

## BAB III

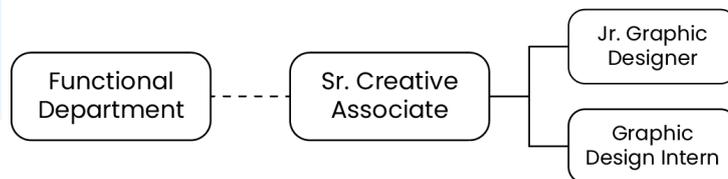
### PELAKSANAAN KERJA MAGANG

#### 3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Selama berlangsungnya praktek kerja magang, penulis berperan sebagai *graphic design intern* dalam departemen *marketing*. Penulis bertanggung jawab untuk membuat berbagai desain *key visual* yang diminta oleh departemen lain dan dibutuhkan koordinasi dengan *supervisor* serta *functional department* agar dapat menyinkronkan komunikasi yang ingin disampaikan. Berikut adalah rincian dari kedudukan penulis serta alur koordinasi yang dilakukan.

##### 3.1.1 Kedudukan

Pada praktek kerja magang, penulis ditempatkan dalam departemen *marketing* tepatnya di divisi *creative*. Penulis disini berperan sebagai *graphic design intern* yang bekerja dibawah naungan *supervisor*, yakni Philadelphia Debora Putri yang sekaligus berperan sebagai *senior creative associate* untuk Lalamove. Divisi *creative* sendiri, terdiri dari tiga anggota, yakni *senior creative associate*, *junior graphic designer*, dan *graphic design intern* yang sebagian besar tugasnya membuat berbagai keperluan *visual* untuk kebutuhan promosi *digital*, *campaign*, media sosial, maupun internal.



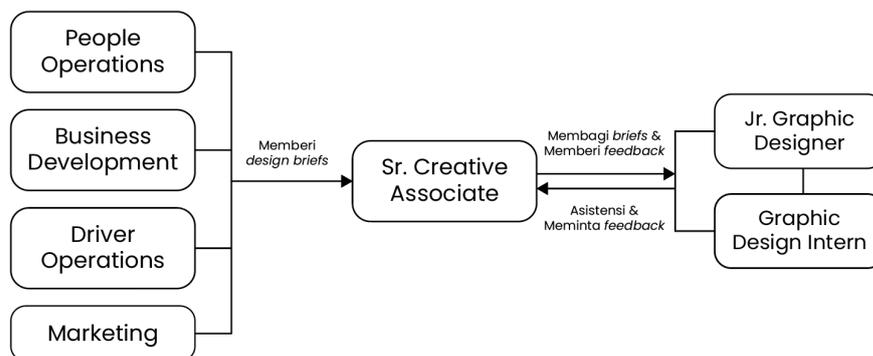
Gambar 3.1 Struktur Divisi *Creative*

Penulis paling banyak membuat *key visual* yang diminta oleh departemen *business development* serta *marketing* dengan bentuk promosi *digital* dan juga media sosial yang dikhususkan untuk *user* Lalamove, seperti *feeds* dan *story* Instagram, *in app pop up*, *side banner*, *icon*, *Whatsapp post*, dan sebagainya yang diunggah pada media sosial serta aplikasi Lalamove.

Meskipun begitu, diluar lingkup pekerjaan yang telah disebutkan penulis terkadang juga diberikan *brief* lain seperti membuat desain *hampers*, logo *campaign*, *print media*, dan lain-lain.

### 3.1.2 Koordinasi

Dalam proses praktek kerja magang, *design briefs* disampaikan oleh departemen *people operations*, *business development*, *driver operations*, dan juga *marketing* kepada *supervisor* selaku *senior creative associate* melalui Google Sheet yang kemudian dibagikan kepada *junior graphic designer* dan penulis sebagai *graphic design intern*. *Brief* yang diberikan oleh departemen *marketing* sebagian besar telah ditentukan *deadline*, namun untuk departemen lain, *deadline* akan disesuaikan dengan jumlah media yang diminta. Jika terdapat kurang dari tiga media maka waktu pengerjaannya adalah tiga hari dari waktu *brief* diberikan, dan jika lebih dari itu maka waktu pengerjaannya adalah lima hari. Kemudian, setelah *brief* dikerjakan, hasilnya terlebih dahulu akan diberikan kepada *supervisor* untuk *approval* dan mendapatkan *feedback*. Jika semuanya, sudah disetujui selanjutnya penulis akan mengunggah hasil kerjanya di Google Drive dan menyalin tautannya di *brief* Google Sheet.



Gambar 3.2 Struktur Alur Koordinasi

Sebagian besar *brief* yang dikerjakan biasanya tidak ada revisi, namun jika ada biasanya yang anggota departemen yang memberikan *brief*nya secara langsung akan mengkontak penulis. Bila revisi yang diberikan cukup minor, penulis tidak perlu meminta *approval* dengan *supervisor*, tetapi jika lebih dari 50%, maka penulis akan memberikannya ke *supervisor* terlebih dahulu. Setelah disetujui, penulis baru akan mengunggah ulang kembali hasilnya.

### 3.2 Tugas yang Dilakukan

Selama berjalannya praktek kerja magang, setiap harinya penulis mendapatkan *brief* tugas yang harus dikerjakan sesuai waktu yang telah ditetapkan. Sebagian besar *brief* diberikan oleh departemen *business development* dan juga *marketing*, namun, tak jarang juga penulis mendapatkan *brief* dari *people operations* serta *driver operations*. Hasil kerja dari *brief* yang dikerjakan meliputi konten media sosial, *banner* untuk aplikasi, dan sebagainya, yaitu *outputnya* berupa Instagram *feed*, *story*, *electronic direct mail* (EDM), *Whatsapp square*, *landscape*, *In App Pop Up*, *Landing Page*, *User News*, *Side Banner*, GIF, dan masih banyak lagi. Berikut merupakan penjabaran proyek-proyek yang telah penulis kerjakan.

Tabel 3.1 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Magang

No.	Minggu	Proyek	Keterangan
1.	I (29 Januari – 2 Februari)	<b><i>Business Development:</i></b> - <i>Mission to Reactivate User Churned</i> - <i>Diskon Panas Tanpa Batas</i> - <i>Kirim Jauh, Lalamove Aja!</i>	Desain <i>Keyvisual:</i> - <i>EDM (Electronic Direct Mail) (3)</i> - <i>Whatsapp Square</i> - <i>Whatsapp Landscape</i>
		<b><i>People Operations:</i></b> - <i>Asking Our Teams</i>	Desain <i>Keyvisual:</i> - <i>IG Carousel</i>
		<b><i>Marketing:</i></b> - <i>Cover Mystery Hampers</i> - <i>Chinese New Year Greetings</i>	Desain <i>Keyvisual:</i> - <i>IG Feed</i> - <i>IG Story</i>
2.	II (5 Februari – 9 Februari)	<b><i>Business Development:</i></b> - <i>Promo Corp Acquisition (90 Days Period)</i>	Desain <i>Keyvisual:</i> - <i>EDM</i> - <i>Whatsapp Square</i> - <i>Whatsapp Landscape</i>
		<b><i>People Operations:</i></b> - <i>Asking Our Teams</i>	Desain <i>Keyvisual:</i> - <i>IG Story</i>
3.	III	<b><i>Business Development:</i></b> - <i>Native Ads untuk Imlek</i>	Desain <i>Keyvisual:</i> - <i>EDM (4)</i>

	(12 Februari – 16 Februari)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Lalamove x IMOBY Bandung Partnership</li> <li>- Tactical RTN Valentine</li> <li>- Promo Corp</li> <li>- Edukasi User</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- IG Carousel</li> <li>- IG Story</li> <li>- Whatsapp Square</li> <li>- Whatsapp Landscape</li> <li>- In App Pop Up (2)</li> <li>- Landing Page</li> <li>- User News</li> <li>- Side Banner</li> <li>- Push Notification 984x450 px</li> </ul>
		<b>People Operations:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Asking Our Teams (Chinese New Year)</li> </ul>	Desain Keyvisual: <ul style="list-style-type: none"> <li>- IG Story</li> </ul>
		<b>Marketing:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- LYT Points March</li> <li>- Early Month Retention</li> </ul>	Desain Keyvisual: <ul style="list-style-type: none"> <li>- IG Feed (2)</li> <li>- IG Story (2)</li> <li>- In App Pop Up (2)</li> <li>- Landing Page (2)</li> <li>- User News</li> <li>- Side Banner</li> </ul>
4.	IV (19 Februari – 23 Februari)	<b>Business Development:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- End Feb'24 Tactical Program</li> <li>- Tactical RTN Surabaya</li> <li>- Tactical RTN Intercity</li> </ul>	Desain Keyvisual: <ul style="list-style-type: none"> <li>- EDM (3)</li> <li>- IG Story</li> <li>- Whatsapp Square</li> <li>- In App Pop Up (2)</li> <li>- Landing Page (2)</li> <li>- User News (2)</li> </ul>
		<b>Marketing:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Lalamove x Foodbash Partnership</li> </ul>	Desain Keyvisual: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Flyer (3)</li> <li>- Roll Up Banner (3)</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Lalamove x IMOBY BDO <i>Partnership</i></li> <li>- Lalamove x Cap Go Meh Festival <i>Partnership</i></li> <li>- LYT <i>Acquisition</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- IG <i>Feed</i> (3)</li> <li>- IG <i>Story</i> (3)</li> <li>- <i>In App Pop Up</i></li> <li>- <i>Landing Page</i></li> <li>- <i>User News</i></li> <li>- <i>Side Banner</i></li> </ul>
5.	V (26 Februari – 1 Maret)	<p><b><i>Business Development:</i></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Promo Yogya Group x Lalamove</li> <li>- <i>Landing Page Intercity</i></li> <li>- <i>Acquisition Program</i> Maret</li> <li>- <i>Ads for Business Leads</i></li> </ul>	<p>Desain <i>Keyvisual:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- EDM (2)</li> <li>- IG <i>Feed</i> (3)</li> <li>- IG <i>Story</i> (3)</li> <li>- <i>Whatsapp Landscape</i></li> <li>- <i>Landing Page</i> (2)</li> <li>- <i>User News</i></li> <li>- <i>Side Banner</i></li> <li>- <i>Ads</i> GIF 300x50 px</li> <li>- <i>Ads</i> GIF 320x50 px</li> <li>- <i>Ads</i> 300x250 px</li> <li>- <i>Ads</i> 320x480 px</li> <li>- <i>Ads</i> 320x100 px</li> </ul>
		<p><b><i>Marketing:</i></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Lalamove x Syariah Fair <i>Partnership</i></li> <li>- CSHOP Maret</li> </ul>	<p>Desain <i>Keyvisual:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Flyer</i> (3)</li> <li>- <i>Roll Up Banner</i> (3)</li> <li>- IG <i>Feed</i> (3)</li> <li>- IG <i>Story</i> (3)</li> <li>- <i>In App Pop Up</i></li> <li>- <i>Landing Page</i></li> <li>- <i>User News</i></li> <li>- <i>Side Banner</i></li> <li>- <i>Coupon Banner</i> (2)</li> <li>- <i>Icon</i> (2)</li> </ul>

		<b>Driver Operations:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Driver Benefits</i> (Kupon Bensin/Belanja)</li> </ul>	<b>Desain Keyvisual:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Kupon 1440x679 px</li> </ul>
6.	VI (4 Maret – 8 Maret)	<b>Business Development:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Edukasi User Tools</i></li> <li>- <i>March Tactical Program</i></li> <li>- Kupon Potongan untuk <i>Welcoming Package Inbound</i></li> <li>- <i>Acquisition Corp Maret</i></li> <li>- <i>Acquisition Corp Event</i> Trademark</li> <li>- <i>Retention Business User</i></li> <li>- <i>Ads for March Business</i> <i>Leads</i></li> </ul>	<b>Desain Keyvisual:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- EDM (4)</li> <li>- IG Feed</li> <li>- IG Story (3)</li> <li>- Whatsapp Square (3)</li> <li>- Whatsapp Landscape (4)</li> <li>- <i>In App Pop Up</i></li> <li>- Ads GIF 300x50 px</li> <li>- Ads GIF 320x50 px</li> <li>- Ads 300x250 px</li> <li>- Ads 320x480 px</li> <li>- Ads 320x100 px</li> </ul>
		<b>Marketing:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Triple Points LYT</i></li> </ul>	<b>Desain Keyvisual:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- IG Feed</li> <li>- IG Story</li> <li>- <i>In App Pop Up</i></li> <li>- Landing Page</li> <li>- User News</li> <li>- Side Banner</li> </ul>
7.	VII (11 Maret – 15 Maret)	<b>Business Development:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>AM Churned Activation</i> <i>Program March</i></li> <li>- <i>AM Churned Activation</i> <i>Program (Khusus Ramadan)</i></li> <li>- <i>Tactical Mar'24 Special</i> <i>Promo</i></li> </ul>	<b>Desain Keyvisual:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- EDM (3)</li> <li>- <i>Wallet Banner</i> 1077x252 px</li> <li>- Whatsapp Square (2)</li> <li>- <i>In App Pop Up</i></li> <li>- Landing Page</li> </ul>

			- <i>User News</i>
		<b>Marketing:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- LAHIKMAH (<i>Retention SBY Coupon</i>)</li> <li>- Papan Ucapan Selamat untuk MORE Furniture</li> </ul>	<b>Desain Keyvisual:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- EDM</li> <li>- IG Story</li> <li>- <i>In App Pop Up</i></li> <li>- <i>Landing Page</i></li> <li>- Papan Ucapan 225x140 cm</li> </ul>
8.	VIII (18 Maret – 22 Maret)	<b>Business Development:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Tactical RTN April 2024</i></li> <li>- <i>Tactical RTN Intercity April 2024</i></li> </ul>	<b>Desain Keyvisual:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- EDM (2)</li> <li>- <i>In App Pop Up</i> (2)</li> <li>- <i>Landing Page</i> (2)</li> <li>- <i>User News</i> (2)</li> </ul>
		<b>People Operations:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Desain Hampers Lebaran</li> </ul>	<b>Desain Keyvisual:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Stiker Tutup Jar (2)</li> <li>- Stiker Badan Jar (2)</li> <li>- <i>Greeting Card</i></li> <li>- <i>Tags</i></li> <li>- <i>Sleeve Kurma</i></li> <li>- <i>Sleeve Ceramic Bowl</i></li> <li>- <i>Sleeve Cutlery Set</i></li> </ul>
		<b>Marketing:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Tips Atasi Lonjakan Orderan Saat Lebaran</li> </ul>	<b>Desain Keyvisual:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- IG <i>Carousel</i></li> </ul>
9.	IX (25 Maret – 29 Maret)	<b>Business Development:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Edukasi <i>Client</i></li> <li>- <i>Acquisition Program April 2024</i></li> </ul>	<b>Desain Keyvisual:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Google Form Header</i></li> <li>- <i>In App Pop Up</i></li> <li>- EDM (3)</li> <li>- IG <i>Feed</i> (3)</li> <li>- IG <i>Story</i> (3)</li> </ul>

		<b>Marketing:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Logo Campaign #AntarkanKemenangan</li> <li>- Giveaway Special 50k Followers</li> <li>- Lalamove x Korean Market Partnership</li> <li>- CSHOP April</li> </ul>	<b>Desain Keyvisual:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Aset Logo</li> <li>- Logo Motion Graphic</li> <li>- IG Carousel</li> <li>- IG Feed</li> <li>- IG Story (2)</li> <li>- In App Pop Up (2)</li> <li>- Landing Page (2)</li> <li>- User News</li> <li>- Side Banner</li> <li>- Coupon Banner (2)</li> <li>- Icon (2)</li> </ul>
		<b>Driver Operations:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Revamp Keyvisual Ramadan</li> </ul>	<b>Desain Keyvisual:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- EDM (6)</li> </ul>
10.	X (1 April – 5 April)	<b>Business Development:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Coupon Promo Idul Fitri</li> <li>- Coupon Promo User</li> <li>- Promo Corp; Yogya Online x Lalamove</li> <li>- Engagement User; MORE Furniture</li> <li>- Engagement User; Ramadan</li> <li>- Promo Intercity Corp April</li> <li>- Promo Intracity Corp April</li> <li>- Promo New User Corp April</li> </ul>	<b>Desain Keyvisual:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- EDM (5)</li> <li>- IG Feed (3)</li> <li>- IG Story</li> <li>- IG Carousel</li> <li>- Whatsapp Square (3)</li> <li>- Whatsapp Landscape (2)</li> <li>- In App Pop Up (2)</li> <li>- Landing Page</li> <li>- User News (2)</li> <li>- Push Notification (3)</li> </ul>
		<b>People Operations:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Eid Mubarak Greetings</li> </ul>	<b>Desain Keyvisual:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- IG Story</li> </ul>
11.	XI	<b>Business Development:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ads for April Business Leads</li> </ul>	<b>Desain Keyvisual:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ads GIF 300x50 px</li> </ul>

	(8 April – 12 April)		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ads GIF 320x50 px</li> <li>- Ads 300x250 px</li> <li>- Ads 320x480 px</li> <li>- Ads 320x100 px</li> </ul>
		<p><b>Marketing:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Activity Editor April</li> <li>- RFM April 2024</li> </ul>	<p>Desain Keyvisual:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Aset Desain</li> <li>- Mission Banner</li> <li>- GIF Banner</li> <li>- GIF Preview</li> <li>- IG Feed</li> <li>- IG Story</li> <li>- In App Pop Up (2)</li> <li>- Landing Page (2)</li> <li>- User News (2)</li> <li>- Side Banner</li> </ul>
12.	XII (15 April – 19 April)	<p><b>Business Development:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Promo Corp April</li> <li>- Promo Acquisition Corp March</li> </ul>	<p>Desain Keyvisual:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- EDM</li> <li>- Whatsapp Landscape</li> <li>- Push Notification</li> </ul>
		<p><b>Marketing:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Giveaway TTS</li> </ul>	<p>Desain Keyvisual:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Aset Desain</li> <li>- IG Feed</li> </ul>
13.	XIII (22 April – 26 April)	<p><b>Business Development:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Lalamove x Interio 2024</li> <li>- Event IMOBY 2024</li> <li>- Retention Tact May 2024 Program</li> <li>- Retention Tactical Intercity May 2024</li> </ul>	<p>Desain Keyvisual:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- EDM (2)</li> <li>- Whatsapp Landscape</li> <li>- IG Feed</li> <li>- IG Story (2)</li> <li>- In App Pop Up (2)</li> <li>- Landing Page (2)</li> <li>- User News (2)</li> </ul>

			<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tent Card</li> <li>- Tripod Banner (2)</li> </ul>
		<p><b>Marketing:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- LAGIULTAHSMG Ret Mass Promo</li> <li>- Reminder Acquisition</li> <li>- Register Lalamove Rewards</li> </ul>	<p>Desain Keyvisual:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- IG Story (2)</li> <li>- In App Pop Up (2)</li> <li>- Landing Page (2)</li> <li>- User News (2)</li> </ul>
14.	XIV (29 April – 3 Mei)	<p><b>Business Development:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Sponsorship Lalamove x MB FAIR JAKARTA 2024</li> <li>- Promo Yogya Online x Lalamove Mei 2024</li> <li>- Retention intercity hut sby</li> <li>- Retention intracity hut sby</li> <li>- BD Acquisition Program Mei</li> <li>- Welcoming Email Corp SBY May 2024</li> <li>- Promo Corp May (3)</li> </ul>	<p>Desain Keyvisual:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- EDM (5)</li> <li>- Whatsapp Square (3)</li> <li>- Whatsapp Landscape (3)</li> <li>- IG Feed (3)</li> <li>- IG Story (3)</li> <li>- In App Pop Up (5)</li> <li>- Landing Page (5)</li> <li>- User News (5)</li> <li>- Push Notification (4)</li> </ul>
		<p><b>Marketing:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Intercity RET LANTARKOTA</li> <li>- Intercity FTU All Cities LANTARKOTAMEI</li> </ul>	<p>Desain Keyvisual:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Icon Carousel (2)</li> <li>- In App Pop Up (2)</li> <li>- Landing Page (2)</li> <li>- User News (2)</li> <li>- IG Feed</li> <li>- IG Story</li> <li>- Programmatic (15)</li> <li>- DV360 (15)</li> <li>- GIF (5)</li> </ul>
15.	XV	<p><b>Business Development:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Promo Corp May</li> </ul>	<p>Desain Keyvisual:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- EDM (2)</li> </ul>

	(6 Mei – 10 Mei)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>May 2024 Tactical Program Announcement</i></li> <li>- <i>Promo Corp May II</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Whatsapp Square</i></li> <li>- <i>Whatsapp Landscape</i></li> <li>- <i>In App Pop Up</i></li> <li>- <i>Landing Page</i></li> <li>- <i>User News</i></li> <li>- <i>Wallet Banner</i></li> <li>- <i>Driver News</i></li> </ul>
		<p><b>Marketing:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Revamp L1:L2 ACQ LYT</i></li> <li>- <i>Coupon Shop May II</i></li> </ul>	<p>Desain Keyvisual:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- EDM (2)</li> <li>- IG Feed</li> <li>- IG Story</li> <li>- IG Carousel</li> <li>- <i>In App Pop Up (2)</i></li> <li>- <i>Landing Page (2)</i></li> <li>- <i>User News (2)</i></li> <li>- <i>Wallet Banner</i></li> </ul>
16.	XVI (13 Mei – 17 Mei)	<p><b>Business Development:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Promo Corp May 14 May</i></li> <li>- <i>Promo Mission SBY &amp; BDO</i></li> <li>- <i>Retain 90 days client</i></li> </ul>	<p>Desain Keyvisual:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- EDM (2)</li> <li>- <i>Whatsapp Square</i></li> <li>- <i>Whatsapp Landscape</i></li> <li>- <i>Driver News (2)</i></li> </ul>
17.	XVII (20 Mei – 24 Mei)	<p><b>Business Development:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Edukasi User Mei</i></li> </ul>	<p>Desain Keyvisual:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- EDM</li> </ul>
		<p><b>Marketing:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Giveaway Socmed Tiket BNI Java Jazz 2024</i></li> <li>- <i>Intercity RET &amp; FTU June</i></li> </ul>	<p>Desain Keyvisual:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Icon Carousel</i></li> <li>- <i>In App Pop Up</i></li> <li>- <i>Landing Page</i></li> <li>- <i>User News</i></li> <li>- IG Feed (2)</li> </ul>

			<ul style="list-style-type: none"> <li>- IG Story</li> <li>- Programmatic (15)</li> <li>- DV360 (15)</li> <li>- GIF (5)</li> </ul>
18.	XVIII (27 Mei – 31 Mei)	<p><b>Business Development:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ajak <i>new user</i> bisnis pakai Lalamove</li> <li>- <i>Revamp Brownbag May 2024</i></li> <li>- Pengiriman ke luar kota tetep pakai Lalamove</li> <li>- <i>Promo Yogya x Lalamove Juni 2024</i></li> <li>- <i>Retain 90 days client June</i></li> <li>- <i>RFM June 2024</i></li> <li>- <i>Akuisisi new corp user Juni</i></li> </ul>	<p>Desain Keyvisual:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- EDM (5)</li> <li>- Whatsapp <i>Square</i> (3)</li> <li>- Whatsapp <i>Landscape</i> (3)</li> <li>- IG <i>Feed</i> (3)</li> <li>- IG <i>Story</i> (3)</li> <li>- <i>In App Pop Up</i> (4)</li> <li>- <i>Landing Page</i> (4)</li> <li>- <i>User News</i> (4)</li> <li>- <i>Push Notification</i> (2)</li> </ul>
		<p><b>Marketing:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>LAPANCASILA RET Campaign</i></li> <li>- <i>Coupon Shop Flash Sale June 2024</i></li> </ul>	<p>Desain Keyvisual:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- EDM (2)</li> <li>- IG <i>Feed</i></li> <li>- IG <i>Story</i></li> <li>- IG <i>Carousel</i></li> <li>- <i>In App Pop Up</i> (2)</li> <li>- <i>Landing Page</i> (2)</li> <li>- <i>User News</i> (2)</li> </ul>

### 3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Dalam mengerjakan *brief* yang diberikan selama berlangsungnya praktek kerja magang, terdapat beberapa tahapan yang penulis lakukan. Hal itu mulai dari pembuatan aset visual serta tipografi untuk *headline* hingga proses *layouting* dan sebagainya. Berikut merupakan penjabaran pelaksanaan kerja magang yang dilakukan.

### 3.3.1 Proses Pelaksanaan

Pada proses menjalani praktek kerja magang, penulis paling banyak bertanggung jawab untuk membuat *keyvisual* atas *brief* dari departemen *business development* dan juga *marketing*. *Output* yang dihasilkan sebagian besar merupakan desain untuk sosial media, *email blast*, dan juga *banner* dalam aplikasi Lalamove. Namun, beberapa kali penulis juga diberikan *brief* yang berbeda seperti mendesain hampers untuk lebaran dan juga *mystery box* GIF yang memerlukan keahlian penulis dalam melakukan *digital imaging*, *layouting*, serta *video editing*. Meskipun setiap *brief* telah ditetapkan, tetapi setiap departemen membebaskan para anggota tim *creative* untuk bermain dengan kreatifitas masing-masing selama hal itu dapat mengkomunikasikan pesan yang ingin disampaikan, sehingga dalam hal ini penulis juga ikut serta dalam tahapan eksplorasi ide *keyvisual*. Berikut merupakan beberapa proyek yang telah dikerjakan oleh penulis selama proses pelaksanaan magang.

#### 3.3.1.1 Tactical Mar'24 Special Promo (Business Development)

*Business Development* merupakan departemen yang bertanggung jawab dalam mengkomunikasikan pesan-pesan serta meningkatkan penjualan terhadap target *business user* atau pengguna jasa Lalamove. Setiap bulannya terdapat beberapa promosi yang dilakukan untuk meningkatkan *engagement* dengan pengguna Lalamove. Dalam proyek ini, penulis mendapatkan *brief* dari *business development* melalui Google Sheet untuk membuat *keyvisual* media promosi *Tactical Mar'24 Special Promo*.

D	E	F	G	H	I
Departemen	Objective / Tujuan Comms (cth. edukasi driver)	Channel	Headline (maksimal 4 kata)	Subheadline (maksimal 2 kalimat)	Call to Action / CTA (maksimal 3 kata)
BD	Tact Mar'24 special promo	User News, InApp Popi, Thankyou Loyal Customer Lalamove		Ambil reward kupon di aplikasi akun bisnis lalamove *Promo terbatas	

Gambar 3.3 Brief Proyek 1

*Tactical Special Promo* ini sendiri selalu ada setiap bulannya dan untuk bulan maret *tactical promo* ini bertujuan untuk memberi apresiasi bagi pengguna setia Lalamove dengan memberikan kupon hadiah yang dapat digunakan pada aplikasi Lalamove. Sehingga, melalui *keyvisual* ini berfungsi sebagai media pemberitahuan dalam

format EDM, *landing page*, *user news*, dan *in-app pop up* yang dapat dilihat dalam aplikasi serta *email blast*.



Gambar 3.4 *Color Palette* Proyek 1

Ketika membuat *keyvisual* untuk media promosi Lalamove terdapat *guidelines* yang harus dipenuhi, salah satunya yaitu 70% harus bernuansa warna oranye atau palet warna primer seperti yang dicantumkan diatas dan 30%nya menggunakan warna sekunder atau warna sesuai yang diminta pada *brief*. Dalam proyek ini penulis sebagian besar hanya menggunakan empat warna yakni, oranye, kuning, hitam, dan putih, serta ada yang digradasikan.



Gambar 3.5 Aset Mobil *Van*  
(Sumber: [bing.com/images/create](https://bing.com/images/create))

Pada tahap awal, penulis selalu melakukan pembuatan aset terlebih dahulu. Contohnya, pada proyek ini penulis memulainya dengan memperoleh aset gambar 3D mobil Van melalui bantuan AI (*artificial intelligence*) di situs Microsoft Bing dengan memasukan

keyword 'a moving orange van in 3D animation style' dan gambar akan ter-generate secara instan. Namun, penggunaan AI sendiri tidak selalu dilakukan, hal itu hanya dibutuhkan ketika *work load* yang dijalani sedang sangat padat, sehingga hal itu dapat mempersingkat waktu pengerjaan dan *deadline* dapat diselesaikan tepat waktu.



Gambar 3.6 Proses *Digital Imaging* Aset Mobil Van

Aset mobil Van yang telah diperoleh kemudian tidak langsung digunakan namun harus diedit dengan teknik *digital imaging* pada aplikasi Adobe Photoshop. Penulis terlebih dahulu menghilangkan latarnya agar dapat menjadi format PNG. Kemudian, untuk membuatnya terlihat lebih lebar pada bagian belakang mobil penulis menggunakan *patch tool* pada Adobe Photoshop. Baru setelahnya dengan *soft round brush*, penulis menghapus sedikit dibagian belakangnya agar terlihat lebih natural.



Gambar 3.7 Final Aset Mobil Van

Ketika sudah terlihat lebih natural, penulis menambah aset logo Lalamove untuk membuatnya seperti mobil pengiriman

Lalamove yang sesuai pada kehidupan asli. Hal itu penulis lakukan dengan menggunakan *transform* melalui tab *edit* dan memilih tombol 'skew' dan disesuaikan ukurannya.



Gambar 3.8 Aset-Aset Visual Proyek 1

Selain aset mobil, penulis juga memperoleh aset visual lainnya. Pertama, terdapat aset ponsel genggam dan kotak kardus yang telah disediakan oleh *Creative Team* Lalamove sebelumnya. Lalu, penulis membuat aset dekorasi seperti cahaya lurus menggunakan *shape* dan gradasi, serta bintang kelap-kelip.



Gambar 3.9 Proses Penggabungan Aset

Setelahnya, penulis mulai menggabungkan aset-aset yang telah diperoleh menjadi satu kesatuan yang dijadikan sebagai *emphasis* atau fokus utama. Penggabungan aset ini atau proses *layouting* dilakukan pada aplikasi Adobe Illustrator agar lebih mudah. Pada aset mobil Van, penulis memotongnya dengan teknik *clipping mask*. Hal itu dilakukan agar seakan-akan mobil terlihat seperti keluar dari aset ponsel genggam.

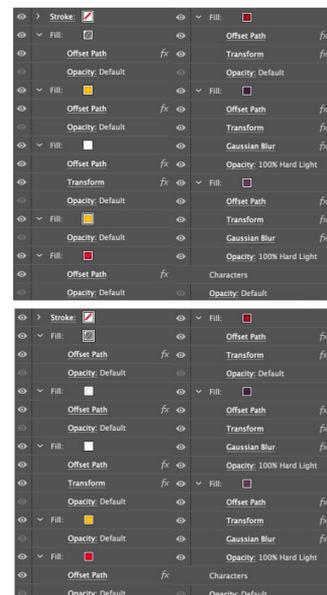


Gambar 3.10 Hasil Penggabungan Aset

Kemudian, untuk finalisasi penulis juga menambahkan aset-aset dekoratif sebelumnya seperti kardus dan cahaya-cahaya gradasi. Penambahan aset-aset tersebut bertujuan agar visual jadi tampak lebih hidup. Adanya aset cahaya lurus disekitaran mobil membuat seakan-akan mobil melaju dengan akselerasi tinggi.

**THANKYOU**

**LOYAL CUSTOMER LALAMOVE**



Gambar 3.11 Aset Tipografi *Headline* Proyek 1

Selain aset gambar atau visual, penulis juga membuat aset untuk tipografi *headline* agar terlihat lebih menonjol dan dapat menyesuaikan dengan hirarki. Kata *headline* yang digunakan adalah

'Thankyou' dan 'Loyal Customer Lalamove'. Penulis melakukan *editing* tipografi melalui tab '*appearance*' pada bagian kanan Adobe Illustrator. Kedua *headline* ditulis dengan *typeface* Roboto, kemudian di tab *appearance* penulis mulai menambahkan sekitar delapan *layer* warna yang masing-masing dimodifikasi kembali hingga tipografi terlihat memiliki dimensi dan juga warna yang mencolok.



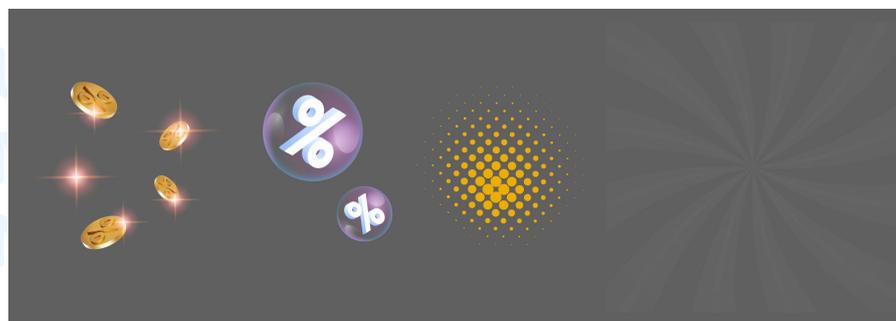
THANKYOU  
LOYAL CUSTOMER LALAMOVE



THANKYOU  
LOYAL CUSTOMER LALAMOVE

Gambar 3.12 Finalisasi Aset Tipografi *Headline* Proyek 1

Sama seperti aset visual yang telah dibuat, penulis juga menambahkan beberapa aset dekoratif pada tipografi yang sudah dimodifikasi. Hal ini dilakukan agar *mood* yang dibangun dapat terlihat sinkron dengan aset visual dan tampak lebih hidup.



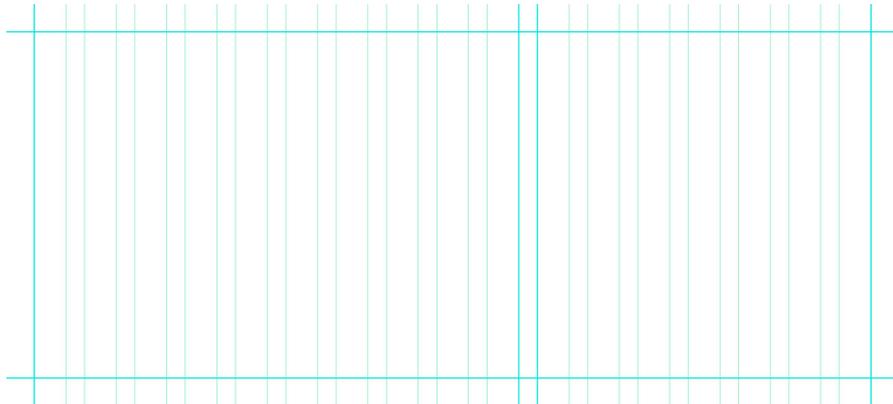
Gambar 3.13 Aset-Aset Dekoratif Proyek 1

Setelah selesai membuat aset visual dan juga aset tipografi *headline*, penulis juga menambahkan aset dekoratif lainnya yang telah disediakan oleh *creative team* sebelumnya. Penggunaan aset-aset ini bertujuan sebagai pelengkap dan membuat *keyvisual* yang nantinya dihasilkan menjadi lebih ramai.



Gambar 3.14 Aset *Background*

Setelah semua aset yang diperlukan telah terkumpul, penulis baru dapat memulai untuk membuat desain *keyvisual* untuk proyek 1 tetap dengan menggunakan aplikasi Adobe Illustrator. Pada *brief*, departemen *business development* meminta empat format yang berbeda, yakni, EDM, *landing page*, *user news*, dan *in-app pop up*. Namun, diawal penulis hanya akan membuat satu format terlebih dahulu, yaitu *landing page* dengan ukuran sebesar 1440 x 652 px dan baru nantinya setelah di *approve* oleh *supervisor*, penulis dapat mengaplikasikannya di format yang lain.



Gambar 3.15 *Grid* Proyek 1

Sebelum memulai *layouting* atau menata segala aset yang telah terkumpul, penulis membuat kerangka *grid*. *Grid* ini berfungsi sebagai sistem penyusun ruang serta informasi dengan menata keseluruhan perencanaan desainnya agar dapat terlihat lebih terstruktur dan mudah dipahami (Tondreau, 2009). Untuk perancangan ini penulis menggunakan jenis *grid multi-column*, yakni jenis *grid* yang meliputi beberapa kelompok kolom dengan skala ukuran yang berbeda-beda dengan *margin* berukuran 45 px di setiap sisinya. Hal ini digunakan agar penulis dapat menata teks *headline*, informasi, dan aset visual lebih leluasa serta tertata meskipun tidak mencangkup banyak teks.



Gambar 3.16 *Background Keyvisual*

Setelah menentukan *grid*, pertama-tama penulis membuat latar terlebih dahulu menggunakan *shape* yang ukurannya telah

disesuaikan dan diberi warna gradasi sesuai dengan palet warna primer. Lalu, penulis menambahkan logo Lalamove dan App Store. Hal tersebut sudah menjadi keharusan di setiap media Lalamove.

①



②



③



Gambar 3.17 Proses *Layouting* Aset Visual Proyek 1

Selanjutnya, penulis mulai menambahkan aset-aset sebelumnya yang telah dibuat dan diperoleh. Hal itu dimulai dengan aset visual utama serta tipografi *headline* terlebih dahulu agar yang lainnya dapat lebih disesuaikan penempatannya. Setelahnya baru penulis menambahkan deskripsi informasi yang ada pada *brief*, yakni

‘Ambil reward kupon di aplikasi akun bisnis Lalamovemu’ dan kalimat *call-to-action*nya ‘Promo Terbatas’. Dan terakhir, barulah aset dekoratifnya untuk mengisi ruang-ruang yang terlihat kosong.



Gambar 3.18 Hasil Final *Keyvisual* Proyek 1

Hasil final *keyvisual* yang telah jadi kemudian penulis kirimkan kepada *supervisor* untuk direview, diberi *feedback*, serta *approval*. Untuk proyek ini, penulis tidak mendapat revisi apapun dan langsung diberi *approval*. Sehingga, penulis dapat melanjutkan ketahapan berikutnya untuk membuat turunan media dengan tiga format lainnya, yakni, *side news*, *in-app pop up*, dan EDM.



Gambar 3.19 Turunan Media *Keyvisual* Proyek 1

Format EDM memiliki ukuran 1200 x 628 px, lalu *side news* dengan ukuran 1029 x 372 px, dan *in-app pop up* dengan ukuran 840 x 1176 px. Untuk *in-app pop up* dan *side news* tidak diberi logo App Store karena penempatannya yang sudah berada di dalam aplikasi Lalamove. Untuk EDM akan disebarakan melalui email dan *landing page* pada situs Lalamove.

### 3.3.1.2 *Acquisition Program – April (Business Development)*

Proyek 2 yakni *Acquisition Program* untuk bulan April juga merupakan *brief* yang diberikan oleh *business development* melalui Google Docs. Jika sebelumnya merupakan pemberitahuan tentang adanya kupon *reward*, untuk proyek ini bertujuan untuk memberitahukan kepada *user* kode kupon-kupon tersebut. Kode kupon yang tertera nantinya dapat digunakan oleh *user* pada aplikasi Lalamove untuk memperoleh beragam promo diskon.

#### 2. Ide KV dengan kode voucher:

- Style: Festive Ramadan, hanya armada roda 4, ada gambar ketupat dan koin/uang
- Wording:

Tarif Hemat Ramadhan khusus akun Bisnis, Masukkan dan Terapkan kode berikut:

LALIBARAN325

[Pakai kupon ini buat kirim dalam kota ya!]

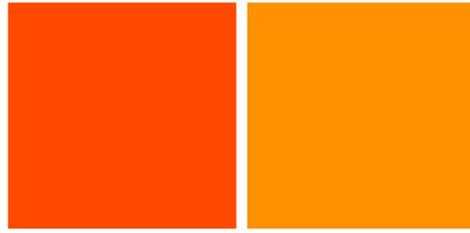
LATHR675

[Kupon khusus pengiriman Antar-kota, jauh lebih hemat!]

Gambar 3.20 *Brief* Proyek 2

Khusus untuk proyek *Acquisition Program* bulan April ini temanya merupakan salah satu promosi bulan Ramadan yang ditargetkan kepada *user* dan juga calon *user* yang berada di dalam kota maupun luar kota. Dengan target tersebut, *output* medianya berbentuk Instagram *Feed*, *Story*, dan juga EDM yang dapat tersebar kepada audiens yang luas.

### Primer



### Sekunder



Gambar 3.21 *Color Palette* Proyek 2

Pertama-tama, penulis menetapkan terlebih dahulu palet warna yang digunakan. Untuk warna dominannya sendiri masih berpacu pada palet warna primer Lalamove, yaitu oranye dan kuning. Lalu, untuk warna sekundernya ada penambahan warna ungu untuk memberi sedikit nuansa Ramadan karena berperan sebagai simbol spiritualitas dan juga kekayaan.



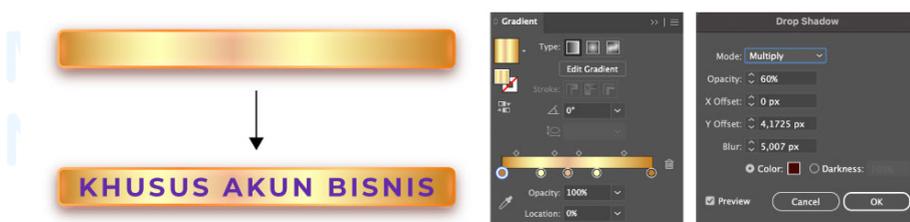
Gambar 3.22 Aset Visual Ketupat Proyek 2

Setelah menentukan palet warna, selanjutnya penulis mulai membuat aset-aset visual yang diperlukan. Aset pertama yakni ketupat yang dasar bentuknya telah disediakan oleh *creative team* Lalamove sebelumnya, lalu baru penulis modifikasi menggunakan Adobe Illustrator dengan menambahkan logo Lalamove dan juga efek *outer glow* agar tampak lebih bercahaya.



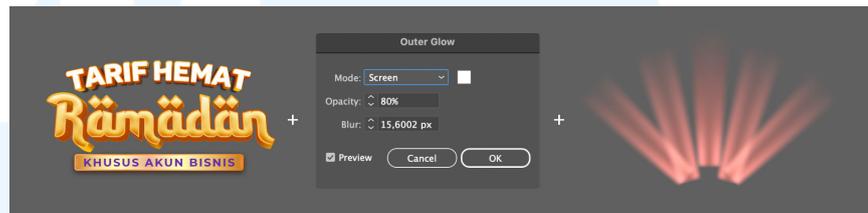
Gambar 3.23 Aset Tipografi *Headline* Proyek 2

Kemudian, penulis juga membuat aset tipografi *headline*, yakni ‘*Tarif Hemat*’ dengan *typeface* Cunia dan ‘*Ramadan*’ dengan *typeface* Awal Ramadan agar dapat membangun *mood* lebaran yang ingin disampaikan. Kedua teks *headline* tersebut dimodifikasi pada tab ‘*appearance*’ di bagian kanan Adobe Illustrator dengan membuat sekitar enam *layer* warna yang masing-masing dimodifikasi kembali dengan *tools* ‘*transform*’, ‘*offset path*’, dan ‘*inner glow*’, agar dapat tercipta dimensi volume dan memberikan penekanan pada *headlinenya*. Untuk warnanya sendiri menggunakan warna gradasi kuning dan coklat yang membuatnya terlihat seperti warna emas agar dapat membentuk nuansa mewah.



Gambar 3.24 Aset Tipografi *Sub-headline* Proyek 2

Selain itu, penulis juga membuat kotak kecil untuk letak tempat *sub-headline* yakni ‘*Khusus Akun Bisnis*’ yang ditulis dengan *typeface* Monserrat agar dapat terlihat dengan jelas meskipun ukurannya yang tidak sebesar *headline*. Warnanya sendiri juga disesuaikan dengan *headline*, yaitu warna gradasi keemasan yang diberi bayangan agar lebih terfokuskan.



Gambar 3.25 Finalisasi Aset Tipografi *Headline* Proyek 2

Setelah aset tipografi *headline* dibuat, untuk membuatnya terlihat lebih megah serta terfokuskan, penulis menambahkan aset cahaya. Aset tersebut dibuat menggunakan *shape* yang diberi gradasi kemudian diburamkan. Lalu, penulis juga memberikan efek *outer glow* untuk tipografi *headline* agar lebih bercahaya lagi.



Gambar 3.26 Hasil Aset Tipografi *Headline* Proyek 2

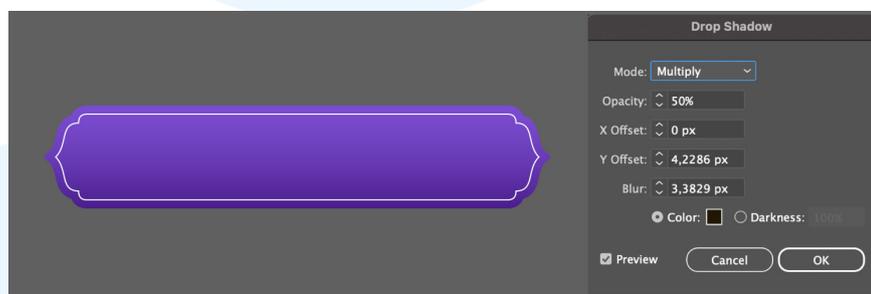
Setelah jadi, hasilnya akan terlihat seperti gambar diatas. Aset cahaya tersebut seakan-akan memberikan *spotlight* untuk

*headline* agar terlihat adanya titik fokus pada hal tersebut. Untuk *sub-headlinenya* sendiri, tidak diberi *outer glow* karena hanya berfungsi sebagai deskripsi informasi tambahan.



Gambar 3.27 Aset Bentuk Kode Kupon Proyek 2

Aset berikutnya yang dibuat merupakan aset untuk penempatan kode kupon. Penulis membuat bentuk dasarnya menggunakan *shape tool*. Bentuknya sendiri terinspirasi dari kubah Masjid untuk menambahkan nuansa Ramadan. Lalu, penulis juga menggunakan *tool 'Offset Path'* untuk membuat bentuk serupa yang lebih kecil didalamnya agar terlihat lebih dekoratif, tidak polos saja.



Gambar 3.28 Finalisasi Aset Bentuk Kode Kupon Proyek 2

Setelah diaplikasikan, penulis juga menambahkan efek bayangan dengan menggunakan *drop shadow*. Hal ini dilakukan untuk memberikan bentuk tersebut sebuah kedalaman, sehingga mata audiens juga dapat tertuju pada hal tersebut. Bersamaan dengan itu penulis juga menambahkan sedikit gradasi cahaya ditengah-tengah bagian atas dan bawah bentuk aset tersebut tepatnya pada garis putih untuk membuatnya terlihat lebih mewah.



Gambar 3.29 Aset Kode Kupon Proyek 2

Kode kupon yang ada pada *brief* kemudian diletakkan di atasnya. Kode tersebut ditulis menggunakan *typeface* Roboto Black, agar dapat dengan jelas terbaca oleh audiensnya. Pada *brief*, terdapat dua kode kupon berbeda. Salah satunya dikhususkan untuk *user* dalam kota dan yang lainnya untuk *user* yang berada di luar kota.



Gambar 3.30 Finalisasi Aset Kode Kupon Proyek 2

Dalam upaya untuk membedakan keduanya, Penulis menambahkan bentuk kotak persegi panjang berwarna gradasi oranye disamping kode sebagai tempat untuk menulis deskripsi. sehingga *user* dapat dengan jelas mengetahui kode yang akan mereka gunakan. Deskripsi teks tersebut juga dituliskan menggunakan *typeface* Roboto.

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



Gambar 3.31 Aset Mobil Van dan Pickup Proyek 2

Selanjutnya, penulis memodifikasi aset mobil Van dan Pickup Lalamove yang telah disediakan oleh perusahaan. Penulis menambahkan efek cahaya menggunakan *shape* tool yang digradasikan dan diberi efek *blur*, membuat seakan-akan lampu mobil menyala. Dan untuk, membuatnya terlihat lebih realistis penulis juga menambahkan bayangan hitam dibawahnya.



Gambar 3.32 Aset Dekoratif Proyek 2

Penulis kemudian juga memperoleh aset dekoratif yang sekiranya dibutuhkan untuk aset pelengkap. Aset-aset tersebut berupa koin, cahaya-cahaya kecil, dan juga lampu bernuansa Ramadan. Seluruh aset tersebut penulis dapatkan dari desain *creative team* sebelumnya sehingga dapat langsung dipakai. Namun, untuk aset koin, penulis juga menambahkan efek *outer glow* agar membuatnya terlihat lebih bercahaya dan mewah.



Gambar 3.33 *Grid* Proyek 2

Sebelum memulai proses *layouting*, penulis membuat kerangka *grid* terlebih dahulu guna untuk menyusun seluruh aset visual dan teks informasi menjadi lebih tertata dan efektif. *Grid* yang digunakan dalam proyek ini adalah *single column* atau juga disebut sebagai *manuscript grid*. Jenis *grid* ini bentuknya sangat sederhana dan biasanya digunakan untuk memuat teks informasi yang panjang atau bagian halaman yang hanya menampilkan aset visual (Ambrose & Harris, 2005).



Gambar 3.34 Aset *Background* Proyek 2

Setelah penetapan *grid* dan semua aset terkumpul, penulis mulai melakukan *layouting keyvisual* dengan tahapan yang sama seperti proyek sebelumnya, yakni membuat latar warna yang disertakan logo Lalamove dan juga App Store. Untuk format ukurannya, penulis menggunakan ukuran EDM yakni 1200 x 628 px sebagai salah satu *output* media yang diminta pada *brief*. Dan sesuai *guideline* perusahaan, warna yang paling dominan adalah oranye yang digradasikan sedikit dengan warna kuning untuk titik fokus. Lalu, penulis juga menambahkan bentuk persegi dibawahnya dengan warna oranye yang lebih tua yang sebagai dasar dari aset mobil nantinya.

①



②



③



Gambar 3.35 Proses *Layouting* Aset Visual Proyek 2

Kemudian, penulis mulai proses *layouting* aset-aset yang telah terkumpul sebelumnya. Mulai dari aset dekoratif lampoon dan cahaya terlebih dahulu baru aset mobil, *headline*, dan juga kupon sebagai fokus utamanya. Mobil diletakkan pada bagian kanan dan kiri agar *keyvisual* terlihat lebih seimbang. Dan di bagian tengah diisi dengan *headline* serta kode kupon agar ketika audiens melihatnya, mata mereka akan langsung tertuju pada hal tersebut.



Gambar 3.36 Hasil Final Keyvisual Proyek 2

Untuk finalisasinya penulis menambahkan aset dekoratif seperti ketupat dan koin pada bagian yang terlihat kosong menjadi lebih meriah dan terdapat suasana *festive* Ramadan. Setelah itu, penulis mengirimkannya kepada *supervisor* untuk *direview* dan diberi *feedback*. Dan karena tidak ada revisi yang dilakukan, maka penulis melanjutkannya dengan membuat media turunan berupa Instagram *Feed* dan *Story*.

EDM



INSTAGRAM STORY



INSTAGRAM FEED

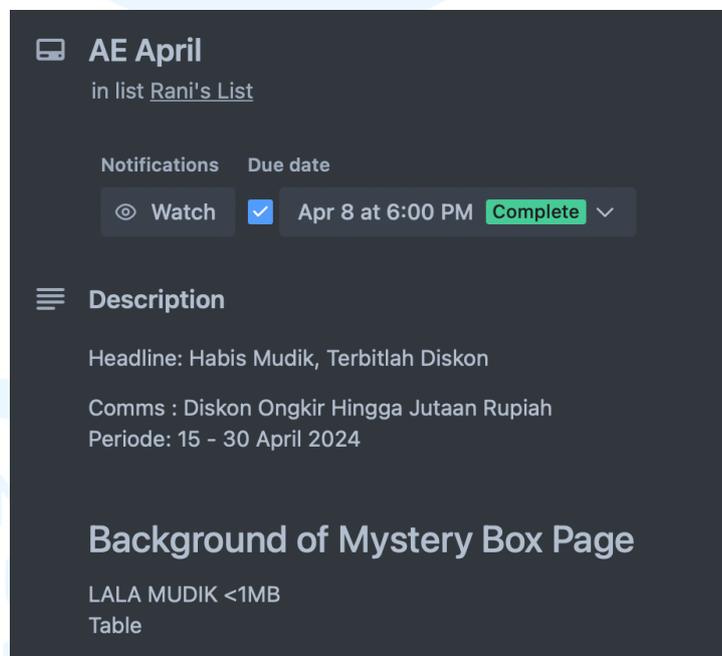


Gambar 3.37 Turunan Media Keyvisual Proyek 2

Format Instagram *Feed* memiliki rasio 1:1 dengan ukuran 1080 x 1080 px. Sedangkan, untuk Instagram *story* memiliki rasio 9:16 dengan ukuran 1080 x 1920 px. Untuk semua *output* media proyek 2 ini, dicantumkan logo App Store karena penempatan dan penyebarannya yang tidak pada aplikasi Lalamove melainkan media sosial serta email untuk penggunaanya.

### 3.3.1.3 *Activity Editor – Mystery Box LALAMUDI* (Marketing)

Pada proyek ketiga, *brief* diberikan melalui Trello oleh departemen *marketing* yang bertugas untuk meningkatkan *engagement* dengan target *user*. Proyek *Activity Editor* merupakan suatu teknik pemasaran dengan memberikan beberapa misi yang bisa dilaksanakan atau dipenuhi oleh para *user*nya untuk memperoleh hadiah-hadiah tertentu berupa *voucher*. Setiap misinya sendiri memiliki hadiah yang beragam dan semakin sulit maka hadiahnya juga semakin besar.



Gambar 3.38 *Brief* Proyek 3

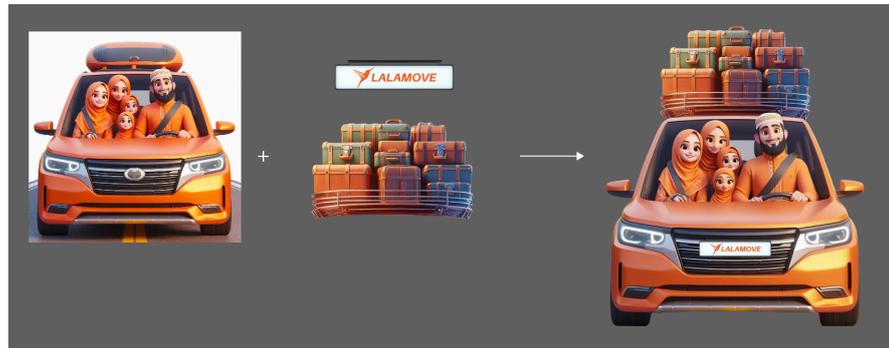
Dalam hal ini penulis membuat desain untuk *top banner* dalam format GIF serta desain daftar tabel misi yang akan dipenuhi oleh

*user*. Penempatan kedua desain tersebut nantinya akan ada pada aplikasi Lalamove yang bisa ditemukan pada *carousel* halaman utama. Proyek ini termasuk salah satu proyek besar karena penempatannya yang langsung ada pada aplikasi, sehingga untuk *approval*nya memerlukan proses yang lebih panjang karena tidak hanya dengan *supervisor* tetapi juga *approval* dari *functional department* yang berlokasi di kantor pusat Lalamove di Hongkong.



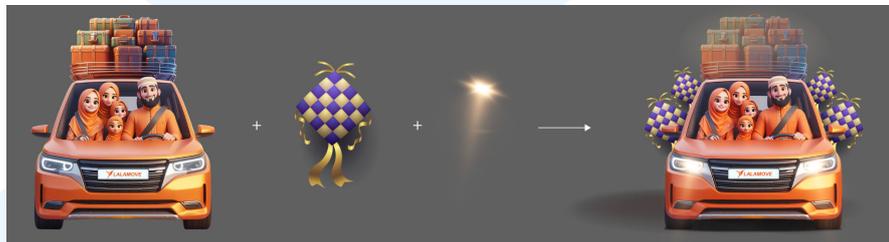
Gambar 3.39 Aset Mobil Keluarga Mudik  
(Sumber: [bing.com/images/create](https://bing.com/images/create))

Proyek ini dilaksanakan pada saat bulan Ramadan dengan tema ‘Mudik’, oleh karenanya penulis membuat hal tersebut menjadi acuan untuk segala aset yang digunakan. Pertama, penulis mulai membuat desain untuk *top banner* terlebih dahulu dengan mencari dan membuat seluruh aset-aset yang diperlukan. Untuk aset mobil dengan keluarga yang sedang mudik ini diperoleh melalui bantuan AI di situs Microsoft Bing dengan mengetik *keyword* ‘*Moeslim family in orange outfit going on a roadtrip*’ yang selanjutnya dimodifikasi dengan teknik *digital imaging* menggunakan Adobe Photoshop.



Gambar 3.40 Proses *Digital Imaging* Aset Mobil Keluarga Mudik

Dengan Adobe Photoshop, penulis menjadikannya sebagai format PNG terlebih dahulu dengan menghapus seluruh latar belakangnya. Setelahnya, penulis membuat bentuk kotak yang ditempelkan juga logo Lalamove agar seakan-akan terlihat sebagai plat mobil yang diletakkan di depan tengah mobil. Dan, karena temanya mudik penulis juga mengganti bagian atas mobil dengan aset tumpukan koper, sehingga dapat lebih membangun *vibes* mudiknya.



Gambar 3.41 Proses *Finishing* Aset Mobil Keluarga Mudik

Setelah menyatukannya penulis juga menambah beberapa aset elemen lainnya, seperti ketupat yang diperoleh dari *keyvisual* desain terdahulu, lampu sorot mobil yang dibuat dengan gradasi, dan juga bayangan yang dibuat dengan *shape tool* yang kemudian diberi efek buram. Hal ini dilakukan agar aset dapat terlihat lebih realistis dan megah karena merupakan aset utama.



Gambar 3.42 Aset Mobil *Pickup* Lalamove Proyek 3

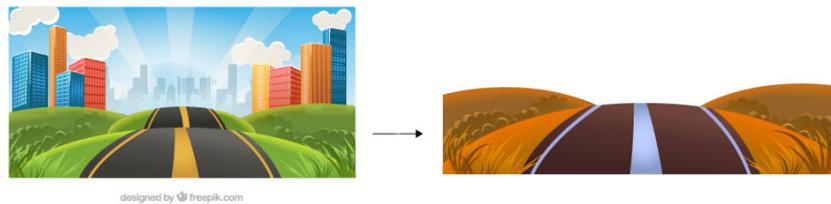
Penulis lalu juga mengumpulkan aset kendaraan Lalamove lainnya berupa *pickup bak* dan *box*. Kedua aset ini digunakan sebagai aset pendukung serta mempromosikan kendaraan besar Lalamove itu sendiri. Dalam membuatnya menjadi lebih realitis, sama seperti aset sebelumnya penulis juga menambahkan elemen lampu sorot dan bayangan yang membuatnya lebih hidup.



Gambar 3.43 Aset *Headline Top Banner* Proyek 3

Kemudian, penulis membuat aset untuk *headline* yang mirip *keyvisual* proyek sebelumnya dengan Adobe Illustrator. *Headline* bertuliskan ‘Lala Mudik’ menggunakan *typeface* Awal Ramadan agar bisa mendapatkan suasana mudik lebaran yang ingin disampaikan.

Setelahnya pada *tab appearance* penulis memodifikasinya dengan memberi lapisan-lapisan warna putih dan emas agar dapat terlihat lebih menonjol dan menarik perhatian target audiensnya.



Gambar 3.44 Aset Jalanan Proyek 3

Aset berikutnya merupakan aset jalanan untuk meletakkan aset-aset kendaraan yang telah dibuat sebelumnya. Penulis pertama memperoleh aset mentahnya melalui situs [freepik.com](https://www.freepik.com) dan hanya mengambil sebagiannya saja. Bagian jalanan yang telah didapat lalu diubah warnanya mengikuti *vibes* aset lainnya dengan fitur ‘*Recolor*’ pada Adobe Illustrator.



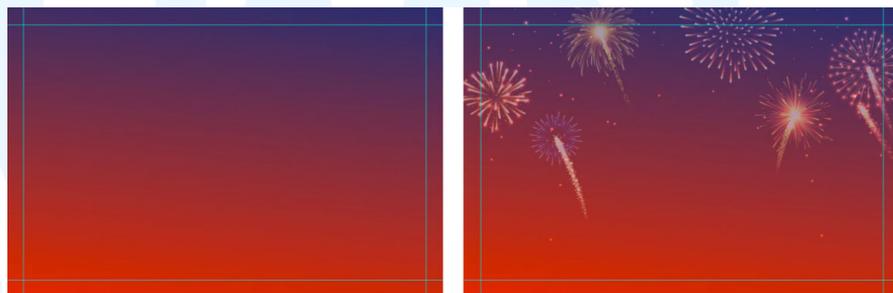
Gambar 3.45 Aset Dekoratif Proyek 3

Selain itu, penulis juga memperoleh beberapa aset dekoratif dari proyek-proyek *keyvisual* tahun sebelumnya. Aset-aset tersebut berupa kembang api, lampion lebaran, dan koin-koin. Seluruh aset ini berfungsi untuk meramaikan desain dan juga membuat desain terlihat lebih bernuansa lebaran.



Gambar 3.46 *Grid Top Banner* Proyek 3

Langkah pertama yang dilakukan sebelum *layouting* aset visual yang telah dibuat sebelumnya adalah menetapkan *grid* terlebih dahulu. *Grid* yang digunakan untuk *top banner* proyek ini adalah *single column grid* dengan *margin* masing-masing sisi berukuran sebesar 30 px. Hal tersebut dikarenakan desain sebagian besar hanya memuat aset visual atau gambar saja dan tidak ada banyak teks informasi yang harus disusun.



Gambar 3.47 Aset *Background Top Banner* Proyek 3

Setelah seluruh aset-aset utama dan dekoratif telah terkumpul, penulis mulai melakukan proses *layouting* pada Adobe Illustrator dengan *artboard* berukuran 750x500 px. Pertama, penulis membuat bentuk dasar untuk *backgroundnya* terlebih dahulu yang diberi warna gradasi ungu dan merah untuk menggambarkan langit sore hari. Lalu

penulis juga menyusun aset kembang api di bagian atasnya dengan *opacity* 50% agar tidak terlalu kontras dengan aset utama nantinya.



Gambar 3.48 Proses *Layouting Top Banner* Proyek 3

Kemudian, satu-persatu aset mulai dimasukkan dan ditata sesuai hirarki desain. Aset mobil keluarga yang sedang mudik diletakkan ditengah sebagai *emphasis*. Penulis juga menambahkan gradasi cahaya dibelakangnya agar aset tidak menyatu dengan *background* dan terlihat lebih menonjol. Terakhir, baru aset *headline* diletakkan agar penempatannya sesuai dan terlihat dengan jelas.



Gambar 3.49 *Keyvisual Top Banner* Proyek 3

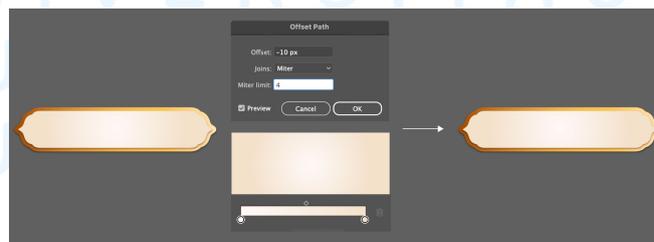
Setelah semuanya tersusun menjadi satu kesatuan desain, penulis membuat versi kedua. Hal ini dilakukan karena format akhir yang diminta adalah GIF atau gambar bergerak, sehingga dalam versi kedua penulis mencoba membuatnya terlihat adanya pergerakan dengan mengubah beberapa hal minor saja seperti ukuran yang lebih

kecil dan penempatan yang digeser sedikit. Perubahan yang dibuat ada pada aset *headline*, mobil keluarga, sorot lampu seluruh kendaraan, kembang api, dan juga koin. Kemudian, baru penulis jadikan menjadi sebuah GIF menggunakan fitur *timeline* pada Adobe Photoshop.



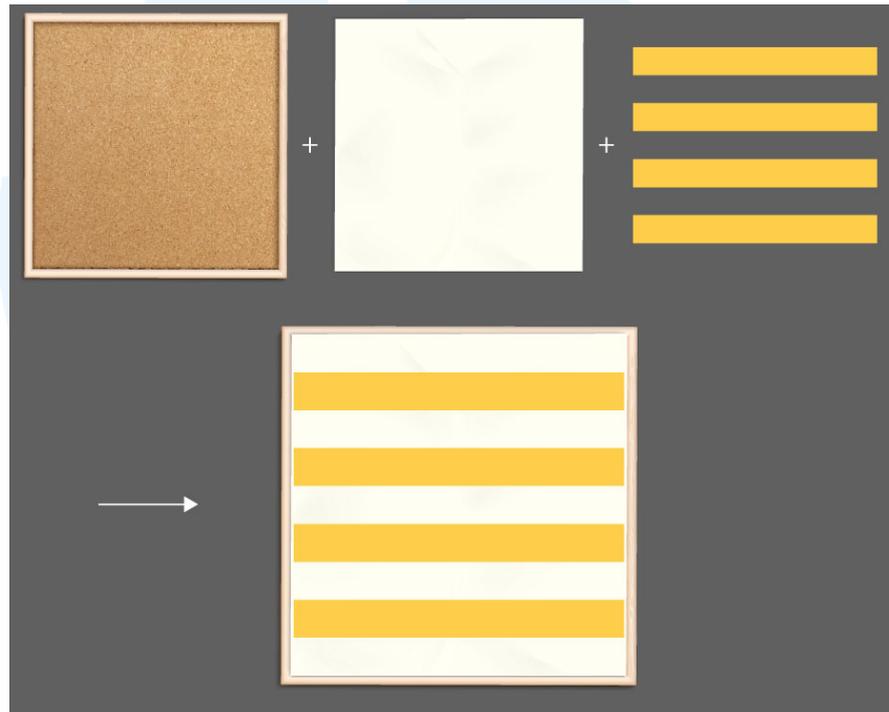
Gambar 3.50 Aset *Headline* Tabel Misi Proyek 3

Kedua, setelah membuat desain *top banner* penulis membuat desain untuk tabel misinya dengan tahapan serupa, yaitu mengumpulkan dan membuat aset. Dalam hal ini, aset yang pertama dibuat adalah *headline* dengan tulisan 'Total Hadiah' dan 'Rp 1.628.000'. Penulis membuatnya juga dengan *tab appearance* pada Adobe Illustrator sama seperti *headline* untuk *top banner*. *Headline* pertama 'Total Hadiah' menggunakan *typeface* Berkshire Swash dengan warna dominan putih dan *headline* kedua 'Rp 1.628.000' dengan *typeface* Awal Ramadan dengan warna dominan emas.



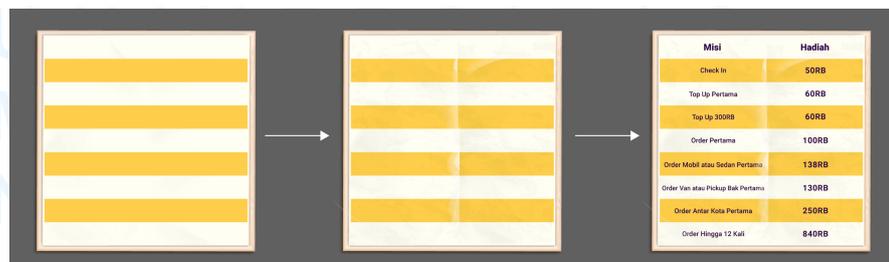
Gambar 3.51 Aset Bentuk *Headline* Tabel Misi Proyek 3

Selanjutnya, untuk membuat *headline* kedua, yakni ‘Rp 1.628.000’ lebih menarik perhatian audiens dengan nominal hadiahnya, penulis membuat sebuah bentuk dengan gradasi keemasan. Bentuk ini mirip seperti yang ada di *keyvisual* sebelumnya terinspirasi dari kubah Masjid dan berfungsi sebagai penempatan *headline*.



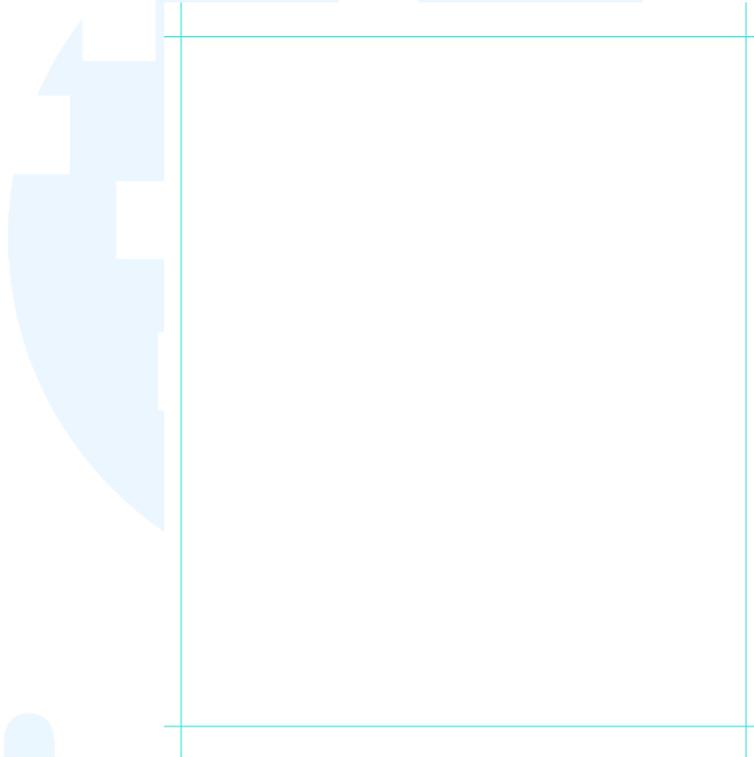
Gambar 3.52 Aset Tabel Misi Proyek 3

Lalu, penulis membuat aset tabel misi dengan menggabungkan beberapa elemen bentuk dan stok foto. Pertama ada bentuk seperti bingkai, lalu bentuk kotak berwarna krem dan garis-garis persegi panjang yang membuatnya terlihat seperti tabel.



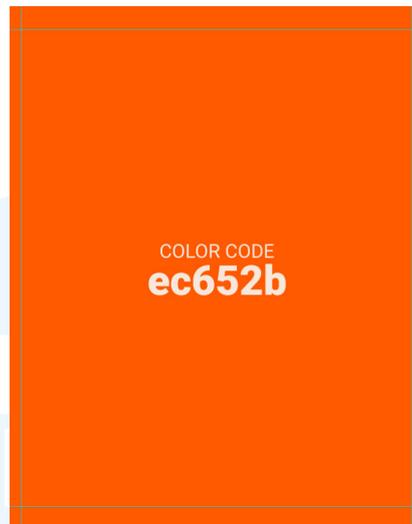
Gambar 3.53 Proses *Layouting* Aset Tabel Misi Proyek 3

Penulis juga menambahkan sedikit tekstur untuk membuatnya terlihat lebih realistis. Dan, setelah badan tabel jadi baru ditambahkan teks-teks misi yang telah diberikan pada *brief*. Teks-teks tersebut ditulis menggunakan *typeface* Roboto dan bewarna hitam agar terlihat dengan jelas dan juga tertata.



Gambar 3.54 *Grid* Tabel Misi Proyek 3

Dalam proses *layouting* atau penataan aset,, penulis terlebih dahulu membuat kerangka *grid*. Tabel misi untuk proyek ini juga menggunakan *single column grid* sama seperti *top banner* dengan *margin* atas dan bawah berukuran 40 px serta kanan dan kiri berukuran 20 px. Hal itu karena sebagian besar hanya memuat aset visual yang telah jadi serta *alignment* rata tengah.



Gambar 3.55 Aset *Bsckground* Tabel Misi Proyek 3

Ketika aset untuk desain tabel misi telah terkumpul, penulis mulai melakukan *layouting* melalui Adobe Illustrator. Hal itu diawali dengan membuat *background* terlebih dahulu dengan ukuran *artboard* sebesar 702x890 px. Warna *background* untuk tabel misi sudah ditentukan sebelumnya karena harus sesuai dengan warna yang ada pada *template* aplikasi Lalamove, yaitu warna oranye.



Gambar 3.56 Proses *Layouting Keyvisual* Tabel Misi Proyek 3

Sama seperti *top banner*, setelah membuat *background* penulis juga hanya tinggal memasukan dan menata segala aset yang telah dibuat sebelumnya. Penulis juga menambahkan beberapa aset dekoratif yang dibuat untuk *top banner* sebelumnya untuk meramaikan desain. Namun, berbeda dengan *top banner* yang

berformat GIF untuk tabel misi formatnya adalah PNG sehingga tidak perlu membuat beberapa versi, cukup satu saja.

The graphic is a vertical banner with a festive theme. At the top, the text 'Laila Mudik' is written in a stylized, golden font. Below it, a family of four is shown inside a red car. The car is driving on a road with golden coins scattered around. In the background, there are fireworks and hanging lanterns. To the right of the car, a white truck is visible. Below the car, the text 'Total Hadiah Rp1.628.000' is displayed in a golden font. Below this, a table lists various prizes and their values. The table has two columns: 'Misi' and 'Hadiah'. The prizes include 'Check In', 'Top Up Pertama', 'Top Up 300RB', 'Order Pertama', 'Order Mobil atau Sedan Pertama', 'Order Van atau Pickup Bak Pertama', 'Order Antar Kota Pertama', and 'Order Hingga 12 Kali'. The total value of all prizes is 840RB.

Misi	Hadiah
Check In	50RB
Top Up Pertama	60RB
Top Up 300RB	60RB
Order Pertama	100RB
Order Mobil atau Sedan Pertama	138RB
Order Van atau Pickup Bak Pertama	130RB
Order Antar Kota Pertama	250RB
Order Hingga 12 Kali	840RB

Gambar 3.57 Hasil Final Keyvisual Proyek 3

Desain *top banner* dan tabel misi yang telah jadi dan disimpan dengan format masing-masing, kemudian disatukan seperti ini menjadi sebuah *preview* GIF. *Preview* ini lalu dikirimkan ke *supervisor* untuk *approval* dan setelah lolos, kemudian dikirimkan lagi ke *functional department* untuk *direview*. Untuk proyek ini penulis tidak mendapatkan revisi apapun, sehingga langsung diberikan kepada departemen *marketing* untuk dilanjutkan.

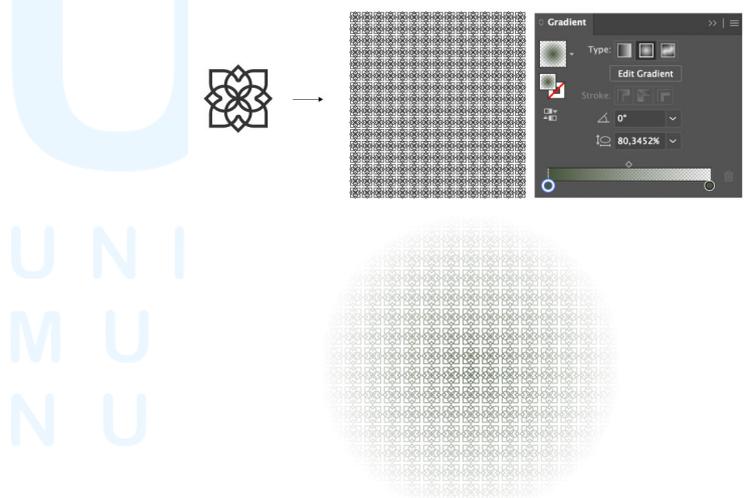
### 3.3.1.4 Hampers Lebaran 2024 (*People Operation*)

Dalam merayakan hari raya Idul Fitri, Lalamove selalu memberikan para karyawannya sebuah hampers yang berisikan kurang lebih seperti kartu ucapan, kue ringan, alat-alat makan, dan sebagainya. Untuk tahun 2024, penulis mendapat kesempatan untuk mendesain *keyvisual* dan *packaging* untuk hampersnya. *Brief* ini diberikan melalui Google Sheet oleh departemen *people operation* yang bertugas dalam pengembangan, pengelolaan, perekrutan, dan pengalaman karyawannya selama di perusahaan.

Departemen	Objective / Tujuan Comms (ch. edukasi driver)	Channel	Headline (maksimal 4 kata)	Subheadline (maksimal 2 kalimat)	Call to Action / CTA (maksimal 3 kata)
POPS	Design Hampers Lebaran 2024	Design Hampers Leban-		Hi GD Team, minta tolong dibuatkan design untuk h-	

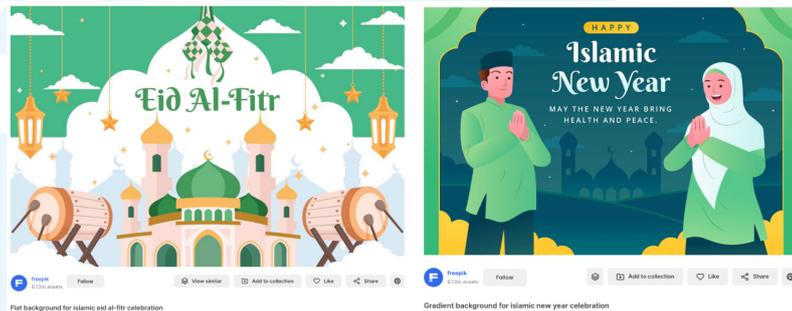
Gambar 3.58 *Brief* Proyek 4

Pada proyek ini penulis diminta untuk mendesain, kartu ucapan, stiker toples, *sleeve* kardus, *tags*, dan juga stiker untuk tas hampers. Oleh karenanya diawal penulis membuat desain kartu ucapan terlebih dahulu sekaligus menjadikannya *keyvisual* yang berperan sebagai acuan keseluruhan desain hampers lebaran ini. Dan, sama seperti proyek-proyek sebelumnya, penulis memulainya dengan mengumpulkan dan membuat aset-aset visual yang diperlukan terlebih dahulu.



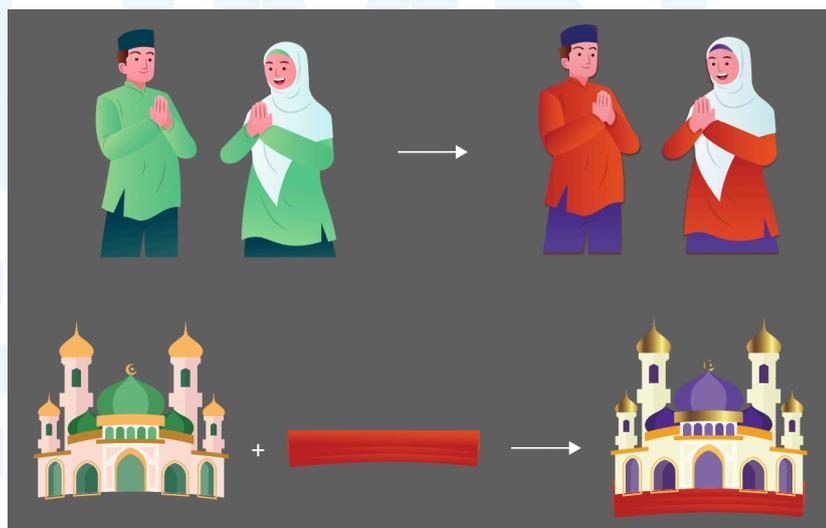
Gambar 3.59 Aset Pola Proyek 4

Aset pertama yang penulis buat adalah sebuah pola untuk dijadikan aset dekoratif pada *background*, sehingga tidak terlihat polos. Hal itu dilakukan pertama dengan *shape tool* dan menjadikannya dalam bentuk *stroke*. *Stroke* bentuk tersebut lalu di *expand* menjadi sebuah bentuk agar tidak berubah-ubah. Setelahnya baru disusun repetitif membentuk sebuah pola dan diberi gradasi.



Gambar 3.60 Aset Ilustrasi Freepik

Selanjutnya, penulis mencari aset ilustrasi di situs [freepik.com](https://www.freepik.com). Hal tersebut dilakukan untuk mempersingkat waktu karena waktu yang sangat padat dan juga harus segera diproses untuk tahap pembuatan oleh vendor. Aset ilustrasi yang diperoleh merupakan ilustrasi Masjid dan juga aset ilustrasi sepasang perempuan dan laki-laki berpakaian Moeslim.



Gambar 3.61 Proses *Digital Imaging* Aset Ilustrasi Proyek 4

Kedua aset ilustrasi tersebut kemudian disesuaikan warnanya dengan *color palette* perusahaan menggunakan fitur ‘*Recolor*’ pada Adobe Illustrator. Warna-warna yang digunakan antara lain adalah oranye, merah, ungu, krem, dan emas. Aset-aset ini dipilih untuk membangun nuansa Ramadan yang ingin disampaikan.



Gambar 3.62 Foto Referensi Masjid Sabanci Central  
(Sumber: <https://bigseventravel.com/most-beautiful-mosques-turkey/>)

Setelah itu penulis membuat aset bentuk siluet bangunan Masjid berdasarkan referensi dari Masjid Sabanci Central yang berada di Adana. Bentuknya yang sederhana namun tetap detail membuatnya terlihat unik dan cocok untuk dijadikan bentuk siluet. Sehingga, berdasarkan referensi yang ada penulis menggunakan *pen tool* untuk membuat bentuk dasarnya terlebih dahulu.



Gambar 3.63 Proses Pembuatan Aset Bentuk Siluet Masjid

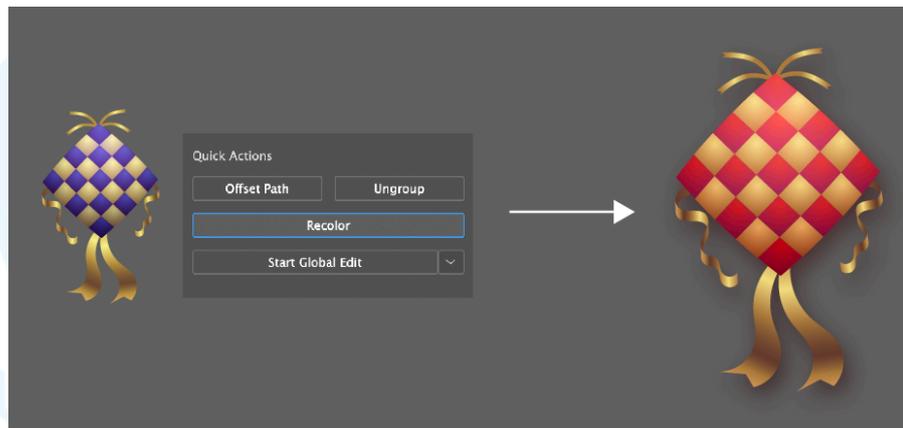
Penulis pertama membuat satu bentuk saja baru setelahnya menduplikat dan menyusunnya berjejer membentuk sebuah siluet

panjang. Kemudian, bentuk-bentuk tersebut disatukan dengan *unite* pada *tab pathfinder* di Adobe Illustrator.



Gambar 3.64 Proses Gradasi Aset Bentuk Siluet Masjid

Bentuk siluet Masjid tersebut kemudian diwarnai gradasi dengan setengah bagian bawahnya dibuat transparan. Aset ini nantinya juga digunakan sebagai aset dekorasi untuk *background*, sehingga warnanya tidak menggunakan warna yang *vibrant*.



Gambar 3.65 Proses *Recolor* Aset Ketupat

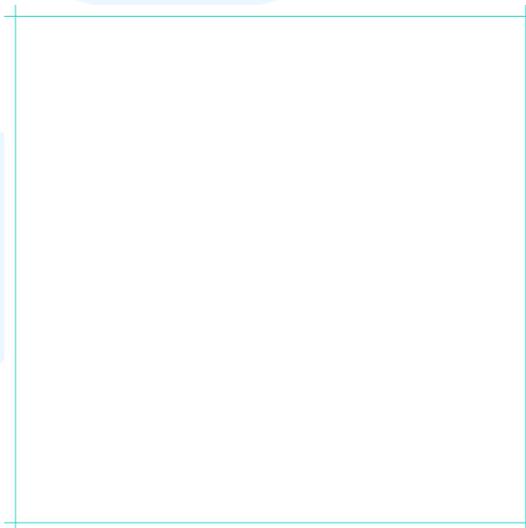
Lalu, penulis juga mengambil aset dari proyek *Activity Editor* sebelumnya, yakni aset ketupat karena masih bertemakan lebaran. Namun, untuk membuatnya senada dengan aset-aset diawal penulis

mengubah warnanya menggunakan fitur *'recolor'*. Warna yang tadinya cenderung ungu, setelahnya menjadi lebih kemerahan.



Gambar 3.66 Aset Dekoratif Proyek 4

Selain itu, penulis juga menyediakan aset-aset dekorasi lainnya seperti kembang api dan lampion yang diperoleh dari proyek sebelum-sebelumnya, serta aset bintang yang dibuat dengan *shape tool*. Aset-aset ini digunakan sebagai aset pelengkap dan membuat *keyvisual* terlihat lebih ramai dan memberi nuansa *festive*.



Gambar 3.67 *Grid* Proyek 4

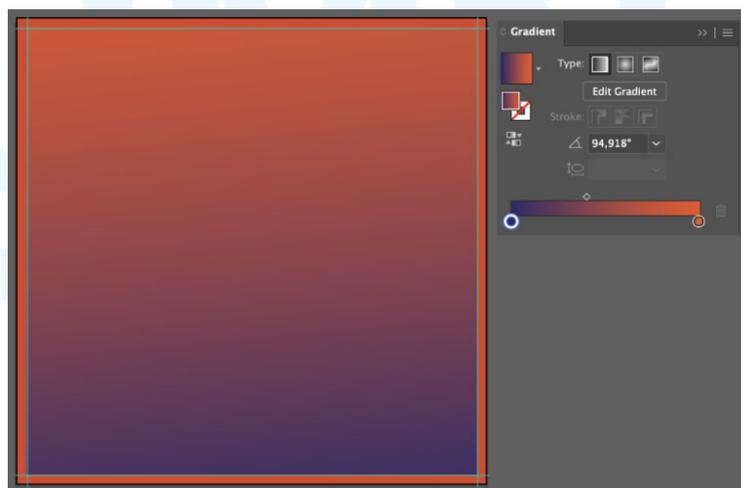
Seperti proses-proses *layouting* karya proyek sebelumnya, penulis terlebih dahulu membuat kerangka *grid*. Dalam pengerjaan proyek desain hampers ini sebagian besar hanya memuat aset visual dan sedikit *headline* saja. Oleh karena itu, *grid* yang digunakan untuk

proyek ini merupakan jenis *grid single-column* dengan margin setiap sisinya yang memiliki ukuran sebesar 15 px, sehingga gambar dapat dimuat dengan jelas.



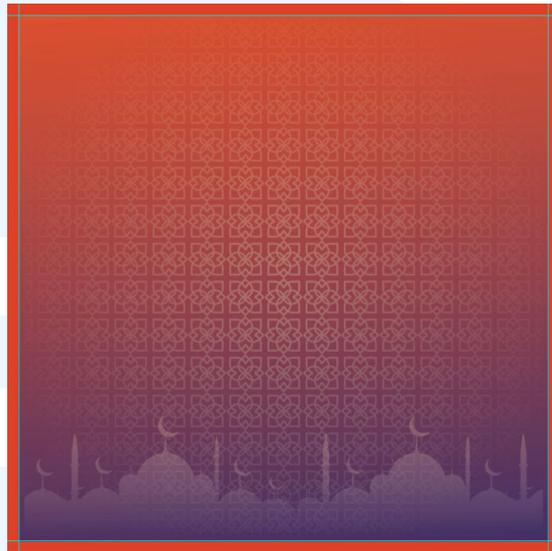
Gambar 3.68 Aset Bentuk Dasar *Background* Proyek 4

Setelah semua aset telah terkumpul dan adanya *grid* untuk sistem penyusunan, penulis mulai melakukan proses *layouting* melalui Adobe Photoshop dengan rasio *artboard* 1:1. Hal pertama yang penulis lakukan adalah membuat bentuk dasar *background* terlebih dahulu menggunakan *shape tool*. Warna yang digunakan adalah warna oranye tua dengan kode #CD4D34.



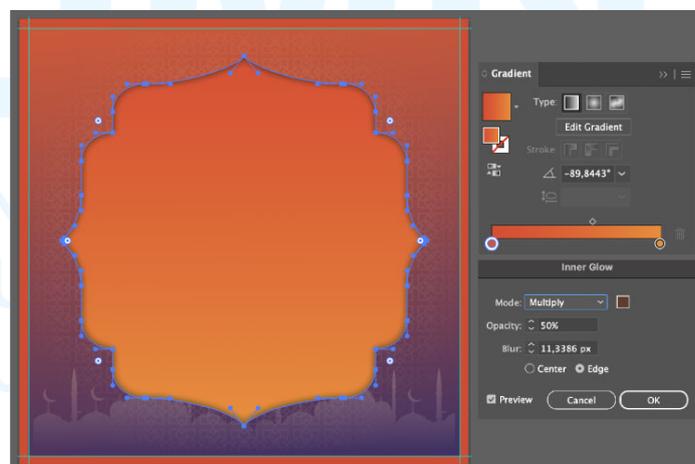
Gambar 3.69 Proses Pembuatan Aset *Backgorund* Proyek 4

Kemudian penulis membuat lagi bentuk kotak yang lebih kecil menggunakan *offset path tool*, sehingga bentuk dasar yang pertama menjadi sebuah bingkai. Bentuk kotak yang lebih kecil kemudian diberi warna gradasi oranye dan ungu untuk membedakannya.



Gambar 3.70 Aset Visual *Background*

Penulis lalu menambahkan aset-aset *background* yang telah dibuat sebelumnya, seperti pola-pola dan bentuk siluet Masjid. Kedua aset tersebut kemudian dikurangi opasitasnya, bentuk pola menjadi 80% dan bentuk Masjid menjadi 60%. Hal itu dilakukan agar tidak terlalu mencolok dan tidak menimpa aset ilustrasi nantinya.



Gambar 3.71 Proses Pembuatan Bentuk Penempatan Ilustrasi

Selanjutnya, dengan *pen tool* penulis membuat bentuk aset baru ditengah sebagai penempatan aset ilustrasi. Bentuk tersebut diberi warna gradasi oranye yang lebih terang agar tidak menyatu dengan *background*. Dan untuk membuatnya semakin terfokuskan penulis juga menambahkan bayangan dengan *drop shadow*.



Gambar 3.72 Proses *Clipping Mask* Aset Ilustrasi

Aset ilustrasi masjid dan orang yang diperoleh diawal kemudian disusun didalamnya. Penulis lalu melakukan *clipping mask* pada kedua ilustrasi tersebut sesuai dengan bentuk yang dibelakangnya agar terpotong rapih sesuai garisnya. Dengan begitu gambar tampak berada persis didalam bentuk tersebut.



Gambar 3.73 Proses Pembuatan Aset *Headline* Proyek 4

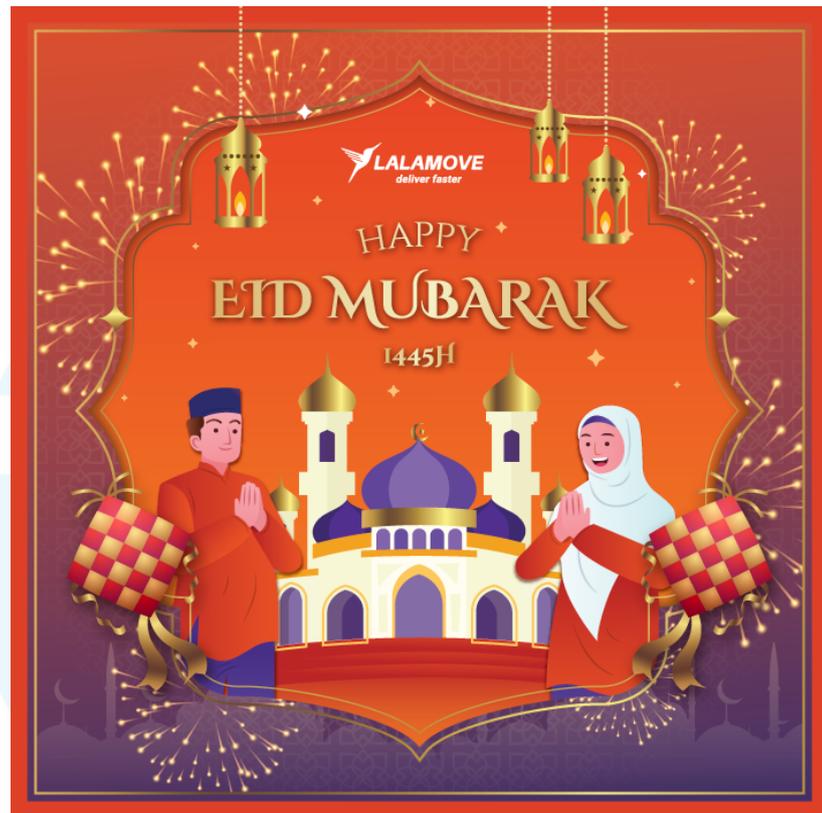
Penulis lalu menambahkan aset *headline* yang bertuliskan ‘Happy Eid Mubarak 1445H’. Teks dituliskan menggunakan *typeface* Cinzel Decorative dengan diberi warna gradasi keemasan. Hal itu dibuat agar hampers dapat terlihat lebih megah dan mewah.



Gambar 3.74 Proses *Layouting* Aset Dekoratif Proyek 4

Lalu, ketika semua aset utama dan *headline* telah disusun baru penulis mulai menambahkan segala aset-aset dekorasi. Penulis juga menambahkan garis-garis berwarna emas di sekitar kotak dan bentuk yang ada di tengah untuk memberikan nuansa kemewahan.

UMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



Gambar 3.75 Hasil Final *Keyvisual* Proyek 4

Ketika keseluruhan aset sudah tersusun, hal terakhir yaitu menaruh logo Lalamove pada tengah atas desain sebagai bentuk *branding*. Setelahnya penulis mengirimkan desain ini kepada *supervisor* untuk di-*approve*. Baru setelah mendapatkan *approval* penulis mulai membuat desain lainnya untuk stiker dan sebagainya sesuai dengan desain *keyvisual* atau kartu ucapan ini.

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



Gambar 3.76 Desain Hampers Lebaran Lalamove

Penulis membuat dua desain stiker toples untuk varian *palm cheese* dan *arabian chocolate*, untuk membedakannya penulis hanya menukar warna dominan yang digunakan, yakni oranye dan ungu. Sedangkan untuk desain lainnya penulis hanya mengambil aset dari *keyvisual* lalu menyesuaikan dengan ukurannya masing-masing. Kartu ucapan berukuran 9x9 cm, stiker tutup toples berukuran 4x10 cm, stiker badan toples berukuran 15x2,3 cm, *sleeve* mangkok berukuran 7x42 cm, *sleeve* kurma berukuran 17x16 cm, dan *sleeve* alat makan berukuran 30x6 cm.



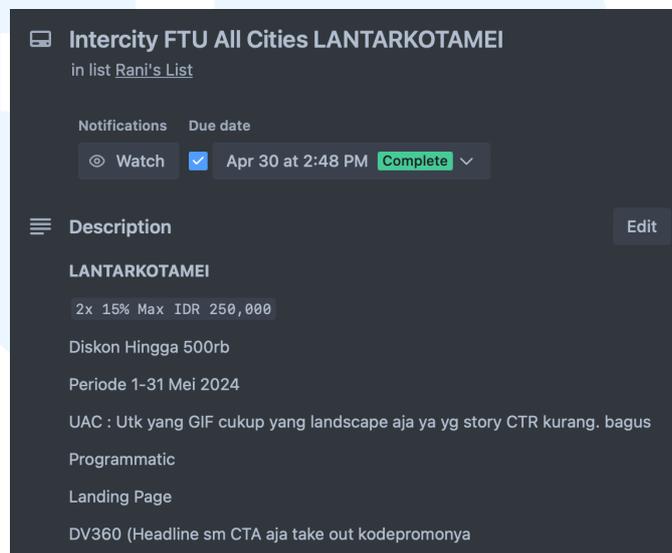
Gambar 3.77 Dokumentasi Hampers Lebaran Lalamove

Desain-desain tersebut kemudian dikirimkan kepada departemen *people operations* untuk diproses. Hasil desain hampersnya dapat dilihat pada kolase foto diatas. Hampers dikemas menggunakan tas dengan stiker *keyvisual* yang ditempelkan di permukaannya.

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

### 3.3.1.5 Intercity FTU All Cities LANTARKOTAMEI

Proyek kelima merupakan proyek untuk membuat *ads* yang akan ditempatkan ke berbagai platform. *Briefnya* sendiri diberikan melalui Trello oleh departemen *marketing*. *Intercity FTU All Cities* merupakan proyek *ads* untuk mempromosikan jasa pengiriman antarkota Lalamove dengan memberikan kode kupon yang bisa *diredeem* menjadi potongan diskon. Oleh karena itu, target proyek ini menargetkan audiens yang lebih luas.



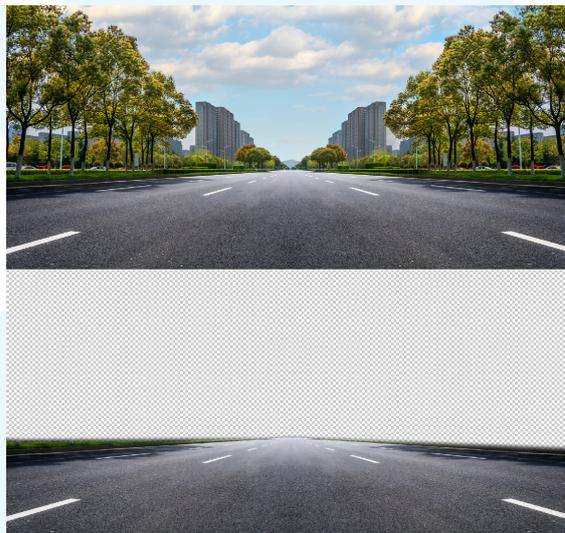
Gambar 3.78 *Brief* Proyek 5

Dapat terlihat pada *brief, output* yang diminta berupa UAC (*User Account Control*), *programmatic*, *landing page*, dan DV360. *Output* UAC terdiri dari 5 ukuran media dan 1 video, *programmatic* terdiri dari 12 ukuran media dan 3 GIF, DV360 terdiri dari 3 ukuran media dan 2 GIF, sedangkan *landing page* hanya 1. Sehingga, dapat disimpulkan jumlah total *output* untuk proyek *Intercity FTU All Cities* ini ada 21 media, 5 GIF, dan 1 video. Namun, meskipun begitu penulis hanya perlu membuat satu *keyvisual* saja yang nantinya akan disesuaikan dengan setiap *outputnya*.



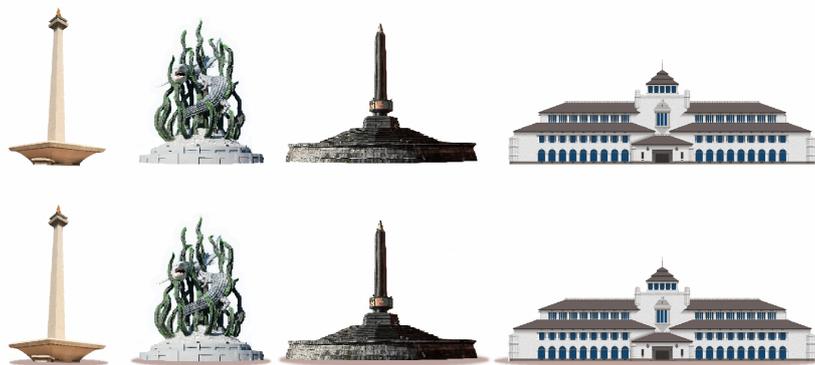
Gambar 3.79 Foto Referensi Grab Indonesia  
(Sumber: <https://www.grab.com/id/blog/semangat-2021/>)

Pertama-tama, penulis menentukan referensi sebagai acuan untuk desain *keyvisual* yang akan dibuat. Dengan hal itu, penulis menggunakan poster iklan dari Grab Indonesia sebagai sesama perusahaan yang bergerak dibidang logistik.



Gambar 3.80 Aset Jalan Proyek 5

Setelah memiliki gambaran atas desain yang akan dibuat, penulis mulai mengumpulkan dan membuat aset-aset yang diperlukan. Aset pertama adalah stok foto jalan yang penulis peroleh melalui situs [freepik.com](https://www.freepik.com). Stok foto tersebut kemudian dimodifikasi dengan *digital imaging* melalui Adobe Photoshop. Penulis menggunakan *eraser tool* untuk menghapus *background* dan bangunannya hingga hanya tersisa bagian aspal jalannya saja.



Gambar 3.81 Aset Monumen Ikonik Proyek 5

Kemudian, untuk meng-*highlight* pengiriman antarkota, penulis juga memasukan aset monumen dan bangunan ikonik di setiap kota, yaitu Monas (Jakarta), Patung Sura dan Baya (Surabaya), Tugu (Malang), dan Gedung Sate (Bandung). Seluruh aset-aset ini diperoleh dari proyek-proyek sebelumnya atau telah disediakan oleh perusahaan. Dan, untuk membuatnya lebih realistis penulis juga menambahkan efek bayangan di bawahnya menggunakan *shape tool* yang diberi efek buram dan diturunkan opasitasnya.



Gambar 3.82 Pembuatan Aset *Headline* Proyek 5

Lalu, penulis membuat aset untuk teks *headline* yang bertuliskan 'Diskon Antarkota Rp500 ribu'. Teks ditulis dengan *typeface* Gotham-Black agar terlihat dengan jelas meskipun diaplikasikan pada ukuran media yang kecil. Kemudian penulis memodifikasinya melalui *tab appearance* dengan menambahkan lapisan-lapisan warna hingga terlihat seperti bentuk 3D.



Gambar 3.83 Aset *Headline* Proyek 5

Penulis menambahkan detail kecil, yakni tulisan ‘s.d’ atau ‘sampai dengan’. Hal ini dilakukan agar pesan yang disampaikan tidak keliru, karena diskon yang tertera tidak spesifik Rp500.000.



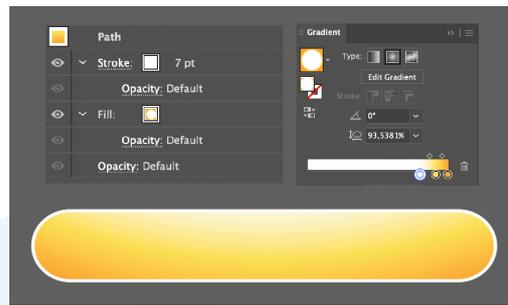
Gambar 3.84 Aset Bentuk Kode Kupon Proyek 5

Setelahnya, penulis membuat bentuk seperti kupon atau tiket menggunakan *shape tool* dan diberi warna gradasi ungu. Aset ini digunakan sebagai tempat penempatan kode kupon nantinya. Dengan meletakkan kode kupon diatas sebuah bentuk akan membuatnya lebih terlihat jelas dan menjadi fokus.



Gambar 3.85 Aset Kode Kupon Proyek 5

Lalu, setelah teks kode kupon diletakkan diatasnya, penulis juga menambahkan efek bayangan menggunakan *drop shadow*. Efek bayangan ini berfungsi agar aset kode kupon tidak menyatu dengan aset *background* dan terlihat lebih ditonjolkan. Sehingga, mata audiens dapat langsung tertuju pada bagian tersebut.



Gambar 3.86 Aset Bentuk *Call to Action* Proyek 5

Selain itu, penulis juga membuat aset bentuk baru yakni persegi yang memiliki ujung lingkarang untuk menempatan teks *call to action*. Teks *call to action* yang bertuliskan ‘Kirim Sekarang!’ ini juga merupakan komponen yang perlu ditonjolkan, sehingga penulis membuat warnanya menjadi gradasi kuning dengan *stroke* putih.



Gambar 3.87 Aset *Call to Action* Proyek 5

Ketika sudah digabungkan dengan teks tampilannya akan seperti gambar yang terlihat diatas. Penulis juga menambahkan efek bayangan dengan *drop shadow* agar tidak tertimpa dengan aset lainnya. Dengan teks ajakan ini diharapkan audiensnya jadi lebih tergerak untuk menggunakan kode kupon.



Gambar 3.88 Aset *Layout Headline* Proyek 5

Penulis lalu mulai menggabungkan seluruh aset *headline*, kode kupon, dan *call to action* yang telah dibuat sebelumnya. Hal ini dilakukan agar dapat menyesuaikan dengan *layout* dan terlihat lebih tertata. *Headline* ‘Rp500 rb’ sendiri ditaruh paling besar ditengah agar dapat menjadi daya tarik utama bagi audiensnya.



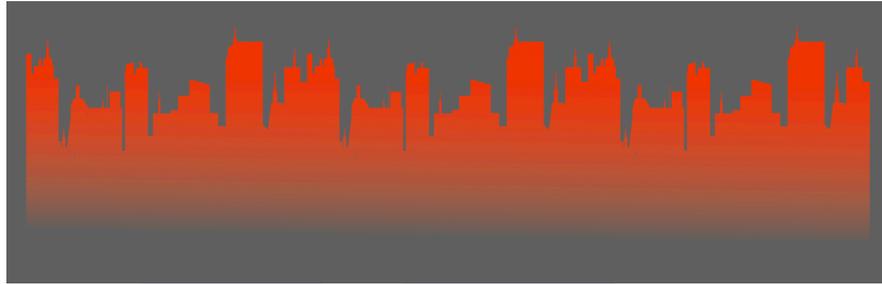
Gambar 3.89 Foto Referensi Kota New York  
(Sumber: <https://www.offsoho.com/new-york-city.html>)

Selanjutnya, penulis membuat aset untuk siluet bentuk gedung perkotaan untuk diletakkan pada *background*. Aset ini serupa dengan aset bentuk siluet Masjid di proyek sebelumnya. Sebelum membuatnya, penulis mencari referensi terlebih dahulu dan menemukan foto perkotaan gedung-gedung di New York yang bentuknya cukup variatif namun tetap minimalis. Oleh karenanya penulis menjadikan foto ini sebagai referensi bentuk.



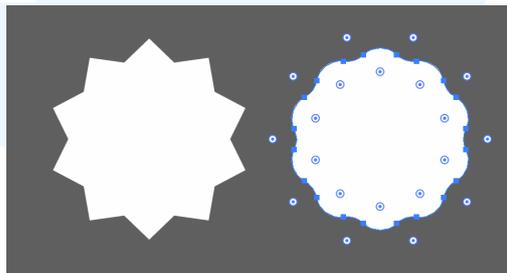
Gambar 3.90 Aset Bentuk Dasar Siluet Gedung Perkotaan

Lalu, penulis mulai membuat bentuk dasar siluet gedung-gedung tersebut menggunakan *shape tool* dan *pen tool*. Beberapa bentuknya cukup repetitif sehingga penulis hanya membuat sekitar 5 bentuk yang berbeda lalu menggabungkannya menjadi satu kesatuan.



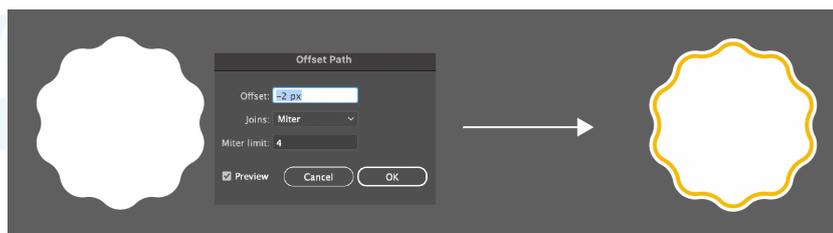
Gambar 3.91 Aset Bentuk Siluet Gedung Perkotaan

Setelah terlihat bentuk dasarnya, penulis memberi warna gradasi oranye pada bentuk tersebut. Bagian bawahnya sengaja penulis jadikan lebih transparan agar terlihat lebih natural ketika ditempatkan pada *background*. Lalu, karena aset ini hanya sekedar aset pelengkap, penulis tidak ingin membuatnya terlalu menonjol, sehingga penulis menurunkan opasitasnya menjadi 60%.



Gambar 3.92 Pembuatan Aset Bentuk Untuk Teks Periode

Selain itu, tercantum pada *brief* untuk memasukan teks periode, namun, hal itu tidak akan muat jika diletakkan bersamaan dengan *headline*. Oleh karena itu, penulis membuat aset bentuk baru yang berperan sebagai stiker penempatan teks periode. Pertama, penulis membuat bentuk dengan *star tool shape*, yakni bintang dengan 10 sisi yang setiap sisinya kemudian ditumpulkan.



Gambar 3.93 Proses *Offset Path* Bentuk Untuk Teks Periode

Lalu, untuk membuatnya tidak terlalu polos dan lebih diperhatikan, penulis juga menambahkan garis kuning di dalamnya. Garis tersebut dibuat dengan *offset path*, sehingga polanya tetap sesuai dengan bentuk dasarnya. Dan, agar ketebalan garis tersebut tidak berubah-ubah, maka penulis melakukan *expand* pada garis hingga menjadi sebuah bentuk *flat* seperti bentuk dasarnya.



Gambar 3.94 Aset Bentuk Teks Periode Proyek 5

Setelah bentuk aset bentuk penempatannya sudah jadi, penulis baru memasukan teks periode ke dalamnya. Teks tersebut bertuliskan ‘Periode 1 – 31 Mei 2024’ dan dituliskan dengan *typeface* Roboto. Penulis sengaja menggunakan ketebalan yang berbeda untuk teks ‘Periode’ dan ‘1 – 31 Mei 2024’ agar audiensnya dapat lebih fokus pada tanggalnya dan tidak terlewat masa periode.



Gambar 3.95 Aset Kendaraan Pickup Lalamove Proyek 5

Proyek *ads* ini juga memfokuskan kendaraan *pickup*, oleh karenanya penulis juga menyediakan aset kendaraan *pickup bak* dan

*box* Lalamove. Aset kendaraannya sendiri diperoleh dari stok foto perusahaan yang dapat digunakan oleh setiap departemen. Kemudian, agar membuatnya lebih realistis penulis menambahkan elemen lampu sorot yang dibuat dengan *shape tool* serta gradasi dan elemen bayangan yang dibuat juga dengan *shape tool* namun tidak digradasi melainkan diberi efek buram dan diturunkan opasitasnya.



Gambar 3.96 Aset Dekoratif Proyek 5

Kemudian, penulis juga memperoleh aset dekoratif lainnya sebagai elemen pendukung. Aset-aset ini berupa kotak kardus, awan, dan juga *pin-point*. Seluruh aset tersebut merupakan aset yang telah digunakan di beberapa *keyvisual* terdahulu, sehingga penulis hanya mengumpulkan dan menambah beberapa efek.



Gambar 3.97 Grid Proyek 5

Sebelum memulai *layouting*, penulis membuat kerangka *grid* proyek ini terlebih dahulu. *Grid* yang digunakan untuk desain ads ini adalah *single-column grid*. Hal itu dikarenakan teks informasi yang dibuat tidak begitu banyak dan lebih mengandalkan visual. Penataannya sendiri untuk *headline* hingga *call-to-action* semuanya rata tengah, sehingga *grid* yang dipilih merupakan *grid* yang sesuai.



Gambar 3.98 Aset *Background* Proyek 5

Setelah seluruh aset yang diperlukan mulai dari *headline*, aset visual, hingga dekoratif telah terkumpul, penulis mulai melakukan *layouting*. Penulis memilih ukuran *landing page*, yakni 1440x652 px sebagai ukuran *artboard* dan *keyvisual* utama. Kemudian, penulis mulai membuat bentuk dasar *background* terlebih dahulu dengan gradasi warna oranya, lalu baru menambahkan aset-aset *background* yang tela dikumpulkan dan dibuat.



Gambar 3.99 Proses *Layouting Keyvisual* Proyek 5

Selanjutnya, secara bertahap penulis mulai memasukan dan menyusun aset-aset lainnya, dari urutan terbelakang sampai yang paling depan. Pada bagian belakang *headline*, penulis juga menambahkan bentuk gradasi cahaya agar lebih ter-*highlight* serta tidak menyatu pada *background*. Selain itu, pada aset dekoratif seperti kardus dan *pin point*, penulis menambahkan efek *outer glow* bewarna putih agar lebih terlihat dan membangun nuansa yang lebih hidup.



Gambar 3.100 Hasil Final *Keyvisual* Proyek 5

Setelah semua aset telah disusun, terakhir penulis menambahkan logo Lalamove, logo Appstore dan Google Play, serta *hashtag* #NyamanPakaiPickup. Logo Lalamove dan Appstore sendiri sebenarnya adalah *template* yang selalu harus dicangtumkan pada *keyvisual* Lalamove yang tidak diletakkan pada aplikasi. Lalu, setelahnya penulis memberika desain tersebut kepada *supervisor* dan juga tim *marketing communication* untuk meminta *approval* sebelum menurungkannya ke ukuran media lain.



Gambar 3.101 Turunan Media Proyek 5

Kemudian, ketika sudah diberi *approval* penulis membuat ukuran desain lainnya. Gambar diatas merupakan beberapa ukuran media untuk *output Programmatic*, dimana tiga diantaranya merupakan GIF. Seluruh *Banner ads* ini nantinya akan diletakkan di berbagai platform seperti Google ads dan sebagainya.

### **3.3.2 Kendala yang Ditemukan**

Pada pelaksanaan praktek kerja magang ini penulis sebagai desainer grafis telah mengerjakan lebih dari 100 *keyvisual*, namun tentu saja dalam prosesnya terdapat beberapa kendala yang dijumpai. Hal ini dikarenakan peran penulis yang masih baru dan juga pengetahuan yang masih awam dalam bidang bisnis logistik. Kendala-kendala tersebut misalnya seperti, pertama, banyaknya istilah baru atau singkatan dalam *brief* yang diberikan dan tidak diketahui penulis, oleh karenanya terkadang penulis tidak mengerti tentang hal yang harus dikerjakan. Kedua, *brief* yang diberikan berasal dari tiga sampai empat departemen yang berbeda, sehingga pada awal masuk penulis sedikit kesulitan dalam menyesuaikan *style keyvisual* untuk masing-masing departemen. Terakhir, yakni pada periode waktu tertentu seperti awal bulan atau perayaan hari besar layaknya lebaran, jumlah *brief* yang diberikan kepada penulis sangat banyak, namun semua itu harus dikerjakan pada waktu yang cukup pendek, sehingga beberapa kali penulis cukup keteteran terhadap waktu pengumpulannya dan membuat jadwal *upload keyvisual* jadi tertunda.

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

Seiring berjalannya waktu dan pengalaman yang ditempuh oleh penulis selama berperan sebagai desainer grafis di Lalamove. Kendala-kendala yang telah disebutkan sebelumnya secara bertahap dapat teratasi. Dimana, untuk kendala ketidaktahuan penulis akan istilah baru tersebut, pertama, penulis menanyakan hal tersebut pada *supervisor* dan *junior graphic designer* disana, dan mereka menjelaskannya secara rinci. Meskipun awalnya sulit untuk diingat, tetapi dengan banyaknya *brief* yang dikerjakan, penulis semakin terbiasa dan bisa mengingat semuanya.

Lalu, untuk setiap departemen memiliki *style* yang berbeda, dimana untuk departemen *business development* menyukai visual 3D, sedangkan *people operation* lebih menyukai visual yang *flat* seperti *vector*. Lalu, untuk departemen *marketing*, biasanya cenderung lebih profesional dan memiliki *templat*nya sendiri. Hal pertama yang penulis lakukan untuk menyesuaikan gaya visual mereka, adalah melihat desain-desain terdahulu yang sudah pernah dibuat, kemudian menyimpannya di *folder* yang berbeda-beda sebagai referensi. Dan, setelah beberapa saat mengerjakan *brief* dari masing-masing departemen, sekarang ini penulis sudah dapat menyesuaikan dengan keinginan *style* departemen masing-masing.

Terakhir, mengenai jadwal yang padat dengan *brief* yang sangat banyak, penulis mencoba mengurutkannya berdasarkan skala prioritas. *Brief* tersulit atau paling kompleks and membutuhkan waktu yang banyak dengan *deadline* paling dekat akan dikerjakan terlebih dahulu, lalu disusul dengan *brief* yang mudah dengan *deadline* terdekat kedua, dan terakhir baru *brief* dengan *deadline* yang paling jauh. Namun, terkadang bila penulis benar-benar tidak bisa menyelesaikannya, penulis akan meminta bantuan kepada *junior graphic designer* disana dan sebaliknya akan membantunya jika ia mengalami situasi serupa. Dengan begitu, masing-masing *brief* dapat diselesaikan secara tepat waktu dan sesuai permintaan.