

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Dalam menjalankan proses magang selama satu semester, penulis berkedudukan sebagai *graphic designer* HW Group. Proyek-proyek desain biasanya diberikan oleh *project manager* melalui *supervisor* divisi tersebut. Penulis merupakan salah satu anggota desainer grafis dalam Divisi *Upcoming & Others*. Namun, sebelum masuk ke dalam divisi tersebut, penulis sempat mendapatkan proyek dari divisi yang berbeda, seperti Divisi *Bar*, *Coorporate*, dan *Nightclub*.

3.1.1 Kedudukan

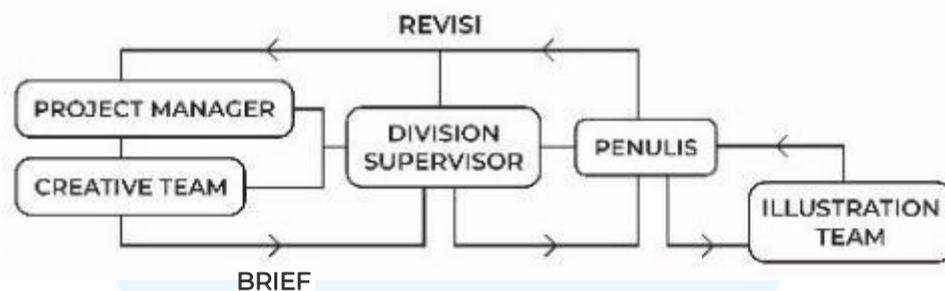
Departemen Seni & Desain dipimpin oleh seorang *manager* yang dibantu *assistant manager*. *Manager* bertugas sebagai jembatan antara departemen dengan dewan direksi. Sedangkan, *assistant manager* bertugas memastikan alur pekerjaan antar divisi tetap konsisten dan teratur. Lalu, setiap divisi juga diketuai oleh seorang *supervisor* yang bertugas untuk menjaga kualitas desain yang dihasilkan divisi, mendelegasikan tugas ke para anggota, serta turut mengerjakan proyek-proyek yang ada.

Pada bulan pertama proses magang, penulis berkedudukan sebagai desainer grafis dalam Divisi *Nightclub*. Proyek-proyek divisi ini diberikan oleh *project manager* yang lalu dibagikan oleh *supervisor* divisi ke beberapa anggota. Kemudian, dari bulan kedua hingga masa akhir magang, penulis berpindah ke Divisi *Upcoming & Others*. Kedua divisi tersebut memiliki alur pekerjaan serta kedudukan serupa yang terdiri atas anggota, *supervisor*, dan *project manager*.

3.1.2 Koordinasi

Dalam Divisi *Upcoming & Others*, terdapat *project manager* dan *creative team* yang memberikan proyek-proyek sesuai kebutuhan media promosi Hotmen. Proyek tersebut akan diajukan secara *online* melalui

software *Slack* yang didalamnya terdapat seluruh anggota divisi. *Brief* akan dijelaskan secara mendetail beserta tenggat waktu penyelesaian proyek. Lalu, *supervisor* divisi akan mengerjakan atau membagikan proyek tersebut ke anggota desainer grafis. Sebagian besar proyek dari *outlet* Hotmen ditugaskan ke penulis, sedangkan anggota lain bertugas untuk *outlet* Helen's Night Mart dan Holywings Coffee. Setelah mendapatkan arahan dari *supervisor*, penulis kemudian merancang desain yang dibutuhkan sesuai tenggat waktu yang ada.



Gambar 3.1 Bagan Alur Koordinasi

Ketika penulis membutuhkan ilustrasi karakter maskot Hotmen yang spesifik untuk suatu desain tertentu, penulis dapat mengajukan tugas untuk tim ilustrasi atas persetujuan *supervisor* kedua divisi. Jika telah disepakati, penulis akan memberikan *brief* karakter Hotmen yang diperlukan ke anggota Divisi *Illustration* dengan tenggat waktu yang diharapkan. Setelah merancang proyek tersebut, penulis lalu mengirim *preview* desain ke *Slack* agar dapat ditinjau oleh *project manager*, *creative team*, serta *supervisor* penulis. Revisi desain akan dilakukan penulis berdasarkan saran serta pendapat dari ketiga pihak. Jika rancangan telah dianggap sesuai, penulis lalu mengirimkan *working file* proyek tersebut beserta hasil akhirnya.

3.2 Tugas yang Dilakukan

Selama lima minggu pertama, penulis menjalankan tugas sebagai desainer grafis untuk Divisi *Nightclub* HW Group. Lalu, penulis melalui masa transisi perpindahan ke Divisi *Upcoming & Others* hingga akhir masa magang. Secara keseluruhan, penulis sebagian besar merancang *flyer* untuk kebutuhan media promosi *outlet-outlet* tersebut. Berikut detail pekerjaan yang dilakukan penulis selama proses magang:

Tabel 3.1 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Magang

No.	Minggu	Proyek	Keterangan
1.	1 (29 Januari—2 Februari)	Merancang logo Ivan Tanjaya dan kebutuhan media promosi untuk <i>outlet nightclub</i> dan <i>bar</i> HW Group	<ul style="list-style-type: none"> - Merancang beberapa alternatif logo Ivan Tanjaya - Merancang <i>flyer</i> jadwal tampil <i>band</i> dan DJ untuk Live House - Eksplorasi dan finalisasi logo Ivan Tanjaya - Merancang <i>voucher free drink</i> untuk W Superclub
2.	2 (5 Februari—9 Februari)	Merancang kebutuhan media promosi untuk <i>outlet nightclub</i> HW Group	<ul style="list-style-type: none"> - Merancang <i>flyer</i> promo botol W Superclub Paskal - Merancang <i>flyer</i> promo botol 4 Elements Golden Tiger Paskal - Merancang <i>flyer</i> promo botol W Superclub Gatsu - Merancang <i>flyer</i> jadwal <i>band</i> dan DJ untuk Golder Tiger Basra
3.	3 (12 Februari— 16 Februari)	Merancang kebutuhan media promosi untuk <i>outlet nightclub</i> HW Group	<ul style="list-style-type: none"> - Merancang <i>flyer</i> jadwal <i>band</i> dan DJ bulan Maret untuk Golden Tiger Basra, Paskal, PIK, BSD, Makassar, Semarang, Kemang, dan Medan - Merancang <i>flyer</i> promo botol Golden Tiger - Merancang <i>flyer</i> promo sponsor untuk W Superclub Basra
4.	4 (19 Februari— 23 Februari)	Merancang kebutuhan media promosi untuk <i>outlet nightclub</i> HW Group	<ul style="list-style-type: none"> - Merancang <i>motion graphic</i> jadwal <i>band</i> dan DJ W Superclub - Merancang <i>motion graphic</i> jadwal <i>band</i> dan DJ Golden Tiger untuk luar dan dalam kota - Merancang <i>frame screen</i> untuk W Superclub - Merancang <i>flyer event</i> Saras 2 Maret di W Superclub Mag - Merancang <i>flyer</i> promo botol “The Night Offers” untuk Golden Tiger

			<ul style="list-style-type: none"> - Merancang <i>flyer event</i> “Kemang Madness” untuk Golden Tiger Kemang - Merancang <i>template flyer event</i> untuk Golden Tiger
5.	5 (26 Februari— 1 Maret)	Merancang kebutuhan media promosi untuk <i>outlet nightclub</i> dan <i>dining HW Group</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Merancang <i>flyer</i> promo botol W Superclub Basra - Merancang <i>flyer</i> promo sponsor W Superclub Basra - Merancang <i>flyer</i> promo sponsor H Club - Merancang stiker meja dan kursi Helen’s Night Mart - Merancang <i>glorifier</i> botol HW beserta spesifikasinya
6.	6 (4 Maret—8 Maret)	Merancang kebutuhan media promosi untuk outlet <i>dining HW Group</i> serta media untuk acara HW Anniversary	<ul style="list-style-type: none"> - Merancang amplop untuk kebutuhan HW Anniversary - Merancang <i>frame</i> untuk IG Feeds dan IG Story Hotmen - Merancang stiker tiang untuk Helen’s Night Mart - Merancang <i>voucher</i> 50k Hotmen - Mengedit foto untuk kebutuhan IG Feeds Hotmen - Merancang <i>flyer</i> IG Feeds “Dry Ramen” Hotmen
7.	7 (11 Maret—15 Maret)	Merancang kebutuhan media promosi untuk Hotmen	<ul style="list-style-type: none"> - Mengedit foto untuk kebutuhan IG Feeds Hotmen - Merancang <i>flyer</i> untuk kebutuhan <i>partnership</i> Hotmen - Merancang <i>flyer</i> untuk kebutuhan <i>walk-in interview</i> Hotmen - Merancang <i>flyer</i> IG Feeds “Special Menu” Hotmen - Merancang <i>flyer</i> IG Feeds “Sushi Series” Hotmen - Mengedit foto untuk kebutuhan <i>cover</i> IG Reels Hotmen

8.	8 (18 Maret—22 Maret)	Merancang kebutuhan media promosi untuk Hotmen	<ul style="list-style-type: none"> - Merancang <i>flyer</i> IG Feeds “Bento Box Chicken Katsu Mentai” Hotmen - Merancang <i>flyer</i> IG Feeds “Rekomendasi Minuman” Hotmen - Mengedit foto untuk kebutuhan <i>cover</i> IG Reels Hotmen - Merancang <i>flyer</i> IG Feeds “Teman Makan Ramen” Hotmen - Merancang <i>flyer</i> IG Feeds dan IG Story Hotmen untuk Hari Paskah - Mengedit foto untuk kebutuhan IG Feeds Hotmen - Merancang <i>flyer</i> IG Feeds “Ramen Ramah di Kantong” Hotmen - Merancang <i>roll banner</i> untuk QR <i>code</i> menu Hotmen Tajur & Satrio - Merancang <i>flyer</i> IG Feeds dan IG Story “Aksi Kemanusiaan” Hotmen
9.	9 (25 Maret—29 Maret)	Merancang kebutuhan media promosi untuk Hotmen	<ul style="list-style-type: none"> - Mengedit foto untuk kebutuhan IG Feeds Hotmen - Mengedit foto untuk kebutuhan <i>cover</i> IG Reels Hotmen - Merancang <i>flyer</i> IG Feeds “Tim Sendok atau Sumpit” Hotmen - Merancang <i>flyer</i> IG Feeds dan IG Story Hotmen untuk Jumat Agung - Merancang <i>flyer</i> IG Feeds “Truth or Dare” Hotmen - Merancang <i>flyer</i> IG Feeds “Tebak Ramen” Hotmen
10.	10 (1 April—5 April)	Merancang kebutuhan media promosi untuk Hotmen	<ul style="list-style-type: none"> - Merancang fasad informasi lokasi Hotmen Tajur & Satrio - Merancang <i>flyer</i> IG Feeds dan IG Story “Promo Special Opening” Hotmen Bojongsari - Mengedit foto untuk kebutuhan IG Feeds Hotmen

			<ul style="list-style-type: none"> - Merancang <i>flyer</i> IG Feeds dan IG Story Hotmen untuk Idul Fitri - Mengedit foto untuk kebutuhan <i>cover</i> IG Reels Hotmen - Merancang brosur serta <i>roll banner</i> untuk kebutuhan <i>booth</i> Hotmen di HSS Series 5 - Merancang <i>flyer</i> IG Feeds dan IG Story “Jadwal Operasional Lebaran” Hotmen
11.	12 (15 April—19 April)	Merancang kebutuhan media promosi untuk Hotmen	<ul style="list-style-type: none"> - Merancang <i>voucher</i> “Free Tori Dry Ramen” Hotmen - Merancang <i>flyer</i> IG Feeds “Minuman Wajib Coba” Hotmen - Mengedit foto untuk kebutuhan <i>cover</i> IG Reels Hotmen - Merancang <i>flyer</i> IG Feeds dan IG Story “Menu Kids Meal” Hotmen - Merancang <i>roll banner</i> “Menu Kids Meal” Hotmen - Merancang <i>flyer</i> IG Feeds dan IG Story “Booth Hotmen di HSS Series 5” - Merancang <i>flyer</i> IG Feeds dan IG Story Hotmen untuk kebutuhan Hari Kartini - Mengedit foto untuk kebutuhan IG Feeds Hotmen
12.	13 (22 April—26 April)	Merancang kebutuhan media promosi untuk Hotmen	<ul style="list-style-type: none"> - Merancang turunan <i>landscape flyer</i> “Event HSS Series 5” dan “Kids Meal Menu” untuk kebutuhan aplikasi Hotmen - Mengedit foto untuk kebutuhan <i>cover</i> IG Reels Hotmen - Merancang <i>flyer</i> IG Story “Soft Opening” Hotmen Bojongsari - Merancang <i>flyer</i> IG Feeds “Bakuman Cari Jalan ke Hotmen” - Mengedit foto untuk kebutuhan IG Feeds Hotmen

			<ul style="list-style-type: none"> - Merancang <i>flyer</i> IG Feeds dan IG Story “We Are Hiring” Hotmen
13.	14 (29 April—3 Mei)	Merancang kebutuhan media promosi untuk Hotmen	<ul style="list-style-type: none"> - Merancang <i>flyer</i> IG Feeds dan IG Story Hotmen untuk kebutuhan Hari Buruh - Mengedit foto untuk kebutuhan <i>cover</i> IG Reels Hotmen - Merancang <i>flyer</i> IG Feeds dan IG Story Hotmen untuk kebutuhan Hari Pendidikan - Merancang <i>flyer</i> IG Feeds dan IG Story “Mystery Gift” Hotmen - Merancang <i>flyer</i> IG Feeds dan IG Story Hotmen untuk kebutuhan Hari Kenaikan Yesus - Merancang spanduk untuk kebutuhan <i>booth</i> Hotmen - Merancang <i>flyer</i> IG Story lokasi Hotmen Bojongsari - Merancang <i>voucher</i> 50k dan gratis <i>gelato</i> Hotmen - Mengedit foto untuk kebutuhan IG Feeds Hotmen
14.	15 (6 Mei—10 Mei)	Merancang kebutuhan media promosi untuk Hotmen	<ul style="list-style-type: none"> - Merancang <i>flyer</i> IG Feeds dan IG Story Hotmen untuk kebutuhan Hari Kebangkitan Nasional - Mengedit foto untuk kebutuhan <i>cover</i> IG Reels Hotmen - Merancang <i>flyer</i> IG Feeds dan IG Story “Kembali Hadir” Hotmen - Merancang <i>roll banner</i> untuk promosi <i>opening</i> Hotmen Bojongsari - Mengedit foto untuk kebutuhan IG Feeds Hotmen - Merancang <i>flyer</i> IG Feeds dan IG Story “Tebak Menu Comeback” Hotmen

			<ul style="list-style-type: none"> - Merancang <i>flyer</i> IG Feeds dan IG Story “Booth Hotmen di Prep”
15.	16 (13 Mei—17 Mei)	Merancang kebutuhan media promosi untuk Hotmen	<ul style="list-style-type: none"> - Merancang <i>flyer</i> IG Feeds dan IG Story “Special Menu Chicken Kari Ramen” Hotmen - Merancang <i>flyer</i> IG Feeds dan IG Story “Puzzle Ramen” Hotmen - Merancang <i>flyer</i> IG Feeds dan IG Story “Pacman” Hotmen - Mengedit foto untuk kebutuhan <i>cover</i> IG Reels Hotmen - Merancang <i>flyer</i> IG Feeds, IG Story, dan <i>roll banner</i> “Icemen Cuma 7K” Hotmen - Merancang menu brosur Hotmen - Mengedit foto untuk kebutuhan IG Feeds Hotmen - Merancang <i>flyer</i> IG Feeds dan IG Story “Jenis Sushi” Hotmen
16.	17 (20 Mei—24 Mei)	Merancang kebutuhan media promosi untuk Hotmen dan Helen’s Night Mart	<ul style="list-style-type: none"> - Merancang <i>flyer</i> IG Feeds dan IG Story Hotmen untuk kebutuhan Hari Waisak - Merancang <i>flyer</i> IG Feeds dan IG Story “Komponen Ramen Kuah” Hotmen - Mengedit foto untuk kebutuhan <i>cover</i> IG Reels Hotmen - Merancang <i>flyer</i> IG Feeds dan IG Story “Fakta Unik Ramen” Hotmen - Merancang <i>motion graphic</i> jadwal <i>band</i> dan DJ untuk Helen’s Night Mart - Mengedit foto untuk kebutuhan IG Feeds Hotmen - Merancang <i>motion graphic</i> jadwal

3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Dalam melaksanakan proyek-proyek dari Divisi *Upcoming & Others*, penulis menggunakan *software* Adobe Illustrator dan Adobe Photoshop. Penulis membagi rancangan media promosi Hotmen menjadi lima kategori proyek utama, yaitu edit foto IG Feeds dan *cover* IG Reels, *flyer* IG promosi menu, *flyer* IG untuk perayaan tahunan, *flyer* pengumuman, dan media untuk kebutuhan *event* Hotmen. Seluruh proyek Hotmen yang dikerjakan penulis bersifat desain statis atau tidak bergerak. Sehingga, waktu yang diperlukan penulis dalam merancang satu proyek rata-rata berkisar antara 1—2 jam. Namun, durasi tersebut dapat bertambah sesuai jumlah dan kerumitan revisi yang didapat.

3.3.1 Proses Pelaksanaan

Sebelum mengerjakan proyek-proyek dari Hotmen, penulis diberikan *key visual* rancangan agar hasil karya selalu konsisten. Secara keseluruhan, Hotmen memiliki visual seperti komik yang penuh semangat dengan sentuhan budaya Jepang. Logo Hotmen memiliki karakter bernama Bakuman yang dirancang dengan gabungan bentuk naga dan dinosaurus yang menyemburkan api. Lalu, terdapat *wordmark* pada logo beserta teks Jepang dari penulisan Hotmen itu sendiri. Logo dibuat memiliki *stroke* hitam untuk memperkuat kesan komik dan mempermudah pengaplikasiannya di media.



Gambar 3.2 Logo Hotmen

Media-media Hotmen memiliki sistem warna yang *vibrant* serta beragam, dengan warna primer *brand* merah dan kuning. Sistem warna primer tersebut diambil dari warna yang digunakan pada logo Hotmen. Pada penggunaannya, elemen-elemen juga diberikan *stroke* tebal berwarna hitam dan putih. Secara keseluruhan, sistem warna yang digunakan pada media Hotmen harus memberikan kesan visual yang ceria, *colorful*, dan mencolok.



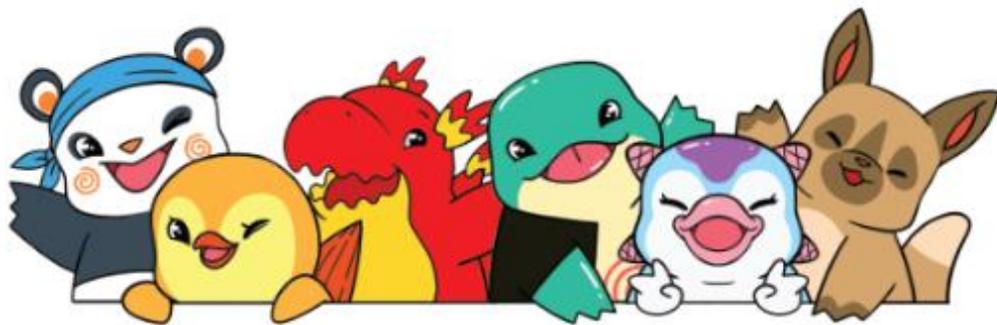
Gambar 3.3 Sistem Warna Primer Hotmen

Kemudian, seluruh media visual Hotmen juga menggunakan *typeface* Livvic. *Typeface* ini memiliki *family* yang cukup lengkap dengan 16 variasi gaya dan berat *font*. Akan tetapi, sebagian besar teks dalam media Hotmen menggunakan *typeface* Livvic dengan ketebalan *black* untuk *headline* dan *bold* untuk *bodytext*. Hal ini dikarenakan desain teks dalam media Hotmen dibuat memiliki beberapa lapisan warna dan *stroke* pada tulisan. Selain itu, Hotmen juga sesekali menggunakan teks Jepang sebagai elemen dekoratif rancangan menggunakan *typeface* Mochiy Pop One.



Gambar 3.4 Sistem *Typeface* Hotmen

Hotmen memiliki enam maskot yang merepresentasikan setiap menu yang tersedia. Karakter berbentuk kombinasi naga dan dinosaurus merah bernama Bakuman merupakan maskot utama Hotmen yang merepresentasikan menu *ramen*. Lalu, karakter katak berwarna hijau, Frogiri, adalah maskot pengantar makanan yang merepresentasikan menu *bento*. Kabo-chan, karakter anak penguin berwarna kuning merepresentasikan menu *agemono* atau gorengan di Hotmen. Karakter platipus berwarna putih, ungu, dan biru bernama Reiko adalah maskot untuk menu *gelato*. Norio, karakter panda, adalah maskot untuk merepresentasikan menu *sushi*. Dan terakhir, Luwak-kun merupakan maskot yang merepresentasikan menu kopi di Hotmen. Dikarenakan memiliki ciri khas masing-masing, tiap maskot akan digunakan pada media yang menampilkan karakter yang representatif.



Gambar 3.5 Brand Mascot Hotmen

Saat merancang sebuah proyek, penulis bisa mendapatkan aset karakter Hotmen dengan ekspresi dan gestur berbeda melalui Google Drive yang telah disediakan. Jika aset karakter yang diperlukan lebih spesifik, penulis juga dapat mengajukan proyek ilustrasi dengan gestur tertentu ke Divisi Illustration. Namun, hal ini lebih memakan waktu karena harus menunggu ilustrasi selesai digambar oleh tim ilustrator. Selain aset berupa maskot, penulis juga menggunakan aset *bubble speech* sebagai elemen dekoratif yang menambahkan kesan ekspresif pada rancangan. Pada proyek tertentu, penulis menggunakan grafis-grafis lain yang diunduh dari situs Freepik berlisensi yang disediakan oleh kantor untuk memastikan waktu pengerjaan proyek tetap efisien dan sesuai *deadline*.

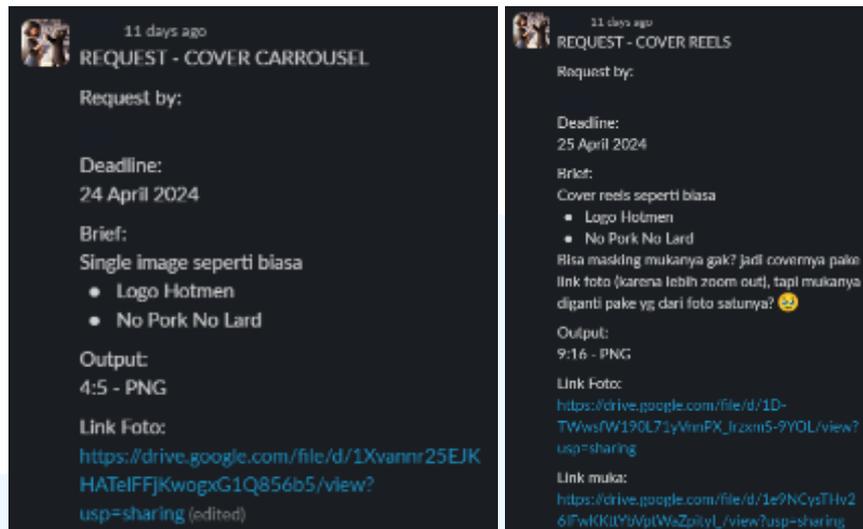


Gambar 3.6 Aset Visual *Brand* Hotmen

Dalam menggunakan situs Freepik, penulis biasanya memilih grafis yang premium dengan lisensi berbayar karena grafis tersebut cenderung lebih jarang digunakan. Grafis yang digunakan harus sesuai dengan konsep visual Hotmen yaitu komik dan kartun yang bersemangat. Penulis juga mengunduh grafis dengan format *vector* agar grafis dapat diedit ulang. Grafis akan ditambahkan *stroke* dengan ketebalan yang sama dengan elemen desain lain. Selain itu, warna grafis tersebut juga diganti menyesuaikan sistem warna Hotmen yang cerah. Karena memiliki konsep kartun, detail seperti *shadow* dan *highlight* akan dihilangkan agar grafis lebih terlihat dua dimensi. Dalam satu desain, penulis akan menggunakan grafis dari sumber yang berbeda-beda agar rancangan tidak terlalu mirip dan mencontoh desain yang lain. Berikut penjabaran setiap proyek untuk kebutuhan media promosi Hotmen yang dikerjakan penulis selama masa magang:

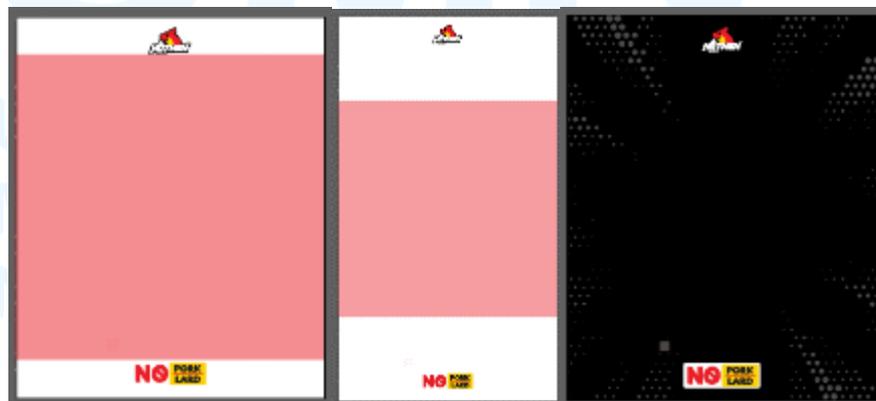
3.3.1.1 Edit Foto IG Feeds dan *Cover* IG Reels Hotmen

Proyek ini merupakan salah satu tugas dari *outlet* Hotmen pertama saat penulis masuk ke Divisi *Upcoming & Others*. Tugas ini biasanya diajukan oleh *creative team* melalui Slack dan merupakan proyek harian untuk kebutuhan unggahan Instagram Hotmen. Adapun *brief* yang diberikan berupa penjelasan mengenai elemen, *copywrite*, ukuran *output* desain, serta *deadline* penyelesaian proyek. IG Feeds dan *cover* IG Reels memiliki *brief* dan proses pengerjaan yang serupa dengan ukuran *output* yang berbeda. IG Feeds memiliki perbandingan ukuran 4:5, sedangkan *cover* IG Reels berukuran 9:16.



Gambar 3.7 Contoh *Brief* Edit Foto IG Feeds dan *Cover* IG Reels

Melalui *brief* tersebut, *creative team* juga mengirimkan *link* Google Drive yang berisikan foto untuk diedit. Penulis lalu mengunduh foto dan menggunakan Adobe Illustrator untuk mengerjakan proyek tersebut. Namun, terkadang penulis juga menggunakan Adobe Photoshop jika foto memerlukan perbaikan seperti menghilangkan atau mengganti objek didalamnya. Pada proyek IG Feeds dan *cover* IG Reels, penulis telah diberikan *template* oleh *supervisor* untuk peletakan logo Hotmen serta elemen “No Pork No Lard”. Sehingga, penulis hanya perlu menyesuaikan peletakan elemen “Ramen Starts from 15k”, karakter-karakter Hotmen, dan *copywrite* di area *safe space* rancangan.



Gambar 3.8 *Template* pada IG Feeds dan *Cover* IG Reels Hotmen

Safe space merupakan area berukuran 1:1 ditengah-tengah *artboard* yang bertujuan sebagai panduan penulis untuk meletakkan elemen desain agar keseluruhan elemen tetap terlihat pada halaman *explore* maupun halaman profil Hotmen di Instagram. Penulis juga menggunakan elemen berupa *overlay* tekstur titik diatas foto untuk memberikan kesan kartun pada rancangan. Lalu, penulis memilih aset karakter Hotmen dengan gestur dan ekspresi yang sesuai untuk ditempelkan. Penulis menggunakan teknik *clipping mask* di Adobe Illustrator untuk memotong bagian dari karakter agar tampak berinteraksi dengan objek di foto.



Gambar 3.9 Teknik *Clipping Mask* pada Karakter Hotmen

Terdapat tiga variasi warna dalam elemen “Ramen Starts from 15k” yang disesuaikan dengan foto dan kemudian diletakkan dalam area kosong di rancangan. Proyek ini wajib mencantumkan logo Hotmen, elemen “No Pork No Lard”, elemen “Ramen Starts from 15k”, *overlay* tekstur titik, dan karakter Hotmen untuk menjaga konsistensi identitas visual *brand* dalam unggahan Instagram. Pada beberapa proyek ini, penulis juga menambahkan *copywrite* sesuai *brief* yang diterima. Elemen teks dirancang memiliki beberapa lapisan menggunakan warna dan ketebalan *outline* yang berbeda untuk menambahkan kesan visual komik pada rancangan.



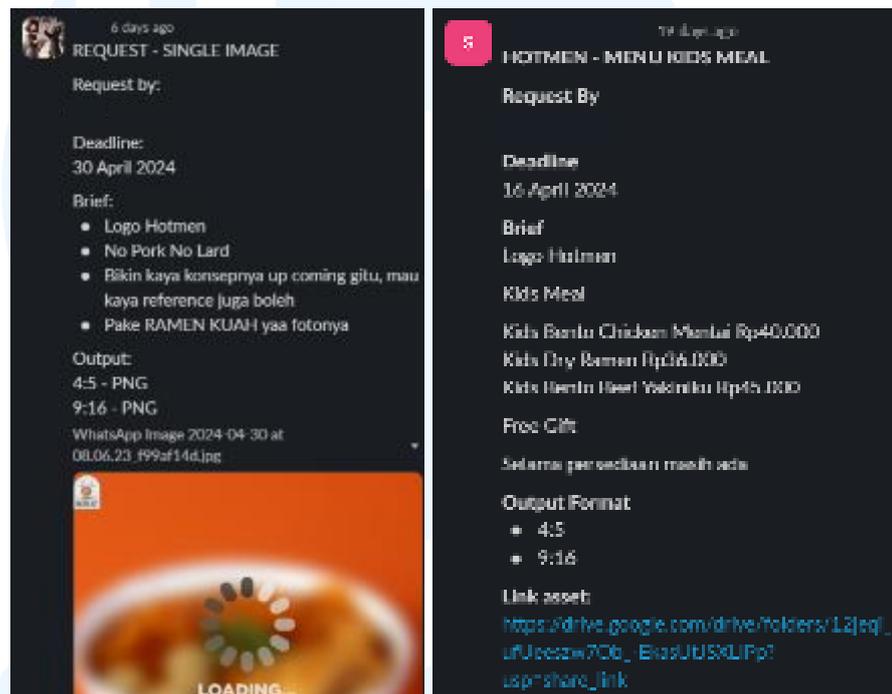
Gambar 3.10 Contoh Hasil Edit Foto IG Feeds dan Cover IG Reels Hotmen

Setelah menyelesaikan proyek edit foto ini, penulis lalu mengirimkan *preview* karya di Slack. Proyek ini biasanya hanya memakan waktu 15—30 menit tergantung foto yang digunakan dan kerumitan *clipping mask* pada karakter. Penulis juga cenderung jarang menerima revisi pada proyek ini karena sebagian besar elemen yang sudah memiliki aturan peletakannya tersendiri. Selain itu, proyek ini menggunakan foto sebagai elemen grafis utama, sehingga elemen grafis lainnya hanya bersifat dekoratif pada rancangan.

3.3.1.2 Flyer IG Promosi Menu Hotmen

Proyek untuk unggahan promosi menu Hotmen di Instagram biasanya diajukan oleh *project manager* dan *creative team* melalui Slack. Sama halnya dengan *brief* di proyek sebelumnya, *project manager* atau *creative team* akan menjabarkan elemen desain dan

copywrite yang diperlukan dalam rancangan beserta *deadline* dan format *output*. Terkadang *brief* juga memuat referensi agar tim desain mendapatkan gambaran lebih jelas mengenai proyek tersebut. Akan tetapi, biasanya *project manager* atau *creative team* juga memberikan kebebasan bagi desainer grafis untuk melakukan eksplorasi pada rancangan diluar referensi yang diberikan.



Gambar 3.11 Contoh *Brief Flyer* IG Promosi Menu Hotmen

Setelah menerima *brief* dan mendapatkan persetujuan *supervisor*, penulis memulai proyek dengan mencari referensi-referensi yang berhubungan dengan topik rancangan. Jika dibutuhkan, penulis juga mencari aset-aset grafis tambahan dari Freepik berlisensi yang difasilitasi oleh HW Group. Pada rancangan promosi menu Hotmen, penulis menggunakan *background* yang sama sesuai arahan *supervisor*. Warna pada *background* dapat disesuaikan dengan *mood* desain dengan syarat tetap mengikuti sistem warna Hotmen yang cerah dan mencolok. Selain itu, penulis juga dapat menambahkan *overlay* garis untuk memberikan kesan bersemangat di rancangan.



Gambar 3.12 Contoh *Background Flyer* IG Promosi Menu Hotmen

Kemudian, penulis melakukan proses *layout* awal pada elemen-elemen yang wajib dicantumkan sesuai *brief*. Peletakan logo Hotmen dan elemen “No Pork No Lard” sudah menjadi *template* perancangan *flyer* Instagram Hotmen. Selain itu, proyek ini juga memiliki *safe space* berukuran 1:1 di tengah *artboard*. Sehingga, elemen-elemen di *brief* harus berada di dalam area *safe space* kecuali logo Hotmen dan elemen “No Pork No Lard”. Penulis juga menetapkan *margin* pada keempat sisi sebagai panduan agar seluruh elemen tidak diletakkan terlalu sempit ke sisi ujung *safe space*.



Gambar 3.13 Proses *Layout Awal Flyer* IG Promosi Menu Hotmen

Pada *headline*, penulis merancang teks dengan menambahkan *stroke* pada teks utama dan *stroke* tebal untuk latar teks. *Stroke* tebal tersebut kemudian di *expand* agar berubah menjadi *shape* dengan *fill color* dan ditambahkan lagi *stroke* hitam diluarnya. Untuk memberikan efek bayangan, bentuk *stroke* tebal tersebut lalu diduplikat dan diganti berwarna hitam. Setelah itu, seluruh rancangan teks di *group* dan penulis menggunakan *free transform tools* untuk memiringkan teks ke sisi atas. Terakhir, penulis menggunakan *arch* pada menu efek *wrap* untuk memberikan sudut melengkung pada teks.



Gambar 3.14 Tahapan Perancangan Teks *Headline* dalam *Flyer*

Ketika seluruh rancangan selesai, penulis lalu mengirimkan *preview* desain ke *supervisor*, *project manager*, dan *creative team* melalui Slack. Ketiga pihak tersebut bertugas memastikan hasil rancangan memenuhi standar visual *brand* dan telah sesuai dengan *brief*. Biasanya, *supervisor* memberikan revisi mengenai visual keseluruhan rancangan, seperti pemilihan warna dan tata letak elemen. Sedangkan, *project manager* dan *creative team* cenderung memberikan revisi pada visual dan isi konten pada rancangan, seperti perubahan *copywriting*. Perubahan *copywriting* pada *brief* terjadi dikarenakan *project manager* mengirimkan *preview* ke tim marketing Hotmen setelah penulis menyelesaikan rancangan. Sehingga, tim *marketing* akan mendiskusikan kembali isi konten pada rancangan dan memberikan revisi melalui *project manager*.

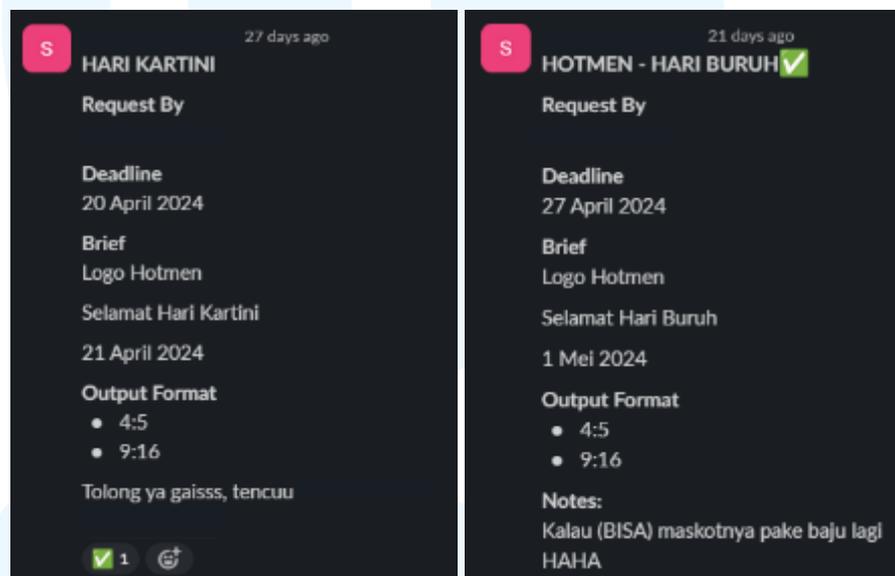


Gambar 3.15 Hasil Setelah Revisi Flyer IG Promosi Menu Hotmen

Namun, revisi yang diberikan oleh tim *marketing* melalui *project manager* cenderung bersifat minor, sehingga dapat dikerjakan dalam waktu singkat. Jika ketiga pihak telah menyetujui hasil rancangan, penulis lalu membuat turunan desain sesuai format ukuran yang tertera pada *brief*. Biasanya, penulis memulai rancangan awal di format ukuran 4:5 untuk IG Feeds kemudian merancang turunan di format ukuran 9:16 untuk IG Story. Hasil akhir rancangan dan *working file* dimasukkan ke folder Google Drive kemudian linknya dikirimkan lagi melalui Slack. Secara keseluruhan, proyek ini memakan waktu 1—3 jam tergantung konsep rancangan, isi konten yang harus dicantumkan, dan kerumitan serta jumlah revisi.

3.3.1.3 Flyer IG Hotmen untuk Perayaan Tahunan

Proyek *flyer* perayaan tahunan meliputi kebutuhan rancangan untuk hari raya keagamaan dan hari peringatan tertentu yang diajukan oleh *project manager* Hotmen. *Brief* yang diberikan cenderung sederhana berupa *headline* hari perayaan dan sedikit tambahan *subhead* pada proyek tertentu. *Deadline* proyek ini juga lebih lama dibandingkan proyek lainnya dikarenakan *brief* yang sudah dikirimkan jauh hari. Secara keseluruhan, proses perancangan proyek ini hampir serupa dengan proyek *flyer* menu Hotmen.



Gambar 3.16 Contoh *Brief Flyer* IG Hotmen untuk Perayaan Tahunan

Karena *brief* yang lebih sederhana, penulis terlebih dahulu mencari referensi mengenai visual-visual yang biasa digunakan pada hari perayaan tersebut. Hal ini sangat membantu terutama untuk perayaan tahunan yang kurang familier bagi penulis, seperti hari peringatan keagamaan tertentu. Setelah mendapat gambaran mengenai visual-visual yang umum digunakan pada hari peringatan tersebut, penulis mencari dan mengunduh elemen grafis dengan format *vector* yang sesuai di Freepik. Elemen tersebut akan diberikan sedikit penyesuaian seperti pengurangan detail yang terlalu kompleks dan perubahan warna agar menyatu dengan *key visual* Hotmen.



Gambar 3.17 Referensi untuk Perayaan Tahunan

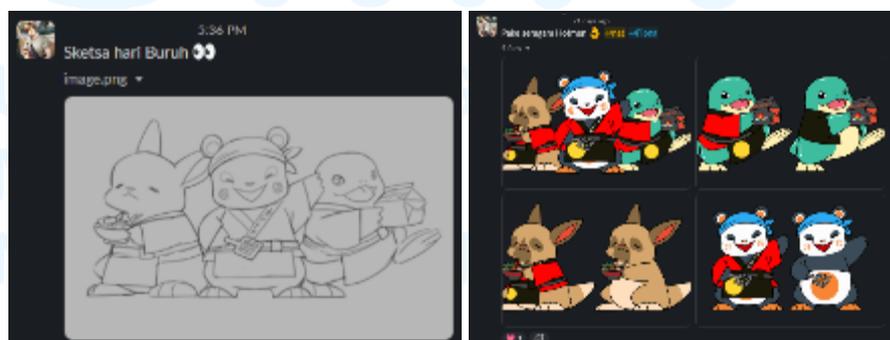
Pada proyek *flyer* perayaan tahunan ini, penulis tetap menggunakan *safe space* berukuran 1:1. Namun, berbeda dengan proyek *flyer* lainnya yang meletakkan logo Hotmen diluar *safe space*, *flyer* perayaan tahunan memasukkan logo di area *safe space*. Selain itu, *flyer* ini juga tidak memiliki elemen “No Pork No Lard” karena tidak berhubungan dengan konten didalamnya. Selibhnya, perlakuan *background*, teks, dan elemen grafis berupa maskot serta *bubble speech* pada proyek ini sama seperti *flyer* promosi menu Hotmen.

Saat penulis mengerjakan *flyer* Hari Kartini, *project manager* Hotmen menyarankan agar maskot Hotmen tidak diletakkan di bahu Kartini karena dianggap kurang sopan. Lalu, penulis juga diminta agar maskot tersebut menggunakan kebaya untuk menyesuaikan konsep Hari Kartini. Oleh karena itu, penulis mengajukan proyek ilustrasi maskot dengan kebaya ke Divisi Illustration dengan persetujuan *supervisor* penulis. Setelah ilustrasi selesai, penulis kembali merancang *flyer* Hari Kartini sesuai revisi dan saran yang diberikan.



Gambar 3.18 Hasil Setelah Revisi *Flyer* Hari Kartini

Berdasarkan proyek Hari Kartini tersebut, penulis dan *supervisor* sepakat agar konsep perancangan *flyer* perayaan tahunan telah disiapkan bahkan sebelum *brief* dikirimkan oleh *project manager*. Kesepakatan ini bertujuan agar penulis dapat mengajukan proyek ilustrasi dengan *deadline* yang lebih lama bagi Divisi Illustration. Pertama, penulis akan mendiskusikan konsep perancangan hari perayaan tertentu bersama *supervisor*. Setelah konsep diterima, penulis akan menjabarkan konsep tersebut secara langsung ke *supervisor* tim ilustrasi dan mengajukan proyek ilustrasi maskot yang diperlukan. Lalu, anggota yang ditugaskan akan mengirimkan sketsa ilustrasi terlebih dahulu sebelum menyelesaikan dan mengirimkan *file* ilustrasi tersebut ke penulis.



Gambar 3.19 Pengajuan Proyek Ilustrasi untuk *Flyer* Perayaan Tahunan

Ketika *brief* proyek perayaan tahunan diajukan, penulis dapat langsung menggunakan ilustrasi yang sudah disiapkan. Sehingga, penulis hanya perlu menambahkan *copywriting* berupa *headline* dan *subhead* dan elemen grafis tambahan yang sesuai dengan konsep perancangan awal. Seperti pada *flyer* Hari Buruh diatas, penulis menambahkan elemen *Torii* atau gerbang tradisional Jepang untuk menyesuaikan ilustrasi maskot dengan seragam karyawan Hotmen. Elemen tersebut juga ditambahkan karena *supervisor* penulis berpendapat bahwa rancangan awal terlalu polos dan kosong.



Gambar 3.20 Hasil Setelah Revisi *Flyer* Hari Buruh

Pada proyek *flyer* perayaan tahunan tertentu, penulis tidak menggunakan maskot Hotmen. Hal ini sempat menjadi pertimbangan tim karena berpengaruh terhadap konsistensi visual *brand*. Namun, *supervisor* dan *project manager* Hotmen akhirnya setuju untuk tidak menggunakan maskot pada perayaan yang bersifat sakral, seperti Jumat Agung dan Kenaikan Yesus Kristus. Terlebih lagi, hari peringatan tersebut menggunakan gambar dan simbol keagamaan yang suci dalam visualnya. Sehingga, dalam merancang *flyer* ini, penulis memastikan agar elemen grafis lain berperan dalam memberikan kesan yang sejalan dengan *key visual* Hotmen tanpa mengurangi rasa hormat pada peringatan keagamaan tersebut.

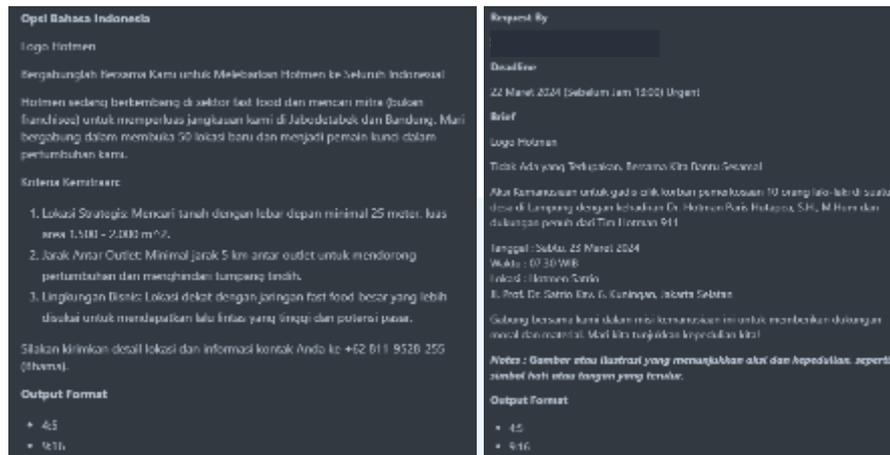


Gambar 3.21 Contoh *Flyer* Perayaan Tahunan tanpa Maskot Hotmen

Seperti halnya proyek lain, penulis membuat turunan desain berukuran 9:16 setelah mendapatkan persetujuan dari *supervisor* dan *project manager*. Lalu, kedua format karya final serta *working file* dimasukkan ke folder Google Drive dan dikirimkan linknya melalui Slack. Proyek ini cenderung lebih singkat waktu pengerjaannya dibandingkan *flyer* promosi menu terutama karena bekerja sama dengan divisi lain. Selain itu, isi konten dalam *flyer* perayaan tahunan juga lebih sederhana, sehingga penulis merancang proyek ini dalam jangka waktu kurang lebih satu jam.

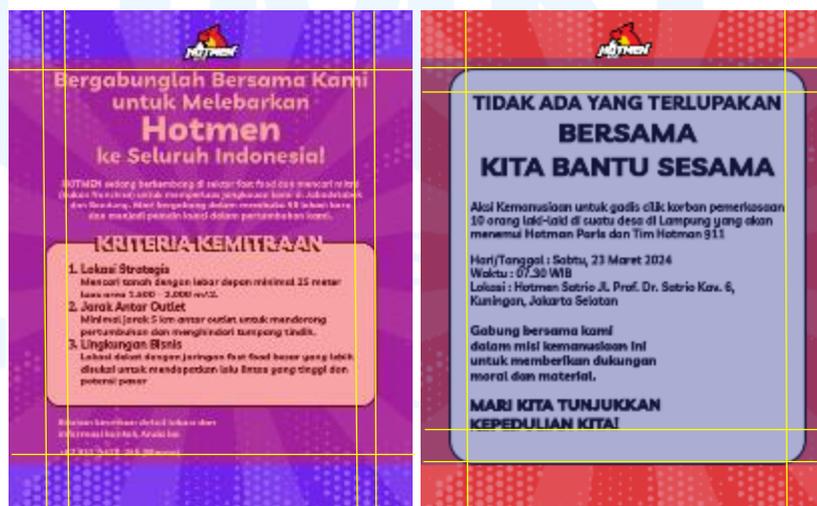
3.3.1.4 *Flyer* Pengumuman Hotmen

Proyek pengumuman Hotmen berisikan informasi yang menyangkut operasional atau administrasi Hotmen dalam bentuk *flyer*. Proyek ini dapat diajukan oleh tim marketing Hotmen maupun tim HR melalui *project manager*. *Brief* proyek ini lebih rumit karena memuat banyak informasi dengan teks yang cukup padat. Oleh karena itu, penulis harus dapat memastikan hirarki pada teks tersebut tersusun dengan jelas. Selain itu, elemen desain dan tata letak pada *flyer* pengumuman Hotmen secara keseluruhan tidak memiliki visual yang eksploratif jika dibandingkan dengan proyek *flyer* lainnya.



Gambar 3.22 Contoh *Brief Flyer* Pengumuman Hotmen

Setelah mendapat *brief*, penulis memulai proses *layout* awal pada teks yang akan dicantumkan dengan *safe space* 1:1 seperti proyek lainnya. *Flyer* ini juga tidak menggunakan elemen “No Pork No Lard” seperti *flyer* perayaan tahunan dan logo Hotmen diletakkan diluar *safe space*. *Flyer* pengumuman mengutamakan prinsip hirarki pada teks untuk memastikan informasi penting dapat terbaca lebih dahulu. Dalam membentuk hirarki tersebut, penulis menggunakan ukuran, warna, dan format kapital teks yang berbeda-beda. Penulis juga tidak merancang efek teks yang terlalu kompleks agar tidak banyak mengambil area desain dalam *flyer*.



Gambar 3.23 Proses *Layout* Awal *Flyer* Pengumuman Hotmen

Flyer ini sering menggunakan elemen kotak putih sebagai latar teks yang padat agar informasi mudah dibaca. Penulis juga memastikan teks diletakkan sesuai panduan *margin* yang dibuat agar teks nyaman dibaca dan desain tidak terlalu berdesakan. Kemudian, penulis menggunakan maskot Hotmen untuk memastikan hasil rancangan tetap konsisten dengan visual *brand*. Biasanya, penulis hanya memasukkan satu maskot Hotmen karena area desain yang tersisa cukup sempit. Oleh karena itu, maskot yang digunakan harus memiliki gestur dan ekspresi yang mendukung konsep *flyer*. Sebagai sentuhan akhir, penulis juga menambahkan elemen desain kecil berupa bentuk *bubble speech* pada area kosong dalam rancangan.

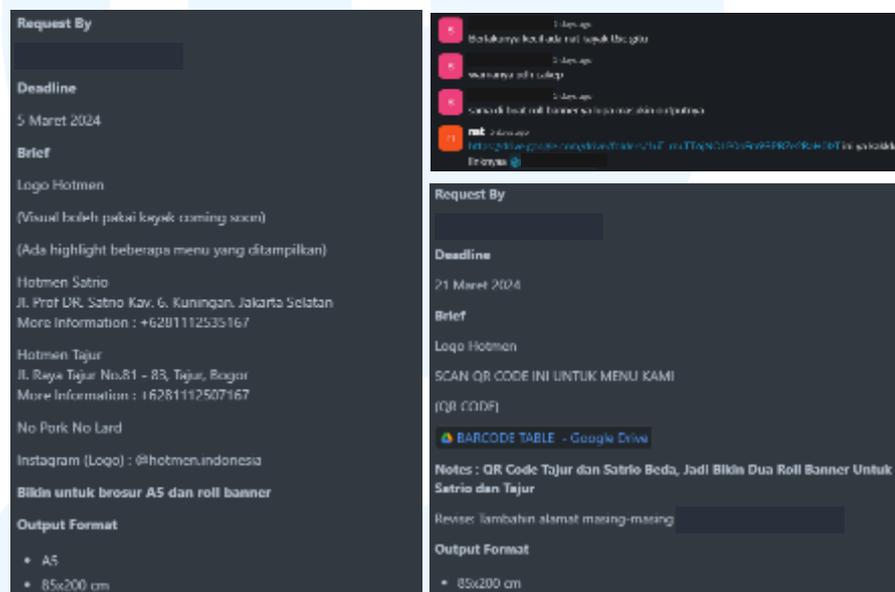


Gambar 3.24 Contoh *Flyer* Pengumuman Hotmen

Proyek ini biasanya memakan waktu kurang lebih satu jam untuk dirancang, tetapi penulis cukup sering mendapatkan revisi. Namun, revisi pada *flyer* ini umumnya bersifat minor, seperti pergantian atau penambahan teks, sehingga *desain* pada *flyer* tidak berubah secara signifikan. Proyek ini juga memiliki dua format ukuran seperti sebagian besar proyek *flyer* Hotmen lain, yaitu 9:16. Seperti biasanya, penulis mencantumkan karya final kedua *output* beserta *raw file* dalam folder Google Drive dan langsung mengirimkan link folder tersebut ke *project manager* Hotmen.

3.3.1.5 Media untuk Kebutuhan *Event* Hotmen

Berbeda dengan proyek sebelumnya, proyek rancangan untuk kebutuhan *event* Hotmen merupakan media yang dicetak. Sehingga, terdapat beberapa perbedaan pada proses perancangan proyek ini, seperti penggunaan *color gamut*. Proyek ini biasanya diajukan saat Hotmen menggelar *booth* terutama pada *event* yang bekerja sama dengan HW Group, seperti Prep Live in Jakarta dan HSS Series 5. Adapun media-media yang dirancang untuk kebutuhan *event* Hotmen berupa *roll banner*, menu cetak, dan *voucher*.



Gambar 3.25 Contoh *Brief Banner* Hotmen

Brief perancangan *banner* biasanya diajukan oleh *project manager* secara tersendiri ataupun bersamaan dengan *brief* proyek *flyer* dengan desain yang serupa. Jika *brief* proyek *banner* diajukan secara tersendiri, *project manager* akan mencantumkan referensi desain *flyer* Hotmen yang sudah dirancang sebelumnya. Hal ini dikarenakan *project manager* ingin desain *banner* selalu serupa dengan media Hotmen lain. Sehingga, penulis tidak perlu membuat rancangan dari awal dan hanya menyesuaikan ukuran aset yang ada pada desain *flyer* ke ukuran *banner* yaitu 85x200 cm.



Gambar 3.26 Contoh Desain *Flyer* untuk Turunan *Banner* Hotmen

Sebagian besar desain *flyer* awal dirancang oleh penulis, sehingga penulis lebih fasih dalam menata ulang letak elemen yang ada. Jika desain *flyer* awal bukan merupakan rancangan penulis, maka penulis dapat meminta *working file* rancangan tersebut ke anggota divisi. Penulis memastikan seluruh elemen dalam desain awal ada dalam rancangan *banner* termasuk karakter maskot dan aset *bubble speech*. Logo Hotmen tetap diletakkan di sisi tengah atas dan elemen “No Pork No Lard” di sisi tengah bawah rancangan.



Gambar 3.27 Proses Tata Letak Ulang *Banner* Hotmen

Perancangan *banner* tidak memiliki template peletakan logo, elemen “No Pork No Lard” dan *safe space* seperti pada rancangan *flyer*. Oleh karena itu, penulis menggunakan *margin* sebagai panduan agar elemen desain tidak terlalu dekat dengan sisi ujung *banner*. *Margin* sisi atas dan bawah dibuat lebih lebar, sekitar 7—9 cm, karena bagian tersebut akan sedikit terpotong saat *roll banner* dipasang. Sedangkan, *margin* samping *banner* berkisar antara 5—7 cm tergantung kepadatan informasi didalamnya.



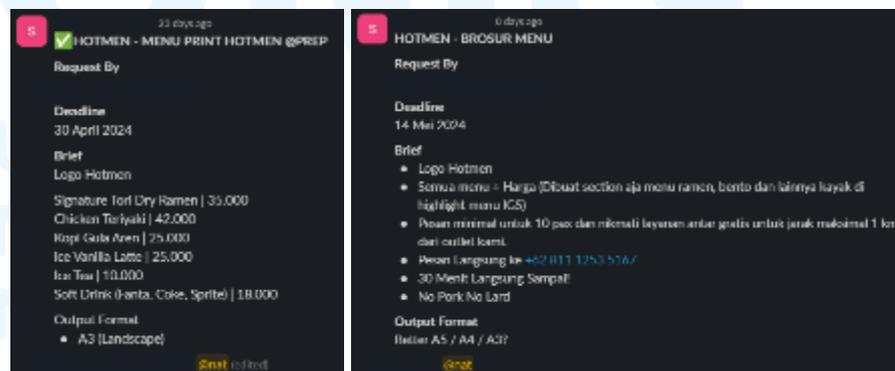
Gambar 3.28 Tampilan Final *Banner* Hotmen

Logo Hotmen memiliki perbandingan ukuran lebih besar pada rancangan *banner* dengan lebar 20 cm untuk memastikan logo tampak jelas walaupun dilihat dari jarak yang cukup jauh. Kemudian, elemen desain lain ditata dengan hirarki visual berdasarkan kepentingan informasi tersebut. Elemen prioritas yang paling menarik perhatian dibuat berukuran paling besar dan diletakkan sedikit keatas di bagian tengah *banner* agar setara dengan *eye level* pengunjung. Informasi tambahan lalu diletakkan di sisi bawah sesuai peletakannya pada *flyer* referensi. Elemen dekoratif seperti karakter Hotmen dan *bubble speech* lebih tentatif peletakannya menyesuaikan area kosong yang tersisa pada *banner*. Sehingga, penulis biasanya meletakkan elemen dekoratif ini diakhir proses perancangan.



Gambar 3.29 Banner untuk Kebutuhan Event Hotmen

Setelah menyelesaikan rancangan *banner*, penulis lalu mengirimkan *preview* ke *project manager* dan *supervisor* melalui Slack. *Preview* dikirimkan berupa *screenshot* agar ukuran *file* tidak terlalu besar. Karena merupakan turunan desain, perancangan *banner* cenderung jarang mendapatkan revisi. Sehingga, penulis dapat mengirimkan *link* Google Drive berisikan *final artwork* dan *working file* diwaktu yang sama saat memberikan *preview*. Berbeda dengan proyek lain dengan format *output* png, *final artwork banner* dikirimkan dalam format pdf dengan resolusi tertinggi sesuai arahan *supervisor* dan *project manager*. Pengerjaan proyek ini biasanya hanya memakan waktu sekitar 10—30 menit tergantung seberapa banyak modifikasi yang dilakukan penulis dari referensi desain awal.



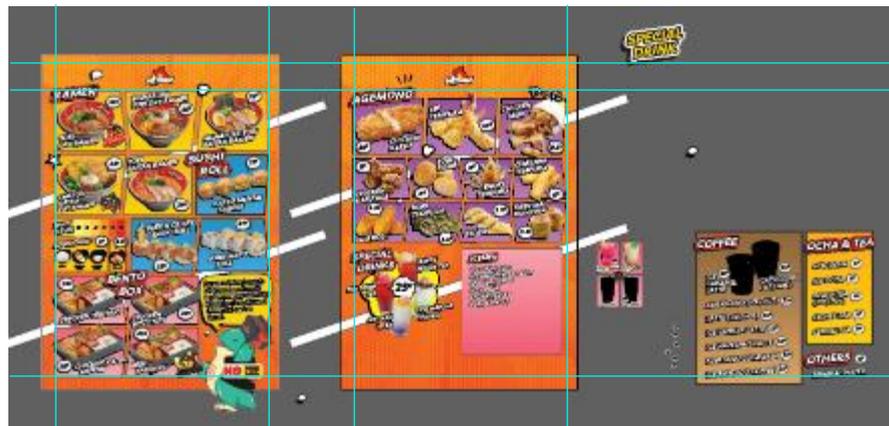
Gambar 3.30 Contoh Brief Menu Hotmen

Penulis merancang beberapa menu Hotmen untuk kebutuhan yang berbeda. Saat mengadakan *booth*, Hotmen menyediakan makanan dan minuman yang lebih terbatas. Oleh karena itu, diperlukan rancangan menu baru di setiap *event*. Proyek rancangan menu diajukan oleh *project manager* dengan *brief* yang mencakup makanan dan minuman yang dimasukkan lengkap dengan nama dan harga. Selama magang, penulis merancang tiga desain menu, yaitu brosur menu untuk dibagikan, serta menu makanan dan minuman untuk *booth* Hotmen di *event* Prep Live in Jakarta.



Gambar 3.31 Desain Menu IG Highlights Hotmen

Dalam merancang proyek menu, penulis mengambil referensi dari desain menu pada IG Highlights Hotmen. Hal ini bertujuan untuk mempercepat waktu pengerjaan rancangan dan menjaga konsistensi visual menu Hotmen. Untuk proyek brosur menu, penulis diminta untuk memasukkan seluruh menu Hotmen, berupa *ramen*, *bento*, *sushi*, *gelato*, dan seluruh minuman. Brosur menu ini mempromosikan layanan pesan antar Hotmen gratis dengan syarat pemesanan makanan untuk 10 orang dan jarak maksimal pengantaran 2 km. Selain itu, brosur ini juga berisikan informasi kontak yang dihubungi untuk pemesanan dan klaim waktu pengiriman makanan maksimal selama 30 menit. Brosur ini akan dibagikan ke area perkantoran dekat Hotmen cabang Jakarta Selatan.



Gambar 3.32 Proses Perancangan Brosur Menu Hotmen

Selama perancangan menu brosur berukuran A5, penulis menggunakan margin sebesar 0,8 cm pada sisi samping dan bawah serta 1,8 cm pada sisi atas. Sisi atas memiliki *margin* lebih lebar untuk memastikan logo Hotmen memiliki area kosong yang cukup. Setiap kategori menu Hotmen menggunakan warna latar bentuk segiempat yang berbeda agar konsumen dapat mengelompokkan menu tersebut, misalnya *ramen* menggunakan latar berwarna kuning dan *sushi* menggunakan latar berwarna biru. Hal ini juga memudahkan penulis menentukan tata letak tiap menu yang jumlahnya berbeda-beda.

Teks kategori menu dibuat memiliki tampilan lebih rumit dengan beberapa lapisan *stroke* berlatar merah serta berukuran 20 pt untuk membangun hirarki visual dengan teks lainnya. Sedangkan, teks nama menu dirancang berwarna putih dengan *stroke* hitam dan bayangan hitam dibelakangnya. Teks nama menu dirancang lebih sederhana agar dapat terbaca dengan mudah walaupun berukuran lebih kecil, yaitu 9—12 pt. Untuk mempersingkat waktu, penulis memastikan seluruh teks yang digunakan tidak di-*expand* agar teks lebih mudah diganti. Oleh karena itu, seluruh tampilan pada teks dibuat dengan menambahkan lapisan elemen *fill* dan *stroke* pada bagian *appearance* di Adobe Illustrator.



Gambar 3.33 Brosur Menu Hotmen

Gambar menu dibuat memiliki bayangan hitam dengan cara melakukan *image trace* dan di *expand* lalu diletakkan di belakang foto menu untuk memberikan kesan kartun. Pada sisi depan brosur, penulis meletakkan menu *ramen*, *sushi*, *bento*, serta informasi tentang layanan pesan antar Hotmen. Pada sisi belakang, terdapat menu *agemono* dan minuman serta informasi tambahan mengenai kontak yang dihubungi untuk pemesanan. Dikarenakan jumlah menu minuman yang cukup beragam, penulis hanya memasukkan foto minuman spesial Hotmen dan sisanya berupa teks nama serta harga menu berukuran 9 pt. Terakhir, penulis menambahkan maskot Hotmen dan elemen *bubble speech* pada area kosong yang tersisa di brosur menu.



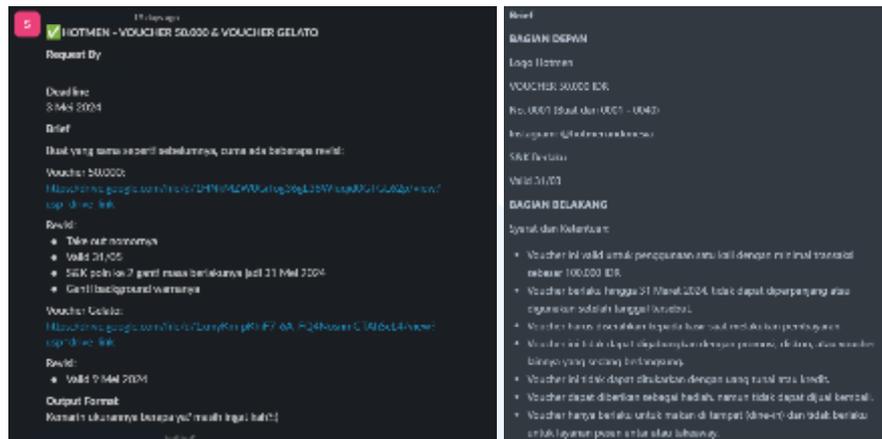
Gambar 3.34 Menu Booth Hotmen

Pada proyek menu untuk *booth*, penulis menggunakan elemen desain dan tampilan teks serupa yang disesuaikan di ukuran A3. Namun, kedua menu untuk *booth* dirancang memiliki latar belakang yang berbeda untuk menyesuaikan pilihan makanan dan minuman didalamnya. Menu *booth* pertama menyediakan makanan, berupa *ramen* dan *bento*, serta minuman. Sedangkan, menu *booth* Hotmen kedua menyediakan beberapa minuman dan *gelato*.



Gambar 3.35 Menu untuk Kebutuhan *Event* Hotmen

Perancangan proyek menu brosur memakan waktu yang lebih lama dibandingkan menu untuk booth Hotmen di Prep Live in Jakarta dikarenakan perbedaan jumlah dan ukuran menu. Rancangan brosur menu dikerjakan selama kurang lebih 6 jam, sedangkan kedua menu untuk *booth* dirancang selama 3 jam. Penulis merasa cukup kesulitan dalam menata letak seluruh menu, terutama minuman, serta informasi layanan pesan antar dalam *artboard* berukuran A5. Setelah menyelesaikan rancangan brosur menu, penulis juga melakukan *test print* untuk memastikan seluruh teks nyaman dibaca. Kemudian, penulis mengirimkan *preview* rancangan menu ke *project manager*. Revisi pada proyek perancangan menu brosur hanya berupa perubahan informasi minor pada layanan pesan antar. Sedangkan, untuk menu *booth* terdapat sedikit perubahan pilihan menu dan harga. Oleh karena itu, tidak ada perubahan signifikan pada desain proyek perancangan menu yang dikerjakan penulis.



Gambar 3.36 Contoh Brief Voucher Hotmen

Media berikutnya yang dirancang untuk kebutuhan *event* Hotmen adalah *voucher* yang biasanya dibagikan di *booth* atau pembukaan cabang baru. Proyek ini juga diajukan oleh *project manager* dengan *brief* yang mencakup *copywrite* untuk sisi depan dan belakang. Sisi depan berisi logo Hotmen, *headline voucher*, nama akun IG Hotmen, dan tanggal berlaku *voucher* tersebut. Sedangkan, sisi belakang mencakup syarat dan ketentuan penggunaan *voucher*. Selama masa magang, penulis merancang tiga jenis *voucher* dengan tata letak yang serupa antar tiap elemen. Namun, penulis memberikan beberapa perubahan pada warna dan elemen dekoratif, seperti penggunaan maskot, agar visual setiap *voucher* tidak terlalu mirip.



Gambar 3.37 Proses Perancangan Voucher Hotmen

Seluruh *voucher* Hotmen memiliki format *landscape* berukuran 15x7 cm sesuai *brief* yang diajukan. Pada bagian depan, penulis menggunakan *margin* berukuran 0,4 cm di seluruh sisi dengan logo Hotmen di tengah atas dengan lebar 1,5 cm. Untuk memastikan logo terlihat jelas, penulis menambahkan *bubble speech* berwarna putih sebagai latar yang juga memberikan kesan kejutan pada *headline*. Informasi seperti akun IG Hotmen dan masa berlaku *voucher* diletakkan di sisi samping atas dengan ukuran 8—11 pt.



Gambar 3.38 Tampilan *Voucher* Hotmen

Headline diletakkan tepat ditengah dengan tampilan *stroke* yang berlapis serta elemen-elemen dekoratif disampingnya. Pada sisi belakang, penulis menggunakan *margin samping* yang lebih luas, yaitu 0,8 cm, sebagai panduan peletakan kotak putih sebagai latar teks. Tampilan *headline* sisi belakang *voucher* diletakkan di sisi tengah atas serta *body text* berukuran 8 pt. *Body text* dibuat berwarna hitam dengan *alignment* rata kiri agar nyaman dibaca pengunjung. Selbihnya, pada sisi belakang *voucher*, penulis hanya mengganti warna pada *headline* dan elemen *bubble speech* disampingnya.



Gambar 3.39 *Voucher* untuk Kebutuhan *Event Hotmen*

Pada proyek perancangan *voucher*, penulis menggunakan tata letak yang sama dan hanya mengganti warna serta elemen dekoratif. Jadi, proyek perancangan *voucher* pertama memakan waktu 2 jam dikarenakan penulis belum mendapatkan gambaran visual yang sesuai. Namun, pada proyek *voucher* berikutnya, penulis hanya merancang selama kurang lebih 30 menit. Revisi pada proyek perancangan *voucher* juga bersifat minor, berupa perubahan informasi pada syarat dan ketentuan, sehingga desain *voucher* tidak berubah.

3.3.2 Kendala yang Ditemukan

Proyek magang menjadi pengalaman pertama penulis memasuki dunia bekerja setelah menjalani masa perkuliahan. Oleh karena itu, penulis tentu menghadapi beberapa kendala selama masa magang. Pada minggu awal, penulis merasa sulit membiasakan diri dengan alur pekerjaan HW Group yang cenderung cepat. Tidak jarang penulis mendapatkan proyek yang harus diselesaikan di hari yang sama. Terlebih lagi, penulis belum terlalu memahami struktur *brief* yang diberikan oleh *project manager*. Dalam mengerjakan proyek, penulis juga harus membiasakan diri dalam berkomunikasi menggunakan software baru, seperti Slack dan Trello.

Selama empat bulan menjalankan program magang, penulis beberapa kali berpindah divisi, yaitu Divisi Night Club, Divisi Corporate, dan Divisi Upcoming & Others. Oleh karena itu, penulis telah mengerjakan proyek dari *brand* yang berbeda-beda dengan konsep visual tersendiri. Hal ini menyebabkan penulis harus berulang kali membiasakan diri dengan *visual brand* baru serta anggota tim yang juga berubah.

Selain kendala eksternal, penulis juga menghadapi kesulitan dengan *device* serta *software* milik penulis. Dikarenakan *software* Adobe penulis yang belum diperbaharui, terdapat beberapa fitur penting yang kerap digunakan namun tidak dimiliki penulis, seperti fitur *generative fill* pada Photoshop. Selain itu, laptop penulis memiliki akurasi warna monitor yang sudah berkurang. Sehingga, penulis berulang kali harus merubah warna pada hasil rancangan penulis karena tampak berbeda jika dilihat dari *device* lain.

3.3.3 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Kendala eksternal yang dialami penulis sebagian besar hanya disebabkan karena penulis belum membiasakan diri. Seiring berjalannya waktu, penulis dapat menyesuaikan kecepatan merancang penulis dengan tenggat waktu yang diharapkan. Penulis juga tidak lagi merasa keberatan jika harus dapat menyelesaikan sebuah proyek di hari yang sama. Setelah membiasakan diri, penulis merasa struktur *brief* yang diajukan sangat lengkap dan mudah dipahami karena *project manager* di HW Group juga sangat komunikatif. Walaupun beberapa kali berpindah divisi, setiap supervisor divisi sangat terbuka untuk membantu penulis membiasakan diri memahami teknik perancangan dari konsep visual *brand* yang baru.

Pada kendala internal, yaitu *device* dan *software*, penulis beberapa kali ditawarkan untuk menggunakan fasilitas komputer yang sedang tidak digunakan. Namun, penulis lebih sering menggunakan *device* pribadi selama masa magang dikarenakan komputer tersebut sedang terpakai. Selain itu, penulis juga lebih nyaman menggunakan *device* pribadi untuk memudahkan penjabaran proses pengerjaan proyek pada laporan magang. Oleh karena itu, penulis memutuskan untuk berulang kali mengganti warna pada rancangan yang disesuaikan dengan layar *device* milik *supervisor*. Jika terdapat fitur tertentu yang tidak tersedia di *software* penulis, *supervisor* divisi dan anggota lainnya bersedia untuk membantu dan menggantikan penulis mengerjakan proyek yang menggunakan fitur tersebut.