

BAB III

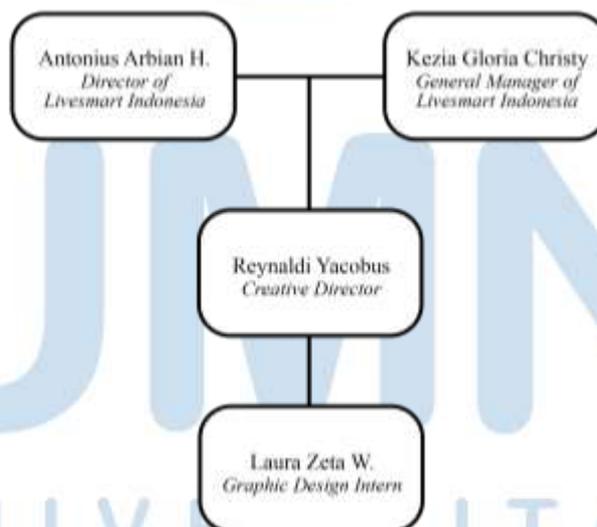
PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Pada program kerja magang ini, Livesmart Indonesia memiliki kedudukan dan koordinasi dalam proses kerja agar terciptanya alur kerja yang baik. Penulis akan membahas mengenai posisi penulis sebagai *graphic design intern* dan alur koordinasi penulis dengan pembimbing lapangan pada saat pengerjaan suatu proyek kerja.

3.1.1 Kedudukan

Selama menjalani program kerja magang, penulis ditempatkan di dalam tim desain grafis yang terintegrasi dengan *general manager*, *director*, dan *creative director*. Tugas penulis melibatkan proses pembuatan desain media sosial dan media kolateral untuk merepresentasikan program lokakarya YESS21.



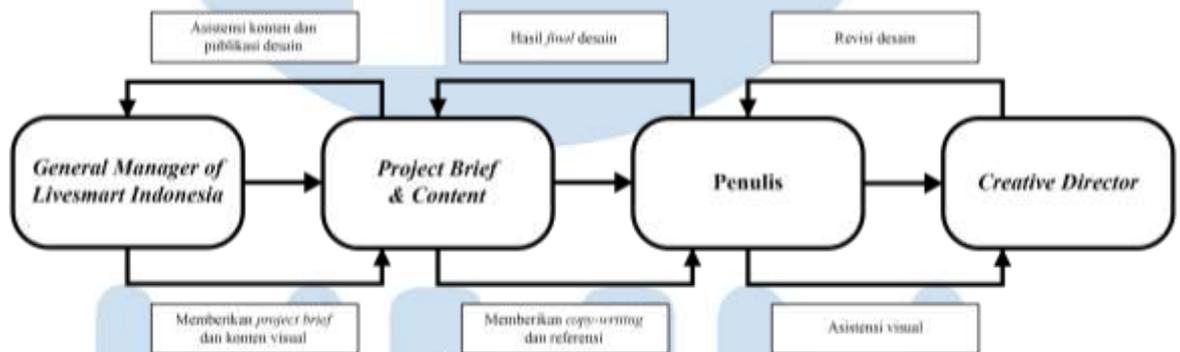
Gambar 3.1 Bagan Struktur Kedudukan Perusahaan
Sumber: Livesmart Indonesia (2023)

Kedudukan teratas adalah *director* dan *general manager* yang berkomunikasi terkait konten yang akan dipublikasikan. Kedudukan penulis

berada dibawah *creative director* yang juga merupakan pembimbing lapangan. Dengan kedudukan seperti pada gambar 3.1 maka segala bentuk proyek yang dibuat penulis akan diasistensikan dan dicek terlebih dahulu kepada *creative director* terlebih dahulu sebelum diberikan ke *general manager* dan *director*.

3.1.2 Koordinasi

Di Livesmart Indonesia terdapat alur koordinasi dalam kerja magang penulis yang memiliki beberapa kepentingan. Koordinasi dalam kerja magang ini membantu menciptakan lingkungan kerja perusahaan yang terstruktur dan memastikan bahwa penulis dapat memberikan kontribusi yang maksimal dalam konteks perusahaan.



Gambar 3.2 Bagan Alur Koordinasi

Penulis mendapatkan *brief* dan *content* untuk proyek yang akan dikerjakan dari Kezia Gloria Christy selaku *general manager*. Penulis bekerja dengan bimbingan langsung dari Reynaldi Yacobus, yang merupakan *creative director*. Dengan pemberian *project brief*, penulis melakukan diskusi singkat dengan *creative director* agar hasil desain yang dikerjakan masih sesuai dengan konteks perusahaan. Setelah pengerjaan desain sesuai *brief* dan *copy-writing* yang diberikan, penulis juga melakukan semua proses asistensi kepada Reynaldi Yacobus selaku *creative director*

sebelum diteruskan kembali ke *general manager*. Proses asistensi ini terdapat revisi desain yang belum sesuai sehingga menghasilkan hasil desain yang *final* untuk diteruskan ke *general manager*. Hasil desain yang sudah *final* akan dicek kembali oleh *general manager* apakah konten dan desain sudah sesuai atau belum. Jika sudah sesuai, desain akan dipublikasikan.

3.2 Tugas yang Dilakukan

Berisi tabel hal-hal yang penulis lakukan selama magang. Tugas yang dilakukan penulis selama proses magang bervariasi dan memiliki satu tujuan utama yaitu untuk kepentingan lokakarya YESS21. Tugas-tugas ini mencakup pengerjaan *graphic design*, *video editing*, pengambilan dokumentasi dalam bentuk foto dan video, dan lain-lain. Detail besar tugas-tugas yang dikerjakan penulis akan dijabarkan pada tabel dibawah ini.

Tabel 3.1 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Magang

No.	Minggu	Proyek	Keterangan
1.	1	Persiapan YESS21 Juni 2023 Surabaya	<ul style="list-style-type: none"> - Desain publikasi media sosial <i>countdown</i> hari sebelum YESS21 Surabaya mulai - Desain <i>x-banner</i> untuk YESS21 di Surabaya - Desain medali yang akan diberikan untuk <i>participants</i> YESS21 Surabaya - Desain piala yang akan diberikan untuk <i>participants</i> YESS21 Surabaya - Desain sertifikat yang akan diberikan untuk <i>participants</i> YESS21 Surabaya - Desain <i>merchandise</i> botol yang akan diberikan untuk <i>coaches</i> YESS21 Surabaya - Desain <i>merchandise</i> pulpen yang akan diberikan untuk <i>coaches</i> YESS21 Surabaya - Desain sertifikat yang akan

			<p>diberikan untuk <i>coaches</i> YESS21 Surabaya</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Merchandise quality checking</i> - Desain <i>smart journal</i> yang akan dijual pada saat YESS21 Surabaya
2.	2	Persiapan YESS21 Juli 2023 Jakarta	<ul style="list-style-type: none"> - Desain publikasi media sosial <i>countdown</i> hari sebelum YESS21 Jakarta mulai - Desain medali yang akan diberikan untuk <i>participants</i> YESS21 Jakarta - Desain piala yang akan diberikan untuk <i>participants</i> YESS21 Jakarta - Desain sertifikat yang akan diberikan untuk <i>participants</i> YESS21 Jakarta - Desain <i>merchandise</i> botol yang akan diberikan untuk <i>coaches</i> YESS21 Jakarta - Desain <i>merchandise</i> pulpen yang akan diberikan untuk <i>coaches</i> YESS21 Jakarta - Desain sertifikat yang akan diberikan untuk <i>coaches</i> YESS21 Jakarta - <i>Merchandise quality checking</i> - Belajar fotografi untuk dokumentasi pada saat YESS21 Jakarta
3.	3	Pelaksanaan YESS21 2023 Jakarta	<ul style="list-style-type: none"> - Pengambilan dokumentasi foto kegiatan YESS21 Jakarta - Pengambilan dokumentasi video kegiatan YESS21 Jakarta - Pengambilan dokumentasi Instagram <i>Reels</i> kegiatan YESS21 Jakarta - Pengambilan video <i>interview</i> orang tua <i>participants</i> YESS21 Jakarta - <i>Editing video</i> Instagram <i>Reels</i>

			YESS21 Jakarta
4.	4	<i>Camp Sekolah Victory Plus</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Desain medali untuk <i>participants camp Sekolah Victory Plus</i> - Desain <i>thank you card</i> untuk para guru Sekolah Victory Plus - Merchandise quality checking - <i>Editing montage video Camp Sekolah Victory Plus</i> - Desain <i>score card</i> untuk <i>games</i> di <i>Camp Sekolah Victory Plus</i>
5.	5	Livesmart Indonesia di ICAN International Education Expo	<ul style="list-style-type: none"> - Desain <i>x-banner</i> untuk <i>booth Livesmart Indonesia</i> - Desain <i>flyer</i> untuk <i>booth Livesmart Indonesia</i> - Desain <i>presentation slide</i> untuk di <i>preview</i> di <i>booth Livesmart Indonesia</i> - Dokumentasi Instagram <i>Reels</i> untuk promosi <i>booth Livesmart Indonesia</i>
6.	6-22	<i>Preview Livesmart Indonesia</i>	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Shooting trainer</i> untuk keperluan <i>footage video advertising</i> - <i>Video editing</i> untuk <i>advertising preview</i> yang akan diadakan <i>Livesmart Indonesia</i> - Desain <i>flyer preview Livesmart Indonesia</i> - Desain <i>invitation preview Livesmart Indonesia</i> - Desain <i>voucher mentoring</i> untuk peserta <i>preview Livesmart Indonesia</i> - Desain <i>voucher diskon buku</i> untuk peserta <i>preview Livesmart Indonesia</i> - Desain <i>notebook</i> untuk peserta <i>preview Livesmart Indonesia</i> - Desain kartu nama perusahaan - <i>Video editing testimonial coaches</i> untuk publikasi Instagram <i>Story</i>

			dan Whatsapp Story
7.	15-26	Persiapan YESS21 Desember 2023 Surabaya	- Desain <i>x-banner</i> YESS21 Desember 2023
8.	15-26	Persiapan YESS21 Desember 2023 Jakarta	<ul style="list-style-type: none"> - Desain <i>x-banner</i> YESS21 Desember 2023 - Desain <i>x-banner</i> media sosial Livesmart Indonesia - Desain <i>flyer</i> YESS21 2023 - Desain <i>flyer</i> Livesmart Indonesia <i>overview</i> - Desain <i>scholarship flyer</i> alumni YESS21 - Desain <i>merchandise baseball shirt</i> untuk <i>coach</i> YESS21 Jakarta - Desain <i>merchandise A4 carton</i> untuk <i>coach</i> YESS21 Jakarta - Desain medali untuk <i>coaches</i> YESS21 Jakarta - Desain medali untuk <i>participants</i> YESS21 Jakarta - Desain piala untuk <i>participants</i> YESS21 Jakarta - Desain <i>tumbler</i> untuk dijual saat YESS21 Jakarta - Desain <i>tote bag</i> untuk dijual saat YESS21 Jakarta - Desain <i>t-shirt</i> untuk dijual saat YESS21 Jakarta - Desain baju polo <i>coaches</i> YESS21 Jakarta - Desain baju <i>t-shirt participants</i> YESS21 Jakarta - <i>Video editing</i> YESS21 <i>overview</i> untuk <i>sharing media</i> - <i>Video editing</i> YESS21 <i>overview</i> untuk publikasi media sosial
9.	18	THRIVE Parenting Session	<ul style="list-style-type: none"> - Desain poster THRIVE Oktober 2023 - <i>Shooting video footage</i> untuk publikasi THRIVE di Instagram

			<i>Reels</i> - Desain Instagram <i>Story</i> untuk <i>bridging</i> acara THRIVE Oktober 2023
10.	20	Coach Training Surabaya dan Jakarta	- <i>Shooting video footage coaches</i> untuk keperluan <i>advertising</i> - <i>Shooting video footage coaches</i> untuk keperluan konten media sosial - <i>Shooting footage</i> untuk <i>montage video coach training</i> Jakarta dan Surabaya - <i>Editing video coaches</i> untuk keperluan <i>advertising</i> Livesmart Indonesia - <i>Editing video coaches</i> untuk keperluan publikasi media sosial - <i>Editing montage coach training</i> Jakarta dan Surabaya
11.	1-26	<i>Weekly Social Media Content</i>	- Shooting footage video untuk konten media sosial - Desain Instagram feeds sebagai konten harian media sosial - <i>Video editing</i> sebagai konten harian media sosial

3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Selama periode magang penulis sebagai *graphic design* di Livesmart Indonesia, penulis telah terlibat dalam berbagai proyek berupa desain kolateral yang mendukung berjalannya *YESS21 Camp*. Sebagai seorang *graphic design internship*, tugas utama penulis adalah berkontribusi dalam menciptakan solusi visual yang memenuhi kebutuhan klien dan perusahaan atau proyek yang sedang dikerjakan. Berikut ini penulis akan menjabarkan proses pelaksanaan magang beserta kendala dan solusi yang dihadapi.

3.3.1 Proses Pelaksanaan

Proses pelaksanaan magang sebagai *graphic designer* melibatkan beberapa tahap sebelum akhirnya menjadi desain *final*. Tahap-tahap ini meliputi pemberian brief, brainstorming, konsep, sketsa, digitalisasi, asistensi berikut revisi, dan finalisasi karya akhir. Ketujuh tahap ini memberikan penulis pemahaman mendalam tentang bagaimana menciptakan suatu desain yang dapat menyampaikan pesan ke target audiens yang dituju. Berikut merupakan penjelasan tahapan-tahapan tersebut sesuai masing-masing proyek yang dikerjakan.

3.3.1.1 X-Banner

Proyek pertama yang penulis buat berupa desain *x-banner*. *X-Banner* ini nantinya akan terbagi menjadi dua hasil. Kedua hasilnya akan digunakan saat hari acara YESS21 *Camp* berlangsung. Pembuatan desain *x-banner* ini terbagi menjadi beberapa tahapan:

a. Brief

Penulis pertama menerima brief dari general manager untuk mengganti *x-banner* yang sudah lama. Terdapat dua *x-banner* yang dibutuhkan, yaitu untuk mempromosikan media sosial perusahaan dan untuk menjelaskan materi yang akan dibawakan saat YESS21 *Camp* berlangsung. Pemberian *brief* untuk membuat desain *x-banner* yang baru ini karena desain yang lama terkesan sudah tidak *trendy* dan foto yang dipakai adalah foto YESS21 generasi lama.

b. Brainstorming

Setelah pemberian *brief*, penulis mulai melakukan *brainstorming* dengan *general manager* terkait ide seperti apa yang akan dimasukkan kedalam konten. Pertama, *x-banner* ini akan dibuat dengan desain yang sesuai dengan warna perusahaan, namun dengan elemen-elemen yang mudah dicerna oleh para orang tua. Untuk bagian desain, *general manager* meminta untuk dibuat satu tema dengan

desain *banner* lainnya sehingga ketika ditaruh berdekatan semuanya memiliki keserasian. Dari sini penulis menyarankan untuk pemakaian warna *tone* yang sama.



Gambar 3.3 Desain X-Banner yang Sudah Ada

Perancangan desain *x-banner* yang baru ini juga akan memakai foto-foto dokumentasi YES21 *Camp* terbaru untuk menampilkan kesan yang *fresh*. Untuk *x-banner* kedua, perusahaan ingin mencapai tujuan agar target audiens bisa mengikuti media sosial perusahaan khususnya Instagram. General manager juga meminta agar pada desainnya terdapat *barcode* khusus untuk langsung mengakses Instagram Livesmart Indonesia dengan instan.

c. Konsep

Pada *x-banner* pertama, konten didalamnya akan berfokus pada branding YESS21 sebagai *camp* anak muda terbaik se-Asia. Untuk menambah daya tarik dan tujuan perusahaan, akan ditambahkan juga konten mengenai apa saja yang akan diajarkan didalam *camp*. Hal ini akan menarik para orang tua yang melihat *banner* ini saat mengantarkan anaknya untuk mengikuti YESS21 *Camp* nanti.



Gambar 3.4 Formula Sukses Livesmart Indonesia

Untuk foto-foto yang akan diganti menjadi dokumentasi baru, penulis akan menggunakan hasil dokumentasi *camp* terakhir di bulan Juni-Juli 2023 yang penulis ambil. Dengan adanya foto-foto baru, keseluruhan desain akan terlihat lebih segar dengan wajah anak-anak yang baru. Foto-foto yang digunakan akan disesuaikan dengan formula sukses Livesmart yang akan ditampilkan.

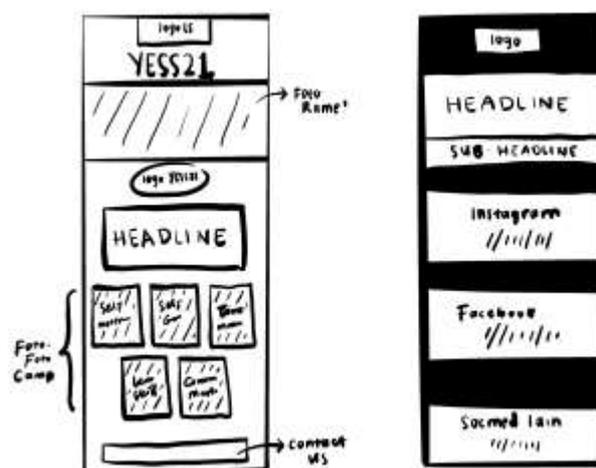


Gambar 3.5 Dokumentasi *Camp* Juni-Juli 2023

Pada bagian desain banner, penulis akan menggunakan lebih banyak elemen *vector*. Alasan penggunaan elemen ini adalah agar hasil desain terlihat rapih dan tidak mengganggu *copy-writing* didalamnya sehingga mudah dicerna oleh orang tua. Penulis juga akan memasukan logo Livesmart dan YESS21 untuk mempertegas *branding* perusahaan. Untuk x-banner kedua, konsepnya adalah menyampaikan pesan kepada target audiens untuk mengikuti media sosial perusahaan. Isi konten *banner* berfokus pada mempromosikan media sosial Instagram dan Facebook. Untuk desain dibuat lebih simpel dengan tidak terlalu banyak warna, sehingga lebih mengutamakan isi kontennya.

d. Sketsa

Sebelum masuk ke pembuatan digitalisasi desain, penulis membuat sketsa singkat yang memberi gambaran bagaimana desain akan dibuat nantinya. Sketsa ini juga membantu penulis untuk lebih mudah menentukan komposisi dan kerangka dasar desain. Sketsa ini juga berfungsi untuk mematangkan konsep dasar yang sudah dirancang.



Gambar 3.6 Sketsa X-Banner YESS21 dan Media Sosial

Pada sketsa tersebut, penulis juga mulai memasukan judul *banner* dan isi konten. Font yang digunakan merupakan jenis *sans-serif*. Hal ini agar keseluruhan desain tidak terlihat terlalu formal. Untuk warna yang digunakan masih menyesuaikan *color palette* perusahaan. Setelah proses sketsa disetujui, penulis akan melanjutkan perancangan ke tahap digitalisasi.

e. Digitalisasi

Pada proses digitalisasi, penulis menggunakan Adobe Illustrator untuk desain *x-banner*. Untuk bagian background, penulis menggunakan *gradient* warna *orange*, putih, dan biru. Pada bagian atas, penulis menaruh logo perusahaan diikuti dengan *headline* dibawahnya. Untuk *headline* penulis mengambil nama *camp* yaitu YESS21 dan *tagline*-nya yaitu *Massive Impact*. Untuk font *Massive Impact* menggunakan jenis font *brush script* karena penulisan yang selalu seperti itu. Dibawah *headline*, penulis memasukan foto para partisipan YESS21 *Camp* agar lebih mencerminkan gambaran dari acara *camp*.

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3.7 Hasil Digitalisasi X-Banner YESS21

Pada bagian bawah foto, penulis menambahkan kalimat promosi *Asia's Top Family Focused Programme* yang menekankan bahwa program YESS21 ini adalah program keluarga terbaik di Asia. Ditengah foto dan kalimat promosi tidak lupa penulis menambahkan logo YESS21 dengan background putih agar logo terlihat jelas. Dibawah kalimat promosi, penulis baru memasukan hal-hal yang akan didapat partisipan ketika mengikuti YESS21 *Camp*, dilengkapi dengan foto-foto dokumentasi yang sesuai dengan masing-masing *caption*-nya. Untuk *headline* dan kalimat promosi, penulis menggunakan efek *drop shadow* pada *font* untuk memberi dimensi pada tulisan agar lebih jelas dilihat karena warna *font* putih dan *background* desain berwarna *orange*. Untuk tulisan *Family Focused*, penulis menambahkan efek *outer glow* warna *orange* untuk memberi penekanan bahwa ini program yang berfokus pada keluarga. Bagian paling bawah penulis menambahkan kontak perusahaan. Pada desain

bagian bawah juga penulis memsukan elemen garis lengkung berwarna biru muda untuk estetika agar keseluruhan desain tidak terlalu *flat* hasilnya.



Gambar 3.8 Hasil Digitalisasi X-Banner Media Sosial

Hasil digitalisasi x-banner media sosial, penulis tidak terlalu banyak menggunakan warna sesuai yang sudah dikonsepskan sebelumnya. Pada bagian *headline*, penulis menggunakan *font sans-serif* agar hasilnya tidak terlalu formal dan kaku. Bagian tulisan '*children's journey*' penulis menggunakan efek *drop shadow* agar lebih menekankan kalimat tersebut karena kalimat tersebut memiliki daya tarik bagi orang tua yang ingin terus *update* kegiatan anaknya selama *YESS21 Camp*. Untuk *sub-headline*, penulis memberi kalimat ajakan untuk mengikuti media sosial Livesmart. Dibawahnya, terdapat dua kotak berisikan *screenshot* profil Instagram dan Facebook, *barcode* yang menuju langsung ke halaman media sosial,

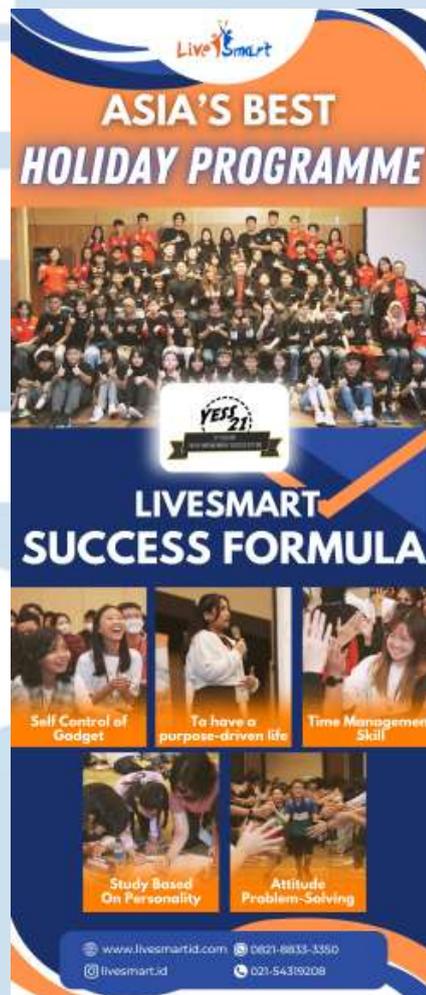
dan *username* media sosial. Pada bagian belakangnya penulis menggunakan masing-masing kotak yang dipisah agar memberikan kesan pemisahan dua media sosial. Bagian paling bawah, penulis menambahkan kotak terakhir yang berisikan informasi media sosial perusahaan lainnya selain Instagram dan Facebook.

f. Asistensi dan Revisi

Setelah proses digitalisasi selesai, penulis melakukan asistensi terhadap *supervisor* terlebih dahulu. Untuk revisi yang didapatkan pada x-banner YESS21 adalah desain keseluruhan belum serasi dengan *banner-banner* lainnya. Hal ini diakibatkan karena desain *banner* lain tidak ada yang menggunakan *gradient*, meskipun warnanya memakai warna perusahaan. Untuk kalimat promosi, *supervisor* menyarankan menggunakan kalimat yang mengandung unsur '*best program*' agar lebih mudah dimengerti. Foto grup yang dipakai juga terlihat kurang pas karena pada foto yang sudah dipakai formasinya masih berantakan dan terlalu ramai. *Supervisor* menyarankan menggunakan foto grup yang jumlah partisipannya tidak terlalu banyak sehingga masih bisa terlihat dekat dan jelas mukanya. Terakhir, konten pengajaran sebaiknya diganti menjadi formula sukses Livesmart. Revisi pada x-banner media sosial adalah mengganti isi konten yaitu untuk Facebook dihilangkan saja dan berfokus pada Instagram. Penulis juga diminta untuk mengganti warna *barcode* menjadi satu warna saja dan tidak memakai efek *gradient* seperti sebelumnya. Untuk lebih memperjelas pesan bahwa orang tua dapat melihat kegiatan anaknya saat YESS21 *Camp*, penulis diminta memasukan contoh konten yang diunggah pada saat *camp* sehingga memberikan gambaran langsung kepada para orang tua.

g. Finalisasi

Setelah mendapatkan revisi dari *supervisor*, penulis mengubah beberapa poin revisi yang sudah digaris bawahi. Hasil revisi yang telah dibuat menjadi finalisasi desain. Setelah desain sudah final, baru akan dikirimkan ke *general manager* untuk dicetak sebagai *x-banner*.



Gambar 3.9 Finalisasi X-Banner YESS21

Proses finalisasi *x-banner* YESS21, penulis mengubah warna latar menjadi tidak gradasi, melainkan pakai satu *tone* warna di setiap elemen yang berbeda. Pada bagian *headline* penulis mengganti jadi *Asia's Best Holiday Programme*. Pemilihan foto grup baru juga memerhatikan jumlah partisipan yang lebih sedikit sehingga foto dapat dimaksimalkan rasionya menjadi lebih dekat. Untuk konten

penulis sudah menggunakan formula sukses Livesmart, diikuti dengan foto-foto dokumentasi pendukung yang sesuai dengan masing-masing formulanya.



Gambar 3.10 Finalisasi *X-Banner* Media Sosial

Terakhir adalah proses finalisasi *x-banner* media sosial. Penulis menghilangkan bagian Facebook dan digantikan dengan *preview* konten yang akan diunggah pada saat hari *camp* dengan diikuti keterangan *daily updates*. Di bagian *barcode* penulis juga sudah mengganti warnanya menjadi satu warna saja yaitu biru.

3.3.1.2 *Digital Flyer*

Proyek berikutnya adalah *digital flyer*. *Flyer* ini akan digunakan sebagai bahan promosi YESS21 melalui jaringan media. Tujuannya adalah memberikan informasi YESS21 kepada orang-orang yang

tidak hadir ke sesi *preview* program sehingga dapat mendaftar. Yang diharapkan adalah orang-orang ini mendapatkan gambaran jelas mengenai program YESS21 dan jadwalnya. Proses pembuatan *digital flyer* ini terbagi menjadi beberapa tahapan:

a. Brief

Pada tahap awal, penulis mendapatkan brief untuk membuat *overview* program Livesmart yaitu YESS21 yang dapat dibagikan pengguna media ke sesama kerabatnya. *Overview* ini harus berisikan mengenai YESS21 *Camp* secara ringkas dalam bentuk *digital flyer*.

b. Brainstorming

Untuk ide pembuatan *digital flyer* ini, nantinya akan berbentuk *file .pdf* sehingga mudah untuk di *forward*. Dalam satu *file* akan berisikan *flyer* YESS21 sebanyak tiga halaman yang memuat konten penjelasan Livesmart, apa saja yang akan dipelajari di YESS21, jadwal YESS21 terdekat, dan *testimonial* dari beberapa *graduates* Livesmart yang sudah meraih banyak hal. Bagian desain flyer akan dibuat dengan tema menyenangkan untuk membuat kesan bahwa suasana belajar di YESS21 itu tidak membosankan ataupun menyulitkan anak-anak. Elemen yang akan digunakan berupa elemen 3D. Elemen 3D menunjukkan estetika dengan kesan futuristik dan *modern*, seperti cara Livesmart mendidik anak-anak agar selalu terbuka dengan teknologi yang akan datang di masa depan.

c. Konsep

Konsep pada halaman pertama adalah penjelasan mengenai Livesmart. Sebelum orang memiliki keinginan untuk mendaftarkan anaknya, pastinya perusahaan harus mengambil kepercayaan orang tua terhadap perusahaan yang mengadakan. Halaman pertama akan dimulai dengan *headline* yang menegaskan bahwa Livesmart memiliki program terbaik dibanding kompetitor. Dibawahnya akan

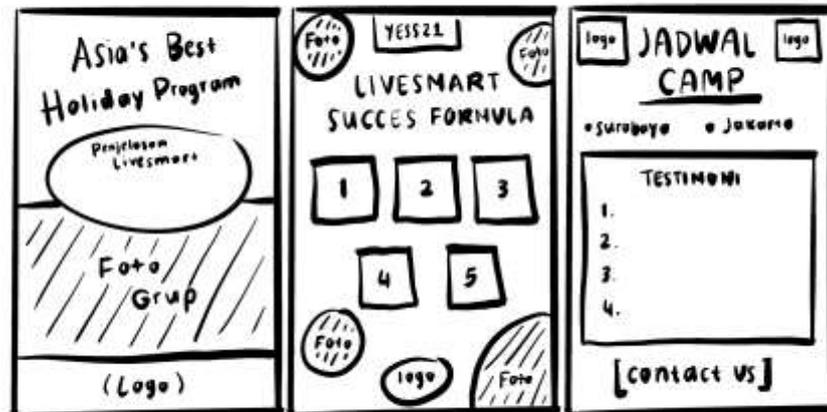
diisi penjelasan singkat mengenai perusahaan Livesmart. Untuk menambah kepercayaan terhadap perusahaan, penulis juga akan menambahkan informasi negara-negara tempat Livesmart mengadakan YESS21 *Camp*.

Halaman kedua akan masuk ke penjelasan program YESS21 yang lebih spesifik. Dimulai dari satu kalimat di *headline* yang sudah menjelaskan tujuan YESS21 secara singkat. Konten selanjutnya yang akan dimuat di halaman dua adalah formula sukses Livesmart. Formula sukses ini juga berupa pengajaran yang akan diajarkan pada saat *camp* berlangsung. Untuk menambah gambaran mengenai YESS21, penulis akan memasukkan beberapa foto dokumentasi *camp*. Dengan konsep ini diharapkan para orang tua sudah mendapat gambaran *camp* dan manfaatnya bagi anak-anak.

Terakhir adalah konsep untuk halaman ketiga. Setelah para orang tua sudah mengetahui apa itu Livesmart dan program YESS21, di halaman terakhir ini baru akan diinformasikan mengenai jadwal *camp* terdekat di tahun ini. Informasi *camp* dibagi menjadi dua kota tempat dilaksanakannya YESS21 untuk memberikan pilihan bagi orang tua yang ingin mendaftar di kota terdekatnya. Di bagian akhir *flyer*, akan dimasukkan juga konten *testimonial* dari beberapa *graduates* Livesmart agar memberikan kesan bahwa Livesmart telah sukses membuat anak-anak meraih tujuan hidupnya.

d. Sketsa

Setelah konsep sudah dirancang dengan matang, penulis akan masuk ke tahap sketsa desain untuk memberi gambaran lebih jelas mengenai desain yang akan dibuat. Sketsa yang dibuat berjumlah tiga halaman sesuai jumlah halaman pada *flyer*. Setelah selesai membuat sketsa, penulis mendiskusikan lagi keseluruhan konsep dan ide bersama *supervisor*.

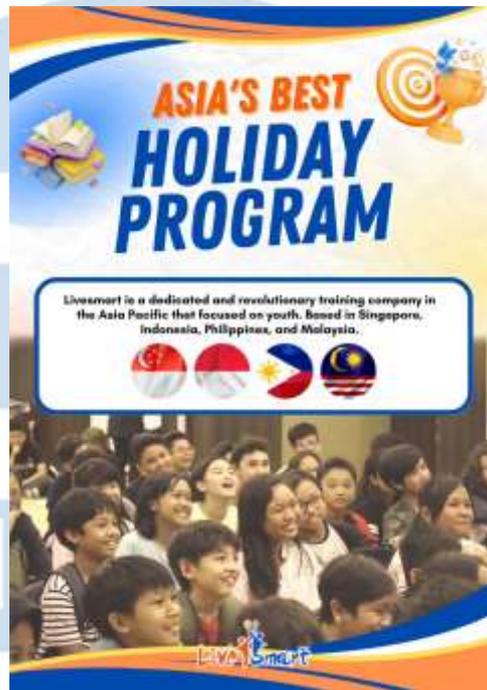


Gambar 3.11 Sketsa *Digital Flyer*

Pada bagian sketsa halaman pertama, penulis menempatkan *layout flyer* sesuai dengan alur informasinya. Dimulai dari *headline* dan dilanjutkan dengan penjelasan perusahaan beserta foto dokumentasi grup. Sketsa halaman kedua dan ketiga juga menunjukkan gambaran *layout* yang akan diimplementasikan pada desain. Sketsa ini memberikan gambaran seefektif mungkin mengenai bagaimana desain akan dibuat mengingat banyaknya informasi yang harus dimasukkan ke dalam tiga halaman.

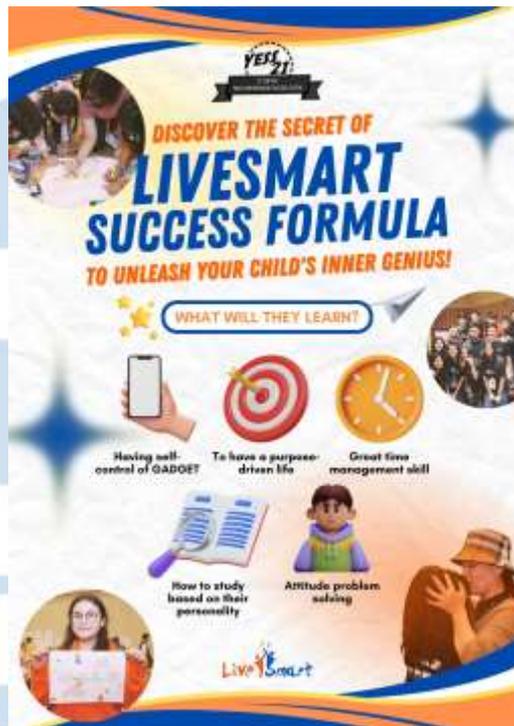
e. Digitalisasi

Desain digital flyer ini dibuat menggunakan Adobe Illustrator. Proses digitalisasi akan dimulai dari halaman pertama. Halaman ini menggunakan desain *header* dan *footer border* untuk mempertegas identitas perusahaan. Desain *header* dan *footer* ini juga yang memberikan kesatuan pada ketiga halaman yang memiliki isi dan desain berbeda nantinya. Efek kesatuan ini membuat desain terkesan konsisten dan elemen-elemen perusahaan seperti warna ditempatkan di *header* dan *footer* untuk memperkuat *branding* dan membuat *flyer* lebih mudah dikenali.



Gambar 3.12 Digitalisasi *Flyer* Halaman Pertama

Di halaman pertama penulis menggunakan *headline* “*Asia’s Best Holiday Program*” untuk memberikan informasi mengenai Livesmart secara singkat. Bagian *headline* tersebut diberikan efek *drop shadow* agar tulisan memiliki dimensi dan terlihat lebih jelas. Dibagian bawahnya, penulis menggunakan elemen persegi panjang untuk memuat informasi mengenai Livesmart dan negara-negara yang bekerja sama. Persegi panjang ini diberikan *stroke* berwarna biru untuk memberikan visibilitas yang lebih jelas. Pada bagian foto, penulis memasukkan foto dengan suasana anak-anak yang tersenyum untuk memberikan kesan program yang menyenangkan. Tidak lupa di bagian *footer* bawah penulis memasukkan logo perusahaan.



Gambar 3.13 Digitalisasi *Flyer* Halaman Kedua

Desain halaman kedua menggunakan latar berwarna putih dengan tekstur kertas yang identik dengan pembelajaran. Karena halaman ini adalah dimulainya penjelasan tentang YESS21, maka penulis memasukkan logo YESS21 di bagian paling atas. Pada latar desain juga penulis memberikan sentuhan elemen berbentuk bulat dan bintang dengan efek *blur* agar konten di *layer* atasnya tetap terlihat jelas. Untuk *headline* penulis memasukkan kalimat yang berisikan keterangan bahwa halaman ini akan membahas formula sukses, dilengkapi dengan kalimat tujuan dari formula tersebut.

Pada bagian bawah *headline*, penulis memasukan *text box* berwarna putih dengan *stroke* biru yang sama dengan elemen persegi di halaman pertama untuk menekankan penyampaian apa yang akan anak-anak pelajari di YESS21. Dilanjutkan dengan lima formula sukses Livesmart yang dirangkum dengan elemen 3D agar mudah dipahami dan keterangan dibawah setiap elemen tersebut. Untuk memberi gambaran lebih jelas mengenai program penulis

memasukkan foto-foto dokumentasi *camp* yang berbeda-beda tema, dimulai dari foto hasil karya anak, *graduation camp*, foto kegiatan kelompok, dan foto *coaches* bersama *trainer*.



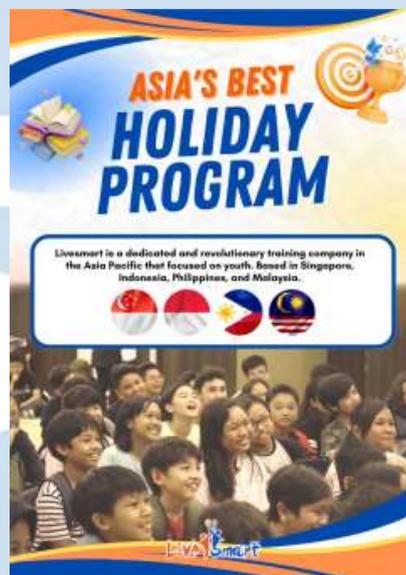
Gambar 3.14 Digitalisasi *Flyer* Halaman Ketiga

Proses digitalisasi diakhiri dengan desain halaman ketiga. Pada halaman ini, penulis masih menggunakan latar putih bertekstur kertas yang sama dengan halaman kedua. Ada juga penambahan elemen gradasi untuk memberikan variasi warna. Karena halaman ini cukup penuh kontennya, penulis langsung mengemas konten secara singkat dan *to the point*. Diawali dengan jadwal *camp* terdekat yang dirincikan kota dan lokasinya. Untuk penulisan jadwal *camp* menggunakan elemen persegi panjang berwarna biru dengan *stroke* kuning agar menjadi bagian paling menonjol pada halaman ini. Dilanjutkan dengan bagian *testimonial* dari empat *graduates* Livesmart yang sudah berkuliah diluar negeri. Pada bagian *testimonial* ini disusun per anaknya memanjang agar penjelasannya muat. Penulis juga menambahkan foto setiap anak dan logo universitas tempat mereka menempuh studinya. Di belakang tulisan

dan foto, penulis memasukkan foto gedung kampus yang sudah di *clipping mask* sesuai bentuknya dan diatur transparansinya rendah agar elemen-elemen di *layer* atasnya masih terlihat jelas. Bagian *footer* halaman tiga ini diisi dengan informasi kontak perusahaan.

f. Asistensi dan Revisi

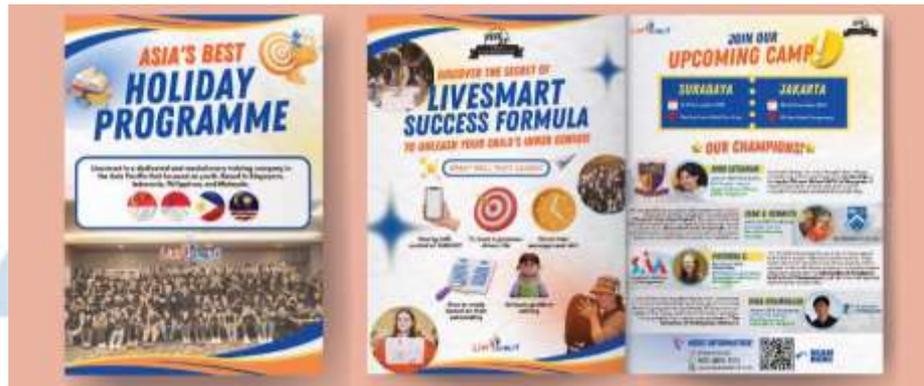
Setelah digitalisasi di asistensi oleh *supervisor*, penulis mendapatkan satu revisi untuk halaman pertama. Untuk foto anak-anak yang tersenyum diganti dengan foto grup untuk menekankan formalitas perusahaan. Untuk warna foto juga jangan dibuat terlalu *sephia* agar tidak memberikan kesan zaman dulu.



Gambar 3.15 Revisi Foto Halaman Pertama *Flyer*

g. Finalisasi

Tahap terakhir dari perancangan desain *digital flyer* ini adalah tahap finalisasi. Setelah melakukan revisi, penulis langsung menyatukan ketiga halaman menjadi satu *file* yang dapat disebarluaskan melalui aplikasi komunikasi.



Gambar 3.16 Finalisasi *Digital Flyer* YESS21

Setiap halaman memiliki desain dan *layout* yang berbeda, namun untuk keseluruhannya memiliki kesatuan yang sama. Setelah proses finalisasi ini, *file* dikirimkan langsung ke general manager untuk dicek lagi oleh direktur perusahaan.

3.3.1.3 Kartu Nama Perusahaan

Proyek berikutnya yang penulis buat adalah kartu nama perusahaan. Proyek ini sangat krusial karena menjadi identitas perusahaan. Perancangan desain yang profesional menjadi *branding* yang sangat penting bagi proyek ini. Dalam merancang desain kartu nama terdapat beberapa tahapan yang dilakukan:

a. *Brief*

Pertama, penulis mendapatkan *brief* dari *general manager* untuk membuat desain baru kartu nama perusahaan karena desain kartu nama sekarang sudah lama dan tidak *modern*. Selain faktor desain, *general manager* juga ingin memperbarui kontak perusahaan yang tertera di kartu nama.

b. *Brainstorming*

Setelah mendapatkan *brief* dari *general manager*, penulis melakukan *brainstorming* bersama. Dalam proses *brainstorming* ini, dapat

disimpulkan bahwa ide desain kartu nama perusahaan harus lebih *modern* namun juga *timeless* karena kartu nama perusahaan akan digunakan hingga jangka waktu yang panjang. Desain juga lebih menekankan profesionalisme, tidak seperti desain Livesmart lainnya yang cenderung memberikan kesan *fun*.

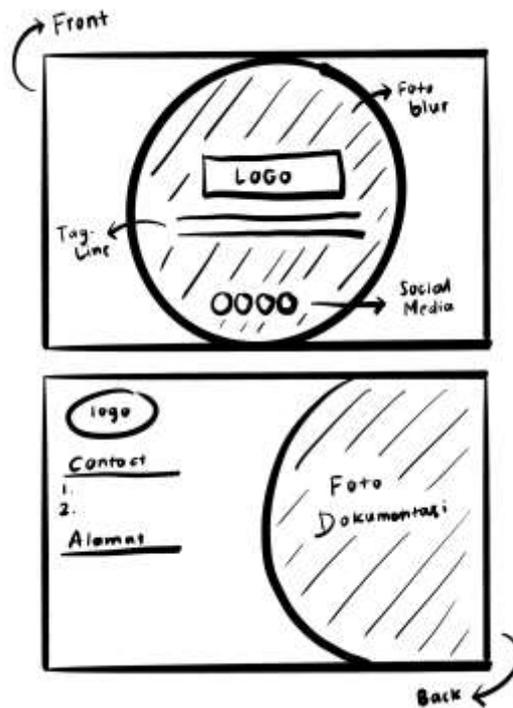
c. Konsep

Tahap selanjutnya setelah *brainstorming* adalah penyusunan konsep. Desain kartu nama ini akan menggunakan font *sans-serif* sehingga menunjukkan tampilan kebersihan desain dan tampilan yang *modern*. Untuk penggunaan warna, masih mengikuti *branding* perusahaan yaitu biru dan oranye. Warna biru dan oranye ini bisa digabungkan dengan efek *gradient* sehingga masing-masing warna tidak terlalu mencolok karena akan meningkatkan kesan *fun*. Keseluruhan desain akan menggunakan konsep *clean look* agar menjunjung tinggi konsep profesionalisme dan informasi didalamnya dapat dibaca dengan jelas.

d. Sketsa

Sebelum masuk ke tahap digitalisasi, penulis merancang sketsa terlebih dahulu agar terlihat gambaran desain yang akan dibuat. Sketsa ini memuat dua bagian yaitu bagian depan kartu dan bagian belakang kartu. Pada sketsa ini juga terlihat penggambaran *layout* penempatan elemen.

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 3.17 Sketsa Kartu Nama Perusahaan

Pada rancangan sketsa sudah terlihat penggambaran desain yang tidak menggunakan banyak elemen sehingga memberikan *clean look*. Desain juga menggunakan bentuk lingkaran sebagai penempatan foto. Tidak lupa disertakan logo di kedua bagian sebagai *branding* perusahaan.

e. Digitalisasi

Proses digitalisasi diawali dengan bagian depan kartu dan perancangannya menggunakan Adobe Illustrator. Penulis menggunakan elemen garis lengkung sebagai *framing* dari lingkaran ditengah, Elemen garis lengkung tersebut menggunakan warna gradasi biru dan oranye dan hasilnya memberikan kesan profesionalisme.



Gambar 3.18 Digitalisasi Bagian Depan Kartu Nama

Dibagian tengah kartu terdapat logo perusahaan yang diberikan *outer glow* putih untuk memberi penegasan dan visibilitas pada logo. Di bagian bawahnya terdapat *tagline* yang menggunakan *font* dengan ketebalan thin untuk memberikan kesan *modern* dan *clean look*. Pada bawah *tagline*, terdapat *icon* logo media sosial yang dimiliki perusahaan. *Icon-icon* tersebut menggunakan warna biru agar sesuai latar dan berbentuk bulat putih untuk memberikan visibilitas yang jelas. Dibagian belakang logo, tulisan, dan *icon*, terdapat foto berwarna *black and white* dan dibuat efek *blur* agar ketajamannya tidak bentrok dengan *layer* atasnya.



Gambar 3.19 Digitalisasi Bagian Belakang Kartu Nama

Digitalisasi bagian belakang kartu nama menggunakan latar putih dengan elemen garis tipis untuk memberikan dimensi pada bagian latar. Terdapat juga penempatan foto direktur Livesmart Indonesia yang sedang melakukan *training* di sebelah kanan kartu. Foto dibuat

black and white dan diberikan sedikit *leak light* berwarna oranye di pojok kanan bawah agar tidak *flat*. Pada luaran lingkaran foto masih menggunakan elemen garis lengkung gradasi yang sama dengan bagian depan kartu. Di sebelah kiri kartu terdapat logo dan kontak perusahaan. *Font* yang digunakan berjenis *narrow* agar memberikan kesan modern.

f. Asistensi dan Revisi

Setelah melakukan digitalisasi, penulis menyerahkan desain ke *supervisor* untuk diasistensi. Terdapat sedikit revisi di bagian depan dan belakang kartu terkait foto. Untuk foto di bagian depan kartu, tingkat *blurriness*-nya dikurangi sehingga tidak terlalu buram dan masih terlihat jelas muka-mukanya.



Gambar 3.20 Revisi Kartu Nama Perusahaan

Untuk revisi foto di bagian belakang kartu, penulis diminta untuk tidak menggunakan foto yang menunjukkan wajah direktur perusahaan. Penulis mengganti foto menjadi tampak belakang tubuh dan memperlihatkan audiens di *YESS21 Camp*.

g. Finalisasi

Setelah melakukan revisi sesuai yang diminta *supervisor*, penulis melakukan finalisasi desain. Setelah difinalisasi, desain akan dikirimkan ke *general manager* kembali untuk dilanjutkan ke proses pencetakan dan distribusi. Berikut merupakan contoh implementasi kartu nama perusahaan ketika dicetak.



Gambar 3.21 Finalisasi Kartu Nama Perusahaan

Pada tahap finalisasi ini, penulis juga memastikan hasil desain sesuai dengan konsep yang sudah ditetapkan diawal. Hasil akhir desain menunjukkan tampilan yang profesional meskipun menggunakan warna-warna seperti biru dan oranye. Keseluruhan desain juga terlihat bersih karena penggunaan elemen yang sedikit.

3.3.1.4 Notebook

Proyek berikutnya yang penulis buat adalah *notebook*. *Notebook* ini adalah *merchandise* yang dibagikan kepada orang tua pada saat *preview*. Desain *notebook* ini terbagi menjadi dua bagian, yaitu bagian *cover* depan dan juga isi buku. Perancangan *notebook* ini juga

dapat menjadi sarana mengenalkan program ke audiens. Berikut ini adalah beberapa tahapan perancangan *notebook*.

a. Brief

Brief awal yang diberikan oleh *general manager* adalah pembuatan *merchandise* untuk diberikan pada saat *preview*. *Merchandise* ini harus berguna dan bisa menjadi sarana promosi perusahaan juga. Untuk *budget* perusahaan mengenai *merchandise* ini tidak besar sehingga harus dimaksimalkan dengan desain yang akan dibuat.

b. Brainstorming

Setelah melakukan *brainstorming*, akhirnya diputuskan untuk membuat *notebook* berukuran A5. Untuk *printing*-nya sendiri nanti akan menggunakan tinta tidak berwarna sehingga desain harus dibuat *black and white*. *Notebook* akan di *print* menggunakan karton 120gsm dan isiannya menggunakan kertas HVS sehingga. Hal ini menjadi tantangan baru bagi penulis karena untuk hasil *print* tidak berwarna dan bahan kertasnya akan menghasilkan kombinasi yang terlihat murah. Solusinya adalah membuat desain yang bisa mematahkan kesan tersebut.

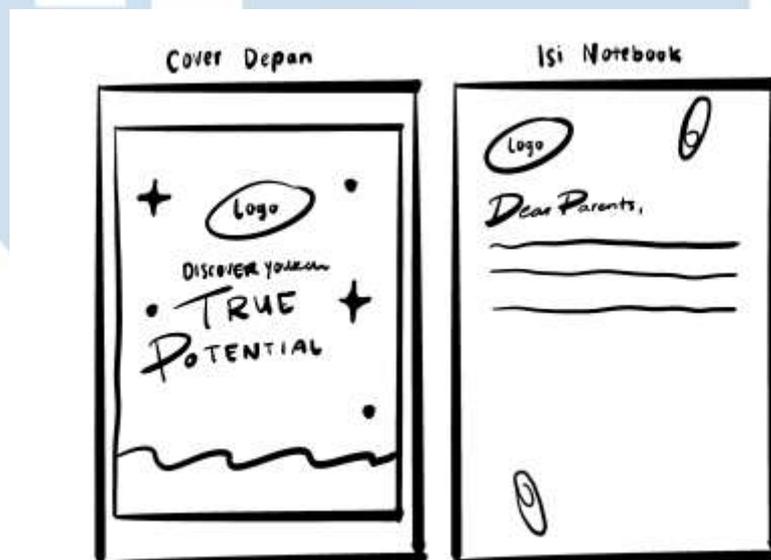
c. Konsep

Pada bagian cover *notebook*, akan berisi tulisan yang merupakan branding dari YESS21. Bagian *cover* tidak akan diisi elemen yang terlalu banyak karena akan menimbulkan kesan sesak dan penuh karena elemen yang hanya bisa berwarna hitam. Permainan desainnya akan ada di pemilihan *font* agar desain buku tetap terlihat *fun* sesuai branding Livesmart Indonesia. Untuk bagian isi buku, akan diisi tulisan yang ditujukan untuk orang tua. Pada desain bagian isi buku ini tidak akan memakai banyak elemen juga karena dari porsi tulisannya sudah memenuhi satu halaman. Konsep bagian isi

buku akan dibuat seperti surat yang ditulis tangan sehingga menimbulkan kesan yang lebih personal.

d. Sketsa

Desain notebook ini harus berhati-hati pembuatannya karena hanya menggunakan dua warna yaitu hitam dan putih. Penulis menggambarkan desain yang akan dibuat melalui perancangan sketsa terlebih dahulu. Pada perancangan sketsa ini terdapat dua halaman yaitu *cover* dan isi buku.



Gambar 3.22 Sketsa Notebook

Terlihat pada gambar sketsa bahwa penggunaan elemen pada desain tidak bisa terlalu banyak. Hal ini dapat digantikan dengan permainan *font* yang dapat memberikan kesan *fun*. Pada gambaran sketsa ini juga sudah terlihat layout dan proporsi desain nantinya.

e. Digitalisasi

Setelah perancangan sketsa, penulis langsung memindahkan sketsa kedalam desain. Proses digitalisasi ini menggunakan Adobe Illustrator dengan memainkan tools *line* dan *shape*. Bagian *cover*, penulis menggunakan *border* agar desain tidak terlihat terlalu

kosong mengingat elemen yang dipakai sedikit. Elemen-elemen yang dipakai merupakan bulat, bintang, dan garis lengkung. Untuk bagian isi buku penulis hanya menambahkan elemen berupa bentuk *clipper* karena konsepnya yang seperti surat, dan elemen titik di pojok kanan atas dan pojok kiri bawah agar desain terlihat tidak kosong.



Gambar 3.23 Digitalisasi Notebook

Untuk pemilihan *font* pada bagian *cover*, penulis menggunakan *font* dengan jenis *brush* untuk menampilkan kesan yang menyenangkan. Untuk *font* bagian isi buku penulis memilih *font* dengan jenis *handwritten* karena konsepnya seperti surat dan ingin dibuat agar terlihat personal.

f. Asistensi dan Revisi

Setelah melakukan proses digitalisasi, penulis melakukan asistensi desain dengan *supervisor*. Dari proses asistensi ini, penulis hanya diminta untuk menambahkan kontak perusahaan di bagian bawah *cover* agar memperlengkap branding perusahaan. Kontak perusahaan yang ditambahkan mencakup situs web, media sosial, dan nomor yang bisa dihubungi.

g. Finalisasi

Setelah penulis menambahkan kontak perusahaan pada desain buku, penulis masuk ke tahap finalisasi desain. Desain akhir akan dikirimkan ke *general manager* untuk dilanjutkan ke proses pencetakan dan distribusi. Berikut merupakan implementasi *notebook* ketika sudah di cetak.



Gambar 3.24 Finalisasi *Notebook*

Hasil akhir dari desain *notebook* ini menjadi tidak terlihat murah meskipun warna yang dipakai hanya hitam dan putih. Elemen-elemen yang digunakan tidak mengganggu pesan yang ingin disampaikan. Proses desain *notebook* ini melibatkan kombinasi kreativitas, analisis, dan pemahaman yang mendalam terhadap desain keseluruhan.

3.3.1.5 Medali *Coaches*

Proyek berikutnya masih termasuk ke kategori *merchandise* dari perusahaan, namun pemberiannya adalah ke *coaches*. *Merchandise* ini berupa medali yang menjadi simbol apresiasi yang akan diberikan

saat YESS21 *Camp*. Proses pembuatan desain medali ini melewati beberapa tahapan.

a. Brief

Merchandise yang akan diberikan ke *coaches* setiap tahunnya selalu ada dan bisa bervariasi. Tahun ini *general manager* menginstruksikan untuk pemberian medali. Untuk medali ini penulis cukup membuat desain bagian isinya saja karena bentuk dan barangnya akan dipesan melalui *vendor*.

b. Brainstorming

Sebelum melanjutkan ke tahap konsep desain, penulis melakukan *brainstorming* untuk memperjelas tujuan desain medali. Menurut hasil *brainstorming*, desain medali harus menunjukkan kesan apresiasi, penghargaan, dan pengakuan. Elemen yang digunakan berupa bentuk bintang karena bintang memiliki makna penghargaan, sesuai dengan kesan yang ingin ditunjukkan.

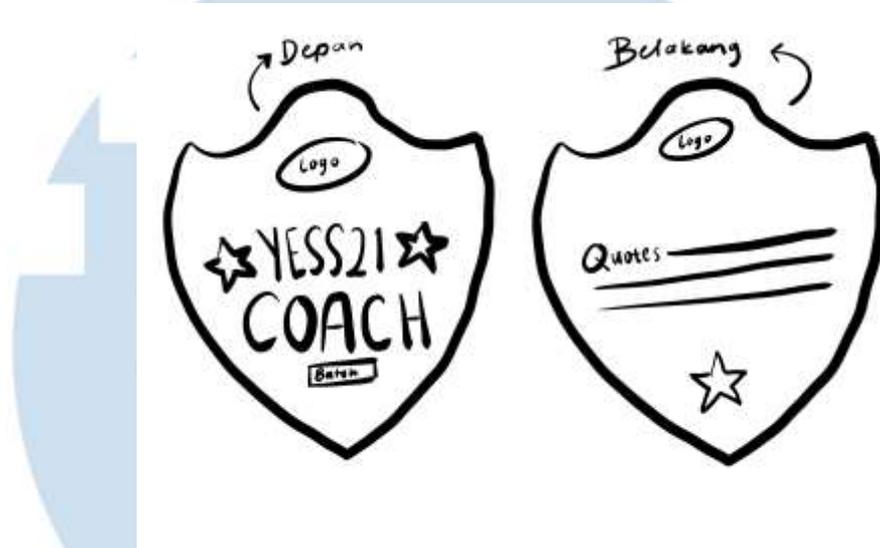
c. Konsep

Untuk konsep yang akan dimasukkan kedalam desain medali adalah berupa kalimat motivasi dan *title* mereka sebagai *coaches*. Hal ini akan memberikan kenang-kenangan karena dapat disimpan dan dipajang. Untuk desain tidak bisa terlalu rumit karena bahan dasar medali menggunakan kaca, jadi hasil desain akan terlihat refleksinya sedikit pada dasar medali. Faktor ini juga mendukung pembuatan desain yang tidak terlalu berlapis sehingga ketika medali dilihat, desainnya tidak menumpuk dan bikin pusing.

d. Sketsa

Sebelum melakukan proses digitalisasi, penulis membuat rancangan sketsa medali agar mendapat gambaran mengenai bagaimana layout,

proporsi, dan keseluruhan desainnya. Penulis juga melakukan pengaturan pada *typography* agar terlihat bervariasi.



Gambar 3.25 Sketsa Medali *Coaches*

Sketsa ini memberikan gambaran bahwa hasil desain nanti akan memberikan kesan pertama tentang apresiasi sesuai tujuan utama tadi. Penambahan elemen bintang memberikan kesan simbol penghargaan dan memperbagus estetika desain.

e. Digitalisasi

Setelah merancang sketsa, penulis melakukan tahap digitalisasi menjadi desain. Tahap digitalisasi ini menggunakan Adobe Illustrator. Untuk pemilihan *font*, penulis menggunakan *sans-serif* dikombinasikan dengan *font* berjenis variasi untuk tulisan *coach*. Penggunaan *font* variasi ini untuk menekankan tujuan utama dari pembuatan medali ini, dan membuat *coaches* merasa lebih diapresiasi. Untuk *font* *coach* diberikan efek 3D *inflate*, agar terlihat lebih bervolume.



Gambar 3.26 Digitalisasi Medali *Coaches*

Dibawah tulisan YEISS21 Coach, diberikan keterangan *batch camp* dengan kotak biru. Pada bagian samping tulisan YEISS21 ditambahkan elemen bintang 3D untuk memberikan simbol apresiasi. Desain belakang medali hanya menggunakan *quotes* tentang seorang *coach*, ditambahkan elemen bintang dibawahnya agar memberikan efek kesatuan dengan desain depan.

f. Asistensi dan Revisi

Hasil digitalisasi desain medali diberikan kepada *supervisor* untuk dilakukan tahap asistensi. Menurut hasilnya, penulis diminta mengganti *batch* dibagian depan medali menjadi tulisan bulan dan tahun *camp* diadakan yaitu *December 2023*. Hal ini agar menghindari kebingungan *coaches* terhadap *batch* dan meminimalisir kemungkinan *coaches* lupa akan *batch*-nya.

g. Finalisasi

Setelah proses asistensi dan revisi, penulis melakukan finalisasi desain. Desain yang sudah difinalisasi akan dikirimkan ke *general manager* untuk dilanjutkan ke proses pencetakan dan distribusi. Sebelum pencetakan dalam jumlah banyak, akan dilakukan tes ke

satu medali terlebih dahulu agar bisa dilihat desain yang dibuat sudah aman dengan bahan medalnya atau belum.



Gambar 3.27 Finalisasi Medali *Coaches*

Kesan akhir yang didapat dari desain medali ini adalah merasa terapresiasi atas penghargaan yang diberikan. Meskipun dalam bentuk medali, *branding* perusahaan tetap didapatkan karena permainan warna dan elemen.

3.3.1.6 *Flyer Invitation*

Proyek berikutnya adalah *flyer invitation*. *Flyer invitation* ini berfungsi untuk memberikan rincian penting tentang seminar, seperti judul, tanggal, waktu, tempat, dan materi yang akan dibawakan. Ini membantu calon peserta memahami dasar acara. Untuk perancangan *flyer invitation* ini memerlukan beberapa tahap.

a. *Brief*

Pada awalnya, penulis mendapatkan *brief* dari *general manager* mengenai pembuatan *flyer invitation* ini untuk dibagikan kepada calon peserta. Dalam pembagian *brief* ini, penulis langsung

mendapatkan rincian acara seperti tanggal dan tempat yang nantinya akan menjadi isi desain.

b. *Brainstorming*

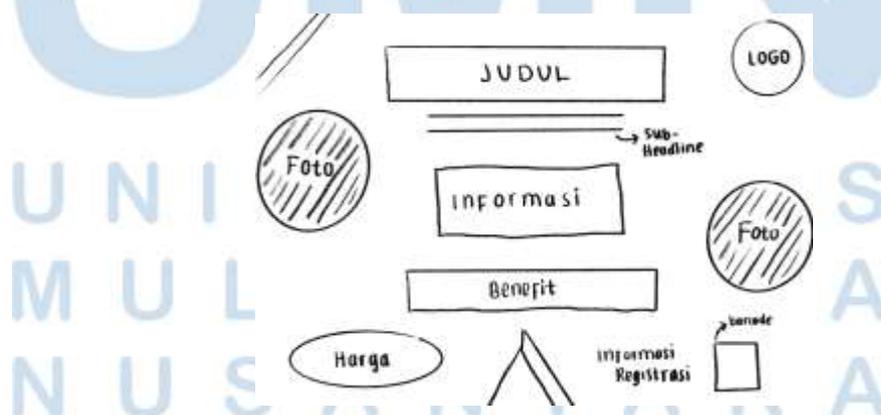
Untuk tahap ini, penulis melakukan *brainstorming* bersama *general manager* terkait bagaimana isi desain akan dirancang. Dari hasilnya, dalam *flyer* ini akan memuat judul masalah yang biasa dihadapi oleh para orang tua. Dalam desain nantinya juga akan ditambahkan foto-foto pelengkap yang berkaitan dengan judul masalah tersebut.

c. Konsep

Dalam perancangan *flyer invitation* akan dimuat judul masalah, tanggal dan tempat acara, dan informasi registrasi. Untuk warna dasar penulis akan menggunakan warna putih karena keseluruhan konsep desain tujuannya terlihat profesional dan tidak terlalu seperti desain anak kecil. Elemen-elemen pendukung lainnya baru akan menggunakan warna perusahaan seperti biru, oranye, dan kuning.

d. Sketsa

Sebelum melakukan eksekusi desain, penulis merancang sketsa agar mendapat gambaran hasil desain bagaimana nantinya. Di sketsa ini juga penulis langsung melakukan *layouting* agar menjadi jelas peletakan elemen-elemen dan informasi dalam satu halaman.



Gambar 3.28 Sketsa *Flyer Invitation*

e. Digitalisasi

Setelah perancangan sketsa disetujui, penulis langsung melanjutkan ke tahap digitalisasi proyek. Untuk tahap ini, penulis hanya tinggal memasukkan elemen-elemen dan informasi sesuai dengan *layout* yang sudah terancang di tahap sketsa.



Gambar 3.29 Digitalisasi *Flyer Invitation*

f. Asistensi dan Revisi

Setelah melakukan digitalisasi dari proyek ini, penulis melakukan asistensi kepada *supervisor* terkait hasil desain sebelum diteruskan ke *general manager*. Dalam perancangan proyek ini, *supervisor* tidak memberikan revisi apapun sehingga desain langsung disetujui dan penulis melanjutkan ke *general manager*.

g. Finalisasi

Setelah melakukan asistensi dan pemberian desain akhir ke *general manager*, *flyer invitation* tersebut langsung bisa disebaran secara *digital* melalui *platform* media sosial. *Flyer* ini yang akan digunakan untuk penyebaran informasi seminar hingga waktu yang tidak ditentukan. Penulis hanya akan memperbarui informasi didalamnya sesuai dengan acara seminar yang akan diadakan setiap bulannya.

3.3.2 Kendala yang Ditemukan

Selama magang sebagai seorang *graphic designer*, penulis menghadapi beberapa kendala. Kendala-kendala yang dihadapi juga menjadi pelajaran bagi penulis untuk bekerja dalam lingkup perusahaan kedepannya. Berikut beberapa kendala yang penulis temukan:

a. Gaya desain yang penulis terapkan tidak selalu selaras dengan tujuan perusahaan

Terkadang dalam pengerjaan beberapa proyek, sulit untuk menyelaraskan desain yang penulis terapkan dengan tujuan bisnis perusahaan. Ini dapat menjadi tantangan dalam menciptakan desain yang konsisten dengan visi dan nilai perusahaan. Ketika penulis sudah merasa memberikan yang terbaik dalam proyek, beberapa desain harus diubah karena tidak sampai tujuan perusahaan beserta target audiensnya. Hal ini tidak menjadi hambatan bagi penulis untuk tetap menciptakan proyek terbaik, mengingat selera setiap orang subjektif.

b. Tidak adanya peluang bekerja sama dengan *graphic designer* lain

Faktor pendukung dari kendala ini adalah terbatasnya jumlah pekerja di Livesmart Indonesia sehingga penulis menjadi satu-satunya *graphic designer internship*. Penulis berharap bisa bertukar pikiran dan bekerja sama dengan rekan kerja lain untuk menambah wawasan mengenai dunia desain grafis. Selama pelaksanaan program magang ini, penulis hanya berkesempatan bekerja sama dengan *supervisor* dan *general manager* yang pekerjaannya bukan spesifik sebagai *graphic designer*.

3.3.3 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Dari beberapa kendala yang penulis alami, tidak menjadi hambatan bagi penulis untuk memberikan performa kerja terbaik selama proses

pelaksanaan magang. Penulis menunjukkan sikap mau belajar dan penawaran Solusi agar proses pembuatan proyek tetap dapat terlaksana dengan baik. Adapun solusi-solusi atas kendala tersebut yaitu:

a. Memperdalam pemahaman mengenai tujuan bisnis

Dengan adanya kendala bahwa desain yang diciptakan tidak selalu selaras dengan tujuan perusahaan, maka penulis memperdalam pemahaman mengenai perusahaan dan tujuan bisnisnya. Penulis memastikan mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang tujuan bisnis perusahaan dengan cara banyak bertanya dan ikut bekerja di lapangan. Dengan memahami visi, misi, dan nilai-nilai perusahaan, penulis dapat menciptakan desain yang lebih sesuai.

b. Berkomunikasi secara efektif

Penulis menerapkan komunikasi yang efektif dengan pihak yang bertanggung jawab atas tujuan bisnis. Sebelum membuat proyek, penulis akan mendiskusikan secara teratur mengenai arah desain dan pastikan setiap ide yang diambil mendukung tujuan perusahaan. Jika ada hal yang penulis tidak mengerti, maka penulis akan terus bertanya untuk menghindari kekeliruan dalam pembuatan proyek.

c. Berbagi prespektif terhadap rekan kerja lain

Penulis dan rekan-rekan kerja lain terkadang menyempatkan waktu untuk berbagi pengetahuan dan pengalaman satu sama lain, terutama mengenai desain dengan rekan kerja yang tertarik. Hal ini dapat menjadi wadah untuk bertukar pikiran dan meningkatkan pemahaman bersama. Dengan adanya solusi ini, penulis dapat memberikan pandangan desain dan mendapatkan masukan dari sudut pandang mereka.