

BAB III

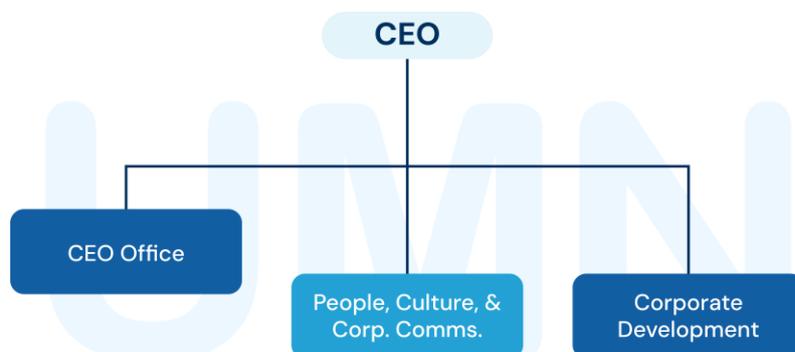
PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Dalam melaksanakan program MBKM Internship Track 1 di PT. Lingkar Niaga Solusindo (SIRCLO), penulis memiliki peran *Multimedia Communications Intern* yang merupakan bagian dari divisi *Corporate Communications*. Selama masa magang, penulis melakukan koordinasi dan kerjasama dengan 3 tim yang berada di bawah divisi *Corporate Communications*. Berikut merupakan kedudukan dan koordinasi penulis dengan tim yang bersangkutan.

3.1.1 Kedudukan

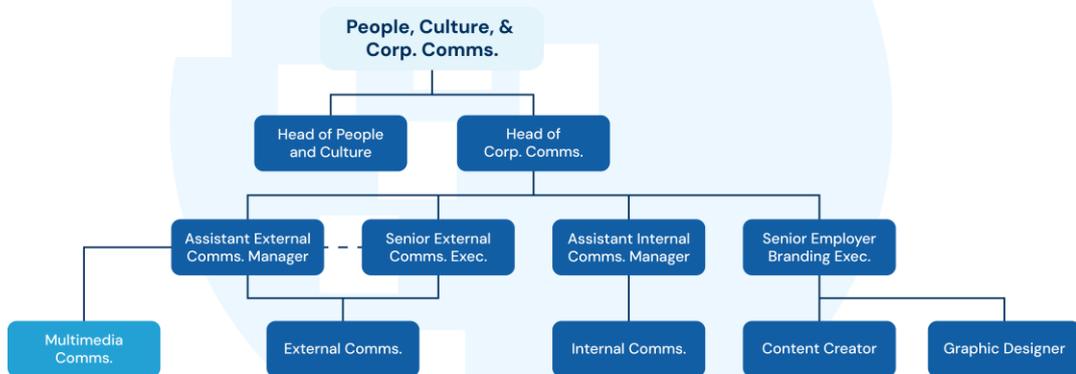
Dalam perusahaan SIRCLO, penulis menduduki peran *Multimedia Communications* dalam divisi *Corporate Communications*. Divisi tersebut merupakan divisi yang berada di dalam bagian dari unit *People, Culture, and Corporate Communications* atau yang biasa disebut PC3.



Gambar 3.1 Unit PC3 dalam struktur organisasi SIRCLO

Unit PC3 berada di bawah naungan CEO dari perusahaan, dan memiliki 2 orang kepala atau *Head* untuk dua divisi; yakni *Head of People and Culture*, dan *Head of Corporate Communications*. Di dalam *Corporate Communications* sendiri terdapat 3 tim yang terpisah dan satu orang *Multimedia Communications*. Ketiga tim tersebut adalah; *External Communications*, *Internal Communications*, dan *Employer Branding*.

Masing-masing tim di dalam divisi *Corporate Communications* juga memiliki *manager* yang mengepalari proses pengerjaan setiap proyek yang dilakukan masing-masing tim; yaitu *Senior External Communications Executive* dan *Assistant External Communications Manager* untuk tim *External Communications*, *Assistant Internal Communications Manager* untuk *Internal Communications*, dan *Senior Employer Branding Executive* untuk tim *Employer Branding*.

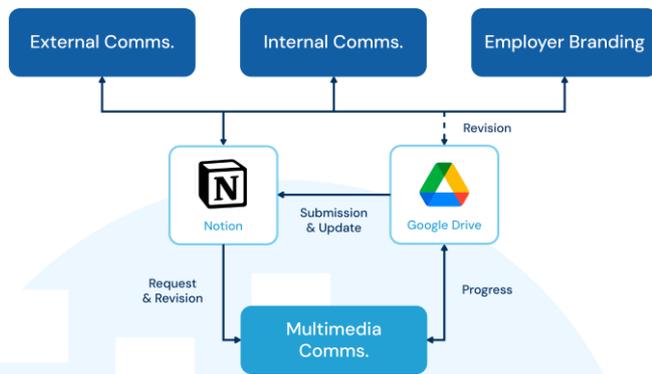


Gambar 3.2 Bagan Kedudukan Multimedia Communications di SIRCLO

Penulis, walau bukanlah merupakan bagian dari ketiga tim ini, adalah tanggung jawab langsung dari *Assistant External Communications Manager*. Tetapi, peran *Multimedia Communications* tetap diwajibkan untuk melapor kepada masing-masing anggota dari setiap timnya, menyesuaikan proyek yang dilakukan dengan PIC yang bertanggung jawab.

3.1.2 Koordinasi

Permintaan karya desain, revisi, dan pelaksanaan desain dalam divisi *Corporate Communications* dilakukan menggunakan sebuah layanan produktivitas dan pencatatan *online* bernama *Notion*. Sebagai *Multimedia Communications* di SIRCLO, penulis bertanggung jawab atas mengatur dan mengelola halaman *Notion* tersebut sebagai *portal* untuk melakukan permintaan desain, revisi, dan dokumentasi proyek yang dilakukan.



Gambar 3.3 Bagan alur koordinasi Multimedia Communications

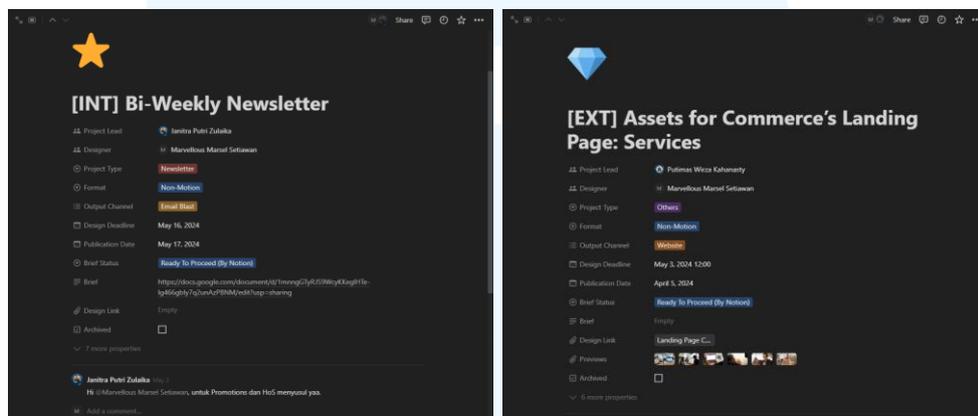
Ketika terdapat revisi desain, PIC dapat memberikan revisi tersebut melalui fitur komentar pada kartu *Notion* atau dalam *file* pada *Google Drive*. Namun, sebagian besar revisi yang terjadi dilakukan melalui jalur pribadi. Hasil akhir karya setelah dilakukannya revisi kemudian diunggah kembali ke dalam *Google Drive* yang sama, dan dilakukan kembali notifikasi kepada PIC yang bertanggung jawab melalui *Notion* atau jalur pribadi.

Gambar 3.4 Tabel request *Notion* Corporate Communications SIRCLO

Perihal pertama yang dilakukan oleh tim *Internal Communications*, *External Communications*, atau *Employer Branding* ketika membutuhkan sebuah desain, adalah melakukan submisi permintaan desain dengan membuat kartu baru dalam *Notion* divisi. Kartu tersebut mewajibkan PIC

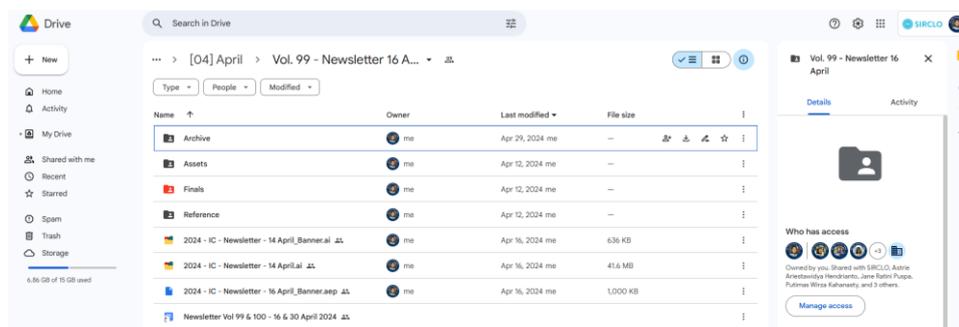
untuk melakukan *input* setiap data yang dibutuhkan dan relevan terhadap proyek desain yang akan dikerjakan. Data yang diminta antara lain:

- a. *Project Lead* – PIC dari proyek yang dapat dihubungi
- b. *Project Type* – jenis proyek yang sedang dilakukan
- c. *Output Channel* – dimana karya tersebut akan diunggah
- d. *Deadline (Design & Publication)* – tenggang waktu proyek
- e. *Brief Status & Brief* – penjelasan proyek & kebutuhan desain



Gambar 3.5 Contoh kartu permintaan desain pada *Notion*

Data-data tersebut memiliki sifat yang penting karena berperan untuk membantu *Multimedia Communications* dalam berbagai macam hal, seperti mempermudah dalam membagi prioritas proyek desain, menghindari terjadinya miskomunikasi, serta mengoptimalkan proses arsip proyek. Jika tidak terisi dengan lengkap, maka proyek yang dilakukan akan rentan bermasalah atau tidak terselesaikan dengan baik.



Gambar 3.6 Isi Google Drive hasil karya desain

Setelah mengerjakan proyek desain yang diminta sesuai dengan kurun waktu yang ditentukan, karya desain yang dihasilkan dimasukkan ke dalam *Google Drive* perusahaan. Kemudian, link dari *file Google Drive* tersebut dikirimkan ke dalam kartu *Notion* proyek tersebut. PIC yang bersangkutan juga perlu diberikan notifikasi melalui fitur komentar dalam kartu *Notion*, bahwa karya desain yang diminta sudah siap untuk diulas. Secara opsional, notifikasi kepada PIC juga dapat dilakukan melalui jalur pribadi.

3.2 Tugas yang Dilakukan

Berikut merupakan rangkaian pekerjaan dan aktifitas yang dilakukan oleh penulis selama melaksanakan program MBKM Internship Track 1 di SIRCLO.

Tabel 3.1 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Magang

No.	Minggu	Proyek	Keterangan
1	Pertama (05 – 09 Februari 2024)	Company <i>Onboarding</i>	Mengenal perusahaan lebih dalam dan menyesuaikan diri untuk bekerja di lingkungan kantor
2	Kedua (12 – 16 Februari 2024)	<i>Intranet Recap</i>	<i>Update</i> mingguan internal perusahaan
3	Ketiga (19 – 23 Februari 2024)	<i>Intranet Recap</i>	Update mingguan internal perusahaan
		Presentation Deck	Membuat <i>Icons &</i> mengedit gambar untuk <i>presentation deck</i> SIRCLO dengan Kemenkop Bali
		Aset event eksternal	Membuat <i>Session Bumpers</i> untuk keperluan event <i>SIRCLO x Xendit x Shopify</i>
		<i>Newsletter Vol. 96</i>	Membuat Banner dan 1 konten <i>Newsletter</i>

4	Keempat (26 Februari – 01 Maret 2024)	<i>Intranet Recap</i>	<i>Update</i> mingguan internal perusahaan
5	Kelima (04 – 08 Maret 2024)	<i>Intranet Recap</i>	<i>Update</i> mingguan internal Perusahaan
		Dokumentasi <i>event</i> eksternal	Mengikuti <i>event offline SIRCLO x Xendit x Spotify</i> di Xenspace, Jakarta untuk melakukan <i>Live Report</i> dan dokumentasi
		Poster <i>Town Hall</i>	Poster promosi dan pemberitahuan adanya <i>Town Hall</i> kepada karyawan perusahaan
		<i>Corporate Identity Manual</i>	Merapihkan <i>Corporate Identity Manual</i> dan memperbarui informasi
6	Keenam (11 – 15 Maret 2024)	<i>Intranet Recap</i>	<i>Update</i> mingguan internal Perusahaan
		<i>Newsletter Vol. 97</i>	Menciptakan Banner, GIF, dan beberapa desain konten untuk <i>Newsletter Vol. 97</i> bertemakan Ramadan
		<i>Insights Article</i>	Membuat aset desain infografis untuk artikel yang dirilis pada <i>insights.sirclo.com</i> , dengan tema <i>Ramadan</i>
7	Ketujuh (18 – 22 Maret 2024)	<i>Intranet Recap</i>	<i>Update</i> mingguan internal Perusahaan
		<i>Insights Article Amplification</i>	Menciptakan desain promosi artikel <i>insights.sirclo.com</i> yang dirilis dalam berbagai media perusahaan

8	Kedelapan (25 – 29 Maret 2024)	<i>Intranet Recap</i>	<i>Update</i> mingguan internal Perusahaan
		<i>Newsletter Vol. 98</i>	Menciptakan Banner, GIF, dan desain konten untuk <i>Newsletter Vol. 98</i> dengan tema yang sama seperti pada <i>Newsletter</i> volume sebelumnya
9	Kesembilan (01 – 05 April 2024)	<i>Intranet Recap</i>	<i>Update</i> mingguan internal Perusahaan
		<i>Offline Collateral</i>	Membuat desain untuk menginformasikan karyawan SIRCLO mengenai keberadaan <i>IdeaBox</i> atau kotak masukan, yang kemudian dicetak dan disebar dalam lingkungan kantor.
		Aset <i>website</i> SIRCLO Commerce & SIRCLO SWIFT	Menyediakan beberapa aset yang akan digunakan dalam <i>landing page website</i> SIRCLO Commerce dan SIRCLO SWIFT
10	Kesepuluh (08 – 12 April 2024)	<i>Intranet Recap</i>	<i>Update</i> mingguan internal Perusahaan
11	Kesebelas (15 – 19 April 2024)	<i>Intranet Recap</i>	<i>Update</i> mingguan internal Perusahaan
		<i>Newsletter Vol. 99</i>	Menciptakan desain Banner, GIF, dan Konten untuk <i>Newsletter Vol. 99</i> yang memiliki tema terus berkembang

		<i>Corporate Identity Manual</i>	Melakukan <i>update</i> untuk beberapa gambar, data, dan informasi pada <i>Corporate Identity Manual</i> perusahaan
		<i>Aset Landing Page SIRCLO commerce</i>	Mengedit foto yang akan digunakan pada halaman <i>landing page</i> SIRCLO Commerce
12	Keduabelas (22 – 26 April 2024)	<i>Intranet Recap</i>	<i>Update</i> mingguan internal Perusahaan
		<i>Insights Article</i>	Membuat aset desain infografis untuk artikel yang dirilis pada <i>insights.sirclo.com</i> , dengan tema <i>Earth Day</i>
		<i>Event Publication</i>	Membuat <i>e-flyer</i> invitasi eksklusif <i>event SIRCLO x Xendit x Firework</i>
13	Ketigabelas (29 April – 03 Mei 2024)	<i>Intranet Recap</i>	<i>Update</i> mingguan internal Perusahaan
		<i>Newsletter Vol. 100</i>	Menciptakan Banner, GIF, dan desain konten untuk <i>Newsletter Vol. 100</i> dengan tema yang sama dengan <i>Vol.99</i> , tetapi lebih spesial dikarenakan merupakan <i>milestone</i> untuk <i>Internal Newsletter</i>
		<i>Aset Landing Page SIRCLO Commerce</i>	Melakukan revisi desain untuk mengedit foto yang akan digunakan dalam <i>landing page</i> SIRCLO Commerce
14	Keempatbelas	<i>Intranet Recap</i>	<i>Update</i> mingguan internal Perusahaan

	(06 – 10 Mei 2024)	<i>Graphic Design Guidebook</i>	Melakukan <i>update</i> informasi ada <i>Graphic Design Guidebook</i> yang dipegang dan dikelola oleh <i>Employer Branding</i>
		Poster Internal	Menciptakan poster ajakan karyawan untuk menghadiri <i>event internal Town Hall</i>
15	Kelimabelas (13 – 17 Mei 2024)	<i>Intranet Recap</i>	<i>Update</i> mingguan internal Perusahaan
		<i>Newsletter Vol. 101</i>	Membuat Banner, GIF, dan desain konten untuk <i>Newsletter Vol. 101</i> dengan tema <i>Earth Day</i> yang jatuh pada akhir April 2024
		<i>Event Publication</i>	Membuat <i>e-flyer</i> kedua dan ketiga invitasi eksklusif <i>event SIRCLO x Xendit x Firework</i>
16	Keenambelas (20 – 24 Mei 2024)	<i>Intranet Recap</i>	<i>Update</i> mingguan internal Perusahaan
		<i>Slack 101 Module</i>	Memperbaharui desain dan konten dalam modul pembelajaran <i>Slack 101</i> yang dapat diakses dalam situs internal SIRCLO
		<i>Event Documentation</i>	Melakukan dokumentasi untuk <i>event SIRCLO x Xendit x Firework</i>

3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Penulis menciptakan berbagai macam karya visual yang digunakan oleh perusahaan baik untuk komunikasi internal perusahaan maupun komunikasi eksternal perusahaan. Berikut merupakan proses pelaksanaan proyek yang dilakukan, disertai kendala dan solusi yang dialami oleh penulis selama melaksanakan kegiatan magang di SIRCLO.

3.3.1 Proses Pelaksanaan

Sebagai *Multimedia Communications* SIRCLO, penulis memegang berbagai macam proyek desain yang perlu dilakukan untuk memenuhi kebutuhan komunikasi visual dari divisi *Corporate Communications*. Proyek-proyek tersebut mencakup visual yang diunggah ke dalam *website* internal dan *message board* dari SIRCLO, Surat kabar internal perusahaan, aset untuk *website* external SIRCLO, *Presentation Deck* yang digunakan oleh *Leaders* perusahaan, serta berbagai macam kebutuhan lainnya.

3.3.1.1 Bi-Weekly Internal Newsletter Vol.101

Bi-Weekly Internal Newsteller merupakan surat kabar internal dalam perusahaan yang diunggah ke dalam email semua anggota perusahaan sebanyak 1 kali setiap 2 minggu. Proyek ini merupakan proyek yang cukup penting bagi tim *Internal Communications* dikarenakan informasi yang dicantumkan dalam surat kabar ini merupakan informasi yang perlu diketahui oleh setiap anggota dari perusahaan, dan merupakan salah satu *portal* perusahaan dalam menyediakan informasi kepada karyawan. Dalam proyek ini, penulis membuat surat kabar internal Vol. 101.

a. Brief

Brief dari konten proyek ini diberikan dalam bentuk Google Docs yang dilampirkan ke dalam *card Notion Multimedia Communications* oleh tim *Internal Communications* dalam bentuk teks beserta referensi dan file yang harus diproses menjadi sebuah bentuk visual akhir, untuk masing-masing bagian dari surat kabar.

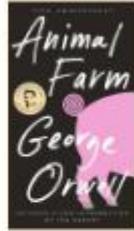
Title: Kiat Menghadapi *Overthinking* Ada di Sini |

SIRCLO Internal Newsletter, Vol. 101 - 17 Mei 2024

(*We Take Initiatives to Challenge Status Quo*)



[SIR & CLOE WELCOME BANNER;
Vol. 101 - 17 Mei 2024]

Learning Corner	
<p>Menurutmu apakah keberanian untuk memikirkan kesejahteraan diri dan berpendapat itu penting?</p> <p>Animal Farm karya George Orwell akan membawamu menjelajahi kisah hewan ternak yang memberontak melawan penindasan, menggarisbawahi pentingnya menjadi berbeda untuk menciptakan perubahan.</p> <p>4/5</p> <p>https://sirclo.link/libraryinspiration https://sirclo.link/hos https://sirclo.link/intranetevent https://sirclo.link/promo</p>	 <p>Link: Learning Corner</p>
Humans of SIRCLO	
Does Overthinking Steal Your Peace of Mind?	

Gambar 3.7 Brief desain Newsletter Vol. 101

Di dalam *brief* yang diberikan, disediakan beberapa pembagian karya oleh PIC yang bertanggung jawab atas proyek ini.

b. Konsep

Konten dari surat kabar ini ditentukan oleh tim *Internal Communications* tiap bulannya, dan disalurkan kepada *Multimedia Communications* untuk dibuatkan dalam bentuk visual, dikarenakan

Newsletter tersebut sepenuhnya berbentuk visual dengan *link* pada gambar yang dapat diakses ketika di klik. *Bi-Weekly newsletter* SIRCLO dibagi menjadi sebanyak-banyaknya 6 bagian yang memiliki konten masing-masing:

1. Banner atau Header yang menentukan judul dan tema.
2. Informasi edukatif yang menjadi informasi utama
3. Berita internal yang menjadi informasi sekunder
4. Informasi perusahaan atau informasi tambahan
5. Berbagai promosi yang diadakan *partner* perusahaan
6. Kegiatan kuis atau artikel internal karyawan.

Untuk proyek *newsletter* Vol. 101 ini, tema yang ditentukan bersama mengikuti kegiatan dan hari perayaan yang dirayakan pada akhir bulan April lalu, yakni *Earth Day*. Dengan tema tersebut, konsep untuk proyek ini akan mengikuti konsep ramah lingkungan, daur ulang, dan *nature*. Tema ini mengharapkan anggota karyawan SIRCLO mengikuti gerakan untuk menjadi lebih ramah lingkungan dalam kehidupan keseharian bekerja.



Gambar 3.8 Gambar konsep *banner newsletter* Vol. 101

Pada *banner newsletter*, konsep yang diambil untuk animasi GIF yang akan diciptakan adalah kehidupan ramah lingkungan di tengah kota dan perkantoran yang sibuk. Kedua subyek pada referensi

banner akan digantikan oleh maskot SIRCLO, Sir Clo dan Chloe. Sir Clo, seperti pada referensi, akan membawa botol minum yang ramah lingkungan, tidak menggunakan gelas atau botol plastik yang hanya satu kali pakai. Kemudian, Chloe juga akan membawa tas dengan lambang daur ulang, menandakan bahwa tas tersebut bukan merupakan tas plastik satu kali pakai.

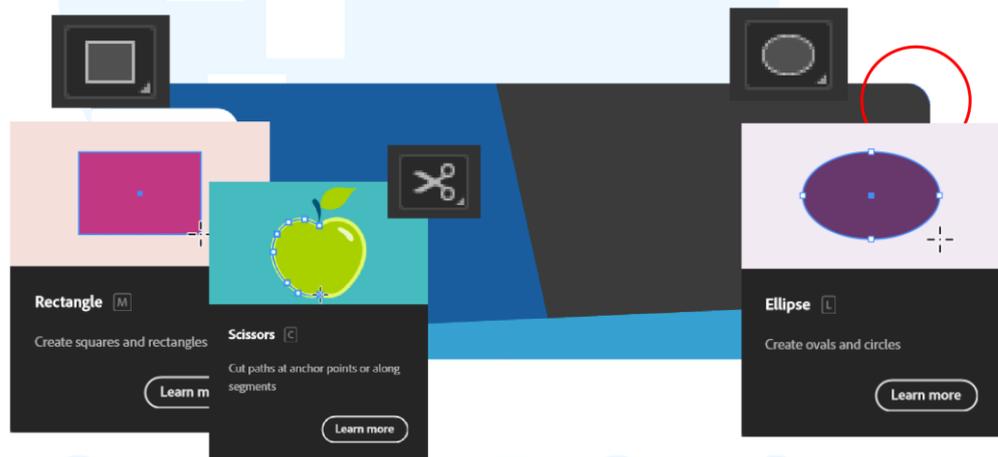


Gambar 3.9 Aset dedaunan dan awan yang akan digunakan

Untuk desain secara umum, penulis memiliki ide untuk menyertakan berbagai macam daun hijau untuk menunjukkan dekatnya pengunjung dengan lingkungan, dan bagaimana pengunjung perlu menyadari pentingnya menjaga lingkungan. Awan di dalam aset desain yang akan digunakan mendukung konsep ini dengan menandakan cuaca yang sempurna. Keberadaan awan yang tebal menunjukkan udara di sekitar tidak merupakan udara panas maupun dingin, namun suasana yang sejuk dan hangat.

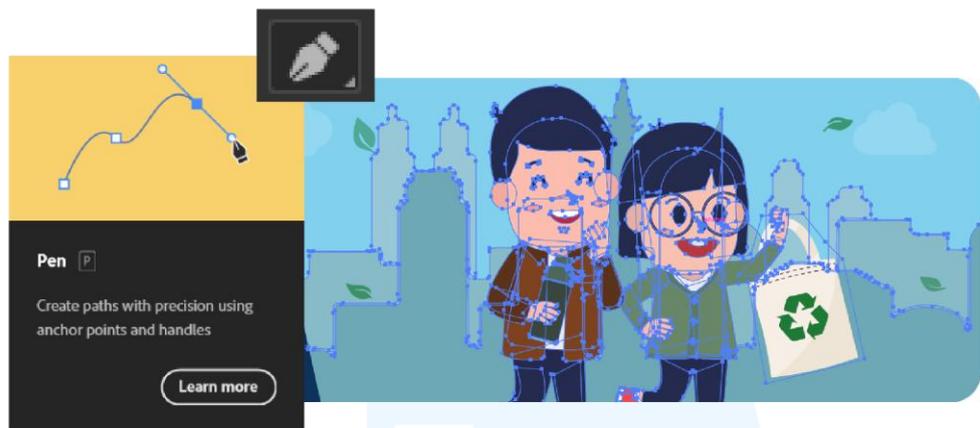
c. Digitalisasi

Untuk pengerjaan proyek ini, penulis menggunakan aplikasi *Adobe Illustrator* sebagai *software* utama dalam pembuatan karya desain. Penulis mulai membuat karya desain dengan menciptakan *artboard* untuk masing-masing hasil karya desain yang dibutuhkan. Bentuk dari setiap seksi *newsletter* yang dibuat bukan merupakan *rounded rectangle*, namun sebuah *Squircle*. Untuk membuat bentuk tersebut, penulis menggunakan *tool Rectangle*, *Ellipse*, dan *Scissor* untuk memotong dan menggabungkan bentuk.



Gambar 3.10 Membuat *Squircle* dan bentuk untuk *newsletter*.

Seksi *banner* pada *Newsletter* memiliki hasil akhir yang berbeda dengan yang lain, karena berbentuk GIF atau gambar yang bergerak dan berganti setiap detiknya. Untuk bagian ini, penulis menciptakan maskot sesuai dengan referensi yang diberikan, dan membuat latar belakang yang sesuai dengan referensi. *Tool* yang digunakan untuk pembuatan maskot dan *background* adalah *pen tool*.



Gambar 3.11 Pembuatan maskot dan *background* dengan *pen tool*

Dikarenakan bagian *Banner* akan dianimasikan melalui *Adobe After Effects*, setiap aset yang diciptakan perlu dipisah untuk dapat dilakukan animasi. Pemisahan aset ini dapat dilakukan menggunakan *window asset export* pada *Adobe Illustrator*, dengan memilih bagian yang ingin dikelompokkan dan menekan tombol 'plus' pada bagian bawah kanan *window* tersebut. Kemudian, setelah melakukan pembagian, penulis melakukan *export* dengan menekan tombol *export* dengan ukuran yang sesuai.



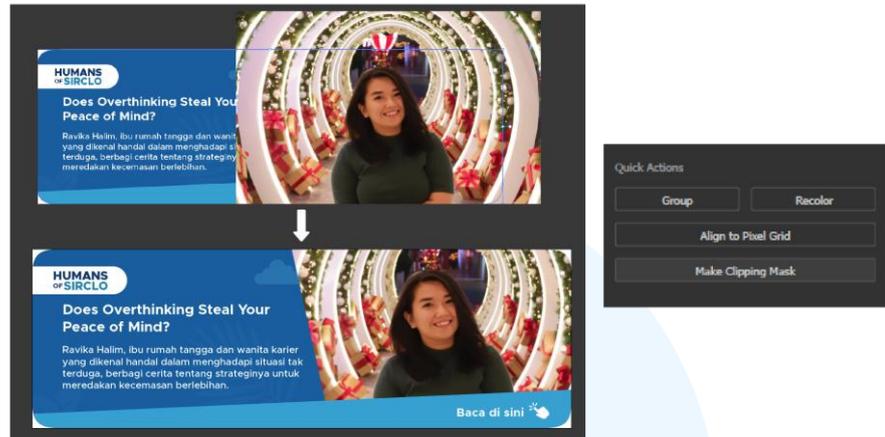
Gambar 3.12 Menggunakan *asset export* untuk pembagian aset

Sebelum melanjutkan animasi pada *banner*, penulis membuat desain untuk bagian lain dari *newsletter*, terutama pada seksi informasi prime, sekunder dan quiz / artikel. Ketiga seksi ini memiliki proses pembuatan yang serupa, dimana penulis menggunakan *pen tool* lagi untuk membagi bagian dari aset. Penulis juga menggunakan *icon* dan aset dari *freeicons.io* untuk menghias desain sesuai dengan tema.



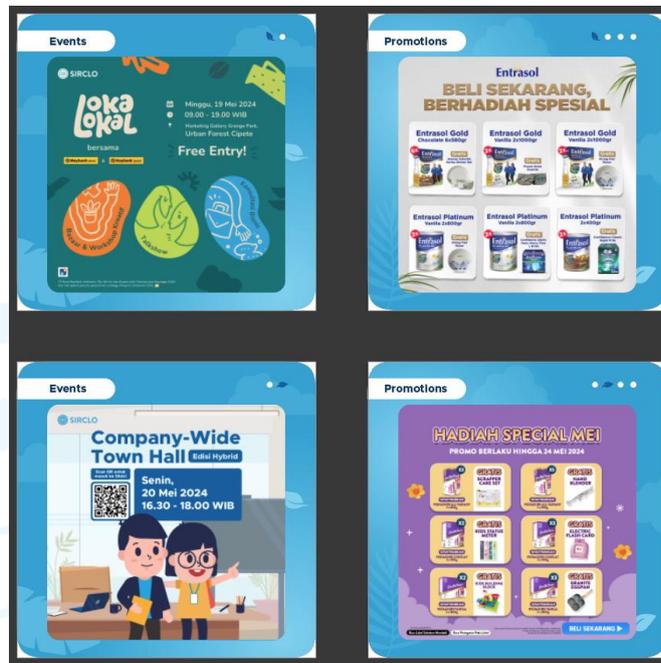
Gambar 3.13 *Pen tool* untuk dekorasi desain *newsletter*

Bagian gambar pada ketiga seksi tersebut juga dimasukkan ke dalam aplikasi untuk menghias bagian dari desain. Untuk meletakkan gambar pada posisi yang sesuai dan dengan potongan yang pas pada setiap bentuk desain, penulis menggunakan *masking*, dimana gambar yang diletakkan akan mengikuti bentuk dari *mask*. *Masking* dapat dilakukan dengan meletakkan bentuk di atas sebuah gambar, lalu menekan tombol "Ctrl + 7" atau dengan menekan *Mask* pada *window quick action* pada bagian *properties*.



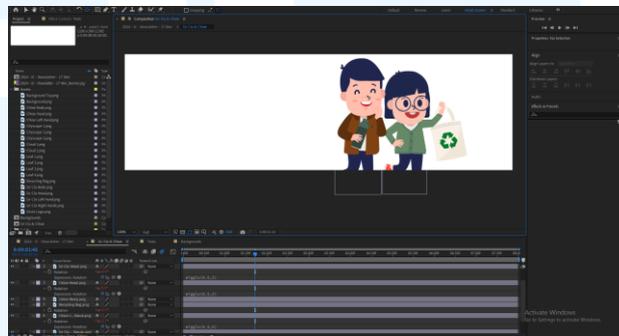
Gambar 3.14 Melakukan *masking* pada aset gambar

Untuk bagian *event* dan promosi, ukuran yang diminta sedikit berbeda dengan seksi lainnya, tetapi pembuatan dari kedua bagian ini sama seperti bagian lainnya. Namun, terkhususnya untuk promosi, penulis menciptakan 3 *artboard* yang sama dengan posisi “halaman” yang berbeda pada bagian atas kanan desain. Hal ini dikarenakan bagian promosi akan dibuatkan menjadi GIF.



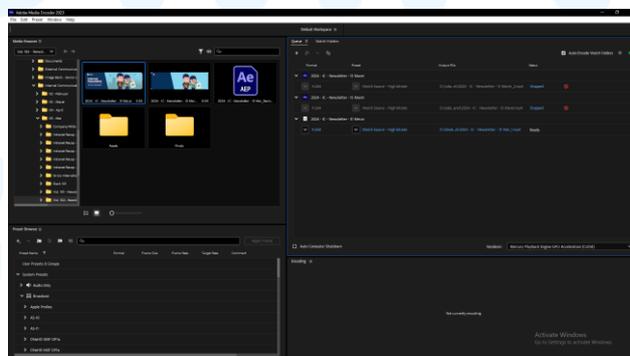
Gambar 3.15 Desain *Newsletter Events* dan *Promotions*

Dengan aset *banner* yang sebelumnya sudah di *export*, penulis melakukan import aset-aset tersebut ke dalam aplikasi *Adobe After Effects* untuk melakukan animasi. *Tools* yang digunakan pada aplikasi ini sebagian besar adalah *text*, *opacity* untuk mengatur transparansi obyek, *scale* untuk mengatur ukuran, *rotation* untuk melakukan rotasi pada bagian-bagian dari desain, *position* untuk mengubah posisi dari sebuah obyek, dan effect *gaussian blur* untuk pengaturan *blur* pada obyek tertentu untuk mensimulasikan jarak.



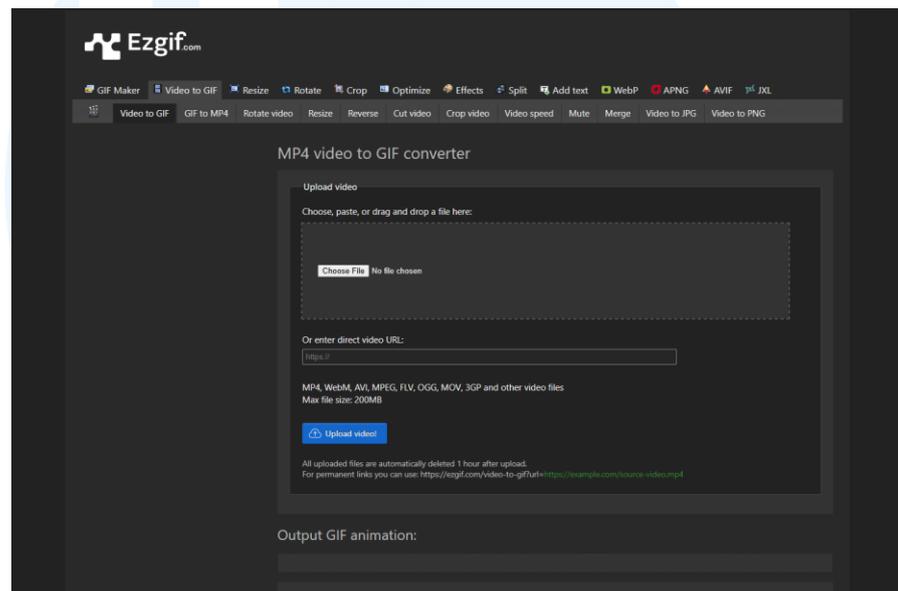
Gambar 3.16 Melakukan animasi dalam *Adobe After Effects*

Setelah menciptakan animasi yang memuaskan, penulis melakukan *export* menggunakan *Adobe Media Encoder*, dengan output animasi dalam bentuk MP4. Animasi yang dilakukan selama 15 detik, dikarenakan GIF tidak dapat berjalan dengan lancar jika durasi dari video yang dibuat melebihi 15 detik. Hasil dari video ini kemudian akan diubah menjadi GIF melalui *web converter*.



Gambar 3.17 Menggunakan *Adobe Media Encoder* untuk ekspor video

Konversi *online* yang digunakan untuk mengubah video dan gambar dari *banner* dan promosi menjadi sebuah GIF adalah EZGIF. EZGIF digunakan dengan cara mengunggah gambar atau video yang ingin dijadikan GIF ke dalam *web*, merubah beberapa pengaturan sesuai dengan kebutuhan, lalu melakukan konversi secara online dan dengan waktu yang singkat.



Gambar 3.18 Website EZGIF untuk konversi aset menjadi GIF

Setelah memiliki hasil akhir *banner* dan *promosi* dalam bentuk GIF, maka desain sudah siap untuk diberikan kepada PIC dan tim *internal communications* dan melalui tahapan revisi.

d. Revisi

Dua hari sebelum mempublikasikan karya desain yang telah dibuat, penulis menghadiri pertemuan bersama dengan PIC dan anggota tim *external communications* untuk membahas hasil karya yang telah diselesaikan. Dalam tahapan ini, PIC memberikan beberapa revisi yang harus dilakukan terhadap karya desain yang ada. Khususnya pada Newsletter Vol.101 yang dibuat, revisi desain terdapat hampir pada seluruh bagian dari desain.

Revisi pertama terdapat pada *banner* dari *newsletter* ini. Pada *brief*, dituliskan bahwa PIC menginginkan adanya sebuah mesin *bottle recycler* pada bagian latar belakang gambar. Namun, ketika aset tersebut dimasukkan ke dalam desain, *bottle recycler* tersebut memakan terlalu banyak tempat, dan sulit untuk dipahami kegunaannya tanpa dituliskan sebuah penjelasan. Oleh karena itu, *bottle recycler* pada latar belakang ditetapkan untuk dihapuskan.



Gambar 3.19 Revisi pada *banner* dari *Newsletter* Vol.101

Revisi kedua pada desain terdapat pada seksi *Learning Corner*. *Rating* pada buku yang direkomendasikan dibuat oleh penulis miring, mengikuti bentuk dari bentuk *newsletter*. Namun, tim *internal communications* menunjukkan kurangnya pilihan tersebut, dan meminta *rating* agar tetap tegak dan tidak miring. Karena itu, penulis perlu juga mengubah posisi dari *rating* dan *cover* buku.



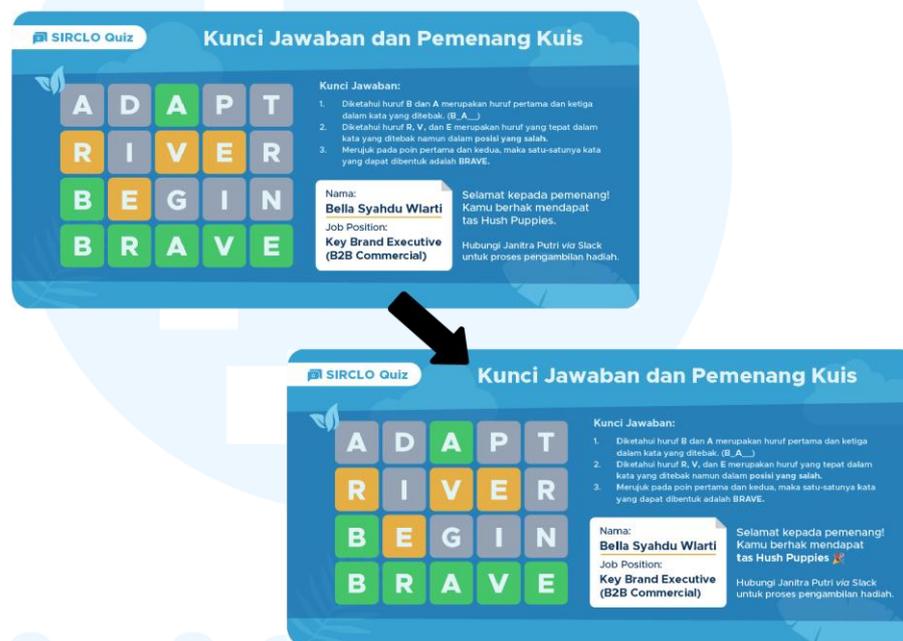
Gambar 3.20 Revisi pada *rating* dalam *learning corner*

Kemudian pada bagian *Humans of SIRCLO*, perubahan yang diminta untuk dilakukan terdapat pada gambar subyek pada bagian kanan desain. PIC menginginkan agar aset yang diberikan mencerminkan *branding* dan gaya desain yang digunakan dalam seri *Humans of SIRCLO* yang dibuat oleh tim *employer branding* (EB). Oleh karena itu, penulis perlu meminta aset dari tim EB dan memasukkannya ke dalam desain *newsletter*.



Gambar 3.21 Revisi pada gambar subyek di *Humans of SIRCLO*

Revisi terakhir, yaitu pada SIRCLO Quiz, merupakan revisi yang sangat minor dibandingkan revisi pada bagian lainnya. Pada bagian ini, penulis diminta untuk membuat teks pada hadiah untuk pemenang menjadi *bold*, serta menambahkan *emoji* selebrasi. Hal ini ditujukan untuk menekankan pembaca mengenai hadiah yang akan diterima, dan membantu proses pemberian hadiah.

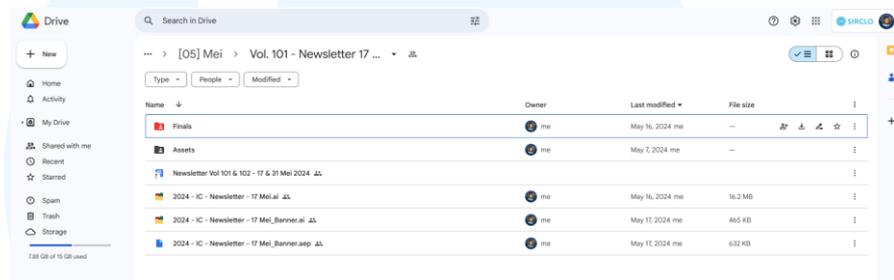


Gambar 3.22 Revisi pada *copy* SIRCLO Quiz

Setelah melakukan revisi pada seluruh desain *newsletter*, penulis mengirimkan hasil dari revisi ke dalam *Google Drive* yang sama dan memberikan notifikasi kepada tim *internal communications* untuk memeriksa dan menerima hasil akhir dari desain. Kemudian, tanpa adanya perubahan ataupun tambahan, tahapan yang dilakukan selanjutnya merupakan tahapan finalisasi.

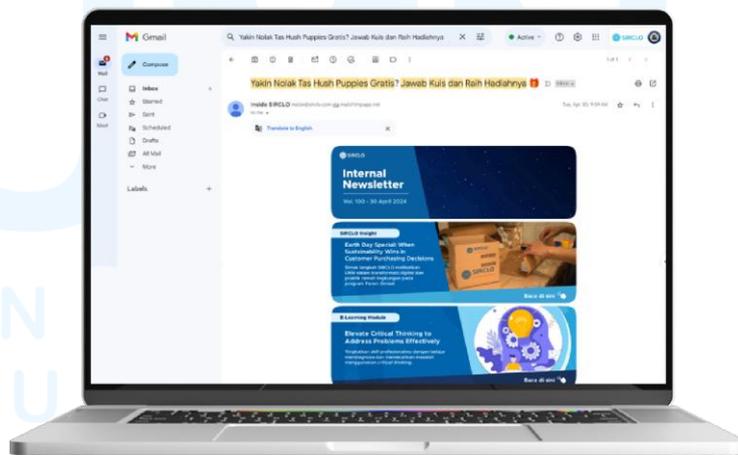
e. Finalisasi

Setelah mendapatkan *approval* dari tim *Internal Communications*, setiap hasil karya yang sudah difinalisasikan akan dikirimkan kembali ke dalam *Google Drive* milik perusahaan, dan mengirimkan *link* ke dalam *Notion* untuk memberikan notifikasi kepada tim yang bersangkutan mengenai progres pengerjaan.



Gambar 3.23 *Google Drive* hasil karya yang sudah difinalisasi

Hasil akhir dari *newsletter* ini kemudian di *Blast* oleh tim *Internal Communications* melalui email perusahaan kepada setiap anggota perusahaan *SIRCLO* menggunakan sistem *mailchimp*, yang membantu dalam pembuatan *schedule* untuk pengiriman email dan memeriksa analitik serta data pada jumlah pengunjung email.



Gambar 3.24 Hasil akhir desain pada email perusahaan

3.3.1.2 Office Collateral Idea Box

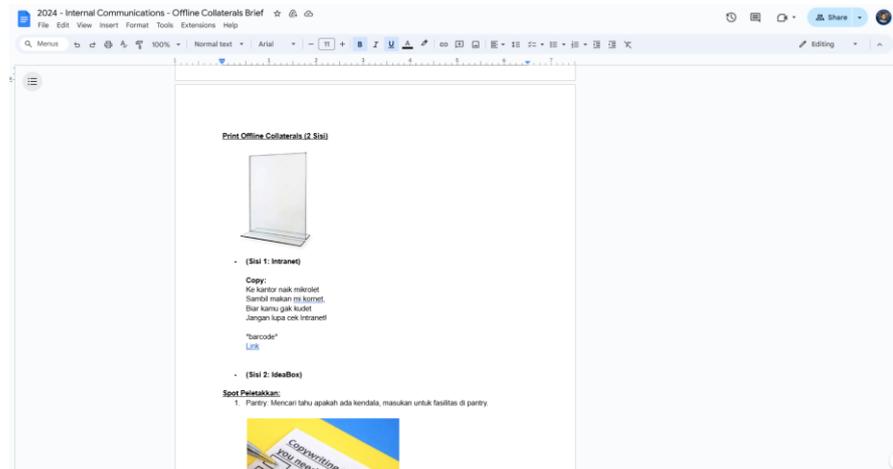
Idea Box merupakan sarana untuk pekerja atau karyawan SIRCLO untuk bertanya, berpendapat, dan memberikan masukan kepada manajemen SIRCLO agar dapat membuat lingkungan kerja yang ideal bagi setiap anggota perusahaan. Dalam proyek ini, tim *Internal Communications* ingin menciptakan sebuah desain kolateral dimana karya akan dicetak dan disebarakan pada tempat-tempat tertentu di kantor untuk mempromosikan *Idea Box* kepada karyawan.

a. Brief

Proyek desain kolateral *offline* yang direncanakan oleh tim *Internal Communications* menciptakan 4 karya desain yang berbeda-beda untuk diletakkan pada posisi kantor yang berbeda. Desain pertama merupakan bagian belakang dari desain kolateral yang akan dicetak dan dijadikan gambar utama pada setiap cetakan kolateral yang ada. Bagian belakang ini akan berisikan QR untuk mengakses situs internal SIRCLO. Kemudian, akan dibuat 3 variasi pada bagian depan desain yang memiliki QR untuk mengakses *Idea Box*. 3 variasi ini akan diletakkan masing-masing pada 3 lokasi yang berbeda:

- i. *Working Space* area kantor, tempat bekerja
- ii. *Office Pantry* pada meja pantry
- iii. Ruang Meeting dalam kantor

Brief proyek ini disediakan oleh rekan kerja yang menjadi PIC, dari tim *Internal Communications* melalui *Google Docs*. Di dalam *brief* ini, PIC memberikan *copy* tulisan yang akan dimasukkan ke dalam desain kolateral, dengan masing-masing satu gambar yang akan dijadikan referensi untuk desain. PIC juga menyertakan *link* dari QR yang akan digunakan di dalam desain pada *brief*.

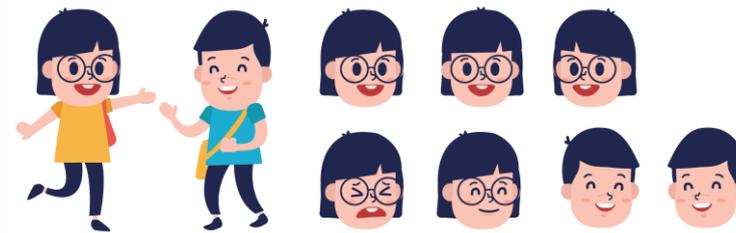


Gambar 3..25 Brief desain kolateral yang diberikan

Dalam bagian awal dokumen, PIC menunjukkan gambaran akhir penggunaan dari hasil karya desain kolateral; yakni akan diletakkan di dalam akrilik brosur yang kemudian disebarakan dalam lingkungan kantor. Satu hal yang tidak diberikan di dalam *brief* adalah QR untuk mengakses situs *Idea Box*, sehingga perlu menggunakan sebuah *placeholder* untuk sementara waktu.

b. Konsep

Desain kolateral yang akan dibuat diharapkan dapat memiliki sifat yang *timeless*, yakni tidak memerlukan perubahan untuk waktu yang relatif lama. Sifat *timeless* dapat dicapai dengan cara menggunakan maskot yang telah disediakan oleh tim *Branding* SIRCLO, yaitu Sir Clo dan Chloe. Maskot kedua karakter ini akan menggunakan pakaian dan peralatan kantor, dengan warna yang berbeda-beda untuk setiap desainnya. Dalam masing-masing desain, penulis memiliki rencana untuk menggunakan Sir Clo dan Chloe yang selalu bersama, untuk merekreasi lingkungan kantor.



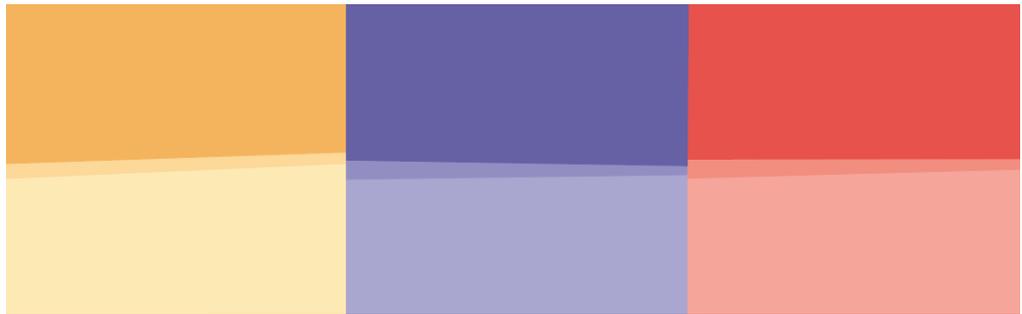
Gambar 3.26 Template maskot SIRCLO

Palet warna yang akan digunakan untuk proyek desain ini bukan merupakan palet warna dari *brand* SIRCLO, namun menggunakan palet warna *Employer Branding*. Hal ini dikarenakan palet warna yang dimiliki oleh *Employer Branding* memiliki pilihan warna yang lebih mencolok dan menarik perhatian untuk pekerja dalam kantor, dan lebih efektif dalam mencerminkan karakteristik dari *image* internal SIRCLO.



Gambar 3.27 Palet Warna *Employer Branding*

Latar belakang dari desain kolateral akan mencerminkan lokasi tempat kolateral desain tersebut akan diletakkan. Untuk mencapai cerminan yang dimaksud, penulis mengambil keputusan untuk menggunakan warna yang berbeda-beda dalam setiap variasi desain yang akan diciptakan. Masing-masing warna akan menunjukkan suasana dan situasi tempat desain kolateral tersebut akan dipasang, dengan warna *brand* SIRCLO sebagai sisi belakang.



Gambar 3.28 Pemilihan warna untuk desain kolateral

Warna yang penulis tentukan untuk desain bagian depan kolateral adalah warna kuning untuk *pantry*, warna ungu untuk *meeting room*, dan merah untuk *working space*. Warna-warna tersebut dipilih sebagai demikian karena memberikan makna dan arti psikologis yang sesuai. Berdasarkan makna psikologis warna yang diriset oleh Mahnke (1996), warna kuning memiliki makna sebagai terang, kebahagiaan, dan energi yang mencerminkan suasana di dalam *pantry*. Warna ungu berarti menenangkan, menyegarkan, kuat, dan dapat diandalkan, cocok digunakan dalam suasana *meeting*. Sedangkan, merah memiliki artian semangat, berani, dan bergairah, yang dapat meningkatkan produktivitas dalam *working space*.

Print Offline Collaterals (2 Sisi)



- (Sisi 1: Intranet)

Copy:
Ke kantor naik mikrolet
Sambil makan mi kornet.
Biar kamu gak kudet
Jangan lupa cek Intranet!

barcode
[Link](#)

Gambar 3.29 Referensi visual dan *copy* sisi belakang kolateral

Pada sisi belakang desain, PIC dari proyek tidak memberikan referensi atau permintaan khusus secara visual, melainkan hanya menyediakan *copy* teks yang akan digunakan. *Copy* yang dituliskan merupakan sebuah pantun ajakan untuk membuka situs internal SIRCLO. Selain teks tersebut, desain juga akan mencantumkan QR untuk mengakses situs internal perusahaan.

Spot Peletakkan:

1. Pantry: Mencari tahu apakah ada kendala, masukan untuk fasilitas di pantry.



Copy:

Ada masukan untuk fasilitas di pantry?
barcode
Sampaikan ke sini *yuk!*

Gambar 3.30 Referensi visual dan *copy* kolateral untuk *pantry*

Brief desain kemudian dilanjutkan dengan memberikan referensi desain dan *copy* untuk setiap desain dengan peletakkan yang berbeda-beda. Pada *spot* pertama, yaitu pada *Pantry*, *copy* yang ditentukan oleh PIC adalah “Ada masukan untuk fasilitas di pantry? Sampaikan ke sini *yuk!*” disertai dengan gambar kertas dengan *checkbox* yang sedang mencentang kotak ‘yes’.

2. Ruang Meeting: Mencari tahu apakah ada kendala, masukan untuk fasilitas di ruang meeting.



Copy: Fasilitas *meeting* aman semua? Kalau ada kendala atau saran, sampaikan ke sini *yuk!*
barcode

Gambar 3.31 Referensi visual dan *copy* kolateral untuk *meeting room*

Kemudian, dilanjutkan dengan brief untuk desain kolateral yang akan diletakkan dalam ruangan meeting, PIC memberikan gambar karyawan yang sedang menghadiri pertemuan pada ruang meeting untuk menjadi referensi desain pada kolateral. *Copy* yang diberikan oleh PIC adalah “Fasilitas *meeting* aman semua? Kalau ada kendala atau saran, sampaikan ke sini *yuk!*” Untuk setiap *spot* peletakkan desain kolateral ini, PIC ingin mencapai tujuan tertentu, yang ditulis pada bagian atas referensi desain, untuk bagian ini yaitu mencari tahu jika ada kendala dalam ruangan meetin dalam kantor.

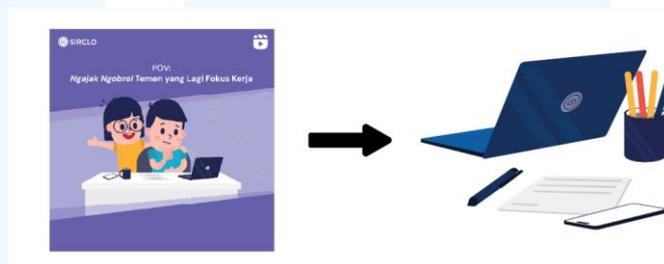
3. Area Kerja: Mencari tahu apakah ada masukan dan saran untuk SIRCLO yang semakin baik lagi.



Copy: Tercetus ide untuk membuat perusahaan semakin maju? Sampaikan masukanmu di sini!

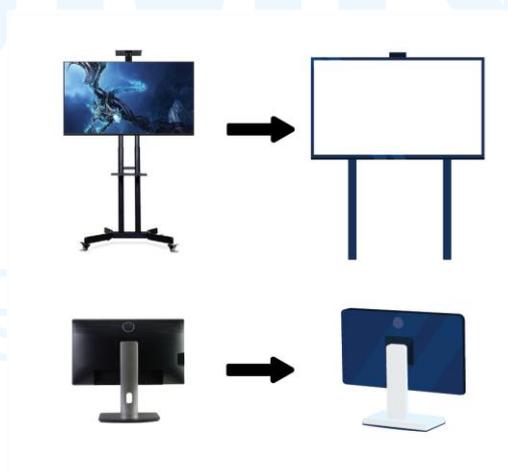
Gambar 3.32 Referensi visual dan *copy* kolateral untuk *working space*

Untuk desain kolateral pada *spot* ke-3, PIC ingin mencari masukan dan saran agar SIRCLO dapat menjadi lebih baik lagi. *Copy* yang akan digunakan pada desain ini adalah “Tercetus ide untuk membuat perusahaan semakin maju? Sampaikan masukanmu di sini!” dengan referensi gambar dua orang yang sedang memegang *icon* dan tersenyum melihatnya. PIC memiliki masukan untuk mengganti *icon* tersebut menjadi QR untuk mengakses *Idea Box*.



Gambar 3. 33 Referensi dari karya lampau *employer branding*

Selain daripada itu, property yang akan diciptakan dan digunakan dalam karya desain akan menyerupai lingkungan kantor pada umumnya, agar dapat mempertahankan relevansi desain terhadap suasana kantor. Desain property yang diciptakan sendiri diambil dari berbagai referensi dan sumber. Penulis menggunakan karya lampau dari *Employer Branding* dan beberapa obyek nyata dari *internet* untuk dijadikan referensi desain properti.



Gambar 3.34 Referensi dari foto yang terdapat di internet

c. Digitalisasi

Hal paling utama yang perlu diciptakan untuk proyek ini adalah maskot dari SIRCLO, Sir Clo dan Chloe. Pembuatan maskot dilakukan menggunakan *Pen Tool* pada *Adobe Illustrator*, dengan memodifikasi aset yang sudah disediakan. Modifikasi yang dilakukan mencakup perubahan pada ekspresi wajah, perlengkapan atau aksesoris, pose tubuh, dan yang terutama, pakaian yang dikenakan. Perubahan lainnya seperti rambut, hidung, mulut, dan telinga sebaik mungkin dihindari agar tidak merubah karakteristik maskot. Begitu pula dengan pemilihan warna rambut, kulit, dan mata.



Gambar 3.35 Penggunaan pen tool untuk membuat maskot

Modifikasi maskot ini dilakukan oleh penulis dengan menggunakan *pen tool* yang tersedia dalam *Adobe Illustrator*. Penulis menimpa baju yang dikenakan oleh *template* maskot dengan baju yang sudah dibuat sesuai dengan tema dan konsep yang sudah ditentukan. Perubahan pose tubuh dilakukan dengan memainkan rotasi dan ukuran dari bagian tubuh Sir Clo dan Chloe. Sedangkan, ekspresi wajah yang berbeda-beda dilakukan dengan menukar aset kepala yang sudah disediakan pada *template* yang diberikan oleh tim *Creative*.



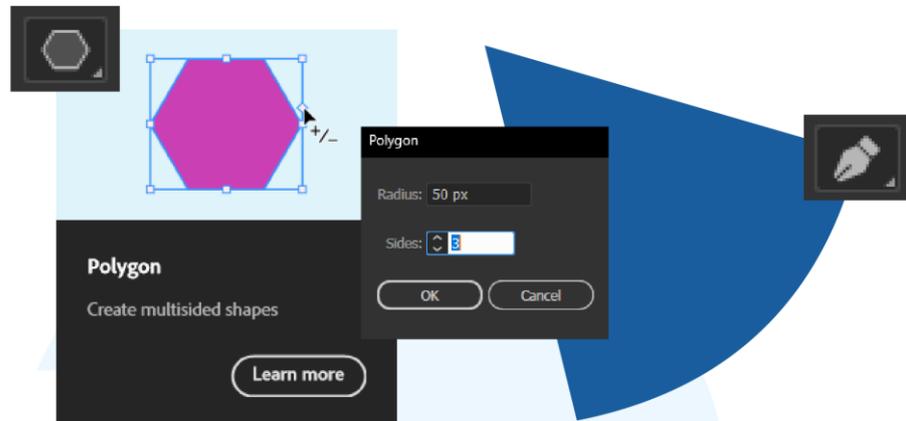
Gambar 3.36 Maskot yang diciptakan untuk desain kolateral

Setelah memiliki mascot Sir Clo dan Chloe untuk masing-masing variasi desain kolateral, tahapan selanjutnya yang dilakukan penulis adalah menciptakan desain latar belakang. Untuk bagian logo pada latar belakang desain, penulis menggunakan aset yang sudah diberikan oleh tim *Branding* SIRCLO dan menempelkannya ke dalam desain. Pada bagian latarnya sendiri, *tool* yang digunakan adalah *Rectangle tool* untuk membuat persegi panjang yang kemudian titik sudutnya dapat digerakan sesuai dengan kebutuhan.



Gambar 3.37 Background desain kolateral sisi depan

Pada bagian sinar atau ‘cahaya’ di bagian belakang latar, penulis mengawali dengan menggunakan *polygon tool* dan mencantumkan ‘3’ pada bagian *sides* untuk menciptakan sebuah segitika. Lalu, untuk menciptakan lengkungan pada salah satu bagian segitiga, penulis menggunakan *pen tool* dan menekan tombol *alt* pada *keyboard* pada saat menarik salah satu garis dari segitiga tersebut.



Gambar 3.38 Menggunakan *polygon* dan *pen tool* bersamaan

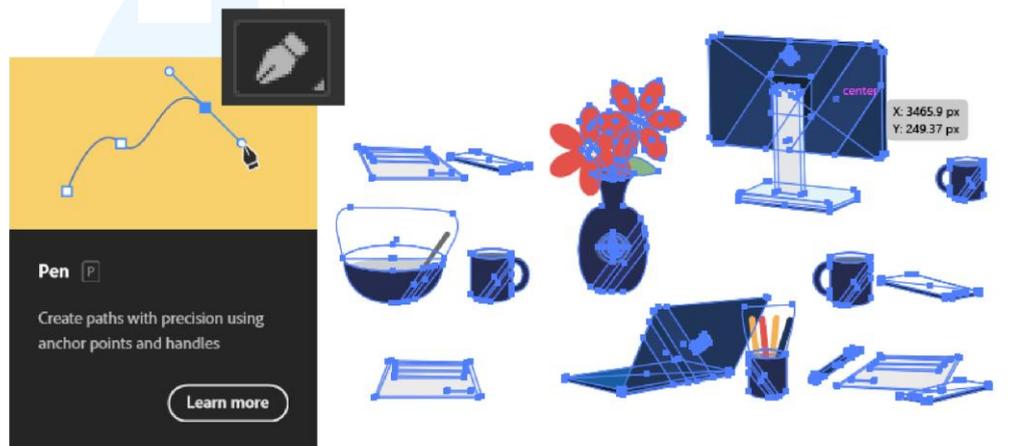
Agar terlihat seperti sinar yang datang dari satu titik, obyek segitiga tersebut diberikan efek *Transform* yang dapat diakses dalam menu efek. Dalam menu efek ini, perlu diubah bagian '*Angle*', '*Copies*' sesuai dengan jumlah 'sinar' yang ingin dihasilkan, dan mengubah *Pivot* pada bagian sudut terkecil segitiga. Hasilnya adalah sebuah efek Cahaya yang memancar dari suatu titik tengah.



Gambar 3.39 Pembuatan sinar menggunakan *transform effect*

Dengan latar dan maskot yang sudah lengkap, satu hal yang kurang hanyalah properti yang perlu dibuat untuk dapat menarik perhatian dan membuat desain menjadi relevan. Menyesuaikan

dengan referensi yang telah dikumpulkan, penulis hanya perlu melakukan *tracing* menggunakan *pen tool* untuk membuat properti yang dibutuhkan. Pewarnaan yang digunakan masih dengan palet warna yang sama, dengan penambahan logo SIRCLO pada beberapa bagian dari properti yang diciptakan.



Gambar 3.40 Pembuatan vektor properti dengan *pen tool*

Langkah terakhir pada pengerjaan karya untuk proyek ini adalah menggabungkan semua aset yang sudah dibuatkan menjadi satu komposisi yang komplit. Proyek kolateral ini kemudian siap untuk dikirimkan dan melalui tahapan revisi.



Gambar 3.41 Desain Office Collateral sebelum revisi

d. Revisi

Dalam tahapan revisi pada proyek ini, penulis mengirimkan hasil desain proyek kolateral ini dalam *Google Drive* dan mencantumkan *link* ke dalam *Notion* seperti pada biasanya. Namun, sebagai tambahan, penulis juga mengirimkan hasil desain melalui *channel* tempat komunikasi anggota tim *Internal Communications*. Di dalam *channel* ini, tim *Internal Communications* membahas bersama mengenai desain yang telah dibuat, dan memberikan revisi desain.



Gambar 3.42 Channel ruang chat *Internal Communications*

Revisi yang diberikan pada desain ini bersifat minor dan tidak rumit. Salah satu hal yang perlu ditambahkan adalah sebuah *link* tambahan pada bagian bawah desain untuk mengakomodasi karyawan yang memiliki kesulitan, baik dari perangkat ataupun waktu, untuk melakukan *scanning* QR yang tertera. *Link* tersebut bersifat sebagai akses sekunder karyawan untuk dapat mengakses situs SIRCLO. Selain daripada itu, QR code yang sebelumnya masih menggunakan *placeholder* diubah menjadi QR yang sebenarnya.



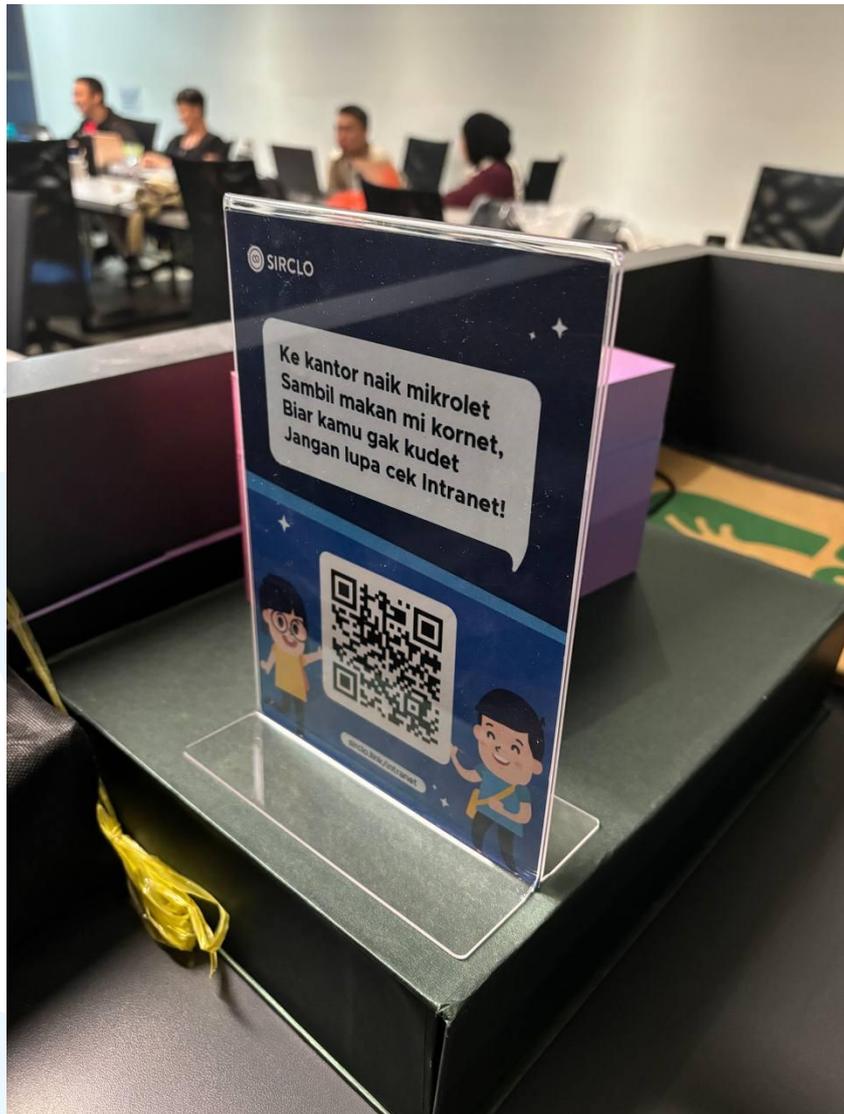
Gambar 3.43 Revisi minor desain kolateral

e. Finalisasi

Seperti yang dilakukan pada setiap proyek *Multimedia Communications*, finalisasi desain dilakukan dengan mengirim hasil karya desain ke dalam *Google Drive* dan mencantumkan *link drive* tersebut ke dalam *Notion*. Untuk penerapan karya, sebagai *Multimedia Communications*, penulis tidak memiliki peranan aktif. Namun, penulis diberikan kesempatan untuk memberikan bantuan kepada tim *Internal Communications* dalam meletakkan hasil kolateral yang telah dicetak pada lingkungan kantor, di lokasi yang sudah ditentukan.



Gambar 3.44 Hasil sisi depan ketiga variasi desain kolateral



Gambar 3.45 Hasil desain kolateral sisi belakang

Setelah tim *Internal Communications* menyelesaikan pencetakan karya desain yang telah dibuat dan mempersiapkan akrilik untuk menaruh cetakan, penulis bertemu dengan PIC proyek untuk membantu dalam pemasangan cetakan desain ke dalam akrilik. Lalu, seperti yang sudah direncanakan, desain kolateral diletakkan pada tempat-tempat yang ditentukan; *working space*, *pantry*, dan *meeting room*. Jumlah kolateral yang disebar dalam kantor adalah sebanyak 14 cetakan depan dan belakang.

3.3.1.3 Insights Article Website

Insights article adalah artikel yang diunggah oleh tim *External Communications* setiap bulan dalam *website* SIRCLO. Artikel *Insights* merupakan artikel yang bersifat edukatif, untuk memberikan pengetahuan baru kepada pembaca. Setiap artikel yang dibuat mengikuti sebuah tema, yang memiliki signifikansi dengan aktifitas, selebrasi, atau perayaan pada bulan yang sama. Tujuan utama *Insights Article* adalah untuk menampilkan kepada pihak eksternal kontribusi yang diberikan SIRCLO kepada publik, baik menggunakan data statistik, ataupun kegiatan yang diselenggara, sehingga membangun ketertarikan untuk berpartisipasi atau bekerja sama dengan perusahaan. Pada bulan April 2024, penulis bertanggung jawab untuk menciptakan aset-aset visual yang akan digunakan dalam *Insights Article* bertemakan Hari Bumi, dikarenakan *Earth Day 2024* yang jatuh pada tanggal 24 April 2024.

a. Brief

Sama seperti *Bi-Weekly Newsletter*, *Insights Article* memiliki tema yang menyesuaikan dengan satu perayaan atau aktivitas yang terjadi di bulan yang sama. Pada akhiran setiap artikel, selalu terdapat suatu macam ajakan atau persuasi kepada pembaca untuk aktif melakukan sebuah aksi; baik berpartisipasi dalam sebuah kegiatan sosial tertentu, ataupun menggunakan produk dan jasa yang disediakan oleh perusahaan.

Insights Article merupakan proyek yang ditanggung jawabkan oleh tim *External Communications*, sehingga PIC yang bertanggung jawab atas penulisan dan penunggahan artikel *Insights* adalah anggota dari tim tersebut. *Brief* dari *Insights Article* diberikan dalam bentuk *Google Docs* yang dibagikan kepada penulis melalui *Notion*. Namun, Dikarenakan keterbiasaan tim *External Communications* untuk membahas *brief* secara lisan, penulis

mengikuti *meeting* bersama. Terkadang, penyampaian informasi lisan dapat menjadi lebih efektif dibandingkan tulisan, karena komunikasi yang dilakukan bersifat dua arah, sehingga mengurangi risiko terjadinya miskomunikasi atau misinformasi.

Earth Day Special: When Sustainability Wins in Customer Purchasing Decisions

Preview Thumbnail

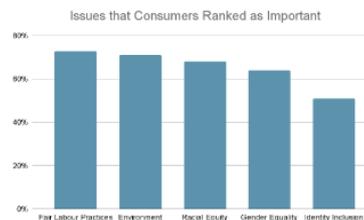
Consumers are becoming more aware of the environmental impacts of their choices and are seeking sustainable alternatives. In response, companies are offering sustainable options, sustainability strategies, and highlighting their environmental efforts in marketing campaigns.

[Photo Thumbnail](#)

In response to shifting consumer preferences, businesses have begun to consider factors beyond mere profitability, such as their social contributions, including the values they embody as companies. These changes lead us to an important question:

What values trigger consumers to use a product or service?

Diversity, equality, inclusion, and environmental concerns are among the most significant values deemed by consumers.¹ In parallel, the emergence of green, eco-friendly, and recyclable products has been noticeable in recent years. Driven by both regulatory reforms and a change in consumer attitudes towards sustainability, many environmentally-friendly products have been introduced to the market. Additionally, brands have also begun adopting sustainable business strategies as a means to capture the attention of consumers.



Source: Survey Monkey, 2021.

Gambar 3.46 *Brief* desain yang terintegrasi dalam *copy* artikel

Brief aset visual yang diberikan kepada *Multimedia Communications* secara bersamaan juga merupakan *brief copy* artikel yang akan di unggah ke dalam situs SIRCLO. Sehingga, semua pihak dari *External* dan *Multimedia Communications* dapat berkontribusi dalam pembuatan artikel maupun visual artikel. *Brief* itu sendiri dapat berbentuk berbagai macam, pada gambar 3.24, karena terdapat tabel data, maka desain yang perlu dibuat lebih kurang mengikuti tabel yang sudah tersedia, dengan perubahan yang tidak kompleks.



Source: SIRCLO, 2024.

Gambar 3.47 Foto dokumentasi pada *brief* artikel

Terkadang, PIC dari proyek akan melampirkan foto dokumentasi untuk kegiatan tertentu yang diikuti atau diselenggara oleh pihak SIRCLO. Ketika ada hal seperti ini, jika tidak ada tambahan permintaan dari PIC baik melalui lisan atau tulisan untuk mengedit atau mengubah foto, maka penulis tidak perlu melakukan apapun terhadap aset yang terlampir. Hal ini dikarenakan foto terlampir akan diunggah ke dalam *website* dalam kondisi tersebut.

b. Konsep

Warna palet yang digunakan untuk proyek ini menggunakan warna dasar dari SIRCLO, dikarenakan setiap aset atau desain yang dirilis oleh *group* perlu menggunakan identitas SIRCLO yang sudah ditentukan, agar pengunjung situs mudah mengenal bahwa artikel yang dibaca diproduksi oleh tim SIRCLO.



Gambar 3.48 Palet warna *brand* SIRCLO

Warna palet dari SIRCLO merupakan sebuah paket monokromatik yang terdiri dari 7 warna biru dengan *shade* dan saturasi yang berbeda. Warna utama SIRCLO, SIRCLO *blue* merupakan basis dari palet ini, dengan 6 warna komplementer lain.

Initiatives to Cater to Eco-Conscious Consumers

ICON	ICON	ICON	ICON
Providing Services for Consumers in Waste Recycling	Substituting Plastic with Eco-Friendly Materials	Offering Promotional Discounts for Bringing Their Own Containers	Promoting Sustainability Awareness through Community Education as CSR

Source: Waste4Change at SWIFT Hub's Panen Omset, 2024.

Furthermore, around 46.4% of young people prefer to collect their empty product packaging for recycling.⁵ Offering waste management services for consumers to help them recycle has become a popular strategy particularly targeted to young millennials and Generation Z who are increasingly vocal about their needs and preferences.

Gambar 3.49 Brief visual menggunakan *icon*

Jika terdapat aset visual yang dibutuhkan untuk menekankan poin-poin pembahasan artikel, maka *brief* visual akan memuat tabel *copy* dengan kode “ICON” di atasnya yang menandakan bahwa perlu diberikan *icon* pada visual tersebut. Sebagian besar aset visual yang digunakan memiliki judul kecil di bagian atas dan pencantuman

sumber di bagian bawah. Sehingga, sebuah judul dan sumber merupakan awalan dan akhiran yang sering digunakan pada *brief* seperti ini untuk menandakan bagian yang membutuhkan visual.

Big companies have more influence in reducing waste and shaping consumer's behaviours through their products, as demonstrated by one of SIRCLO's clients; **Kiehl's**.

Kiehl's Mission towards Circularity

ICON	ICON	ICON
Respect Resources	Design Out Waste	Empower Community
Kiehl's first mission is to formulate their product using sourcing and manufacturing processes that prioritise conserving resources, minimising waste, and ensuring that key natural resources are replenished, healthy, and thriving.	Eliminating single-use virgin plastic and replacing them with bottles or jars that are reusable and refillable is one of Kiehl's goals, while making sure that the packaging is made of recycled materials, making it easier for customers to dispose of their waste.	Big things start small—Kiehl's effort as their corporate social responsibility is to inspire the global community by encouraging them to take action through community service and providing education focused on sustainability.

Source: Kiehl's, 2024.

As a global skincare brand, Kiehl's has pledged to embrace circularity by respecting resources, designing out waste, and empowering communities. They have formulated products using sourcing and manufacturing methods that conserve resources and minimise waste.

An initiative carried out by Kiehl's includes eliminating single-use virgin plastic by packaging their formulas in reusable, refillable, or recycled materials to facilitate responsible disposal. Their "Refill Movement" invites consumers to purchase refill packaging to reduce plastic and glass waste from their normal packaging.

Gambar 3.50 Brief visual *icon* dengan penjelasan

Selain aset yang menegaskan poin pembahasan pada artikel, terkadang, dibutuhkan juga aset yang juga menjelaskan poin-poin yang sedang dikupas. Variasi ini tidak hanya berguna untuk menarik perhatian pembaca ketika menelusuri artikel, namun mempermudah pemahaman pembaca dalam mengerti artikel yang sedang ditelusuri. Perlu dicatat bahwa 'ICON' pada *brief* visual tidak eksklusif hanya memperbolehkan gambar *icon*. Penggunaan foto *stock* dan aset foto dari *data bank* perusahaan juga diperbolehkan untuk digunakan. Penulis diberikan kebebasan untuk menciptakan suatu visual yang menarik tetapi juga bersifat informatif bagi pengunjung situs.

An initiative carried out by Kiehl's includes eliminating single-use virgin plastic by packaging their formulas in reusable, refillable, or recycled materials to facilitate responsible disposal. Their "Refill Movement" invites consumers to purchase refill packaging to reduce plastic and glass waste from their normal packaging.



Parting Words

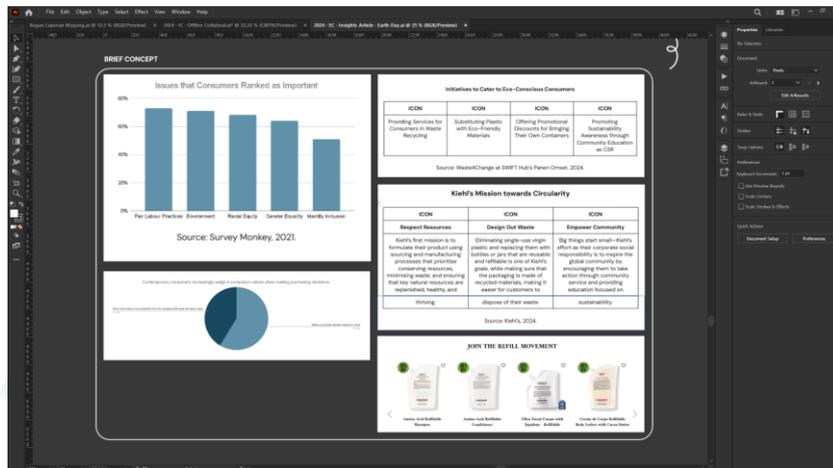
It has become more and more important for brands to offer environmentally-friendly products and initiatives that support sustainability. Although current attention to sustainability is primarily driven by consumers preferences, it also blows a fresh breeze for companies to renew their value and mission.

Gambar 3.51 Brief visual *screenshot* dari *web* sumber

Dalam artikel Hari Bumi ini, visual pendukung yang dipilih untuk mengajak pembaca aktif dalam menjaga lingkungan adalah “*Join the Refill Movement*” yang diinisiasi oleh salah satu *brand* partner dari SIRCLO. Dalam *brief* visual, tidak diberikan penjelasan lebih lanjut mengenai kebutuhan visual tersebut. Sehingga, penulis perlu berkomunikasi lebih lanjut dengan PIC *Insights Article* untuk memastikan apa yang dibutuhkan, komunikasi tersebut dilakukan melalui *brief meeting* dengan *External Communications*. Hasil dari komunikasi tersebut adalah kebutuhan untuk merekreasi atau membuat ulang visual yang sudah ada menjadi lebih sederhana.

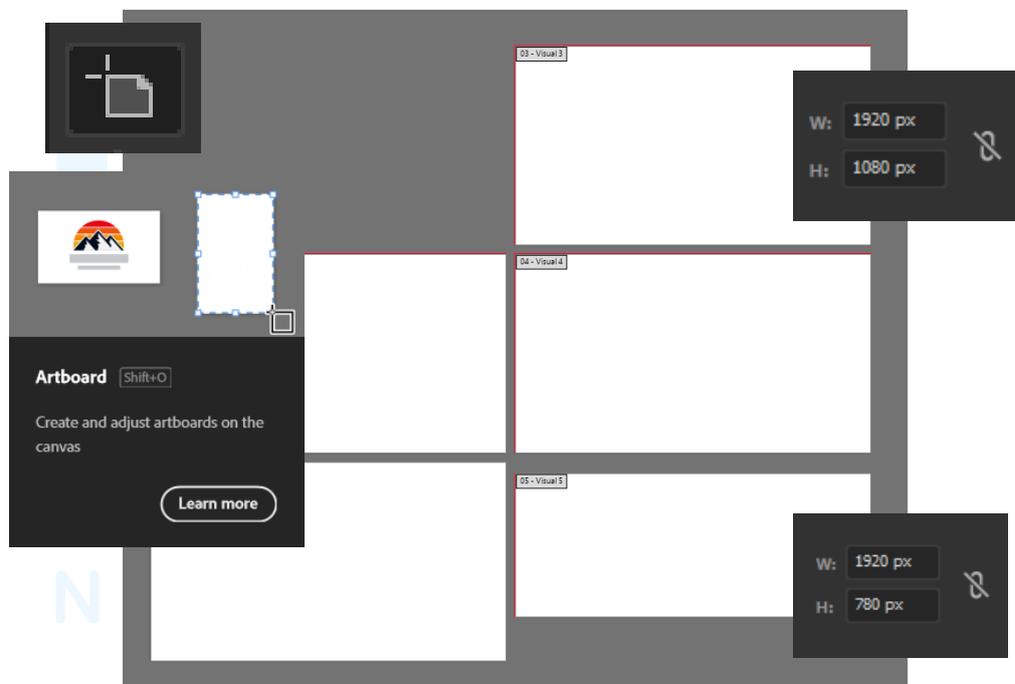
c. Digitalisasi

Digitalisasi karya proyek ini dilakukan menggunakan aplikasi *Adobe Illustrator* seperti yang biasa digunakan. Hal pertama yang dilakukan oleh penulis adalah meletakkan setiap gambar referensi dan palet warna yang akan digunakan untuk membuat karya desain dalam *working area* pada proyek.



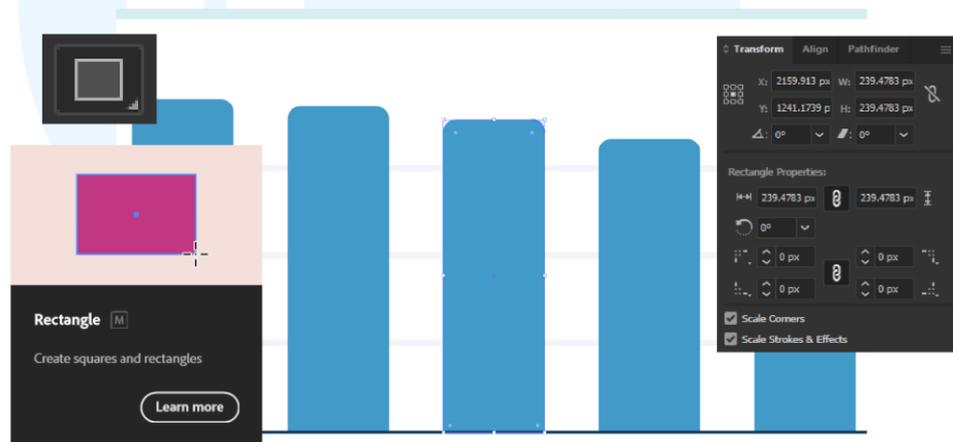
Gambar 3.52 Referensi yang diletakkan dalam file Adobe Illustrator

Penulis menggunakan *Artboard* tool pada *Adobe Illustrator* untuk membuat 5 *artboard* dengan ukuran yang berbeda-beda. Setiap *artboard* akan menghasilkan satu aset desain yang akan digunakan dalam artikel. Ukuran dari *artboard* yang dibuat diperlukan untuk memiliki lebar sekecil-kecilnya 1920 *pixels*, dengan tinggi minimum sepanjang 780 *pixels*, dan maksimum sepanjang 1080 *pixels*.



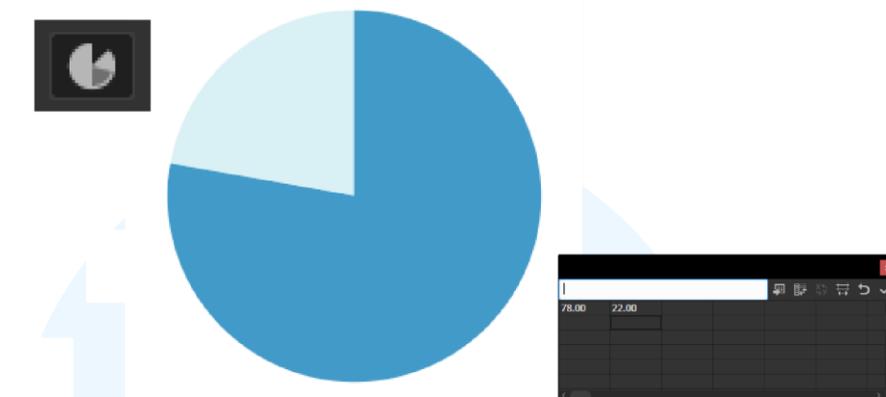
Gambar 3.53 Artboard untuk desain aset artikel

Kemudian, dalam pembuatan grafik, terutama pada *bar graph*, penulis menggunakan alat *Rectangle Tool* untuk membuat persegi pada setiap *bar*, garis *grid* yang terletak di balik *bar*, dan pada latar belakang dari desain aset. Kemudian, untuk membuat sudut yang bulat, penulis menarik lingkaran yang terdapat pada setiap sudut persegi panjang dan mengubah radius sudut secara individu, membentuk lengkungan sesuai dengan yang diinginkan. Untuk melakukan perubahan detail, penulis mengubah radius menggunakan *Properties* yang terdapat pada jendela *Transform* di *Illustrator*.



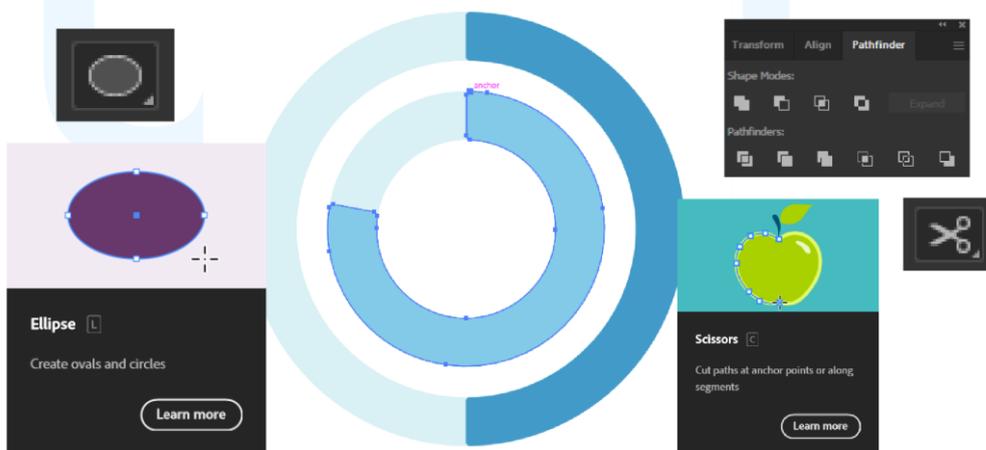
Gambar 3.54 Penggunaan *rectangle* tool untuk membuat *bar chart*

Untuk membuat *pie chart*, hal pertama yang dilakukan oleh penulis adalah menggunakan *pie graph tool* untuk menciptakan lingkaran dengan data. Kemudian, data pada tabel milik *pie graph* tersebut diubah sesuai dengan data yang dimiliki. *Pie graph* yang sudah jadi akan dijadikan referensi untuk membuat *pie chart* yang dapat dimodifikasi dengan lebih bebas.



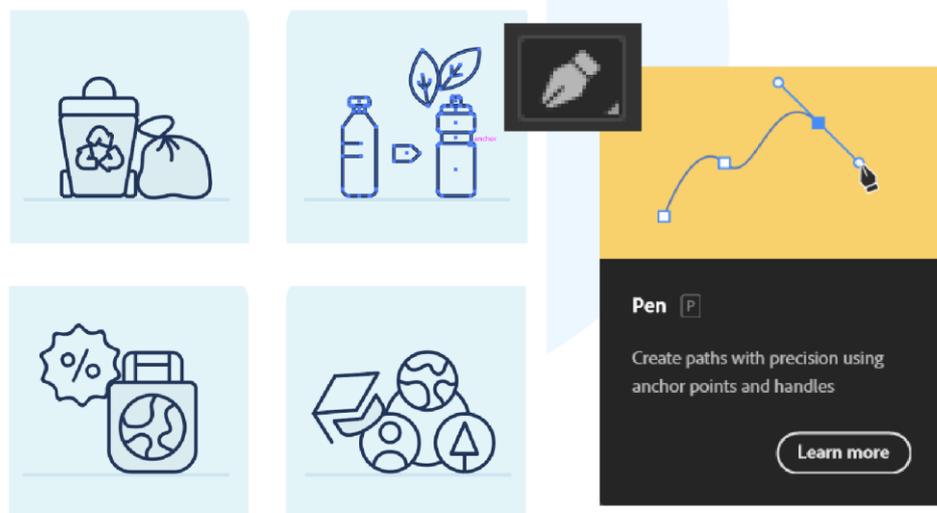
Gambar 3.55 Pie chart tool digunakan untuk membuat pie chart

Melanjutkan pembuatan *pie chart*, penulis menggunakan *ellipse tool* untuk membuat lingkaran, menyimpannya dengan lingkaran lain, dan menggunakan *pathfinder* untuk menciptakan lingkaran dengan pusat yang kosong. Teknik ini dilakukan beberapa kali hingga mendapatkan jumlah lingkaran yang sesuai. Lalu, untuk menciptakan *filling* yang membedakan data persentasi, penulis menggunakan *scissors tool* untuk memotong beberapa bagian dan menghasilkan visual sesuai seperti yang diinginkan.



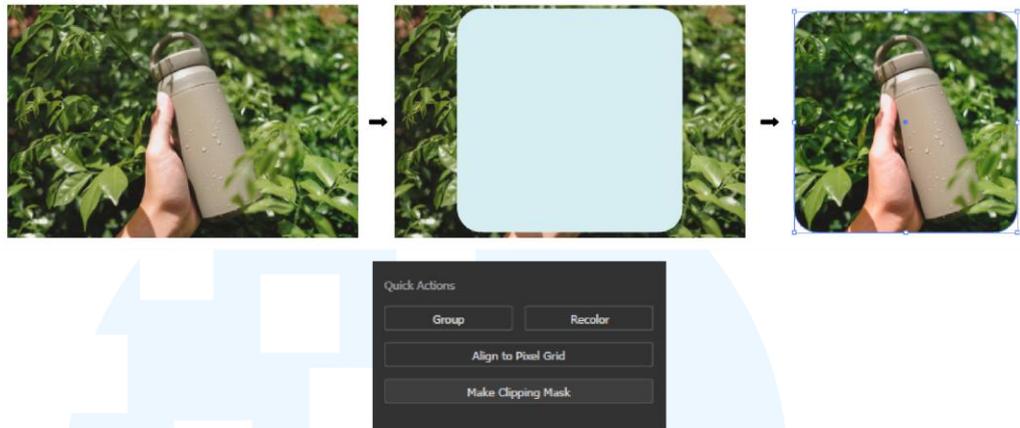
Gambar 3.56 Penggunaan ellipse dan scissor tool

Pada visual ke-3 dari proyek artikel *Insights* ini, penulis menggunakan *icon* untuk dapat memperjelas lebih lanjut poin-poin pembahasan yang sedang dibawakan dalam artikel. *Icon-icon* tersebut diciptakan dengan menggunakan *pen tool* pada *Adobe Illustrator* dan melakukan *tracing* terhadap *icon* dengan lisensi gratis dari internet, sebagian besar diambil dari situs *freeicons.io*. Namun, untuk menyesuaikan kebutuhan dan *tone* dari visual SIRCLO, dilakukan modifikasi secara signifikan.



Gambar 3.57 Menggunakan *pen tool* untuk membuat *icons*

Sedangkan, untuk visual ke-4, walaupun masih memiliki tujuan yang sama dengan visual sebelumnya, penulis memutuskan untuk menggunakan *stock photos*. Foto-foto stok tersebut diambil dari situs *freepik* dan *shutterstock*, kemudian dimasukkan kedalam *Adobe Illustrator*. Untuk menciptakan lengkungan pada sudut gambar, digunakan *rectangle tool* yang sudutnya sudah dibulatkannya. Lalu, persegi tersebut dijadikan *mask* untuk gambar yang digunakan, dengan menggunakan *shortcut* 'Ctrl + 7' atau *make clipping mask*.



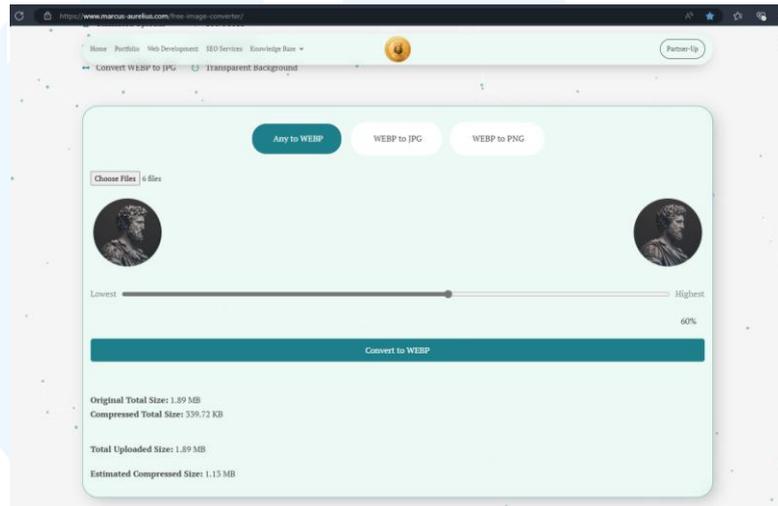
Gambar 3.58 Melakukan *masking* pada aset *stock photo*

Kemudian pada visual terakhir, penulis hanya perlu melakukan pembuatan ulang desain yang sudah ada, sehingga hanya menggunakan *tool* yang sebelumnya sudah digunakan untuk menimpa aset dari gambar yang akan didesain ulang. Perubahan yang dilakukan hanya pada bagian-bagian tertentu



Gambar 3.59 Membuat ulang desain dari referensi yang ada

Tetapi, karena aset visual akan diunggah ke dalam situs web, untuk menghemat ukuran *file* dan menyediakan pengalaman terbaik bagi pengunjung, format aset perlu diubah menjadi WebP. Begitu juga dengan foto pada *brief* yang tidak diedit. Konversi ini dilakukan dengan menggunakan situs konversi *marcus-aurelius*.



Gambar 3.60 Penggunaan *website* konversi online oleh *marcus-aurelius*

Dengan begitu, setiap desain pada visual artikel *Insights* siap dikirimkan kepada PIC dan *supervisor*, dan melalui tahap revisi. Pengiriman desain dikirimkan ke dalam *Google Drive* perusahaan dan dicantumkan ke dalam *Notion* proyek yang sudah terdedikasi.

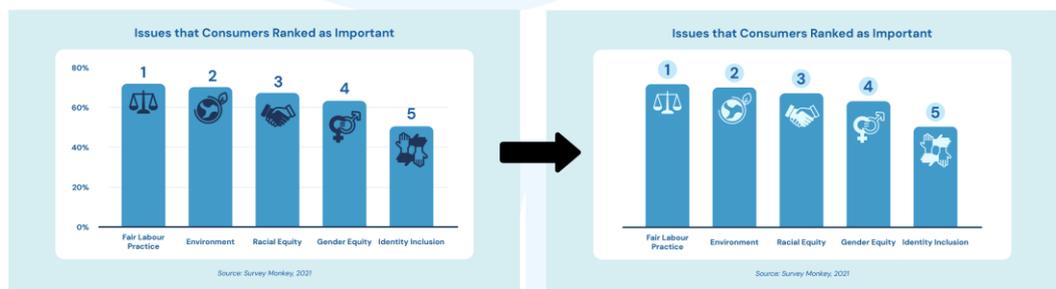
d. Revisi

Khusus pada proyek *Insights Article* edisi Hari Bumi ini, revisi yang diterima tidak berjumlah besar. Sebagian besar perubahan yang perlu dilakukan hanya terdapat pada *icon* yang ditulis serta beberapa ukuran dan warna dari *icon* atau tulisan pada karya desain. Revisi pertama yang penulis perlu perbaiki terdapat pada *bar graph* visual pertama; dimana *background* dari grafik tersebut perlu dibuat lebih sederhana dan tanpa terdapat garis *grid*. Hal ini bertujuan untuk mengurangi distraksi yang dihasilkan.



Gambar 3.61 Revisi penambahan *icon* pada *bar chart*

Selain itu, PIC dan *supervisor* dari penulis menyarankan untuk menambahkan *icon* pada setiap *bar* di grafik tersebut. Hal ini dapat mempermudah pembaca dalam memahami konteks yang diberikan ketika sedang memahami grafik yang ditunjukkan. *Icon* pertama kali dibuat dengan warna yang gelap untuk mengkontras *background* dan warna grafik yang cenderung terang. Namun, masukan dari PIC dan *supervisor* menyarankan untuk menggunakan warna yang lebih terang agar *icon* menjadi lebih mencolok.



Gambar 3.62 Revisi pewarnaan *icon* pada *bar chart*

Revisi lainnya pada desain grafik pertama ini ada pada tulisan yang perlu dibesarkan ukurannya dan pada pemilihan warna yang masih kurang ideal. Masukan untuk tulisan yang terlalu kecil ini juga diterapkan pada visual kedua pada karya ini, yaitu pada *pie graph* yang dibuat. Tulisan yang tertera dalam desain masih cenderung terlalu kecil untuk dibaca.



Gambar 3.63 Revisi ukuran teks pada desain aset

Pada bagian ketiga, revisi yang diberikan oleh PIC berputar pada *icon* yang penulis ciptakan. Dalam segi penulisan, teks, dan komposisi, tidak terdapat adanya revisi atau perubahan yang diperlukan. Hanya saja, gari *icon* yang digunakan pada karya desain ini cenderung terlalu tebal bagi pembaca. Oleh karena itu, *icon* pada karya ini perlu dipertipis untuk menyederhanakan gambar dan membuat karya menjadi lebih nyaman untuk dilihat.



Gambar 3.64 Revisi ketebalan *icon* yang terlalu tebal

Selain daripada itu, tidak terdapat revisi tambahan pada aset desain lainnya. Setelah memastikan bahwa PIC, *supervisor*, dan penulis sudah cukup puas dengan hasil yang diberikan. Pembuatan *Insights Article* sudah siap untuk dilanjutkan ke tahapan selanjutnya, yaitu finalisasi hasil akhir dan proses pengunggahan aset serta penulisan artikel ke dalam situs SIRCLO.

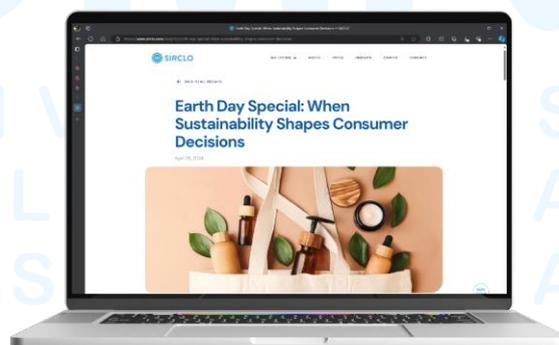
e. Finalisasi

Setelah menyelesaikan setiap revisi dari desain yang diterima, penulis mengirimkan hasil akhir karya desain berbentuk *WebP* ke dalam *Google Drive* dari proyek ini. Kemudian, penulis hanya perlu mengamati dan mengawasi proses pengunggahan yang dilakukan oleh anggota tim *External Communications*. Penunggahan hasil akhir ke dalam artikel situs SIRCLO dilakukan melalui akses administratif yang dipegang oleh tim *Corporate Communications*.



Gambar 3.65 Laman *Insights* pada *website* SIRCLO

Artikel *Insights* dapat dilihat dan dikunjungi dalam situs perusahaan pada laman 'Insights'. Dalam laman tersebut, terdapat artikel bulanan yang diunggah oleh tim *External Communications*, dengan penyortiran berdasarkan waktu unggahan.



Gambar 3.66 *Insights* Article: Earth Day Special

3.3.1.4 Color Grading dokumentasi event

Color correction dan *color grading* untuk sebuah dokumentasi event merupakan proyek yang seringkali dilakukan sebagai *Multimedia Communications* SIRCLO, dikarenakan perusahaan menyelenggarakan dan berpartisipasi dalam berbagai event setiap bulannya. Dalam proyek ini, penulis ditugaskan untuk melakukan *color grading* untuk tiga event yang berbeda; ‘SIRCLO x Shopify x Xendit’, ‘SHT’, dan ‘Panen Omset’.

a. Brief

Proyek-proyek ini merupakan proyek yang dipegang oleh tim *External Communications*. Sehingga, *brief* desain diberikan melalui beberapa sumber; *Google Docs* yang dilampirkan dalam *Notion card* proyek tersebut, secara tulisan melalui jalur pribadi, dan dengan mengadakan *meeting* yang dikhususkan untuk *brief* proyek.

04/03 – Event Recap: Workshop with Shopify and Xendit

Ref.

- Press Release: [01 Mar | Exclusive Workshop by SIRCLO x Xendit x Shopify](#)
- Presentation Materials: [Bumper and Presentation | Workshop: SIRCLO, Shopify & Xendit ...](#)
- Cue Card: [Cue Card | Workshop: SIRCLO, Shopify & Xendit – Feb. '24](#)
- Documentation: [Live Report](#)
 - Foto bersama semua peserta:
 - [SRC05230.JPG](#) | Bisa diakalin supaya kursi di depan ngga begitu kelihatan.
 - Panelis (Pak Mul, Frankie, dan Mba Kellin) saat di panel discussion:
 - All Paneslist + Mba Ayu: [SRC05055.JPG](#)
 - Tambah untuk backup: [SRC05094.JPG](#)
 - Networking:
 - Dede Chairil Anwar : [SRC05151.JPG](#)
 - Breakout Session:
 - All: [SRC05199.JPG](#)
 - Optional:
 - Team Hasna Ulfah : [SRC05171.JPG](#)
 - Team Deby Patrisia : [SRC05162.JPG](#)
 - Team Fani Helfi Tania : [SRC05219.JPG](#) OR [SRC05218.JPG](#)
 - Team Members to be Tagged:
 - Caption: Muliadi Jeo
 - Photo: [Ayu Mulyasari](#) [Dede Chairil Anwar](#) [Hasna Ulfah](#) [Deby Patrisia](#) [Fani Helfi Tania](#)

DRAFT:

In the swiftly evolving digital marketplace, the significance of a brand's online presence and the efficiency of its payment processes cannot be overstated. As e-commerce continues to grow, brand owners must not only understand, but also optimise their website platforms and payment gateways to stay competitive. This necessity forms the foundation of our recent workshop, "Unlocking E-Commerce Mastery with Brand.com and Payment Gateway", a collaborative endeavour between SIRCLO, Xendit, and Shopify. Aimed at empowering brands to navigate the dynamic online retail landscape, the event offered groundbreaking insights into adapting to the ever-changing e-commerce realm. 🙌

Gambar 3.67 Salah satu *Brief* photo editing.

Isi dari *brief* yang diberikan merupakan konten *copy* dari *postingan* yang akan diunggah ke dalam platform social media *LinkedIn*. Namun, di dalam *brief copy*, dilampirkan beberapa tautan yang diarahkan pada foto yang akan digunakan dalam unggahan tersebut. Foto-foto tersebut merupakan gambar-gambar yang diperlukan untuk dilakukan *color correction* dan/atau *color grading* oleh penulis sebelum diunggah ke *platform* tujuan.

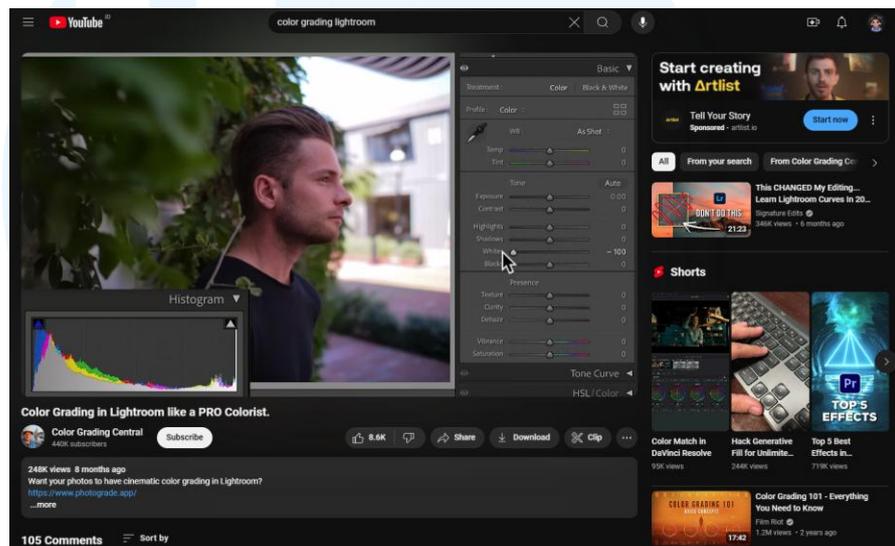
b. Konsep

Untuk melakukan *color grading* pada gambar-gambar dari ketiga *postingan* ini, penulis perlu mengetahui gaya gambar atau fotografi yang biasanya digunakan oleh perusahaan SIRCLO. Oleh karena itu, penulis mengakses foto-foto lampau perusahaan yang telah diedit dan diunggah ke dalam platform yang sama, *LinkedIn*. Referensi foto ini akan menjadi pijakan penulis dalam mengedit foto-foto dokumentasi perusahaan kedepannya.



Gambar 3.68 Referensi foto dokumentasi pada *LinkedIn* SIRCLO

Sebagai panduan dan tutorial, penulis melakukan riset dari beberapa sumber mengenai cara untuk melakukan *color correction* yang baik. Salah satu sumber yang digunakan untuk membantu dalam proses pengerjaan proyek ini adalah sebuah video tutorial dari *YouTube* yang mengajarkan cara menggunakan *Adobe Photoshop Lightroom Classic*, aplikasi yang juga digunakan penulis.



Gambar 3.69 Tutorial dan referensi *color correction*

Sumber: *Youtube.com*

Penggunaan warna yang sesuai dapat memicu emosi tertentu, seperti teori psikologis warna oleh Mahnke (1996). Namun, penggunaan warna yang tidak konsisten dapat menjadi suatu hambatan atau distraksi dari pesan yang ingin disampaikan. *Color correction* yang baik dapat meningkatkan kualitas dari sebuah gambar dan memberikan pesan dan pengalaman yang lebih baik (Tazeenrajput, 2023). Oleh karena itu, prioritas utama yang perlu dilakukan dalam proyek ini adalah untuk melakukan *color correction* pada foto-foto dokumentasi yang akan diedit.



Gambar 3.70 *Color correction* pada sebuah foto
sumber: ephotovn.com

Setelah menghasilkan gambar yang sudah *balanced*, gambar sudah dapat digunakan untuk keperluan publikasi. Namun, untuk meningkatkan kualitas dan makna yang diberikan oleh sebuah gambar, dapat dilakukan *color grading* untuk mengubah suasana. *Motion Grades* (2024) menyebutkan bahwa *color grading* merupakan suatu bentuk komunikasi yang dapat membangun koneksi seperti emosi, *mood*, dan perasaan. *Color grading* dilakukan dengan cara melakukan manipulasi spektrum warna primer yakni biru, merah, dan hijau, sehingga dapat mengubah penampilan warna menjadi yang diinginkan (*Motion Elements*, 2013).

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3.71 Perbedaan *color correction* dengan *color grading*

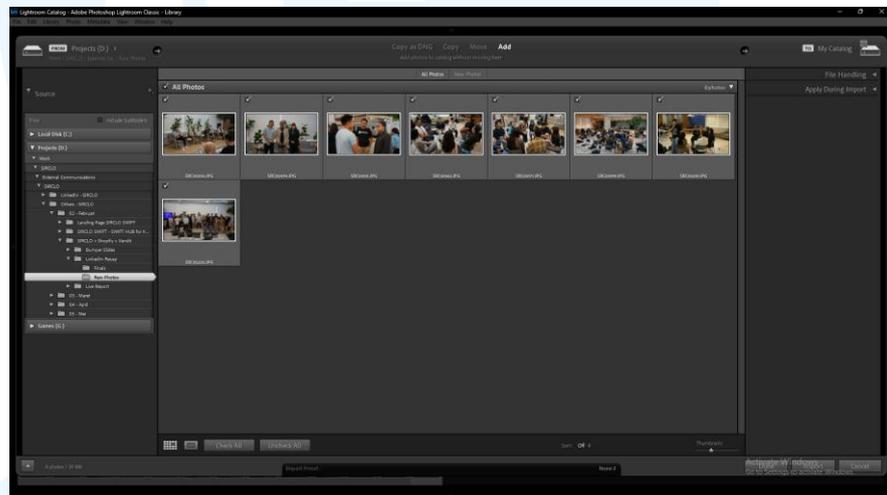
Sumber: www.adobe.com

Color grading yang dilakukan penulis untuk event ‘SIRCLO x Shopify x Xendit’ cenderung lebih netral, dikarenakan event ini merupakan event kolaborasi antar tiga perusahaan, sehingga gambar yang dipublikasikan akan lebih baik menggunakan warna yang seimbang. Untuk event ‘SHT’, warna akan dibuat bernuansa ungu, dikarenakan *brand color* yang digunakan oleh Swift Hub, penyelenggara dari ‘SHT’, merupakan warna ungu terang. Terakhir, untuk event ‘Panen Omset’, penulis memiliki target untuk menghasilkan warna yang lebih hangat, karena event yang diadakan oleh SIRCLO ini merupakan event yang bersifat edukatif, sehingga dapat digambarkan dengan kehangatan dan gairah tinggi.

Jika foto dokumentasi dilakukan menggunakan sebuah kamera DSLR, maka akan terdapat distorsi dan *vignette* pada bagian sudut gambar. Kedua hal tersebut disebabkan oleh properti fisik sebuah lensa yang berbentuk cembung. Distorsi lensa dihasilkan oleh desain optikal sebuah lensa, menghasilkan gambar yang tidak merata (Deguzman, 2024). Sedangkan, *vignette* terjadi pada bagian sudut gambar yang dihasilkan kamera, dimana gambar mengalami penggelaman dan penurunan kejernihan (Kennedy, 2024). Sehingga, perlu dilakukan *lens correction* agar gambar menjadi berkualitas.

c. Digitalisasi

Aplikasi utama yang digunakan oleh penulis dalam melakukan proyek *color grading* seperti ini adalah menggunakan aplikasi *Adobe Photoshop Lightroom Classic*, atau yang biasa disebut *Adobe Lighroom*. Sebelum memulai proses *editing*, penulis melakukan impor foto-foto yang ingin diedit menggunakan fitur *import* dalam aplikasi, dan memilih folder foto-foto tersebut disimpan. Dalam menu yang sama, foto yang ingin diedit dapat dipilih secara manual dan satu per-satu.



Gambar 3.72 Proses *import* gambar dalam *Photoshop Lightroom Classic*

Setelah mengimpor foto-foto yang perlu diedit, masih dalam tahapan sebelum melakukan *editing*, setiap gambar perlu untuk *dicrop* menjadi ukuran yang sesuai dengan yang dibutuhkan, tertera pada *brief design* yang diberikan oleh PIC proyek. Untuk postingan *LinkedIn*, kebutuhan rasio ukuran yang digunakan pada unggahan berbentuk foto dokumentasi adalah sebesar 5:4. Secara bersamaan, dengan *tool* yang sama, kemiringan gambar dibuat menjadi rata dengan menekan *auto* pada menu *straighten*, dan melakukan sedikit *adjustment* minor.



Gambar 3.73 Menggunakan *tool Crop & Straighten* pada gambar

Pada tahap ini, gambar sudah siap untuk dilakukan *color correction*. *Tool* paling pertama yang digunakan untuk tahap ini adalah menggunakan *basic tools*. Beberapa perubahan yang perlu dilakukan ketika ingin melakukan *color correction* adalah:

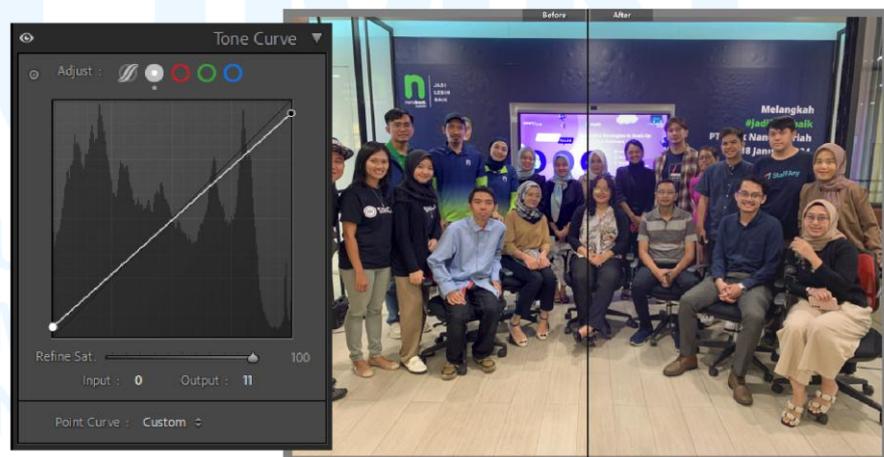
- *Whites*: Menentukan keterangan maksimal yang dapat ditemukan pada bagian terang gambar.
- *Blacks*: Mengubah tingkat keterangan minimal pada bagian gelap yang dapat dilihat pada gambar.
- *Highlights*: Mengurangi atau menambahkan detil pada bagian terang gambar, mempengaruhi keterangan.
- *Shadow*: Mengurangi atau menambahkan detil pada bagian gelap gambar, mempengaruhi keterangan.

Kemudian, penulis menggunakan *color picker* dari *basic tools* untuk memilih warna netral dalam komposisi foto yang sedang diedit, memicu *Adobe Lightroom* untuk melakukan *white balancing* secara otomatis. Ketika warna masih terlihat bercondong ke satu warna tertentu, dapat dilakukan *adjustment* menggunakan *slider temperature* untuk mengubah kehangatan gambar dan *tint* untuk mengubah jumlah tinta berwarna hijau atau pink.



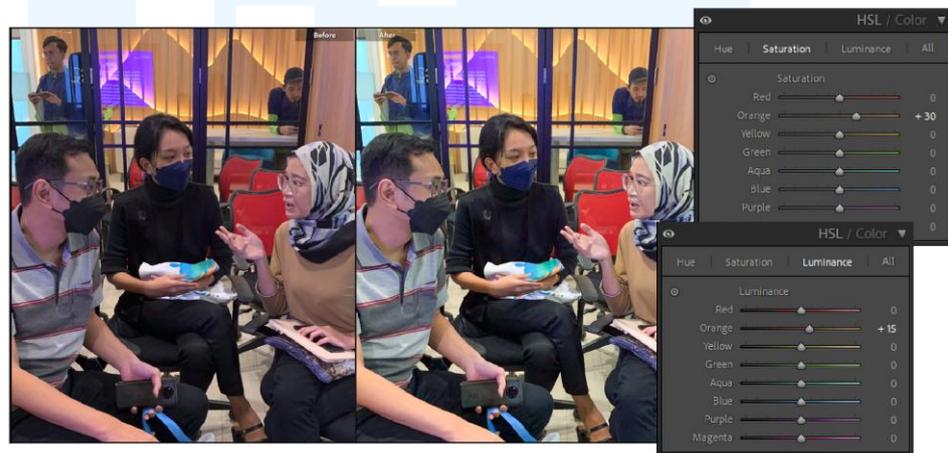
Gambar 3.74 Menggunakan *basic tools* untuk *color correction*

Untuk melakukan *color grading*, *tool* pertama yang digunakan sebelum mengubah warna dalam komposisi gambar adalah *tone curve tool*. Dalam *tool* ini, penulis hanya menaikkan atau menurunkan garis terkanan dan terkiri pada *curve*, untuk menurunkan tingkat keterangan warna terang pada gambar, dan meningkatkan tingkat keterangan pada warna gelap. Hal ini dilakukan agar putih dari gambar tidak sepenuhnya putih, dan hitam pada gambar tidak menunjukkan warna hitam yang pekat.



Gambar 3.75 Menggunakan *curve tool* dalam gambar

Jika diperlukan, *tool HSL / Color* yang dapat ditemukan dalam *Adobe Lightroom* memiliki fungsi yang sangat berguna dalam mengubah komposisi warna pada gambar yang sedang diedit. Terdapat beberapa pilihan warna dalam *tool* ini, dimana penulis dapat meningkatkan *luminance* atau keterangan, atau mengubah saturasi dan *hue* warna-warna tertentu. Penggunaan yang beberapa kali dilakukan oleh penulis adalah meningkatkan *luminance* pada warna oranye sehingga dapat memberikan cahaya lebih pada wajah dan kulit subyek-subyek yang terdapat di dalam gambar atau foto.



Gambar 3.76 Menggunakan *HSL / Color* untuk menerangi wajah

Tool utama dalam melakukan *color grading* pada *Adobe Lightroom* tentunya merupakan *tool* dengan nama yang sama; *color grading*. Dalam *tool* ini, penulis menggunakan warna biru atau ungu sebagai *shadow* yang akan menimpa warna pada bagian gelap gambar dengan tinta warna tersebut. Untuk *highlights*, digunakan warna oranye atau merah. Jika ingin merubah warna keseluruhan gambar, penulis mengubah warna pada bagian *Midtone* yang menimpa seluruh gambar dengan tinta warna yang dipilih. Selain itu, *slider balance* juga digunakan beberapa kali untuk menentukan warna yang lebih dominan dari *shadow* dan *highlight*.



Gambar 3.77 Melakukan *color grading* pada foto dokumentasi

Untuk membenahi hasil distorsi dan *vignette* yang dihasilkan oleh kamera, penulis menggunakan *lens correction tool* pada *Adobe Lightroom*. Dalam *tool* ini, disediakan fitur yang dapat meringankan distorsi yang terdapat pada sudut gambar, dan fitur untuk mengubah intensitas dari *vignette* gambar.



Gambar 3.78 Menggunakan *lens correction tool*

Jika setelah melakukan *color correction* dan *color grading* masih terdapat satu bagian foto yang sedikit kurang memuaskan, penulis menggunakan *masking tool* untuk memilih bagian yang ingin di-*edit* secara terpisah dari bagian foto lainnya. Pemilihan *masking* ini

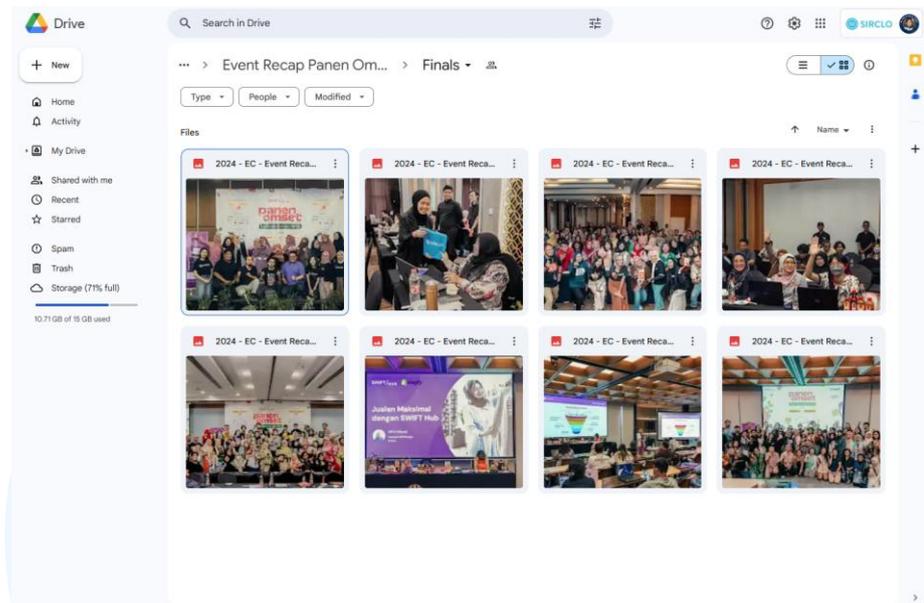
dilakukan menggunakan *brush tool* sehingga area yang diseleksi dapat dilakukan dengan lebih presisi. Setelah dilakukannya *masking*, bagian yang terpilih dapat kemudian dilakukan *color correction* tersendiri tanpa mempengaruhi keseluruhan gambar.



Gambar 3.79 Menggunakan *masking tool*

Setelah melakukan *editing* untuk semua gambar yang diperlukan, maka yang perlu dilakukan selanjutnya adalah mengirim hasil gambar kepada PIC proyek untuk direvisi dan digunakan. Semua gambar pada proyek ini diekspor dalam format JPG, yang kemudian akan diletakkan ke dalam *Google Drive* proyek dan dikirimkan kepada PIC melalui *Notion card* proyek.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3.80 *Google Drive* hasil foto yang sudah diedit

d. Revisi

Pada umumnya, proyek melakukan *color grading* atau *color correction* tidak memiliki revisi, dikarenakan sebagian besar pihak tidak memiliki permasalahan pada hasil yang diberikan oleh tim yang melakukan *editing*. Namun, dalam proyek khusus ini, terutama pada pembenahan gambar untuk *event* ‘SIRCLO x Shopify x Xendit’, terdapat revisi pada dua buah foto yang akan diunggah.

Revisi pertama pada proyek ini adalah pada foto bersama yang terdapat seluruh anggota dan peserta *event* sedang berkumpul bersama di atas panggung. Pada bagian bawah foto, masih terdapat beberapa peletakkan kursi yang kurang ideal dan menghalangi area pemotretan, membuat gambar menjadi kurang nyaman untuk dilihat. PIC dari proyek meminta penulis untuk melakukan *crop* ulang pada gambar, serta mengubah rasio gambar menjadi 16:9, 1920 *pixels* lebar dan 1080 *pixels* tinggi.



Gambar 3.81 Revisi *cropping* pada foto dokumentasi *event*

Revisi kedua pada proyek ini terdapat pada wajah subyek yang gelap di salah satu foto sesi *networking*, dimana peserta saling menjalin hubungan satu dengan yang lainnya. Permintaan dari PIC kepada *Multimedia Communications* adalah menerangi wajah dari subyek pada foto yang dimaksud.



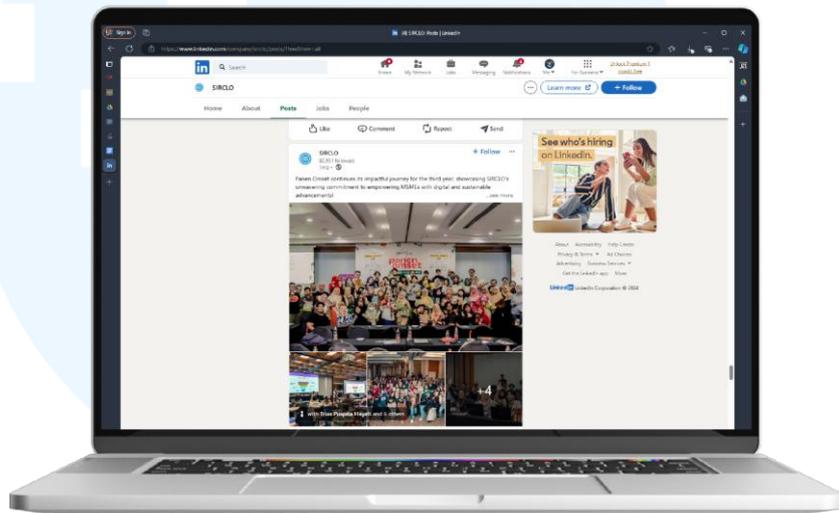
Gambar 3.82 Revisi untuk menerangi wajah subyek foto

Setelah melakukan revisi dan melakukan konfirmasi kepada PIC terhadap perubahan yang telah dilakukan, hasil akhir dari *editing* foto dapat dikirimkan melalui *Google Drive* yang sama dan melakukan pembaharuan pada *Notion card* proyek.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

e. **Finalisasi**

Pada tahapan finalisasi, *Multimedia Communications* sudah tidak memiliki peran dalam melakukan pengunggahan foto. Hasil dari proyek ini akan diunggah oleh tim *External Communications* ke dalam platform B2B tim *Corporate Communications*, *LinkedIn*, sesuai dengan tanggal unggahan dan *copy* yang sudah ditentukan.



Gambar 3.83 Hasil *output* dari *editing* foto dokumentasi

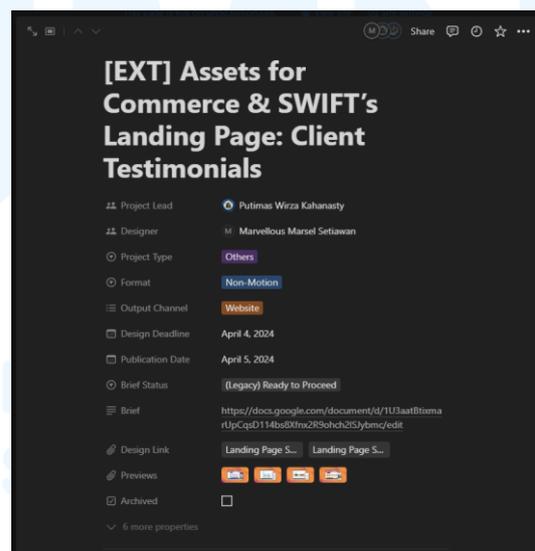
UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

3.3.1.5 Company Website Landing Page Assets

Dalam rangka melakukan promosi untuk jasa dari beberapa solusi SIRCLO, tim *business development* dan tim *creative branding* bekerja sama untuk memperbarui dan menciptakan *landing page* yang akan dapat diakses melalui situs SIRCLO. *Landing page* ini akan berisikan beberapa informasi mengenai solusi yang disediakan oleh dua produk SIRCLO, yaitu SIRCLO SWIFT dan SIRCLO Commerce. Penulis mengerjakan proyek ini bersama dengan supervisi dan bersama tim *creative branding*.

a. Brief

Brief yang diterima oleh penulis didapatkan dalam *Notion* milik *Corporate Communications*, yang ditanggung jawabkan oleh *supervisor* dari penulis. Di dalam *Notion*, dituliskan dalam dua *card* yang berbeda, dikarenakan kebutuhan yang dimiliki oleh SIRCLO SWIFT dan SIRCLO Commerce juga berbeda, dengan dua tim *business development* yang juga memiliki kepentingan yang berbeda. Walaupun begitu, brief *Google Docs* yang diberikan dijadikan menjadi satu proyek besar.



Gambar 3.84 *Notion Card* untuk proyek *landing page*

Pada *brief* untuk *landing page* SIRCLO SWIFT, Penulis diminta untuk membuat 3 *output* yang berbeda; Mengkonversi logo testimoni menjadi format .WebP, membuat desain untuk menggambarkan solusi yang disediakan oleh SIRCLO SWIFT, dan klien testimonial untuk menunjukkan *case study* dari klien yang sudah menggunakan produk SIRCLO SWIFT. Proyek ini memiliki deadline yang lebih cepat dibandingkan SIRCLO Commerce karena *landing page* akan diluncurkan bersamaan dengan sebuah *event* yang berjalan.

- o Foto Testimoni: Max. 250 x 250 px.

- Mitra IO
- DatascripMall
- Transmarco

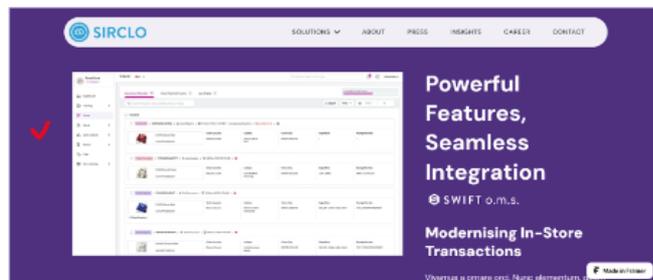
- **OUR ECOSYSTEM:**

- o Tidak perlu ditambah karena Adobe Commerce, Magento, dan Shopify sudah ada di sini:



- **SOLUTIONS: 1600 x 900 px:**

- o Bisa minta dari Fauzan Sukmapratama / Raditya Pamungkas, lalu re-format.
- o Ref.



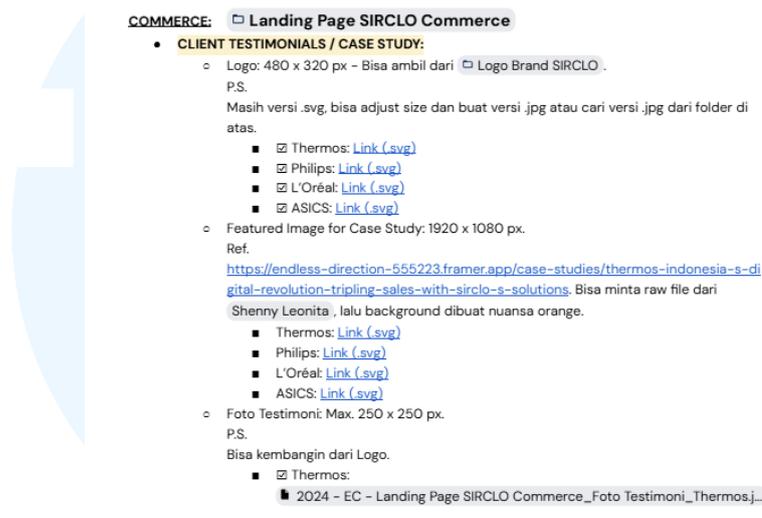
- o Screenshot solusi yang dibutuhkan:

- SWIFT O.M.S:
 - O.M.S. Admin | All Orders: All-Orders.png
 - O.M.S. Admin | Dashboard: Dashboard.png
 - O.M.S. Seller | Order List: Seller-Order-List.png

Gambar 3.85 Gambar potongan *brief landing page* SWIFT

Untuk *landing page* SIRCLO Commerce, permintaan aset kepada penulis lebih kurang mirip dengan yang diberikan dalam *brief landing page* SIRCLO SWIFT. Hanya saja, *output* yang diminta untuk menggambarkan solusi dari produk yang disediakan berbeda dengan

yang ditunjukkan dalam *brief* SIRCLO SWIFT, dimana SIRCLO Commerce memilih penggunaan gambar dibandingkan sebuah desain *mock up* dari produk. Untuk SIRCLO Commerce, penulis juga diminta untuk mengubah gambar penghargaan yang dimiliki SIRCLO menjadi .WebP.

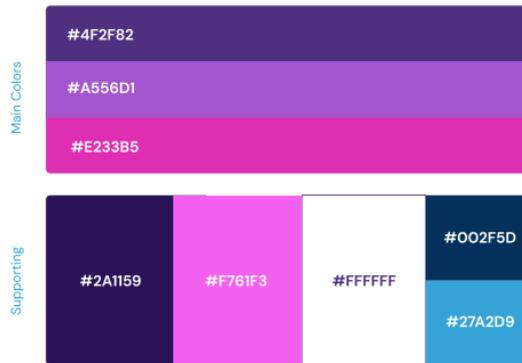


Gambar 3.86 Gambar potongan *brief landing page* Commerce

b. Konsep

SIRCLO SWIFT dan SIRCLO Commerce merupakan dua bagian dari perusahaan SIRCLO yang berbeda. Oleh karena itu, masing-masing *solutions* memiliki *branding* dan nilai yang berbeda. Hal ini tidak mengecualikan palet warna yang dimiliki, dimana SIRCLO SWIFT dan SIRCLO *Commerce* memiliki dua palet warna yang berbeda. Untuk membuat desain aset dari kedua *landing page* ini, penulis perlu menggunakan masing-masing palet untuk kebutuhan masing-masing *landing page*.

D. Colors



Text on Colors



*These colors should only be used as **supporting colors** (mainly for text) and should not replace the main color palette.

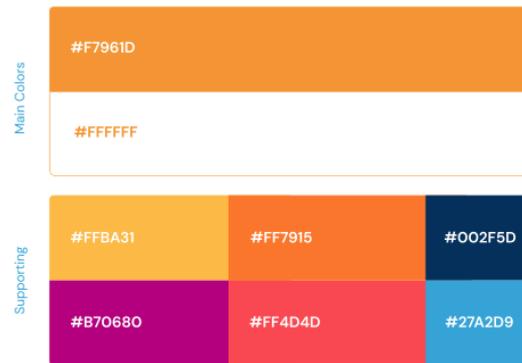
**Usage of other colors outside the palette is allowed, as long as it does not exceed 10% of the overall design.

SIRCLo Swift Mini GSM

Ver 3.0 - May 2023



C. Colors



Text on Colors



*These colors should only be used as **supporting colors** (mainly for text) and should not replace the main color palette.

**Usage of other colors outside the palette is allowed, as long as it does not exceed 10% of the overall design.

SIRCLo Commerce Mini GSM

Ver 2.0 - Jan 2023



Gambar 3.87 Palet warna SIRCLo SWIFT dan SIRCLo Commerce

Sama seperti palet warna, kedua *solutions* ini juga memiliki supergrafis dan gambar latar yang berbeda. Penggunaan supergrafis dan contoh supergrafis yang digunakan dijelaskan pada masing-masing *Graphic Standard Manual* (GSM) yang sudah disediakan oleh tim *creative branding* sebagai panduan untuk *Graphic Designer* yang membuat desain atau aset untuk SIRCLo.

E. Supergraphic



D. Supergraphic



Gambar 3.88 Supergrafis pada GSM SIRCLO SWIFT dan Commerce

Untuk konsep *client testimony* yang perlu dibuat untuk aset kedua *landing page* ini, penulis diminta untuk mengikuti referensi dan gaya desain yang telah digunakan pada *client testimony* sebelumnya, yang sudah diunggah sebagai testimoni untuk *Group SIRCLO*. Menyesuaikan referensi yang digunakan, penulis perlu mengubah latar belakang menyesuaikan dengan warna dan supergrafis dari *solutions* yang ingin dibuat, dan memasukkan *screenshot* dari *website* klien yang akan *dishowcase*.

Join leading brands using SIRCLO Commerce



Thermos Indonesia's Digital Revolution: Tripling Sales with SIRCLO's Solutions



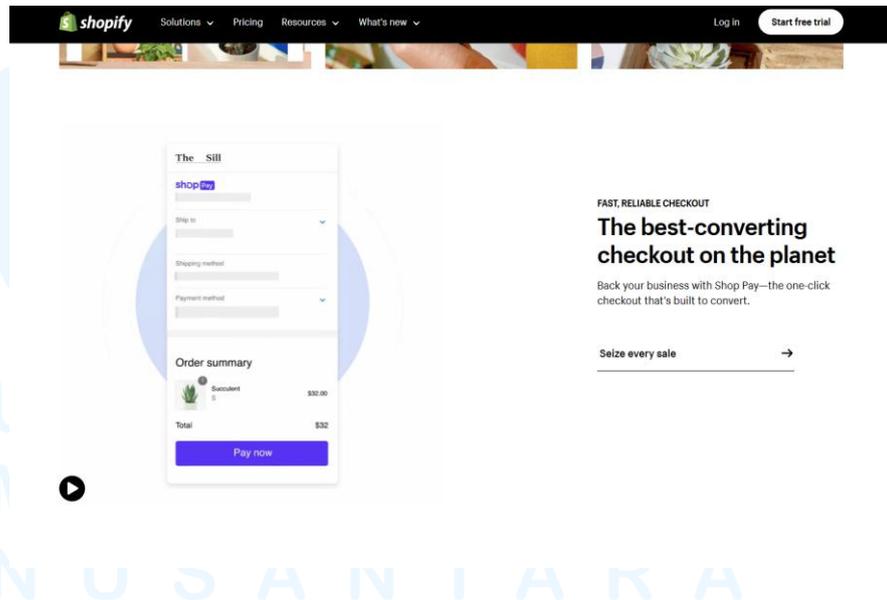
Philips' Digital Engagement Mastery: Leading Sales with SIRCLO Commerce and ...



L'Oréal and SIRCLO: Pioneering a +200% GMV Surge with Digital Strategy

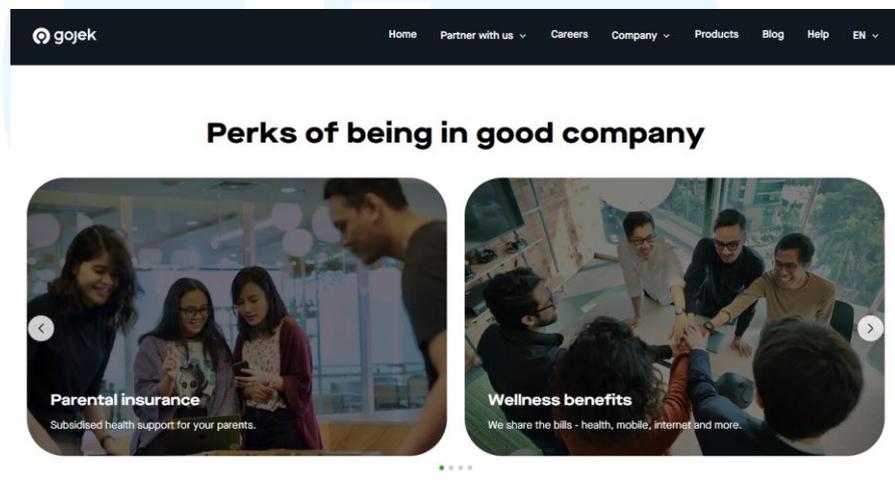
Gambar 3.89 Testimoni klien untuk SIRCLO Group

Pada bagian *solutions* dari SWIFT, penulis diminta untuk membuat desain menggunakan referensi dari *landing page* website *Shopify*, salah satu partner SIRCLO, dengan memberikan beberapa perubahan tambahan. Perubahan tambahan yang dimaksud adalah melakukan *blocking* pada bagian informasi dari produk sehingga hanya menunjukkan produk SWIFT secara visual. Hal ini diharapkan akan membawa perhatian pengunjung agar lebih terfokus pada bagian-bagian penting yang ditawarkan oleh SIRCLO SWIFT.



Gambar 3.90 Aset *Solutions* pada website *Shopify*

Bagi *solutions* SIRCLO Commerce, konsep yang akan digunakan adalah menggunakan *stock photos* yang akan di-*develop* secara mandiri oleh tim *creative production* SIRCLO untuk digunakan dalam *landing page* SIRCLO Commerce. Dalam *photoshoot* itu sendiri, penulis ditugaskan untuk mengawasi dan melakukan supervisi terhadap proses yang dilalui oleh tim *creative production*. Secara *output*, penulis hanya perlu untuk melakukan konversi gambar dari JPG menjadi WebP.

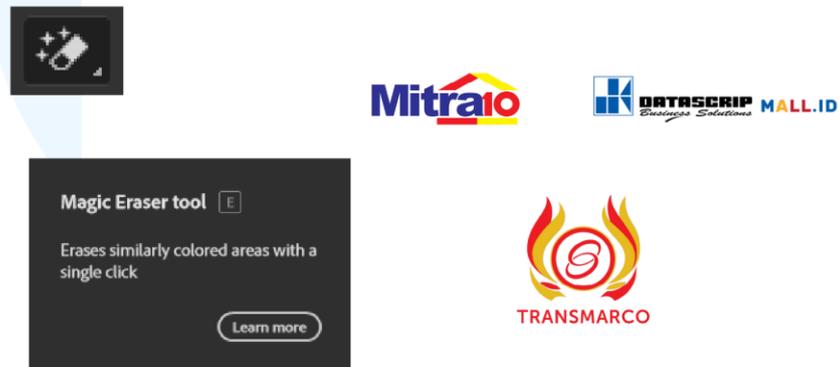


Gambar 3.91 Contoh penggunaan *stock photo* dalam *website* Gojek

Pada logo testimoni, yang perlu dilakukan oleh penulis hanyalah menghabiskan latar belakang putih dan merapihkan logo klien yang ingin ditampilkan. Kemudian, hasil dari logo tersebut di-*export* dalam format WebP dengan latar transparan agar dapat dimunculkan dengan baik dalam *website*. Khusus untuk SIRCLO Commerce, hal yang sama perlu dilakukan untuk penghargaan SIRCLO.

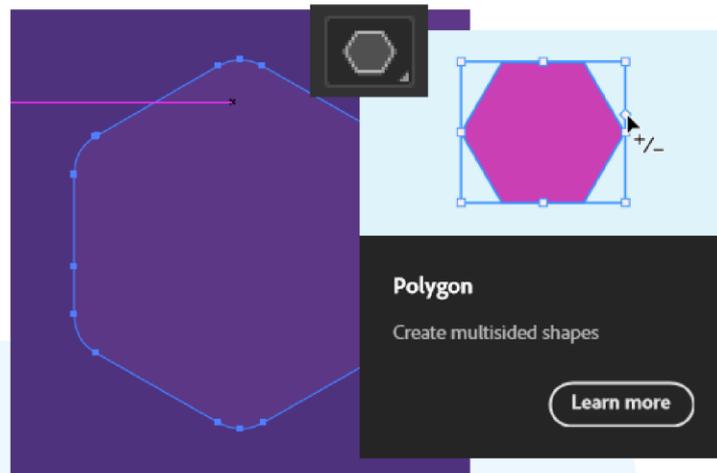
c. Digitalisasi

Dalam pembuatan desain untuk kedua *landing page*, penulis menggunakan *Adobe Illustrator* dan *Adobe Photoshop*. Untuk proses pembuatan logo dengan latar transparan, penulis menggunakan aplikasi *Adobe Photoshop* dan *tool magic eraser* untuk menghapus latar belakang sebuah logo, dimana latar logo tersebut merupakan satu warna. Latar diharuskan terdiri dari satu atau dua warna dikarenakan *magic eraser tool* dapat dengan mudah dan otomatis menghapus *background* dengan satu warna.



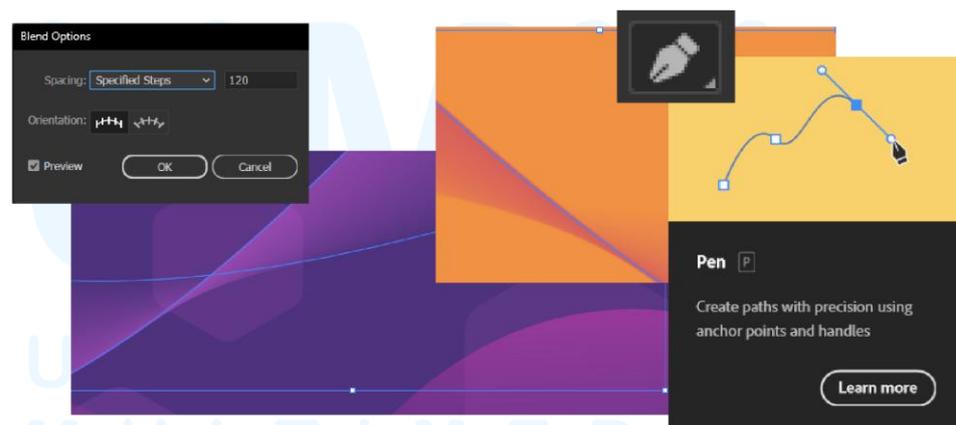
Gambar 3.92 *Magic Eraser tool* menghapus background logo

Kemudian, testimoni klien untuk SWIFT dan Commerce keduanya dilakukan dengan cara yang sangat serupa. Terkhusus untuk pembuatan latar belakang testimoni klien SIRCLO SWIFT, pengguna mengikuti referensi dengan menciptakan bentuk *hexagon* dengan *polygon tool*. Karena, pada supergrafis SIRCLO SWIFT terdapat bentuk *hexagon* yang sudah ditumpulkan



Gambar 3.93 Menciptakan *hexagon* dengan *polygon tool*

Tetapi, selain *hexagon* pada latar belakang SIRCLO SWIFT, supergrafis pada SWIFT dan Commerce tidak memiliki perbedaan yang jauh diluar dari perbedaan warna. Oleh karena itu, proses pembuatan kedua latar ini sama, penulis menggunakan pen tool untuk membuat bervariasi bentuk, dan menggunakan *blend* tool untuk membuat garis yang terlihat unik pada kedua supergrafis.



Gambar 3.94 *Pen tool* dan *Blend Options* untuk membuat garis futuristik

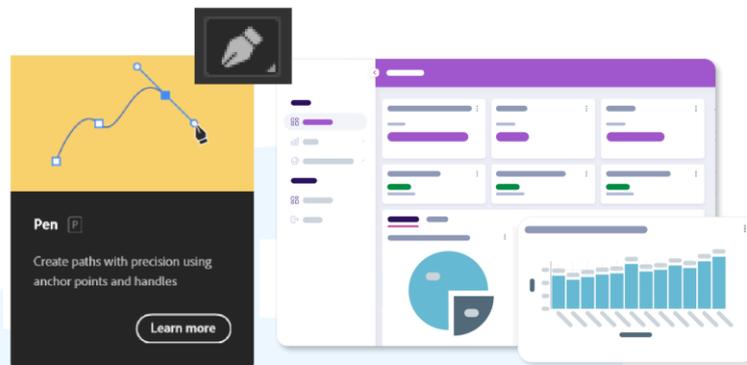
Sedangkan, *laptop* dan *handphone* pada testimoni klien menggunakan aset yang tersedia dalam *website stock photo* seperti

Freepik dan *Pexels*, dimana penulis mendapatkan aset tersebut. PNG *laptop* dan *handphone* yang digunakan sudah memiliki latar yang transparan, sehingga penulis hanya perlu menimpa hasil *screenshot* dari kedua *platform* dan menyimpannya dengan model tersebut.



Gambar 3.95 Menimpa aset PNG *Laptop* dan *handphone* pada *screenshot*

Untuk solusi dari SIRCLO SWIFT, penulis membuat karya sepenuhnya dengan *pen tool*. Membuat *mockup* produk yang disediakan oleh SWIFT terlihat tidak mudah, namun tim *IT* dari SIRCLO telah menyediakan *screenshot* akun *mockup* yang mereka miliki, sehingga penulis hanya perlu melakukan *tracing* dan membuat ulang desain dari referensi tersebut. Salah satu keunikan dari proses ini adalah penulis hanya perlu menimpa secara langsung beberapa bagian dari *screenshot* yang disediakan oleh tim *IT*, dan mencoret atau blokir teks yang terdapat pada *screenshot* tersebut.



Gambar 3.96 Menciptakan *mockup* produk dengan *pen tool*

Proses terakhir yang perlu dilakukan dalam proyek ini adalah menghapus latar belakang dari penghargaan yang didapatkan oleh SIRCLO Commerce beberapa tahun ini. Proses ini tidak berbeda dengan proses yang dilakukan terhadap logo klien, penulis hanya perlu menggunakan *tool magic eraser*.



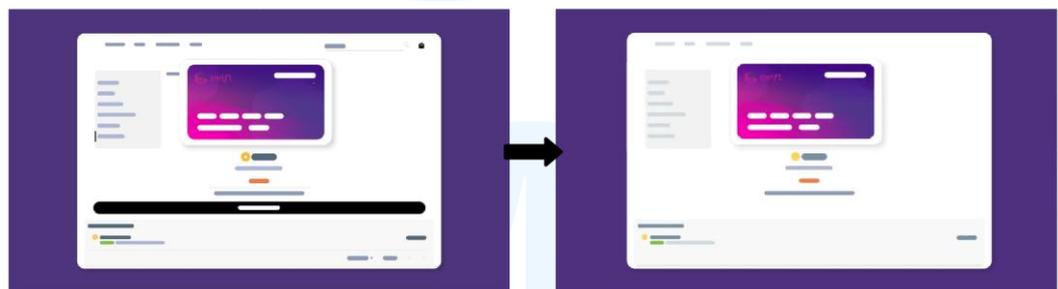
Gambar 3.97 Penggunaan *magic eraser tool* untuk *awards*

Setelah proses ini selesai, desain dapat dilanjutkan ke dalam tahapan revisi, dimana revisi untuk proyek ini akan membutuhkan waktu yang cukup lama, dikarenakan banyaknya pihak yang bersangkutan atau berhubungan dengan proyek ini.

d. Revisi

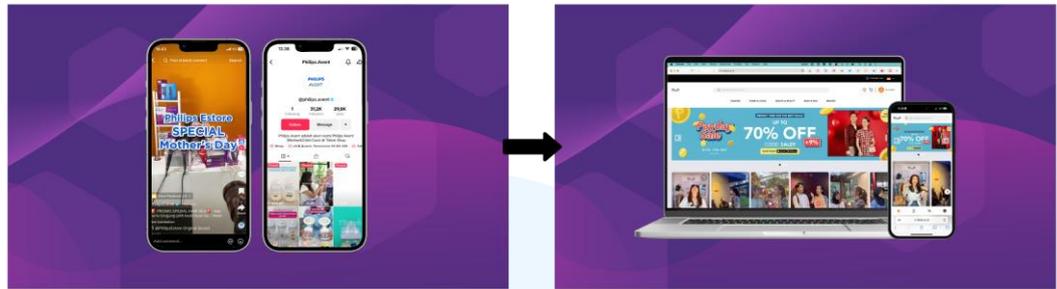
Dikarenakan proyek pembuatan aset untuk *website* SIRCLO SWIFT dan Commerce merupakan sebuah proyek dengan skala yang cukup besar, dengan nilai publikasi yang tinggi, terdapat revisi dengan jumlah besar yang perlu dilakukan. Setiap aset yang diciptakan diperlukan untuk memiliki nilai informasi dan kemenarikan yang tinggi agar dapat menjual jasa atau produk.

Revisi pertama pada proyek ini yang diberikan kepada penulis adalah perbaikan pada aset untuk *solutions* dari produk SIRCLO SWIFT. Bagian penutupan atau pensensoran data yang dibuat dalam karya memiliki pemilihan warna yang menurut *Head of Creative* sebagai “terlalu prominent”, sehingga mengganggu fokus utama yang ingin diberikan oleh gambar. Selain itu, terdapat beberapa bagian dari teks ditutupi yang masih terlihat, membuat gambar tidak terlihat profesional dan belum layak untuk digunakan.



Gambar 3.98 Revisi pada aset *solutions* SWIFT

Untuk situs SIRCLO Commerce, pada bagian *client testimony*, *device mockup* yang diciptakan tidak terlihat balanced. Beberapa *mockup* yang dilakukan hanya mengandung *mockup device handheld* atau *handphone*, sedangkan pada beberapa desain lainnya hanya terdapat *mockup* untuk laptop. Sebab itu, penulis diminta untuk melakukan *balancing* dari setiap testimoni dan membuat masing-masing 1 *mockup* laptop dan 1 *mockup* *handphone*.



Gambar 3.99 Revisi pada *mockup* testimoni klien

Ketika diberikan kepada tim *business development* SIRCLO Commerce, ternyata terdapat beberapa perubahan pada daftar klien yang ingin ditampilkan ke dalam *website* SIRCLO Commerce. Sehingga, penulis perlu melakukan desain untuk testimoni 2 perusahaan baru, dan mengarsip perusahaan yang tidak jadi digunakan ke dalam *folder Google Drive* terpisah.



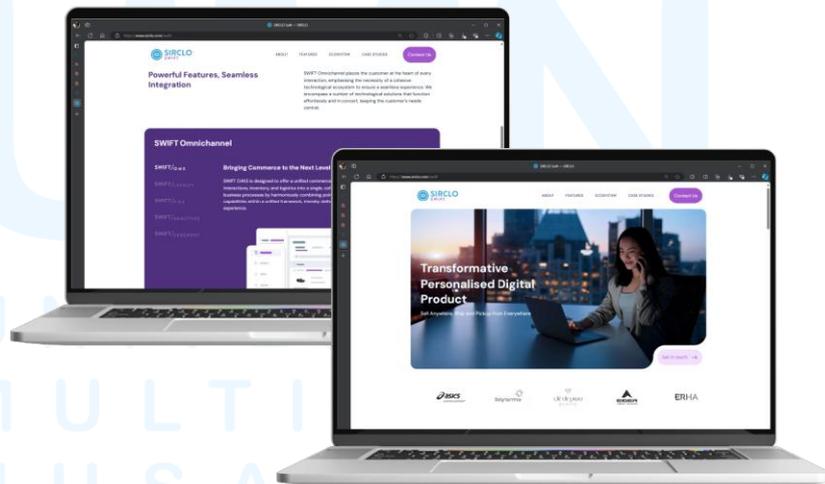
Gambar 3.100 Perubahan daftar klien yang akan ditampilkan

Setelah menyelesaikan setiap revisi pada aset untuk kedua *landing page*, penulis mengirimkan masing-masing aset untuk SIRCLO SWIFT dan SIRCLO Commerce secara terpisah ke dalam *Notion*, dimana supervisi kemudian akan membagikan masing-masing *folder* kepada masing-masing tim *business development* yang bertanggung jawab atas SWIFT dan atas Commerce. Kemudian, aset sudah dapat melalui finalisasi dan diintegrasikan ke dalam *website*.

e. Finalisasi

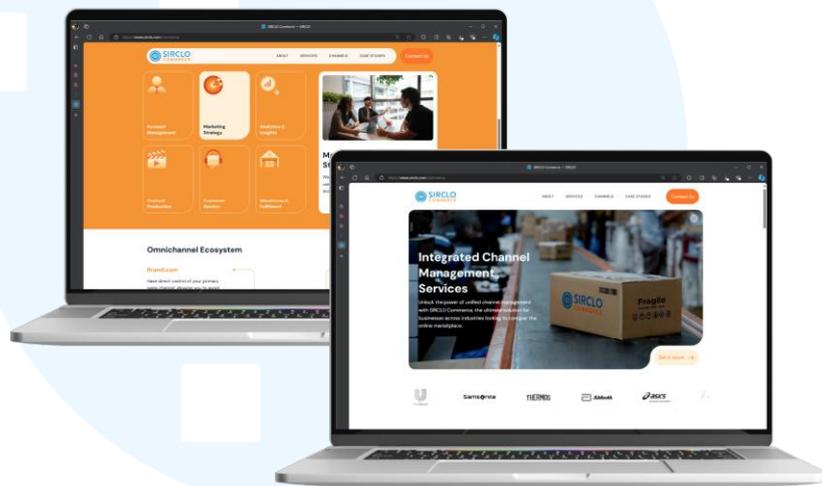
Seperti setiap proyek yang dilakukan pada umumnya, hasil dari aset-aset yang telah dibuat dikirimkan ke dalam *Google Drive* yang kemudian dicantumkan ke dalam *Notion* dan jalur pribadi PIC dari proyek. Namun, untuk proyek ini diwajibkan untuk melakukan notifikasi tambahan kepada *supervisor* dikarenakan penanggung jawab proyek *website* yang sebenarnya adalah tim *creative brand* dari SIRCLO, bukan tim *external communications*. Dengan melakukan pemberitahuan kepada *supervisor*, hasil karya akan *diforward* kepada tim *creative* untuk dimasukkan ke dalam *website*.

Landing page pertama yang *diupload* dan diaktifkan dari kedua situs pada proyek ini adalah SIRCLO SWIFT, sebab Vierra pada saat pembuatan proyek, *landing page* SIRCLO SWIFT merupakan prioritas yang lebih tinggi. Aktivasi dari situs ini tidak dilakukan oleh tim dari divisi *Corporate Communications*, melainkan dilakukan oleh *business development SWIFT* dan *creative branding*, dikarenakan proyek ini merupakan tanggung jawab kedua divisi tersebut.



Gambar 3.101 Hasil *output landing page* SIRCLO SWIFT

Sama seperti *landing page* SIRCLO SWIFT. Dikarenakan proyek ini merupakan tanggung jawab tim *business development* SIRCLO Commerce dan tim *creative branding*, kedua tim tersebutlah yang melakukan aktivasi *website*. Situs ini tidak memiliki *deadline* yang pasti dan tidak memiliki urgensi yang tinggi, sehingga pengaktifan dilakukan secara bertahan dan perlahan.



Gambar 3.102 Hasil *output landing page* SIRCLO Commerce

3.3.2 Kendala yang Ditemukan

Selama melakukan kegiatan magang dalam SIRCLO, timbul beberapa permasalahan yang mengganggu dan menghalang penulis dalam proses pengerjaan tugas dengan lancar. Beberapa hal tersebut merupakan pengorganisiran pekerjaan dan *file* karya dalam *Google Drive* perusahaan yang kurang ideal dan sulit untuk di arsip, beberapa kali terjadinya miskomunikasi dan pemberian atau penerimaan informasi yang tidak sesuai, dan banyaknya tenggang waktu yang terlalu dekat satu dengan yang lain sehingga menyulitkan dalam mengerjakan pekerjaan dengan baik.

Setiap kendala yang dialami tidak eksklusif untuk satu proyek atau satu macam pekerjaan, melainkan dialami oleh berbagai proyek yang berbeda dengan berbagai pihak yang berbeda. Tetapi, permasalahan-permasalahan ini

bukan merupakan kendala yang tidak dapat terselesaikan dan merugikan semua pihak, melainkan menjadi pembelajaran yang berharga dan mendorong kerjasama yang lebih baik pada proyek-proyek selanjutnya.

3.3.3 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Permasalahan pertama yang dialami oleh penulis adalah pengorganisasian pekerjaan dan *file* karya dalam arsip *Google Drive* milik perusahaan. Untuk mengatasi kendala ini, penulis melakukan optimasi penyortiran data dalam *Google Drive*, dengan mengorganisasikan data berdasarkan tim penanggung jawab proyek tersebut, bulan proyek tersebut diberikan, dan *platform* output karya yang dibuat.

Selain itu, penulis mengurangi terjadinya miskomunikasi dengan melakukan beberapa tambahan yang pada *Notion* divisi seperti; beberapa tabel baru yang melakukan penyortiran dari segi waktu dan tim yang melakukan *request*, penambahan data yang perlu *diinput* oleh PIC pada *Notion card* proyek, dan pengurangan atau penggabungan beberapa data dan tabel menjadi satu tabel yang lebih komprehensif.

Sedangkan, untuk menyelesaikan tenggang waktu yang terkadang terlalu dekat satu dengan yang lainnya, seperti yang direkomendasikan oleh rekan-rekan kerja dan atasan dalam SIRCLO, penulis melakukan *overcommunication* dengan anggota PIC dan tim yang bekerja bersama. Hal ini menyelesaikan tidak hanya permasalahan ini, namun banyak masalah kecil lainnya yang mungkin akan cenderung lebih sulit untuk diselesaikan tanpa komunikasi yang lebih terbuka dan terperinci.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA