



### **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:**

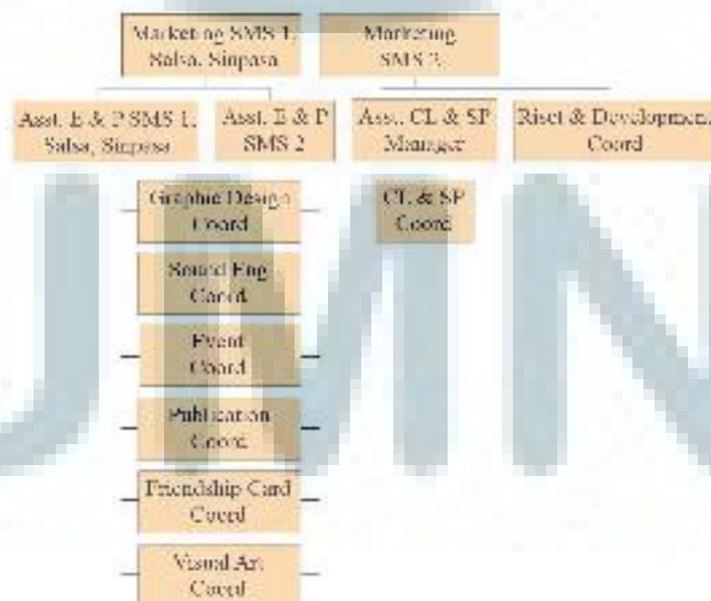
This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## BAB III

### PELAKSANAAN KERJA MAGANG

#### 3.1. Kedudukan dan Koordinasi

Dari keseluruhan struktur organisasi jajaran manajemen Sumarecon Mal Serpong yang telah dijelaskan di bab sebelumnya, posisi penulis sebagai desain grafis termasuk ke dalam divisi *marketing*. Tugas dari divisi *marketing* yaitu memastikan agar setiap *event* dapat terselenggara dan terkoordinasi dengan baik sesuai dengan program kerja yang dicanangkan dalam *bussiness plan*. Peran utama desain grafis di dalam divisi ini adalah membuat berbagai media promosi untuk berbagai *event* yang diselenggarakan oleh divisi *marketing* dan rutin diselenggarakan hampir setiap bulan. Media promosi yang dibuat bisa berupa poster, *flyer*, *giant banner*, umbul-umbul, baliho, dan lain-lain. Berikut merupakan bagan struktur divisi *marketing* :



**Gambar 3. 1** Struktur organisasi divisi *marketing* Summarecon Mal Serpong.

Divisi *marketing* terdiri atas 2 (dua) bagian, yaitu divisi *marketing* SMS 1, Salsa, dan Sinpasa serta divisi *marketing* SMS 2 yang dipimpin oleh seorang *Marketing Manager*. *Marketing* SMS 1, Salsa, dan Sinpasa membawahi *Asst. E & P Manager* SMS 1, Salsa, Sinpasa dan *Asst. E & P Manager* SMS 2 serta *Marketing* SMS 2 yang membawahi *Asst. CL & SP Manager* dan *Riset & Development Coordinator*.

*Marketing Manager*, *Asst. E & P Manager*, *Legal Staff*, dan *Event Coordinator* bertugas dan bertanggung jawab dalam menyelenggarakan *event*. Penulis sebagai *graphic designer* bersama beberapa rekan *Graphic Designers* bertugas membuat media promosi penyelenggaraan *event*. *Publication Coordinator* bertugas mencetak dan mempublikasikan media promosi yang telah dibuat.

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

Tugas-tugas yang dilakukan penulis selama kerja magang di PT Lestari Mahadibya antara lain :

Minggu I (4-8 Maret 2013)

- Membuat uang-uangan untuk *event* Festival Kuliner Serpong
- Membuat *cover* buku *Tenant Guidance*
- Membuat *template* presentasi *event* Festival Kuliner Serpong

Minggu II (11-15 Maret 2013)

- Membuat *template* presentasi *event* Festival Kuliner Serpong
- Membuat umbul-umbul *event* *Eggsquisite Easter*

- Mencari contoh gambar
- Mencari artikel tentang Summarecon Mal Serpong dari koran
- Revisi *cover* buku *Tenant Guidance*
- Revisi umbul-umbul event *Eggsquisite Easter*

Minggu III (18-22 Maret 2013)

- Membuat stiker *Tenant Guidance*
- Membuat buku menu *Barrels*
- Membuat brosur promo *Barrels*
- Revisi brosur promo *Barrels*

Minggu IV (25-27 Maret 2013)

- Revisi buku menu *Barrels*
- Revisi brosur promo *Barrels*

Minggu V (1-5 April 2013)

- Membuat lembaran menu *Barrels*
- Membuat lembaran menu *Wine Place*

Minggu VI (8-12 April 2013)

- Mencari *trailer* film drama, *action*, indonesia, dan kartun
- Revisi lembaran menu *Wine Place*

Minggu VII (15-19 April 2013)

- Mencari *trailer* film drama, *action*, indonesia, dan kartun
- Revisi stiker *Tenant Relation*

Minggu VIII (22-26 April 2013)

- Membuat poster *event Furniture Fair*
- Membuat *giant banner event Furniture Fair*
- Membuat *umbul-umbul event Furniture Fair*

Minggu IX (1-3 Mei 2013)

- Revisi stiker *Tenant Relation*
- Membuat *flyer event Youtube Short Video Contest*
- Membuat poster *event Youtube Short Video Contest*

### **3.3. Uraian Pelaksanaan Kerja Magang**

#### **3.3.1. Proses Pelaksanaan**

Proses orientasi dilakukan pada hari pertama kerja magang, yaitu pada tanggal 4 Maret 2013. Hari bekerja penulis yaitu dari hari Senin sampai Jumat, pk 10.00 WIB - pk 19.00 WIB. Pada hari pertama bekerja, penulis diperkenalkan kepada seluruh karyawan Manajemen Summarecon Mal Serpong oleh Bapak Juna, selaku *Human Resource Departement*. Kemudian Bapak Juna membawa penulis ke divisi *marketing*, tempat penulis melaksanakan tugas selama magang. Di sana penulis bertemu dengan Pak Gesit P., selaku *Assistant Event Manager*. Beliau adalah pembimbing lapangan penulis selama praktek kerja magang di Summarecon Mal Serpong. Pertama-tama penulis dijelaskan secara singkat oleh beliau mengenai pekerjaan-pekerjaan yang biasa dilakukan serta tugas-tugas yang akan diberikan kepada penulis oleh pembimbing lapangan.



Gambar 3. 3 Kartu tanda pengenal penulis selama praktek kerja magang.

Seiring dengan berjalannya waktu, penulis mulai mengerti dan memahami peranan desainer di divisi *marketing* Summarecon Mal Serpong. Sebagai salah satu pusat perbelanjaan swasta yang sedang berkembang, Summarecon Mal Serpong membutuhkan peranan desain grafis dalam mendukung setiap *event* yang dibuatnya. Desainer grafis bertugas membuat media promosi untuk setiap *event* yang diadakan oleh Summarecon Mal Serpong. Media promosi yang dibuat bisa berupa poster, *giant banner*, *flyer*, umbul-umbul (untuk *outdoor* maupun *indoor*, dengan berbagai ukuran), *voucher*, uang-uangan, dan lain-lain.

Di samping mengerjakan desain media promosi *event*, desain grafis di divisi *marketing* juga menerima tugas desain yang tidak berhubungan dengan *event* yang diadakan oleh divisi *marketing*, selama itu merupakan desain untuk Summarecon Mal Serpong, seperti mendesain *cover* buku *Tenant Guidance*, stiker “perhatian” yang ditujukan kepada *tenant*, ataupun desain buku menu *Barrels*. Secara keseluruhan, *software* yang digunakan desainer grafis adalah *Adobe Photoshop* dan *Adobe Illustrator*.

### 3.3.2. Sarana dan Suasana Kantor

Kantor manajemen SMS yang terletak di lantai tiga Summarecon Mal Serpong dan memiliki sarana yang cukup baik dan lengkap. Untuk menuju ke kantor manajemen, penulis dan karyawan SMS lainnya hanya bisa menggunakan lift. Di lantai tiga bagian depan, terdapat meja *receptionist*, televisi, dan ruang tunggu. Dari sana, penulis dan karyawan SMS lainnya masuk melalui pintu khusus karyawan untuk sampai ke kantor. Ruang kantor yang terdiri dari satu lantai ini memiliki fasilitas *AC*, lantai beralaskan karpet, penerangan yang cukup, komputer untuk setiap meja kerja karyawan, toilet, ruang musholla, *dispenser*, kopi, dan *pantry*.



**Gambar 3. 3** Penulis saat sedang melaksanakan praktek kerja magang.



**Gambar 3. 3** Meja kerja penulis.

Setiap meja karyawan dipisahkan dengan dinding bersekat yang bertujuan agar setiap karyawan nyaman bekerja dan tidak terganggu privasinya. Gambar di atas merupakan meja kerja penulis selama melaksanakan praktek magang di sana.

### **3.3.3. Rekan Kerja Kantor**

Rekan kerja penulis di kantor sangat ramah dan terbuka. Mereka siap memberi masukan dan bantuan kepada penulis apabila penulis memerlukan bantuan mereka. Divisi *marketing* Summarecon Mal Serpong memiliki tiga *Graphic Designer* (Bapak Bram, Ibu Maria Kim, dan Aditya Ramon) serta seorang *Video Editor* (Bapak Happy). Selama praktek magang, mereka banyak mendukung penulis, khususnya dalam memberi masukan mengenai hal-hal baru seputar desain yang penulis tidak tahu sebelumnya.

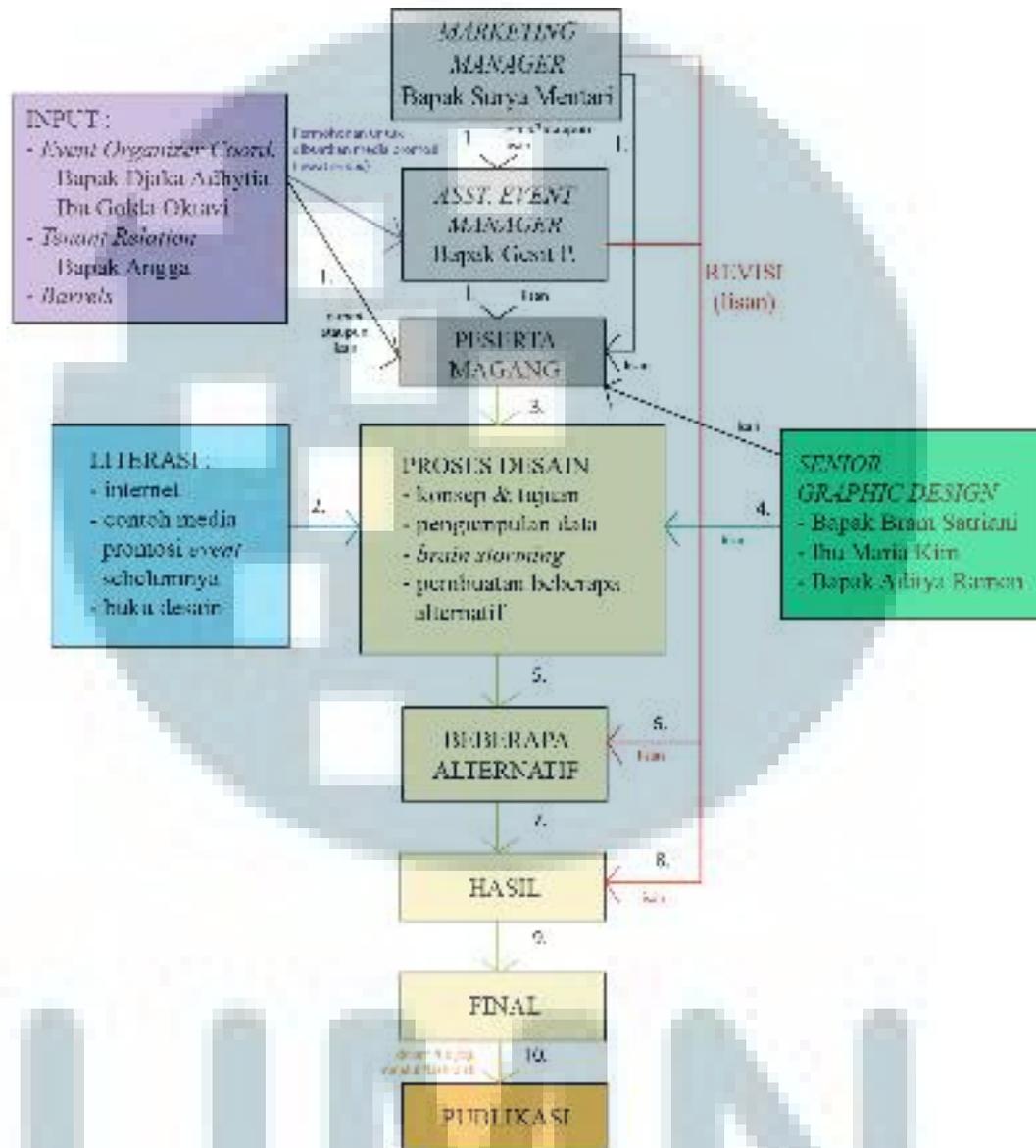


**Gambar 3. 3** Foto penulis dengan *Senior Graphic Designers*.



**Gambar 3. 3** Foto penulis dengan *staf* manajemen SMS.

### 3.3.4. Bagan Proses dan Koordinasi Kerja



Gambar 3. 3 Bagan proses dan koordinasi kerja Summarecon Mal Serpong.

Keterangan :

1. Peserta magang memperoleh tugas dari beberapa pihak yang membutuhkan media desain, seperti *Marketing Manager*, *Asst. Event Manager*, *Event Organizer*, *Tenant Relation*, *Barrels*, *Senior Graphic Designers*, dll. Tetapi tugas utama yang diterima peserta magang diperoleh dari *Marketing Manager* dan *Asst. Event Manager*. Tugas biasanya diberikan melalui cara lisan.
2. Setelah mendapat tugas, peserta magang mencari literasi dari berbagai sumber, seperti internet, contoh media promosi serupa yang pernah dibuat sebelumnya, maupun buku desain. Pencarian literasi dilakukan agar peserta magang memperoleh inspirasi dalam mendesain.
3. Setelah mencari literasi, peserta magang mulai masuk ke proses desain di mana secara terlebih dahulu peserta magang merumuskan konsep dan tujuan dari media promosi yang akan dibuat, mengumpulkan data yang harus dimasukkan dalam media promosi tersebut, mulai membuat *brainstorming*, dan membuat beberapa alternatif desain yang nantinya bisa dipilih oleh *Asst. Event Manager* atau *Marketing Manager*.
4. Selama proses desain berlangsung, peserta magang juga meminta masukan dari beberapa *Senior Graphic Designer*. Masukan bisa mengenai desainnya, cara mengoperasikan *software* yang belum diketahui peserta magang, ukuran lembar kerja, maupun syarat-syarat apa yang wajib tertera dalam media promosi tersebut (seperti simbol *scan me*, dll).
5. Dari proses desain, peserta magang menghasilkan beberapa alternatif desain, yang nantinya bisa dipilih oleh *Marketing Manager* atau *Asst. Event Manager*.

6. Alternatif desain kemudian dipilih mana yang terbaik oleh *Marketing Manager* atau *Asst. Event Manager*. Peserta magang menunjukkan beberapa alternatif desain ini dengan cara menunjukkan langsung melalui laptop pribadi peserta magang.
7. Hasil merupakan salah satu (pilihan terbaik) yang telah dipilih oleh *Marketing Manager* atau *Asst. Event Manager* dari beberapa alternatif desain.
8. *Marketing Manager* atau *Asst. Event Manager* memberikan revisi dari hasil yang terpilih tersebut.
9. Final merupakan hasil akhir yang dibuat oleh peserta magang setelah beberapa revisi yang telah diberikan oleh *Marketing Manager* atau *Asst. Event Manager*.
10. Terakhir, desain final yang sudah disetujui oleh *Marketing Manager* atau *Assist. Event Manager* tersebut diberikan kepada bagian publikasi untuk dicetak. Peserta magang memberikan file format jpeg melalui *flash disk*.

### **3.3.5. Analisis Hasil**

Dalam proses kerja praktek magang, penulis ikut serta dalam membuat desain media promosi event yang diadakan oleh Summarecon Mal Serpong, diantaranya adalah :

#### **3.3.5.1. Media Promosi *Event Summarecon Mal Serpong***

##### **a. Poster dan *Flyer Event Youtube Short Video Contest***

Pada tanggal 1 Mei 2013, penulis diberi tugas untuk membuat media promosi berupa poster dan *flyer* (dua sisi) untuk *event Youtube Short Video Contest*. Cara

ikut kontes ini antara lain adalah dengan membuat video pendek yang bertema “*Friendship and Leisure at Summarecon Mal Serpong*”, setelah itu video tersebut kemudian dimasukkan di *Youtube*, dan dilombakan. Hadiah-hadiah yang disediakan oleh pihak SMS adalah Samsung S4, *Asus Notebook K4SDR-VX039D*, dan *voucher* belanja SMS.

Tugas mendesain media promosi ini penulis peroleh dari Bapak Djaka Adhytia, selaku *Event Organizer Coordinator*. Beliau menjelaskan *event* ini kepada penulis secara lisan. Penulis diberikan beberapa informasi yang diperlukan, seperti hadiah-hadiah yang disediakan, tema video, tenggat waktu, maupun data mekanisme kontes yang harus dicantumkan pada bagian belakang *flyer*. Nantinya, *flyer* akan dimasukkan ke *website* SMS dan akun *Facebook*, dan dibagikan kepada *costumer* SMS dan posternya akan dipasang di beberapa sekolah dan universitas.



**Gambar 3. 3** Penulis mengumpulkan inspirasi yang berhubungan dengan film.

Pertama-tama, penulis mencari inspirasi yang berhubungan dengan video, seperti *roll film*, *handycam*, kamera, *clapboard*, kursi sutradara, dll. Inspirasi ini

penulis cari dari berbagai sumber, seperti internet, buku desain maupun beberapa poster yang memiliki tema yang mirip ataupun sama, lalu mulai menganalisis. Selanjutnya, penulis mulai membuat *mind mapping* dan sketsa desain dari segala data yang telah dikumpulkan.



Gambar 3.3 *Mind mapping* yang dibuat penulis sebelum mulai mendesain.



Gambar 3.3 Beberapa sketsa awal poster sebelum direalisasikan ke komputer.



Gambar 3. 3 Proses desain pembuatan flyer event Youtube Short Video Contest.

Mulanya, penulis mendesain flyer seperti pada gambar “desain awal”, dan telah melakukan revisi dari Bapak Surya Mentari, selaku *Marketing Manager*, hingga revisi ke dua. Namun, penulis merasa kurang puas dengan hasil yang telah dibuat karena desain tersebut terlalu kaku dan kurang bagus. Akhirnya, penulis membuat alternatif baru. Setelah penulis perlihatkan kepada Bapak Gesit P., selaku pembimbing lapangan, rupanya beliau lebih menyukai alternatif baru yang telah penulis buat. Setelah melalui beberapa revisi lagi, akhirnya terciptalah desain final. Selama proses revisi, penulis merubah warna *background* menjadi warna biru pada media promosi karena video promosi *event* ini sudah jadi dan menggunakan warna biru sebagai *background*.



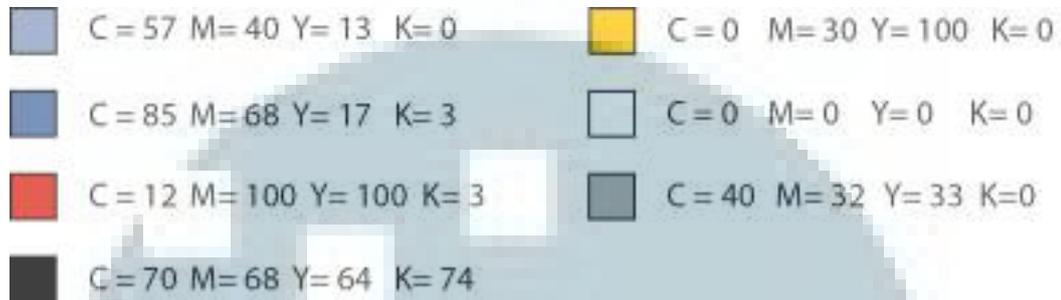
Gambar 3. 3 Video promosi Youtube Short Video Contest yang dipublikasikan.



Gambar 3.3 Desain flyer Youtube Short Video Contest (tampak depan dan belakang).

Pada proyek desain ini, penulis menggunakan *software Adobe Photoshop CS5*. Beberapa teori *layout* seperti *sequence* dan *emphasis* digunakan penulis dalam mendesain. *Sequence* adalah urutan dari prioritas yang diharus dibaca pertama sampai yang terakhir. Tujuannya adalah agar pembaca tidak kesulitan menangkap pesan utamanya. Dalam hal ini tulisan “*Youtube Short Video Contest*” dan gambar kamera menjadi prioritas yang dibaca pertama (*emphasis*). Berikutnya, tulisan “*Open for Public*” menjadi perhatian urutan kedua. Hal ini dimaksudkan agar *audience* mengetahui bahwa siapapun boleh mengikuti kontes ini. Urutan ketiga adalah tulisan hadiah dan tema video yang dilombakan (berwarna kuning), lalu gambar hadiah, tulisan tanggal terakhir pengumpulan

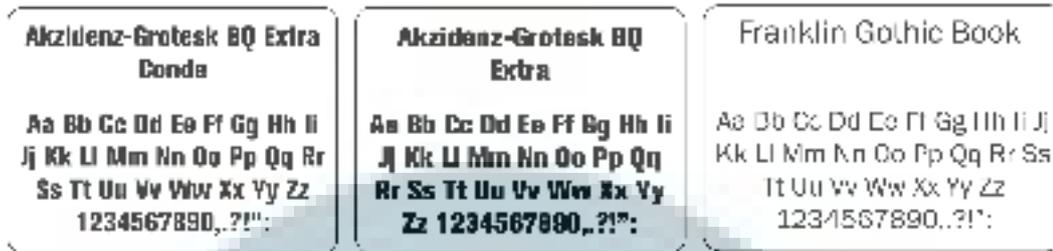
video, tulisan Summarecon Mal Serpong (sebagai penyelenggara kontes), dan yang terakhir adalah info lengkap SMS.



Gambar 3.3 Tone warna yang digunakan pada media promosi.

Untuk warna, penulis menggunakan nuansa putih sebagai warna dominan dan biru tua sebagai warna ornamen latar belakang. Selain untuk menyamakan warna media cetak dengan video, penulis menggunakan warna biru karena warna tersebut melambangkan teknologi. Motif ornamennya sendiri juga mengandung unsur teknologi dan modern, seperti motif kotak-kotak yang melambangkan kemajuan teknologi komunikasi dan informasi. Tidak lupa penulis juga memasukkan unsur *patern*, *repetisi*, dan *unity* pada ornamen.

Dalam desain ini, penulis menggunakan tipografi yang disesuaikan dengan *event*. Menurut Sumbo Tinaburko, tipografi adalah seni memilih dan menata huruf untuk berbagai kepentingan menyampaikan informasi berbentuk peran sosial maupun komersial. Untuk media promosi *event* ini, penulis memilih *font* jenis *Akzidenz-Grotesk BQ Extra Conde*, *Abadi MT Condensed Extra Bold*, dan *Franklin Gothic Book*. Penulis juga tidak lupa menggunakan berbagai macam efek-efek, seperti *drop shadow*, *bevell and emboss*, *inner glow-outer glow*, dll.



Gambar 3. 3 *Typeface* yang digunakan pada media promosi.

Untuk *flyer* halaman belakang, judul paling atas berbunyi “ *Term and Condition, Youtube Short video Contest, 1-31 May 2013*”. Selanjutnya, terdapat informasi mengenai mekanisme untuk mengikuti kontes dan kriteria penjurian.

Setelah final desain telah jadi (setelah disetujui oleh *Asst. Event Manager* dan *Marketing Manager*), penulis menyimpan file dalam format jpg di *flash disk*. Terakhir, penulis menyerahkan file tersebut ke Bapak Djaka Adhytia untuk segera dimasukkan ke *website* SMS dan *Facebook*. Penulis juga menyerahkan file tersebut ke bagian publikasi untuk segera dicetak dan dipasang (poster dan *flyer*).



Gambar 3. 3 Media promosi *Youtube Short Video Contest* pada *website* SMS.



Gambar 3.3 Media promosi *Youtube Short Video Contest* pada akun *Facebook SMS*.

#### **b. Uang-uangan *Event Festival Kuliner Sepong Bertema Jawa***

Pada tanggal 4 Maret 2013, penulis diberi tugas untuk membuat *draft* awal uang-uangan Festival Kuliner Serpong. Uang-uangan ini digunakan sebagai alat pembayaran pada *event* tersebut. Tema *event* yang akan diadakan bulan September 2013 ini adalah Jawa. Target dari *event* ini adalah keluarga menengah ke atas. Uang-uangan ini didesain seperti layaknya uang asli. Pertama-tama pembimbing lapangan menjelaskan tentang konsep jawa dan tujuan dibuatnya uang-uangan ini. Penulis diminta untuk membuat empat jenis uang, yaitu selebaran uang dua ribu rupiah, lima ribu rupiah, dan dua puluh ribu rupiah.

Untuk memperoleh inspirasi, penulis mencari literasi melalui internet, buku-buku desain dan beberapa contoh uang-uangan yang digunakan di *event* Festival Kuliner sebelumnya. Melalui internet, penulis mencari apa saja yang menjadi khas dari budaya jawa. Setelah mencari-cari dan bertanya kepada

beberapa rekan, penulis mendapatkan beberapa hal yang menjadi khas dari budaya jawa, diantaranya adalah wayang, batik, kuliner khas jawa, bangunan terkenal, dan lambang kota di jawa tengah. Penulis juga mencari ornamen-ornamen dan inspirasi dari buku desain.



Gambar 3. 3 Uang-uangan yang digunakan di Festival Kuliner sebelumnya.

Setelah mencari inspirasi, penulis mulai membuat *mindmap* berdasarkan segala literasi yang telah didapatkan. Setelah menjabarkan *mindmap*, penulis mulai bereksplorasi dan membuat beberapa alternatif desain uang-uangan untuk Festival Kuliner Serpong nanti.

Setelah bereksplorasi, penulis membuat beberapa alternatif desain yang nantinya dipilih salah satu yang terbaik oleh pembimbing lapangan. Hasil terbaik tersebut kemudian direvisi beberapa kali sehingga menghasilkan desain final yang nantinya akan diserahkan pada *asst. event manager* selaku pembimbing lapangan.



Gambar 3.3 Desain uang-uangan event Festival Kuliner Serpong

Gambar di atas merupakan desain final uang-uangan Festival Kuliner Serpong yang penulis buat. Penulis menggunakan ornamen-ornamen batik yang dibuat *transparent*, beberapa tokoh wayang, tempat-tempat dan *icon* khas Jawa Tengah. Desain uang-uangan penulis buat mirip seperti uang asli namun tetap berbeda dengan uang asli. Uang-uangan juga diberi ornamen dan simbol seperti uang sebenarnya.

Keterangan-keterangan yang terdapat pada uang-uangan antara lain logo Summarecon Mal Serpong, judul *event* (Festival Kuliner Serpong 2013), nilai nominal rupiah, nilai rupiah dalam huruf, dan keterangan bahwa uang-uangan tersebut hanya berlaku sebagai alat pembayaran dalam Festival Kuliner Serpong.

*Typeface* yang dipakai penulis untuk tulisan “Festival Kuliner Serpong” adalah *Roosewood Std*, *typeface* untuk tulisan “2013” dan nilai nominal rupiah adalah Kemasyuran Jawa, untuk tulisan nilai rupiah dalam huruf adalah *Garamond*, dan untuk tulisan keterangan penulis menggunakan *typeface Tahoma*. Untuk *background*, penulis menggunakan campuran warna-warna kalem dengan oranye-coklat untuk memberikan kesan Jawa.

### c. Umbul-umbul *Event Eggsquisite Easter*

Pada tugas selanjutnya, penulis diminta untuk membuat umbul-umbul *event Eggsquisite Easter* yang diadakan pada tanggal 19 sampai 31 Maret 2013 oleh salah satu *Senior Graphic Designer*, Ibu Maria Kim. Beliau sudah membuat konsep desain *event* ini sehingga penulis hanya tinggal mengikuti konsep desainnya saja. Penulis diminta untuk membuat empat jenis umbul-umbul yang berbeda (seperti yang tertera pada gambar). Setiap jenis memiliki empat ukuran

yang berbeda-beda, ukuran dibuat berbeda sesuai dengan ukuran tiang dan kegunaannya (*indoor* dan *outdoor*). Keempat ukuran tersebut adalah :

1. 1,1m x 4,5m (*outdoor*), yang akan dipasang di pinggir jalan.
2. 70cm x 1,8m (*indoor*), yang akan dipasang di dalam mal.
3. 88, 5cm x 3,75m (*outdoor*), yang akan dipasang di sepanjang trotoar SMS.
4. 1m x 3,2m (*outdoor*), yang akan dipasang di Salsa Food City.

Berdasarkan banyaknya jenis dan ukuran umbul-umbul yang harus dibuat, total desain umbul-umbul yang dibuat penulis semuanya adalah 16 buah.



Gambar 3. 3 Desain umbul-umbul *Eggsquisite Easter* 1,1 x 4,5 m (*outdoor*).

Keterangan-keterangan yang terdapat pada umbul-umbul adalah logo *event Eggsquisite Easter*, gambar telur-telur paskah, tulisan mengenai acara apa saja

yang diadakan selama *event* tersebut (beserta gambar dan tanggal acara), logo BNI (sponsor), logo Summarecon Mal Serpong, dan *tone* warna Summarecon Mal Serpong di paling bawah (hijau, kuning, dan oranye).

Saat proses *brief*, penulis diberitahu oleh pembimbing lapangan bahwa umbul-umbul nantinya akan dilihat sekilas saja oleh *audience* atau pengunjung, sehingga informasi yang tertera di dalamnya dijelaskan secara singkat dan jelas, dengan penggunaan *size* yang cukup besar pada tulisan, dan gambar yang jelas.

Untuk membuat media promosi yang ukurannya sangat besar (seperti umbul-umbul), desainer tidak perlu membuatnya dalam ukuran sebenarnya pada komputer, melainkan cukup ukuran perbandingannya saja. Misalnya, untuk membuat umbul-umbul ukuran 1 x 3,2 m, desainer hanya perlu membuat ukurannya menjadi 10 x 32 cm di komputer.

Setelah mengerjakan desain umbul-umbul, penulis mendapatkan beberapa revisi dari pembimbing lapangan. Selanjutnya, desain final yang telah disetujui pembimbing lapangan penulis serahkan kepada bagian publikasi untuk dicetak (dalam bentuk format jpg).





**Gambar 3. 3** Umbul-umbul *Eggsquisite Easter* 1,1 x 4,5 m.



**Gambar 3. 3** Umbul-umbul *Eggsquisite Easter* 70 cm x 1,8 m.

#### d. Poster, Umbul-umbul dan *Giant Banner Event Furniture Expo*

Selanjutnya, penulis ditugaskan untuk membuat media promosi *event Furniture Expo* yang diadakan pada tanggal 29 April sampai 19 Mei 2013. Media promosi yang pembimbing lapangan tugaskan kepada penulis antara lain *giant banner* (3 x 6 m), poster (50 x 70 cm), dan umbul-umbul (1 x 3, 2 m).

Pertama-tama, penulis mencari inspirasi dari internet, media promo sejenis, dan buku desain. Penulis mencari foto-foto *furniture* atau interior rumah yang nantinya bisa dijadikan sebagai pendukung media promosi, seperti sofa, tempat tidur, kursi, meja makan, teras rumah, dll.



Gambar 3.3 Desain *giant banner*, poster dan umbul-umbul *event Furniture Expo*.

Desain dari media promosi ini adalah sederhana namun tetap bernuansa modern. Penulis menggunakan *background* abu-abu muda. Sebagai pemanis, bantal-bantal berwarna cerah ditampilkan sehingga desain tidak monoton.

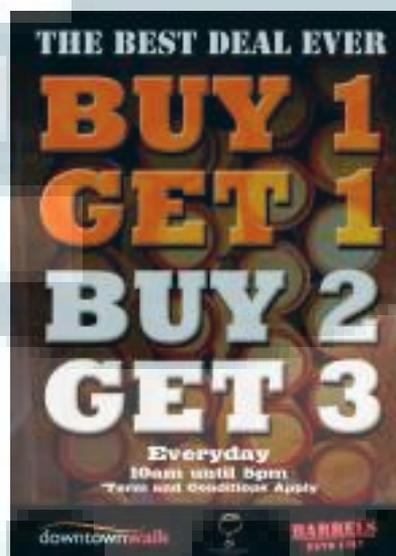
Keterangan dari *giant banner* yaitu Summarecon Mal Serpong sebagai penyelenggara *event*, nama *event*, tanggal dilaksanakannya *event*, gambar *furniture* (sofa), *tagline event*, dan nama-nama peserta *event*. Keterangan yang wajib dicantumkan juga dalam *giant banner* adalah logo Summarecon, logo Mal Summarecon, *twitter*, *facebook*, pin *blackberry*, *youtube*, *tone* warna SMS, keterangan *wireless*, alamat SMS, dan *tone* warna SMS. Untuk *typeface* SMS, *tagline*, dan nama-nama peserta *event* penulis menggunakan *Myriad Pro*, *typeface Furniture Expo* yaitu *Bauer Bodoni Std 1*, dan *typeface* tanggal *event* yaitu *Optima*. Agar tidak terjadi *missing font* dan *missing link* pada file yang telah dibuat, penulis menyimpan file dalam bentuk jpg agar lebih aman karena semua komputer bisa membukanya tanpa adanya *missing font* ataupun *missing link*. Setelah menyimpan, penulis menyerahkan file jpg kepada bagian publikasi untuk dicetak dan dipasang.



**Gambar 3. 3** Poster, *giant banner*, dan umbul-umbul yang sudah dipasang.

### e. *Flyer Barrels*

*Barrels* adalah nama kafe milik Summarecon Mal Serpong yang menjual berbagai jenis bir. Target pasarnya adalah menengah ke atas, baik penduduk lokal dan ekspatriat, yang sebagian besar berusia produktif. Dalam konteks ini penulis ditugaskan untuk membuat *flyer* promo *Barrels* ukuran A5. Informasi yang harus dicantumkan adalah jika membeli 1 bir maka akan mendapatkan 1 bir lagi secara gratis. Jika membeli 2 bir maka akan mendapatkan 3 bir secara gratis. Pertama-tama, penulis mencari inspirasi dari internet. Penulis mengumpulkan gambar-gambar seperti bir, tong, gelas bir, dan lain-lain.



Gambar 3. 3 Desain *flyer* promo *Barrels*

Dalam desain, penulis menggunakan beberapa teori *layout* seperti *sequence*, *emphasis*, dan *balance*. *Sequence* adalah urutan dari prioritas yang diharus dibaca pertama sampai yang terakhir. Tujuannya adalah agar pembaca tidak kesulitan menangkap pesan utamanya. Dalam hal ini tulisan “*Buy 1 Get 1*” dan “*Buy 2 Get 3*” menjadi tulisan yang diprioritaskan untuk dibaca pertama.

Kedua tulisan ini juga merupakan *point of interest (emphasis)*. Teori *layout balance* juga digunakan penulis dalam mendesain *flyer* promo ini. Hal ini terlihat pada penempatan tulisan yang seimbang dan rata tengah.

Untuk *background*, penulis menggunakan warna hitam dengan gambar beberapa tumpukan tong yang diberi efek *transparent*. Untuk tulisan yang menjadi *emphasis*, penulis membuat agar ukurannya lebih besar dari pada tulisan lainnya. Penulis menggunakan *typeface Rockwell Extra Bold* dengan beberapa efek seperti *drop shadow, inner glow, outer glow, dan bevel and emboss*. Untuk warna penulis menggunakan warna terang agar terlihat kontras dengan *background*, namun dibuat dua warna yang berbeda karena tulisan tersebut merupakan dua kalimat yang berbeda. Jadi yang satu berwarna oranye dan satu lagi berwarna putih. Untuk tulisan “*The Best Deal Ever*” yang merupakan perhatian urutan ke dua, penulis membuat ukurannya lebih kecil daripada *emphasis* namun masih lebih besar daripada tulisan lainnya. Menurut jenis *typeface*, penulis menggunakan jenis *Stencil Std* berwarna putih. Pada *flyer* tersebut terdapat tulisan “*Everyday, 10 am until 5 pm*” sebagai keterangan waktu promo tersebut berlaku. Terakhir, terdapat logo *Downtown walk, Wine Place* dan *Barrels* yang diletakkan di bawah *flyer*.

#### **f. Lembar Menu *Barrels***

Tugas penulis selanjutnya masih membuat media untuk *Barrels*. Penulis diminta untuk membuat menu selebaran ukuran A4. Selebaran tersebut membuat logo *Barrels* dan menu-menu yang telah diperbaharui. Untuk memperoleh inspirasi, penulis mengumpulkan gambar-gambar seperti bir, tong, gelas bir, dan lain-lain.



Gambar 3.3 Desain flyer promo Barrels

Untuk *background*, penulis memasukkan foto bir di dalam gelas yang dibuat *zoom*, sehingga didapatkan tekstur bir secara detail. Bagian putih digunakan sebagai latar tulisan menu agar terbaca, dan bagian putih digunakan untuk mengisi bagian yang kosong.

Logo *Barrels* penulis letakkan di atas secara *center*, serta diberi beberapa efek seperti *drop shadow* dan *outer glow* dengan tujuan agar logo *Barrels* terlihat lebih menonjol. Sementara itu, jenis *typeface* untuk tulisan *submenu* adalah *Stencil Std* berwarna coklat tua, sedangkan untuk tulisan menu-menanya menggunakan *Optima* berwarna coklat tua.

### 3.3.5.2. Media Pendukung Lainnya

#### a. Cover Buku *Tenant Guidance*

Selain untuk keperluan *event* yang diadakan oleh Summarecon Mal Serpong, penulis juga terkadang mendapatkan tugas lain, seperti membuat *cover* buku divisi *Tenant Relation*. Buku ini tidak diperuntukkan untuk publik, tetapi hanya

untuk para *tenant* di Summarecon Mal Serpong. Keterangan yang harus ada dalam *cover* buku adalah logo SMS, judul buku (*Tenant Guidance*, Buku Panduan Penyewa), tulisan Summarecon Mal Serpong, alamat SMS, kontak SMS (*facebook, twitter, pin blackberry, dan youtube SMS*), serta *tone* warna SMS, yaitu hijau, kuning, dan oranye.

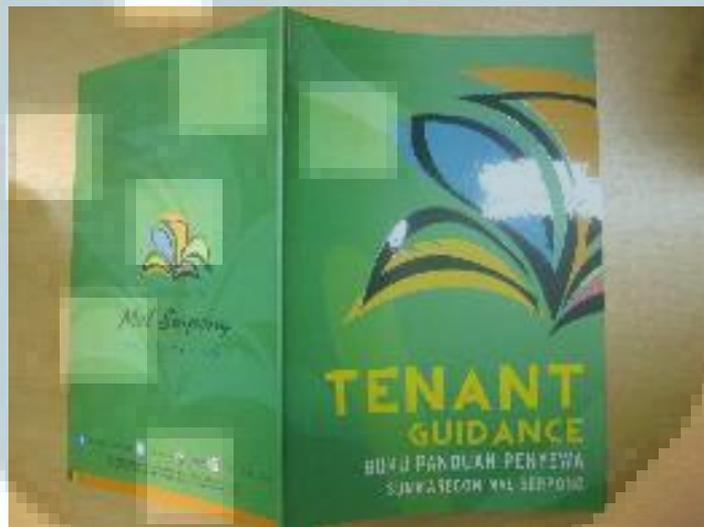


**Gambar 3.3** Desain *cover* buku *Tenant Guidance*

Untuk warna *background*, penulis menggunakan warna hijau karena *cover* buku *tenant guidance* sebelumnya yaitu oranye. Agar tidak terkesan monoton, penulis memasukkan tekstur-tekstur berwarna hijau muda dan hijau muda kekuningan pada *cover* depan. Selanjutnya penulis memasukkan gambar logo SMS yang tidak utuh di pinggir kanan dan tulisan “*Tenant Guidance*” sebagai *emphasis*, tulisan “Buku Panduan Penyewa” sebagai keterangan judul, dan tulisan “Summarecon Mal Serpong”. Untuk *cover* belakang, penulis memasukkan logo SMS putih yang telah diberi efek *transparent* sebagai latar, dan logo SMS beserta

keterangannya di tengah. Di paling bawah, penulis mencantumkan kontak SMS (*Facebook, twitter, pin blackberry, youtube, dan alamat*).

Pada hasil cetakkannya, penulis meminta untuk membuat logo SMS di *cover* depan, tulisan “*Tenant Guidance*”, tulisan “*Buku Panduan Penyewa*”, “*Summarecon Mal Serpong*”, dan logo SMS di *cover* belakang untuk dibuat *emboss glossy*. Berikut hasil cetak yang telah dibuat.



**Gambar 3.3** Desain *cover* buku *Tenant Guidance*.

### 3.3.6. Kendala yang Ditemukan

Setiap pekerjaan tidak selamanya berjalan sesuai dengan keinginan kita. Oleh karena itu terdapat berbagai macam kendala yang dihadapi penulis kerja magang di Summarecon Mal Serpong. Kendala pertama yang penulis temui diantaranya adalah adanya perbedaan antara komputer di kantor dan laptop pribadi penulis. Komputer kantor menggunakan perangkat *windows* sedangkan laptop pribadi penulis adalah *macintosh*.

Kendala kedua, penulis tidak begitu mahir dalam menggunakan *software Adobe Photoshop* dalam pengerjaan desain karena sebagian besar *software* yang penulis gunakan selama masa perkuliahan adalah *Adobe Illustrator*. Padahal *Adobe Photoshop* adalah *software* yang paling sering digunakan di lapangan magang.

Kendala ketiga, penulis belum terbiasa mengerjakan pekerjaan desain di suasana kantor yang ramai. Seringkali keramaian membuat penulis sulit berkonsentrasi sehingga gagal dalam mendapatkan inspirasi dalam proses mendesain. Hal ini mengakibatkan proses kerja penulis lebih lama daripada desain grafis lainnya yang sudah terbiasa.

Kendala keempat, karena sebagian besar mengerjakan desain media promosi *event*, desain grafis tentunya harus menunggu keputusan bagian *event* terlebih dahulu untuk memastikan bahwa informasi yang akan dimasukkan ke media promosi sudah *fix* atau belum. Terkadang kepastian informasi *event* belum *fix* padahal media promosi sudah harus segera naik cetak dan dipublikasikan (sudah mendekati *deadline*).

### **3.3.7. Solusi Atas Kendala yang Ditemukan**

Dari berbagai kendala yang ditemukan selama praktek kerja magang, penulis berusaha untuk mencari solusi agar kendala-kendala tersebut dapat teratasi atau setidaknya dapat berkurang. Untuk mengatasi adanya perbedaan antara komputer kantor dan laptop pribadi, penulis hanya menggunakan laptop pribadi selama praktek kerja magang. Selain lebih terbiasa, mudah, dan tidak repot, penulis juga bisa melanjutkan pekerjaan di rumah dengan lebih leluasa jika ada pekerjaan yang belum sempat diselesaikan di kantor.

Untuk menambah pengetahuan dalam mengoperasikan *Adobe Photoshop*, penulis seringkali mencoba-coba dan bereksplorasi ketika sedang menggunakan *software* tersebut selama proses desain, seperti mencoba beberapa menu atau perintah yang penulis belum tahu kegunaannya. Jika ada yang salah tekan, atau tidak sesuai dengan kemauan, penulis hanya tinggal menjalankan perintah “*Undo*”. Selain itu penulis juga berusaha untuk bertanya dengan para *senior graphic designer* beberapa cara pengoperasian *Adobe Photoshop* yang masih belum diketahui penulis. Dari kesemuanya itu, seiring berjalannya waktu, penulis lama kelamaan sudah mulai terbiasa dan semakin mahir dalam menggunakan *software Adobe Photoshop* dalam pengerjaan desain.

Untuk mengatasi masalah kesulitan berkonsentrasi, penulis berusaha untuk beradaptasi dengan suasana lingkungan kantor dan berusaha untuk konsentrasi. Jika benar-benar terganggu dengan suasana kantor, biasanya penulis menggunakan *headset* untuk mengurangi kebisingan.

Agar kepastian informasi lebih cepat didapatkan, penulis berusaha untuk lebih aktif, seperti mendatangi dan bertanya ke bagian penyelenggara *event* apakah informasi untuk media promosi sudah *fix* atau belum, apa saja informasi yang dirubah, atau jika ada perubahan, apa penggantinya.