

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

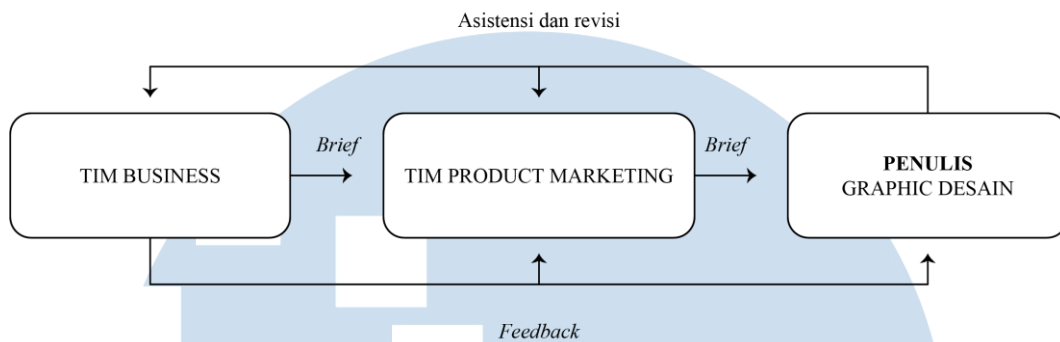
Berikut merupakan kedudukan serta alur koordinasi yang akan dijabarkan penulis selama melaksanakan kerja magang di TapHomes Indonesia

3.1.1 Kedudukan

Kedudukan penulis selama melakukan program magang di TapHomes Indonesia adalah sebagai *Graphic Designer Intern*. Penulis ditempatkan dalam tim *product* divisi *Product Marketing* yang merupakan divisi promosi untuk meningkatkan *brand awareness* sehingga dapat lebih dikenal oleh masyarakat sekitar sehingga penjualan akan meningkat. Penulis bertanggung jawab dalam merancang tampilan TapHomes Indonesia yang membutuhkan visual dengan berfokus pada konten untuk sosial media TapHomes terutama Instagram serta LinkedIn. Penulis bekerja di bawah bimbingan *Digital Marketing* yaitu Paisal dan *Personal Assistant to CTO and Talent Acquisition* yaitu Alfima Nasthasya.

3.1.2 Koordinasi

Selama pelaksanaan kerja magang, penulis melakukan koordinasi dengan tim *product* divisi *Product Marketing*. Penulis bertanggung jawab langsung kepada Alfima sebagai *Personal Assistant to CTO* selaku penanggung jawab *employer branding* TapHomes Indonesia. Proses saat koordinasi diawali dengan *briefing* oleh Paisal sebagai pembimbing penulis atau Alfima sebagai supervisor penulis. *Brief* dapat datang dari Paisal atau Alfima, tergantung akan kebutuhan dengan desain visual yang dibutuhkan. Proses asistensi akan dilakukan secara daring melalui Slack pada saat *WFH* (*work from home*) atau melalui komunikasi secara langsung pada saat *WFO* (*work from office*).



Gambar 3.1 Bagan Alur Koordinasi

Pada umumnya, desain yang sudah melalui tahap asistensi dan sudah mendapatkan persetujuan oleh divisi *Product Marketing* akan dapat langsung diterima dan digunakan. Namun, dalam beberapa desain tertentu, divisi *Product Marketing* memerlukan persetujuan dari pihak ketiga sehingga desain harus mendapatkan persetujuan lanjutan sebelum pada akhirnya dapat digunakan. Desain yang sudah mendapatkan persetujuan dan sudah final akan diunggah ke dalam Google Drive dan dilakukan pencatatan dalam *graphic designer request*.

3.2 Tugas yang Dilakukan

Selama pelaksanaan kerja magang, penulis diberikan tanggung jawab utama untuk mendesain kebutuhan visual media sosial dari TapHomes Indonesia dan kebutuhan TapHomes Indonesia lainnya yang membutuhkan visual seperti untuk website, *product marketing* dan lain sebagainya sehingga akan mendapatkan berbagai brief tugas desain setiap harinya. Berikut merupakan rincian tugas yang dilakukan penulis selama melakukan program kerja magang di TapHomes Indonesia.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Tabel 3.1 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Magang

No.	Minggu	Proyek	Keterangan
1	Minggu ke-1 (14-18 Agustus 2023)	<ul style="list-style-type: none"> • Media Sosial • Website • Branding • Product Marketing 	<p>Media Sosial</p> <ul style="list-style-type: none"> • Instagram content Thu, 17 August 2023 • LinkedIn content Thu, 17 August 2023 <p>Website</p> <ul style="list-style-type: none"> • Discuss Website Content • Finalise Content for Website <p>Branding</p> <ul style="list-style-type: none"> • Brainstorming moodboard <p>Product Marketing</p> <ul style="list-style-type: none"> • Flyer Mon, 21 August 2023
2	Minggu ke-2 (21-25 Agustus 2023)	<ul style="list-style-type: none"> • Branding • Media Sosial • Website • Product Marketing 	<p>Branding</p> <ul style="list-style-type: none"> • Brainstorming moodboard • Color & illustration discussion <p>Media Sosial</p> <ul style="list-style-type: none"> • LinkedIn content Tue, 22 August 2023 • Instagram content Thu, 24 August 2023 • Revisi Instagram content Thu, 24 August 2023 • Instagram content Sun, 27 August 2023 <p>Website</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ilustrasi TapVision • Ilustrasi website <p>Product Marketing</p> <ul style="list-style-type: none"> • ID Card Design

3	Minggu ke-3 (28 Agustus-1 September 2023)	<ul style="list-style-type: none"> • Website • Media sosial • Product Marketing 	<p>Website</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sketsa ilustrasi website • Follow up illustration TapVision • Digitalisasi 5/17 ilustrasi website <p>Media Sosial</p> <ul style="list-style-type: none"> • LinkedIn content Tue, 29 August 2023 <p>Product Marketing</p> <ul style="list-style-type: none"> • ID Card
4	Minggu ke-4 (4-8 September 2023)	<ul style="list-style-type: none"> • Website • Media sosial • Product Marketing 	<p>Website</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ilustrasi website • Ilustrasi TapVision <p>Media Sosial</p> <ul style="list-style-type: none"> • LinkedIn content Tue, 5 September 2023 • Instagram content Sun, 10 September 2023 • LinkedIn content Tue, 12 September 2023 <p>Product Marketing</p> <ul style="list-style-type: none"> • ID Card
5	Minggu ke-5 (11-15 September 2023)	<ul style="list-style-type: none"> • Media Sosial • Product Marketing 	<p>Media Sosial</p> <ul style="list-style-type: none"> • LinkedIn content Tue, 12 September 2023 <p>Product Marketing</p> <ul style="list-style-type: none"> • Product Knowledge • ID Card • One Pager Brochure

6	Minggu ke-6 (18-22 September 2023)	<ul style="list-style-type: none"> • Product Marketing • Media Sosial • Website 	<p>Product Marketing</p> <ul style="list-style-type: none"> • Product Knowledge • Product Knowledge Check Up • Revisi One Pager Brochure <p>Media Sosial</p> <ul style="list-style-type: none"> • LinkedIn content Tue, 19 September 2023 <p>Website</p> <ul style="list-style-type: none"> • Brief homepage ilustrasi website
7	Minggu ke-7 (25-29 September 2023)	<ul style="list-style-type: none"> • Website • Media Sosial • Product Marketing 	<p>Website</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ilustrasi website • Ilustrasi TapVision <p>Media Sosial</p> <ul style="list-style-type: none"> • Instagram content Thu, 28 September 2023 <p>Product Marketing</p> <ul style="list-style-type: none"> • Revisi One Pager • Revisi Product Knowledge
8	Minggu ke-8 (2-6 October 2023)	<ul style="list-style-type: none"> • Website • Product Marketing 	<p>Website</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ilustrasi website • Ilustrasi TapVision • Ilustrasi website final (14 ilustrasi + 3 ilustrasi homepage) <p>Product Marketing</p> <ul style="list-style-type: none"> • VBG Month End September 2023

