

## BAB III

### PELAKSANAAN KERJA MAGANG

#### 3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Penulis ditempatkan dalam sebuah tim kreatif dengan JS sebagai *Head of Creative*. Tim kreatif bertanggung jawab atas proyek-proyek yang mendukung jalannya sales di Perusahaan, termasuk *social media content* sampai *merchandise designing*. mereka sendiri, tetapi mereka juga kadang bekerja sama dengan tim lain. Selama magang di Infinite Property Investment, penulis melakukan berbagai pekerjaan yang umum dilakukan oleh perancang, seperti ikut serta dalam *brainstorming*, konseptualisasi, riset, pemikiran kreatif, eksplorasi visual, *layout*.

##### 3.1.1 Kedudukan

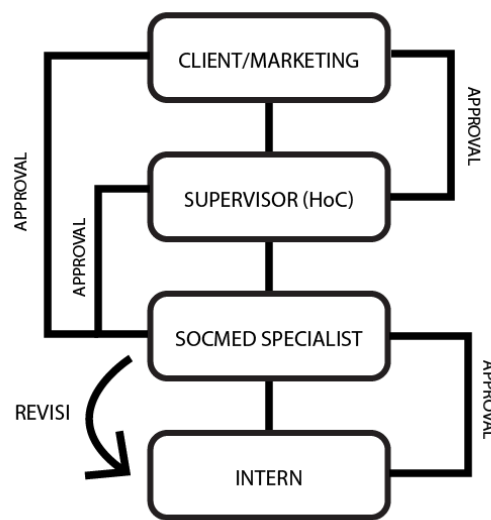
Infinite Property Investment hanya memiliki satu *creative team* yang bertanggung jawab atas seluruh kebutuhan kreatif di perusahaan. Diketahui oleh JS, dan beranggotakan EB sebagai *Social Media Specialist/Senior Graphic Designer* serta 2 *intern* yaitu penulis serta SW yang juga berasal dari Universitas Multimedia Nusantara. *Creative team* bekerja sama dengan *marketing team*, sehingga banyak dari *brief* yang diberikan berasal dari *marketing team* yang seringkali melakukan *request poster, banner* atau *flyer* cetak yang akan digunakan untuk kegiatan promosi. Posisi penulis sebagai *Graphic Designer Intern* mengharuskan penulis untuk rutin melakukan proses *brainstorming* serta konseptualisasi bersama dengan SW yang merupakan *Graphic Design Intern* juga.

Selain bekerja sama dengan tim *marketing*, sampai dengan Bulan April 2024, *intern* masih bertanggung jawab untuk melakukan *content pillar planning* untuk sosial media serta mengerjakan desainnya juga. *Head of Creative* bertanggung jawab untuk mengarahkan *brief* secara keseluruhan, seperti memperjelas *brief* yang diberikan oleh *marketing team* atau *request merchandise* dari perusahaan secara langsung. *Head of Creative* dibantu

dengan *senior graphic designer* akan melakukan quality control atas segala hal yang telah di desain oleh intern sebelum akhirnya melakukan approval kepada CEO serta tim *marketing* secara langsung.

### 3.1.2 Koordinasi

Alur koordinasi di Infinite Property Investments ini dapat dipahami lewat bagan alur kerja di bawah ini:



Gambar 3.1 Bagan Alur Koordinasi

Alur koordinasi di Infinite Property Investment cukup simpel, dimulai dari *client* atau *marketing* yang akan me-request desain kepada *supervisor* atau *Head of Creative*, kemudian HoC akan melakukan briefing, bisa hanya ke *Socmed specialist* yang akan kemudian meneruskan informasi ke *intern* atau HoC bisa langsung briefing ke intern. Kemudian intern akan melakukan tugas mendesain, jikalau sudah selesai akan meminta *approval* ke Socmed specialist atau bisa langsung ke HoC juga. Hasil design intern akan diteruskan ke *client* atau *marketing* oleh *socmed specialist* atau HoC. Jikalau ada revisi akan disampaikan dari atas ke bawah, *client* akan menyampaikan ke HoC dan Socmed Specialist baru akan disampaikan ke intern.

### 3.2 Tugas yang Dilakukan

Berikut merupakan tabel yang berisikan tugas-tugas yang penulis lakukan selama magang.

Tabel 3.1 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Magang

No.	Minggu	Proyek	Keterangan
1	Minggu ke-1 (22 Januari – 26 Januari 2024)	<i>Introduction</i>	<i>Introduction</i> terhadap sistem pekerjaan di Infinite yang memanfaatkan <i>Gdrive</i> . Penulis membuat <i>e-mail</i> khusus untuk bekerja.
		<i>Onboarding Projects</i>	Membuat latihan <i>design</i> Instagram feeds untuk IPI, IRE serta Touchwood Loans yang merupakan anak perusahaan dari Infinite Property Investment yang berbasis di Australia.
		Exoticnesia merchandise	<i>Brainstorming merchandise totebag, waterbottle, keychain, notebook.</i>
2	Minggu ke-2 (29 Januari – 2 Februari 2024)	Exoticnesia social media	Membuat IG <i>feeds</i> & mengedit video <i>trip recap</i> .
		Infinite tour & travel social media	Membuat IG <i>feeds</i> .
3	Minggu ke-3 (5 Februari – 9 Februari 2024)	Infinite tour & travel social media	Membuat IG <i>feeds</i> .
		Holyland social media	Membuat IG <i>feeds</i> .
		BNI Labuan Bajo Trip	<i>Brainstorming merchandise.</i>
4	Minggu ke-4 (12 Februari – 16 Februari 2024)	BNI Labuan Bajo Trip	Design <i>sticker, totebag</i> serta <i>packaging merchandise</i> .
		Batak Bermazmur Trip with Holyland by Infinite	<i>Design E-Flyer (a5 Flyer, IG Story itinerary, TV Size, IG feed size).</i>

		Sosial media	<i>Content planning</i> Bulan Maret untuk Infinite tour & travel, exoticnesia serta Holyland.
5	Minggu ke-5 (19 Februari – 23 Februari 2024)	BNI Labuan Bajo Trip	Design <i>travel banner</i> , <i>luggage tag</i> , <i>rundown itinerary</i> ,
		Turkiye with Ps. Stephen Erastus trip (Holyland by Infinite)	<i>Brainstorm</i> design.
		Infinite tour & travel <i>social media</i>	Membuat IG <i>feeds</i> .
		Holyland <i>social media</i>	Membuat IG <i>feeds</i> .
		Exoticnesia <i>social media</i>	Membuat IG <i>feeds</i> .
6	Minggu ke-6 (26 Februari – 1 Maret 2024)	Infinite tour & travel <i>social media</i>	Membuat IG <i>feeds</i> .
		Holyland <i>social media</i>	Membuat IG <i>feeds</i> .
		Exoticnesia <i>social media</i>	Membuat IG <i>Feeds</i> .
		Turkiye with Ps. Stephen Erastus trip (Holyland by Infinite)	<i>Design E-Flyer</i> serta <i>resize</i> .
7	Minggu ke-7 (4 Maret – 8 Maret 2024)	Infinite tour & travel <i>social media</i>	Membuat IG <i>feeds</i> .
		Holyland <i>social media</i>	Membuat IG <i>feeds</i> .
		Exoticnesia <i>social media</i>	Membuat IG <i>Feeds</i> .
		Sosial media	<i>Content planning</i> Bulan April untuk Infinite tour & travel, exoticnesia serta Holyland.

8	Minggu ke-8 (11 Maret – 15 Maret 2024)	Sosial media	<i>Design IG Story Public Holiday &amp; National day posts</i> untuk Exoticnesia, Holyland & Infinite Tour & travel
		Holyland trip 18-26 March 2024	<i>Design Luggage Tag</i>
		Exoticnesia social media	Membuat IG Feeds.
		Turkiye with Ps. Stephen Erastus trip (Holyland by Infinite)	Revisi <i>E-flyer</i>
9	Minggu ke-9 (18 Maret – 22 Maret 2024)	Holyland trip 18-26 March 2024	Dokumentasi <i>pre-departure</i> di CGK, edit video kedalam bentuk IG story untuk sosial media Holyland.
		Holyland social media	Membuat IG feeds.
		Exoticnesia social media	Membuat IG Feeds.
10	Minggu ke-10 (25 Maret – 29 Maret 2024)	<i>Office merchandise</i>	<i>Brainstorm</i> design, membuat elemen, eksperimen dengan <i>color palette</i> .
		Holyland social media	Membuat IG feeds.
		Exoticnesia social media	Membuat IG feeds.
		Infinite tour & travel social media	Membuat IG feeds.
11	Minggu ke-11 (1 April – 5 April 2024)	<i>Office merchandise</i>	Revisi <i>design totebag</i> .
		Turkiye with Ps. Stephen Erastus trip (Holyland by Infinite)	<i>Resize &amp; revisi E-flyer, Design opsi topi, simplifying sticker design</i> untuk <i>design enamel pin</i> ,

		CGC Golf with Infinite Tour & Travel	Design <i>standing banner</i> .
12	Minggu ke-12 (8 April – 12 April 2024)	Infinite Tour & Travel <i>Flyer</i>	4 <i>programs</i> (China, Japan, Korea Taiwan) <i>E-Flyer design</i>
		<i>School trip to Jogjakarta trip with Infinite Tour &amp; Travel</i>	<i>Photo Banner design</i>
13	Minggu ke-13 (15 April – 19 April 2024)	CGC Golf with Infinite Tour & Travel	<i>Design A5 Flyer</i>
14	Minggu ke-14 (22 April – 26 April 2024)	<i>West Europe trip with Sharon Gracia x Infinite Tour &amp; Travel Flyer</i>	<i>IG Feed &amp; IG Story flyer design</i>
		Turkiye with Ps. Stephen Erastus trip (Holyland by Infinite)	<i>Luggage tag design</i>
		<i>Office merchandise</i>	<i>Brainstorm cover notebook</i>
15	Minggu ke-15 (29 April – 3 Mei 2024)	Infinite Tour & Travel <i>Flyer Perth Program</i>	<i>Design A5 &amp; IG story itinerary untuk weekend &amp; weekday program</i>
16	Minggu ke-16 (6 Mei – 10 Mei 2024)	AFC Trip to Holyland (Holyland by Infinite)	Membuat <i>luggage tag</i> untuk peserta.
		Infinite tour & travel <i>social media</i>	Membuat <i>IG Feeds &amp; story</i>
17	Minggu ke-17 (13 Mei – 17 Mei 2024)	CGC Golf with Infinite Tour & Travel	Desain <i>luggage tag</i> untuk peserta serta <i>merchandise tote bag</i>
		<i>Italy trip with Infinite tour &amp; travel</i>	Merevisi beberapa <i>detail</i> dari <i>flyer</i>

		Turkiye with Ps. Stephen Erastus <i>trip</i> (Holyland by Infinite)	Revisi nama & <i>detail luggage tag</i> , mendesain <i>frame</i> untuk IG <i>story</i> serta melakukan pengambilan video <i>departure</i> di bandara
18	Minggu ke-18 (20 Mei – 24 Mei 2024)	Infinite Tour & <i>Travel Flyer</i>	Membuat <i>travel flyer</i> untuk Italia
19	Minggu ke-19 (27 Mei – 31 Mei 2024)	Infinite Tour & <i>Travel Flyer</i>	Membuat <i>travel flyer</i>

### 3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Bagian ini berupa penjelasan secara umum mengenai pekerjaan yang dilakukan penulis selama proses magang.

#### 3.3.1 Proses Pelaksanaan

Berikut merupakan penjabaran proyek-proyek yang dikerjakan oleh penulis selama melakukan magang di Infinite Property Investments selama lima bulan yang dimulai pada 22 Januari 2024 hingga 22 Juni 2024 mendatang, penulis mengikuti serangkaian proses dalam pelaksanaan kerja magang.

##### 3.3.1.1 BNI Ventures Labuan Bajo Trip with Infinite Tour & Travel Merchandise

Merupakan proyek untuk anak perusahaan Infinite Property Investments di Indonesia yaitu Infinite Tour & Travel yang dipercaya untuk melaksanakan acara *training* BNI Ventures di Labuan Bajo. Perusahaan sebagai pelaksana acara menyediakan *merchandise* yang akan diberikan kepada peserta, *merchandise* yang diberikan antara lain adalah: koper, *luggage tag*, serta *totebag*.

Penulis bersama dengan *intern graphic design* lain yaitu SW diberikan tanggung jawab atas pembuatan *merchandise totebag*

sedangkan brief diberikan oleh *Head of Creative JS* dan *quality checking* oleh *Social Media Specialist/Senior Graphic Designer*.

a) *Briefing* kepada *intern*

*Briefing* dilakukan oleh *Head of Creative JS*, penulis Bersama dengan *intern graphic design* lainnya yaitu SW diberikan tugas untuk membuat *asset-asset/key visuals* yang akan terus digunakan dalam berbagai macam *merchandise* yang akan dibuat. JS memberikan permintaan *design* yang sangat *simple* tetapi juga masih terlihat *fun* & memberikan kesan “Labuan Bajo” dan “Nasionalis” tetapi juga masih “kekinian” atau secara harfiah *key visual* diminta untuk dibuat & diatur dengan gaya yang identik dengan budaya Jakarta Selatan. Pada awalnya, penulis hanya diminta untuk sekedar melakukan ilustrasi untuk *asset/ key visual* saja sedangkan jenis *merchandise* belum ditentukan, bagian ini kemudian akan ditentukan di tahap *brainstorming*.

b) Proses Desain

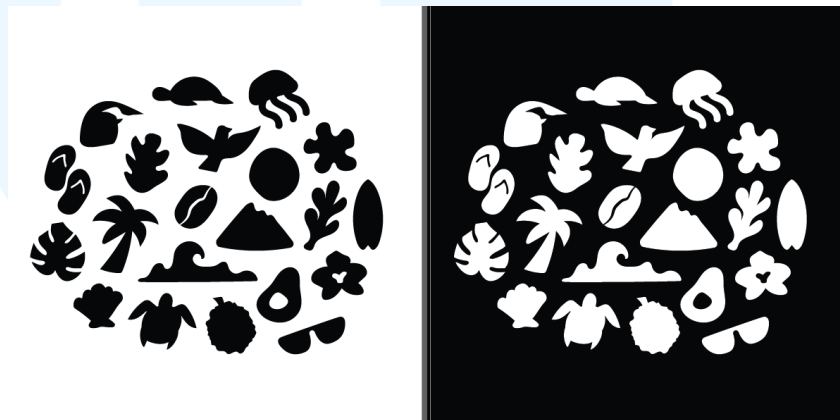
Penulis melakukan kegiatan *brainstorming* Bersama dengan SW, dimulai dengan membuat *moodboard* di Pinterest yang kemudian di-asistensikan kepada *Social Media Specialist/Senior Graphic Designer* terlebih dahulu sebelum ke *Head of Creative*. Berikut merupakan hasil pengumpulan referensi untuk *moodboard* yang disetujui atasan:



Gambar 3.2 *Moodboard* yang disetujui



Setelah moodboard disetujui, penulis beserta dengan SW memulai proses desain *key visual*. Seperti proses desain pada umumnya, sebelum desain final disetujui, penulis melewati beberapa tahap asistensi desain. Pada awalnya, penulis membuat asset yang cenderung kaku dan berbentuk vektor di Adobe Illustrator dengan palet warna yang mengandung warna ungu, merah, jingga dan ungu. Bentuk-bentuk asset visual yang dibuat merupakan simbol-simbol yang melambangkan “Indonesia” dan “keindahan alam”.



Gambar 3.3 Asset BNI Negative Space

Penulis melakukan eksplorasi dalam format *Black and White* di Adobe Illustrator terlebih dahulu untuk melihat apakah dalam format *negative space*, asset masih bisa dikenal dan teridentifikasi dengan baik. Setelah itu, penulis pun melakukan eksplorasi warna sesuai dengan palet warna yang telah ditentukan. Penulis sengaja menumpang tindihkan asset dengan warna *background* yang berbeda untuk melihat apakah warna masih efektif untuk dilihat.



Gambar 3.4 Eksplorasi pewarnaan asset BNI

walaupun begitu ternyata desain yang dibuat masih dianggap kurang sesuai dengan acara yang hendak dilaksanakan, sehingga

penulis harus melakukan desain ulang. Berikut merupakan hasil dari desain pertama yang tidak di *approve*:



Gambar 3.5 Desain pertama asset BNI

Penulis pun mendapatkan input dari JS bahwa asset yang dibuat lebih baik berbentuk organik dan masih terlihat *brush strokes*-nya. Pada akhirnya penulis dan SW membagi tugas. Dimana SW bertugas menggambar *asset* dan penulis melakukan *layouting* untuk *merchandise*.

c) Hasil Desain

Setelah melewati proses *brainstorming* ulang, pada akhirnya disetujui *key visual* sebagai berikut:



Gambar 3.6 Key Visual yang Disetujui

*Key visual* yang disetujui mengandung beberapa elemen yakni: ombak, pohon palem, daun monstera, persegi panjang, lingkaran serta elemen *checkerboard*. Elemen-elemen berikut dipilih sebab dianggap lebih menggambarkan destinasi yaitu Labuan Bajo. Elemen-elemen ini dibuat menggunakan aplikasi Procreate yang kemudian disusun menggunakan Adobe Photoshop serta Adobe Illustrator. Palet warna yang disetujui dipilih dengan alasan mau menghindari palet warna yang “terlalu feminin” sebab palet warna yang digunakan sebelumnya dianggap terlalu feminin oleh JS dan EB, kemudian palet warna juga dipilih dengan harapan bisa memberikan kesan *unisex* dan *versatile* sehingga bisa dipakai oleh semua *gender*.

Elemen *key visual* akhirnya digunakan untuk membuat beberapa *merchandise* seperti totebag dan sticker untuk *packaging* *totebag*. Berikut merupakan hasil *mock-up* dari *totebag*:



Gambar 3.7 *Mock-up Totebag Merchandise*

Ukuran *totebag* merupakan A4 (21 x 29.7 cm) yang di cetak dua sisi, bagian depan merupakan susunan dari elemen dan bagian belakang merupakan logo dari BNI Ventures dan Infinite Tour &

Travel serta deskripsi tanggal dan destinasi acara. Susunan totebag disusun di Adobe Illustrator.



Gambar 3.8 Stiker Box dan Mockup Stiker Box

Diatas merupakan susunan dari stiker *packaging* yang digunakan untuk *packaging* di *box* dari *totebag* yang telah dibuat. Penulis diminta untuk membuat *focus point* dari stiker adalah logo dari Infinite tour & travel, sehingga susunan *asset* disusun untuk diujung stiker saja. Penulis juga membuat beberapa *asset* baru dengan warna yang berbeda. Stiker berukuran 6x8 cm ini disusun oleh penulis di Adobe Photoshop. Penulis juga membuatkan *mockup* di Adobe Photoshop untuk menjadi *preview* jika stiker ditempelkan pada kardus *packaging* bagi atasan.



Gambar 3.9 Banner BNI Ventures

Selain kebutuhan *merchandise*, Perusahaan juga membutuhkan *banner* fisik yang biasa digunakan untuk berfoto bersama dengan kelompok yang dibawa untuk tur. Penulis menggunakan *asset* dan memanfaatkan *negative space* untuk memberikan kesan yang simple tetapi masih senada dengan *merchandise* yang telah dibuat. Warna yang digunakan adalah warna tunggal biru kehijauan yang merupakan warna dari *branding* BNI serta diinkorporasikan dengan warna teks hitam dan juga putih. Ukuran banner seukuran 2x1-meter dan disusun menggunakan Adobe Photoshop.



Gambar 3.10 *Luggage Tag* Peserta

Untuk peserta, dibuatkan *luggage tag* yang juga masih mengandung elemen *key visual* tetapi dibuat hanya 1 warna dengan *opacity* yang diturunkan sehingga fokus akan tertuju ke penulisan nama peserta. *Luggage tag* hanya memiliki 1 sisi dan berukuran 5,5 x 9cm dan berorientasi *landscape*, penulis Menyusun semua nama-nama peserta kedalam *luggage tag* di Adobe Illustrator.



Gambar 3.11 Tampak Depan dan Belakang *Printable itinerary*

Sebagai kebutuhan peserta yang terakhir, penulis diminta untuk Menyusun *printable itinerary* untuk peserta yang juga di desain sesuai dengan *branding* yang sudah ditetapkan. Format elemen yang digunakan sama dengan elemen di *luggage tag* hanya saja di *cover* dari *itinerary* memiliki elemen yang cukup besar. Ukuran dari *printable itinerary* adalah A4 *landscape* yang jika dilipat akan menjadi ukuran A5 *portrait*, disusun oleh penulis di Adobe Illustrator.

### 3.3.1.2 Office Merchandise Infinite Tour & Travel

Proyek yang sudah direncanakan sejak awal internship period penulis tetapi terus tertunda. Pada awalnya penulis sempat diminta untuk membuat beberapa desain untuk berbagai macam

*merchandise*, misalnya seperti *notebook*, botol, *t-shirt* serta *totebag*. Guna dari pembuatan *office merch* ini adalah suatu *merchandise* yang bisa dibagikan secara cuma-cuma kepada tamu yang datang ke kantor atau jika sedang mengisi acara *merchandise* ini bisa diberikan kepada orang-orang yang datang ke *booth*. Pada akhirnya *merchandise* yang berhasil direalisasikan sampai dengan kini adalah *totebag*.

a) *Briefing* kepada *Intern*

Penulis diminta oleh *Head of Creative* untuk membuat desain yang masuk ke *branding* dari Infinite Tour & Travel, yaitu *simple* dan *elegant*. Warna yang wajib digunakan adalah warna coklat dari Infinite, tetapi penulis dibebaskan untuk menambahkan warna lain yang kiranya masih senada atau *complementary* dengan warna coklat tersebut. Untuk *totebag*, penulis juga diminta untuk mencari *quotes* yang identik dengan *travel* serta *relatable*.

b) Proses Desain

Penulis memulai proses desain dengan mencari *travel quotes* yang menarik untuk dijadikan *focus point* di *totebag* yang akan di desain, berikut merupakan beberapa yang ditemukan dan dianggap cocok untuk *totebag*:

- *In every journey, there are essentials*
- *The best souvenirs are the memories we collect along the way*
- *The most extraordinary adventures are found in the most ordinary of places*
- *Live light, travel light, be the light*
- *Say yes to new adventures*
- *To travel is to live*

Setelah mencari *quotes*, penulis diberikan kebebasan untuk memilih *quotes* mana yang cocok untuk dimasukkan ke *totebag*, penulis pun memilih *quote* “*Live light, travel light, be the light*” dengan alasan *quotes* sangat menarik dan *catchy* serta kata-kata “*Be the light*” biasa juga identik dengan *quotes* rohani kristen yang

sangat dianut oleh Infinite Tour & Travel. Penulis juga memilih 1 quote cadangan yang penulis anggap cukup harfiah untuk dituliskan yaitu “*In every journey, there are essentials*”.

Setelah melakukan *brainstorming* dengan EB, penulis pun menetapkan tema “*Travel essentials*” untuk desain totebag. Penulis kemudian menuliskan barang-barang yang dapat dijadikan ilustrasi, beberapa barang yang hendak dijadikan ilustrasi antara lain; kacamata hitam, koper, paspor, buku, *handphone*, dan *headphones*. Berikut merupakan hasil dari ilustrasi travel essentials yang dibuat oleh penulis:



Gambar 3.12 *Asset Travel Essentials*

Penulis membuat *asset* di aplikasi Procreate dengan menggambar, kemudian *asset* di vektorisasi di Adobe Illustrator. Setelah memperoleh vektor, penulis melakukan proses eksplorasi *layouting* di Adobe dan memperoleh 4 *layout* yang berbeda.





Gambar 3.13 Eksplorasi *Layout*

Penulis pun mengasistensikan keempat layout ini ke EB dan desain yang disetujui merupakan desain pertama yang menggunakan quote “*Live light, travel light, be the light*”. Penulis pun melanjutkan ke proses pewarnaan dan memperoleh beberapa opsi pewarnaan.



Gambar 3.14 Eksplorasi *Coloring*

Penulis memberikan teknik *overprint* pada ilustrasi dengan memilih opsi *overlay* di Adobe Illustrator dengan memberikan

opsi warna. EB dan JS melakukan *approval* kepada warna dikiri bawah yang dianggap masih senada dengan warna coklat *branding* Infinite.

c) Hasil Desain

Terjadi sedikit pending terhadap desain sebab ada beberapa hal yang lebih urgen harus dikerjakan oleh penulis, tetapi pada akhirnya penulis harus melakukan beberapa penyesuaian setelah desain diberikan kepada CEO dan COO untuk disunting. Seperti sedikit *re-layouting* serta sedikit perubahan warna serta perubahan *quotes*. Berikut merupakan desain yang pada akhirnya disetujui dan sudah dilakukan *printing*.



Gambar 3.15 Desain Final

Desain totebag menggunakan artboard berukuran A4 *portrait* (21 x 29.7cm) yang disusun di Adobe Illustrator. *Typeface* yang digunakan adalah ZT Bros Oskon yang tentunya merupakan *free for commercial use typeface*.

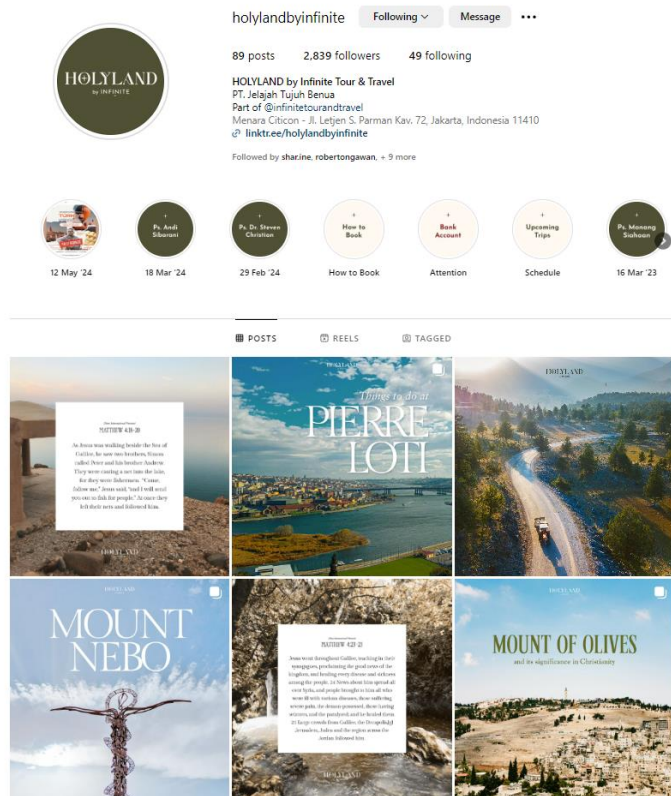


Gambar 3.16 *Mockup* Desain Final

### 3.3.1.3 Sosial Media Holyland by Infinite

Holyland merupakan program dari Infinite Tour & Travel yang paling populer dan ramai diminati sehingga sosial media yang paling aktif dipusatkan pada sosial media milik Holyland (@Holylandbyinfinite). Holyland dijadwalkan untuk posting sekitar 3x dalam seminggu sehingga konten yang dibutuhkan cukup banyak dan intens sehingga penulis aktif dalam membuat desain untuk sosial media.

Penulis serta SW juga sering ditugaskan untuk membuat *content pillar planning* untuk Holyland sampai dengan Bulan April kemarin sebab di Bulan Mei ini terdapat peralihan *job description* kepada *marketing team*. Berikut merupakan tangkapan layar dari sosial media Holyland yang terkini:



Gambar 3.17 Tangkapan Layar Sosial Media Holyland

#### a) Proses Desain

Konten Holyland terbagi menjadi 4 yaitu; *Trivia post*, *Promotional post*, *Photo & Bible verse*. Holyland by Infinite memiliki audiens yang cenderung lebih dewasa sehingga penulis diminta untuk membuat desain yang simpel dan memiliki layout yang cukup simpel dan mudah untuk dibaca.

Untuk Photo post & Trivia post, karena keterbatasan stock photo yang dimiliki oleh perusahaan, penulis biasanya mengutilisasi *platform* stock photo gratis seperti Unsplash.com atau Freepik.com untuk mencari foto-foto yang sesuai dengan tema di *content pillar*. Foto-foto yang dipilih adalah foto yang memiliki *lighting* baik atau tidak terlalu gelap, serta menunjukkan *iconic angle* atau *spot* dari suatu tempat dengan jelas.

*Content pillar* bisa diakses lewat GoogleSheets, jika penulis sedang diminta untuk melakukan *content pillar* planning, biasanya akan meminta *approval* dari EB sebelum bisa memulai desain. Berikut merupakan tangkapan layar dari GoogleSheets *content pillar* yang digunakan oleh penulis sebagai pedoman konten.

	Details	Content Reference
1	about Ephesus	<a href="https://ephesus.us/ephesus/did-you-know/">https://ephesus.us/ephesus/did-you-know/</a>
2	Facts about Pamukkale/Hierapolis	<a href="https://www.kdnimes.com/travel/destination/murud-aulla-fakta-smk-sihul-alam-pamukkale-hierapolis-1122019-08-08/">https://www.kdnimes.com/travel/destination/murud-aulla-fakta-smk-sihul-alam-pamukkale-hierapolis-1122019-08-08/</a>
3	Kaymakli: Cappadocia's underground city	<a href="https://capadocia.travel/blogs/cappadocia-mystery-kaymakli-underground-city">https://capadocia.travel/blogs/cappadocia-mystery-kaymakli-underground-city</a>
4	7 Churches of Revelation	<a href="https://davidremah.blog/seven-churches-of-revelation-bible-study/">https://davidremah.blog/seven-churches-of-revelation-bible-study/</a>
5	The historical and religious significance of Jordan River	<p><sup>1</sup> The Jordan River is approximately 251 kilometers (156 miles) long. It flows from the Anti-Lebanon Mountains in Syria to the Dead Sea, forming part of the border between Jordan to the east and Israel and the West Bank to the west.</p> <p><sup>2</sup> Prominently mentioned in the Bible, particularly in relation to significant events such as the crossing of the Israelites, led by Joshua to enter the Promised Land after their exodus from Egypt. The Jordan River is also traditionally believed to be the site where John the Baptist baptized Jesus.</p> <p><sup>3</sup> The Jordan River is fed by the Sea of Galilee (Lake Tiberias), which is a freshwater lake and an important water source for the region.</p> <p><sup>4</sup> Pilgrims from various Christian denominations visit the Jordan River for baptismal ceremonies, considering it a sacred and symbolic act.</p> <p>The Jordan River's historical and religious significance, combined with its ecological challenges, makes it a complex and important feature in the Middle East.</p>
6	Petra: New 7 Wonders of the World	<a href="https://www.cyclon.co.uk/travel-blogs/petra-one-of-the-7-wonders-of-the-world">https://www.cyclon.co.uk/travel-blogs/petra-one-of-the-7-wonders-of-the-world</a>
7	Cana wine	<p>Cana, particularly referenced in the Bible in the context of the Wedding at Cana, is believed to be the site where Jesus performed his first miracle by turning water into wine. Cana is often associated with the town of Kafar Kanna in present-day Israel.</p> <p>The biblical account of the Wedding at Cana is found in the Gospel of John, Chapter 2, verses 1-11. In this narrative, Jesus and his disciples are invited to a wedding in Cana, and when the wine runs out, Jesus transforms water into wine. The master of the banquet, after tasting the wine, commends the bridegroom for saving the best wine for last.</p> <p>In modern times, the association of Cana with the transformation of water into wine has led to the production and marketing of "Cana wine" in the</p>

Gambar 3.18 Tangkapan Layar *Content Pillar* GoogleSheets

Jika *content pillar* belum tersedia dan konten merupakan konten yang urgent maka penulis dan rekan *intern SW* akan diminta untuk membuat *content pillar* juga. *Content pillar* yang ditulis oleh penulis dan SW harus diasistensikan dahulu kepada *supervisor* atau *socmed specialist*.

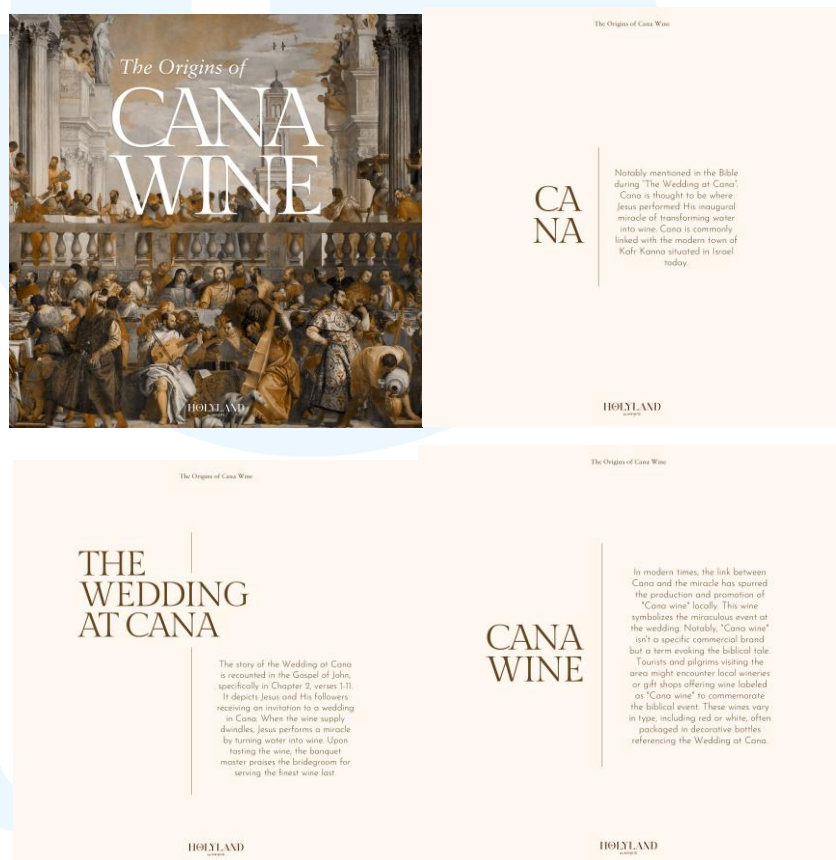
Konten yang dibuat seputar hal-hal yang berhubungan dengan tanah suci, untuk konten trivia biasanya menjelaskan tentang sejarah-sejarah dari tempat-tempat *iconic* di tanah suci dan untuk *photo post* merupakan foto-foto dari tempat yang akan disingahi saat mengikuti *tour* ke tanah suci.

Penulis biasanya mengerjakan desain sosial media di Adobe Illustrator. Format untuk *trivia* yang biasa digunakan adalah 4

slides carousel post dengan halaman pertama merupakan cover dan ukuran 1x1 (1080 x 1080px) atau ukuran kotak instagram standard, sedangkan untuk photo post biasanya ada di format 3x4 (354 x 472px) bisa dalam format landscape maupun portrait.

#### b) Hasil Desain

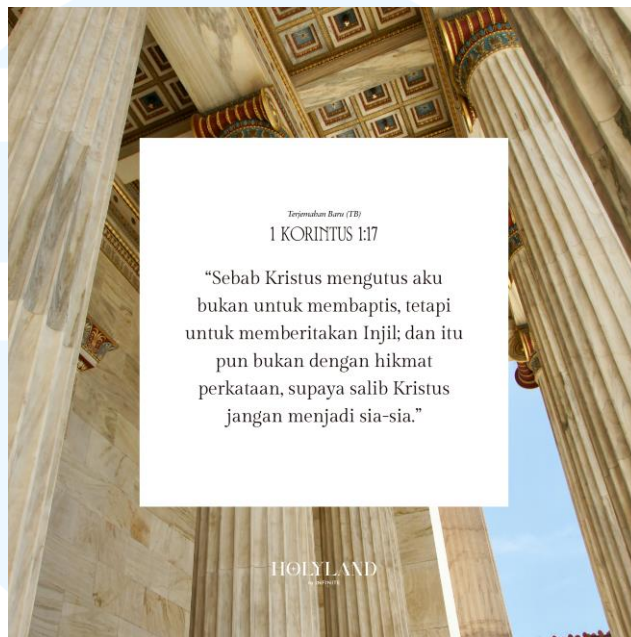
Penulis telah banyak sekali membuat desain untuk sosial media Holyland sejak Bulan Februari, tetapi berikut merupakan salah satu desain trivia post paling baru yang dibuat oleh penulis.



Gambar 3.19 Contoh Trivia Post Holyland

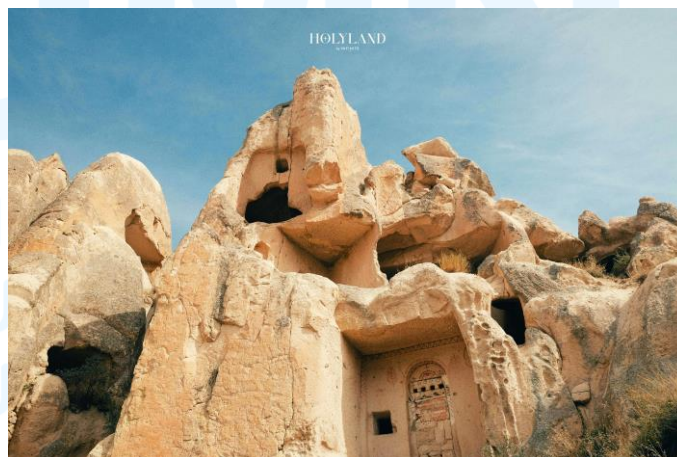
Sesuai dengan branding yang dimiliki oleh Holyland, desain biasanya menggunakan warna-warna yang menggunakan palet warna kecoklatan atau kehijauan. Cover dari desain trivia post biasanya merupakan photobased design sehingga penulis hanya harus menambahkan title typography pada cover. Sedangkan,

halaman kedua sampai akhir merupakan hasil dari *simple layouting* yang selalu menggunakan *solid color background* yaitu warna krem. Hal ini dilakukan agar fokus poin dari halaman 2 sampai akhir tertuju pada tulisan dan isi saja.



Gambar 3.20 Contoh *Bible Verse Post* Holyland

Selain *trivia post*, sosial media dari Holyland seringkali mem-*posting* ayat-ayat Alkitab, desain biasanya cukup simpel dan juga *photo-based*, tetapi untuk menambahkan *focal point*, diberikanlah kotak putih untuk penulisan ayat.



Gambar 3.21 Contoh *Photo Post* Holyland Format *Landscape*

Diatas merupakan contoh *photo post* yang juga merupakan konten sosial media yang sering dibagikan di akun Instagram Holyland. Foto-foto biasanya berformat *landscape* tetapi kadang juga bisa berformat *portrait*. Foto diperoleh dari *platform* stock *photo* gratis seperti Unsplash.com atau Freepik.com sebab stock photo yang dimiliki perusahaan terbatas. Foto-foto yang dibagikan merupakan foto dari lokasi yang seringkali dikunjungi oleh peserta tur.

#### **3.3.1.4 Turkiye Trip with Ps. Stephen Erastus *Visual Presence***

Turkiye trip *with* Ps. Stephen Erastus merupakan program yang diadakan bersama dengan Holyland by Infinite. Program ini sudah berangkat dari tanggal 12 – 20 Mei 2024, tetapi proses desain sudah dimulai sejak Bulan Februari 2024 kemarin.

Desain *Visual Presence* ini penulis lakukan bersama dengan *graphic design intern* lainnya yaitu SW, penulis dan SW melakukan kolaborasi dalam proyek ini.

##### a) *Briefing* kepada *Intern*

Penulis dan SW diberikan Brief oleh *Head of Creative JS* untuk melakukan *brainstorming* dengan *keywords* “kekinian” dan “*youthful*” serta diminta untuk membuat desain yang berbeda dari desain Holyland pada umumnya walaupun ini merupakan program Holyland dan tidak menggunakan palet warna branding Infinite.

*Target market* dari program kali ini cenderung lebih mengarah ke muda-mudi yang mau pergi ke Turkiye untuk jalan-jalan tetapi juga untuk ziarah ke tempat-tempat yang dianggap suci.

##### b) Proses Desain

Penulis dan SW melakukan *brainstorming* lewat Pinterest dengan mengumpulkan referensi-referensi yang dianggap memenuhi kriteria yang diberikan saat *briefing*. kemudian penulis

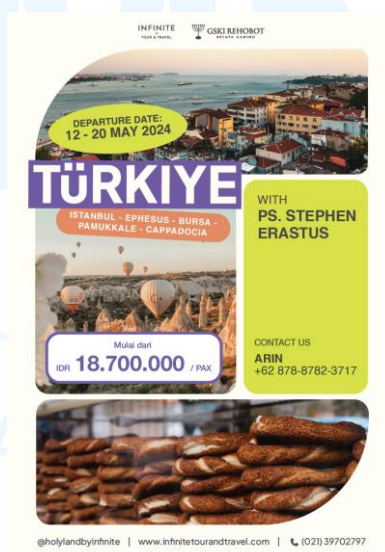


dan SW langsung menerapkan hasil *brainstorming* ke desain, berikut merupakan hasil dari desain pertama yang dilakukan:



Gambar 3.22 Desain Turkiye Pertama

Desain ini dianggap terlalu tidak beraturan dan tidak begitu menarik sehingga memberikan kesan berantakan sehingga penulis dan SW harus melakukan eksplorasi lagi.



Gambar 3.23 Desain Turkiye Kedua

Kemudian penulis dan SW mengasistensikan desain ini yang pada awalnya sudah di *approve* oleh kedua atasan dari tim kreatif. Kedua atasan sangat menyukai warna yang digunakan serta semua foto yang digunakan cukup besar dan jelas.

Tetapi pada akhirnya setelah ditunjukkan kepada CEO, COO serta Ps. Stephen Erastus, mereka menganggap bahwa terdapat kurangnya elemen yang menonjolkan bahwa tur ini akan dipimpin oleh Ps. Stephen Erastus, sehingga penulis dan SW harus merombak desain lagi untuk ketiga kalinya.

### c) Hasil Desain

Pada akhirnya penulis beserta dengan SW berhasil menyusun suatu desain yang di-*approve* oleh semua pihak, berikut merupakan hasil *visual presence* yang di-*approve*:



Gambar 3.24 Desain Turkiye yang Di-Approve

*Visual presence* yang di desain menggunakan tema “*paper cut-out*” yang dianggap sangat “*youthful*”. Kemudian penulis dan SW juga menambahkan foto dari Ps. Stephen Erastus sendiri untuk

menonjolkan bahwa tur ini akan dipimpin oleh Ps. Stephen Erastus. Palet warna yang digunakan juga dianggap sangat cocok untuk target market muda-mudi.

*Visual presence* ini digunakan bukan hanya untuk ukuran 1x1 (1080 x 1080px) yang digunakan untuk *promotional post* di sosial media tetapi juga dilakukan *resize* untuk beberapa media lain seperti IG story ukuran 9x16 (1080 x 1920 px), standing banner ukuran 2x1 m, TV size 16x9 (1920 x 1080 px) serta A5 flyer size (14.8 x 21 cm).

### **3.3.1.5 Request Flyer & Itinerary Program Perjalanan Perth Infinite Tour & Travel**

Infinite Tour & Travel membutuhkan desain flyer promotional serta Itinerary design untuk program tur yang sedang dipromosikan. Tur yang sedang dipromosikan terdiri dari 2 program yang destinasinya adalah Perth, Australia yang dibagi menjadi program *Weekday* dan *Weekend*. Pada umumnya, saat membuat desain untuk program, akan diminta flyer berukuran A5 serta Itinerary yang berukuran 9x16.

#### a) Proses Desain

Penulis diminta untuk membuat *flyer* berpedoman pada konten yang sudah dibuat oleh tim *marketing* tur yang dibagikan lewat *Googlesheets*. Setelah mencermati *request*, penulis *browsing* di *Pinterest* untuk mencari inspirasi *layout untuk travel flyers*.

Setelah menemukan palet warna yang sesuai, penulis langsung melakukan *layouting* untuk desain. Sebab desain ini untuk program berdestinasi Perth hanya berbeda program saja, penulis menyamakan *layoutnya* tetapi membedakan di bagian warna saja.

Penulis melakukan pengerjaan desain ini pada masa libur lebaran sehingga pada saat itu staff yang ada di perusahaan cukup sedikit sedangkan kebutuhan *flyer* harus tetap berjalan, sehingga penulis diminta membuat desain dengan cepat oleh tim *marketing* sehingga penulis hanya diminta berkreasi, yang penting semua tulisan yang diminta oleh team *marketing* di Google Sheets sudah dimasukkan semua kedalam desain.

Sebelum mengirimkan file yang final, penulis melakukan asistensi kepada EB terlebih dahulu, jika sudah sesuai maka barulah penulis akan melakukan *export*.

#### b) Hasil Desain

Request dari tim marketing tur adalah A5 flyer dan IG story itinerary, berikut merupakan hasil dari desain A5 flyer yang dibuat oleh penulis:



Gambar 3.25 Desain Perth A5

Setelah membuat desain untuk ukuran A5, penulis melakukan proses *resize* ke ukuran IG Story itinerary. Dalam pembuatan *itinerary* penulis harus sangat berhati-hati dalam penulisan dan juga desain sebab tidak boleh ada kesalahan fatal, jika sampai ada kesalahan yang fatal akan sangat merugikan

perusahaan sebab *itinerary* ini akan langsung dikirimkan ke calon-calon peserta tur.

### **3.3.2 Kendala yang Ditemukan**

Selama melakukan kegiatan internship di infinite Property Investment, penulis tidak sering mengalami kendala, tetapi salah satu kendala yang dialami penulis adalah dengan keterbatasan *device* yang digunakan oleh penulis. Perusahaan menggunakan *full* Macintosh sedangkan penulis menggunakan Windows sehingga saat hendak mengirim file sering terhambat sebab tidak bisa melakukan *Airdrop* secara langsung ke *device* yang memerlukan *file* tersebut. Selain masalah *software*, *device* yang dimiliki penulis sudah penuh dengan proyek diluar dari perusahaan sehingga saat hendak mendesain *file* yang cukup besar seperti banner berukuran 2x1 m, *device* milik penulis sering terjadi *crash* atau tidak mau *loading* sehingga waktu untuk mendesain jadi kurang efisien sebab harus menunggu aplikasi melakukan proses recover atau harus menunggu aplikasi memproses desain dengan lama.

Dalam segi pembuatan laporan, penulis mengalami kesulitan dalam *time management* dalam mengerjakan laporan, selain dari melakukan *internship* penulis juga mengerjakan beberapa pekerjaan *freelance* sehingga sering sekali mengalami kesulitan dalam mencari waktu untuk mengerjakan laporan magang secara maksimal.

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

Dari sisi perusahaan yang cukup *aware* atas kendala *device* yang penulis miliki sehingga pada akhirnya di meja penulis disediakan *desktop* yang sangat memadai sehingga penulis bisa lebih leluasa dalam mengerjakan pekerjaan. Pemindahan *file* juga menjadi lebih cepat sebab bisa melakukan *Airdrop* dengan cepat dan efisien. Selain itu penulis juga bisa melakukan desain dengan sangat leluasa tanpa takut terjadinya *crash* atau *processing* yang lama sebab *storage* di *desktop* masih sangat banyak sehingga semua *working files* yang ada kini sudah dipindahkan ke *desktop*.

Dari sisi pembuatan laporan, yang terbaik yang bisa penulis lakukan adalah mengerjakan laporan di sela-sela waktu saat sedang senggang di kantor atau di hari Sabtu atau Minggu atau mungkin di tanggal-tanggal merah.



UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA