



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

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

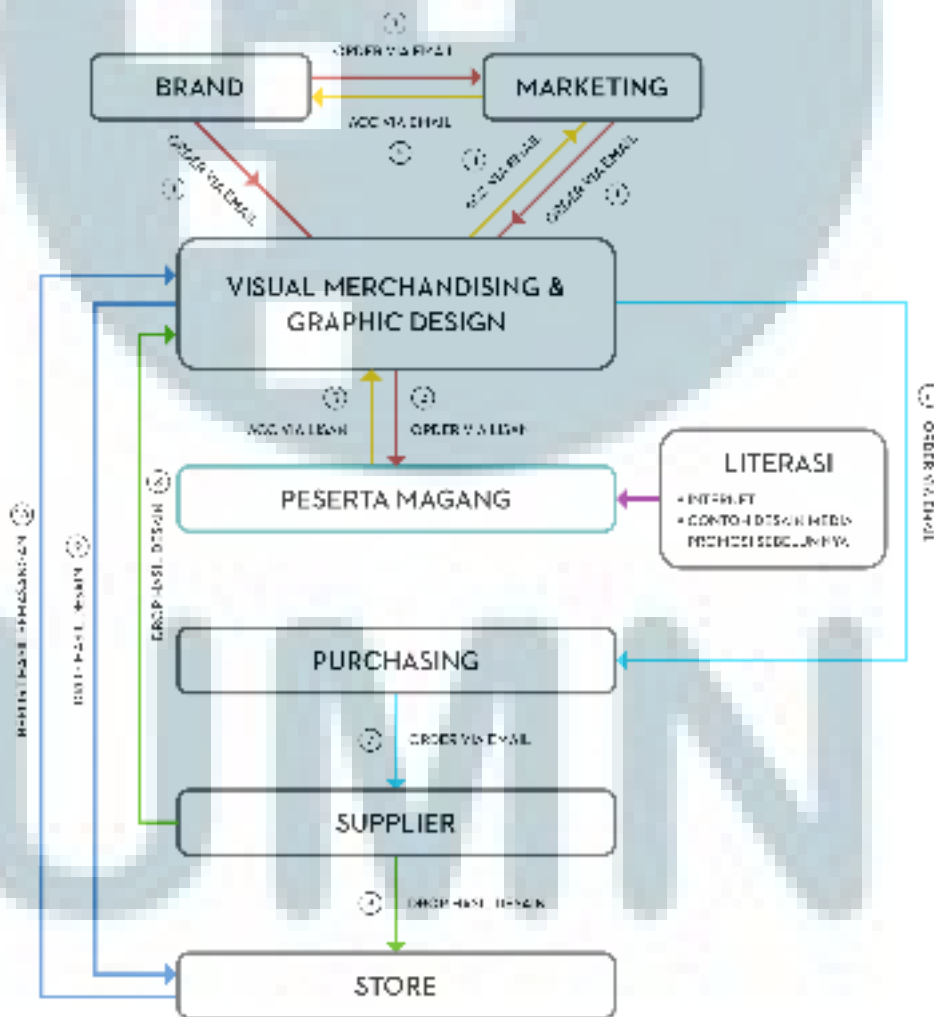
### **Copyright and reuse:**

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

## BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG

### 3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Selama kegiatan Kerja Magang berlangsung, penulis menempati posisi sebagai *Junior Graphic Design* di bawah bimbingan *Supervisor Graphic Design*. Setiap pekerjaan yang diberikan kepada penulis disupervisi oleh *Supervisor* sebelum akhirnya dikirim kembali ke bagian *Brand*, *Marketing*, dan *Visual Merchandiser*. Koordinasi penerimaan pekerjaan desain dijabarkan dalam skema berikut:



*Gambar 3.1 - Bagan koordinasi kerja*

Pekerjaan desain yang dikerjakan oleh bagian *Graphic Design* diberikan oleh *Brand*, *Marketing*, dan *Visual Merchandising*. Pekerjaan desain yang datang dari *Brand* merupakan desain yg digunakan untuk media komunikasi dan promosi di dalam toko (*in-store collateral*) seperti desain *easel*, *alarm sleeve*, *price ticket*, dan *in-store poster*. Untuk desain promosi di luar toko, pekerjaan desain datang dari bagian *Marketing*, seperti desain *Lookbook*, *Facebook Post*, dan *Email Blast*. Pekerjaan yang datang dari *Visual Merchandising* adalah pekerjaan yang berhubungan dengan *layout* toko dan segala keperluan visual yang diperlukan untuk dipajang di *store windows* maupun sebagai properti di dalam toko.

Tahap pertama adalah masuknya *job request* yang bisa berasal dari *Brand*, *Marketing*, atau *Visual Merchandising* yang dikirim lewat *email*. Dari situ, *Supervisor* meneruskan secara lisan kepada penulis untuk mengerjakannya. Sebelum melakukan proses desain, penulis melakukan proses literasi dengan mencari contoh desain di internet maupun melihat kembali contoh desain yang telah dibuat sebelumnya oleh *Senior Graphic Design*. Setelah desain selesai dibuat, maka penulis meneruskan kepada *Supervisor* untuk dicek kembali. Jika menurut *Supervisor* desain sudah tepat, maka selanjutnya *Supervisor* akan meneruskan ke bagian yang memberikan *job request* desain, misalnya *Marketing*. Hasil pekerjaan desain yang dibuat oleh bagian *Graphic Design* harus diketahui oleh bagian *Brand* dan *Marketing*. Sesuai dengan skema di atas, *Graphic Design* tidak boleh meneruskan ke bagian *Brand* untuk asistensi desain dan harus melalui *Marketing*, agar dapat melihat hasil jadi dari pekerjaan yang diberikan.

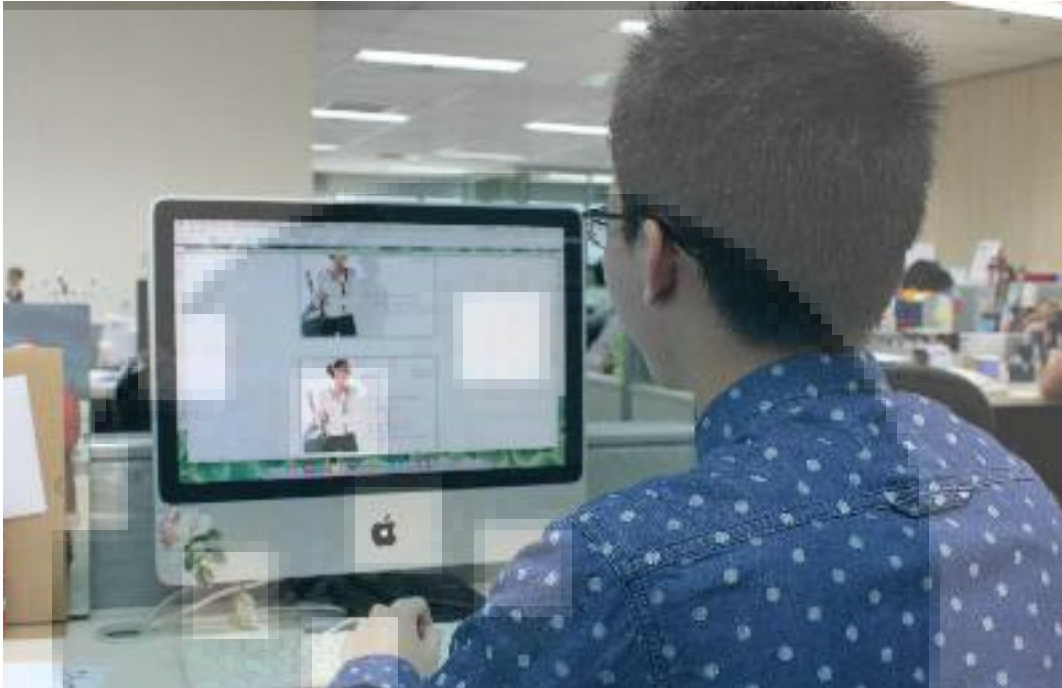
Jika sudah disetujui oleh pihak pemberi *job request*, maka desain akan lanjut ke bagian *Purchasing* untuk diproses oleh *Supervisor*. *Graphic Design* bertugas untuk memastikan jumlah pesanan pekerjaan desain yang dipesan oleh masing-masing bagian dimana nantinya *Purchasing* akan menghubungi *Supplier* (Percetakan) untuk memproses pesanan. Misalnya bagian *Brand* meminta untuk membuat desain *price ticket* untuk Marks & Spencer Food (M&S Food) dengan jumlah 500 buah untuk lima toko Marks & Spencer, maka *Graphic Design* harus

memastikan apakah desain yang dibuat sudah sesuai dengan permintaan *Brand* dan memastikan bahwa jumlah pesanan *Brand* terpenuhi. Setelah diproses oleh *Purchasing* dan selesai dikerjakan oleh *Supplier*, *Graphic Design* bertugas untuk menerima hasil jadi pesanan dan mengecek kembali apakah pesanan yang dikerjakan oleh *Supplier* sudah benar. Jika sudah benar, maka *Graphic Design* akan membawa hasil jadi pesanan desain ke toko untuk segera dilakukan pemasangan. Ada beberapa hasil desain yang tidak diasistensikan kepada *Graphic Design*, seperti *In-Store Poster* untuk toko-toko di Jakarta. Hal ini dikarenakan jumlahnya yang banyak dan ukurannya yang besar sehingga *Supplier* langsung membawa ke toko untuk melakukan pemasangan. Staf toko nantinya akan melaporkan hasil jadi pemasangan yang dilakukan oleh *Supplier* melalui foto dan dikirim lewat *email*.

Proses pemesanan desain hingga akhir jadi berjalan cepat dengan *deadline* yang tergolong mendesak. Hal ini dikarenakan desain yang digunakan pada media promosi bersifat *temporary* dimana promosi akan sebuah *brand* dilakukan secara berkala, misalnya *Facebook post* yang dibutuhkan setiap minggu dan *Email Blast* yang dibutuhkan setiap bulan. Hal ini juga terjadi untuk properti visual yang digunakan oleh *Visual Merchandiser*, contohnya *window decal* yang terus diganti setiap *season*, baik *Spring/Summer*, *Autumn/Winter*, maupun *Sale Season*.

### **3.2 Sarana dan Suasana Kantor**

Selama melakukan Kerja Magang, penulis difasilitasi oleh komputer iMac bersistem operasi OSX Snow Leopard untuk membuat segala keperluan desain yang diminta. Meja penulis menjadi satu dengan meja *Supervisor* dan *Senior Graphic Design* dalam satu *cubicle*. Hal ini memudahkan penulis, karena jika ada *job request* yang masuk *Supervisor* langsung dapat meneruskan ke penulis. Selain itu, penulis juga dapat langsung bertanya secara lisan jika ada kesulitan atau kendala yang ditemui selama melaksanakan kerja magang. Fasilitas bersama lain yang menunjang penulis antara lain *printer*, telepon, internet, *toilet*, dan *pantry*.



*Gambar 3.2 - Meja kerja penulis*



*Gambar 3.3 - Suasana kerja penulis*



*Gambar 3.4 - Penulis dan Supervisor*



*Gambar 3.5 - Penulis dan rekan kerja Graphic Design*

### 3.3 Tugas yang Dilakukan

Setiap minggunya penulis mengerjakan beberapa pekerjaan desain yang diberikan oleh bagian *Marketing, Brand, dan Visual Merchandiser*. Perincian atas pekerjaan desain dijabarkan pada Tabel 3.2.1 di bawah berikut ini:

Tabel 3.2.1 - Proyek Kegiatan Praktek Kerja Magang

No.	Periode	Proyek
1	15 Juli 2013 - 19 Juli 2013	a. Membuat desain <i>layout lookbook Marks &amp; Spencer Womenswear &amp; Lingerie Autumn/Winter 2013</i>
		b. Mempelajari pembuatan desain <i>hoarding Cotton On</i>
		c. Mempelajari <i>Graphic Standard Manual</i> dari Marks & Spencer
		d. Membuat desain <i>Facebook post Marks &amp; Spencer</i>
		e. Mempelajari <i>Brand Guidelines</i> dari <i>brand-brand MAP</i>
		f. Merevisi desain <i>Facebook post Marks &amp; Spencer "Print Fusion"</i>
2	22 Juli 2013 - 26 Juli 2013	a. Mempelajari <i>Guidelines Marks &amp; Spencer Autumn/Winter 2013 Collections</i>
		b. Membuat desain <i>hoarding Cotton On Kota Kasablanka</i>

No.	Periode	Proyek
		c. Mempelajari dan membuat <i>summary Visual Merchandising Guidelines Marks &amp; Spencer Menswear dan Kidswear Autumn/Winter 2013</i>
		d. Mempelajari dan membuat <i>summary Marketing &amp; Campaign Guidelines Marks &amp; Spencer Autumn/Winter 2013</i>
		e. Membuat desain <i>email blast</i> Cotton On untuk “ <i>New in Store</i> ”
3	29 Juli 2013 - 2 Agustus 2013	a. Merevisi desain <i>hoarding</i> Cotton On Kota Kasablanka
		b. Membuat desain <i>newsletter</i> Marks & Spencer <i>Menswear</i> “ <i>Smart Ideas</i> ” dan <i>Kidswear</i>
		c. Merevisi desain <i>hoarding</i> Cotton On Kota Kasablanka dengan menambahkan CO <i>Kids</i> dan <i>Body</i>
		d. Membuat desain <i>Facebook post</i> Marks & Spencer <i>Menswear</i> dan <i>Kidswear</i> untuk tanggal 1 dan 6 Agustus 2013
		e. Membuat desain <i>Facebook post</i> Marks & Spencer <i>Menswear</i> dan <i>Kidswear</i> untuk tanggal 8 dan 13 Agustus 2013



No.	Periode	Proyek
		f. Membuat desain <i>hoarding</i> Cotton On Mall @ Alam Sutera
4	5 Agustus - 7 Agustus 2013	a. Merevisi desain <i>hoarding</i> Cotton On Mall @ Alam Sutera b. Mempersiapkan POP ( <i>Point of Purchase</i> ) Price Point Cotton On Central Park
5	12 Agustus 2013 - 16 Agustus 2013	a. Membuat desain POP M&S Food “ <i>Food Summer Fiesta</i> ” b. Merevisi desain POP M&S Food “ <i>Food Summer Fiesta</i> ” c. Mempersiapkan hasil cetak POP M&S Food “ <i>Food Summer Fiesta</i> ” dan mengalokasikan ke toko-toko Marks & Spencer d. Membuat desain <i>Facebook post</i> Marks & Spencer <i>Menswear</i> untuk tanggal 15, 22, dan 29 Agustus 2013 e. Membuat desain <i>email blast</i> M&S Food “ <i>Food Summer Fiesta</i> ” f. Mempersiapkan POP <i>bazaar</i> untuk toko Marks & Spencer Supermal Karawaci dan Kuningan City g. Membuat desain <i>easel</i> M&S Food “ <i>Food Summer Fiesta</i> ”

No.	Periode	Proyek
6	19 Agustus - 23 Agustus 2013	<p>a. Membuat desain <i>alarm sleeve</i> M&amp;S Food “<i>Food Summer Fiesta</i>”</p> <p>b. Membuat desain <i>price ticket</i> M&amp;S Food “<i>Food Summer Fiesta</i>”</p> <p>c. Membuat desain <i>newsletter</i> Marks &amp; Spencer <i>Kidswear, Beauty, dan Lingerie</i></p> <p>d. Merevisi desain <i>hoarding</i> Cotton On Kota Kasablanka</p> <p>e. Merevisi desain <i>packaging</i> M&amp;S Food</p> <p>f. Mempersiapkan dan mengalokasikan POP <i>sub-brand</i> Marks &amp; Spencer ukuran 30 cm x 30 cm dan 30 cm x 10 cm untuk berbagai toko Marks &amp; Spencer</p> <p>g. Merevisi desain <i>newsletter</i> Marks &amp; Spencer <i>Womenswear</i> dan <i>Lingerie</i></p>
7	26 Agustus 2013 - 30 Agustus 2013	<p>a. Mempelajari pembuatan <i>in-store poster</i> Marks &amp; Spencer untuk <i>Autumn/Winter 2013</i></p>

No.	Periode	Proyek
		<p>b. Mempersiapkan dan mengalokasikan POP dan <i>easel</i> Marks &amp; Spencer “<i>Gives You More</i>” untuk seluruh toko Marks &amp; Spencer</p> <p>c. Mempersiapkan dan mengalokasikan POP Cotton On untuk Central Park dan Grand Indonesia</p> <p>d. Membuat desain <i>price ticket</i> untuk M&amp;S Food</p> <p>e. Merevisi desain <i>packaging</i> M&amp;S Food</p> <p>f. Membuat desain <i>Facebook post</i> Marks &amp; Spencer untuk <i>Womenswear</i> “<i>California Dreaming</i>”, “<i>Denim</i>”, “<i>Easy Summer Chic</i>”, dan “<i>Simply Monochrome</i>”</p> <p>g. Mempersiapkan dan mengalokasikan POP Cotton On Body untuk Cenral Park dan Grand Indonesia</p>
8	2 September 2013 - 6 September 2013	a. Mempersiapkan dan mengalokasikan POP M&S Food “ <i>4 For 3</i> ” ke toko-toko Marks & Spencer

No.	Periode	Proyek
		<p>b. Mengalokasikan <i>price ticket</i> M&amp;S Food untuk delapan toko Marks &amp; Spencer di Jakarta dan satu toko di Bandung</p> <p>c. Mempersiapkan dan mengalokasikan POP M&amp;S Food “3 For 2” ke sembilan toko Marks &amp; Spencer</p>
9	9 September 2013 - 13 September 2013	<p>a. Membuat desain, mempersiapkan, dan mengalokasikan <i>window pricing</i> Marks &amp; Spencer untuk Central Park</p> <p>b. Mengalokasikan <i>in-store poster</i> Marks &amp; Spencer <i>Autumn/Winter</i> 2013 untuk <i>outstation store</i> Marks &amp; Spencer di Medan, Surabaya, dan Bali</p> <p>c. Membuat desain, mempersiapkan, dan mengalokasikan <i>window pricing</i> Marks &amp; Spencer untuk Kemang Village</p> <p>d. Mempersiapkan dan mengalokasikan POP Cotton On untuk Central Park dan Grand Indonesia</p>

No.	Periode	Proyek
		e. Mempersiapkan segala perlengkapan yang dibutuhkan untuk <i>workshop</i> Marks & Spencer “ <i>Beyond The Barcode</i> ”

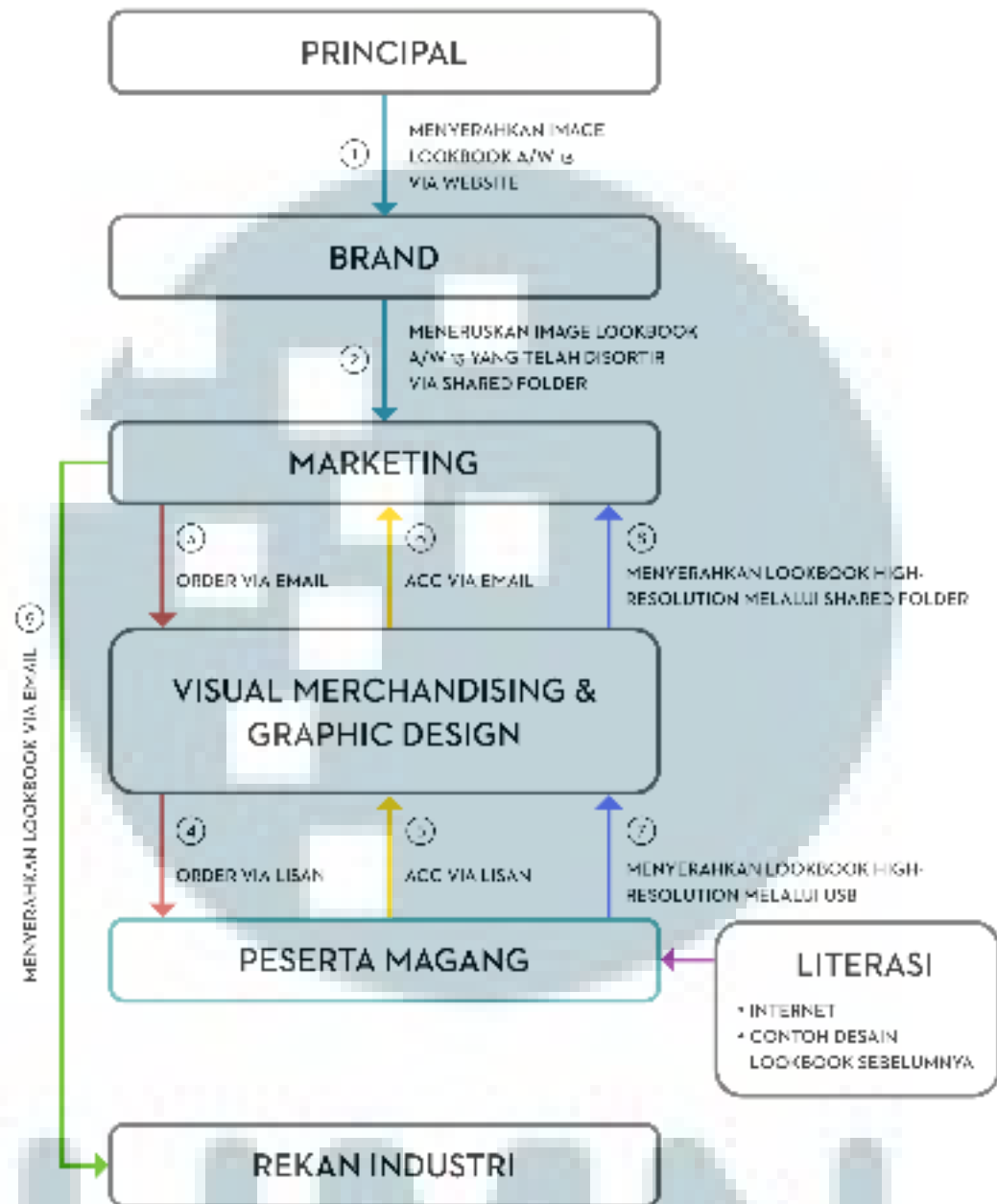
### 3.4 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

#### 3.4.1 Proses Pelaksanaan

Selama menjalankan Kerja Magang di MAP, penulis diberikan tanggung jawab yang cukup besar untuk mengerjakan tiga proyek besar. Pada bagian ini, penulis akan menjelaskan tiga proyek beserta dengan lampiran hasil proyek.

##### A. Lookbook Womenswear & Lingerie Marks & Spencer Autumn/Winter 2013

Setiap musimnya, Marks & Spencer selalu menerbitkan buku yang berisikan koleksi-koleksi pakaian model terbaru untuk seluruh bagian, yang disebut sebagai *lookbook*. *Lookbook* ini dibuat untuk beberapa divisi dari Marks & Spencer, yang meliputi koleksi Marks & Spencer *Menswear* dan *Womenswear & Lingerie*. Untuk koleksi *Autumn/Winter* 2013, penulis diberikan kepercayaan oleh *Supervisor* untuk membuat *lookbook* berbentuk digital untuk koleksi *Womenswear & Lingerie* musim *Autumn/Winter* 2013.



