

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Penulis memiliki kedudukan sebagai *Graphic Designer Intern* yang berada dalam divisi marketing dan bekerjasama dengan tim marketing yang dipimpin oleh Henry Wijaya selaku Head of Marketing dan Supervisor pada PT Moradi (Retail OT). Berikut merupakan penjabaran mengenai posisi penulis dan koordinasi penulis dengan tim marketing dalam menyelesaikan pekerjaan selama program magang di PT Moradi.

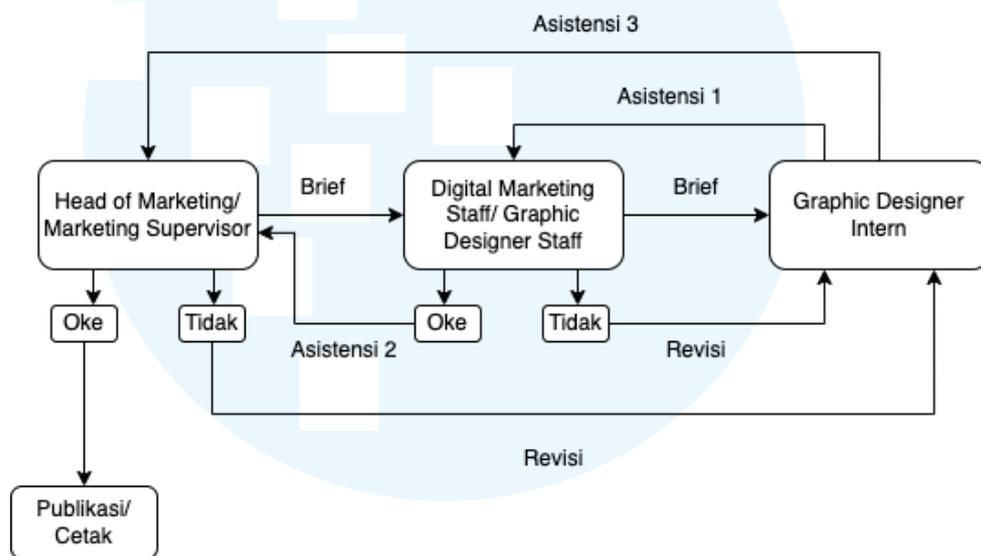
3.1.1 Kedudukan

Penulis memiliki kedudukan sebagai *Graphic Designer Intern* dalam divisi marketing kreatif PT Moradi (Retail OT). Di sini, penulis membuat berbagai kebutuhan pemasaran baik *online* maupun *offline* untuk 6 brand yang berbeda. Kebutuhan pemasaran yang didesain seperti kebutuhan *Point of Purchase* (POP) bulanan yang berisi poster, *wobbler*, *banner*, *flyer*, katalog, tv menu, pos kasir, *sticker*, *preview* katalog dan *OT link* untuk aplikasi MOR. Selain itu penulis juga bekerja untuk mendesain maskot, *voucher*, *menu board*, *ads*, *social media daily content*, *e-commerce*, *motion graphic*, dan edit foto. Penulis juga ikut dalam mendesain beberapa kebutuhan pembukaan toko.

3.1.2 Koordinasi

Penulis sebagai *Graphic Designer Intern* mengerjakan desain sesuai dengan arahan atau instruksi (*creative brief*) yang telah diberikan oleh Marketing Supervisor dan Digital Marketing. Setelah penulis menerima brief yang telah diberikan, penulis kemudian membuat desainnya. Setelah penulis selesai mendesain, hasil desainnya akan ditunjukkan kepada digital marketing staff dan graphic designer staff. Kemudian jika masih ada kesalahan atau kekurangan, maka penulis akan melakukan revisi, tapi jika desain yang sudah

selesai dibuat tidak ada masalah maka desain akan ditunjukkan dan diasistensikan kepada marketing supervisor dan head of marketing. Apabila desain masih perlu untuk diperbaiki dan dikembangkan maka perlu untuk melakukan revisi ulang, tapi apabila desain sudah aman maka desain sudah boleh untuk dipublikasikan atau dicetak. Berikut merupakan alur koordinasi berupa bagan seperti di bawah ini:



Gambar 3. 1 Bagan Alur Koordinasi

3.2 Tugas yang Dilakukan

Berikut merupakan tugas-tugas yang dilakukan oleh penulis selama periode magang di retail Orang Tua Group yaitu PT Moradi.

Tabel 3. 1 Detail Pekerjaan Selama Magang

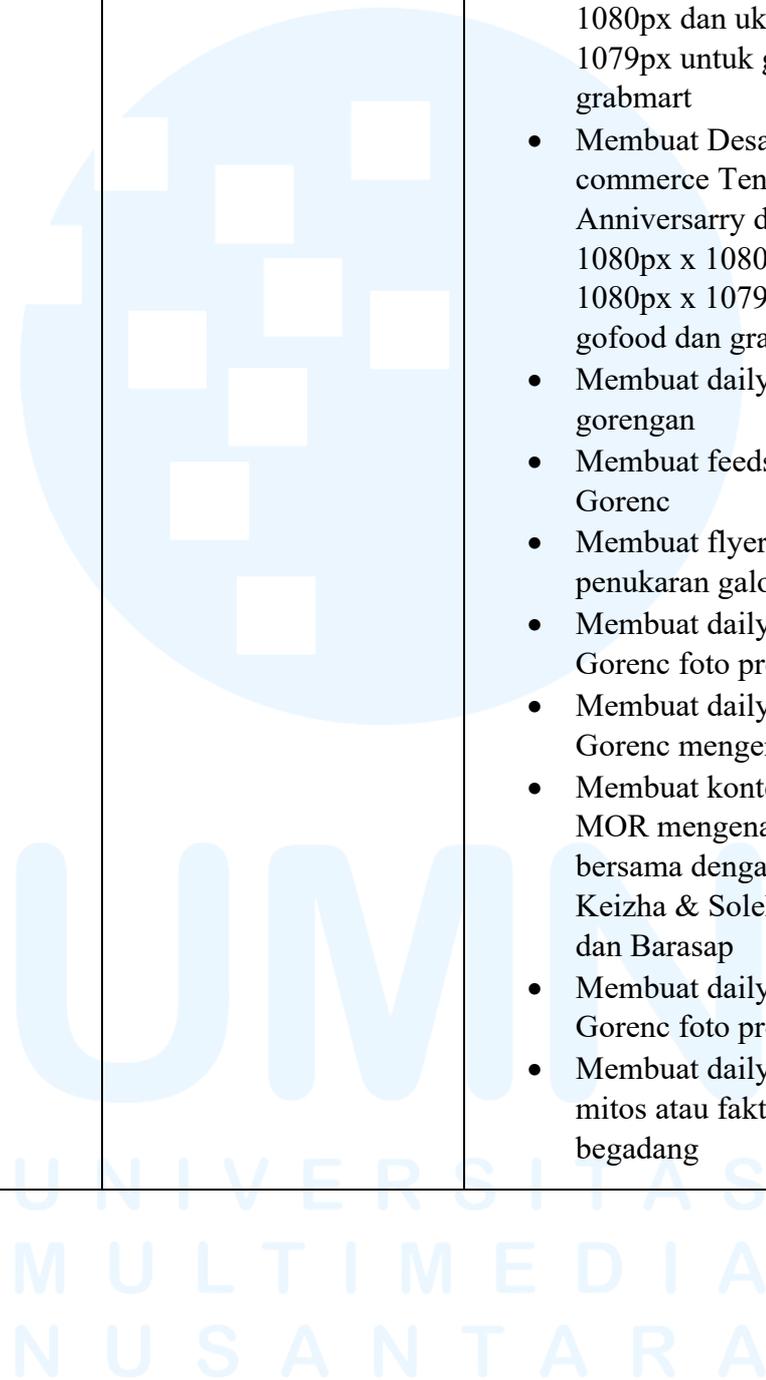
No.	Minggu	Proyek	Keterangan
1	Minggu 1 (19 Januari 2024)	Daily content	Membuat desain konten harian dari brand Tendang mengenai zodiak
2	Minggu 2 (22-26)	Daily content	<ul style="list-style-type: none"> Membuat daily content Gorenc mengenai pilih gambar dari ekspresi gambar yang disukai

	Januari 2024)		<ul style="list-style-type: none"> • Membuat daily content MOR mengenai translate • Membuat daily content T'endang mengenai Boost Mood • Membuat daily content MOR groceries • Membuat daily content MOR mengenai Coffee Break • Membuat daily content Gorenc mengenai weekend dan weekday • Membuat daily content T'endang mengenai moodbooster • Membuat daily content MOR untuk chicken burger • Membuat daily content Gorenc mengenai "Things I Love" • Membuat daily content T'endang Kamus Jawa • Membuat daily content Gorenc mengenai susun gambar • Membuat daily content MOR mengenai jajan sore • Membuat daily content T'endang mengenai tebak kata yang tersembunyi
3	Minggu 3 (29 Januari-2 Februari 2024)	<ul style="list-style-type: none"> • Daily content • E-commerce request design (banner, feeds Instagram, dan story Instagram) 	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat daily content MOR product groceries • Membuat konten T'endang photo product • Membuat daily content Gorenc mengenai ngobrol seru bareng Gorenc • Membuat daily content T'endang mengenai refuel energy

			<ul style="list-style-type: none"> • Membuat Desain Request E-commerce MOR Naga untuk merayakan Imlek dengan ukuran banner shopee dan tiktok (2000px x 1000px), banner Tokopedia (1500px x 750px), banner Blibli (1200px x 600px), Instagram Story (1080px x 1920px), Instagram Feeds (1080px x 1080px) • Membuat Desain Request E-commerce BUCIN untuk merayakan valentine dengan ukuran banner shopee dan tiktok (2000px x 1000px), banner Tokopedia (1500px x 750px), banner Blibli (1200px x 600px), Instagram Story (1080px x 1920px), Instagram Feeds (1080px x 1080px) • Membuat Desain Request E-commerce Lucky Angpao untuk brand Tendang dan MOR dalam merayakan Imlek dengan ukuran banner shopee dan tiktok (2000px x 1000px), banner Tokopedia (1500px x 750px), banner Blibli (1200px x 600px), Instagram Story (1080px x 1920px), Instagram Feeds (1080px x 1080px) • Membuat daily content RTE Nasi Bali MOR • Membuat daily content Gorenc carousel mengenai Hujan • Membuat daily content feed MOR OTG
--	--	--	--

			<ul style="list-style-type: none"> • Membuat daily content feed Gorenc mengenai rekomendasi ngemil
4	Minggu 4 (5-7 Februari 2024)	<ul style="list-style-type: none"> • Daily content • Giveaway content (motion graphic) 	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat daily content Tendang This or That • Membuat konten reels giveaway MOR dengan motion graphic • Membuat daily content gorenc mengenai matematika mencari nilai x • Membuat daily content MOR RTE carousel • Membuat desain untuk lomba diamond painting MOR berupa feeds dan poster • Membuat daily content Gorenc mengenai Goinfo manfaat rumput laut • Membuat daily content MOR fun/ trend • Membuat daily content MOR This or That • Membuat daily content Tendang untuk suasana hujan • Membuat daily content Gorenc untuk foto produk • Membuat konten product groceries MOR Kuaci Rebo • Membuat daily content MOR RTE • Resize poster Gorenc paket Gombo kedalam bentuk feeds • Membuat desain Tendang peach tea buy 1 get 1 free dalam bentuk feeds
5	Minggu 5 (12-16 Februari 2024)	<ul style="list-style-type: none"> • Daily content • E-commerce request design 	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat daily content Gorenc mengenai ojol • Membuat story MOR Cafe Lucky Angpao

		<ul style="list-style-type: none"> • Konten collab feeds 	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat Desain Request E-commerce MOR Lovely dalam merayakan valentine dengan ukuran 1080px x 1080px dan ukuran 1080px x 1079px untuk gofood dan grabmart • Membuat Desain Request E-commerce Tendang Anniversarry dengan ukuran 1080px x 1080px dan ukuran 1080px x 1079px untuk gofood dan grabmart • Membuat daily content MOR gorengan • Membuat feeds anniversary Gorenc • Membuat flyer mengenai penukaran galon Crystalin • Membuat daily content Gorenc foto produk siomay • Membuat daily content Gorenc mengenai Zodiak • Membuat konten collab feeds MOR mengenai Zodiak bersama dengan Onoroso, Keizha & Soleha, Scandia, dan Barasap • Membuat daily content Gorenc foto produk Burritos • Membuat daily content MOR mitos atau fakta dari begadang
--	--	---	---



6	Minggu 6 (19-23 Februari)	<ul style="list-style-type: none"> • Daily content • Poster MOR • Banner Rangers • Menuboard Rangers • Info open toko di feeds • Giveaway feeds • POP Bulanan 	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat daily content Tendang Peach Tea Series • Membuat desain poster MOR tahu bahun udang • Membuat desain banner rangers • Membuat desain feed daily content brand Koelit untuk foto produk • Membuat desain template giveaway MOR • Mendesain POP bulanan bagian groceries • Mengedit foto produk rangers • Membuat desain rangers menuboard • Membuat desain feeds info open Mor Cafe di Rest Area Tol Jakarta - Tangerang
7	Minggu 7 (26 Februari – 1 Maret)	<ul style="list-style-type: none"> • Poster Festive Ramadhan • POP bulanan • Sticker oneway kaca Maja • Edit foto 	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat desain poster festive MOR Ramadan • Merevisi POP bulanan poster A4 groceries • Membuat POP bulanan wobblers groceries • Menyiapkan sticker oneway kaca maja • Melanjutkan edit foto produk Rangers • Membuat desain poster A4 F&B bulanan • Mengerjakan pos kasir reguler dan RS Pelni • Mengerjakan TV menu reguler & RS Pelni • Mengedit foto produk nasi kebuli

8	Minggu 8 (4-8 Maret)	<ul style="list-style-type: none"> • Daily content • Impraboard Festive • Sticker chiller • Poster opening Rangers • Flyer opening Rangers • Banner Opening Rangers • Voucher Rangers dan Koelit • Giveaway feeds • Story Instagram 	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat daily content untuk brand MOR, Gorenc, Tendang • Membuat impraboard Festive • Mendesain MOR giveaway feeds • Membuat desain sticker chiller • Membuat desain voucher Rangers dan Koelit • Membuat desain banner store opening Rangers berukuran 60 x 160 cm • Membuat desain banner promo Rangers berukuran 60 x 160 cm • Membuat poster A4 untuk toko dan shell • Membuat flyer opening rangers berukuran A5 • Membuat desain story untuk brand MOR, Gorenc, Tendang, Koelit, Rangers, dan Kebuli
9	Minggu 9 (11-15 Maret)	<ul style="list-style-type: none"> • Daily content • E-commerce request design • Desain feed info outlet • Desain feed open store 	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat desain feed daily content brand MOR, Gorenc, dan Tendang • Membuat desain e commerce untuk brand MOR, Gorenc, Tendang • Membuat desain feed info outlet Rangers • Membuat desain feed info lokasi store Koelit • Membuat desain feed open store MOR Cinere

10	Minggu 10 (18- 22 Maret)	<ul style="list-style-type: none"> • Daily content • POP bulanan • Giveaway feeds 	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat desain feed daily content brand MOR, Gorenc, Tendang, Koelit • Membuat desain template giveaway MOR • Mendesain POP bulanan bagian groceries • Mendesain POP bulanan bagian F&B
11	Minggu 11(25-28 Maret)	POP bulanan	<ul style="list-style-type: none"> • Melanjutkan desain POP bulanan untuk F&B dan juga mencilil desain keperluan POP bulanan online
12	Minggu 12 (1-5 April)	<ul style="list-style-type: none"> • Daily content • POP bulanan • Ecommerce • Feeds update lokasi • Maskot balon sky dancer Kebuli Naim • Feed giveaway (feeds dan graphic motion reels) • Story Instagram hari raya • Update jam operasional feeds 	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat desain daily content untuk brand MOR, Gorenc, Tendang, Rangers, Koelit, dan Kebuli Naim • Membuat Desain Request E-commerce THR Ramadhan dengan ukuran banner shopee dan tiktok (2000px x 1000px), banner Tokopedia (1500px x 750px), banner Blibli (1200px x 600px), Instagram Story (1080px x 1920px), Instagram Feeds (1080px x 1080px) • Desain MOR, Rangers, dan Gorenc feeds update lokasi • Mendesain feed giveaway brand MOR untuk tanggal 7 April • Membuat desain giveaway motion graphic brand Gorenc untuk tanggal 9 April • Mendesain maskot balon sky dancer Kebuli Naim • Mendesain story hari Raya Idol Fitri untuk brand MOR,

			Gorenc, Tendang, Kebuli Naim, Rangers, dan Koelit
13	Minggu 13 (17-19 April)	Daily content	<ul style="list-style-type: none"> • Mendesain feed daily content Koelit mengenai ketersediaan di ojol • Mendesain feed daily content Rangers tebak kata • Mendesain feed carousel daily content Gorenc tebak-tebakan • Mendesain feed daily content Kebuli Naim mengenai tanda-tanda liburan usai • Mendesain feed daily content Tendang mengenai semangat kerja • Mendesain feed daily content Tendang mengenai cappuccino series • Mendesain feed daily content Koelit yaitu foto produk denna tema full of happiness
14	Minggu 14 (22-26 April)	<ul style="list-style-type: none"> • POP bulanan • Sticker dinding Kebuli Naim • Poster MOR 11th Anniversarry • Bannet MOR 11th Anniversarry 	<ul style="list-style-type: none"> • Menyelesaikan desain POP bulanan untuk file cetak dan online • Membuat story giveaway untuk MOR dan Gorenc • Membuat desain nasi bakar yang di resize ke Instagram • Membuat desain sticker dinding untuk Kebuli Naim • Membuat desain Poster MOR 11th Anniversarry • Membuat desain banner MOR 11th Anniversarry
15	Minggu 15 (29 April – 3 Mei)	<ul style="list-style-type: none"> • Daily content • Wobbler MOR 11th Anniversarry • Story Instagram hari buruh 	<ul style="list-style-type: none"> • Desain feeds daily content untuk brand MOR, Gorenc,

		<ul style="list-style-type: none"> • Desain feeds Instagram untuk PUP • Poster A4 Gorenc • E-commerce • Flyer untuk KM14 	<p>Tendang, Rangers, Koelit, dan Kebuli Naim</p> <ul style="list-style-type: none"> • Membuat desain MOR 11th Anniversarry Wobbler • Merevisi desain sticker dinding Kebuli Naim • Mendesain story MOR, Gorenc, Tendang untuk hari Buruh Internasional • Membuat desain instagram Tendang dan Rangers untuk PUP • Membuat desain poster A4 Gorenc • Membuat desain flyer untuk KM14 • Membuat Desain Request E-commerce Gebyar dengan ukuran banner shopee dan tiktok (2000px x 1000px), banner Tokopedia (1500px x 750px), banner Blibli (1200px x 600px), Instagram Story (1080px x 1920px), Instagram Feeds (1080px x 1080px)
16	Minggu 16 (6-10 Mei)	<ul style="list-style-type: none"> • Daily content • Feed giveaway • Story Instagram kenaikan Tuhan Yesus • Poster promo • Feeds update lokasi 	<ul style="list-style-type: none"> • Desain feeds daily content untuk brand MOR, Gorenc, dan Tendang • Mendesain feed giveaway Tendang dan Gorenc • Mendesain story Kenaikan Tuhan Yesus untuk brand MOR, Gorenc, dan Tendang • Membuat desain poster promo untuk K&S Space • Membuat desain update lokasi Tendang

17	Minggu 17 (13- 17 Mei)	<ul style="list-style-type: none"> • Daily content • Poster • E-commerce • Kartu undangan MOR Anniversarry • Desain truk 	<ul style="list-style-type: none"> • Desain feeds daily content untuk brand MOR, Gorenc, Tendang, Koelit, dan Kebuli Naim • Mendesain poster A4 spaghetti MOR • Membuat Desain Request E-commerce Qurban Berkah dengan ukuran banner shopee dan tiktok (2000px x 1000px), banner Tokopedia (1500px x 750px), banner Blibli (1200px x 600px), Instagram Story (1080px x 1920px), Instagram Feeds • Membuat desain kartu undangan MOR 11th Anniversarry • Membuat desain MOR truk
18	Minggu 18 (20- 24 Mei)	<ul style="list-style-type: none"> • Daily content • POP bulanan 	<ul style="list-style-type: none"> • Desain feeds daily content untuk brand MOR, Gorenc, dan Tendang • Mengerjakan POP bulanan

3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Bagian Penulis menjalankan magang pada Orang Tua Group Retail yaitu PT Moradi selama 6 bulan dari 19 Januari hingga 19 Juli 2024. Selama pelaksanaan magang dalam tim marketing kreatif, penulis memiliki tanggung jawab untuk membuat desain pada beberapa project di PT Moradi untuk 6 brand yaitu MOR, Gorenc, T'Endang, Koelit, Rangers, dan Kebuli. Project yang dikerjakan berupa media yang berbeda-beda yaitu dapat berupa media cetak untuk keperluan offline dan media digital untuk keperluan online. Dalam pelaksanaan magang ini, penulis juga dibimbing oleh supervisor agar dapat memahami proses kerja di perusahaan Orang Tua Retail sebagai desainer grafis dan dibimbing dalam melakukan desain agar sesuai dengan prinsip desain juga penulis semakin terasah dalam membuat desain dengan teliti dan cepat.

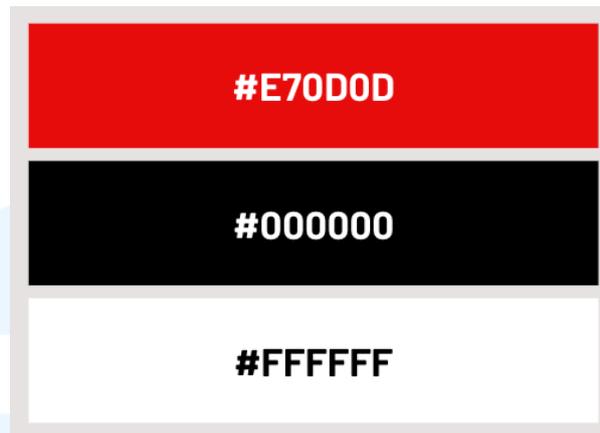
3.3.1 Proses Pelaksanaan

Selama masa magang, penulis telah berhasil menyelesaikan sejumlah proyek yang telah diberikan oleh perusahaan. Dalam pengerjaannya penulis mengaplikasikan prinsip-prinsip desain yang telah dipelajari dan mematuhi panduan brand dalam pembuatan karya. Penulis juga bekerjasama dengan tim marketing dalam pengerjaan karya-karya atau project. Pada bagian ini, penulis menjelaskan secara rinci langkah-langkah dan proses perancangan dari setiap proyek yang telah dilakukan selama periode magang di Orang Tua Retail sebagai graphic designer.

3.3.1.1 Point of Purchase

Point of Purchase (POP) merupakan tampilan (display) elemen- elemen promosi dan berbagai materi promosi yang dirancang dan dipajang untuk menarik perhatian konsumen agar mencari tahu lebih lanjut mengenai sebuah produk atau merek dan memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Point of Purchase ini akan dirancang oleh penulis setiap bulannya di akhir bulan selama seminggu untuk tampilan awal bulan dengan tema desain yang berbeda. Pada PT Moradi yang merupakan retail dari Orang Tua Group, penulis membuat Point of Purchase untuk brand MOR berupa poster groceries, poster A3, wobblers, banner, file MDS, pos kasir, tv menu, OT point, instagram katalog, dan signage.

Dalam pembuatan desain untuk brand MOR, *color palette* yang digunakan sebagai warna dasar yaitu merah, hitam, dan putih sesuai dengan warna brand dari MOR. Akan tetapi warna ini dapat berubah mengikuti tema bulanan jika ada seperti valentine, ramadhan, natal, dan sebagainya tapi akan tetap terdapat warna warna dasar atau warna utama dari brand yang dipakai.



Gambar 3. 2 Color Pallette MOR

Konsep visual dari brand MOR ini adalah vektor dan foto. Font utama yang digunakan untuk brand MOR adalah Besty dan Barlow. Font Besty biasanya digunakan untuk penulisan judul atau headline. Font Barlow biasanya digunakan untuk penulisan body text, akan tetapi seringkali juga digunakan untuk penulisan judul.

BESTY

BARLOW	BARLOW

Gambar 3. 3 Typeface MOR

Dalam membuat desain POP Bulanan, penulis akan mencari referensi terlebih dahulu yang sesuai dengan konsep MOR yang sering menggunakan vector dan foto. Kemudian akan melakukan sketsa untuk mengetahui mana desain yang cocok digunakan dan juga mengetahui tata letak atau layout dari isi konten agar isi konten mudah untuk terlihat, terbaca, dan dipahami. Sketsa ini nantinya akan diperlihatkan kepada tim desain dan supervisor untuk di asistensi.

Kemudian penulis melakukan finishing dengan menyusunnya atau melakukan digitalisasinya di adobe illustrator. Setelah melakukan finishing desain, penulis akan melakukan asistensi Kembali ke tim desain dan juga supervisor untuk melihat apakah sudah sesuai dari segi desain dan juga isi materi apakah sudah lengkap dan tidak terjadi typo. Untuk POP bulanan mulai dari poster groceries, poster A3, wobbler, banner, file MDS, pos kasir, tv menu, OT point, instagram katalog, dan signage akan dibuat senada atau satu tema desainnya bahkan desain yang digunakan repetisi.



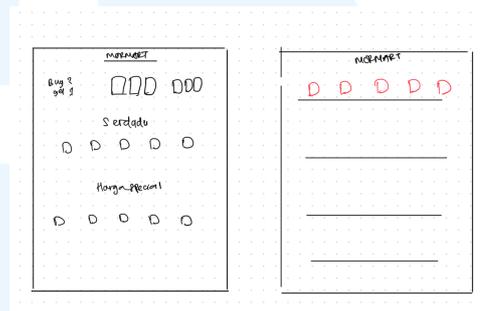
Gambar 3. 4 Beberapa Hasil Desain POP Bulanan

Untuk POP bulanan secara rinci terdapat file cetak berupa poster groceries, poster A3, wobbler, banner, dan signage, sedangkan untuk postingan online yaitu berupa file MDS, pos kasir, tv menu, OT point, dan instagram katalog. Berikut merupakan penjelasan secara rinci mengenai kerjaan POP bulanan.

1. Poster Groceries (A4)

Poster groceries untuk POP bulanan khusus berisi barang-barang groceries yang lagi promo di MOR Mart. Ukuran dari poster groceries yaitu A4 (21 cm x 29.7cm). Biasanya poster ini terdapat 2 poster tapi bisa lebih sesuai dengan seberapa banyak produk groceriesnya. Poster pertama biasanya khusus untuk promo-promo groceries yang perlu di highlight atau promo besar. Poster kedua dan seterusnya biasanya untuk

promo biasa seperti harga spesial. Dalam hal mendesain poster groceries ini, penulis akan melakukan sketsa untuk mengetahui tata letak dari produk dan juga keterangan produk. Kemudian penulis akan mendigitalisasikannya sebelum diserahkan kepada tim marketing untuk diperiksa dari segi desain dan kesesuaian produk serta keterangannya.



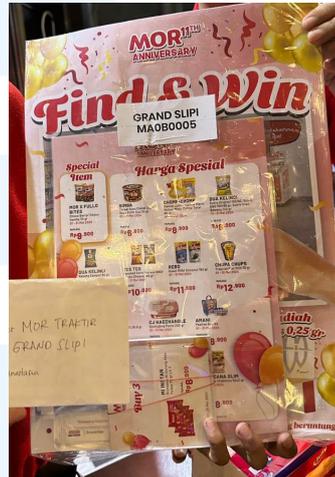
Gambar 3. 5 Sketsa Poster Groceries A4

Poster groceries ini setelah mendapatkan persetujuan dari segi desain dan juga barang dan harga yang sudah sesuai maka dilanjutkan dengan mencetaknya menjadi barang jadi yang nantinya akan dibagikan ke toko toko MOR untuk ditempel di meja kasir.



Gambar 3. 6 Beberapa Hasil Desain POP Bulanan

Berikut merupakan dokumentasi hasil cetak dari desain poster A4 groceries yang di desain oleh penulis.



Gambar 3. 7Dokumentasi Hasil Cetak POP Bulanan

2. Wobbler

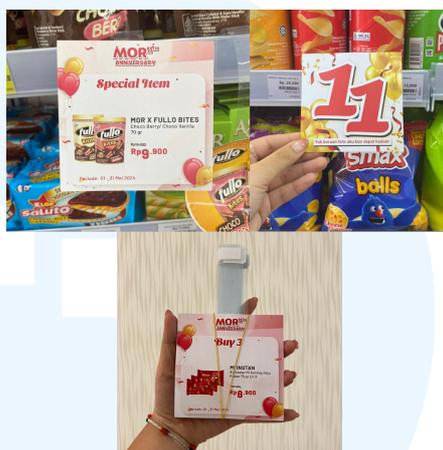
Wobbler merupakan media cetak yang berfungsi untuk mempromosikan sebuah produk yang biasa diletakkan di rak toko atau pada display produk. Wobbler ini merupakan media turunan dari poster groceries. Wobbler yang digunakan yaitu wobbler persegi dengan ukuran 10x10 cm.



Gambar 3. 8 Salah Satu Hasil Desain Wobbler

Tata letak tulisan dan gambar produk pada wobbler ini setiap bulannya template atau bisa dibilang selalu sama untuk menjaga konsistensi desain wobbler mor dan memperhatikan

dari segi keterbacaannya juga, kecuali jika ada acara atau event. Dari segi desain bahkan bisa persis sama seperti yang ada di poster karena wobbler merupakan media turunan dari poster groceries.

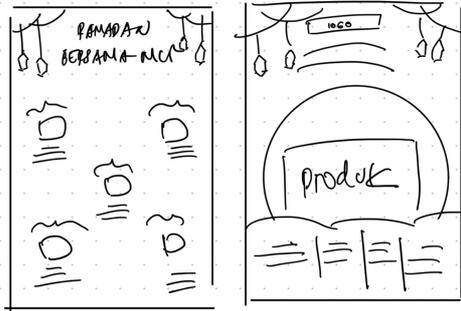


Gambar 3. 9 Dokumentasi Wobbler yang Sudah Dicitak

Gambar di atas merupakan hasil cetak dari wobbler yang sudah di desain. Hasil cetak ini nantinya akan dikirimkan ke beberapa toko untuk diletakkan di rak toko atau pada display produk.

3. Poster Promosi Sebuah Produk (A3/A2)

Poster promosi yang di desain oleh penulis biasanya poster untuk festive ataupun untuk memperkenalkan dan mempromosikan produk-produk baru atau yang perlu di highlight dan dinaikkan kembali nama produknya agar para pelanggan mengetahui dan membelinya. Hal ini dilakukan juga untuk meningkatkan penjualan suatu produk. Sebelum mendesain poster ini, penulis biasanya akan melakukan sketsa dan menentukan layout dari briefing yang sudah diberikan.



Gambar 3. 10 Sketsa Layout Poster Festive

Gambar di atas merupakan sketsa dari layout poster yang akan digunakan. Setelah mendapatkan layout yang diinginkan penulis melanjutkan dengan mendigitalisasikannya atau mengeditnya. Poster yang biasa digunakan berukuran A4 (21x29,7 cm) dan A2 (42x9,4 cm).



Gambar 3. 11 Poster Festive

Setelah melakukan digitalisasi, penulis kembali melakukan asistensi ulang untuk memastikan desain, tata letak, dan juga produk beserta keterangannya agar meminimalisir terjadinya kerugian dalam mencetak jika terjadi kesalahan. Setelah mendapatkan persetujuan maka hasil desain pun akan di cetak.

4. File MDS

File MDS ini merupakan file yang berisi promo groceries dan produk food and beverages. File ini biasa dibuat dalam ukuran A5 (21x14,85 cm) yang bertujuan untuk ditampilkan pada aplikasi MOR dengan jenis file pdf. Dalam melakukan desain, File MDS ini akan di desain sesuai dengan tema yang ada pada bulan tersebut dan sesuai juga dengan desain dari poster groceries.



Gambar 3. 12 Beberapa Hasil Desain File MDS Ukuran A5

Bentuk atau jenis desain yang ada di dalam file ini bervariasi seperti ada yang menggunakan full vektor, campuran, atau bahkan hanya memasukkan foto yang sudah diedit dalam menampilkan produknya. Tata letak dari produk yang ada di

dalam file mds ini akan sama setiap bulannya. Meskipun begitu, jika diperlukan untuk mengubah layout dari produk, maka penulis akan langsung mengubahnya. Biasanya di setiap bulan hanya perlu untuk mengganti background nya sesuai dengan tema atau event yang sedang berjalan.

5. Pos Kasir

Pos kasir merupakan turunan dari File MDS yang nantinya beberapa file akan di resize dari ukuran A5 menjadi ukuran pos kasir yaitu 1024 px x 768 px. Pos kasir ini terletak pada bagian kasir pada tv kecilnya. Hasil dari pos kasir ini nantinya akan dibuat menjadi gif agar bisa menampilkan semua produk yang akan dijual. Pos kasir ini terbagi menjadi dua yaitu MOR Mart dan MOR Cafe.



Gambar 3. 13 Salah Satu Hasil Desain Pos Kasir MOR Mart

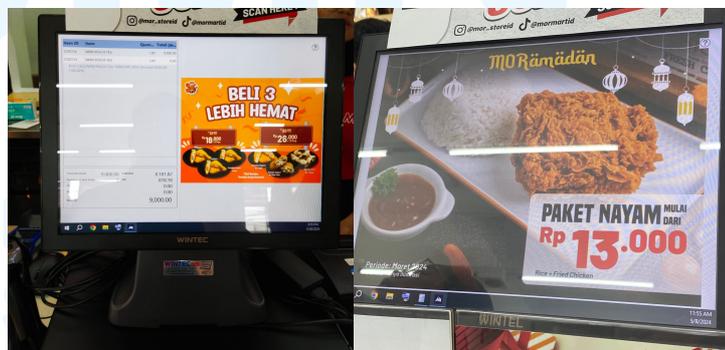
Untuk MOR Mart berisi food and beverage yang emang di jual di dalam MOR Martnya saja. Dan tidak ada brand lain di dalamnya. Sedangkan MOR Cafe terdapat brand seperti goreng dan tending dan juga dicampur dengan yang ada di MOR Martnya. Isi konten sedikit berbeda dikarenakan beberapa MOR Mart tidak memiliki MOR Cafe dan beberapa

memiliki MOR cafe dan juga sudah pastinya MOR Cafe pasti ada di dalam MOR Mart.



Gambar 3. 14 Salah Satu Hasil Desain Pos Kasir MOR Cafe

Meskipun di MOR Café terdapat brand seperti Gorenc dan Tendang, desain dari konten tetap menyesuaikan dengan MOR namun tetap ada sedikit warna atau tipikal desain dari brand tersebut yang digunakan. Di dalam MOR Café ini untuk brand tersebut meskipun menggunakan desain yang senada dengan brand MOR, konten Gorenc dan Tendang tetap memakai logonya masing-masing. Berikut merupakan dokumentasi dari Pos Kasir.



Gambar 3. 15 Dokumentasi Pos Kasir MOR Mart dan MOR Cafe

6. TV Menu

TV Menu juga merupakan turunan dari file MDS dan Pos kasir. TV menu ini isi konten dan bentuk desainnya sama persis dengan Pos kasir, hanya sedikit di ubah ukurannya. TV menu ini memiliki ukuran 1280 px x 720 px. TV menu ini letaknya di bagian kasir dinding atas. Hasil dari desain TV menu ini nantinya akan diedit menjadi video yang akan terputar secara berulang menampilkan produk-produk food and beverage yang sedang promo di bulan tersebut. Sama seperti pos kasir, TV menu juga terbagi dua yaitu TV menu MOR Mart dan TV menu MOR Cafe.



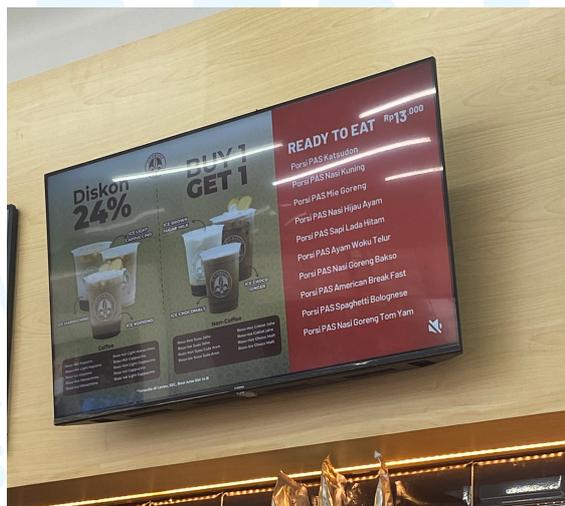
Gambar 3. 16 Salah Satu Hasil Desain TV Menu MOR Mart

Pada TV menu MOR Mart dan MOR Cafe isinya sama seperti dengan pos kasir hanya terdapat layout dan tambahan keterangan yang membuatnya sedikit berbeda. Isi konten untuk MOR Mart sendiri yaitu khusus yang sedang promo di MOR Mart nya saja tidak ikut dengan brand lain berbeda dengan MOR Cafe yang terdapat brand lain seperti Gorenc dan Tendang.



Gambar 3. 17 Salah Satu Hasil Desain TV Menu MOR Cafe

Di TV Menu MOR Café, untuk brand yang terdapat di dalamnya tetap menyesuaikan desain utama MOR jika ada event atau tema bulanan meskipun tetap diberikan sedikit gaya dari masing-masing brand. Akan tetapi jika tidak ada event atau tema bisa menggunakan warna masing-masing brand dan style masing-masing. Berikut merupakan dokumentasi dari desain TV menu yang sudah dipasangkan.



Gambar 3. 18 Dokumentasi Pos Kasir MOR Mart dan MOR Cafe

7. OT Link (OT Point)

OT Link merupakan aplikasi dari OT yang digunakan oleh karyawan OT untuk bekerja dengan lebih produktif. Di dalam sini terdapat banner yang terpasang untuk mempromosikan produk produk groceries ataupun food and beverage. OT link ini termasuk tutunan dari MDS file, Pos Kasir, dan TV menu. Penulis membuat konten dengan dua ukuran berbeda yang akan di unggah ke dalam OT Link untuk mempromosikan beberapa food and beverage yang baru saja launching atau yang sedang promo. Desain yang dibuat oleh penulis memiliki ukuran 600 px x 600 px dan 300 px x 300 px.



Gambar 3. 19 Beberapa hasil Desain OT Link

8. Instagram Katalog

Instagram katalog merupakan turunan dari file MDS. Isi dari konten instagram katalog ini diambil dari file MDS dan hanya di resize dalam bentuk feeds. Di dalam terdapat promo untuk food and beverages juga groceries. Konten ini berisi 10 slide promo yang akan selalu di pin di instagram setiap awal bulan. Berikut merupakan hasil dari desain instagram katalog.



Gambar 3. 20 Beberapa Hasil Desain Instagram Katalog

9. Signage

Signage merupakan bentuk papan yang terbuat dari bahan atau material apapun yang berisi informasi dengan tujuan memberikan atau menyampaikan informasi kepada audiens. Di sini, penulis merancang sebuah signage “MOR Ramadhan” dengan menggunakan bahan impraboard berbentuk oval dengan ukuran 84,1cm x 59,5cm.



Gambar 3. 21 Sketsa Signage Festive

Sebelum membuat signage ini, penulis membuat sketsa terlebih dahulu agar mengetahui elemen apa yang dibutuhkan dan juga tata letak dari tulisan informasinya agar mudah dibaca, dilihat, dan dipahami oleh audiens.



Gambar 3. 22 Hasil Desain Signage Festive

Setelah melakukan sketsa, penulis kemudian langsung mendigitalisasikannya. Kemudian setelah penulis selesai dalam membuat desain digitalnya, penulis memberikan kepada tim marketing untuk mengecek dan juga memina asistensi. Setelah di asistensi, hasil yang sudah di desain dicetak dan kemudian di gantung di MOR Mart. Berikut merupakan dokumentasi dari file cetakan impraboard.



Gambar 3. 23 Dokumentasi Hasil Cetak Desain Signage Festive

3.3.1.2 Daily Content

Daily Content merupakan pekerjaan yang setiap harinya dilakukan dengan menciptakan konten harian baik itu konten tentang tren, teka-teki/ kuis, produk dari brand, dan sebagainya yang bisa dijadikan untuk konten untuk membangun hubungan dengan pelanggan, menarik perhatian pelanggan, menghibur, memengaruhi keputusan pelanggan dalam pembelian produk dari suatu brand.

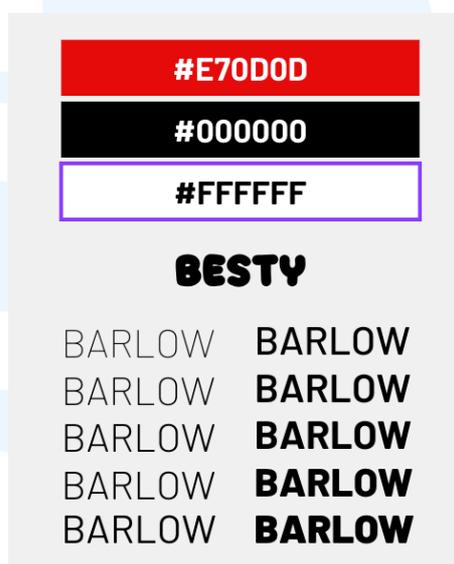
Di PT Moradi, penulis melakukan tugasnya dengan membuat atau mendesain daily contenty yang akan di upload di Instagram dalam bentuk feeds. Penulis mendesain daily konten untuk enam brand yaitu MOR, Gorenc, Tendang, Kebuli Naim, Rangers, dan Koelit. Untuk isi konten dan materi serta jadwal daily content akan diberikan oleh bagian tim digital content di Google Spreadsheet.

Pada tahap awal perancangan penulis akan mencari referensi visual berdasarkan materi yang diberikan yang sesuai dengan brand guidelines dari masing-masing brand kemudian dilanjutkan dengan melakukan sketsa dan menentukan layoutnya. Perancangan desain ini, meskipun hanya untuk daily content, tapi tetap menggunakan prinsip-prinsip desain yang benar. Mulai dari penempatan judul, penggunaan warna, penempatan objek dan juga teks. Berikut merupakan rincian dari desain daily content untuk enam brand.

1. MOR Mart

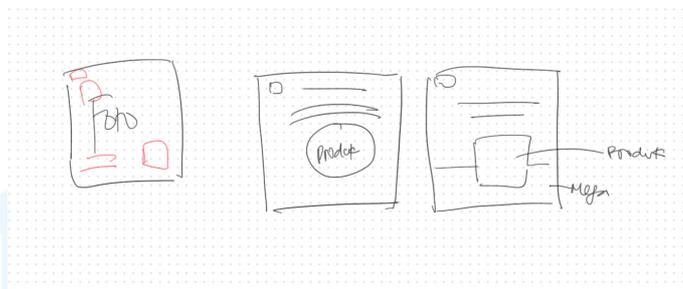
MOR Mart merupakan convenience store milik PT Moradi, retail dari Orang Tua Group. Penulis bertanggung jawab dalam membuat desain untuk daily content MOR dan keperluan pemasaran baik digital maupun online.

Untuk brand ini dalam mempertahankan konsistensinya, setiap desain-desain yang dirancang menggunakan nuansa merah, hitam, dan putih sebagai warna utamanya, menggunakan typeface Barlow yang biasa digunakan untuk penulisan body text tapi terkadang juga digunakan untuk headline dan Besty yang biasa digunakan untuk headline. Untuk tipikal desain yang digunakan adalah vektor dan foto.



Gambar 3. 24 Color Pallette dan Typeface MOR Mart

Dalam perancangan desain daily content MOR ini, penulis mencari referensi terlebih dahulu dan menyelaraskannya dengan desain brand MOR. Untuk menciptakan elemen-elemen visual untuk desain, perusahaan merekomendasi untuk mengambil dan memanfaatkan beberapa asset dari freepik. Setelah mengumpulkan referensi penulis membuat sketsa baik itu sketsa kasar maupu secara langsung di desian dan menentukan layoutnya.



Gambar 3. 25 Sketsa Desain *Daily Content* MOR

Setelah membuat sketsa dengan menentukan layout, penulis langsung mendesainnya di adobe illustrator dengan ukuran artboard 1080x1080px yaitu ukuran instagram. Dalam desain ini penggunaan gaya desainnya kebanyakan vektor dan juga menggunakan foto produk sebagai latar atau foto blur sebagai latar belakangnya.



Gambar 3. 26 Hasil Desain *Daily Content* MOR

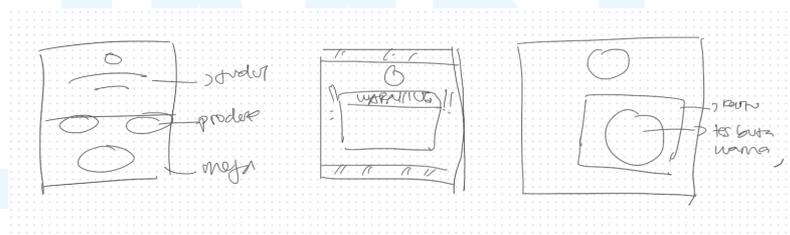
2. Gorenc

Gorenc merupakan brand yang terdapat dalam PT Moradi. Gorenc ini menjual berbagai aneka macam gorengan. Di sini, penulis juga bertanggung jawab dalam membuat konten hariannya berupa konten instagram yang berukuran 1080x1080 px. Gorenc ini memiliki warna visual utamanya yaitu oranye, putih, dan coklat. Font yang digunakan sama dengan font dari brand MOR yaitu Barlow dan Besty.



Gambar 3. 27 Color Pallette dan Typeface Gorenc

Dalam perancangan visual, penulis akan mencari referensi yang sesuai dengan brand guideline nya Gorenc agar tetap selaras bentuk atau visualnya. Kemudian penulis akan melakukan sketsa dengan menentukan layoutnya dan mencari beberapa elemen asset pada freepik yang akan digunakan dalam membuat desain.



Gambar 3. 28 Sketsa Daily Content Gorenc

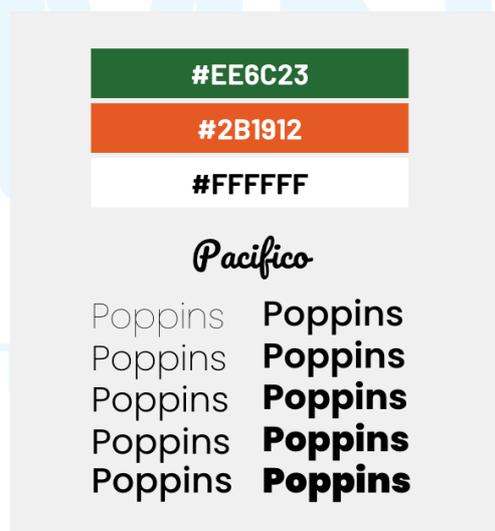
Kemudian penulis melanjutkan ke tahap desain dan finalisasinya. Untuk brand Gorenc ini memiliki jenis visual yang sama dengan brand MOR yaitu menggunakan vektor dan foto dengan style yang simple tapi terkesan fun dan tidak kaku.



Gambar 3. 29 Hasil Desain *Daily Content GORENC*

3. Tendang

Tendang merupakan brand minuman yang berada di bawah PT Moradi. Di brand ini penulis juga bertanggung jawab dalam membuat konten harian feeds Instagram Tendang yang berukuran 1080x1080 px. Tendang merupakan brand yang memiliki warna visual utamanya adalah hijau, putih dan warna pendukungnya ialah Oranye. Typeface yang digunakan adalah Poppins dan Pacifico.



Gambar 3. 30 *Color Pallette dan Typeface Tendang*

Dalam perancangan ini, penulis mencari referensi mengenai layout dan desain-desain yang sesuai dengan konsep desain Tendang. Konsep desain Tendang ini tidak jauh berbeda dengan brand MOR dan Gorenc yaitu sama sama menggunakan asset foto juga vektor sebagai elemen desain ataupun background hanya perbedaannya visual dari Tendang banyak menggunakan dedaunan atau daun teh. Setelah menemukann dan mengumpulkan beberapa referensi, penulis lalu membuat sketsa layoutnya.



Gambar 3. 31 *Layouting Daily Content Tendang*

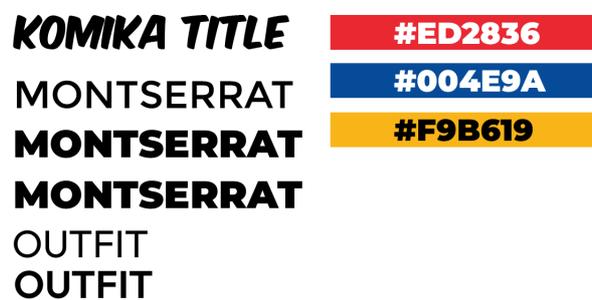
Setelah menentukan layoutnya penulis langsung mendesainnya. Tak jarang selama tahap mendesain, penulis juga masih harus merubah tatanan layoutnya. Style yang digunakan dalam brand Tendang ini juga tidak kaku dan terkesan friendly.



Gambar 3. 32 Hasil Desain *Daily Content Tendang*

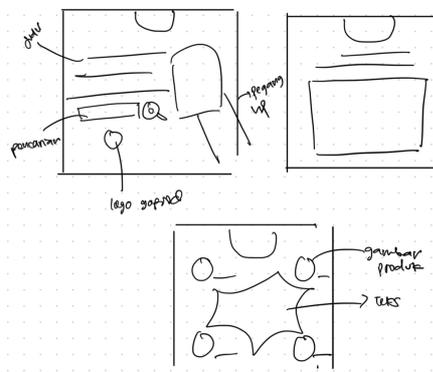
4. Rangers

Rangers merupakan brand yang berada di bawah PT Moradi yang menjual ayam dan burger. Pada brand ini, penulis juga bertanggung jawab dalam membuat konten feeds instagram harian yang berukuran 1080x1080 px. Brand Rangers ini memiliki warna utama yaitu merah, biru, dan kuning. Typeface yang digunakan yaitu typeface yaitu Komika Title, Outfit, dan Montserrat.



Gambar 3. 33 *Color pallete dan Typeface Rangers*

Dalam perancangan desain brand ini, penulis mencari referensinsi yang sesuai dengan konsep visual dari rangers yaitu comic. Brand ini berbeda dari brand lainnya yang menggunakan style comic dan sesuai dengan nama brand nya sendiri. Kemudian penulis melakukan sketsa dengan menentukan layout-layounya agar berbentuk seperti komik.



Gambar 3. 34 *Sketsa Daily Content Rangers*

Penulis selanjutnya melanjutkan dalam tahap visualisasi. Penulis mengatur warna yang akan digunakan agar produk tetap terlihat atau tidak terlihat nyaru dengan warna background. Menselaraskan warnanya dengan warna warna sebelumnya. Produk-produk yang digunakan atau elemen visual yang digunakan biasanya akan diberikan outline hitam dan putih.



Gambar 3. 35 Hasil Desain *Daily Content* Rangers

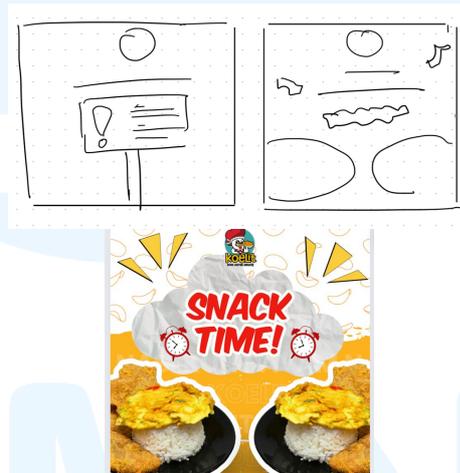
5. Koelit

Koelit merupakan salah satu brand yang berada di bawah PT Moradi yang menjual nasi kulit ayam dan kulit ayam crispy. Pada brand ini penulis bertanggung jawab dalam membuat desain konten harian untuk feeds instagram yang berukuran 1080x1080 px. Brand ini memiliki warna utamanya sebagai ciri khas dari Koelit yaitu warna tosca, kuning, merah, dan putih. Typeface yang digunakan adalah Komika Titles sama dengan brand rangers dan juga typeface Pamit.



Gambar 3. 36 *Color Pallette* dan *Typeface* Koelit

Dalam perancangan desain brand ini, penulis akan mencari referensi visual dan menyesuaikannya dengan style desain dari Koelit sendiri yaitu komik. Style desain ini juga dipakai oleh brand rangers hanya berbeda di warna dan Koelit lebih sederhana tidak terlalu begitu terlihat seperti komik juga beberapa desain memiliki tekstur kertas dan untuk asetnya beberapa menggunakan outline yang berbentuk sobekan kertas. Kemudian setelah mendapatkan beberapa referensi penulis membuat sketsa tata letak dari teks dan juga produknya.



Gambar 3. 37 Sketsa dan *Layouting* Koelit

Setelah membuat sketsa dan menentukan layout, penulis masuk ke tahap visualisasi. Penulis membuat elemen-elemen desain dan foto produknya diberikan outline seperti sobekan kertas, kemudian background nya tidak lupa diberikan elemen visual bulat bulat kecil seperti yang terdapat pada komik. Diberikan juga elemen-elemen kecil yang menggambarkan produk koelit yang dibuat dari vector di beberapa desain untuk ditebarkan di background nya.



Gambar 3. 38 Hasil Desain Daily Content Koelit

6. Kebuli Naim

Kebuli Naim juga merupakan brand yang berada di bawah PT Moradi yang baru saja di buka. Brand baru ini juga menjadi salah satu tanggung jawab penulis dalam hal membuat konten harian berupa desain feed instagram yang berukuran 1080x1080. Brand ini mengeluarkan nasi kebuli dan nasi kabsah yang merupakan masakan Timur Tengah. Dikarenakan nasi ini berasal dari Timur Tengah maka desain dari brand ini mirip dengan kesan atau nuansa Timur Tengah dengan menggunakan warna hijau. Typeface yang digunakan oleh brand ini adalah Montserrat dan Komika.

KOMIKA TITLE
MONTSERRAT
MONTSERRAT
MONTSERRAT

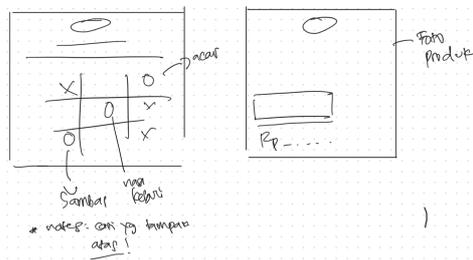
#21140B

#897E3C

#FAED5A

Gambar 3. 39 Color Pallete dan Typeface Kebuli Naim

Dalam perancangan desain brand ini, penulis akan mencari referensi terlebih dahulu dari beberapa tempat dan mencoba untuk menyelaraskan atau menyesuaikan dengan style dari brand Kebuli Naim. Kemudian penulis membuat susunan layout atau sketsa untuk mendapatkan gambaran konten yang akan dibuat.



Gambar 3. 40 Sketsa dan Layouting Kebuli Daily Content Kebuli Naim

Setelah menentukan layout atau membuat sketsa, penulis kemudian melanjutkan ke tahap visualisasi. Brand ini untuk visualnya beberapa menggunakan ornamen yang ada di logo kebuli naim. Visual dari Kebuli Naim ini juga cukup sederhana dengan warna hijau dan cokelat dan menggunakan vektor serta foto untuk konten instagram. Akan tetapi style dari brand ini sedikit diubah dengan menggunakan background dinding abu-abu sebagai background utamanya.

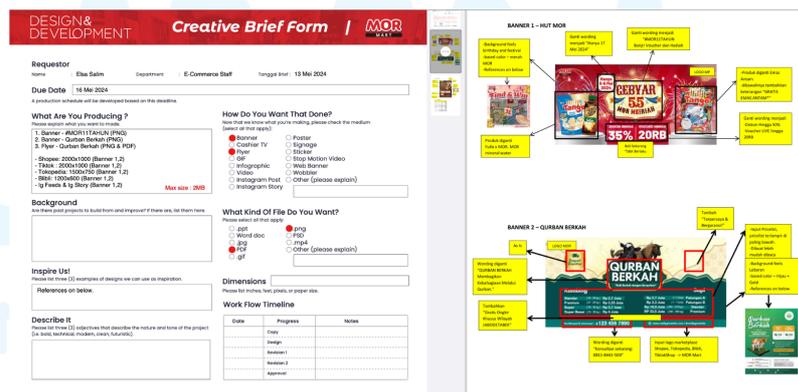


Gambar 3. 41 Hasil Desain Daily Content Kebuli Naim

3.3.1.3 E-Commerce

Pekerjaan penulis selain mendesain POP bulanan dan daily content, penulis juga bertanggung jawab dalam desain ecommerce yang akan diberikan tiap bulannya. Desain ini nantinya akan diberikan oleh MDS kepada tim digital content berupa pdf yang berisi creative brief dan kemudian diserahkan kepada penulis. Tim MDS biasanya meminta desain untuk ecommerce dalam bentuk banner, story, dan feeds, ataupun flyer.

Creative brief yang diberikan MDS kepada penulis berupa file pdf. Di dalamnya terdapat rincian apa yang diminta untuk di desain dan juga referensinya. Untuk ecommerce biasanya ukuran banner yang diminta yaitu ukuran 2000 x 1000 px (untuk ukuran banner Shopee dan TikTok), 1500 x 750 (untuk ukuran banner Tokopedia), 1200 x 600 (untuk ukuran banner Blibli), 1080 x 1080 px (untuk ukuran Instagram feeds), dan ukuran 2080x1920 (untuk ukuran story). Tak jarang juga ecommerce meminta file berbentuk flyer. Kemudian di dalam creative brief ini diberikan referensi contoh banner dan juga penempatan atau layoutnya.



Gambar 3. 42 Creative Brief

Setelah mendapatkan creative brief, penulis langsung memvisualisasikannya menggunakan adobe illustrator. Penulis akan mengikuti layout yang telah diberikan dan tinggal mengganti visual serta elemen-elemen visualnya. Ketika desain ecommerce salah satunya sudah selesai maka dilakukan asistensi kepada tim marketing dan supervisor. Apabila sudah disetujui atau di ACC maka penulis bisa melanjutkan dengan melakukan resize ke beberapa ukuran yang diminta. Kemudian setelah sudah selesai, penulis akan memberikan kepada tim digital content agar mereka bisa mengirimkan kepada MDS untuk diperiksa kembali. Jika sudah oke maka penulis akan mengekspor ke dalam bentuk png dan juga pdf dan diletakkan di drive. Desain-desain ecommerce ini juga akan di desain sesuai dengan tema bulanan.



Gambar 3. 43 Beberapa Hasil Desain E-commerce

3.3.1.4 Pembukaan Toko

Retail dari Orang Tua Group yaitu PT Moradi membuka brand baru yang bernama Nasi kebuli yang menjual makanan khas Timur Tengah. Dalam pembukaan toko untuk brand Nasi Kebuli, penulis di sini mendapatkan tugas dalam membuat dan mendesain maskot balon sky dancer yang memiliki visual seperti Timur Tengah.

Sebelum memasuki ke tahap visual, penulis mendapatkan brief yaitu tinggi dari balon sky dancernya 1,8 meter, memakai topi khas Timur Tengah, memiliki kumis, dan menggunakan baju yang sesuai dengan baju pelayan di Kebuli Naim yang mirip dengan baju khas Timur Tengah yang berbentuk seperti vest diluar dengan kemeja di dalam.



Gambar 3. 44 Sketsa Balon Sky Dancer

Kemudian setelah mendapatkan brief, penulis pun mencari referensi-referensi yang sesuai. Lalu penulis membuat sketsa terlebih dahulu untuk diperlihatkan kepada tim digital content dan juga kepada supervisor. Setelah melakukan asistensi sketsa, penulis diminta untuk membuat dua versi yaitu saat tangan dua-duanya diregangkan dan syang versi kedua salah satu tangannya ditekuk untuk menjadi preview kepada bagian percetakan seperti apa tangan balon sky dancernya akan melambai.



Gambar 3. 45 Hasil Digitalisasi balon Sky Dancer

Setelah selesai membuat sketsa dengan dua versi, penulis pun membuat finalisasinya dengan mendigitalisasinya di Adobe Illustrator. Desain maskot ini menggunakan style vektor. Untuk lebih memasarkan brand Kebuli Naim, penulis diminta untuk membuat logo kebuli naim dibagian perut yang diberi kotak. Warna dari maskot ini mengikuti warna dari brand Kebuli Naim dan style baju Kebuli naim yang sesuai dengan apa yang sudah di brief.

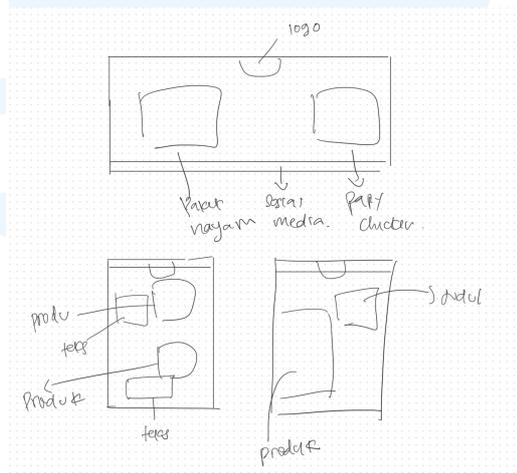


Gambar 3. 46 Dokumentasi hasil Cetak Balon Sky Dancer

Hasil dari yang di digitalisasi kemudian di beri kepada percetakan dan segera di cetak. Balon ini akan langsung di bawa ke toko Kebuli Naim yang ada di Bintaro dan juga Cinere. Berikut merupakan hasil percetakannya.

3.3.1.5 Jakarta Lebaran Fair

Jakarta Lebaran fair merupakan acara pameran, jajanan, dan hiburan di bulan ramadhan yang diselenggarakan pada 3-21 April 2024 di JIEXPO Kemayoran. Brand Rangers yang merupakan brand yang berada di bawah PT Moradi ikut berpartisipasi dalam membuka stand jajanan atau hidangan yang dapat dinikmati sebagai makanan buka puasa.



Gambar 3. 47 Sketsa Brandingan JLF

Penulis mendapatkan request design untuk acara Jakarta Lebaran Fair ini dengan mendesign brand rangers. Penulis mendesain untuk keperluan promosi yaitu membuat design body banner yang berukuran A3, Banner yang berukuran 60x160 cm, dan poster menu yang berukuran A4, branding booth berukuran 3434 x 700 mm. Sebelum memasuki dalam tahap visualisasi, penulis melakukan sketsa dan layouting untuk mengetahui penempatan asset-asetnya agar informasi yang ingin disampaikan dapat dilihat dengan mudah dan tersampaikan.



Gambar 3. 48 Hasil Digitalisasi Brandingan JLF

Kemudia setelah mendapatkan layout yang diinginkan, penulis langsung memvisualisasikannya. Di sini penulis menggunakan style komik yang merupakan style dari brand rangers. Warna yang digunakan juga sesuai dengan warna dari brand rangers yaitu kuning, biru, dan merah, begitu juga dengan typeface yang digunakan yaitu Komika Title, Outfit, dan Montserrat. Hasil dari desain ini kemudian nantinya akan diberikan kembali kepada tim digital content dan juga supervisor untuk di asistensi dan melewati beberapa revisi kecil.



Gambar 3. 49 Mockup dan Dokumentasi Hasil Cetakn Brandingan JLF

Hasil yang sudah di asistensi kemudian akan diserahkan kepada bagian percetakan untuk segera dicetak. Hasil cetakan ini kemudian di tempel ke booth dan juga papan dan segera di bawa ke stand Rangers yang ada di JLF.

3.3.2 Kendala yang Ditemukan

Selama melaksanakan program magang di retail Orang Tua Group yaitu PT Moradi, terdapat beberapa kendala yang dialami oleh penulis yang berefek kepada kelancaran pelaksanaan tugas yang diberikan.

Kendala pertama yang dialami oleh penulis adalah penyesuaian diri terhadap lingkungan baru. Ini adalah pertama kalinya penulis memasuki dunia kerja di korporat. Penulis sedikit kesulitan untuk beradaptasi dengan orang-orang baru dikarenakan pada awal masuk penulis langsung bekerja dan tidak begitu banyak berkenalan. Penulis takut dengan orang-orang yang ada di kantor dan membuat penulis takut terhadap kesalahan yang dibuat. Penulis tidak terbiasa dengan hal-hal baru yang bukan seperti di lingkungan lama dan merasa sedikit tidak nyaman di awal karena berada di lingkungan yang baru.

Kendala kedua yang dialami penulis adalah komunikasi yang kurang efektif sehingga seringkali terjadi beberapa kesalahan dalam pekerjaan seperti salah untuk menginput lokasi dan harga. Terkadang juga ada yang ketinggalan atau kelupaan untuk dibuat padahal deadline sudah dekat karena terjadinya miskomunikasi.

Kendala ketiga yaitu penulis kesulitan dalam mengerjakan pekerjaan. Hal ini dikarenakan perusahaan mempunyai alur kerja yang mengutamakan kecepatan dan ketelitian akan tetapi bobot pekerjaan yang dikerjakan dan yang harus diselesaikan cukup besar dan juga kerap kali memiliki deadline yang begitu singkat bahkan seringkali juga mendapatkan request design dengan bobot banyak dan deadline singkat yang bertabrakan dengan pekerjaan yang lainnya yang punya deadline yang sama singkatnya.

Banyaknya bobot pekerjaan dan juga deadline yang singkat membuat penulis terkadang membuat beberapa kesalahan dan terjadi revisi berulang kali yang membuat penulis terkadang merasa kewalahan dan keteteran.

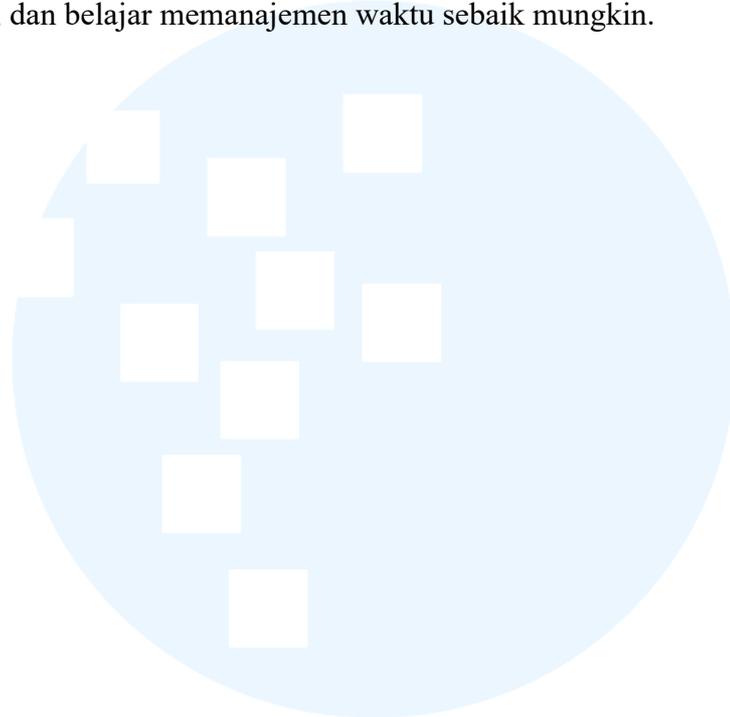
3.3.3 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Dari kendala yang penulis temukan selama menjalani masa magang, penulis mendapatkan solusi untuk mengatasinya sehingga pekerjaan dapat lebih mudah dikerjakan dan juga sebagai pembelajaran bagi penulis untuk kedepannya dalam bekerja.

Untuk kendala pertama yaitu sulitnya beradaptasi, penulis akhirnya bisa beradaptasi meskipun memakan waktu yang cukup lama yaitu 3 bulan. Penulis memiliki teman dan pembimbing yang penulis minta tolong dan berikan nasehat untuk membantu dalam hal adaptasi dan juga belajar untuk berani berkomunikasi. Penulis akhirnya belajar bahwa fokusnya penulis harus diubah agar tidak takut selama bekerja dan bertemu dengan orang-orang baru dikantor. Penulis belajar untuk berfokus pada hal positif bahwa apa yang sedang dijalani oleh penulis adalah salah satu pembelajaran bagi penulis untuk dapat berkembang menjadi yang lebih baik dan untuk mengasah kemampuan dan juga mental agar nantinya siap untuk masuk di dunia pekerjaan secara lebih nyata. Penulis juga belajar untuk tidak takut akan kesalahan dan belajar bertanggung jawab agar nantinya bisa menghasilkan performa yang lebih baik.

Solusi atas kendala kedua yang dialami oleh penulis adalah dengan berani untuk bertanya agar pekerjaan lebih mudah untuk dikerjakan dan menghindari kesalahan-kesalahan yang sama terulang kembali. Berani juga bertanya dan berbicara jika menghadapi situasi tertentu jadi biar bisa saling membantu, tidak berat sendiri sehingga membuat pekerjaan banyak yang salah dan tertinggal. Mencatat juga segala hal agar tidak ada yang terlupakan dan bisa mengerjakannya dengan detail.

Solusi atas kendala yang ketiga adalah dengan belajar membuat timeline agar bisa dilihat mana yang bisa di tahan sementara dan dikerjakan terlebih dahulu dan apa yang bisa di oper, belajar untuk berpikir kreatif tapi cepat, dan belajar memanajemen waktu sebaik mungkin.



UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA