

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

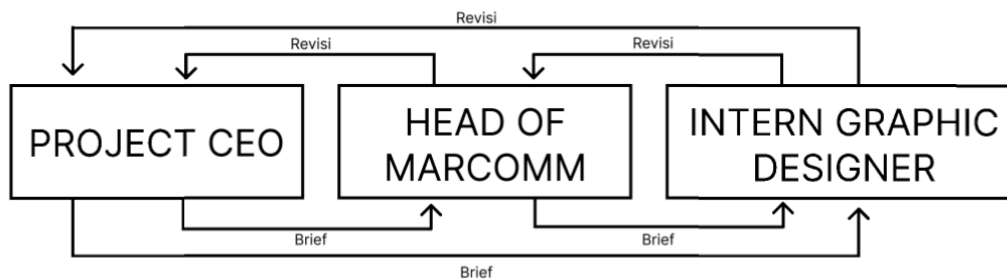
Selama melakukan kerja magang di PT. Cipta Harmoni Lestari sebagai *intern* desain grafis di divisi *Marketing and Communication*, penulis telah mendapatkan kepercayaan untuk mengerjakan keperluan visual pada proyek perumahan terbaru CHL yaitu BIO District yang *launching* pada tanggal 26 April 2024. Posisi dan alur koordinasi penulis sebagai *Intern* desain grafis pada PT. Cipta Harmoni Lestari dapat dijabarkan sebagai berikut ini

3.1.1 Kedudukan

Pada kerja magang ini penulis bekerja sebagai *graphic designer* di divisi *Marketing & Communication* PT. Cipta Harmoni Lestari dan bekerja di proyek terbaru CHL yaitu BIO District. Penulis memiliki tugas dan tanggung jawab untuk menyediakan keperluan visual pada berbagai macam media promosi yang digunakan untuk mendukung *marketing* dari BIO District sebelum dan sesudah *launching*. Media promosi yang penulis kerjakan mencakup media online, media *indoor*, dan juga *media outdoor*. Penulis juga memiliki tanggung jawab untuk menjaga konsistensi dari visual yang dihasilkan untuk promosi BIO District agar selaras dengan lorong visual yang telah dibuat sebelumnya.

3.1.2 Koordinasi

Untuk mencapai suatu tujuan diperlukan koordinasi yang baik antar anggota tim dan juga divisi lainnya. Alur koordinasi dan proses pengerjaan tugas divisi *Marketing and Communication* di PT.Cipta Harmoni Lestari terutama di proyek BIO District dapat dijabarkan sebagai berikut ini:



Gambar 3.2 Bagan Alur Koordinasi

Pada alur koordinasi ini *Project CEO* adalah pemimpin utama dalam proyek ini yang akan memastikan proyek ini berjalan dengan lancar. *Head of Marketing and Communication* memiliki tugas untuk menyusun dan mengelola segala hal yang menyangkut dengan materi, program, serta media yang akan digunakan untuk mempromosikan dan memasarkan BIO District kepada publik. Koordinasi dalam divisi *Marketing and Communication* dimulai dari *Project CEO* yang memberikan brief kepada *Head of Marcomm* lalu kemudian *Head of Marcomm* akan menyusun materi dan strategi yang akan digunakan untuk membuat konten *marketing* BIO District.

Setelah adanya materi dan strategi disusun, *Head of Marcomm* akan memberikan *brief* kepada *graphic design intern* untuk membuat visualisasi dari materi yang telah diberikan agar materi tersebut dapat terlihat lebih menarik untuk dipasarkan kepada konsumen dan juga audiens. Proses *graphic design intern* dalam membuat visual ini dimulai dari awal yaitu riset ide dan konsep, hingga menentukan elemen desain yang akan digunakan untuk memvisualisasikan materi yang telah diberikan seperti pemilihan *font*, warna, *layout*, dan sebagainya.

3.2 Tugas yang Dilakukan

Selama melakukan kerja magang, penulis mendapatkan banyak tugas untuk dikerjakan. Tugas-tugas tersebut dapat dijabarkan ke dalam tabel berikut ini.

Tabel 3.1 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Magang

No.	Minggu	Proyek	Keterangan
1	Minggu 1 (25 Jan – 2 Feb 2024)	<i>Introduction</i>	
		Media Cetak	Membuat desain <i>Hoarding wall</i> 9 titik
		Merchandise	Membuat desain dan Mockup merchandise
		Office Collateral Media BIO District	Membuat Mockup collateral media kantor (Map, Folder, Kwitansi).
		Logo BIO District	Melakukan <i>brainstorming</i> dan eksplorasi logo <i>lettermark</i> 'BD'
		Aset Desain BIO District	Membuat Directional Maps BIO District
		PPT	Membuat PPT Progress kerja divisi <i>Marketing Communication</i> BIO District.
2	Minggu 2 (5 Feb – 12 Feb 2024)	Aset Desain BIO District	Melakukan detailing serta editing Site Plan BIO District untuk keperluan marketing
		Media Digital	Membuat E-Brochure <i>landscape</i> dan <i>portrait</i> .
		Media Cetak	Membuat mockup Hoarding wall
		Aset Desain BIO District	Membuat rute KRL dengan warna sesuai warna BIO District Melakukan revisi dan detailing pada directional maps BIO District
3	Minggu 3 (13 Feb – 19 Feb)	Media Cetak	Melakukan revisi pada desain Hoarding wall dan membuat mockup. Membuat desain Hoarding wall ukuran 30 x 6m dan 5 x 2,5m
		Media Digital	Melakukan revisi dan penambahan konten pada <i>E-Brochure</i>

		Aset Desain BIO District	Melakukan revisi pada directional maps BIO District, dan menambahkan detail lokasi di sekitar BIO District.
4	Minggu 4 (20 Feb – 27 Feb)	Media Cetak	Melakukan revisi warna dan icon pada directional maps BIO District.
			Membuat dan melakukan revisi pada desain untuk brosur lipat
			Membuat dan melakukan revisi desain untuk flyer
		Media Digital	Membuat Storyboard untuk animasi maps BIO District
			Melakukan revisi dan penambahan copywriting baru pada E-Brochure
			Membuat sketsa dan desain awal dari UI Website BIO District
			Membuat desain invitation untuk principal gathering
5	Minggu 5 (28 Feb – 5 Mar 2024)	Media Digital	Melakukan revisi E-Brochure dengan menambahkan <i>copywriting</i> dan meng- <i>update</i> gambar
			Melakukan revisi pada alur informasi website bagian Homepage
		Media Cetak	Melakukan revisi layout pada brosur lipat dan flyer
			Membuat desain billboard materi teaser ukuran 5 x 17m dan 9,4 x 6m
6	Minggu 6 (6 Mar – 12 Mar 2024)	Media Cetak	Melakukan revisi pada desain Flyer dan Brosur lipat
			Membuat desain alternatif Hoarding wall
			Membuat desain Spanduk 1x6m dan 1x4m

			Melakukan plotting placement untuk Hoarding wall dan Flag
		Media Digital	Melakukan revisi pada UI <i>website</i> serta alur informasinya
			Melakukan <i>update</i> pada E-Brochure
7	Minggu 7 (13 Mar – 19 Mar 2024)	Aset Desain BIO District	Melakukan revisi dan detailing pada directional maps BIO District
		Media Cetak	Melakukan revisi pada desain spanduk dan baliho
			Melakukan revisi dan <i>update</i> pada desain brosur dan flyer
			Membuat desain banner dengan ukuran 4 x 3,25m
		Media Digital	Melakukan <i>update</i> pada desain E-Brochure
			Membuat desain Coming Soon untuk Website BIO District dengan ukuran <i>mobile</i> dan <i>desktop</i> .
			Membuat desain invitation Principal Gathering
			Membuat PPT untuk Principal Gathering
8	Minggu 8 (20 Mar – 27 Mar 2024)	Media Cetak	Membuat desain roll up banner dengan ukuran 120 x 60 cm untuk kebutuhan Principal Gathering
			Membuat desain untuk spanduk kain dengan ukuran 1x6m
			Membuat desain T-Banner directional
		Media Digital	Melakukan revisi tanggal pada invitation Principal Gathering
			Melakukan revisi pada alur informasi di PPT Principal Gathering

			Membuat desain UI website untuk halaman 'About the Architect'
9	Minggu 9 (28 Mar – 4 Apr 2024)	Media Cetak	Melakukan revisi pada Hoarding wall titik A dan G
			Membuat design hoarding wall ukuran 8 x 2m
			Membuat design roll up banner Materi Teaser
			Membuat design billboard ruko Principal Agent
			Melakukan Revisi pada design spanduk 1 x 6m
		Media Digital	Melakukan revisi dan update materi pada UI website BIO District
			Melakukan revisi pada design PPT Principal Agent
			Membuat desain ucapan paskah
			Membuat desain ucapan selamat lebaran untuk majalah
			Membuat desain kartu nama agent in-house BIO District
10	Minggu 10 (5 Apr – 11 Apr 2024)	Media Cetak	Melakukan revisi pada brosur lipat
			Membuat desain banner ukuran 3x2m
			Membuat desain nomor priority pass
		Media Digital	Membuat desain ucapan idul fitri
11	Minggu 11 (12 Apr – 18 Apr 2024)	Media Digital	Membuat desain invitation Grand Product Knowledge
			Membuat PPT untuk Grand Product Knowledge
			Membuat desain wallpaper Google Nest untuk Show Unit

		Media Cetak	Membuat desain Information Signage ukuran A3
			Melakukan revisi pada siteplan
			Membuat mockup desain kaos BIO District
			Membuat design hoarding titik G
12	Minggu 12 (19 Apr – 25 Apr 2024)	Media Digital	Melakukan revisi pada UI Website bagian informasi tipe rumah
			Melakukan revisi pada PPT PK
			Update E-Brochure
		Media Cetak	Membuat desain NUP Card
			Membuat desain Billboard Materi NUP
			Membuat desain poster kantor
			Membuat desain cue card untuk MC
			Membuat design sign IN & OUT
			Membuat desain sign admin, registrasi, dan kasir
			Membuat desain belt botol air
Membuat desain ID card crew parkir			
Membuat Desain Buku Tamu			
Membuat desain banner ukuran 2,67 x 2,67m			
13	Minggu 13 (26 Apr – 3 May 2024)	Menghadiri Grand Product Knowledge BIO District	
		Media Digital	Membuat desain Open House Invitation tanggal 27 April
			Membuat PPT Mekanisme pemesanan konsumen
			Membuat desain untuk Hari Buruh

			Membuat desain Register NUP
		Media Cetak	Membuat Desain sign “Do Not Sit Here”
			Membuat desain Information Sign Show Unit
			Membuat desain kwitansi
			Membuat desain T-Banner Materi NUP
			Membuat Desain Spanduk Materi NUP
			Membuat desain FnB Coupon
			Membuat layout design Site plan untuk marketing gallery
14	Minggu 14 (4 May – 10 May 2024)	Media Digital	Membuat desain Invitation Open House tanggal 9 -12 Materi Test Drive BYD
			Membuat desain Invitation Coffee Morning
			Membuat desain Hari Kenaikan Yesus
			Membuat PPT Konsumen
		Media Cetak	Membuat desain T-Banner materi Test Drive BYD
			Membuat T-Banner Materi Test Drive Harley Davidson
			Membuat desain poster Site Plan
			Membuat desain poster Bird Eye
15	Minggu 15 (11 May – 17 May 2024)	Media Cetak	Membuat Mockup Seragam BIO District
		Media Digital	Membuat desain konten sosial media
			Membuat desain Invitation Launching Show Unit Type B

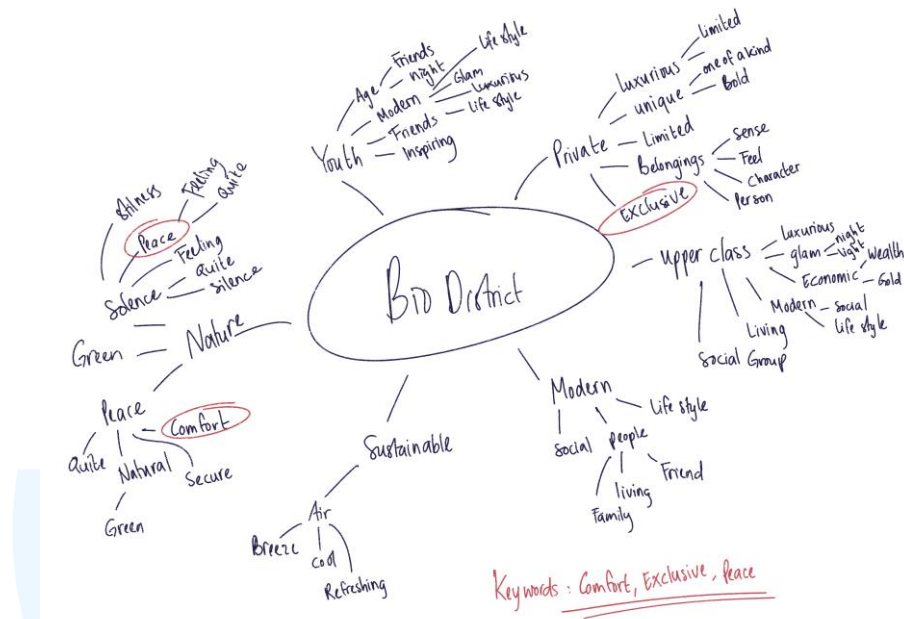
			Membuat desain template IG
16	Minggu 16 (18 May – 20 May 2024)	Media Cetak	Membuat desain Spanduk materi Unit Selection
			Membuat desain Billboard Materi Unit Selection
			Melakukan revisi pada desain T- Banner Materi Test Drive Harley Davidson
		Media Digital	Membuat desain konten sosial media
			Membuat desain Invitation Unit Selection
	Menghadiri Indonesia Property&Bank Awards		

3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Selama kurang lebih 5 bulan penulis diberikan kepercayaan untuk mengerjakan beberapa proyek selama melakukan praktik kerja magang di PT. Cipta Harmoni Lestari. Proses pelaksanaan tugas kerja magang yang penulis lakukan dapat dijabarkan sebagai berikut ini.

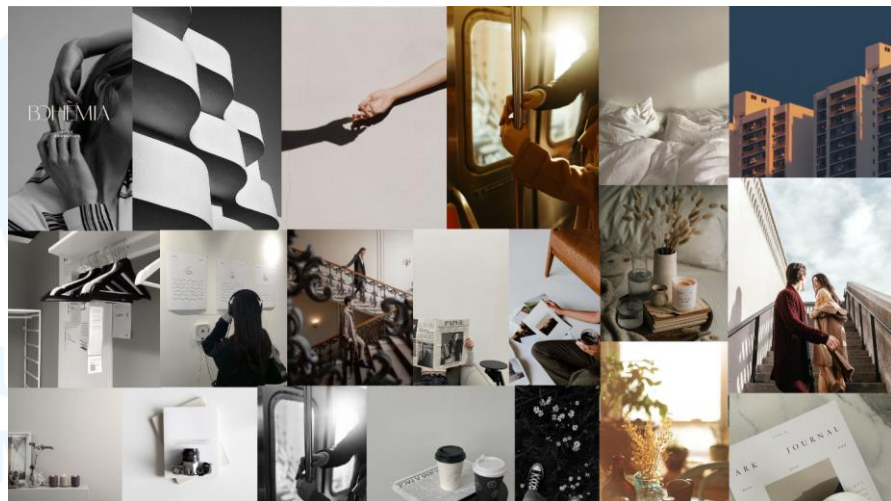
3.3.1 Proses Pelaksanaan

Penulis banyak mendapatkan pengalaman selama melaksanakan kerja magang di PT. Cipta Harmoni Lestari termasuk pengalaman dalam mengerjakan tugas yang telah diberikan kepada penulis. Sebelum memulai pengerjaan tugas, hal pertama yang penulis lakukan adalah membuat *mind mapping* BIO District untuk keseluruhan proyek sehingga dalam pengerjaan karya penulis tidak akan lari dari lorong visual dan juga *keywords* yang sudah didapatkan dari *mindmap* ini. Melalui *mindmap* ini penulis menemukan tiga kata kunci yaitu, *comfort*, *exclusive* dan *peace*.



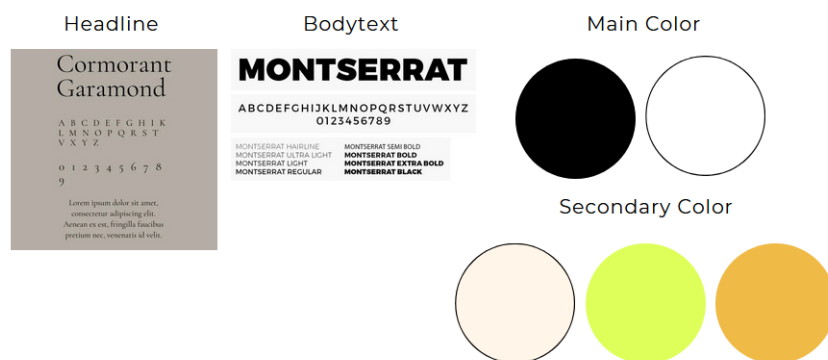
Gambar 3.2 Mind Mapping BIO District

Berdasarkan *keywords* yang ada penulis kemudian membuat *moodboard* BIO District. *Moodboard* ini berguna bagi penulis dalam memvisualkan *keywords* yang ada, dan memudahkan penulis dalam proses desain setiap karya.



Gambar 3.3 Mood Board BIO District

Setelah membuat *moodboard* penulis kemudian diberikan *keyvisual* serta lorong visual yang perlu penulis ikuti dalam membuat desain untuk keperluan *marketing* BIO District.



Gambar 3.4 Tipografi dan Warna

Tipografi yang penulis gunakan adalah perpaduan antara *Serif* dan *Sans Serif*. Untuk bagian *headline*, penulis menggunakan *typeface* Cormorant Garamond. Sementara pada bagian *body text*, penulis menggunakan *typeface* montserrat. Hal ini penulis lakukan untuk menyesuaikan konsep yang diberikan oleh pihak perusahaan dan juga menyelaraskan dengan *keyvisual* yang sudah ada dari *consultant design*.

Pemilihan warna yang penulis gunakan berdasar kepada *key visual* dan juga lorong visual dari proyek BIO District yaitu hitam dengan aksen *lime green*. C.S Jones (2015) dalam bukunya yang berjudul *Anything But Neutral* menjelaskan bahwa warna hitam menggambarkan keanggunan, kecanggihan, dan kemakmuran. Hal ini sejalan dengan konsep dari BIO District yang menonjolkan kecanggihan serta desain yang elegan dan dinamis. Stone, Adam, & Morioka (2008) juga menjelaskan bahwa warna hitam dapat memberikan kesan yang *bold* dan berani serta menggambarkan kekuatan. Selain penggunaan warna hitam dan *lime green*, terdapat aksen warna *gold* yang diletakkan di setiap desain promosi untuk BIO District. Aksen warna *gold* ini menjadi representasi Cipta Harmoni Lestari sebagai *developer* dari BIO District.

Penulis dapat menguraikan beberapa proyek dan karya yang penulis lakukan selama melakukan kerja magang beserta dengan dokumentasi prosesnya sebagai berikut ini:

3.3.1.1 Brosur Lipat dan Flyer untuk BIO District

Brosur lipat dan *flyer* menjadi salah satu media cetak yang umum digunakan sebagai salah satu media untuk memasarkan barang. Penulis mendapatkan tugas untuk membuat desain brosur lipat dan *flyer* untuk mendukung promosi *launching* BIO District.

Penulis kemudian melanjutkan proses ke tahap pengerjaan desain yang terbagi atas dua sesi. Pengerjaan tersebut dapat dijabarkan sebagai berikut ini:

A. Brosur Lipat

Brosur lipat menjadi media yang paling umum digunakan dan diminta oleh konsumen dalam proses untuk membuat keputusan dalam membeli rumah. Oleh karena itu, penulis diminta untuk membuatkan BIO District brosur lipat yang dapat diberikan dan dibagikan kepada konsumen. Proses perancangan karya ini dapat dijelaskan kedalam beberapa tahapan desain yaitu:

1. *Brief* Desain

Penulis mendapatkan *brief* dari *supervisor* secara langsung yang kemudian penulis catat poin-poin utama yang diinginkan.

Brosur Lipat (80x30cm)

- Informasi jelas
- Fasat, gerbang, clubhouse, upvalue
- Maps, waktu
- Denah rumah
- Keterangan denah

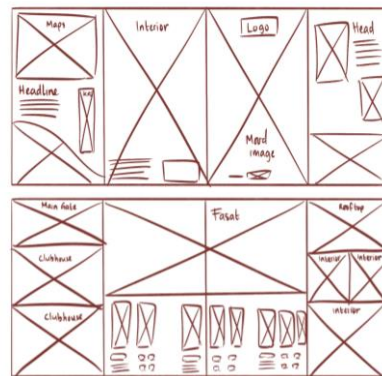
Gambar 3.5 *Brief* Brosur Lipat

Secara umum desain brosur lipat yang diinginkan adalah brosur lipat yang memuat banyak informasi dan gambar, sehingga brosur lipat akan padat dengan informasi. Hal ini diinginkan oleh *supervisor* dan

Project CEO agar konsumen mendapatkan informasi yang mereka butuhkan.

2. Proses Desain dan Digitalisasi

Setelah mendapatkan *brief* desain penulis kemudian memvisualkan *brief* tersebut kedalam bentuk sketsa. Sketsa penulis buat secara digital dan digunakan untuk menentukan *layout* dari brosur lipat ini.



Gambar 3.6 Sketsa Layout Brosur Lipat

Layout dari brosur lipat yang penulis buat memadatkan informasi penting di bagian dalam brosur, sehingga akan lebih memudahkan agent dalam menjelaskan produk kepada konsumen. Setelah sketsa di setuju oleh *supervisor* dan *Project CEO*, penulis kemudian melanjutkan proses ke tahap digitalisasi karya menggunakan aplikasi Figma.

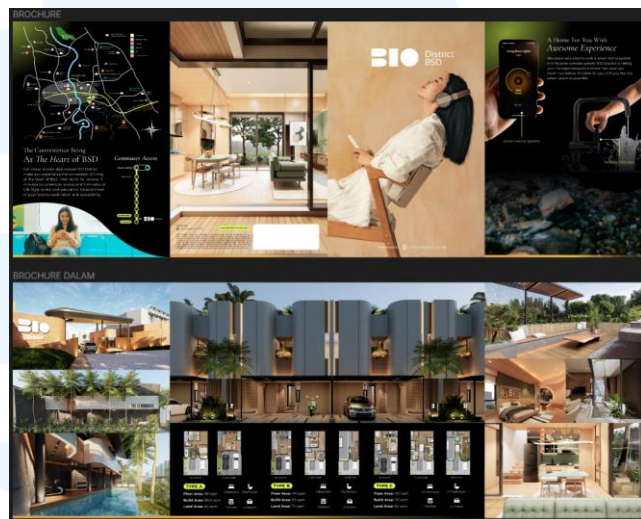


Gambar 3.7 Proses Desain Brosur Lipat

Penulis menggunakan *modular grid* dalam proses digitalisasi karya brosur lipat tersebut. Setelah proses digitalisasi selesai, penulis mengajukannya kepada *supervisor* dan disetujui.

3. Revisi dan Hasil Akhir

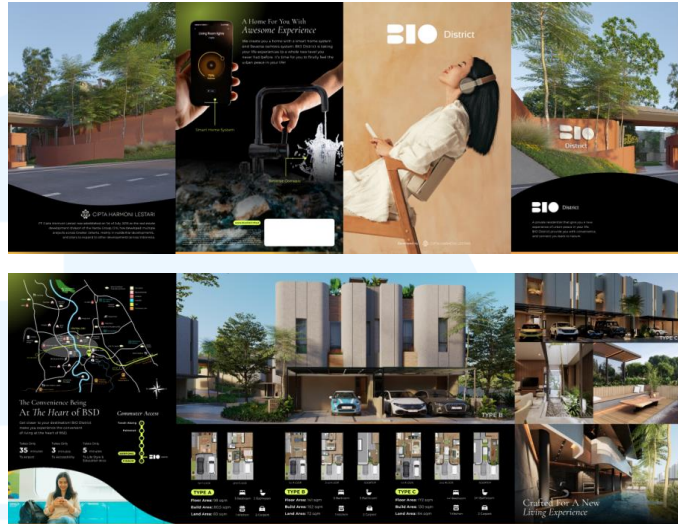
Desain awal yang penulis buat diajukan kepada *project CEO* untuk dievaluasi ulang.



Gambar 3.8 Draft Awal Brosur Lipat

Berdasarkan Setelah penulis menunjukkan desain tersebut, penulis mendapatkan revisi bahwa sebaiknya informasi perlu dipadatkan di bagian dalam brosur. Penulis melakukan revisi sehingga *layout* desain berubah menjadi halaman tengah berisikan *imagery* gerbang utama BIO District dan penjelasan kecil mengenai BIO District di sisi kiri dan mengenai Cipta Harmoni Lestari di sisi kanan. Pada bagian dalam brosur lipat penulis meletakkan peta lokasi dan *copywriting* di sisi kiri, kemudian bergerak ke kanan penulis memadatkan informasi mengenai *layout* rumah BIO District dan di halaman paling kanan penulis letakkan foto-foto berupa *clubshouse*, fasad, serta interior. Bagian Belakang dari brosur ini

berisikan informasi *Up Value* yang BIO District tawarkan kepada konsumen.



Gambar 3.9 Desain Final Brosur Lipat

Desain final hasil revisi yang penulis lakukan diterima oleh *supervisor*. Tahap selanjutnya adalah pemilihan bahan dari brosur lipat yang ditentukan melalui *meeting* bersama dengan Project CEO, *Head of Marcomm*, dan *Head of Purchasement* lalu dilanjutkan dengan proses cetak.