Gambar 3.6 - Jalur job request pembuatan desain Lookbook Marks & Spencer Womenswear & Lingerie Collection Autumn/Winter 2013

Proses pekerjaan berjalan sesuai dengan Gambar 3.6. *Job request* berasal dari pihak *Marketing*. *Marketing* membutuhkan *lookbook* dalam bentuk PDF agar dapat memudahkan dalam mempromosikan koleksi terbaru Marks & Spencer kepada rekan-rekan industri yang membutuhkan, seperti industri majalah. Dianggap memudahkan karena *lookbook* dibuat dalam bentuk file digital, maka cukup dikirimkan lewat *email* dalam bentuk *attachment* dan juga dapat menghemat biaya dibandingkan dengan bentuk buku yang dicetak. *Marketing* telah mempersiapkan segala keperluan *file* yang dibutuhkan untuk *lookbook*, seperti foto model dan foto produk. Foto-foto ini sebelumnya juga telah disortir oleh bagian *Brand*, yang bertugas untuk menentukan produk apa sajakah yang dimasukkan dan dijual di Indonesia. Tidak semua koleksi dari London masuk di Indonesia, hal ini dikarenakan MAP menyesuaikan dengan target pasar masyarakat Indonesia dan iklim Indonesia sendiri. Contohnya baju-baju tebal atau mantel berbulu yang muncul di setiap koleksi *Autumn/Winter*. Baju-baju tebal yang ditawarkan oleh Marks & Spencer ini tidak dipesan dalam jumlah yang terlalu banyak. Hal ini mengingat kondisi iklim Indonesia yang panas dan lembab, dimana baju tebal dan mantel berbulu kurang tepat untuk dipasarkan dalam kuantitas banyak karena dapat dipastikan peminatnya hanya sedikit.

Dari kejadian di atas, penulis mendapatkan pelajaran baru. Selama ini penulis mengira bahwa keseluruhan baju dari setiap koleksi Marks & Spencer setiap musimnya didatangkan langsung, tanpa disaring terlebih dahulu apakah cocok untuk negara tertentu atau tidak. Penulis juga baru mengetahui bahwa setiap musimnya, dibuatkan *lookbook* berisikan koleksi-koleksi baju yang juga menyesuaikan dengan suatu negara, dimana tidak semua koleksi langsung dimasukkan dalam *lookbook* yang berasal dari *Principal* di London.

Setelah file hasil sortiran terkumpul, *Marketing* meminta bagian *Graphic Design* untuk membuat *lookbook* yang didesain sesuai dengan gaya desain Marks & Spencer, dimana menggunakan *layout* yang bersih dan huruf yang rapi

yaitu Helvetica Neue. *Supervisor* kemudian meneruskan kepada penulis untuk membuat desain sesuai dengan yang diminta oleh *Marketing*.

Sebagai panduan, *Supervisor* memberikan pengarahan dan menyerahkan *hardcopy* dari contoh *lookbook* Marks & Spencer. Dari *hardcopy* tersebut, penulis diminta untuk membuat *lookbook* dengan ukuran dan gaya desain senada. Hal ini menjadi tantangan bagi penulis, karena *lookbook* merupakan esensi yang merepresentasikan Marks & Spencer untuk musim *Autumn/Winter* 2013. Selain itu, *lookbook* yang penulis buat juga akan menjadi media yang digunakan oleh MAP sebagai media promosi kepada pihak luar yang berkepentingan, seperti dari industri majalah. Jika suatu majalah ingin memesan baju di koleksi Marks & Spencer, maka bisa memesan dengan cara melihat *lookbook* digital Marks & Spencer yang berupa PDF.

Penulis membuat *lookbook* pada program Adobe Illustrator, seperti yang disarankan oleh *Supervisor*. Proses desain pertama yang dilakukan penulis adalah memastikan ukuran dari *lookbook* yang akan dibuat. Penulis mengukur contoh *lookbook* yang ada dan memasukkan ukuran tersebut ke dalam *artboard*. Setelah diketahui ukuran, maka penulis menentukan jumlah *artboard* yang akan digunakan dan membuat *grid system* sehingga bisa dihasilkan desain yang rapi dan memiliki struktur. Penulis membuat desain untuk *lookbook* dengan latar putih, agar dapat menampilkan kesan bersih dan rapi seperti yang menjadi ciri khas dari Marks & Spencer. Jenis huruf yang digunakan penulis adalah Helvetica Neue, dimana merupakan standar dari Marks & Spencer seperti yang dijelaskan pada *Graphic Standard Manual (GSM)* Marks & Spencer.

Selanjutnya, penulis membuat desain halaman-halaman *lookbook*, memasukkan gambar yang telah disediakan, dan memasukkan *wording* atau kalimat yang mendeskripsikan *story* dari koleksi-koleksi yang ada dari Womenswear dan Lingerie di musim *Autumn/Winter* 2013. *Story* merupakan bagian kecil dari koleksi yang berupa kisah, dimana mengusung satu tema tertentu, sehingga dalam setiap koleksi Marks & Spencer bisa terdapat lebih dari



satu tema yang muncul dalam koleksinya. Seperti contohnya, untuk *Womenswear* terdapat tiga story antara lain *London Calling*, *Wild Opulence*, *Femme Fatale*, dan *Dark Drama*.

Dalam desain *lookbook* yang dibuat oleh penulis, tidak terlalu banyak elemen grafis yang dipakai disebabkan agar foto-foto model yang menampilkan koleksi *Autumn/Winter* 2013 dapat terlihat dengan jelas dan tidak terganggu oleh berbagai elemen grafis. Penulis membuat garis tebal warna biru di bagian atas dan bawah setiap bagian pembuka kata pengantar dan *story*, mengikuti warna yang telah diasitensikan dengan *Supervisor*. Penulis menuliskan *wording* dengan huruf Helvetica Neue Regular, yang menjadi standar dari Marks & Spencer. Foto disusun sedemikian rupa sehingga terlihat menarik dan dapat dilihat dengan jelas oleh pembaca. Penyusunan foto dan *layout* juga mengikuti gaya desain yang telah dibuat sebelumnya oleh *Senior Graphic Design*.

Selama proses desain, penulis mendapatkan bantuan dari *Supervisor* jika ada hal yang kurang dipahami. Kendala yang ditemukan seperti bagaimana kira-kira membuat *grid layout* yang baik sehingga baju-baju yang dimasukkan dalam katalog *lookbook* dapat terlihat menarik untuk pembacanya. Penulis juga mendapatkan bantuan dari *Senior Graphic Design* mengenai bagaimana pengaturan penyimpanan *file* cadangan berupa *file* PDF dengan kualitas *low resolution*. Hal ini berguna saat proses asistensi lewat *email*, dimana PDF dengan kualitas *low resolution* memiliki muatan *kilobytes* yang lebih kecil dibandingkan dengan *high resolution* sehingga mempercepat proses pengiriman kepada Marketing.

Hasil dari desain *lookbook* yang telah selesai kemudian disupervisi oleh *Supervisor* untuk melihat apakah desain yang dihasilkan sudah menampilkan desain yang sesuai dengan gaya Marks & Spencer dan memastikan apakah koleksi yang harus ditampilkan sudah dimasukkan dalam *lookbook*. Setelah proses pengecekan selesai, *Supervisor* meneruskan *file low resolution* melalui *email* kepada bagian *Marketing*, selaku pihak yang memberikan pesanan desain, untuk

memeriksa kembali apakah ada yang ingin ditambahkan atau dikurangkan. Setelah *Marketing* melihat hasil desain yang diberikan sudah benar, maka *lookbook* PDF dengan kualitas *high resolution* diberikan oleh Supervisor dengan cara menaruh file di *Shared Folder* yang terhubung dengan berbagai komputer di ruangan kantor. *Shared Folder* digunakan untuk mengirimkan hasil pekerjaan desain yang memiliki muatan *file* lebih dari delapan *megabyte*. Di atas delapan *megabyte*, *file* tidak bisa dikirimkan melalui *email* sehingga jalan keluarnya adalah dengan menggunakan *Shared Folder*. *Marketing* kemudian mengirimkan *lookbook* ke berbagai rekan industri dan menggunakannya sebagai media promosi untuk koleksi Marks & Spencer *Womenswear & Lingerie Autumn/Winter 2013*.



*Gambar 3.7 - Layout cover Lookbook Womenswear & Lingerie Autumn/Winter 2013*

WOMENSWEAR

The collection is a tribute to the classic and elegant style of the 1950s. It features a variety of silhouettes, from structured blouses to voluminous skirts. The color palette is rich and sophisticated, with deep blues, blacks, and greys, accented with subtle patterns and textures. The overall aesthetic is one of timeless elegance and refined craftsmanship.



Gambar 3.8 - Layout pembuka untuk koleksi Womenswear Autumn/Winter 2013



Gambar 3.9 - Layout koleksi Marks & Spencer Autumn/Winter 2013



*Gambar 3.10 - Layout pembuka story "Dark Drama"*



*Gambar 3.11 - Layout pembuka Lingerie Collections*

### B. Hoarding Cotton On untuk Kota Kasablanka dan Mall @ Alam Sutera

Memasuki minggu kedua, penulis mulai dipercaya untuk mengerjakan proyek desain yang lebih berat dan menantang. Setelah mempelajari proses bagaimana membuat desain *hoarding* untuk Cotton On pada minggu pertama, penulis diberikan proyek desain untuk membuat *hoarding* Cotton On untuk mal Kota Kasablanka pada minggu kedua.

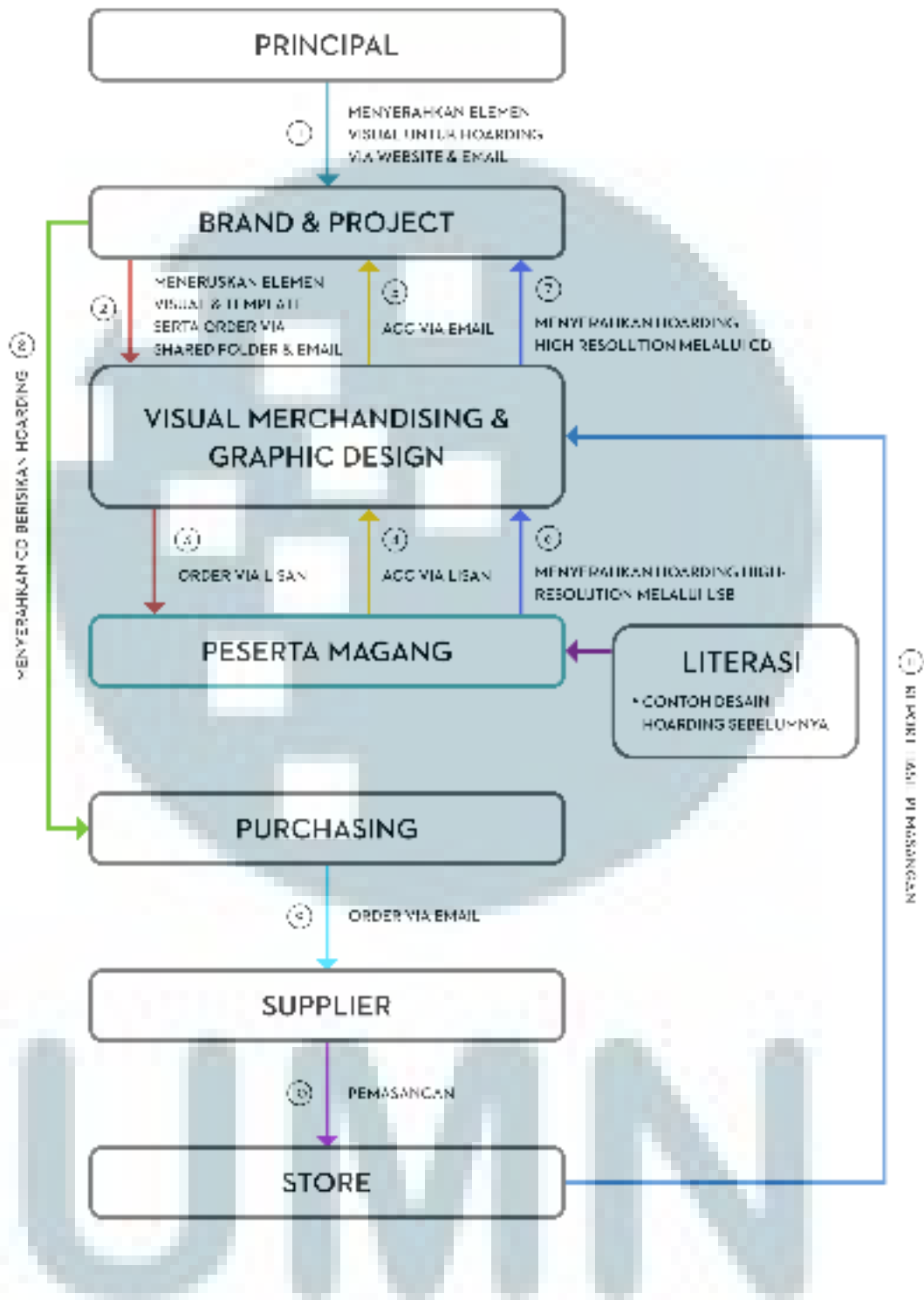
*Hoarding* adalah penutup di bagian depan toko saat toko sedang dalam tahap pembangunan, yang biasanya terdapat penjelasan bahwa sebentar lagi toko akan dibuka, seperti tulisan “*Coming Soon*” atau “*Opening Soon*”. Proyek ini dianggap menantang bagi penulis karena, dalam mengerjakan proyek ini penulis diharapkan mengerjakan dengan sangat teliti dan terampil, terutama soal ukuran yang dibuat. *Hoarding* yang dibuat untuk Kota Kasablanka memiliki ukuran yang tergolong sangat luas, dimana panjangnya sendiri hampir mencapai lima puluh meter. Jika penulis salah membuat ukuran pada desain, maka akan menyebabkan ketidaksesuaian pada pemasangan di toko. Jika tidak sesuai, maka akan dilakukan cetak ulang, dimana akan kembali menghabiskan uang sekitar Rp 16.000.000 untuk sekali cetak *hoarding*. Maka diharapkan penulis dan *Supervisor* kembali mengecek ukuran sebelum menyerahkan hasil akhirnya.

Sebelum memulai proses desain, penulis belajar hal baru dari *Supervisor*. Dalam membuat desain untuk skala besar, tidak diperlukan *artboard* atau area gambar yang besar, karena terdapat keterbatasan ukuran pada program Adobe Illustrator. Hal ini bisa diatasi dengan cara permainan skala. Contohnya, jika desain *hoarding* asli yang diinginkan adalah 4,4 meter x 48 meter, maka ukuran *artboard* cukup dibuat menjadi 44 mm x 480 mm. Walaupun dengan ukuran *artboard* yang kecil, namun saat nantinya dicetak tidak akan pecah karena hasil akhir berupa bentuk PDF dengan standar yang tinggi.

Selama ini penulis tidak mengetahui tentang permainan skala dalam membuat ukuran desain skala besar. Seperti misalnya, jika spanduk yang diinginkan berukuran 3 meter x 5 meter, maka penulis biasanya akan membuat

*artboard* dengan ukuran tersebut. Pengetahuan lain yang diberikan *Supervisor* adalah penyimpanan *file* dalam bentuk PDF, yang ternyata dapat dibuka di Adobe Illustrator dan dapat di edit kembali. Dengan kemampuan dan keunggulan yang sama antara PDF dan format *file* AI, *Supervisor* mengajarkann bahwa lebih baik menyimpan dalam bentuk PDF karena kualitas yang dihasilkan sama baiknya, dengan ukuran *file* yang lebih ringan dibandingkan format AI. Selama ini di perkuliahan, dosen selalu mengajarkan untuk menyimpan dalam bentuk format AI sebagai prioritas utama, padahal jika disimpan dalam bentuk PDF, kualitas yang dihasilkan pun sama dan lebih sedikit memori yang dihabiskan untuk menyimpan.





Gambar 3.12 - Bagan jalur job request pembuatan desain hoarding Cotton On

Jalur bagaimana proses pembuatan proyek dijelaskan dalam Gambar 3.12. Proyek pembuatan desain datang dari *Project*, yang termasuk pada divisi *Brand*. *Brand* meminta *Principal* untuk mengirimkan segala elemen visual yang dibutuhkan pada *hoarding*. Setelah data terkumpul, maka *Brand* meneruskan kepada bagian *Graphic Design* untuk membuat desain *hoarding* beserta dengan *template* dasar berisikan patokan-patokan mengenai ukuran, pembagian area, dan peletakkan elemen visual yang akan dipakai. Selanjutnya *Supervisor* meneruskan kepada penulis untuk membuat desain *hoarding*.

Penulis mengecek kembali apakah format *file* elemen visual, terutama foto-foto model memiliki resolusi yang besar sehingga saat dicetak ke ukuran *hoarding* tidak akan pecah. Tahapan selanjutnya adalah mulai mendesain. Penulis memastikan apakah ukuran *artboard* yang dibuat sudah memiliki skala yang benar dengan ukuran asli. Untuk menghindari kesalahan ukuran, maka *Supervisor* meminta untuk menduplikat *template* sehingga bisa dilihat antara *template* sebelum dibuatkan desain dan setelah dibuatkan desain. Langkah selanjutnya adalah memasukkan elemen-elemen visual yang telah disiapkan oleh *Principal* Cotton On dari Australia untuk dimasukkan ke dalam *template hoarding* dari toko di Kota Kosablanka. Elemen visual tersebut meliputi foto-foto model dengan memakai baju koleksi terbaru Cotton On, logo Cotton On, dan latar ombak yang akan dituliskan berbagai informasi mengenai Cotton On.

*Supervisor* mengarahkan penulis untuk membagi *hoarding* menjadi beberapa bagian *layout* sesuai dengan keinginan penulis. Untuk desain *hoarding* pada lantai *Ground Floor*, penulis membagi *hoarding* menjadi empat bagian. Bagian pertama dan ketiga berisikan kumpulan foto-foto model yang diatur sedemikian rupa sehingga terlihat seperti menumpuk dengan kotak merah berisikan logo Cotton On, Cotton Body, dan Cotton on Kids. Di bagian kedua dan keempat, penulis membuat desain dengan latar ombak yang di atasnya diletakkan berbagai informasi dan ajakan untuk mengikuti *update* terbaru dari Cotton on



dengan *follow* media jejaring sosial Cotton On, seperti Instagram, Facebook, dan Twitter.

Penulis membagi *hoarding* pada lantai *Upper Ground* menjadi lima bagian. Sama seperti desain yang dibuat untuk lantai *Ground Floor*, bagian pertama, ketiga, dan kelima berisikan kumpulan kolase foto para model beserta logo-logo Cotton On. Di bagian kedua dan keempat juga mengikuti desain yang dibuat sebelumnya pada lantai *Ground Floor*, yaitu bagian kedua dan keempat berisikan desain latar ombak dengan informasi-informasi Cotton On.

Setelah penulis menyelesaikan desain *hoarding*, penulis meneruskan kepada *Supervisor* untuk asistensi dan jika sudah tepat, bisa diteruskan ke *Brand* melalui *email*, yang nantinya akan diteruskan kepada *Principal*. Seminggu kemudian, *Principal* memberikan asistensi desain berupa penambahan beberapa elemen visual yaitu foto Cotton On Kids, logo Cotton On, logo Cotton On Kids, logo Cotton On Body, dan beberapa *wording* untuk bagian Cotton On Body. *Supervisor* kemudian mengunduh elemen-elemen visual yang dibutuhkan dan menyerahkan kepada penulis untuk membuat desain revisi.

Untuk *hoarding* yang digunakan pada lantai *Ground Floor*, penulis tetap membagi *hoarding* menjadi empat bagian, dimana bagian pertama, kedua, dan ketiga masih tetap sama mengikut desain *hoarding* awal. Di bagian keempat, penulis memasukkan logo Cotton On dalam ukuran besar dengan latar merah tua khas Cotton On sebagai tanda pengenal untuk masyarakat.

Pada *hoarding* lantai *Upper Ground*, penulis membagi *hoarding* menjadi enam bagian, dikarenakan adanya penambahan beberapa elemen visual yang diminta oleh *Principal*. Di bagian pertama dan kedua, penulis menerapkan desain yang sama dengan bagian pertama dan kedua di lantai *Ground Floor*. Untuk bagian ketiga, penulis memasukkan logo Cotton Kids dengan latar warna merah tua khas Cotton On. Foto dari model Cotton Kids diletakkan pada bagian keempat, yang diikuti dengan penggunaan *wording* dengan penjelasan bahwa Cotton On Kids akan segera dibuka. Di bagian kelima, penulis membuat desain dengan latar

warna merah muda dan di atasnya diletakkan logo Cotton On Body berwarna putih, dimana kedua warna ini juga menjadi ciri khas dari Cotton On Body. Bagian keenam, dimana terdapat bagian dari *hoarding* yang tidak terlalu luas, penulis memasukkan logo Cotton On dengan latar warna merah tua.

Setelah desain *hoarding* selesai, penulis meneruskan ke *Supervisor* untuk disupervisi dan diasistensikan kembali kepada *Brand* dan *Principal* Cotton On. Selama proses asistensi melalui *email*, *file* yang dikirimkan tidak berbentuk file PDF *high resolution*, karena memiliki ukuran *file* yang terlalu besar yaitu sekitar satu *gigabyte*. Untuk memudahkan proses asistensi, *Supervisor* mengirimkan file *screenshot* dari tampilan *hoarding*.

Seminggu kemudian *Principal* memberikan perintah agar logo Cotton On Body dan informasi dipisah menjadi dua bagian, agar tidak terlihat terlalu kosong. *Supervisor* memberitahu secara lisan kepada penulis untuk merevisi desain *hoarding*. Penulis segera melakukan perubahan desain dan setelah selesai diberikan kepada *Supervisor* untuk dikirimkan kepada *Principal*.

Untuk memperoleh hasil final, diperlukan waktu hampir tiga minggu lamanya. Hal ini dikarenakan respon *Principal* atas satu desain yang memakan waktu 1 minggu untuk mengkaji setiap desain yang telah dikirimkan. Setelah berbagai revisi, akhirnya penulis membuatkan desain final dari *hoarding* dan disimpan dalam bentuk PDF yang dikirimkan kepada *Supervisor* dengan CD. *Supervisor* kemudian meneruskan desain *hoarding* ke bagian *Project* dalam bentuk CD. *Project* akan meneruskan ke bagian *Purchasing* untuk diproses kepada *Supplier*, dan setelah dicetak akan langsung dipasang di toko. Terakhir, staf toko akan melaporkan hasil pemasangan kepada *Graphic Design* dengan mengirimkan foto *hoarding* yang telah dipasang via *email*.



Gambar 3.13 - Desain awal hoarding Cotton On - Kota Kasablanka



Gambar 3.14 - Desain revisi 1 hoarding Cotton On - Kota Kasablanka



Gambar 3.15 - Desain final hoarding Cotton On - Kota Kasablanka

Penulis juga diberikan kesempatan untuk membuat desain *hoarding* Cotton On untuk Mall @ Alam Sutera. Proses dan sistem kerja yang digunakan sama dengan pembuatan *hoarding* Cotton On untuk Kota Kasablanka, seperti permainan skala pada *artboard* dan penyertaan elemen-elemen visual yang dibutuhkan pada *hoarding*. Penulis membagi hoarding pada lantai 1 menjadi 3 bagian. Bagian pertama berisikan foto kolase model, bagian kedua berisikan informasi Cotton On, dan bagian ketiga berisi logo Cotton On. Untuk lantai *Ground Floor*, penulis membuat desain untuk bagian Cotton On Kids sesuai dengan desain yang diterapkan pada Kota Kasablanka.

Penulis kemudian meneruskan kepada *Supervisor* untuk asistensi oleh *Brand* dan *Principal*. Setelah melihat desain *hoarding*, *Principal* memutuskan untuk mengubah desain *wording* yang ada pada Cotton On Kids. Desain *wording* awal yang sebelumnya berbentuk seperti bundaran melingkar diubah menjadi bentuk memanjang dengan penambahan keterangan berupa pita yang berisikan *wording* “For Boys, Girls, and Babies. Newborn - Size 8”. Revisi ini kemudian diteruskan oleh *Supervisor* kepada penulis untuk segera dibuatkan desainnya kembali. Setelah desain selesai, maka penulis mengirimkan kepada *Supervisor* yang selanjutnya akan diasistensikan kepada *Brand* dan *Principal*. Setelah setuju dengan hasil akhirnya, maka *Supervisor* meneruskan desain *hoarding* kepada *Project* dalam bentuk CD. *Project* akan menghubungi *Purchasing* untuk segera

naik cetak atas desain *hoarding* dengan menghubungi *Supplier*. Setelah hasil *hoarding* jadi, maka *Supplier* akan memasang *hoarding* tersebut di toko.



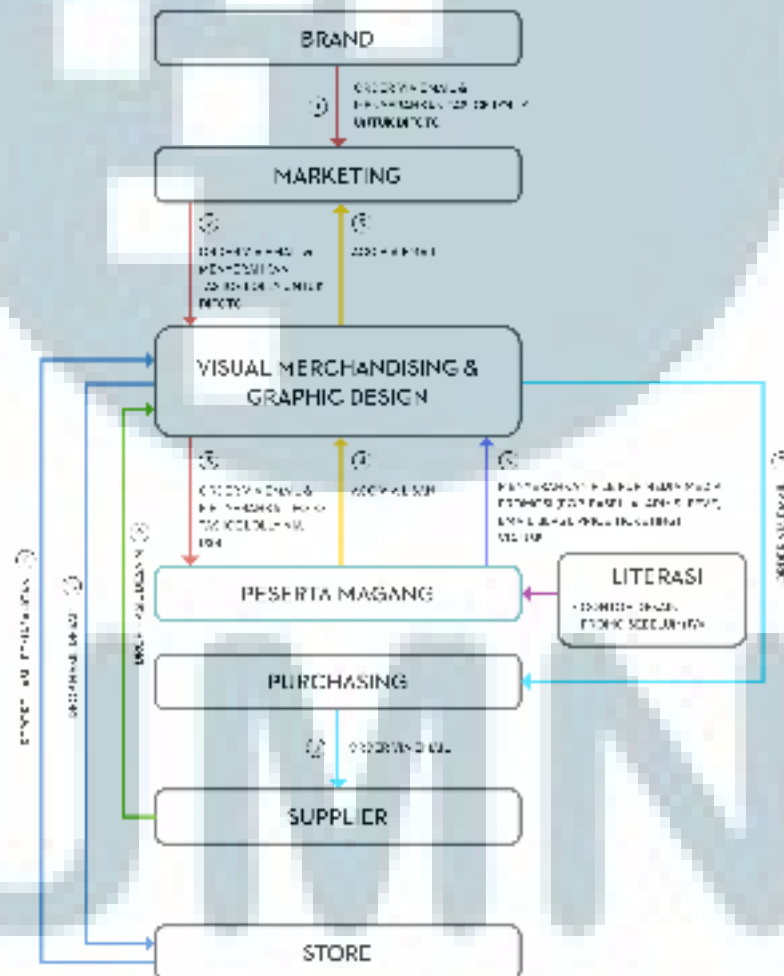
Gambar 3.16 - Desain awal hoarding Cotton On - Mall @ Alam Sutera



Gambar 3.17 - Desain final hoarding Cotton On - Mall @ Alam Sutera

C. Food Summer Fiesta untuk Marks & Spencer Food (M&S Food)

Memasuki minggu ke lima, tepatnya pada tanggal 12 Agustus 2013 penulis dipercaya oleh *Supervisor* dan *Senior Graphic Design* untuk mengerjakan proyek M&S Food dengan tema promosi *Food Summer Fiesta*. Promosi ini berisi ajakan untuk membeli tas Ice Lolly seharga Rp 79.000. Namun jika melakukan pembelian M&S Food seharga Rp 150.000, maka *customer* dapat membeli tas Ice Lolly dengan harga 49.000. Tidak hanya itu, jika *customer* yang melakukan pembelian produk M&S Food sebesar RP 150.000 dengan pembayaran melalui Citibank Card, maka bisa mendapatkan tas hanya seharga Rp 39.000.



Gambar 3.18 - Bagan jalur job request pembuatan desain media promosi *Food Summer Fiesta* untuk Marks & Spencer Food

Pekerjaan desain media promosi datang dari pihak *Brand* yang ingin menjual tas Ice Lolly M&S Food. *Brand* memberikan *job request* kepada *Marketing* untuk membuat *wording* yang tepat dan menyerahkan tas Ice Lolly kepada *Marketing* untuk difoto oleh *Graphic Design*. Setelah *wording* selesai dibuat, *Marketing* meneruskan ke bagian *Graphic Design* via *email* bersamaan dengan tas Ice Lolly untuk difoto. *Supervisor* segera memfoto tas dan menyerahkan hasil foto beserta data *wording* pada penulis untuk dibuatkan desain media promosinya.

Sebelum membuat desain, *Supervisor* memberikan bimbingan dan arahan mengenai apa saja yang harus muncul dalam media promosi POP. *Senior Graphic Design* juga membantu penulis dengan memberikan ukuran-ukuran yang dibutuhkan serta contoh POP yang telah dibuat sebelumnya. POP atau *Point of Purchase* adalah salah satu bentuk media promosi yang berisikan informasi-informasi mengenai produk Marks & Spencer. POP bisa berisikan harga produk, pemberitahuan akan produk baru, atau promo-promo *seasonal* Marks & Spencer. Selain media promosi, POP juga dapat digunakan sebagai media komunikasi, dimana bisa berisikan mengenai *sub-brand* dari Marks & Spencer seperti Per Una, dan Blue Harbour. POP ini biasanya dimasukkan dalam akrilik dan diletakkan di atas rak-rak produk yang ada di toko Marks & Spencer.

Tahap desain yang dilakukan penulis adalah membuat *artboard* yang sesuai dengan ukuran POP M&S Food, yaitu 30 cm x 30 cm. Selanjutnya, penulis membuat sketsa kasar dari desain media promosi *Food Summer Fiesta* di atas kertas. Setelah membuat sketsa, penulis membuka beberapa *file* yang diberikan oleh *Supervisor* dan *Senior Graphic Design* kemudian menempatkannya pada *artboard* dan menerapkan beberapa sketsa yang telah dirancang. Penulis membuat lima desain alternatif dengan penggunaan latar, nuansa warna, dan jenis huruf yang berbeda namun dengan satu tema yang sama yaitu *summer*. Penulis membuat desain dengan warna cerah dan elemen-elemen desain ceria seperti penggunaan gambar es krim dan ombak lautan yang memutar. Warna yang

digunakan antara lain kuning, merah, biru, putih, dan merah muda. Untuk jenis huruf yang dipakai, penulis memilih huruf yang rapi namun tetap berkesan *fun* dan *chic* seperti Didot, Impregnable, dan Helvetica Neue.

Setelah desain alternatif selesai, penulis meneruskan kepada *Supervisor* untuk asistensi dan meminta persetujuan atas satu dari lima desain yang diberikan. Penulis langsung memilih desain kelima dan langsung meneruskan kepada pihak *Marketing* untuk asistensi. Tak lama kemudian *Marketing* membalas dengan menyetujui desain dan memberikan revisi pada *wording* dengan menambahkan promo bagi Citibank *cardholder*. Setelah revisi dibuat dan dikirimkan kembali pada *Marketing* dan *Brand*, penulis diberikan kepercayaan untuk membuat desain untuk media promosi lainnya yaitu *easel*, *alarm sleeve*, *email blast*, dan *price ticket* untuk promo *Food Summer Fiesta*.

Untuk segi desain pada media promosi *easel* dan *alarm sleeve*, desain mengikuti dengan yang digunakan pada POP. Yang membedakan adalah ukuran media. *Easel* memiliki ukuran 60 cm x 80 cm, sementara *alarm sleeve* memiliki ukuran yang berbeda untuk setiap toko. *Easel* merupakan media promosi yang dipasang pada tongkat hitam seperti *tripod* berbentuk seperti penyangga kanvas dan biasa ditempatkan di depan pintu masuk atau beberapa tempat kosong di dalam toko.

*Email blast* merupakan bentuk media promosi digital yang dikirimkan melalui *email*. Dalam *email* tersebut, terdapat *image* promosi dengan teks atau *image* yang disertai dengan *hyperlink* untuk diklik dan akan membawa pembaca ke sebuah halaman web untuk mengetahui lebih lanjut mengenai promosi tersebut. Ukuran *image* dari *email blast* bebas, namun biasanya adalah 21 cm x 30 cm.

Media promosi *alarm sleeve* merupakan media yang dicetak di atas kertas atau bahan lain dan digulungkan pada *antenna metal detector*. Karena bentuk *antenna metal detector* yang berbeda di setiap toko, maka ukuran desain pun



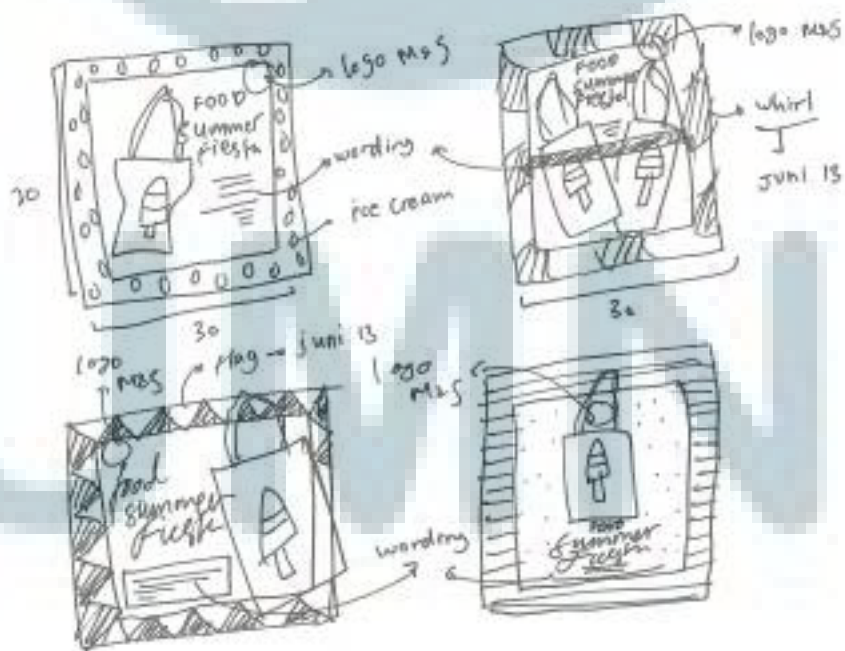
menyesuaikan misalnya toko Marks & Spencer di Plaza Indonesia dengan ukuran *antenna metal detector* 51 cm x 135 cm.

Untuk *price ticket*, ukuran yang dibutuhkan adalah 4,5 cm x 8 cm. *Price ticket* diletakkan di dalam akrilik dan dipasang pada beberapa produk M&S Food sebagai indikator harga produk. Desain dari *price ticket* terdiri dari beberapa komponen seperti nama produk, harga produk, serta elemen grafis yang memiliki kesamaan jenis desain POP.

Penulis memasukkan desain yang telah dibuat pada POP ke dalam ukuran-ukuran *easel*, *alarm sleeve*, *email blast*, dan *price ticket*. Setelah selesai, penulis meminta asistensi pada *Supervisor* melalui USB. *Supervisor* menyetujui dan meneruskan pada *Brand* dan *Marketing* untuk melihat desain yang telah dibuat penulis via *email*. Akhirnya, *email* balasan berisikan persetujuan dari *Brand* dan *Marketing* diterima. *Supervisor* segera membuat *work order* dan menghubungi bagian *Purchasing* untuk naik cetak dari desain POP, *easel*, *alarm sleeve*, dan *price ticket* kepada *Supplier* (Percetakan). Hasil jadi desain berupa *easel* dan *price ticket* diserahkan kembali kepada *Graphic Design* oleh pihak Percetakan, sementara *alarm sleeve* langsung dilakukan pemasangan pada toko Marks & Spencer. Setelah menerima hasil jadi, penulis melakukan alokasi dari POP, *easel*, dan *price ticket* untuk delapan toko Marks & Spencer yang berada di Jakarta seperti Plaza Indonesia, Grand Indonesia, Pondok Indah Mall, dan Central Park serta satu toko Marks & Spencer di Bandung yaitu Paris Van Java. Senior *Graphic Design* menghubungi staf toko-toko Marks & Spencer Jakarta untuk datang ke *head office* mengambil hasil jadi desain, sementara untuk Bandung dikirim melalui jasa pengiriman kurir. Tahap terakhir dari skema pekerjaan promo *Food Summer Fiesta* ini adalah pelaporan dari staff toko atas hasil pemasangan yang dikirim via *email*.



Gambar 3.19 - Desain media promosi M&S Food Juni 2013 sebagai Literasi



Gambar 3.20 - Sketsa awal media promosi Food Summer Fiesta



Gambar 3.21 - Alternatif desain Food Summer Fiesta



Gambar 3.22 - Desain price ticket Food Summer Fiesta



Gambar 3.23 - Desain easel Food Summer Fiesta



Gambar 3.24 - Desain email blast Food Summer Fiesta



*Gambar 3.25 - Desain POP Food Summer Fiesta*



*Gambar 3.26 - Hasil pemasangan POP Food Summer Fiesta di toko Marks & Spencer Grand Indonesia*



*Gambar 3.27 - Desain alarm sleeve Food Summer Fiesta*



*Gambar 3.28 - Hasil pemasangan alarm sleeve di toko Marks & Spencer Senayan City*

### **3.5 Kendala yang Ditemukan**

Selama melakukan praktek kerja magang, tidak semua pekerjaan berjalan mulus tanpa adanya kendala atau hambatan yang dialami oleh penulis. Kendala pertama adalah komputer penulis yang tidak terhubung dengan *Shared Folder* sehingga menyulitkan proses pengiriman data-data yang dibutuhkan dari dan untuk *Supervisor*.

Kendala kedua adalah ketidaktersediaan jaringan internet pada komputer penulis sehingga terkadang penulis tidak bisa mencari inspirasi desain. Hal ini dikarenakan komputer yang dipakai oleh penulis sudah tidak digunakan selama lebih dari tiga bulan sebelum kedatangan penulis. Tidak adanya koneksi internet dan jaringan pada komputer penulis juga ternyata tidak diketahui sebelumnya oleh *Supervisor* dan *Senior Graphic Design*.

Kendala selanjutnya adalah keterbatasan ilmu pengetahuan penulis dalam mengoperasikan program Adobe Illustrator. Ada beberapa hal yang bersangkutan dengan program Adobe Illustrator, dimana tidak ditemukan penulis selama masa perkuliahan seperti penggunaan PDF sebagai alternatif dari format AI yang ternyata berfungsi sama. Keterbatasan jenis huruf pada komputer yang dipakai penulis menjadi kendala terakhir yang dialami. Banyak jenis huruf yang tersedia di komputer *Supervisor* dan *Senior Graphic Design* namun tidak terdapat di komputer penulis, sehingga menyulitkan penulis dalam membuat desain. Terlebih lagi komputer penulis yang tidak tersambung dengan internet, sehingga penulis juga tidak bisa mengunduh jenis huruf yang diperlukan.

### **3.6 Solusi Atas Kendala yang Ditemukan**

Untuk mengatasi beberapa kesulitan selama bekerja, penulis bersama dengan *Supervisor* dan *Senior Graphic Design* mencari solusi yang dapat memudahkan proses bekerja. Solusi pertama adalah penggunaan *USB* penulis dan *Supervisor* sebagai media perantara data pekerjaan desain, yang menjadi jawaban atas ketidaktersediaan jaringan *Shared Folder* di komputer penulis.

Keterbatasan penulis dalam mengakses internet di komputer penulis dapat terpecahkan dengan menggunakan komputer *Supervisor* dan *Senior Graphic Design*, sehingga penulis bisa mencari inspirasi desain di berbagai halaman web dan mengunduh jenis huruf maupun elemen vektor desain yang ingin dipakai. *Supervisor* dan *Senior Graphic Design* juga memberikan bimbingan kepada penulis dalam usaha mengatasi keterbatasan penulis dalam mengoperasikan program Adobe Illustrator, seperti cara menyimpan file yang efektif dan memberitahu trik *outline stroke* untuk membuat garis luar objek menjadi satu buah objek yang berdiri sendiri, sehingga tidak akan lagi terpengaruh pada tebal tipisnya ukuran *outline*.

Kendala atas kurangnya ketersediaan jenis huruf di komputer penulis dapat diatasi dengan pemberian data jenis huruf melalui *USB* penulis dan *Supervisor* meminjamkan komputernya sehingga penulis bisa mengunduh beberapa jenis huruf yang dibutuhkan dalam pekerjaan penulis.

