



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:

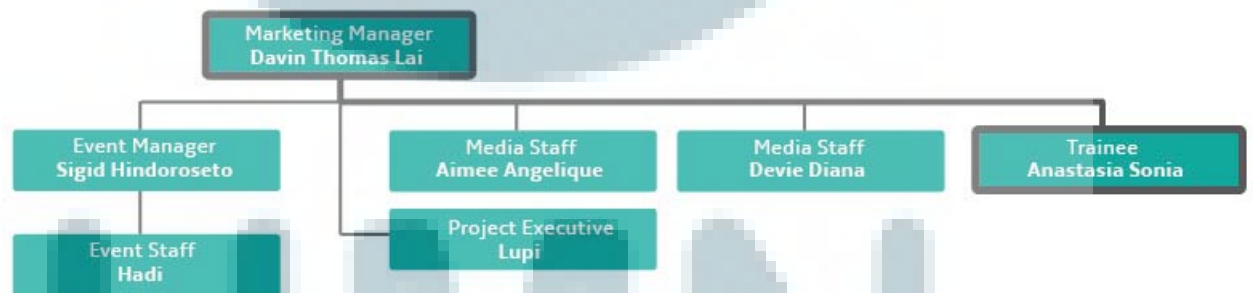
This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Dalam pelaksanaan praktek kerja magang di PT. *Asiasejahtera Perdana Pharmaceutical* penulis ditempatkan di *Marketing* divisi *Media* sebagai *Trainee*, langsung dibawah bimbingan *Marketing Manager*, bapak Davin Thomas Lai. Penulis bertugas untuk merancang media promosi yang diperlukan untuk mendukung *event-event* yang akan berlangsung, baik berupa iklan majalah, *merchandise*, dan desain *social media*. Tugas *Marketing Manager* adalah bertanggung jawab memberikan tugas pada divisi *Event* dan *Media*, memeriksa hasil kerja yang dikerjakan kedua divisi, dan memutuskan hasil kerja sementara, sebelum diserahkan ke *Managing Director* yang bertugas untuk mengoreksi dan memutuskan hasil akhir kerja.

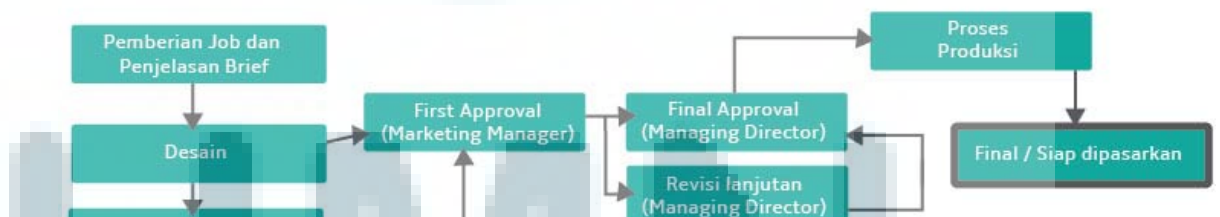


Gambar 3.1 Struktur Organisasi *Marketing Department*

(sumber : dok. pribadi)

Penulis diwajibkan untuk mengikuti prosedur kerja yang sudah ditetapkan oleh PT. *Asiasejahtera Perdana Pharmaceutical*. Sebagai *Trainee*, penulis mendapat

tugas yang sama dengan *media staff*, termasuk membuat *timeline project* dan *budgeting*. Semua *staff* harus bertanggung jawab dengan pekerjaan yang diberikan. Pertama-tama penulis mengadakan *meeting* dengan *Marketing Director* mengenai pembahasan *brief* rancangan media promosi. Kemudian penulis menyelesaikan desain sesuai dengan *brief* yang diberikan dan mengirimkan hasil kerja melalui *email* kepada *Marketing Manager*. Jika hasil kerja disetujui *Marketing Manager*, penulis harus menemui sekretaris *Managing Director* untuk revisi atau *approval* lanjutan. Jika tidak, penulis harus kembali merevisi desain hingga hasil diterima oleh *Managing Director*. Setelah menyelesaikan tahap revisi dan *approval* akhir, penulis harus membuat *Purchase Requisition (PR)* atau pengajuan produksi desain dan kembali menemui sekretaris *Managing Director* agar surat pengajuan produksi ditandatangani oleh *Managing Director* yang kemudian diserahkan kepada divisi *Sales* untuk diproduksi. Penulis juga memberikan penjelasan pada divisi *Sales* mengenai *timeline project*, jumlah produksi, dan berdiskusi mengenai bahan atau ketentuan khusus pada desain, serta *budgeting*. Penulis juga harus mem-*follow up* divisi *Sales* untuk mengetahui perkembangan produksi dan memberitahukannya kepada *Marketing Manager* hingga tahap produksi selesai dan siap untuk dipasarkan.



Gambar 3.2 Koordinasi Kerja PT. ASPP

(sumber : dok. pribadi)

3.2 Tugas yang Dilakukan

Selama magang, penulis banyak mendapatkan tugas membuat *project* desain yang mendukung keperluan promosi perusahaan. *Project* tersebut meliputi desain *merchandise*, logo, iklan majalah, poster, *backdrop*, dan sebagainya.

Berikut ini adalah tabel rincian pekerjaan yang penulis kerjakan selama 10 (sepuluh) minggu praktek kerja magang:

Tabel 3.1

Tugas yang Dilakukan di *PT. Asiasejahtera Perdana Pharmaceutical*

(sumber : dok. pribadi)

Minggu 1 (24 Juni – 29 Juni 2013)	<ul style="list-style-type: none">- Mendesain dan merevisi <i>merchandise</i> kaos panitia dan peserta <i>event</i> <i>Kratingdaeng Power Dance</i>- Mendesain <i>merchandise</i> topi <i>event</i> <i>Kratingdaeng Power Dance</i>
Minggu 2 (1 Juli – 6 Juli 2013)	<ul style="list-style-type: none">- Merevisi <i>merchandise</i> kaos panitia dan peserta <i>event</i> <i>Kratingdaeng Power Dance</i>- Mendesain dan merevisi cover <i>Facebook</i> Hari Raya Puasa
Minggu 3 (8 Juli – 13 Juli 2013)	<ul style="list-style-type: none">- Mendesain <i>backdrop</i> untuk acara buka puasa bersama <i>PT. Asiasejahtera Perdana Pharmaceutical</i>- Mendesain poster acara buka puasa bersama <i>PT. Asiasejahtera Perdana Pharmaceutical</i>- Mendesain iklan majalah produk <i>Kratingdaeng Super</i>

<p>Minggu 4 (15 Juli – 20 Juli 2013)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Mendesain kartu acara buka puasa bersama <i>PT. Asiasejahtera Perdana Pharmaceutical</i> - Mendesain dan merevisi logo <i>Bikers Community Kratingdaeng</i> - Mendesain dan merevisi desain <i>template Kratingdaeng</i>
<p>Minggu 5 (22 Juli – 27 Juli 2013)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Merevisi desain <i>template Kratingdaeng</i> - Mendesain <i>layout</i> resep buka puasa <i>Kratingdaeng</i> - Mendesain layout iklan majalah <i>Kratingdaeng-S</i> pada <i>template</i> yang dibuat
<p>Minggu 6 (29 - 30 Juli, 14 -16 Agustus 2013)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Merevisi <i>layout</i> resep buka puasa <i>Kratingdaeng</i> - Membuat logo <i>Kratingdaeng Award</i> - Mendesain poster <i>Kratingdaeng Award</i>
<p>Minggu 7 (12 – 17 Agustus 2013)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Merevisi logo <i>Kratingdaeng Award</i> - Merevisi poster <i>Kratingdaeng Award</i>
<p>Minggu 8 (19 – 24 Agustus 2013)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Mendesain kembali poster <i>Kratingdaeng Award</i> dengan konsep yang berbeda. - Mendesain dan merevisi iklan <i>Kratingdaeng-S “Soccer”</i> - Mendesain dan merevisi iklan <i>Kratingdaeng-S “Bikers”</i>
<p>Minggu 9 (26 – 31 September 2013)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Merevisi iklan <i>Kratingdaeng-S “Soccer”</i> - Merevisi iklan <i>Kratingdaeng-S “Bikers”</i> - Merevisi <i>format merchandise</i> kaos panitia dan peserta <i>event Kratingdaeng Power</i>

	<p><i>Dance</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Merevisi logo <i>Bikers Community</i> <p><i>Kratingdaeng</i></p>
Minggu 10 (2 – 7 September 2013)	<ul style="list-style-type: none"> - Merevisi iklan <i>Kratingdaeng-S “Bikers”</i> - Merevisi iklan <i>Kratingdaeng-S “Runner”</i> - Mendesain dan merevisi <i>facebook cover Kratingdaeng-S “Bikers”</i> - Mendesain dan merevisi <i>facebook cover Kratingdaeng-S “Runner”</i>

3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

3.3.1 Proses Pelaksanaan

Banyak pengalaman baru yang penulis alami selama kerja magang. Penulis belajar bagaimana bekerja secara professional dan lebih berdedikasi pada tugas yang diberikan. Penulis juga mempelajari beberapa istilah baru, khususnya di bidang *Marketing*. Tugas proyek desain grafis yang dikerjakan oleh penulis adalah untuk kebutuhan perusahaan akan *event-event* yang akan datang, baik berupa *print ads* maupun data untuk *social media*.

Berikut ini adalah penjabaran 3 dari beberapa *project* desain yang dikerjakan selama kerja magang di *PT. Asiasejahtera Perdana Pharmaceutical* :

1. *Merchandise Kaos Kratingdaeng Power Dance*

Event Kratingdaeng Power Dance adalah *event* lomba tahunan untuk anak muda yang memiliki *passion sport* dan *fun*, terutama pada bidang *street dance*. Tahun ini, acara ini dilombakan di berbagai kota besar di Indonesia dan *Grand Final* diadakan di Balai Sarbini Jakarta pada tanggal 5 Oktober 2013. Desain *merchandise kaos* yang diminta oleh *Marketing Manager* adalah

1 desain kaos untuk panitia, 1 desain kaos untuk peserta, dan 4 desain kaos untuk dijual pada *booth merchandise*.

Pada saat pembuatan desain *merchandise* kaos ini terjadi banyak revisi dan kendala penggunaan *software*. Revisi terjadi pada proses revisi awal oleh *Marketing Manager* dan revisi lanjutan dari *Managing Director*. Untuk kendala penggunaan *software*, penulis biasa mendesain kaos menggunakan program *Adobe Illustrator* dan tidak pernah mengalami kendala saat produksi kaos. Sedangkan program yang diminta oleh agen produksi adalah *Adobe Photoshop* sehingga penulis perlu membuat kembali desain versi program *Adobe Photoshop*.

a. Kaos untuk Panitia *Power Dance*

Untuk desain kaos panitia, penulis membuat kaos dengan logo *Power Dance*. Untuk membedakannya dengan desain kaos tahun lalu, penulis membuat pola *dance motion* pada bagian pinggir depan dan belakang kaos, serta bagian lengan kaos. Pola dibuat berbentuk bulat sebagai simbol kedinamisan gerak dan pola garis sebagai simbol kecepatan dan kelincahan. Desain ini mendapat *approval* dari *Marketing Manager*.



Gambar 3.3 Desain awal Kaos Panitia

Namun *Managing Director* meminta revisi untuk menghilangkan desain pola *dance motion* pada lengan baju sebelum desain dianggap final. Setelah selesai, di minggu terakhir penulis mengubah desain ke versi *Adobe Photoshop* .



Gambar 3.4 Desain Final Kaos Panitia



Gambar 3.5 Desain Final Kaos Panitia (*Adobe Photoshop*)

b. Kaos untuk peserta *Power Dance*

Desain kaos kedua adalah desain untuk peserta *Power Dance*. Penulis membuat pola *motion dance* lingkaran dan siluet *street dancer* pada kaos serta font *Power Dance* yang mengarah lurus ke atas. Font menggunakan *Philly Sans* karena memberikan kesan berani dan fleksibel. Warna yang digunakan adalah warna khas

produk *Kratingdaeng* reguler yaitu biru, merah, kuning, dan putih. Di bagian belakang pundak kaos terdapat logo *Power Dance*. Sebelumnya penulis membuat 2 alternatif warna pada lingkaran, dan kedua alternatif desain sudah di approval oleh *Marketing Manager*. Dan hasil final dipilih oleh *Managing Director*. Yang terpilih adalah alternatif dengan lingkaran merah. Terakhir, desain dibuat dengan program *Adobe Photoshop*.



Gambar 3.6 Desain kaos alternatif 1 dan 2

U M M N



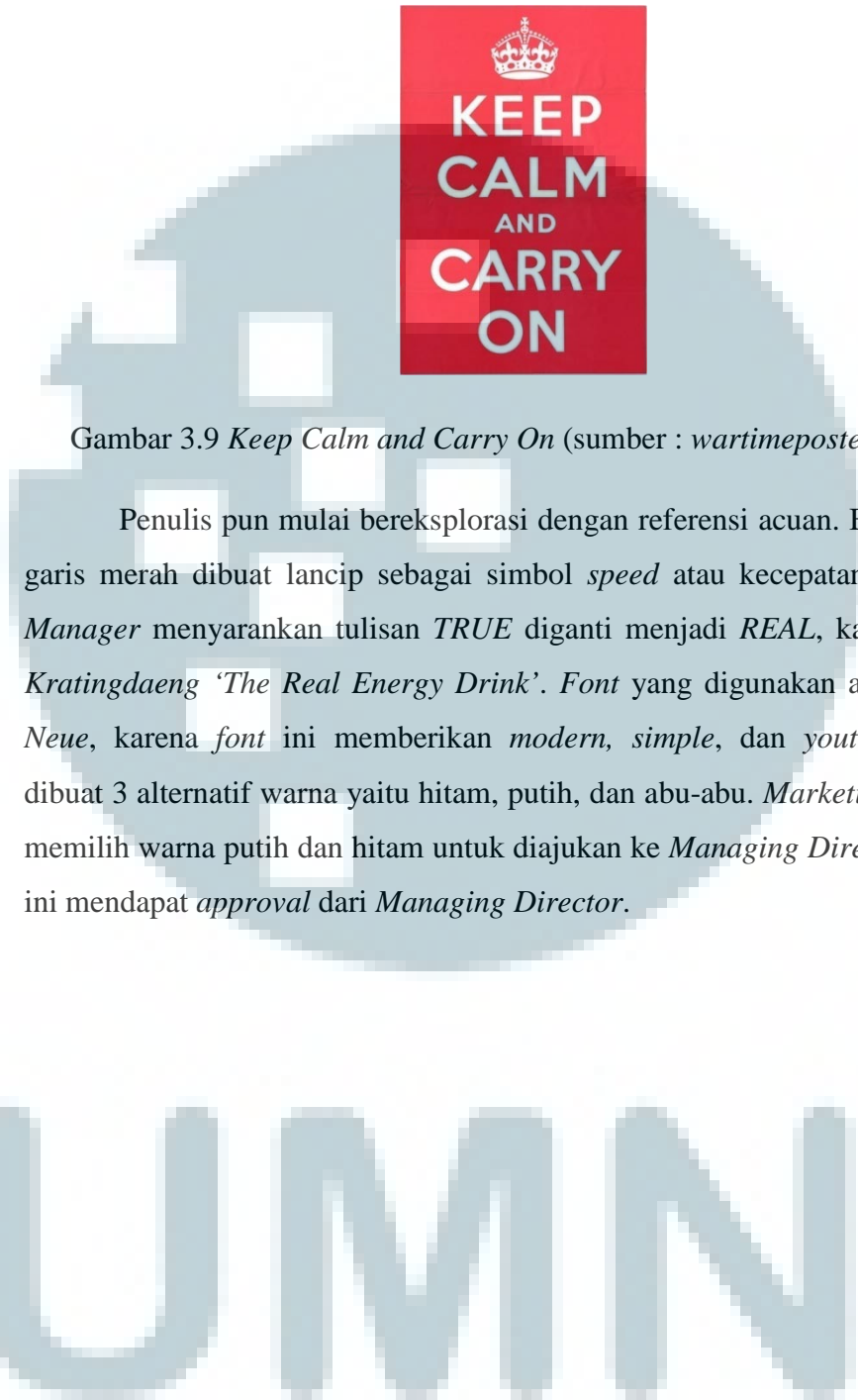
Gambar 3.7 Desain final kaos peserta *Power Dance*

c. Kaos untuk merchandise *Power Dance*

Marketing Manager memberikan *brief* dan acuan referensi pada kaos “*TRUE BBOY*”. Awalnya penulis berusaha membuat desain yang berbeda dari referensi demi menghindari plagiarisme, namun di luar kantor penulis menemukan kaos serupa dengan referensi yang diberikan oleh *Marketing Manager*. Penulis pun bertanya dan akhirnya mengetahui bahwa desain tersebut adalah desain umum yang serupa dengan desain “*Keep Calm and Carry On*” dimana desain ini dapat dimodifikasi dan dikreasikan secara bebas.



Gambar 3.8 Kaos *TRUE BBOY* (sumber : www.bboyworld.com)



Gambar 3.9 *Keep Calm and Carry On* (sumber : wartimeposters.co.uk)

Penulis pun mulai bereksplorasi dengan referensi acuan. Bagian ujung garis merah dibuat lancip sebagai simbol *speed* atau kecepatan. *Marketing Manager* menyarankan tulisan *TRUE* diganti menjadi *REAL*, karena *tagline Kratingdaeng 'The Real Energy Drink'*. *Font* yang digunakan adalah *Bebas Neue*, karena *font* ini memberikan *modern, simple, dan youthful*. Desain dibuat 3 alternatif warna yaitu hitam, putih, dan abu-abu. *Marketing Manager* memilih warna putih dan hitam untuk diajukan ke *Managing Director*. Desain ini mendapat *approval* dari *Managing Director*.



Gambar 3.10 Desain final kaos konsep *REAL BBOY*

Desain berikutnya masih mengacu pada referensi sebelumnya namun dibuat lebih bernuansa urban. Desain awal yang ketiga adalah kaos hitam dengan siluet *dancer* pada *background* merah dan biru, diapit oleh tulisan *REAL BBOY*. Sementara itu desain awal yang keempat adalah kaos putih seperti desain kedua, namun di dalam tulisan terdapat gambar dan memakai garis ujung lancip berwarna abu-abu tua. Desain ketiga diterima oleh *Marketing Manager*, namun harus direvisi setelah diajukan ke *Managing Director*. Sementara desain keempat harus melalui revisi awal.



Gambar 3.11 Desain awal kaos *merchandise* 3



Gambar 3.12 Desain awal kaos *merchandise* 4

Siluet pada desain kaos ketiga diganti karena siluet yang dipilih kurang bagus. *Background* merah dan biru dibuat lebih hidup dengan pola musik dan *dance motion*. Sementara desain keempat mengikuti konsep *background* desain ketiga. *Font* dibuat berwarna merah dan biru dengan pola musik dan *dance motion* di dalam *font* tersebut. Desain ini mendapat *approval* dari *Marketing Manager* dan *Managing Director*. Setelah final, desain pun diubah ke versi *Photoshop* dan siap diproduksi.



Gambar 3.13 Desain final kaos *merchandise 3*



Gambar 3.14 Desain final kaos *merchandise 4*



Gambar 3.15 Desain final kaos *merchandise Power Dance*

2. Media Promosi *Event* Buka Puasa Bersama *PT. Asiasejahtera Perdana Pharmaceutical*

Penulis membahas *brief* bersama *Marketing Manager* mengenai acara Buka Puasa Bersama *PT. Asiasejahtera Perdana Pharmaceutical*. Media promosi yang diperlukan berupa backdrop, kartu untuk MC, dan poster.

Marketing Manager mengirimkan desain yang digunakan pada event buka puasa tahun lalu sebagai referensi . Desain itu dibuat oleh *Media Staff* Aimee Angelique, dengan konsep yang difokuskan pada produk Kratingdaeng, dengan warna dominan biru dan latar mesjid pada saat maghrib. Tema dan *tagline* yang digunakan adalah “Penuhi Energi, Jalani Hari Suci”. *Marketing Manager* menginstruksikan penulis untuk membuat desainnya terlebih dulu dan memberikan tempat secukupnya untuk meletakkan *tagline*. Tugas ini diberikan kepada penulis dan *Media Staff* Aimee Angelique, masing-masing membuat 1 desain sebagai alternatif untuk dipilih oleh *Managing Director*.



Gambar 3.16 Desain Backdrop Buka Puasa Tahun 2012

(sumber : Aimee Angelique)

Penulis pun mulai mencari referensi gambar-gambar dan *font* yang berhubungan dengan tema muslim atau Arab. Karena konsep tema tidak terlalu jelas, penulis tidak terlalu berani bereksplorasi warna dan desain. Penulis mendesain menggunakan program *Adobe Illustrator*, karena penulis sangat familiar dengan dengan desain *vector*. Penulis membuat gambar mesjid, bulan, bintang, gradasi dan beberapa elemen desain lainnya menggunakan program ini.



Gambar 3.17 Desain awal backdrop tanpa tema

Kemudian desain ini dicetak bersama 1 alternatif dari Aimee (*Media Staff*) mendapat *approval* dari *Marketing Manager* dan diserahkan pada sekretaris *Managing Director*. Tak lama kemudian penulis mendapatkan hasil revisi dari *Managing Director* dan kedua alternatif ini ditolak karena penulis dan *Media Staff* tidak boleh memakai tema tahun lalu. Tema revisi desain yang diberikan oleh *Managing Director* adalah “Bersyukur dan Bertaqwa, Kunci Meraih Berkah Allah.” dengan acuan gambar pengendara unta di padang gurun pada sore hari.

Penulis pun mencari referensi gambar seperti yang diinstruksikan *Managing Director*. Dengan gambar-gambar referensi tersebut, penulis pun mulai membuat beberapa coretan desain alternatif. Kemudian penulis memilih satu dari coretan desain tersebut dan mengaplikasikannya ke dalam bentuk digital. Program *Adobe Illustrator* masih menjadi pilihan utama penulis untuk merancang.



Gambar 3.18 Desain backdrop revisi 1

Gambar di atas merupakan desain awal yang penulis buat setelah mendapatkan tema dari *Managing Director*. Penulis memilih font *XXII ARABIAN – ONENIGHTSTAND Bold* untuk menunjukkan nuansa Arab. Font ditaruh di tengah sebagai *emphasis* atau penekanan utama. *Emphasis* merupakan salah satu prinsip *layout* untuk menciptakan *point of interest* atau untuk mendapatkan perhatian. Selain menaruh font di tempat yang strategis, penulis juga menggunakan bentuk *style* yang unik dan memberikan ukuran yang besar, serta warna yang kontras. Kemudian pada prinsip *Sequence*, yaitu

urutan atau hirarki yang menentukan bagian mana yang harus dilihat pertama hingga dilihat terakhir (Rustan, 2009). Setelah tulisan, selanjutnya difokuskan pada produk. Karena itu produk diletakkan di bagian kanan tulisan dengan ukuran besar. Untuk *background*, penulis membuat gambar padang gurun, mesjid, dan pengendara unta yang sedang menuju ke sana untuk beribadah di saat matahari akan terbenam. Efek gradasi digunakan untuk menimbulkan kesan gelap terang. Untuk warna, penulis memilih kombinasi warna biru, oranye, dan coklat. Pada tradisi Islam, warna dilihat dari segi metafisika. Metafisika adalah cabang filsafat yang meneliti penyebab mengapa sesuatu tersebut ada. Warna oranye dan coklat melambangkan alam, kehangatan, dan solidaritas; sedangkan warna biru sebagai simbol kebijaksanaan dan ketenangan (Fraser, 2004). Terakhir, promosi produk pada *social media* seperti nama *account Facebook* dan *Twitter* diletakkan pada bagian paling bawah sebagai urutan terakhir.

Desain ini kemudian diserahkan lagi pada *Managing Director* bersama desain alternatif yang dibuat oleh *Media Staff*. *Managing Director* pun memilih alternatif dari penulis, dengan sedikit revisi. Tulisan berwarna putih diganti dengan warna biru dan ukuran mesjid diperbesar. Kemudian ditambahkan bulan dan bintang di bagian *background* biru. Promosi *social media* diganti dengan nama perusahaan.

U
M
M
N



Desain 3.19 Desain backdrop final

Desain revisi kemudian disahkan oleh *Managing Director* untuk diproduksi, dan penulis diminta membuat desain pendukung lainnya yaitu kartu acara berukuran 544 x 285 pixel dan poster ajakan mengikuti acara Event Buka Puasa Bersama berukuran A4. Kedua desain ini mengacu pada desain final, dan hanya menambahkan beberapa informasi (pada poster) dan mengatur susunan layout (pada kartu acara).



Desain 3.20 Poster dan Kartu acara

3. *Template Kratingdaeng*

Desain *template* merupakan bagian dari *branding*, yang dibuat dengan tujuan memberikan identitas pada sebuah perusahaan atau produk. *Template* dapat meningkatkan *public awareness* dalam mengenal produk atau jasa yang ditawarkan. Produk *Kratingdaeng* belum memiliki desain *template* dan membuat desain *template* menjadi tugas penulis untuk mendesainnya.

Marketing Manager memberikan contoh desain *template* pada *BCA* dan *Kartu AS* sebagai referensi bagi penulis. Di gambar – gambar tersebut tampak desain yang berbeda baik dari segi *layout*, ukuran, dan konsep, namun tetap memakai *template* yang sama sehingga terlihat ciri khas produk atau jasanya. Dengan *template*, masyarakat akan langsung mengenali bahwa itu adalah iklan produk apa sebelum membaca dengan jelas semua yang tertulis di poster iklan tersebut.



Gambar 3.21 *Template design* pada iklan *BCA*

(sumber : iklanindonesiaonline.blogspot.com)



Gambar 3.22 *Template design* pada iklan Kartu AS

(sumber : 1) gadget.rootbox.co.id, 2) witter.com)

Marketing Manager juga memberikan *brief* mengenai perubahan target konsumen produk *Kratingdaeng*. Sebelumnya, *Kratingdaeng* menargetkan dewasa muda dengan rentang usia 26-34 tahun, karena dianggap paling produktif dan memerlukan banyak energi. Namun *Kratingdaeng* juga melihat peluang pada anak muda yang aktif, sehat, dan energik. Beberapa aktivitas mereka memerlukan banyak asupan energi, baik itu olahraga maupun hobi.

Penulis mencari referensi *template* yang mengacu pada remaja baik melalui internet atau referensi apa saja yang berada di sekitar penulis. *Marketing Manager* juga banyak memberikan saran dalam proses pembuatan *template* ini. Penulis membuat 2 alternatif desain, dan desain pertama dipilih dengan sedikit revisi.



Gambar 3.23 Alternatif 1 & 2 *template design*

Warna yang dipilih adalah warna merah, biru, kuning, dan putih seperti warna Kratingdaeng. Desain alur *template* dibuat seperti bentuk cair minuman dan juga sebagai simbol anak remaja yang *go with the flow* atau mengikuti zaman.

Bagian atas *template* diubah menjadi bentuk bulat untuk memberikan kesan *liquid* atau terlihat seperti bentuk air. Kombinasi warna pada *template* juga diatur ulang agar desain tidak terlihat terlalu polos atau kosong, juga agar terkesan berbeda dengan *template* yang sudah ada. Setelah *template* untuk produk regular sudah di *approval* oleh *Marketing Manager*, penulis diminta membuat versi emas untuk produk *Kratingdaeng Super*. Kemudian desain diajukan ke *Managing Director* dan mendapat *approval*.



Gambar 3.24 Desain final *template regular* dan *super*

Kemudian desain *template* dapat diaplikasikan untuk beberapa desain selanjutnya dengan tujuan untuk meningkatkan *public awareness*.



Gambar 3. 25 Aplikasi desain *template*

3.3.2 Kendala yang Ditemukan

Selama praktek kerja magang penulis menemui satu kendala. Kendala yang cukup sering terjadi adalah penulis kurang jelas menangkap maksud permintaan, percakapan di telepon, percakapan, atau istilah yang dicakapkan karena penulis memiliki gangguan pendengaran. Akibatnya, terkadang terjadi kasus *miscommunication* sehingga penulis harus merevisi desain yang dibuat dan meminta bantuan pada teman untuk membantu menjawabkan telepon. Terkadang kendala ini juga membuat penulis kurang percaya diri dalam berkomunikasi.

3.3.3 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Untuk mengatasi kendala gangguan pendengaran saat berbicara, penulis seringkali mencoba memperhatikan gerak mulut lawan bicara untuk membantu menangkap maksud percakapan. Selain itu penulis juga mencatat semua yang dikatakan serta mengulang kalimat yang dimaksudkan untuk memastikan kebenarannya. Jika masih kurang jelas, penulis tidak malu atau segan meminta tolong lawan bicara untuk mengulang kembali kata-katanya, dan pada kesempatan kedua itu penulis berusaha berkonsentrasi lebih. Penulis merasa bersyukur karena penulis atas pemakluman teman-teman penulis, dan tetap membimbing dan mendukung penulis dengan penuh kesabaran, terlebih oleh Pak Davin, pembimbing lapangan penulis.

Penulis percaya bahwa kendala ini merupakan tantangan yang akan membantu penulis untuk dapat lebih fokus menangkap percakapan dan lebih berusaha keras dalam bekerja, serta melatih kedisiplinan dan manajemen waktu penulis.