

BAB III

PELAKSANAAN MAGANG

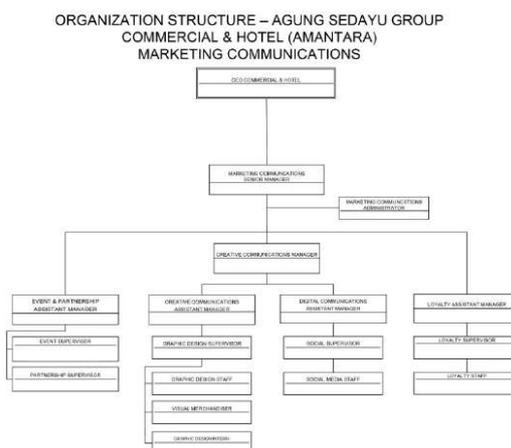
3.1 Kedudukan dan Koordinasi Pelaksanaan Magang

Dalam PT. Amantara Sinar Gemilang, penulis berperan sebagai *Graphic Designer Intern* di divisi *Marketing Communication*, di mana penulis bertanggung jawab dalam pembuatan media promosi aplikasi PIK Experience dan Enjoy pik. Pada proses pembuatan, penulis melakukan kerja sama dengan tim kreatif untuk menghasilkan konten visual berupa poster, videotron, dan materi digital lainnya. Dalam proses alur kerja, penulis memulai dengan menerima brief dari tim, lanjut ke tahap desain lalu penulis menyerahkan desain untuk diberikan *feedback* dan penulis lanjut ke desain final yang siap digunakan.

3.1.1 Kedudukan Pelaksanaan Magang

Divisi *Marketing Communication* atau MarCom di PT. Amantara Sinar Gemilang terdiri dari beberapa sub-divisi yakni *Event & Partnership*, *Creative Communications*, *Digital Communications* dan *Loyalty*.

Tabel 3.1 Struktur Organisasi



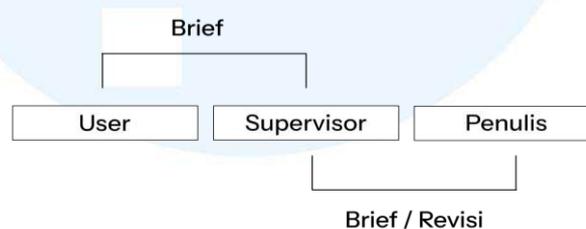
Dapat terlihat dari tabel di atas, penulis berada dalam sub divisi *Creative Communication* dimana fokus penulis yakni dalam pembuatan

desain poster, aplikasi PIK Experience, materi promosi aplikasi dan lainnya. Berikut merupakan gambaran dari struktur organisasi sebagai berikut. Dalam proses pengerjaan, penulis harus melakukan asistensi kepada supervisor desain grafis lalu diikuti dengan user.

3.1.2 Koordinasi Pelaksanaan Magang

Proses koordinasi kerja penulis dimulai dari penulis mendapatkan arahan kebutuhan desain dari user melalui Google Sheets yang berisi informasi ukuran dan materi yang dibutuhkan. Setelah itu, penulis dibrief oleh *Graphic Design Supervisor* untuk memperjelas konsep dan detail desain yang dibutuhkan secara lisan.

Tabel 3.2 Tabel Koordinasi Kerja



Proses desain pun dimulai, dimana penulis mencari referensi dan mulai membuat konsep visual sesuai brief yang diberikan. Setelah selesai, desain awal diberikan kepada supervisor untuk *approval*, kemudian diteruskan kepada user untuk mendapatkan *feedback* lebih lanjut. Jika terdapat revisi, maka penulis melakukan perbaikan sesuai dengan *feedback* yang berikan dan hasil tersebut diberikan kembali kepada user hingga desain siap untuk digunakan.

3.2 Tugas yang Dilakukan

Setelah 4 bulan proses kerja magang penulis di Amantara, Setiap proyek desain yang diberikan kepada penulis memiliki *timeline* pengerjaan yang berbeda-beda sesuai dengan *output* yang diinginkan. Berikut merupakan *timeline* perancangan pengerjaan proyek penulis di Amantara by Agung Sedayu Group.

Tabel 3.3 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Magang

Minggu	Tanggal	Proyek	Keterangan
1	1-5 July 2024	- Perancangan materi promo tenant untuk aplikasi PIK Experience	Penulis mengikuti prosedur perusahaan mulai dari induction untuk perkenalan perusahaan dan mulai merancang beberapa desain yang akan ditampilkan di aplikasi PIK Experience.
2	8-12 July 2024	- Perancangan desain Exclusive Offers	Penulis diberikan brief untuk mendesain promosi “Exclusive Offers” yang akan digunakan selama 3 bulan.
3	15-19 July 2024	- Perancangan Deck untuk fase 1 aplikasi PIK Experience	Penulis diarahkan untuk merancang deck untuk perubahan yang akan dilakukan di fase 1 mulai dari wireframe dan referensi aplikasi.
4	22-26 July 2024	- Perancangan aplikasi fase 1 menggunakan figma	Penulis mulai merancang perubahan fase 1 dan parallel mendesain materi untuk PIK Experience.
5	29 July – 2 Agustus 2024	- <i>Sketch cover brand book</i> Amantara - <i>Sketch Green Sedayu Mall</i> - Desain UI/UX PIK Experience	Penulis membuat beberapa sketsa untuk media promosi dan mulai melanjutkan proyek penulis yakni mendesain UI/UX aplikasi.
6	5 – 9 Agustus 2024	- Desain logogram Sedayu Point - Desain UI/UX PIK Experience	Disela desain UI/UX PIK Experience, penulis juga merancang salah satu asset dari aplikasi yakni sedayu point
7	12 - 16 Agustus 2024	- Liput acara <i>holiday fantastic</i> - Desain UI/UX PIK Experience	Liputan acara “ <i>Fantastic Holiday</i> ” untuk konten Instagram story EnjoyPIK

8	19 – 23 Agustus 2024	<ul style="list-style-type: none"> - Rewards Katalog PIK Experience - Rewards Voucher PIK Experience 	Selama menunggu hasil feedback UI/UX fase 1, penulis melanjutkan pembuatan materi PIK Experience
9	26 - 30 Agustus 2024	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Sketch</i> patung untuk Batavia PIK 	Penulis diberi arahan untuk menggambar beberapa sketsa untuk bentuk patung yang akan dibuat di Batavia PIK
10	2 – 6 September 2024	<ul style="list-style-type: none"> - Adidas x PIK Experience - Desain <i>Parking Barrier</i> 	Merancang desain untuk materi promo Adidas x PIK Experience dengan berbagai ukuran.
11	9 – 13 September 2024	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Sketch</i> patung untuk Batavia PIK - Desain PPT Quarter 3 	Melakukan revisi dan penambahan sketsa patung batavia
12	16 – 20 September 2024	<ul style="list-style-type: none"> - Desain materi Free Wifi - Desain Roll Banner - Desain asset PIK Experience 	Merancang desain Free Wifi untuk materi PIK Experience dan beberapa turunan ukuran, desain roll banner dengan materi general PIK Experience
13	23 – 27 September 2024	<ul style="list-style-type: none"> - Desain materi Free Wifi - Desain materi “<i>Change Number Announcement</i>” - Desain deck ratecard PIK Experience x Enjoy PIK 	Melakukan revisi dan penambahan logo pada materi Free Wifi, desain materi untuk pengumuman perubahan nomor telepon dengan beberapa ukuran
14	30 September – 4 Oktober 2024	<ul style="list-style-type: none"> - Desain PIK Experience lounge - Video promosi PIK Experience x Enjoy PIK 	Merancang desain sticker kaca untuk area PIK Experience lounge dan edit video promosi aplikasi

