

## BAB III

### PELAKSANAAN MAGANG

#### 3.1 Kedudukan dan Koordinasi Pelaksanaan Magang

Selama menjalani proses magang di AIMCO Global Bisnis Indonesia, kerjasama yang baik diperlukan untuk memastikan kelancaran alur kerja. Koordinasi dan komunikasi diperlukan sebagai pendamping utama antara divisi-divisi yang terdapat dalam suatu perusahaan. Dalam proses pengerjaannya, penulis merupakan seorang pekerja magang desain kreatif yang berada di bawah naungan divisi *marketing*.

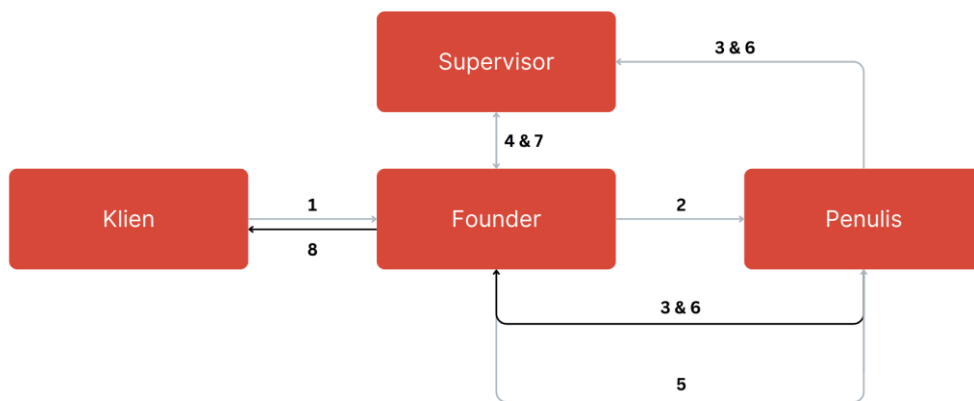
##### 3.1.1 Kedudukan Pelaksanaan Magang

Penulis menjabat sebagai pemegang di AIMCO yang berfokus pada desain karya visual di bawah divisi *Marketing*. Sebagai seorang *graphic designer*, penulis bertanggung jawab membuat desain visual untuk digunakan dalam pemasaran bisnis klien di Indonesia. Selama Agustus 2024 hingga Oktober 2024, penulis sudah merancang untuk beberapa proyek. Proyek tersebut berfokus pada *itinerary design*, *social media design*, desain maskot, serta memberikan *insight* mengenai promosi secara *multimedia* yang telah dilakukan oleh klien sebelumnya.

##### 3.1.2 Koordinasi Pelaksanaan Magang

Dalam proses bekerjanya, langkah paling pertama untuk memulai alur pekerjaan adalah dengan diadakannya rapat bersama. Rapat tersebut dilakukan secara *offline* di gedung KADIN Indonesia apabila pesertanya banyak, serta dilakukan secara *online* melalui *zoom meeting* apabila pesertanya tertentu saja. Atasan yang sekaligus *founder* dari AIMCO Global Bisnis Indonesia memberikan *briefing* proyek melalui rapat, kemudian memberikan waktu bagi penulis yang merupakan seorang visual *designer* untuk mengerjakan proyek tersebut. Penulis mencantumkan hasil karya ke

dalam PDF, yang kemudian dikirimkan kepada *supervisor* dan atasan melalui WhatsApp. Atasan kemudian memberikan *feedback* kepada penulis untuk diperbaiki setelah selesai berdiskusi dengan timnya yang mencakup *supervisor*. Apabila sudah dilakukan revisi, maka penulis mengirimkannya lagi kepada atasan dan *supervisor*, kemudian menunggu hingga atasan berunding dengan klien untuk hasil rancangan desainnya. Atasan akan kembali menyampaikan *feedback* klien kepada penulis untuk diperbaiki. Setelah selesai memperbaiki, penulis mengirimkan hasil revisi kepada atasan lagi, hingga klien menyetujuinya.



Gambar 3.1 Bagan Alur Koordinasi  
Sumber: *Gambar Pribadi Penulis*

### 3.2 Tugas yang Dilakukan

Penulis bertanggung jawab membuat desain grafis untuk keperluan pemasaran. Desain grafis yang dihasilkan sejauh ini mencakup desain *template* jadwal, desain sosial media, memperbaiki logo untuk *namecard*, desain maskot, memberikan *insight*, serta memberi saran nama terhadap *brand*. Desain-desain tersebut dihasilkan dan direvisi secara berkala.

Tabel 3.1 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Magang

Minggu	Tanggal	Proyek	Keterangan
1-2	2 - 6 Agustus 2024	<i>Design Itinerary</i> untuk Alibaba	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pebisnis <i>Gold Subscription</i> Alibaba berniat berkunjung ke Indonesia dengan AIMCO sebagai pendampingnya. Untuk mempermudah komunikasi jadwal kepada lebih kurang 15 orang tersebut, penulis bertanggung jawab membuat <i>template itinerary</i> dengan teks bahasa Mandarin.</li> </ul>
1-20	2 Agustus - November 2024	Desain Sosial media (Instagram) Fo Guang Shan	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Menyiapkan aset desain untuk sosial media</li> <li>- <i>Video editing</i></li> <li>- Merancang sosial media (Instagram) untuk promosi FGS (versi 1)</li> <li>- Merevisi desain sosial media dari <i>feedback</i> atasan (versi 2)</li> <li>- Merevisi desain sosial media dari <i>feedback</i> klien (versi 3)</li> </ul>
3	15 Agustus 2024	Vektorisasi Logo SSP	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Rekan kerja membutuhkan logo SSP untuk pembuatan kartu nama kepada atasan, namun tidak menemukan logo versi PNG yang di vektorisasi sehingga membutuhkan bantuan penulis untuk vektorisasi logo tersebut.</li> </ul>
9-20	25 September - November 2024	<i>Pearl Project</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Merencanakan nama dan arti untuk <i>brand</i> kalung mutiara</li> <li>- Merancang backstory</li> </ul>
12	10 - 11 Oktober 2024	<i>Photo Editing</i> DFS	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mengedit foto dokumentasi promosi</li> </ul>

### 3.3 Uraian Pelaksanaan Magang

Selama pelaksanaan magang, penulis berkesempatan mengerjakan beberapa *project*. Dalam mendesain, penulis mengumpulkan referensi yang masih berhubungan dengan karya yang dikerjakan. Penulis kemudian melakukan *brainstorming* ide dengan mencari *color pallete* dan gaya desain yang sesuai. Penulis juga menyesuaikan jenis *font* yang digunakan pada desain. Dengan aset yang sudah terkumpulkan, penulis menciptakan karya yang kemudian diasistensikan kepada atasan. Revisi dilakukan apabila adanya masukan yang diberikan oleh atasan dan klien. Sejak Agustus 2024, penulis telah mendesain *itinerary* Alibaba, sosial media Fo Guang Shan, meng-vektor-kan logo SSP, *brand design* projek *pearl*, serta mengedit foto DFS.

#### 3.3.1 Proses Pelaksanaan Tugas Utama Magang

Tugas utama penulis merancang desain sosial media untuk proyek *Fo Guang Shan*. *Fo Guang Shan* merupakan organisasi Buddhis Internasional asal Tiongkok yang berpusat di Taiwan (Kompas, 2021). Saat ini, *Fo Guang Shan* membuka cabang pelatihan Buddhis di Indonesia dengan nama Pusat Pendidikan Buddhis *Fo Guang Shan* Indonesia atau yang disingkat dengan PPBFGSI. PPBFGSI berlokasi di Graha Vipassana Avalokitesvara (GVA) yang berada di Mendut, Magelang. Murid-murid yang berprestasi kemudian berkesempatan untuk mendapat beasiswa untuk belajar langsung di Universitas Buddhis Tsung Lin *Fo Guang Shan* Taiwan (Felisiani, 2024).

GVA berada di lokasi yang dekat dengan Candi Borobudur. Oleh karena itu, penulis terinspirasi untuk menggabungkan konsep candi dengan batik sebagai ide desain sosial media FGS. Dengan demikian, terbitlah desain yang seperti ditunjukkan pada gambar.



Gambar 3.2 High Fidelity Perancangan FGS Versi 1(1)  
 Sumber: Karya Penulis

Warna dari ide pertama diambil dari sosial media FGS yang bercabang di Malaysia. *Pallete* warna diambil dari akun instagram @2021idzi. Penggunaan palet warna serupa dimaksudkan untuk memperkuat *branding* untuk FGS. Untuk beberapa postingan, terdapat *swiping slide* versi masing-masing.



Gambar 3.3 High Fidelity Perancangan FGS Versi 1(2)  
 Sumber: Karya Penulis

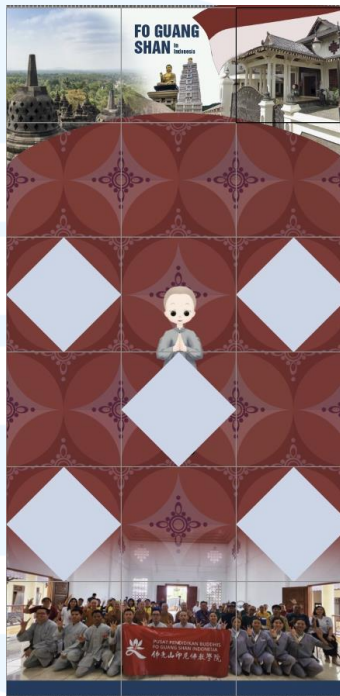
Pada hasil karya yang telah dibuat, warna yang dipakai terlalu mirip dengan desain FGS untuk di Malaysia. Atasan menyarankan agar untuk PPBFGS1, palet warna dibuat versi baru untuk membedakan desain FGS cabang Malaysia dengan Indonesia. Dengan demikian, terbentuklah karya desain dengan gaya baru sesuai saran revisi.

You're INVITED to	FGS in Indonesia	Pic of school
Cerita Sukses Alumni	2025	Upcoming event
What to learn	Explanation on Dhamma (example: anger)	Hsing Yun
Quote of the Day	Dhammatak event	Quiz
Q&A and Ctc Person	Poster 2025	Location (Map)
Other event (bertani)	BTS trips	Welcoming Post (Why you should join the school)

Gambar 3.4 Ide Pembagian Postingan Sosial Media FGS  
*Sumber: Karya Penulis*

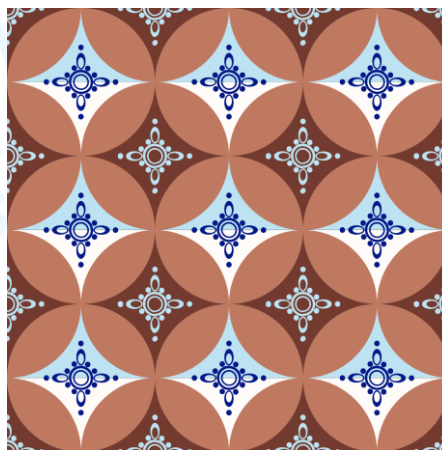
Pada awalnya, penulis membagi menjadi beberapa tempat untuk ide desain sosial media terlebih dahulu untuk membuat versi revisi. Kemudian, penulis menyusun penempatan ide sebaik mungkin pada potongan-potongan bagian tersebut. Pada kotak yang diwarnai kuning, penulis berencana untuk membuat motif belah ketupat yang terinspirasi dari lubang candi.

UNIVERSITAS  
 MULTIMEDIA  
 NUSANTARA



Gambar 3.5 *Low Fidelity* Perancangan FGS Versi 2  
*Sumber: Karya Penulis*

Gambar batik yang digunakan merupakan hasil karya sendiri. Batik tersebut terinspirasi dari gabungan batik Yogyakarta motif Nitik dan motif Kawung. Batik motif Nitik digunakan pada acara resmi untuk menggambarkan orang bijaksana. Sedangkan itu, batik motif Kawung melambangkan keadilan dan kesucian yang sesuai dengan konsep PPBFGSI.



Gambar 3.6 Batik Motif Percampuran Kawung dan Nitik  
*Sumber: Karya Penulis*



Saran yang penulis dapatkan untuk ide kedua adalah tentang bahwa penggunaan aset desain bersifat terlalu ramai. Tidak hanya itu, warna yang digunakan juga terkesan *dull*, sedangkan target audiens yang diinginkan dari desain sosial media ini adalah orang yang berusia 18 sampai dengan 35 tahun. Penulis disarankan untuk mengganti warna serta membuat agar *background*-nya tidak terlalu ramai. Apabila masih terlalu ramai, maka peletakan tulisan akan menjadi sangat terganggu. Dengan demikian, terbitlah ide ketiga dengan *pallette color* berbeda.



Gambar 3.7 High Fidelity Perancangan FGS Versi 3

Sumber: Karya Penulis

Saran untuk ide ketiga adalah bentuk belah ketupat yang terinspirasi dari bentuk lubang-lubang candi terkesan terlalu *pointy*. Hal tersebut membuat

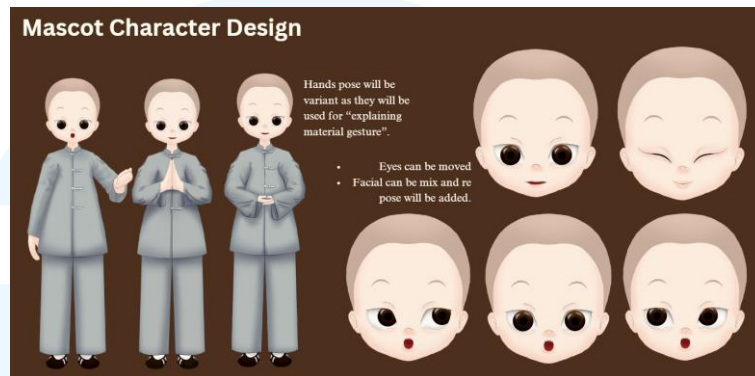


desain menjadi kurang optimal serta terkesan tidak *friendly* karena memiliki sudut yang *pointy*. Pada akhirnya, desain tersebut diterima oleh atasan. Atasan kemudian melakukan perundingan dengan klien, para anggota Sangha yang mengelola PPBFGSI, untuk mendapatkan *feedback* mereka. Menurut para anggota Sangha, warna yang telah dipilih terkesan terlalu *vibrant*. Mereka ingin menyesuaikan warnanya dengan poster promosi sekolah yang telah mereka buat. Mereka juga menginginkan desain *template* yang lebih *simple* agar dapat dipakai berulang dan tampak lebih serius. Pada akhirnya, penulis membuat desain versi baru seperti yang ditunjukkan setelah ini.



Gambar 3.8 *High Fidelity* Perancangan FGS Versi 4  
 Sumber: Karya Penulis

Selain saran yang telah diberikan, klien juga menyatakan bahwa mereka menyukai maskot yang telah dibuat. Penulis memberi nama “Song Fa” yang berarti “Dharma Kecil” untuk maskot tersebut. Dharma melambangkan ajaran Buddha. Dengan alasan bahwa para anggota Sangha menyukai Song Fa, penulis membuat *character design* untuk maskot tersebut.



Gambar 3.9 *Character Design* Maskot Song Fa untuk FGS  
 Sumber: Karya Penulis

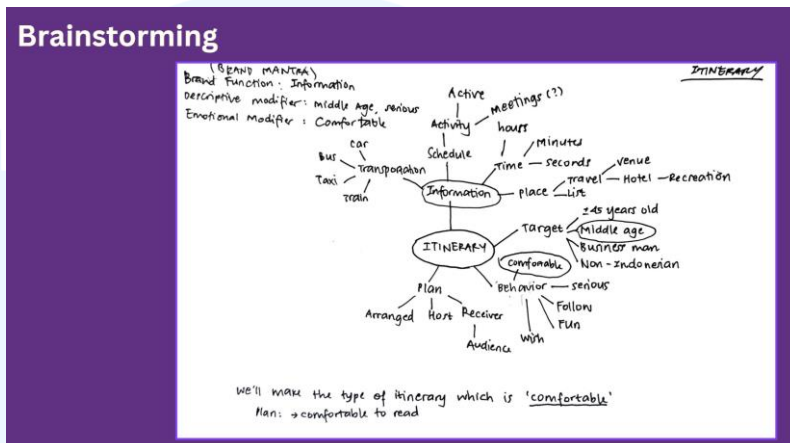
Penulis membuat *template* untuk Song Fa. *Template* tersebut terbagi menjadi tiga bagian, yaitu kepala, badan, dan wajah. Dengan demikian, variasi pose dan ekspresi Song Fa menjadi lebih banyak dengan mudah.

### 3.3.2 Proses Pelaksanaan Tugas Tambahan Magang

Selain tugas utama, penulis juga diberikan empat tugas tambahan lainnya. Tugas-tugas tersebut mencakup desain, *editing*, *moodboarding*, serta vektorisasi desain. Penjelasan tentang pekerjaan tersebut dilakukan pada bagian selanjutnya.

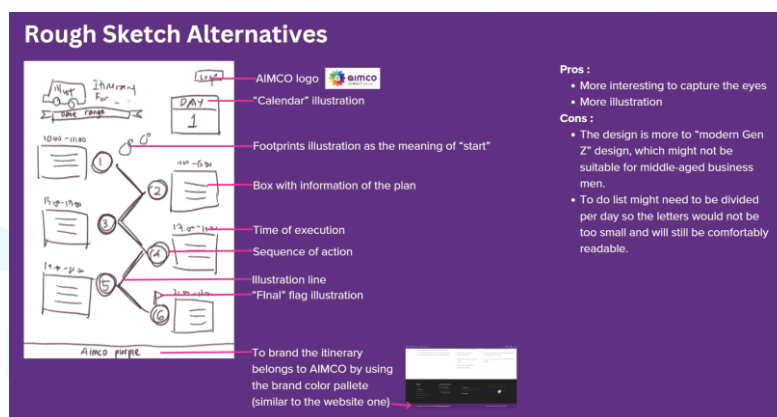
#### 3.3.2.1 Proyek Desain Itinerary

Desain *Itinerary* merupakan tugas paling pertama yang diberikan oleh atasan ketika penulis pertama kali bekerja. Target karya tersebut ditujukan kepada orang-orang dengan *gold subscription* Alibaba yang ingin berkunjung ke Indonesia. Dengan demikian, desain tersebut berfokus untuk penyesuaian teks berbahasa Mandarin.



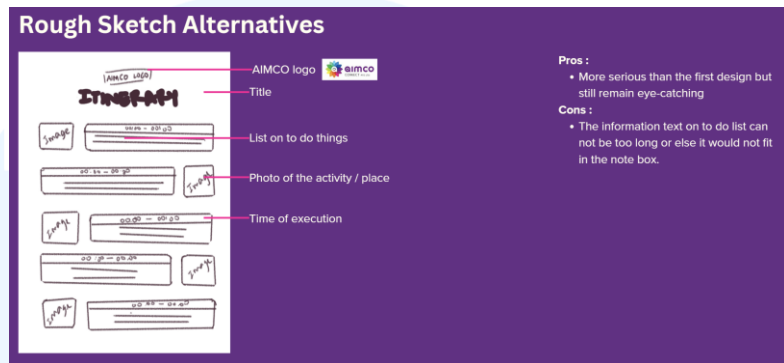
Gambar 3.10 Brainstorming Desain Itinerary  
Sumber: Penulis

*Brainstorming* merupakan tahap awal penulis untuk menentukan gaya desain yang sesuai. Kata akhir pilihan penulis jatuh pada “comfortable” yang berarti “nyaman”. Setelahnya, penulis membuat sketsa dengan mempertahankan kenyamanan semaksimal mungkin.



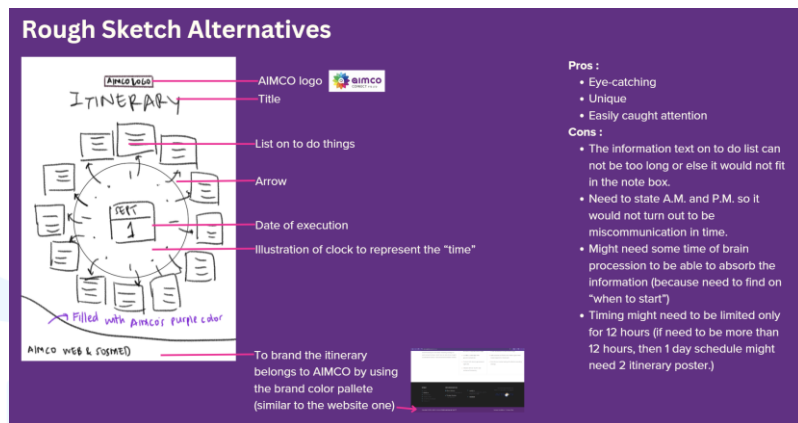
Gambar 3.11 Ide Sketsa Itinerary 1  
Sumber: Penulis

Ide sketsa pertama berfokus pada desain poster tersebut. Dengan adanya gaya desain *zigzag* pada bagian tengah, hal tersebut membuat ruang untuk menulis jadwal menjadi lebih sedikit. Dengan demikian, hanya garis besar dan inti penting yang dapat dimasukkan ke dalam kotaknya.



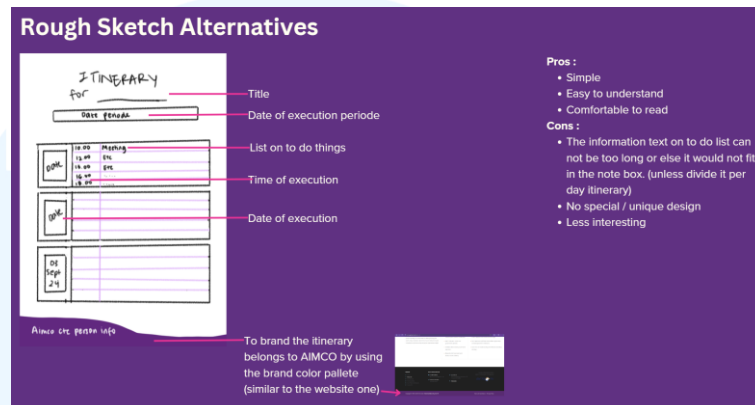
Gambar 3.12 Ide Sketsa *Itinerary 2*  
 Sumber: Penulis

Ide sketsa kedua mempunyai gaya yang lebih *simple*. Tidak ada gaya desain yang ‘unik’ maupun baru. Meskipun demikian, gaya desain sketsa kedua memperbesar kemungkinan untuk mencantumkan teks yang lebih panjang dibandingkan sketsa pertama.



Gambar 3.13 Ide Sketsa *Itinerary 3*  
 Sumber: Penulis

Ide sketsa ketiga mempunyai fokus utama yang terletak pada ilustrasi jam. Ide tersebut terkesan baru dan unik. Hanya saja, dengan adanya ilustrasi yang mendominasi seluruh halaman desain, teks yang dimasukkan menjadi lebih terbatas. Penulisan jadwal pada rotasi jam juga dapat membingungkan karena tidak adanya cantuman waktu pagi ataupun malam, sedangkan ke-12 angka jam tersebut terulang sebanyak dua kali dalam sehari.



Gambar 3.14 Ide Sketsa *Itinerary* 4

Sumber: Penulis

Ide sketsa keempat mirip dengan ide sketsa kedua. Hanya saja, ide sketsa ke-4 terkesan lebih monoton dengan barisan yang dibuat lebih rapi. Dengan demikian, tidak ada gaya desain baru yang terdapat pada ide sketsa ke-4.

Setelah merancang sketsa ide, penulis mengasistensikan hasil sketsa ke atasan. Kemudian, atasan memberi *feedback* dengan desain yang lebih sepadan. Desain diharapkan untuk mempermudah bacaan serta berfokus pada penyampaian jam saja agar lebih profesional. Proses asistensi menghasilkan adanya perubahan pada gaya desain. Dengan demikian, penulis membuat desain baru dengan versi tidak adanya gambar ilustrasi tambahan.



Gambar 3.15 Variasi Desain *Itinerary*  
 Sumber: Karya Penulis

Desain-desain yang dihasilkan mempunyai campuran yang beragam. Campuran-campuran tersebut mencakup warna, posisi bentuk, serta ukuran *font*. Dengan demikian, desain akhir yang terpilih dan disetujui oleh atasan adalah sebagai berikut:



Gambar 3.16 *Low Fidelity* Desain *Itinerary* Final  
 Sumber: Karya Penulis

Desain terakhir yang terpilih mempunyai warna oranye, ungu, kuning, dan putih. Proses mendesain *itinerary* hanya berakhir sampai di sana. Tidak ada jadwal pasti yang dimasukkan. Hal tersebut dikarenakan pada akhirnya, klien luar negeri tersebut membatalkan kedatangan mereka ke Indonesia.

### 3.3.2.2 Proyek Vektorisasi Logo SSP

Rekan kerja mendapat tugas untuk membuat kartu nama untuk SSP. Hanya saja, di internet, logo SSP berbentuk vektor tidak dapat ditemukan. Di internet, logo SSP hanya dapat ditemukan versi *print* pada kertas yang kemudian difoto oleh media dokumentasi. Penulis diminta untuk memvektorkan logo SSP untuk dapat digunakan dalam pembuatan kartu nama. Proses vektorisasi secara manual dilakukan melalui media Adobe Illustrator. Berikut adalah hasil akhir logo SSP yang telah dibuat menjadi vektor:



Gambar 3.17 Logo SSP Hasil Vektorisasi  
Sumber: Hasil Penulis

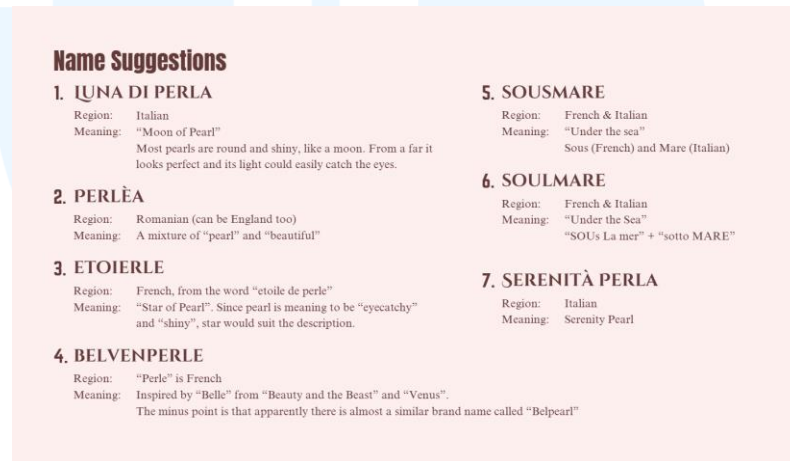
Tugas yang ini tidak mempunyai revisi yang terlalu signifikan. Revisi yang dilakukan hanyalah berupa penggantian warna merah tua menjadi lebih merah muda. Setelahnya, logo hasil vektorisasi tersebut selesai dieksekusi.

### 3.3.2.3 Proyek Pearl Brand Design

Proyek *Pearl* merupakan bisnis salah satu klien AIMCO. Klien tersebut menjual perhiasan yang terbuat dari mutiara. Mutiara yang

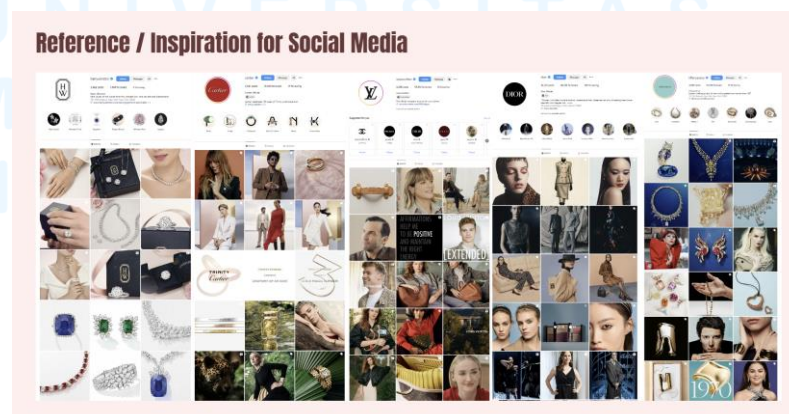


digunakan sebagai perhiasan diambil langsung dari Lombok, Indonesia. Oleh karena itu, harga jual perhiasan tersebut dapat mencapai 200 juta rupiah. Sebelumnya, klien sudah mempunyai nama *brand* tersendiri. Hanya saja, nama *brand* yang terlalu lokal dan tidak adanya sosial media untuk promosi membuat jangkauan pembeli menjadi kecil.



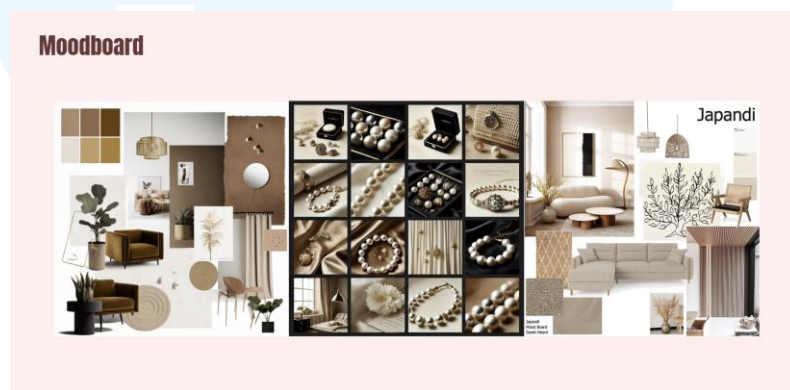
Gambar 3.18 Perancangan Nama *Brand* Mutiara  
 Sumber: Karya Penulis

Untuk proyek mutiara, penulis diminta untuk memikirkan nama untuk *brand*. Tidak hanya itu, penulis juga diminta untuk membuat *brand story* setelah dijelaskan asal usul mutiara tersebut. Perancangan nama, *brand story*, pencarian referensi desain sosial media, serta pembuatan *moodboard* merupakan langkah awal pengerjaan untuk proyek *Pearl*.



Gambar 3.19 Referensi Desain Sosial Media  
 Sumber: Hasil Pencarian Penulis

Dari hasil pencarian referensi akun sosial media dari *brand* lain yang bergerak dalam bidang *fashion*, penulis dapat menyimpulkan bahwa gaya desain yang digunakan berfokus pada fotografi. Pada sosial media mereka, postingan yang diunggah berfokus pada foto produk disertai dengan *caption* yang mendukung. Tidak hanya itu, penulis juga membuat *moodboard* sebagai referensi *pallette color* yang dapat digunakan pada media sosial *brand* mutiara tersebut.



Gambar 3.20 *Moodboard* untuk Sosial Media Mutiara  
Sumber: Karya Penulis

*Moodboard* yang penulis buat berfokus pada nuansa coklat. Warna-warna yang digunakan adalah putih dengan berbagai campuran warna coklat. Penulis terinspirasi dari referensi sosial media *brand* mahal lainnya yang tampak *classy*.

#### 3.3.2.4 Proyek Mengedit Foto DFS

AIMCO pernah menyelenggarakan promosi DFS yang bekerja sama dengan UnionPay di Bali. Hanya saja, dokumentasi yang dilakukan selama masa promosi kurang banyak, namun saat ini masa promosi tersebut telah berakhir. Dengan mengandalkan referensi dokumentasi asli, penulis diminta untuk mengedit poster DFS untuk diletakkan pada pamflet yang difoto dari *angle* yang berbeda. Penulis melakukan pengeditan foto dengan menggunakan Adobe Photoshop. Atasan

memberikan *briefing* penyuntingan dalam bentuk PDF *guideline*, kemudian penulis mengedit sesuai dengan petunjuk yang telah diberikan. Penulis diberikan *link drive* yang berisi poster, foto dokumentasi asli saat promosi berlangsung, serta foto dokumentasi sudut berbeda setelah promosi berakhir. Kemudian, penulis menyesuaikan foto-foto tersebut untuk diedit sesuai dengan PDF panduan.

### 1) *Billboard UnionPay*



Gambar 3.21 *Guideline Penyuntingan Mockup 1*  
Sumber: PDF *Guideline Editing DFS*

Pada *guideline*, foto pertama dengan foto kedua tampak serupa dengan *angle* yang berbeda. Hal tersebut dikarenakan foto pertama merupakan hasil dokumentasi selama masa promosi, sedangkan foto kedua merupakan hasil dokumentasi setelah selesainya masa promosi. Atas kebutuhan dokumentasi promosi dari *angle* yang berbeda, penulis diminta untuk memasukkan poster yang benar ke foto *billboard* dengan sudut potret yang berbeda tersebut.

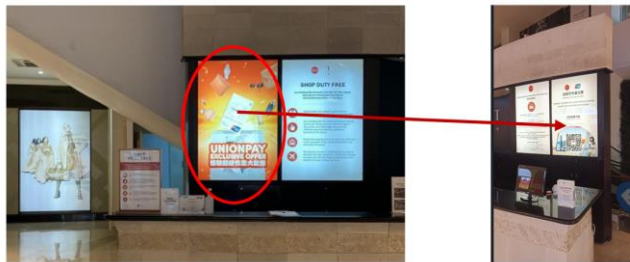


Gambar 3.22 Hasil Penyuntingan *Mockup 1*

*Sumber: Hasil Karya Penulis*

Foto tersebut menunjukkan iklan UnionPay pada *billboard*. Penulis memposisikan posternya terlebih dahulu dengan *skew* and *transform*. Kemudian, poster tersebut dilakukan *masking* ke *billboard*-nya. Dengan demikian, terbitlah hasil akhir seperti yang telah ditunjukkan.

## 2) *Customer Service's Backlight*



Gambar 3.23 *Guideline* Penyuntingan *Mockup 2*  
*Sumber: PDF Guideline Editing DFS*

Pada *guideline*, poster berada di bagian kiri selama masa promosi. Penulis diminta untuk mengedit versi lainnya dengan memindahkannya ke sebelah kanan. Dengan demikian, terbentuklah hasil seperti yang ditunjukkan di bawah ini.



Gambar 3.24 Hasil Penyuntingan *Mockup 2*  
Sumber: Hasil Karya Penulis

Pada foto hasil editan, poster tersebut diletakkan pada sisi kanan dari *customer service's backlight*. Editan dilakukan dengan teknik serupa, yaitu proses *transform* poster ke bentuk yang diinginkan dengan *skew*. Setelah itu, penulis melakukan proses *masking* ke bentuk dasar *backlight* tersebut. Untuk membuat warna poster tersebut menyatu seperti nyata dan bukan hasil editan, penulis bermain di *level* poster tersebut.

Poster tersebut di-*copy* menjadi tiga layer berbeda, di mana setiap layer-nya dirubah dari *normal* menjadi *multiply*, *screen*, dan *linear dodge*. *Screen* berfungsi untuk membuat warna posternya menjadi lebih terang, didukung oleh *linear dodge* yang juga mengubah tingkat terangnya. *Multiply* yang berfungsi menggelapkan diletakkan pada layer paling bawah, kemudian *linear dodge*, kemudian *screen*.

UMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

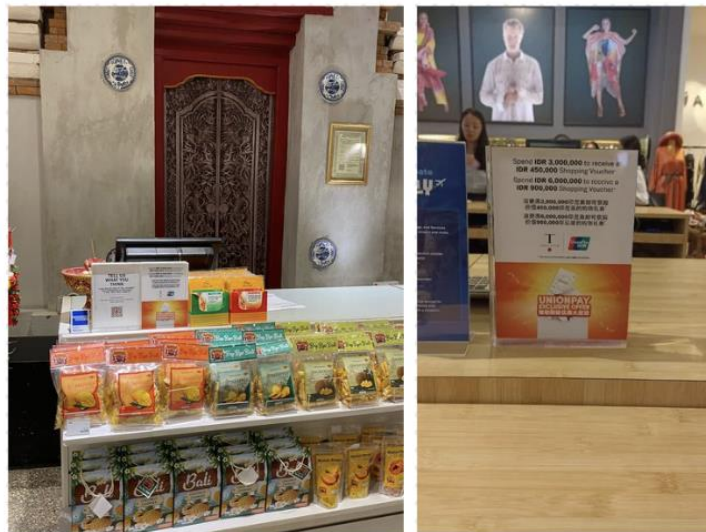


### 3) A5 Tent Card



Gambar 3.25 *Guideline Penyuntingan Mockup 3*  
Sumber: PDF *Guideline Editing DFS*

Pada *guideline* berikutnya, terdapat dua foto untuk disunting. Foto pertama dengan ukuran yang lebih kecil, di mana kertas A5 tersebut diletakkan depan kasir seperti *flyer*. Sedangkan itu, pada foto kedua, foto yang diambil adalah versi lebih *zoom in*.

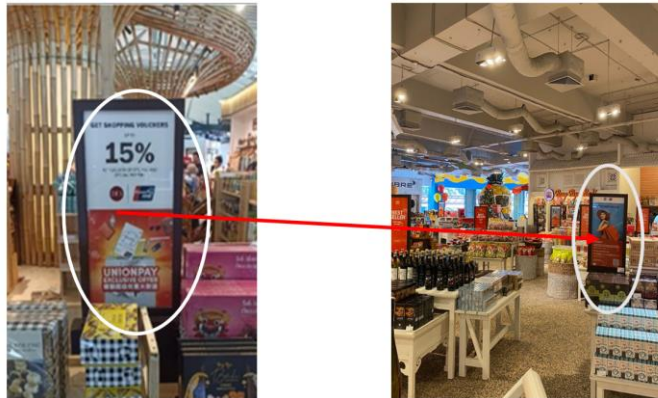


Gambar 3.26 Hasil Penyuntingan *Mockup 3*  
Sumber: Hasil Karya Penulis

Pada foto hasil editan, poster tampak menyatu dengan foto. Sama seperti editan sebelumnya, penulis bermain pada *layer* yang diberi efek berbeda, yakni *screen*, *linear color*, dan *multiply*. *Multiply* memberi efek “penggelapan” sehingga poster tidak tampak “ditempel” pada foto. Karena posisi A5 *Tent Card* tersebut

posisinya membelakangi cahaya, maka poster tersebut condong tampak gelap. Dengan demikian, layer *multiply* mendominasi sebagai efek yang digunakan.

#### 4) *Table Pylon*



Gambar 3.27 *Guideline Penyuntingan Mockup 4*  
Sumber: PDF *Guideline Editing DFS*

Pada *guideline* berikutnya, foto yang diambil berada di dalam toko. Foto yang ingin disunting diambil dari versi jarak jauh dengan sudut yang berbeda. Foto hasil editan kemudian dilampirkan di bawah ini.



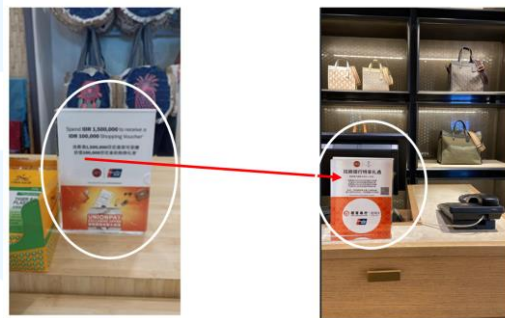
Gambar 3.28 Hasil Penyuntingan *Mockup 4*  
Sumber: Hasil Karya Penulis

Untuk kasus ini, poster diletakkan pada *table pylon*. Penulis masih menggunakan efek *multiply* untuk menyatukan warnanya agar tampak realistis. Foto tidak akan bisa menampilkan warna



yang terlalu terang seperti ketika manusia menatap layar *laptop*, sehingga penggunaan *multiply* menjadi penting dalam prosesnya. Refleksi cahaya pada *table pylon* digambar satu per satu oleh penulis dengan *brush* berukuran kecil, sehingga pantulan cahayanya tampak *slim* dan tidak terlalu *eyecatching*.

### 5) A5 Tent Card All Cashier



Gambar 3.29 *Guideline Penyuntingan Mockup 5*  
Sumber: PDF *Guideline Editing DFS*

Editasi terakhir berfokus pada *A5 tent card*. *Tent card* tersebut diposisikan di kasir. Penulis diminta untuk menggantikan konten seperti yang dilingkari pada bagian *guideline*. Dengan demikian, hasil karya editan penulis terlampir di bawah ini.



Gambar 3.30 Hasil Penyuntingan *Mockup*  
Sumber: Hasil Karya Penulis

Foto editan terakhir masih berupa *A5 tent card*. Proses pengeditan masih menggunakan efek *multiply*, *linear dodge*, dan *screen*. Hanya saja, pada foto contoh, cahaya datang dari sebelah kiri dan poster yang ditampilkan tidaklah *flat*. Untuk membuat efek yang sama, penulis membuat *base* gradien putih di kiri, warna dasar di tengah, dan warna lebih gelap di sebelah kanan. *Base* tersebut diletakkan di bawah layer *multiply*, *linear dodge*, dan *screen*. Dengan demikian, foto yang didapatkan menjadi lebih realistis.

### **3.4 Kendala dan Solusi Pelaksanaan Magang**

Kendala merupakan suatu hambatan yang tidak dapat dihindari dalam berproses. Kendala sifatnya beragam dan tidak dapat diprediksi. Untuk mengatasi kendala-kendala tersebut, penggunaan solusi yang tepat merupakan kebutuhan utama.

#### **3.4.1 Kendala Pelaksanaan Magang**

Selama magang, penulis menemukan beragam kendala. Kendala-kendala tersebut berkaitan dengan kesalahan teknis *software* dan juga berhubungan dengan manusia. Kendala teknis yang pertama adalah *software* yang *crash*. Selama bekerja, penulis menggunakan aplikasi Adobe Illustrator, Adobe Photoshop, serta Clip Studio Paint sebagai media pengerjaan. Adobe Illustrator merupakan *software* yang paling sering *crash* dikarenakan pekerjaan utamanya dikerjakan di aplikasi tersebut dengan ukuran *file* yang cukup besar. Sebagai hasilnya, proses pengerjaan penulis sering hilang meskipun sudah sering menyimpan progres.

Kendala teknis yang kedua adalah pengujian kreatifitas. Penulis yang merencanakan sendiri tipe desain visual yang diperlukan dalam sosial media untuk keperluan *marketing*. Hal tersebut menjadi suatu kendala penulis dalam memutuskan karya visual yang dibuat karena kebingungan yang timbul akibatnya.

### 3.4.2 Solusi Pelaksanaan Magang

Penulis menyadari bahwa *click* yang berulang ketika Adobe Illustrator sedang menyimpan *file* dapat memicu *crash*, sehingga penulis belajar untuk lebih bersabar dalam mengolah aplikasi tersebut. Selain itu, *file* yang hilang akibat *crash* dadakan memang tidak dapat dipungkiri. Penulis mengerjakan ulang desain tersebut untuk kembali mendapatkan kembali *file* yang hilang. Dengan demikian, solusi untuk kendala pertama telah diselesaikan dengan baik.

Sedangkan itu, kendala kedua tentang pengujian kreatifitas juga mendapatkan solusi yang layak. Solusi tersebut berupa komunikasi antara penulis dengan atasan. Pertama-tama, penulis membuat semua desain yang penting menurut penulis. Setelah itu, penulis akan mendiskusikannya dengan atasan untuk mendapatkan *feedback* yang sesuai sebelum kembali melanjutkannya. Dengan demikian, solusi untuk kendala kedua juga turut selesai.