

## BAB III

### PELAKSANAAN KERJA MAGANG

#### 3.1 Kedudukan dan Koordinasi

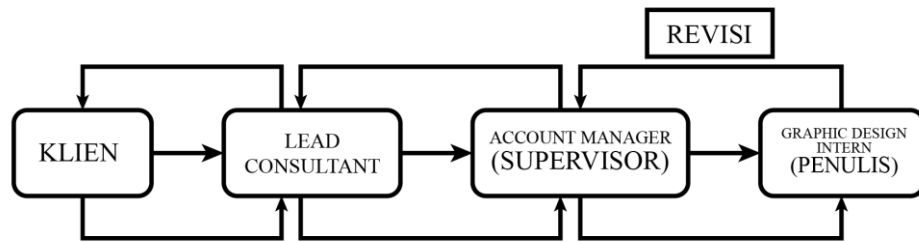
Plenty Pte Ltd memiliki struktur koordinasi serta pangkat kedudukan agar dapat membantu membangun alur pekerjaan dengan lancar. Hal ini dilakukan untuk menentukan tanggung jawab, kewenangan, dan hubungan kerja antara penulis dengan pihak-pihak terkait di perusahaan, termasuk pembimbing lapangan.

##### 3.1.1 Kedudukan

Kedudukan penulis selama Program Magang MBKM berlangsung di Plenty adalah sebagai *graphic design intern*. Sebagai seorang *graphic design intern*, penulis bertanggung jawab atas berbagai tugas yang berkaitan dengan desain grafis, termasuk pembuatan materi promosi, *branding*, dan pengembangan materi visual untuk kampanye pemasaran. Dalam peran ini, penulis bekerja dibawah bimbingan *Account Manager*, untuk memahami kebutuhan desain dari klien dan menyusun solusi kreatif yang sesuai. Selain itu, penulis juga berkolaborasi dengan desainer eksternal, yang memberikan kesempatan untuk memperluas jaringan profesional dan belajar dari praktisi desain yang berpengalaman. Kolaborasi ini memperkaya pengalaman penulis dalam dunia desain grafis serta memberikan kontribusi bagi kelancaran proyek di Plenty.

##### 3.1.2 Koordinasi

Alur koordinasi di Plenty divisualisasikan melalui bagan alur kerja yang menggambarkan proses kerja dalam perusahaan. Bagan ini membantu memvisualisasikan langkah-langkah yang diperlukan untuk menyelesaikan suatu proyek atau tugas, sebagai berikut:



Gambar 3.1 Bagan Alur Koordinasi di Plenty

Bagan ini menjadi panduan bagi tim dalam menyelesaikan suatu proyek atau tugas, yang melibatkan beberapa tahapan yang saling terkait. Alur koordinasi dimulai dengan klien yang berinteraksi dengan *Lead Consultant*, yang mengambil peran kunci dalam mengelola hubungan dengan klien serta merumuskan *brief* dan kebutuhan proyek. Selanjutnya, *Lead Consultant* akan mengoordinasikan proyek dengan *Account Manager*, yang bertindak sebagai *supervisor* bagi *intern*. Koordinasi ini dilakukan di bawah pengawasan *Account Manager*, penulis sebagai *Graphic Design Intern* mengambil bagian dalam proses desain dan pengembangan konten. Setelah penyelesaian tahap desain, jika ada revisi yang diperlukan, alur koordinasi akan kembali ke *supervisor (Account Manager)*, yang akan memfasilitasi revisi dengan klien dan mengarahkannya kembali ke *Lead Consultant* untuk evaluasi lebih lanjut sebelum kembali ke klien. Dengan demikian, alur koordinasi ini menciptakan sebuah siklus yang memungkinkan komunikasi yang efektif antara klien, tim internal, dan manajemen proyek.

### 3.2 Tugas yang Dilakukan

Penulis telah terlibat dalam beberapa proyek desain di Plenty. Pelaksanaan tugas yang diberikan Plenty selama masa magang penulis jabarkan secara detail dalam tabel yang menjelaskan rincian proyek mingguan yang penulis lakukan. Tabel ini mencakup proyek-proyek yang telah diselesaikan, termasuk deskripsi singkat dan waktu pelaksanaan, sebagai berikut:

Tabel 3.1 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Magang

No.	Minggu	Proyek	Keterangan
1	Minggu 1 (14 Februari – 20 Februari 2024)	<i>Introduction</i>	a. Perkenalan perusahaan dan pekerjaan yang akan dilakukan, serta <i>briefing</i> tentang penggunaan <i>Google Drive</i> , dan <i>login details</i> untuk <i>website</i> Plenty.
		<i>Plenty Website Makeover</i>	a. Mendapatkan <i>brief</i> desain dari <i>supervisor</i> . b. Mulai melakukan penelitian dan analisis awal untuk <i>redesign website</i> . c. Mengidentifikasi <i>pain points</i> dalam <i>user experience</i> .
2	Minggu 2 (21 Februari – 27 Februari 2024)	<i>Plenty Website Makeover</i>	a. Membuat konsep desain awal dan <i>struktur website</i> baru. b. Memulai pembuatan <i>low fidelity</i> desain menggunakan Adobe Illustrator dan Figma. c. Melakukan presentasi konsep kepada <i>supervisor</i> untuk mendapatkan umpan balik awal.
3	Minggu 3 (28 Februari – 05 Maret 2024)	<i>Plenty Website Makeover</i>	a. Mengimplementasikan revisi dari umpan balik <i>supervisor</i> . b. Membuat desain <i>high fidelity</i> sebagai finalisasi di Figma. c. Mengembangkan desain lebih lanjut dan menyempurnakan <i>visual touchpoints</i> .
		<i>Infographics Building Your Brand in Southeast Asia</i>	a. Mendapatkan <i>brief</i> dan melakukan riset tentang branding di Asia Tenggara. b. Mendapatkan <i>copywriting</i> dan membuat <i>highlight</i> penting yang dapat ditonjolkan dalam desain.

			<ul style="list-style-type: none"> <li>c. Membuat konsep dan <i>draft</i> awal infografis.</li> </ul>
		<i>Infographics Why Singapore</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Mendapatkan <i>brief</i> dan melakukan riset tentang keunggulan Singapura untuk <i>branding</i>.</li> <li>b. Mendapatkan <i>copywriting</i> dan membuat <i>highlight</i> penting yang dapat ditonjolkan dalam desain.</li> <li>c. Membuat konsep dan <i>draft</i> awal infografis.</li> </ul>
4	Minggu 4 (06 Maret – 12 Maret 2024)	<i>Infographics Why Singapore</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Melanjutkan dan menyelesaikan desain infografis.</li> <li>b. Mengintegrasikan umpan balik dari <i>supervisor</i>.</li> </ul>
		<i>Lean Entry Model Trifold Pamphlet + Deck Design</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Mendapatkan <i>brief</i> dan melakukan riset tentang contoh-contoh desain pamphlet yang sesuai dengan <i>brief</i>.</li> <li>b. Membuat draft awal <i>pamphlet</i> dan <i>deck</i>.</li> <li>c. Melakukan revisi berdasarkan umpan balik <i>supervisor</i> dan menyelesaikan desain akhir.</li> </ul>
5	Minggu 5 (13 Maret – 19 Maret 2024)	<i>Lean Entry Model Trifold Pamphlet + Deck Design</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Menyelesaikan revisi akhir berdasarkan umpan balik <i>supervisor</i>.</li> <li>b. Memfinalisasi desain <i>pamphlet</i> dan <i>deck</i>.</li> </ul>
6	Minggu 6 (20 Maret – 26 Maret 2024)	<i>Full Services Pamphlet + Deck Design</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Mendapatkan <i>brief</i> dan melakukan riset tentang layanan lengkap Plenty dari <i>website</i> yang tersedia, serta riset mengenai cara</li> </ul>

			<p>menonjolkan <i>service</i> tersebut agar memikat klien.</p> <p>b. Membuat konsep dan <i>draft</i> awal <i>pamphlet</i> dan <i>deck</i>.</p>
7	Minggu 7 (27 Maret – 02 April 2024)	<i>Full Services Pamphlet + Deck Design</i>	<p>a. Melanjutkan dan menyelesaikan desain <i>pamphlet</i> dan <i>deck</i>.</p> <p>b. Mengintegrasikan umpan balik dari <i>supervisor</i>.</p>
		<i>Two Pager Content Creation Flyer</i>	<p>a. Mendapatkan <i>brief</i> dan melakukan riset tentang cara menonjolkan konten dalam <i>flyer</i>.</p> <p>b. Melakukan riset tentang <i>content creation</i> di <i>branding agency</i> lainnya sebagai inspirasi dan tolak ukur konten dalam <i>flyer</i>.</p> <p>c. Membuat konsep dan <i>draft</i> awal flyer.</p>
8	Minggu 8 (03 April – 09 April 2024)	<i>Two Pager Content Creation Flyer</i>	<p>a. Menyelesaikan desain <i>flyer</i>.</p> <p>b. Mengintegrasikan umpan balik dari <i>supervisor</i> dan memfinalisasi desain.</p>
9	Minggu 9 (10 April – 16 April 2024)	<i>Pocha Content Plan</i>	<p>a. Mendapatkan <i>brief</i> dan melakukan riset tentang Pocha.</p> <p>b. <i>Meeting</i> dengan klien untuk mengetahui <i>brand</i> secara keseluruhan dan ide-ide yang ingin diterapkan dalam pembuatan konten.</p> <p>c. Membuat <i>content pillars</i> dan <i>content calendar</i> selama satu bulan untuk Instagram Pocha.</p>

10	Minggu 10 (17 April – 23 April 2024)	<i>Pocha Content Plan</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Menyusun konten berdasarkan <i>content calendar</i> yang telah disetujui.</li> <li>b. Mulai <i>drafting</i> desain sesuai dengan <i>brand image</i>, <i>color palette</i>, dan <i>brief</i> dari klien.</li> </ul>
11	Minggu 11 (24 April – 30 April 2024)	<i>Pocha Content Plan</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Melanjutkan desain konten.</li> <li>b. Mengintegrasikan umpan balik dari klien.</li> </ul>
12	Minggu 12 (01 Mei – 07 Mei 2024)	<i>Pocha Content Plan</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Menyelesaikan desain konten.</li> <li>b. Memastikan semua konten sesuai dengan kebutuhan klien dan sesuai dengan jam <i>upload</i> konten di Instagram.</li> </ul>
		<i>Bulgogi Syo Mascot Design</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Mendapatkan brief untuk membuat tiga desain maskot sesuai dengan tiga pilar merek dari Bulgogi Syo.</li> <li>b. <i>Meeting</i> dengan klien untuk mengetahui <i>brand</i> secara keseluruhan dan ide-ide yang ingin diterapkan dalam pembuatan maskot.</li> </ul>
13	Minggu 13 (08 Mei – 14 Mei 2024)	<i>Bulgogi Syo Mascot Design</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Membuat <i>moodboard</i></li> <li>b. untuk desain maskot.</li> <li>c. Membuat sketsa ketiga macam maskot.</li> <li>d. Bekerjasama dengan desainer external untuk membuat desain.</li> <li>e. Mengintegrasikan umpan balik dari <i>supervisor</i>.</li> </ul>
		<i>Nylon Coffee Japanese Partnership Research</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Mendapatkan <i>brief</i> dan melakukan riset untuk <i>brand</i> Nylon Coffee tentang <i>coffee shop</i> di daerah Kyoto serta kemitraan <i>FnB</i> dengan perusahaan di Jepang.</li> </ul>

			b. Fokus penulis dalam riset adalah <i>branding</i> para toko kopi di Jepang dan cara Nylon Coffee dapat masuk dalam market <i>FnB</i> di Jepang.
14	Minggu 14 (15 Mei – 21 Mei 2024)	Bulgogi Syo <i>Mascot Design</i>	a. Finalisasi desain akhir maskot Bulgogi Syo sesuai dengan umpan balik dari klien.
		Nylon Coffee <i>Japanese Partnership Research</i>	a. Riset yang telah dilakukan dipindahkan dari Google Docs kedalam Google Slides dan di desain sesuai <i>brand image</i> dari Plenty.
15	Minggu 15 (22 Mei – 31 Mei 2024)	Nylon Coffee <i>Japanese Partnership Research</i>	a. Google Slides dikirim kepada <i>supervisor</i> untuk asistensi. b. Revisi dilakukan dalam Google Slides sesuai <i>feedback supervisor</i> . c. Mengikuti <i>meeting</i> dengan klien untuk mengetahui progress dari kerjasama antar Plenty dan Nylon Coffee.

### 3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Pekerjaan yang penulis lakukan selama proses magang berhubungan dengan desain *in-house* serta promosi untuk Plenty. Selain itu, penulis juga menangani sejumlah klien yang bergerak dalam industri *FnB*. Pekerjaan tersebut meliputi pembuatan materi promosi dan konten media sosial, serta pengembangan desain grafis untuk produk-produk yang akan dipasarkan. Penulis juga terlibat dalam proses komunikasi dengan klien, baik untuk memahami kebutuhan desain maupun untuk menyampaikan perkembangan proyek.

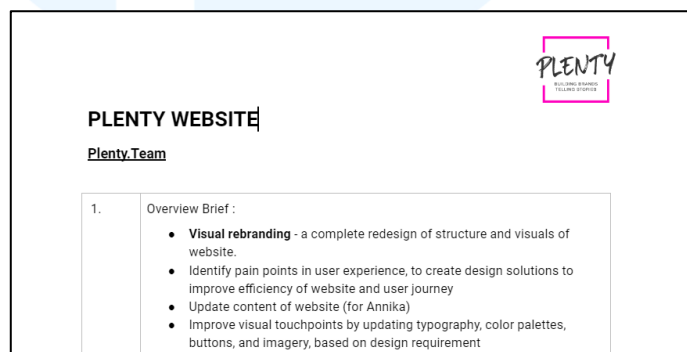
#### 3.3.1 Proses Pelaksanaan

Detail proses pelaksanaan pekerjaan magang penulis fokuskan kepada beberapa bagian, diuraikan mulai dari proses konsep, sketsa, digitalisasi,

revisi dan asistensi kepada supervisor, hingga proses finalisasi. Beberapa tugas yang telah penulis kerjakan adalah sebagai berikut:

### 3.3.1.1 Website Makeover

Proyek atau karya pertama yang diberikan kepada penulis oleh Plenty adalah *visual makeover* situs web Plenty. Plenty memberikan sebuah *brief* untuk memperjelas ketentuan yang wajib diperhatikan dalam perancangan *website* Plenty dengan tema yang telah diperbaharui. *Brief* yang diberikan berbentuk sebuah Google Docs yang menjelaskan bahwa fokus utama *makeover* adalah memperbaiki pengalaman pengguna dan meningkatkan efisiensi visual dari situs web tersebut. Yang dirombak meliputi beberapa halaman kunci seperti *homepage*, *services page*, *our work page*, *our team page*, *services*, dan *blog*. Melalui *brief* ini, penulis diberikan pandangan yang jelas tentang harapan perusahaan terhadap hasil akhir proyek.



Gambar 3.2 *Brief Website Makeover*  
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2024)

Setelah menerima *brief*, penulis melakukan Google Meets dengan *supervisor* untuk memperjelas tugas yang perlu dikerjakan. Pertemuan ini memberikan kesempatan bagi penulis untuk mendapatkan wawasan langsung dari *supervisor* tentang visi dan tujuan proyek, serta untuk membahas detail-detail spesifik yang perlu diperhatikan dalam proses perancangan situs web. Diskusi ini juga mencakup pemahaman tentang pembaruan yang diharapkan pada



setiap halaman yang dirombak, termasuk perubahan desain, perubahan konten, dan peningkatan fungsionalitas.

Selama pertemuan, penulis mengajukan pertanyaan dan mencatat feedback yang diberikan oleh supervisor untuk memastikan bahwa setiap aspek proyek dipahami dengan jelas. Supervisor memberikan arahan tambahan tentang bagaimana menghadapi tantangan khusus yang mungkin muncul selama proses perancangan, serta menekankan pentingnya menjaga konsistensi dengan brand identity Plenty. Diskusi ini memberikan landasan yang kuat bagi penulis untuk memulai proses perancangan dengan pemahaman yang mendalam tentang kebutuhan dan ekspektasi perusahaan.

a) Konsep

Setelah mempelajari *project brief* secara keseluruhan, penulis mengidentifikasi titik-titik kesulitan dalam pengalaman pengguna guna menciptakan solusi desain untuk meningkatkan efisiensi situs web dan perjalanan pengguna. Sebagai bagian dari pembaruan ini, penulis ditugaskan untuk memperbarui konten situs web serta untuk meningkatkan titik sentuh visual dengan menggunakan tipografi, palet warna, tombol, dan gambar, berdasarkan *brand guideline* yang tersedia.



Gambar 3.3 Color Palette Brand Plenty  
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2024)

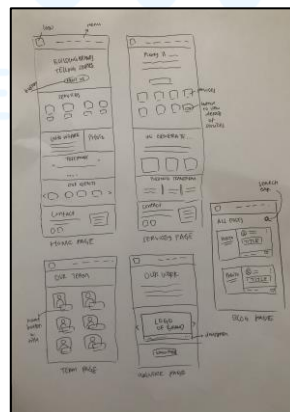
Penulis memulai pengerjaan *website makeover* dengan membuat konsep desain. Dalam mengembangkan konsep desain, penulis memilih untuk mengadopsi palet warna yang didominasi oleh

putih dan abu-abu. Pilihan warna ini dipilih karena menciptakan kesan profesional, bersih, dan elegan yang selaras dengan citra merek Plenty. Warna putih memberikan kesan minimalis dan ruang yang luas, sementara abu-abu menambah elemen keseriusan dan stabilitas.

*Font Futura* dipilih untuk digunakan sebagai *body text* karena kejelasannya, kemudahan dibaca, dan kesesuaian dengan estetika desain secara keseluruhan. Dengan gaya yang sederhana namun modern, *font Futura* memberikan tampilan yang bersih dan profesional, sambil mempertahankan keterbacaan yang baik bagi pengguna. Penulis juga memutuskan untuk menggunakan gambar-gambar yang bersifat *high-resolution* dan relevan dengan konten untuk meningkatkan daya tarik visual dan kredibilitas situs web.

b) Sketsa

Setelah menetapkan konsep, penulis melanjutkan dengan membuat sketsa awal dari *layout* situs web. Sketsa ini melibatkan penempatan elemen-elemen utama seperti *header*, navigasi, konten utama, dan *footer*, serta penempatan visual dan ikon-ikon yang akan digunakan. Sketsa awal ini bertujuan untuk memberikan gambaran kasar tentang tata letak dan struktur halaman, yang kemudian dapat dikembangkan lebih lanjut.

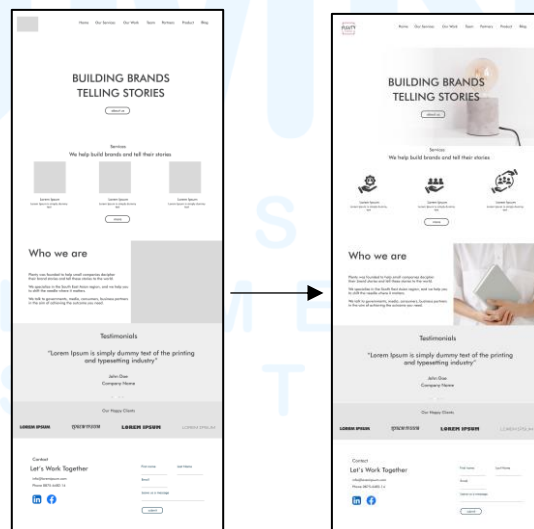


Gambar 3.4 Sketsa *Website Plenty*

Sketsa tersebut kemudian diberikan kepada *supervisor* untuk mendapatkan *approval* dan *feedback*. Dalam pertemuan ini, *supervisor* memberikan masukan yang sangat berharga, seperti penyesuaian pada penempatan elemen-elemen tertentu, penambahan fitur interaktif, dan saran untuk meningkatkan estetika keseluruhan. Umpan balik yang diberikan oleh *supervisor* membantu penulis untuk mengidentifikasi area yang memerlukan perbaikan sebelum melanjutkan ke tahap digitalisasi. Penulis kemudian membuat penyesuaian pada sketsa berdasarkan umpan balik ini dan mempersiapkan untuk langkah berikutnya.

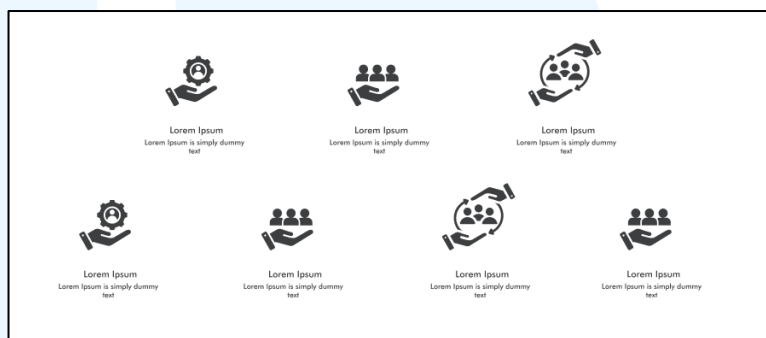
### c) Digitalisasi

Pada proses digitalisasi, penulis memulai dengan membuat desain *layout* dalam Figma, dimulai dari *low fidelity* hingga *high fidelity*. *Low fidelity wireframes* digunakan untuk menentukan struktur dasar dan tata letak situs web, memastikan bahwa elemen-elemen desain ditempatkan dengan efektif. *Wireframes* ini berfokus pada fungsi dan alur pengguna, dengan elemen-elemen visual minimal untuk memastikan struktur halaman yang logis dan intuitif.



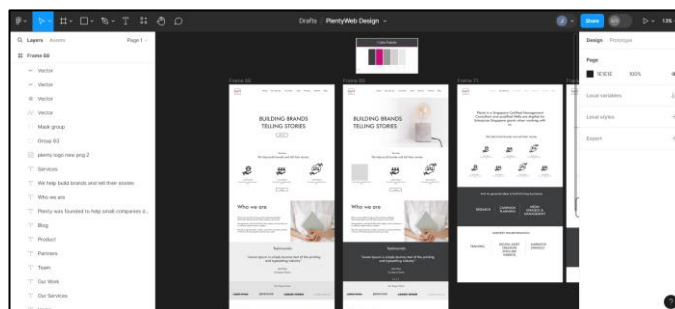
Gambar 3.5 *Low to High Fidelity*

Setelah mendapatkan persetujuan dari supervisor untuk penempatan *wireframes*, penulis melanjutkan perancangan ke *high fidelity mockups*. Dalam tahap ini, semua elemen visual seperti warna dan tipografi telah diterapkan untuk menciptakan tampilan yang realistis dari situs web yang akan datang. Penulis memperhatikan detail visual, seperti ukuran dan warna tombol, jarak antara elemen, dan konsistensi visual di seluruh halaman.



Gambar 3.6 Desain Ikon pada *Website*

Penulis juga merancang ikon-ikon khusus untuk halaman layanan (*services page*) dengan tujuan menyoroti setiap layanan dengan jelas dan menarik bagi pengguna. Ikon-ikon ini dirancang untuk mendukung navigasi yang lebih mudah dan meningkatkan daya tarik visual dari halaman layanan. Setiap ikon dirancang untuk mewakili layanan tertentu, menggunakan gaya yang konsisten dengan keseluruhan tema desain situs web, sehingga memberikan pengalaman visual yang koheren dan profesional.



Gambar 3.7 Proses Desain *Website*

Untuk memperkaya konten situs web, penulis mencari foto-foto berkualitas tinggi dari situs web bebas hak cipta seperti Freepik dan Unsplash, memastikan bahwa visual yang digunakan mendukung pesan merek dan menarik minat pengguna. Gambar-gambar dipilih berdasarkan relevansi dengan konten dan kemampuan untuk menarik perhatian pengguna. Selain itu, penulis memastikan bahwa gambar-gambar tersebut memiliki resolusi tinggi untuk menghindari tampilan yang buram.

d) Asistensi & Revisi

Setelah desain *high fidelity* selesai, penulis melakukan beberapa revisi berdasarkan umpan balik dari *supervisor* untuk memastikan keterbacaan dan estetika situs web yang optimal. Proses ini melibatkan beberapa pengembangan desain yang disesuaikan untuk mencapai hasil yang diinginkan. *Supervisor* memberikan umpan balik mendetail, termasuk saran untuk penyesuaian warna, tata letak elemen yang diperbesar dan diperkecil, serta peningkatan navigasi pada *services page*. Selain itu, *supervisor* juga meminta beberapa konten untuk diubah sesuai perbaharuan konten yang telah diberikan.

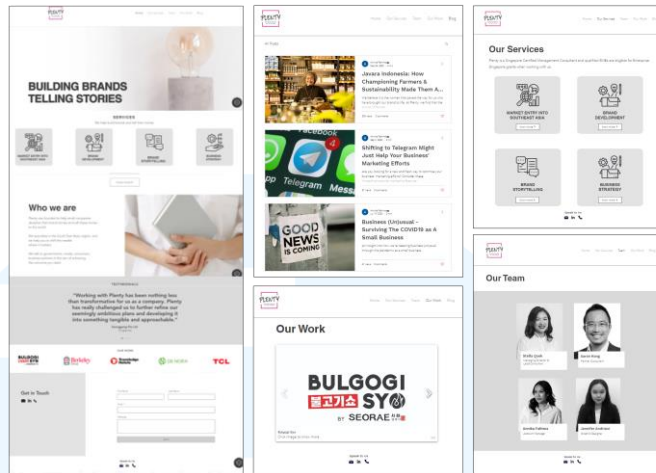
Setelah menerima umpan balik, penulis kembali ke Figma untuk mengimplementasikan perubahan yang disarankan. Setiap revisi yang dikerjakan berfokus pada menyempurnakan elemen-elemen visual dan fungsional, memastikan bahwa setiap halaman tidak hanya menarik secara estetika tetapi juga mudah digunakan. Proses ini melibatkan pengujian desain untuk memastikan bahwa setiap perubahan berkontribusi pada peningkatan keseluruhan situs web. Penulis berkomunikasi berkelanjutan dengan *supervisor* beberapa kali selama tahap ini untuk memastikan bahwa setiap revisi memenuhi standar dan harapan perusahaan.

Langkah selanjutnya adalah integrasi desain dengan *platform* Wix. Penulis memastikan bahwa desain yang telah dibuat secara visual diimplementasikan secara akurat dan sesuai dengan kebutuhan teknis situs web. Meskipun menghadapi keterbatasan antarmuka pengguna dan fleksibilitas dalam menyesuaikan desain di Wix, penulis berhasil menyesuaikan desain agar tetap konsisten dengan konsep awal. Proses ini memerlukan penyesuaian *platform* untuk mengatasi batasan teknis tanpa mengorbankan kualitas visual atau fungsionalitas.

Selama tahap ini, penulis juga memanfaatkan asistensi dari *supervisor* untuk memeriksa setiap bagian dari desain yang telah diperbarui. *Supervisor* membantu dalam memverifikasi bahwa semua elemen penting telah diintegrasikan dengan benar dan sesuai dengan *brief* awal. Asistensi ini tidak hanya membantu memastikan kualitas akhir proyek tetapi juga memberikan kesempatan bagi penulis untuk memperkuat keterampilan desain dan pemahaman tentang praktik terbaik dalam desain web.

e) Finalisasi

Selama proses finalisasi, penulis melakukan pengujian menyeluruh untuk memastikan fungsi situs web berjalan lancar di berbagai perangkat dan *browser*. Pengujian ini melibatkan simulasi berbagai skenario penggunaan, termasuk akses dari perangkat *mobile* dan *desktop*, serta berbagai ukuran layar. Penulis juga memastikan bahwa semua tautan berfungsi dengan baik dan tidak ada elemen visual yang mengalami distorsi. Pengujian ini dilakukan untuk memastikan bahwa pengguna memiliki pengalaman yang konsisten dan bebas masalah, terlepas dari perangkat atau *browser* yang mereka gunakan. Pengujian ini juga mencakup peninjauan kinerja situs web, memastikan bahwa halaman memuat dengan cepat dan efisien.



Gambar 3.8 Finalisasi Desain Website

Setelah semua tahap finalisasi selesai, situs web siap untuk diluncurkan dan diakses oleh pengguna. Penulis melakukan pengujian terakhir untuk memastikan semua fitur berfungsi dengan baik dan tampilan visual sesuai dengan yang diharapkan. Setelah pengujian akhir ini, penulis mengoordinasikan peluncuran situs web, memastikan bahwa transisi dari situs lama ke situs baru berjalan lancar tanpa gangguan. Selain itu, penulis memberikan pelatihan singkat kepada tim internal mengenai cara menggunakan fitur-fitur utama di Wix. Tujuannya adalah untuk memastikan tim internal dapat dengan mudah mengelola dan memperbarui situs web secara mandiri di masa depan.

### 3.3.1.2 Infographics

Penulis ditugaskan untuk membuat karya infografis dengan tema "*Building Your Brand in Southeast Asia*" dan "*Why Singapore.*" Infografis ini dibuat sebagai bagian dari desain untuk pengiriman *newsletter* kepada klien tetap maupun calon klien dalam *mailing list* perusahaan. *Brief* yang diberikan kepada penulis adalah untuk menciptakan infografis yang menarik, informatif, dan sesuai dengan identitas visual Plenty.

a) Konsep

Dalam pembuatan konsep infografis, penulis mengutamakan desain yang profesional dan bersih, mencerminkan identitas merek Plenty sebagai konsultan merek yang terpercaya. Untuk mencapai tampilan ini, penulis memilih palet warna dominan putih dan abu-abu, yang menciptakan kesan elegan dan mudah dibaca. Pemilihan warna ini juga berpatokan dengan palet warna Plenty yang telah tersedia pada *brand guidelines*. Elemen desain yang digunakan dibuat sederhana namun tetap informatif, agar tidak hanya menarik perhatian tetapi juga memudahkan audiens dalam memahami informasi yang disampaikan.

Sebelum memulai desain, penulis melakukan riset mengenai berbagai jenis infografis dan *layout* yang cocok untuk tema yang diangkat. Dari hasil riset ini, penulis menyusun sebuah *moodboard* yang berisi inspirasi desain dari berbagai sumber. *Moodboard* ini mencakup pilihan *ikon*, dan *layout* yang dapat mendukung pesan yang ingin disampaikan melalui infografis. Dengan adanya *moodboard* ini, penulis dapat memastikan bahwa estetika visual dan elemen desain yang dipilih konsisten dan sesuai dengan identitas visual Plenty.



Gambar 3.9 *Moodboard* Infografis

Sebelum memulai desain, penulis melakukan riset mengenai berbagai jenis infografis dan *layout* yang cocok untuk tema yang



diangkat. Dari hasil riset ini, penulis menyusun sebuah *moodboard* yang berisi inspirasi desain dari berbagai sumber. *Moodboard* ini mencakup pilihan *ikon*, dan *layout* yang dapat mendukung pesan yang ingin disampaikan melalui infografis. Dengan adanya *moodboard* ini, penulis dapat memastikan bahwa estetika visual dan elemen desain yang dipilih konsisten dan sesuai dengan identitas visual Plenty.

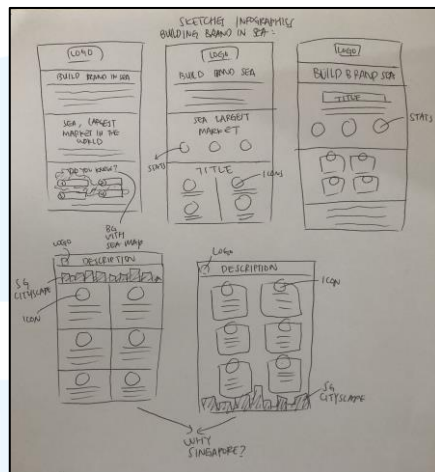
Penulis memutuskan untuk membuat infografis "*Building Your Brand in Southeast Asia*" sebagai *statistical infographic*. Jenis infografis ini dirancang untuk menampilkan data dan statistik penting yang menunjukkan peluang dalam membangun merek di kawasan Asia Tenggara. Elemen-elemen seperti grafik batang, diagram lingkaran, dan peta Asia Tenggara digunakan untuk memvisualisasikan data yang merepresentasikan tema dari infografis.

Untuk infografis "*Why Singapore,*" penulis memilih pendekatan *informational infographic*. Jenis infografis ini dirancang untuk memberikan informasi tentang keunggulan dan daya tarik Singapura sebagai pusat bisnis. Infografis ini mencakup teks yang kaya informasi, peta yang menyoroti lokasi strategis, dan ikon yang menggambarkan berbagai keunggulan Singapura, seperti infrastruktur modern, kebijakan pemerintah yang mendukung bisnis, dan konektivitas global.

b) Sketsa

Setelah *moodboard* dan konsep dasar ini disetujui oleh *supervisor*, penulis memulai proses desain. Proses desain infografis dimulai dengan pembuatan sketsa kasar untuk menghasilkan kerangka dasar infografis tanpa terlalu terikat pada detail desain yang kompleks. Penulis memulai dengan

membuat sketsa tangan di atas kertas, yang membantu dalam merencanakan struktur visual dari infografis.



Gambar 3.10 Sketsa Desain Infografis

Sketsa ini mencakup penempatan elemen-elemen utama seperti judul, subjudul, dan berbagai elemen grafis lainnya seperti ikon, grafik, dan diagram. Penulis memastikan bahwa informasi disusun secara logis, dengan aliran yang mudah diikuti oleh pembaca. Sketsa awal ini juga membantu penulis dalam menentukan hierarki visual, memastikan bahwa elemen-elemen yang paling penting menonjol.

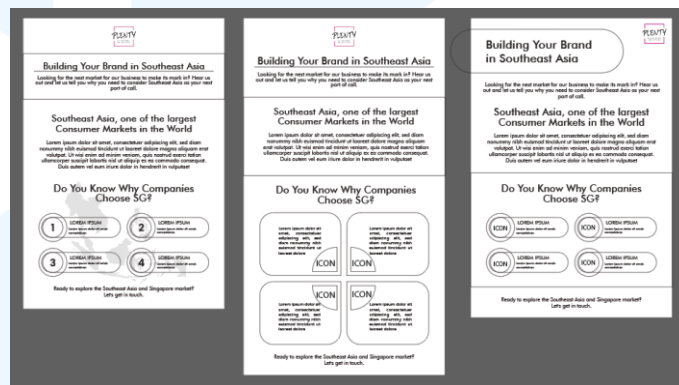
Setelah menyelesaikan sketsa tangan, penulis kemudian memindahkan konsep menjadi sketsa digital dengan menggunakan Adobe Illustrator. Dalam tahap ini, penulis membuat sketsa digital yang lebih terstruktur, tetapi masih mempertahankan kesederhanaan untuk fleksibilitas lebih lanjut. Penulis menambahkan grid dasar untuk membantu dalam penempatan elemen secara konsisten dan proporsional.

Sketsa digital ini berfungsi sebagai panduan yang lebih rinci sebelum memasuki tahap digitalisasi final. Dengan cara ini, penulis dapat memastikan bahwa setiap elemen telah

ditempatkan dengan benar dan bahwa struktur keseluruhan infografis telah dipikirkan dengan matang.

c) Digitalisasi

Setelah menyelesaikan sketsa kasar, penulis melanjutkan ke tahap digitalisasi infografis menggunakan Adobe Illustrator. Penulis menggunakan sketsa digital sebagai panduan untuk mengatur elemen-elemen utama dalam desain secara lebih detail. Pada tahap awal digitalisasi, penulis fokus pada pembuatan *wireframe* atau kerangka dasar infografis. *Wireframe* ini membantu dalam menentukan tata letak dan struktur keseluruhan, memastikan bahwa elemen-elemen grafis ditempatkan dengan tepat. Penulis menggunakan grid dasar untuk menjaga konsistensi dan proporsi antara elemen-elemen dalam infografis.



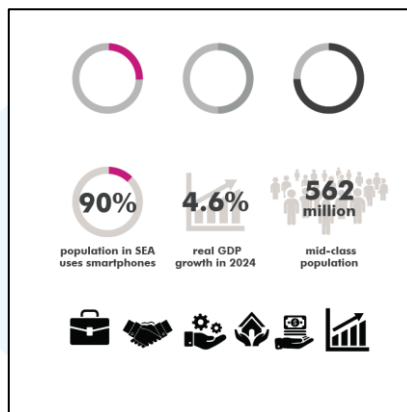
Gambar 3.11 Tiga Pilihan *Wireframe* Desain Infografis

Selanjutnya, penulis mengajukan ketiga pilihan *wireframe* kepada *supervisor*. *Supervisor* memberikan umpan balik bahwa desain *wireframe* terlalu banyak mengandung teks. Maka, penulis merombak *wireframe* untuk mengurangi jumlah teks dan menambahkan lebih banyak elemen visual seperti ikon dan grafik.



Gambar 3.12 *Wireframe* Final Infografis

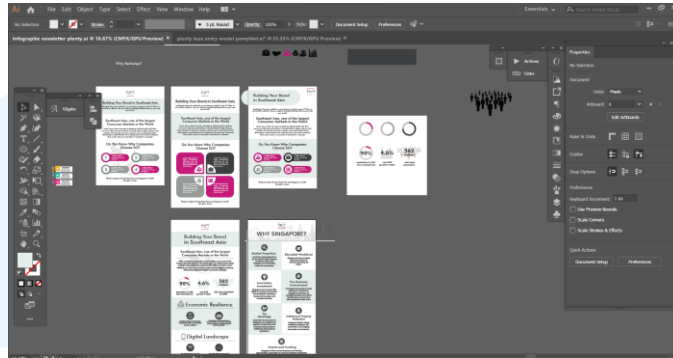
Setelah desain *wireframe* terpilih, penulis melanjutkan dengan menambahkan detail visual dan konten informatif ke dalam desain. Penulis memilih tipografi yang sesuai dengan identitas merek dan mengatur teks dengan hati-hati untuk memastikan keterbacaan yang optimal. Selain itu, penulis membuat finalisasi bentuk ikon, grafik, dan diagram yang relevan untuk memperkuat pesan infografis.



Gambar 3.13 Desain Ikon dalam Infografis

Setelah menyelesaikan *wireframe*, penulis melanjutkan dengan menambahkan detail visual dan konten informatif ke dalam desain. Penulis memilih tipografi yang sesuai dengan identitas merek dan mengatur teks dengan hati-hati untuk memastikan keterbacaan yang optimal. Selain itu, penulis menambahkan

ikon, grafik, dan diagram yang relevan untuk memperkuat pesan infografis.



Gambar 3.14 Proses Desain Infografis

Proses digitalisasi juga mencakup pemilihan palet warna yang konsisten dengan *brand identity* Plenty. Penulis memastikan bahwa warna yang digunakan tidak hanya estetik, tetapi juga dapat membantu dalam menyampaikan informasi dengan jelas. Penggunaan warna yang tepat membantu menyoroti informasi penting dan meningkatkan daya tarik visual dari infografis.

Sebelum melanjutkan ke tahap selanjutnya, penulis melakukan peninjauan awal terhadap desain digital bersama supervisor. Diskusi ini bertujuan untuk mendapatkan umpan balik awal terhadap progres desain dan memastikan bahwa desain berjalan sesuai dengan harapan.

#### d) Asistensi & Revisi

Sebagai bagian dari proses desain, penulis melakukan tiga kali revisi berdasarkan umpan balik dari *supervisor*. Revisi-revisi tersebut melibatkan penyesuaian elemen-elemen desain tertentu, termasuk tata letak, warna, dan konten infografis, guna memastikan bahwa desain sesuai dengan standar kualitas dan kebutuhan perusahaan. Penyesuaian ini dilakukan untuk memastikan bahwa desain tidak hanya memenuhi standar

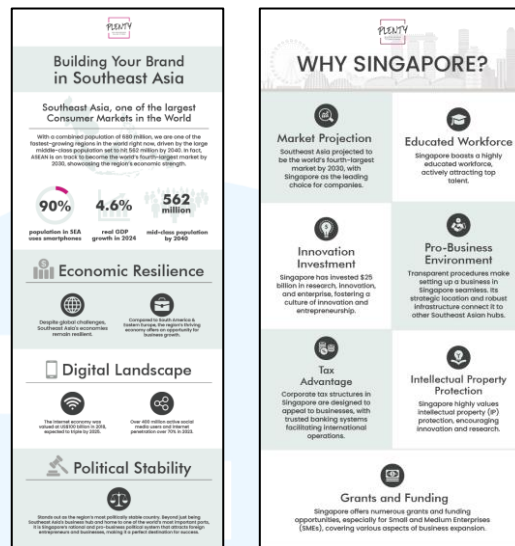
kualitas perusahaan tetapi juga efektif dalam menyampaikan pesan kepada audiens.

Revisi pertama difokuskan pada penyesuaian tata letak untuk meningkatkan keterbacaan dan aliran informasi. Penulis juga berdiskusi dengan *supervisor* untuk membuat konten menjadi lebih menarik untuk dibaca dan memastikan kalimat-kalimat yang digunakan tidak terlalu panjang. Revisi kedua mencakup perubahan pada skema warna dan beberapa elemen grafis agar lebih sesuai dengan identitas merek Plenty. Penulis diarahkan untuk membuat skema warna menjadi lebih mendominasi ke abu-abu dan putih, serta mengurangi warna bold seperti merah fuschia dan hitam. Revisi ketiga adalah perbaikan akhir berdasarkan *feedback* detail dari *supervisor*, termasuk penyempurnaan pada teks dan penyelarasan gambar. Penulis menambahkan beberapa elemen seperti *vector cityscape* Singapura sebagai *background*.

Dengan adanya revisi ini, penulis berusaha untuk menghasilkan infografis yang optimal dan efektif dalam menyampaikan pesan perusahaan kepada audiensnya. Proses pelaksanaan ini memastikan bahwa setiap elemen infografis telah diperiksa dan disempurnakan dengan baik, sehingga dapat berfungsi sebagai alat komunikasi yang kuat dan menarik dalam *newsletter* Plenty.

e) Finalisasi

Setelah semua revisi selesai, desain infografis masuk tahap akhir yaitu finalisasi. Penulis melakukan pengujian menyeluruh untuk memastikan semua elemen visual dan konten berfungsi dengan baik dan konsisten. Pengujian ini mencakup peninjauan keseluruhan desain, keterbacaan teks, dan konsistensi warna.



Gambar 3.15 Desain Final Infografis

Selanjutnya, infografis disiapkan untuk penggunaan dalam *newsletter* Plenty. Penulis memastikan bahwa format file sesuai dengan kebutuhan pemasaran perusahaan dan bahwa semua persyaratan teknis terpenuhi. Integrasi infografis dengan aplikasi mailchimp disambungkan untuk menyebarkan *newsletter* dan memastikan tampilan yang sesuai dengan layout keseluruhan.

### 3.3.1.3 *Lean Entry Model Pamphlet*

Penulis ditugaskan untuk membuat karya *trifold pamphlet Lean Entry Model*. *Trifold pamphlet* merupakan sebuah media promosi berbentuk cetak yang digunakan untuk menyampaikan informasi secara ringkas namun padat. Pembuatan desain *trifold pamphlet* ini bertujuan untuk mempromosikan jasa *branding* dari Plenty kepada calon klien potensial yang ingin mengetahui mengapa Asia Tenggara merupakan prospek yang menjanjikan untuk meluncurkan bisnis. *Brief* yang diberikan menekankan pentingnya penyampaian informasi yang jelas dan menarik, mencerminkan identitas visual dan nilai-nilai Plenty sebagai konsultan *branding* profesional.

a) Konsep

Konsep *trifold pamphlet* ini didesain untuk menyajikan informasi secara ringkas namun komprehensif tentang mengapa Asia Tenggara menjadi pilihan untuk berbisnis. *Pamphlet* ini mencakup berbagai aspek positif tentang Asia Tenggara, seperti prospek pasar yang besar, pertumbuhan ekonomi yang cepat, dan stabilitas politik yang mendukung. Selain itu, *pamphlet* ini menjelaskan ruang lingkup kerja Plenty, tujuan utama perusahaan, serta pendekatan yang diambil oleh Plenty dalam membantu klien mencapai kesuksesan. Penulis menggunakan palet warna yang profesional dan modern, dengan dominasi warna putih, abu-abu, dan aksen fuschia untuk mencerminkan identitas merek Plenty yang terpercaya dan inovatif.



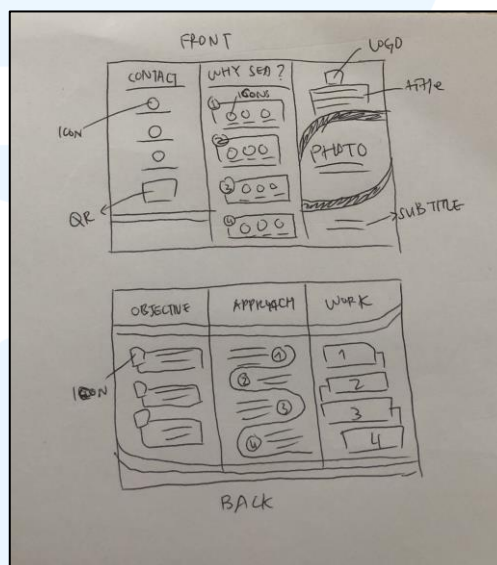
Gambar 3.16 *Moodboard Trifold Pamphlet*

Untuk memulai, penulis membuat *moodboard* yang mencakup berbagai elemen visual seperti warna, tipografi, dan gaya desain yang sesuai dengan identitas merek Plenty. *Moodboard* ini digunakan sebagai referensi untuk menjaga konsistensi desain selama proses pengerjaan. Selain itu, penulis melakukan riset tentang *pamphlet* yang sukses di industri yang sama untuk mendapatkan inspirasi dan memahami elemen-elemen yang dapat meningkatkan efektivitas *pamphlet*.



b) Sketsa

Setelah konsep dasar dan *moodboard* disetujui oleh *supervisor*, penulis memulai proses desain dengan membuat sketsa kasar untuk menghasilkan kerangka dasar *pamphlet*. Penulis memulai dengan membuat sketsa tangan di atas kertas, yang membantu dalam merencanakan struktur visual dari *pamphlet*. Sketsa ini mencakup penempatan elemen-elemen utama seperti judul, subjudul, gambar, dan blok teks. Keenam panel dalam *trifold pamphlet* terdiri dari panel *Cover*, *Contact Us*, *Why Southeast Asia*, *Objectives*, *Our Approach*, dan *Our Scope of Work*. Penulis memastikan bahwa informasi disusun secara logis dan alur bacaannya mudah diikuti oleh calon klien.



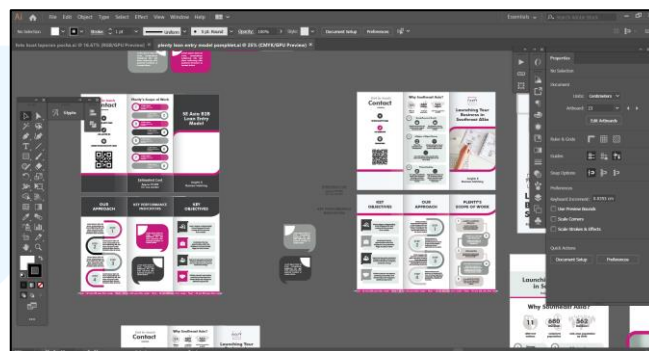
Gambar 3.17 Sketsa *Trifold Pamphlet*

Setelah sketsa awal disetujui, penulis melanjutkan ke tahap sketsa digital di Adobe Illustrator. Proses ini dimulai dengan membuat *wireframe* dari setiap panel *pamphlet*. *Wireframe* merupakan kerangka dasar yang menunjukkan penempatan elemen-elemen utama seperti judul, subjudul, teks, gambar, dan ikon tanpa memperhatikan detail visual. Fokus utama pada tahap ini adalah memastikan bahwa struktur dan tata letak informasi

terorganisir dengan baik dan alurnya logis, sehingga mudah dipahami oleh audiens. *Wireframe* membantu dalam memastikan semua informasi penting ditempatkan dengan tepat dan memberikan panduan yang jelas untuk tahap pengembangan desain selanjutnya.

c) Digitalisasi

Setelah perancangan *wireframe* selesai, penulis melanjutkan ke tahap pengembangan desain visual. Pada tahap ini, penulis mulai menambahkan elemen visual seperti ikon, grafik, dan gambar yang relevan dengan tema *pamphlet*. Penulis melanjutkan ke tahap pengembangan desain visual dengan mengikuti *brand guidelines* Plenty, yang mencakup tipografi, warna, dan penggunaan foto sesuai dengan ketentuan perusahaan. Penulis memastikan bahwa desain konsisten dengan identitas visual Plenty yang profesional dan terpercaya. Dalam desain *trifold pamphlet* ini, setiap panel memiliki struktur dan tujuan yang berbeda.



Gambar 3.18 Proses Digitalisasi *Trifold Pamphlet*

1) Panel *Cover*

Bagian depan *pamphlet* menampilkan judul utama "*Lean Entry Model*" dengan visual foto yang diambil dari unsplash untuk merepresntasikan judul. Adapula penggunaan logo Plenty sebagai *branding* dalam *cover*. Desain ini bertujuan

untuk menarik perhatian dan mengundang audiens untuk membuka *pamphlet*.

#### 2) Panel *Our Approach*

Panel ini menjelaskan pendekatan Plenty dalam membantu klien. Desain menggunakan alur *step-by-step* 1 hingga 4, di mana setiap langkah diilustrasikan dengan ikon dan teks yang ditempatkan secara vertikal dengan garis alur yang menurun ke bawah. Hal ini memudahkan pembaca untuk mengikuti langkah-langkah yang dijelaskan dengan visualisasi yang terstruktur.

#### 3) Panel *Scope of Work*

Panel ini mencakup ruang lingkup kerja Plenty. Penulis menggunakan penomoran untuk mengurutkan berbagai layanan yang ditawarkan. Setiap layanan ditempatkan secara terpisah dengan ikon pendukung dan deskripsi singkat, sehingga pembaca dapat dengan mudah memahami berbagai aspek yang ditawarkan oleh Plenty.

#### 4) Panel *Objectives*

Panel ini menyajikan tujuan utama dari menggunakan jasa Plenty untuk memasuki pasar Asia Tenggara. Informasi disusun dalam bentuk poin-poin dengan ikon yang mendukung, menyoroti manfaat utama secara ringkas dan padat.

#### 5) Panel *Why Southeast Asia?*

Panel ini menjelaskan mengapa Asia Tenggara merupakan prospek yang menjanjikan untuk meluncurkan bisnis. Penulis menyoroti fakta-fakta kunci dan statistik tentang pasar Asia Tenggara, termasuk pertumbuhan ekonomi, populasi yang besar, dan stabilitas politik. Informasi ini disajikan secara menarik dengan grafik dan ikon pendukung.

#### 6) Panel *Contact Information*

Panel ini menyediakan informasi kontak Plenty. Desain dibuat sederhana dan jelas untuk memastikan bahwa calon klien dapat dengan mudah menemukan cara untuk menghubungi perusahaan. Penulis juga menambahkan *QR Code* yang bisa mempermudah pembaca dengan fitur scan untuk mengetahui tentang layanan Plenty lebih lanjut.

Penulis memastikan setiap panel terstruktur dengan alur informasi yang jelas untuk menciptakan desain pamphlet dengan isi yang informatif dan lengkap bagi pembacanya.



Gambar 3.19 Ikon dalam *Trifold Pamphlet*

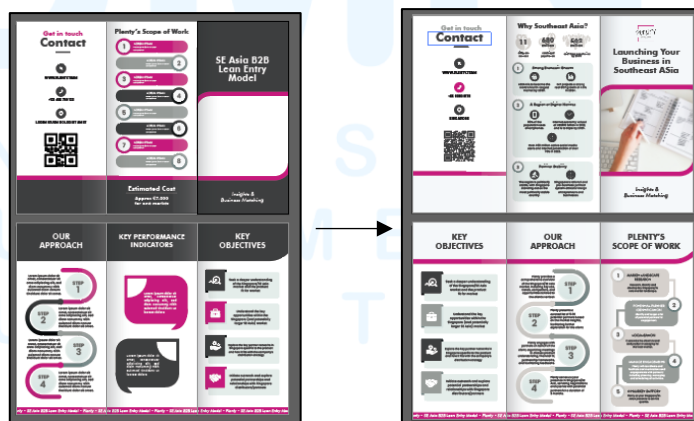
Selain memastikan konten setiap panel relevan, penulis juga merancang berbagai jenis ikon untuk memperjelas dan memperkuat pesan yang disampaikan dalam *pamphlet*. Ikon numerik bulat dibuat untuk menunjukkan urutan atau langkah-langkah dalam proses, membantu memandu pembaca secara visual dan memastikan alur informasi yang jelas dan terstruktur. Selain itu, ikon gambar representatif digunakan untuk memperjelas poin-poin penting, seperti ikon gear untuk menunjukkan proses kerja dan tangan berjabat untuk kolaborasi. Sedangkan untuk menyajikan data statistik dan informasi kuantitatif, penulis menggunakan ikon persentase chart, seperti grafik batang, *pie chart*, dan ikon peta. Ikon-ikon ini membantu

menampilkan data tentang pasar Asia Tenggara dan memberikan pembaca gambaran tentang informasi yang disajikan.

d) Asistensi & Revisi

Sebagai bagian dari proses desain, penulis melakukan tiga kali revisi berdasarkan umpan balik dari *supervisor* untuk memastikan hasil akhir yang optimal. Revisi pertama berfokus pada penyesuaian tata letak dan struktur informasi. *Supervisor* memberikan saran untuk memindahkan beberapa elemen dan memperbaiki urutan informasi agar lebih mudah diikuti oleh pembaca. Penulis juga diminta untuk memperbesar beberapa ikon dan grafik agar lebih menonjol dan mudah dilihat.

Pada revisi kedua, penulis menerima umpan balik mengenai skema warna dan penggunaan ruang kosong. *Supervisor* menyarankan penyesuaian warna menjadi lebih dominan abu-abu dan mengurangi warna hitam maupun fuschia, serta menambahkan lebih banyak ruang kosong di sekitar elemen-elemen utama untuk meningkatkan keterbacaan dan memberikan tampilan yang lebih bersih. Penulis mengubah warna beberapa elemen grafis agar lebih sejalan dengan identitas visual Plenty, serta mengatur ulang beberapa bagian teks untuk memanfaatkan ruang kosong secara efektif.



Gambar 3.20 Revisi Trifold Pamphlet

Revisi ketiga adalah penyempurnaan akhir berdasarkan umpan balik detail dari *supervisor*. Penulis diminta untuk memperbaiki beberapa elemen teks, termasuk penyelarasan, ukuran *font*, dan pemilihan kata untuk memastikan pesan disampaikan dengan jelas dan profesional.

e) Finalisasi

Setelah semua revisi disetujui, penulis melanjutkan ke tahap finalisasi desain. Pada tahap ini, penulis melakukan pengujian terakhir untuk memastikan bahwa semua elemen *pamphlet* berfungsi dengan baik dan sesuai pada berbagai perangkat dan ukuran cetak. Pengujian ini mencakup peninjauan detail setiap panel untuk memastikan tidak ada kesalahan tipografi, warna, atau elemen visual lainnya. Penulis memastikan bahwa warna, tipografi, dan tata letak konsisten di seluruh *pamphlet*, sesuai dengan brand guidelines Plenty, guna menjaga keselarasan visual dan memastikan pesan yang disampaikan tetap jelas dan profesional.



Gambar 3.21 Desain Final *Trifold Pamphlet*

Langkah tambahan yang diambil meliputi *proofreading* untuk menghindari kesalahan ketik atau gramatikal, serta melakukan pemeriksaan *pre-flight* menggunakan perangkat lunak desain untuk memastikan resolusi gambar, font yang tersemat dengan benar, dan tidak ada elemen yang hilang saat dicetak. Penulis juga menguji warna pada berbagai perangkat untuk memastikan kesesuaian warna desain. Hal ini untuk memastikan bahwa

semua elemen desain tampil dengan baik dan sesuai harapan saat dicetak.

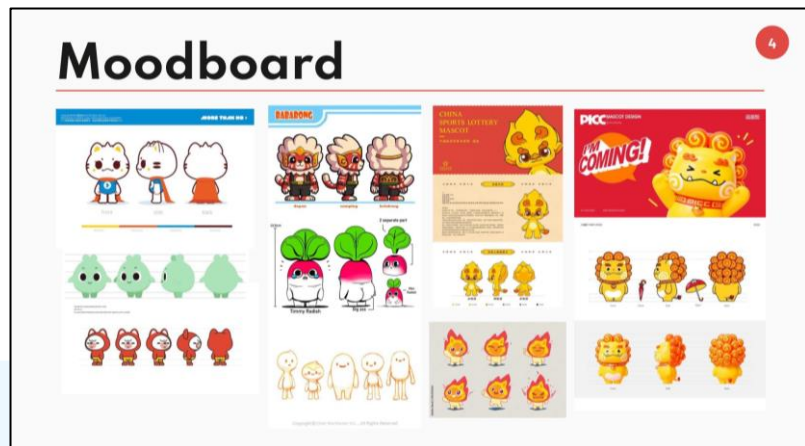
#### 3.3.1.4 *Mascot Design Bulgogi Syo*

Penulis ditugaskan untuk membuat desain maskot untuk Bulgogi Syo, sebuah proyek kreatif yang melibatkan penciptaan tiga karakter: Bul, Gogi, dan Syo. Bulgogi Syo merupakan sebuah restoran Korea di Singapura yang menawarkan pengalaman makan dengan konsep *Perfect Fire (Bul)* dan *Perfect Meat (Gogi)* untuk menciptakan pengalaman makan yang sempurna (*Syo/Show*). Pembuatan desain ini bertujuan untuk meningkatkan *branding* dan daya tarik visual dari Bulgogi Syo melalui karakter yang ramah, lucu, dan representatif untuk segala kalangan. *Brief* yang diberikan menekankan pentingnya menyampaikan cerita yang kuat dan dapat menarik perhatian market dari Bulgogi Syo melalui karakter-karakter ini.

##### a) Konsep

Konsep maskot ini berpusat pada narasi bahwa Bul, Gogi, dan Syo adalah saudara yang lahir dari api dengan kekuatan unik. Mereka sedang berusaha untuk menjadi master api sejati dengan mengatasi berbagai tantangan. Dengan misi besar di depan mereka, ketiga karakter ini harus bersatu dan menggabungkan kekuatan mereka untuk mencapai impian menjadi master api.

Masing-masing karakter mencerminkan elemen *fire*, *stone* dan *flambée*, selaras dengan motto Bulgogi Syo yaitu "*Perfect Fire, Perfect Meat, Perfect Experience.*" Karakter Bul, Gogi, dan Syo menggambarkan elemen-elemen ini melalui kepribadian dan kemampuan unik mereka. Bul adalah pemimpin yang berani dan percaya diri, Gogi adalah saudara yang kuat dan setia, sementara Syo adalah si bungsu yang penuh energi dan semangat.



Gambar 3.22 *Moodboard* Maskot Bulgogi Syo

Penulis memulai perancangan maskot dengan membuat *moodboard* yang berfokus pada karakter-karakter yang ramah, lucu, dan dapat diterima oleh berbagai kalangan. *Moodboard* ini mencakup referensi dari berbagai maskot populer dan karakter animasi, serta palet warna dan gaya visual yang sesuai dengan *brand guidelines* Bulgogi Syo. Fokus utama dari riset ini adalah menciptakan karakter yang tidak hanya menarik secara visual tetapi juga memiliki narasi yang mampu merepresentasikan Bulgogi Syo sebagai merek restoran Korea yang unggul.

b) Sketsa

Proses desain dimulai dengan pembuatan sketsa awal untuk setiap karakter. Penulis membuat dua alternatif sketsa untuk tiap karakter: Bul, Gogi, dan Syo. Sketsa ini kemudian melalui proses voting internal tim Plenty serta klien untuk memutuskan alternatif mana yang paling sesuai. Kedua alternatif memiliki karakteristik masing-masing yang cenderung ditonjolkan.

Pada alternatif sketsa yang pertama, penggambaran oleh penulis cenderung menampilkan karakter dengan tangan dan kaki yang pendek serta mata yang besar. Desain ini bertujuan untuk menciptakan kesan yang lebih ramah dan lucu, menarik bagi



audiens yang lebih muda dan memberikan tampilan yang menggemaskan.



Gambar 3.23 Alternatif 1 Sketsa Maskot Bulgogi Syo

Sedangkan alternatif kedua dalam desain ini lebih fokus pada detail dan ornamen api yang ditonjolkan pada masing-masing karakter. Bul memiliki api besar yang menonjol, Gogi memiliki api yang terintegrasi dengan elemen batu, dan Syo memiliki api *flambée* berwarna biru. Desain ini bertujuan untuk menekankan kekuatan dan elemen unik dari setiap karakter, memberikan tampilan yang lebih dinamis dan berenergi.



Gambar 3.24 Alternatif 2 Sketsa Maskot Bulgogi Syo

Setelah kedua alternatif sketsa ini selesai, penulis mengumpulkan umpan balik dari tim internal untuk menentukan sketsa yang paling cocok dengan visi Bulgogi Syo. Proses ini melibatkan diskusi mendalam mengenai kelebihan dan kekurangan masing-masing alternatif, serta bagaimana setiap desain dapat mewakili brand dengan sebaik-baiknya.

Keseluruhan tim internal memutuskan untuk mengulik lebih dalam alternatif sketsa kedua yang telah dibuat. Maka, penulis melakukan beberapa detailing pada sketsa tersebut sebelum melanjutkan ke tahap desain digital. Tambahan ornamen seperti gambar logo api pada setiap bagian tubuh karakter penulis

gambarkan agar menonjolkan keunikan dari masing-masing karakter.

c) Digitalisasi

Setelah sketsa awal disetujui, penulis melanjutkan perancangan ke tahap digitalisasi desain di Adobe Illustrator. Pada tahap ini, penulis berkolaborasi dengan desainer eksternal untuk membuat desain vektor dari setiap karakter. Proses digitalisasi ini melibatkan pembuatan garis yang bersih dan penambahan warna sesuai dengan brand guidelines Bulgogi Syo.

Penulis membuat *outline* dasar untuk setiap karakter, memastikan bahwa struktur dan proporsi mereka konsisten dan menarik. Setelah outline selesai, penulis menambahkan detail visual seperti ekspresi wajah, pose, dan atribut khusus yang mencerminkan kepribadian masing-masing karakter.



Gambar3.25 Digitalisasi Final Maskot Bulgogi Syo

Atribut khusus pada tiap karakter seperti Bul yang dilengkapi dengan mahkota api untuk menekankan bahwa ia adalah karakter pemimpin yang tegas dan kuat, lalu Gogi dengan tekstur batu yang realistis untuk merepresentasikan karakter yang tidak mudah goyah, serta Syo dengan bandana sebagai poin emphasis yang menunjukkan bahwa karakter Syo memiliki kepribadian yang *outgoing* dan cenderung *stylish*.



Gambar 3.26 Pose Bul Maskot Bulgogi Syo

Penulis juga menambahkan beberapa ekspresi untuk setiap maskot untuk menambah variasi dan menunjukkan kepribadian mereka. Setelah desain vektor awal selesai, penulis melakukan digitalisasi ulang untuk memastikan setiap detail visual, termasuk ekspresi dan pose, telah digarap dengan baik.

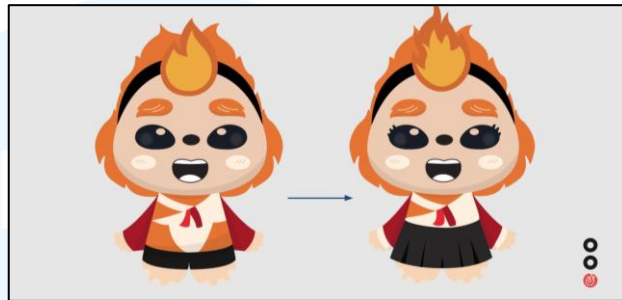
d) Asistensi & Revisi

Proses revisi dilakukan sebanyak dua hingga tiga kali berdasarkan umpan balik dari *supervisor* dan klien. Setiap revisi dilakukan untuk memastikan bahwa desain tidak hanya memenuhi standar visual tetapi juga efektif dalam menyampaikan kepribadian dan cerita dari masing-masing karakter. Berikut adalah detail revisi untuk setiap karakter.

1) Revisi Karakter Bul

Revisi pertama melibatkan perubahan pada aksesoris kepala Bul dari mahkota menjadi headband api. Umpan balik dari klien menunjukkan bahwa karakter Bul memerlukan visualisasi literal yang lebih kuat untuk menunjukkan bahwa ia adalah representasi dari api yang besar. Oleh karena itu, penulis mengganti mahkota dengan headband berbentuk api untuk menekankan kekuatannya secara lebih eksplisit. Selain itu, pakaian Bul juga mengalami perubahan signifikan. Sebelumnya, Bul memiliki kostum yang lebih generik, namun setelah revisi, kostumnya diubah menjadi

hanbok, pakaian tradisional Korea, untuk memperkuat identitas budaya dan memberikan tampilan yang lebih otentik serta representatif terhadap asal usul karakter.



Gambar 3.27 Revisi Maskot Bul Bulgogi Syo

## 2) Revisi Karakter Gogi

Karakter Gogi juga mengalami beberapa revisi penting. Salah satu perubahan utama adalah penambahan kacamata. Umpan balik dari klien menyarankan bahwa kacamata akan menambah karakteristik intelektual dan modern pada Gogi. Selain itu, warna kacamata diubah menjadi biru tua sesuai dengan brand guideline Bulgogi Syo, untuk mencocokkan dengan palet warna keseluruhan dan memberikan kontras terhadap warna batu yang dominan pada tubuh Gogi. Tekstur batu pada tubuh Gogi juga diperbaiki untuk memberikan tampilan yang lebih realistis dan detail, sehingga Gogi terlihat lebih seperti batu yang sebenarnya, menekankan kekuatan dan daya tahan fisiknya.



Gambar 3.28 Revisi Maskot Gogi Bulgogi Syo

### 3) Revisi Karakter Syo

Revisi terakhir dilakukan pada karakter Syo, yang melibatkan perubahan pada motif bandana di leher. Sebelumnya, bandana Syo memiliki desain yang cukup kompleks dan kaku, yang menurut umpan balik dari klien tidak sesuai dengan sifat dinamis dan energik dari karakter Syo. Oleh karena itu, bandana tersebut diubah dan ditambahkan dengan motif api. Motif api ini dibuat lebih dinamis dan fleksibel, mencerminkan kepribadian Syo yang ceria dan penuh semangat. Perubahan ini juga membantu bandana terlihat lebih natural dan nyaman dipakai oleh Syo, sekaligus menegaskan elemen api yang menjadi kekuatannya.



Gambar 3.29 Revisi Maskot Syo Bulgogi Syo

Setiap revisi dilakukan untuk memastikan bahwa desain tidak hanya memenuhi standar visual tetapi juga efektif dalam menyampaikan kepribadian dan cerita dari masing-masing karakter. Penulis juga memperhatikan detail seperti pose dan ekspresi untuk memastikan setiap karakter terlihat hidup.

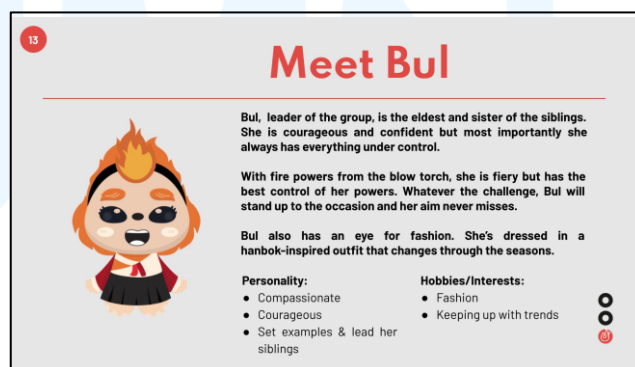
#### e) Finalisasi

Tahap finalisasi berfokus pada implementasi detail terakhir pada tekstur, ekspresi, dan aspek-aspek kecil lainnya dari setiap maskot. Penulis memastikan bahwa setiap karakter memiliki

detail yang mencerminkan kepribadian mereka dengan baik, termasuk minat yang memperkaya narasi mereka.

Maka penulis menambahkan deskripsi kepribadian serta hobi atau kesukaan setiap karakter pada character sheet agar dapat digunakan sebagai panduan dalam berbagai aplikasi pemasaran dan branding. Deskripsi ini membantu menjaga konsistensi dalam penyampaian cerita dan karakter setiap maskot di berbagai media, baik itu dalam bentuk cetak, digital, atau animasi.

Bul dideskripsikan sebagai kakak tertua yang dikenal penuh kasih sayang dan keberanian. Ia selalu menjadi panutan bagi adik-adiknya dan memimpin dengan contoh yang baik. Selain keberaniannya dalam menghadapi tantangan, Bul juga memiliki minat besar dalam dunia fashion dan selalu mengikuti tren terbaru. Penambahan hobi Bul yang suka fashion dan menjaga penampilannya menambah dimensi kepribadian yang menunjukkan bahwa ia selalu tampil *stylish* dengan pakaian hanbok yang berubah sesuai musim.



Gambar 3.30 Deskripsi Maskot Bul Bulgogi Syo

Sedangkan Gogi adalah mediator yang tenang dan seimbang, selalu menjaga keharmonisan di antara saudaranya. Ia setia dan peduli, sering menjadi penengah saat ada konflik. Penambahan hobi seperti berolahraga menunjukkan bahwa Gogi menjaga

kebugarannya dan senang menghabiskan waktu berkualitas bersama adik-adiknya. Tekstur batu pada tubuhnya menambah karakteristik fisik yang unik, sementara kacamata biru tua sesuai *brand guidelines* menunjukkan identitasnya yang kuat.



Gambar 3.31 Deskripsi Maskot Gogi Bulgogi Syo

Terakhir, Syo, adik bungsu yang energik dan ekstrovert, selalu penuh semangat dan menjadi pusat perhatian dengan trik-triknya. Sebagai penggemar berat K-Pop, Syo bercita-cita menjadi idola K-Pop dan selalu up-to-date dengan berita terbaru tentang idolanya. Penambahan hobi seperti menari dan menonton konser K-Pop menambah kedalaman karakter Syo sebagai sosok yang dinamis dan selalu terhubung dengan dunia hiburan. Bandana dengan motif api yang lebih simpel namun penuh gaya menekankan kepribadian flamboyannya.



Gambar 3.32 Deskripsi Maskot Syo Bulgogi Syo

Dengan adanya detail tambahan ini, penulis menciptakan kedalaman cerita pada tiap karakter maskot yang menjadikan mereka representasi tiga pilar motto bagi Bulgogi Syo: "*Perfect Fire, Perfect Meat, Perfect Experience.*" Penulis memastikan bahwa setiap karakter telah melalui tahap pengecekan akhir untuk memvalidasi bahwa desain siap digunakan untuk berbagai media promosi Bulgogi Syo.

Proses ini memastikan bahwa *file vector* dari maskot Bulgogi Syo dapat dipindah-tangankan dan dimodifikasi sesuai kebutuhan, meningkatkan *brand awareness* dan *engagement* dengan audiens, serta mendukung tujuan marketing perusahaan secara keseluruhan.

### 3.3.1.5 Pocha Social Media Plan

Pocha adalah tempat makan di Singapura yang menyajikan makanan jajanan autentik khas Korea, menawarkan suasana yang mirip dengan tenda jalanan di Seoul. Pocha menyediakan berbagai hidangan nyaman langsung dari jalanan Seoul, menciptakan pengalaman bersantap yang menyenangkan dan berkesan. Penulis ditugaskan untuk membuat *social media plan* untuk Pocha.



Gambar 3.33 Logo Pocha  
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2024)

Pembuatan desain ini bertujuan untuk meningkatkan *brand awareness* dan *engagement* di *platform* media sosial, khususnya Instagram. *Brief* yang diberikan menekankan pentingnya menyampaikan pengalaman kuliner yang autentik dan menyenangkan melalui konten yang menarik dan informatif. Pocha juga ingin



memberikan konten entertainment kepada audiensnya sesuai tren di korea seperti K-Drama hingga K-Pop.

a) Konsep

Konsep *social media plan* untuk Pocha adalah untuk memperlihatkan berbagai aspek menarik dari pengalaman bersantap di Pocha melalui *platform* Instagram. Penulis membagi konten tersebut ke dalam beberapa kategori utama, yang disebut sebagai *Content parameter*. *Content parameter* yang dirancang untuk Pocha adalah sebagai berikut:

1) Pocha! *Food*

Kategori ini menampilkan ragam hidangan lezat yang disajikan di Pocha. Mulai dari hidangan utama seperti Jajangmyeon dan Ramyeon hingga hidangan pendamping seperti Korean *Fried Chicken* dan Budae Jjigae. Konten di kategori ini fokus pada visual yang menggiurkan dan deskripsi singkat yang memperkenalkan rasa dan bahan-bahan dari setiap hidangan.

2) Pocha! *Experience*

Pocha! *Experience* bertujuan untuk membagikan pengalaman unik dari suasana makan di restoran Pocha. Konten akan mencakup foto dan video suasana dalam restoran, dekorasi yang menciptakan nuansa tenda jalanan Korea, serta momen-momen spesial seperti *live music* dan event bertema Korea. Tujuan dari kategori ini adalah memberikan gambaran lengkap tentang atmosfer yang bisa dinikmati oleh pengunjung Pocha.

3) Pocha! *Reviews*

Kategori Pocha! *Reviews* didedikasikan untuk menampilkan ulasan-ulasan dari pelanggan yang telah mengunjungi Pocha. Konten akan mencakup tangkapan layar ulasan positif dari berbagai *platform* seperti Google Reviews dan

TripAdvisor, serta video testimonial dari pelanggan yang puas.

#### 4) Pocha! - What Is

Pada kategori ini, Pocha akan memberikan informasi dasar tentang restoran mereka. Ini termasuk sejarah singkat, visi dan misi, serta filosofi di balik konsep restoran. Tujuannya adalah untuk memperkenalkan Pocha kepada audiens yang mungkin belum mengenalnya dan menyoroti aspek-aspek yang membuatnya unik.

#### 5) Pocha! *Recommends (in South Korea)*

Kategori Pocha! *Recommends* memberikan rekomendasi tentang tempat-tempat makan jalanan terbaik di Korea Selatan yang menginspirasi menu di Pocha. Konten akan mencakup foto dan video dari *street food markets* dan vendor terkenal di Seoul dan kota-kota lainnya. Ini akan memberikan wawasan kepada pengunjung tentang kekayaan kuliner Korea dan bagaimana Pocha menghadirkannya di meja makan mereka.

#### b) *Content Calendar*

Penulis telah merancang sebuah *content calendar* yang komprehensif untuk Pocha, mencakup *platform* yang ditargetkan, yaitu Instagram. Dalam kalender ini, tiap aspek konten dipetakan secara sistematis untuk memastikan kelancaran dan konsistensi dalam penjadwalan, mulai dari drafting konten, revisi, hingga jadwal *posting*.

Frekuensi *posting* konten sosial media berpatokan pada jadwal yang telah diajukan oleh klien, yaitu:

##### 1) Harian untuk Instagram *Story*

Setiap hari, Pocha akan membagikan *Stories* di Instagram untuk memberikan pengikutnya tampilan yang lebih dekat

dan *real-time* tentang suasana di restoran. Stories ini bisa mencakup momen di dapur, acara khusus, serta *games* atau konten tentang tren di Korea. Dengan membagikan Stories setiap hari, Pocha dapat menjaga keterlibatan pengikutnya dan menghadirkan konten yang segar dan menarik setiap saat.

2) Satu Instagram *Post* Setiap Dua Hari

Untuk konten tetap di *feed* Instagram, Pocha akan membagikan satu Instagram *post* setiap dua hari. Konten ini akan mencakup berbagai tema, mulai dari promosi menu spesial, tren, hingga konten informatif tentang kultur makan Korea. Dengan mengikuti jadwal ini, Pocha dapat menjaga kehadiran mereka di *feed* pengikutnya tanpa mengganggu dengan frekuensi *posting* yang terlalu sering.

3) Berbagi UGC yang Ditandai

*UGC*, atau *User Generated Content*, adalah konten yang dibuat oleh pengguna atau pelanggan yang mengunggah pengalaman mereka dengan produk atau layanan suatu merek di media sosial. Dalam konteks Pocha, *UGC* bisa berupa ulasan positif, foto atau video pelanggan yang sedang menikmati makanan di Pocha, atau momen-momen berharga lainnya yang mereka bagikan di *platform* seperti TikTok dan Instagram. Pocha akan aktif dalam berbagi *UGC* yang telah ditandai oleh pelanggan di akun media sosial mereka. Berbagi *UGC* ini tidak terbatas jumlahnya dan dilakukan secara berkelanjutan untuk memperlihatkan apresiasi kepada pelanggan serta memperluas jangkauan merek.

Content Calendar						
July						
Sunday	Monday	Tuesday	Wednesday	Thursday	Friday	Saturday
					1	2
	3	4	5	6	7	8
Feed: POCIA! Foodie Post Challenge - how to join		Feed: Signature Hanger Sauce		Feed: #KukuSpecial: Rajangpuyon		Feed: Hari Raya Haji
Story: POCIA! Foodie Challenge	Story: POCIA! Foodie Challenge	Story: POCIA! Foodie Challenge	Story: POCIA! Foodie Challenge	Story: POCIA! Foodie Challenge	Story: POCIA! Foodie Challenge	Story: POCIA! Foodie Challenge
	10	11	12	13	14	15
Feed: #PakuYourMouth		Feed: #KukuSpecial: Ramen		Feed: #KukuSpecial: Japanese		Feed: Chat with Change to Share Korean Snacks
Story: K-Entertainment Must Watch	Story: K-Entertainment Must Watch		Story: K-Entertainment Must Watch		Story: K-Entertainment Must Watch	Story: K-Entertainment Must Watch
	17	18	19	20	21	22
Feed: This or That Into to Story		Feed: KukuSpecial: Gop-gabus		Feed: Pocha snacks according to your birthday		Feed: Busik Sign
Story: This or That: K-Snacks	Story: This or That: K-Snacks	Story: This or That: K-Snacks	Story: This or That: K-Snacks	Story: This or That: K-Snacks	Story: This or That: K-Snacks	Story: This or That: K-Snacks
	24	25	26	27	28	29
Feed: Korean artists fan foods intro		Feed: Korean Fried Chicken		Feed: Fill in the blanks		Feed: Date Night with set menu
Story: Korean artists fan foods	Story: Korean artists fan foods	Story: Korean artists fan foods	Story: Korean artists fan foods	Story: Korean artists fan foods	Story: Korean artists fan foods	Story: Korean artists fan foods
	31					

OS. ● Instagram Stories ● Instagram Feed/Posts

Gambar 3.34 Pocha Content Calendar

Untuk memudahkan pengelolaan dan visualisasi jadwal konten, penulis telah membuat sebuah *content calendar* dengan *color coding* yang membedakan jenis-jenis *post*. Ini memungkinkan tim Pocha untuk dengan mudah melihat dan memahami jadwal *posting feed* dan *story*, serta aktivitas berbagi *UGC*. Dengan kalender ini, Plenty serta Pocha dapat bekerjasama dan memastikan konsistensi dalam penjadwalan *posting* dan menjaga interaksi yang tinggi dengan pengikut sosial media Pocha.

c) Digitalisasi

Setelah rencana konten disetujui, penulis melanjutkan ke tahap digitalisasi desain. Pada tahap ini, penulis membuat berbagai jenis desain untuk setiap kategori konten yang telah direncanakan. Proses ini melibatkan beberapa langkah detail untuk memastikan setiap elemen visual sesuai dengan tujuan dan *branding* Pocha.

Penulis memulai dengan menggunakan Adobe Illustrator dan Photoshop untuk menciptakan desain visual sesuai *content calendar*. Desain ini disesuaikan dengan *branding guidelines* Pocha, memastikan konsistensi dalam penggunaan warna, tipografi, dan elemen visual lainnya. Setiap desain dibuat dengan mempertimbangkan estetika fungsi komunikatif yang efektif.

Setiap konsep Instagram *post* dan *story* penulis digitalisasikan menjadi berbagai desain. Digitalisasi konten Instagram *post* untuk Pocha adalah sebagai berikut:

1) *Introduction to IG Story Pocha Foodie Reel Challenge*

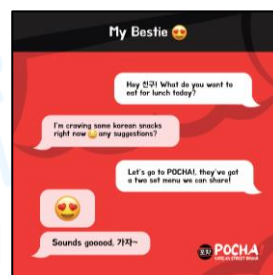
Desain *Pocha Foodie Reel Challenge* menunjukkan cara bergabung dengan tantangan kuliner dengan mengunggah pengalaman makan di restoran Pocha. Desain ini mencakup langkah-langkah yang harus diikuti peserta serta hadiah menarik yang bisa didapatkan.



Gambar 3.35 Instagram Post *Pocha Foodie Reel Challenge*

2) *Chatbox of You & Your Chinggu*

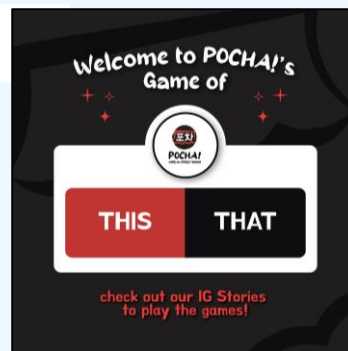
Desain *chatbox* interaktif antara teman-teman yang memilih camilan Korea. Desain ini menampilkan tampilan percakapan teks yang khas, dengan balon chat dan *emoji* yang mengikuti tren. Desain ini memberikan nuansa interaktif dan personal kepada pengikut Pocha.



Gambar 3.36 Instagram Post *Chatbox of You & Your Chinggu*

### 3) *Introduction to IG Story This or That: K-Snacks Edition*

*This or That: K-Snacks Edition* adalah desain untuk memilih camilan Korea yang merupakan *introduction post* terhadap *series* di *Instagram story*. Penulis membuat visual yang kontras dengan dua pilihan camilan di setiap sisi. Desain ini mengajak pengikut untuk terlibat dengan memilih camilan favorit mereka, memberikan pengalaman interaktif bagi audiens.



Gambar 3.37 Instagram Post *This or That: K-Snacks Edition*

### 4) *Pocha Snacks: Birthday Edition*

Desain yang menyesuaikan pilihan camilan berdasarkan angka terakhir dari tanggal ulang tahun. Desain ini menampilkan berbagai jenis camilan, dengan instruksi sederhana bagi pengikut untuk menemukan camilan sesuai tanggal lahir mereka.



Gambar 3.38 Instagram Post *Pocha Snacks: Birthday Edition*

### 5) *Fill in the Blanks*

Desain yang mengajak pengikut mengisi kalimat yang kosong untuk mengungkapkan kata "*Daebak*". Desain ini dibuat dengan gaya yang playful dan mengundang partisipasi, menggunakan warna cerah dan teks besar yang menarik perhatian. Pengikut diajak untuk berinteraksi dengan mengisi kalimat, yang memberikan mereka rasa partisipasi aktif dalam konten Pocha.



Gambar 3.39 Instagram Post *Fill in the Blanks*

### 6) #GuksuSpecial

Desain yang menampilkan berbagai jenis mie Korea spesial. Desain ini fokus pada visual makanan yang menggugah selera, dilengkapi dengan deskripsi singkat tentang setiap jenis mie, seperti Jajjangmyeon, Ramyeon, Japchae, dan Gogi Guksu.



Gambar 3.40 Instagram Post *Guksu Special*

### 7) *Signature Hangari Sauce*

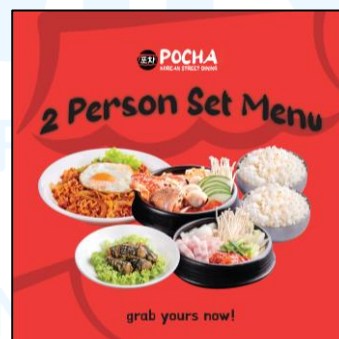
Desain yang menyoroti menu bumbu andalan Pocha, yaitu *hangari sauce*. Desain ini menampilkan foto-foto berkualitas tinggi dari hidangan tersebut, dengan elemen grafis yang menonjolkan keunikan dan lezatnya setiap menu.



Gambar 3.41 Instagram Post Hangari Sauce

### 8) *Two Person Set Menu*

Desain yang menampilkan paket menu untuk dua orang. Desain ini dirancang dengan fokus pada pasangan atau teman yang ingin menikmati makanan bersama, menggunakan foto-foto set menu sebagai elemen grafis yang mencerminkan bahwa makanan dapat dibagi.



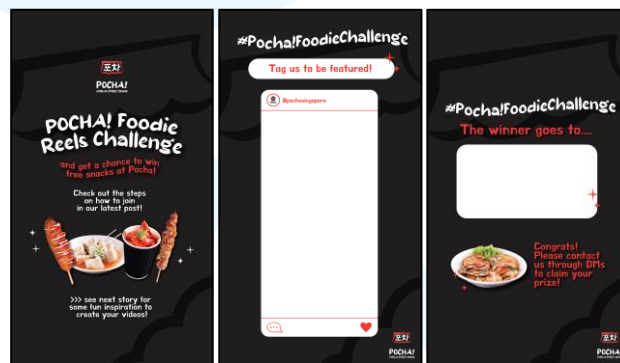
Gambar 3.42 Instagram Post Two Person Set Menu



Selain digitalisasi desain Instagram *post*, penulis juga merancang desain Instagram *story* yang dibagi menjadi empat kategori per minggu, sebagai berikut:

### 1) *Pocha Foodie Reel Challenge*

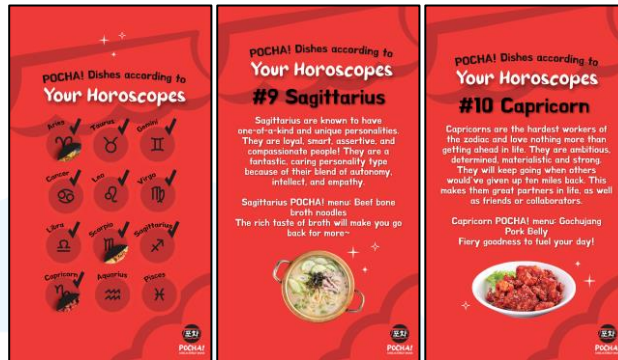
Desain Pocha Foodie Reel Challenge ini dirancang untuk memotivasi audiens untuk bergabung dalam tantangan mingguan, dengan visual yang dinamis dan teks yang mengajak partisipasi. Desain ini dibuat sebagai bagian dari seri mingguan. Setiap harinya, Pocha mengunggah contoh *reels* yang dapat dilakukan serta melakukan *repost* bagi pengikut yang mengikuti *challenge*. Pengikut yang mengikuti tantangan berkesempatan untuk memenangkan hadiah menarik, seperti *voucher* makan di Pocha atau *merchandise* eksklusif.



Gambar 3.43 Instagram Story Pocha Foodie Reel Challenge

### 2) *Pocha Snacks According to Your Star Signs*

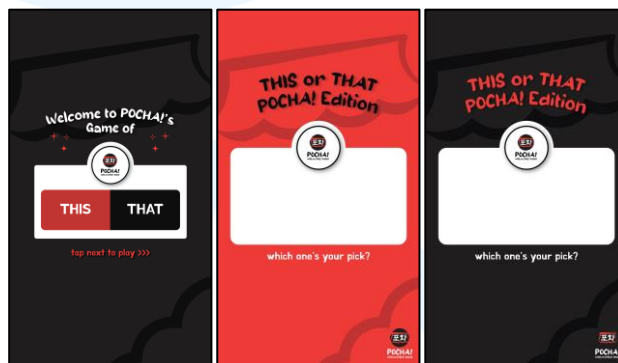
Desain Instagram *story* ini yang menyesuaikan camilan dengan zodiak. Tantangan ini mengundang pengikut untuk menemukan camilan Korea yang cocok dengan zodiak mereka setiap minggunya. Desain ini menggunakan simbol-simbol zodiak dan ilustrasi camilan yang dijual di Pocha, memberikan kesan *personal* bagi pengikut yang tertarik dengan astrologi.



Gambar 3.44 Instagram Story Pocha Snacks Star Signs

### 3) *This or That: K-Snacks Edition*

Desain *This or That: K-Snacks Edition* menampilkan pilihan camilan mingguan. Tantangan ini mengajak pengikut untuk memilih antara dua pilihan camilan Korea setiap minggu melalui fitur *polling* di Instagram. Desain ini serupa dengan versi *feed*, tetapi disesuaikan untuk format cerita dengan animasi sederhana dan elemen interaktif.



Gambar 3.45 Instagram Story This or That

### 4) *#DidYouKnow Korean Artists Favorite Korean Food*

Desain Instagram story dengan tagar *#DidYouKnow* ini menampilkan makanan favorit artis Korea selama lima hari berturut-turut. Desain ini juga memberikan informasi pendek tentang latar belakang artis Korea tersebut dan alasan mereka menyukai makanan favorit mereka.



Gambar 3.46 Instagram Story #DidYouKnow

Dengan desain-desain ini, Pocha memastikan bahwa pengikut selalu memiliki sesuatu yang dinantikan setiap minggu, meningkatkan keterlibatan dan minat mereka terhadap akun Instagram Pocha.

#### d) Asistensi & Revisi

Setelah desain digital selesai, penulis mengirimkan hasil desain tersebut untuk ditinjau oleh *supervisor* dan *klien*. Proses revisi dilakukan melalui komentar di presentasi Google Slides agar semua pihak dapat memberikan umpan balik secara efisien. Setiap desain yang diunggah ke Google Slides mendapatkan komentar yang rinci, yang membantu penulis memahami perubahan yang diperlukan. Komunikasi yang terbuka dan langsung ini membuat proses revisi dapat dilakukan dengan cepat dan tepat.

Beberapa revisi yang dilakukan meliputi perubahan pada *caption* untuk memastikan pesan yang disampaikan jelas, menarik, dan sesuai dengan *tone of voice* Pocha. Beberapa teks pada *caption* diubah untuk lebih menggugah selera atau menambahkan elemen humor yang dapat menarik perhatian audiens. Selain itu, ada revisi penempatan kata dan elemen visual dalam desain yang memerlukan penyesuaian tata letak teks agar lebih estetis dan mudah dibaca.

e) Finalisasi

Tahap finalisasi berfokus pada memastikan semua konten siap untuk dipublikasikan. Penulis mengunggah semua konten ke Google Drive dan *presentation slides* yang telah disiapkan untuk memudahkan akses oleh tim pemasaran Pocha. Langkah pertama adalah meninjau ulang semua *caption* dan desain untuk memastikan teks dan visual telah terkoordinasi dengan baik dan sesuai dengan rencana konten. Ini termasuk memeriksa bahwa tidak ada kesalahan ketik atau elemen desain yang terlewat.

Selanjutnya, penulis memeriksa jadwal *posting* untuk mengonfirmasi bahwa semua konten sudah dijadwalkan dan siap untuk diunggah sesuai dengan *content calendar*. *Content calendar* yang telah dibuat membantu dalam memastikan bahwa tidak ada tumpang tindih atau kesalahan jadwal.



Gambar 3.47 Konten di Instagram *Feed* Pocha

Langkah terakhir dalam proses finalisasi adalah *follow-up* konten kepada klien. Penulis menghubungi klien untuk memastikan tidak ada perubahan tambahan dan mendapatkan persetujuan akhir sebelum konten dipublikasikan. Dengan proses ini, penulis memastikan bahwa semua pihak sudah

sepakat dengan konten yang akan diunggah dan tidak ada detail yang terlewatkan.

### 3.3.2 Kendala yang Ditemukan

Sebagai *Graphic Design Intern* di Plenty, penulis menghadapi beberapa kendala dalam menjalankan tugas. Beberapa kendala yang penulis hadapi adalah sebagai berikut:

#### 1) Koordinasi Proyek Melalui *Platform Digital*

Plenty menggunakan sebuah alat manajemen proyek dan komunikasi digital yaitu Asana. Penulis perlu menyesuaikan diri dengan alur kerja yang berbeda dan mempelajari cara efektif menggunakan *platform* tersebut untuk berkomunikasi dan berkolaborasi dengan tim.

#### 2) Kualitas Internet dan Jaringan

Karena bekerja dari rumah (WFH), penulis sering menghadapi masalah koneksi internet yang tidak stabil. Hal ini menyebabkan penundaan dalam mengunduh atau mengunggah file berukuran besar serta mengakses alat-alat desain online yang dibutuhkan untuk proyek-proyek tertentu.

#### 3) Perbedaan Zona dan Waktu

Penulis menghadapi tantangan dalam mengatur waktu dan komunikasi karena perbedaan zona waktu dengan *klien* maupun *supervisor* yang berada di negara lain. Hal ini sering menyebabkan kesulitan dalam mengatur jadwal *meeting* dan memastikan komunikasi berjalan lancar.

#### 4) Adaptasi dengan Lingkungan Kerja Baru

Penulis membutuhkan penyesuaian diri dengan budaya dan norma kerja di Plenty. Adaptasi yang dilakukan termasuk memahami dinamika tim, gaya komunikasi yang lebih terbuka dan kolaboratif,

serta ekspektasi kerja yang menekankan kualitas, ketepatan waktu, dan profesionalisme sesuai dengan standar Singapura.

5) Komunikasi dengan Klien

Berinteraksi langsung dengan klien dari berbagai sektor memerlukan kemampuan komunikasi yang baik dan pemahaman mendalam terhadap kebutuhan klien. Penulis menghadapi kesulitan dalam memahami dan menerjemahkan *brief* klien menjadi konsep desain yang sesuai dengan harapan mereka. Selain itu, penulis juga perlu penyesuaian diri untuk berkomunikasi melalui *e-mail* dengan cara penulisan yang profesional dan jelas.

6) Manajemen Waktu

Mengelola waktu dan prioritas antara berbagai tugas dan proyek yang berjalan secara simultan menjadi tantangan tersendiri. Penulis harus belajar untuk lebih efisien dalam mengatur jadwal dan *deadline* agar semua tugas dapat diselesaikan tepat waktu.

### 3.3.2 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Solusi yang penulis lakukan untuk menghadapi kendala yang ditemukan selama magang di Plenty adalah sebagai berikut:

1) Optimalisasi Kolaborasi Proyek dengan Asana

Dalam menghadapi tantangan koordinasi proyek melalui *platform* digital seperti Asana, penulis meluangkan waktu untuk mempelajari fitur-fitur yang tersedia dalam Asana dan menerapkannya dalam alur kerja sehari-hari. Melalui penjelasan oleh supervisor, penulis memiliki pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana menggunakan Asana secara efektif untuk memfasilitasi komunikasi dan kolaborasi dengan tim. Hal ini telah meningkatkan efisiensi dan kualitas kolaborasi dalam pengelolaan proyek-proyek.

2) Mengoptimalkan Koneksi Internet untuk Produktivitas WFH

Untuk mengatasi kendala kualitas internet dan jaringan yang tidak stabil saat bekerja dari rumah, penulis telah mengadopsi pendekatan proaktif dengan mengganti ke layanan internet yang lebih stabil dan perangkat keras tambahan untuk memperkuat sinyal WiFi di lingkungan kerja rumah. Dengan demikian, penulis dapat mengurangi gangguan yang disebabkan oleh masalah konektivitas dan memastikan produktivitas tetap tinggi dalam menjalankan tugas-tugas di Plenty.

3) Penjadwalan Fleksibel untuk Mengatasi Perbedaan Zona Waktu

Dalam mengatasi perbedaan zona dan waktu dengan klien atau supervisor yang berada di negara lain, penulis telah mengadopsi strategi penjadwalan yang fleksibel dengan memanfaatkan alat manajemen waktu. Dengan menggunakan fitur-fitur seperti penyesuaian otomatis zona waktu, penulis berhasil menemukan jendela waktu yang cocok untuk komunikasi dan rapat dengan klien atau *supervisor*. Hal ini memastikan bahwa kolaborasi antar tim berjalan lancar tanpa terpengaruh oleh perbedaan waktu yang signifikan.

4) Memperdalam Penyesuaian dengan Budaya Kerja di Plenty

Dalam menjalani adaptasi dengan lingkungan kerja yang baru, penulis telah mengambil inisiatif untuk memperdalam pemahaman terhadap budaya dan norma kerja di Plenty. Dengan aktif berinteraksi bersama anggota tim dan mengamati praktik kerja sehari-hari, penulis berhasil menyesuaikan diri dengan lingkungan kerja yang baru secara efektif.

5) Memperkuat Komunikasi Efektif dengan Klien

Untuk meningkatkan komunikasi dengan klien dan memahami kebutuhan mereka secara lebih mendalam, penulis berdiskusi dengan *supervisor* untuk memperoleh arahan serta memperbaiki

strategi komunikasi. Selain itu, penulis juga melakukan pembelajaran *online* dari *website* maupun artikel tentang cara meningkatkan kemampuan menulis email profesional, menghasilkan pesan yang lebih jelas dan terstruktur kepada klien. Selanjutnya, penulis meminta *supervisor* untuk melakukan *proof-reading* terhadap pesan atau dokumen presentasi sebelum disampaikan kepada klien, sehingga memastikan bahwa standar penulisan mencapai tingkat profesionalisme yang optimal.

6) Skala Prioritas Waktu dan Produktivitas

Dalam mengatasi tantangan manajemen waktu, penulis telah mengadopsi pendekatan yang lebih terperinci dengan menggunakan teknik manajemen waktu berbasis skala prioritas. Dengan mengklasifikasikan tugas-tugas berdasarkan urgensi dan dampaknya menggunakan skala prioritas, penulis berhasil mengidentifikasi dan menyelesaikan tugas-tugas yang paling penting dengan lebih efektif, memastikan bahwa waktu dan sumber daya yang tersedia dimanfaatkan dengan optimal.