15	7 – 13 Oktober 2024	<ul style="list-style-type: none"> - Liput acara Indonesia Design Week - Desain materi “<i>Exclusive Offers</i>” 	Liput acara Indonesia Design Week untuk konten Instagram Enjoy PIK dan perancangan materi “ <i>Exclusive Offers</i> ” berserta dengan video animasi
16	14 – 18 Oktober 2024	<ul style="list-style-type: none"> - Desain LED dan Neon Box Central Market - Deck UI/UX aplikasi PIK Experience fase 2 	Desain materi PIK Exeperience untuk site Central Market dan mengumpulkan referensi untuk PIK Experience fase 2
17	21 – 25 Oktober 2024	<ul style="list-style-type: none"> - Desain UI/UX PIK Experience fase 2 	-
18	28 – 31 Oktober 2024	<ul style="list-style-type: none"> - Desain UI/UX PIK Experience fase 2 - Desain app store priview untuk aplikasi PIK Experience 	Mengupdate desain app store preview sesuai dengan perubahan yang ada pada fase 1

3.3 Uraian Pelaksanaan Magang

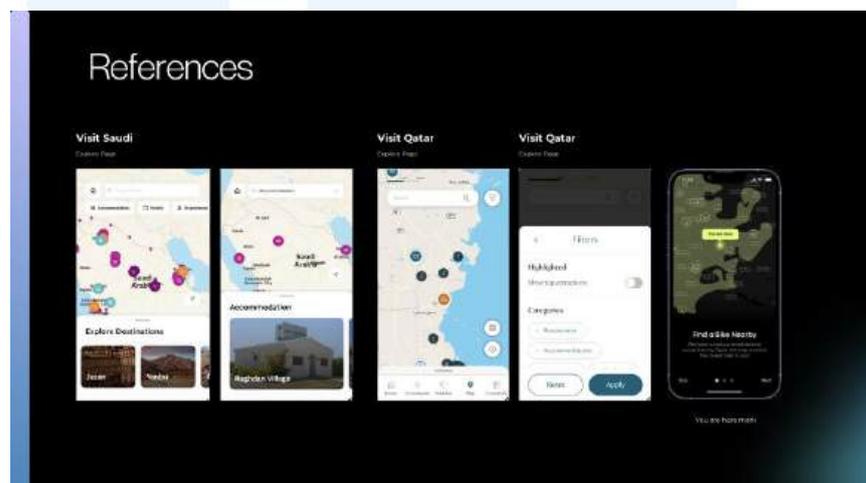
Setelah 4 bulan proses kerja magang penulis di Amantara, penulis mendapatkan berbagai kesempatan untuk merancang materi yang mendukung kampanye perusahaan. Sejumlah proyek kerja yang cukup variatif dari desain poster, perancangan UI/UX Aplikasi dan pembuatan konten untuk sosial media. Pengalaman ini memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang bagaimana desain berfungsi dalam mendukung tujuan perusahaan secara keseluruhan. Berikut merupakan beberapa proyek yang dirancang oleh penulis.

3.3.1 Perancangan UI/UX PIK Experience

Perancangan UI/UX Aplikasi PIK Experience merupakan proyek penulis yang paling panjang dan kompleks. Proyek ini membutuhkan waktu yang cukup lama dikarenakan beberapa faktor salah satunya yakni selama proses perancangan UI/UX penulis melakukan kolaborasi dan koordinasi

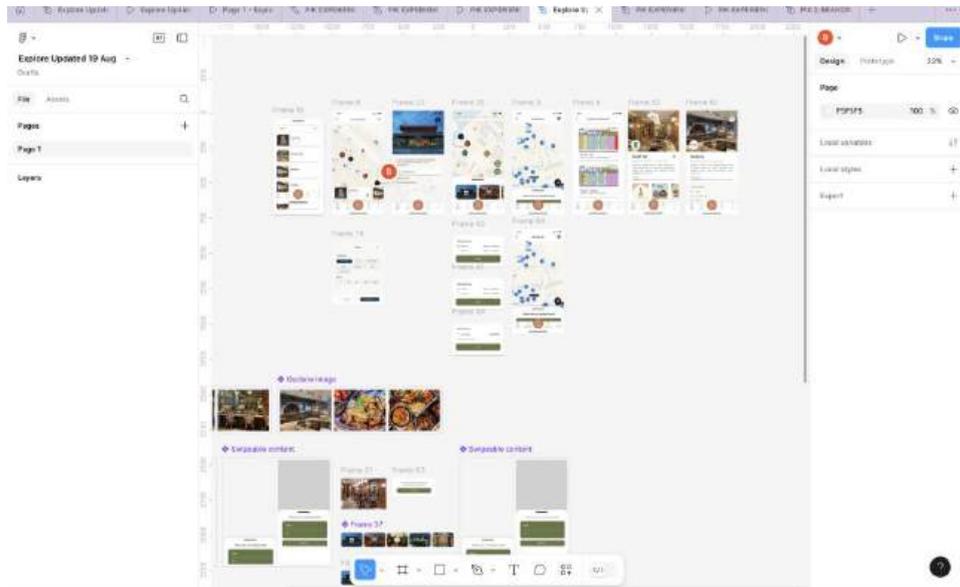
kepada beberapa tim yang berbeda yakni dari tim Loyalty, tim IT dan tim eksternal. Perancangan UI/UX aplikasi PIK Experience juga dibagi menjadi beberapa tahap yakni perubahan fase 1 dimana perubahan hanya dilakukan untuk memunculkan fitur baru dan perubahan fase 2 yang hingga saat ini masih dalam proses pengerjaan karena perubahan fase 2 merupakan perubahan secara keseluruhan untuk tampilan aplikasi PIK Experience.

Sebelum mulai pada tahap desain, penulis melakukan berbagai riset yang mendalam dan komprehensif untuk memastikan bahwa aplikasi yang dikembangkan sesuai dengan kebutuhan pengguna. Berikut referensi yang diajukan penulis untuk pengembangan aplikasi PIK Experience fase 1.



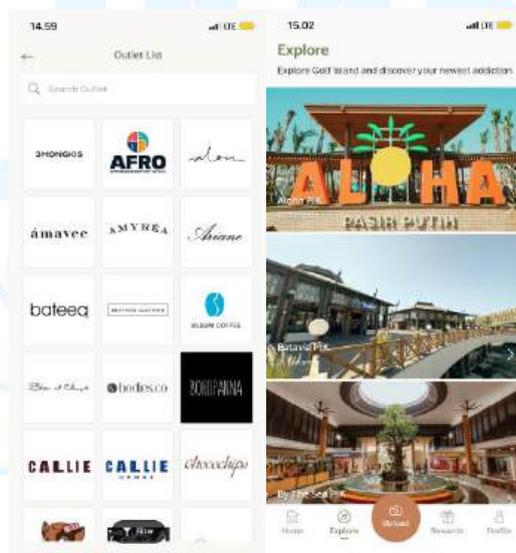
Gambar 3.1 Referensi UI/UX Aplikasi PIK Experience

Dari *deck* tersebut setelah penulis mendapatkan persetujuan untuk meneruskan desain aplikasi. Proses perancangan desain aplikasi, penulis menggunakan software Figma dengan *frame device* iphone 14 pro. Untuk beberapa aset, penulis harus mengikuti dan menggunakan aset yang telah ada. Namun, untuk beberapa yang aset seperti ilustrasi PIK, penulis merancang dengan menggunakan *sketch* pada aplikasi Procreate. Berikut merupakan tampak visual *board* figma penulis.



Gambar 3.2 Proses perancangan UI/UX Aplikasi PIK Experience fase 1

Berikut merupakan tampilan awal dari fitur *explore* pada aplikasi PIK Experience sebelum dilakukan perubahan fase 1. Pada versi ini, tata letak hanya menampilkan daftar *business unit* yang tersedia di kawasan PIK tanpa dilengkapi dengan fitur *interactive maps* yang dapat memudahkan pengguna dalam mencari lokasi. Selain itu, perubahan yang ada yakni pada tampilan tenants, dimana ada penambahan fitur filter yang dapat memudahkan pengguna dalam mencari tenant yang diinginkan.



