

## BAB III

### METODOLOGI PERANCANGAN KARYA

#### 3.1 Tahapan Pembuatan

Dalam tahap pembuatan majalah dimulai dengan mengumpulkan data, misalnya dengan cara observasi dan wawancara. Setelah data dikumpulkan, dilakukan tahap perancangan. Dalam tahap perancangan, pembuat karya melakukan pengembangan, pembuatan *timeline*, penentuan target pembaca, hingga pembentukan tim serta merencanakan anggaran yang dibutuhkan.

##### 3.1.1 Metode Pengumpulan Data

Berikut adalah metode yang dilakukan dalam mengumpulkan data.

###### 1) Observasi

Dengan melakukan observasi langsung di lapangan, pembuat karya dapat secara langsung mengamati berbagai ekspresi non-verbal. Tujuannya adalah untuk mengumpulkan informasi yang lebih lengkap, seperti situasi perusahaan, aktivitas yang dilakukan ataupun individu-individu yang ada. Melalui observasi, penulis dapat menangkap secara langsung nuansa, detail, dan konteks yang mungkin terlewatkan dalam metode pengumpulan data lainnya. Data yang diperoleh dari observasi bersifat lebih spesifik dan akurat karena didapatkan dari pengamatan langsung terhadap objek penelitian.

###### 2) Wawancara

Wawancara mendalam dengan salah satu *Human Resource* dari perusahaan sebagai langkah krusial. Tujuan utama wawancara ini adalah untuk menggali pemahaman lebih dalam mengenai perusahaan dan para karyawan. Wawancara dilakukan untuk mengidentifikasi tujuan-tujuan yang ingin dicapai, serta untuk memahami jenis konten yang dianggap penting untuk disampaikan kepada karyawan melalui majalah internal.

Dalam pengumpulan data, pembuat karya juga menentukan beberapa hal, seperti tujuan menulis, target audiens, pemilihan rubrik, penulisan draft konten, pembentukan tim produksi, *timeline* dan mencari referensi

a. Tujuan menulis

Data-data yang diperoleh dari wawancara dan observasi, seperti *wellness-being newsletter*, *wellness program* dan kegiatan perusahaan, menjadi bahan baku dalam proses pengembangan tema untuk majalah perusahaan. Hal tersebut didapatkan sebuah *insight* bahwa perusahaan membutuhkan media komunikasi internal tidak hanya menyampaikan pesan ataupun informasi saja, namun ingin karyawan merasakan bahwa perusahaan peduli dengan karyawan.

Sehingga, majalah ini diharapkan mampu mencapai beberapa tujuan, yaitu: (1) Membuat masing-masing individu yang bekerja untuk perusahaan merasakan bahwa perusahaan peduli dengan tiap-tiap karyawan yang ada; (2) Menyampaikan informasi terkait kesehatan, tidak hanya informasi kesehatan secara fisik namun juga secara mental; (3) Menyampaikan informasi terkait apa yang bisa dilakukan oleh karyawan jika mereka mengalami sebuah peristiwa yang berkaitan dengan kesehatan; (4) Menanamkan rasa semangat dan refleksi mengingat sebentar lagi akan memasuki tahun baru.

b. Target audiens

Sebelum merancang sebuah majalah, tentu diperlukan untuk mengenal mereka yang akan menjadi sasaran pembaca agar bisa menentukan pendekatan dari pemilihan diksi, ilustrasi dan pola yang akan dimasukkan. Mereka yang menjadi pembaca dari majalah ini adalah karyawan yang bekerja di PT Walt Disney Indonesia yang mayoritas berusia 21-50 tahun, berjenis kelamin laki-laki dan perempuan, dan SES level A-B. Majalah ini juga ditargetkan bagi para karyawan yang belum mengetahui mengenai *Employee Assistance Program* (EAP).

c. Pemilihan rubrik

Pembuat karya menentukan pemilihan rubrik dengan mempertimbangkan kebutuhan dan karakteristik audiens. Dengan mengacu pada hasil wawancara dan observasi, pembuat karya ingin menyampaikan pesan yang autentik dan menyentuh hati pembaca mengenai komitmen perusahaan dalam mewujudkan lingkungan kerja yang sehat dan peduli terhadap kesejahteraan karyawan baik secara fisik, mental beserta dengan solusi.

d. Penulisan draft konten atau isi

Konten atau isi yang akan dituangkan dalam bentuk majalah dilakukan berdasarkan kebutuhan pembaca dan terkait masalah yang sering terjadi dalam dunia kerja, seperti *burn out*, *stress*, sakit mata dan lainnya. Gaya bahasa yang akan digunakan bersifat semi-formal dengan menggunakan bahasa Inggris yang mudah dipahami agar pembaca tidak jenuh saat membaca majalah tersebut. Dalam majalah tersebut juga didampingi dengan gambar atau ilustrasi, kuis, *challenge* dan fakta unik yang mungkin sebelumnya tidak diketahui oleh pembaca agar tidak terkesan monoton.

e. Pembentukan tim produksi

Dalam penyusunan *A Wellness Guide for 2025 Magazine*, pembuat karya tidak melaksanakan proses tersebut secara individu, melainkan membentuk sebuah tim yang bekerja sama untuk mewujudkan *A Wellness Guide for 2024 Magazine* ini. Berikut adalah struktur tim yang dibentuk dalam proses pembuatan majalah.

Tabel 3. 1 Tim Penyusunan *A Wellness Guide for 2025 Magazine*

Nama	Tugas	Deskripsi
Jennifer	Melakukan pengumpulan data,	Diawali dengan mengumpulkan data

	<p>proses kreatif penulisan konten, produksi cetak, serta distribusi <i>A Wellness Guide for 2025 magazine</i>.</p>	<p>melalui observasi dan wawancara. Dilanjut dengan menulis konten yang akan dituangkan dalam <i>A Wellness Guide for 2025</i>, membuat <i>brief</i> yang kepada <i>graphic designer</i>, mengumpulkan materi ilustrasi yang akan digunakan dan mencetak majalah serta mendistribusikan <i>A Wellness Guide for 2025 Magazine</i>.</p>
Cheryl	<i>Graphic Designer</i>	<p><i>Layouting</i> majalah sesuai dengan <i>brief</i> yang telah disampaikan dan memberikan saran mengenai warna serta font yang sesuai untuk digunakan dalam <i>A Wellness Guide for 2025 Magazine</i>.</p>

f. *Timeline* kerja

Berikut adalah *timeline* kerja agar proses perancangan *A Wellness Guide for 2025 Magazine* dapat berjalan secara efisien.

Tabel 3 2 Timeline Pembuatan Karya

Tahap	Uraian Kerja	Bulan															
		September				Oktober				November							
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4				
Proses pengajuan izin untuk pembuatan karya	Menghubungi tim HR dan Legal untuk perizinan																
Pra-produksi	Pengumpulan data, pembuatan ide dan perancangan kerangka																
Produksi	Pengembangan konten, pemilihan ilustrasi, <i>layouting</i> dan pencetakan																
Pasca Produksi	Distribusi dan Penyebaran form evaluasi																
Evaluasi																	

### 3.1.2 Metode Perancangan Karya

Tahap ini adalah tahap pengembangan karya dengan implementasi dari perencanaan yang telah disusun sebelumnya. Proses ini melibatkan serangkaian

kegiatan kreatif dan teknis, seperti perancangan layout, pengeditan konten, serta pencetakan fisik majalah. Untuk mendukung kelancaran proses produksi, diperlukan sumber daya yang memadai, salah satunya adalah tenaga ahli desain grafis. Proses seleksi desainer dilakukan dengan mempertimbangkan portofolio dan kemampuan mereka dalam menginterpretasikan brief desain. Desainer yang dipilih harus memahami dan dapat menerapkan brief tersebut, serta memiliki pengetahuan atau minat terhadap karakter Disney.

Dalam menciptakan desain tata letak yang beragam dan penulisan kreatif, pembuat karya melakukan eksplorasi terhadap berbagai sumber inspirasi. Pembuat karya juga mencari beberapa karya yang pernah dibuat sebelumnya sebagai sumber referensi seperti majalah *Faces of Workplace Wellness*, majalah BINGKAI (Kebijakan Pembangunan Kesehatan Indonesia) dan BLANCK Magazine: *World Mental Health Awareness Day*.



Gambar 3.1.2. 1 Majalah *Faces of Workplace Wellness*  
 Sumber: *Workplace Magazine*, 2022

*Faces of Workplace Wellness Magazine* merupakan sebuah publikasi berkala yang secara khusus menyoroti isu-isu terkini dalam bidang kesehatan dan kesejahteraan karyawan pada sebuah perusahaan. Majalah ini menyajikan beragam informasi, mulai dari tren terbaru hingga strategi inovatif yang dapat diterapkan oleh organisasi untuk menciptakan lingkungan kerja yang lebih sehat dan produktif. Majalah ini terdiri dari 50-60 halaman untuk setiap edisinya. Sejak tahun 2022, majalah ini telah secara konsisten menerbitkan edisi baru setiap musim, sehingga

pembaca dapat selalu mendapatkan informasi terbaru dan relevan. Konten yang disajikan selalu bervariasi dan relevan dengan isu-isu terkini. Dari majalah ini, pembuat karya akan menjadikan referensi dari segi desain dan isi konten menarik yang disajikan dalam majalah tersebut.



Gambar 3.2.1. 2 Majalah BINGKAI edisi 2022  
Sumber: Majalah BINGKAI, 2022

Kedua, majalah Bingkai, singkatan dari Kebijakan Pembangunan Kesehatan Indonesia. Majalah Bingkai berfokus pada menjelaskan permasalahan kesehatan yang kerap dialami oleh masyarakat baik dari anak-anak hingga dewasa, tidak hanya masalah saja, namun juga disertai dengan solusinya. Konten yang tertuang di dalamnya juga relevan dengan masyarakat, contohnya pada volume 3 yang dirilis tahun 2022, dimana orang-orang lebih *aware* terhadap isu *burn out* ataupun *baby-blue syndrome*, dalam majalah ini mengangkat terkait hal tersebut dengan tata bahasa dalam penyampaiannya yang tidak berat sehingga mudah dipahami oleh pembaca diiringi dengan cukup banyak ilustrasi sehingga tidak terkesan terlalu monoton. Dari majalah Bingkai, penulis menjadikan tata bahasa yang tertuang sebagai bahan referensi untuk tata penulisan dalam *A Wellness Guide for 2025 Magazine*.



Gambar 3.2.1. 3 BLANCK Magazine: World Mental Health Awareness Day  
sumber: BLANCK Magazine, 2018

Terakhir, *BLANCK Magazine*. Pada tahun 2018, *BLANCK Magazine* menerbitkan sebuah edisi khusus dalam rangka memperingati Hari Kesehatan Mental Sedunia. Melalui pendekatan yang humanis, majalah ini berhasil menyentuh hati pembaca dengan menceritakan kisah seseorang yang berjuang melawan depresi. Dari majalah ini, dapat dicontoh bentuk desain yang menarik serta disajikan secara kreatif dan penyampaian yang mudah dipahami. Walaupun tertulis dalam bahasa Inggris, pemilihan katanya mudah dicerna. Ini akan menjadi panduan bagi pembuat karya dalam menyusun penulisan isi konten yang akan dimuat dalam majalah.

Sebagai pelengkap, platform visual seperti *Pinterest* digunakan untuk menemukan tren desain terbaru dan ide-ide kreatif yang dapat diaplikasikan. Dengan demikian, diharapkan dapat dihasilkan tata letak yang tidak hanya menarik, tetapi juga mampu memberikan pengalaman visual yang unik bagi pembaca. Tahap produksi merupakan tahap akhir dari rangkaian proses kreatif dalam pembuatan majalah. Setelah melalui tahap perencanaan dan perancangan yang panjang, seluruh elemen desain yang telah disusun akan diwujudkan dalam bentuk fisik. Tujuan utama dari tahap produksi adalah menghasilkan produk akhir yang tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga memenuhi standar kualitas yang telah ditetapkan.

Sebelum proses distribusi majalah dilakukan secara cetak, langkah krusial yang harus dilalui adalah memperoleh persetujuan resmi dari tim *Human*



*Resources.* Persetujuan ini mencakup seluruh aspek konten yang dimuat dalam majalah, mulai dari desain grafis, pemilihan kata, hingga pemilihan gambar. Setelah melalui proses *review* yang menyeluruh dan memastikan bahwa tidak ada revisi yang perlu dilakukan, maka majalah dapat dinyatakan siap untuk dicetak.

### 3.2 Anggaran

Untuk kelancaran produksi *A Wellness Guide for 2025 Magazine*, diperlukan perencanaan anggaran. Berikut ini adalah rincian biaya yang perlu dikeluarkan.

*Tabel 3.2 1 Tabel Anggaran Produksi A Wellness Guide for 2025 Magazine*

No.	Keterangan	Harga
1.	Jasa Layout	Rp. 1.400.000
2.	Printing (Proof-print)	Rp. 262.000
3.	Printing (Magazine)	Rp. 180.000
4.	Biaya pengiriman	Rp. 39.000
5.	Laptop (milik pribadi)	Rp. 0
6.	Biaya tak terduga lainnya	Rp. 30.000
<b>Total</b>		Rp. 1.911.000

### 3.3 Target Luaran/Publikasi

Majalah ini dirancang sebagai media internal perusahaan dan tidak akan dipublikasikan ke pihak eksternal. Seluruh informasi yang dimuat di dalamnya ditujukan khusus untuk karyawan. Dalam bentuk fisik, majalah ini akan ditempatkan di berbagai lokasi strategis di dalam kantor agar mudah diakses oleh seluruh karyawan.