

## BAB III

### PELAKSANAAN KERJA MAGANG

#### 3.1 Kedudukan dan Koordinasi

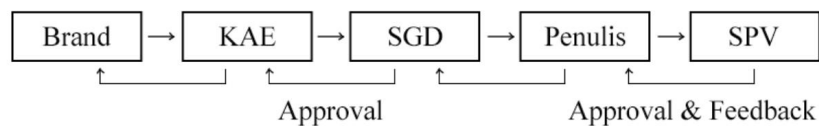
Kedudukan dan koordinasi adalah suatu hal yang menjadi satu kesatuan dalam suatu perusahaan agar bisa mencapai tujuan tertentu karena memiliki alur komunikasi. Posisi penulis dalam melaksanakan proyek kerja magang di SIRCLO adalah creative design intern. Dalam mengerjakan suatu proyek, *brief* yang dikoordinasi kepada penulis harus dilalui berbagai macam kedudukan. Berikut merupakan penjelasan alur kedudukan dan koordinasi penulis selama melaksanakan proyek kerja magang di SIRCLO.

##### 3.1.1 Kedudukan

Penulis menduduki posisi creative design intern. Dalam proses kerja magang, penulis bekerjasama dengan berbagai macam posisi graphic design di SIRCLO. Penulis berada di bawah pimpinan Indryana Pratiwi sebagai Senior Graphic Designer Executive. Lalu terdapat senior dan junior graphic designer yang akan menjadi PIC proyek yang diberikan untuk penulis.

##### 3.1.2 Koordinasi

Alur koordinasi dalam tim Indryana Pratiwi bermula dari *client* yaitu brand yang memberikan *brief* kepada key account executive, dan *brief* dilanjutkan kepada senior ataupun junior graphic designer ataupun content writer. Penulis mendapatkan task setiap harinya melalui senior atau junior graphic design. Setelah mendapatkan *task*, penulis mengerjakan *task* dan memberikannya kepada senior atau junior graphic design lalu serahkan kepada Indryana Pratiwi sebagai supervisor untuk mendapatkan *approval*. Setelah mendapatkan *approval*, penulis memberikan hasil revisi final kepada senior atau junior graphic design lalu disampaikan kepada key account executive dan diberikan ke *brand*. Berikut merupakan gambaran alur kerja:



Gambar 3.1 Bagan Alur Koordinasi

### 3.2 Tugas yang Dilakukan

Penulis mendapatkan *task* yang berbeda-beda setiap harinya. Dimulai dengan membuat *banner*, lalu *resize* menyesuaikan ukuran *marketplace* dan sosial media. Berikut merupakan projek-projek penulis selama periode magang. Tugas utama yang penulis kerjakan dari setiap minggunya adalah perancang *key visual banner* promo setiap *brand* yang diberikan dari senior graphic design. Lalu tugas lainnya yang dilakukan adalah *resize banner*, edit PDP, *translate*, dan merancang *packshot*. PDP merupakan visual yang dirancang untuk kebutuhan *brand* dalam menampilkan promo produknya di *marketplace*. Setiap produk memiliki potongan harga dan *gift* yang berbeda untuk menarik perhatian konsumen lebih lagi terutama saat *twin dates*, promo hari raya, dan *payday*. Berikut merupakan detail pekerjaan magang penulis yang dilakukan selama di SIRCLO.

Tabel 3.1 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Magang

No.	Minggu	Proyek	Keterangan
1.	Minggu 1 01-02 Februari	Lancome	Resize shopee affiliate
		Kino Store	Resize IGS
		Sleek	Resize <i>banner</i> , IGS
		Sleek	GWP IGF, IGS
		Anessa	Resize <i>banner</i> , IGS
2.	Minggu 2 05-07 Febuari	Anessa	Translate PDP
		Kino Kids	Resize <i>banner</i> , iGS
		Kino Kids	<i>Banner</i> valentine
3.	Minggu 3	Anessa	Resize PDP valentine

	12-13 Febuari	APL Health & Beauty	<i>Banner, resize</i>
4.	Minggu 4	Anessa	Resize PDP Lazada
	15-21 Febuari	Anessa	Translate Lorikeet
5.	Minggu 5	Anessa	Resize shopee affiliate
	26-29 Febuari	Betadine	<i>Banner, resize</i>
		Asepso	<i>Banner, resize</i>
		QV	<i>Banner, resize</i>
		Lancome	PDP 4-10 Maret
		Sleek	Resize <i>banner</i>
		Lancome	PDP 4-10 Maret
		Sleek	GWP
6.	Minggu 6	QV	Resize <i>banner</i>
	01-08 Maret	Lervia Milk Base	Resize
7.	Minggu 7	Enzim	Resize <i>banner</i>
	12-15 Maret	Kino Store	<i>Banner, resize</i>
		Enzim	<i>Banner, resize</i>
		Kino Store	<i>Banner, resize</i>
		Bio Essense	<i>Banner, resize</i>
		APL Health & Beauty	Resize <i>banner</i>
8.	Minggu 8	Bio Essence	<i>Banner, resize</i>
	18-22 Maret	Lancome	PDP 25-31 Maret
		APL Health & Beauty	<i>Banner, resize</i>
		Tsubaki	<i>Banner, resize</i>
		APL Health & Beauty	<i>Banner, resize</i>
		Hiruscar	<i>Banner, resize</i>
9.	Minggu 9	Tsubaki	Resize <i>banner</i>
	25-28 Maret	APL Health & beauty	<i>Banner, resize</i>

		Kino Kids	<i>Banner, resize</i>
		Eskulin	Packshot
		Kino Kids	<i>Banner, resize</i>
		Physiogel	Bundles
		Hakubi	Bundles
		Lervia Milk Base	Resize <i>banner</i>
		Harmony	Resize <i>banner</i>
10.	Minggu 10 01-05 April	Maxlife	<i>Banner, resize</i>
		Bio Essense	<i>Banner, resize</i>
		Tsubaki	Resize <i>banner</i>
		Kino Store	<i>Banner, resize</i>
		Betadine	<i>Banner, resize</i>
		Kino Store	<i>Banner, resize</i>
		Lancome	PDP 16-24 April
		Kino Store	<i>Banner, resize</i>
11.	Minggu 11 08-12 April	Sleek	<i>Banner, resize</i>
		Wipro	<i>Banner, resize</i>
		Lancome	PDP 16-24 April (gift)
		Tsubaki	Resize <i>banner</i>
12.	Minggu 12 16-19 April	APL Health & beauty	Packshot
		Lancome	PDP 25-31 April
		Kino Store	<i>Banner, resize</i>
		Wipro	Resize
		Kino Store	<i>Banner, resize</i>
		Bio Essense	Resize
13.	Minggu 13 22-25 April	Maxlife	<i>Banner, resize</i>
		Betadine	<i>Banner, resize</i>

		Sleek	Resize
		Lancome	PDP 00.00-23.59
		APL Health & Beauty	<i>Banner, Resize</i>
		Bio Essense	<i>Banner, Resize</i>
		Lancome	PDP 1-10 Mei
14.	Minggu 14 29 April-03Mei	Kino Store	<i>Banner, resize</i>
		Harmony	<i>Banner, resize</i>
		Sleek	<i>Banner GWP</i>
		Harmony	<i>Resize</i>
		Kino Kids	<i>Resize</i>
		Kino Store	<i>Resize</i>
		Sleek	<i>Resize</i>
		Lancome	<i>Revisi PDP</i>
15.	Minggu 15 06-10 Mei	Physiogel	<i>Packshot</i>
		Anessa	<i>Resize, revisi banner</i>
		Bio Essense	<i>Banner</i>
		Kino Store	<i>Revisi banner</i>
		Lancome	PDP
16.	Minggu 16 13-17 Mei	Safi	<i>Banner, Resize</i>
		Female Secret	<i>Packshot</i>
		Anessa	<i>Resize</i>
		Lancome	PDP
17.	Minggu 17 20-22 Mei	Hiruscar	<i>Banner</i>
		Lancome	<i>Revisi PDP</i>
		Nars	<i>Packshot</i>
		Lancome	<i>PDP</i>

### 3.3 Uraian Proses Pelaksanaan Kerja Magang

Penulis memiliki tugas untuk membantu Senior maupun Junior Designer dengan berbagai macam desain *banner* dengan untuk keperluan promosi pada *marketplace*. Dalam waktu pengerjaan SPV memberikan *goal* perharinya harus mengerjakan tiga desain. Maka dengan itu penulis belajar untuk mengatur waktu pengerjaan agar perancangan desain dapat tereksekusi dengan baik. Berikut merupakan proses pelaksanaan kerja magang di SIRCLO sebagai creative design bagian *beauty and home care*.

#### 3.3.1 Proses Pelaksanaan

Penulis setiap harinya mendapatkan tugas untuk membuat *banner*, *resize banner*, dan kebutuhan *brand* lainnya. Dalam perancangan desain, terdapat beberapa macam *banner* yang diberikan kepada penulis untuk penulis rancang *key visual* supaya dapat menggambarkan promosi *brand* yang ingin disampaikan. Berikut merupakan *banner* yang penulis rancang dan proses perancangan.

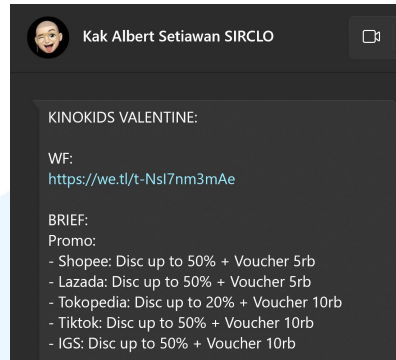
##### 3.3.1.1 Perancangan *Banner* Promo Valentine Kino Kids

Kino Kids merupakan toko *personal care* Kino yang menawarkan produk perawatan untuk anak-anak khususnya untuk kulit dan rambut. Perancangan *banner* promo Kino Kids ini bertujuan untuk menginformasikan promo valentine yang ingin ditawarkan. Hasil akhir dari perancangan *banner* ini diturunkan dengan berbagai macam ukuran *banner marketplace* dan media sosial Kino Kids yaitu Shopee, Lazada, Tokopedia, Tiktok, Instagram. Berikut merupakan proses perancangan *banner* promo valentine Kino Kids.

#### A. Brief

*Brief banner* diberikan oleh senior graphic design melalui whatsapp. PIC proyek memberikan penjelasan mengenai *detail* promo, SKU produk, tema visual, periode

promo, hingga turunan desain untuk *marketplace* dan sosial media. Berikut merupakan *brief* yang diberikan.



Gambar 3.3.1.1 Brief *Banner* Promo Valentine Kino Kids

PIC proyek mengirimkan *working file* yang berupa *file* photoshop yang berisikan ukuran *resize marketplace*, *copy writing*, CTA, SKU produk, *asset* visual, dan *brief* dari promo yang akan di rancang. Dalam proses ini, penulis memahami promo yang diberikan agar promo dapat tersampaikan dan tervisualisasikan kepada *customer*.

## B. Konsepsi

Penulis melihat beberapa referensi *banner* Kino Kids yang terdapat di tokopedia dan yang telah diberikan oleh PIC. Setelah itu, penulis memulai proses eksplorasi untuk mencari element visual yang akan digunakan. Dimulai dengan pencarian *mood background* sampai element visual untuk memvisualisasikan promo valentine.

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



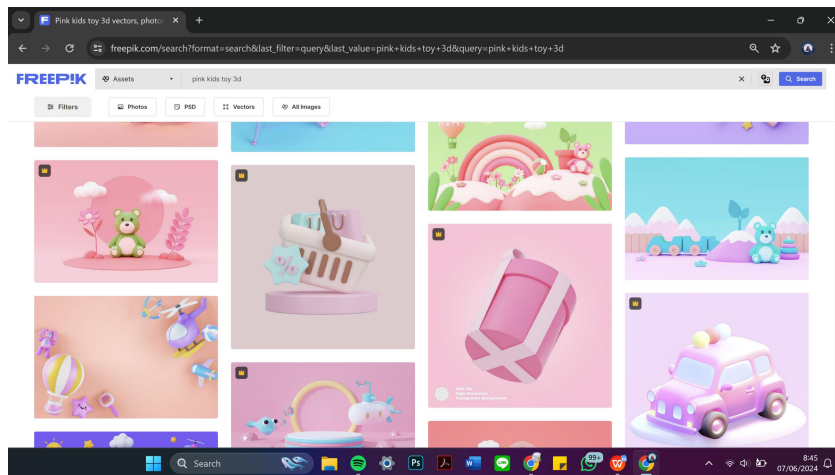
Gambar 3.3.1.1 Konsepsi *Banner* Promo Valentine Kino Kids

Dari referensi di atas disimpulkan, *banner* Kino Kids terdapat *tone* warna khas yang merupakan perpaduan tiga gradasi warna dengan *mood happy, child like, dan fun*. Element yang biasa digunakan merupakan asset 3D yang digunakan agar SKU dari produk yang ditampilkan lebih menarik serta mendukung *mood* promo. Tipografi yang digunakan merupakan jenis *sans serif* karena *sans serif* memiliki gaya huruf yang modern dan bersih. Dalam perancangan *banner* Kino Store, *layout* khas yang digunakan menggunakan 2 *column*. Pada *column* kiri, merupakan *layout* untuk wordingan *headline* dan promo, sedangkan *column* kedua sebelah kanan, untuk *layout* produk yang dipromosikan.

### C. Desain

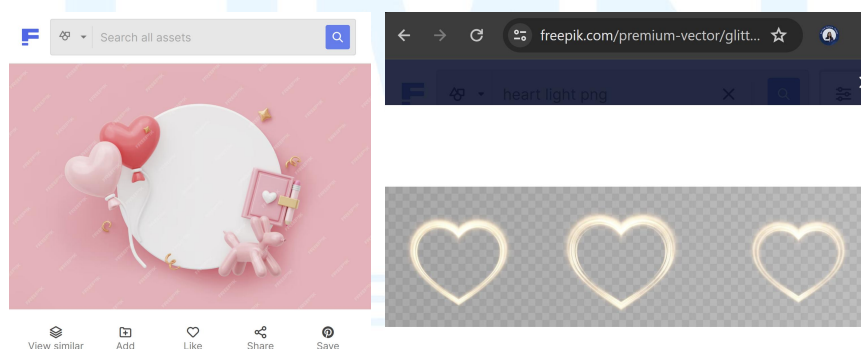
Setelah memahami konsep yang ingin dirancang dalam promo valentine ini, penulis mulai melakukan layout logo, *headline*, *copy writing*, CTA dan produk sesuai dengan *brief* yang diberikan. *Banner* utama di rancang menggunakan *software* adobe photoshop dengan ukuran *artboard* 1200x600 px.





Gambar 3.3.1.1 Eksplorasi Asset Visual *Banner* Promo Valentine Kino Kids

Selanjutnya penulis melakukan eksplorasi asset di freepik.com. Freepik yang digunakan merupakan freepik SIRCLO dengan kata kunci, *pink kids toy 3d*. Terdapat satu senior graphic designer yang ditugaskan untuk membantu rekan graphic designer dan *intern* untuk mengunduh asset-asset visual yang terdapat di freepik. Visual asset yang penulis gunakan diunggah dalam format .eps, .psd, .jpg, ataupun zip file. Asset yang diunggah terdapat *kids toys* dan lampu hati sebagai pendukung promo valentine, asset yang diunggah memiliki *commercial use license*.



Gambar 3.3.1.1 Asset Visual *Banner* Promo Valentine Kino Kids

Setelah selesai mengunggah asset yang terpilih, penulis meletakkan asset visual ke dalam *artboard* dan mulai merancang *banner* sesuai dengan mood promo. Berikut merupakan proses perancangan *banner* promo valentine Kino Kids.



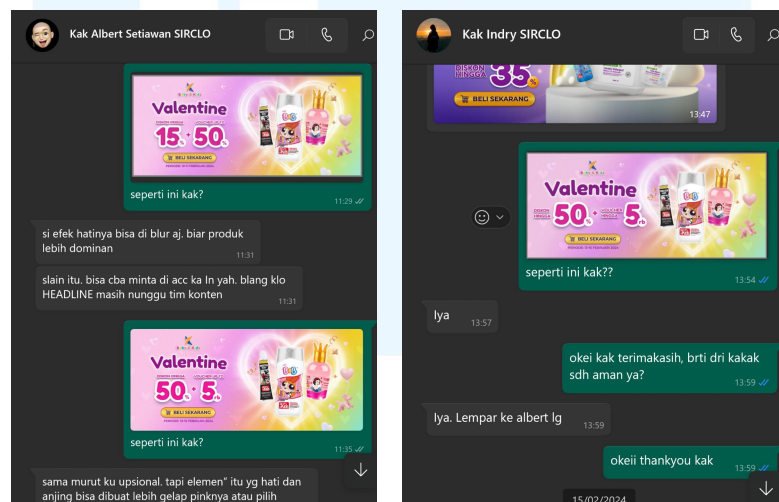
Gambar 3.3.1.1 Proses Desain *Banner* Promo Valentine Kino Kids

Penulis memulai dengan menentukan warna *background* yang cocok untuk mood promo. Dilanjutkan dengan meletakkan logo dan layout produk sesuai dengan ukuran dan promo yang ditawarkan. Untuk membuat SKU produk terlihat lebih menarik, penulis mengunggah asset pendukung yang digunakan disesuaikan dengan jumlah produk serta ukuran produk yang ditawarkan. Selanjutnya penulis menyesuaikan produk dengan asset pendukung. Saat penulis menentukan besar produk dan element, penulis melihat perbandingan antara besar produk dengan element sehingga produk dapat

terlihat dengan jelas. Setelah itu penulis mengatur *layout*, warna untuk *headline*, promo, serta CTA sesuai dengan *brief* yang telah diberikan dan menambahkan element visual yang mendukung visualisasi promo dan produk.

#### D. Revisi

Setelah penulis selesai merancang *banner* promo, penulis mengirimkan hasil final kepada PIC untuk mendapatkan masukan. Setelah itu diberikan kepada SPV untuk *approval*. Berikut merupakan masukan dari PIC dan SPV mengenai desain yang telah penulis rancang.



Gambar 3.3.1.1 Masukan Desain dari SGD dan SPV *Banner* Promo Valentine Kino Kids

PIC proyek memberikan masukan bahwa lampu hati yang berada pada belakang SKU produk dibuat *blur* agar fokus utama yang dilihat itu adalah produknya secara langsung. Penulis mengirimkan desain yang sudah di *approve* oleh PIC proyek kepada SPV. Dalam proses *approval* ini, SPV memberikan masukan bahwa peletakan penulisan promo dibuat *horizontal* dengan angka promonya. Setelah di *approve* oleh SPV penulis

mengirimkan kembali kepada PIC proyek, dan diteruskan kepada KAE untuk mendapatkan *approval* dari *brand*. Berikut merupakan hasil akhir *banner* promo Valentine

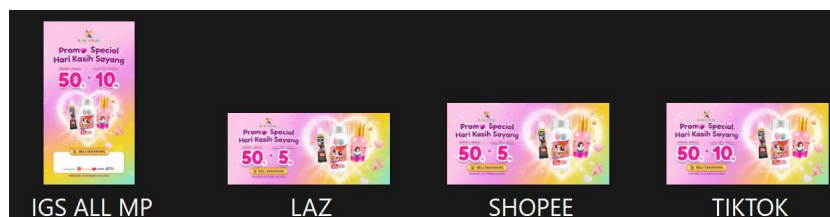


Gambar 3.3.1.1 Hasil Akhir *Banner* Promo Valentine Kino Kids

Dalam mengerjakan proyek ini, penulis mengalami kesulitan dalam mengeksekusi lampu hati yang membuat produk terlihat lebih menarik. Karena penulis belum terbiasa dalam pengaturan cahaya ataupun letak yang baik supaya element pendukung tidak lebih mencolok daripada element utamanya.

### E. Resize

Setelah *approval* dari brand, penulis melanjutkan ke proses *resize* sesuai ukuran dan promo yang sudah diberikan pada *brief*. Berikut merupakan hasil *resize banner* untuk penempatan di sosial media yaitu Instagram, *marketplace* yaitu Lazada, Shopee, dan Tiktok.



Gambar 3.3.1.1 Hasil *Resize Banner* Promo Valentine Kino Kids

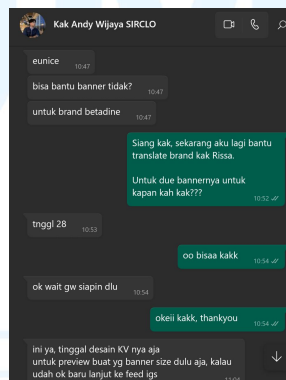
Hasil *resize* berikut kemudian disatukan kedalam satu folder dan di unggah ke link *google drive* besertakan dengan *working file* yang berupa *psd* kepada PIC proyek. Kemudian PIC memberikan kepada KAE untuk di unggah di *marketplace*.

### 3.3.1.2 Perancangan *Banner Promo Pay Day Betadine*

Betadine merupakan *brand* yang menjual produk antiseptik untuk mencegah pertumbuhan serta membunuh kuman yang menyebabkan infeksi. Perancangan *banner* promo Betadine ini bertujuan untuk menginformasikan promo *pay day* yang ingin ditawarkan. Hasil akhir dari perancangan *banner* ini diturunkan dengan berbagai macam ukuran *banner marketplace* dan media sosial Betadine yaitu Shopee, Lazada, Tokopedia, Tiktok, Instagram. Berikut merupakan proses perancangan *banner* promo *pay day* Betadine.

#### A. Brief

*Brief banner* diberikan oleh senior graphic design melalui whatsapp. PIC proyek memberikan penjelasan mengenai detail promo, SKU produk, tema visual, periode promo, hingga turunan desain untuk *marketplace* dan sosial media. Berikut merupakan *brief* yang diberikan.

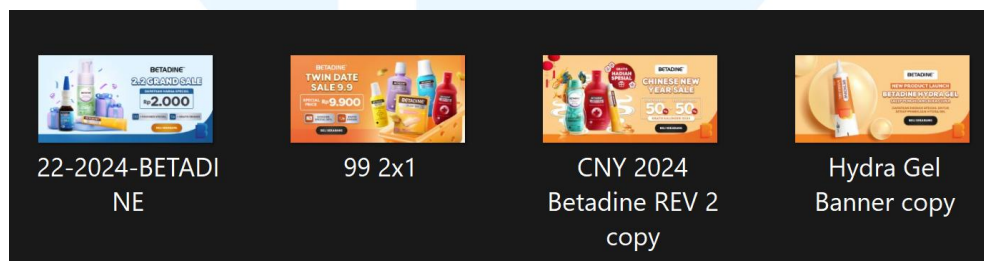


Gambar 3.3.1.2 *Brief Banner Promo Pay Day Betadine*

PIC mengirimkan *working file* yang berupa *file psd* yang berisikan ukuran *resize marketplace*, *copy writing*, CTA, SKU produk dan asset visual. Dalam proses ini, penulis memahami promo yang diberikan agar promo dapat tersampaikan dan tervisualisasikan kepada *customer*.