9	Minggu ke-9 (9-13 October 2023)	<ul style="list-style-type: none"> • Media Sosial • Product Marketing • Website 	<p>Media Sosial</p> <ul style="list-style-type: none"> • Instagram content Tue, 10 October 2023 • Instagram content Tue, 10 October 2023 • Instagram content Sun, 15 October 2023 • Instagram content Sun, 15 October 2023 <p>Product Marketing</p> <ul style="list-style-type: none"> • LinkedIn Banner • ID Card • Presentation templates <p>Website</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ilustrasi website
10	Minggu ke-10 (16-20 October 2023)	<ul style="list-style-type: none"> • Media Sosial • Product Marketing • Website 	<p>Media Sosial</p> <ul style="list-style-type: none"> • LinkedIn content Tue, 17 October 2023 • Instagram content Thu, 19 October 2023 • Content video • Instagram Revamp <p>Product Marketing</p> <ul style="list-style-type: none"> • ID Card <p>Website</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ilustrasi website RTO page

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

11	Minggu ke-11 (23-27 October 2023)	<ul style="list-style-type: none"> • Product Marketing • Media Sosial • Website 	<p>Product Marketing</p> <ul style="list-style-type: none"> • Revisi Product Knowledge • Revisi One Pager <p>Media Sosial</p> <ul style="list-style-type: none"> • Instagram Revamp • Content video <p>Website</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ilustrasi website RTO page
12	Minggu ke-12 (30 October-3 November 2023)	<ul style="list-style-type: none"> • Media Sosial • Employer Branding 	<p>Media Sosial</p> <ul style="list-style-type: none"> • Instagram Revamp final • Content video Sun, 5 November 2023 • Revisi Instagram Revamp <p>Employer branding</p> <ul style="list-style-type: none"> • Job Ads Poster brief
13	Minggu ke 13 (6-10 November 2023)	<ul style="list-style-type: none"> • Employer Branding • Website • Media Sosial • Product Marketing 	<p>Employer Branding</p> <ul style="list-style-type: none"> • Revisi Job Ads Poster <p>Website</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ilustrasi website RTO page <p>Media Sosial</p> <ul style="list-style-type: none"> • Instagram content Wed, 8 November 2023 • Content video Sun, 12 November 2023 <p>Product Marketing</p> <ul style="list-style-type: none"> • Edit photo untuk keperluan <i>company profile</i>

14	Minggu ke 14 (13-17 November 2023)	<ul style="list-style-type: none"> • Website • Media Sosial • Product Marketing 	<p>Website</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ilustrasi website RTO page • Ilustrasi website TapHomes milestones <p>Media Sosial</p> <ul style="list-style-type: none"> • Content video Sat, 18 November 2023 • Content video Sat, 18 November 2023 • LinkedIn content Fri, 17 November 2023 <p>Product Marketing</p> <ul style="list-style-type: none"> • Flyer penjualan
15	Minggu ke-15 (20-24 November)	<ul style="list-style-type: none"> • Website • Media Sosial • Product Marketing • Dan lain-lain 	<p>Website</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ilustrasi website TapHomes milestones final <p>Media Sosial</p> <ul style="list-style-type: none"> • Instagram content Thu, 23 November 2023 • LinkedIn content Fri, 24 November 2023 <p>Product Marketing</p> <ul style="list-style-type: none"> • Logo rebranding • Agent outreach <p>Dan lain-lain</p> <ul style="list-style-type: none"> • Desain aset • Visual template

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

16	Minggu ke-16 (27 November- 1 Desember 2023)	<ul style="list-style-type: none"> • Product Marketing • Website • Media Sosial 	<p>Product Marketing</p> <ul style="list-style-type: none"> • Agent outreach final <p>Website</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ilustrasi website RTO page • Ilustrasi website social proof <p>Media Sosial</p> <ul style="list-style-type: none"> • Instagram content Thu, 7 December 2023
17	Minggu ke-17 (4-8 Desember 2023)	<ul style="list-style-type: none"> • Website • Media Sosial • Dan lain-lain 	<p>Website</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ilustrasi social proof <p>Media Sosial</p> <ul style="list-style-type: none"> • Instagram content Thu, 7 December 2023 <p>Dan lain-lain</p> <ul style="list-style-type: none"> • Visual template • Handover

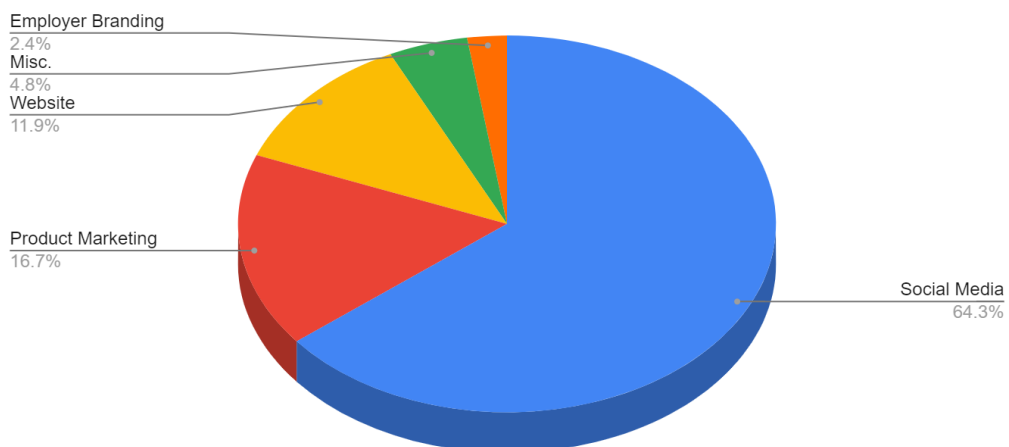
Selama pelaksanaan kerja magang, penulis diberikan arahan untuk mencatat semua permintaan desain yang diberikan kepada penulis ke dalam Google Sheet sehingga pembimbing dapat mengetahui status permintaan desain yang sedang penulis kerjakan. Di dalam kolom *“status of completion”* terdapat pilihan *“on progress”* jika desain sedang dikerjakan oleh penulis, *“done”* jika desain sudah selesai dikerjakan oleh penulis serta *“revision”* jika terdapat revisi yang sedang dikerjakan oleh penulis. Selanjutnya, terdapat kolom *“initiative category”* yang memberikan penjelasan mengenai kategori kebutuhan desain yang sedang dikerjakan oleh penulis.

Initiative Category	Task / Responsibility	Description	Requested By	Status of Completion
Social Media	Instagram content Thu, 17 Aug 2023		Marketing Division	Done
Social Media	LinkedIn content Thu, 17 Aug 2023		Marketing Division	Done
Product Marketing	Flyer A6		Business	Done
Social Media	LinkedIn content Tue, 22 Aug 2023		Marketing Division	Done
Social Media	Instagram content Thu, 24 Aug 2023		Marketing Division	Done
Social Media	Instagram content Sun, 27 Aug 2023		Marketing Division	Done
Social Media	LinkedIn content Tue, 29 Aug 2023		Marketing Division	Done
Social Media	LinkedIn content Tue, 5 Sept 2023		Marketing Division	Done
Social Media	Instagram content Sun, 10 Sept 2023		Marketing Division	Done
Social Media	LinkedIn content Tue, 12 Sept 2023		Marketing Division	Done
Product Marketing	One Pager		Tya	Done
Product Marketing	Product Knowledge		Tya	Done
Social Media	LinkedIn content Tue, 19 Sept 2023		Marketing Division	Done
Social Media	Instagram content Thu, 28 Sept 2023		Marketing Division	Done
Social Media	LinkedIn content Fri, 29 Sept 2023		Marketing Division	Done
Social Media	Instagram content Sun, 1 Oct 2023		Marketing Division	Done
Website	Ilustrasi TapVision		Fara	Done
Website	Ilustrasi website (14 ilustrasi + 3 ilustrasi homepage)		Sahya	Done
Product Marketing	LinkedIn Banner		Tya	Done
Social Media	Instagram content Tue, 10 Oct 2023		Marketing Division	Done
Product Marketing	Presentation template		Tya	Done
Social Media	Instagram content Sun, 15 Oct 2023		Marketing Division	Done
Product Marketing	ID Card (15)		Business	Done
Social Media	LinkedIn content Tue, 17 Oct 2023		Marketing Division	Done
Social Media	Instagram content Fri, 20 Oct 2023		Marketing Division	Done
Social Media	Instagram content video Sun, 5 Nov 2023		Marketing Division	Done
Social Media	Instagram content Wed, 8 Nov 2023		Marketing Division	Done
Social Media	LinkedIn content Fri, 10 Nov 2023		Marketing Division	Done
Social Media	Instagram content Wed, 15 Nov 2023		Marketing Division	Done
Social Media	LinkedIn content Fri, 17 Nov 2023		Marketing Division	Done
Social Media	Instagram content Thu, 23 Nov 2023		Marketing Division	Done
Social Media	LinkedIn content Fri, 24 Nov 2023		Marketing Division	Done
Product Marketing	Agent Outreach		Marketing Division	Done
Social Media	LinkedIn content Fri, 1 December 2023		Marketing Division	Done
Misc.	Month End VBG		Business	Done
Website	Ilustrasi TapHomes milestones		Sahya	Done
Website	Ilustrasi RTO page		Sahya	Done
Website	Ilustrasi social proof		Sahya	Done
Employer Branding	Job Ads Poster		Marketing Division	Done
Misc.	Logo Rebranding		Marketing Division	Done
Social Media	Instagram Revamp		Marketing Division	Done
Social Media	Instagram content Thu, 7 December 2023		Marketing Division	Done

Gambar 3.2 Pekerjaan yang Dilakukan Selama Magang

Hasil dari tabel di atas, menghasilkan diagram dibawah yang menjelaskan berapa persen kategori desain yang telah selesai dikerjakan oleh penulis, sebagai berikut:

Count of Initiative Category



Gambar 3.3 Bagan Pekerjaan yang Dilakukan Selama Magang

Penulis mempunyai tanggung jawab utama penulis dalam mendesain media sosial sebesar 64.3%, Product Marketing sebanyak 16.7%, Website sebanyak 11.9%, lain-lain sebanyak 4.8% dan Employer Branding sebanyak 2.4%.

3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Sepanjang melaksanakan kerja magang sebagai *graphic design intern*, penulis diberikan tanggung jawab untuk membuat desain visual baik secara digital ataupun untuk cetak. Desain digital yang dikerjakan oleh penulis sebagai yang utama merupakan media sosial TapHomes yaitu LinkedIn post di bawah bimbingan Alfima sebagai *Personal Assistant to CTO and Talent Acquisition* dan Instagram seperti kebutuhan edit video *reels* dan visual *feeds*, *cover highlight* untuk Instagram *Revamp* di bawah bimbingan Paisal sebagai *Digital Marketing*. Tidak hanya itu, terdapat pula ilustrasi untuk keperluan website di bawah bimbingan Putu Satya Cahyani dan Riska Fara Farucha sebagai *UI/UX Designer*. Selain kebutuhan akan desain digital, ada pula kebutuhan design untuk cetak seperti *flyer*, *brochure*, *ID Card* dan lain sebagainya. Desain yang sudah melewati tahap asistensi akan di revisi serta finalisasi sebelum diunggah ke dalam Google Drive.

Penulis bekerja mulai dari hari Senin sampai dengan Jumat selama 8 jam sehari secara remote sehingga dapat bekerja secara *WFH (work from home)* maupun *WFO (work from office)* sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan oleh divisi *Product Marketing*. Selama *WFH (work from home)*, penulis beserta tim menggunakan Slack dan Google Meet sebagai alat komunikasi sehingga dapat tetap berkoordinasi satu dengan yang lainnya.

3.3.1 Proses Pelaksanaan

Lima penjabaran dari proses perancangan hasil karya magang sebagai *graphic design intern* yang penulis kerjakan di TapHomes Indonesia sebab dirasa sanggup untuk merepresentasikan kegiatan dan perkembangan penulis sepanjang magang serta merupakan karya-karya yang penulis rasa baik dari segi proses maupun hasilnya, sebagai berikut:

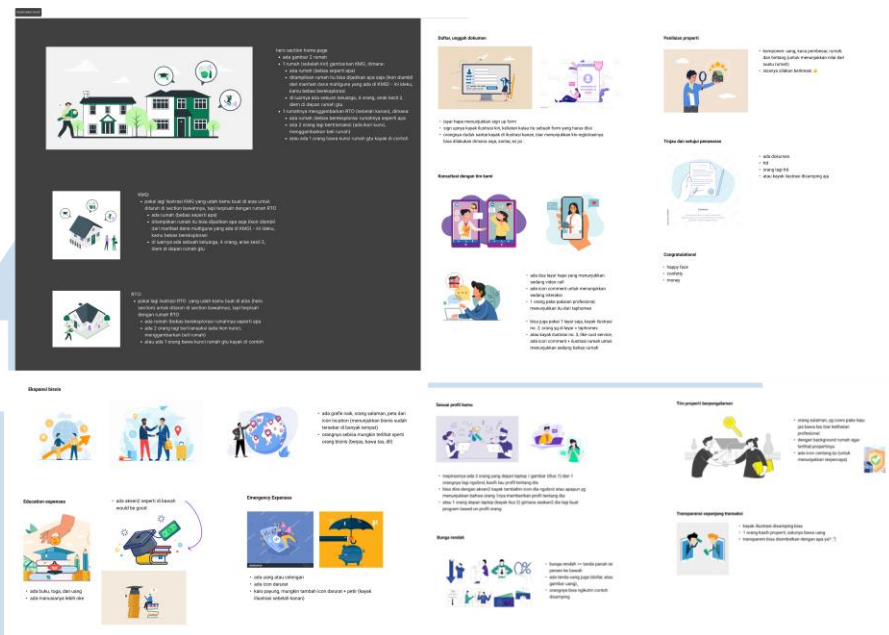
3.3.1.1 Ilustrasi website TapHomes Indonesia (Bagian Pertama)

Ilustrasi merupakan elemen yang dapat menjadi nilai tambah pada perancangan antarmuka pada website TapHomes. Ilustrasi dapat menjadikan website terlihat menarik. Selain itu, ilustrasi juga dapat menjadikan emosi atau pesan yang akan diutarakan melalui website dapat tersampaikan dengan cara yang lebih dalam sehingga dapat meninggalkan kesan yang baik. Ilustrasi dapat digunakan untuk menerangkan informasi yang sulit untuk dipahami sehingga dapat dengan mudah dipahami oleh pengguna. Tidak hanya itu, ilustrasi yang mempunyai karakteristik khas tertentu dapat membantu memperkuat identitas TapHomes Indonesia.

1. *Brief*

Pada proyek ini, penulis diberikan kesempatan untuk bertanggung jawab terhadap segala kebutuhan ilustrasi dalam perancangan antarmuka website TapHomes Indonesia yang sedang dalam proses pembaharuan. Pada 24 Agustus 2023, penulis melakukan pertemuan secara daring melalui Google Meet bersama dengan *UI/UX Designer* dan mendapatkan brief pertama untuk membuat 14 ilustrasi serta tiga ilustrasi untuk *homepage*.

U M N
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

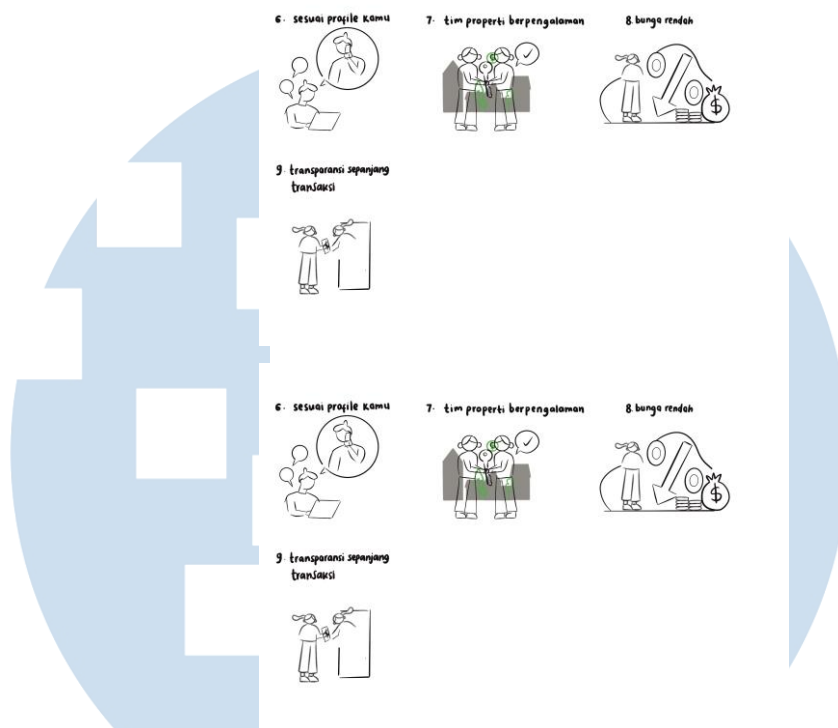


Gambar 3.4 Brief Ilustrasi Website TapHomes Indonesia

Brief yang diberikan berbentuk uraian serta gambaran mengenai 14 ilustrasi serta tiga ilustrasi untuk *homepage* yang diinginkan oleh *UI/UX Designer* dan penulis diberikan kebebasan untuk melakukan *brainstorming* ide dengan brief yang telah disediakan.

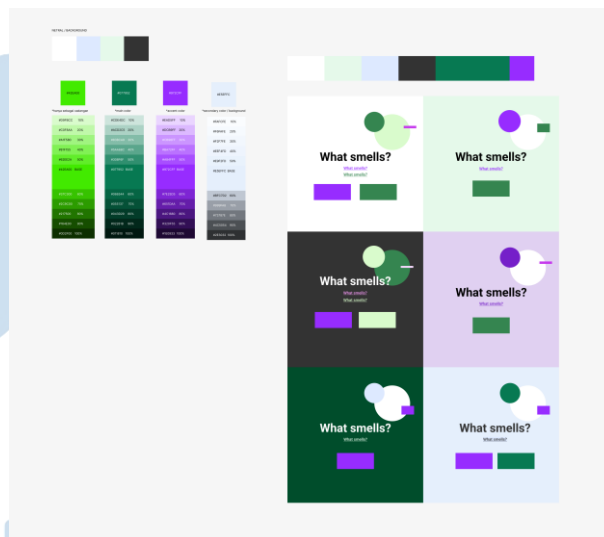
2. Ide dan Konsep

Setelah menerima *brief* yang telah diberikan oleh *UI/UX Designer*, penulis mulai dengan melakukan *brainstorming* mengenai gaya visual yang akan digunakan untuk ilustrasi website tersebut. Penulis menggunakan 3 kata kunci sebagai dasar dalam pembuatan desain yaitu *bright*, *fun* dan *simple*. Selanjutnya, penulis melakukan proses pencarian referensi visual dan melakukan perbandingan ilustrasi yang sempat digunakan untuk website TapHomes Indonesia sebelumnya sehingga dapat memperoleh pembeda. Penulis mulai dengan proses pembuatan sketsa untuk 14 ilustrasi dan tiga ilustrasi untuk *homepage* sesuai dengan brief yang telah di berikan oleh *UI/UX Designer*.



Gambar 3.5 Sketsa Ilustrasi Website TapHomes Indonesia

Setelah itu, penulis melakukan asistensi sketsa tersebut kepada *UI/UX Designer* untuk mendapatkan persetujuan mengenai sketsa yang telah dibuat sehingga dapat maju ke tahap digitalisasi.



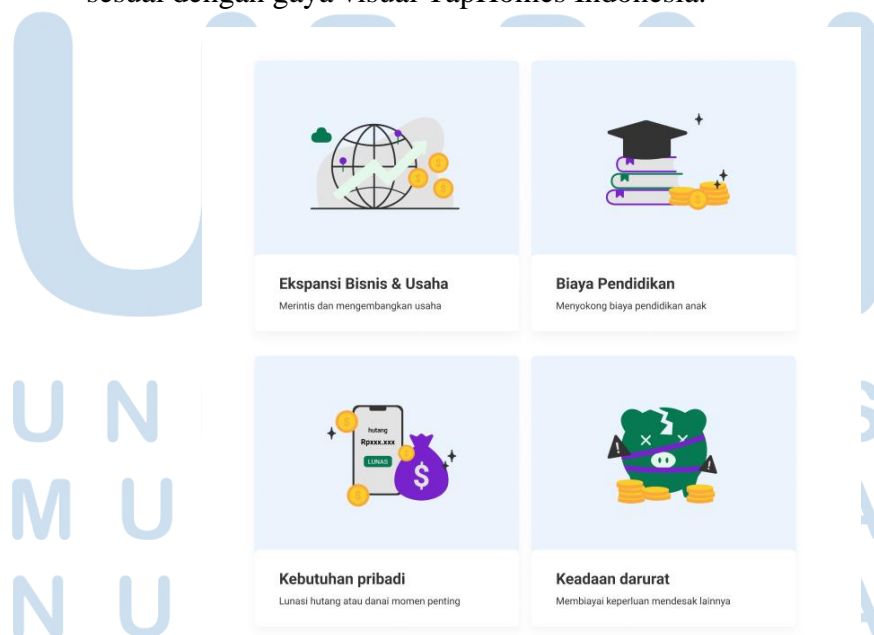
Gambar 3.6 Palet Warna Ilustrasi TapHomes Indonesia

Selama proses asistensi *UI/UX Designer* memberikan beberapa masukan mengenai penambahan detail untuk menambahkan kejelasan

pada ilustrasi serta berdiskusi mengenai keputusan warna dalam *color palette* TapHomes sebagai warna dasar dan warna sekunder yang akan digunakan untuk ilustrasi tersebut.

3. Desain

Selanjutnya, pada proses desain penulis awali dengan mendesain ilustrasi yang paling sulit terlebih dahulu. Setelah lima ilustrasi yang paling sulit sudah selesai dalam tahap digitalisasi, penulis kembali melakukan asistensi kepada *UI/UX Designer* untuk mendapatkan persetujuan mengenai hasil akhir gaya visual yang akan digunakan penulis untuk ilustrasi website dengan mengirimkan file dalam format PNG sehingga penulis mendapatkan masukan awal agar ekspektasi yang diberikan oleh *UI/UX Designer* sama dengan hasil ilustrasi yang dikerjakan penulis. Selama proses asistensi *UI/UX Designer* memberikan beberapa masukan mengenai penggunaan warna yang terlalu sama sehingga penulis diminta untuk lebih berani memainkan warna yang terdapat dalam *color palette* yang tersedia. Selain itu, penulis juga diberi beberapa referensi tambahan untuk gaya visual yang digunakan sehingga walaupun beda namun dapat tetap sesuai dengan gaya visual TapHomes Indonesia.



