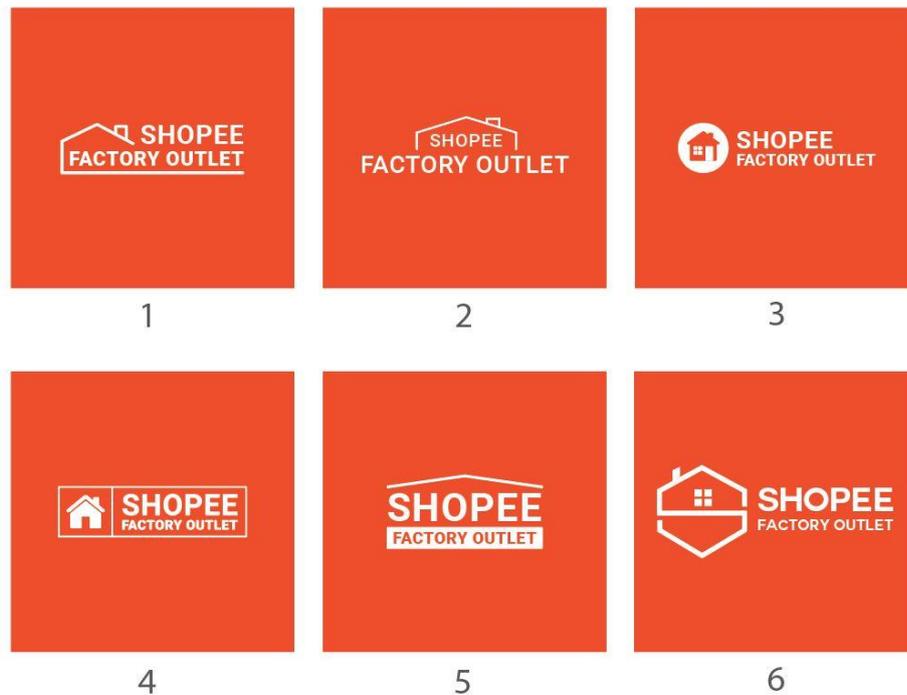
Gambar 3.15. Sketsa logo Shopee Factory Outlet

Setelah melakukan sketsa, kemudian penulis melakukan digitalisasi beberapa logo agar dapat divisualisasikan dengan lebih baik dan rapi. Warna yang digunakan dalam membuat logo adalah warna putih dan oranye (warna Shopee) agar ciri khas Shopee tetap dapat ditampilkan. Klien juga meminta untuk tidak menggunakan terlalu banyak warna agar terkesan simpel sesuai dengan konsep dari Shopee.



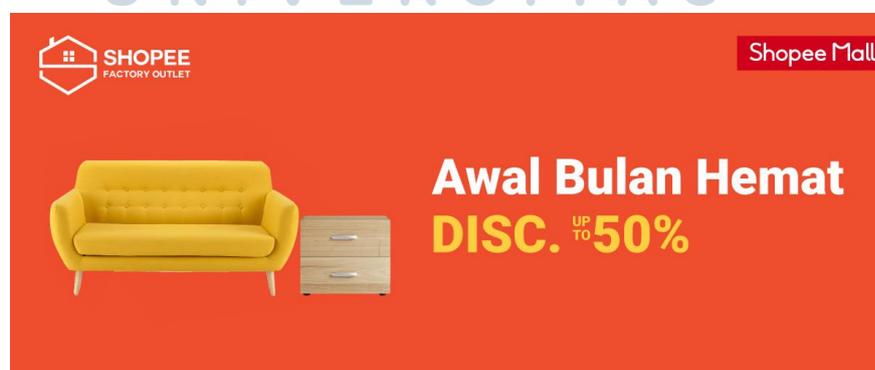
Gambar 3.16. Salah satu logo yang dibuat penulis pertama kali

Ternyata penulis mendapatkan beberapa revisi untuk menukar warna *background* dan warna logo. Sehingga warna *background* menjadi oranye dan warna logo menjadi putih. Selain itu penulis juga diminta untuk memperbesar ukuran tulisan “Shopee” pada logo agar terlihat lebih menonjol dibandingkan tulisan lainnya.

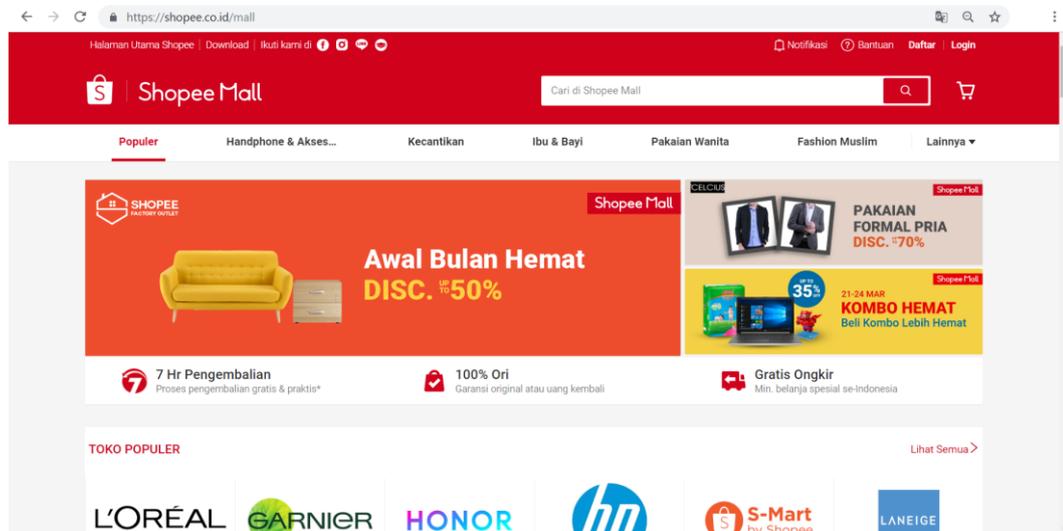


Gambar 3.17. Beberapa alternatif logo yang dibuat oleh penulis

Setelah membuat beberapa alternatif logo, hasil tersebut diberikan kepada *team lead* untuk dilakukan *quality check*. Setelah diterima oleh *team lead*, hasil tersebut diserahkan kepada *creative lead* untuk dilakukan asistensi. Setelah disetujui, hasil diberikan kepada klien untuk dipilih dan diaplikasikan pada desain-desain lainnya.



Gambar 3.18. *Preview KV* dengan logo Shopee Factory Outlet



Gambar 3.19. Pengaplikasian logo pada KV Shopee Mall

### 3.3.2. Kendala yang Ditemukan

Selama melakukan magang tentu saja terdapat beberapa kendala yang penulis hadapi. Hal tersebut ada yang berasal dari faktor internal maupun faktor eksternal. Hal tersebut juga dapat berbeda-beda antar satu pekerjaan dan pekerjaan yang lainnya. Berikut adalah beberapa kendala yang ditemukan pada masing-masing pekerjaan yang sudah dilakukan oleh penulis:

1. Kendala pertama dikarenakan penulis tidak mendapatkan *guidelines* mengenai logo dari *campagin* utama (Elektronik & Digital Sale). Hal ini menyebabkan pada awal pembuatan logo penulis tidak mengetahui elemen apa saja yang harus ada dan ditunjukkan dalam logo tersebut. Setelah melakukan dua kali revisi penulis baru menerima *file* yang berisi *guidelines* dari logo tersebut yang membuat penulis harus menyesuaikan ulang hasil desain dengan *guidelines* yang ada. Selain itu adanya komunikasi yang kurang lancar antara pihak tim dan klien yang mengakibatkan permintaan revisi dilakukan setelah hampir satu minggu lebih penulis menyelesaikan pekerjaan tersebut.
2. Pada pekerjaan kedua kendala yang ditemui oleh penulis adalah keterbatasan waktu yang dimiliki oleh penulis untuk menyesuaikan gaya visual yang diinginkan oleh klien. Sedangkan pada faktor eksternal kendala yang dihadapi biasanya berupa konten informasi yang sering berubah-ubah ataupun belum

pasti misalnya pada pembuatan logo “Baby & Kids Sale” nama acara tersebut berubah ketika logo sudah diberikan kepada tim *campaign* sehingga penulis dan tim harus mengubah kembali logo yang sudah dibuat.

3. Pada pekerjaan yang ketiga, kendala yang ditemui adalah tuntutan waktu tayang (biasanya di aplikasi) yang sangat singkat sehingga seringkali penulis harus bekerja *overtime* demi mengejar *deadline*. Klien meminta logo dibuat dalam waktu 1-2 hari (sudah final) karena akan segera diaplikasikan pada desain-desain lain sehingga penulis harus bekerja secara cepat.

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

Segala kendala yang dihadapi penulis dalam mengerjakan tiap-tiap pekerjaan harus diresponi secara positif dan baik. Oleh karena itu beberapa hal penulis lakukan sebagai solusi atas beberapa kendala yang sudah penulis sebutkan diatas. Beberapa solusi tersebut lebih mengarah pada alur komunikasi yang seringkali kurang lancar sehingga menghambat informasi yang masuk kepada tim desain, hal ini dapat dikomunikasikan kembali kepada pihak klien untuk menentukan dan memastikan secara jelas konten apa yang akan di desain sehingga tidak merugikan kedua belah pihak. Sebelum memulai desain penulis juga kembali memastikan bahwa *brief* terakhir yang diberikan merupakan sudah hasil final dan tidak akan berubah-ubah kembali, kecuali dalam hal revisi.

Penulis juga harus berusaha menjadi proaktif untuk bertanya kepada *team lead* maupun desainer lain yang lebih senior mengenai beberapa hal yang mungkin belum atau tidak jelas bagi penulis agar tidak terjadi kesalahan persepsi satu sama lain. Selain itu penulis harus dapat membagi waktu dalam mengerjakan setiap pekerjaan yang sudah diberikan kepada penulis sebagai bukti tanggung jawab penulis terhadap apa yang sudah dan akan dikerjakan selanjutnya.