B. Flyer

1. Brief Desain

Brief yang diberikan untuk desain *flyer* datang bersama dengan *brief* brosur lipat secara lisan, oleh karena itu penulis juga mencatat *brief* tersebut ke dalam poin-poin penting.

Flyer 2 muka (A4)

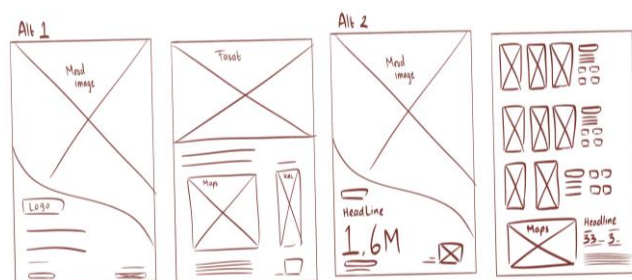
- Informasi padat
- Maps kecil
- Fasat
- Layout rumah
- Informasi layout rumah
- Hard selling

Gambar 3.10 *Brief Flyer*

Penulis diminta untuk membuat *flyer* dengan *copywriting hard selling* dan memuat informasi mengenai tipe-tipe rumah pada sisi belakang *flyer*.

2. Proses desain dan digitalisasi

Berdasarkan *brief* yang diterima, penulis kemudian membuat sketsa untuk menentukan *layout* dari desain *flyer* yang akan dibuat.



Gambar 3.11 Sketsa *Layout Flyer* Dua Sisi

Melalui sketsa tersebut, penulis kemudian melakukan asistensi kepada *supervisor* yang kemudian alternatif dua disetujui untuk di digitalisasikan.



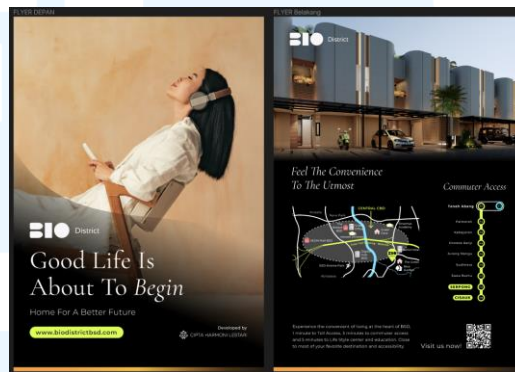
Gambar 3.12 Proses Desain *Flyer* Dua Sisi

Proses digitalisasi penulis lakukan dengan aplikasi Figma. *Layout* dari *flyer* pada halaman depan penulis berfokus kepada *imagery* dan harga dari produk BIO

District, penulis juga menyisipkan barcode yang bisa konsumen *scan* dan akan menunjukkan arah jalan menuju lokasi BIO District. Pada bagian belakang *flyer* penulis memadatkan informasi mengenai *layout* rumah serta waktu dari BIO District menuju lokasi-lokasi yang biasa dikunjungi oleh konsumen.

3. Revisi dan Hasil Akhir

Hasil digitalisasi awal yang penulis lakukan mendapatkan revisi dari *project CEO*.



Gambar 3.13 Draft Awal Flyer Dua Sisi

penulis mendapatkan revisi bahwa desain harus memiliki unsur *hard selling*. Penulis melakukan revisi dengan mengubah komposisi *layout* dari desain awal *flyer* ini.



Gambar 3.14 Desain Final Flyer Dua Sisi

Setelah dilakukannya revisi, *project* CEO kemudian melakukan *approval*, dan dilanjutkan ke tahap percetakan oleh tim *purchasement*.

3.3.1.2 Billboard untuk BIO District

Proyek selanjutnya yang penulis terima adalah desain *billboard* untuk mempromosikan BIO District. Penulis diminta untuk membuat desain *billboard* dengan dua ukuran berbeda yaitu 5 x 17m dan 9,4 x 6m yang akan di letakkan di dua lokasi berbeda.

Penulis menggunakan *mind mapping* dan kata kunci yang telah ditentukan sejak awal. Penulis juga menggunakan warna serta *mood* yang sama sesuai dengan *key visual* dan lorong visual yang telah ditentukan sebelumnya. Oleh karena itu, penulis melanjutkan proses pembuatan desain dengan mencari referensi yang bisa penulis gunakan dalam pembuatan karya ini.



Gambar 3.15 Referensi desain Billboard

Proyek *Billboard* untuk BIO District ini terbagi atas dua fase materi desain yang dapat dijabarkan sebagai berikut ini.

A. Materi Teaser

1. Brief desain

Pada materi *teaser* penulis mendapatkan *brief* secara lisan yang kemudian penulis catat setiap poin-poin penting dalam *brief* tersebut.

Billboard Teaser (5x17m & 9,4x6m)

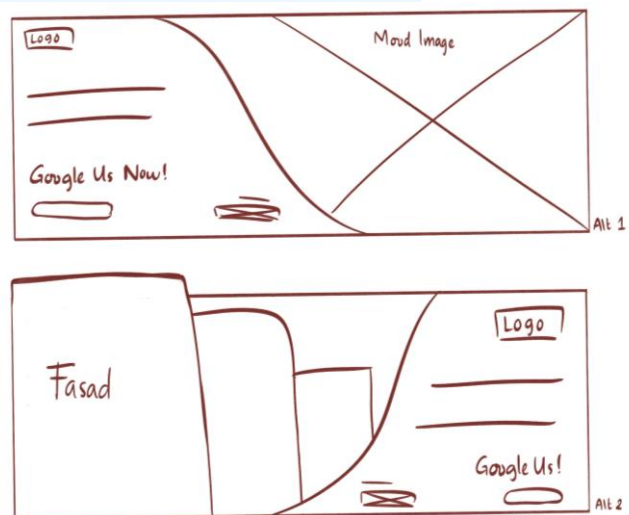
- Soft selling
- Tagline
- Use main imagery brown
- Google us
- Logo
- Website

Gambar 3.16 *Brief* Billboard Materi *Teaser*

Penulis diminta untuk membuat desain *billboard soft selling* dengan konsep yang menyesuaikan *keyvisual* dan menggunakan *tagline* sebagai *copywritingnya*.

2. Proses Desain dan Digitalisasi

Setelah mendapatkan *brief*, penulis melanjutkan proses dengan membuat sketsa untuk desain *billboard* BIO District.



Gambar 3.17 Sketsa Layout Billboard

Penulis memberikan dua alternatif sketsa, dan yang dipilih untuk dilanjutkan adalah alternatif pertama. Berdasarkan keputusan tersebut penulis melanjutkan ketahap digitalisasi karya. Proses digitalisasi penulis lakukan di aplikasi *Figma* dengan menggunakan *modular grid*. Penggunaan *modular grid* dapat memudahkan penulis dalam melakukan *layout* pada proses digitalisasi karya.



Gambar 3.18 Proses Desain Billboard *Teaser*

Melalui hasil digitalisasi tersebut penulis mengajukannya kepada *supervisor* dan disetujui untuk diajukan kepada *project* CEO.

3. Revisi dan Hasil Akhir

Design awal yang penulis ajukan kepada *project* CEO mendapatkan revisi. Pada awalnya penulis membuat desain untuk *Billboard* berukuran 5 x 17m dengan desain berfokus pada sisi kiri dan pada sisi kanan diisi dengan *imagery* utama dari BIO District. Namun penulis mendapatkan revisi bahwa sebaiknya desain berfokus pada sisi kanan agar lebih mudah terlihat oleh pengendara. Penulis juga mendapatkan revisi bahwa logo harus berukuran besar dan terdapat ajakan untuk audiens mencari apa itu BIO District.



Gambar 3.19 Draft Awal Desain Billboard *Teaser*

Berdasarkan revisi tersebut penulis mengubah *layout* dari desain yang telah diajukan sebelumnya. Hasil revisi yang penulis lakukan diterima sehingga penulis diminta untuk melanjutkan ke tahap *resize* untuk membuat *billboard* dengan versi ukuran 9,4x6m yang akan diletakkan didepan kantor *Marketing Lounge* milik CHL.



Gambar 3.20 Desain Final Billboard 5 x 17m



Gambar 3.21 Desain Final Billiard 9,4 x 6m

B. Materi *Priority Pass*

Fase kedua dalam proyek *billboard* ini dilakukan dua hari sebelum *Grand Product Knowledge* BIO District dilakukan.

1. *Brief* Desain

Billboard Priority Pass (5x17m x 9,4x6m)

- Hard sell copy
- Website
- Use secondary image
- Big logo

Gambar 3.22 *Brief* Billboard *Priority Pass*

Penulis mendapatkan *brief* untuk membuat desain *billboard* dengan materi utama adalah promosi *priority pass* yang akan dijual saat *grand product knowledge*.

2. Perancangan Desain dan Digitalisasi

Melalui *brief* tersebut penulis membuat draft desain dan alternatifnya. Draft desain yang penulis buat merupakan turunan desain dari desain billboard materi sebelumnya yaitu materi *Teaser*.



Gambar 3.23 Alternatif Desain Billboard Materi *Priority Pass*

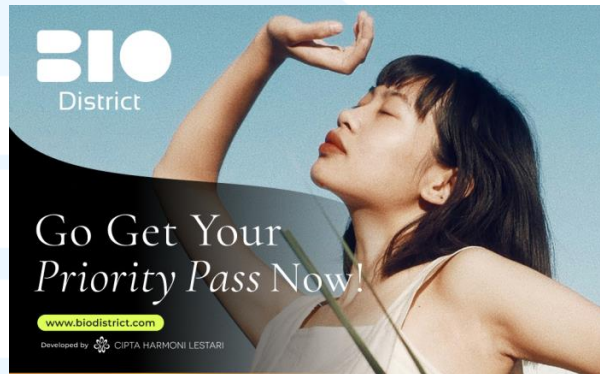
Pada desain ini, *Project CEO* memilih desain penulis yang menggunakan *headline* mengajak berupa “*Go Get Your Priority Pass Now!*”. Sementara image yang ingin digunakan adalah *main image 2*. Logo yang digunakan tetap memiliki ukuran yang besar dan menonjol, sementara pada bagian bawah terdapat alamat website dari BIO District. *Background* yang digunakan berupa gradasi hitam dengan bentuk dinamis pada bagian kanan desain dan pada bagian kiri dipenuhi dengan *imagery* dari BIO District mengikuti *key visual* yang ada. Desain yang penulis berikan tidak mendapat revisi dan langsung disetujui oleh *supervisor* dan *Project CEO*. Oleh karena itu penulis melanjutkan proses dengan membuat turunan desain berukuran 9,4 x 6m.

3. Revisi dan Hasil Akhir

Revisi yang penulis dapatkan adalah pergantian foto yang digunakan. *Project CEO* menginginkan foto yang digunakan adalah foto *secondary imagery* yang diberikan oleh *consultan design*. Setelah melakukan revisi, hasil yang diajukan disetujui oleh *project CEO* sehingga penulis dapat melanjutkan proses ke tahap *resize* media menjadi ukuran 9,4x6m.



Gambar 3.24 Desain Final Billboard 5 x 17m *Priority Pass*



Gambar 3.25 Desain Final Billboard 9,4 x 6m *Priority Pass*

3.3.1.3 UI *Website* untuk BIO District

Pada kerja magang ini penulis juga diberikan kesempatan untuk membuat UI *website* dari BIO District. *Website* berguna untuk memuat data yang lebih lengkap namun mudah untuk diakses dari mana saja dan kapan saja oleh konsumen.

1. *Brief* Desain

Website BIO District

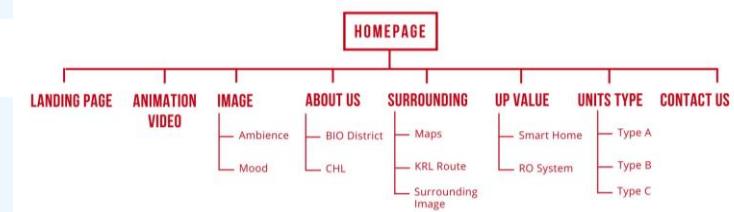
- Alur harus terbaca
- Informasi rumah last
- Membangun mood audience
- Informasi lengkap
- *One stop web*
- Contact lengkap

Gambar 3.26 *Brief* UI Web BIO District

Penulis diberikan *brief* untuk membuat sebuah *user interface* dari *website* BIO District dengan ukuran *desktop* dan tema dan mood yang sudah ditentukan dari *key visual* proyek BIO District.

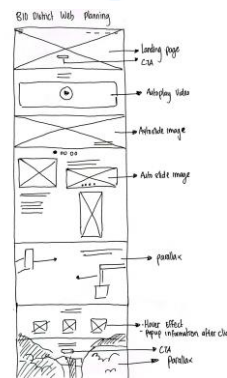
2. Proses Desain dan Digitalisasi

Tahap pertama yang penulis lakukan untuk memulai perancangan ini adalah membuat *Information Architecture*. Pembuatan *information architecture* mendapatkan beberapa kali revisi untuk menyesuaikan dengan brief dan konten yang diinginkan. Setelah *information architecture* yang telah penulis revisi diajukan kepada *supervisor* dan diterima penulis melanjutkan proses ke tahap selanjutnya yaitu menentukan ide dan konsep sesuai dari kata kunci BIO District yaitu *peace, comfort, dan exclusive*.



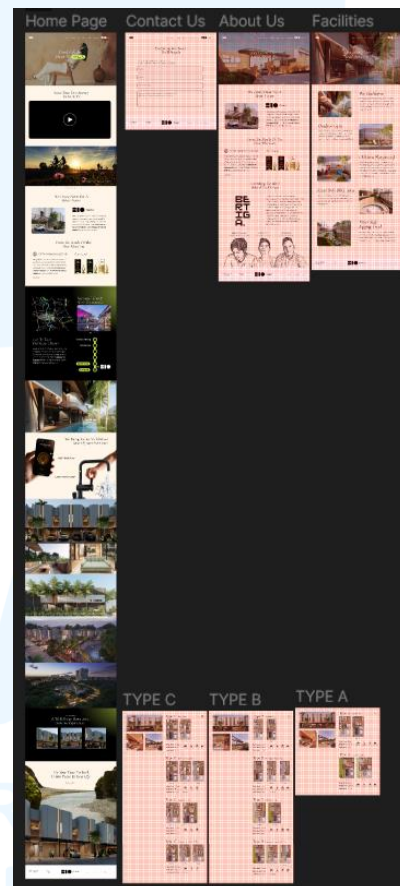
Gambar 3.27 *Information Architecture* Web BIO District

Penulis melanjutkan ke tahap selanjutnya yaitu, pembuatan *low fidelity* dari UI *website* ini. Penulis memutuskan bahwa *website* ini akan memuat banyak informasi penting yang ingin konsumen ketahui ketika mengunjungi *website* ini, sehingga susunan dan alur informasi pada *website* ini sangat perlu diperhatikan. *Supervisor* menyetujui *low fidelity* yang penulis buat.



Gambar 3.28 *Low Fidelity* Web BIO District

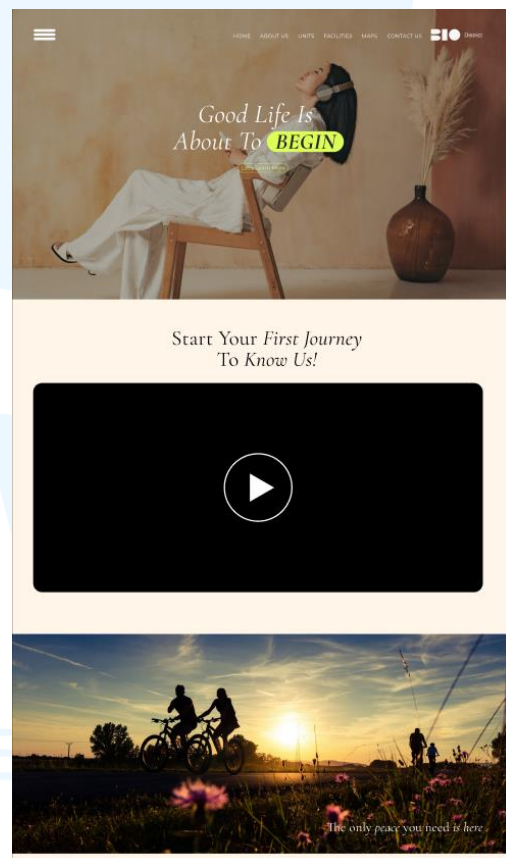
Berdasarkan *low fidelity* yang ada penulis beranjak ke tahap selanjutnya yaitu membuat *high fidelity* dari UI *website* BIO District ini. Penulis menggunakan *modular grid* untuk menyusun *layout* dari UI *website* ini. Pada perancangan ini penulis memilih warna *cream* sebagai warna dasar dari *website* ini, penulis memilih warna ini untuk menunjukkan kesan yang nyaman bagi *audiens* yang berkunjung ke *website* ini. Penggunaan font penulis samakan dengan *key visual* yaitu font dengan jenis *Serif* untuk *headline* dan *sans serif* untuk *body copy*.



Gambar 3.29 Proses Perancangan UI Web BIO District

Pada bagian *header website* terdapat beberapa opsi menu yang dapat pengunjung pilih di bagian kanan, sementara pada bagian kiri terdapat *burger button* untuk mengakses menu yang lebih lengkap lagi. *Homepage website*

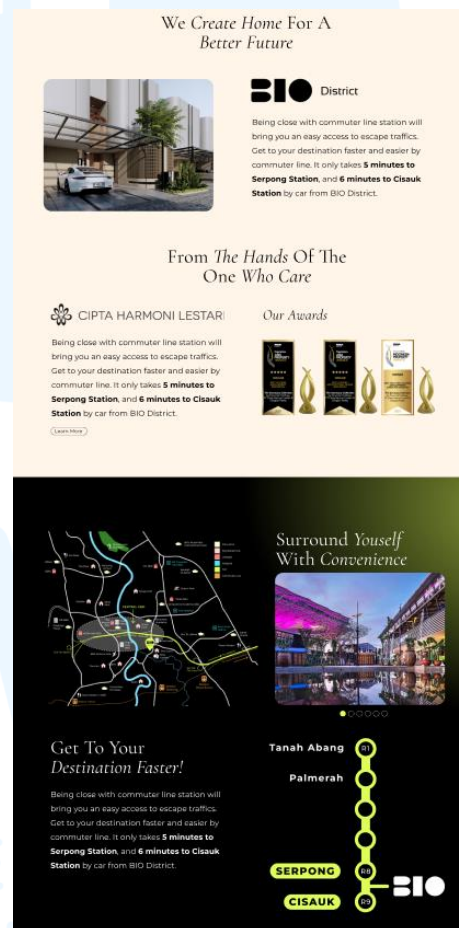
berisikan *imagery* BIO District dan juga *tagline* dari BIO District serta CTA yang berguna untuk mengajak audiens menjelajahi konten website lebih jauh lagi. Setelah melwati *homepage* audiens akan disambut dengan *sub-homepage* pertama yang berisikan video animasi BIO District yang ketika di klik akan langsung membawa audiens ke laman YouTube tempat video tersebut tersedia. *Sub-Homepage* kedua berisikan *mood image* dengan animasi *auto slide*. *Mood image* yang ditampilkan berguna untuk membangun emosi audiens terhadap konsep dari BIO District.



Gambar 3.30 Landing Page, Video, Mood Image

Setelah menampilkan *mood image*, terdapat perkenalan apa itu BIO District dan siapa *developernya* kepada audiens, pada bagian perngenan *developer* terdapat

CTA yang akan mengarahkan langsung audiens ke *website* CHL agar audiens dapat mengenali CHL lebih jauh lagi. Kemudian konten *website* dilanjutkan dengan peta lokasi dan juga rute KRL. Pada bagian ini penulis memasukan foto-foto lokasi di sekitar BIO District dengan menggunakan animasi *auto slide*. Penulis kemudian memasukan *image The Clubhouse* milik BIO District sebagai pembatas antara konten sebelumnya dengan konten baru yaitu *Up Value*.



Gambar 3.31 *About Us* dan *Surrounding Location*

Pada bagian *Up Value* penulis tidak menjeaskan terlalu banyak mengenai produknya, namun penulis menggantinya dengan visual berupa foto-foto representatif dari barang *Up Value* tersebut berupa *Smart*

Home System dan juga *Reverse Osmosis System*. Setelah menjelaskan *Up Value* terdapat foto-foto berupa fasad hingga tampak atas dari perumahan BIO District. Hal ini memiliki fungsi untuk menambah rasa penasaran dari konsumen sekaligus memenuhi keingintahuan konsumen mengenai produk BIO District ini.



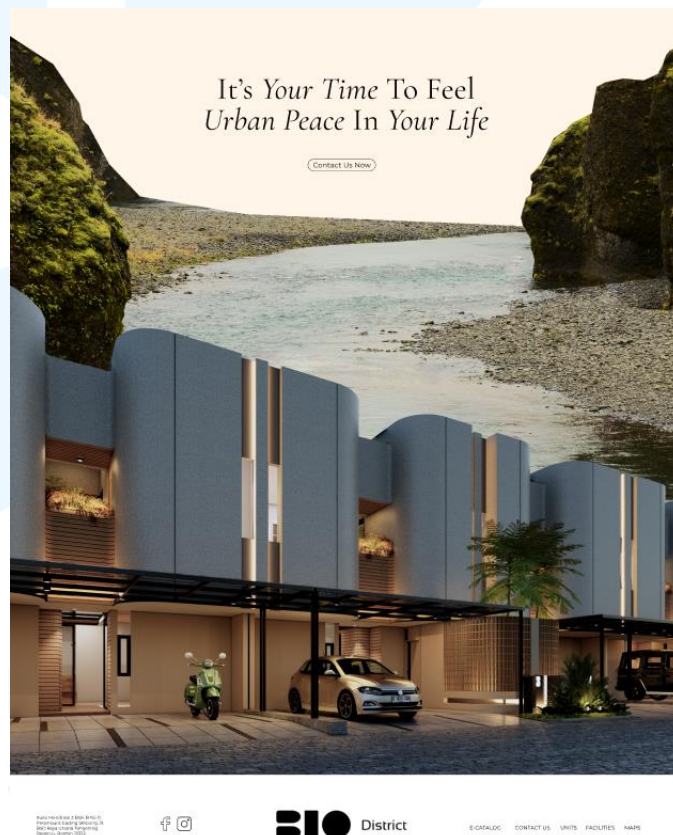
Gambar 3.32 *Up Value*

Konten selanjutnya adalah informasi mengenai tipe rumah. Pada bagian ini penulis membuat *thumbnail* untuk setiap tipe rumah dengan animasi *hover effect* untuk menunjukkan tipe rumah setiap *thumbnail*. Saat audiens mengklik salah satu dari *thumbnail*, maka secara otomatis audiens akan langsung memasuki halaman baru yang dikhususkan untuk memuat informasi mengenai tipe rumah, denah, serta kelengkapan di dalam rumah.



Gambar 3.33 Unit Types

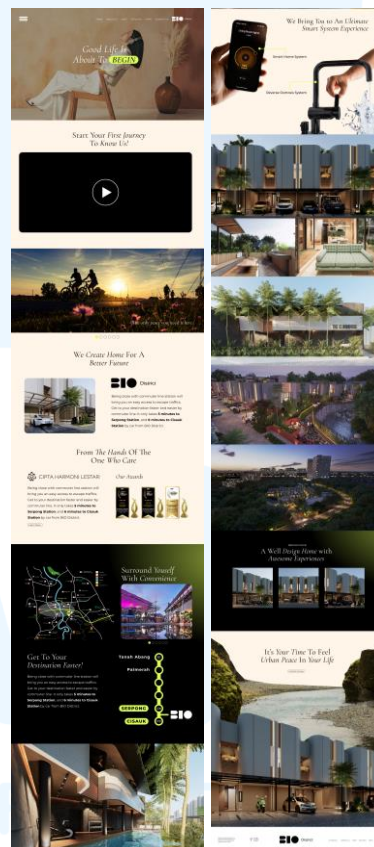
Sub-homepage terakhir adalah *imagery* fasad dan CTA untuk mengajak konsumen menghubungi nomor BIO District. Kemudian dilanjutkan dengan *footer* yang berisikan Alamat, logo, serta beberapa menu yang akan sering audiens cari.



Gambar 3.34 Contact Us dan Footer

3. Revisi dan Hasil Akhir

Perancangan UI *website* BIO District ini cukup panjang dan *diupdate* secara berkala. Penulis juga mendapatkan beberapa kali revisi di waktu yang berbeda dari Project CEO sebelum akhirnya penulis mendapatkan *approval* untuk desain dari UI *website* ini dan dapat diberikan kepada *web developer* untuk diteruskan hingga *website* dapat diakses oleh publik. Ketika desain diserahkan kepada *web developer* terdapat pula beberapa desain yang perlu di sesuaikan dengan *web developer*.



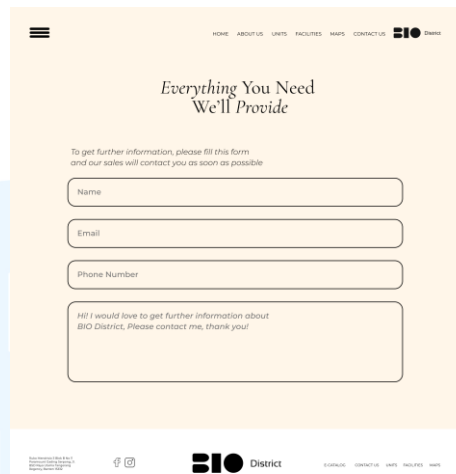
Gambar 3.35 Desain Final *Homepage*



Gambar 3.36 Desain Final *About Us*



Gambar 3.37 Desain Final *Facilities*



Gambar 3.38 Desain Final *Contact Us*

3.3.1.4 T-Banner untuk BIO District

Proyek selanjutnya yang diberikan kepada penulis adalah membuat T-Banner. T-Banner berguna sebagai media promosi di dekat Lokasi proyek BIO District. Pada proyek ini, pembuatan secara digital terbagi atas dua fase materi, sesuai dengan kebutuhan dari proyek BIO District.

A. Materi Launching BIO District

Materi pertama yang penulis buat untuk T-Banner adalah materi *teaser* untuk *launching* BIO District. Prises pengerjaan desain T-banner materi *launching* BIO District dapat dijabarkan sebagai berikut ini:

1. *Brief* Desain

Penulis diberikan *brief* untuk membuat T-banner dengan mengikuti *key visual* serta konsep dari BIO District.

T-Banner Teaser

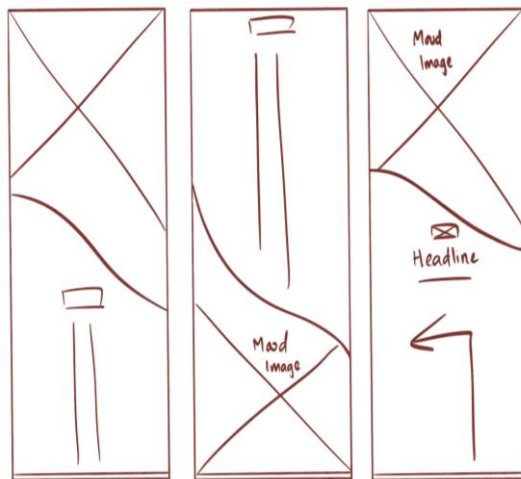
- Use Main & Second Imagery
- Copy mengajak ke show unit
- Make directional and nondirectional
- T-Banner 1x4 m

Gambar 3.39 *Brief* T-Banner *Launching* BIO District

Project CEO menginginkan desain menggunakan *imagery* yang diberikan oleh *consultant design*. Beliau juga menginginkan *copywriting* yang digunakan pada desain dapat mengajak audiens untuk ke *show unit* BIO District.

2. Proses Desain dan Digitalisasi

Setelah menerima *brief*, penulis membuat beberapa sketsa alternatif untuk diberikan kepada *project CEO* agar dapat dipilih.



Gambar 3.40 Sketsa *Layout* T-Banner

Melalui pilihan sketsa tersebut, *project CEO* memilih sketsa ke-3 yaitu sketsa T-Banner *directional*. Berdasarkan hal tersebut, penulis melanjutkan ke tahap digitalisasi desain. Proses digitalisasi penulis lakukan dengan aplikasi Figma dan menggunakan *modular grid* sebagai alat bantu penulis untuk layouting desain pada pengerjaan desain T-Banner ini. Pada tahap ini penulis memberikan beberapa alternatif desain untuk dipilih oleh *project CEO*.

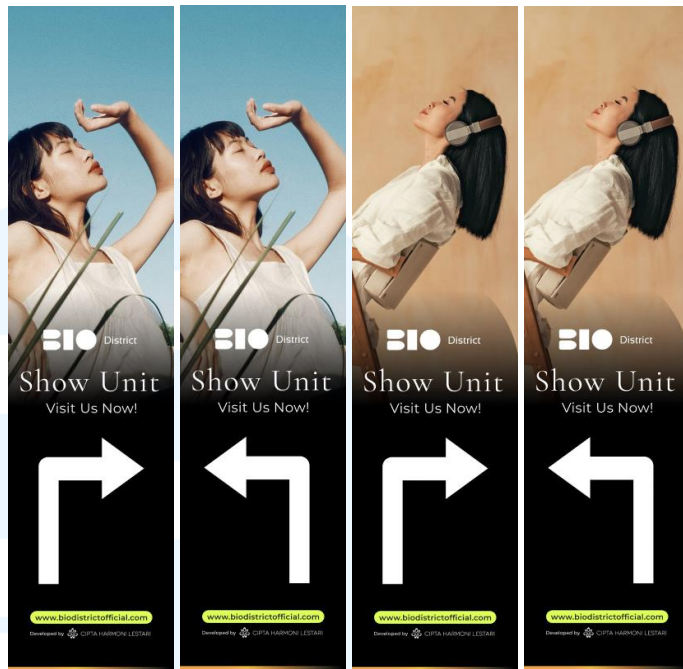


Gambar 3.41 Desain Alternatif T-Banner *Launching*

Project CEO Memilih desain T-Banner *directional* yang akan mengarahkan konsumen langsung ke lokasi BIO District. Pada desain T-Banner Directional yang penulis buat, penulis menggunakan dua *imagery* utama dari BIO District, kemudian menambahkan elemen gradasi hitam dengan bentuk yang dinamis untuk menyesuaikan dengan lorong visual yang ada. Pada bagian tengah desain penulis mengisinya dengan logo BIO District kemudian diikuti dengan *copywriting* yang mengajak audiens untuk mengunjungi *show unit* BIO District dan tanda panah yang mengarahkan audiens menuju *show unit* BIO District.

3. Hasil Akhir

Pada materi *launching* BIO District ini, penulis tidak mendapatkan revisi, sehingga desain yang telah penulis ajukan dan sudah dipilih oleh *project* CEO mendapatkan *approval* untuk dilanjutkan ke tahapan selanjutnya. Tahap selanjutnya adalah proses produksi yang dilakukan oleh tim *purchasement*.



Gambar 3.42 Desain Final T-Banner *Directional*

B. Materi Open House Test Drive BYD

Materi T-Banner kedua adalah materi mengenai *open house* di BIO District yang bekerjasama dengan BYD untuk menyediakan *test drive* bagi konsumen yang mengunjungi *show unit* BIO District pada waktu tersebut.

1. Brief Desain

Penulis mendapatkan *brief* untuk membuat desain T-banner *directional* yang menyertakan informasi bahwa terdapat kesempatan bagi konsumen untuk *Test drive* mobil BYD di BIO District.

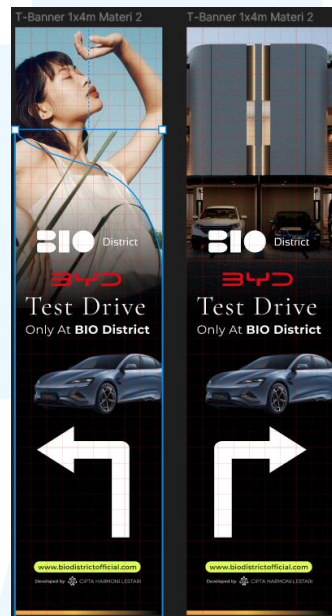
T-Banner BYD Test

- Foto mobil BYD Seal
- Copy "Test Drive"
- Direction
- Gambar fasat
- Logo BYD
- Web

Gambar 3.43 *Brief* T-Banner *Test Drive* BYD

2. Proses Desain dan Digitalisasi

Desain yang penulis buat untuk materi *test drive* BYD ini merupakan desain turunan dari materi sebelumnya, sehingga komposisi *layout* secara garis besar adalah sama. Namun *imagery* dan *copywriting* yang digunakan berbeda. Pada bagian tengah atas desain penulis meletakkan logo BIO District kemudian diikuti dengan logo BYD yang ukurannya lebih kecil dari logo BIO District.



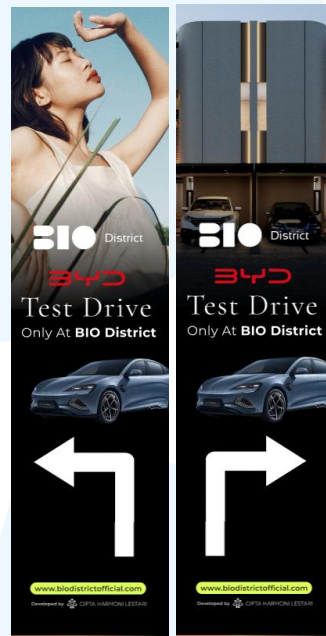
Gambar 3.44 Proses Desain T-Banner *Test Drive* BYD

Penulis melakukan proses digitalisasi dengan aplikasi Figma dan menggunakan *modular grid*. *Typeface* dan warna yang digunakan mengikuti desain sebelumnya yang sudah sesuai dengan konsep dan *key visual* dari BIO District. *Copywriting* yang penulis gunakan menginformasikan bahwa terdapat *test drive* BYD hanya di BIO District, dengan harapan pengunjung akan tertarik. Penulis juga memasukkan *image* jenis mobil BYD yang akan digunakan untuk *test drive* yaitu, BYD Seal. Setelah

image mobil BYD penulsi kemudian memasukan arah panah sebagai panduan bagi audiens untuk mengetahui arah dimana lokasi BIO District berada.

3. Revisi dan Hasil Akhir

Penulis mengajukan desain yang telah di digitalisasi kepada *project* CEO. Tidak ada revisi yang penulis dapatkan, dan hasil desain yang penulis buat mendapatkan *approval* untuk dilanjut ke proses produksi. Proses produksi dilakukan oleh tim *purchasement* dan dicetak sebanyak 11 titik.



Gambar 3.45 Desain Final T-Banner *Test Drive* BYD

3.3.1.5 *Show Unit Information* untuk BIO District

Sebagai sebuah perusahaan *real-estate* tentu Cipta Harmoni Lestari berurusan dengan banyak konsumen. Seiring dengan berjalannya waktu, *show unit* BIO District membutuhkan keterangan informasi mengenai denah, hingga luasan untuk diketahui konsumen seputar *show unit* tersebut. Oleh karena itu, penulis diminta untuk membuat dua *show unit information sign* untuk keperluan di *show unit* BIO District.

1. Brief Desain

Sign Show Unit C & B

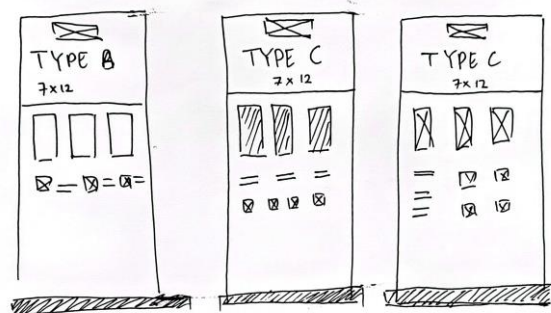
- Masuk denah rumah
- Luasan irregular
- Logo
- Informasi ruangan
- Informasi tipe rumah

Gambar 3.46 Brief Information Sign Show Unit

Penulis mendapatkan *brief* untuk membuat media ini sesuai dan sejalan dengan *key visual* serta lorong visual yang dimiliki oleh BIO District. *Project CEO* juga menginginkan desain yang sederhana namun dapat menjelaskan informasi mengenai tipe-tipe rumah tersebut dengan baik.

2. Proses Desain dan Digitalisasi

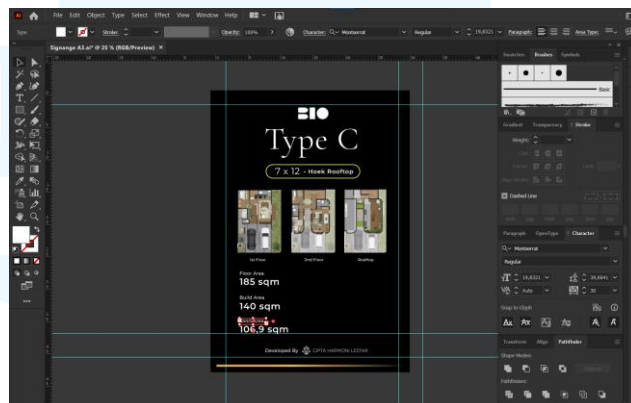
Langkah pertama yang penulis lakukan adalah membuat sketsa kasar untuk diajukan terlebih dahulu kepada *supervisor*. Penulis juga menentukan *layout* dan hierarki desain melalui sketsa ini. Sketsa yang penulis ajukan mendapatkan *approval* dari *supervisor*, sehingga penulis bisa melanjutkan ke tahap digitalisasi karya.



Gambar 3.47 Sketsa Layout Information Sign Show Unit

Penulis mengikuti *keyvisual* dari BIO District sehingga penulis memutuskan untuk menggunakan warna hitam solid sebagai warna *background* dari karya ini. *Layout*

dari karya ini menggunakan *center alignment* sehingga seluruh aset desain mengikuti *alignment* tersebut. Pada bagian atas penulis meletakkan logo *secondary* dari BIO District, kemudian diikuti dengan *headline* 'Type C' yang menandakan bahwa *information sign* ini adalah untuk rumah dengan Tipe C. Selanjutnya penulis juga meletakkan informasi tambahan dibawah *headline* untuk memberikan informasi kepada audiens bahwa yang mereka kunjungi saat ini adalah rumah Tipe C dengan jenis *Corner Unit Up Value Rooftop*.



Gambar 3.48 Proses Digitalisasi *Information Sign Show Unit*

Setelah meletakkan *copywriting* dan logo, penulis memasukan denah rumah beserta dengan keterangan posisi lantainya. Penulis juga meletakkan informasi mengenai luasan rumah pada sisi kiri desain dengan *left alignment*, rata dengan denah rumah lantai 1. Pada sisi kanan terdapat informasi tambahan mengenai ruangan-ruangan yang ada di dalam rumah tersebut yang penulis letakan rata dengan denah *rooftop*. Pada bagian bawah penulis meletakkan nama *developer* serta garis *gold* yang menjadi ciri khas proyek CHL saat ini.

3. Revisi dan Hasil Akhir

Saat desain yang penulis buat selesai, penulis melakukan asistensi dan *approval* kepada *supervisor*. Revisi yang penulis terima adalah revisi minor mengenai jarak dan ukuran dari *copywriting*. Setelah menyelesaikan revisi, *supervisor* dan *project CEO* melakukan *approval* pada desain yang penulis buat. Melalui *approval* tersebut, penulis membuat turunan desain untuk Tipe B, sehingga terdapat 2 *information sign* untuk *show unit* di BIO District yaitu, *information sign* Tipe C dan Tipe B.



Gambar 3.49 Desain Final *Information Sign* Tipe C



Gambar 3.50 Desain Final *Information Sign* Tipe B

Desain yang telah mendapat *approval* kemudian penulis serahkan ke bagian *purchasement* untuk dicetak dan di pasang sesuai lokasi yang telah ditentukan sebelumnya. Desain dicetak menggunakan bahan *Art Carton 260gsm* dan kemudian dilapisi akrilik depan dan belakang untuk melindungi desain.

3.3.2 Kendala yang Ditemukan

Kerja magang yang penulis lakukan berbasis *Work From Office* dengan jam kerja pukul 08.00 hingga 17.00 WIB. Selama melakukan kerja magang di PT Cipta Harmoni Lestari, penulis tidak menemukan kendala yang terlalu besar dan berat. Namun tentu penulis memiliki beberapa kendala yang harus dihadapi ketika bekerja magang terutama dalam mengerjakan proyek.

Kendala pertama yang penulis hadapi adalah kesulitan dalam memprioritaskan tugas yang diberikan. Penulis melakukan kerja magang untuk proyek BIO District sehingga penulis secara langsung terlibat di dalam proses *launching* BIO District.

Kendala selanjutnya yang penulis hadapi adalah, terdapat masalah pada laptop dan program *Adobe Illustrator* penulis yang sulit dibuka untuk media-media dengan ukuran besar dan akan menyebabkan *error* pada laptop. Aset dan elemen desain yang penulis gunakan cukup banyak, dan hal ini membuat kondisi semakin parah.

Selain itu kendala lainnya yang penulis hadapi adalah kendala-kendala kecil yang masih dapat penulis hadapi dan tangani selama bekerja magang di PT Cipta Harmoni Lestari.

3.3.3 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Kendala-kendala yang penulis hadapi dapat penulis lewati dengan menerapkan beberapa solusi. Pada kendala pertama berupa kesulitan memprioritaskan pekerjaan, penulis menerapkan solusi berupa membuat *to*

do list sehingga penulis mengetahui apa saja yang perlu dikerjakan lebih dahulu untuk hari itu, dan pekerjaan apa saja yang perlu didahulukan.

Pada kendala kedua, penulis mencari aplikasi desain lain yang dapat penulis gunakan untuk mengerjakan tugas-tugas dengan ukuran besar. Pada akhirnya penulis menggunakan aplikasi Figma untuk membantu penulis dalam mengerjakan pekerjaan penulis. Aplikasi Figma dapat *cover* seluruh kebutuhan penulis terutama dalam hal *tools* untuk mendesain sebuah karya. Penulis perlu memberikan file desain untuk masuk ke percetakan, namun file PDF dari aplikasi Figma tidak dapat terbuka untuk di setting ulang di *Adobe Illustrator*, sehingga untuk mengatasi hal ini penulis melakukan *export* karya dari Figma dengan jenis file PNG dan resolusi tinggi, kemudian penulis memindahkan file tersebut ke *Adobe Illustrator* sebelum diserahkan kepada percetakan. Hal ini penulis lakukan untuk memudahkan vendor dalam melakukan *setting* pada file agar file dapat dicetak sesuai standard media yang akan dicetak tersebut.

