

BAB III

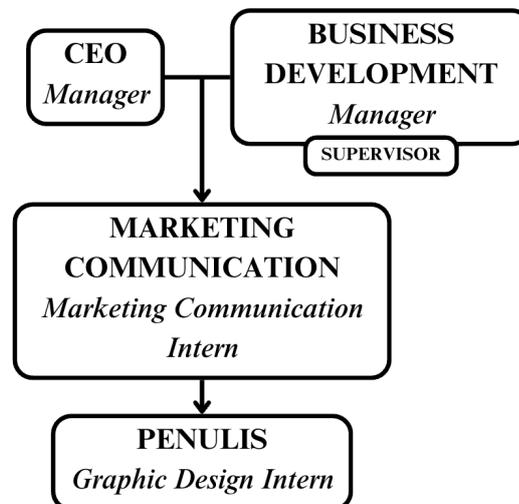
PELAKSANAAN MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi Pelaksanaan Magang

Penulis memiliki kedudukan dan koordinasi selama pelaksanaan magang di Malam Minggu Group seperti dijelaskan di bawah berikut.

3.1.1 Kedudukan Pelaksanaan Magang

Dalam menjalankan program magang, penulis memiliki kedudukan sebagai *graphic design intern* yang diawasi dan dibimbing langsung oleh manajer *business development* dari awal periode Juli 2024 sampai dengan Januari 2025. Posisi *graphic design intern* berada di bawah departemen *marketing communication* yang diisi oleh dua *marketing communication*.



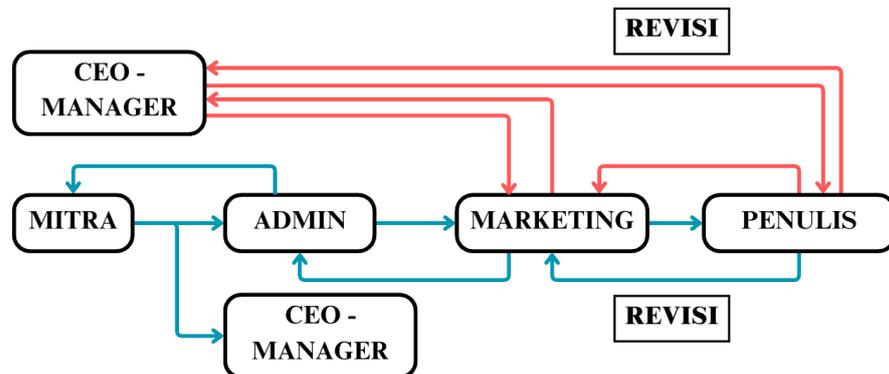
Gambar 3.1 Bagan Kedudukan Divisi *Graphic Designer* dibawah departemen *Marketing Communication*

Merujuk pada bagan 3.1, manajer (*CEO & Business Development*) memiliki kedudukan yang paling tinggi sekaligus mengawasi alur pekerjaan di semua departemen, termasuk departemen *marketing communication*. Manajer memiliki tanggung jawab sebagai pengawas dan berhak memberikan brief kepada *marketing communication intern* ataupun langsung kepada *graphic design intern* (penulis). *Marketing communication* sendiri

memiliki tanggung jawab untuk memikirkan proses kreatif, ide konten, susunan acara, kampanye, hingga komunikasi dengan media partner. Dengan itu, *marketing communication* berkaitan erat dengan *graphic design* agar dapat menjalankan rencana konten bulanan perusahaan seperti promosi, sosial media, hingga kebutuhan visual pameran. Sehingga, penulis memiliki peran untuk membantu dan mengeksekusi rancangan yang sebelumnya sudah disusun oleh tim *marketing communication*.

3.1.2 Koordinasi Pelaksanaan Magang

Selama menjalani program magang sebagai *graphic design intern*, penulis memiliki alur koordinasi sebagai berikut.



Gambar 3.2 Bagan Alur Koordinasi

Merujuk pada bagan 3.2, alur kerja utama (berwarna merah) dimulai oleh *meeting* ataupun *brief* langsung dari manajer (*CEO* dan/atau *Business Development*) yang dapat disampaikan kepada divisi *marketing* ataupun langsung ke penulis. Apabila diperlukan adanya *brief* kreatif seperti ide, konsep, *copywriting* yang perlu dirancang oleh divisi *marketing*, maka *brief* akan disampaikan terlebih dahulu kepada divisi *marketing* dan nantinya akan diteruskan kepada penulis. Namun apabila *brief* tidak memerlukan adanya ide dan konsep dari divisi *marketing*, *CEO/Business Development* akan memberikan *brief* langsung kepada penulis tanpa perantara.

Seluruh komunikasi dan alur koordinasi antar mitra ke manajer, divisi admin, divisi *marketing*, dan penulis dilakukan melalui *group* WhatsApp sesuai dengan divisinya masing masing. Untuk divisi desain sendiri, terdapat

group WhatsApp khusus yang terdiri dari *Manager* (CEO dan *Business Development*), divisi *marketing*, HRD, dan penulis. Seluruh hasil desain, revisi, dan *update* yang berkaitan dengan hasil kerja penulis akan dikirimkan melalui *group* dan dapat dibaca oleh orang-orang yang bersangkutan.

3.2 Tugas yang Dilakukan

Dalam menjalankan tugas sebagai *graphic design intern*, penulis telah menyelesaikan beberapa tugas yang diberikan. Berikut adalah beberapa pekerjaan yang sudah penulis selesaikan selama menjalankan program magang di Malam Minggu Group.

Tabel 3.1 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Magang

Minggu	Tanggal	Proyek	Keterangan
1	11—12 Juli 2024	Nasi Kulit Malam Minggu	<ul style="list-style-type: none"> Desain Instagram <i>Post</i> - 5 Post Desain dan <i>Motion Graphic</i> promosi <i>Free Popcorn</i> untuk gerai NKMM Rans
		Nasimura	Desain Instagram <i>Post</i> - 5 Post
		Mimura	Desain Instagram <i>Post</i> - 5 Post
		Steak17	Desain Instagram <i>Post</i> - 5 Post
2	15-19 Juli 2024	Nasi Kulit Malam Minggu	<ul style="list-style-type: none"> Desain Instagram <i>Post</i> - 7 Post Desain banner mitra Palu
		Malam Minggu Fried Chicken	Desain Instagram <i>Post</i> - 8 Post
		Nasimura	Desain Instagram <i>Post</i> - 14 Post
		Mimura	Desain Instagram <i>Post</i> - 14 Post
		Steak17	Desain Instagram <i>Post</i> - 5 Post
3	22-26 Juli 2024	Nasimura	Desain Instagram <i>Post</i> - 23 Post
		Mimura	Desain Instagram <i>Post</i> - 23 Post
		Nasi Kulit Malam Minggu	Desain Instagram <i>Post</i> - 10 Post

		NKMM & Nasimura	Desain Instagram <i>Story</i> event IFRA - 2 Post
4	29 Juli-2 Agustus 2024	Nasi Kulit Malam Minggu, Nasimura, Mimura (IFRA)	<ul style="list-style-type: none"> • Desain booth IFRA • Desain T-Banner IFRA • Desain brosur IFRA
		Malam Minggu Group	Desain Instagram <i>Feeds</i> survey ketertarikan konsumen - 1 Post
		Nasimura	Desain <i>banner online & storecard</i> ShopeeFood - 2 Desain
		Nasi Kulit Malam Minggu	Desain mitra Kota Baru Parahyangan
5	5-9 Agustus 2024	Nasi Kulit Malam Minggu	<ul style="list-style-type: none"> • Desain <i>warning sign</i> • Desain paket merdeka 8.8 serundeng • Revisi menu serundeng mitra • Revisi menu mitra RANS • Desain Instagram <i>story & feeds</i> Kemerdekaan • Desain Instagram <i>feeds & story</i> promo 8.8
		Nasimura	<ul style="list-style-type: none"> • Desain <i>warning sign</i> • Desain Instagram <i>story & story</i> Kemerdekaan • Desain proposal • Desain katalog promo mitra Lahat • Desain promo • Desain Instagram <i>feeds & story</i> promo 8.8
		Malam Minggu Group	Desain lowongan kerja koki mitra Bulungan
		Nasi Kulit Malam Minggu, Nasimura, Mimura (IFRA)	Revisi brosur, Instagram <i>story</i> , proposal, brosur perhitungan, dan booth IFRA
		Ramenmura	Desain Instagram <i>feeds & story</i> promo 8.8
6	12-16 Agustus 2024	Nasi Kulit Malam Minggu, Nasimura, Mimura (IFRA)	<ul style="list-style-type: none"> • Revisi booth IFRA • Revisi desain <i>story</i> • Desain Instagram <i>feeds</i> blast
		Nasi Kulit Malam Minggu	<ul style="list-style-type: none"> • Desain Instagram <i>feeds & story</i> promo 17-an mitra Tauku Umar • Resize <i>banner online</i> Gojek'

			<ul style="list-style-type: none"> • Desain foto menu BYC - 8 Foto • Desain menu BYC - 5 menu • Desain <i>banner</i> BYC - 1 banner
		Nasimura	Desain promo mitra Lahat
		Townpedia	Desain ID card & profile picture
		Nasimura, Mimura, Ramenmura	Desain Instagram <i>feeds & story</i> promo 17-an mitra Pemuda Pati
7	19-23 Agustus 2024	Nasi Kulit Malam Minggu	<ul style="list-style-type: none"> • Desain instagram <i>feeds & story</i> BCA UMKM • Revisi proposal • Revisi foto menu kremes menjadi serundeng - 12 foto • Revisi banner <i>online</i> Gojek
		Malam Minggu Group	<ul style="list-style-type: none"> • Resize <i>sticker print</i> Townpedia, Luxio, Maestro, dan NKMM • Retouch foto CEO
		Townpedia	Desain template Instagram <i>story</i>
		Nasimura	<ul style="list-style-type: none"> • Desain Instagram <i>feeds & story</i> countdown launching mitra Villa Melati Mas • Revisi proposal
8	26-30 Agustus 2024	Nasi Kulit Malam Minggu	<ul style="list-style-type: none"> • Revisi Instagram <i>feeds</i> BCA UMKM Fest • Desain menu BYC • Revisi proposal
		Luxio	Revisi Instagram <i>feeds</i>
		Hashtag Eatery	Desain logo: <ul style="list-style-type: none"> • Ayam Geprek Surga • VIP Chicken • Ayam Penyet Bu Lurah • Ayam Serundeng Berani rempah • Ayam Kremes Kebanggaan, • Nasi Kulit Makmur • Ayam Bumbu Madura Rempah Tangerang Fried Chicken
		Greenpro	Desain kalender tahun 2025
		Malam Minggu Group	Desain Instagram <i>feeds</i> lowongan pekerjaan <i>sales executive</i> Maestro

9	2-6 Agustus 2024	Nasimura	<ul style="list-style-type: none"> • Revisi menu mitra Villa Melati Mas • Revisi menu mitra Lahat
		Hashtag Eatery	<ul style="list-style-type: none"> • Revisi logo TFC • Desain referensi foto brand • Revisi ukuran latar belakang foto Tangerang Fried Chicken, VIP Chicken, Ayam Kremes Kebanggaan
		Teppanyaki	Desain laporan
		Malam Minggu Group	<ul style="list-style-type: none"> • Revisi desain Instagram <i>feeds</i> lowongan pekerjaan <i>sales executive</i> Maestro • Desain Instagram <i>feeds</i> lowongan pekerjaan <i>Consultant Business</i>
		Townpedia	Desain Instagram <i>story highlight cover</i>
10	9-13 September 2024	Teppanyaki	Desain laporan
		Nasimura	Desain menu mitra Bulungan
		Nasi Kulit Malam Minggu	<ul style="list-style-type: none"> • Desain menu mitra Bulungan • Revisi menu pusat dengan tambahan gambar menu
		Greenpro	Desain kalender tahun 2025
		Hashtag Eatery	Desain banner
11	17-20 September 2024	Teppanyaki	Desain laporan
		Greenpro	Revisi dan <i>resize</i> kalender tahun 2025
		Hashtag Eatery	Desain banner <i>online</i> Gojek
		Nasi Kulit Malam Minggu	<ul style="list-style-type: none"> • Revisi menu NKMM x Nasimura mitra Bulungan • Revisi proposal • Resize <i>background</i> SKU menu
12	23-27 September 2024	Teppanyaki	Desain laporan
		Nasi Kulit Malam Minggu, Nasimura, Mimura, Joodi (FLEI)	<ul style="list-style-type: none"> • Desain <i>backdrop</i> booth FLEI • Desain <i>layout</i> booth FLEI
		Joodi	Desain logo

		Nasi Kulit Malam Minggu	<ul style="list-style-type: none"> • Revisi proposal • Revisi desain menu <i>bundling</i> Gojek
		Luxio	Revisi proposal
		Greenpro	Desain <i>header</i> kalender dinding tahun 2025
		Mimura	Desain t-banner <i>event</i> Kumparan
13	30 September - 4 Oktober 2024	Nasi Kulit Malam Minggu, Nasimura, Mimura, Joodi (FLEI)	<ul style="list-style-type: none"> • Update desain <i>backdrop</i> FLEI • Update <i>layout booth</i> FLEI
		Teppanyaki	Update laporan
		Hashtag Eatery	Resize logo Ayam Bumbu Madura Rempah & Ayam Serundeng Berani Bumbu
		Joodi	<ul style="list-style-type: none"> • Update branding kits • Revisi logo Joodi
		Mimura	Revisi t-banner <i>event</i> kumparan
14	7-11 Oktober 2024	Nasimura	Desain <i>banner</i> mitra Villa Melati Mas
		Teppanyaki	Update laporan
		Joodi	<ul style="list-style-type: none"> • Update logo • Update branding kits (<i>mock-up & desain</i>) <i>packaging</i> ayam dan kentang
15	14-18 Oktober 2024	Joodi	<ul style="list-style-type: none"> • Update logo • Update <i>branding kits</i> (<i>mockup & desain</i>) <i>packaging</i> burger & <i>paper wrap</i>
		Greenpro	Update kartu nama
		Nasi Kulit Malam Minggu, Nasimura, Mimura, Joodi (FLEI)	Desain <i>backdrop & booth</i> bagian depan
16	21-25 Oktober 2024	Joodi	<ul style="list-style-type: none"> • Update logo • Update desain <i>packaging</i> Desain menu
		Nasi Kulit Malam Minggu, Nasimura, Mimura, Joodi (FLEI)	<ul style="list-style-type: none"> • Update desain booth • Desain brosur dan t-banner • Revisi proposal besar NKMM, Nasimura, Mimura

		Nasimura & Mimura	Desain layout mitra Bali
		YuKi Cheesecake	Desain laporan
17	28 Oktober - 1 November 2024	Hashtag Eatery	Desain logo <i>brand</i> : <ul style="list-style-type: none"> • Ayam Chili Oil VIP • Ayam Lengkuas Aroma 777 • Ayam Pukul Tujuh • Ayam Goreng Ketumbar Legenda
		Nasi Kulit Malam Minggu, Nasimura, Mimura, Joodi (IFBC)	<ul style="list-style-type: none"> • Update <i>backdrop & layout</i> booth • Update desain <i>booth</i> bagian depan • Update brosur • Update t-banner “Nego Sampai Jadi” • Update brosur Joodi
		Nasi Kulit Malam Minggu	<ul style="list-style-type: none"> • Desain <i>neon box</i> logo NKMM mitra Bontang • Update menu mitra Teuku Umar • Update SKU Awchan Teuku Umar
18	4-8 November 2024	Nasi Kulit Malam Minggu, Nasimura, Mimura, Joodi (IFBC)	<ul style="list-style-type: none"> • Update desain <i>backdrop & layout booth</i> IFBC • Update ukuran <i>booth</i> • Update t-banner “Nego Sampai Jadi” • Update brosur kemitraan Joodi • Desain brosur paket hemat Joodi • Desain menu khusus event IFBC
19	11-15 November 2024	Hashtag Eatery	<ul style="list-style-type: none"> • Update booth Hashtag Eatery • Update logo Ayam Pukul Tujuh, Ayam Chili Oil VIP, Ayam Goreng Ketumbar Legenda, Ayam Lengkuas Aroma 777 • Update menu <i>bundle</i> Ayam Kremes Kebanggaan, Ayam Penyet Bu Lurah, Ayam Geprek Surga, Ayam Serundeng Berani Bumbu, Nasi Kulit Makmur, Ayam Madura
		YuKi Cheesecake	Update laporan

		Townpedia	Desain <i>layout</i> katalog Townpedia area Bintaro
		Joodi	Desain <i>banner</i> cabang TangCity
		Nasimura	Desain <i>layout</i> ruko
20	18-22 November 2024	Nasimura	<ul style="list-style-type: none"> • Update <i>layout</i> ruko • Desain Instagram <i>feeds</i> opening mitra
		Hashtag Eatery	<ul style="list-style-type: none"> • Revisi desain <i>booth</i> • Desain voucher <i>review</i> gratis 1 porsi
		Townpedia	Update katalog Townpedia area Bintaro
		Joodi	<ul style="list-style-type: none"> • Update banner cabang TangCity • Update menu
		Nasi Kulit Malam Minggu	<ul style="list-style-type: none"> • Desain Instagram <i>feeds</i> opening mitra • Desain banner mitra Tanjung Pandan
		Mimura	Desain Instagram <i>feeds</i> opening mitra

3.3 Uraian Pelaksanaan Magang

Selama menjalani program magang sebagai *graphic design intern*, penulis memiliki kewajiban untuk memenuhi kebutuhan visual perusahaan, di bawah divisi *Marketing Communication*. Selama proses magang, penulis banyak terlibat dalam mendesain visual media cetak untuk kebutuhan acara/pameran dan toko. Untuk memenuhi kebutuhan cetak pameran, penulis merancang *backdrop*, brosur, *banner*, proposal, hingga *booth*. Selain itu, penulis juga bertanggung jawab untuk memenuhi kebutuhan mitra seperti *banner*, *neon box*, Instagram *post*, hingga *banner online* GoFood dan GrabFood. Selain kebutuhan pameran dan mitra, penulis juga bertanggung jawab dalam merancang visual media digital untuk para brand-brand di bawah Malam Minggu Group, F&B ataupun non-F&B.

3.3.1 Proses Pelaksanaan Tugas Utama Magang

Selama periode penulis menjalankan magang. Malam Minggu Group meluncurkan satu brand baru dengan konsep ayam Timur Tengah yang kekinian dengan nama Joodi. Penulis mendapatkan brief dari manajer untuk merancang logo dan menentukan identitas warna untuk brand per tanggal 24 September 2024 (minggu ke-12). Dalam merancang logo brand ini, terdapat salah satu pilar DKV, yaitu identifikasi, yang secara spesifik digunakan agar mempermudah brand untuk dikenali.

Proyek ini disampaikan langsung oleh Business Development, selaku manajer dari perusahaan dengan menyampaikan konsep dan referensi yang diinginkan. Selama penulis pengerjaan identitas brand baru, divisi lain juga bertugas dalam mengumpulkan data-data pendukung seperti target market, kepribadian, hingga variasi produk yang akan dijual.

Tabel 3.2 Uraian *Timeline* Perancangan *Brand Identity*

	MINGGU																														
	12			13				14				15				16			17			18		19		20					
	24	25	26	1	2	3	4	8	9	10	11	14	15	16	17	18	21	22	23	24	31	1	4	5	6	7	14	19	20	21	
Logo, Warna, Pattern	█						█	█				█						█													
Packaging				█				█				█																			
Booth				█														█	█												
Brosur																					█	█	█	█	█	█					
Banner																															
Menu																															

Seperi yang dijabarkan pada tabel 3.2, penulis merancang identitas dari *brand* ayam Timur Tengah dibagi menjadi 6 bagian, yaitu perancangan logo (dengan warna, *pattern*), packaging, bentuk dan desain booth, brosur, *banner*, dan menu. Instruksi pertama yang didapatkan penulis di tanggal 14 September 2024 dimulai dengan visualisasi logo, warna, dan *pattern* yang menjadi acuan utama dalam merancang identitas brand. Brief pertama yang disampaikan oleh manajer adalah untuk **merancang logo ayam Timur Tengah yang kekinian dengan nama Altaz**. Bersamaan dengan pemberian *brief*, manajer juga mengirimkan beberapa referensi dari *brand* kompetitor.

Setelah mendapatkan *brief* dan referensi yang dikirimkan oleh manajer, penulis mulai merancang dan membentuk konsep visual yang akan dieksekusi.

Pada draft pertama, penulis membuat konsep visual berupa logo dengan ilustrasi ayam yang menggunakan *font* serif yang memiliki tampilan Arab-Timur Tengah. Warna yang dipilih penulis adalah warna hangat yang didominasi oleh warna merah. Dengan adanya brief yang disampaikan harus menampilkan visual mascot ayam, jenis logo yang digunakan penulis adalah logo kombinasi



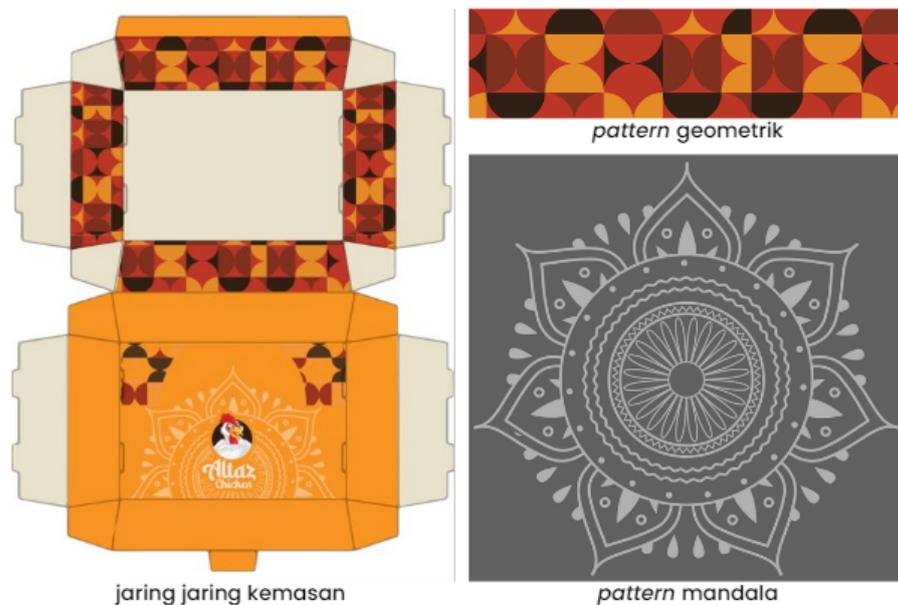
yang menggabungkan elemen *pictorial* dan juga *wordmarks*.

Gambar 3.3 Hasil Perancangan Pertama Penulis Untuk Brand Altaz

Setelah memberikan hasil perancangan dan menerima feedback dari manajer beberapa kali, penulis mendapatkan wawasan tambahan untuk perancangan logo. Pada *draft* pertama, penulis menggunakan siluet ikon ayam dengan 3 alternatif warna. Komentar pada *draft* pertama tertuju pada penggunaan ikon ayam yang disebut kurang tepat. Sehingga, ikon ayam bisa diubah menjadi ilustrasi ayam. Sehingga, penulis membuat rancangan (*draft*) kedua yang telah menggunakan ilustrasi ayam. Namun, terdapat masukan bahwa ilustrasi ayam dapat diubah menjadi lebih kartunn seperti mascot. Sehingga, pada *draft* ketiga, penulis menggunakan mascot ayam. Namun, terdapat masukan tambahan bahwa mascot yang yang dipilih kurang sesuai dan kurang kartun. Untuk ilustrasi ayamnya sendiri, CEO dari perusahaan telah memberikan brief khusus dimana mascot akan diberikan langsung oleh CEO.

Untuk *fontnya*, penulis mendapatkan *feedback* untuk menggunakan *font* yang lebih kekinian dan *fun* sebagai *font* utama dan *font* yang lebih tradisional digunakan sebagai pendukung (*sub-headline*).

Selama perancangan logo, penulis diminta untuk merancang tampilan untuk kemasan makanan antara lain adalah *packaging* burger, *packaging* kentang, *warp* burger, gelas kertas, hingga tas kertas. Dengan itu, penulis mulai merancang tampilan untuk kemasan burger menggunakan warna oranye sebagai warna utama dan di kombinasi dengan warna merah dan coklat tua. Untuk menimbulkan kesan timur tengah, penulis juga menambahkan beberapa motif geometrik dan *pattern* mandala.



Gambar 3.4 Hasil Perancangan Kemasan Pertama Penulis

Setelah merancang tampilan kemasan burger, penulis menerapkan elemen serupa dengan kemasan lainnya untuk *packaging* kentang, *wrap* burger, gelas kertas, dan juga tas kertas. Identitas yang digunakan adalah *pattern*

geometric, mandala, dan juga warna dasar oranye. Logo juga diletakan pada bagian tengah desain agar menjadi fokus utama dari perancangan.



Gambar 3.5 Hasil Perancangan Kemasan Pertama Penulis

Setelah mengirimkan hasil perancangan utama dari *packaging* sementara, terdapat beberapa masukan yang didapatkan penulis oleh manajer. Disampaikan oleh *Business Manager*, *pattern* yang digunakan harus dibuat lebih memiliki aksen timur tengah. Warna yang digunakan juga diubah menjadi kombinasi antara hijau muda dan hijau tua, mengacu pada warna ketupat. Sehingga, terdapat ada perbedaan *pattern* yang dibuat lebih ke timur tengah-an, sedangkan pada warna terdapat perubahan dengan mengkombinasi dengan warna hijau.



Gambar 3.6 *Feedback Business Development* terhadap *Packaging*

Mengacu pada gambar 3.6, penulis telah melakukan perubahan minor warna di beberapa elemen, seperti warna *solid* di *packaging* burger yang tadinya berwarna oranye menjadi warna hijau, warna oranye *paper bag* dan

paper cup yang menjadi dua variasi hijau dan merah, warna solid oranye *packaging* kentang goreng menjadi hijau muda. Pattern yang digunakan juga diubah menjadi lebih sederhana dan tidak ramai hingga dapat dikombinasikan dengan ilustrasi mandala pada warna solid sebagai latar belakang.



Gambar 3.7 Hasil Perancangan *Packaging* Setelah Revisi Pertama

Setelah mendapatkan masukan dan feedback dari manajer, penulis diminta untuk hanya menggunakan dua warna mengacu pada warna ketupat, yaitu hijau muda kekuningan dan hijau tua. Sehingga, terdapat revisi minor seperti warna lis garis pada *packaging* kentang dari warna merah menjadi hijau tua. Sedangkan pada *wrap* burger yang tadinya masih ada warna oranye dan merah menjadi warna hijau tua. Perubahan pada *paper bag* dan *paper cup* juga berubah dari yang warna solid merah menjadi hijau tua. Pada *packaging* burger, bagian samping dari oranye berubah menjadi warna hijau tua, warna merah pada pattern juga berubah dari warna merah menjadi hijau muda, dan warna merah pada bagian bawah depan menjadi warna hijau tua. Perubahan warna ini juga berlaku pada *offset* logo yang tadinya masih berwarna merah dan oranye menjadi warna hijau muda dan hijau tua. Setelah melakukan revisi berikut, manajer telah setuju untuk menggunakan warna yang telah dipilih penulis dengan acuan warna ketupat.



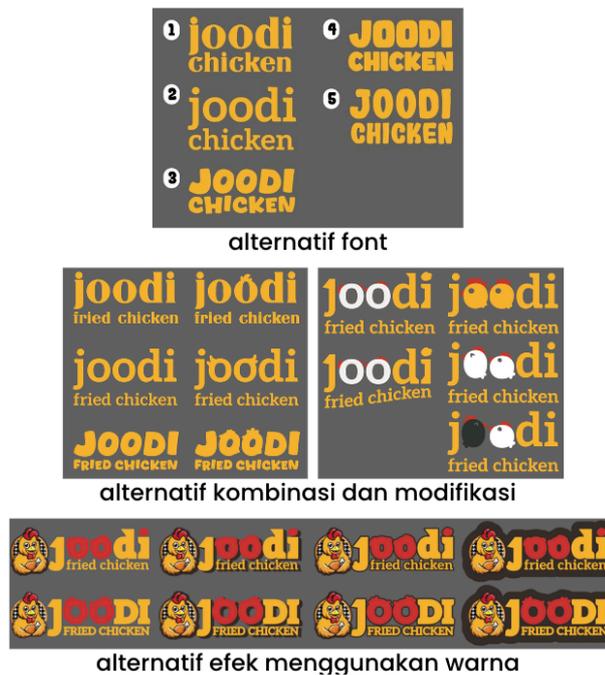
Gambar 3.8 Hasil Perancangan *Packaging* Setelah Revisi Kedua

Dengan selesainya rancangan *packaging* yang telah diilustrasikan pada *mockup*, penulis diminta kembali untuk melanjutkan progress logo dikarenakan adanya beberapa perubahan *mascot*, *font*, warna, dan **nama dari brand menjadi Joodi**. Manajer menyampaikan brief untuk merubah ilustrasi menjadi lebih kartun dan *fun*. Sedangkan untuk *font*, disampaikan untuk menggunakan *typeface* yang lebih *modern* dan *fun* tanpa menghilangkan tampilan ke timur tengah-an. Sehingga, penulis menyusun konsep visual dimana ilustrasi akan tetap memperlihatkan *mascot* yang menggenggam ayam dengan *pattern* sorban di belakangnya, *typeface* utama Blackmoon Quest untuk *headline* Joodi dan *typeface* Hidayatullah untuk *subheadline*.



Gambar 3.9 Alternatif Warna dari Logo Joodi Setelah Revisi

Dalam merancang ulang logo, penulis juga memberikan beberapa alternatif pilihan *font*. Manajer memberikan *brief* untuk membuat logo agar terlihat *fun* dan tidak kaku. Sehingga, dibutuhkan beberapa modifikasi seperti siluet jengger dan ayam pada huruf ‘o’.



Gambar 3.10 Alternatif *Font*, Kombinasi, dan Modifikasi Logo Joodi

Setelah mendapatkan *feedback* dari manajer, penulis mendapatkan revisi untuk membuat *headline* lebih *fun* dan tidak kaku. Sehingga, penulis melakukan perubahan *font headline* menjadi sans serif Catflies dan *font sub headline* menjadi serif Hidayatullah.



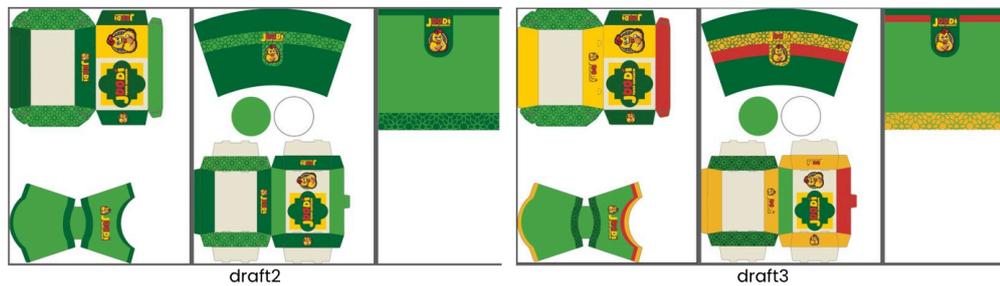
Gambar 3.11 Hasil Final dari Logo Joodi

Bersamaan dengan revisi untuk logo, penulis diminta untuk merevisi *packaging* menggunakan ukuran dan *layout* yang sebelumnya sudah diberikan oleh divisi *marketing*. *Packaging* yang harus dirancang oleh penulis antara lain adalah *packaging* nasi ayam, *packaging* burger, *wrap* nasi, *paper cup*, dan *insert paper* untuk botol minum. Dalam perancangan *packaging* ini, penulis menggunakan warna dan *pattern* serupa dengan yang digunakan pada logo dan *packaging* sebelumnya.



Gambar 3.12 Hasil Perancangan *Packaging* Dengan Layout Final

Terdapat beberapa masukan yang diberikan manajer seperti warna yang kurang *vibrant*, kurangnya kombinasi warna dengan warna lain, dan pilihan *pattern* yang kurang sesuai. Setelah mendapatkan masukan dari manajer, terdapat beberapa perubahan yang dilakukan penulis seperti menambahkan warna merah di beberapa bagian seperti sisi depan dari *packaging* nasi ayam dan burger dan lis garis pada *packaging* kentang goreng. Penulis juga diminta untuk menukar warna yang digunakan sehingga warna hijau tua bisa lebih mendominasi. *Pattern* yang digunakan oleh penulis juga dibuat lebih minimalis dan disederhanakan. Sehingga, penulis menggunakan *pattern* dengan motif warna yang dikombinasikan dengan warna solid di belakangnya.



Gambar 3.13 Hasil Revisi *Packaging* Setelah Revisi

Setelah melakukan beberapa revisi, terdapat *feedback* tambahan dari manajer untuk warna dan kombinasi warna. Dengan mendapatkan *feedback* tersebut, penulis melakukan beberapa revisi sesuai brief. Penulis mengubah warna hijau muda menjadi lebih kekuningan dengan menurunkan tingkat saturasinya. Selain itu, warna hijau tua juga diubah menjadi sedikit hangat dan menurunkan saturasi. Terdapat perubahan juga dari warna merah, dimana warna merah tidak lagi digunakan pada revisi yang terbaru. Secara keseluruhan, warna yang digunakan terlihat lebih pucat dan menggunakan motif yang lebih sederhana dibanding beberapa rancangan sebelumnya.



Gambar 3.14 Hasil Revisi *Packaging* Setelah Revisi Kedua

Usai menyelesaikan logo, warna, *pattern*, hingga *packaging* utama, penulis diminta untuk merancang brosur dan banner yang akan digunakan pada beberapa acara pameran kedepannya. Pada tanggal 22 Oktober, penulis mendapatkan *brief* untuk merancang tampilan brosur berukuran A5. Informasi yang harus dicantumkan oleh penulis adalah *headline* berbunyi “Kemitraan Cita Rasa Timur Tengah” dan harga kemitraan dimulai dari 79 juta, 85 juta dan 89 juta. Selain itu, penulis juga diminta untuk menampilkan visual ayam dan tetap menggunakan elemen desain dengan ciri khas timur tengah.

Brosur yang dirancang penulis memiliki konsep visual dengan *typeface* utama Hidayatullah dan *typeface* pendukung Stropica. Warna utama yang digunakan sebagai latar adalah hijau muda sehingga terlihat terang dan kontras dengan teks yang memiliki outline coklat tua. Pada *draft* pertama, penulis juga menggunakan beberapa ornamen seperti kubah, modifikasi sudut pada elemen kotak menjadi sedikit melengkung, hingga penggunaan corak pada latar belakang untuk mempertegas nuansa timur tengah.



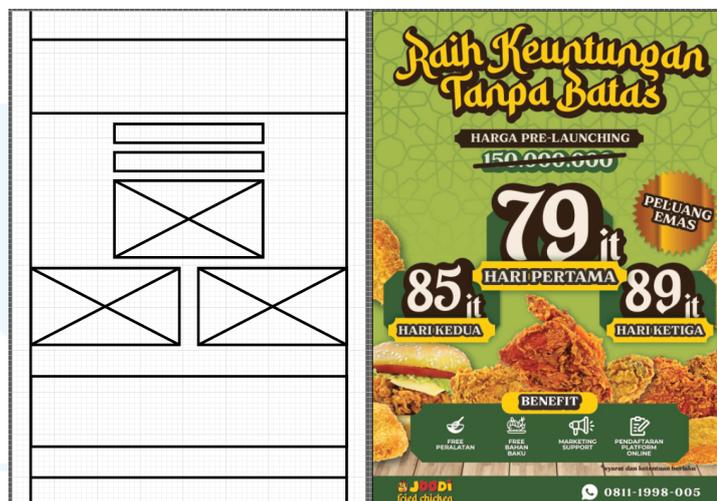
Gambar 3.15 *Draft* Pertama Perancangan Brosur

Setelah mengirimkan *draft* pertama dari hasil rancangan, penulis mendapatkan *feedback* dari *Business Development* berupa masukan motif pada latar belakang terlalu mengganggu, posisi gambar makanan yang terlalu bercampur, kotak hijau tua dan kuning pada latar belakang dan ornamen kubah di bagian bawah yang kurang sesuai. Dengan masukan yang diberikan oleh *Business Development*, penulis melakukan berapa revisi seperti mengubah motif lebih menyatu dengan latar menggunakan *gradient*, mengubah kotak menjadi bagian dari tiap bagian harga, dan juga menghilangkan ornamen kubah di bagian bawah brosur. Selain itu, penulis juga menambahkan informasi harga sebelum dan sesudah potongan spesial pameran dan juga *badge* emas “Peluang Emas”. Selain itu, terdapat penambahan informasi keuntungan dan kontak nomor telepon. Setelah melakukan perbaikan, penulis memberikan tiga opsi peletakan gambar makanan dengan objek sorotan yang berbeda beda.



Gambar 3.16 Opsi Peletakan Gambar Makanan Setelah Revisi

Setelah mengirimkan hasil revisi, manajer telah menyetujui layout yang telah dirancang oleh penulis. Namun, masih terdapat revisi minor di bagian peletakan gambar makanan, dimana manajer menyebutkan posisi makanan yang menjadi sorotan seharusnya adalah potongan ayam yang menarik. Sehingga elemen lain seperti burger atau nugget diposisikan sebagai pelengkap. Dengan itu, penulis melakukan revisi terakhir dengan posisi utama yang disorot adalah potongan sayap ayam, dengan posisi burger di bagian kiri, dan potongan potongan nugget di sisi kanan dan kiri brosur.



Gambar 3.17 Sistem *Grid* dan Hasil Akhir Perancangan Brosur

Merujuk pada gambar 3.17, penulis menggunakan *grid* hierarki dengan fokus utama pada harga kemitraan di bagian Tengah perancangan. Untuk pendukung hal tersebut, penulis menggunakan teks *headline* dengan *typeface* Hidayatullah dan *sub-headline* Stropica. Sehingga, fokus utama

pembaca akan tertuju pada harga kemitraan, dilanjutkan dengan *headline*, *sub-headline*, *benefit*, dan yang terakhir pada informasi kontak di bagian bawah brosur.

Setelah rancangan brosur sudah selesai, penulis diminta untuk merancang *tripod banner* dengan ukuran 60x80cm berorientasi portrait. Penulis mendapatkan brief untuk menampilkan promosi yang menarik mengenai paket Akbar yang berisikan ayam ori dan ayam rempah. Sehingga banner akan fokus untuk mempromosikan produk yang dijual, sedangkan brosur dan *booth* memberikan informasi tentang kemitraan. Perancangan *banner* juga serupa dengan perancang brosur dimana *typeface* utama yang digunakan masih Hidayatullah dan *typeface* pendukung Stropica.



Gambar 3.18 Draft Pertama Perancangan Tripod Banner

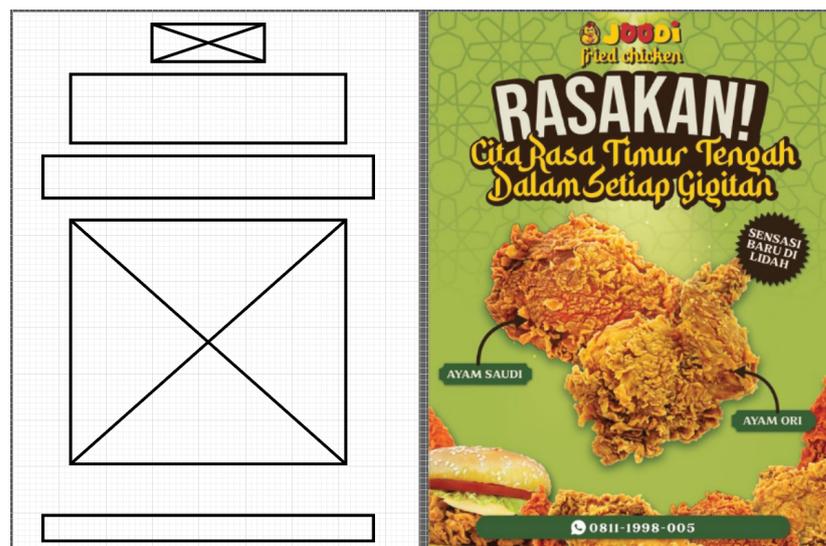
Setelah mengirimkan hasil rancangan, penulis mendapatkan feedback untuk memberikan beberapa opsi tambahan yang menunjukkan sorotan berbeda dari paket yang ditawarkan. Untuk layout dan elemen yang digunakan, tidak perlu ada perubahan karena sudah sesuai dan memiliki keterbacaan yang baik. Sehingga, perubahan yang dilakukan oleh penulis hanyalah menambah

opsi dengan menyoroti pilihan ayam dan juga tawaran paket nasi ayam dan kentang.



Gambar 3.19 Opsi Pilihan Gambar Makanan Setelah Revisi

Usai mengirimkan ketiga opsi dengan sorotan yang berbeda, terdapat dua opsi yang disetujui oleh manajer. Pada opsi pertama, penulis diminta untuk menghapus teks paket akbar sehingga orang bisa terfokus pada produk ayam yang dipromosikan. Sedangkan untuk opsi ketiga, penulis diminta untuk menambahkan variasi makanan yang ditampilkan agar *banner* tidak terlihat kosong.



Gambar 3.20 Sistem *Grid* dan Hasil Akhir Perancangan *Tripod Banner*

Merujuk pada gambar 2.30, penulis menggunakan *grid* hierarki yang berfokus untuk menunjukkan foto makanan. Dalam perancangan, penulis

menggunakan *typeface headline* Bebas Neue dan *sub-headline* Hidayatullah. Sehingga, fokus utama dari perancangan adalah foto makanan, dilanjutkan dengan *headline* utama “Rasakan!”, *sub-headline* “Cita Rasa Timur Tengah Dalam Setiap Gigitan”, logo Joodi, dan yang terakhir informasi kontak di bagian bawah.



Gambar 3.21 Hasil Akhir dari Opsi Yang Dipilih

Hasil akhir dari desain *tripod banner* digunakan pada pameran kemitraan FLEI (*Franchise & License Expo Indonesia*) 2024. Hasil rancangan dicetak dengan ukuran 60x80cm yang disusun posisi atas dan bawah. *Tripod Banner* yang dirancang penulis diletakkan pada bagian depan *booth* untuk menarik pengunjung terdapat produk yang disorot.

3.3.2 Proses Pelaksanaan Tugas Tambahan Magang

Selama menjalankan program magang di Malam Minggu Group, terdapat beberapa tugas tambahan yang dilakukan oleh penulis. Beberapa tugas tambahan yang dilakukan penulis meliputi melengkapi hasil rancangan yang sebelumnya sudah dimulai oleh desainer sebelumnya ataupun membuat rancangan baru untuk *brand* yang sudah ada sebelumnya.

3.3.2.1 Proyek pameran IFRA 2024

Dalam menjalankan proyek pameran IFRA Business Expo (*International Franchise, License & Business Concept Expo & Conference*) 2024, penulis memiliki kewajiban untuk merancang tampilan

banner, brosur, dan proposal. Media tersebut digunakan sebagai pelengkap dari *booth* yang sebelumnya sudah dirancang oleh desainer sebelumnya. Sehingga, terdapat beberapa rancangan yang menggunakan warna, elemen, *pattern*, dan *typeface* yang sudah ditentukan sebelumnya. Sehingga, pada perancangan proyek pameran IFRA 2024 ini, penulis lebih berfokus dalam menyusun *layout* sesuai kebutuhan media.

Brief mengenai IFRA 2024 pertama kali disampaikan oleh *Business Development* kepada penulis pada tanggal 29 Juli 2024. Disampaikan bahwa media yang pertama harus dirancang adalah brosur dengan harga kemitraan yang paling rendah. Brosur juga harus menampilkan visual dari makanan dan juga benefit yang didapatkan apabila bergabung ke dalam kemitraan.

Dalam merancang brosur, penulis menggunakan elemen dan identitas sesuai *brand* masing masing. Untuk Nasimura, penulis menggunakan *typeface* Poetsen, dengan motif latar belakang menggunakan *pattern* kipas Jepang, dan menggunakan tiga warna utama Nasimura: yaitu merah, putih, dan hitam. Sedangkan untuk Mimura, *typeface* yang digunakan adalah Nathaniel Covid-19, menggunakan motif salur putih dengan *opacity* rendah, dan tiga warna utama Mimura yaitu biru, merah muda, dan kuning.



Gambar 3.22 Hasil Rancangan Pertama Brosur

Setelah mengirimkan hasil rancangan, terdapat perubahan brief dimana harga yang digunakan adalah tiga harga untuk tiga hari. Terdapat

perubahan deskripsi dalam keuntungan yang didapatkan oleh mitra pada setiap *brand*. Dengan itu, penulis menyusun *layout* untuk tiga harga. Terdapat penyesuaian ukuran dan posisi makanan juga agar teks dapat terbaca dengan baik.



Gambar 3.23 Hasil Rancangan Kedua Brosur

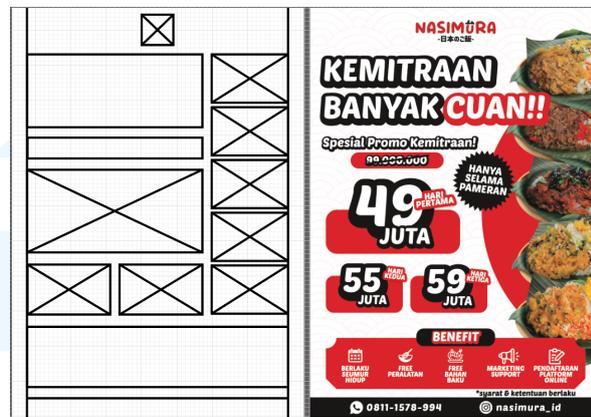
Setelah mengirimkan hasil rancangan yang terbaru, manajer telah menyetujui hasil rancangan brosur untuk *brand* Mimura dan Nasi Kulit Malam Minggu. Namun masih ada kekurangan pada rancangan Nasimura dimana keterbacaan harga di tiap harinya masih kurang baik. Sehingga, penulis membuat tiga opsi untuk brosur Nasimura dengan variasi efek dan *layout* yang berbeda.



Gambar 3.24 Rancangan Opsi Brosur Nasimura

Usai mengirimkan tiga opsi untuk rancangan brosur Nasimura, manajer memilih opsi ke 3 dengan variasi efek kotak di harga tiap harinya.

Dengan ini, harga per hari dapat terbaca dengan baik karena memiliki separasi yang jelas antar harga.



Gambar 3.25 Penggunaan *Grid* pada Hasil Akhir dari Opsi Yang Dipilih

Mengacu pada gambar 3.25, penulis menggunakan *grid* hierarki pada brosur Nasimura yang memiliki fokus utama pada harga kemitraan hari pertama yaitu 49 juta. Hal tersebut didukung oleh penempatan *headline* “Kemitraan Banyak Cuan!!” yang diletakkan pada posisi teratas setelah logo, dilanjutkan dengan *sub-headline* yang memiliki ukuran lebih kecil, *benefit* yang diletakkan setelah harga kemitraan, lalu dilanjutkan dengan informasi kontak pada bagian bawah brosur. Selain itu, penulis juga memasukkan foto makanan di bagian kanan brosur sebagai ilustrasi dan daya tarik brosur.



Gambar 3.26 Hasil Rancangan Akhir Brosur IFRA 2024

Setelah menyelesaikan rancangan penulis mendapatkan instruksi untuk merancang *tripod banner* dengan ukuran 60x80cm yang nantinya akan ditampilkan didepan *booth*. Brief pertama yang didapatkan oleh penulis adalah untuk mencantumkan informasi potongan harga antar hari. Sehingga, dalam *banner* hanya terfokus untuk menampilkan informasi harga. Namun, setelah mengirimkan hasil rancangan dan beberapa revisi, terdapat perubahan brief dimana banner hanya akan berisikan *tagline* dalam bentuk kalimat singkat dan *catchy*. Sehingga, terdapat perbedaan desain dan layout pada hasil akhir. total waktu yang dibutuhkan untuk merancang *banner* adalah 3 hari terhitung dari tanggal 30 Juli 2024 hingga 1 Agustus 2024.



Gambar 3.27 Hasil Rancangan Akhir Banner IFRA 2024

Dengan selesainya rancangan banner, penulis bertanggung jawab untuk membuat rancangan proposal perhitungan dengan ukuran A4 yang akan dicetak dua sisi. Dikarenakan tabel dan angka sudah disiapkan oleh manajer, penulis hanya bertugas untuk menyusun layout dari proposal

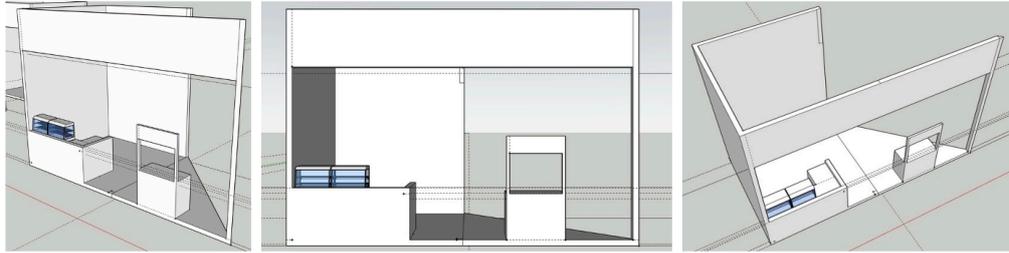
mengikuti *brand identity* yang sebelumnya sudah dirancang. Penulis menuliskan harga tiap harinya pada sisi kiri agar memiliki tingkat keterbacaan yang baik. Sedangkan, pada sisi kanan terdapat tabel yang menjelaskan skema perhitungan kemitraan sesuai dengan harga tiap harinya. Proses perancangan proposal skema perhitungan tidak melibatkan banyak revisi visual, namun terdapat beberapa revisi untuk penulisan harga. Sehingga, penulis dibantu oleh divisi *marketing* dan HR untuk melakukan *cross check*.



Gambar 3.28 Hasil Rancangan Akhir Proposal Skema Perhitungan IFRA 2024

3.3.2.2 Proyek pameran FLEI 2024

Dalam perancangan proyek FLEI (*Franchise & License Expo Indonesia*) 2024, penulis mendapatkan brief untuk menyusun *layout booth* pada tanggal 29 Juli 2024. Selain itu, disampaikan juga nantinya terdapat *brief* tambahan mengenai perancangan *banner*, brosur, hingga desain *backdrop*. Terdapat beberapa *brief* yang disampaikan oleh manajer seperti ukuran *booth* dengan panjang 6 meter, lebar 3 meter, dan tinggi maksimal 4 meter. Dalam *brief*, disebutkan juga penulis harus merancang sisi kanan *booth* sebagai tempat berjualan ayam.



Gambar 3.29 Hasil Rancangan *Layout Booth* FLEI 2024

Setelah mengirimkan *layout* sementara, pada tanggal 27 Agustus 2024, penulis diminta untuk melanjutkan desain untuk *backdrop* dan tampilan *booth* bagian kiri. Dalam *brief* yang disampaikan, *backdrop* harus menampilkan penawaran potongan harga untuk tiga *brand*, yaitu Nasimura, Mimura, dan Nasi Kulit Malam Minggu. Sehingga, penulis menggunakan penawaran yang sebelumnya sudah digunakan pada pameran IFRA 2024. Selain itu, penulis juga menggunakan *brand identity* seperti logo, warna, font, hingga foto produk sesuai *brand* yang dirancang.

Pada sisi kanan *booth*, penulis mendapatkan *brief* untuk merancang *backdrop* dengan *brand* Joodi. Sehingga, perancangan sisi kanan booth menggunakan *brand identity* Joodi seperti *typeface* Hidayatullah sebagai *typeface* utama dan Stropica sebagai *typeface* pendukung. Penulis juga mendapatkan pesan untuk menggunakan warna yang mencolok dan dapat menarik perhatian. Dengan itu, penulis menggunakan warna merah pada bagian depan dan hijau muda pada *backdrop*.



Gambar 3.30 Hasil Rancangan Revisi *Layout Booth* FLEI 2024

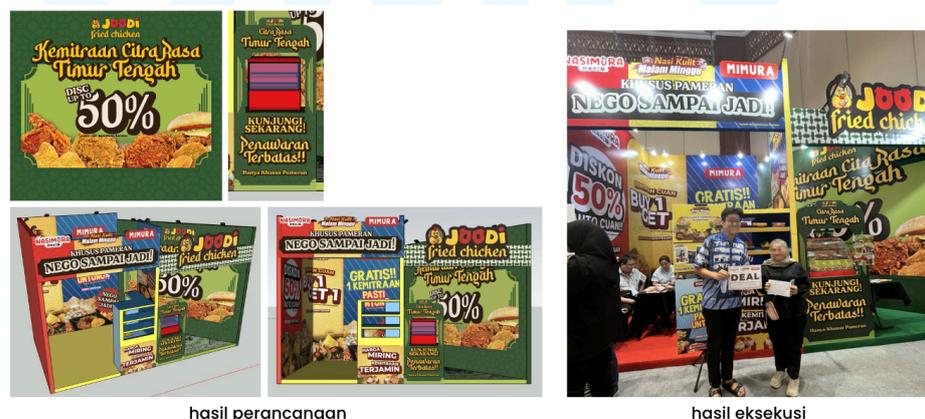
Setelah mengirimkan hasil rancangan *booth* dengan desain *backdrop*, terdapat beberapa revisi antara lain adalah warna *brand* Mimura yang kurang menarik, warna merah *brand* Joodi yang kurang

sesuai, dan pemilihan pattern yang kurang menunjukkan unsur Timur Tengah. Selain itu, visualisasi ayam pada *booth* brand Joodi juga masih minim. Sehingga, penulis disarankan untuk memberikan tampilan produk ayam pada *backdrop*.



Gambar 3.31 *Feedback Business Development Terhadap Booth*

Dengan *feedback* yang didapatkan oleh *Business Development*, penulis melakukan beberapa revisi seperti menambahkan corak karpet di bagian lantai, menambahkan foto ayam pada *backdrop*, hingga mengganti motif yang digunakan agar lebih menonjolkan kesan Timur Tengah. Terdapat *brief* tambahan juga untuk menambahkan *frame* di bagian depan *booth* Joodi agar tampilan *booth* tidak ada ketimpangan dengan *booth* di bagian kiri. Selain itu, terdapat beberapa revisi *headline* juga, dimana *headline* utama Joodi yang berbunyi “Kemitraan Ayam Arab” diubah menjadi “Kemitraan Cita Rasa Timur Tengah”. Selain itu, terdapat tambahan desain juga pada bagian depan *booth* dengan *headline* persuasif berbunyi “Kunjungi Sekarang, Penawaran Terbatas”.



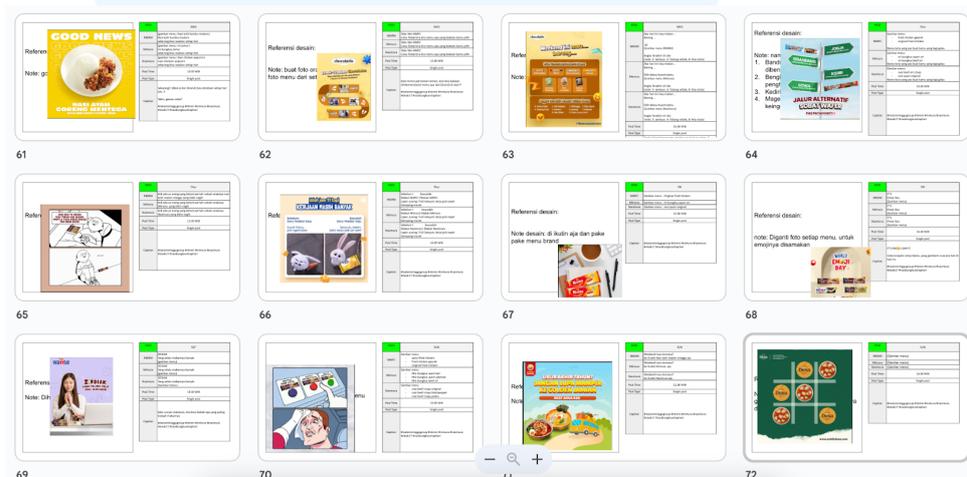
hasil perancangan

hasil eksekusi

Gambar 3.32 Hasil Rancangan Akhir *Booth* FLEI 2024

3.3.2.3 Proyek Sosial Media Nasi Kulit Malam Minggu, Nasimura, dan Mimura

Dalam merancang konten sosial media untuk beberapa *brand*, penulis bekerja sama dengan divisi *marketing* yang bertanggung jawab untuk menyusun EP (*Editorial Plan*). Perancangan konten sosial media berupa Instagram *feeds* ini dirancang agar dapat digunakan untuk 3 *brand* yaitu Nasimura, Mimura, dan Nasi Kulit Malam Minggu. Sehingga, penulis hanya merancang tampilan satu brand dan brand lainnya akan menggunakan *layout* yang sama dengan *brand identity typeface*, warna, dan foto produk yang berbeda. Untuk *editorial plan* yang diberikan oleh divisi marketing berisikan 72 halaman dan penulis bertanggung jawab untuk melanjutkan 40 halaman yang belum dirancang oleh desainer sebelumnya.



Gambar 3.33 *Editorial Plan* yang Dirancang Divisi Marketing

Setelah mendapatkan brief dari divisi *marketing*, penulis melakukan perancangan per 5 halaman dengan 3 brand menggunakan aplikasi Adobe Illustrator. Dalam proses perancangan konten sosial media, segala *progress*, hasil rancangan, hingga revisi akan dikomunikasikan lewat divisi *marketing* kepada manajer. Terdapat beberapa revisi *minor* dari manajer yang disampaikan kepada divisi *marketing* seperti ukuran tulisan yang kurang besar, gambar makanan yang kurang sesuai, hingga layout yang masih terlihat kosong. Dalam

proses pengerjaan konten sosial media ini, penulis membutuhkan 12 hari untuk menyelesaikan 37 konten untuk 4 brand, dengan total 148 unggahan.



Gambar 3.34 Hasil Akhir Konten Media Sosial

3.3.2.4 Proyek Greenpro

Greenpro merupakan perusahaan yang bergerak di bidang tekstil dan memiliki konsep *elgenat* dan *professional*. Dalam perancangan proyek Greenpro, penulis mendapatkan *brief* pertama kali pada tanggal 29 Agustus 2024. Dalam *brief*, disebutkan bahwa kalender akan berukuran *potrait* dan memiliki konsep yang *elegan*. Selain itu, kalender juga harus didominasi oleh warna hijau.



Gambar 3.35 Brief Kalender Greenpro dari Divisi Marketing

Setelah mendapatkan *brief* tersebut, penulis mencari beberapa referensi dan membuat konsep visual. Kalender yang penulis akan rancang adalah kalender dengan sudut tabel yang tumpul, *typeface* sans serif yang tebal, dan pilihan warna yang komplementer satu sama lain. Dalam merancang desain dari kalender, penulis diminta untuk mendesain tampilan *cover* depan dan bulan Januari hingga Februari. Setelah mengajukan rancangan *draft* pertama, terdapat masukan dari CEO untuk memberikan 1 alternatif rancangan untuk kalender. Pada alternatif ini, penulis diminta untuk membuat kalender yang minimalis dan tetap menggunakan *brand identity* Greenpro yaitu warna hijau dan ilustrasi tekstil.



Gambar 3.36 Alternatif Kalender Greenpro

Setelah mengirimkan alternatif kedua, penulis diminta untuk melanjutkan rancangan dari alternatif kedua dengan beberapa tambahan revisi. Beberapa *feedback* yang didapatkan oleh penulis adalah elemen gradasi sebagai lis bagian atas ditambahkan warna kekuningan, memindahkan logo Greenpro dari kiri bawah ke kanan bawah, memperbesar ukuran teks, dan menambah keterangan tahun pada kiri bawah. Setelah mendapatkan masukan dari CEO, penulis mengirimkan hasil akhir dengan hasil rancangan dari bulan Januari sampai dengan Desember.



Gambar 3.37 Hasil Akhir Perancangan Kalender *Landscape* Greenpro

Perancangan kalender Greenpro ini berlangsung dari 19 Agustus 2024 dan selesai pada tanggal 5 September 2024. Dengan selesainya rancangan kalender *landscape* ini, penulis diminta untuk merancang *header* dari kalender portrait dengan ukuran 32x12cm. Pada tanggal 27 September 2024, penulis mendapatkan *brief* pertama untuk merancang desain yang menyoroti logo dari Greenpro. Sehingga, penulis merancang tampilan *header* dengan logo Greenpro dan ilustrasi tekstil dengan *gradient* di bagian kiri dan kanan.



Gambar 3.38 Rancangan Pertama *Header* Greenpro

Setelah mengirimkan hasil rancangan pertama, penulis mendapatkan masukan dari CEO mengenai beberapa alternatif desain. CEO memberikan *feedback* dimana *background* di belakang logo dapat diisi dengan teks-teks *personality* dari Greenpro seperti *perfection*, *care*,

3.4 Kendala dan Solusi Pelaksanaan Magang

Selama menjalani proses magang, terdapat beberapa kendala yang dialami penulis di Malam Minggu Group. Namun agar proses magang dapat terselesaikan dengan lancar, penulis menemukan beberapa solusi terhadap masalah yang dialami.

3.4.1 Kendala Pelaksanaan Magang

Masa perkenalan kantor dan rekan kerja yang sangat singkat oleh HR dan desainer sebelumnya sehingga menyebabkan penulis tidak dapat mengenal baik para *staff* yang bekerja. Sehingga, terdapat kendala dimana penulis kesulitan untuk mengidentifikasi dan mengirimkan *file* hasil rancangan ke *staff* tertentu. Selain itu, posisi atasan yang diduduki oleh beberapa orang sehingga adanya perbedaan brief. Sehingga, terdapat banyak acuan yang harus diikuti penulis dan terkadang menghambat proses perancangan.

Tidak hanya itu, penyimpanan aset dan desain terdahulu yang disimpan oleh perusahaan kurang tertata dan sulit untuk dicari. Dalam proses penyimpanan aset dan hasil kerja desain, terdapat dua penyimpanan yaitu *hard disk* kantor dan *drive (cloud storage)* kantor. Namun, *hard disk* yang dimiliki kantor sudah penuh dan memiliki format penyimpanan NTFS sehingga *device* yang digunakan penulis (Macbook) hanya dapat melihat dan tidak dapat melakukan perubahan pada penyimpanan. Pada penyimpanan *cloud*, penulis juga tidak memiliki akun kantor sehingga harus menggunakan akun pribadi apabila ada keperluan untuk mengunggah *file* hasil rancangan

3.4.2 Solusi Pelaksanaan Magang

Untuk menyelesaikan masalah yang sebelumnya dialami, penulis mendekati diri dengan rekan kerja lainnya, penulis harus berinisiatif untuk berkenalan dan mengenal lebih dekat tiap rekan kerja. Walau memakan waktu yang cukup lama, penulis dapat mengenal lebih baik posisi dan tugas tiap rekan kerja sekiranya antara minggu ke 5 dan 6. Selain itu, posisi *decision maker* yang rancu mengharuskan penulis untuk aktif bertanya kenapa HR siapa yang akan mengisi posisi *supervisor* untuk memenuhi persyaratan magang penulis.

Namun di lapangan, penulis tetap tidak memiliki *supervisor* secara spesifik yang mendampingi seluruh proses desain. Segala revisi dan *feedback* tetap disampaikan oleh rekan kerja yang memberikan *brief*.

Dalam mengatasi permasalahan storage *hard disk*, penulis memutuskan untuk membeli penyimpanan secara pribadi dengan format EXFAT sehingga dapat digunakan untuk sistem operasi MacOS dan juga Windows. Dengan itu, desainer selanjutnya yang akan melanjutkan posisi penulis tidak memiliki kendala dalam memindahkan *file* aset dan rancangan sebelumnya. Untuk penyimpanan *cloud*, penulis meminimalisir mengunggah *file* menggunakan *cloud* dan apabila terpaksa untuk menggunakan *cloud*, penulis secara berkala akan menghapus *file* yang sekiranya sudah tidak digunakan. Namun, seluruh *file* masih dapat diakses secara *offline* menggunakan *hard disk*.

