

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

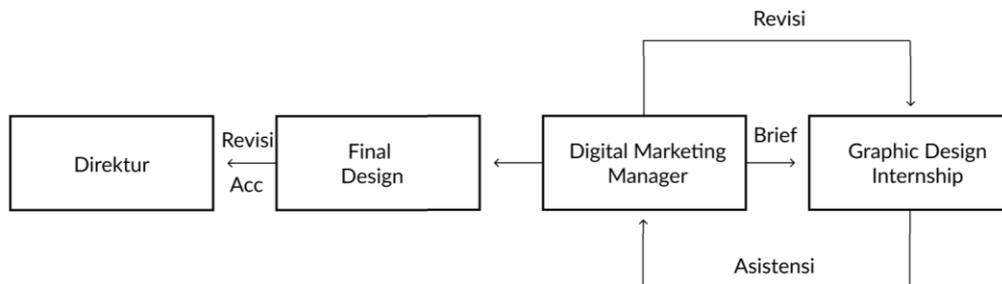
Berikut ini merupakan posisi atau kedudukan penulis serta alur koordinasi kerja selaku *Graphic Designer Internship* pada perusahaan PT Charoen Pokphand Indonesia Tbk.

3.1.1 Kedudukan

Posisi penulis dalam melakukan kerja magang adalah sebagai *Graphic Designer*, yang mana posisi tersebut berada dalam divisi Digital Marketing. Dalam melaksanakan periode magang penulis memiliki tugas untuk membuat desain publikasi baik secara digital maupun cetak untuk keperluan publikasi PT Charoen Pokphand Indonesia Tbk. Tidak hanya itu penulis juga memiliki tugas sebagai dokumentasi setiap acara yang diadakan oleh berbagai unit serta menyediakan segala keperluan aset visual demi kebutuhan perusahaan. Dalam melakukan tugas – tugas yang ada, penulis bekerja dalam pengawasan supervisor selaku *Digital Marketing Manager*.

3.1.2 Koordinasi

Selama proses kerja magang sebagai *Graphic Designer Intern* yang berada dalam divisi Digital Marketing, pekerjaan utama yang dilakukan oleh penulis antara lain membuat keperluan publikasi perusahaan, baik untuk sosial media yang dimiliki maupun keperluan cetak seperti spanduk, desain tenant, dan sebagainya. Dalam kelancaran struktur alur kerja, penulis melakukan koordinasi dengan *Digital Marketing Manager* untuk memberikan *brief* kerja kepada penulis untuk mengetahui konten atau kebutuhan apa yang diperlukan perusahaan. Setelah pemberian *brief*, selanjutnya penulis memberikan sketsa atau desain awal untuk diberikan masukan dan sebagai proses asistensi untuk menjadi desain akhir yang nantinya akan diberikan kepada Direktur Marketing.



Gambar 3.1 Bagan Alur Koordinasi

Tentunya dalam pengerjaan keperluan publikasi penulis tidak melakukannya dengan sendiri. Penulis dibantu oleh rekan kerja yang juga merupakan pekerja magang, hal tersebut karena banyaknya kebutuhan publikasi yang dibutuhkan oleh perusahaan PT Charoen Pokphand Indonesia Tbk. mengingat bahwa perusahaan tempat penulis bekerja merupakan pusat dari seluruh Indonesia, oleh karena itu banyak sekali kebutuhan publikasi yang dibutuhkan. Erin Manurung selaku *Digital Marketing Manager* dan pengawas penulis juga ikut membantu dalam membuat kebutuhan publikasi perusahaan.

3.2 Tugas yang Dilakukan

Berikut ini merupakan tabel yang berisikan secara detail pekerjaan – pekerjaan yang dilakukan penulis sebagai Desain *Graphic Intern* selama periode kerja magang.

Tabel 3. 1 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Magang

No.	Minggu	Proyek	Keterangan
1	1 (22-26 Januari)	<ul style="list-style-type: none"> - Kemasan Vitapro - Membuat konten sosial media - <i>Brand Guidelines</i> untuk <i>stationary</i> 	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat alternatif desain awal untuk kemasan Vitapro - Mendesain konten sosial media Instagram untuk akun @cpi.jabar dan @bestegg.id - Membuat aturan peletakan logotype dan pictorial logo

			pada stationery seperti, kop surat, amplop, dan sebagainya
2	2 (29-31 Januari & 1-2 Februari)	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Brand Guidelines</i> untuk <i>stationary</i> - Konten publikasi sosial media - <i>Brainstorming</i> kemasan Vitapro 	<ul style="list-style-type: none"> - Melanjutkan kembali dalam pembuatan aturan peletakan logotype dan pictorial logo pada stationery seperti, kop surat, amplop, dan sebagainya - Konten instagram untuk @bestegg.id “Fun Fact Telur” - Melakukan <i>brainstorming</i> kembali untuk kemasan Vitapro
3	3 (5-9 Februari)	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat konten sosial media - Dinas ke Padang 	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat konten untuk Instagram untuk @cpi.jabar “Berbagai cara memberi makan unggas” - Melaksanakan tugas dokumentasi untuk acara perusahaan yang ada di padang
4	4 (12-16 Februari)	<ul style="list-style-type: none"> - Melakukan <i>brainstorming</i> kemasan Vitapro - Melakukan <i>brainstorming</i> sosial media untuk acara CPBSA 	<ul style="list-style-type: none"> - Melakukan diskusi kembali terhadap kemasan vitapro karena desain yang dibuat masih belum memenuhi kriteria target pasar - Melakukan diskusi pembuatan konten sosial media untuk acara tahunan perusahaan CPBSA, yang merupakan program magang dengan kesempatan pergi ke Thailand untuk melihat secara langsung pusat perusahaan.
5	5 (19-23 Februari)	<ul style="list-style-type: none"> - Sosial media CPBSA 	<ul style="list-style-type: none"> - Setelah melakukan diskusi terhadap konten CPBA selanjutnya adalah penerapan dari hasil diskusi - Melakukan eksekusi desain untuk kepentingan publikasi CPBSA

6	6 (26-29 Februari- 1 Maret)	<ul style="list-style-type: none"> - Kunjungan Pabrik untuk Vitapro - <i>Brand Guidelines</i> untuk keperluan perusahaan 	<ul style="list-style-type: none"> - Melakukan kunjungan pabrik pakan ternak untuk mengetahui kemasan – kemasan pakan ternak lainnya - Melanjutkan pembuatan <i>brand guidelines</i> untuk <i>stationary</i>
7	7 (4-8 Maret)	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat konten publikasi - Membuat desain <i>souvenir</i> 	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat konten hari raya untuk keperluan publikasi Instagram @cpi.jabar dan @bestegg.id - Membuat desain <i>souvenir</i> untuk acara <i>IndoLiveStock</i>
8	8 (12-15 Maret)	<ul style="list-style-type: none"> - Konten publikasi CPBSA - Membuat kartu ucapan natal 	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat keperluan konten Instagram untuk acara CPBSA - Membuat kartu ucapan natal untuk para pelanggan, pemerintahan, dan pihak – pihak lainnya.
9	9 (18-22 Maret)	<ul style="list-style-type: none"> - Kartu ucapan natal - Revisi kemasan Vitapro 	<ul style="list-style-type: none"> - Melanjutkan proses pembuatan kartu ucapan natal - Melakukan revisi pada kemasan Vitapro, karena ada beberapa kandungan yang berbeda.
10	10 (25-28 Maret)	<ul style="list-style-type: none"> - Revisi kemasan Vitapro - Membuat konten sosial media 	<ul style="list-style-type: none"> - Masih melakukan revisi pada kemasan Vitapro - Membuat konten hari raya sosial media Instagram untuk @cpi.jabar, @besetegg.id, dan @cpbsa.cpi
11	11 (1-5 April)	<ul style="list-style-type: none"> - Kalender dinding 2025 	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat kalender dinding 2025 untuk perusahaan
12	12 (16-19 April)	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat desain untuk <i>booth</i> Vitapro di Indolivestock 	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat desain dan mockup untuk booth Vitapro pada acara Indolivestock

13	13 (22-26 April)	- Membuat kalender meja 2025	- Selain membuat kalender dinding penulis juga membuat kalender meja 2025
14	14 (29-30 April & 1-3 Mei)	- Membuat kalender meja 2025 - Finalisasi dummy desain kalender meja 2025	- Melanjutkan proses pembuatan kalender meja 2025 - Melakukan finalisasi pada desain kalender untuk dicetak dummy.
15	15 (6-10 Mei)	- Finalisasi desain kalender 2025	- Melanjutkan finalisasi desain kalender untuk cetak dummy -
16	16 (13-17 Juni)	- Kemasan Vitapro	- Melanjutkan desain untuk kemasan vitapro

3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Dalam menjalankan tugas magang di PT Charoen Pokphand Indonesia Tbk. penulis mengerjakan beberapa pekerjaan dalam divisi digital marketing seperti membuat konten untuk sosial media, kemasan, pembuatan motif batik, dokumentasi, kartu ucapan, publikasi, dan sebagainya.

3.3.1 Proses Pelaksanaan

Selama kurang lebih jam kerja 640 jam sebagaimana yang sudah ditentukan oleh Universitas Multimedia Nusantara, penulis mendeskripsikan apa saja yang dikerjakan selama berada dalam divisi digital marketing menjadi beberapa poin sebagai berikut.

3.3.1.1 Pembuatan Collateral CPIN

Banyak sekali media kertas yang digunakan PT Charoen Pokphand Indonesia dalam proses bekerjanya. Namun sayangnya logo yang diaplikasikan pada setiap medianya tidak konsisten dan peletakannya yang berbeda – beda, sehingga membuat bingung akan

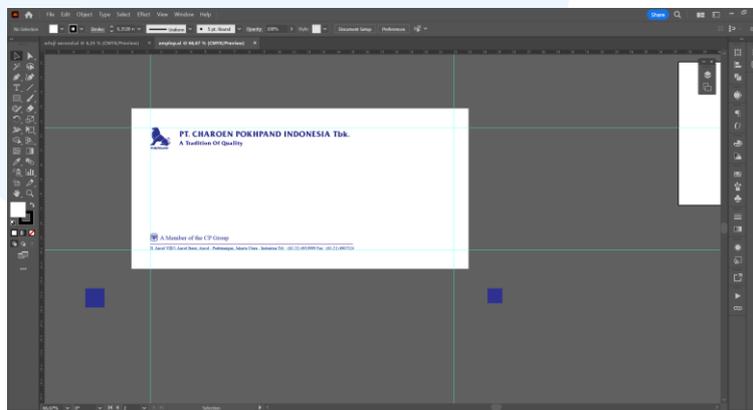
orisinalitasnya. Oleh sebab itu penulis diminta untuk membuat mini standard manual untuk media stasioneri mereka.

1. Brief

Brief diberikan secara lisan oleh SPV dengan memberikan beberapa arahan seperti letak – letak mana saja yang harus diberikan logo, lengkap dengan informasi jenis huruf, dan warna yang di gunakan.

2. Proses Desain

Dikarenakan mengikuti desain amplop dan kop surat yang sudah ada, penulis tidak membuat *moodboard* lagi langsung memasuki tahap pembuatan desain.

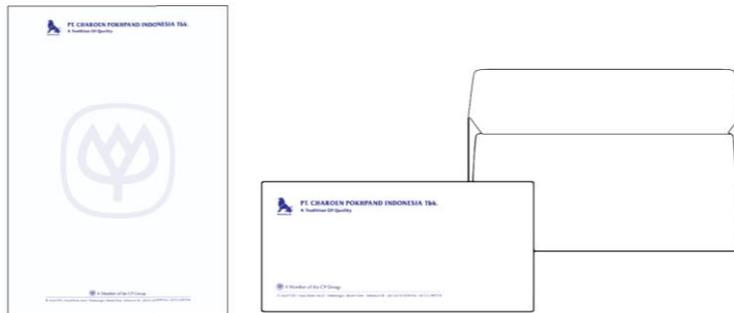


Gambar 3. 1 Proses desain Collateral

Penulis menggunakan software Adobe Illustrator agar gambar yang diciptakan memiliki *base vector* sehingga mudah diaplikasikan dengan media – media lainnya. Penulis juga menggunakan modular grid agar memberikan kesan yang rapih.

3. Final

Setelah proses desain selesai penulis melakukan finalisasi dengan melakukan *design 2d* terhadap amplop dan kop yang sudah dibuat sebelumnya



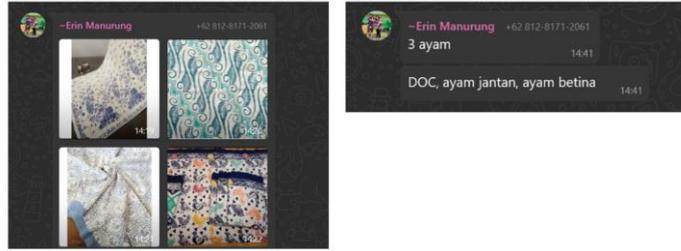
Gambar 3. 2 desain 2d amplop dan kop

3.3.1.2 Pembuatan Motif Batik untuk Seragam *Indolivestock*

Indolivestock merupakan sebuah acara tahunan yang diadakan oleh pemerintah sejak tahun 2002 sebagai acara industri berupa pakan, peternakan, dan susu skala internasional nomor satu di Indonesia. Peserta dalam acara ini diwakili oleh pemerintah, integrator, kedutaan besar, dokter hewan, asosiasi, peternak, , pedagang grosir, pengelola makanan, importir, distributor, dan pengecer. Dalam acara tersebut PT Charoen Pokphand Indonesia Tbk. juga ikut berkontribusi, maka dari itu dibutuhkan seragam khusus untuk membedakan dengan kompetitor yang ada dan dijadikan sebagai *branding*.

1. Brief

Dalam melakukan pembuatan motif batik dilakukan melalui *Whatsapp* oleh *Digital Marketing Manager*. *Brief* yang diterima mencakup referensi gambar, keperluan objek gambar, hingga perpaduan warna yang sekiranya cocok dengan tema yang sudah ditentukan. Berikut ini merupakan *brief* yang penulis terima.



Gambar 3. 3 *Brief* Motif Batik

Konsep yang ingin diutarakan adalah penggambaran dari PT Charoen Pokphand Indonesia Tbk, itu sendiri yang berkaitan erat dengan ayam atau unggas, berdasarkan dari perihal tersebut penulis dan *supervisor* memutuskan agar terdapat gambar ayam pada motif batik yang akan dibuat, mulai dari *Day Old Chick (DOC)*, ayam jantan, dan ayam betina.

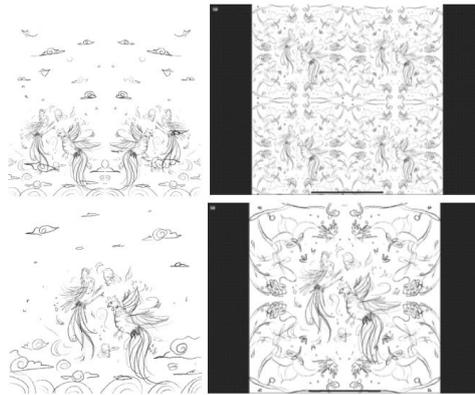
2. Proses Desain

Awal – awal penulis membuat *moodboard* yang berisi motif – motif batik ayam sesuai dengan referensi yang telah ada sebelumnya.



Gambar 3. 4 *Moodboard* Motif Batik

Setelah menentukan *moodboard* yang ada, selanjutnya penulis membuat beberapa sketsa secara digital untuk menentukan *layout* yang sesuai dan cocok untuk digunakan, dalam sketsa tersebut terdapat ornamen ayam dan bentuk natural untuk menciptakan kesan yang harmonis dan satu.



Gambar 3. 5 Sketsa Motif Batik

Setelah melakukan tahap sketsa, penulis melanjutkan ke proses digitalisasi warna untuk warnanya sendiri penulis menggunakan warna biru tua yang sesuai dengan *brand* PT Charoen Pokphand Indonesia Tbk.



Gambar 3. 6 Warna Biru Motif Batik

3. Digitalisasi

Tahap selanjutnya yang penulis lakukan adalah digitalisasi dari sketsa yang sudah dibuat sebelumnya. Digitalisasi ini dibuat menggunakan aplikasi *Procreate* dengan ukuran kanvas 2000x2000px.



Gambar 3. 7 Digitalisasi Motif Batik

Desain tersebut sudah mendapat persetujuan oleh *Digital Marketing Manager* selaku *supervisor* penulis dan nantinya akan dilakukan asistensi kembali kepada Direktur Marketing yang menentukan hasil akhir.

4. Revisi dan Hasil Akhir



Gambar 3. 8 *Mock Up* dan Desain Final Batik

Setelah melakukan asistensi kembali ternyata terdapat beberapa revisi yang penulis dapatkan, seperti kurangnya motif atau corak pada setiap objek yang ada. Setelah melakukan revisi menjadi seperti gambar diatas sekaligus merupakan *final design*. Untuk mempermudah proses diskusi dengan divisi – divisi yang bersangkutan penulis juga membuat *mockup* seragamnya.

3.3.1.3 Kalender 2025

Sudah menjadi tradisi setiap tahunnya bahwa PT Charoen Pokphand Indonesia Tbk. memberikan kalender tahunan untuk para pelanggan, pegawai, instansi, dan lain – lain sebagai salah satu bentuk *hampers* tahunan yang diberikan. Kalender 2025 ini terdiri dari dua jenis, yaitu kalender dinding dan kalender meja.

1. Brief

Briefing dikomunikasikan secara verbal atau lisan dimana Erin selaku *Digital Marketing Manager*, memberikan arahan kepada penulis untuk membuat *layout* kalender 2025 dengan ukuran 20 x 22 cm untuk kalender meja dan 33 x 48 cm untuk kalender dinding, tidak hanya itu penulis juga diminta untuk menyediakan beberapa alternatif dengan tema yang akan ditentukan. Penentuan bahan kalender juga sudah ditentukan yaitu kertas magno satin 250gsm untuk kalender dinding dan *Art Carton* laminasi *Doff* 260gsm untuk kalender meja. Oleh sebab itu, maka penulis diminta untuk memperhatikan ketentuan warna dari bahan – bahan yang telah ditentukan untuk menghindari warna yang terlalu gelap, atau *less-saturated*.

2. Proses desain

Konsep yang digunakan untuk tahun kalender 2025 adalah makanan nusantara Indonesia yang memperlihatkan kehangatan dan keberagaman cita rasa. Setelah mendapatkan tema atau konsep, selanjutnya penulis mulai melakukan *brainstorming* dengan menyusun *moodboard* sebagai proses berpikir.



Gambar 3. 9 Moodboard Kalender

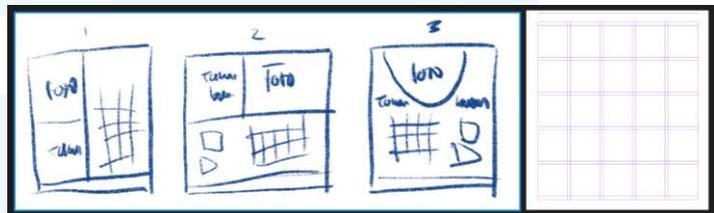
Setelah membuat *moodboard*, penulis mulai menentukan warna dan jenis huruf apa yang akan digunakan,



Gambar 3. 10 Warna dan *Typeface* Kalender

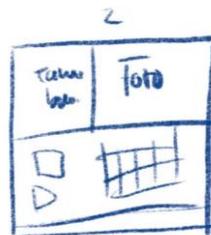
penentuan warna diharuskan memiliki identitas yang erat kaitannya dengan PT Charoen Pokphand Indonesia Tbk. sebagai bentuk konsistensi dan penyelarasan media *collateral* dari tahun ke tahun.

Penulis memilih warna biru sebagai pemilihan warna dasar kalender 2025 karena merefleksikan identitas dari PT Charoen Pokphand Indonesia Tbk. selain itu penggunaan warna biru juga bertujuan sebagai konsistensi dan keselarasan media *collateral* yang dimiliki perusahaan dari tahun ke tahun. Sedangkan untuk pemilihan *typeface*, penulis menggunakan News 706 BT Bold sebagai *headline* dan Arial untuk *sub-headline* ataupun *body teks*. Alasan penulis memilih jenis Serif dan San Serif adalah untuk menciptakan keseimbangan dalam sebuah desain yang akan dibuat.



Gambar 3. 11 Sketsa dan *Grid* Kalender

Memasuki tahap pembuatan sketsa dimana penulis membuat tiga alternatif sketsa untuk dipilih oleh divisi yang bersangkutan. Dalam pembuatannya juga penulis menggunakan *modular grid* dengan ukuran *gutter* 0.3cm pemilihan *modular grid* adalah untuk memudahkan peletakan angka atau tanggal pada *layout* yang akan dibuat nantinya.



Gambar 3. 12 Sketsa Kalender Terpilih

Setelah sketsa yang telah dibuat dipilih, tahap selanjutnya adalah melakukan proses digitalisasi dari sketsa tersebut .

3. Digitalisasi

Tahap berikutnya adalah digitalisasi dari sketsa yang sudah ada. Penulis menggunakan *software Adobe Illustrator* untuk melakukan digitalisasinya. Untuk aset foto yang digunakan penulis dapatkan dari divisi lain yang bertugas untuk menyediakan foto tersebut.



Gambar 3. 13 Digitalisasi Kalender

Untuk desain kalender dinding hanya melakukan penataan ulang dari desain kalender meja yang sudah ada, hal tersebut dilakukan agar memiliki struktur yang sama antara satu sama lain dan masih *in-line* dengan konsep ataupun temanya.

4. Revisi

Ternyata setelah dilakukannya digitalisasi terdapat beberapa perubahan warna yang diinginkan oleh pihak Direktur. Hal tersebut karena warna yang dipilih



Gambar 3. 15 Revisi Warna Kalender

sebelumnya terlalu tua dan cenderung keunguan, hal tersebut tentu kurang mencerminkan identitas dari PT Charoen Pokphand Indonesia Tbk. Penentuan jenis huruf juga dipertimbangkan kembali dengan hanya menggunakan satu jenis *typeface* yaitu *San Serif* karena dianggap lebih terstruktur dan minimalis. Hal tersebut berlaku untuk kalender dinding dan juga kalender meja. Berikut ini adalah hasil akhir dari revisi.



Gambar 3. 14 Hasil Akhir Desain Kalender

5. Implementasi Media



Gambar 3. 16 *Mock Up* Kalender

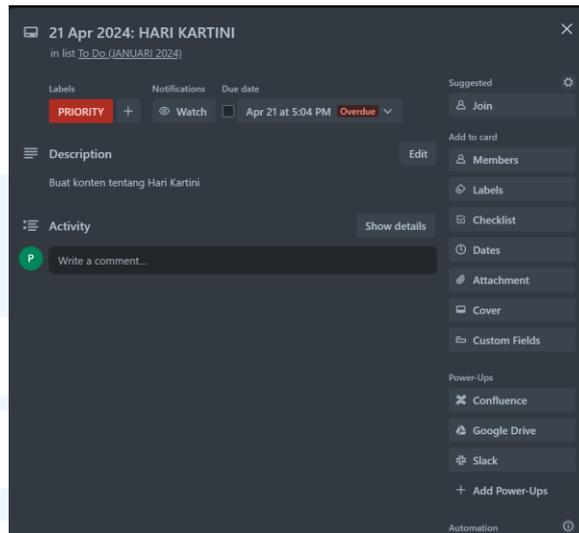
Setelah desain sudah jadi tahap selanjutnya adalah penulis membuat dummy atau *mockup* kalender baik untuk kalender meja maupun kalender dinding. Hal ini dilakukan demi kelancaran diskusi antara satu pihak dengan pihak lain dan juga memudahkan percetakan untuk mencetak kalender tersebut dengan ketentuan format yang sesuai.

3.3.1.4 Konten Hari Nasional @bestegg.id & @cpi.jabar

Sudah Penulis juga diberikan tugas untuk membuat konten hari penting nasional untuk kedua akun *instagram* tersebut yang wajib dibuat setiap ada peringatan hari penting berbasis nasional.

1. *Brief*

Brief diberikan kepada penulis melalui *website trello*. Desain yang dibuat harus sesuai dengan ketentuan yang sudah ada sebelumnya seperti warna, ukuran, dan jenis huruf yang akan digunakan.



Gambar 3. 17 *Brief* Konten Nasional

Dalam *website* tersebut terdapat tanggal – tanggal hari penting nasional yang harus penulis kerjakan dan mengunggahnya pada *platform* yang sudah ditentukan.

2. Proses desain

Dalam membuat desain konten hari penting terdapat perbedaan konsep antara kedua akun sosial media tersebut. CPI.JABAR memiliki konsep yang lebih formal dibandingkan dengan BESTEGG.ID yang lebih *cheerful*. Penulis menerapkan desain yang minimalis untuk meningkatkan *readability* audiens ketika sedang membaca, selain itu penulis juga harus melakukan riset terlebih dahulu terkait konten yang akan dibuat seperti, penggunaan bahasa yang benar, penulisan bahasa, dan elemen visual apa saja yang wajib ada dalam unggahan.



Gambar 3. 19 Moodboard Hari Nasional

Moodboard yang telah dibuat dibuat untuk kedua akun sosial tersebut, yaitu dengan menggunakan ilustrasi dan teks pada setiap unggahan.



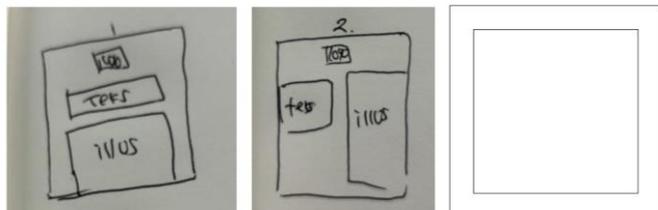
Montserrat Bold
Rage Italic



Montserrat Bold
Times New Roman

Gambar 3. 18 Warna dan Typeface Konten Nasional

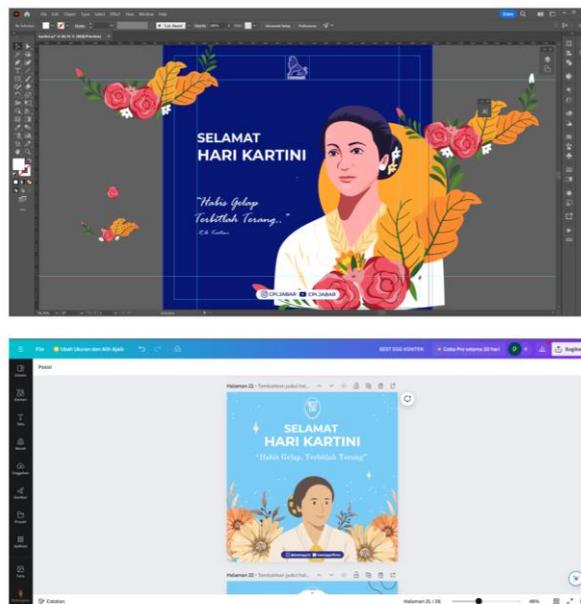
Untuk warna dan jenis huruf sudah ditentukan sebelumnya oleh PT Charoen Pokphand Indonesia Tbk. sehingga penulis selalu menggunakan warna tersebut sebagai warna dasar setiap unggahan. Untuk jenis huruf penulis juga menggunakan huruf yang sudah ditentukan.



Gambar 3. 20 Sketsa dan Grid Konten Nasional

Selanjutnya penulis membuat sketsa dan menentukan *grid* yang akan digunakan oleh penulis. Sketsa ini digunakan sebagai asistensi. Penulis menggunakan *column grid* untuk pembuatan konten tersebut.

3. Digitalisasi



Gambar 3. 21 Digitalisasi Konten Nasional

Setelah melalui tahap asistensi akhirnya penulis melakukan digitalisasi dari sketsa yang sudah dibuat. Digitalisasi ini menggunakan *software Adobe Illustrator* dan Canva, untuk penggunaan aset penulis dapatkan dari *website Freepik* sesuai dengan arahan supervisor. Ukuran yang dibutuhkan adalah 1080 x 1080 px sesuai dengan ketentuan *platform instagram*.

4. Revisi



Gambar 3. 22 Revisi Konten Nasional

Setelah melakukan digitalisasi penulis mendapatkan revisi pada konten yang telah dibuat. *Digital Marketing Manager* berkomentar bahwa ada baiknya untuk ditambahkan tanggal pada setiap hari libur nasional dalam unggahannya, akhirnya penulis menambahkan tanggal dalam setiap unggahan hari libur nasional.

5. Implementasi Media



Gambar 3. 23 Implementasi Konten Nasional

Semua desain yang sudah selesai selanjutnya diunggah dalam *platform instagram* untuk @cpi.jabar dan @bestegg.id sebagai media publikasi.

3.3.1.5 Konten Sosial Media @cpbsa.cpi

CPBSA merupakan singkatan dari *Charoen Pokphand Best Student Appreciation* adalah program apresiasi yang diselenggarakan oleh PT Charoen Pokphand Indonesia Tbk. untuk mahasiswa dan mahasiswi terbaik dalam bidang studi peternakan, kedokteran hewan, dan bidang studi lainnya yang ada di perguruan tinggi baik swasta maupun negeri di Indonesia. Mahasiswa yang terpilih akan berkesempatan secara langsung ke Thailand sebagai proses pembelajaran selama program berlangsung.

1. Brief

Brief diberikan kepada penulis secara lisan oleh *Digital Marketing Manager*. Ketentuan desain yang diharapkan adalah desain yang mencerminkan perusahaan dengan latar belakang kantor pusat Charoen Pokphand yang berada di Thailand. Tidak hanya itu desain juga diharapkan untuk memiliki *readability* yang baik karena menyangkut instansi – instansi tertentu.

2. Proses Desain

Konsep yang digunakan untuk desain sosial media CPBSA adalah mirip dengan sosial media lainnya, namun CPBSA ingin memperlihatkan desain yang *neat* dengan sedikit sentuhan Thailand. Setelah menentukan konsep selanjutnya penulis membuat *moodboard* agar memudahkan cara berpikir penulis



Gambar 3. 24 Moodboard CPBSA

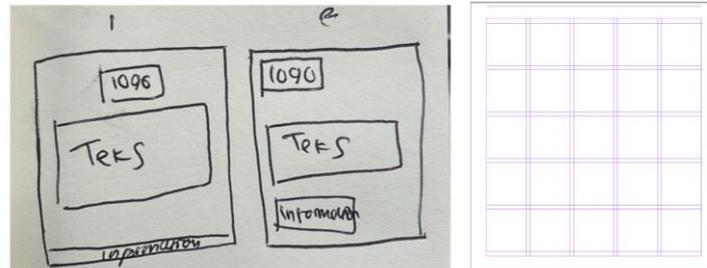
Setelah membuat *moodboard* penulis lanjutkan dengan menentukan warna dan jenis *typeface* apa yang akan digunakan dalam desain sosial media @cpbsa.cpi



Gambar 3. 25 Warna dan *Typeface* CPBSA

Penulis menggunakan warna primer biru tua yang merupakan warna dasar dari logo PT Charoen Pokphand Indonesia Tbk. Alasan pemilihan warna dasar biru adalah sebagai simbol kepercayaan secara psikologi dan merupakan warna cerminan perusahaan PT Charoen Pokphand Indonesia Tbk. Sedangkan untuk warna sekunder penulis menggunakan warna turunan dari warna primer dengan penyesuaian *value*. Penulis juga menggunakan jenis *typeface San Serif* untuk

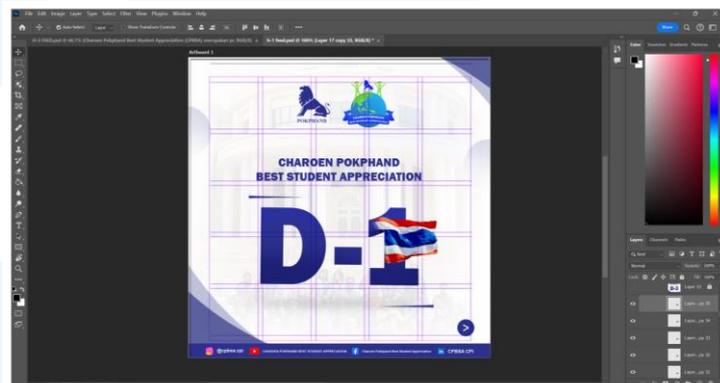
menciptakan desain yang mudah dikenal dan memberikan kesan formal.



Gambar 3. 26 Sketsa dan Grid CPBSA

Lalu penulis juga membuat sketsa untuk menentukan *layout* dengan menggunakan *modular grid* yang nantinya akan diasistensikan kepada PIC. Setelah melakukan asistensi penulis melanjutkannya ke tahap digitalisasi.

6. Digitalisasi



Gambar 3. 27 Digitalisasi CPBSA

Dari hasil sketsa yang sudah dibuat penulis lanjutkan dengan membuat digitalisasi. Proses digitalisasi menggunakan *software Adobe Photoshop* dengan ukuran kanvas 1080 x 1080 px sesuai dengan ketentuan *instagram*. Alasan menggunakan *Adobe Photoshop* karena gambar yang dihasilkan berupa *bitmap* sehingga untuk memaksimalkan proses desain penulis memilih *software* tersebut.

7. Revisi



Gambar 3. 28 Sebelum Revisi CPBSA

Terdapat beberapa perubahan dari Ibu Erin selaku *Digital Marketing Manager* pada objek bendera karena dirasa kurang menyatu dengan objek lainnya.



Gambar 3. 29 Sesudah Revisi CPBSA

Untuk itu akhirnya penulis menyatukan objek bendera dengan objek lainnya dengan menghapus bagian tepi dengan *erase brush tool* sehingga terlihat lebih menyatu antara objeknya.

8. Implementasi Media



Gambar 3. 30 Implementasi Media CPBSA

Semua desain yang sudah selesai selanjutnya diunggah dalam *platform instagram* untuk @cpbsa.cpi sebagai publikasi atau pengumuman kepada audiens,

3.3.1.6 Kemasan Vitapro

Vitapro merupakan sebuah produk baru yang akan dipasarkan oleh PT Charoen Pokphand Indonesia Tbk. yang merupakan pakan ayam atau unggas lainnya yang mengandung vitamin di dalamnya, vitamin tersebut terbagi menjadi beberapa variasi sesuai fungsinya masing – masing.

1. *Brief*

Dikarenakan produk ini adalah produk baru yang akan dipasarkan, maka dari itu penulis mendapatkan kesempatan untuk membuat kemasannya. *Brief* yang penulis dapatkan adalah ukuran dari kemasan tersebut adalah 310 x 200mm.

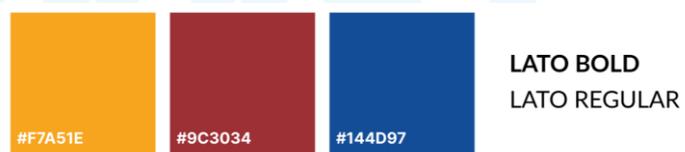
2. Proses desain

Konsep yang dimiliki kemasan Vitapro ini adalah penggambaran ayam dengan nuansa Jepang yang disampaikan, hal tersebut karena produk ini masih berlatar belakang dengan negara Jepang. Setelah mendapatkan konsep, selanjutnya penulis melakukan sketsa dan pembuatan *moodboard* sebagai proses berpikir dalam membuat kemasan



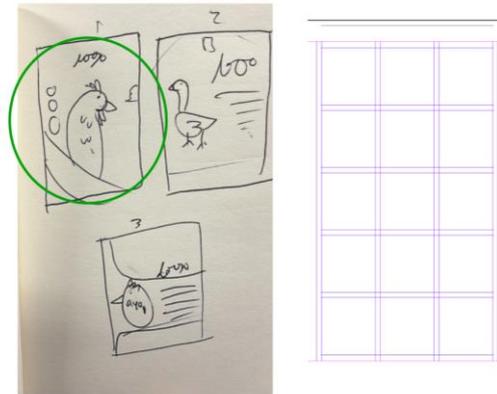
Gambar 3. 31 *Moodboard* Vitapro

Setelah itu penulis menentukan warna yang merepresentasikan setiap variannya.



Gambar 3. 32 Warna dan *Typeface* Vitapro

Warna merah untuk varian *Heat Stress*, warna orange untuk *Egg Max*, dan warna biru untuk *Ciamik* lalu penulis juga menggunakan jenis typeface *San Serif* untuk menciptakan *readability* yang baik untuk audiens.



Gambar 3. 33 Sketsa dan *Grid* Vitapro

Selanjutnya penulis membuat sketsa dari konsep yang telah ditentukan sebelumnya, penulis membuat beberapa sketsa yang nantinya akan dilakukan digitalisasi. Untuk memudahkan penulis dalam membuat sketsa, penulis menggunakan modular grid dengan ukuran *gutter* 0.3cm dan margin dengan ukuran 1cm.

3. Digitalisasi

Penulis melakukan digitalisasi dari hasil sketsa yang sudah ada sebelumnya menggunakan *software Adobe Illustrator* agar menghasilkan gambar berbasis vektor.



Gambar 3. 34 Digitalisasi Vitapro

Dalam proses digitalisasi penulis lebih dominan menggunakan fitur *shape* untuk membuat objek – objeknya dan *pen tool* untuk melakukan *masking* pada objek yang ingin dimask



Gambar 3. 35 Hasil Digitalisasi Vitapro

Gambar di atas merupakan hasil akhir digitalisasi yang nantinya akan penulis berikan kepada pihak yang bersangkutan dalam pembuatan kemasan Vitapro ini sebagai bentuk diskusi mendiskusikan hasilnya.

4. Revisi

Setelah melakukan diskusi terdapat beberapa yang harus direvisi terkait kemasan tersebut, pertama untuk mengubah desainnya agar lebih *simple* dan mengurangi warna gradasi, simbol lebih terbaca, dan menambahkan informasi produksi pada kemasan. Sehingga dari sketsa yang telah dibuat dipilih kembali menjadi nomor tiga.



Gambar 3. 36 Desain Akhir Vitapro

Setelah mendapatkan revisi penulis langsung membuat desain baru sesuai dengan poin – poin yang diinginkan, penulis juga menambahkan *pattern* ayam sesuai dengan permintaan divisi yang bersangkutan.

5. Implementasi Media



Gambar 3. 37 Mock Up Vitapro

Untuk mempermudah proses komunikasi penulis implementasikan desain final ke dalam sebuah *mock up*, hal ini bertujuan sebagai gambaran kemasan jika sudah dicetak karena untuk kemasan ini belum dipastikan tanggal rilisnya.

3.3.1.7 Kartu Natal

Selama halnya dengan kalender tahunan, kartu natal juga diberikan kepada pelanggan – pelanggan, pihak internal dan eksternal, hingga instansi tertentu yang merayakan hari natal. Ucapan kartu natal ini biasa diberikan sebagai kartu ucapan untuk *hampers* natal dari pihak PT Charoen Pokphand Indonesia Tbk.

1. Brief

Diskusi pembuatan kartu natal dilakukan secara verbal atau lisan oleh *Digital marketing Manager* kepada penulis dengan memberikan arahan ukuran ucapan kartu natal 2025 yaitu 20 x 26 cm untuk ukuran *spread*.

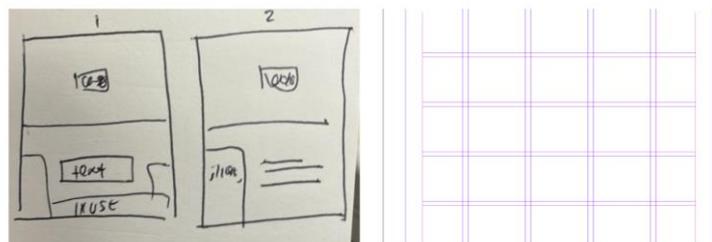
2. Proses desain

Konsep dalam pembuatan kartu natal ini adalah masih berhubungan dengan ayam, dimana nuansa natal dan ayam menjadi satu kesatuan.



Gambar 3. 38 Moodboard Kartu Natal

Untuk mempermudah proses diskusi penulis mulai membuat *moodboard* dan sketsa sebagai acuan dalam pembuatan ucapan kartu natal 2025.



Gambar 3. 39 Sketsa dan Grid Kartu Natal

Setelah membuat *moodboard*, tahap selanjutnya adalah penulis membuat beberapa sketsa sebagai bahan pertimbangan antara sketsa satu dengan yang lainnya. Tujuan dibuatkan beberapa sketsa ini juga untuk mempermudah komunikasi antara tim yang terlibat. Dalam membuat sketsa penulis juga sudah menentukan *grid* yang akan digunakan yaitu *modular grid* dengan ukuran *gutter 0.3cm*.



Gambar 3. 40 Warna dan *Typeface* Kartu Natal

Selanjutnya penulis mulai menentukan jenis *typeface* apa yang akan digunakan yaitu perpaduan *Serif* dan *script*. Dari warna dan *typeface* yang sudah ditentukan penulis membuat dua varian warna yang berbeda untuk membuat kesan emosi yang berbeda, yang pertama lebih ceria dan kedua lebih elegan.

3. Digitalisasi

Selanjutnya penulis melakukan digitalisasi dari hasil sketsa yang sudah ditentukan, untuk aset – aset ilustrasi penulis mengunduhnya melalui laman *Freepik* sebagaimana yang dianjurkan oleh pihak perusahaan untuk menggunakan aset – aset tersebut.

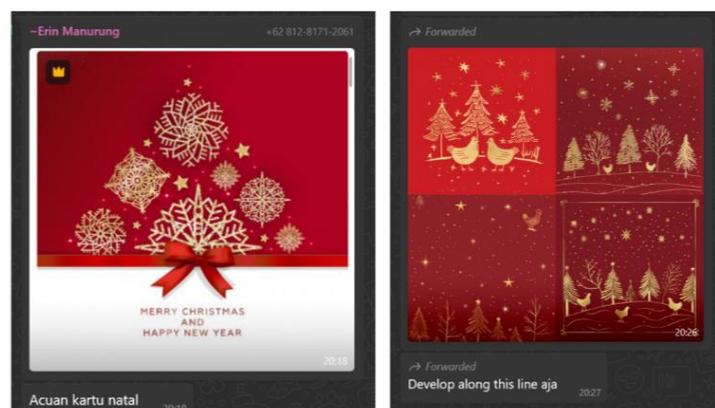


Gambar 3. 41 Digitalisasi Kartu Natal

Dalam melakukan digitalisasi penulis menggunakan *software Adobe Illustrator* dengan pengaturan warna CMYK untuk memaksimalkan hasil warna yang akan dicetak oleh percetakan.

4. Revisi

Terdapat beberapa revisi pada desain yang telah dibuatkan sebelumnya. Revisi meliputi gaya visual dan kesesuaian dengan konsep yang telah ditentukan yaitu ayam. Maka dari itu, penulis melakukan revisi pada kartu natal sesuai dengan arahan bahwa desain harus mengacu pada gambar berikut.



Gambar 3. 42 *Brief* Revisi Kartu Natal

Akhirnya penulis melakukan desain ulang untuk mendapatkan hasil sesuai dengan arahan yang ada.



Gambar 3. 43 Desain Akhir Kartu Natal

Dan akhirnya untuk desain terbaru sudah diterima oleh Direktur Marketing. Untuk desain terbaru ini penulis mengganti warna yang sebelumnya menjadi warna merah *vibrant*.



Gambar 3. 44 Warna Kartu Natal

Hal tersebut dilakukan karena menyesuaikan dengan permintaan divisi yang bersangkutan dengan alasan agar warna tidak pudar atau pucat saat dicetak secara *offset*.

5. Implementasi Media

Selanjutnya penulis mengimplementasikan pada *mock up* yang telah dilakukan, dengan tujuan agar memudahkan diskusi dengan pihak – pihak eksternal saat melakukan negosiasi dan pertukaran ide.



Gambar 3. 45 *Mock Up* Kartu Natal

3.3.2 Kendala yang Ditemukan

Beberapa kendala yang penulis alami selama program kerja magang ini adalah sebagai berikut:

1. Pekerjaan yang menumpuk karena banyak sekali kebutuhan desain dari berbagai divisi dengan waktu yang cukup singkat
2. Mengadaptasi diri dengan lingkungan yang selalu baru, karena berada dalam divisi Digital Marketing, penulis sering melakukan interaksi dengan banyak orang dengan berbagai status.
3. Jadwal yang diberikan kurang flexibel sebagai pekerja magang yang masih dibawah naungan kampus

3.3.3 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Solusi dari kendala yang penulis hadapi sebagai bentuk pelajaran atau pengalaman baru bagi penulis adalah sebagai berikut:

1. Mencicil pekerjaan yang diberikan agar tidak menumpuk dan menggunakan waktu bekerja dengan seefisien mungkin.
2. Belajar untuk membuka diri terhadap lingkungan baru sebagai proses pembelajaran bagi penulis
3. Meminta izin untuk waktu hari kerja jika memiliki urusan dengan kampus.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A