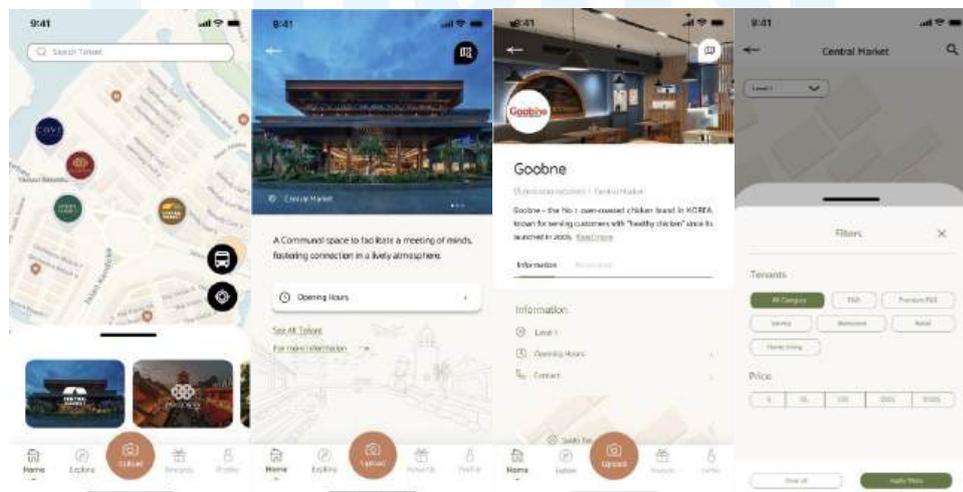
Gambar 3.3 Tampilan fitur Explore sebelum fase 1

Setelah tahap *research*, berikut merupakan draft awal perubahan fitur *explore* yang sebelumnya hanya menampilkan foto-foto dari site menjadi *interactive map*. Hasil dari draft desain tersebut merupakan hasil yang telah melewati beberapa tahap revisi.



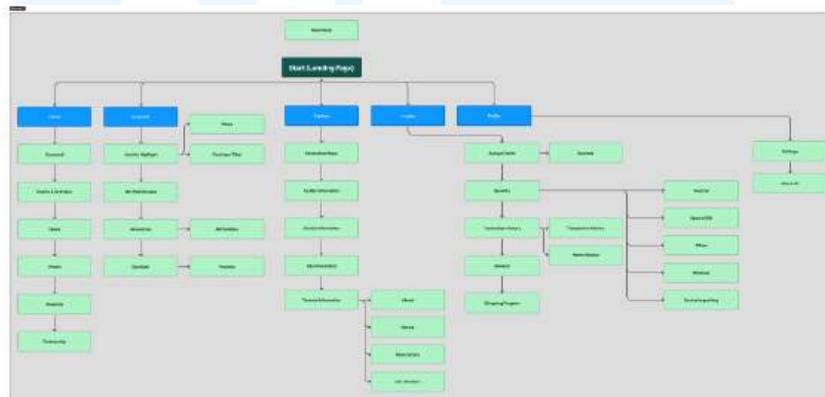
Gambar 3.4 Draft Desain UI/UX Aplikasi PIK Experience fase 1

Setelah desain draft, penulis dan tim loyalty menginisiasikan meeting dengan tim IT untuk membahas perubahan tersebut dan memperlihatkan UI/UX desain. Namun, adanya beberapa kendala yang tidak dapat diubah, maka penulis dan tim loyalty memutuskan untuk mengubah beberapa *layout* dari tampilan draft tersebut. Berikut merupakan hasil final dari beberapa tahap revisi fitur *explore*.



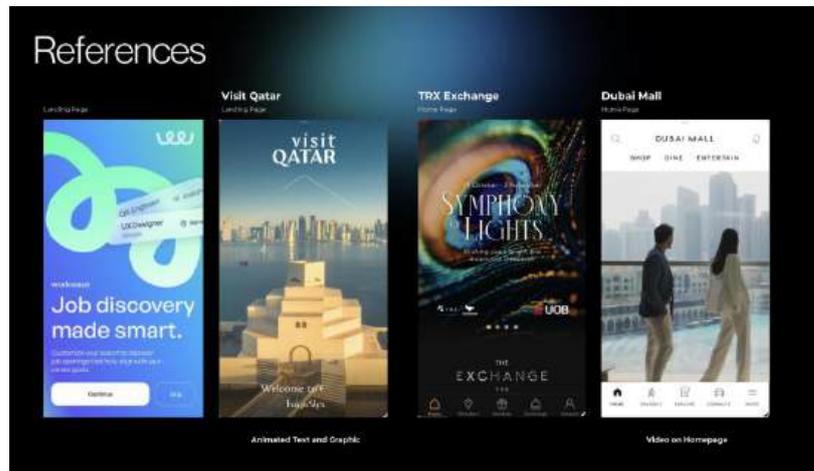
Gambar 3.5 Finalisasi Desain UI/UX Aplikasi PIK Experience

Dari perubahan tampilan *explore* di fase 1, penulis diberi arahan untuk melanjutkan riset dan mencari referensi untuk perubahan tampilan di fase 2 dimana pada tahap fase 2, tampilan aplikasi berubah total mulai dari *splash screen* hingga *home navigation*. Hingga saat ini proses pengerjaan desain untuk fase 2 masih berlanjut namun, penulis telah memberikan *deck presentasi* kepada user terkait perubahan yang dibutuhkan. Pada tahap fase 2, penulis mulai dengan menganalisis *feedback* dari versi sebelumnya. Dari analisis ini, penulis mulai menyusun *user flow*. Berikut merupakan *user flow* dari perubahan UI/UX aplikasi PIK Experience.



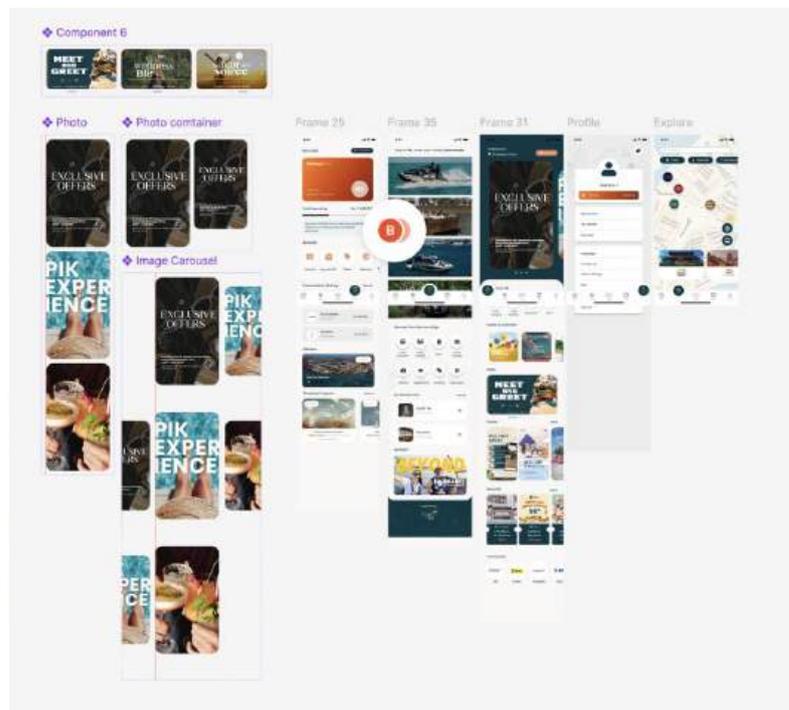
Gambar 3.6 User flow aplikasi PIK Experience

Setelah tahap penyusunan *user flow*, penulis melanjutkan proses UI/UX dengan pencarian referensi desain. Langkah ini bertujuan untuk mendapatkan inspirasi visual dan ide-ide baru untuk menambahkan pengalaman pengguna. Referensi yang dicari mencakup berbagai elemen, seperti tata letak, tipografi, dan animasi. Penulis mengambil contoh dari aplikasi serupa dan juga tren desain terkini untuk memastikan desain yang dihasilkan akan tetap terlihat relevan, modern dan mudah digunakan. Hasil dari pencarian referensi ini akan digunakan sebagai acuan untuk memperbaiki dan menyempurnakan *user flow* yang telah dibuat sebelumnya. Berikut merupakan contoh referensi untuk aplikasi PIK Experience fase 2.



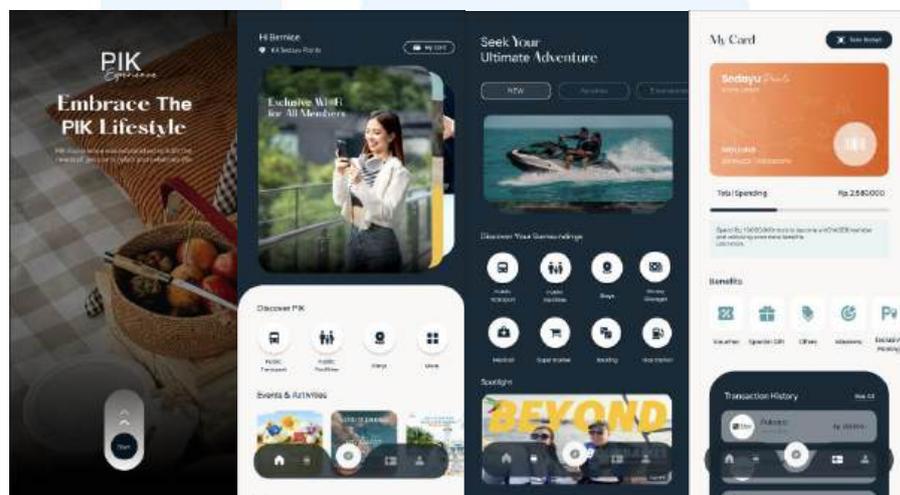
Gambar 3.7 Referensi tampilan aplikasi PIK Experience fase 1

Setelah tahap *user flow* dan pencarian referensi, penulis melanjutkan proses desain dengan menggunakan software figma. Pada tahap awal ini, desain telah disesuaikan dengan hasil diskusi dengan tim. Dimana desain tidak hanya menarik secara visual, namun juga disesuaikan dengan kebutuhan dan preferensi dari pengguna. Berikut merupakan hasil UI/UX untuk *draft* awal perubahan aplikasi PIK Experience di fase 2.



Gambar 3.8 Proses pengerjaan UI/UX fase 2

Setelah tahap *draft*, penulis melakukan presentasi kepada tim dan mendapatkan masukan. Selanjutnya, penulis melakukan penyesuaian pada elemen-elemen desain lagi dan menyesuaikannya kembali kepada identitas visual PIK. Selama pengerjaan, penulis tetap aktif dalam berkomunikasi dengan tim agar keputusan desain akan sesuai dengan ekspektasi tim. Berikut merupakan hasil opsi desain terbaru yang diberikan penulis kepada user terkait tampilan terbaru PIK Experience.



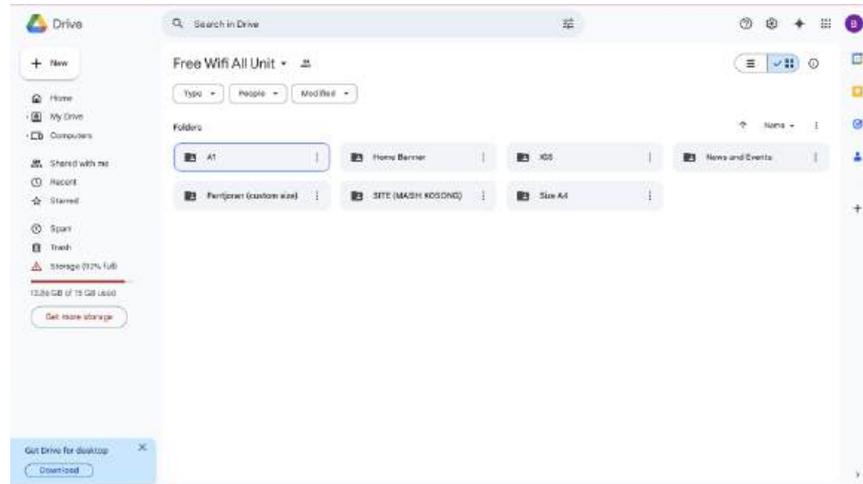
Gambar 3.9 Draft Desain UI/UX Aplikasi PIK Experience fase 2

Untuk pengembangan di fase 2, PIK Experience mencakup fitur lebih luas dimana bukan hanya menjadi aplikasi loyalty dan kawasan, namun pengguna juga dapat melakukan transaksi pembelian tiket konser dan lainnya. Selama proses pengerjaan, penulis melakukan berbagai revisi mulai dari revisi minor dan mayor dikarenakan adanya perubahan dari *branding* PIK 2 oleh karena itu hingga saat ini proses pengerjaan masih berlangsung.

3.3.2 Konten Promosi PIK Experience App

Promosi Aplikasi PIK Experience bertujuan untuk meningkatkan kesadaran pengunjung sekaligus mengajak pengunjung untuk menggunakan aplikasi PIK Experience. Isi dari konten promosi tersebut berupa pengenalan fitur dan *benefit* aplikasi. Pada tahap perancangan, penulis diberi

Penulis kemudian membuat *draft* awal desain yang meliputi elemen visual, tata letak, dan konten utama.



Gambar 3.11 Google drive pengumpulan hasil desain

Dari *draft* yang telah dibuat, penulis mengunggah hasil kerja tersebut ke dalam folder khusus yang telah disediakan oleh tim. Proses ini memungkinkan semua pihak yang terlibat dapat mengakses dan mengevaluasi desain tersebut. Namun sebelum masuk ke tahap ini, penulis telah memastikan bahkan desain yang dibuat telah dibuat sesuai dengan *brief* yang diberikan.

Feedback yang diberikan oleh tim dilakukan secara verbal. Masukan yang diterima akan digunakan sebagai acuan untuk melakukan revisi guna menyempurnakan desain. Setelah revisi selesai, desain tersebut kembali diajukan untuk mendapatkan persetujuan lebih lanjut. Proses ini akan terus diulang hingga desain mencapai persetujuan akhir dari semua pihak yang terkait.

3.3.2.1 *Campaign Your Guide to PIK at Your Fingertips*

Campaign ini bertujuan untuk memberikan *awareness* kepada pengguna untuk aplikasi PIK Experience. Informasi yang disampaikan berupa fitur-fitur dan *benefit* yang ditawarkan oleh PIK Experience. Proses perancangan beberapa *campaign* ini penulis menggunakan software photoshop. Proses pembuatan ini juga melibatkan tahapan *brainstorming*

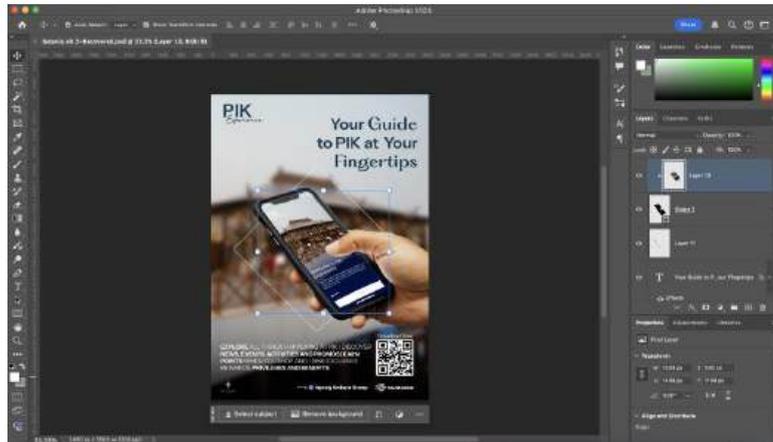
untuk menentukan konsep visual yang sesuai dengan tema dan tujuan *campaign*. Penulis juga memastikan bahwa elemen-elemen visual, seperti warna, tata letak dan ilustrasi tetap konsisten dengan *guideline* PIK Experience. Selain itu, penulis juga memperhatikan *feedback* dari tim terkait bagian penting dalam informasi yang ingin disampaikan.

Berikut contoh pertama untuk poster *campaign* “Your Guide to PIK at Your Fingertips”. Untuk poster yang pertama yakni untuk peletakan di business unit Batavia PIK. Berikut merupakan *draft* awal untuk desain *campaign* ini, penulis menggunakan *background* yang diambil dari situs shutter stock.



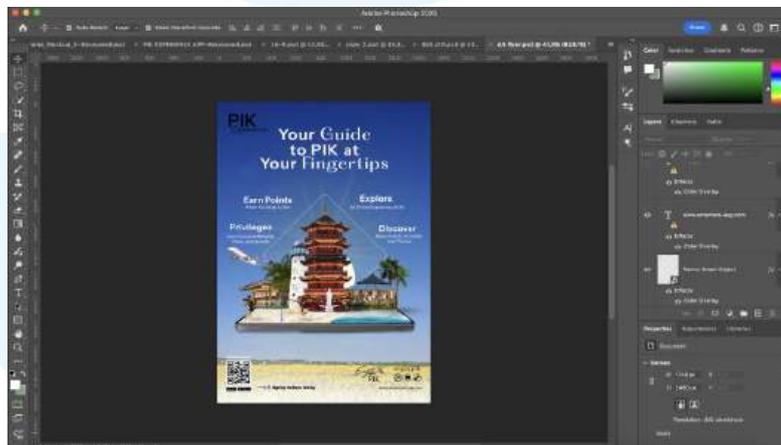
Gambar 3.12 Draft desain *campaign* untuk Batavia PIK

Namun setelah melakukan *preview* dengan tim, penulis mendapatkan beberapa masukan untuk perubahan desain agar menggunakan aset foto dari Batavia PIK. Oleh karena itu, penulis memilih menggunakan foto yang sedikit di *blur* agar *audience* tetap fokus pada *point* utama yakni ponsel yang menonjolkan aplikasi PIK Experience. Berikut merupakan *draft* desain yang final.



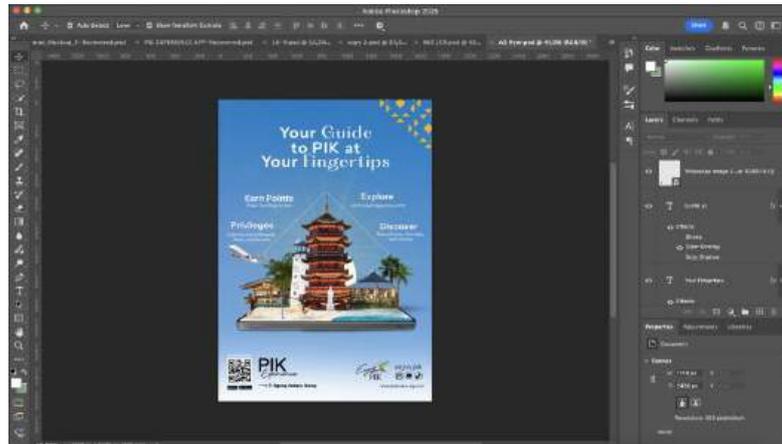
Gambar 3.13 Draft final desain *campaign* untuk Batavia PIK

Proyek berikutnya merupakan proyek untuk desain yang dapat digunakan pada seluruh *business unit*. Pada proyek ini penulis memperlihatkan visual dari beberapa business unit yang ada di PIK Experience seperti Pantjoran, Land's End, East Coast dan Central Market. Berikut merupakan *draft* awal dari desain materi general.



Gambar 3.14 Draft desain *campaign* untuk materi general

Setelah penulis melakukan *preview draft* desain awal ke tim, penulis mendapatkan persetujuan untuk desainnya namun dengan melakukan perubahan minor seperti mengganti beberapa posisi *layout* tipografi dan menambahkan beberapa elemen grafis. Berikut merupakan hasil final dari *draft* desain untuk materi *general*.



Gambar 3.15 Draft desain final *campaign* untuk materi general

Untuk aset seperti tipografi penulis menggunakan font yang telah ada pada *guideline* PIK Experience yakni font “PP Hatton” dan “Instrument sans”. Sama halnya dengan semua desain yang dirancang oleh penulis, berikut merupakan preview beberapa poster untuk *Campaign Your Guide to PIK at Your Fingertips* yang telah disetujui dan digunakan.



Gambar 3.16 *Campaign Your Guide to PIK at Your Fingertips*

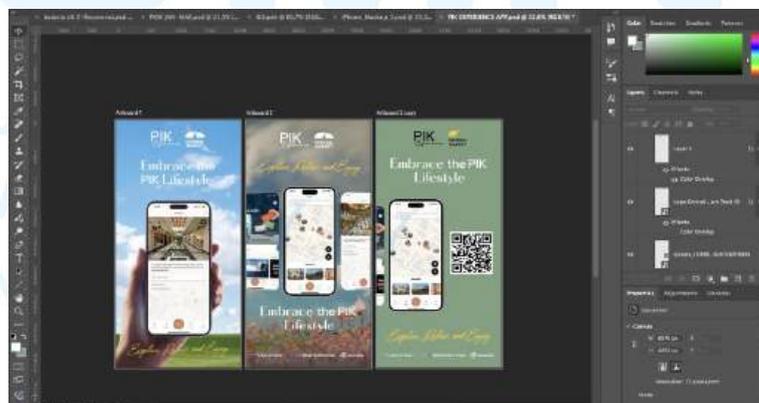
Poster dari *campaign* ini akan dibagi dan disebarluaskan melalui media cetak dan juga media *online*. Untuk *campaign* ini, ada dua jenis desain, yakni desain yang dapat digunakan di semua *business unit* dan desain yang sudah disesuaikan dengan aset dari *business unit* tersebut. Untuk tambahan aset

gambar atau ilustrasi, penulis mencari dan menggunakan aset pembuatan pribadi yang dicampur dengan aset gambar dari platform seperti Shutterstock.

3.3.2.2 *Campaign Embrace the PIK Lifestyle*

Dalam industri kreatif yang bergerak cepat seperti ini, desain sering kali mengalami perubahan termasuk perubahan *campaign*, karena kebutuhan dari promosi dan juga perkembangan tren. Pembaruan dilakukan secara berkala untuk memastikan masyarakat tetap terinformasikan dengan update baru. Hal ini akan menjadikan fleksibilitas dan kecepatan dalam proses desain karena faktor penting dalam industri ini adalah materi yang disampaikan.

Campaign terbaru dari PIK Experience berjudul “*Embrace the PIK Lifestyle*” dimana pada *campaign* ini lebih simpel dan langsung pada intunya. *Campaign* ini hanya menampilkan fitur-fitur aplikasi, judul dan tagline baru yakni “*Explore, Experience, Enjoy*”. Untuk aset yang digunakan pada *campaign* ini, serupa dengan *campaign* sebelumnya dimana *main font* yang digunakan yakni “PP Hatton” dan “Instrument sans”. Namun, untuk *campaign* ini ada penambahan font yakni “Bon Vivant”. Selain itu, untuk aset lainnya penulis tetap mengikuti *guideline* pada masing-masing *business unit*. Berikut merupakan *draft preview* dari *campaign embrace the PIK Lifestyle* untuk *business unit* Central Market dan By The Sea:



Gambar 3.17 Draft desain *campaign* “Embrace the PIK Lifestyle”

Dalam pembuatan *draft* desain, terutama untuk kebutuhan *business unit*, penulis biasanya memulai dengan meminta aset untuk dijadikan *guideline* dari *business unit* terkait, seperti logo dan elemen visual. Aset-aset tersebut kemudian diolah dan dikembangkan menjadi desain baru. Setelah itu, penulis akan mengajukan 2-3 *draft* desain kepada tim untuk dipertimbangkan dan di finalisasikan. Berikut merupakan contoh desain final yang telah dipilih oleh tim.



Gambar 3.18 Campaign Embrace the PIK Lifestyle

Campaign ini merupakan *campaign* terbaru dimana hingga saat ini masih berjalan. Dengan konsep ini, harapannya yakni dapat memperkenalkan gaya hidup modern yang ditawarkan oleh PIK kepada masyarakat yang lebih luas mulai dari kalangan atas hingga menengah. Harapannya, *campaign* ini tidak hanya meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap aplikasi PIK Experience tetapi juga memperkuat citra PIK sebagai pusat gaya hidup yang lengkap dan terintegritas.

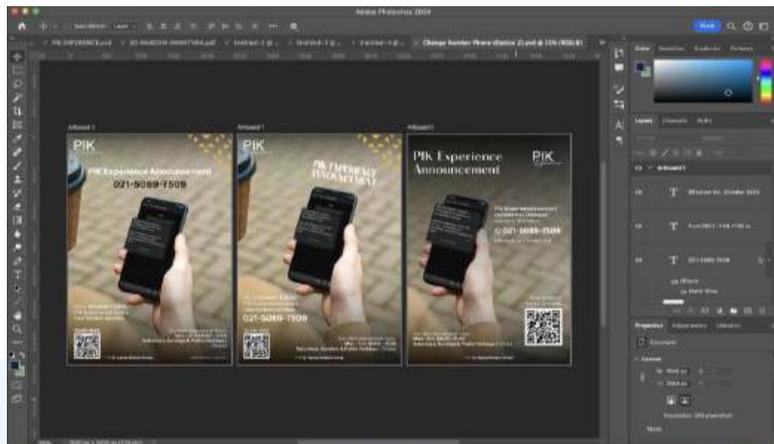
3.3.3 Konten Pengumuman PIK Experience App

PIK Experience juga rutin memberikan mengumumkan setiap adanya perubahan atau informasi baru terkait aplikasi ataupun *benefit* penggunaan aplikasi. Tujuan dari pengumuman ini adalah agar pengguna tetap terinformasi dengan *update* baru. Selama program kerja adanya beberapa proyek seperti pengumuman pergantian nomor kontak PIK Experience, pengumuman Wi-fi gratis di site amantara dan informasi jadwal bus baru di daerah PIK.

Seluruh konten pengumuman dirancang berdasarkan kebutuhan untuk memberikan informasi yang jelas dan mudah dipahami oleh pengguna. Desain visual dan pesan yang digunakan disesuaikan dengan platform yang digunakan, baik itu media sosial atau aplikasi, agar informasi dapat dengan cepat tersampaikan. Penekanan yang digunakan pada elemen-elemen seperti tipografi dan visual yang konsisten membantu meningkatkan visibilitas pengumuman dan memastikan pengguna dapat mengakses dan informasi dengan mudah.

3.3.3.1 Pengumuman perubahan nomor kontak

Salah satu pengumuman penting yang dilakukan oleh pihak PIK Experience yakni untuk menginformasikan adanya perubahan nomor kontak. Tujuan dari informasi tersebut yakni agar memastikan pengguna tetap dapat mengakses layanan yang mereka butuhkan dengan mudah dan cepat. Informasi tersebut juga dipublikasikan dua minggu sebelum jadwal perubahan. Berikut merupakan *preview draft* desain awal untuk materi perubahan nomor kontak.



Gambar 3.19 Progress desain perubahan nomor kontak

Dari tiga opsi di atas, user memilih opsi 3 untuk dijadikan *key visual*. Setelah berdiskusi dengan tim, tim memilih untuk menggunakan desain berikut, dimana adanya kebijakan baru di tengah proyek bahwa *guideline pattern* akan diubah.



Gambar 3.20 Finalisasi desain “PIK Experience Announcement”

Setelah penyempurnaan *key visual*, penulis melanjutkan proses desain yakni mengubah desain ke ukuran format lain

seperti untuk Instagram story, *home banner* dan *news and event* di aplikasi. Berikut merupakan *preview* hasil untuk ukuran Instagram story dan tampilan *home banner* di aplikasi.



Gambar 3.21 Hasil desain perubahan nomor kontak

Dalam proses perancangan materi desain untuk PIK Experience Announcement, penulis mengikuti arahan dari tim dengan memanfaatkan informasi yang diberikan secara verbal oleh supervisor. Setiap revisi yang diperlukan disampaikan dengan jelas, baik dalam bentuk arahan langsung maupun diskusi singkat untuk memastikan pemahaman yang tepat terhadap kebutuhan desain. Proses komunikasi yang efisien ini membantu penulis untuk segera melakukan penyesuaian tanpa kehilangan arah atau detail penting yang harus disertakan dalam desain.

3.3.3.2 Pengumuman Wi-Fi Gratis

Untuk meningkatkan kenyamanan pengunjung, PIK experience juga menyediakan Wi-Fi gratis di *business unit* amantara. Oleh karena itu, untuk memberikan *awareness*

kepada pengunjung, penulis diarahkan untuk membuat desain yang akan ditampilkan diseluruh *business unit*. Berikut merupakan *draft* awal desain untuk materi Wi-Fi gratis.



Gambar 3.22 Draft desain untuk materi Wi-Fi gratis

Setelah *draft* desain, penulis melakukan diskusi dengan tim dan mendapatkan masukan dimana *font* judul dipindahkan ke tengah poster. Selain itu adanya revisi hanya pada bagian penambahan *business unit*. Berikut merupakan hasil desain untuk materi tersebut.



Gambar 3.23 Desain poster pengumuman Wi-Fi gratis

Selain ukuran A4, penulis juga melakukan perubahan format untuk ukuran Instagram story, *Home banner*, *News and event*

dan beberapa ukuran lainnya. Berikut merupakan beberapa *preview* saat desain telah dipublikasikan di *business unit* Amantara. Penyesuaian format untuk berbagai platform ini dilakukan dengan mempertimbangkan karakteristik masing-masing media, seperti rasio aspek dan tata letak yang optimal. Penulis memastikan bahwa elemen desain seperti tipografi, warna, dan visual utama tetap konsisten di semua ukuran, sehingga pesan kampanye dapat tersampaikan dengan baik tanpa kehilangan identitas visualnya.



Gambar 3.24 Hasil poster pengumuman Wi-Fi gratis

Dalam proses pengerjaan desain materi ini, penulis mengalami kendala dalam pemilihan foto. Setelah melakukan pencarian, penulis kesulitan menemukan foto yang benar-benar sesuai dengan konsep dan kebutuhan desain yang diinginkan.

3.3.3.3 Pengumuman penambahan jadwal bus di area PIK

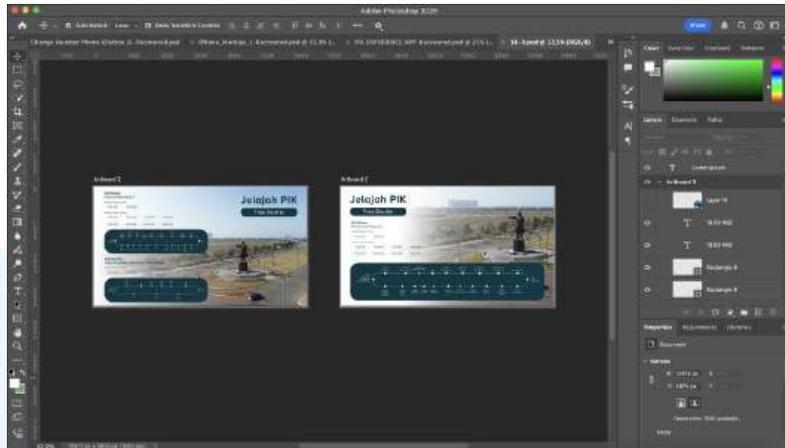
Sebagai upaya untuk meningkatkan kenyamanan pengguna saat menggunakan aplikasi, PIK Experience juga selalu menginformasikan penambahan jadwal bus di area PIK. Pengumuman ini bertujuan untuk memberitahukan pengguna tentang jadwal baru sehingga mereka akan selalu terupdate dan dapat merencanakan perjalanan mereka ke PIK dengan mudah. Untuk materi desain ini, penulis telah menerima desain dari tim operasional namun penulis diarahkan untuk mendesain ulang poster tersebut. Berikut merupakan desain awal yang diterima penulis.



Gambar 3.25 Poster jadwal bus sebelum direvisi

Selain melakukan desain ulang, penulis juga mendapatkan *brief* agar ukuran desain diubah menjadi format *landscape* dengan ukuran 16:9. Berikut merupakan final desain dari informasi penambahan jadwal bus di area PIK. Dalam proses penyesuaian ke format *landscape* 16:9, penulis memastikan tata letak desain tetap menarik dan mudah dibaca. Penulis menyesuaikan elemen-elemen visual seperti tipografi, ikon, dan ilustrasi agar tetap *proportional* dengan format baru tanpa

mengurangi informasi yang disampaikan. Berikut merupakan draft awal untuk desain penambahan jadwal bus.



Gambar 3.26 Draft desain bus “Jelajahi PIK”

Setelah *draft* awal, adanya beberapa masukan dari tim dari segi *layout* desain. Oleh karena itu, penulis membuat alternatif lain yang *simple*. Berikut merupakan progress selanjutnya dimana penulis mengubah total desain tersebut menjadi lebih minimalis agar bus lebih menonjol.



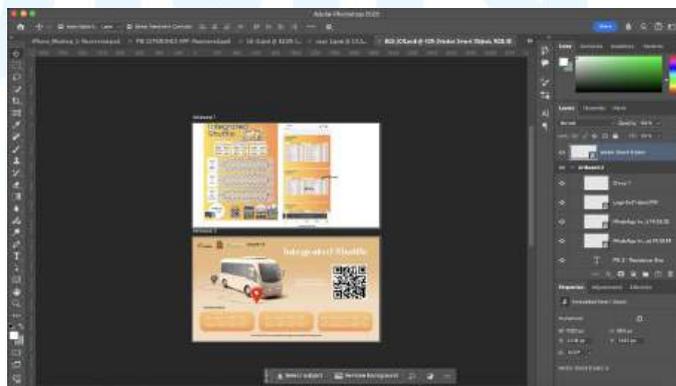
Gambar 3.27 Draft desain kedua “Jelajahi PIK”

Setelah proses diskusi dengan tim, penulis diarahkan untuk merapikan desain dengan memperbesar tipografi dan menambahkan 1 file baru yang hanya berisi rute bus tersebut. Berikut merupakan hasil akhir dari desain untuk jadwal bus.



Gambar 3.28 Hasil desain jadwal bus

Pada proyek perubahan jadwal bus “Integrated Shuttle”, desain yang diajukan oleh penulis berhasil mendapatkan persetujuan tanpa adanya proses revisi. Tahapan desain tersebut hanya menggunakan referensi dari hasil desain yang sebelum direvisi. Penulis hanya mengikuti guideline yang telah ada dan menambahkan beberapa elemen baru. Berikut merupakan proses pengerjaan desain “Integrated Shuttle”.



Gambar 3.29 Draft desain “Integrated Shuttle”

Setelah itu, penulis memastikan file sudah sesuai dengan ukuran dan format yang dibutuhkan. Penulis melanjutkan desain ke tahap selanjutnya yakni mengunggah file desain ke google drive yang telah disediakan oleh tim. Berikut merupakan hasil akhir dari desain “Integrated Shuttle”.

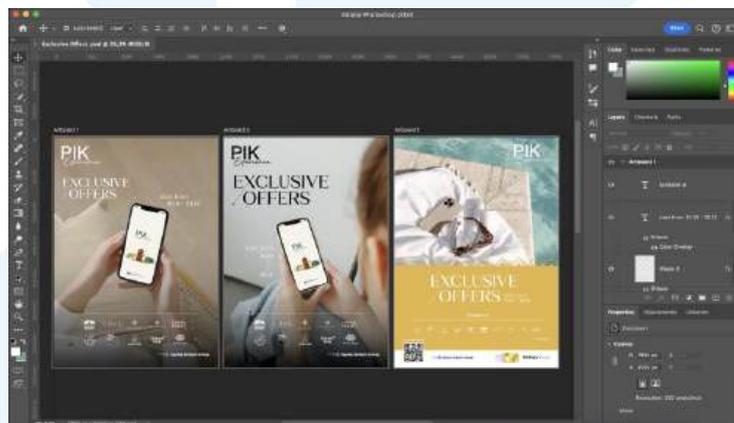


Gambar 3.30 Final desain “Integrated Shuttle”

Pada desain materi penambahan jadwal bus, penulis hanya menerima file dalam format JPG sebagai bahan utama, yang menyebabkan proses pengerjaan menjadi lebih menantang dan memakan waktu cukup lama. Karena format JPG tidak dapat diedit langsung, penulis harus merekonstruksi ulang elemen-elemen visual seperti, tata letak, dan gambar dengan presisi tinggi agar hasil akhirnya konsisten dengan desain asli. Proses ini melibatkan, pembuatan ulang elemen grafis, serta penyesuaian warna dan ukuran untuk memastikan desain tetap terlihat profesional dan sesuai dengan guideline yang berlaku. Tantangan ini membutuhkan ketelitian dan kemampuan teknis yang lebih untuk menghasilkan desain yang memenuhi standar kualitas.

3.3.4 Konten Promosi Loyalty Program “Exclusive Offers”

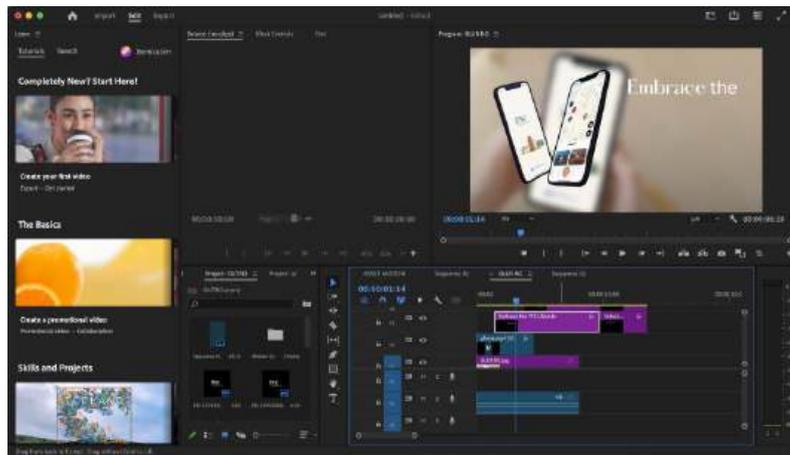
Loyalty program PIK Experience merupakan layanan yang dapat dinikmati oleh pengguna PIK Experience. Salah satu loyalty program dari PIK Experience adalah *Exclusive Offers*. *Exclusive Offers* merupakan program benefit yang dapat digunakan oleh member selama masa periode. Untuk materi ini, berlaku selama 3 bulan dan akan diperbaharui di bulan keempat. Konten dari *Exclusive Offers* akan diunggah pada aplikasi PIK Experience, media sosial @Enjoy.pik dan videotron. Dalam proses perancangan, pada tahap awal penulis mendapatkan brief desain dari tim *creative*, brief yang diberikan berupa materi desain dan ukuran desain. Tahap selanjutnya penulis melakukan riset dengan mencari referensi dan dilanjutkan dengan pembuatan key visual dan beberapa alternatifnya. Berikut merupakan proses pembuatan key visual. Proses pengerjaan key visual, penulis tetap menggunakan software photoshop.



Gambar 3.31 Progress desain “Exclusive Offers”

Setelah pembuatan key visual dan alternatif, *tim creative* memilih satu dari beberapa alternatif pilihan tersebut dan penulis melanjutkan proses desain. Untuk desain Exclusive Offers, penulis merancang berbagai ukuran seperti ukuran untuk Instagram Story, Instagram Feed, Poster, *News and Events*, *Rewards*, dan Poster. Berikut merupakan salah satu bentuk preview desain *Exclusive offers* untuk Instagram Feeds.

Setiap ukuran desain disesuaikan dengan karakteristik dan kebutuhan platform masing-masing. Penulis memastikan elemen-elemen utama, seperti



Gambar 3.33 Progress desain animasi “*Exclusive Offers*”

Dalam proses perancangan, penulis tidak mengalami kendala berarti karena brief dan materi yang diberikan sudah cukup lengkap dan jelas. Informasi yang disampaikan mencakup detail penting seperti ukuran desain, elemen visual yang harus digunakan, dan pesan utama yang ingin disampaikan. Kejelasan brief ini mempermudah penulis dalam menentukan arah desain, sehingga proses pengerjaan dapat berjalan dengan lancar dan efisien. Selain itu, komunikasi yang terjalin dengan tim terkait juga membantu penulis mendapatkan feedback yang konstruktif selama proses pengerjaan. Dengan demikian, penulis mampu menyelesaikan desain sesuai dengan tenggat waktu yang telah ditentukan dan memenuhi standar kualitas yang diharapkan.

3.3.5 Konten Promosi Loyalty Program “PIK Experience x Adidas”

PIK Experience merupakan bagian dari aplikasi loyalty dimana PIK Experience sering mengadakan promosi agar pengguna dapat menukarkan poin mereka dengan berbagai benefit. Salah satu proyek promosi tersebut menggunakan *brand* Adidas sebagai hadiah. Penulis menerima brief untuk proyek ini melalui user dengan informasi seputar ukuran desain yang dibutuhkan, produk dan jumlah poin yang harus ditukarkan. Proses pembuatan desain dimulai dari pemilihan key visual, oleh karena itu penulis

memberikan beberapa opsi kepada user. Berikut merupakan hasil dari beberapa opsi key visual yang dirancang oleh penulis.



Gambar 3.34 Draft desain “PIK Experience x Adidas”

Setelah memilih salah satu dari tiga opsi key visual yang telah disiapkan, user memberikan arahan untuk melanjutkan proses desain. Dalam tahap ini, penulis memastikan bahwa tata letak katalog dirancang secara menarik dan informatif, dengan fokus pada visual produk, deskripsi, dan jumlah point secara rapi dan mudah dipahami. Proses desain ini melibatkan pemilihan warna, tipografi, dan elemen grafis yang mendukung identitas brand dan menarik perhatian target audiens.

Setelah draft desain katalog selesai, penulis memberikan preview kepada user untuk mendapatkan masukan dan persetujuan. Feedback yang diterima kemudian diterapkan untuk menyempurnakan desain hingga mencapai hasil akhir yang sesuai dengan ekspektasi. Setelah katalog disetujui, penulis melanjutkan proses dengan menyesuaikan desain ke berbagai format dan ukuran lainnya, seperti Instagram Feeds, Instagram Post, *Home Banner*, *News and Events*, serta media promosi lainnya. Penulis memastikan setiap elemen visual tetap konsisten di semua format, baik dalam hal tata letak, warna, maupun tipografi, sehingga campaign dapat tampil optimal di berbagai platform

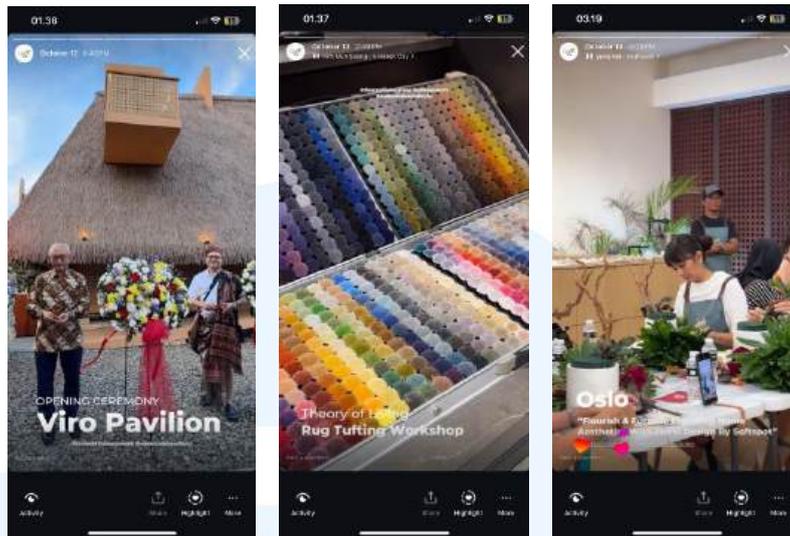


Gambar 3.35 Desain A4 “PIK Experience x Adidas”

Pada tahap pengerjaan proyek ini, penulis tidak memiliki kendala dikarenakan brief yang diberikan sudah cukup jelas dan aset produk sudah dirincikan beserta dengan link foto dibagian materi brief.

3.3.6 Konten media sosial Enjoy.pik

Selain merancang materi seperti poster, banner, dan materi promosi lainnya, penulis juga terlibat dalam perancangan beberapa konten yang diunggah di media sosial Enjoy PIK, yang meliputi platform Instagram dan Tiktok. Konten yang dirancang meliputi konten kegiatan acara yang berlangsung di PIK. Salah satu contoh konten yang diliput adalah acara Indonesia Design Week yang diselenggarakan di Indonesia Design District pada tanggal 10-20 Oktober 2024. Konten tersebut meliputi highlight dari acara yang berlangsung selama event. Berikut merupakan beberapa preview konten yang diliput oleh penulis.



Gambar 3.36 Preview hasil konten untuk Instagram Enjoy PIK

Di platform Tiktok, penulis juga terlibat dalam merancang beberapa konten. Konten tersebut meliputi konten liputan acara dan promosi aplikasi PIK Experience. Proses pengerjaan konten tersebut mulai dari pengambilan video, Setelah pengambilan video selesai, penulis melanjutkan ke tahap editing menggunakan aplikasi CapCut. Dalam tahap ini, penulis menambahkan berbagai elemen kreatif seperti transisi, teks, animasi, dan musik untuk meningkatkan kualitas konten. Selain itu, penulis juga memastikan bahwa durasi video sesuai dengan informasi yang disampaikan, sehingga dapat disajikan secara efektif kepada audiens.

Tahap akhir adalah preview konten yang telah selesai diedit kepada user atau tim terkait untuk mendapatkan persetujuan. Feedback yang diberikan kemudian diterapkan untuk memastikan hasil akhir memenuhi ekspektasi. Setelah semua tahap selesai, konten dipublikasikan di akun enjoypick.

3.4 Kendala dan Solusi Pelaksanaan Magang

Selama pelaksanaan magang di divisi *Marketing Communication* PT.Amantara Sinar Gemilang, penulis menghadapi berberapa kendala. Kendala yang sering kali muncul yakni terkait proses desain dan koordinasi dengan tim eksternal. Namun, dari kendala tersebut penulis dapat belajar untuk mengembangkan keterampilan *problem-solving* dengan beradaptasi dengan dinamika kerja yang ada.

3.4.1 Kendala Pelaksanaan Magang

Salah satu kendala yang dialami penulis yakni terdapat pada perancangan 3.3.1 dimana penulis harus bekerja sama dan berkoordinasi dengan beberapa tim yang berbeda. Hal ini sering kali menimbulkan miskomunikasi, baik dalam hal pemahaman brief dan desain. Perbedaan interpretasi ini sering menghambat proses pengerjaan dan menyebabkan revisi yang berulang. Meskipun demikian, kendala ini memberikan kesempatan bagi penulis untuk meningkatkan kemampuan komunikasi lintas tim.

3.4.2 Solusi Pelaksanaan Magang

Untuk solusi terkait kendala yang disampaikan penulis di sub-bab 3.4.1, penulis menyadari bahwa diperlukan ketelitian yang lebih dalam setiap tahap pengerjaan, serta pentingnya komunikasi yang jelas dengan tim terkait desain. Selain itu, penulis harus lebih teliti dalam menyampaikan informasi terkait desain, memastikan bahwa semua pihak yang terlibat memiliki pemahaman yang sama mengenai tujuan dan arah desain yang sedang dikerjakan.

Setiap kali ada proses revisi, penulis akan memeriksa kembali detail feedback yang diberikan dari hasil meeting dengan tim. Sebelum mengirimkan desain untuk approval. Penulis akan membuat catatan rinci terkait bagian yang direvisi, sehingga semua pihak dapat melihat perubahan yang telah dilakukan dan memastikan desain tersebut sudah sesuai dengan brief.