## B. Konsepsi

Penulis melihat beberapa referensi *banner* Betadine yang terdapat di tokopedia dan yang telah diberikan oleh PIC. Setelah itu, penulis memulai proses eksplorasi untuk mencari *element* visual yang akan digunakan. Dimulai dengan pencarian *mood background* sampai element visual untuk memvisualisasikan promo *pay day*. PIC telah memberikan *templete* yang telah digunakan sebagai KV Betadine.

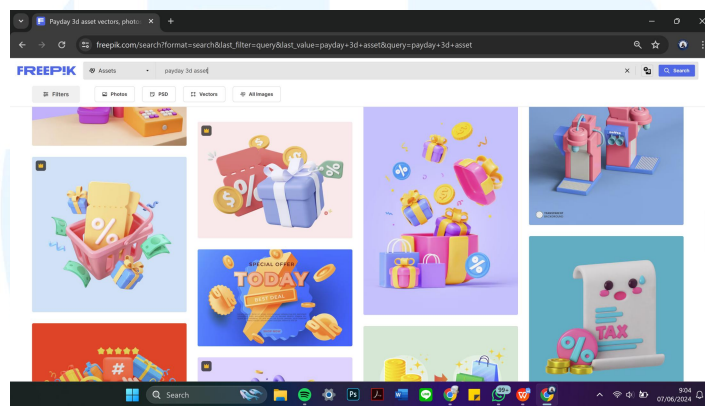


Gambar 3.3.1.2 Konsepsi *Banner Promo Pay Day* Betadine

Dari referensi diatas disimpulkan, *banner* Betadine merupakan *banner* dengan *background* yang polos dengan menggunakan element merupakan asset 3D agar SKU produk yang ditampilkan lebih menarik serta mendukung *mood* promo.

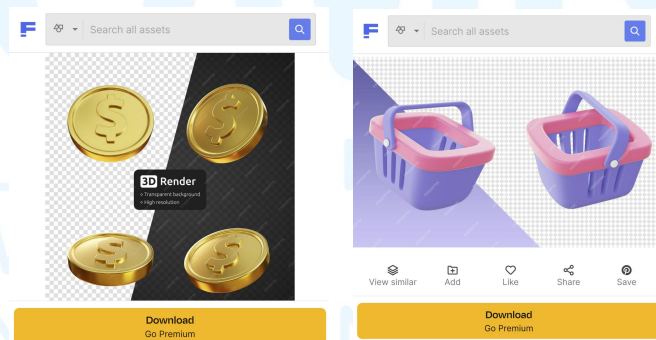
### C. Desain

Setelah memahami konsep yang ingin dirancang dalam promo valentine ini, penulis mulai melakukan *layouting* logo, *copy writing*, CTA dan produk sesuai dengan *brief* yang diberikan. *Banner* utama di rancang menggunakan *software* adobe photoshop dengan ukuran *artboard* 1200x600 px.



Gambar 3.3.1.2 Eksplorasi Aset Visual *Banner* Promo *Payday* Betadine

Selanjutnya penulis melakukan eksplorasi *asset* di freepik.com, dengan kata kunci *payday 3d asset*. Visual *asset* yang penulis gunakan diunggah dalam format .eps, .psd, .jpg, ataupun zip file. *Asset* yang diunggah melalui freepik merupakan *asset* koin 3d dan keranjang 3d. *Asset* berikut memiliki *commercial use license*.



Gambar 3.3.1.2 Aset Visual *Banner* Promo *Payday* Betadine

Setelah selesai mengunggah asset, penulis meletakkan asset visual ke dalam *artboard* dan mulai merancang *banner* sesuai dengan *mood* promo. Berikut merupakan proses perancangan *banner* promo *pay day* *Betadine*.



Gambar 3.3.1.2 Proses Desain *Banner* Promo Pay Day Betadine

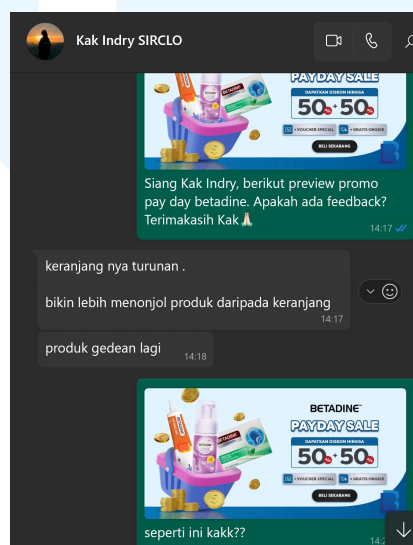
Penulis memulai dengan memasang warna *background* sesuai dengan *templete* promo. Dilanjutkan dengan meletakkan logo dan *layout* produk sesuai dengan ukuran dan promo yang ditawarkan. Untuk membuat SKU produk terlihat lebih menarik, penulis mengunggah asset pendukung yang digunakan disesuaikan dengan jumlah produk serta ukuran produk yang ditawarkan. Selanjutnya penulis menyesuaikan produk dengan asset pendukung. Asset pendukung yang digunakan merupakan coin dan keranjang, karena menggambarkan promo *pay day* dimana koin digambarkan sebagai alat bayar dan keranjang digambarkan sebagai *checkout*.



Setelah itu penulis mengatur *layout*, warna untuk *headline*, promo, serta CTA sesuai dengan *brief* yang telah diberikan dan menambahkan *element* visual yang mendukung visualisasi promo dan produk.

#### D. Revisi

Setelah penulis selesai merancang *banner* promo, penulis mengirimkan hasil final kepada PIC untuk mendapatkan masukan. Pada saat perancangan *banner* promo *pay day* Betadine, penulis sedang WFO, sehingga *approval* kepada PIC dilakukan secara langsung. Berikut merupakan masukan dari SPV mengenai desain yang telah penulis rancang.



Gambar 3.3.1.2 Masukan Desain dari SPV *Banner* Promo *Pay Day* Betadine

Dalam proses *approval* ini, SPV memberikan masukan agar keranjang tidak memakai banyak tempat lebih dari produk. Maka dari itu disarankan untuk menurunkan sedikit posisi keranjang. Setelah itu, penulis mengirimkan desain yang sudah di *approve* oleh SPV kepada PIC proyek dan PIC proyek meneruskan kepada

KAE untuk meminta *approval* dari *brand*. Berikut merupakan hasil akhir *Banner* Promo Pay Day Betadine.

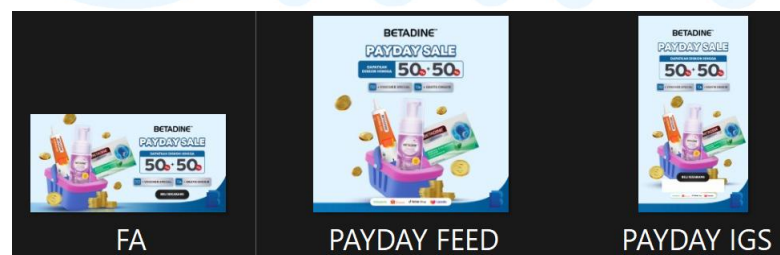


Gambar 3.3.1.2 Hasil Akhir *Banner* Promo *Pay Day* Betadine

Dalam merancang *banner* Betadine, penulis mempelajari perbandingan antara skala produk dan SKU utama. Dari masukan yang terdapat dalam *chat* penulis memahami bahwa perbandingan element pendukung dan SKU utama harus lebih kecil sehingga fokus utama dalam melihat desain promonya adalah SKU produknya.

### E. Resize

Setelah *approval* dari *brand*, penulis melanjutkan ke proses *resize* sesuai ukuran dan promo yang sudah diberikan pada *brief*. Berikut merupakan hasil *resize banner* untuk penempatan di sosial media yaitu Instagram, *marketplace* yaitu Lazada, Shopee, dan Tiktok.



Gambar 3.3.1.2 Hasil *Resize Banner* Promo *Pay Day* Betadine

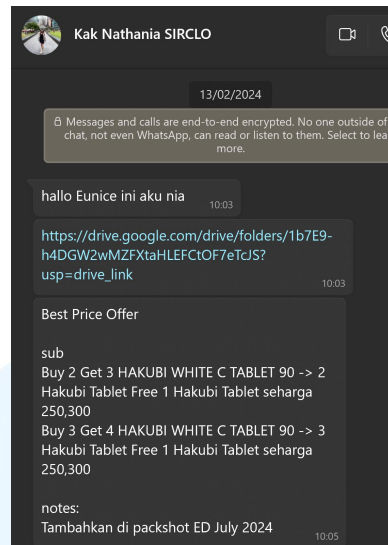
Hasil *resize* berikut kemudian disatukan kedalam satu folder dan di unggah ke link google drive besertakan dengan *working file* yang berupa psd kepada PIC proyek. Kemudian PIC proyek memberikan kepada KAE untuk di unggah di *marketplace*.

### 3.3.1.3 Perancangan *Banner* Promo APL Health & Beauty

APL Health & Beauty merupakan toko *personal care* yang menawarkan produk perawatan khususnya untuk kulit dan rambut. APL Health & Beauty menawarkan produk dari *brand* Physiogel dan Hakubi. Perancangan *banner* promo APL ini bertujuan untuk menginformasikan promo pembelian *bundle* yang ingin ditawarkan. Hasil akhir dari perancangan *banner* ini diturunkan dengan berbagai macam ukuran *banner marketplace* dan media sosial APL yaitu Blibli, Bukalapak, Shopee, Lazada, Orami, Instagram. Berikut merupakan proses perancangan *banner* promo APL Health & Beauty.

#### A. Brief

*Brief banner* diberikan oleh senior graphic design melalui whatsapp. PIC proyek memberikan penjelasan mengenai detail promo, SKU produk, tema visual, periode promo, hingga turunan desain untuk *marketplace* dan sosial media. Berikut merupakan *brief* yang diberikan.



Gambar 3.3.1.3 *Brief Banner* Promo APL Health & Beauty

PIC proyek mengirimkan link google drive yang berisikan *file* photoshop dan SKU produk dan terdapat penjelasan *brief* promo yang harus di rancang . Dalam proses ini, penulis memahami promo yang diberikan agar promo dapat tersampaikan dan tervisualisasikan kepada *customer*.

## B. Konsepsi

Penulis melihat beberapa referensi *banner* APL yang terdapat di tokopedia dan yang telah diberikan oleh PIC. Setelah itu, penulis memulai proses eksplorasi untuk mencari *element* visual yang akan digunakan. Dimulai dengan pencarian *mood background* sampai *element* visual untuk memvisualisasikan promo sesuai dengan *brief* dari PIC.

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

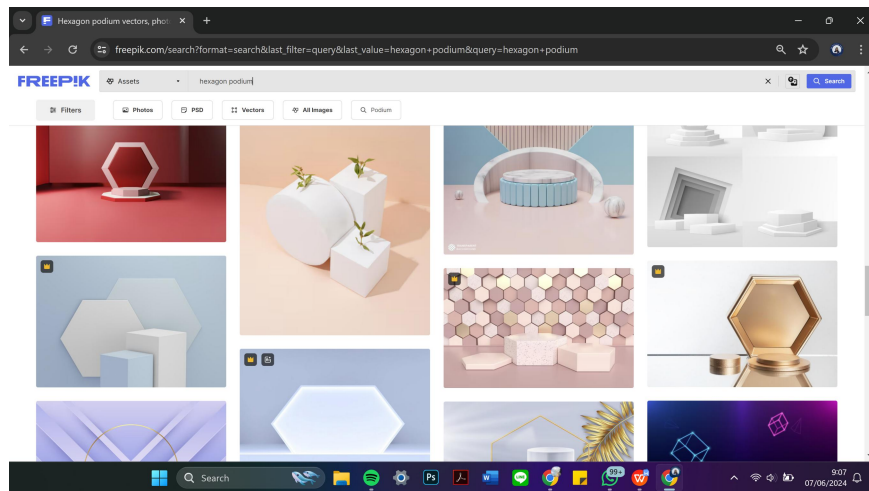


Gambar 3.3.1.3 Konsepsi *Banner* Promo APL Health & Beauty

Dari referensi di atas disimpulkan, *banner* APL terdapat *tone* warna khas yang merupakan perpaduan warna biru. Element yang biasa digunakan merupakan asset podium yang digunakan agar SKU dari produk yang ditampilkan lebih menarik serta mendukung *mood* promo. Tipografi yang digunakan merupakan jenis *sans serif* karena *sans serif* memiliki gaya huruf yang modern dan bersih sesuai dengan produk yang ditawarkan. Dalam perancangan *banner* APL, *layout* khas yang digunakan menggunakan 2 *column*. Pada *column* kiri, merupakan *layout* untuk *wording* *headline* dan promo, sedangkan *column* kedua sebelah kanan, untuk *layout* produk yang dipromosikan.

### C. Design

Setelah memahami konsep yang ingin dirancang dalam promo ini, penulis mulai melakukan *layout* logo, *headline*, *copy writing*, CTA dan produk sesuai dengan *brief* yang diberikan. *Banner* utama dirancang menggunakan *software* adobe photoshop dengan ukuran *artboard* 1200x600 px.



Gambar 3.3.1.3 Eksplorasi Aset Visual *Banner* Promo APL Health & Beauty

Selanjutnya penulis melakukan eksplorasi aset di freepik.com. Freepik yang digunakan merupakan freepik SIRCLO, dengan kata kunci Hexagon podium. Visual aset yang penulis gunakan diunggah dalam format .eps, .psd, .jpg, ataupun zip file. Aset yang diunggah terdapat hexagon podium. Hexagon merupakan aset khas dari APL *Health & Beauty*. Aset yang diunggah memiliki *commercial use license*.



Gambar 3.3.1.3 Aset Visual *Banner* Promo APL Health & Beauty

Setelah selesai mengunggah aset, penulis meletakkan aset visual ke dalam *artboard* dan mulai merancang *banner* sesuai dengan mood promo. Berikut merupakan proses perancangan *banner* promo APL *Health & Beauty*.



Gambar 3.3.1.3 Proses Desain *Banner* Promo APL Health & Beauty

Penulis memulai dengan menentukan warna *background* sesuai dengan ciri khas dari *brand*. Dilanjutkan dengan meletakkan logo dan *layout* produk sesuai dengan ukuran dan promo yang ditawarkan. Untuk membuat SKU produk terlihat lebih menarik, penulis mengunggah asset pendukung yang digunakan disesuaikan dengan jumlah produk serta ukuran produk yang ditawarkan. Selanjutnya penulis menyesuaikan produk dengan asset pendukung. Setelah itu penulis mengatur *layout*, warna untuk *headline*, promo, serta CTA sesuai dengan *brief* yang telah diberikan dan menambahkan element visual yang mendukung visualisasi promo dan produk.

#### D. Revisi

Setelah penulis selesai merancang *banner* promo, penulis mengirimkan hasil final kepada PIC untuk mendapatkan masukan. Setelah itu diberikan kepada SPV

untuk *approval*. Berikut merupakan masukan dari PIC dan SPV mengenai desain yang telah penulis rancang.



Gambar 3.3.1.3 Hasil Akhir *Banner* Promo APL Health & Beauty

PIC proyek memberikan masukan bahwa harga dari promo ditambahkan untuk menjelaskan harga sebelum dan sesudah diskon. Penulis mengirimkan desain yang sudah di *approve* oleh PIC proyek kepada SPV. Dalam proses *approval* ini, SPV memberikan masukan bahwa peletakan penulisan “gratis hadiah” dibuat lebih besar dan dibawah SKU produk agar terlihat lebih jelas. Setelah di *approve* oleh SPV penulis mengirimkan kembali kepada PIC proyek, dan diteruskan kepada KAE untuk mendapatkan *approval* dari *brand*.

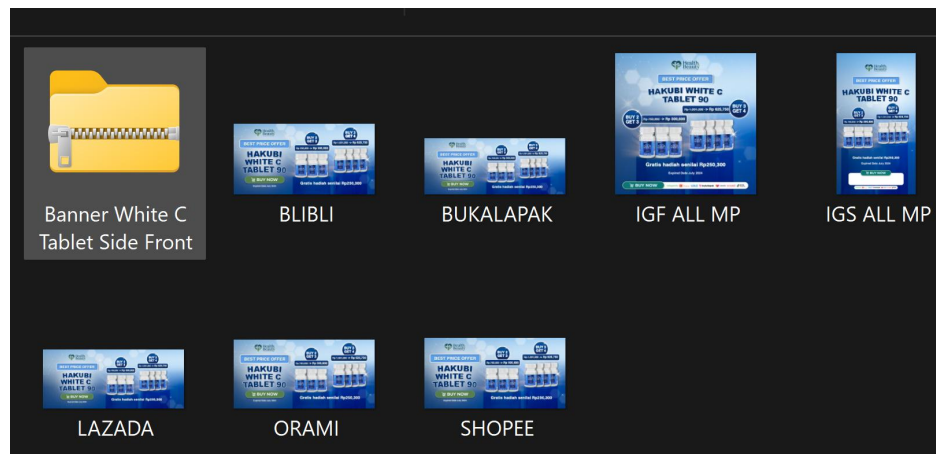
Penulis memiliki kendala dalam layout produk yang banyak dalam satu perancangan *banner* ini. Maka dari itu penulis memakai podium sebagai pemisah dan wadah supaya SKU utama serta promonya dalam dimengerti dan dipahami oleh konsumen.

#### E. Resize

Setelah *approval* dari *brand*, penulis melanjutkan ke proses *resize* sesuai ukuran dan promo yang sudah



diberikan pada *brief*. Berikut merupakan hasil *resize banner* untuk penempatan di sosial media yaitu Instagram, *marketplace* yaitu Blibli, Bukalapak, Lazada, Orami, Shopee.



Gambar 3.3.1.3 Hasil *Resize Banner Promo APL Health & Beauty*

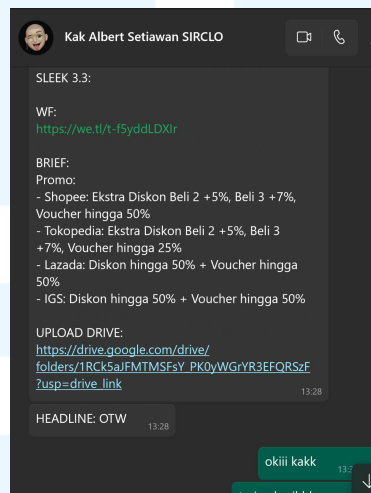
Hasil *resize* berikut kemudian disatukan kedalam satu folder dan di kirimkan melalui *whatsapp* besertakan dengan *working file* yang berupa psd kepada PIC proyek. Kemudian PIC proyek memberikan kepada KAE untuk di unggah di *marketplace*.

#### 3.3.1.4 Perancangan *Banner Promo 3.3 Sleek Baby*

Sleek Baby merupakan toko *personal care* khusus untuk perawatan kulit dan rambut bayi. Perancangan *banner* promo Sleek Baby ini bertujuan untuk menginformasikan promo *twin date* yang ingin ditawarkan. Hasil akhir dari perancangan *banner* ini diturunkan dengan berbagai macam ukuran *banner marketplace* dan media sosial Sleek Baby yaitu Shopee, Lazada, Tokopedia, Tiktok, Instagram. Berikut merupakan proses perancangan *banner* promo 3.3 Sleek Baby.

## A. Brief

*Brief banner* diberikan oleh senior graphic design melalui *whatsapp*. PIC proyek memberikan penjelasan mengenai detail promo, SKU produk, tema visual, periode promo, hingga turunan desain untuk *marketplace* dan sosial media. Berikut merupakan *brief* yang diberikan.



Gambar 3.3.1.4 *Brief Banner* Promo 3.3 Sleek Baby

PIC proyek mengirimkan *working file* yang berupa *file* photoshop yang berisikan ukuran *resize marketplace*, *copywriting*, CTA, SKU produk dan asset visual. Dalam proses ini, penulis memahami promo yang diberikan agar promo dapat tersampaikan dan tervisualisasikan kepada *customer*.

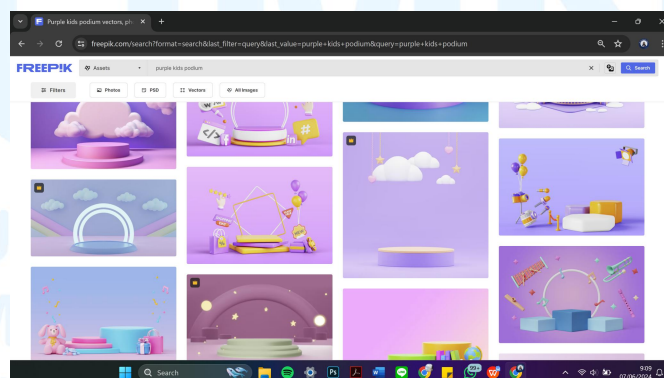
## B. Konsepsi

Penulis melihat beberapa referensi *banner* Sleek Baby yang terdapat di tokopedia dan yang telah diberikan oleh PIC. Setelah itu, penulis memulai proses eksplorasi untuk mencari element visual yang akan digunakan. Dimulai dengan pencarian *mood background* sampai

element visual untuk memvisualisasikan promo *twin date*. Dari referensi yang ditemukan disimpulkan, *banner* Sleek Baby terdapat *tone* warna khas yang merupakan perpaduan warna ungu dan *element* mainan anak. *Element* yang biasa digunakan merupakan asset 3D yang digunakan agar SKU dari produk yang ditampilkan lebih menarik serta mendukung *mood* promo. Tipografi yang digunakan merupakan jenis *sans serif* karena *sans serif* memiliki gaya huruf yang modern, bersih dan *fun*. Dalam perancangan *banner* Sleek Baby, *layout* khas yang digunakan menggunakan 2 *column*. Pada *column* kiri, merupakan *layout* untuk *wording headline* dan promo, sedangkan *column* kedua sebelah kanan, untuk *layout* produk yang dipromosikan.

### C. Desain

Setelah memahami konsep yang ingin dirancang dalam promo valentine ini, penulis mulai melakukan *layout* logo, *headline*, *copy writing*, CTA dan produk sesuai dengan *brief* yang diberikan. *Banner* utama di rancang menggunakan *software* adobe photoshop dengan ukuran *artboard* 1200x600 px.



Gambar 3.3.1.4 Eksplorasi Aset Visual *Banner* Promo 3.3 Sleek Baby

Selanjutnya penulis melakukan eksplorasi asset di freepik.com. Freepik yang digunakan merupakan freepik SIRCLO dengan kata kunci *purple kids* podium. Terdapat satu senior graphic design yang ditugaskan untuk membantu rekan graphic design dan *intern* untuk mengunduh asset-asset visual yang terdapat di freepik. Visual asset yang penulis gunakan diunggah dalam format .eps, .psd, .jpg, ataupun zip file. Asset yang diunggah terdapat podium ungu, bintang, dan boneka untuk menggambarkan produk bayi dan ciri khas dari Sleek Baby. Asset yang diunggah memiliki *commercial use license*.



Gambar 3.3.1.4 Eksplorasi Aset Visual *Banner* Promo 3.3 Sleek Baby

Setelah selesai menggunggah asset, penulis meletakkan asset visual ke dalam *artboard* dan mulai merancang *banner* sesuai dengan *mood* promo. Berikut merupakan proses perancangan *banner* promo 3.3 Sleek Baby.

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

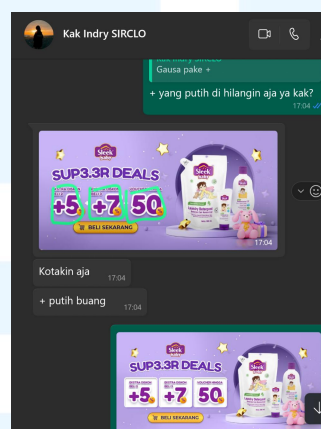


Gambar 3.3.1.4 Proses Desain Banner Promo 3.3 Sleek Baby

Penulis memulai dengan menentukan warna dan *mood background* yang cocok untuk promo. Dilanjutkan dengan meletakkan logo dan layout produk sesuai dengan ukuran dan promo yang ditawarkan. Untuk membuat SKU produk terlihat lebih menarik, penulis mengunggah asset pendukung yang digunakan disesuaikan dengan jumlah produk serta ukuran produk yang ditawarkan. Selanjutnya penulis menyesuaikan produk dengan asset pendukung. Setelah itu penulis mengatur layout, warna untuk *headline*, promo, serta CTA sesuai dengan *brief* yang telah diberikan dan menambahkan *element* visual yang mendukung visualisasi promo dan produk.

## D. Revisi

Setelah penulis selesai merancang *banner* promo, penulis mengirimkan hasil final kepada PIC untuk mendapatkan masukan. Setelah itu diberikan kepada SPV untuk *approval*. Berikut merupakan masukan dari PIC dan SPV mengenai desain yang telah penulis rancang.



Gambar 3.3.1.4 Masukan Desain dari SPV *Banner* Promo 3.3 Sleek Baby

SPV proyek memberikan masukan bahwa promo di buat kotak agar tidak bersatu dengan *background* dan terlihat lebih rapih. Penulis mengirimkan desain yang sudah di *approve* oleh PIC proyek kepada SPV. Setelah di *approve* oleh SPV penulis mengirimkan kembali kepada PIC proyek, dan diteruskan kepada KAE untuk mendapatkan *approval* dari *brand*. Berikut merupakan hasil akhir *banner* promo 3.3 Sleek Baby.

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

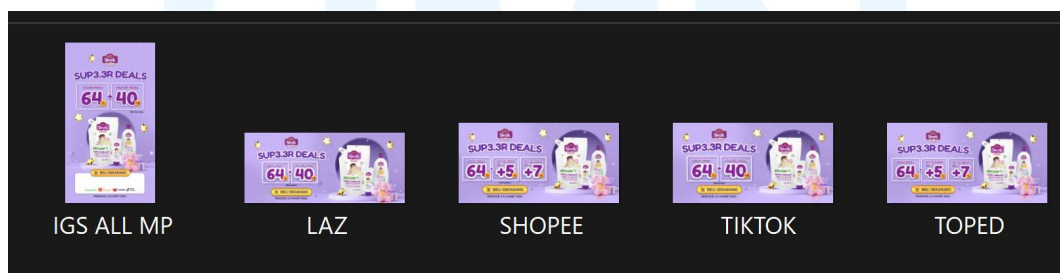


Gambar 3.3.1.4 Hasil Akhir *Banner* Promo 3.3 Sleek Baby

Dari perancangan *banner* sleek, penulis mulai memahami gaya visual dari Sleek dan memakai element yang sepadan dengan *mood* sleek.

#### E. Resize

Setelah *approval* dari *brand*, penulis melanjutkan ke proses *resize* sesuai ukuran dan promo yang sudah diberikan pada *brief*. Berikut merupakan hasil *resize banner* untuk penempatan di sosial media yaitu Instagram, *marketplace* yaitu Lazada, Shopee, dan Tiktok.



Gambar 3.3.1.4 Hasil *Resize Banner* Promo 3.3 Sleek Baby

Hasil *resize* berikut kemudian disatukan ke dalam satu *folder* dan di unggah ke link google drive besertakan dengan *working file* yang berupa psd kepada PIC proyek. Kemudian PIC memberikan kepada KAE untuk di unggah di *marketplace*.

### 3.3.1.5 Perancangan *Banner* Promo 3.3 Asepso

Asepso merupakan toko *home care* yang menawarkan berbagai macam produk pembersih rumah sampai sabun mandi. Perancangan *banner* promo *twin date* ini bertujuan untuk menginformasikan promo 3.3 yang ingin ditawarkan bisa mendapatkan hadiah. Hasil akhir dari perancangan *banner* ini diturunkan dengan berbagai macam ukuran *banner marketplace* dan media sosial Asepso yaitu Shopee, Lazada, Tokopedia, Tiktok, Instagram. Berikut merupakan proses perancangan *banner* promo 3.3 Asepso.

#### A. Brief

*Brief banner* diberikan oleh senior graphic design melalui whatsapp. PIC proyek memberikan penjelasan mengenai detail promo, SKU produk, tema visual, periode promo, hingga turunan desain untuk *marketplace* dan sosial media. Berikut merupakan *brief* yang diberikan.



Gambar 3.3.1.5 *Brief Banner* Promo 3.3 Asepso



PIC proyek mengirimkan link yang berisikan SKU produk dan asset visual. Dalam proses ini, penulis memahami promo yang diberikan agar promo dapat tersampaikan dan divisualisasikan kepada *customer*.

## B. Konsepsi

Penulis melihat beberapa referensi *banner* Asepso yang terdapat di tokopedia dan yang telah diberikan oleh PIC. Setelah itu, penulis memulai proses eksplorasi untuk mencari element visual yang akan digunakan. Dimulai dengan pencarian *mood background* sampai element visual untuk memvisualisasikan promo *twin date*.

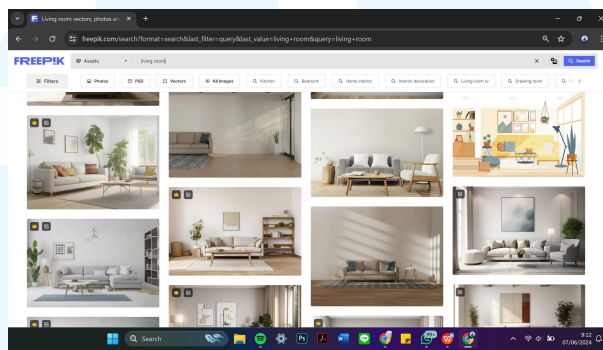


Gambar 3.3.1.5 Konsepsi *Banner* Promo 3.3 Asepso

Dari referensi diatas disimpulkan, *banner* Asepso memakai *background simple* dipadukan dengan asset buah-buahan dan bahan-bahan dari produk agar terlihat segar. *Element* yang biasa digunakan merupakan asset 3D yang digunakan agar SKU dari produk yang ditampilkan lebih menarik serta mendukung *mood* promo. Tipografi yang digunakan merupakan jenis *sans serif* karena *sans serif* memiliki gaya huruf yang *modern* dan bersih. Dalam perancangan *banner* Asepso, *layout* khas yang digunakan menggunakan 1 *column*. Pada bagian atas, merupakan *layout* untuk *wording headline* dan promo, sedangkan bawah untuk *layout* produk yang dipromosikan.

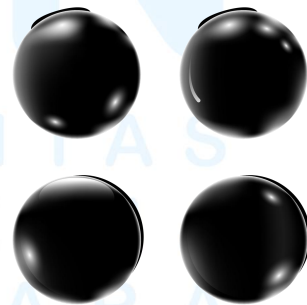
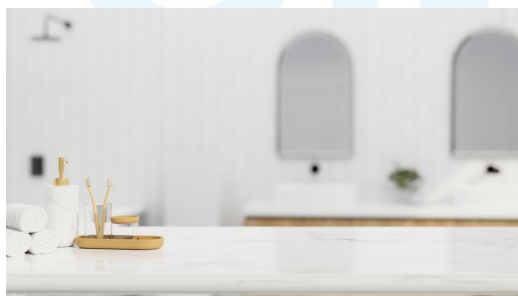
### C. Desain

Setelah memahami konsep yang ingin dirancang dalam promo 3.3 ini, penulis mulai melakukan *layout* logo, *headline*, *copy writing*, CTA dan produk sesuai dengan *brief* yang diberikan. *Banner* utama di rancang menggunakan *software* adobe photoshop dengan ukuran *artboard* 1200x1200 px.



Gambar 3.3.1.5 Eksplorasi Aset Visual Banner Promo 3.3 Asepso

Selanjutnya penulis melakukan eksplorasi aset di freepik.com. Freepik yang digunakan merupakan freepik SIRCLO dengan kata kunci *living room*. Visual asset yang penulis gunakan diunggah dalam format .eps, .psd, .jpg, ataupun zip file. Aset yang diunggah terdapat gambar suasana kamar mandi dan *bubble* sebagai gambaran dari fungsi produk yang ditawarkan. Aset yang diunggah memiliki *commercial use license*.



Gambar 3.3.1.5 Eksplorasi Aset Visual Banner Promo 3.3 Asepso

Setelah selesai mengunggah asset, penulis meletakkan asset visual ke dalam *artboard* dan mulai merancang *banner* sesuai dengan *mood* promo. Berikut merupakan proses perancangan *banner* promo 3.3 Asepso.



Gambar 3.3.1.5 Proses Desain *Banner* Promo 3.3 Asepso

Penulis memulai dengan menentukan *mood background* yang cocok untuk promo dan fungsi dari produknya. Dilanjutkan dengan meletakkan logo dan *layout* produk sesuai dengan ukuran dan promo yang ditawarkan. Untuk membuat SKU produk terlihat lebih menarik, penulis mengunggah asset pendukung yang digunakan disesuaikan dengan jumlah produk serta ukuran produk yang ditawarkan. Selanjutnya penulis menyesuaikan produk dengan asset pendukung.

Setelah itu penulis mengatur *layout*, warna untuk *headline*, promo, serta CTA sesuai dengan *brief* yang telah diberikan dan menambahkan *element* visual yang mendukung visualisasi promo dan produk.

## D. Revisi

Setelah penulis selesai merancang *banner* promo, penulis mengirimkan hasil final kepada PIC untuk mendapatkan masukan. Setelah itu diberikan kepada SPV untuk *approval*. Berikut merupakan masukan dari SPV mengenai desain yang telah penulis rancang



Gambar 3.3.1.5 Masukan Desain dari SPV *Banner* Promo 3.3 Asepso

SPV proyek memberikan masukan layout dari produk dibuat lebih dinamis. Dimulai dari produk yang memiliki skala yang paling besar ditengah dilanjutkan dengan produk yang lebih pendek. Penulis mengirimkan desain yang sudah di approve oleh SPV proyek kepada PIC dan diteruskan kepada KAE untuk mendapatkan approval dari brand. Berikut merupakan hasil akhir *banner* promo 3.3 Asepso.

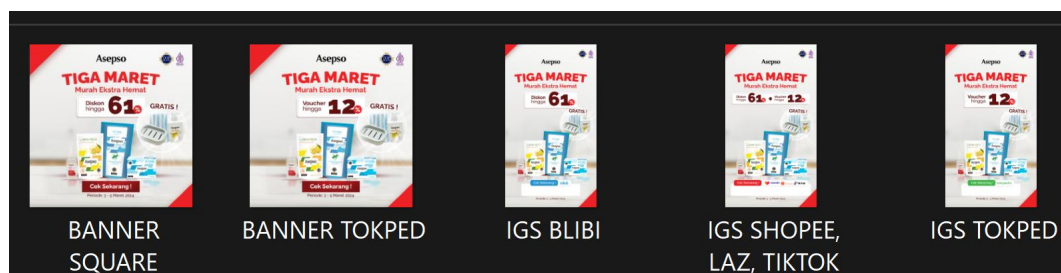


Gambar 3.3.1.5 Hasil Akhir *Banner* Promo 3.3 Asepto

Dalam perancangan banner Asepto, penulis mengalami kesulitan dalam *layouting* produk karena memiliki ukuran yang berbeda-beda. Maka dari itu penulis mencari tahu jenis dan ukuran produk lalu mulai menyesuaikan. Penulis belajar bagaimana cara penempatan produk yang memiliki variasi yang beragam sehingga terlihat rapih.

### E. Resize

Setelah *approval* dari *brand*, penulis melanjutkan ke proses *resize* sesuai ukuran dan promo yang sudah diberikan pada *brief*. Berikut merupakan hasil *resize banner* untuk penempatan di sosial media yaitu Instagram, *marketplace* yaitu Lazada, Shopee, dan Tiktok.



Gambar 3.3.1.5 Hasil Resize *Banner* Promo 3.3 Asepto

Hasil *resize* berikut kemudian disatukan ke dalam satu *folder* dan di unggah ke link google drive besertakan dengan *working file* yang berupa psd kepada PIC proyek. Kemudian PIC proyek memberikan kepada KAE untuk di unggah di *marketplace*.

### **3.3.2 Kendala yang Ditemukan**

Penulis menemukan kendala dalam hal mengikuti fase kerja cepat untuk merancang desain *banner* dalam kesehariannya. Dalam bidang kerja promosi *e-commerce client* maupun *brand* memiliki permintaan yang mendorong penulis untuk menyelesaikan desain dengan cepat dan efektif . Dimana penulis berusaha untuk menganalisa cara kerja rekan-rekan yang lain dan mengusahakan supaya beradaptasi dan menghasilkan desain yang sesuai dengan kebutuhan *brand*. Dalam fase ini penulis banyak belajar dalam membagi waktu pengerjaan desain supaya dapat merancang *banner*, permintaan desain yang lain dengan baik dan memuaskan, serta teknik *layouting* dan photoshop yang baru.

### **3.3.3 Solusi atas Kendala yang Ditemukan**

Penulis menemukan solusi dimana penulis harus lebih memiliki antusias akan bekerja cepat dan lebih melakukan eksplorasi desain agar ide desain penulis lebih luas untuk digunakan. Selain itu, terus berlatih dan mengasah diri agar lebih familiar dengan *tools* dan teknik photoshop agar hasil desain yang dihasilkan bisa lebih maksimal.

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA