

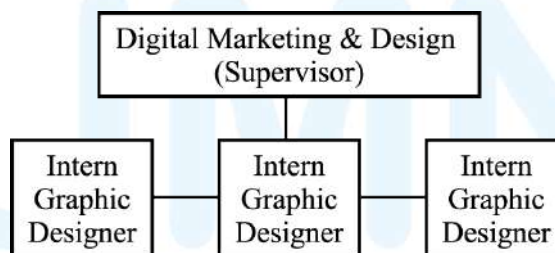
BAB III

PELAKSANAAN MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi Pelaksanaan Magang

3.1.1 Kedudukan Pelaksanaan Magang

Di PT. Professional Machinery, kedudukan penulis di perusahaan ini yaitu *graphic designer intern*. Di perusahaan ini, posisi tersebut memiliki *job description* seperti, merancang materi *branding* atau iklan, mengelola desain mulai dari konsep sampai produksi, membuat materi iklan cetak dan digital, dan sebagainya. Selain penulis, terdapat dua *graphic designer intern* lain yang saling membantu dan membentuk tim desain. Selama proses magang berjalan, penulis dibimbing oleh seorang *Supervisor* yang memiliki tanggung jawab terkait hal yang bersangkutan dengan *Digital Marketing & Design* perusahaan. Segala tugas yang penulis kerjakan, diberikan dan dibimbing oleh *Supervisor* tersebut. Mulai dari pemberian *brief*, pembentukan *deadline*, revisi, serta hal lainnya yang kurang dimengerti dapat ditanyakan pada *Supervisor*. Berikut bagan struktur divisi tempat penulis bekerja:

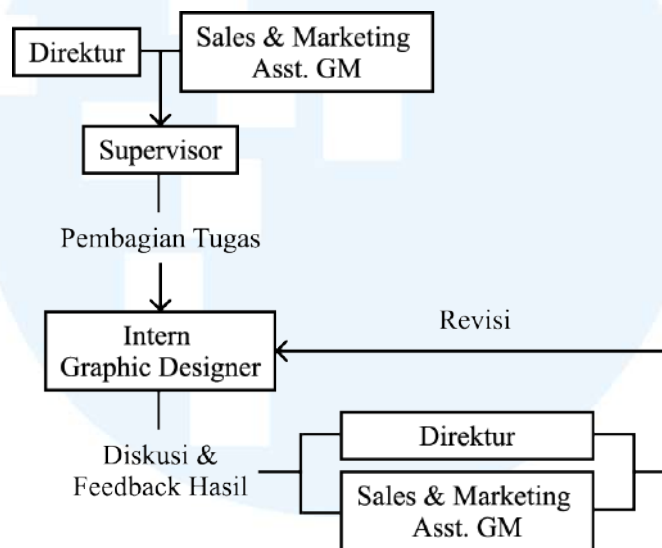


Gambar 3.1 Bagan Struktur Divisi

3.1.2 Koordinasi Pelaksanaan Magang

Direktur dan *Sales & Marketing Asst. GM* akan memberikan tugas pada *Supervisor* yang kemudian dilampirkan pada *sheets* kerja magang. *Sheets* tersebut berisi *brief* tugas, estimasi *deadline*, dan pembagian masing-masing tugas dengan para *intern graphic designer*. Setelah tugas dibagi dan

dikerjakan, terdapat *meeting* mingguan dengan Direktur dan *Sales & Marketing Asst. GM* untuk memperlihatkan progres, diskusi, dan memberikan *feedback* dari hasil yang telah dibuat. Dalam *meeting* tersebut, Direktur dan *Sales & Marketing Asst. GM* akan memeriksa secara langsung pengerjaan dan memberi revisi jika ada yang salah atau kurang. Kedua pihak juga akan mendiskusikan mengenai target pengerjaan untuk setiap minggunya.



Gambar 3.2 Bagan Alur Koordinasi

3.2 Tugas yang Dilakukan

PT. Professional Machinery sedang melakukan proses *re-branding* sehingga selama menjalani program magang di perusahaan ini, penulis diberi beberapa proyek yang mencakup pembentukan *branding* yang baru tersebut. Seluruh proyek yang diberi ini menggunakan kemampuan yang sudah pernah dibentuk selama penulis melakukan studi di Universitas Multimedia Nusantara. Contohnya, membuat *outline* produk menggunakan *tools* dalam software Adobe Illustrator yang sudah pernah penulis pelajari di mata kuliah *Digital Graphic Communication* di Semester 6 (enam). Begitu juga dengan proyek-proyek lainnya, seperti:

Minggu	Tanggal	Proyek	Keterangan
1	26 Juni – 28 Juni	Video <i>website brand</i> Tohatsu	Perkenalan <i>brand</i> Tohatsu ditampilkan dalam <i>website</i> dengan memperlihatkan penggunaan produk di lapangan.
2	1 Juli – 5 Juli	Video <i>website brand</i> Problue	Perkenalan <i>brand</i> Problue ditampilkan dalam <i>website</i> dengan memperlihatkan penggunaan produk di lapangan.
		<i>Re-desain Company Profile</i>	Desain ulang <i>company profile</i> yang sudah ada dengan tampilan baru mengikuti konsep <i>re-branding</i> .
		Video <i>website</i> produk <i>Outboard, Compressor, Accessories</i>	Perkenalan produk perusahaan dengan menampilkan penggunaan produk di lapangan.
		Video <i>website Heavy Equipment</i>	Perkenalan produk <i>Heavy Equipment</i> perusahaan dengan menampilkan penggunaan produk di lapangan.
		Video <i>website</i> produk <i>PWG</i>	Perkenalan produk <i>PWG</i> perusahaan dengan menampilkan penggunaan produk di lapangan.
		<i>Re-desain Company Profile</i>	Desain ulang <i>company profile</i> yang sudah ada dengan tampilan baru mengikuti konsep <i>re-branding</i> .
		Video <i>website</i> produk <i>Outboard, Compressor, Accessories</i>	Perkenalan produk perusahaan dengan menampilkan penggunaan produk di lapangan.
3	8 Juli – 12 Juli	<i>Outline</i> produk	Membuat <i>outline</i> produk Chainsaw untuk produksi
			Menambah detail <i>outline</i> produk Chainsaw untuk produksi
			Memberi detail <i>outline</i> chainsaw (Yamakoyo CS 070)

			Membuat <i>outline</i> produk Gasoline Engine (Yamakoyo 7 HP) untuk produksi
		<i>Re-design company profile</i>	Desain ulang <i>company profile</i> yang sudah ada dengan tampilan baru mengikuti konsep <i>re-branding</i> .
4	15 Juli – 19 Juli	<i>Outline Produk</i>	Membuat <i>outline</i> produk Gasoline Engine (Yamakoyo 7 HP)
			Membuat <i>outline</i> produk Gasoline Engine (Yamakoyo E-6 (GX 160))
			Membuat <i>outline</i> produk Gasoline Engine (Yamakoyo SF 10500 XE)
			Membuat <i>outline</i> produk Genset Gasoline (Yamakoyo G3)
		<i>Re-design Company Profile</i>	Menyelesaikan <i>company profile</i>
		Desain Instagram Post	Membuat alternatif konsep desain Instagram Post tentang pengenalan perusahaan
5	22 Juli – 26 Juli	<i>Outline Produk</i>	Menyelesaikan <i>outline</i> produk Genset Gasoline (Bensin) (Yamakoyo G3)
			Membuat <i>outline</i> produk Genset Gasoline (Yamakoyo G5)
			Membuat <i>outline</i> produk Genset Gasoline (Yamakoyo SF 15000DXE)
			Membuat alternatif desain <i>outline</i> produk Chainsaw
			Membuat <i>outline</i> produk Yamakoyo SF15000TDXE
		Desain Instagram Post	Melanjutkan membuat alternatif konsep desain Instagram Post tentang pengenalan perusahaan
6	29 Juli – 2 Agustus	<i>Outline Produk</i>	Membuat <i>outline</i> produk YamakoyoBeast 186F
			Membuat <i>outline</i> produk Yamakoyo R175

			Memberi warna <i>outline</i> produk Yamakoyo SF 15000DXE
		Desain Instagram Post	Desain Instagram Post untuk konten <i>Edutrip</i> Yamakoyo & Corteva
			Desain Instagram Post untuk konten <i>Farmer Meeting</i> Yamakoyo & Corteva
7	5 Agustus – 9 Agustus	<i>Outline</i> Produk	Membuat <i>outline</i> produk Yamakoyo R180
			Membuat <i>outline</i> produk YamakoyoBeast SZ1100
		Desain Instagram Post	Membuat Instagram Post untuk konten pengenalan unit bisnis <i>Heavy Equipment</i>
		<i>Re-design Company Profile</i>	Revisi desain <i>company profile</i> pada halaman Visi Misi dan revisi halaman <i>cover</i>
8	12 Agustus – 16 Agustus	<i>Outline</i> Produk	Membuat <i>outline</i> produk Yamakoyo ZS1115
			Membuat <i>outline</i> produk Yamakoyo ZS195
			Membuat <i>outline</i> produk Yamakoyo ZS1125
			Membuat <i>outline</i> produk Yamakoyo ZS1130
		Desain Instagram Post	Desain Instagram Post untuk konten pengenalan unit bisnis (<i>Agriculture</i>)
			Desain Instagram Post untuk konten pengenalan unit bisnis (<i>Diving</i>)
			Desain alternatif desain Instagram Post untuk pengenalan unit bisnis
9	19 Agustus – 23 Agustus	<i>Outline</i> Produk	Membuat <i>outline</i> produk Yamakoyo DWP-2
			Membuat <i>outline</i> produk Yamakoyo DWP-3

		Desain Instagram Post	Revisi foto <i>cover</i> Instagram Post untuk konten <i>Farmer Meeting Yamakoyo & Corteva</i>
			Desain Instagram Post untuk konten <i>Sprayer Yamakoyo: Solusi Praktis untuk Petani Cabai</i>
10	26 Agustus – 30 Agustus	<i>Outline</i> Produk	Membuat <i>outline</i> produk Yamakoyo GWP 2 Inch 7 HP
			Membuat <i>outline</i> produk Yamakoyo GWP 3
			Membuat <i>outline</i> produk pembuat mie
11	2 September – 6 September	<i>Outline</i> Produk	Membuat <i>outline</i> produk pembuat mie dari tampak depan dan samping
			Membuat <i>outline</i> produk pump kit (Yamakoyo SU 50)
12	9 September – 13 September	<i>Outline</i> Produk	Membuat <i>outline</i> produk pump kit (Yamakoyo SU 80)
			Membuat <i>outline</i> produk blower
		Desain Instagram Post	Melanjutkan desain post Instagram
13	16 September – 20 September	Desain Instagram Post	Melanjutkan desain konsep Instagram
14	23 September – 27 September	Desain Instagram Post	Menambah elemen desain untuk konten post unit bisnis <i>Heavy Equipment</i>
			Desain Instagram Post untuk konten <i>Diving</i>
			Desain Instagram Post untuk konten <i>Power Generator</i>
			Desain Instagram Post untuk konten produk <i>Brush Cutter</i> Yamakoyo
			Desain Instagram Post untuk konten produk <i>Knapsack Sprayer</i>

15	30 September – 4 Oktober	Outline Produk	Revisi warna <i>outline</i> produk Pump Kit
		Desain Instagram Post	Desain Instagram Post untuk konten Sprayer Yamakoyo
			Mencari inspirasi desain dan konten Instagram
16	7 Oktober – 11 Oktober	Storyboard Video Website	Membuat <i>storyboard</i> video untuk produk PWG yang ditampilkan di <i>website</i> dengan mengikuti <i>brief</i> konten
		Outline Produk	Membuat <i>outline</i> produk High Pressure Pump
17	14 Oktober – 18 Oktober	Outline Produk	Membuat <i>outline</i> produk Genset Diesel (EL75000 SS)
			Membuat <i>outline</i> produk Genset Diesel (EL15000 SS)
			Membuat <i>outline</i> produk Genset Diesel (EL 15000 SST)
			Membuat <i>outline</i> produk (EL 12000 SS dan EL 12000 SST)
			Membuat <i>outline</i> produk Genset Diesel EL 10000
		Desain Cover Kalender	Desain ½ lembar <i>cover</i> kalender untuk Inti Marina Netting
18	21 Oktober – 25 Oktober	Outline Produk	Membuat <i>outline</i> produk YX-25KVA
			Membuat opsi warna <i>outline</i> produk YX-25KVA

Tabel 3.1 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Magang

3.3 Uraian Pelaksanaan Magang

Untuk membangun *brand image* yang baru dalam proses *re-branding* yang dilakukan PT. Professional Machinery, terdapat beberapa proyek yang diberikan pada penulis untuk hal tersebut. Proyek-proyek ini yaitu mengedit 6 (enam) video

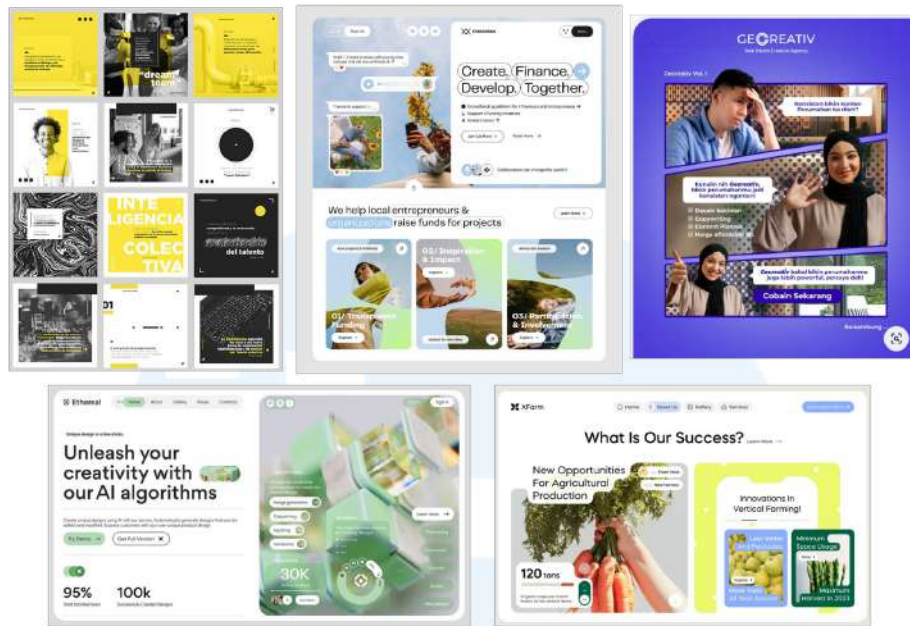
untuk ditampilkan dalam *website*, *re-design company profile* perusahaan, desain post Instagram, desain *outline* produk, desain *cover* untuk kalender perusahaan, merancang *storyboard* untuk keperluan video promosi *brand*, dan membuat logo untuk koperasi perusahaan.

3.3.1 Proses Pelaksanaan Tugas Utama Magang

PT. Professional Machinery memanfaatkan platform Instagram untuk meningkatkan *brand awareness* dan menggunakannya sebagai media marketing secara *online*. Tampilan *feeds* Instagram akan memperlihatkan desain yang baru dan menarik sesuai dengan *image* hasil dari proses *re-branding*.

Pada minggu keenam hari kerja, penulis diberi arahan oleh *Supervisor* untuk membuat alternatif desain post Instagram bersama dengan *intern graphic designer* lainnya. *Supervisor* memberi *brief* melalui *sheets* yang berisi *Content Plan Instagram* untuk setiap bulannya. *Brief* ini berisi informasi yang diperlukan untuk membuat post Instagram tersebut. Mulai dari format post, perkiraan tanggal *upload*, *copywriting*, dan dokumentasi foto jika diperlukan. Mencangkup *deadline* untuk proyek ini, *Supervisor* menginformasikan bahwa desain post Instagram direncanakan untuk dikumpulkan terlebih dahulu sebagai stok lalu di *upload* jika sudah memiliki post konten yang cukup.

Sebelum memulai proses desain, penulis mencari inspirasi desain post perusahaan yang terlihat *professional* di berbagai sumber seperti akun Instagram perusahaan lain di industri yang sama dan Pinterest. Inspirasi ini lalu dikumpulkan menjadi satu sebagai referensi desain.



Gambar 3.3 Referensi Desain Instagram Post
Sumber: Pinterest

Tahap selanjutnya yaitu mengumpulkan elemen-elemen atau aset yang akan digunakan untuk *feeds* Instagram perusahaan. Elemen ini diambil dari logo yang telah *di re-branding*, mulai dari *color palette* dan ilustrasi bunga. Penulis menggunakan elemen tersebut sebagai aset untuk membuat postingan Instagram terlihat konsisten dan memiliki desain yang menyatu. Untuk *color palette*, penulis juga menambah warna baru sebagai warna pendukung yang tetap mencerminkan identitas perusahaan. Warna baru ini digunakan sebagai alternatif untuk warna *background* post Instagram sehingga tidak menyatu dengan warna logo perusahaan.



Gambar 3.4 Logo PT. Professional Machinery
Sumber: PT. Professional Machinery (2024)

Color Palette



Gambar 3.5 *Color Palette* Post Instagram PT. Professional Machinery
Sumber: PT. Professional Machinery (2024) & Dokumentasi Pribadi (2024)

Salah satu elemen yang penulis gunakan sebagai dekorasi post yaitu bentuk bunga yang diambil dari logo. Penulis menggunakan elemen bunga tersebut agar identitas perusahaan melekat pada post Instagram. Elemen tersebut dirancang berwarna biru mengikuti kode warna dari *color palette* perusahaan, dan menggunakan *opacity* yang rendah (20%) sebab digunakan sebagai dekorasi pada bagian *background* post. Selain bunga, terdapat beberapa elemen lainnya sebagai dekorasi pendukung seperti elemen titik, garis, dan bentuk tabung yang dibuat oleh penulis sebagai pendukung tulisan atau tipografi. Tidak hanya bentuk saja, terdapat alamat *website* yang diletakkan pada setiap Instagram post untuk mendorong konsumen untuk mengunjunginya.



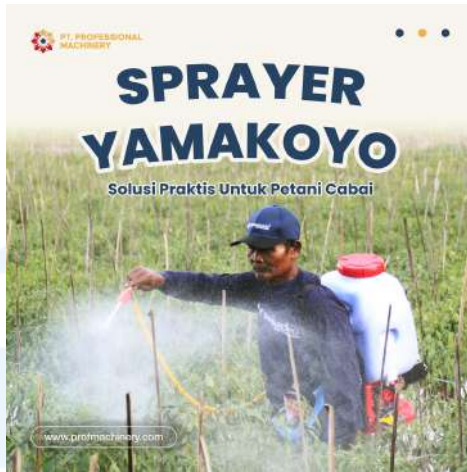
Gambar 3.6 Aset Instagram Post

Penulis lalu menentukan tipografi yang akan digunakan untuk Instagram post, mulai dari *headline* dan *body text*. Setelah berdiskusi dengan tim desain, ditentukan font *Helvetica* untuk *headline* dan *body text* post secara umum (konten seperti informasi perusahaan, produk, dan sebagainya) dan font *Poppins* untuk *headline* post yang menunjukkan konten yang lebih *casual* (konten seperti tips, *EduTrip*, *Farmer Meeting*, dan sebagainya).



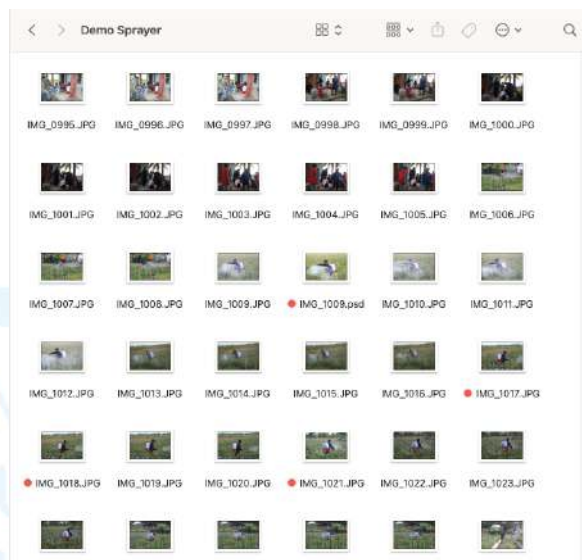
Gambar 3.7 Font Instagram Post

Selain aset pribadi, terdapat aset yang penulis dapatkan dari *Supervisor* melalui *brief* Instagram post. Aset ini meliputi foto dokumentasi dari acara atau *event* yang pernah dilaksanakan perusahaan dan dikumpulkan dalam Google Drive untuk digunakan jika dibutuhkan. Aset ini digunakan oleh penulis untuk membuat Instagram post seperti acara *Farmers Meeting*, *EduTrip*, pengenalan produk, dan penambah dekorasi. Berikut contoh penggunaan aset foto untuk post Instagram:



Gambar 3.8 Instagram Post Menggunakan Aset Perusahaan

Sebelum terpilih aset foto yang digunakan, penulis mengunduh seluruh aset foto yang berkaitan dengan acara atau *event* yang diangkat. Dalam post tersebut, penulis mengambil aset dari Google Drive perusahaan di dalam folder ‘Demo Sprayer’. Setelah itu penulis menyortir dari beberapa foto yang ada untuk dipilih yang paling bagus atau sesuai dengan topik yang diambil. Penulis memberi tanda atau *highlight* merah pada foto yang terpilih.



Gambar 3.9 Folder Aset Foto Demo Sprayer
Sumber: PT. Professional Machinery (2023)

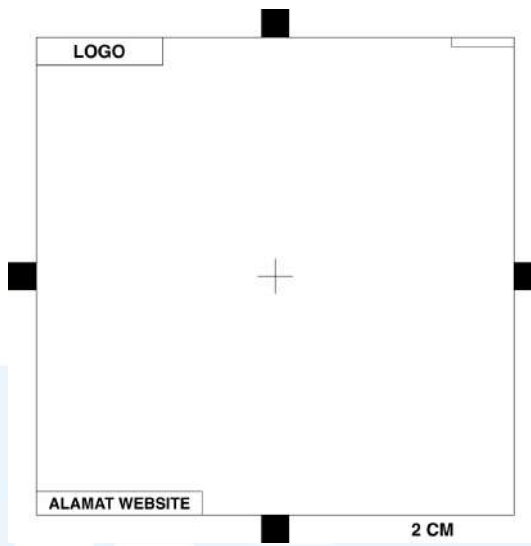
Selanjutnya penulis mengedit foto yang terpilih menggunakan *software* Adobe Photoshop dan melakukan *cropping* dan *re-size* yang sesuai dengan tampilan *cover* Instagram Post. Seperti pada post Demo Sprayer ini, penulis mengedit foto agar terlihat lebih cerah dan berwarna, lalu diperbesar dan menyesuaikannya untuk dijadikan *background* post.



Gambar 3.10 *Cropping & Edit Aset Foto*

Dalam desain Instagram post, penulis memperhatikan *layout* untuk susunan tulisan, gambar, dan objek lainnya sehingga terlihat tersusun dan menyatu. Dalam merancang Instagram post perusahaan, penulis menggunakan tipografi atau foto sebagai objek utama yang pertama kali dilihat. Penulis meletakkan *headline* di bagian tengah Instagram Post begitupun juga jika menggunakan foto. Penulis juga mengisi bagian *white space* dengan gambar atau aset dekorasi bentuk bunga. Untuk konten yang menggunakan banyak foto, penulis memilih foto yang paling cocok dan menggambarkan acara yang diselenggarakan. Penulis juga meletakkan foto utama di bagian *cover* dengan tampilan yang cukup besar sehingga menarik perhatian. Berikut *layout* pada rancangan Instagram post:

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



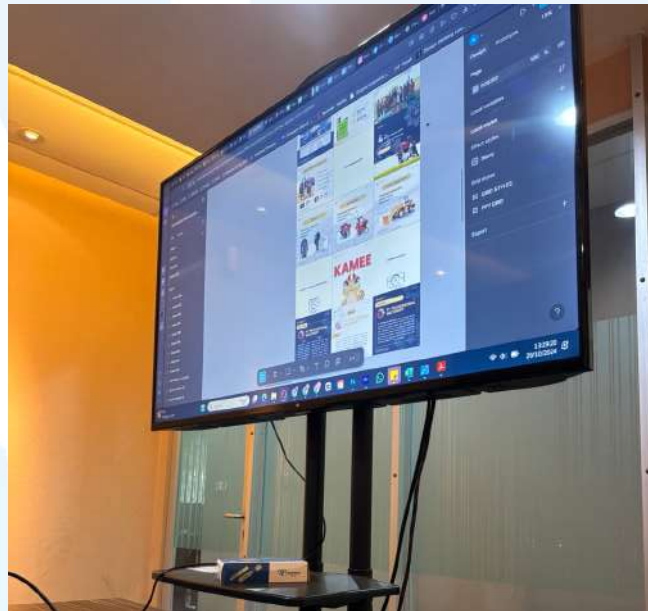
Gambar 3.11 *Layout* Instagram Post

Sebelum terbentuknya konsep desain Instagram post, penulis membuat beberapa alternatif desain menggunakan *software* Adobe Illustrator dengan mengikuti konten yang sudah diberikan pada *brief*. Konten awal post berisi perkenalan perusahaan (informasi perusahaan, sejarah singkat, dan visi misi). Desain dibuat dengan gaya yang *professional* dan minimalis menggunakan warna perusahaan sehingga identitas perusahaan terlihat dalam post Instagram.



Gambar 3.12 Alternatif Desain Instagram Post

Setelah merancang 2 (dua) alternatif desain tersebut, penulis mempresentasikannya pada Direktur dan *Sales & Marketing Asst. GM* pada rapat mingguan bersama dengan tim desain perusahaan (*Supervisor, intern graphic designer* lainnya). Pada tahapan ini, adanya diskusi dan *feedback* mengenai desain yang telah dibuat. Dari 2 (dua) alternatif tersebut, terpilih desain yang kedua namun penulis diberi *feedback* untuk mengubah warna *background* post dikarenakan warna tersebut menyatu dengan warna titik dan garis pada logo. Dari *feedback* tersebut, penulis kemudian membuat revisi dan mengubah warna *background* dengan biru yang lebih tua untuk mempertahankan *image profesionalnya*.



Gambar 3.13 *Meeting* Bersama Direktur dan *Sales & Marketing*

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3.14 Konsep Instagram Post Final

Dengan konsep yang sudah ditetapkan dari post perkenalan perusahaan tersebut, penulis dapat melanjutkan membuat desain post untuk konten yang lain menggunakan konsep yang sama. Berikut desain post Instagram lainnya yang penulis buat:



Gambar 3.15 Desain Instagram Post

3.3.2 Proses Pelaksanaan Tugas Tambahan Magang

Selain tugas utama perancangan Instagram Post yang penulis buat di perusahaan, penulis juga diberi tugas tambahan lainnya yaitu mengedit video untuk ditampilkan dalam *website*, *re-design company profile* perusahaan, membuat *outline* produk untuk dikirim pada pihak produksi, dan membuat logo

koperasi. Berikut proyek-proyek tugas tambahan magang yang dilakukan penulis di PT. Professional Machinery:

3.3.2.1 Proyek *Video Editing* untuk Website

Penulis diberi tugas untuk mengedit video pendek (berdurasi sekitar 1 menit) yang akan ditampilkan dalam *website* perusahaan sebagai video perkenalan *brand* dan produk PT. Professional Machinery. Terdapat total 6 (enam) video yang penulis edit yang dibagi menjadi dua kategori, *Marine Appliances* dan *General Machinery*. Masing-masing kategori dibagi lagi menjadi beberapa video *brand*. Untuk *Marine Appliances*, terdapat 4 (empat) video yang penulis edit yaitu untuk perkenalan *brand* Tohatsu, Beuchat, Problue dan produk *Outboards*, *Compressor*, *Accessories* yang dimiliki perusahaan. Untuk *General Machinery*, terdapat 2 (dua) video yang penulis edit yaitu untuk unit bisnis *Heavy Equipment* dan *PWG (Power Generator)*.

Tugas *Video Editing* ini diberi oleh *Supervisor* di minggu pertama penulis magang. Hal pertama yang diberi yaitu *brief* mengenai video perkenalan secara langsung dan juga aset yang dapat digunakan penulis untuk dimasukkan ke dalam video. Penulis diinformasikan oleh *Supervisor* bahwa video *website* ini ingin dibuat dengan konsep yang *professional* dan minimalis dengan minim tulisan dan memusatkan perhatiannya pada cara kerja produk di lapangan dan estetika dari setiap kategori *brand*. Penulis menggunakan aset yang disediakan *Supervisor* berupa video-video pendek yang menunjukkan produk dari masing-masing *brand*. Aset-aset ini dapat penulis unduh pada Google Drive perusahaan.

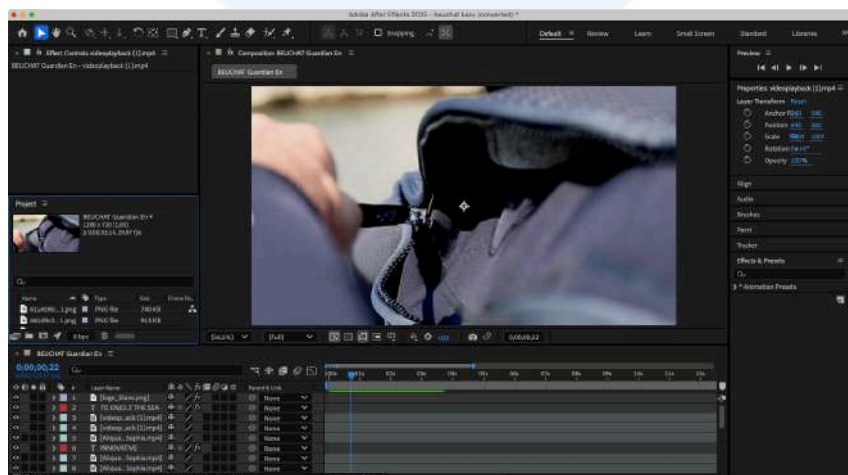


Gambar 3.16 Aset Video *Website Marine Appliances*
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2024)



Gambar 3.17 Aset Video *Website General Machinery*
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2024)

Setelah mengambil aset-aset video tersebut, penulis mulai mengedit video menggunakan *software* Adobe After Effects yang pernah dipelajari saat studi di Universitas Multimedia Nusantara. Saat ada aset yang kurang atau ingin menggantikan aset yang sudah ada dikarenakan tidak sesuai dengan estetika video, penulis diperbolehkan mencari aset dari luar yang dikeluarkan oleh *brand-brand* tersebut. Penulis mengunduh aset dari YouTube milik *brand* dan menambahkannya pada video yang dirancang penulis.



Gambar 3.18 *Video Editing* di Adobe After Effects

Saat penulis sudah menyelesaikan videonya, penulis memberikannya pada *Supervisor* untuk diberi *feedback*. *Supervisor* akan memberi tahu penulis jika ada yang kurang atau jika ada adegan yang perlu diganti. Saat video sudah di periksa oleh *Supervisor*, kemudian hasil

video diperiksa dan diberi *feedback* oleh *Sales & Marketing Asst. GM* pada *meeting* mingguan tim desain.

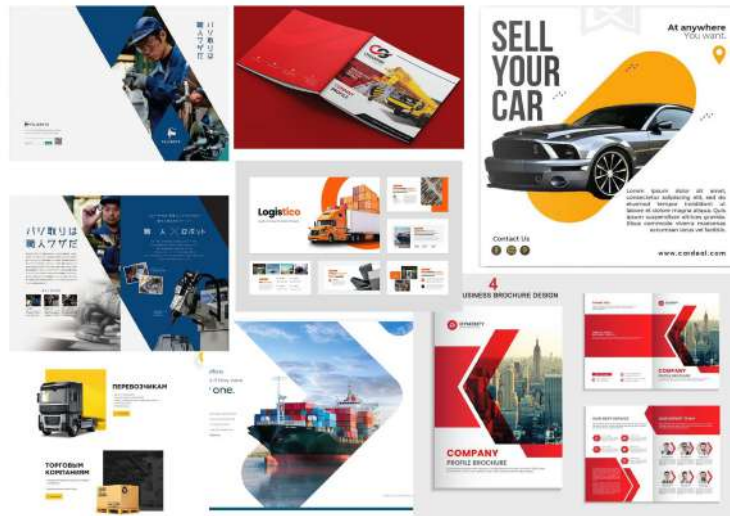


Gambar 3.19 Hasil Video *Website*

3.3.2.2 Proyek Perancangan Kembali *Company Profile*

Penulis diberi tugas untuk merancang kembali *company profile* perusahaan yang sudah ada pada minggu kedua hari magang. *Supervisor* memberi instruksi untuk merancang kembali *company profile* dengan di desain secara kreatif mengikuti *branding* perusahaan yang baru.

Sebelum penulis memulai desain *company profile*, Hal pertama yang dilakukan yaitu mencari referensi desain di internet seperti Pinterest kemudian dikumpulkan menjadi satu. Referensi ini yang menjadi acuan bagi penulis dalam desain *company profile* yang baru dengan menggunakan *color palette* dan elemen perusahaan.



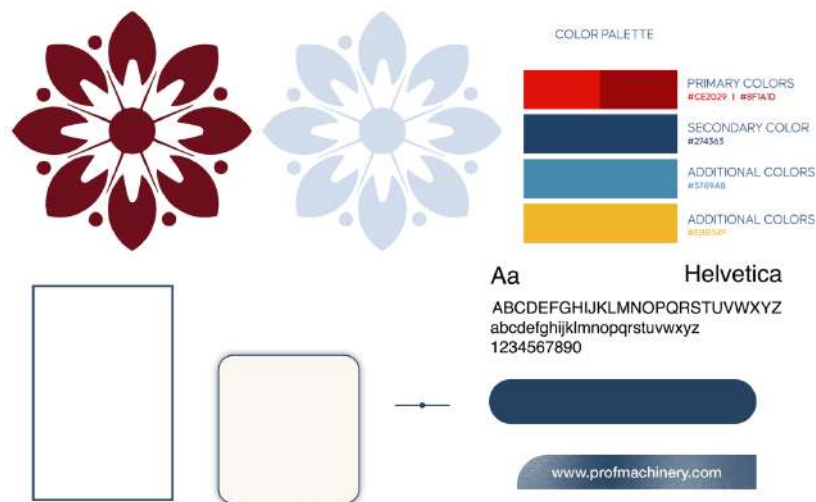
Gambar 3.20 Referensi *Company Profile*
Sumber: Pinterest

Untuk isi konten, penulis diinformasikan untuk mengikuti isi yang ada pada *company profile* sebelumnya yang berupa, *cover*, Daftar Isi, Tentang Kami, Visi dan Misi, Nilai-Nilai Perusahaan, Kenapa Harus Kami?, Informasi Produk, Gudang Distribusi, *Project*, dan Penutup. Berikut tampilan desain *company profile* yang lama:



Gambar 3.21 Desain *Company Profile* Lama
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2023)

Penulis diinformasikan untuk membuat desain yang terlihat baru dan memperlihatkan identitas perusahaan yang telah di *re-branding*. Oleh karena itu, penulis membuat dan mengambil beberapa aset yang disediakan *Supervisor* seperti foto dokumentasi, penulis juga diperbolehkan untuk mengambil foto dari internet yang membantu menunjukkan setiap unit bisnis (*Heavy Equipment, PWG, dan Diving*) seperti foto laut, pemandangan sawah, dan sebagainya. Berikut aset *company profile* yang penulis buat:

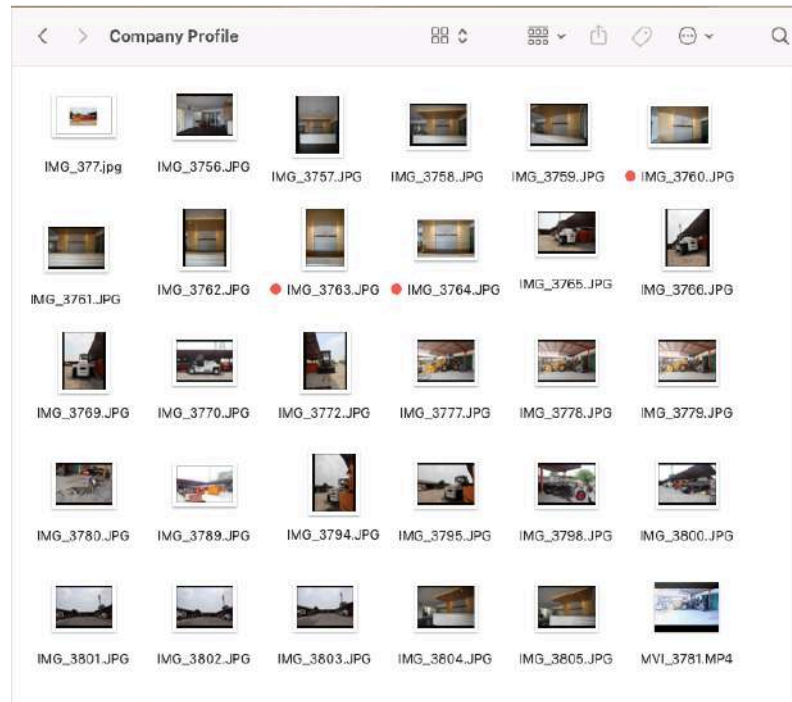


Gambar 3.22 Aset Desain *Company Profile*

Seperti pada desain post Instagram yang penulis buat, terdapat elemen bentuk bunga yang diambil dari logo untuk mendekorasi *background company profile* sehingga tidak terlihat polos. Penulis juga menambah elemen-elemen seperti bentuk kotak, tabung untuk *headline*, dan alamat *website* yang akan diletakkan di bagian bawah ujung kanan *company profile*. Penulis menggunakan font *Helvetica* yang sama dengan font pada post Instagram beserta *color palette* perusahaan.

Untuk konten yang menggunakan foto, penulis mengambil dari aset yang telah disiapkan *Supervisor* melalui Google Drive dan mengunduhnya. Dikarenakan terdapat banyak foto yang diberi, penulis

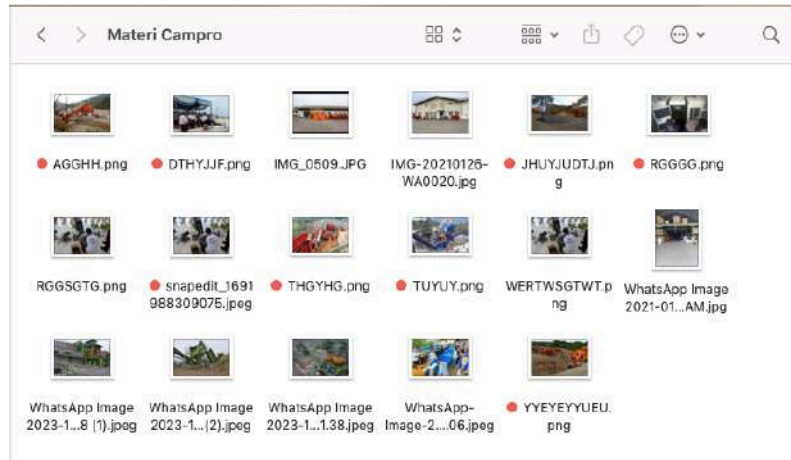
memilih yang cocok untuk konten dan menandainya dengan memberikan *highlights* berwarna merah pada file. Berikut aset foto yang digunakan:



Gambar 3.23 Aset Foto *Company Profile*
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2024)

Aset ini digunakan untuk foto *cover company profile*, dan juga bisa digunakan untuk memvisualisasikan identitas perusahaan seperti foto tampak depan perusahaan yang terdapat tulisan PT. Professional Machinery, foto gudang yang berisi produk-produk perusahaan, dan sebagainya.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3.24 Aset Materi *Company Profile*
 Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2024)

Aset foto materi *company profile* ini digunakan untuk konten di halaman *Project* yang merupakan halaman berisi proyek-proyek yang telah diselenggarakan perusahaan seperti Bantuan Dinas, Bantuan KKP untuk nelayan, dan sebagainya.

Penulis juga menentukan *layout* yang akan digunakan untuk setiap halaman *company profile* sehingga setiap halaman terlihat rapih dan menyatu. Berikut *layout* yang penulis rancang untuk *company profile*:



Gambar 3.25 *Layout Company Profile*

Dari aset dan *layout* yang sudah ditentukan, penulis lalu lanjut untuk membuat desain *company profile* menggunakan *software* Adobe Illustrator. Setelah desain sudah jadi, penulis lalu mengupload nya pada folder di Google Drive untuk diperiksa oleh *Supervisor*. Jika sudah sesuai, lalu desain dikirim pada atasan untuk digunakan.



Gambar 3.26 Desain *Company Profile* Baru

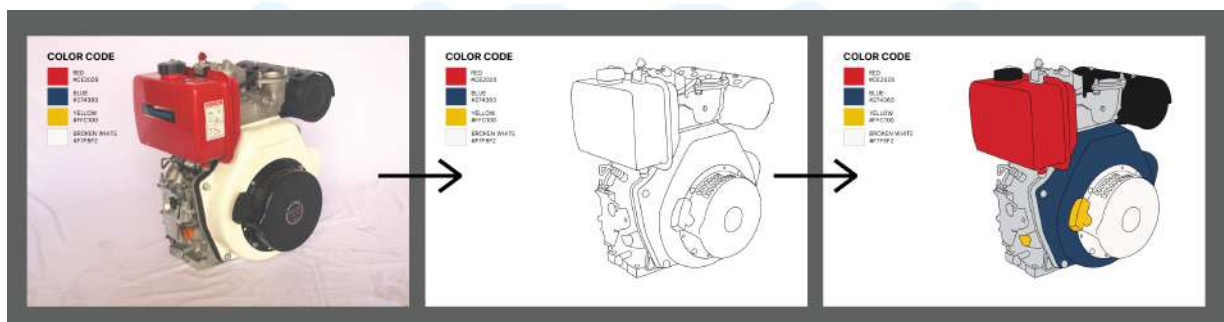
3.3.2.3 Proyek Desain *Outline* Produk

Penulis diberi tugas untuk membuat *outline* produk pada minggu ketiga magang. *Outline* ini dirancang untuk dikirim pada pihak produksi agar produk perusahaan bisa dibuat dengan terarah dan sesuai mulai dari bentuk dan warnanya. *Supervisor* menginformasikan untuk mengunduh aset foto produk dari Google Drive dan menggunakannya sebagai foto untuk *tracing outline* produk.



Gambar 3.27 Aset Foto untuk *Outline* Produk
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2024)

Setelah mengunduh foto, penulis mulai membuat *outline* menggunakan *software* Adobe Illustrator. Saat pembuatan *outline*, penulis menggunakan *tool* bernama *Pen Tool* untuk *tracing* foto produk. Setelah itu, *outline* diberi warna sesuai dengan arahan *Supervisor* dengan menggunakan *color palette* perusahaan. Berikut proses pembuatan *outline* produk:

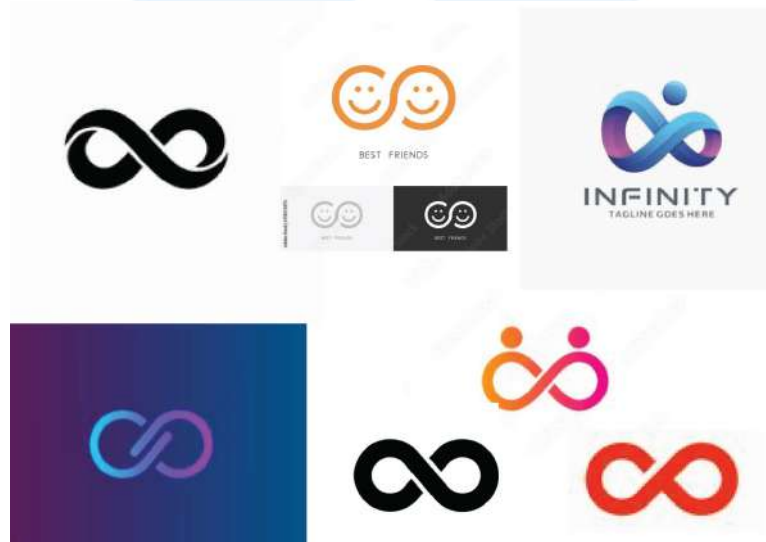


Gambar 3.28 Proses *Outline* Produk

3.3.2.4 Proyek Perancangan Logo Koperasi

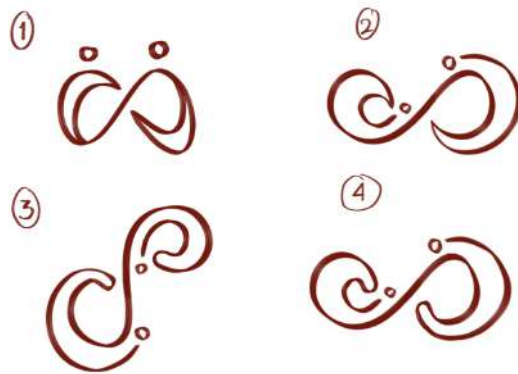
Supervisor memberi penulis tugas untuk membuat logo koperasi perusahaan. Sebelum memulai desain, penulis diberi *brief* mengenai logo koperasi yang akan dibuat. *Supervisor* menginformasikan bahwa logo

ingin dibuat menyerupai bentuk simbol *infinity* dan seterusnya dibebaskan oleh kreativitas penulis. Sebelum memulai desain, penulis mencari inspirasi terlebih dahulu mengenai logo yang menyerupai simbol *infinity* di Pinterest.



Gambar 3.29 Referensi Desain Logo Koperasi
Sumber: Pinterest

Dari referensi tersebut, kemudian penulis memulai membuat sketsa menggunakan *software* Procreate dengan beberapa alternatif desain. Untuk logo ini, selain menyerupai bentuk simbol *infinity*, penulis juga menambahkan bentuk lingkaran dibagian atas lengkungan sehingga menyerupai manusia. Dari 4 (empat) alternatif ini, *Supervisor* memilih desain yang pertama dan memberi *feedback* untuk membuat logo terlihat seperti 2 (dua) orang sedang berpegangan tangan.



Gambar 3.30 Sketsa Logo Koperasi

Dengan *feedback* tersebut, penulis memulai finalisasi desain logo menggunakan *software* Adobe Illustrator. Setelah logo jadi dibuat, penulis memberikan warna sesuai dengan *color palette* perusahaan. *Supervisor* juga memberitahukan untuk menambahkan nama koperasi yaitu “Professional Graha Amerta” dengan font yang sesuai. Berikut merupakan logo koperasi yang dirancang:



Gambar 3.31 Logo Koperasi

3.4 Kendala dan Solusi Pelaksanaan Magang

Selama menjalankan program magang di PT. Professional Machinery, terdapat beberapa kendala atau kesulitan yang dihadapi penulis. Dari setiap kendala tersebut, adanya solusi yang dilakukan penulis agar masalah dapat ditangani. Berikut penulis menyebutkan beberapa kesulitan beserta solusinya yang dialami selama magang di PT. Professional Machinery.

3.4.1 Kendala Pelaksanaan Magang

Pastinya dalam setiap perusahaan manapun terdapat beberapa kendala atau kesulitan yang dialami. Dalam program magang di PT. Professional Machinery, penulis menjumpai kendala seperti revisi yang diulang-ulang. Dalam pengerjaan salah satu tugas, seringkali penulis diberi revisi atau diberitahukan untuk mengganti elemen atau desain sedangkan pada meeting sebelumnya desain tersebut sudah disetujui. Kendala yang kedua yaitu bunyi berisik yang datang dari tempat penyimpanan produk unit bisnis *Heavy Equipment* dimana tempat ini berada di samping ruangan yang ditempatkan penulis. Saat melaksanakan pekerjaan magang, munculnya suara-suara produk berat yang sedang dipindahkan atau diletakkan yang menyebabkan penulis kurang fokus dengan melakukan pekerjaan.

3.4.2 Solusi Pelaksanaan Magang

Tentunya dari kendala-kendala tersebut terdapat solusi yang dapat membantu penulis menyelesaikannya. Untuk kendala pertama, dapat diselesaikan dengan adanya penetapan konsep desain yang rinci sejak awal pemberian tugas sehingga penulis mendapat gambaran desain yang diinginkan. Untuk kendala kedua, penulis dapat mengatasinya dengan berkomunikasi dengan pihak perusahaan sehingga muncul solusi yang didiskusikan bersama-sama yaitu dengan berpindah tempat ruangan sehingga bunyi tidak terdengar lagi.