

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Dalam pelaksanaan magang penulis yang berdurasi 3 bulan pada kontrak pertama dan 3 bulan selanjutnya pada kontrak kedua dengan total 6 bulan, penulis bekerja bersama 15 orang di dalam *creative team* Segari. *Creative team* Segari terdiri dari beberapa *role*, yaitu *creative director*, *creative manager*, *project manager*, *photographer*, *videographer*, *video editor*, *copywriter*, *graphic designer* dan *intern*.

3.1.1 Kedudukan

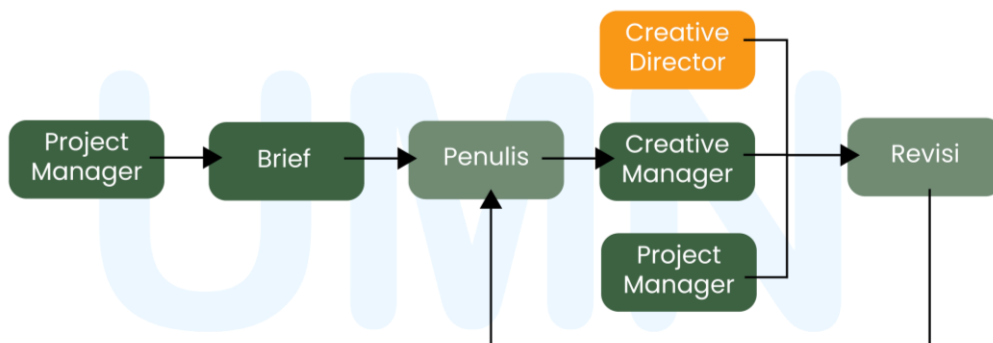
Beberapa *role* di atas yang telah penulis sebutkan mempunyai tugasnya masing-masing. *Creative director* dan *creative manager* biasanya mengawasi pekerjaan yang telah diberikan pada *graphic designer*, *copywriter*, *video editor*, *videographer*, *photographer* dan *intern*. Sedangkan untuk *project manager*, *scope of work project manager* adalah mengatur banyaknya pekerjaan masuk dan membagi pekerjaan tersebut, selain itu juga melakukan pengecekan terhadap yang sudah selesai dan dibantu oleh *project manager intern*. Penulis berkedudukan sebagai salah satu *intern* di Segari, yaitu *Graphic Designer Intern*. Dalam masa penulis melakukan magang, terdapat *graphic designer intern*, *copywriter intern*, dan *project manager intern*.

3.1.2 Koordinasi

Proses pengerjaan pekerjaan selama magang penulis lakukan dengan berkoordinasi dengan *creative manager* sebagai supervisor penulis. Namun, tidak jarang juga penulis berkoordinasi dengan *project manager* dan *creative director* terutama mengenai revisi dan saat *creative manager* sedang cuti atau *on leave*. Karena program magang yang penulis laksanakan berbasis *Work from Home*, pekerjaan yang diberikan oleh *project manager* biasanya dibagikan

lewat Whatsapp, Trello, dan Stack. Untuk Whatsapp dan Slack, pembagian *daily task* atau pekerjaan diberikan dalam bentuk nama dan pekerjaan yang akan dilakukan pada hari itu. Sedangkan untuk Trello, penulis dapat melihat pekerjaan atau *job request* yang ada pada hari tersebut serta *deadline* dan *copywriter* yang juga bekerja dalam *daily task*.

Penulis diberikan beberapa task penyesuaian di awal yang sebenarnya sudah selesai dikerjakan oleh *graphic designer*. Lalu, setelah penulis beradaptasi, penulis diberikan *task* tersendiri yang harus diselesaikan sebelum *deadline*. *Task* atau *job request* disebarkan melalui *Google Docs*, dimana penulis dapat membaca *brief* lengkap dengan referensi dengan format desain yang dibutuhkan. Setelah menyelesaikan *task*, penulis menggunakan Slack untuk berkoordinasi bersama *creative manager*, *creative director*, dan *project manager* mengenai *task* yang sudah dikerjakan. Saat berkoordinasi, biasanya *task* akan mengalami revisi ataupun langsung mendapatkan *approval* oleh *creative manager* maupun *creative director* atau *project manager*. Alur koordinasi pekerjaan yang penulis lakukan di Segari adalah sebagai berikut:



Gambar 3.1 Bagan Alur Koordinasi

Setelah melakukan revisi dan mendapatkan *approval* dari *creative director*, *creative manager* atau *project manager*, penulis lalu memasukkan file *task* yang telah dikerjakan ke dalam *Google Drive* yang telah disediakan oleh Segari. Setelah itu, penulis memasukkan *link Google Drive* ke dalam Slack dan memberitahukan kepada *project manager* dan *project manager*

intern untuk keperluan update *task* hari berikutnya di Trello dan *mark done* pada *task* yang telah penulis selesaikan.

3.2 Tugas yang Dilakukan

Berikut adalah tugas atau pekerjaan yang dilakukan oleh penulis selama melakukan kegiatan magang di Segari dalam bentuk tabel:

Tabel 3.1 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Magang

No.	Minggu	Tugas	Keterangan
1.	1	<ul style="list-style-type: none"> • Pengenalan <i>workflow creative team</i> Segari • <i>Infinite Carousel Banner Tritab</i>. • KV 1:1 bertemakan Ramadan. • Post instagram feeds Mitra Segari. • Revisi <i>Infinite Carousel Banner Tritab</i>. • <i>Payment Partnership</i> Segari dan Blu by BCA Digital. 	<ul style="list-style-type: none"> • Saat melakukan pengenalan <i>workflow creative team</i> Segari, penulis mengerjakan <i>task</i> yang pernah dikerjakan oleh Graphic Designer di Segari agar bisa beradaptasi dengan gaya desain yang dipakai oleh Segari. • KV adalah singkatan dari Key Visual, KV 1:1 adalah Key Visual dengan format 1:1. • <i>Payment Partnership</i> Segari dibagi dalam beberapa format, yaitu LP Banner, Instagram Story <i>cover</i> dan syarat dan ketentuan, Thumbnail Blog, dan Pop-Up.
2.	2	<ul style="list-style-type: none"> • Revisi KV bertemakan Ramadan dan melanjutkan <i>Payment Partnership</i>. • <i>Infinite Carousel Banner Tritab</i> 26 Februari – 3 Maret. • Revisi <i>Payment Partnership</i> Segari dan Blu by BCA. 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Infinite Carousel Banner</i> memiliki beberapa kategori. Penulis mengerjakan 4R (masakan Dapur Segari), Dry Goods, Buah & Sayur, BSPP (Protein), Promo Payment dan Dry Food (Bumbu dapur dan Snack).

		<ul style="list-style-type: none"> • Instagram Feeds Melon Hijau VS Melon Kuning. • Revisi <i>Infinite Carousel Banner Tritab</i> 26 Februari – 3 Maret. • <i>Payment Partnership</i> Segari dan Astrapay bertemakan Ramadan. • KV <i>Pop Up</i> Pengiriman CRD. 	<ul style="list-style-type: none"> • Dalam pengerjaan <i>Infinite Carousel Banner Tritab</i>, selama magang penulis pernah mengerjakan desain dalam tema Ramadan dan non-Ramadan atau biasa. • KV <i>Pop Up</i> Pengiriman CRD dibuat dalam 2 format, yaitu LP Banner dan Pop-Up.
3.	3	<ul style="list-style-type: none"> • KV <i>Push Notification</i> Segari's Kitchen. • Revisi KV <i>Pop Up</i>. • <i>Infographic</i> hasil webinar untuk Instagram Mitra Segari. • Revisi KV PN Segari's Kitchen. • Konten Cek Pencapaian untuk Instagram Mitra Segari. • Revisi 2 KV PN Segari's Kitchen. • Revisi <i>Infinite Carousel Banner Tritab</i>. 	<ul style="list-style-type: none"> • Dalam pengerjaan KV <i>Push Notification</i> Segari's Kitchen, penulis membuat desain dalam beberapa format, yaitu <i>Push Notification Banner 2:1</i>, LP Banner, Homepage dan Blog. • Revisi yang dilakukan oleh penulis setelah desain diterima oleh supervisor biasanya minor, seperti penggantian nominal harga atau copywriting di bagian body atau headline, atau warna dalam desain yang harus disesuaikan dengan <i>color palette</i> Segari atau <i>request</i>. • Konten Cek Pencapaian untuk Instagram Mitra Segari berbentuk Instagram Feeds, yaitu 1:1 yang terbagi dalam beberapa <i>slide</i>.
4.	4	<ul style="list-style-type: none"> • GPPH Bahan Masak. • <i>Infinite Carousel Banner Tritab</i> 11-17 Maret. • KV <i>Push Notification</i> Hydrococo. 	<ul style="list-style-type: none"> • GPPH Bahan Masak yang penulis kerjakan terbagi dalam beberapa format yaitu Instagram Story Ads dan Cover, LP Banner,

		<ul style="list-style-type: none"> • Revisi <i>Packaging Cooked Chicken Breast & Chicken Steak</i>. • <i>Healthy Tips Sahur</i> Instagram Feeds Segari. 	<p>Web Banner, Blog Thumbnail dan Instagram Feeds Ads.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Untuk KV Push Notification Hydrococo, penulis hanya mengerjakan dalam format 1:1. • Untuk Revisi <i>Packaging Cooked Chicken Breast & Chicken Steak</i>, penulis melanjutkan revisi dari working file yang telah disediakan oleh Graphic Designer yang sebelumnya mengerjakan task tersebut.
5.	5	<ul style="list-style-type: none"> • Feeds Instagram Mitra 13 Maret. • Tambahan revisi <i>Design Packaging Cooked Chicken Breast & Chicken Steak</i>. • Revisi Instagram Feeds Knowledge Ayam Kampung 8 Maret. • <i>Infinite Carousel Baner Tritab</i> 18-24 Maret. • Revisi KV PN Hydrococo. • Tambahan <i>Infinite Carousel Banner Tritab</i> 18-24 Maret. 	<ul style="list-style-type: none"> • Untuk Feeds Instagram Mitra 13 Maret, penulis mengerjakan desain dengan tema “Karakter Mitra dalam Mendekati Konsumen Berdasarkan Menu Buka Puasa”. • Tambahan revisi yang dilakukan untuk Design <i>Packaging Cooked Chicken Breast & Chicken Steak</i> adalah berupa perubahan letak body copy dan penambahan ukuran pada icon penyimpanan.
6.	6	<ul style="list-style-type: none"> • Instagram Feeds Mitra Segari “Kebiasaan Emak-Emak”. • <i>Payment Partnership</i> Segari dan BRI Payday Maret 2024. 	<ul style="list-style-type: none"> • Penulis mengerjakan tugas atau pekerjaan yang diberikan pada penulis per-hari dengan <i>deadline</i> yang telah ditentukan. • GPPH – Bahan Makan 25-28 Maret dan <i>Payment Partnership</i> penulis

		<ul style="list-style-type: none"> • Instagram Feeds Mitra Segari <i>Countdown H-10</i> untuk tanggal 21 Maret • GPPH – Bahan Makan 25-28 Maret. • Webinar 28 Maret untuk Instagram Mitra Segari. • Revisi IGF Countdown H-10. • <i>Payment Partnership</i> BRI April 2024. • Countdown H-3 IGF Mitra. 	<p>kerjakan sesuai dengan format yang telah ditentukan.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Untuk IGF atau Instagram Feeds, format yang ditetapkan adalah 1:1.
7.	7	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Payment Partnership</i> BRI April 2024. • Revisi <i>Payment Partnership</i> BRI Payday Maret 2024. • Revisi Instagram Feeds dan Story Webinar Academy. • <i>Payment Partnership</i> Muamalat April 2024. • <i>Bounty</i> 1-7 April • Fakta Menarik Ketupat Instagram Segari. 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Bounty</i> 1-7 April dikerjakan dalam beberapa format, yaitu Category Banner, LP Banner, IGS SKU List, IGS Cover, dan Push Notification. • Pekerjaan yang penulis lakukan secara keseluruhan adalah menyusun <i>layout</i> yang pas dengan kebutuhan dan <i>copywriting</i>.
8.	8	<ul style="list-style-type: none"> • Revisi <i>Bounty</i> 1-7 April • <i>Infinite Carousel Banner</i> Tritab 8-14 April. • Revisi <i>Payment Partnership</i> Muamalat April 2024. • Revisi <i>Payment Partnership</i> BRI April 2024. • <i>Payment Partnership</i> Gopaylater April 2024. • <i>Payment Partnership</i> BRI April 2024. 	<ul style="list-style-type: none"> • Revisi <i>Bounty</i> 1-7 April adalah revisi minor berupa penambahan ukuran untuk beberapa area dan perubahan icon yang digunakan. • Revisi pertama <i>Payment Partnership</i> Muamalat April 2024 yang penulis lakukan adalah mengubah sedikit <i>copywriting</i>. • Untuk Revisi <i>Payment Partnership</i> Gopaylater 2024, penulis melakukan revisi penggantian logo

		<ul style="list-style-type: none"> • IGF Buah Penurun Kolesterol Instagram Segari. 	Gopaylater yang digunakan.
9.	9	<ul style="list-style-type: none"> • Revisi <i>Infinite Carousel Banner Tritab</i> 15-21 April. • Bahan Masak Pilihan 12-14 April . • <i>Infinite Carousel Tritab</i> 22-28 April. • Revisi <i>Payment Partnership Muamalat</i> April 2024. • IGF Bumbu Rempah 22 April Instagram Segari. • Revisi <i>Infinite Carousel Banner Tritab</i> 22-28 April. • IGF Jangan Asal Potong Bawang Putih 24 April Instagram Segari. 	<ul style="list-style-type: none"> • Untuk Revisi kedua <i>Payment Partnership Muamalat</i> April 2024, penulis melakukan revisi pada <i>copywriting</i> di <i>Headline</i> dan unsur Ramadan dalam desain diubah atau diubah. • Revisi <i>Infinite Carousel Banner Tritab</i> 15-21 April dilakukan adalah melakukan <i>update</i> untuk nominal dan menambahkan carousel untuk <i>payment option</i> lain yang tersedia.
10.	10	<ul style="list-style-type: none"> • IGF Jangan Asal Potong Bawang Putih 24 April Instagram Segari. • KV Voucher Segari's Kitchen 29 April – 5 Mei. • <i>Payment Partnership Gopaylater</i> May 2024 • Revisi KV <i>Voucher Segari's Kitchen</i> 29 April – 5 Mei. • Revisi 2 KV <i>Voucher Segari's Kitchen</i> 29 April – 5 Mei. 	<ul style="list-style-type: none"> • Revisi yang dilakukan untuk KV <i>Voucher Segari's Kitchen</i> 29 April – 5 Mei adalah warna design yang dibuat lebih terang dan penambahan <i>copy</i> pada desain. Selain itu, penulis juga diminta untuk menambahkan format LP. Terdapat juga revisi kedua dimana penulis diminta untuk menambahkan CTA terpisah dan menghilangkan CTA sebelumnya.
11.	11	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Promo Calendar</i> 1 – 15 Mei Instagram Segari. • IGF <i>Prawn VS Shrimp</i> 3 Mei Instagram Segari. 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Promo Calendar</i> penulis buat dengan bentuk carousel, menyesuaikan

		<ul style="list-style-type: none"> • IGF Potongan Ikan 5 Mei Instagram Segari. • KV Promo – Masak Lezat Harga Hemat. 	dengan desain sebelumnya.
12.	12	<ul style="list-style-type: none"> • IGF – Sumber Protein <i>Plant-Based</i> 8 Mei Instagram Segari. • IGF – Rahasia Warna Sayur 10 Mei Instagram Segari. • IGS Kenaikan Isa Al-Masih 9 Mei Instagram Segari . • KV Camilan 17-21 Mei. • KV PN Dua Kelinci 20-31 Mei. 	<ul style="list-style-type: none"> • Penulis mengerjakan pekerjaan yang diberikan sesuai dengan brief dan tanpa revisi tambahan untuk minggu 12-13.

3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Pekerjaan penulis sebagai *intern graphic designer* di Segari mencakup *layouting* dan *digital imaging* sesuai dengan kebutuhan yang diberikan pada *brief* dan *task* dalam Trello yang dibagikan oleh Project Manager. Dalam *brief* yang diberikan dalam bentuk Google Docs, penulis dapat melihat apa saja *copywriting* yang akan dipakai dalam pekerjaan dan apakah terdapat *request* untuk desain yang spesifik. Setelah membaca *brief*, penulis mulai mengerjakan pekerjaan yang diberikan dan biasanya penulis mulai dari sketsa lalu eksekusi, atau langsung ke bagian *layouting* agar tidak memakan banyak waktu kalau sudah terbiasa. Lalu, setelah *task* yang diberikan selesai maka penulis akan mengirim hasil kerja lewat Slack, dimana supervisor penulis, yaitu Creative Manager dalam tim kreatif akan memeriksa pekerjaan penulis sekaligus *copywriting check* yang dilakukan oleh *copywriter in charge*. Setelah pekerjaan penulis selesai dan tidak ada revisi lebih lanjut, supervisor akan memberikan *approval* dan penulis akan memasukkan hasil kerja ke dalam Google Drive yang telah disediakan. Link untuk Google Drive akan penulis berikan kepada Project Manager dan pekerjaan yang telah selesai dilakukan akan diberikan mark *completed* pada Trello. Namun, apabila terdapat revisi lebih lanjut penulis bisa mengerjakan pada hari berikutnya dan segala *update* mengenai

ada atau tidaknya revisi lebih lanjut akan diberitahukan lewat Trello ataupun grup WhatsApp tim kreatif. Penulis bekerja dari rumah dengan 1 hari datang ke kantor, dengan waktu kerja jam mulai dari jam 09.00 sampai dengan jam 18.00. Penulis masih tetap bisa melakukan asistensi desain terhadap supervisor sampai dengan jam 21.00 karena pekerjaan yang diberikan biasanya memiliki *deadline* sampai dengan jam tersebut.

3.3.1 Proses Pelaksanaan

Penulis diharuskan bisa menggunakan *software* desain seperti Adobe Illustrator dan Adobe Photoshop dalam mengerjakan pekerjaan yang diberikan oleh Segari. Hal tersebut dikarenakan oleh aset-aset serta *working file* yang digunakan dan dibagikan akan berbentuk .psd atau .ai. Selain itu, penulis juga harus melakukan *digital imaging* untuk beberapa aset yang akan digunakan dalam desain. Aset seperti SKU (*Stock Keeping Unit*) atau produk yang dimiliki Segari juga akan disediakan melalui Google Drive. Penulis juga diwajibkan untuk selalu mengikuti *brief* dan *brand guidelines* Segari dalam melakukan desain agar *output* yang dihasilkan tetap memiliki kesatuan.

3.3.1.1 Payment Partnership

Payment Partnership merupakan salah satu pekerjaan yang sering penulis kerjakan dan merupakan task penyesuaian yang penulis kerjakan saat pertama kali bekerja di *creative team* Segari. Penulis pada awalnya diberikan *working file* yang telah dikerjakan oleh *graphic designer* Segari dan diberikan *task* lewat Trello. Penulis belajar membaca *brief* dan mulai mengerjakan *task* yang diberikan sesuai dengan *brief* dengan langkah mulai dari menganalisis desain sebelumnya, mencoba menyusun dengan *layout* yang sudah ada sebelumnya dan mengasistensikan desain kepada *creative manager*. Berikut beberapa kendala yang penulis hadapi saat pertama kali membuat atau mengerjakan Payment Partnership Segari serta solusi yang penulis dapatkan:

1. Pada awalnya, penulis memiliki kendala dalam mencari bahan foto atau aset yang akan digunakan. Namun, setelah mencari dengan sendiri di drive yang telah diberikan oleh *project manager*, penulis mengeksplorasi tempat-tempat dimana *image SKU (Stock Keeping Unit)* berada serta contoh atau referensi desain sebelumnya yang pernah dikerjakan untuk menjadi panduan penulis dalam mendesain dan menyusun *layout*.
2. Penulis belajar bahwa setiap *brand* yang berkerja sama dengan Segari memiliki *brand guide* masing-masing yang bisa digunakan untuk pedoman desain. Jadi sebagai contohnya, dalam membuat desain penulis bisa menggunakan warna yang sering dipakai oleh suatu *brand* seperti digibank by DBS di bawah, penulis awalnya memakai warna biru agar terlihat beda dari desain sebelumnya, namun penulis juga bisa memakai warna sama dengan varian yang lebih gelap atau terang dari warna jingga, salah satu warna yang sebagai revisi dan masukan dari *creative manager*.



Gambar 3.2 Perbandingan Payment Partnership

3. Penulis merasa kesusahan dan belum terbiasa dalam berkomunikasi di tempat terbuka atau yang terlihat oleh orang lain yaitu Slack, padahal website atau aplikasi Slack biasanya memang digunakan untuk pengecekan desain yang telah dibuat. Pada pengerjaan *payment partnership* pertama kalinya, penulis selalu berkomunikasi lewat Whatsapp dengan *creative manager*

dan akhirnya penulis bisa berkomunikasi hanya lewat Slack setelah terbiasa.

Dalam menyebarkan informasi dan promosi, Segari memiliki beberapa media yaitu Blog, Aplikasi, Instagram Segari dan Instagram Mitra Segari. Oleh karena itu, setiap desain memiliki kebutuhan *output* yang berbeda. Untuk *payment partnership*, biasanya dibutuhkan beberapa *output*, seperti Blog Thumbnail (1:1), IGS Cover, IGS berisikan syarat dan ketentuan, LP Banner, Pop-Up. Segari bekerja sama dengan beberapa lembaga keuangan, beberapa diantaranya yang pernah penulis kerjakan adalah blu by BCA, AstraPay, BRI, Muamalat, GoPayLater. Penulis memilih 2 dari beberapa yang telah penulis kerjakan untuk dijelaskan proses pengerjaannya.

1. Payment Partnership GoPayLater April 2024

A. Brief

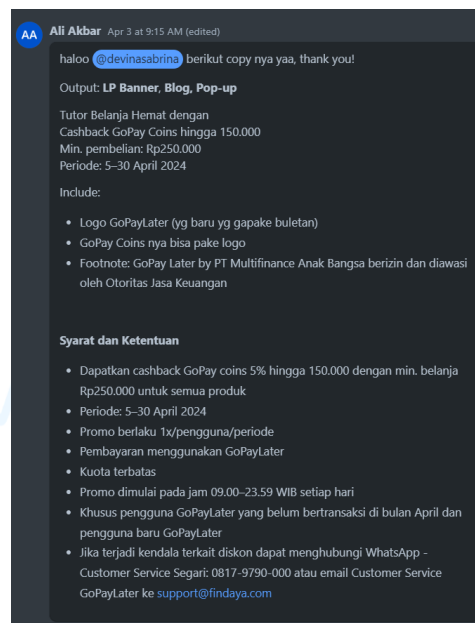
Penulis membuka *brief* atau *job request* dari website Trello, dimana semua pekerjaan yang dilakukan sehari-hari akan langsung terlihat. Dalam Trello, pekerjaan yang dipegang oleh penulis disebut *card*. *Card* biasanya berisi penulis dan *copywriter* serta *project manager*. Hal ini dilakukan untuk mempermudah pembagian *copywriting* langsung ke *graphic designer* yang bersangkutan. *Job request* dari Segari biasa berbentuk Google Docs dan di dalamnya akan berisikan *output* yang dibutuhkan, konten yang hari dimasukkan ke desain yang akan dibuat seperti *Headline*, periode *payment partnership*, logo, dan lain-lain.

Job No.		Date Issued	2 Apr
Project Period	5-30 Apr	Issued By	Dipa
Deadline	3 Apr	Section	Creative
PIC		Attn.	

<p>Output Items <i>(please define the items and the format expected. Ex: WA Sticker, format .gif)</i></p>	<p>Output:</p> <ul style="list-style-type: none"> • LP Banner • Socomed: IG Story (cover aja) • Blog + copy • Pop up <p>Notes: Gausah bertema ramadan</p> <p>Headline: Belanja dan dapatkan Cashback GoPay Coins hingga 150.000 Periode: 5-30 April 2024 Min. Pembelian: Rp 250.000</p> <p>Include:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Logo GoPayLater (yg baru yg gapake buletan) - GoPay Coins nya bisa pake logo - footnote: <p>GoPay Later by PT Multifinance Anak Bangsa berizin dan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan</p> <p>TnC</p> <ul style="list-style-type: none"> - Dapatkan cashback GoPay coins 5% hingga 150.000 dengan min. belanja Rp250.000 untuk semua produk - Periode: 5-30 April 2024 - Promo berlaku 1x/pengguna/periode - Pembayaran menggunakan GoPayLater - Kuota terbatas - Promo dimulai pada jam 09-00 - 23.59 WIB setiap hari - Khusus pengguna GoPayLater yang belum bertransaksi di bulan April dan pengguna baru GoPayLater - Jika terjadi kendala terkait diskon dapat menghubungi WhatsApp - Customer Service Segari: 0817-9790-000 atau
---	--

Gambar 3.3 Job Request GoPayLater April 2024

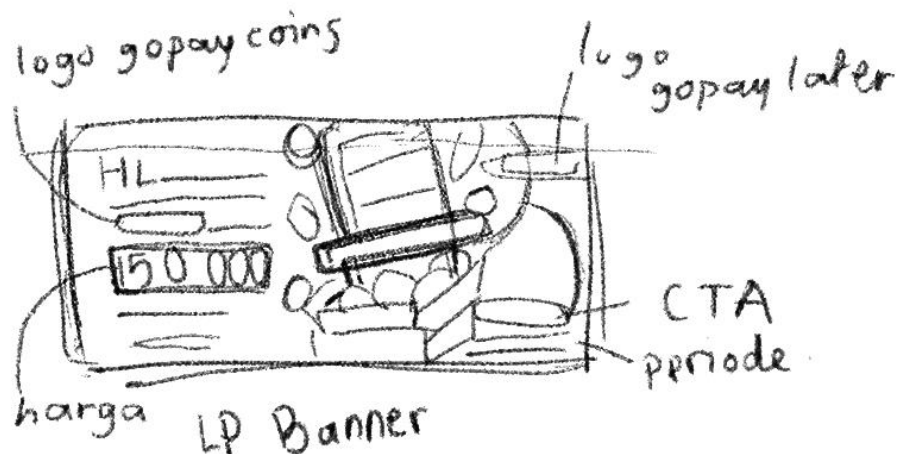
Lalu, setelah penulis membaca *job request*, penulis menunggu *copywriter* mengirimkan *copywriting* yang sudah *fix* akan digunakan dalam desain. Jika sudah, maka *copy* akan masuk ke Card Trello yang penulis dan *copywriter* pegang. Setelah membaca *copy*, penulis melanjutkan ke tahap selanjutnya yaitu *layouting*.



Gambar 3.4 Copywriting GoPayLater April 2024

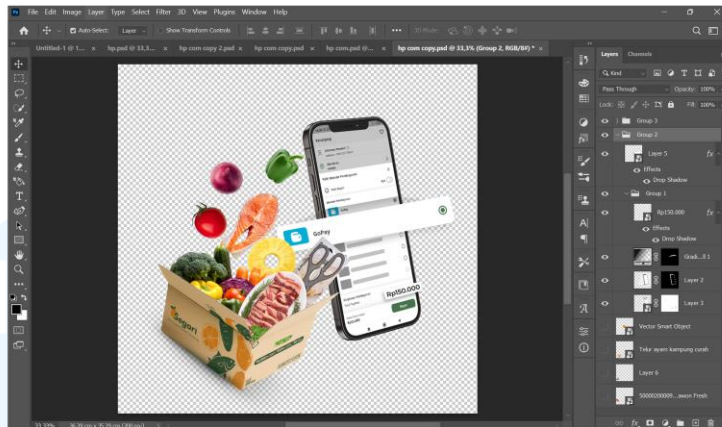
B. Layouting

Dalam *layouting*, penulis melakukan sketsa terlebih dahulu agar lebih mudah mengatur penempatan dari objek dan *copy* yang akan digunakan. Hal ini penulis lakukan agar menghemat waktu dalam *layouting* karena penulis harus mencari aset-aset dan melakukan *digital imaging* seperti *cropping*, *removing background* ataupun menggabungkan aset-aset di Adobe Photoshop. Sketsa yang penulis buat dimulai dari *output* LP Banner, sehingga sisa *output* bisa penulis sesuaikan dengan kebutuhannya.



Gambar 3.5 Sketsa LP Banner GoPayLater

Dalam sketsa, terdapat semua konten yang wajib dimasukkan seperti CTA, periode *payment partnership*, logo GopayCoins, logo GopayLater, harga, dan Headline serta *copy*. Setelah mengetahui penulis membutuhkan aset *handphone*, box Segari serta SKU penulis mencari terlebih dahulu aset-aset yang diperlukan di drive. Setelah itu, penulis menggabungkan aset yang tersedia sebelumnya menggunakan Adobe Photoshop. Dalam penyusunan aset yang diperlukan, penulis membuat 2 versi yaitu versi untuk LP Banner dan IG Story Cover. Berikut adalah proses dan hasil dari *digital imaging* yang penulis lakukan.



hasil 1

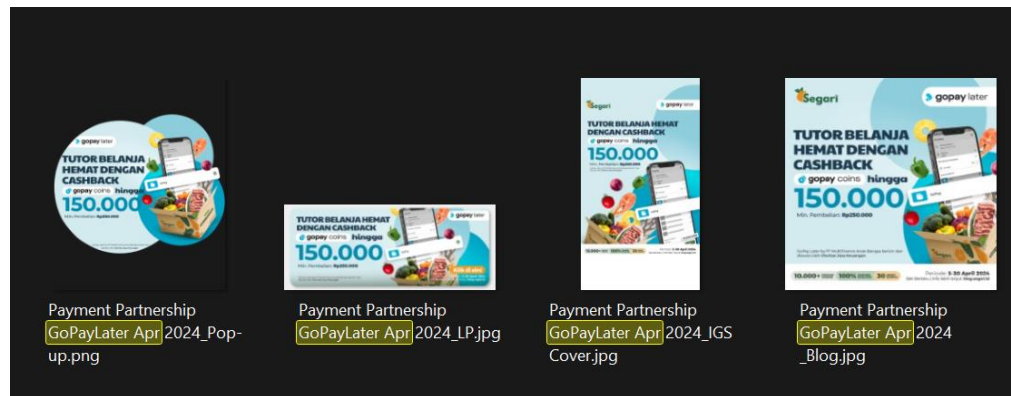


hasil 2



Gambar 3.6 Hasil Digital Imaging GopayLater

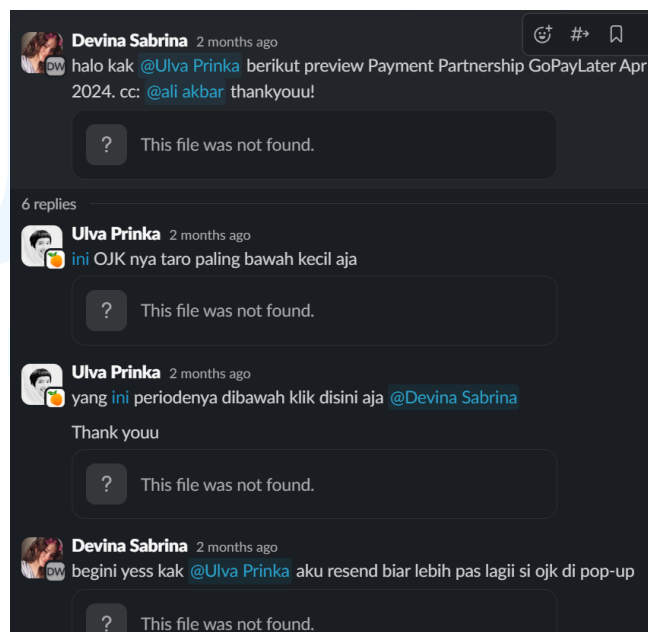
Setelah penulis menyelesaikan aset foto yang akan dipakai, penulis memasukkan aset tersebut ke dalam *output* LP Banner terlebih dahulu menggunakan *software* Adobe Illustrator. Setelah itu, penulis menambahkan grafis berbentuk lingkaran dengan 2 warna yang dipakai oleh GoPayLater dalam *brand guidelines* sesuai dengan sketsa yang telah penulis buat. Penulis melakukan pengecekan ulang pada *copy* agar bisa dimasukkan ke dalam *layout* desain. Penulis mengadaptasikan hasil *layout* LP Banner ke dalam *output* lainnya. Setelah semua *output* selesai dikerjakan, penulis lanjut ke tahap berikut yaitu melakukan asistensi pekerjaan ke supervisor. Berikut desain yang telah diaplikasikan ke dalam *output-output* untuk Payment Partnership GoPayLater April 2024.



Gambar 3.7 Output hasil pengerjaan GoPayLater

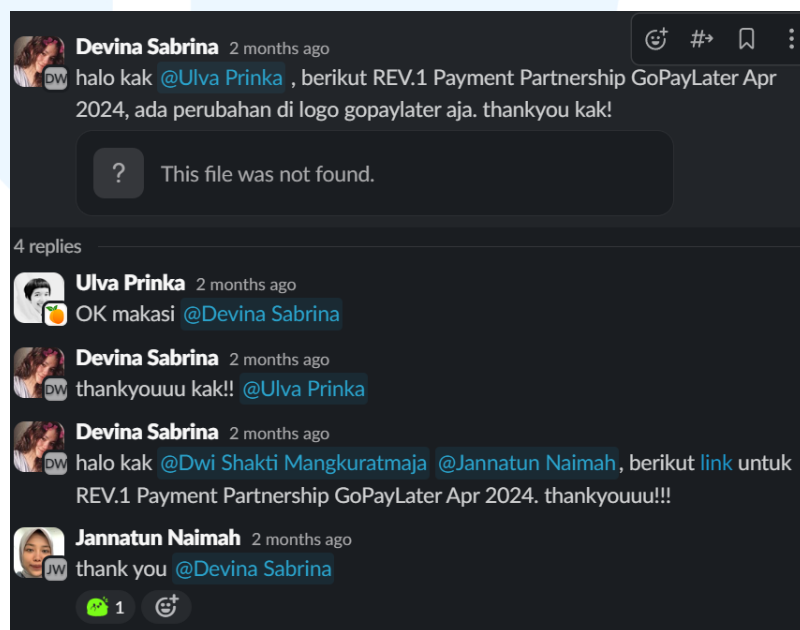
C. Asistensi & Final

Pada tahap asistensi, penulis mengirimkan hasil *layout* dalam bentuk JPEG, yaitu format *output* yang dibutuhkan dan PNG yaitu untuk *output* Pop-Up. Setelah mengirimkan, penulis akan menerima *feedback* untuk melakukan revisi yang bentuknya banyak maupun sedikit. Untuk Payment Partnership GoPayLater April 2024, penulis menerima revisi berupa posisi keterangan OJK yang harus dipindahkan pada *output* Pop-Up dan posisi periode pada *output* LP Banner. Setelah itu, penulis memasukkan *file* yang sudah final ke dalam Google Drive.



Gambar 3.8 Revisi Keseluruhan GoPayLater

Sebagai tambahan, dalam *screenshot* Slack terdapat tulisan *file* tidak tersedia dikarenakan penulis melakukan *screenshot* setelah masa *freetrial* penulis habis di akun Slack yang lama. Untuk revisi, terdapat juga *follow up* revisi dari *project manager* maupun pihak eksternal yang harus penulis lakukan sehari atau beberapa hari setelah penulis memasukkan *file* ke dalam Google Drive. Penulis akan mengetahui ada tidaknya revisi melalui Trello dan *daily task* yang dibagikan lewat Whatsapp. Dalam mengerjakan revisi, penulis tetap memasukkan hasil revisi ke Slack dan hasil revisi yang telah disetujui juga akan langsung dimasukkan ke dalam Google Drive.



Gambar 3.9 Revisi tambahan GoPayLater

2. Payment Partnership BRI Apr 2024

A. Brief

Penulis membaca *brief* atau *job request* terlebih dahulu dari link Google Docs yang terdapat di Trello, lalu mencatat apa saja *output* yang penulis harus kerjakan agar tidak terlewat. Card penulis untuk Payment Partnership BRI April 2024 masih dipegang oleh penulis selaku *graphic designer intern* dan juga *copywriter*.

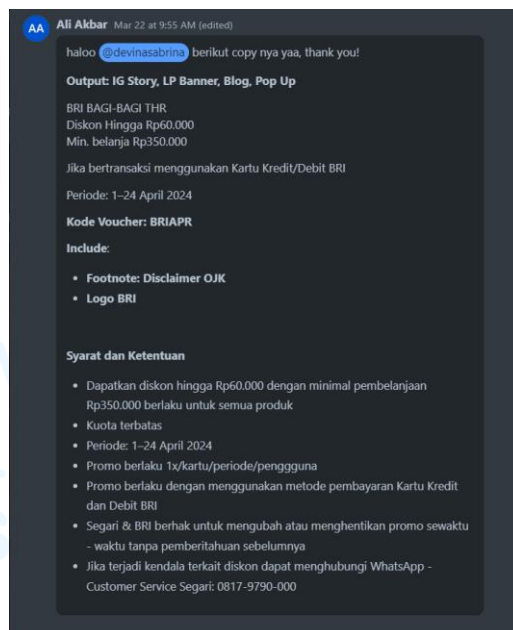


JOB REQUEST

Job No.		Date Issued	20 Mar
Project Period	1-24 Apr	Issued By	Dipa
Deadline	25 Mar	Section	Creative
PIC		Attn.	
Output Items <i>(please define the items and the format expected. Ex: WA Sticker, format .gif)</i>	<p>Output:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 2x Soemed: IG Story • LP Banner • Blog + copy • Pop Up <p>Headline: Dapatkan Diskon Hingga Rp60.000 Min. belanja Rp350.000 Subheadline: Jika bertransaksi menggunakan Kartu Kredit/Debit BRI Campaign Period: 1-24 April 2024 Kode Voucher: BRIAPR</p> <p>Include:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Footnote: Disclaimer OJK - Logo BRI <p>TnC IGs & Blog</p> <ul style="list-style-type: none"> - Dapatkan diskon hingga Rp60.000 dengan minimal pembelian Rp350.000 berlaku untuk semua produk - Kuota Terbatas - Periode: 1-24 April 2024 - Promo berlaku 1x/kartu/periode/pengguna - Promo berlaku dengan menggunakan metode pembayaran Kartu Kredit dan Debit BRI - Segari & BRI berhak untuk mengubah atau menghentikan promo sewaktu-waktu tanpa pemberitahuan sebelumnya - Jika terjadi kendala terkait diskon dapat menghubungi WhatsApp - Customer Service Segari: 0817-9790-000 		

Gambar 3.10 Job Request BRI

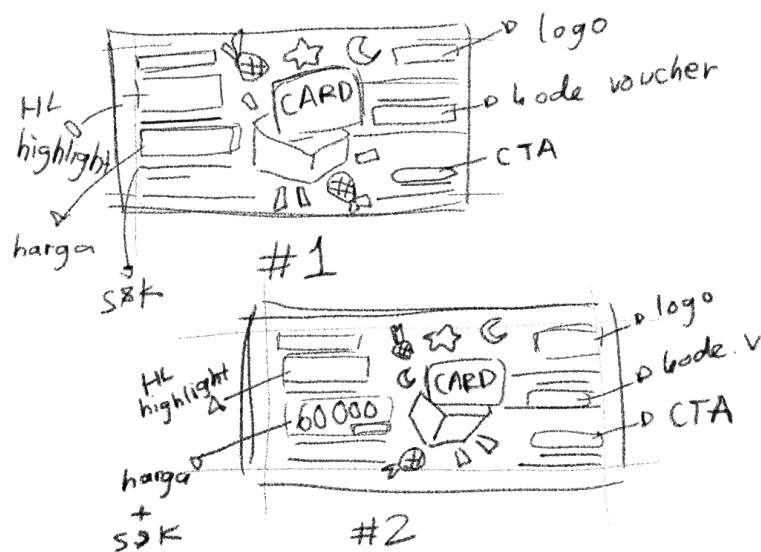
Lalu, setelah penulis membaca *job request*, penulis menunggu *copywriter* mengirimkan *copy* yang sudah *fix* akan digunakan dalam desain. Jika sudah, maka *copy* akan masuk ke Card Trello dan penulis menarik kata-kata dari Headline seperti “Bagi-bagi THR” untuk dijadikan patokan terhadap visual yang akan dibuat.



Gambar 3.11 Copywriting BRI

B. Layouting

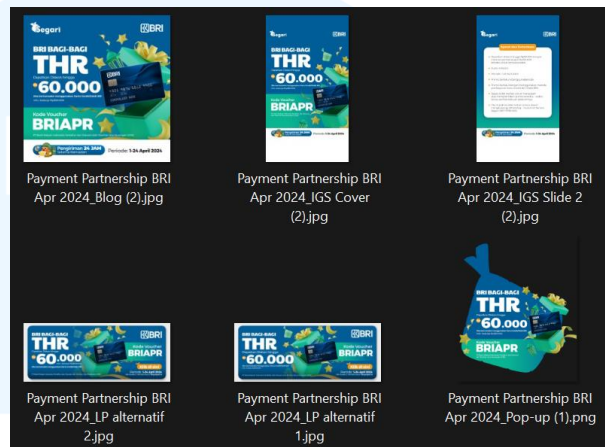
Penulis mengerjakan sketsa berdasarkan *copy* yang telah diberikan dengan tema Ramadan, yaitu “Bagi-Bagi THR”. Sketsa yang dibuat memuat bagian penting yang harus dimasukkan ke dalam desain. Sketsa yang penulis buat dalam *output* LP Banner terlebih dahulu agar dapat menghemat waktu. Berikut adalah hasil sketsa yang penulis buat.



Gambar 3.12 Sketsa LP Banner BRI

Penulis mempertimbangkan *layout* dalam 2 versi untuk *output* LP Banner, yaitu harga tidak digabung dengan minimal pembelian dan harga yang digabung dengan minimal pembelian untuk mengoptimalkan *space*. Setelah mengerjakan sketsa, penulis lanjut mencari aset yang cocok atau sesuai dengan sketsa, yaitu ketupat, box *gift* yang melambangkan THR, bintang dan bulan yang identik dengan Ramadan. Penulis menentukan warna dengan mengambil warna yang sering digunakan oleh BRI yaitu biru tua dan juga warna yang identik dengan Ramadan dan Lebaran, yaitu hijau. Penulis juga diperbolehkan dan disarankan untuk mengambil aset dari Shutterstock agar dapat meningkatkan efisiensi dalam menyusun *layout*. Selain aset yang penulis temukan, kartu kredit BRI merupakan aset yang sudah disediakan oleh Segari karena

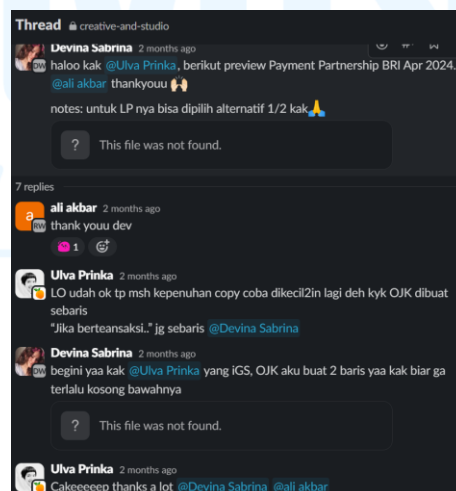
sudah pernah dipakai pada Promo Payment BRI sebelumnya. Berikut desain yang telah diaplikasikan ke dalam *output-output* untuk Payment Partnership BRI April 2024 dengan alternatif untuk LP Banner.



Gambar 3.13 Output hasil pengerjaan BRI

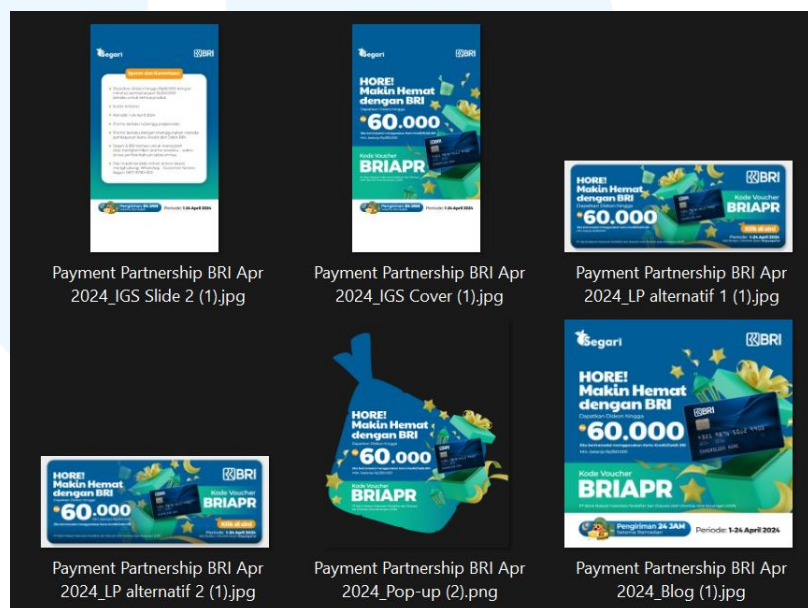
C. Asistensi & Final

Penulis mengirimkan hasil dari *layouting* untuk melakukan proses asistensi melalui Slack dan menerima revisi-revisi yang harus dilakukan. Revisi tersebut berupa *copy* yang harus dikurangi ukurannya atau dibuat segaris. Setelah melakukan revisi tersebut, penulis mengirimkan kembali hasil revisi dan menerima *approval* dari *supervisor*. Setelah itu, penulis memasukkan *file* ke dalam Google Drive yang telah disediakan.



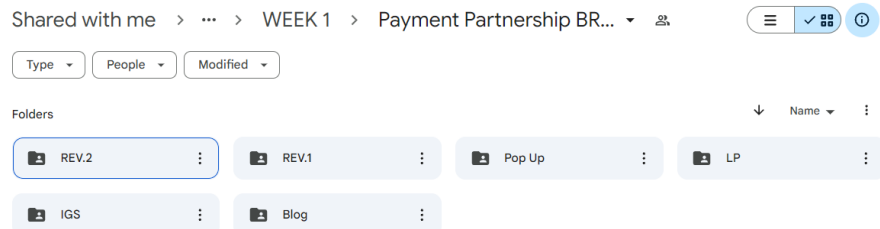
Gambar 3.14 Revisi Keseluruhan BRI

Sehari setelahnya, penulis menerima revisi berupa *copy* yang digantik lebih *generic* agar Promo Payment bisa digunakan sampai dengan akhir April. Revisi penulis lakukan secara langsung di *layout* yang telah dibuat karena hanya tinggal menyesuaikan *Headline* baru saja. *Copy* baru berisikan “HORE! Makin Hemat dengan BRI!” sehingga penulis tidak perlu merevisikan keseluruhan visual. Berikut adalah *output-output* dari hasil revisi yang penulis kerjakan dan disetujui oleh *supervisor*.



Gambar 3.15 Output hasil revisi BRI

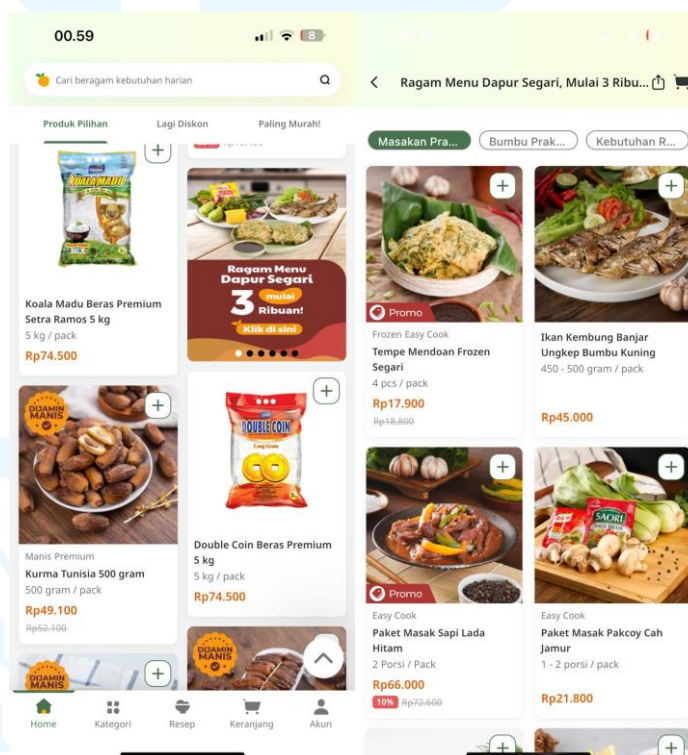
Kemudian, penulis memasukkan *output* di atas ke dalam Google Drive. Lalu, setelah beberapa hari penulis menerima revisi dari *project manager* berupa perubahan minor dalam visual. Penulis diminta untuk membuat versi Non-Ramadan dengan menghilangkan elemen Ramadan seperti bulan sabit, *lantern*, dan ketupat. Penulis kemudian melakukan revisi dan meminta *approval* atau melakukan asistensi lagi dengan *supervisor*. Setelah disetujui, penulis memasukkan hasil final ke dalam Google Drive. Untuk pekerjaan yang memiliki banyak revisi, penulis biasanya memasukkan *file* ke dalam sub-folder dengan nama masing-masing revisi seperti REV.1, REV.2 dan seterusnya.



Gambar 3.16 Folder Google Drive BRI

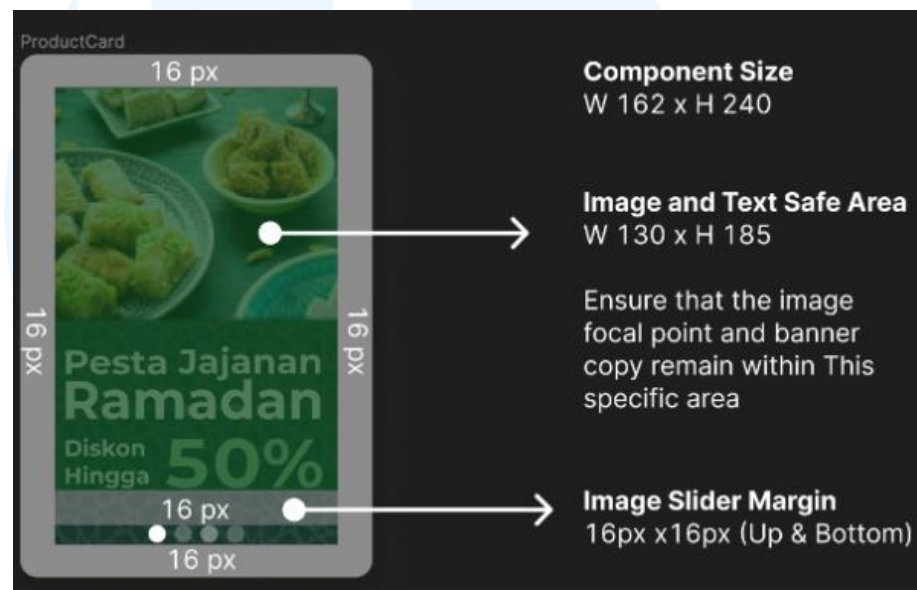
3.3.1.2 Infinite Carousel Banner

Infinite Carousel Banner merupakan *additional banner* yang penulis kerjakan untuk keperluan aplikasi Segari. Letak Infinite Carousel Banner berada di bagian produk pilihan, bisa digeser karena bersifat *carousel*, bisa juga diklik dan akan mengarahkan *customer* ke *page* baru yang berisikan produk yang terdapat dalam *banner* sehingga *customer* bisa langsung menambahkan produk-produk ke dalam keranjang.



Gambar 3.17 Infinite Carousel Banner

Guide size serta *safe area* dari Infinite Carousel Banner terdapat dalam *brief* dan penulis harus selalu memastikan bahwa setiap hasil tidak boleh melanggar *safe area* dalam pengerjaan Infinite Carousel Banner dikarenakan *output* yang dibutuhkan dalam pengerjaan Infinite Carousel Banner hanya berbentuk satu *size*, yaitu 162 x 240 px.



Gambar 3.18 Panduan ukuran Infinite Carousel Banner

Pekerjaan ini merupakan pekerjaan kedua pertama yang penulis lakukan saat melakukan magang di Segari. Penulis menemukan beberapa kesulitan pada saat pengerjaan untuk pertama kalinya, dan beberapa solusi yang penulis temukan. Berikut adalah rinciannya:

1. Penulis merasa kesusahan dalam membaca *brief* dikarenakan padatnya teks pada saat membaca *brief* saat pertama kali dan merasa terlalu banyak pekerjaan yang harus dikerjakan. Namun, penulis belajar untuk memisahkan *brief* menjadi beberapa bagian dan mencoba pelan-pelan untuk mengerjakan agar bisa terbiasa dengan *pace creative team* Segari.
2. Saat mencari gambar SKU (*Stock Keeping Unit*), terdapat beberapa gambar SKU yang masih belum tersedia di Google Drive

sehingga penulis kebingungan pada awalnya dan merasa takut untuk bertanya karena berpikir akan menyusahkan *project manager* ataupun *supervisor*. Padahal, setelah penulis memberanikan diri untuk bertanya ternyata memang SKU tersebut belum dimasukkan ke Google Drive. Setelah terbiasa, penulis akan memastikan terlebih dahulu bahwa penulis tidak dapat menemukan gambar SKU dan menanyakan kepada *project manager* agar tidak memperlambat proses pengerjaan.

3. Penulis juga memiliki kesulitan dalam *adjusting* warna-warna untuk elemen grafis pada awalnya karena Infinite Carousel Banner terlalu banyak jumlahnya. Pada akhirnya, penulis menemukan solusi untuk melakukan *recycle* atau penggunaan ulang warna-warna yang telah dipakai sebelumnya maupun pencarian *color palette* dengan *keyword* yang sesuai dengan kesan yang akan penulis tuju.
4. Pada saat *export* hasil desain yang telah penulis kerjakan, penulis harus membuat 2 ukuran *file* yang berbeda yaitu maksimal 200 KB dan 40 KB. Untuk file dengan ukuran maksimal 40 KB, penulis kesusahan karena hasil *export* akan selalu tampak *blur*. Walaupun sudah menggunakan *file smaller*, penulis juga masih kesusahan mengatur *file* agar benar-benar berada di bawah 40 KB dan masih terlihat jelas dan terbaca. Setelah mencari cara, penulis menemukan solusi yaitu fitur *save for web (Legacy)* pada Adobe Illustrator yang memperbolehkan penulis melihat hasil akhir sambil melakukan *export* dan mengubah ukuran tinggi maupun lebar dari desain.

Dalam proses pengerjaan Infinite Carousel Banner, penulis melalui langkah yang sama dengan pengerjaan Payment Partnership. Penulis memulai dari membaca *brief*, menyusun *layout* dan melakukan proses *digital imaging*, melakukan asistensi dengan *supervisor* dan pada akhirnya memasukkan *file* akhir ke dalam Google Drive. Infinite

Carousel Banner pada memiliki satu jenis *output* saja namun banyak jenis seperti 4R, Buah, BSPP (protein), Dry Goods, Dry Foods, dll. Oleh karena itu, penulis memilih Infinite Carousel Banner 4R dan Buah untuk diperlihatkan proses pengerjaannya.

1. Infinite Carousel Banner 4R 20-26 Mei

A. Brief

Penulis mulai mengerjakan Infinite Carousel Banner dengan membaca *brief* langsung di Trello. *Brief* Infinite Carousel Banner berisi ukuran, *safe space (padding)*, *copy* untuk *main banner* dan *following banner*, *list SKU* yang akan dipakai, harga dan nama SKU.

Banner Tritab 4R	Banner Tritab 4R
Dimensions: 162 x 240 px	Banner 1 (Main Banner)
Size: < 40 Kb	"Ragam Menu Dapur Segari, Mulai 3 Ribuan!"
padding bawah banner: 32 px -> mandatory	Attributes:
padding kiri, kanan, dan atas (16 px) -> ga mandatory	<ul style="list-style-type: none"> 31332000388 Tempe Mendoan Segari 31332000327 Ikan Kembung Banjar Ungkep Bumbu Kuning 10200100001 Paket Sayur Asam
1. Banner 1 (Main Banner)	Banner 2
Copy Main Banner: "Ragam Menu Dapur Segari, Mulai 3 Ribuan!"	SKU 31332000388 Tempe Mendoan Segari - Harga Normal Rp18.800 + Harga Coret Rp17.700 - 4 pcs/pack
Attributes:	Banner 3
31332000388 Tempe Mendoan Segari	SKU 31332000327 Ikan Kembung Banjar Ungkep Bumbu Kuning - Harga Normal Rp45.000 + Harga Coret Rp41.900 - 450-500 g/pack
31332000327 Ikan Kembung Banjar Ungkep Bumbu Kuning	Banner 4
10200100001 Paket Sayur Asam	SKU 10200100001 Paket Sayur Asam - Harga Normal Rp29.300 + Harga Coret Rp28.300 - 1-2 porsi/pack
1. Banner 2	Banner 5
SKU 31332000388 Tempe Mendoan Segari - Harga Normal Rp18.800 + Harga Coret Rp17.700	SKU 31134000008 Bumbu Ayam Goreng Dapur Segari - Harga Normal Rp4.100 + Harga Coret Rp3.500 - 35 g/sachet
1. Banner 3	Banner 6
SKU 31332000327 Ikan Kembung Banjar Ungkep Bumbu Kuning - Harga Normal Rp45.000 + Harga Coret Rp41.900	SKU 11200000021 Sambal Terasi Segari - Harga Normal Rp29.700 + Harga Coret Rp25.100 - 100 g/bottle
1. Banner 4	
SKU 10200100001 Paket Sayur Asam - Harga Normal Rp29.300 + Harga Coret Rp28.300	
1. Banner 5	
SKU 31134000008 Bumbu Ayam Goreng Dapur Segari - Harga Normal Rp4.100 + Harga Coret Rp3.500	
1. Banner 6	
SKU 11200000021 Sambal Terasi Segari - Harga Normal Rp29.700 + Harga Coret Rp25.100	

Gambar 3.19 Job Request & Copywriting Infinite Carousel 4R

Infinite Carousel Banner sudah memiliki patokan untuk tata letak *copy* dan SKU *image* sehingga penulis memiliki pekerjaan untuk membuat desain yang akan dipakai dan juga elemen visual apa yang perlu ditambahkan ke dalam *banner* sesuai dengan *brief* dan *copy*. Setelah membaca *brief* dengan seksama, penulis melanjutkan proses pengerjaan ke tahap *layouting*.

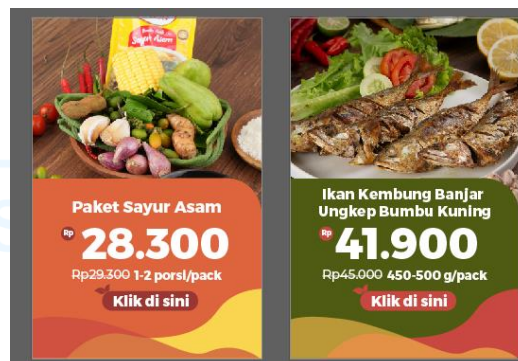
B. *Layouting*

Dalam pengerjaan *layouting*, penulis terlebih dahulu memasukkan gambar SKU ke dalam *canvas* menggunakan Adobe Illustrator karena SKU sifatnya tidak boleh diganti dengan *stock photo* atau bersifat *real product*. Penulis juga melakukan hal tersebut agar dapat melihat mood keseluruhan yang dihasilkan oleh gambar SKU, sehingga tetap membentuk suatu kesatuan karena sifatnya yang *carousel* atau bisa digeser dalam satu tempat. Sebagai contohnya yang terdapat pada foto SKU 4R berikut.



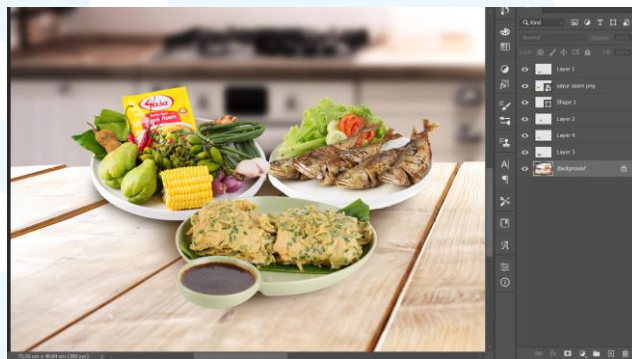
Gambar 3.20 Gambar SKU 4R

Selain gambar SKU, penulis juga terlebih dahulu memasukkan harga dan nama SKU agar lebih efisien dalam pengerjaannya. Walaupun SKU memiliki warna yang berbeda-beda, kesan yang dihasilkan tetap sama yaitu kelezatan menu dapur Segari dan harus terlihat *appetizing*. Penulis memilih warna yang menonjol agar menarik perhatian *customer* dan mengaplikasikan warna tersebut pada elemen-elemen visual yang digunakan pada desain Infinite Carousel Banner 4R. Berikut adalah hasil penerapan warna pada elemen desain yang telah dibuat.



Gambar 3.21 Penerapan warna pada elemen desain

Untuk Infinite Banner 4R, terdapat *main banner* yang memerlukan *digital imaging* sebagai *cover*. Penulis melakukan *digital imaging* melalui Adobe Photoshop dengan menggunakan gambar SKU pilihan yang sama dan menghilangkan *background*, menyisakan foto objek SKU saja. Lalu, penulis mencari *background* dapur di Shutterstock yang cocok dengan gambar-gambar SKU dan menggabungkan keduanya serta menambahkan efek bayangan di bawah SKU sehingga menghasilkan gambar di bawah.



Gambar 3.22 Digital Imaging Main Banner 4R

Setelah selesai, penulis melakukan *export image* dari Adobe Photoshop dalam bentuk JPEG untuk digunakan dan dimasukkan ke desain. Penulis juga melakukan hal yang sama seperti sebelumnya, yaitu dengan memasukkan foto terlebih dahulu dan melakukan pencocokan warna SKU dengan elemen visual yang digunakan. Berikut adalah hasil dari *digital imaging* digabung dengan elemen visual yang telah penulis kerjakan.



Gambar 3.23 Hasil Main Banner 4R

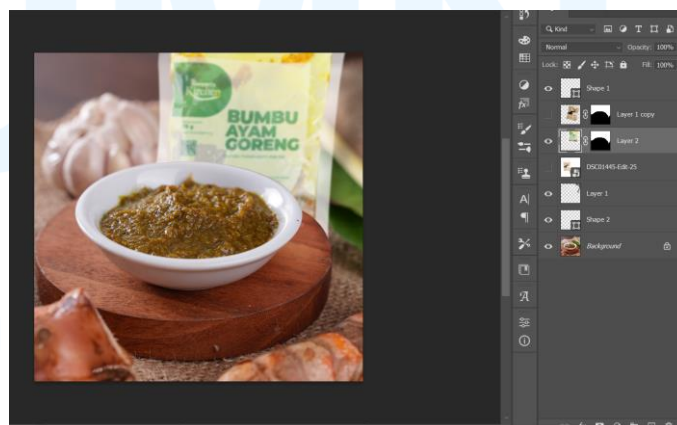
Setelah menyelesaikan pekerjaan Infinite Carousel Banner 4R dan lainnya, penulis melanjutkan pengerjaan ke tahap selanjut yaitu melakukan asistensi dengan *supervisor* di Slack. Berikut adalah keseluruhan desain yang telah dikerjakan sebelum revisi.



Gambar 3.24 Hasil keseluruhan Infinite Carousel Banner 4R

C. Asistensi & Final

Pada proses asistensi, penulis mendapatkan revisi pada gambar SKU pada 2 *banner* 4R, yaitu Bumbu Ayam Goreng Dapur Segari dan Tempe Mendoan Segari. Gambar SKU yang dipakai harus terlihat seragam dengan yang lain, oleh karena itu penulis harus mencari kembali gambar SKU. Khususnya untuk gambar SKU Bumbu Ayam Goreng Dapur Segari, penulis harus melakukan *digital imaging* sesuai dengan *request supervisor* yaitu dibuat lebih menarik dengan menambahkan *pack* Bumbu Ayam Goreng Dapur Segari di bagian belakang dari mangkok.



Gambar 3.25 Digital Imaging SKU Bumbu Ayam Goreng Dapur Segari

Kendala penulis pada saat melakukan revisi adalah penulis harus menunggu foto SKU diedit terlebih dahulu oleh *photographer*

sehingga proses revisi memakan sedikit banyak waktu. Setelah mendapatkan foto, penulis lalu melakukan *digital imaging* untuk gambar *pack* seperti di atas. Setelah menyelesaikan revisi, penulis lalu mengirimkan kembali hasil ke Slack. Lalu, penulis memasukkan *file* yang telah mendapatkan *approval* oleh *supervisor* ke dalam Google Drive. Berikut adalah hasil akhir keseluruhan Infinite Carousel Banner 4R yang telah penulis selesaikan.

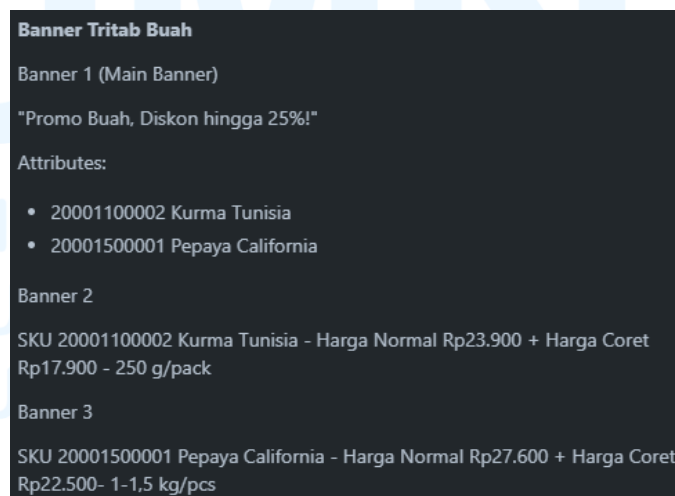


Gambar 3.26 Hasil keseluruhan Infinite Carousel Banner 4R setelah revisi

2. Infinite Carousel Banner Buah 20-26 Mei

A. Brief

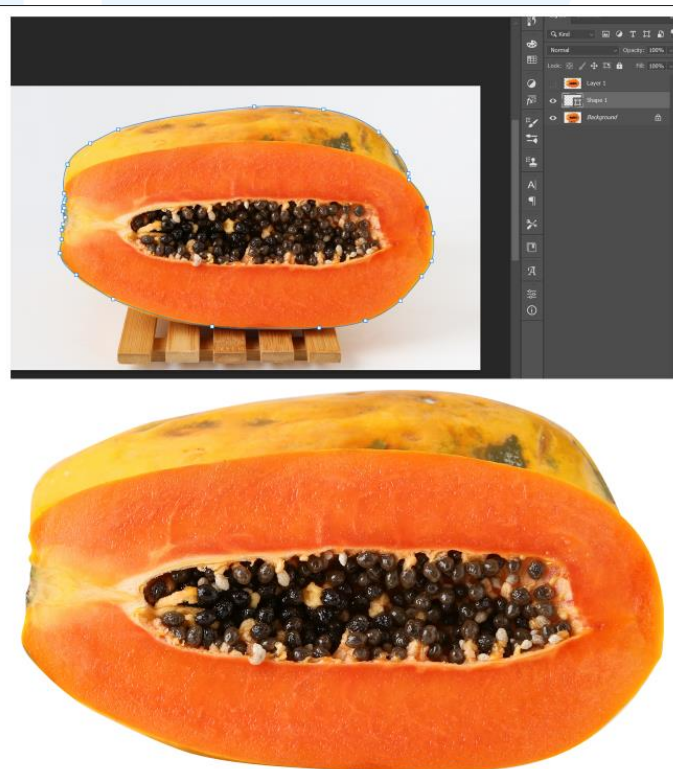
Dalam *brief*, terdapat *copy* untuk *banner* utama serta nama SKU dan harga normal dan harga setelah diskon serta diskon untuk *banner* kedua dan ketiga. Untuk Infinite Carousel Banner Buah 20-26 Mei, SKU yang digunakan adalah Kurma Tunisia dan Pepaya California. Penulis juga menyesuaikan ukuran *canvas* dengan *brief* sebelumnya yaitu 162 x 240 px.



Gambar 3.27 Job Request Infinite Carousel Banner Buah 20-26 Mei

B. *Layouting*

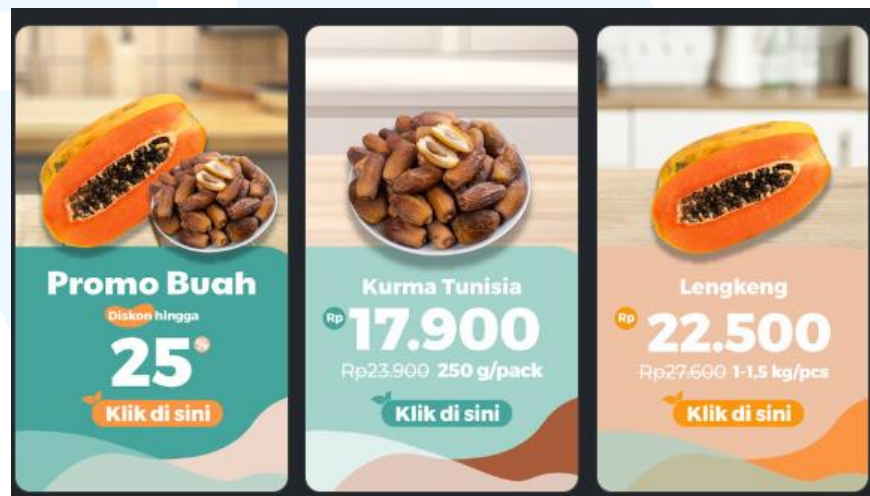
Dalam melakukan *layouting*, penulis membutuhkan gambar SKU yang telah dihilangkan *background*-nya atau transparan karena gambar SKU untuk buah memiliki *background* yang putih. Dalam Infinite Carousel Buah gambar SKU biasanya ditampilkan menjadi menonjol atau keluar dari elemen grafis yang membatasi gambar SKU dan memiliki *background* terpisah. Dalam proses menjadikan *background* transparan, penulis menggunakan *pen tool* di Adobe Photoshop agar hasil cropping lebih mulus dan tidak tersisa warna putih dari *background*. Berikut adalah proses dan hasil dari mengubah *background* menjadi transparan.



Gambar 3.28 Proses dan hasil transparan background

Proses yang sama juga penulis lakukan untuk gambar SKU Kurma Tunisia, yaitu mengubah *background* menjadi transparan. Setelah menghilangkan kedua *background* dari gambar SKU, penulis mencari gambar *background* dapur yang akan digunakan dalam

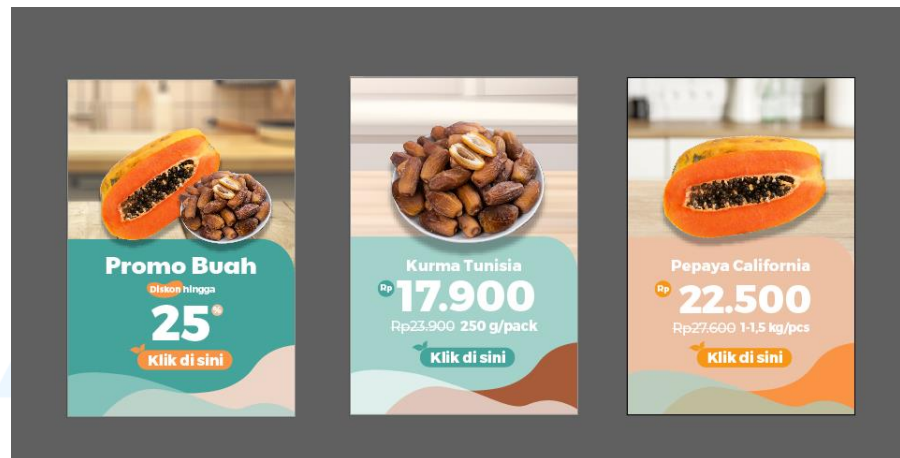
proses menyusun *layout* untuk Infinite Carousel Banner Buah. Penulis menentukan warna yang memberikan kesan *fresh* atau segar namun masih kontras dengan gambar SKU agar gambar SKU lebih kelihatan menonjol. Penulis melakukan proses *layouting* di Adobe Illustrator. Berikut merupakan hasil *banner* utama, *banner* 1 dan *banner* 2. Penulis melanjutkan proses asistensi setelah melakukan *export* dalam bentuk JPEG.



Gambar 3.29 Hasil keseluruhan Infinite Carousel Banner Buah

C. Asistensi & Final

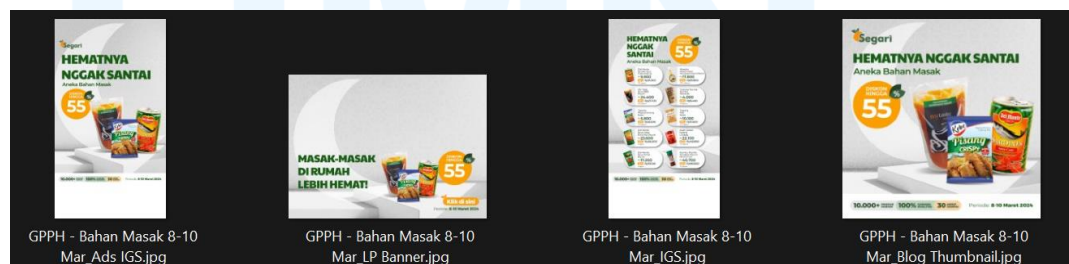
Penulis menerima revisi beberapa revisi yang harus dikerjakan karena salah satunya, yaitu salah menamai SKU Pepaya California menjadi Lengkeng dan merupakan kesalahan yang seharusnya penulis tidak lakukan. Selain itu, penulis juga melakukan revisi dalam pembesaran ukuran gambar SKU Kurma Tunisia dan Pepaya California. Sedangkan untuk *banner* utama, penulis tidak perlu melakukan revisi. Setelah revisi selesai, penulis memasukkan revisi ke Slack agar dapat diperiksa lagi oleh *supervisor* dan mendapatkan *approval*. Lalu, penulis melakukan *upload* file final ke dalam Google Drive Infinite Carousel Banner. Berikut adalah hasil final dari pengerjaan Infinite Carousel Banner Buah 20-26 Mei.



Gambar 3.30 Hasil keseluruhan setelah revisi Infinite Carousel Banner Buah

3.3.1.3 GPPH

GPPH atau Gebyar Promo Produk Harian ditujukan untuk produk-produk dengan per-kategori tertentu seperti camilan, produk dari *brand* tertentu, produk bayi, bahan masak, dan lainnya. Penulis mendapatkan tugas GPPH setelah melakukan magang selama beberapa minggu di Segari. GPPH Bahan Masak 8-10 Maret merupakan GPPH pertama yang penulis kerjakan dan bertemakan Ramadan. Penulis sudah mulai beradaptasi dengan gaya visual yang digunakan oleh Segari, sehingga penulis tidak menemukan banyak kendala *layouting* pada saat mengerjakan GPPH.



GPPH - Bahan Masak 8-10
Mar_Ads IGS.jpg

GPPH - Bahan Masak 8-10
Mar_LP Banner.jpg

GPPH - Bahan Masak 8-10
Mar_IGS.jpg

GPPH - Bahan Masak 8-10
Mar_Blog Thumbnail.jpg

Gambar 3.31 Hasil GPPH Bahan Masak 8-10 Maret

Namun, terdapat kendala teknis saat mengerjakan GPPH di Adobe Illustrator berupa ukuran aset yang digunakan terlalu besar sehingga penulis harus menunggu *export* yang lama. Hal tersebut menghambat penulis saat ingin melakukan proses asistensi dengan *supervisor*.


Terlebih lagi, penulis sempat mengalami kehilangan file beberapa kali karena Adobe Illustrator yang tidak responsif dan akhirnya tertutup dengan sendirinya. Penulis belum menemukan solusi yang efisien untuk hal ini, namun penulis sudah mengoptimalkan pengerjaan dengan membersihkan *memory* di laptop penulis dan juga mengubah *file* yang *linked* menjadi *embed* dalam Adobe Illustrator agar ukuran *file* tidak terlalu berat. Selain itu, penulis juga mengakali untuk memisahkan *output* menjadi beberapa *working file* atau dengan tidak digabung hanya dalam satu *file*.



Gambar 3.32 Kendala exporting karena aset berat

Penulis memilih salah satu GPPH yang pernah penulis kerjakan untuk dijabarkan proses pengerjaannya, yaitu GPPH Gonusa 20-23. Penulis mulai mengerjakan dari membaca *brief* seperti biasanya. Pada saat membaca *brief*, penulis memperhatikan jenis *output* apa saja yang dibutuhkan. Untuk GPPH Gonusa, *output* yang dibutuhkan adalah Homepage Banner, LP Banner, Category Banner, Instagram Story Catalog, Blog Thumbnail, Instagram Story Ads (*motion*) dan Instagram Feeds Ads (*still*). *Headline* yang dipakai adalah “Nongki Happy Bareng Bestie”, maka kesan yang ingin disampaikan adalah *bright* dan menyenangkan. Dalam *brief* juga terdapat *list* SKU yang akan dipakai, mulai dari SKU untuk *output* berjenis *banner*, *ads*, *blog thumbnail*, hingga SKU untuk *catalog*. *List* SKU yang digunakan untuk *banner*, *ads*, dan *blog thumbnail* merupakan 3 SKU dari SKU

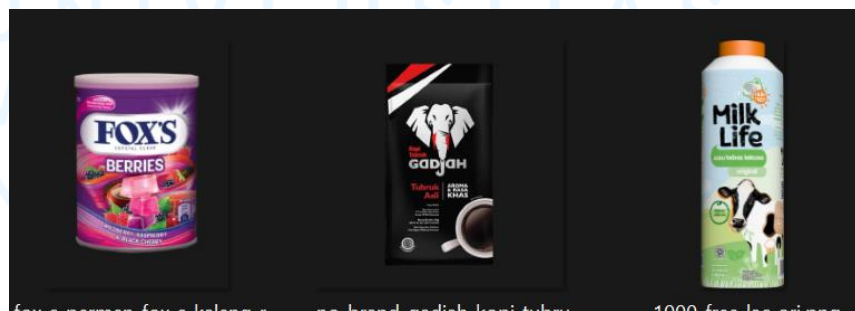
yang digunakan untuk *catalog*. *Catalog* nantinya juga akan berisikan total 10 SKU lengkap dengan harga normal, harga diskon, nama SKU, persentase diskon dan juga keterangan berat dari tiap SKU.


JOB REQUEST

Job No.		Date Issued	12 May
Project Period	20-23 May	Issued By	Dipa
Deadline	14 May	Section	Creative
PIC		Attn.	
Output Items <small>(please define the items and the format expected. Ex: WA Sticker, format .gif)</small>	<p>Output:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Homepage Banner - LP Banner (<500 KB) - Category Banner (PNG/Webp <100 Kb) - Socmed: IGS gallery - Blog thumbnail + copy - Ads - size IGF still & IGS motion <p>Headline: Camilan & Minuman Andalan -> boleh adjust Diskon hingga 25%</p> <p>SKU List: Susu Fresh Milk Lactose Free MilkLife 1 L Kopi Bubuk Tubruk Asli Gadjah 150 gr Permen Rasa Berries Kaleng Fox's 180 gr - Tanpa harga coret</p> <p>SKU List IGS: Susu Fresh Milk Lactose Free MilkLife 1 L Kopi Bubuk Tubruk Asli Gadjah 150 gr Permen Rasa Berries Kaleng Fox's 180 gr Roti Cokelat 5 Days 60 gr Kopi Bubuk Tubruk Asli Gadjah 150 gr Kopi Bubuk Tubruk Manis Bag Gadjah 10 x 25 gr Susu LHT Full Cream MilkLife 1 L Kopi Bubuk Tubruk Manis Bag Gadjah 10 x 25 gr Permen Rasa Fruits Kaleng Fox's 180 gr Snack Pillow Chocolate Kizizi 50 gr</p>		

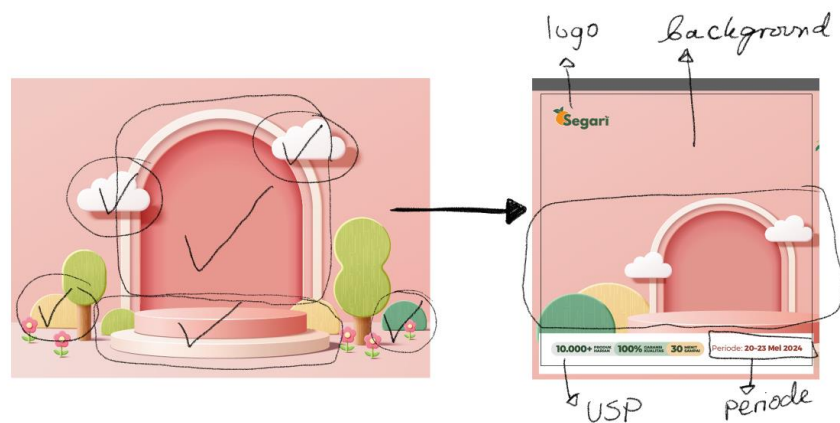
Gambar 3.33 Job Request GPPH Gonusa

Penulis mencari gambar SKU yang diperlukan terlebih dahulu serta melakukan proses mengubah *background* menjadi transparan, dengan total 8 SKU yang akan dipakai. Karena SKU merupakan produk yang dijual secara luas, penulis dapat mengambil gambar tersebut dari *website* asli penjual ataupun Google Drive. Dalam proses mengubah *background*, seperti sebelumnya penulis lakukan di Adobe Photoshop agar memberikan hasil yang lebih *clean*. Setelah melakukan proses mengubah *background* menjadi transparan, penulis kemudian memasukkan aset SKU dengan *background* transparan ke *canvas* di Adobe Illustrator.



Gambar 3.34 SKU dengan background transparan

Lalu, penulis mencari aset dengan *keyword bright* dan *fun* di Shutterstock. Setelah menemukan aset-aset tersebut, penulis memecahkan aset yang telah ditemukan menjadi beberapa bagian. Terdapat aset yang memang tidak penulis pakai karena tidak sesuai dengan standar gaya *layouting* Segari yang ingin memberikan *look "Less is more"* (Dokumen perusahaan Segari, 2024). Berikut adalah proses pemindahan dan pemilihan aset yang penulis lakukan dan *layouting* ke dalam *output* Blog Thumbnail. Selain itu, penulis juga memasukkan USP Segari, logo Segari dan periode promo sesuai dengan *guide* yang telah ada.



Gambar 3.35 Proses pemecahan aset dan *layouting* aset visual

Warna yang penulis gunakan untuk *headline* dan *sub-headline* menggunakan *tone* warna yang tidak jauh dari warna yang digunakan pada aset dan *background*, yaitu pink. Alasannya adalah Segari memang menggunakan “*One tone color for each promo*”. Setelah memasukkan *headline* dan *sub-headline*, penulis memasukkan warna maroon muda yang masih berada di *hue* yang berdekatan dengan pink. Lalu, penulis memasukkan aset lainnya seperti ikon diskon dan memasukkan SKU dan mengatur posisi serta ukuran yang pas agar tetap terlihat proporsional. Penulis juga menambahkan shadow berwarna maroon tua pada SKU agar terlihat lebih menyatu dengan

background dan keseluruhan visual. Berikut adalah hasil *layouting* yang penulis kerjakan.



Gambar 3.36 Hasil *layouting* pada output thumbnail blog

Untuk *output* selanjutnya, penulis menyesuaikan desain dan elemen visual dengan *layout* yang serupa dan tergantung dengan kebutuhan tiap *output*. *Output* yang memiliki *layout* berbeda hanyalah Instagram Story Catalog, dimana penulis harus memuat *headline*, *sub-headline*, ikon diskon, 8 SKU dengan nama SKU, harga coret, harga normal, persentase diskon dan berat bersih dari produk. Selain itu, SKU yang dimasukkan ke dalam *output* juga akan berbentuk kecil dan tersusun didalam kotak setiap SKU. Berikut adalah hasil dari Instagram Story Catalog.



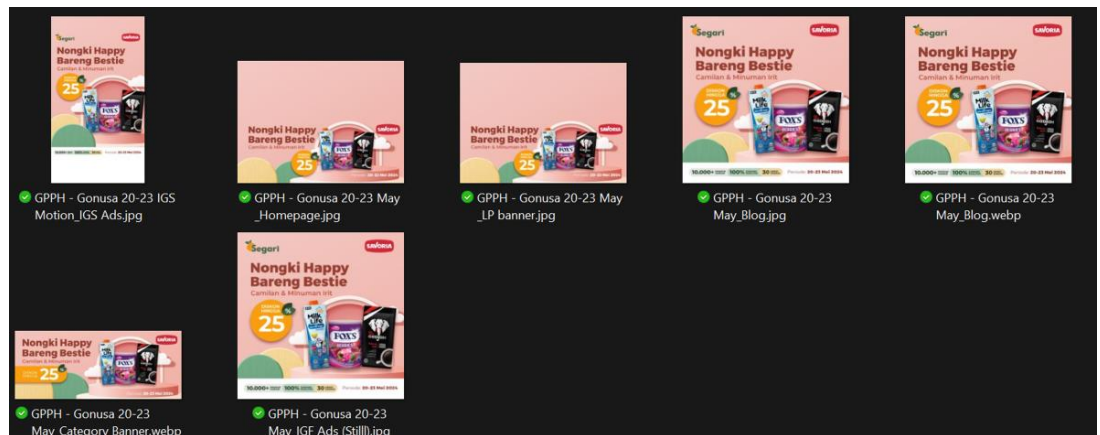
Gambar 3.37 Hasil *layouting* pada output Instagram Story Catalog

Penulis menyelesaikan *layout* untuk semua *output* yang dibutuhkan dan melakukan asistensi dengan *supervisor*. *Supervisor* langsung memberikan *approval* tanpa revisi dan penulis memasukkan hasil ke dalam Google Drive. Di hari selanjutnya, penulis menerima revisi eksternal. Revisi yang diterima berupa penggantian gambar SKU dan menambahkan logo gonusa dalam seluruh *output*. Gambar SKU yang diganti adalah susu milk life Susu Fresh Milk Lactose Free MilkLife menjadi Susu Full Cream MilkLife. Berikut sebelum dan sesudah gambar SKU diganti.



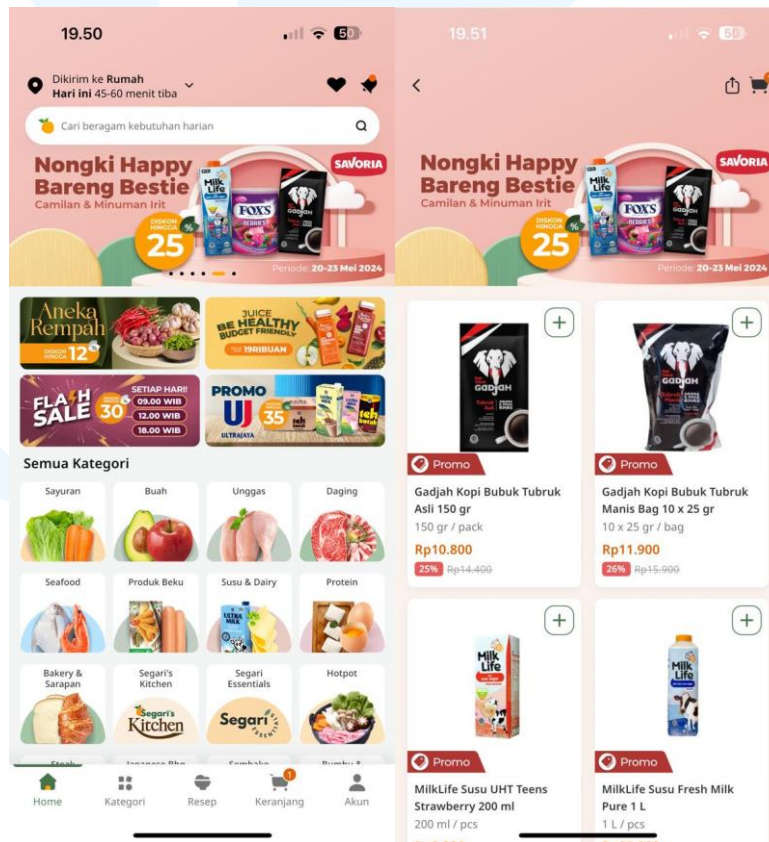
Gambar 3.38 Hasil revisi pertama Gonusa

Setelah menyelesaikan revisi di *output* yang lain, penulis mengirimkan hasil revisi ke Slack dan mendapatkan *approval* oleh *supervisor*. Namun, terdapat 2 revisi selanjutnya dimana penulis harus mengubah logo dari Gonusa menjadi Savoria (penulis bebas memilih), dan Savoria yang penulis pilih dari Google Drive menjadi logo Savoria yang Merah atau Putih saja. Penulis memilih logo Savoria yang merah karena sesuai dengan *look & feel* dari keseluruhan desain yang telah penulis kerjakan. Berikut adalah hasil revisi terakhir yang sudah diberikan *approval* oleh *supervisor*.



Gambar 3.39 Hasil revisi final Gonusa

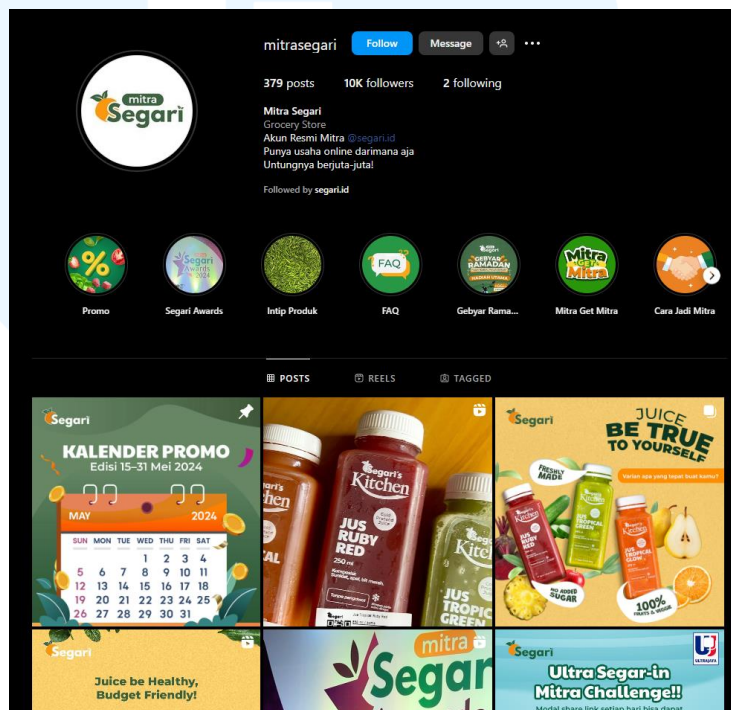
Sebagai kesimpulan, menurut penulis selain kendala *export* yang lama karena aset berat, penulis tidak merasa adanya kendala dengan revisi-revisi yang diberikan. Penulis sempat mengambil *screenshot* hasil desain penulis yang dipakai dalam aplikasi. Berikut adalah *screenshot* dalam aplikasi Segari.



Gambar 3.40 Hasil desain saat dipakai di aplikasi Segari

3.3.1.4 Instagram Mitra Segari

Instagram Mitra Segari merupakan akun instagram yang dibuat untuk memberikan informasi untuk Mitra Segari. Informasi tersebut bisa berupa *event*, promosi yang bisa dibagikan kepada *customer*, webinar Mitra Academy. Feeds Instagram Mitra Segari juga tidak jarang memuat atau dihubungkan dengan Post dari Instagram Segari. Penulis sendiri sempat membuat beberapa Instagram Feeds dan Story untuk Mitra Segari, yaitu Mitra Academy Webinar dan Gebyar Ramadan.



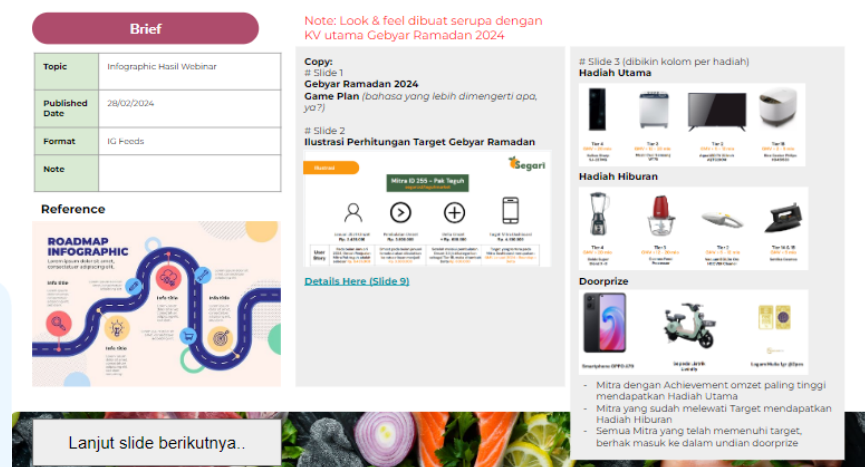
Gambar 3.41 Instagram Mitra Segari

Penulis tidak banyak menemukan kendala dalam pembuatan *layout* maupun secara teknis. Penulis memilih 2 pekerjaan yang telah penulis kerjakan untuk Instagram Mitra Segari, yaitu “Infographic Hasil Webinar” dan “Mitra Segari Academy Webinar 22 Februari”.

1. Infographic Hasil Webinar

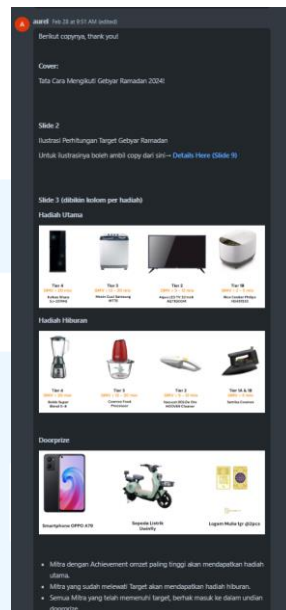
A. Brief

Untuk *brief* lengkap Instagram dengan imagery dan referensi, terdapat link Google Slides. Maka dari itu, penulis membuka link terlebih dahulu dari *job request* agar dapat melihat detail yang diperlukan. Infographic Hasil Webinar memiliki total 5 slide dengan masing-masing berukuran 1:1. Untuk Look & Feel, terdapat note yang menjelaskan bahwa sudah terdapat KV utama Gebyar Ramadan 2024 sehingga penulis hanya tinggal menyesuaikannya. Terdapat juga beberapa ilustrasi yang harus dibuat berupa jalan yang berkeluk, dan juga aset seperti ikon yang sudah disediakan dan hanya harus disesuaikan dengan tema keseluruhan.



Gambar 3.42 Brief Infographic Hasil Webinar

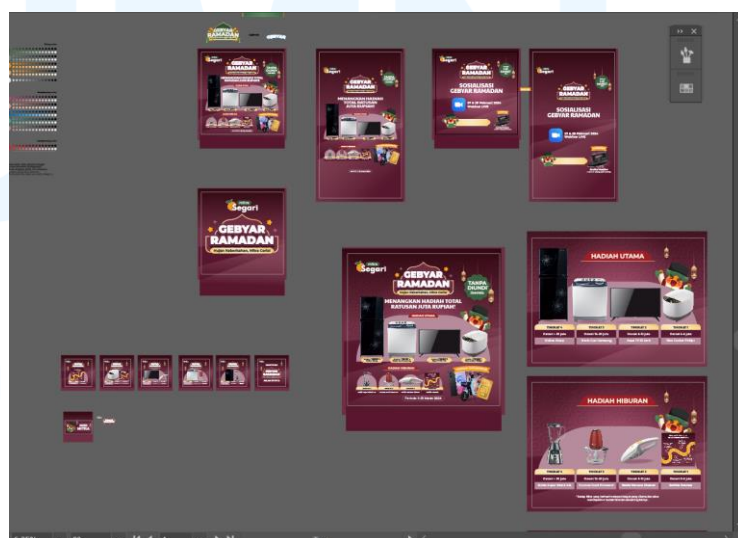
Lalu, penulis menunggu *copywriting* dikirimkan melalui Trello. Setelah masuk, penulis lalu melakukan pengecekan dari *brief* sekali lagi untuk menemukan apakah ada yang salah atau tidak. Setelah aman, penulis melanjutkan proses penulis ke tahap selanjutnya, yaitu *layouting*.



Gambar 3.43 Copywriting Infographic Hasil Webinar

B. *Layouting*

Penulis memulai *layouting* dengan melakukan *download* terhadap file KV dan mengambil beberapa aset yang kiranya akan penulis gunakan. Dalam KV sudah terdapat aset-aset yang diperlukan penulis secara keseluruhan, sehingga penulis hanya perlu memikirkan apa yang perlu penulis ubah untuk membuat Infographic Hasil Webinar lebih menarik.



Gambar 3.44 KV Gebyar Ramadan 2024

Setelah melakukan sketsa, penulis mengerjakan *layouting* dimulai dari slide pertama yang merupakan cover. Penulis menggunakan aset kubah yang terdapat pada KV Gebyar Ramadan 2024 untuk membuat judul dari Infographic Hasil Webinar, yaitu “Tata Cara Mengikuti Gebyar Ramadan 2024”. Karena kata-kata yang dipakai panjang, penulis harus melakukan modifikasi atau pemanjangan terhadap kubah bagian bawah. Lalu, penulis menambahkan logo yang wajib ditambahkan dan juga beberapa elemen Ramadan seperti bintang dan *lantern*. Berikut adalah hasil slide pertama yang penulis telah kerjakan.



Gambar 3.45 Hasil Slide 1

Setelah mengerjakan slide pertama, penulis melanjutkan pengerjaan slide 2. Untuk slide kedua, penulis membuat terlebih dahulu aset yang diperlukan seperti jalanan yang berliku-liku pada *brief* namun dalam warna yang senada dengan KV. Penulis membuat jalanan tersebut dalam warna kuning keemasan, agar masih bisa memiliki kesatuan yang sama. Setelah itu, penulis memasukkan aset tersebut ke kanvas sekaligus dengan *headline* dan *copy* dan aset dari master KV. Background yang digunakan juga sama dengan background yang telah digunakan pada slide pertama. Berikut adalah hasil dari Slide 2.



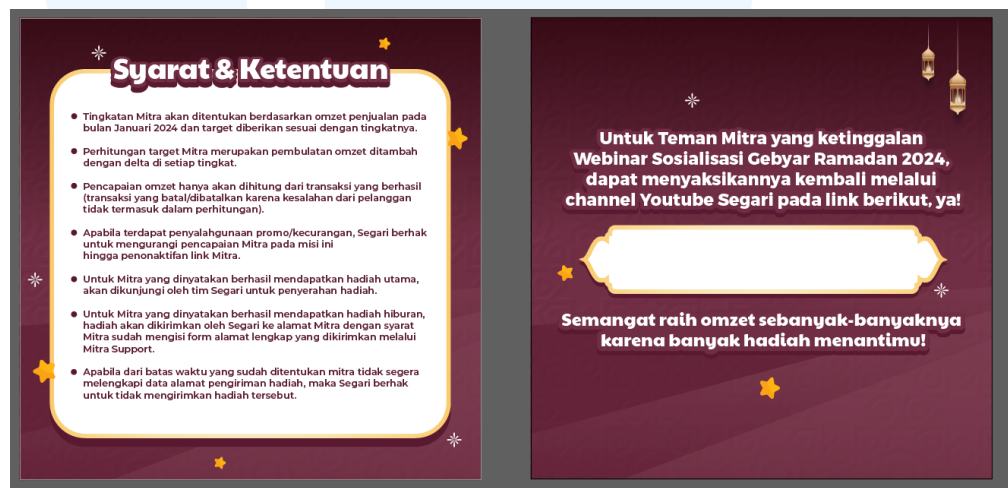
Gambar 3.46 Hasil Slide 2

Dalam pengerjaan slide 3, penulis melihat dalam KV bahwa formatnya dibuat dalam bentuk besar dan ditujukan untuk format *presentation*. Maka, penulis membuat *layout* untuk slide ketiga lebih *compact* dan muat dalam satu slide saja. Karena aset seperti foto-fot untuk berbagai hadiah, maka penulis hanya tinggal memasukkan dan menentukan *shape* yang digunakan untuk menjadi kotak dari tiap kategori hadiah. Kategori hadiah disini terdapat Hadiah Utama, Hadiah Hiburan dan Doorprize. Berikut adalah hasil pengerjaan Slide 3.



Gambar 3.47 Hasil Slide 3

Dalam pengerjaan slide 4 & 5, penulis hanya perlu melakukan *adjusting* dalam memasukkan copy agar masih satu kesatuan dengan slide sebelumnya. Slide 4 berisikan Syarat & Ketentuan, dan 5 berisikan link untuk chanel Youtube Segari. Penulis menggunakan kotak untuk Syarat dan Ketentuan agar lebih mudah dibaca dan keterbacaannya juga jelas. Selain itu, penulis tidak lupa memasukkan aset seperti bintang. Untuk Slide 5, karena *copy* tidak terlalu padat dan panjang, maka penulis memasukkan *copy* seperti format “Hadiah Hiburan” agar tetap bisa dibaca, dan juga kotak dengan ujung seperti kubah agar terlihat menarik. Berikut adalah hasil dari slide 4 & 5.



Gambar 3.48 Hasil Slide 4 & 5

C. Asistensi & Final

Setelah melakukan *export*, penulis mengirimkan hasil pengerjaan Hasil Infographic Webinar ke Slack. Penulis mendapatkan beberapa revisi minor *copy* seperti huruf kapital menjadi kecil dan juga penulis omset menjadi omzet. Selain itu, penulis juga disarankan untuk menambahkan angka pada journey atau jalan agar langkah-langkah yang ada lebih jelas. Berikut adalah hasil revisi secara keseluruhan yang penulis lakukan. Setelah mendapatkan *approval* secara keseluruhan, penulis memasukkan file final ke dalam Google Drive. Lalu, penulis memberikan link

tersebut ke Project Manager. Penulis juga tidak mendapatkan revisi tambahan dari Project Manager dan pihak eksternal.

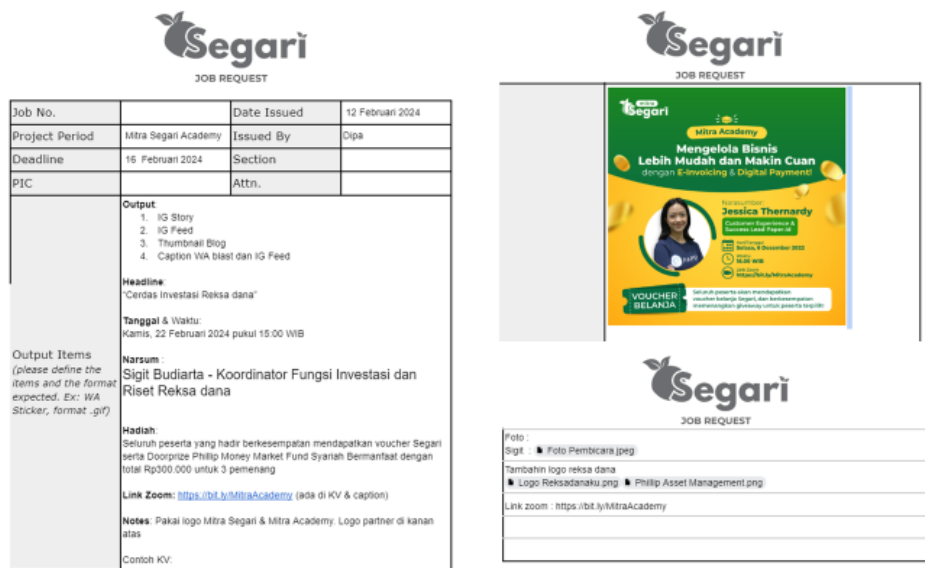


Gambar 3.49 Hasil Infographic Webinar setelah revisi

2. Mitra Segari Academy Webinar 22 Februari.

A. Brief

Dalam pengerjaan post untuk Mitra Segari Academy Webinar 22 Februari, penulis tetap membaca *brief* terlebih dahulu karena pengerjaan ini merupakan pekerjaan Webinar pertama penulis. Dalam *brief*, terdapat *output* yang perlu penulis buat untuk Mitra Segari Academy Webinar 22 Februari yaitu Instagram Story, Instagram Feed, Thumbnail Blog. Lalu, terdapat juga Headline yang penulis perlu masukkan ke dalam setiap *output*. Terdapat juga tanggal & waktu, narasumber Webinar, hadiah untuk peserta yang mengikuti, link zoom, serta referensi KV sebelumnya yang pernah dibuat oleh Senior Graphic Designer. Dalam notes *brief* juga terdapat link untuk logo Mitra Segari, Mitra Academy serta Logo Partner, dan juga foto untuk narasumber.



Gambar 3.50 Brief Webinar

Penulis mengamati referensi terlebih dahulu sebelum melakukan *layout*, seperti letak-letak yang harus diperhatikan dan juga aset yang bisa penulis pakai dalam melakukan *layout*. Selain *brief*, penulis juga menerima *copywriting* dengan format penulisan yang lebih rapi namun hampir sama dengan *brief* agar penulis tidak melewatkan beberapa *copy* yang wajib dimasukkan. Lalu, penulis lanjut ke tahap selanjutnya yaitu *layouting*.

B. *Layouting*

Dalam melakukan *layouting*, penulis mulai dari membuat *layout* dalam *output* 1:1. Yang pertama penulis lakukan adalah *cropping photo* dan penghilangan background untuk foto narasumber. Setelah itu penulis mencari aset yang sesuai dengan headline, yaitu "Cerdas Investasi Reksa Dana" dan juga pelengkap hadiah terhadap peserta Webinar. Aset yang penulis dapatkan dan sesuai adalah koin, uang, laptop yang menunjukkan statistik, lalu terdapat juga keranjang serta kotak hadiah. Lalu, penulis mulai melakukan *layout* dengan aset foto dan elemen visual yang sudah terkumpul. Dari referensi *layout* sebelumnya, penulis mencoba melakukan sesuatu yang berbeda seperti membedakan kolom untuk hadiah

peserta dan *frame* foto untuk narasumber. Berikut adalah perbandingan antara referensi dan hasil *output* 1:1 yang penulis telah kerjakan.



Gambar 3.51 Hasil output 1:1

Lalu, setelah penulis selesai mengerjakan *output* 1:1 penulis melanjutkan pengerjaan *output* lainnya. Penulis juga membuat beberapa alternatif warna seperti warna toska dan biru dari color palette Segari. Sebagai tambahan, penulis sempat mengikuti warna yang ada pada KV, namun warna tersebut bukan dari color palette Segari. Oleh karena itu Segari mengubah warna menjadi hijau gelap yang lebih cocok dengan identitas Segari. Berikut adalah hasil Mitra Segari Academy Webinar 22 Februari dengan alternatif warna beserta *output* yang lengkap. Untuk Blog dan Instagram Feeds format *output*-nya sama, maka penulis memasukkan hasilnya sekali saja ke dalam canvas di bawah. Lalu, setelah penulis selesai mengerjakan keseluruhan, penulis melanjutkan proses asistensi bersama *supervisor* di Slack.



Gambar 3.52 Hasil Mitra Segari Academy Webinar 22 Februari

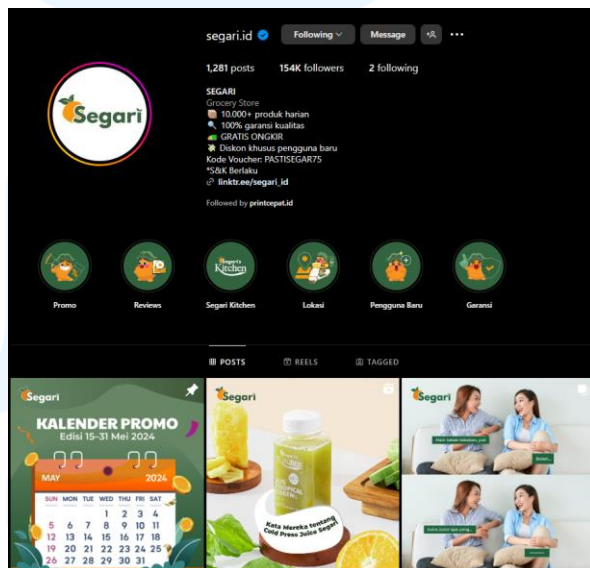
C. Asistensi & Final

Saat melakukan asistensi pertama kali, tidak terdapat revisi dan *supervisor* memberikan *approval* sehingga penulis bisa memasukkan file ke dalam Google Drive. Namun, terdapat revisi eksternal yang kemudian penulis terima. Penulis diminta untuk melakukan penggantian logo partner dan penggantian *copy* pada bagian hadiah. Project Manager juga menyebutkan bahwa penulis bisa menggunakan alternatif warna hijau Segari dalam melakukan revisi agar tidak memakan waktu. Setelah melakukan revisi, penulis mengirimkan revisi tersebut ke Slack dan terdapat tambahan logo lagi dari partner, maka penulis menambahkan logo tersebut dan akhirnya menyelesaikan revisi. Setelah melakukan revisi dan mendapatkan *approval* dari *supervisor* dan juga Project Manager, penulis memasukkan file hasil revisi ke dalam Google Drive. Berikut adalah hasil revisi yang penulis lakukan.



Gambar 3.53 Hasil Revisi Mitra Segari Academy Webinar 22 Februari

3.3.1.5 Instagram Segari



Gambar 3.54 Instagram Mitra Segari

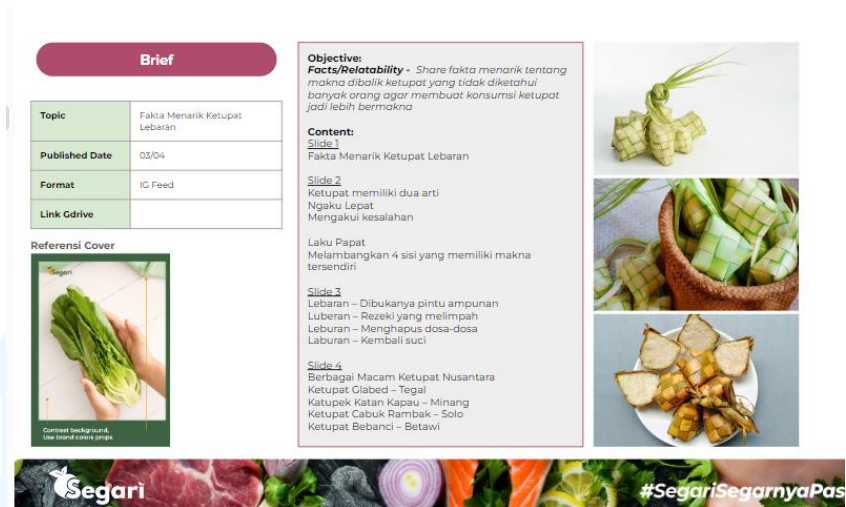
Instagram Segari merupakan salah satu media utama Segari dalam menyampaikan informasi singkat namun lengkap. Informasi yang disampaikan beragam, dari berbagai tips memasak, jenis buah-buahan ataupun sayuran, hingga promosi yang sedang ada. Instagram Segari

memakai fitur dari Instagram Story, Instagram Highlight, Instagram Reels dan Instagram Feeds. Penulis sendiri hanya mengerjakan Instagram Feeds Segari dari awal mendapatkan *task*. Format *task* juga akan selalu berbentuk “IGF – Nama Pekerjaan”. Dalam pengerjaan, penulis hanya menemukan satu kendala. Saat membaca *brief* dalam Google Slides, gambar yang digunakan selalu susah dicari dalam Shutterstock. Oleh karena itu penulis hanya bisa menggunakan gambar yang serupa namun tidak sama ataupun terkadang penulis mendapatkan gambar tersebut melalui fitur mencari gambar menggunakan gambar dari Shutterstock. Selain kendala tersebut, penulis tidak menemukan kendala lain. Penulis memilih dua pekerjaan yang telah penulis kerjakan untuk “IGF - Fakta Menarik Ketupat 3 April” dan “IGF - Promo Calendar 1-15 May”.

1. IGF – Fakta Menarik Ketupat 3 April

A. Brief

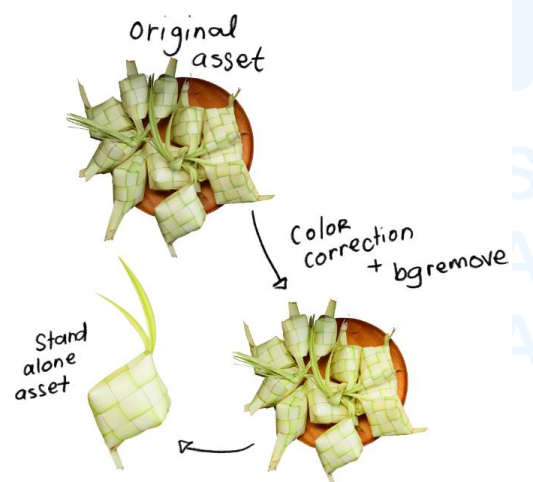
Penulis membaca *brief* dalam Google Slides, memperhatikan semua referensi yang tersedia. Dalam *brief* terdapat juga *objectives* yang harus dicapai dalam pembuatan Instagram Feeds tersebut, yaitu untuk menyampaikan fakta menarik tentang makna dibalik ketupat yang tidak diketahui banyak orang sehingga konsumsi ketupat menjadi lebih ada artinya. Post Instagram Feeds berisikan total 5 Slide, dengan slide 1 merupakan cover yang berisi ajakan, lalu slide 2 berisi arti kata ketupat sendiri, slide 3 berisi arti dari 4 sisi ketupat, slide 4 berisi jenis ketupat sesuai dengan kotanya, dan slide terakhir berisi *call to action* (CTA). IGF – Fakta Menarik Ketupat 3 April juga hanya memerlukan 1 jenis *output* yaitu 1:1.



Gambar 3.55 Brief untuk Fakta Menarik Ketupat Lebaran

B. *Layouting*

Penulis melanjutkan proses *layouting*, dimana pada awalnya penulis menyiapkan aset yang akan penulis gunakan. Karena aset ketupat tidak ada yang sesuai dengan referensi cover, penulis mencari aset secara terpisah agar dapat melakukan *digital imaging* nantinya. Penulis mendapatkan 2 gambar ketupat, satu kumpulan ketupat dan satu lagi gambar ketupat di *edge frame*. Penulis kemudia memperbaiki warna yang terdapat pada aset gambar kumpulan ketupat karena terlalu gelap untuk dimasukkan ke dalam background putih seperti di referensi cover. Berikut adalah hasil dari perbaikan yang penulis lakukan.



Gambar 3.56 Hasil Color Correction

Lalu, setelah melakukan perbaikan warna penulis melanjutkan pengerjaan dengan memasukkan gambar-gambar ke kanvas. Penulis mengerjakan slide cover terlebih dahulu, sesuai dengan urutannya. Penulis memasukkan logo Segari, Headline, gambar utama yang akan digunakan dan ajakan. Warna yang penulis gunakan juga tidak lari dari brand guideline Segari agar post Instagram Feeds Segari masih satu nada. Berikut adalah hasil cover yang telah penulis kerjakan.



Gambar 3.57 Hasil Cover

Setelah itu, penulis melanjutkan pengerjaan untuk slide 2. Dalam slide 2, dimuat 2 arti ketupat. Penulis menyusun gambar dengan memasukkan gambar yang sama seperti di cover namun hanya memasukkan setengahnya untuk tidak terkesan terlalu repetitif dan membuat bosan. Selain itu penulis juga menambahkan dua ketupat di kiri atas agar memberikan dimensi dalam slide kedua. Berikut adalah hasil pengerjaan penulis pada slide 2.



Gambar 3.58 Hasil Slide 2

Slide 3 penulis buat dengan menggunakan elemen panah bulat dan ketupat satuan agar dapat memperjelas arti 4 sisi dari ketupat. Penulis juga menggunakan ujung daun dari ketupat sebagai pelengkap background dari slide 3. Berikut adalah hasil dari slide 3 yang penulis buat.



Gambar 3.59 Hasil Slide 3

Lalu, penulis membuat slide 4 yang berisikan jenis ketupat sesuai dengan kotanya. Kota-kota yang terdapat merupakan betawi, solo, minang, tegal dimana letak dari kota tersebut cenderung

berdekatan dalam peta. Oleh karena itu penulis berinisiatif memakai gambar pulau sebagai *guide* dan juga panah bulat agar lebih memperjelas lagi setiap daerahnya. Berikut adalah hasil slide 4 yang penulis kerjakan.



Gambar 3.60 Hasil Slide 4

Untuk slide terakhir, penulis kembali memasukkan kumpulan ketupat di ujung kiri dan mengisi setiap ujung dari kanvas slide terakhir untuk tetap terlihat seimbang atau masih memiliki *balanced*. Penulis juga menekankan *call to action* menggunakan font *bold*. Lalu, setelah penulis menyelesaikan pekerjaan secara keseluruhan penulis melakukan asistensi dengan *supervisor*. Berikut adalah hasil slide terakhir yang penulis kerjakan.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3.61 Hasil Slide Terakhir

C. Asistensi & Final

Pada saat melakukan asistensi, penulis mendapatkan revisi berupa background yang terlalu pucat dan ketupat yang terlalu gelap. Selain itu, *layout* menurut *supervisor* penulis sudah cukup cocok. Penulis melakukan revisi dimulai dari pengaturan warna dengan menambahkan layer *multiply* dan melakukan *curve editing* di Adobe Photoshop. Lalu, penulis juga menemukan *background* meja putih kayu di Shutterstock dan memasukkan *background* tersebut ke dalam kanvas. Setelah penulis melakukan asistensi ulang mengenai revisi, *supervisor* memberikan *approval*. Penulis kemudian memasukkan hasil revisi ke Google Drive dan memberikan link Google Drive kepada Project Manager. Berikut adalah hasil final dari revisi yang penulis lakukan.



Gambar 3.62 Hasil Revisi Akhir IGF Fakta Menarik Ketupat 3 April

2. IGF – Promo Calendar 1-15 May

A. Brief

Dalam *brief*, terdapat beberapa jenis referensi yang bisa penulis gunakan untuk membuat *layout* yang dibutuhkan dalam IGF – Promo Calendar 1-15 May. Penulis membaca apa saja yang harus penulis masukkan ke dalam *layout*, mulai dari aset kalender, promo-promo yang harus dimasukkan, referensi yang tersedia, hingga SKU yang harus penulis masukkan ke dalam post Instagram Feeds. Terdapat juga promo pembayaran yang penulis harus perhatikan logo-logonya apa saja. Total slide dalam IGF – Promo Calendar 1-15 May adalah 6.

Brief General	
Topic	Promo Calendar 1 Week 1-2 May
Published Date	09/05
Format	IG Feed
Reference	

Slide 1
Kalender Promo
Estimasi 1-15 Mei 2024

Slide 2
Kalender Promo
1-5 Mei: Seafood Fair
1-15 Mei: Promo Pengguna Baru
1-15 Mei: Promo Pembayaran
1-12 Mei: Promo Harga Gila

Slide 3
Seafood Fair
DISKON HINGGA 18%
Hanya sampai 2 Mei
- Ikan Salmon Fillet
- Ikan Tuna Slice Fresh
- Ikan Shisamo
- Fillet Ikan Gurame
- Curry Tenda Hissam 5 Minutes

3-5 Mei
- Ikan Kembang Banjar Ungkep Bumbu Kuning
- Ustang Vaname Kupas
- Ikan Dori Fillet Family Pack
- Ikan Tongkol
- Ikan Salmon Belly Fillet Fresh
- Ikan Salem

Slide 4
Promo Harga Gila
- Ikan Dori Fillet Fresh (Disc. 20%) -> 29 Apr - 2 Mei
- Bumifoods Fish & Chips 200 gram (Disc. 25%) -> 29 Apr - 2 Mei
- Pisang Cavendish (Disc. 34%) -> 3-2 Mei
- Daging Sapi US Shortplate (Disc. 30%) -> 3-5 Mei
- Bumifoods Seafood Platter (Disc. 25%) -> 3-5 Mei
- Rose Brand Gula Pasir Premium 1kg (Disc. 25%) -> 8-9 Mei
- Kentang Dieng AB (Disc. 35%) -> 10-12 Mei

Slide 5
Promo Pengguna Baru
Diskon Harga 75.000
Diskon 12% + Gratis Ongkir
Kode Voucher: PASTISEGARI75
S&K Berlaku

Slide 6
Promo Pembayaran
BELANJA HEMAT BULAN MEI
DISKON HINGGA 100.000
Logo:
BRI, Bank Raya, ShopeePay Later, Bank Panin, Bli, OCB, DBS, Astrapay

Gambar 3.63 Brief untuk IGF Promo Calendar 1-15 May

B. *Layouting*

Penulis mulai bekerja dari cover Instagram Feeds dengan mencari aset kalender di Shutterstock serta elemen visual yang dapat penulis gunakan untuk slide-slide selanjutnya. Penulis mendapatkan aset dan memisahkan aset-aset lalu melakukan pengaturan warna pada kalender agar sesuai dengan look & feel yang sebelumnya pernah dibuat. Penulis juga menambahkan bulan dan tanggal sehingga sesuai dengan bulan dimana post Instagram Feeds digunakan.



Gambar 3.64 Adjusting pada kalender

Lalu, penulis menyusun *layout* dengan menggabungkan beberapa aset yang penulis temukan di Shutterstock. Penulis juga tidak lupa melakukan perubahan warna karena warna aset asli tidak sesuai dengan look & feel yang dituju. Penulis juga memasukkan Headline dan Sub-Headline pada *layout* serta logo. Karena post Instagram Feeds untuk Promo Calendar berbentuk Carousel, maka penulis langsung memberikan background yang sama untuk *layout* slide selanjutnya serta aset-aset yang bersambung dengan slide selanjutnya agar terlihat berkelanjutan. Berikut adalah cover yang penulis telah kerjakan.



Gambar 3.65 Slide 1 Promo Calendar

Untuk slide kedua, penulis memasukkan timeline dari tiap promosi yang ada. Penulis mengelompokkan tanggal tersebut menggunakan *curve edged square*. Penulis juga memasukkan elemen visual yang sebelumnya penulis masukkan pada slide pertama pada slide kedua untuk menghias *background*. Lalu, penulis mengerjakan slide ketiga dengan menggunakan kotak yang sama, tidak lupa memasukkan ikon diskon. Berikut adalah hasil slide kedua dan ketiga.



Gambar 3.66 Slide 2 & 3 Promo Calendar

Lalu untuk slide keempat, penulis mencari gambar SKU di Google Drive terlebih dahulu, dan terdapat beberapa SKU yang telah dihilangkan gambarnya. Untuk SKU yang masih memiliki *background* putih, penulis melakukan proses mengubah *background* menjadi transparan. Setelah selesai, penulis memasukkan gambar SKU ke kanvas dan menyusun SKU dalam kotak yang telah penulis buat sesuai dengan jumlah SKU. Setelah selesai, penulis juga menambahkan elemen visual. Berikut adalah hasil slide 4.



Gambar 3.67 Slide 4 Promo Calendar

Lalu untuk slide kelima, penulis mengikuti format yang sudah ada sebelumnya untuk promo pengguna baru. Penulis memasukkan aset Diskon Hingga sampai dengan S&K Berlaku. Selain itu, penulis juga tidak lupa memasukkan elemen visual dari slide sebelumnya. Penulis melanjutkan pengerjaan untuk slide terakhir, dimana isinya adalah promo pembayaran. Untuk aset seperti logo dan aset gambar handphone, penulis sudah pernah mengerjakan promo pembayaran jadi penulis hanya tinggal mengambil aset tersebut dan memasukkan aset-aset ke dalam slide terakhir. Lalu,

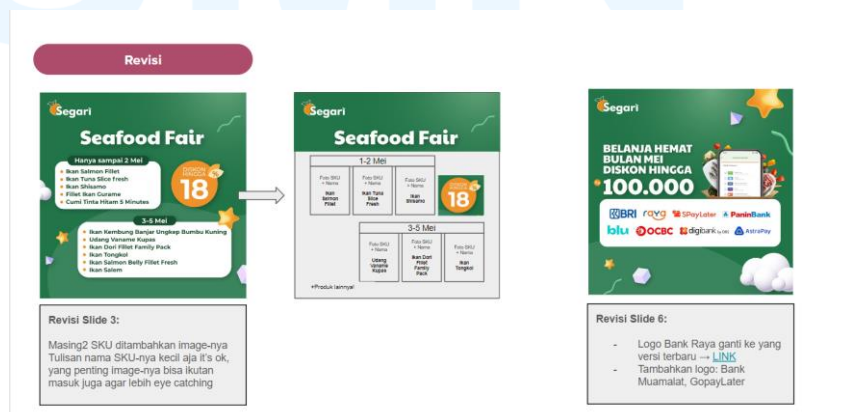
setelah selesai penulis melanjutkan proses asistensi dengan *supervisor*. Berikut adalah hasil untuk Slide 5 & 6.



Gambar 3.68 Slide 5 & 6 Promo Calendar

C. Asistensi & Final

Penulis melakukan asistensi dan terdapat beberapa revisi yang harus penulis lakukan dengan saran dari Project Manager dan *supervisor*. Revisi dilakukan pada slide 3, 5 dan 6. Untuk slide 3, penulis diminta untuk menambahkan masing-masing 3 gambar SKU lengkap dengan namanya SKU untuk setiap tanggal pada gambar tersebut. Untuk slide 5, penulis diminta untuk melakukan revisi penempatan ikon diskon. Dan yang terakhir, penulis diminta menambahkan beberapa logo.



Gambar 3.69 Revisi Promo Calendar

Penulis mulai mengerjakan revisi dari slide 3. Penulis mengambil foto SKU dari Google Drive dan mengubah *background* menjadi transparan apabila terdapat gambar SKU yang masih putih. Setelah itu penulis menyusun kembali posisi yang lebih cocok untuk *request* revisi dan juga agar saat memasukkan gambar SKU nanti tetap masih ada ruang untuk bernafas dan tidak terlalu berdempetan. Penulis juga memasukkan nama SKU. Berikut adalah hasil revisi untuk slide 3.



Gambar 3.70 Revisi Slide 3

Setelah itu, penulis berlanjut ke revisi untuk slide 5. Untuk slide 5, penulis hanya perlu mengubah susunan kata-kata yang digunakan. Sehingga penulis tidak menemukan kendala dalam mengerjakannya. Sedangkan untuk slide terakhir, penulis juga tinggal menambahkan logo yang sudah pernah dipakai oleh penulis sebelumnya. Setelah menyelesaikan revisi keduanya, penulis mengirimkan kembali kepada *supervisor* untuk dilakukan pengecekan. Setelah diberikan *approval* maka penulis akan memasukkan file-file final ke dalam Google Drive. Berikut adalah file final yang penulis kerjakan.



Gambar 3.71 Hasil Revisi IGF – Promo Calendar 1-15 May

3.3.2 Kendala yang Ditemukan

Selama penulis melakukan magang di Segari, penulis mendapatkan banyak pengalaman termasuk bekerja secara profesional dan juga disiplin waktu. Penulis juga sering didorong untuk melakukan eksplorasi di bagian melakukan *layout*, dan hal tersebut membuat penulis berkembang banyak baik dalam menyusun *layout*. Walaupun begitu, penulis juga mengalami beberapa kendala. Berikut adalah beberapa kendalanya.

A. *Workpace*

Penulis memang bekerja sebagai Graphic Designer Intern, namun terkadang penulis merasa terlalu lama bekerja dan tidak bisa *keep up* dengan Graphic Designer yang lainnya. Apalagi disaat beberapa hari penulis sakit yang lumayan serius, penulis akan tertinggal banyak dalam bekerja. Penulis selalu memikirkan dan takut menyusahkan orang-orang di lingkungan kerja penulis apalagi disaat penulis baru saja masuk sebagai Graphic Designer Intern di Segari.

B. Jam kerja

Karena penulis bekerja dari rumah atau *work from home*, penulis memulai kerja pada pagi menuju siang hari. Namun penulis merasa susah untuk tetap bekerja dan fokus, karena penulis akan terdistraksi oleh beberapa hal lain karena penulis menganggap beberapa pekerjaan penulis bisa kerjakan dengan cepat. Namun, pada akhirnya penulis harus bekerja sampai malam. Akhirnya, penulis akan merasa jenuh sebelum seminggu kerja habis.

3.3.3 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Untuk solusi atas kendala di atas, penulis merasa penulis tetap harus berkembang sendiri dan terus latihan secara perlahan untuk mengatur waktu lebih baik lagi agar bisa menyelesaikan pekerjaan sebelum atau pas dengan Senior Graphic Designer. Penulis merasa juga penulis bisa menemukan solusi untuk kendala jam kerja dengan disiplin lebih lagi dan mematikan *handphone* dan menggunakan laptop saja untuk berkomunikasi saat bekerja. Penulis juga sebisa mungkin menyelesaikan tugas tepat pada waktu atau selesai pada hari dimana deadline yang telah ditentukan.

