

BAB III

PELAKSANAAN MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi Pelaksanaan Magang

Kedudukan penulis sebagai magang desain grafis di PT Hexpharm Jaya berada di bawah divisi *creative marketing*, atau tim pemasaran, dengan tanggung jawab melapor langsung kepada supervisor atau desainer senior yang ditugaskan sebagai pembimbing. Peran utama penulis dalam magang meliputi membantu produksi materi visual seperti poster, infografis, brosur, dan konten digital, mendukung pengembangan ide kreatif untuk kampanye pemasaran atau branding, serta memastikan hasil desain sesuai dengan identitas visual dan pedoman merek perusahaan.

3.1.1 Kedudukan Pelaksanaan Magang

Dalam pelaksanaan magang di PT Hexpharm Jaya, penulis ditempatkan di divisi marketing dan promosi. Dalam peran ini, penulis terlibat dalam berbagai kegiatan yang bertujuan untuk meningkatkan visibilitas serta pemahaman pasar terhadap produk-produk yang ditawarkan oleh perusahaan, terutama dalam industri farmasi. Tugas utama yang dijalankan mencakup perencanaan dan implementasi strategi pemasaran, pembuatan materi promosi, serta melakukan komunikasi untuk membangun hubungan dengan konsumen dan mitra bisnis.

3.1.2 Koordinasi Pelaksanaan Magang

Sebagai Graphic Design Intern di divisi Marketing Brand PT Hexpharm Jaya, penulis menjalankan koordinasi dengan berbagai pihak dalam struktur atasan perusahaan. Koordinasi pertama dilakukan dengan atasan langsung, seperti supervisor atau manajer marketing brand, untuk menerima arahan mengenai tugas desain yang perlu dikerjakan, baik untuk materi promosi maupun kampanye pemasaran. Penulis kemudian berkoordinasi dengan tim kreatif yang lebih senior, seperti atasan desainer

grafis, untuk mendapatkan saran dan panduan teknis dalam pengerjaan desain, serta memastikan desain sesuai dengan standar visual perusahaan. Selain itu, penulis juga bekerja sama dengan divisi pemasaran dan komunikasi, seperti tim promosi dan penjualan, untuk memastikan materi desain dapat mendukung strategi pemasaran dan efektif digunakan di berbagai saluran.



Gambar 3.1 Bagan Divisi Perusahaan
Sumber: PT Hexpharm (2024)

Berdasarkan bagan tersebut, semua proyek yang berhubungan dengan branding masuk ke dalam divisi marketing, dimana semua permintaan desain untuk keperluan marketing akan menuju brand manager terlebih dahulu, yang dimana setelah itu akan diarahkan kepada penulis yang sebagai *intern*.

3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

Berikut adalah uraian *timeline* dalam proses pengerjaan magang penulis yang dimulai dari awal minggu pada bulan Agustus hingga bulan November 2024.

Tabel 3.1 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Magang

Minggu	Tanggal	Proyek	Keterangan
1	5-9 Agustus 2024	-Brief desain signage	-membuat desain signage untuk brand HEVIT
2	12-16 Agustus 2024	-Brief catalogue	-membuat desain e catalogue untuk brand HJ
3	19-23 Agustus 2024	-Brief banner -Brief flyer	-membuat desain banner untuk IAI -membuat desain flyer untuk acara lomba
4	26-30 Agustus 2024	-Brief voucher -Brief tripod banner	-membuat desain voucher untuk keperluan brand Vitazym -membuat desain tripod banner
5	2-7 September 2024	-Brief desain spanduk -brief kipas tangan	- membuat desain spanduk untuk brand IAI -membuat desain kipas tangan untuk brand HEVIT -membuat desain kipas tangan untuk brand Vitazym
6	9-13 September 2024	-brief video editing -brief banner	-mengedit video HJ untuk digunakan pada tampilan duratrans saat event offline yang diadakan -membuat desain banner untuk konten
7	16-20 September 2024	-brief video editing -brief x banner	-mengedit video untuk brand HEVIT untuk konten promosi -membuat desain x banner untuk brand Aloclair
8	23-27 September 2024	-brief poster -brief logo	-membuat desain poster untuk brand Candesartan -membuat logo untuk HJ event olahraga
9	30 September - 4 Oktober 2024	-brief e catalogue	-melanjutkan desain e catalogue untuk brand NIMITZ

10	7-11 Oktober 2024	-Brief filter	-mempelajari brief desain untuk filter instagram HJ HUT -memulai progress desain filter instagram
11	14-18 Oktober 2024	-Brief Maskot -Brief filter	-melanjutkan progress desain filter instagram HJ HUT -mengerjakan desain untuk revisi desain maskot HJ
12	21-25 Oktober 2024	-Filter -e catalogue	-melanjutkan progress desain filter instagram untuk HJ HUT dan juga HJ Generik -finalisasi desain e catalogue
13	28 Oktober - 1 November 2024	- brief logo - brief banner	-mengerjakan desain untuk redesain logo HJ HUT 53 -mempelajari brief untuk banner brand Vitazym
14	4-8 November 2024	- brief banner	-melanjutkan desain banner untuk brand vitazym -mempelajari brief baru untuk mendesain banner untuk brand EMOS
15	11-15 November 2024	-brief banner	-mengerjakan desain banner untuk EMOS -diberikan brief untuk banner Vitazymplus -mempelajari brief untuk desain banner Vitazymplus
16	18-22 November 2024	-brief video -banner	-mempelajari dan mengerjakan video editing untuk product Tango HJ -mengerjakan desain banner Vitazymplus
17	25-29 November 2024	-brief spanduk -video edit	-mempelajari dan mengerjakan desain spanduk untuk kejuaraan panahan bersama dengan brand HEVIT -melanjutkan video editing untuk e catalogue product Tango HJ

3.3 Uraian Pelaksanaan Magang

Selama melaksanakan magang di PT Hexpharm Jaya sebagai Graphic Design Intern di divisi Marketing Brand, penulis telah terlibat dalam berbagai proyek desain yang mendukung kegiatan pemasaran dan promosi perusahaan. Proyek utama yang dikerjakan adalah desain *banner*, yang menjadi salah satu materi utama dalam kampanye pemasaran produk. Selain itu, penulis juga terlibat dalam pembuatan poster promosi untuk kegiatan event perusahaan, yang berfungsi untuk menarik perhatian peserta dan mempromosikan acara dengan visual yang menarik. Proyek lainnya termasuk desain filter Instagram untuk merayakan ulang tahun Hexpharm Jaya dan untuk kampanye HJ Generik, yang bertujuan untuk meningkatkan interaksi dan keterlibatan audiens di media sosial. Penulis juga berkontribusi dalam pembuatan *e-catalogue* untuk produk-produk PT Hexpharm Jaya, yang memudahkan pelanggan maupun brand yang bekerja sama dengan PT Hexpharm Jaya untuk mendapatkan informasi tentang produk secara digital. Selain itu, penulis turut mengerjakan *sticker* kemasan sebagai bagian dari desain kemasan produk. Setiap proyek yang dikerjakan memberikan pengalaman berharga dalam menerapkan keterampilan desain grafis, serta meningkatkan pemahaman tentang bagaimana desain visual dapat mendukung strategi pemasaran dan memperkuat citra merek perusahaan. Berikut merupakan uraian setiap proses yang dilakukan penulis selama magang.

3.3.1 Proses Pelaksanaan Tugas Utama Magang

Proses pengerjaan diawali oleh supervisor yang melakukan briefing dengan tim *branding* dan tim *creative*. Kemudian tim *branding* akan bertanggung jawab untuk merancang ide konten yang akan disusun melalui Powerpoint. Kemudian hasil ide konten akan diserahkan kepada tim Graphic Designer yang berada dalam tim *creative* yang bertanggung jawab untuk mendesain konten berdasarkan brief yang sudah ada di Powerpoint atau yang sudah diberikan melalui chat *whatsapp*.

Jika penulis mendapatkan tugas, penulis akan dihubungi lewat grup *whatsapp* yang berisikan tim *marketing* yang terdiri dari tim kreatif dan *branding*. Penulis akan diberikan brief desain dari atasan untuk dipelajari dan dibahas kepada atasan. Supervisor akan terus memantau progress desain yang penulis kerjakan sampai pada akhirnya diterima atau sesuai dengan brief yang diberikan.

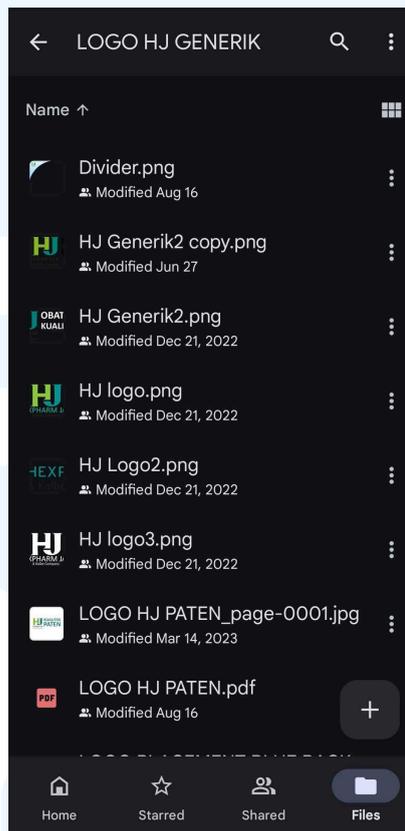
Penulis memiliki tugas utama dalam mengerjakan proyek untuk PT Hexpharm Jaya dimana tugas utamanya merupakan desain banner. Penulis menerima *brief* yang sudah disiapkan oleh atasan dalam bentuk chat dari *platform whatsapp* untuk membuat desain banner dan juga sudah diberikan aset foto dan aset lainnya dalam bentuk *google drive*.



Gambar 3.2 Brief Proyek Utama

Setelah penulis diberikan dan sudah mempelajari brief, penulis memahami secara mendalam pesan yang ingin disampaikan melalui banner, audiens yang dituju, serta elemen-elemen visual yang perlu disertakan, seperti logo perusahaan, tagline, dan elemen brand lainnya. Setelah brief

diterima, langkah selanjutnya adalah mencari mood board dan referensi desain. Penulis melakukan riset visual dengan mengumpulkan contoh-contoh desain banner untuk mendesain acara lomba 17-an dari berbagai sumber desain *banner*.



Gambar 3.3 Aset Perusahaan

Penulis melanjutkan untuk mencari referensi desain banner yang tepat dan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan. Pencarian referensi dilakukan dengan teliti melalui berbagai sumber desain, platform seperti Pinterest, untuk menemukan inspirasi yang relevan. Penulis juga mengevaluasi elemen-elemen desain yang penting, seperti komposisi gambar, pemilihan warna, tipografi, dan penempatan teks yang mendukung pesan yang ingin disampaikan. Semua referensi yang ditemukan dianalisis untuk memastikan bahwa elemen desain tersebut dapat diterapkan dengan baik sesuai dengan konteks perusahaan dan audiens yang dituju.



Gambar 3.4 Referensi Desain

Setelah berhasil mengumpulkan referensi yang relevan, langkah berikutnya adalah menuangkan ide-ide tersebut ke dalam bentuk sketsa. Penulis memulai dengan membuat tiga sketsa alternatif sebagai konsep awal untuk desain banner samarak bertepatan perayaan Hari Kemerdekaan Indonesia untuk PT Hexpharm Jaya. Proses ini dilakukan untuk mengeksplorasi berbagai pendekatan visual yang sesuai dengan tema 17-an dengan tetap memperhatikan identitas branding perusahaan.



Gambar 3.5 Sketsa Tiga Alternatif Samarak

selanjutnya penulis menentukan konsep desain, penulis melanjutkan ke tahap pembuatan desain menggunakan aplikasi Adobe Illustrator sebagai alat utama. Aplikasi ini dipilih karena kemampuannya dalam mempermudah pengaturan elemen-elemen yang berkaitan dengan layout, memungkinkan penulis untuk membuat elemen visual yang konsisten dan dapat disesuaikan, seperti logo atau ilustrasi yang sesuai dengan tema untuk desain *banner*.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

League Spartan

The quick brown fox jumps over the lazy dog

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm

Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

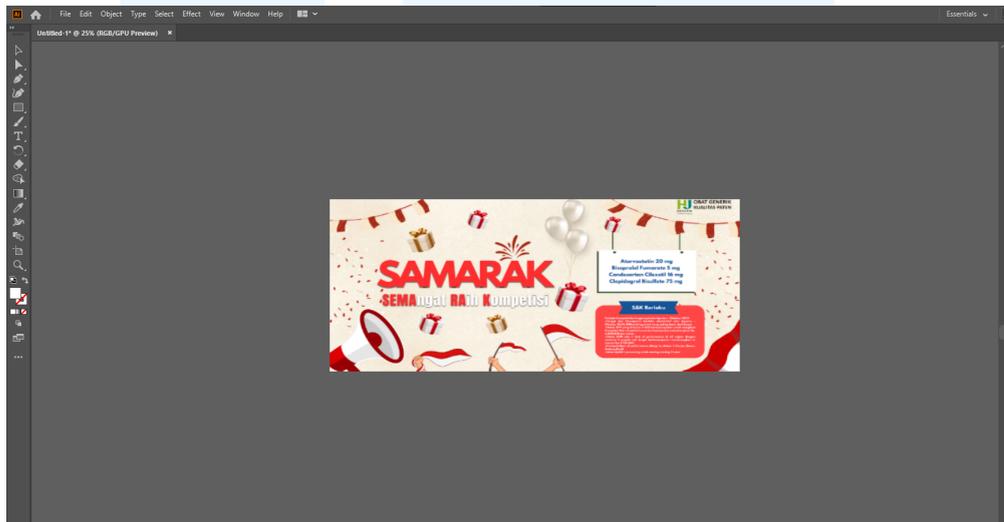
1234567890 (.,!/?#\$%&* /\@:;)

Gambar 3.6 Tipografi Yang Dipilih

Tipografi yang digunakan merupakan *font League Spartan*. dimana headline menggunakan *bold League Spartan* berwarna merah. Diikuti dengan *font League Spartan* berukuran kecil untuk bagian informasi banner.

Pada tahap awal proses mendesain banner, penulis mulai dengan menentukan ukuran yang tepat sesuai dengan brief. Setelah menentukan ukuran, langkah berikutnya adalah memilih mode warna RGB. Setelah pengaturan ukuran dan mode warna, penulis mulai merancang background banner yang menjadi elemen dasar dari desain. Berdasarkan tema yang ditetapkan dalam brief, yaitu kemerdekaan, penulis memilih warna merah dan putih sebagai warna dominan. Pemilihan warna ini mengacu pada simbolisme nasional Indonesia, yang mencerminkan semangat kemerdekaan dan kebanggaan nasional. Untuk memberikan kesan yang lebih dinamis dan tidak monoton, penulis menambahkan efek tekstur pada background. Tekstur ini memberikan kedalaman dan kesan visual yang lebih menarik, menghindari tampilan yang terlalu datar atau kaku. Dengan menambahkan efek seperti gradasi atau pola halus, background menjadi lebih hidup dan menyatu dengan elemen lainnya dalam desain.

Setelah background selesai, penulis mulai memasukkan ilustrasi yang relevan dengan tema kemerdekaan. Ilustrasi ini meliputi elemen-elemen visual seperti bendera, simbol nasional, atau gambar yang menggambarkan semangat perjuangan dan kebanggaan. Ilustrasi tersebut dipilih dengan cermat agar tidak hanya memperkaya desain, tetapi juga mendukung pesan yang ingin disampaikan kepada audiens. Ilustrasi ini ditempatkan secara strategis di dalam banner agar tidak mengganggu fokus utama, tetapi tetap menonjolkan tema kemerdekaan. Selain ilustrasi, penulis juga menambahkan aset visual lainnya, seperti ikon atau grafis dekoratif, yang dapat memperkaya tampilan dan menarik perhatian audiens.



Gambar 3.7 Pengerjaan Pada Aplikasi Adobe Illustrator

Setelah menyelesaikan desain banner, penulis mengirimkannya kepada supervisor untuk tahap pengecekan. Supervisor memberikan feedback terkait elemen desain, seperti warna, tipografi, dan penataan komponen visual, untuk memastikan bahwa desain sesuai dengan brief. Masukan yang diberikan bisa mencakup perubahan pada warna, posisi elemen, atau ukuran teks.



Gambar 3.8 Request Revisi Banner

Penulis kemudian melakukan revisi berdasarkan feedback tersebut, menyempurnakan desain agar lebih menarik dan komunikatif. Proses ini memungkinkan penulis untuk meningkatkan kualitas desain dan memastikan bahwa hasil akhirnya memenuhi ekspektasi tim dan standar perusahaan.



Gambar 3.9 Hasil Final Banner

Selama pengerjaan proyek desain banner untuk lomba SAMARAK PT Hexpharm Jaya, penulis menerima beberapa revisi minor pada desain yang telah diselesaikan. Revisi tersebut mencakup perubahan pada warna latar belakang, penyesuaian font, dan perubahan warna teks untuk memastikan desain lebih mencerminkan tema yang diinginkan dan meningkatkan keterbacaan pesan. Pengalaman ini memberikan dampak signifikan bagi penulis, karena menyadarkan penulis akan pentingnya ketelitian dalam mengikuti brief serta memperhatikan elemen-elemen kecil seperti pilihan warna dan tipografi. Setiap revisi yang diberikan menjadi kesempatan berharga untuk belajar dan memperbaiki karya, dengan memahami bahwa desain yang efektif memerlukan pemahaman yang mendalam terhadap instruksi dan perhatian terhadap detail. Proses ini mengajarkan penulis untuk lebih fleksibel, terbuka terhadap masukan, dan memastikan bahwa hasil desain yang dihasilkan memenuhi ekspektasi klien dan standar kualitas perusahaan. Berikut ini adalah beberapa hasil final desain banner yang telah dibuat oleh penulis.



Gambar 3.10 Karya Banner Promosi Produk HJ

Berikut merupakan desain banner yang dibuat untuk mempromosikan produk PT Hexpharm Jaya dengan fokus pada edukasi mengenai pemilihan obat yang tepat. Banner ini dirancang untuk memberikan informasi yang jelas dan menarik bagi audiens, sambil memperkuat citra profesional perusahaan sebagai penyedia solusi kesehatan yang terpercaya, dimana semakin memperkuat keyakinan audiens untuk memilih obat dari PT. Hexpharm Jaya.



Gambar 3.11 Karya Banner Promosi Cholestast

Berikut merupakan desain banner promosi untuk brand Cholestast yaitu sebuah obat yang fungsinya merupakan membasmi kolesterol, yang dibuat untuk menginformasikan dan menarik minat konsumen terhadap program “Buy 1 Get 50 Poin”. Program promo ini berlangsung dalam waktu terbatas, yaitu hanya satu minggu, dari tanggal 11 hingga 18 November.



Gambar 3.12 Karya Banner Kerjasama HEVIT

Berikut merupakan desain banner promosi untuk brand HEVIT, yang dirancang untuk mendukung kerja sama dengan Student Archery Championship 2024. Banner ini berisi pesan motivasi dari HEVIT kepada para peserta agar tetap semangat dan menjaga kondisi tubuh selama mengikuti kompetisi. Desain ini bertujuan memperkuat citra HEVIT sebagai *brand* yang peduli pada kesehatan generasi muda, sekaligus meningkatkan awareness terhadap brand di kalangan peserta dan audiens.



Gambar 3.13 Karya Banner Promosi Vitazym Plus

Berikut merupakan desain banner promosi untuk *brand* Vitazymplus, yang dirancang untuk menginformasikan program spesial “Beli Rp. 100.000 Dapat Bonus 5 Poin”. Promo ini berlaku selama satu minggu, mulai dari tanggal 11 hingga 18 November. Banner ini menonjolkan informasi utama dengan tata letak yang jelas dan menarik, menggunakan kombinasi warna cerah yang mencerminkan energi dan kesehatan, sesuai dengan identitas brand Vitazymplus. Desain ini bertujuan untuk meningkatkan minat pelanggan terhadap produk, sekaligus memberikan pengalaman pembelian yang lebih menguntungkan bagi konsumen.

3.3.2 Proses Pelaksanaan Tugas Tambahan Magang

Selama menjalani program magang, selain menyelesaikan tugas utama yang telah ditentukan, penulis juga berkontribusi pada beberapa proyek tambahan yang memperluas pengalaman dan kemampuan di bidang desain grafis. Penulis terlibat dalam pembuatan berbagai materi promosi, termasuk desain poster untuk mempromosikan kegiatan atau produk, desain filter Instagram yang menarik untuk mendukung kampanye digital, serta e-catalogue yang memudahkan presentasi produk secara profesional. Selain itu, penulis juga membuat desain stiker yang kreatif dan fungsional untuk keperluan branding atau komunikasi visual. Proyek-proyek ini tidak hanya memberikan kesempatan bagi penulis untuk mengasah keterampilan teknis, tetapi juga mendukung kebutuhan promosi perusahaan secara lebih kreatif dan efektif.

3.3.2.1 Proyek Poster Promosi

Selain penulis mengerjakan proyek utama, ada juga proyek tambahan. Proyek tambahan pertama yang penulis kerjakan adalah desain poster. Penulis menerima *brief* yang sudah disiapkan oleh atasan dalam bentuk chat melalui platform WhatsApp untuk membuat desain poster promosi produk-produk PT Hexpharm Jaya. Dalam

pengerjaannya, penulis diberikan aset foto dan elemen pendukung lainnya yang disimpan dalam folder Google Drive. Dengan arahan dari brief tersebut, penulis membuat desain poster yang sesuai dengan panduan branding perusahaan.



2. Poster (Akrilik): Ukuran A3

#Jangan Ragu sama yang biru

Pastikan Gambar Dot Merah dihilangkan dari box

Desain mirip dengan references hanya diubah layout saja

Obat Generik kualitas paten, ya warna Biru

Gambar 3.14 Brief Poster

Setelah penulis diberikan dan sudah mempelajari brief, penulis memahami secara mendalam pesan yang ingin disampaikan melalui desain poster, *audiens* yang dituju, serta elemen-elemen visual yang perlu disertakan, seperti logo perusahaan, tagline, dan elemen brand lainnya. Setelah *brief* diterima, langkah selanjutnya adalah mencari mood board dan referensi desain. Penulis melakukan riset visual dengan mengumpulkan contoh-contoh desain poster yang berkaitan dengan produk obat untuk memahami tren visual yang relevan dan efektif. *Mood board* tersebut berisi berbagai inspirasi, termasuk kombinasi warna, tipografi, tata letak, dan gaya ilustrasi yang sesuai dengan identitas merek PT Hexpharm Jaya.

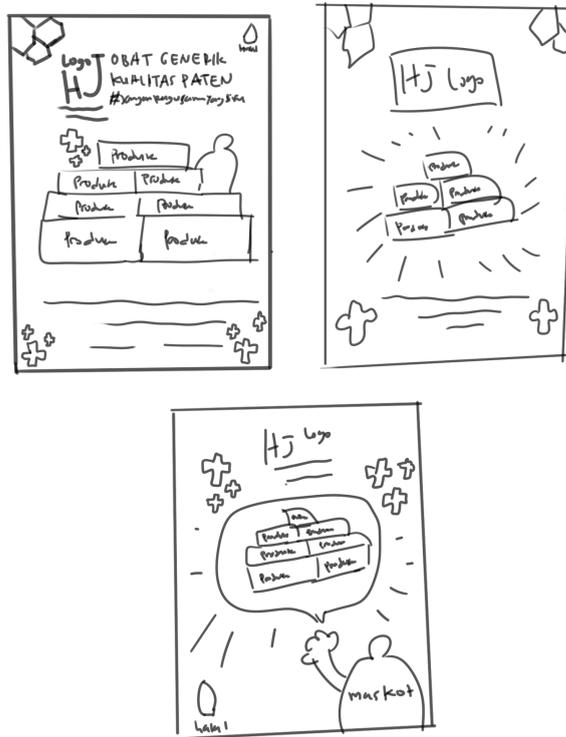


References

Gambar 3.15 Referensi Poster

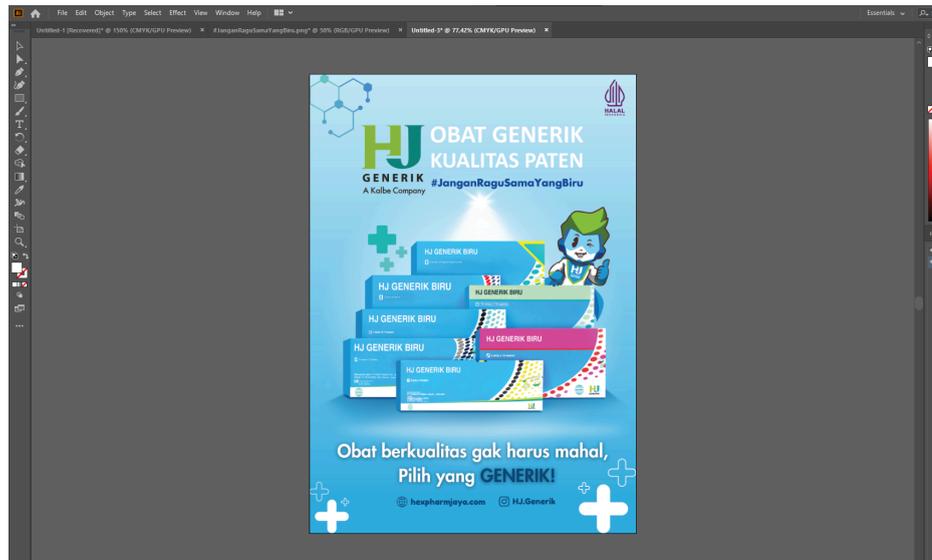
Setelah penulis mendapatkan referensi yang cocok, langkah selanjutnya adalah mulai membuat sketsa awal untuk mengatur tata letak yang pas dalam proses pembuatan desain poster. Sketsa ini berfungsi sebagai panduan visual awal yang membantu penulis menentukan posisi elemen-elemen penting, seperti judul, gambar produk, logo perusahaan, tagline, dan elemen dekoratif lainnya.

UMIN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3.16 Sketsa Tiga Alternatif Poster

Setelah penulis membuat sketsa, langkah berikutnya adalah menentukan konsep desain. Penulis memutuskan untuk menonjolkan produk PT Hexpharm Jaya dengan tema warna biru muda yang mencerminkan kesan profesional, bersih, dan menenangkan, sesuai dengan karakteristik produk obat. Konsep ini dirancang untuk menghasilkan desain yang menarik namun tetap minimalis, dengan fokus pada elemen-elemen utama seperti produk dan informasi penting. Penulis memilih pendekatan minimalis untuk memastikan desain terlihat modern, tidak terlalu ramai, dan mudah dipahami.



Gambar 3.17 Pengerjaan Poster Pada Aplikasi Adobe Illustrator

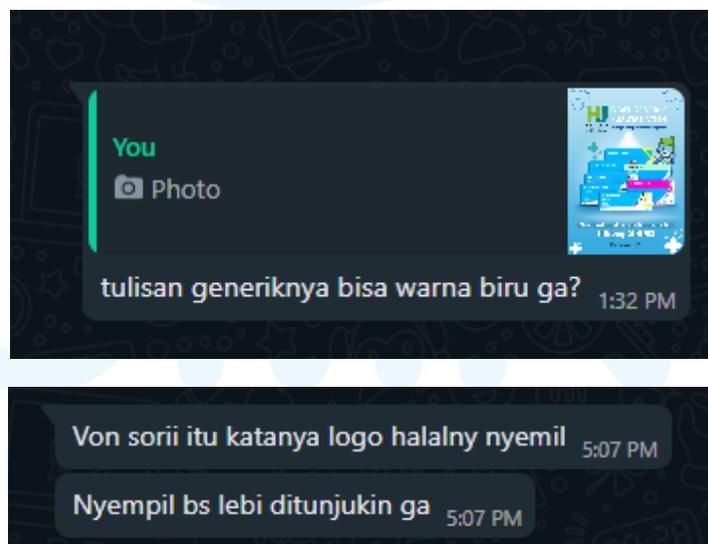
Dengan panduan konsep ini, penulis mulai mengolah elemen-elemen visual yang telah dirancang dalam sketsa ke dalam versi digital menggunakan aplikasi Adobe Illustrator. Penulis menetapkan ukuran kanvas sebesar A3, yaitu 29,7 cm x 42 cm, untuk memastikan poster memiliki resolusi yang optimal dan proporsi yang sesuai untuk kebutuhan promosi. Dalam proses ini, penulis menata elemen-elemen seperti gambar produk, logo perusahaan, teks, dan elemen dekoratif sesuai dengan tata letak yang telah direncanakan. Penulis juga memastikan penggunaan warna biru muda sebagai tema utama tetap konsisten, sambil menjaga keselarasan antara elemen visual agar poster terlihat profesional, menarik, dan sesuai dengan identitas merek PT Hexpharm Jaya.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

ABCDEFGHIJKLMN
OPQRSTUVWXYZÀÅ
abcdefghijklmnopqr
stuvwxyzàåéîõø&12
34567890(\$£€.,!?)

Gambar 3.18 Pemilihan Tipografi Poster

Dalam proses desain, penulis juga memperhatikan pemilihan tipografi untuk mendukung konsep minimalis dan profesional yang ingin ditonjolkan. Penulis memilih *font Futura* karena karakteristiknya yang modern, bersih, dan mudah dibaca, sehingga dapat menyampaikan informasi dengan jelas dan efektif. Font ini digunakan untuk judul, sub judul, dan teks informasi pada poster.



Gambar 3.19 Request Revisi Poster

Setelah menyelesaikan desain poster, penulis mengirimkannya kepada supervisor untuk tahap pengecekan. Supervisor memberikan feedback terkait elemen desain, seperti penataan komponen visual,

untuk memastikan bahwa desain sesuai dengan brief. Penulis menerima masukan tersebut dengan baik dan melakukan revisi yang diperlukan, seperti penyesuaian warna agar lebih kontras, pengaturan ulang posisi elemen untuk meningkatkan keseimbangan visual, serta memperbaiki ukuran dan jarak antar teks agar lebih mudah dibaca.



Gambar 3.20 Desain Final Poster

Setelah revisi selesai, penulis kembali mengirimkan desain kepada supervisor untuk mendapatkan persetujuan akhir sebelum poster digunakan untuk keperluan promosi. Dengan melakukan revisi ini tidak hanya memastikan hasil akhir yang optimal, tetapi juga memberikan pengalaman berharga bagi penulis dalam bekerja sama dengan tim dan memahami ekspektasi perusahaan. Berikut merupakan beberapa hasil desain poster yang penulis kerjakan selama magang.



Gambar 3.21 Karya Desain Poster Candesartan

Berikut merupakan desain poster untuk obat Candesartan, yang dirancang untuk menyoroti keunggulan utamanya sebagai Bahan Baku Obat (BBO) pertama di Indonesia. Poster ini juga menampilkan informasi penting seperti nilai Tingkat Komponen Dalam Negeri (TKDN) dan Bobot Manfaat Produk (BMP), yang menjadi indikator kualitas dan komitmen terhadap penggunaan bahan baku lokal. Pencapaian ini menjadi salah satu hal yang di-highlight dalam poster sebagai bukti inovasi dan kontribusi PT Hexpharm Jaya dalam industri farmasi nasional. Poster ini tidak hanya memberikan informasi produk, tetapi juga memperkuat citra PT Hexpharm Jaya sebagai pelopor inovasi farmasi yang mendukung kemajuan produk dalam negeri.



Gambar 3.22 Karya Desain Poster Produk HJ

Berikut merupakan desain poster promosi dari PT Hexpharm Jaya dengan pesan utama yaitu merekomendasikan pembelian obat dapat memilih dari PT. Hexpharm Jaya, dimana obat tidak harus mahal. Poster ini dirancang untuk mengedukasi sekaligus menarik perhatian masyarakat agar memilih PT Hexpharm Jaya sebagai penyedia obat berkualitas dengan harga yang terjangkau. Dengan kombinasi warna yang segar dan kontras, desain poster menonjolkan tagline utama melalui tipografi yang besar. Dilengkapi dengan visual pendukung seperti maskot dan foto produk obat, poster ini memberikan kesan profesional dan terpercaya. Pesan ini diperkuat dengan elemen grafis yang mencerminkan komitmen perusahaan dalam menyediakan obat-obatan yang tidak hanya efektif tetapi juga ekonomis.



Gambar 3.23 Karya Desain Poster Aloclair Plus

Berikut merupakan desain poster promosi untuk produk Aloclair Plus, obat yang bermanfaat untuk meredakan sariawan. Poster ini menonjolkan pesan utama bahwa Aloclair Plus efektif dalam membantu mengatasi masalah sariawan sekaligus menyampaikan informasi tentang promo menarik yang sedang berlangsung. Dalam promo ini, pelanggan yang membeli Aloclair Plus berkesempatan mendapatkan face painting secara gratis, menjadikan pengalaman berbelanja lebih menyenangkan.



Gambar 3.24 Karya Desain Poster Samarak

Berikut merupakan desain poster promosi lomba yang diselenggarakan oleh PT Hexpharm Jaya dalam rangka merayakan Hari Kemerdekaan Republik Indonesia. Poster ini menginformasikan bahwa lomba tersebut menghadirkan hadiah menarik dengan nominal Rp3,5 juta untuk kategori Best SPV dan Rp1,75 juta untuk kategori Best Performance RBM. Desain poster mengusung nuansa kemerdekaan yang ceria dan penuh semangat, menggunakan warna dominan merah dan putih serta elemen dekoratif khas 17 Agustus, seperti bendera dan ilustrasi perlombaan, untuk menggugah antusiasme peserta.

3.3.2.2 Proyek Filter Instagram

Proyek tambahan kedua yang penulis kerjakan adalah desain filter Instagram untuk memperingati hari ulang tahun PT Hexpharm Jaya yang ke-53. Penulis menerima brief yang telah disiapkan oleh atasan melalui pesan di platform WhatsApp, berisi panduan pembuatan desain filter yang mencerminkan tema perayaan

ulang tahun perusahaan. Dalam pengerjaannya, penulis diberikan akses ke aset foto, logo, elemen grafis, dan materi pendukung lainnya yang diberikan melalui *Whatsapp* untuk memudahkan proses desain. Berdasarkan arahan dari brief, penulis merancang filter Instagram yang tidak hanya menarik secara visual tetapi juga tetap sesuai dengan pedoman branding PT Hexpharm Jaya.



BRIEF IG FILTER

- tema ulang tahun ke 53
- kesan olahraga atau sporty
- sediakan banyak maskot
- menggunakan logo khusus hut

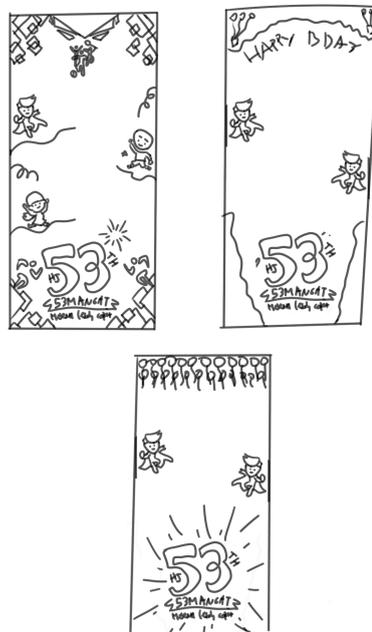
Gambar 3.25 Brief Instagram Filter

Setelah menerima dan mempelajari brief yang diberikan, penulis berusaha memahami secara menyeluruh pesan yang ingin disampaikan melalui desain filter Instagram, target audiens yang dituju, serta elemen-elemen visual yang wajib disertakan, seperti logo perusahaan, elemen branding, dan dekorasi bertema ulang tahun. Penulis mendalami tujuan utama desain untuk menciptakan filter yang tidak hanya menarik secara estetika tetapi juga mampu memperkuat identitas PT Hexpharm Jaya dalam momentum ulang tahunnya yang ke-53.

Setelah memahami brief, langkah selanjutnya adalah mencari inspirasi dengan menyusun mood board dan referensi desain. Penulis melakukan riset visual mendalam, mengumpulkan contoh desain filter Instagram yang relevan serta elemen dekoratif yang berkaitan dengan

tema perayaan dan profesionalisme. Penulis juga memperhatikan tren desain digital terkini untuk memastikan filter yang dihasilkan terlihat modern, dan menarik perhatian pengguna.

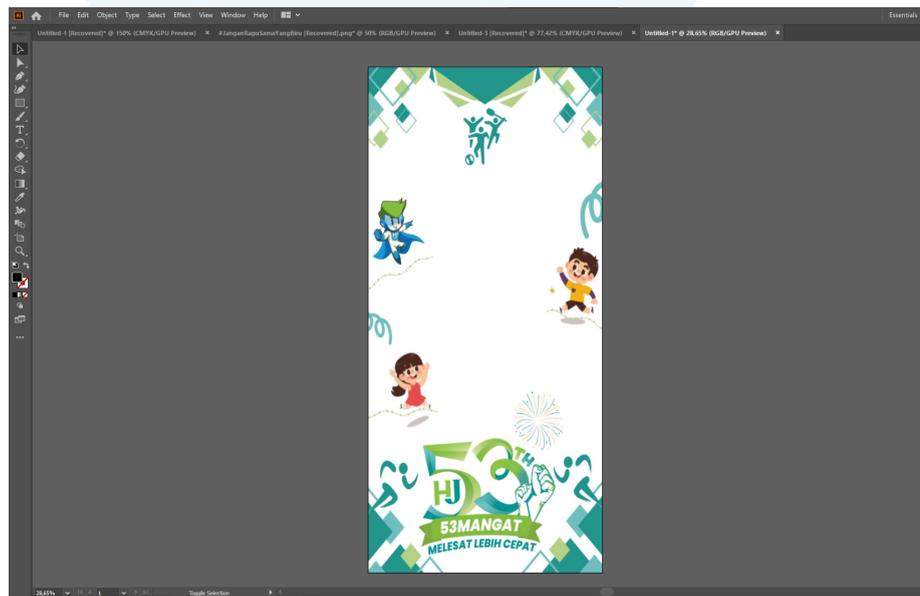
Setelah penulis mendapatkan referensi yang sesuai, langkah berikutnya adalah membuat sketsa awal untuk mengatur tata letak yang tepat dalam proses pembuatan desain filter Instagram. Sketsa ini berfungsi sebagai panduan visual awal yang membantu penulis menentukan posisi elemen-elemen penting, seperti logo perusahaan, elemen dekoratif bertema ulang tahun, serta area utama yang akan digunakan untuk efek filter. Dalam tahap ini, penulis mempertimbangkan keseimbangan visual, komposisi elemen, dan bagaimana filter akan terlihat ketika digunakan oleh audiens. Sketsa tersebut menjadi langkah awal yang penting untuk memastikan desain filter dapat menyampaikan pesan secara efektif dan terlihat menarik saat diterapkan pada platform media sosial.



Gambar 3.26 Sketsa Tiga Alternatif Instagram Filter

Setelah penulis membuat sketsa, langkah berikutnya adalah menentukan konsep desain. Penulis memutuskan untuk menonjolkan logo terbaru khusus HUT ke-53 PT Hexpharm Jaya sebagai elemen utama, dengan tema warna biru muda dan hijau. Kombinasi warna ini dipilih karena mencerminkan kesan profesional, segar, dan dinamis, sekaligus memberikan sedikit sentuhan yang mencerminkan semangat olahraga sesuai dengan arahan dalam brief.

Konsep ini dirancang untuk menciptakan desain filter Instagram yang menarik perhatian, namun tetap minimalis agar terlihat modern dan tidak berlebihan. Fokus utama diarahkan pada elemen-elemen penting, seperti logo HUT ke-53, elemen dekoratif bertema olahraga, dan efek visual yang mendukung kesan perayaan.



Gambar 3.27 Pengerjaan Instagram Filter Pada Aplikasi Adobe Illustrator

Dengan panduan konsep ini, penulis mulai mengolah elemen-elemen visual yang telah dirancang dalam sketsa ke dalam versi digital menggunakan aplikasi Adobe Illustrator. Penulis menetapkan ukuran 1080 x 1920 piksel dengan rasio aspek 9:16 untuk memastikan filter Instagram memiliki resolusi optimal dan proporsi yang sesuai

dengan format Instagram Story. Dalam proses ini, penulis menata elemen-elemen seperti logo HUT ke-53 PT Hexpharm Jaya, elemen dekoratif bertema olahraga, serta detail tambahan sesuai tata letak yang telah direncanakan. Penulis memastikan bahwa tema warna biru muda dan hijau tetap konsisten digunakan sebagai elemen utama, menciptakan gabungan visual yang sejalan dengan identitas merek dan semangat acara ulang tahun perusahaan. Selain itu, penulis memberikan perhatian khusus pada detail, seperti warna, elemen dekoratif, agar desain terlihat profesional, menarik, dan fungsional.

Setelah menyelesaikan desain filter Instagram, penulis mengirimkan hasil desain tersebut kepada supervisor untuk tahap pengecekan dan evaluasi. Supervisor memberikan masukan terkait beberapa aspek desain, seperti penataan komponen visual, agar desain lebih sesuai dengan brief dan tema yang diinginkan. Penulis menerima masukan tersebut dengan baik dan segera melakukan revisi yang diperlukan. Beberapa penyesuaian yang dilakukan meliputi penyesuaian elemen dekoratif agar lebih selaras dengan tema olahraga, pengaturan ulang posisi elemen untuk menciptakan keseimbangan visual yang lebih baik, serta penyesuaian ukuran elemen tertentu agar terlihat jelas dan menarik saat filter digunakan. Setelah revisi selesai, desain filter dikirim kembali untuk persetujuan akhir, memastikan hasilnya memenuhi standar kualitas dan tujuan yang diharapkan oleh perusahaan.

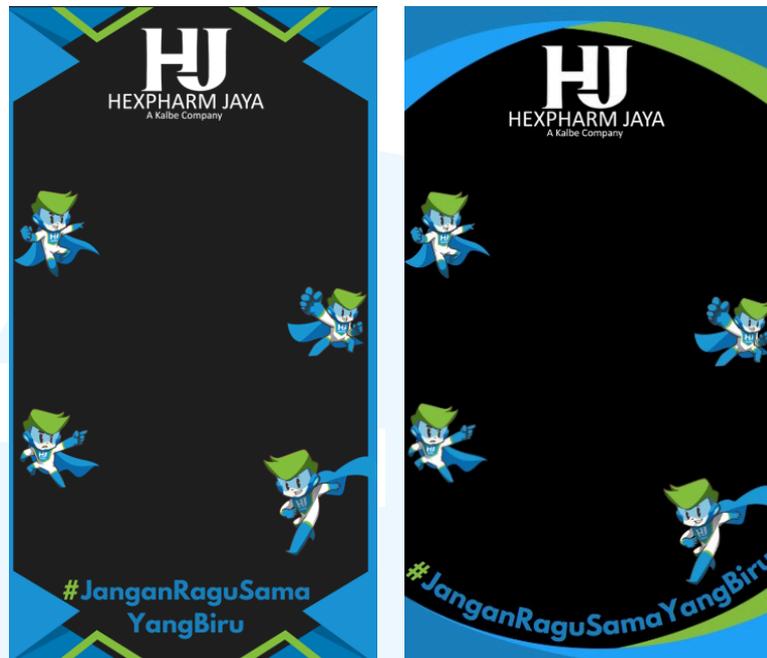
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3.28 Karya Desain Final Instagram Filter

Dengan melakukan revisi ini, penulis tidak hanya memastikan bahwa hasil akhir desain filter Instagram memenuhi standar kualitas dan sesuai dengan tujuan perusahaan, tetapi juga mendapatkan pengalaman berharga dalam bekerja sama dengan tim serta memahami ekspektasi perusahaan. Berikut ini adalah hasil desain filter Instagram yang penulis kerjakan selama masa magang.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3.29 Karya Desain Instagram Filter HJ Generik

Berikut merupakan desain Instagram filter khusus untuk PT Hexpharm Jaya khusus Generik. Filter ini menampilkan logo utama PT Hexpharm Jaya secara mencolok sebagai elemen utama untuk memperkuat branding, dilengkapi dengan maskot perusahaan yang memberikan kesan ramah dan menyenangkan. Kombinasi elemen visual ini dirancang untuk menciptakan interaksi yang lebih personal dengan pengguna, terutama generasi muda yang aktif di media sosial. Filter ini tidak hanya berfungsi sebagai alat promosi kreatif, tetapi juga sebagai media untuk meningkatkan kesadaran merek (*brand awareness*) sekaligus menegaskan komitmen perusahaan terhadap penyediaan obat generik yang terjangkau dan berkualitas.

3.3.2.3 Proyek E-Catalogue Product

Proyek tambahan ketiga yang penulis kerjakan adalah desain *E-Catalogue Product* untuk menampilkan katalog produk obat PT Hexpharm Jaya. Penulis menerima brief yang telah disiapkan oleh atasan melalui pesan di platform WhatsApp. Brief tersebut mencakup

panduan desain, akses ke aset seperti foto produk, logo perusahaan, elemen grafis, deskripsi setiap produk obat, serta materi pendukung lainnya yang disediakan untuk mempermudah proses desain.

BRIEF e-catalogue NIMITZ

- katalog produk NIMITZ
- berisi foto produk dan penjelasan komposisi produk
- tema berwarna hijau
- tidak perlu menggunakan logo hj



Gambar 3.30 Brief Desain E-catalogue

Setelah menerima dan mempelajari brief yang diberikan, penulis berusaha memahami secara mendalam pesan yang ingin disampaikan melalui desain *E-Catalogue Product*, termasuk elemen-elemen visual yang wajib disertakan, seperti logo perusahaan, elemen branding, elemen dekorasi, serta informasi produk yang relevan. Penulis mendalami tujuan utama dari desain ini, yaitu menciptakan sebuah *e-catalogue* yang tidak hanya menarik secara estetika tetapi juga mampu memperkuat identitas PT Hexpharm Jaya sebagai perusahaan farmasi yang profesional dan terpercaya.



Gambar 3.31 Referensi E-catalogue

Setelah memahami brief, langkah selanjutnya yang dilakukan penulis adalah mencari referensi desain. Penulis melakukan riset visual secara mendalam dengan mengumpulkan berbagai contoh desain *e-catalogue* yang relevan, baik dari industri farmasi maupun sektor lain yang memiliki karakteristik profesional. Elemen-elemen dekoratif, seperti tata letak, dan kombinasi warna, juga menjadi bagian penting dari referensi yang dikumpulkan.

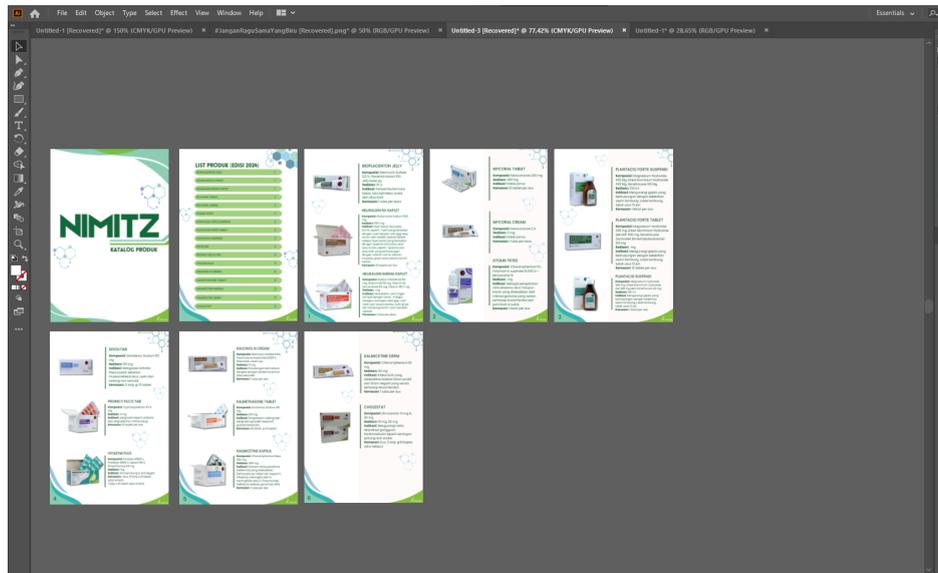
Setelah penulis mendapatkan referensi yang sesuai, langkah berikutnya adalah membuat sketsa awal untuk mengatur tata letak yang tepat dalam proses pembuatan desain *e-catalogue product*. Sketsa ini berfungsi sebagai panduan visual awal yang membantu penulis menentukan posisi elemen-elemen penting, seperti logo perusahaan, informasi produk, serta elemen dekoratif bertemakan obat. Dalam tahap ini, penulis memperhatikan keseimbangan visual, komposisi elemen, dan bagaimana informasi disajikan agar mudah dipahami.



Gambar 3.32 Sketsa E-catalogue

Setelah penulis membuat sketsa, langkah berikutnya adalah menentukan konsep desain. Konsep ini dirancang untuk menciptakan desain *e-catalogue* yang tidak hanya menarik perhatian tetapi juga fungsional dan informatif. Fokus utama diarahkan pada nama produk dan keterangan produk serta elemen-elemen penting, seperti tata letak yang terstruktur, logo perusahaan, dan elemen dekoratif bertemakan kesehatan. Penulis juga memastikan bahwa desain tetap minimalis agar mudah dipahami oleh pembaca, dengan penggunaan visual yang mendukung penyampaian informasi produk secara jelas dan efektif.

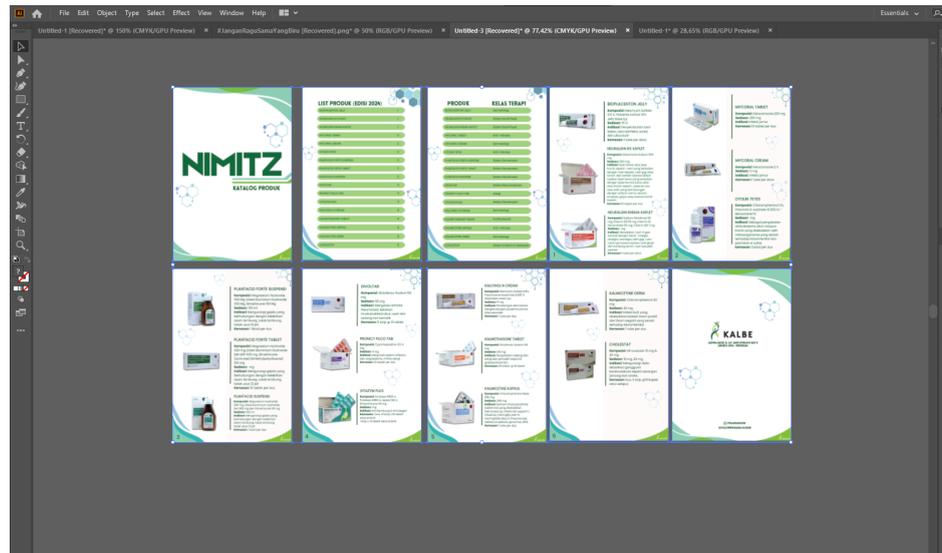
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3.33 Pengerjaan E-catalogue Pada Aplikasi Adobe Illustrator

Dengan panduan konsep ini, penulis mulai mengolah elemen-elemen visual yang telah dirancang dalam sketsa ke dalam versi digital menggunakan aplikasi Adobe Illustrator. Penulis menetapkan ukuran 14.8 x 21 cm (format A5) untuk memastikan *e-catalogue product* memiliki resolusi yang optimal dan proporsi yang sesuai dengan standar pencetakan dan distribusi digital. Dalam proses ini, penulis menata elemen-elemen seperti logo PT Hexpharm Jaya, foto produk, elemen dekoratif bertema kesehatan, serta informasi produk yang disusun secara sistematis sesuai dengan tata letak yang telah direncanakan.

Penulis memastikan bahwa tema warna hijau tetap konsisten digunakan sebagai elemen utama, menciptakan visual yang profesional dan selaras dengan identitas merek perusahaan. Selain itu, penulis memberikan perhatian khusus pada detail, seperti keseimbangan komposisi, pemilihan tipografi yang mudah dibaca, dan penggunaan elemen dekoratif yang memperkuat tema kesehatan.



Gambar 3.34 Proses Finalisasi E-catalogue

Setelah menyelesaikan desain *e-catalogue product*, penulis mengirimkan hasil desain tersebut kepada supervisor untuk tahap pengecekan dan evaluasi. Supervisor memberikan masukan terkait beberapa aspek desain, seperti tata letak, penempatan elemen visual, dan konsistensi dengan pedoman branding, agar desain lebih sesuai dengan brief dan tema yang diinginkan. Penulis menerima masukan tersebut dengan baik dan segera melakukan revisi yang diperlukan. Beberapa penyesuaian yang dilakukan meliputi penataan ulang elemen dekoratif agar lebih selaras dengan tema kesehatan, pengaturan posisi gambar produk dan informasi untuk menciptakan keseimbangan visual yang lebih baik, serta penyesuaian ukuran elemen tertentu agar lebih jelas dan menarik saat *e-catalogue* ditampilkan.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

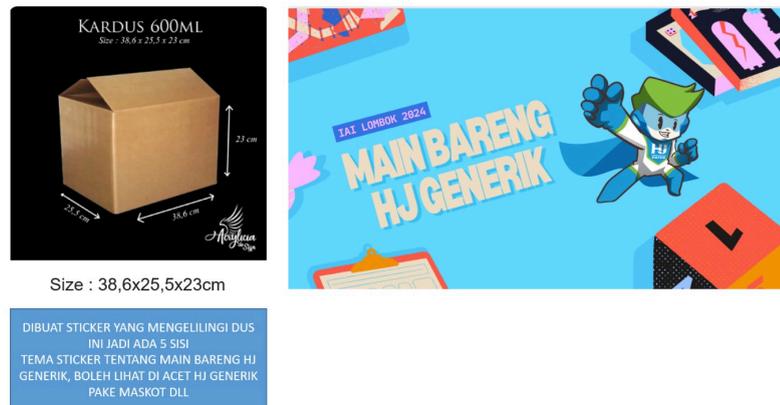


Gambar 3.35 Karya Final E-catalogue

Dengan melakukan revisi ini, penulis tidak hanya memastikan bahwa hasil akhir desain *e-catalogue product* memenuhi standar kualitas dan sesuai dengan tujuan perusahaan, tetapi juga mendapatkan pengalaman berharga dalam bekerja sama dengan tim serta memahami ekspektasi dan kebutuhan perusahaan. Proses ini memberikan penulis wawasan mendalam tentang pentingnya komunikasi yang efektif, fleksibilitas dalam menghadapi masukan, serta ketelitian dalam menghasilkan desain yang profesional.

3.3.2.4 Proyek Desain *Sticker*

Proyek tambahan keempat yang penulis kerjakan adalah desain stiker untuk kemasan dus dalam rangka event PT Hexpharm Jaya. Penulis menerima brief yang telah disiapkan oleh atasan melalui pesan di platform WhatsApp. Brief tersebut mencakup panduan desain, spesifikasi ukuran *sticker*, tema warna yang harus digunakan, dan serta akses ke aset.



Gambar 3.36 Brief Desain *Sticker*

Setelah menerima dan mempelajari brief yang diberikan, penulis berusaha memahami secara mendalam pesan yang ingin disampaikan melalui desain *sticker* kemasan dus, termasuk elemen-elemen visual yang wajib disertakan, seperti logo perusahaan, elemen branding, dan elemen dekorasi. Penulis mendalami tujuan utama dari desain ini, yaitu menciptakan *sticker* yang menarik secara visual, memperkuat identitas PT Hexpharm Jaya sebagai perusahaan farmasi terpercaya, dan memberikan kesan yang *fun* seperti mengajak audiens pada kemasan event.

Langkah selanjutnya yang dilakukan penulis adalah mencari inspirasi dengan mencari referensi desain. Penulis melakukan riset visual secara mendalam, elemen-elemen seperti kombinasi warna, dan tata letak, juga menjadi bagian penting dari referensi yang dikumpulkan.



Gambar 3.37 Sketsa Tiga Alternatif *Sticker*

Setelah penulis mendapatkan referensi yang sesuai, langkah berikutnya adalah membuat sketsa awal untuk mengatur tata letak yang tepat dalam desain sticker kemasan dus. Sketsa ini berfungsi sebagai panduan visual awal yang membantu penulis menentukan posisi elemen-elemen penting, seperti logo perusahaan, dan elemen dekoratif bertema kesehatan yang menunjukkan brand PT Hexpharm Jaya. Dalam tahap ini, penulis memperhatikan keseimbangan visual, komposisi elemen, dan bagaimana desain tersebut dapat menarik perhatian sekaligus menyampaikan informasi dengan jelas.

Setelah menyelesaikan sketsa, penulis menentukan konsep desain. Konsep ini dirancang untuk menciptakan desain *sticker* yang menarik perhatian, dan relevan dengan tema event. Fokus utama diarahkan pada elemen visual seperti maskot dan juga logo perusahaan dengan elemen dekoratif yang selaras dengan tema kesehatan, sambil memastikan desain tetap sederhana namun berkesan *fun*. Penulis juga memilih

pendekatan minimalis agar informasi yang ditampilkan mudah dipahami dan desain keseluruhan tampak modern, fun serta profesional.



Gambar 3.38 Pengerjaan *Sticker* pada Adobe Illustrator

Dengan panduan konsep ini, penulis mulai mengolah elemen-elemen visual yang telah dirancang dalam sketsa ke dalam versi digital menggunakan aplikasi Adobe Illustrator. Penulis menetapkan ukuran 38.6 x 25.5 cm untuk memastikan desain *sticker* kemasan dus memiliki resolusi yang optimal dan proporsi yang sesuai dengan standar pencetakan. Dalam proses ini, penulis menata elemen-elemen seperti maskot dan juga logo PT Hexpharm Jaya, elemen dekoratif bertema kesehatan.

Setelah menyelesaikan desain *sticker* kemasan dus, penulis mengirimkan hasil desain tersebut kepada supervisor untuk tahap pengecekan dan evaluasi. Supervisor memberikan masukan terkait beberapa aspek desain, seperti tata letak penempatan yang terdiri dari maskot, dan konsistensi dengan pedoman branding, agar desain lebih sesuai dengan brief dan tema yang diinginkan. Penulis menerima masukan tersebut dengan baik dan segera melakukan revisi yang diperlukan.



Gambar 3.39 Karya Final *Sticker*

Dengan melakukan revisi ini, penulis tidak hanya memastikan bahwa hasil akhir desain stiker kemasan dus memenuhi standar kualitas dan sesuai dengan tujuan perusahaan, tetapi juga mendapatkan pengalaman berharga dalam bekerja sama dengan tim serta memahami ekspektasi dan kebutuhan perusahaan.

3.4 Kendala dan Solusi Pelaksanaan Magang

Selama mengikuti program magang, penulis tentu menghadapi beberapa tantangan dan hambatan dalam menjalankan tugas yang diberikan. Meskipun demikian, penulis berusaha sebaik mungkin untuk mengatasi setiap masalah yang muncul dengan mencari solusi yang efektif. Beberapa kendala yang dihadapi serta solusi yang diterapkan akan dijelaskan berikut ini.

3.4.1 Kendala Pelaksanaan Magang

Selama menjalani program magang sebagai desainer grafis di PT Hexpharm Jaya, penulis mengerjakan berbagai proyek desain yang penuh tantangan. Beberapa hambatan yang dihadapi penulis selama mengerjakan proyek-proyek tersebut.

Penulis memerlukan waktu lebih untuk mempelajari dan menyesuaikan diri dengan brand guideline PT Hexpharm Jaya. Pada awalnya, penulis kesulitan dalam menyesuaikan desain dengan pedoman yang telah ditetapkan, sehingga perlu beberapa kali melakukan revisi untuk memastikan desain sesuai dengan standar yang diinginkan.

Penulis juga mengalami kendala saat menerima brief untuk beberapa proyek, di mana informasi yang diberikan belum cukup rinci. Hal ini menyebabkan penulis merasa bingung dan membutuhkan klarifikasi lebih lanjut untuk memastikan desain yang dihasilkan sesuai dengan kebutuhan dan harapan perusahaan.

3.4.2 Solusi Pelaksanaan Magang

Meskipun menghadapi berbagai tantangan selama menjalani magang, penulis berusaha untuk mencari solusi yang tepat agar proses pengerjaan proyek tetap berjalan dengan lancar. Beberapa solusi yang berhasil ditemukan untuk mengatasi kendala-kendala tersebut.

Untuk mengatasi kesulitan dalam mengikuti brand guideline PT Hexpharm Jaya, penulis melakukan riset lebih mendalam. Penulis mulai

dengan mempelajari pedoman media sosial perusahaan, serta melihat contoh-contoh konten yang telah diposting di berbagai sosial media PT Hexpharm Jaya. Langkah ini membantu penulis untuk lebih memahami gaya visual yang diinginkan, serta bagaimana desain seharusnya disesuaikan dengan identitas dan tone merek perusahaan.

Menghadapi kendala terkait brief yang kurang lengkap, penulis mengambil inisiatif untuk berkomunikasi lebih intens dengan atasan atau tim terkait. Dengan mengajukan pertanyaan yang lebih spesifik, penulis dapat memastikan bahwa pemahaman mengenai proyek yang akan dikerjakan lebih jelas, sehingga desain yang dihasilkan sesuai dengan harapan dan kebutuhan perusahaan.

Dengan menerapkan solusi-solusi ini, penulis dapat mengatasi hambatan-hambatan yang ada, memperlancar pengerjaan proyek, dan meningkatkan pemahaman serta keterampilan dalam menyesuaikan desain dengan ekspektasi perusahaan.

