

## BAB III

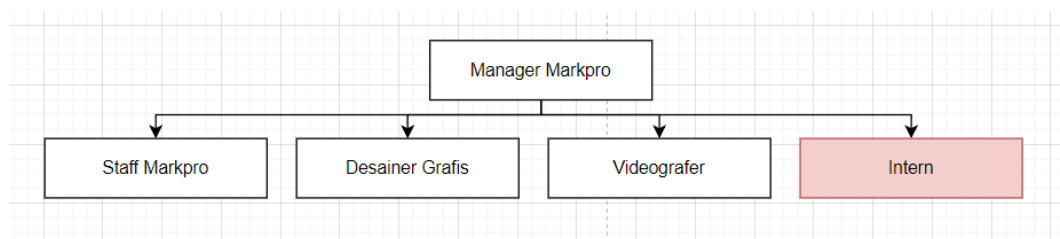
### PELAKSANAAN KERJA MAGANG

#### 3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Penulis berkedudukan sebagai staff magang di CV Mitra Gamesindo. Sebagai staff magang desain, penulis ditempatkan pada divisi markpro dibawah departemen operasional. Dibawah ini merupakan penjelasan lebih menyeluruh mengenai kedudukan dan alur koordinasi penulis di CV Mitra Gamesindo.

##### 3.1.1 Kedudukan

CV Mitra Gamesindo tempat penulis ditempatkan memiliki struktur organisasi yang sederhana. Penulis melaksanakan praktek kerja magang pada divisi marketing dan promosi yang terdiri dari 1 manager dengan beberapa staff markpro, termasuk diantaranya 1 videografer serta 1 desainer grafis. Supervisor penulis yang terdaftar dalam situs merdeka.umn.ac.id dan menjadi atasan penulis adalah manager divisi marketing dan promosi.



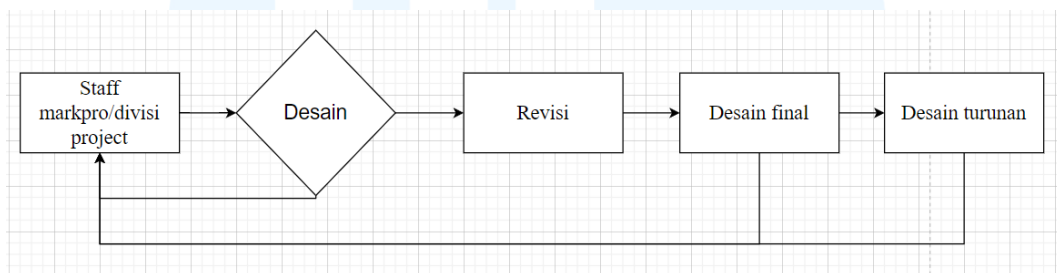
Gambar 3.1 Bagan Kedudukan

Pada divisi marketing dan promosi di CV Mitra Gamesindo, selain manager, tidak ada hubungan vertikal antar karyawan lainnya. Setiap staff memiliki wilayah kerja yang masing-masing dan saling berkolaborasi untuk merencanakan dan eksekusi acara atau promosi. Sebagai staff magang, penulis berperan dan diperlakukan selayaknya staff markpro desainer grafis.

##### 3.1.2 Koordinasi

Divisi marketing dan promosi memiliki tugas dan tanggung jawab untuk menyusun rencana promosi dan merealisasikan rencana kerja tersebut secara langsung di lapangan. Umumnya, staff divisi marketing dan promosi

akan menyusun rencana kerja yang akan di *approve* oleh manager marketing dan promosi dengan sepengetahuan divisi operasional. Penulis sebagai staff magang desain grafis berkerja bersama dengan staff marketing dan promosi yang memiliki *jobdesc* menyusun RPC (Rencana Promosi Counter). Setelah staff tersebut menyelesaikan dan mendapatkan *approval* lembar RPC yang berisi informasi-informasi dan keperluan media desain yang akan dibuat, penulis merancang media promosi yang sesuai dengan permintaan staff tersebut. Umumnya, penulis diberi sekitar 1-2 hari kerja untuk setiap RPC yang diterima, tergantung dengan *deadline* event yang tertera pada RPC.



Gambar 3.2 Bagan Alur Koordinasi

Setelah desain media promosi selesai dirancang, penulis memberikan *screenshot* atau melakukan *export png* untuk diberikan kepada staff markpro untuk di *review*. Apabila desain tidak sesuai dengan permintaan dan ada informasi yang perlu ditambahkan, penulis kemudian melakukan revisi hingga desain *final* disetujui oleh staff markpro. Sering kali, staff marketing dan promosi akan meminta turunan-turunan desain lainnya setelah desain salah satu bentuk media diterima. Selain dari staff markpro, penulis terkadang diminta untuk membantu divisi project untuk membuat berbagai desain seperti *hoarding* dengan alur koordinasi yang kurang lebih sama.

### 3.2 Tugas yang Dilakukan

Tabel dibawah ini merupakan daftar tugas yang ditugaskan kepada penulis selama menjalani magang di CV Mitra Gamesindo. Sebagian besar tugas yang diberikan merupakan desain poster atau media sosial sebagai media promosi. Selain media promosi, penulis juga terkadang ditugaskan untuk mendesain *hoarding* dan *merchandise* untuk *brand-brand* CV Mitra Gamesindo.

Tabel 3.1 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Magang

No.	Minggu	Proyek	Keterangan
1	1 (29 Januari – 3 Februari 2024)	Berbagai desain poster termasuk Jungle Hunter dan media sosial untuk RPC berbagai <i>counter</i> .	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Menerima brief dari manager markpro mengenai <i>workflow</i> kerja dan contoh RPC.</li> <li>- Mendesain RPC menjadi <i>output media</i> yang diperlukan, umumnya berupa poster ukuran A4 atau A3.</li> <li>- Melakukan revisi desain ketika dibutuhkan.</li> <li>- Membuat desain sesuai dengan <i>guideline</i> dari <i>mall</i>.</li> </ul>
2	2 (5 Februari – 10 Februari 2024)	Pembukaan Happy Time Junior Mall Paragon	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat desain poster A4 dan media sosial 1:1 promosi <i>soft opening</i>.</li> <li>- Membuat desain <i>voucher bowling</i>.</li> <li>- Membantu penataan <i>counter hadiah (redemption)</i>.</li> <li>- Membantu dokumentasi pembukaan <i>counter</i>.</li> </ul>
3	3 (12 Februari – 17 Februari 2024)	Papan panduan cara bermain Happy Time Junior, sertifikat Maxtune Competition, dinding <i>hoarding</i> .	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Merancang papan panduan Happy Time Junior untuk 4 wahana dalam ukuran A1.</li> <li>- Merancang desain sertifikat juara dan papan juara.</li> <li>- Menerima brief desain dari divisi project atau operasional dalam bentuk denah lokasi beserta ukuran panjang x lebar setiap dinding serta tema desain.</li> <li>- Merancang desain <i>hoarding/ stiker dinding</i>.</li> <li>- Memotong desain <i>hoarding</i> dan stiker dinding yang sudah di <i>approve</i> menjadi ukuran cetak (3m x 4m).</li> </ul>
4	4 (19 Februari – 24 Februari)	Mendesain <i>hoarding</i> dan merevisi	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mendesain <i>hoarding</i> Bali untuk divisi project.</li> </ul>

	Februari 2024)	<i>hoarding</i> . Membuat desain beberapa acara seperti Pump It Up.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Merevisi <i>hoarding</i> Bali sesuai permintaan dari pihak mall.</li> <li>- Mendesain poster A4 untuk acara Pump It Up Happy Time Batam.</li> <li>- Mendesain sertifikat untuk pemenang acara Pump It Up.</li> </ul>
5	5 (26 Februari – 2 Maret 2024)	Membuat berbagai desain poster promo tambahan dan ilustrasi karakter penunjuk arah.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Merancang desain menggunakan Canva sesuai permintaan staff marketing dan promosi.</li> <li>- Membuat ilustrasi karakter 2 <i>fullbody</i> dengan 2 alternatif baju staff <i>counter</i>.</li> </ul>
6	6 (4 Maret – 9 Maret 2024)	Ilustrasi karakter penunjuk arah dan <i>banner</i> .	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Menyelesaikan ilustrasi karakter.</li> <li>- Mendapatkan <i>brief</i> mengenai <i>banner</i> Funtopia.</li> <li>- Mendesain desain <i>neon box</i> pintu masuk Mr. Games.</li> </ul>
7	7 (11 Maret – 16 Maret 2024)	Membuat <i>motion graphic</i> singkat Neon Light Festival.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Merancang karakter dan animasi karakter menggunakan <i>puppet tool</i> di Adobe After Effects.</li> <li>- Merancang ulang <i>motion graphic</i> sesuai dengan keinginan supervisor.</li> </ul>
8	8 (18 Maret – 23 Maret 2024)	<i>Event</i> Happy Time Junior Sport Competition.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Merancang brosur selebaran berukuran A5 untuk <i>event</i> Sport Competition.</li> <li>- Membuat desain media sosial dalam bentuk 1:1.</li> <li>- Merancang desain sertifikat untuk pemenang Sport Competition.</li> </ul>
9	9 (25 Maret – 30 Maret 2024)	Neon Light Festival Funtopia.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Merancang ilustrasi <i>sticker sheet</i> untuk Neon Light Festival.</li> <li>- Mendesain gantungan kunci karakter Funtopia.</li> </ul>

			<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mendesain 3 jenis tiket masuk Funtopia saat Neon Light Festival.</li> </ul>
10	10 (1 April – 6 April 2024)	Poster Neon Light Festival, Happy Hours Happy Time.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Merancang desain poster Neon Light Festival.</li> <li>- Mendesain desain poster Happy Hours A4.</li> <li>- Melakukan revisi sesuai dengan penambahan informasi oleh staff markpro.</li> <li>- Merancang turunan berupa versi media sosial dan <i>backdrop</i>.</li> </ul>
11	11 (8 April – 13 April 2024)	Merancang stiker mesin sesuai desain sebelumnya dan <i>sticker sheet</i> Happy Time.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mencontoh dan mendesain ulang desain stiker mesin yang rusak.</li> <li>- Mencari referensi Go Kart sesuai dengan tema <i>sticker sheet</i>.</li> <li>- Membuat ilustrasi karakter Joie dan Erland untuk <i>sticker sheet</i> Happy Time.</li> </ul>
12	12 (15 April – 20 April 2024)	Merancang desain <i>hoarding</i> dan Fun Fest Coswalk Funtopia.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat desain <i>hoarding</i> penutup <i>soft play</i> sesuai dengan contoh yang sudah ada.</li> <li>- Membuat desain media sosial 1:1 Fun Fest Coswalk.</li> </ul>
13	13 (22 April – 27 April 2024)	Fun Fest Coswalk Funtopia, Combo Seru Mei Funtopia.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat desain rountag ukuran 1m x 3m dengan 2 desain berbeda.</li> <li>- Merancang desain turunan berupa resolusi TV <i>landscape</i> dan <i>portrait</i>.</li> <li>- Membuat <i>motion graphic</i> sederhana.</li> <li>- Membuat desain Combo Seru dan turunannya.</li> </ul>

14	14 (29 April – 4 Mei 2024)	Promo Tambahan <i>Counter Happy Time</i> .	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mendesain poster A4, sosial media 1:1, TV <i>landscape</i> dan <i>portrait</i>.</li> <li>- Membuat desain <i>membership card</i>.</li> </ul>
15	15 (6 Mei – 11 Mei 2024)	Desain Merchandise Kaus	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Menjalankan <i>meeting</i> singkat dengan supervisor mengenai desain yang akan diilustrasikan.</li> <li>- Mencari referensi dan melakukan sketsa desain.</li> <li>- Eksekusi desain kaus dan melakukan revisi sesuai dengan permintaan.</li> </ul>
16	16 (13 Mei – 18 Mei 2024)	Desain Merchandise Bantal	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mendesain desain merchandise bantal berukuran persegi dengan tema DJ.</li> <li>- Melakukan presentasi produk ke supervisor.</li> <li>- Menerima revisi dan perancangan ulang desain bantal dengan tema yang lebih cocok dengan <i>brand</i>.</li> </ul>
17	17 (20 Mei – 25 Mei 2024)	Perancangan ulang Merchandise Bantal, penerimaan project UI aplikasi	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Merancang ulang desain bantal dengan tema <i>claw machine</i>.</li> <li>- Menerima permintaan terbaru mengenai UI aplikasi.</li> <li>- Serah terima seluruh desain merchandise ke supervisor.</li> </ul>

### 3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

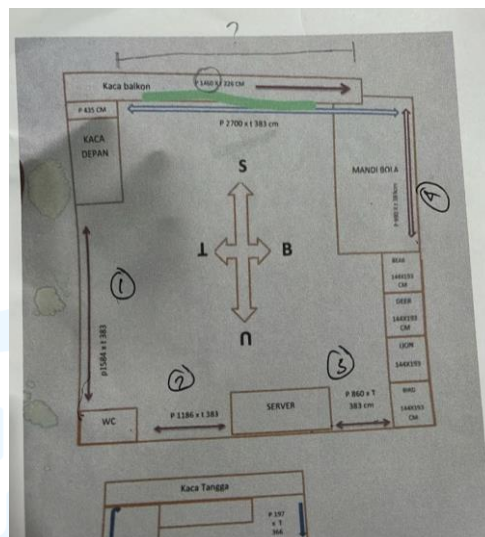
Penulis sebagai staff magang di CV Mitra Gamesindo diberikan kesempatan untuk ambil andil dalam pelaksanaan beberapa proyek perusahaan. CV Mitra Gamesindo memiliki beberapa *brand*. Oleh sebab itu, penulis memiliki kesempatan untuk mengeksplor berbagai desain untuk berbagai *brand*. Dalam pelaksanaannya, tentu saja penulis menemukan beberapa kendala. Akan tetapi, pada akhirnya penulis menemukan solusi dari kendala yang penulis hadapi.

### 3.3.1 Proses Pelaksanaan

Selama pelaksanaan praktek kerja magang, penulis bertugas untuk merancang beberapa desain media promosi untuk *brand-brand* CV Mitra Gamesindo. Penulis juga terkadang diminta untuk mendesain untuk keperluan divisi lainnya seperti *hoarding*. Berikut merupakan penjelasan karya beberapa proyek yang telah penulis kerjakan.

#### 3.3.1.1 Dinding *Hoarding* Mr. Games Purbalingga

Proyek *hoarding* untuk Mr. Games Purbalingga merupakan salah satu proyek pertama penulis yang ditugaskan oleh divisi operasional. Proyek ini dijalankan dengan tujuan melakukan *re-concept* terhadap Mr. Games Purbalingga dari tema *jungle* yang cenderung gelap dan membutuhkan banyak penerangan sehingga relatif boros listrik. Tema yang diberikan kepada penulis oleh divisi operasional adalah desain dengan tema warna-warni cerah dengan karakter atau bentuk-bentuk geometris. Gambar dibawah ini merupakan peta lokasi yang berisi ukuran-ukuran dinding yang akan didesain.



Gambar 3.3 Brief Dinding *Hoarding* Purbalingga

Setelah mendapatkan brief tersebut, penulis mencari referensi bentuk-bentuk karakter geometris di internet. Tujuannya adalah memberi gambaran gaya desain yang akan dirancang untuk *hoarding*

Purbalingga. Selain itu, penulis menggunakan logo Mr. Games sebagai referensi penggunaan warna pada desain dinding *hoarding* agar dinding yang dihasilkan memiliki kesan Mr. Games didalamnya. Gambar dibawah ini merupakan referensi dan *color palette* yang penulis gunakan untuk mendesain *hoarding* Purbalingga.



Gambar 3.4 Referensi Dinding *Hoarding* Purbalingga

Masing-masing karakter dirancang menggunakan 1 bentuk geometris dasar yang diberi ornamen kepala yang unik untuk memberikan kesan variatif dan tidak kaku. Contohnya, pada gambar 3.5, karakter tersebut memiliki bentuk dasar segitiga dengan ornamen kepala berupa kunciran dengan bentuk segi 4 tidak beraturan. Ornamen kepala memiliki *layer mode multiply* untuk menghasilkan warna-warna baru melalui teknik *overlapping* agar tidak menghilangkan kesan bentuk geometris sederhana masing-masing ornamen.

Bagian mata dari karakter dibuat dengan 2 bentuk oval, oval bagian luar yang menunjukkan batasan mata berwarna putih dan oval dibagian dalam yang di *mask* dengan oval luar sebagai iris mata berwarna hitam. Seluruh karakter diberi ekspresi bibir yang berbeda-beda, akan tetapi umumnya memiliki komponen penyusun yang sama, yaitu bentuk dasar dan bentuk tambahan sebagai ornamen kepala.

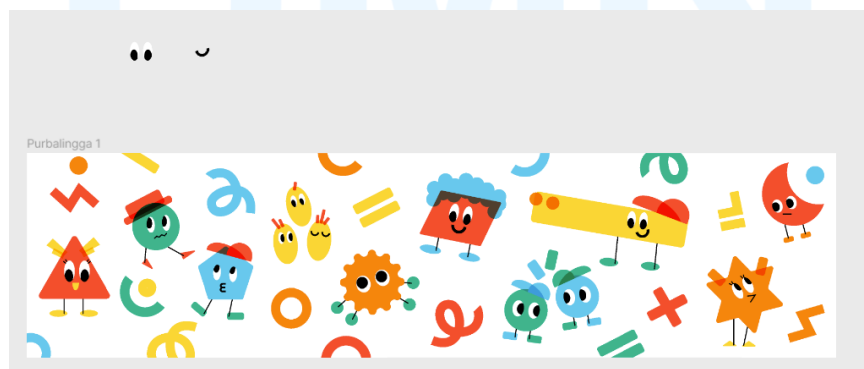


Sebagian besar dari karakter juga memiliki 2 tungkai kaki dan 2 bentuk geometris sebagai representasi telapak kaki.



Gambar 3.5 Karakter Dinding *Hoarding* Purbalingga

Penulis merancang konsep desain dinding yang cerah untuk memberikan kesan *cheerful* dan *bright* kepada orang-orang yang datang dan berkunjung, sesuai dengan *brand* Mr. Games yang merupakan tempat hiburan keluarga dan sering dikunjungi oleh anak-anak. Desain dirancang menggunakan Figma, dengan pertimbangan besarnya ukuran desain agar tidak terlalu berat bagi perangkat penulis. Desain-desain karakter yang telah dibuat menggunakan bentuk-bentuk geometris secara vektor di Figma dirancang menjadi 1 kesatuan pada dinding. Berikut merupakan jejak proses penulis ketika mendesain dinding Purbalingga.



Gambar 3.6 Proses Dinding *Hoarding* Purbalingga

Setelah menyusun karakter-karakter dalam satu *frame*, penulis juga menentukan ukuran *stroke* dari elemen-elemen geometris agar

desain tetap koheren dan harmonis. Setelah berhasil merancang desain salah satu dinding, penulis merancang dinding-dinding lainnya dengan karakter-karakter serupa dengan warna dan aksesoris yang berbeda. Alasan penulis tidak merancang terlalu banyak bentuk karakter adalah keterbatasan waktu mendesain karena antrian desain RPC lainnya.

Setelah menyelesaikan keempat dinding, desain tersebut diserahkan kepada divisi operasional untuk di-*review*. Divisi operasional cukup puas dengan hasil desain tersebut dan tidak meminta revisi tambahan. Setelah itu, penulis memotong desain tersebut ke ukuran-ukuran kecil 3m x 4m untuk di cetak. Penulis juga menyertakan panduan pemasangan yang berisi urutan nama *file* kepada divisi operasional.







Gambar 3.7 Desain Akhir *Hoarding* Purbalingga

Setelah menyerahkan seluruh *file* ke divisi operasional, desain tersebut dijadwalkan akan di cetak, akan tetapi tidak dalam waktu dekat. Menurut staff divisi operasional, saat ini divisi tersebut sedang fokus ke proyek lain yang lebih mendesak seperti mempersiapkan keramaian *counter* saat lebaran. Desain dengan *master* yang sama kemudian juga digunakan pada stiker kaca Mr. Games Purbalingga.

### 3.3.1.2 Sport Competition (Happy Time Junior)

Proyek selanjutnya adalah desain acara Sport Competition yang diberikan kepada penulis oleh staff marketing dan promosi. Proyek ini

merupakan salah satu proyek yang penulis kerjakan cukup lama sebelum hari H karena brief diberikan kepada penulis cukup awal. Oleh karena itu, perancangan dapat terlaksana dengan lebih matang tanpa tenggat waktu yang mencekam. Acara tersebut merupakan acara perlombaan beberapa wahana permainan seperti *archery*, *bowling*, dan *supercube*. Sport Competition diadakan pada tanggal 24 Maret 2024 di Happy Time Junior Mall Paragon Semarang. Untuk menarik pengunjung menghadiri Happy Time Junior, acara ini dirancang dan membutuhkan desain berupa selebaran brosur A5 untuk disebar ke pengunjung Mall Paragon.

RENCANA PROMOSI COUNTER			
COUNTER: Happy Time / Wonderland / Mr. Games / Fun n Play Happytime Junior			
Rencana diajukan kepada :	Leader Counter :		
Rpk. Ary Priyo Prabowo	Staff Promo :	ANISA FERRIANA	
Manager Marketing & Promosi	Keperluan :	<input type="checkbox"/> Opening Counter <input type="checkbox"/> Promo Nasional <input type="checkbox"/> Promo Counter <input checked="" type="checkbox"/> Event Counter	
Cv Mitra Gemesindo		Rencana Pelaksanaan : 24 Maret 2024	
SEMARANG			
NAMA KEGIATAN : SPORT COMPETITION			
DESKRIPSI KEGIATAN : Untuk mengenalkan mesin baru Happytime Junior kami dari tim Markpro membuat Event <b>SPORT COMPETITION</b> yang terdiri dari beberapa Mesin : 1. Archery Archery dibagi 2 Kategori Perempuan & Laki - laki 2. Bowling 3. Supercube ( min peserta 3 orang ) Dengan target 50 peserta , Biaya pendaftaran Rp. 60.000 dapat mengikuti 3 Event Sport Competition Per Event akan diambil Juara 123			
PENDANAAN : a. Total Hadiah Pemenang : Rp. 2.100.000 ( Per Event Budget Rp. 700.000 ) Juara 1 : Hadiah Uang Tunai Rp.350.000 + Plagam + Piala + Merchandise Juara 2 : Hadiah Uang Tunai Rp. 200.000 + Plagam + Piala + Merchandise Juara 3 : Hadiah Uang Tunai Rp. 150.000 + Plagam + Piala + Merchandise b. Cetak Brosur Irim : Rp. 300.000 ( By Purchasing ) c. Piala 1 Set : Rp. 250.000 <b>TOTAL : Rp. 2.350.000</b>			
CATATAN/ REVISI SETELAH PENINJAUAN :			
			
	DIAJUKAN OLEH,	DI TINJAU OLEH	DISETUJUI OLEH,
Nama	ANISA FERRIANA		ARY PRIO PRABOWO
Jabatan	STAFF MARKPRD	SPV OPERASIONAL	MANAGER MARKPRD
Tanggal			
Tanda tangan			

Gambar 3.8 Brief Sport Competition

Berdasarkan pengalaman penulis mengunjungi Happy Time Junior pada *soft opening* dan kunjungan bersama, Happy Time Junior memiliki suasana tempat yang *vibrant*, berapi-api dan antusias. Penulis memutuskan untuk menggunakan warna-warna yang membangkitkan rasa antusias seperti merah dan perpaduan antara hitam dan kuning pada desain yang sesuai dengan *brand image* dan

logo Happy Time Junior. Penulis juga memutuskan menggunakan elemen visual yang berkesan *sporty* seperti garis lapangan pertandingan yang sesuai dengan tema kompetisi Sport Competition.



Gambar 3.9 Proses Desain Sport Competition

Penulis memilih *font* yang sesuai dengan kata kunci antusias, berani, dan tidak kaku. *Font* yang penulis gunakan untuk *heading* adalah Gotham Ultra Italic yang sesuai dengan kriteria tersebut. *Font* italic yang digunakan juga memberikan kesan kinetis yang cocok dengan tema *sport* yang ingin ditampilkan pada brosur. Pada *header*, penulis memberikan berbagai ornamen seperti bintang yang dibuat dengan star dengan jumlah sisi 4 dengan sisi *rounded*. Bintang tersebut diberikan untuk memberikan kesan *dream-like* sebagai representasi kemenangan dari perlombaan untuk meraih berbagai hadiah menarik.

Terdapat pula ornamen yang menyerupai *police line* dengan warna merah kuning yang melambangkan *brand* serta memberikan kesan dinamis dan *sporty*, sesuai dengan tema yang diangkat. Disamping kata 'Sport', elemen berbentuk kalender dan tanggal diberikan sebagai informasi tanggal pelaksanaan. Pada bagian kiri dari 'Sport Competition' pula, diberikan garis garis miring yang memberikan kesan kinetik pada *headline*. Sebagai *finishing*, sebuah lingkaran dengan *layer mode hard light* diletakkan untuk menonjolkan *focal point* pada brosur.

Penulis mendesain keseluruhan isi brosur menggunakan aplikasi Figma dan merancang desain sesuai dengan keinginan klien yang memiliki *request* khusus untuk memasukkan foto kedalam brosur. Tujuannya adalah sekaligus mengenalkan wahana-wahana baru Happy Time Junior kepada masyarakat. Masing-masing dari wahana diberikan sebuah *icon* yang menggambarkan wahana dengan warna merah dan kuning dari *color palette*.



Gambar 3.10 Proses Revisi Desain Sport Competition

Desain awal selesai di rancang dan di *export* untuk memberikan *preview* desain kepada staff markpro. Setelah melihat desain tersebut, staff markpro kemudian meminta agar ukuran foto diperbesar agar lebih memikat audiens dan memberikan gambaran Happy Time Junior terhadap calon pendaftar lomba. Oleh karena itu, penulis kemudian melakukan revisi desain sebanyak 2x karena revisi pertama memiliki ukuran foto yang masih dianggap kurang besar.

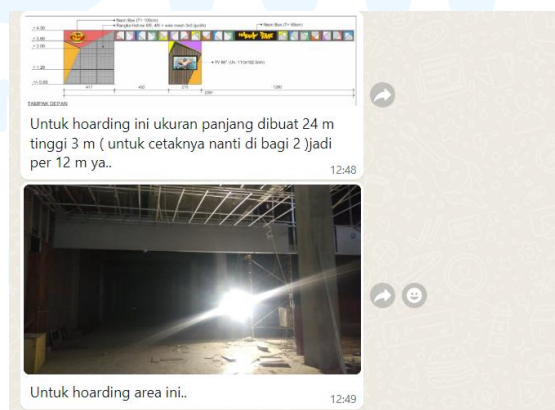


Gambar 3.11 Turunan Desain Sport Competition

Setelah menyerahkan desain akhir kepada staff markpro, keesokan harinya staff tersebut meminta desain dibuat versi media sosial Instagram untuk di unggah secara *online*. Penulis memutuskan untuk membuat desain menjadi 2 halaman berbeda agar informasi tidak terlalu padat dan *crowded* pada 1 halaman yang dapat meningkatkan kejenuhan audiens membaca informasi. Desain tersebut juga diminta untuk dibuat versi TV landscape agar dapat ditampilkan pada TV di kasir *counter*. Untuk keperluan hari acara, desain *backdrop* ukuran 2m x 3m diminta untuk membangun suasana serta desain sertifikat bagi para pemenang kompetisi.

### 3.3.1.3 Hoarding Coming Soon Happy Time Garut

Happy Time Garut merupakan salah satu *counter* yang akan dibuka dan sedang dalam proses *opening* oleh divisi project. CV Mitra Gamesindo dan beberapa perusahaan lainnya umumnya memulai konstruksi beberapa bulan sebelum pembukaan *counter*. Konstruksi tersebut dilakukan secara *closed doors* dan tertutup dari pengunjung *mall*. Oleh karena itu, timbul kebutuhan akan *hoarding* untuk menutup pelaksanaan konstruksi *tenant*. *Hoarding* yang digunakan dapat menjadi *headstart* bagi *tenant* dan dapat dimanfaatkan sebagai media promosi *brand* sebelum opening. Penulis ditugaskan oleh divisi project untuk merancang sebuah *hoarding* untuk Happy Time Garut dengan ukuran 24m x 3m.



Gambar 3.12 Brief *Hoarding* Happy Time Garut

Penulis diberi kebebasan untuk menentukan konsep dan diberi waktu sekitar 3-5 hari kerja untuk menyelesaikan desain *hoarding* tersebut. *Brand* Happy Time memiliki segmentasi pasar kelas ekonomi menengah keatas dan memiliki *tone of voice* menyenangkan selayaknya tempat bermain anak-anak. Setelah menelusuri beberapa referensi, penulis memutuskan untuk menggunakan konsep carnival festival untuk menyambut keseruan Happy Time dan memberikan suasana bahagia bagi calon pengunjung di masa yang akan datang. Berikut merupakan referensi yang penulis gunakan dan *color palette* yang penulis digunakan dalam desain.



Gambar 3.13 Referensi *Hoarding* Happy Time Garut

Setelah itu, penulis memulai eksekusi karya dengan membagi panjang *hoarding* 24m ke 4 bagian sama besar. Masing-masing dari keempat bagian tersebut, penulis tampilkan foto keseruan bermain di Happy Time dengan foto wahana yang berbeda-beda. Wahana-wahana yang penulis tampilkan merupakan wahana-wahana yang akan dirakit pada Happy Time Garut di masa yang akan datang. Berikut merupakan desain awal yang penulis berikan kepada klien.



Gambar 3.14 Desain Awal *Hoarding* Happy Time Garut

Penulis meminta masukan dari klien melalui chat WA. Klien berpendapat secara halus bahwa desain terlalu monoton dan dapat dibuat lebih ceria agar dapat menarik pengunjung dan menggambarkan Happy Time dengan lebih menyeluruh. Setelah mendapatkan masukan tersebut, penulis tersadarkan bahwa desain yang penulis berikan kurang ceria dan kurang cocok bagi anak-anak yang suka dengan warna-warna cerah. Oleh karena itu, penulis melakukan revisi desain sebagai berikut.



Gambar 3.15 Desain Akhir *Hoarding* Happy Time Garut

Desain revisi tersebut diberikan kepada klien beberapa jam setelah klien meminta revisi. Menurut klien, desain opsi ini sudah baik dan lebih *colorful*. Pada akhirnya, desain tersebut digunakan dan dipotong menjadi 2 bagian untuk dicetak, yaitu per 12m. Karena desain hanya terdiri dari 2 bagian, penulis tidak menyediakan *guide*



pemasangan. Sekitar 2 minggu kemudian, klien meminta desain tambahan sepanjang 6m karena ternyata terdapat bagian lain yang harus di *hoarding*. Karena keterbatasan waktu dan keperluan yang sangat *urgent*, klien meminta salah satu bagian dari desain yang sudah ada dibuat file 6m untuk di cetak secara lokal sesegera mungkin. Klien kemudian memilih desain pada bagian paling kanan untuk dipotong menjadi file 6m dan di cetak.

#### 3.3.1.4 Neon Light Festival Funtopia

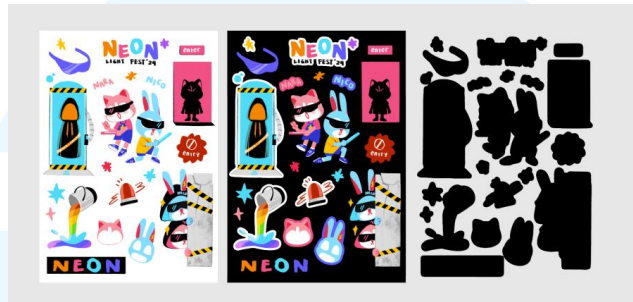
Neon Light Festival merupakan *event* jangka pendek dari *brand* Funtopia yang berlangsung sekitar 2 minggu. Funtopia merupakan tempat bermain anak yang dalam pelaksanaannya, *one-time payment* dengan membayar tiket masuk. Setelah membayar tiket masuk, pengunjung dapat bermain seluruh wahana yang ada di Funtopia secara gratis. Berkaitan dengan *event* ini yang dirancang oleh divisi markpro, penulis diminta untuk membuat merchandise, poster, dan desain tiket masuk untuk Funtopia. Brief yang penulis dapatkan pada proyek ini dilakukan secara lisan dan bersifat berantai dimana penulis menyelesaikan satu desain sebelum diberikan brief untuk membuat desain lainnya.



Gambar 3.16 Sketsa *Sticker Sheet* Neon Light Festival

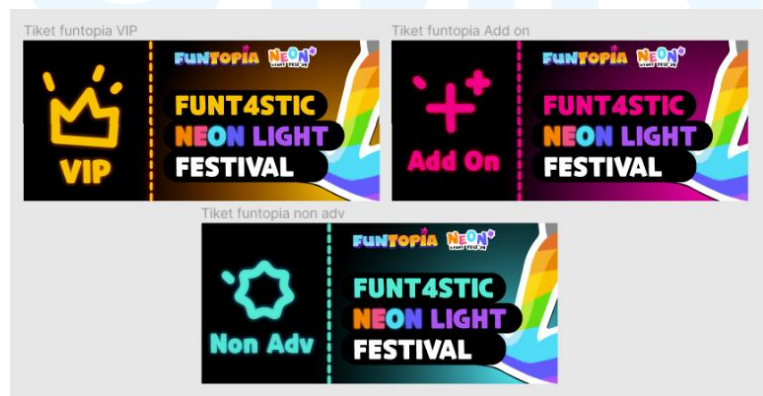
Penulis pertama-tama ditugaskan untuk membuat desain merchandise terlebih dahulu. Melalui diskusi dengan manager dan beberapa staff markpro, jenis merchandise yang dirancang merupakan

*stiker sheet* berukuran A6 *kiss cut*. Manager markpro meminta agar desain merchandise terdiri dari ilustrasi maskot Funtopia yang mengenakan baju atau aksesoris yang berhubungan dengan Neon Light Festival.



Gambar 3.17 Desain Akhir *Sticker Sheet* Neon Light Festival

Penulis menyerahkan 3 jenis file, yaitu *light-themed*, *dark-themed*, dan pola *cutting* vektor untuk di cetak oleh vendor. Klien merasa cukup puas dengan desain yang penulis serahkan dan menerima desain tersebut tanpa revisi. Desain yang akhirnya dicetak oleh divisi markpro adalah versi *light-themed*. Setelah desain merchandise tersebut selesai, penulis diminta oleh staff markpro untuk merancang desain tiket berukuran 10 x 4,5cm. Tiket yang dirancang diminta untuk di desain secara berbeda untuk 3 jenis tiket, yakni VIP, *add on*, dan *non adventure*. Tiket juga diminta agar diberi desain bisa dirobek menyerupai garis putus-putus. Berikut merupakan desain tiket Funtopia yang penulis rancang.



Gambar 3.18 Desain Tiket Neon Light Festival

Berdasarkan tema dari acara Funtopia yakni Neon Light Festival, penulis memutuskan untuk menggunakan warna gelap pada *background* dan menggunakan warna-warna dengan saturasi tinggi atau warna-warna neon. Penulis juga menggunakan drop shadow dengan warna neon untuk memberikan efek *glow* pada elemen-elemen desain. Setelah desain tersebut diserahkan kepada markpro, dan di terima dengan baik, penulis diminta untuk membuat desain poster sebagai media promosi *free product (sticker sheet)* dengan minimal pembelian. Poster tersebut berukuran A4 dan akan dipajang menggunakan pajangan akrilik di atas meja *counter*. Berikut merupakan desain poster Neon Light Festival.

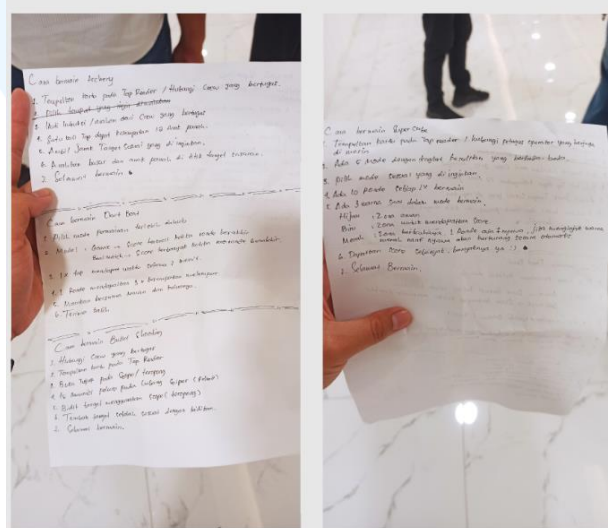


Gambar 3.19 Desain Poster Neon Light Festival

Poster yang dirancang memiliki tema yang disesuaikan dengan *event*, yakni Neon Light Festival. Seperti desain tiket, disini penulis juga menggunakan warna gelap sebagai latar dan warna-warna dengan saturasi tinggi atau neon menjadi bagian dalam Neon Light Festival. Elemen-elemen yang digunakan pada poster juga menunjukkan potongan-potongan dari *sticker sheet* yang merupakan *free product*, semacam *sneek peak*.

### 3.3.1.5 Papan Panduan Wahana Happy Time Junior

Happy Time Junior merupakan *brand* terbaru dari CV Mitra Gamesindo yang baru saja dikenalkan pada tahun 2024. *Brand* tersebut memiliki segmen pasar dengan tingkat ekonomi tertinggi dibandingkan *brand-brand* CV Mitra Gamesindo lainnya. Happy Time Junior menghadirkan berbagai wahana baru yang jarang ditemukan di *counter* wahana permainan lainnya di Indonesia. Oleh karena itu, timbul keperluan akan papan panduan terhadap wahana-wahana tersebut agar pengunjung tidak mengalami kecelakaan saat bermain. Penulis diminta untuk merancang papan panduan dengan ukuran A1. Berikut brief yang penulis terima dari divisi operasional.



Gambar 3.20 Brief Panduan Wahana Happy Time Junior

Seperti yang telah penulis sebutkan pada desain sebelumnya mengenai Happy Time Junior, *brand* HT Junior memiliki *brand image* yang *sporty*, antusias, dan berapi-api. Oleh karena itu, penulis memutuskan untuk menggunakan warna hangat dengan saturasi yang tinggi. Warna yang penulis gunakan merupakan merah dan kuning yang juga sejalan dengan logo HT Junior.



Gambar 3.21 Proses Panduan Wahana Happy Time Junior

Penulis pertama-tama menentukan *font* yang akan digunakan dan gaya visual yang akan penulis gunakan. *Font* yang digunakan merupakan *font* dari Gotham Family, yaitu Gotham Ultra sebagai headline dan Gotham Bold pada teks. Penulis menggunakan tekstur dinding dan menggunakan *layer mode color burn* pada teks dan elemen desain untuk memberikan efek tekstur pada tulisan. Elemen-elemen yang digunakan pada penomoran merupakan bentuk jajar genjang yang memberikan efek gerakan *dash* untuk memberikan kesan yang *sporty* dan dinamis.



Gambar 3.22 Proses Kedua Panduan Wahana Happy Time Junior

Setelah menyesuaikan *copywriting* dengan desain yang dirancang, penulis menambahkan ikon pada bagian bawah papan panduan. Ikon dirancang dengan *stroke* berukuran 20 yang sama pada setiap garis dengan menggunakan warna merah dan kuning sesuai pada *color palette* yang telah ditentukan. 4 ikon dirancang untuk wahana *archery*, *dart beat*, *shooting*, dan *supercube*. Berikut merupakan desain akhir desain yang dirancang.



Gambar 3.23 Desain Final Panduan Wahana Happy Time Junior

Desain yang telah selesai dirancang kemudian di *export* sebagai png dan diberikan kepada divisi operasional. Divisi operasional menerima desain tersebut dengan baik dan tidak meminta tambahan revisi. Akan tetapi, terakhir kunjungan penulis ke Happy Time Junior, desain tersebut belum digunakan.

### 3.3.2 Kendala yang Ditemukan

Selama menjalani magang di CV Mitra Gamesindo, penulis menemukan beberapa kendala baik itu dari faktor internal atau dari faktor eksternal. Kendala pertama merupakan kesulitan menyesuaikan jam biologis penulis untuk bangun pagi selama 6 hari dalam seminggu. Hal ini menyebabkan performa penulis yang relatif kurang maksimal pada pagi hari jika dibandingkan dengan performa setelah makan siang.

Kendala kedua yang penulis temukan dan cukup berpengaruh terhadap penulis adalah permintaan klien yang tidak memungkinkan untuk direalisasikan. Contohnya, penulis diminta untuk membuat desain dengan

media yang berbeda-beda di Canva, namun diminta agar dalam 1 *link* desain yang sama. Padahal, satu *link* Canva hanya memungkinkan 1 ukuran saja. Penulis merasa beberapa klien kurang memiliki pemahaman mengenai cara kerja *software* desain dan desain grafis secara umum dan menjadi *barrier* dalam komunikasi permintaan desain.

Kendala selanjutnya adalah menyesuaikan gaya desain yang umumnya penulis gunakan dengan gaya desain yang diinginkan klien. Penulis cenderung terbiasa dengan desain-desain dengan gaya *clean look* yang memiliki *feel* elegan dan anggun. Akan tetapi, di CV Mitra Gamesindo, desain promosi yang digunakan harus menyesuaikan *brand image* dari *brand-brand* permainan anak yang heboh dan berapi-api. Oleh karena itu, pada mulanya, penulis cukup kesulitan dalam membuat desain yang *fun*.

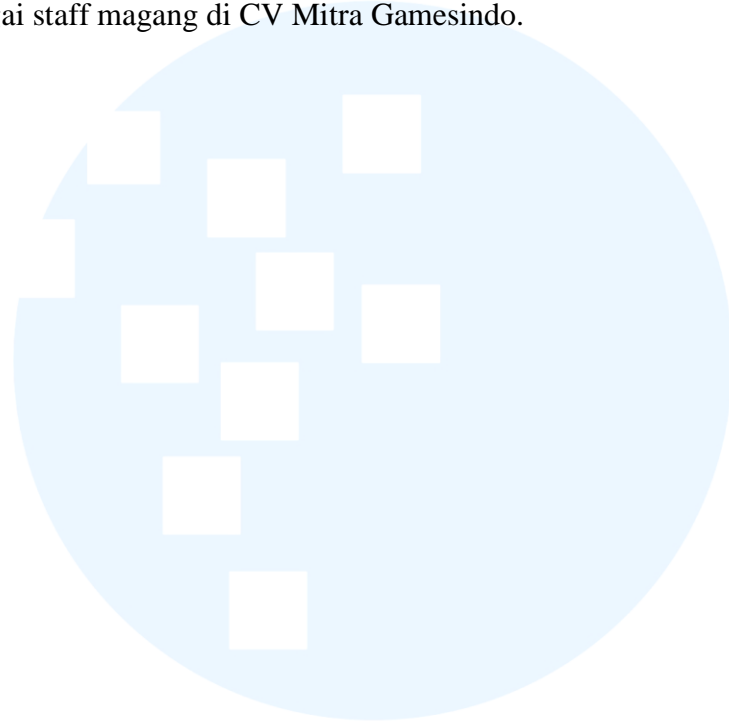
### **3.3.3 Solusi atas Kendala yang Ditemukan**

Pada kendala pertama, pada mulanya, penulis sangat kesulitan bangun pagi dan menjalani hari tanpa mengantuk. Pada beberapa minggu pertama, penulis sering merasa mengantuk pada pagi hari di kantor. Hal tersebut menyebabkan performa kurang maksimal pada *working hours*. Akan tetapi, setelah menemukan *balance* pada jam tidur, penulis tidak lagi mengalami kesulitan dalam bangun pagi pada 6 hari dalam seminggu pada minggu ke-4 atau minggu ke-5.

Solusi dari kendala kedua, penulis menjelaskan kepada klien bahwa permintaan yang ia minta tidak memungkinkan dan menjabarkan alasan-alasannya. Pada mulanya, klien tidak dapat menerima penjelasan penulis. Akan tetapi, setelah menunjukkan secara langsung, klien akhirnya memahami maksud penulis dan mencari solusi jalan keluar bersama.

Dari kendala ketiga, solusi yang penulis temukan adalah dengan terus memupuk diri dengan masukan-masukan dari staff dan melihat referensi desain terdahulu serta poster-poster dengan tema festival oleh beragam desainer melalui internet. Contohnya adalah desain Summerground untuk

festival musik di Sydney oleh Pablo Espinosa. Meskipun hingga saat ini penulis masih cukup kesulitan dalam menggambarkan suasana yang *fun* dan heboh, penulis sudah jauh lebih baik dari penulis ketika baru saja masuk sebagai staff magang di CV Mitra Gamesindo.



UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA