



### **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.

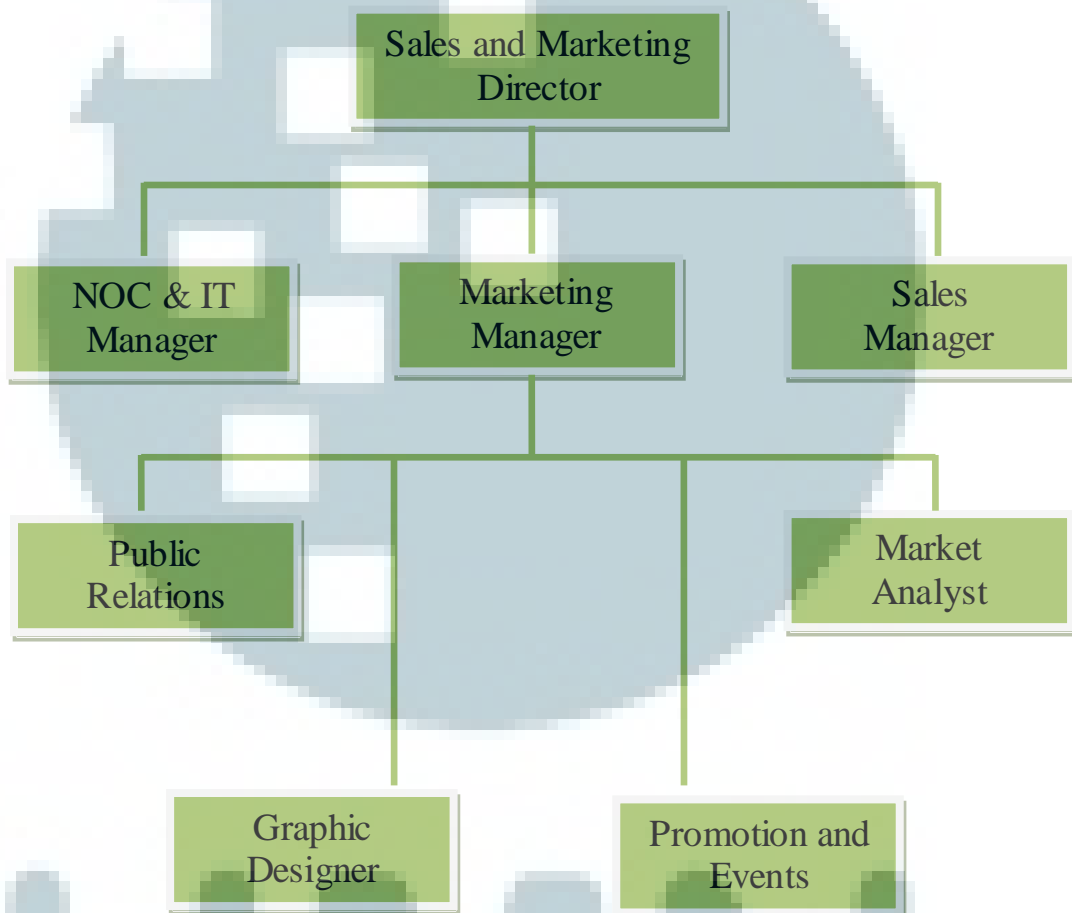
### **Copyright and reuse:**

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.

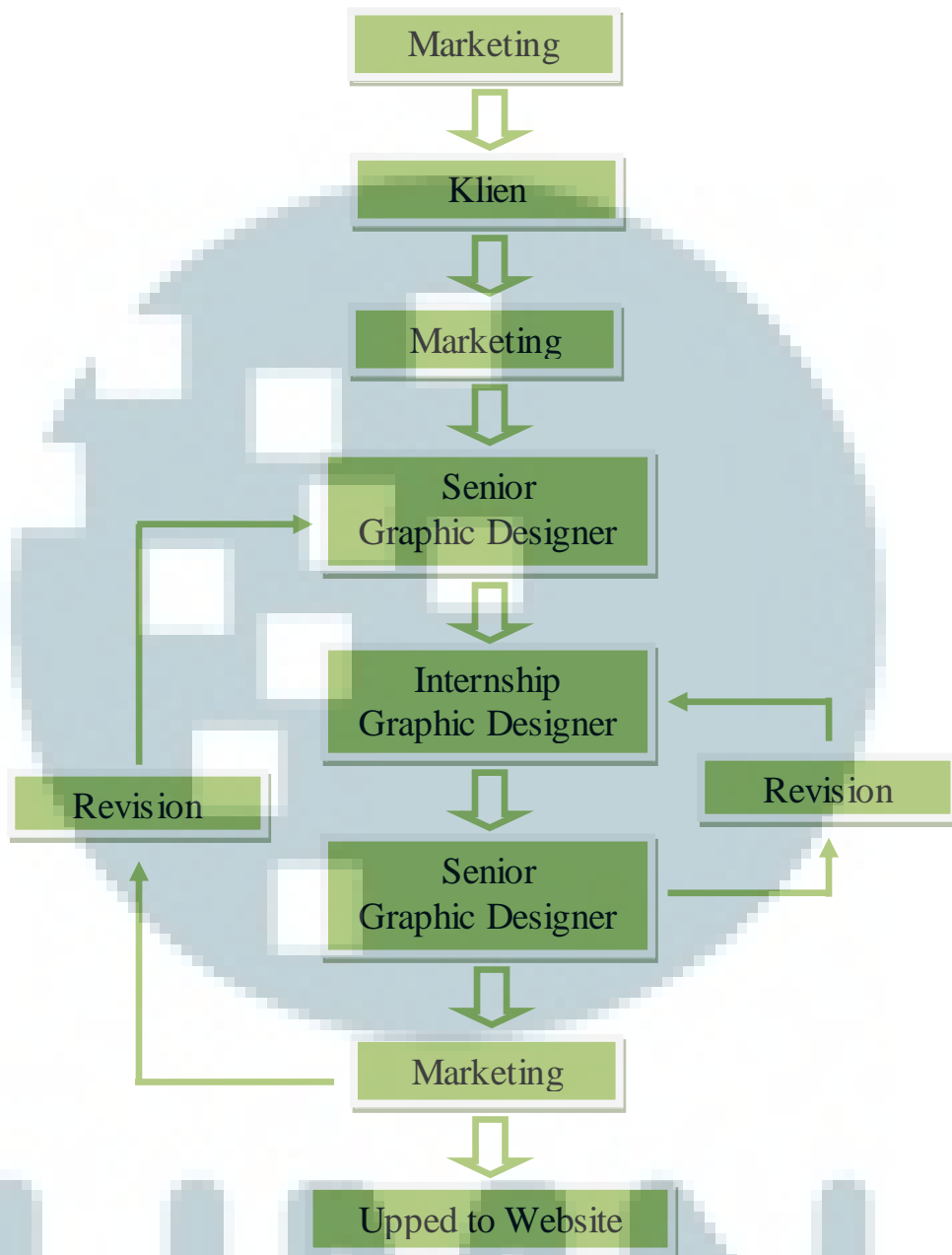
## BAB III

### PELAKSANAAN KERJA MAGANG

#### 3.1. Kedudukan dan Koordinasi



Gambar 3.1. Kedudukan Graphic Designer di Dyvia.com



Gambar 3.2. Alur Koordinasi Kerja Magang

Koordinasi dalam PT. Dyviacom Intrabumi Tbk. sebagai berikut :

1. Pihak klien menghubungi bagian *marketing* perusahaan atau bagian *marketing* menghubungi klien yang dianggap memiliki produk menarik. Kemudian pihak

*marketing* dengan klien melakukan diskusi mengenai produk yang akan dijual dan dipromosikan di *ogahrugi.com*. Setelah itu Perjanjian Kerja Sama ditandatangani.

2. Gambar produk yang akan dipromosikan dapat disiapkan oleh klien atau pihak *marketing* perusahaan akan mencari untuk produk dari klien.

3. Gambar yang telah disetujui akan dipakai dikirimkan ke *Graphic Designer* untuk *di-layout* sesuai permintaan klien dan ukuran *website interface* *ogahrugi.com*.

4. *Graphic Designer* menilai apakah gambar produk tersebut cukup layak untuk ditampilkan dalam *website* sebelum memberikan gambar-gambar untuk *di-layout* kepada penulis yang bekerja magang.

5. Penulis *me-layout* gambar produk yang ditugaskan.

### **3.2. Tugas yang Dilakukan**

Tugas yang penulis lakukan selama menjalani kerja magang adalah *me-layout* gambar-gambar untuk *interface* sebuah *website*. *Website* yang perusahaan tempat penulis bekerja magang kelola adalah *ogahrugi.com*, sebuah *website* tempat menjual barang-barang dengan sistem kupon dan harga lebih murah dari *standart*. Gambar-gambar yang *di-layout* adalah produk yang dipromosikan. Dari sebuah gambar yang disediakan, didesain menjadi lebih menarik agar pelanggan tertarik untuk membeli. Ketentuan lain dalam *me-layout* adalah harus sesuai ketentuan *website interface* *ogahrugi.com*.

### 3.3. Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Seluruh pekerjaan yang penulis kerjakan telah terunggah di ogahrugi.com. Karena itu tidak masalah penulis menuliskan dan memasukkan gambar-gambar yang telah penulis edit untuk Dyviacom di dalam laporan ini.

Selama kerja magang berlangsung, penulis hanya diberikan kesempatan untuk *me-layout* promo dan iklan di ogahrugi.com. Pekerjaan lain yang penulis lakukan selain *me-layout* promo dan iklan untuk ogahrugi.com adalah membuat banner ogahrugi.com untuk sebuah acara yang disponsori oleh ogahrugi.com. Acara tersebut adalah Bhom Matsuri 2013 yang bertempat di Lippo Karawaci dengan tema gabungan Korea dan Jepang.

#### 3.3.1. Promo untuk Ogahrugi.com

*Me-layout* promo untuk ogahrugi.com bersifat harian. Promo sudah dijadwalkan terlebih dahulu oleh pihak *marketing*. Promo yang mana harus diselesaikan desainnya terlebih dahulu, sesuai dengan perjanjian yang dibuat oleh pihak klien dengan pihak *marketing*. Jumlah promo yang harus dilayout perhari berjumlah delapan sampai sepuluh promo. Penulis diberikan pekerjaan *me-layout* satu sampai empat promo setiap harinya. Hanya dalam satu kasus disaat *senior graphic designer* ada panggilan tugas ke tempat lain, penulis diberikan sampai enam promo untuk melakukan *layouting*.

Gambar produk dari pihak *marketing* diberikan ke *senior graphic designer*, setelah itu baru diberikan kepada penulis. Penulis diharuskan membuat gambar produk tersebut didesain menjadi lebih menarik agar pembeli tertarik untuk

membeli. Selain membuat menjadi menarik, *layouting* produk juga harus sesuai ketentuan yang sesuai dengan *website interface*. Dalam hal ini misalnya untuk *big banner* pada halaman utama berukuran 479x440 *pixel*, maka promo produk harus *di-layout* sedemikian rupa agar menarik dalam ukuran tersebut.

Pada awal mula saat penulis mulai bekerja magang, penulis yang tidak familiar dengan dunia *graphic design* sedikit bingung. Bagaimanakah *layouting* yang baik dan bisa diterima di mata orang? Seperti apakah hasil *layout* yang klien inginkan? Tidak jarang penulis diminta melakukan revisi dari hasil *layout* yang sudah selesai dibuat saat awal-awal bekerja magang. Dengan bimbingan dari *supervisor* penulis, seiring waktu berjalan penulis mulai terbiasa melakukan *layouting*.

Selama melakukan *layouting* untuk *interface* pada *ogahrugi.com*, penulis menemukan produk-produk yang mudah diedit, namun ada juga yang butuh usaha lebih untuk diedit. Tingkat kesulitan dalam *me-layout* penulis bagi dalam tiga jenis; mudah, normal, dan sulit, sesuai kesediaan gambar yang disediakan klien.

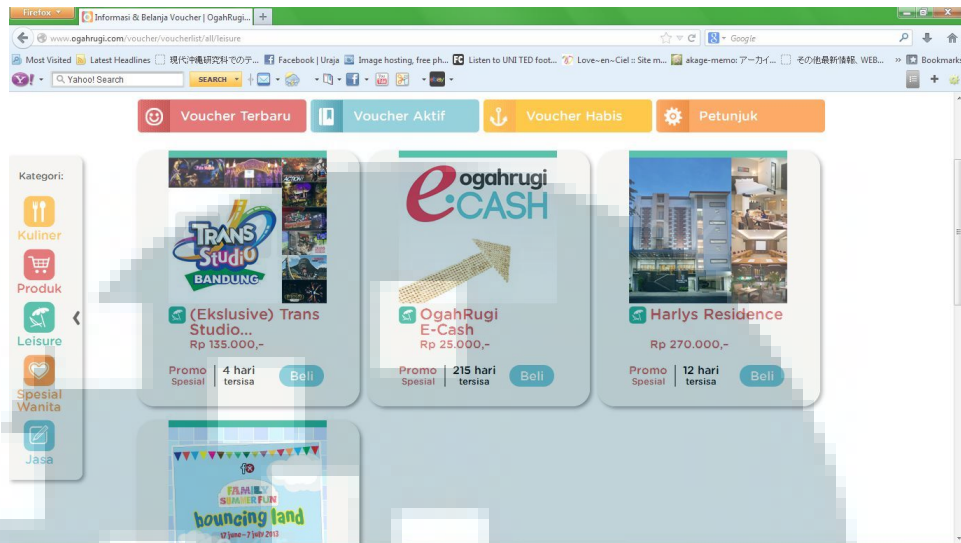
Promo yang mudah *di-layout* contohnya adalah Harley Residence. Foto yang diberikan dari pihak klien sudah baik kualitasnya dan ragamnya cukup banyak. Sehingga penulis hanya perlu menyesuaikan foto yang disediakan ke dalam format ukuran untuk *interface* *ogahrugi.com*.



Gambar 3.3. Beberapa Gambar Harley Residence dari Klien



Gambar 3.4. Big Banner (kiri) & Promo Banner (kanan) untuk Promo Harley Residence



Gambar 3.5. Hasil Promo Harley Residence Setelah Diunggah ke OgahRugi.com

Untuk promo yang mudah diedit, penulis hanya perlu men-*drag* foto produk, menyesuaikan ukuran, menambahkan foto lain dari produk, menata foto-foto produk dengan pegangan prinsip-prinsip desain yang telah dipelajari dulu. Tidak lupa menambahkan *watermark* logo tempat penulis bekerja magang untuk *finishing*.

Promo dengan tingkat kesulitannya normal biasanya gambar produk sudah baik dan cukup banyak ragamnya. Sehingga, penulis dapat memikirkan dan memutuskan dengan mudah seperti apa *layout* yang sebaiknya dibuat agar calon pembeli mengetahui produk tersebut dan tertarik saat melihat.

Pertama-tama penulis menganalisa gambar demi gambar yang telah disiapkan oleh pihak klien dan *marketing*. Memperhatikan ukuran masing-masing gambar untuk disesuaikan dengan ukuran yang telah ditentukan. Memperbaiki warna gambar jika dirasa kurang atau terlalu cerah. Meningkatkan kualitas gambar kalau memang diperlukan. Setelah itu penulis melakukan antara dua hal,



memotong gambar produk dan menyatukan dengan gambar lain atau menyatukan gambar-gambar produk di sebuah *background* sehingga menjadi model *scrapbook* sehingga menjadi sebuah gambar yang baru.



Gambar 3.6. Stok Gambar Giselle Fairy dari Klien



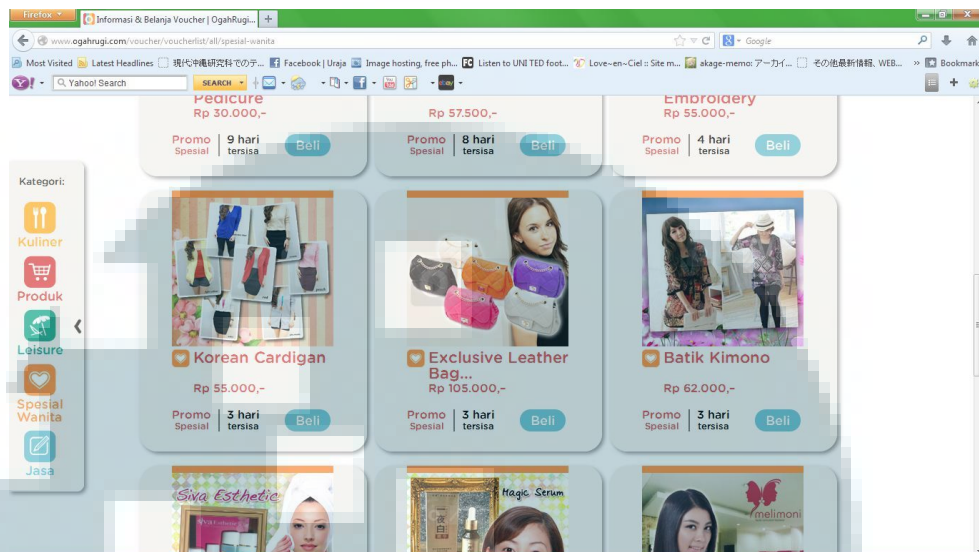
Gambar 3.7. Beberapa Banner Giselle Fairy Bag Hasil *Layouting*



Gambar 3.8. Contoh Gambar Korean Cardigan dari Klient



Gambar 3.9. Beberapa Hasil Jadi *Banner* Korean Cardigan untuk ogahrugi.com



Gambar 3.10. Penggunaan *Banner* Korean Cardigan Setelah Diunggah ke OgahRugi.com

Promo yang dirasakan penulis agak sulit untuk dibuat adalah promo-promo dari produk yang kualitas gambarnya tidak bagus, ada *watermark* toko lain, dan gambar produk hanya satu. Karena penulis membutuhkan waktu lebih banyak untuk memperbaiki gambarnya agar tidak terlalu pecah, menghilangkan *watermark* toko lain, dan mencari inspirasi bagaimana mendesain *layout* hanya dari satu buah gambar produk.



Gambar 3.11. Contoh Satu-satunya Gambar dari *Klien* (kiri) Kemudian Diedit Menjadi Sebuah Gambar Baru (kanan) untuk Keperluan Promo Dummy CCTV.



Gambar 3.12. Contoh Gambar yang Terdapat *Watermark* (kiri) Kemudian Dihilangkan *Watermark*-nya untuk Dijadikan Promo Toaster Tissor.

Sulit bukan berarti tidak bisa dikerjakan. Masalah ada untuk diselesaikan. Hanya saja membutuhkan waktu dan usaha lebih dari yang biasanya. Penyelesaian masalah yang dihadapi penulis dibahas dalam subbab lain.

### 3.3.2. Banner untuk Bhom Matsuri 2013

Selain membuat *layout* untuk promo di ogahrugi.com, penulis juga pernah diberikan tugas untuk membuat sepuluh *banner* Bhom Matsuri 2013. Bhom Matsuri 2013 adalah sebuah acara bertemakan kebudayaan Korea dan Jepang. Ogahrugi.com bekerja sama dengan pihak penyelenggara Bhom Matsuri. Karena itu tugas yang didapat adalah membuat *banner* ogahrugi.com dengan tema Korea dan Jepang.

Penulis mencari tahu acara-acara yang terdapat pada Bhom Matsuri. Setelah itu penulis mencari gambar-gambar yang sesuai dengan isi acara Bhom Matsuri. Gambar-gambar seperti makanan Jepang dan Korea, tempat wisata

Jepang dan Korea, budaya-budaya Jepang dan Korea, dan beberapa hal yang populer di Jepang dan Korea. Setelah itu penulis mulai me-*layout* gambar-gambar tersebut menjadi sebuah gambar baru yang menarik mata dan menunjukkan bahwa acara Bhom Matsuri bertemakan Korea dan Jepang, & di dalamnya ada ogahrugi.com.



Gambar 3.13. Banner untuk Bhom Matsuri 2013

### 3.4. Kendala yang Dihadapi

Masalah selalu muncul dalam hal apapun, termasuk selama penulis bekerja di Dyviacom. Kebanyakan kendala yang penulis alami dalam *me-layout* adalah kualitas gambar yang disediakan untuk kemudian di-*layout*. Terkadang gambar dari klien ataupun bagian *marketing* tidak bagus. Biasanya karena resolusinya yang sangat kecil atau ada *watermark* dari website lain. Masalah lain yang penulis hadapi adalah jumlah gambar produk hanya 1 gambar.

### 3.5. Solusi

Setiap masalah pasti ada solusinya, begitu juga dengan masalah yang penulis alami selama *me-layout* untuk promo di Dyviacom. Dengan bekal sedikit ilmu yang penulis dapatkan dalam masa awal kuliah, penulis berhasil menyelesaikan masalah-masalah yang dihadapi.

Solusi untuk gambar yang pecah atau resolusinya kecil, penulis menggunakan *tools standart* dalam *photoshop* seperti *curves*, *level*, *brightness & contrast*. Dengan ketiga *tools* tersebut penulis bisa sedikit meningkatkan kualitas gambar sehingga terlihat tidak terlalu pecah. *Tools* lain yang penulis gunakan ada dalam menu *filter*, yaitu *sharpen*. Setelah *curves*, *level*, *brightness & contrast* diatur sedemikian rupa, *tools sharpen* akan membantu untuk *finishing*.

Solusi untuk gambar yang ada *watermark*-nya adalah dengan menggunakan *healing tools* atau *clone stamp tools*. *Watermark* disamarkan dengan warna-warna yang sesuai dengan gambar produk yang ada dibelakangnya. Jika *watermark* ada pada daerah latar belakang, bukan hal yang sulit untuk

menghilangkannya. Namun jika *watermark* terdapat diatas benda yang dipromosikan, butuh usaha ekstra teliti untuk menghilangkan *watermark* tersebut.

Melakukan proses layout untuk promo yang hanya ada satu gambar, penulis lebih memakai insting penulis sebagai *designer*. Bagaimana menonjolkan dan memperlihatkan produk apa yang akan dipromosikan. Bagaimana supaya sesuai dengan prinsip-prinsip desain yang dulu telah dipelajari.