Gambar 3.7 Asistensi Hasil Digitalisasi Ilustrasi Pertama

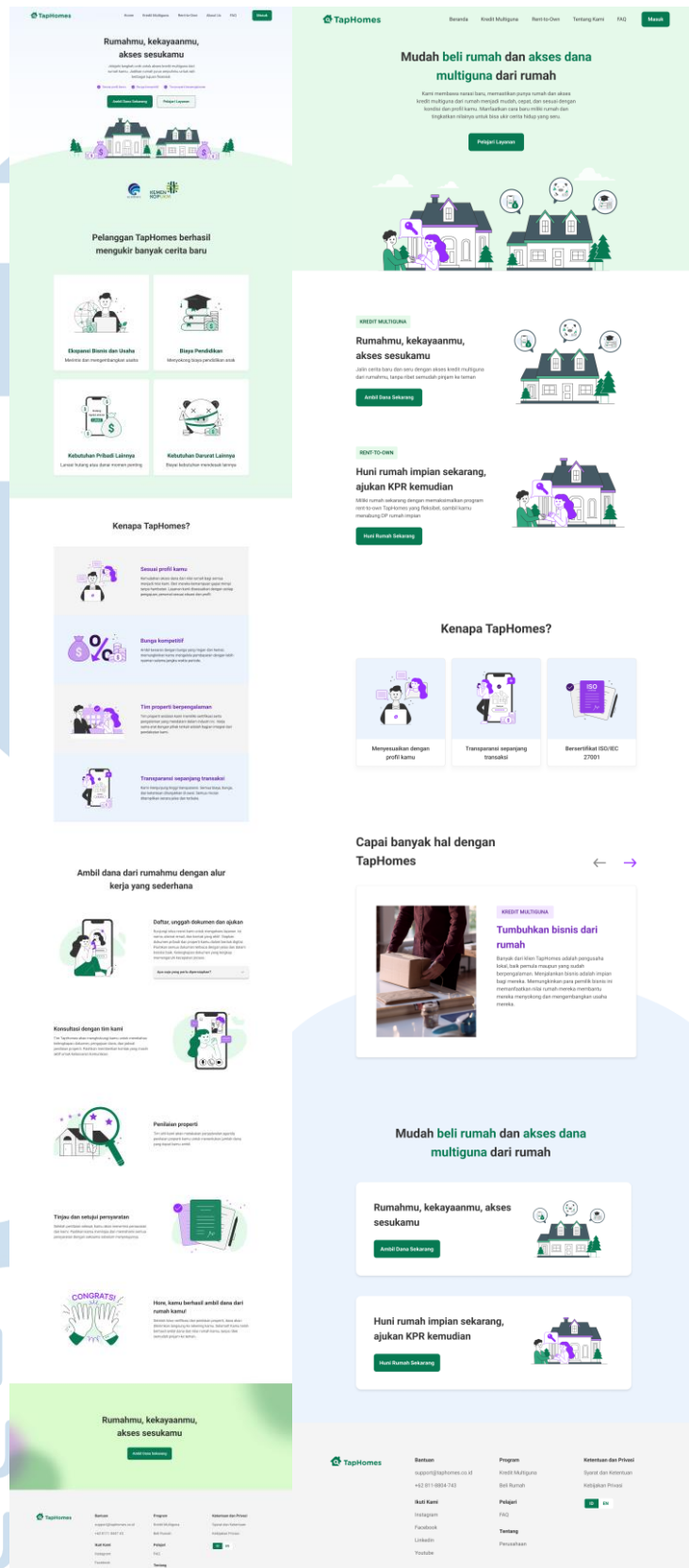
Setelah melakukan asistensi hasil digitalisasi ilustrasi pertama, penulis merombak kembali digitalisasi ilustrasi yang telah dibuat dan menyamakannya dengan *brief* gaya visual baru yang diberikan oleh *UI/UX Designer*. Penulis kembali mencari referensi visual dan mulai untuk kembali mendigitalisasikan ilustrasi sesuai dengan masukan yang telah diberikan. Kemudian, penulis melakukan asistensi hasil digitalisasi ilustrasi kedua hingga mendapatkan persetujuan oleh *UI/UX Designer*. Setelah mendapatkan persetujuan, penulis kembali melanjutkan untuk mendigitalisasi sisa ilustrasi dari 14 ilustrasi serta tiga ilustrasi untuk *homepage*.

4. Finalisasi

Kemudian ketika semua ilustrasi yang diminta telah selesai dibuat, penulis mengirim file dalam format SVG sehingga dapat masuk ke tahap selanjutnya yaitu finalisasi. Hasil karya 14 ilustrasi dan tiga ilustrasi untuk *homepage*, sebagai berikut:

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3.8 Hasil 14 Ilustrasi serta Tiga Ilustrasi untuk *Homepage*

Hasil karya 14 ilustrasi dan tiga ilustrasi untuk *homepage* diletakkan sesuai dengan kebutuhan yang telah disepakati sejak awal *brief* diberikan.

3.3.1.2 ID Card anggota TapHomes Indonesia

ID Card perusahaan merupakan kartu identifikasi yang diberikan kepada anggota perusahaan sebagai tanda pengenal selaku bagian dari TapHomes Indonesia.

1. *Brief*

Pada proyek ini, penulis diberikan kesempatan untuk bertanggung jawab terhadap tanda pengenal anggota atau *ID Card* TapHomes Indonesia. Pada 24 Agustus 2023, penulis melakukan pertemuan secara daring melalui Google Meet bersama dengan tim bisnis untuk berdiskusi mengenai komposisi, gaya visual yang ingin digunakan untuk *ID Card* TapHomes Indonesia serta informasi yang wajib untuk di cantumkan ke dalam *ID Card* tersebut. Penulis mendapatkan *brief* sebagai berikut:

Name tag vertikal untuk employee di departemen bisnis dan departemen IT berikut dengan daftar nama (untuk nama dan informasi lengkap mohon untuk cek aplikasi Talenta):

1. Ade Aulia (TapHomes KOPSAS)
2. Ade Wening
3. Adrian
4. Agung Fauzi (TapHomes KOPSAS)
5. Alan Kurniawan
6. Alfima
7. Azhari Amir (TapHomes KOPSAS)
8. Daniel
9. Eko Dian (TapHomes KOPSAS)
10. Glenn
11. Kumala Sari
12. Marlus (TapHomes KOPSAS)
13. Gusriadi (TapHomes KOPSAS)
14. Rani Indarti (TapHomes KOPSAS)
15. Riska Fara
16. Rully
17. Satya Hermansyah
18. Victor
19. Erwin (TapHomes KOPSAS)

Komposisi name tag meliputi: logo taphomes, nama employee, id employee, foto employee, foto employee, qr code website taphomes, "if found, please return to: WeWork, Noble House"

Gambar 3.9 *Brief ID Card* TapHomes Indonesia

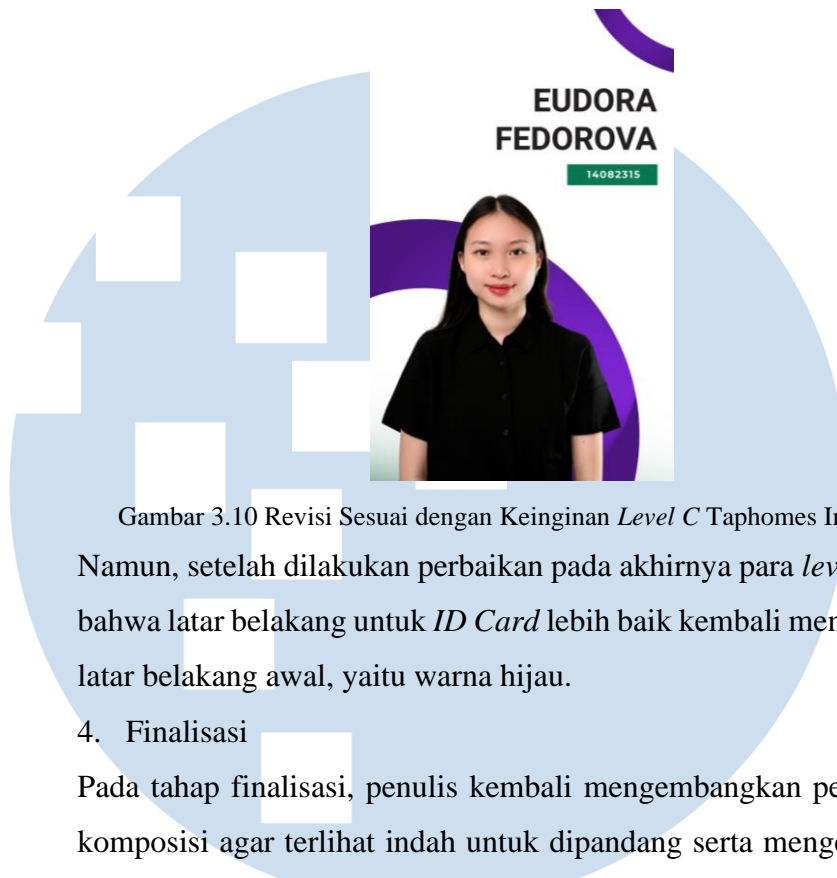
2. Ide dan Konsep

Setelah menerima *brief* yang telah diberikan oleh tim bisnis, penulis mulai dengan melakukan *brainstorming* mengenai gaya visual yang akan digunakan untuk *ID Card* tersebut. Selanjutnya, penulis melakukan proses pencarian referensi visual dan melakukan perbandingan desain *ID Card* TapHomes Indonesia yang sudah ada sebelumnya serta mencocokkannya dengan desain untuk *lanyard ID Card* yang sudah tersedia.

3. Desain

Selanjutnya, pada proses desain penulis mulai dengan mengambil elemen kaca pembesar yang terdapat dari logo TapHomes Indonesia menjadi *key visual* diikuti dengan desain latar belakang dan lain sebagainya. Penulis juga menyesuaikan desain dengan komposisi yang wajib di cantumkan yaitu meliputi logo TapHomes Indonesia, nama *employee*, *ID employee* dan foto *employee* untuk bagian depan *ID Card*. Selanjutnya, untuk bagian belakang *ID Card* wajib untuk mencantumkan *QR Code* website TapHomes Indonesia serta kalimat "*If found, please return to..*". Kemudian penulis mengirimkan hasil desain tersebut kepada tim bisnis dalam bentuk PNG untuk dapat masuk ke tahap selanjutnya yaitu finalisasi. Tim bisnis menyampaikan desain tersebut kepada para *level c* TapHomes Indonesia untuk mendapatkan persetujuan. Para *level c* TapHomes Indonesia memberikan masukan untuk latar belakang menggunakan warna putih sehingga foto *employee* dapat menggunakan baju seragam berwarna hijau.

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 3.10 Revisi Sesuai dengan Keinginan *Level C* Taphomes Indonesia Namun, setelah dilakukan perbaikan pada akhirnya para *level c* setuju bahwa latar belakang untuk *ID Card* lebih baik kembali menggunakan latar belakang awal, yaitu warna hijau.

4. Finalisasi

Pada tahap finalisasi, penulis kembali mengembangkan penempatan komposisi agar terlihat indah untuk dipandang serta mengembalikan warna desain latar belakang *ID Card* TapHomes Indonesia sesuai dengan warna awal desain latar belakang *ID Card* tersebut, yaitu warna hijau. Penulis meminta agar foto *employee* menggunakan baju berwarna hitam atau putih sehingga dapat seragam.



Gambar 3.11 Bagian Depan dan Belakang *ID Card* TapHomes Indonesia

Setelah foto *employee* telah dikumpulkan, penulis membuat kurang lebih 13 *ID Card* untuk anggota TapHomes Indonesia dan mengumpulkannya dalam file PDF untuk dapat segera di cetak.

3.3.1.3 One Pager

One Pager merupakan dokumen ringkas maupun halaman tunggal yang berisi rangkuman data penting mengenai suatu topik tertentu secara singkat dan padat sehingga dapat mudah dimengerti serta cepat untuk dibaca.

1. Brief

Pada proyek ini, penulis diberikan kesempatan untuk bertanggung jawab terhadap *One Pager* berukuran A6 untuk kebutuhan agent TapHomes Indonesia. Pada 13 September 2023, penulis melakukan pertemuan secara daring melalui Google Meet bersama dengan *Operation Leads* serta *Digital Marketing* untuk berdiskusi mengenai komposisi, gaya visual yang ingin digunakan untuk *One Pager* tersebut. Setelah melakukan pertemuan dan penulis meminta keterangan mengenai kelengkapan *One Pager* tersebut, penulis masuk kedalam tahap selanjutnya.

2. Ide dan Konsep

Dalam tahap ini, penulis melakukan *brainstorming* mengenai gaya visual yang akan digunakan untuk *One Pager* tersebut. Selanjutnya, penulis melakukan proses pencarian referensi visual dan melakukan perbandingan desain brosur TapHomes Indonesia yang sudah ada sebelumnya.

3. Desain

Selanjutnya, pada proses desain penulis mulai dengan mengatur komposisi *copy writing* yang akan di masukkan ke dalam *One Pager* tersebut karena *brief One Pager* tersebut memiliki *copy writing* yang sangat banyak dan panjang agar *One Pager* tersebut tidak terlihat

penuh, masih memiliki *white space* sehingga informasi yang ingin disampaikan dapat tersampaikan dengan baik.



Gambar 3.12 *One Pager* sebelum Revisi

Kemudian, penulis melakukan asistensi untuk mendapatkan masukan dari *Operation Leads* serta *Digital Marketing*.

4. Finalisasi

Pada tahap finalisasi, penulis kembali mengembangkan penempatan komposisi agar terlihat indah untuk dipandang serta meminta *Operation Leads* dan *Digital Marketing* untuk membuat *copy writing* menjadi lebih singkat sehingga komposisi *One Pager* tidak terlihat terlalu penuh.

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 3.13 *One Pager* Final

Selanjutnya, penulis melakukan finalisasi sesuai dengan masukan yang telah diberikan hingga terdapat beberapa perubahan *copy writing* yang perlu untuk dikembangkan hingga pada akhirnya *One Pager* dapat di simpan dalam format PNG dan di masukkan ke dalam Google Drive.

3.3.1.4 Rebranding TapHomes Indonesia

Rebranding merupakan sebuah proses di mana suatu industri ataupun merek membuat pergantian signifikan dalam identitas visual serta pesan merek. Hal tersebut, dapat mencakup pergantian dalam elemen-elemen semacam logo, desain serta pesan.

1. *Brief*

Pada proyek ini, penulis diberikan kesempatan untuk bertanggung jawab terhadap kebutuhan rebranding TapHomes Indonesia terutama mengenai warna dan desain. Pada 23 Agustus 2023, penulis melakukan pertemuan secara daring melalui Google Meet bersama dengan salah satu *UI/UX Designer* TapHomes Indonesia untuk berdiskusi mengenai beberapa opsi warna baru untuk TapHomes

Indonesia yang kemudian diikuti dengan musyawarah bersama dengan divisi *Product Marketing* hingga pada akhirnya berdiskusi dengan para *level c* untuk mendapatkan keputusan secara final perubahan signifikan dalam warna sebagai identitas visual TapHomes Indonesia.

2. Ide dan Konsep

Setelah mendapatkan persetujuan secara final, penulis mulai dengan melakukan *brainstorming* untuk membuat *moodboard* mengenai gaya visual hingga *key visual* yang nantinya akan digunakan untuk kebutuhan visual TapHomes Indonesia. Penulis menggunakan 3 kata kunci sebagai dasar dalam pembuatan desain, yaitu *modern*, *techy* dan *fun*. Selanjutnya, penulis mengumpulkan *moodboard* tersebut untuk mendapatkan persetujuan oleh pihak TapHomes Indonesia.



Gambar 3.14 Warna Awal Logo TapHomes Indonesia

Setelah mendapatkan persetujuan tersebut, penulis ditugaskan untuk merubah warna logo TapHomes yang lama, yaitu hijau toska menjadi hijau tua dan ungu tua.

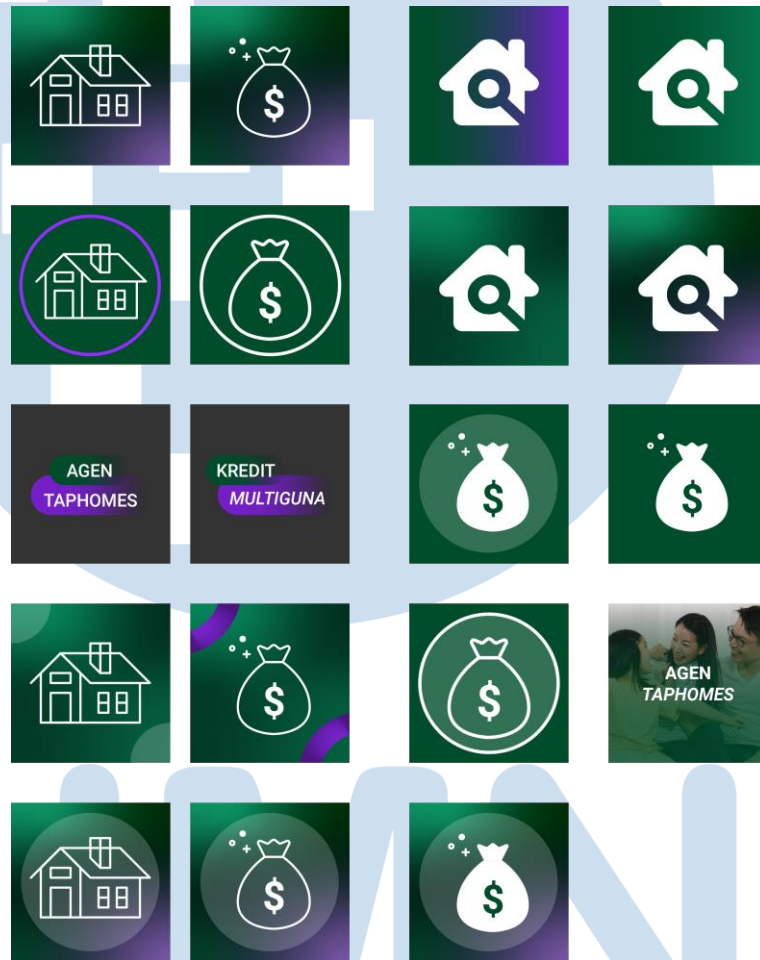


Gambar 3.15 Warna Baru Logo TapHomes Indonesia

Selain itu, penulis juga ditugaskan untuk melakukan Instagram *Revamp* yang didalamnya terdapat *profile picture* Instagram, *icon story highlight* Instagram serta latar belakang *Linktree*.

3. Desain

Selanjutnya, pada proses desain penulis mulai dengan mengeksplorasi desain dan menghasilkan beberapa alternatif desain untuk *profile picture* serta *highlight story* Instagram yang kemudian penulis bagikan kepada tim *product* untuk mendapatkan masukan dan pemilihan final.



Gambar 3.16 Eksplorasi Desain Instagram *Revamp*

Setelah dilakukan diskusi dan mendapatkan masukan, penulis melakukan revisi sesuai dengan masukan yang telah diberikan dan mulai melakukan finalisasi untuk desain *profile picture* Instagram.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3.17 *Profile Picture Instagram Revamp*

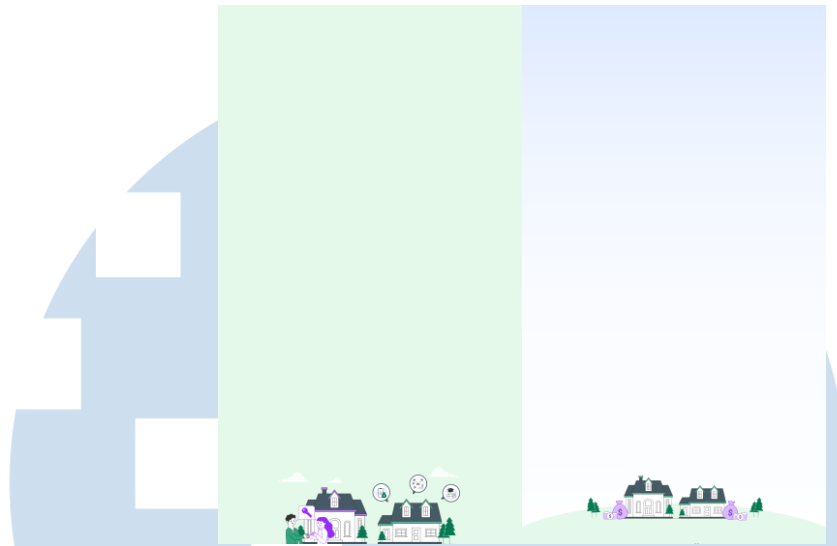
Selanjutnya, ketika penulis sudah mendapatkan persetujuan mengenai *profile picture* Instagram, penulis melanjutkan untuk membuat tujuh *icon story highlight* sesuai dengan permintaan *Digital Marketing*, yaitu Agen TapHomes, Kredit Multiguna, Rent to Own, *Press Release*, Testimoni, FAQ serta *Property Technology*. Penulis menyesuaikan desain *icon story highlight* dengan *profile picture* Instagram yang telah mendapatkan persetujuan sehingga tampilan Instagram TapHomes Indonesia selaras.



Gambar 3.18 *Icon story highlights Instagram Revamp*

Selanjutnya, penulis melanjutkan Instagram *Revamp* dengan mulai mendesain latar belakang Linktree. Dua alternatif desain yang disediakan oleh penulis untuk latar belakang Linktree, sebagai berikut:

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



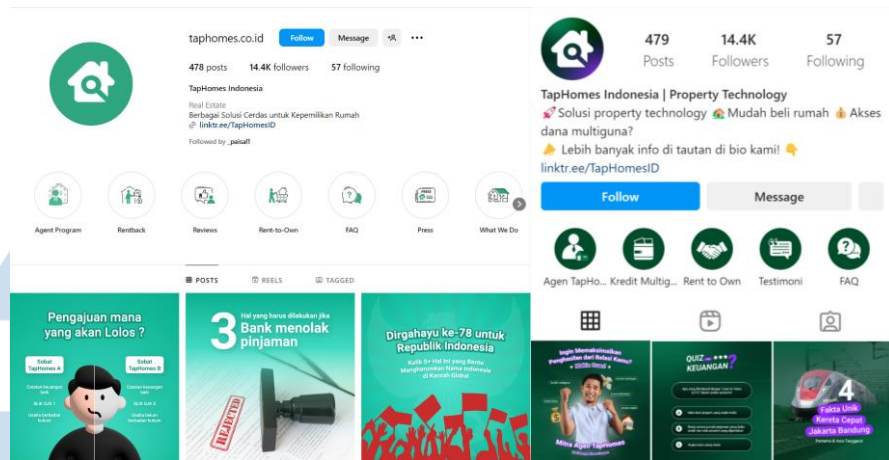
Gambar 3.19 Dua Alternatif Desain Latar Belakang Linktree

Penulis memanfaatkan kembali ilustrasi website yang telah penulis kerjakan untuk latar belakang Linktree tersebut.

4. Finalisasi

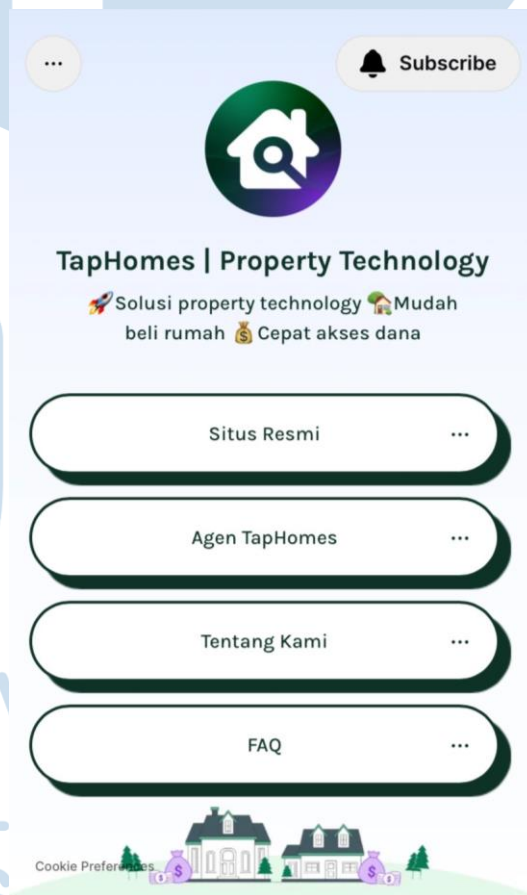
Pada tahap finalisasi, penulis menerapkan beberapa masukan yang telah diberikan oleh divisi *Product Marketing* selama proses diskusi berlangsung sehingga Instagram *Revamp* yang telah direncanakan mendapatkan hasil yang memuaskan bagi semua pihak. Setelah dilakukan pertemuan akhir dan mendapatkan persetujuan final Instagram *Revamp* yang telah dibuat, berikut merupakan perbandingan tampilan Instagram TapHomes Indonesia sebelum dilakukannya Instagram *Revamp* dengan hasil akhir Instagram *Revamp* berupa *profile picture*, *icon story highlight*:

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 3.20 Tampilan sebelum dan sesudah Instagram *Revamp*

Kemudian, penulis serta *Digital Marketing* melakukan pembaharuan terhadap Linktree untuk kebutuhan link yang dicantumkan pada biografi Instagram TapHomes Indonesia. Berikut merupakan tampilan Linktree TapHomes Indonesia:



Gambar 3.21 Linktree Bio Instagram TapHomes Indonesia

Kebutuhan Linktree yang dicantumkan pada biografi Instagram TapHomes Indonesia penulis berikan pengaturan bentuk tombol serta warna tombol.

3.3.1.5 Meta Ads Agen Outreach

Meta Ads merupakan iklan yang terbuat serta dikelola memakai *platform* iklan dari Meta Platforms yang sebelumnya dikenal sebagai Facebook. Platform iklan Meta, semacam Facebook Ads, Instagram Ads, Messenger Ads serta Audience Network, memperbolehkan para pengiklan membuat serta menargetkan iklan kepada audiens secara khusus bersumber pada preferensi, perilaku serta demografi mereka. Strategi yang tepat dalam membuat serta mengelola iklan di platform Meta dapat menolong dalam menggapai tujuan pemasaran dengan lebih efektif serta efisien.

1. Brief

Pada proyek ini, penulis diberikan kesempatan untuk bertanggung jawab terhadap empat visual untuk kebutuhan Meta Ads dalam Agen Outreach. Pada 23 November 2023, penulis melakukan pertemuan secara daring melalui Google Meet bersama dengan *Digital Marketing* dan mendapatkan *brief* berupa *copy writing* beserta beberapa catatan mengenai penggambaran visual desain yang diminta. Terdapat empat iklan dengan *copy writing* yang berbeda untuk diluncurkan di Meta Ads. *Brief* gambaran visual yang diberikan oleh *Digital Marketing* melalui Canva, sebagai berikut:

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 3.22 Brief Meta Ads Agen Outreach

Setelah keempat iklan tersebut diluncurkan, *Digital Marketing* akan melakukan observasi mengenai iklan dengan *copy writing* mana yang berhasil mencapai target iklan audiens TapHomes Indonesia.

2. Ide dan Konsep

Setelah menerima *brief* yang telah diberikan oleh *Digital Marketing*, penulis mulai dengan mencari foto manusia sebagai aset yang nantinya akan direalisasikan ke dalam desain sesuai dengan *brief* yang diberikan. Selanjutnya, penulis melakukan proses pencarian referensi visual dan melakukan perbandingan visual Meta Ads yang sempat digunakan sebelumnya sehingga dapat memperoleh perbandingan.

3. Desain

Selanjutnya, pada proses desain penulis awali dengan membuat desain untuk Meta Ads pertama kemudian Meta Ads kedua hingga Meta Ads keempat. Setelah itu, penulis melakukan asistensi terhadap keempat visual Meta Ads tersebut kepada *Digital Marketing* untuk mendapatkan persetujuan mengenai visual yang telah dibuat sehingga

dapat segera diperlihatkan kepada *level c* untuk mendapatkan persetujuan pengunggahan.



Gambar 3.23 Meta Ads Agen *Outreach* Alternatif Satu

Selama proses asistensi *Digital Marketing* tidak memberikan begitu banyak masukan karena sudah visual yang dibuat telah sesuai dengan *brief* yang diberikan. Selain itu, penulis juga memberikan dua alternatif mengenai penambahan detail pada visual Meta Ads tersebut.



Gambar 3.24 Meta Ads Agen *Outreach* alternatif dua

Pada alternatif pertama penulis memberikan tampilan visual yang sederhana sedangkan untuk tampilan visual pada alternatif kedua, penulis menambahkan *confetti* serta coin yang berjatuhan sehingga dapat memberikan kesan yang lebih berwarna.

4. Finalisasi

Kemudian ketika keempat visual Meta Ads Agen *Outreach* yang diminta telah selesai dibuat dan mendapatkan persetujuan baik oleh

Digital Marketing dan level c. Keempat hasil final visual Meta Ads Agen Outreach, sebagai berikut:



Gambar 3.26 Meta Ads Agen Outreach Final

Pada tahap akhir, penulis mengirim file dalam format PNG sehingga dapat segera digunakan untuk diunggah di Meta Ads.

3.3.2 Kendala yang Ditemukan

Tidak dapat dihindari jika penulis kerap kali mengalami hambatan dan kesulitan yang membuat penulis hampir mengalami putus asa dikala melaksanakan kerja magang di TapHomes Indonesia. Hambatan yang penulis rasakan merupakan tanggung jawab yang terbilang cukup banyak dipercayakan kepada penulis sebagai *graphic designer* satu-satunya yang melaksanakan kerja di TapHomes Indonesia. Pada awal mulanya, penulis bimbang dan hadapi kesulitan sebab wajib menguasai manajemen waktu dengan sangat amat baik. Namun, akhirnya penulis mampu untuk menyesuaikan diri dan semakin memahami bagaimana cara mengatur waktu lebih baik terlebih mengenai komunikasi yang lebih baik dari sebelumnya.

Penulis juga mengalami kendala lainnya, yaitu ketika penulis merancang ilustrasi untuk antarmuka website dimana hal tersebut merupakan pengalaman pertama penulis dalam merancang sebuah ilustrasi berbasis vektor untuk kebutuhan antarmuka website. Namun, seiring berjalannya waktu dan dengan bantuan pembimbing yang selalu memberikan semangat dan masukan, penulis dapat memberikan hasil yang maksimal dengan desain yang terbilang cukup banyak.

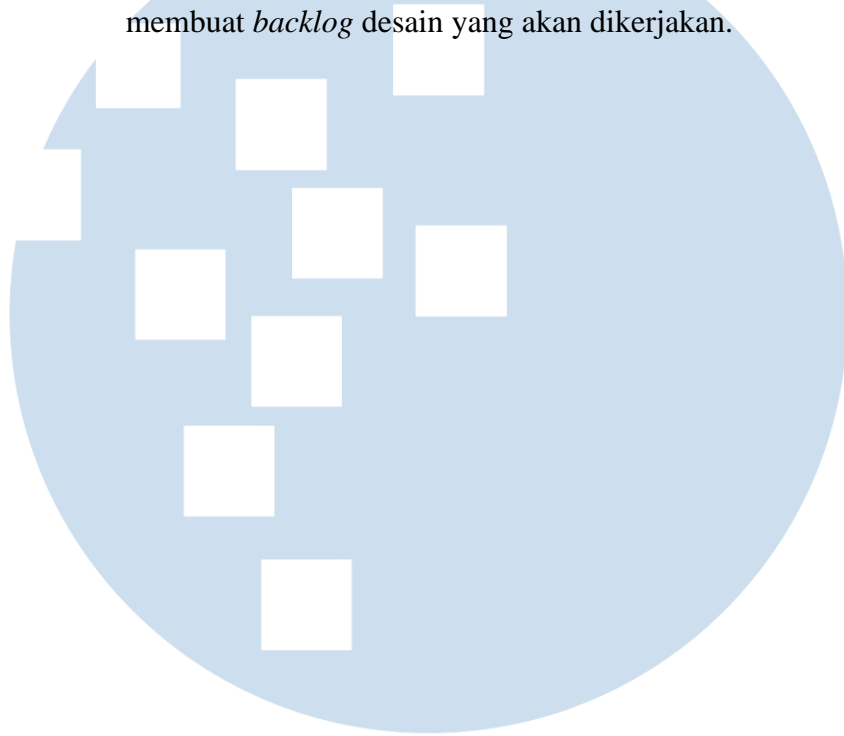
Segala hambatan yang penulis temukan pada akhirnya dapat penulis tangani dan hadapi dengan baik, meskipun pada mulanya penulis pernah mengalami putus asa serta kehilangan motivasi dalam menempuh kerja magang di TapHomes Indonesia. Dari kesulitan yang telah penulis alami tersebut menjadikan penulis terus aktif untuk meningkatkan kemampuan komunikasi dan desain penulis lebih dalam lagi. Segala kendala ini hendak penulis gunakan sebagai pembelajaran hingga bekal agar penulis dapat menjadi seorang *graphic designer* yang handal.

3.3.3 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Melalui sebagian hambatan yang penulis alami sepanjang melaksanakan kerja magang di TapHomes Indonesia, penulis belajar untuk menciptakan solusi yang tepat sehingga dapat mempertahankan motivasi penulis serta membagikan hasil kerja dengan tetap optimal, sebagai berikut:

1. Berkaitan dengan masalah komunikasi, tidak malu untuk mengajukan pertanyaan mengenai *brief* desain yang diberikan jika sekiranya *brief* desain tersebut sulit untuk di mengerti secara detail dan seksama.
2. Membuat prioritas desain di Microsoft Excel sehingga pembimbing dapat memantau pekerjaan yang sedang penulis kerjakan, yang telah berakhir ataupun tambahan desain baru yang diajukan. Hal tersebut membantu penulis dalam membuat skala prioritas desain yang harus penulis kerjakan dan jika diberikan *brief* baru, penulis dapat mengutarakan dan memberi tahu kepada

pembimbing bahwa *workload* yang diberikan tidak dapat dipenuhi oleh penulis sehingga pembimbing dapat turut menolong untuk mengendalikan prioritas desain yang wajib untuk dikerjakan dan membuat *backlog* desain yang akan dikerjakan.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA