



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

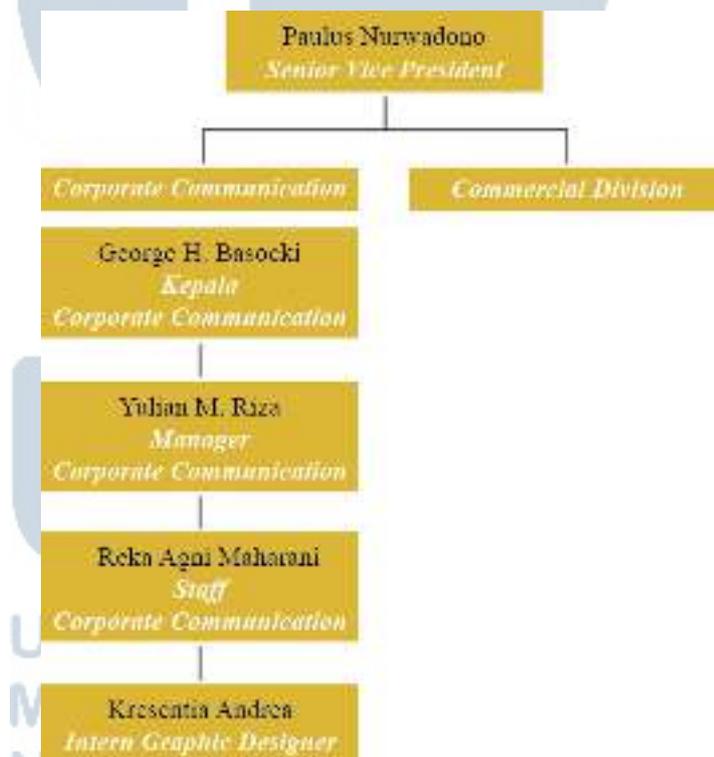
BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1. Kedudukan dan Koordinasi

3.1.1. Kedudukan

Penulis ditempatkan di posisi *Internship Graphic Design* pada divisi *Corporate Communication*. Divisi *Corporate Communication* adalah divisi yang menangani dan berhubungan langsung dengan media. Divisi ini berperan dalam menjaga citra positif perusahaan agar memperoleh perhatian lebih dari masyarakat. Berikut ini adalah struktur organisasi divisi *Corporate Communication* CP Prima dan kedudukan penulis saat melaksanakan kerja magang sebagai berikut:



Gambar 3.1. Bagan Struktur Organisasi Divisi *Corporate Communication*
(2013, hlm. 42-43)

Struktur organisasi dalam divisi *Corporate Communication* ini memiliki deskripsi tugas sebagai berikut:

1. Bapak George H. Basoeki, *Head of Corporate Communication*

Memimpin kegiatan yang diselenggarakan oleh *Corporate Communication*, memberi arahan dan instruksi secara global.

2. Yulian Mohammad Riza, *Corporate Communication Manager*
Konseptor program, *media relations* di Lampung, dan operasional *Corporate Communication* secara keseluruhan.
3. Reka Agni Maharani, *Staff of Corporate Communication*
Media monitoring, *press release writer*, *advertorial writer*, dan mengkoordinasi dengan tim expo apabila akan ada *exhibition*.

Secara umum tugas yang penulis lakukan selama berada di divisi ini adalah merancang segala kebutuhan media promosi perusahaan. Adapun beberapa pekerjaan divisi ini di luar desain seperti *media monitoring*. Setiap hari penulis mencari pemberitaan yang berkaitan dengan perusahaan/*corporate news* di media cetak. Tidak hanya itu, penulis juga diajarkan membuat *payment voucher* yang berisi segala transaksi yang dilakukan pada divisi ini, seperti pembuatan iklan di koran yang nantinya akan diajukan ke bagian keuangan.

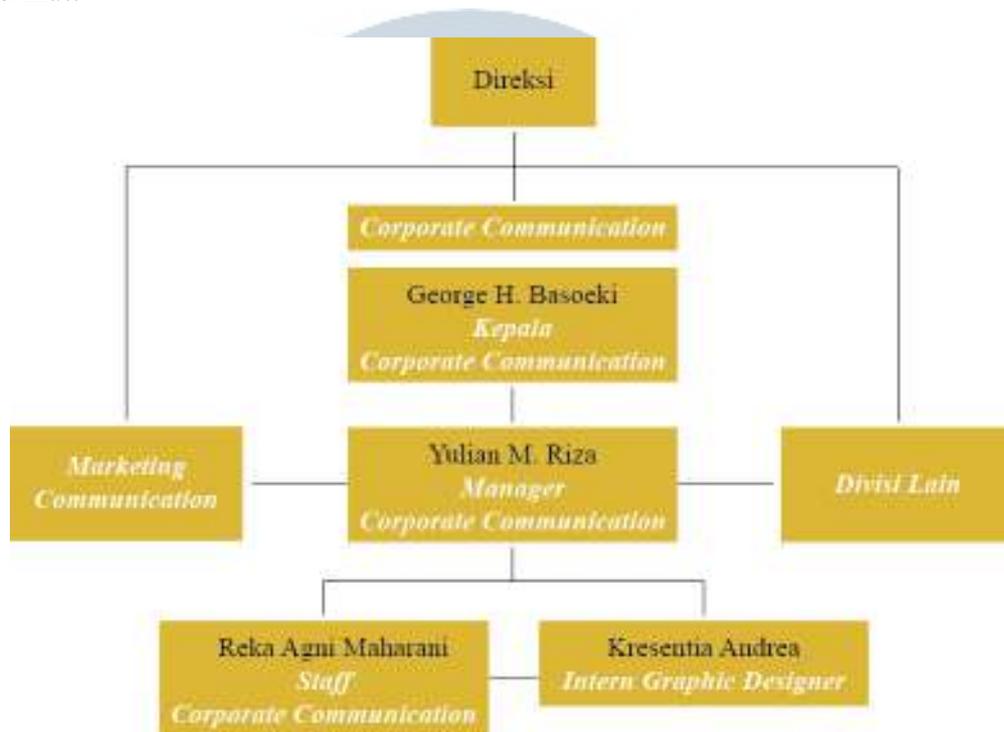
3.1.2. Koordinasi

Selama kerja magang, penulis memperoleh arahan proyek dari Bapak Yulian M. Riza, selaku pembimbing magang dan *manager Corporate Communication*, tetapi terkadang proyek tugas juga diberikan oleh divisi lain. Sebelum memulai pengerjaan tiap proyek, penulis diberikan arahan terlebih dahulu secara langsung mengenai konsep. Lalu untuk informasi tambahan biasanya diberikan melalui *email*. Kemudian penulis melakukan *brainstorming* dengan mencari referensi di internet dan masuk ke proses sketsa. Setelah itu hasil sketsa tersebut masuk ke dalam proses digital untuk di *layout*. Hasil desain kemudian diberikan ke Bapak Riza untuk diasistensi. Apabila ada koreksi, hasil desain dikembalikan kepada penulis untuk diperbaiki. Jika tidak hasil desain yang sudah *final* diberikan ke Bapak George, selaku *head Corporate Communication* untuk disetujui.

Untuk keperluan desain promosi ke media luar seperti iklan perusahaan untuk Majalah TIME, hasil desain akan diasistensi oleh Bapak Riza dan Bapak George dan apabila sudah sesuai baru diberikan ke bagian direksi untuk meminta

persetujuan, sedangkan untuk keperluan *marketing* divisi lain, hasil desain akan diasistensi oleh Bapak Riza atau divisi yang bersangkutan. Setelah memperoleh persetujuan hasil desain dapat dicetak atau dipublikasikan.

Berikut bagan koordinasi selama penulis melakukan kerja magang sebagai berikut:



Gambar 3.2. Bagan Alur Koordinasi
(Pribadi, 2014)

3.2. Tugas yang Dilakukan

Tugas yang dilakukan penulis adalah merancang segala kebutuhan media promosi yang diperlukan oleh perusahaan. Berikut adalah tabel pekerjaan yang penulis lakukan selama kerja magang sebagai berikut:

Tabel 3.1. Detail Pekerjaan Yang Dilakukan Selama Magang

Minggu	Proyek	Keterangan
1 (11-15 Agustus 2014)	<ul style="list-style-type: none"> - Mempelajari gambaran umum mengenai perusahaan dan <i>graphic standard manual</i> perusahaan. - Desain <i>backdrop</i>, baliho dan spanduk. - Desain iklan koran ucapan "Dirgahayu Indonesia". - Desain iklan koran ucapan "Selamat Ulang Tahun Lampung Post". 	<p>Dipublikasikan oleh koran daerah di Lampung: Kupas Tuntas, Harian Pilar, Lampung NewsPaper, Rakyat Lampung, Tribun Lampung, dan Fajar Sumatera Plus.</p> <p>Dipublikasikan oleh koran Lampung Post.</p>
2 (18-22 Agustus 2014)	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Redesign</i> katalog pakan ikan. - Desain cover <i>employee handbook policy</i>. - Desain brosur. - Desain <i>backdrop</i>. 	<p>Untuk <i>marketing tools</i> bagian pakan ikan.</p> <p>Untuk pameran expo.</p> <p>Untuk acara mid year review & halal bihalal CP Prima</p>
3 (25-29 Agustus 2014)	<ul style="list-style-type: none"> - Revisi (1) <i>redesign</i> katalog untuk pakan ikan. - Membantu persiapan untuk pameran di JCC. - Dokumentasi selama pameran berlangsung. 	<p>Pameran <i>Marine and Fisheries Expo and Convergence</i> 2014, 27-29 Agustus 2014.</p> <p>Pameran <i>Marine and Fisheries Expo and Convergence</i> 2014, 27-29 Agustus 2014.</p>
4 (1-5)	<ul style="list-style-type: none"> - Desain iklan untuk website (1). - Desain spanduk beasiswa. 	<p>Untuk acara di Lampung</p>

<p>September 2014)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Buat ilustrasi makanan. 	<p>dan Palembang. Untuk ilustrasi di presentasi Yayasan CP Prima.</p>
<p>5 (8-12 September 2014)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Desain iklan untuk website (2). - Revisi (2) <i>redesign</i> katalog. - <i>Brainstorming</i> konsep <i>layout</i> untuk <i>company profile</i>. - Desain iklan ucapan <i>Merry Christmas and Happy New Year</i>. 	<p>Dipublikasikan pada website <i>kupastuntas.co</i>. Untuk dipublikasikan di koran-koran.</p>
<p>6 (15-19 September 2014)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Desain iklan ucapan <i>Chinese New Year 2015</i>. - Desain <i>company profile</i> CP Prima (1). - Revisi (3) <i>redesign</i> katalog untuk pakan ikan. 	<p>Untuk dipublikasikan di koran-koran.</p>
<p>7 (22-26 September 2014)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Desain <i>company profile</i> CP Prima (2). - Desain poster Lomba Fotografi untuk Hari Perikanan Nasional (1). 	<p>Dipublikasikan di daerah Lampung.</p>
<p>8 (29 September-3 Oktober 2014)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Desain poster Lomba Fotografi untuk Hari Perikanan Nasional (2). - Desain logo event Perikanan Nasional. - Desain <i>company profile</i> CP Prima (3). 	
<p>9 (6-10 Oktober 2014)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Desain <i>company profile</i> CP Prima (4). - Desain <i>Announcement</i> Poster CP Prima E-Awards 2014 (1). 	<p>Dipublikasikan ke seluruh perusahaan CP Prima dan cabang.</p>
<p>10 (13-17 Oktober 2014)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Desain Poster <i>Announcement</i> E-Awards 2014 (2). - Desain iklan majalah. - Desain iklan buku. 	<p>Dipublikasikan di majalah TIME. Dipublikasikan di buku</p>

		Direktorat Pajak.
11 (20-24 Oktober 2014)	<ul style="list-style-type: none"> - Revisi (1) desain iklan majalah. - Melanjutkan desain <i>company profile</i> (5) dan iklan untuk Buku Direktorat Pajak. 	
12 (27-31 Oktober 2014)	<ul style="list-style-type: none"> - Melanjutkan desain iklan untuk Buku Direktorat Pajak. - Melanjutkan desain <i>company profile</i> (6). 	
13 (3-7 November 2014)	<ul style="list-style-type: none"> - Desain brosur. - Revisi (2) desain iklan majalah. - Desain <i>invitation</i>. 	<p>Untuk <i>marketing tools</i> bagian pondguard.</p> <p>Untuk acara 2nd CPP <i>Annual Aquaculture Symponium</i> 2014.</p>
14 (10-14 November 2014)	<ul style="list-style-type: none"> - Revisi (3) desain iklan majalah. - Desain <i>backdrop</i> dan ID Card. 	Untuk acara 2 nd CPP <i>Annual Aquaculture Symponium</i> 2014.
15 (17-21 November 2014)	<ul style="list-style-type: none"> - Revisi (4) desain iklan majalah. - <i>Media monitoring</i>. 	
16 (24-28 November 2014)	<ul style="list-style-type: none"> - Melanjutkan desain <i>company profile</i> (7). - Desain logo. 	
17 (1-5 Desember 2014)	<ul style="list-style-type: none"> - Melanjutkan desain <i>company profile</i> (8). - Desain logo. 	
18 (8-11 Desember 2014)	<ul style="list-style-type: none"> - Melanjutkan desain <i>company profile</i> (9). - Desain <i>corporate greeting card</i>. 	

3.3. Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

3.3.1. Proses Pelaksanaan

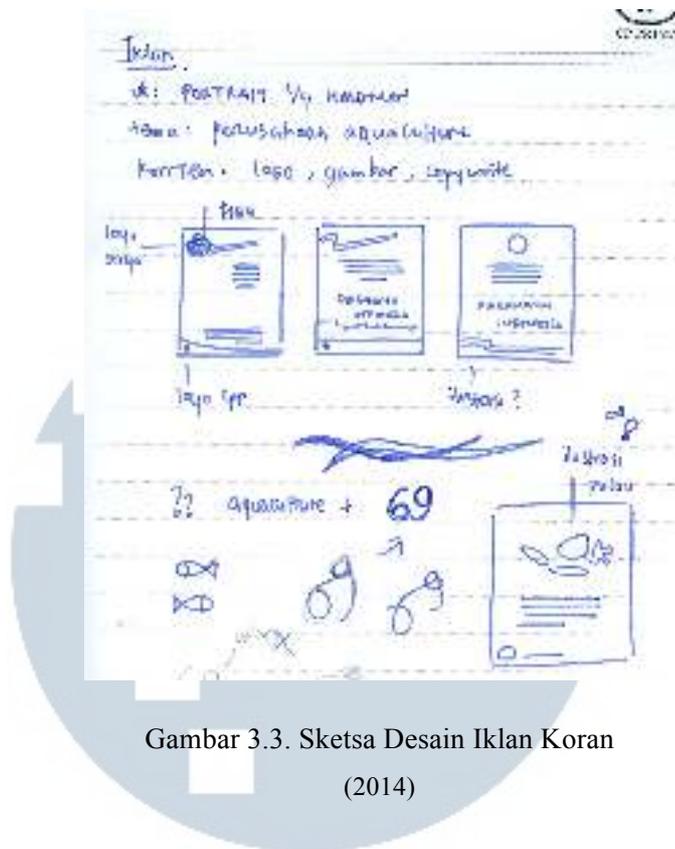
Selama empat bulan kerja magang berlangsung, penulis memperoleh kesempatan untuk merancang segala media promosi yang dibutuhkan oleh perusahaan. Berikut ini adalah uraian beberapa hasil desain media promosi yang penulis kerjakan selama kerja magang, yaitu:

1. Iklan Koran

Projek ini merupakan salah satu projek pertama penulis saat melaksanakan kerja magang. Projek ini nantinya akan dipublikasi ke koran-koran di Lampung. Secara umum, projek iklan ini mengenai ucapan Dirgahayu Indonesia dari perusahaan.

Projek iklan ini diberikan sekaligus dipantau oleh Bapak Yulian M. Riza, selaku pembimbing lapangan. Sebelum memulai proses perancangan, penulis diberikan pengarahan oleh Bapak Riza secara langsung mengenai konten dan informasi yang harus ada pada iklan seperti logo perusahaan, logo resmi dirgahayu, dan gambar. Untuk konten isi/*copy write*, penulis dibantu oleh Kak Reka dalam penyusunannya. Ukuran iklan yang diminta adalah portrait $\frac{1}{4}$ halaman. Proses pengerjaan selama tiga hari.

Sebelum memulai perancangan, penulis mempelajari *guideline* perusahaan. Namun, tidak ada aturan khusus mengenai *guideline* untuk aplikasi ke media promosi. *Guideline* perusahaan hanya sebatas aplikasi logo agar konsistensi. Tahap selanjutnya penulis mencari referensi dari media promosi perusahaan sebelumnya. Hal ini ditujukan agar penulis dapat menyesuaikan *design style* yang digunakan oleh perusahaan. Kemudian penulis masuk ke proses *brainstorming* dengan mencari referensi lain melalui internet dan masuk ke proses sketsa. Dari proses sketsa, penulis membuat versi digital menggunakan *software*, Adobe Illustrator CS6.



Gambar 3.3. Sketsa Desain Iklan Koran
(2014)



Gambar 3.4. Proses Digital Desain Iklan Koran
(2014)

Pada desain *layout*, penulis menampilkan gambar *corporate* yang menunjukkan aktivitas para petambak, logo perusahaan, nama perusahaan, logo dirgahayu indonesia, *supergraphic*, dan alamat *website*. Untuk gambar, penulis menggunakan gambar yang sudah tersedia pada database divisi. Untuk warna, penulis menggunakan warna emas perusahaan dengan kode warna C: 0% ; M: 20% ; Y: 90% ; 20%. Penulis melakukan diskusi dengan Bapak Riza dan Kak Reka untuk menentukan *copy write* yang sesuai. Setelah membuat tiga pilihan kalimat, pilihan jatuh pada kalimat “Bersama mewujudkan industri perikanan Nusantara, demi terwujudnya kesejahteraan bangsa”. Untuk lebih menegaskan, penulis menambahkan kata “Dirgahayu Indonesiaku”.



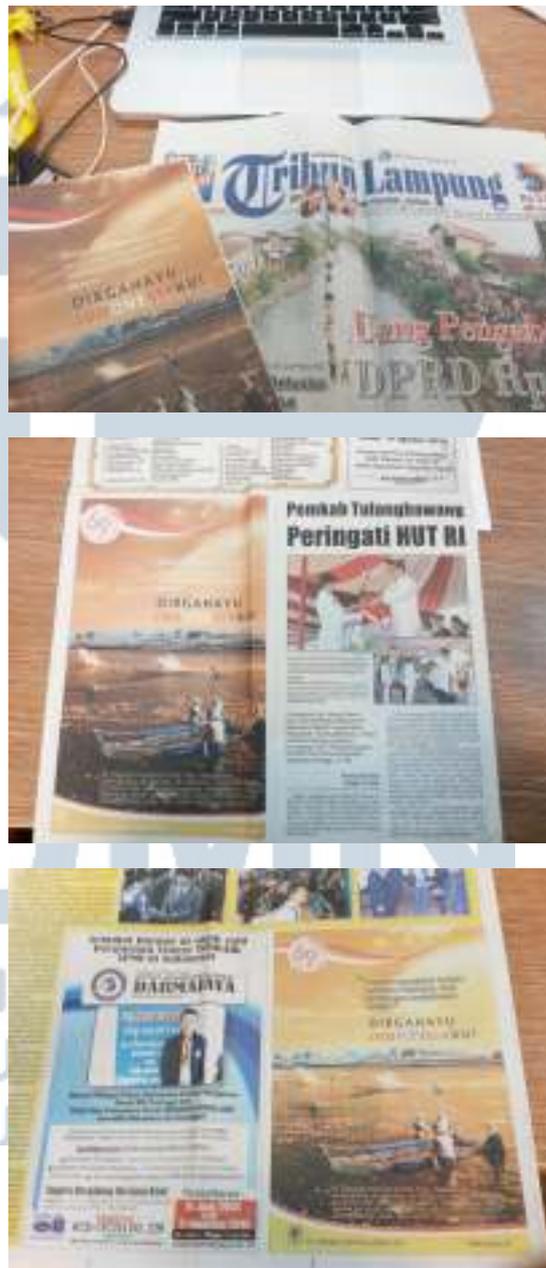
Gambar 3.5. Hasil Awal Desain Iklan Koran
(2014)

Kemudian hasil desain penulis serahkan kepada Bapak Riza untuk diasistensi. Ada beberapa masukan yang diberikan seperti ukuran logo yang diperbesar, menambahkan deskripsi perusahaan dan *supergraphic* merah putih. Hasil desain yang sudah direvisi, penulis serahkan kembali ke Bapak Riza dan tidak ada yang perlu diperbaiki. Lalu hasil desain diserahkan ke Bapak George untuk diasistensi dan disetujui. Dari persetujuan tadi, hasil desain kemudian disebar ke koran-koran untuk dipublikasikan. Berikut ini hasil desain iklan koran sebagai berikut:



Gambar 3.6. Hasil Akhir Desain Iklan Koran Ucapan HUT RI ke-69 (2014)

Untuk iklan koran ucapan “Dirgahayu Indonesia ke 69” ini dipublikasikan oleh koran-koran di Lampung, seperti Kupas Tuntas, Harian Pilar, Lampung NewsPaper, Rakyat Lampung, Tribun Lampung, dan Fajar Sumatera Plus.



Gambar 3.7. Hasil Desain di beberapa koran Lampung
(2014)

Karena kualitas percetakan di daerah rendah, maka beberapa tampilan iklan mengalami penurunan warna dan perbedaan warna dari aslinya. Kendala yang penulis hadapi selama proses pengerjaan proyek iklan ini adalah terbatasnya akses internet untuk mencari referensi iklan, sehingga penulis menggunakan *wifi hotspot* dari *gadget* pribadi. Namun, akses internet pun masih terbatas karena lambatnya koneksi. Hal ini sempat mempengaruhi pengerjaan iklan karena sebagai proyek pertama penulis ingin menunjukkan desain iklan yang menarik dan sesuai dengan keinginan klien. Oleh karena itu, solusi yang penulis lakukan selain menggunakan *wifi hotspot* adalah mencari materi referensi di rumah sebanyak mungkin.

Pelajaran yang penulis peroleh selama proses pengerjaan proyek iklan ini adalah belajar memahami keinginan klien seperti susunan *layout* dan berapa banyak konten yang akan ditampilkan yang kemudian dituangkan ke dalam bentuk visual dan belajar menerima masukan. Proyek ini juga menjadi kebanggaan untuk penulis karena baru memulai kerja magang penulis sudah diberikan kepercayaan untuk membuat iklan yang nantinya akan dipublikasikan ke koran-koran.



2. Brosur dan Dokumentasi Pameran *Marine and Fisheries Expo and Convergence 2014*

Desain brosur ini dibuat dalam rangka acara pameran *Marine and Fisheries Expo and Convergence 2014* pada tanggal 27-29 Agustus 2014 di *Jakarta Convention Centre (JCC)*. Brosur dibuat sebagai *branding* dari CP Prima secara garis besar. Proyek ini diberikan oleh Kak Reka, selaku penanggung jawab pameran empat hari sebelum pameran berlangsung dan dipantau oleh Bapak Riza. Penulis diberikan pengarahan secara langsung mengenai konten dan ukuran brosur yang diinginkan. Brosur ini berisi profil perusahaan, sertifikasi yang diperoleh, produk, dan kontak perusahaan. Untuk ukuran dan model brosur semua diserahkan kepada penulis (dibebaskan).

Untuk tahap pengerjaan sama dengan proyek sebelumnya. Penulis mencari referensi melalui internet dan masuk ke proses *brainstorming* dalam bentuk sketsa. Dari proses sketsa, penulis membuat versi digital menggunakan *software*, Adobe Illustrator CS6. Brosur penulis buat dalam bentuk *tri-fold* dengan ukuran 35.5 x 21 cm, dan apabila brosur dalam bentuk terlipat ukuran brosur menjadi 15 x 21 cm.



Gambar 3.8. Sketsa Desain Brosur

(2014)

Desain *layout* brosur penulis buat sederhana, tetapi tetap informatif saat dibaca. Penulis juga meminimalisir konten isi pada brosur. Hal ini dilakukan agar pesan tersampaikan tanpa panjang lebar. Untuk desain, penulis menggunakan warna emas perusahaan dan turunannya.

Pada halaman pertama brosur, konten yang ditampilkan adalah logo perusahaan, nama perusahaan, *tagline* perusahaan, foto, *supergraphic*, dan alamat *website*. Pada halaman kedua dan ketiga berisi profil perusahaan, sertifikasi yang diperoleh, dan produk yang didukung dengan tampilan gambar. Halaman keempat berisi lanjutan dari produk perusahaan. Pada bagian lipatan kecil, berisi kontak perusahaan dan anak perusahaan. Pada halaman ini penulis berikan tambahan elemen *supergraphic* yang berasal dari bagian logo perusahaan CP Prima.

Kemudian hasil desain brosur penulis berikan kepada Kak Reka dan Bapak Riza untuk diasistensi. Terdapat beberapa revisi yaitu penambahan informasi dan gambar. Untuk keseluruhan dari segi *layout*, tidak ada revisi. Hasil desain yang sudah direvisi penulis berikan kembali ke Bapak Riza. Awalnya, desain brosur ini hampir tidak diwujudkan dalam bentuk cetak karena sudah mendekati hari H pameran. Namun, penulis menjelaskan bahwa penyetakan brosur tidak memakan waktu lebih dari sehari, maka Bapak Riza tetap memutuskan untuk naik cetak.

Selama proses pengerjaan, penulis hanya mengalami kendala dari pencarian referensi karena terbatasnya akses internet di kantor. Sebagai gantinya penulis menggunakan *wifi hotspot* dari *gadget* pribadi dan melanjutkan mencari referensi di rumah. Dari proyek ini, penulis belajar kembali untuk disiplin waktu dalam pengerjaan mengingat waktu yang diberikan sangat dekat dengan *deadline*. Selain itu, penulis juga belajar bagaimana berinteraksi dengan klien dengan memberikan saran melalui desain brosur karena pada desain brosur ini dari segi *layout* dan tampilan penulis diberi kebebasan. Berikut ini adalah hasil desain brosur perusahaan CP Prima sebagai berikut:



Tampak Luar

Gambar 3.9. Hasil Akhir Desain Brosur (1)
(2014)



Tampak Dalam

Gambar 3.10. Hasil Akhir Desain Brosur (2)
(2014)

Tidak hanya merancang brosur, penulis juga dilibatkan dalam persiapan pameran. Partisipasi penulis dalam pameran ini memberikan pengalaman untuk mengetahui bagaimana dan apa saja persiapan pameran yang dilakukan sebuah perusahaan. Penulis juga diminta untuk mendokumentasikan pameran yang berlangsung selama tiga hari tersebut. Penulis juga diberikan tugas untuk menggabungkan beberapa video perusahaan yang nantinya akan ditampilkan saat pameran berlangsung.

Saat mengerjakan penggabungan video, penulis sempat mengalami kendala teknis yaitu penulis tidak memiliki *software* untuk menggabungkan video, sehingga penulis harus mencari dan menginstall *software* terlebih dahulu. Tidak hanya itu, kendala teknis juga penulis alami saat hari H pameran berlangsung, video yang sudah digabungkan tidak mau terbaca oleh DVD *player*. Hal tersebut sempat membuat panik karena penulis hanya membuat video dalam satu format saja dan saat di pameran penulis tidak membawa laptop. Akhirnya penulis harus kembali ke kantor untuk mengambil laptop dan mengkonversi file ke format yang seharusnya. Hampir satu setengah jam, video juga tetap tidak mau terbaca. Ternyata kesalahan terdapat pada DVD *player* yang digunakan yang tidak bisa *mensupport* ke segala format video. Hal tersebut menjadi pelajaran bagi penulis dalam melatih kesabaran dan tanggung jawab.

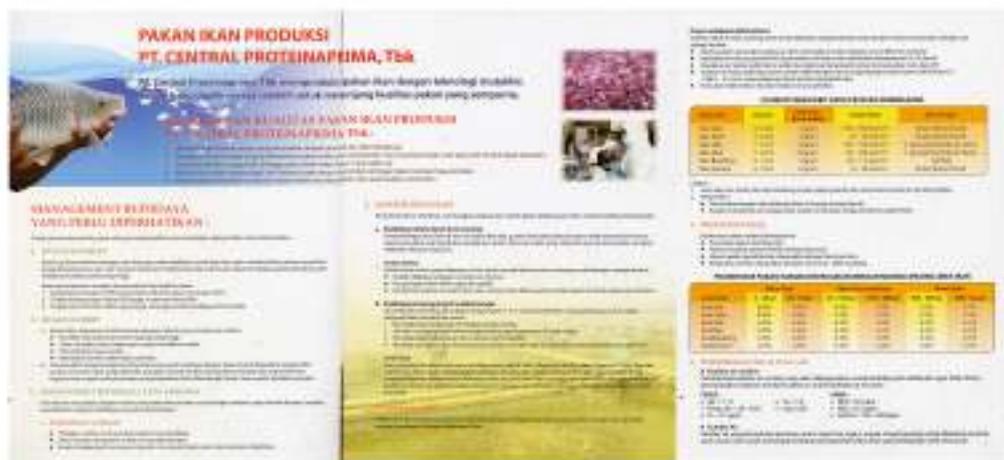


Gambar 3.11. Beberapa Dokumentasi saat Acara Berlangsung
(2014)

3. Katalog

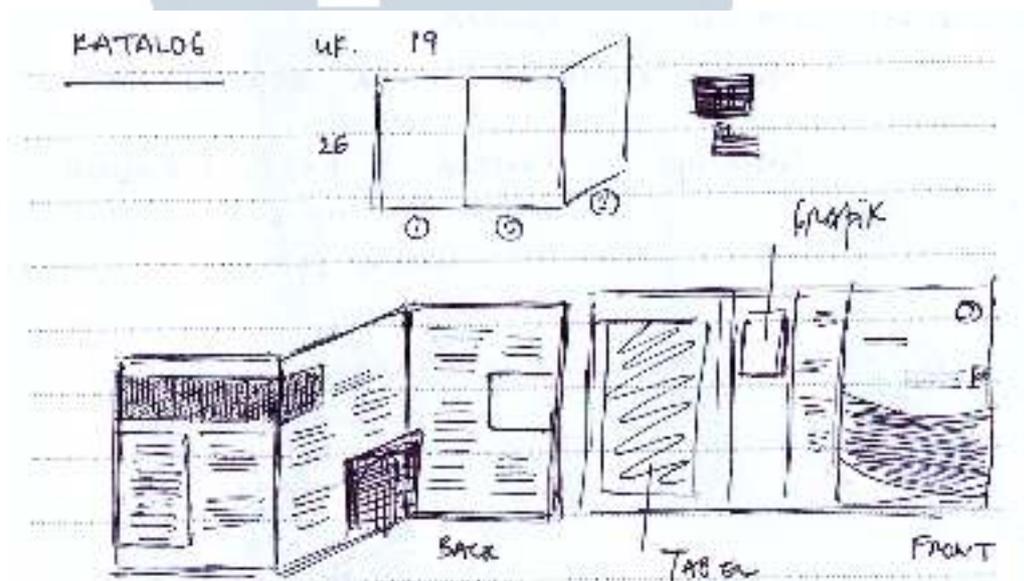
Katalog ini diperuntukan sebagai *marketing tools* dalam penjualan pakan ikan CP Prima karena didasari oleh minimnya informasi yang diterima oleh konsumen mengenai produk pakan yang didistribusikan.

Projek ini diberikan oleh Bapak Riza atas permintaan Bapak Arvian dari Divisi *Freemarket*. Sebelumnya CP Prima sudah memiliki katalog untuk pakan ikan, tetapi tampilan dan informasi yang terdapat didalamnya masih kurang. Oleh karena itu, penulis diminta untuk mendesain ulang katalog tersebut. Berikut tampilan awal katalog CP Prima sebagai berikut:



Gambar 3.12. Tampilan Awal Katalog
(2014)

Ukuran katalog yang diminta sama dengan ukuran sebelumnya, yaitu 57 x 26 cm dengan bentuk *tri-folds*. Penulis diberi pengarahan secara langsung oleh Bapak Riza. Setelah memperoleh pengarahan, penulis membuat sketsa untuk menyusun *layout* pada katalog dan membuat versi digital menggunakan *software*, Adobe Illustrator CS6. Secara visual penulis diberi kebebasan. Oleh karena itu, penulis memutuskan merancang katalog lebih sederhana dengan alur baca yang lebih nyaman. Karena pada katalog sebelumnya, konten isi dan gambar saling bertabrakan. Penulis menggunakan warna yang digunakan pada desain sebelumnya, yaitu perpaduan warna emas perusahaan dan jingga. Jenis *font* yang penulis gunakan pada desain katalog ini adalah *sans serif*. Font yang digunakan adalah Lucida Grande dan Roboto.



Gambar 3.13. Sketsa *Layout* Katalog
(2014)

Layout secara keseluruhan, penulis sesuaikan dengan model dari *layout* brosur proyek sebelumnya. Alasannya agar adanya konsistensi susunan pada aplikasi media promosi. Penulis diminta untuk menyesuaikan konten isi dengan katalog yang lama. Halaman pertama berisi logo perusahaan, *headline*, *subline*, gambar, alamat *website*, dan alamat media sosial. Halaman kedua dan seterusnya berisi penjelasan mengenai informasi pakan yang didukung beberapa gambar. Penulis juga menambahkan *supergraphic*

berbentuk ombak laut yang menunjukkan ciri dari akuakultur. Berikut ini tampilan desain katalog sebagai berikut:



Gambar 3.14. Hasil Awal Desain Katalog

(2014)

Kemudian hasil desain katalog diatas penulis serahkan ke Bapak Arvian melalui Bapak Riza untuk diasistensi. Penulis memperoleh beberapa revisi mengenai penambahan informasi melalui email. Sesekali penulis bertemu langsung dengan Bapak Arvian untuk melakukan asistensi kembali. Pada proses revisi, terdapat penambahan dan pergantian gambar yang digunakan pada jenis pakan ikan.

FW: RE: Preview catalog pakan ikan



Berikut review dari pak Laode terkait materi teknis budidaya dalam draft katalog pakan ikan. Desamping itu terdapat beberapa masukan antara lain:

1. Untuk visual pakan ikan yang ditampilkan pada halaman bagian dalam antara lain PSP, PS-C, dan FF999 sebagai pendamping penjelasan materi penyebaran bibit.
2. Pada bagian belakang dapat di tampilkan lebih banyak item pakan dalam format horizontal dengan memperhatikan ukuran aktual kemasan (psp = 5kg; psc=10 kg; ff999=10; 781-1 = 20-kg selebihnya > 30 kg)
3. Koreksi penulisan kode pakan ikan
 - CP-189 menjadi CP 189
 - T-78-1 menjadi T 78-1
 - T-78 menjadi T 78
 - T-79 menjadi T 79
 - T-79-S menjadi T 79 - S
 - FF 999 menjadi FF999
4. Jika memungkinkan, pada sisi bahasan parameter fisika dan kimia dapat ditambahkan beberapa visual product obat-obatan SHS.
5. Untuk mengisi space kosong disamping narasi foto Pabrik, dapat ditambahkan logo CPP.

Demikian yang bisa kami sampaikan, apabila terdapat penambahan koreksi akan kami update. Terkait dengan segala teknis layout kami meminta pertimbangan pak Riza dan tim guna kebaikan bersama. Atas bantuan dan kerjasamanya kami sampaikan terimakasih.

Regards,

Amir

Gambar 3.15. Contoh *Draft* Revisi melalui Email

(2014)

Pengerjaan katalog ini hampir tertunda karena kendala menunggu balasan revisi dari divisi yang bersangkutan. Setelah selang beberapa minggu, terdapat beberapa revisi kembali mengenai penambahan informasi pada bagian bagan jenis pakan. Hasil desain yang sudah direvisi, penulis serahkan ke Bapak Riza untuk disebarkan kepada kepala divisi yang bersangkutan untuk disetujui. Dan setelah disetujui, desain katalog masuk ke proses cetak dan kemudian disebar ke distributor.

Kendala yang penulis alami saat pengerjaan katalog ini adalah saat penyusunan *layout* agar nyaman saat dibaca. Karena materi yang harus ditampilkan cukup padat dan adanya permintaan untuk memperbanyak gambar yang ditampilkan. Solusinya, penulis mencari banyak referensi di internet dan buku mengenai penyusunan sebuah *layout*.

Dari proyek ini penulis dapat belajar mengenai cara berinteraksi dan berkomunikasi yang baik dengan klien, belajar memahami keinginan klien yang kemudian dituangkan kedalam sebuah visual, dan menjadi tahu informasi yang akan disampaikan oleh katalog, pakan ikan.

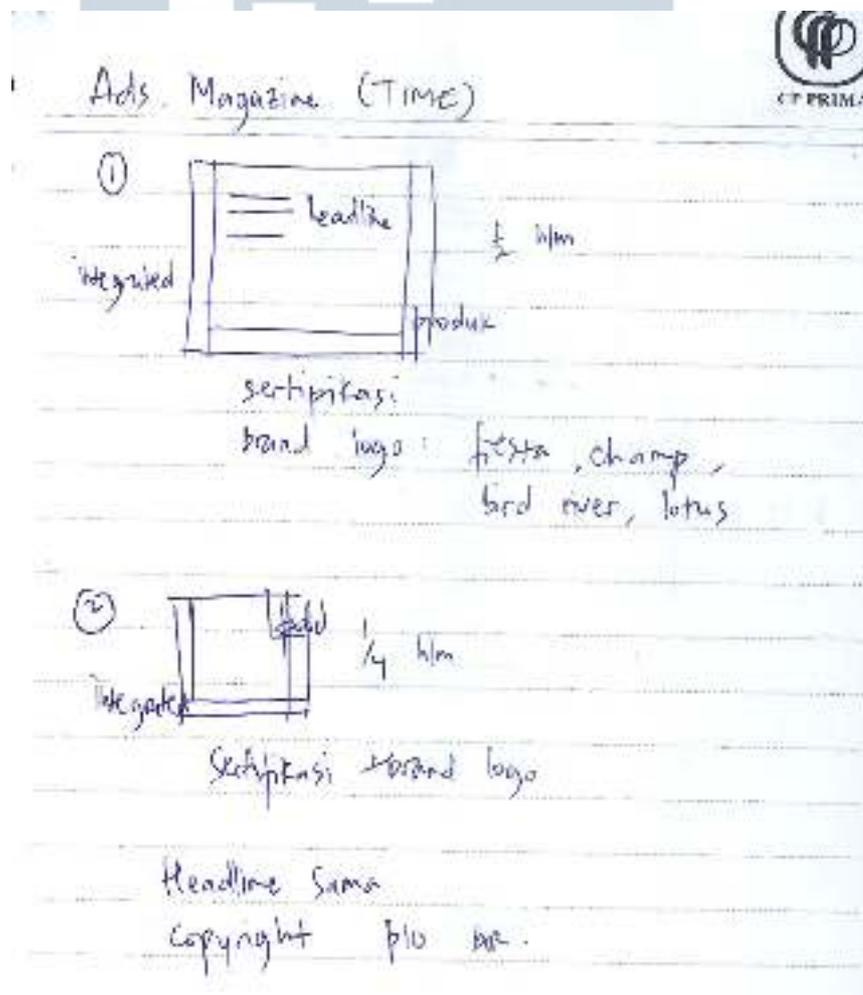


Gambar 3.16. Hasil Akhir Desain Katalog (2014)

4. Iklan Majalah

Projek selanjutnya penulis memperoleh kesempatan untuk membuat desain iklan yang nantinya akan dipublikasikan pada majalah TIME edisi Februari 2015. Iklan ini mengenai bisnis perusahaan CP Prima dengan target pasar, konsumen internasional.

Projek ini diberikan oleh Bapak George atas permintaan dari direksi. Pengerjaan projek ini dipantau oleh Bapak George dan Bapak Riza. Penulis memperoleh pengarahan secara langsung mengenai detail projek seperti ukuran dan konten yang harus ditampilkan pada iklan. Berikut ini merupakan *brief* yang penulis peroleh untuk iklan sebagai berikut:



Gambar 3.17. Brief Iklan
(2014)

Penulis diminta untuk membuat dua ukuran berbeda sebagai perbandingan yaitu ½ halaman dan ¼ halaman. Pada desain, penulis harus menampilkan gambar *corporate*, gambar produk, logo perusahaan, *headline*, *subline*, sertifikasi, brand logo, dan kontak perusahaan (*website*). Untuk peletakan tiap elemen, penulis menggunakan *brief* yang sudah diberikan sebelumnya dan menambahkan beberapa elemen pendukung seperti *blocking box* pada bagian bawah *layout* dan *supergraphic*.

Pada desain, penulis menggunakan dua jenis *font sans serif*, yaitu Lucida Grande dan Roboto, sedangkan untuk warna, penulis menggunakan warna emas yang merupakan warna *corporate* CP Prima dan warna turunannya. Berikut ini alternatif desain *layout* iklan sebagai berikut:



Gambar 3.18. Alternatif Desain *Layout* ½ halaman
(2014)



Gambar 3.19. Alternatif Desain *Layout* ¼ halaman
(2014)

Kemudian alternatif desain tersebut penulis berikan ke Bapak George dan Bapak Riza untuk diserahkan ke direksi. Hasil desain penulis tidak hanya diserahkan ke direksi, tetapi juga diserahkan ke tim koordinasi dari majalah TIME. Penulis memperoleh masukan mengenai penggunaan *white space*. Masalah *white space* sempat menjadi kendala bagi penulis karena di satu sisi penulis ingin menampilkan desain yang *clean* karena menyesuaikan juga target sasaran dari iklan tersebut. Ketika diasistensi, ukuran yang akan digunakan adalah ¼ halaman. Sebagai revisi penulis diminta untuk menggabungkan dua gambar (produk dan *corporate*), menambahkan gambar cipratan air, mengubah posisi logo menjadi berada di sisi kanan,

memperbesar ukuran logo, dan meletakkan halaman *website* di bawah logo seperti yang terlihat pada gambar berikut ini:



Gambar 3.20. Revisi Desain *Layout*
(2014)

Kemudian hasil desain yang sudah direvisi penulis berikan kembali ke Bapak George. Terdapat beberapa revisi pada desain yaitu untuk menambahkan konten bagan dan mengganti beberapa gambar. Penulis sempat mengalami kesulitan karena materi foto yang digunakan cukup banyak sedangkan, *space* yang tersedia terbatas. sehingga *layout* terlihat seperti penuh. Namun, penulis tetap menyesuaikan dengan revisi yang diminta. Setelah diserahkan kembali ke direksi untuk diasistensi ternyata hasil desain penulis diterima baik oleh direksi dan berikut ini adalah hasil desain iklan untuk majalah TIME sebagai berikut:



Gambar 3.21. Hasil Akhir Desain Iklan Majalah
(2014)

Projek ini merupakan projek yang cukup kompleks bagi penulis karena pada setiap revisi banyak masukan yang harus ditampilkan mengingat *space* yang diberikan pun juga sedikit. Namun, pembelajaran yang bisa penulis ambil dari projek ini adalah kita sebagai desainer harus menurunkan ego kita saat berhadapan langsung dengan klien. Posisi kita disini adalah menerjemahkan keinginan klien ke dalam bentuk visual. Dan kita sebagai desainer selain memberikan saran juga harus mau untuk menerima masukan.

3.3.2. Kendala yang Ditemukan

Selama menjalani kerja magang di CP Prima, tentu saja penulis menemukan kendala. Ada beberapa hal yang menjadi kendala bagi penulis saat proses

pengerjaan projek. Namun, kendala tersebut tidak menjadi suatu hambatan, tetapi tantangan tersendiri.

Pada saat mempelajari gambaran umum mengenai perusahaan, penulis meminta *guideline* yang dimiliki perusahaan agar dapat mengikuti aturan yang berlaku saat akan mengaplikasikan ke media promosi. Namun, *guideline* yang dimiliki oleh CP Prima hanya sebatas *guideline* aplikasi penggunaan logo. Tidak terdapat aturan paten mengenai aplikasi media promosi seperti brosur, *banner*, spanduk, katalog, dan lainnya.

Kendala lain adalah internet. Akses internet di kantor sangat terbatas. Penulis tidak dapat mengakses melalui laptop pribadi karena tidak terdaftar oleh kantor. Hal ini menghambat penulis saat akan mencari referensi.

Dari segi *hardware*, saat wawancara magang penulis sudah diberitahukan bahwa kantor tidak memberikan fasilitas komputer/laptop, sehingga penulis harus membawa sendiri dari rumah. Hal tersebut tidak menjadi kendala karena saat bekerja penulis lebih nyaman menggunakan laptop pribadi.

3.3.3. Solusi Atas Kendala yang Ditemukan

Untuk menghadapi kendala tidak adanya aturan paten mengenai aplikasi media promosi, maka penulis membandingkan dari beberapa media promosi yang pernah dibuat oleh perusahaan dan mencari referensi melalui internet. Dan apabila mengalami kesulitan saat proses pengerjaan, penulis meminta masukan dengan tim *Corporate Communication* melalui diskusi. Untuk masalah internet, penulis menggunakan *gadget* sebagai *wifi hotspot*.