



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:

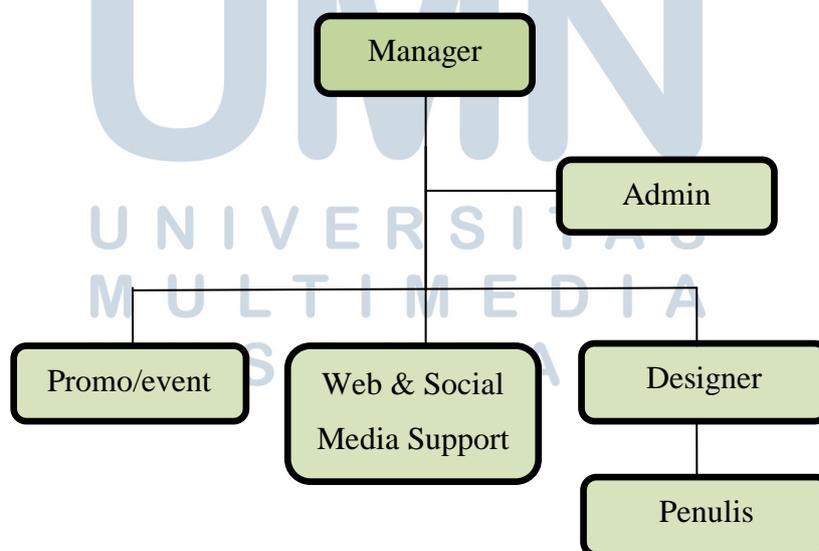
This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1. Kedudukan dan Koordinasi

Penulis melakukan praktek kerja magang sebagai desainer grafis di divisi *Marcom*. Ketika melakukan praktek kerja magang, penulis mendapatkan proyek dari menejer *marcom*, permintaan desain dalam divisi *marcom* melalui admin. Dari admin, menejer akan melakukan *briefing* dengan penulis mengenai permintaan desain tersebut. *Briefing* biasanya membahas tentang tema, bahan/media dan ukuran desain. Setelah melakukan *briefing*, penulis melakukan *research* kecil tentang tema yang diangkat. Selanjutnya penulis akan mulai merancang desain dengan pemilihan *style* yang sesuai dengan tema, pemilihan warna, jenis huruf dan memulai *layouting*. Dalam divisi *marcom* saat penulis melakukan kerja magang, untuk bagian promo/event dan web& social media support posisi kosong belum ada staf. Saat mendesain sebuah proyek penulis juga dibantu staf desain dalam memberikan masukan dan pendapat. Ilmu yang sudah dipelajari selama masa perkuliahan juga sangat membantu penulis dalam hal ini. Berikut bagan alur kerja :



Gambar 3.1. Bagan Alur Koordinasi

3.2. Tugas yang Dilakukan

Tabel 3.1. Detail Pekerjaan Yang Dilakukan Selama Magang

No.	Minggu	Proyek	Keterangan
1	14-18 Juli 2014	Brosur <i>Alfaresort</i>	Mendesain brosur dari mulai proses <i>editing</i> foto hingga <i>layout</i> .
2	21-25 Juli 2014	Membuat desain untuk <i>Open House Griya Hijau Regency Cirebon</i>	Membuat desain undangan, <i>banner</i> , <i>backdrop</i> , <i>sticker</i> , dan kipas.
3	4-8 Agust 2014	<i>Saleskit Alfaresort</i>	Membuat map <i>saleskit</i> dan <i>inserter</i> berisi paket produk <i>Alfaresort</i> .
4	11-15 Agust 2014	<i>Pin Barcode</i> untuk semua unit yang dimiliki <i>PT PIM</i>	Membuat desain poster dengan konten informasi dan saran dari konsumen melalui sms atau bbm.
5	18-22 Agust 2014	Banner promo Becak Motor <i>Cordela Hotel</i>	Mendesain <i>banner</i> , helm, dan kaos untuk mempromosikan <i>Cordela hotel</i> dengan menggunakan becak motor.
6	26 Agust-1 Okt 2014	GSM <i>Cordela Hotel</i>	Perancangan <i>Graphic Standard Manual</i> untuk <i>Cordela Hotel</i> .
7	1-5 Sept 2014	<i>Flyer Alfaresort New year's eve 2015</i>	Pembuatan desain <i>flyer</i> untuk promo awal tahun baru 2015
8	8-12 Sept 2014	<i>Billboard Griya Hijau Regency Cirebon</i>	Desain <i>billboard</i> untuk promo perumahan <i>GHR</i>
9	2-8 Okt 2014	Iklan Koran <i>Griya Hijau Regency Cirebon</i>	Pembuatan desain untuk media cetak koran yang berisi promo hadiah untuk pembelian rumah.
10	9-13 Okt 2014	<i>Xbanner Griya Hijau Regency Cirebon</i>	Pembuatan desain <i>xbanner</i> <i>GHR</i>

3.3. Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Dalam melakukan praktek kerja magang, admin atau menejer *marcom* akan mendapatkan *email* berisi permintaan desain. Dalam *email* tersebut dilampirkan ukuran dan tema yang klien (unit milik *PT PIM*) inginkan. Selain melalui *email* permintaan desain juga bisa melalui admin *marcom* dengan mengisi *form* permintaan desain. Setelah permintaan desain sudah diterima dan disetujui oleh menejer *marcom* maka staf desain, penulis, dan menejer *marcom* akan melakukan *briefing* untuk menentukan desain seperti apa yang tepat untuk permintaan desain yang masuk.

Dalam *briefing* tidak hanya soal desain yang dibahas namun juga media cetaknya seperti jenis bahan apa dan seberapa tebal kertas yang digunakan. Juga proses *finishing* yang membahas tentang jenis *laminating* yang akan digunakan. Setelah desain diselesaikan, hasil desain diserahkan pada menejer *marcom* untuk proses lebih lanjut jika ada revisi maka desain akan kembali diproses, jika desain sudah siap tanpa revisi maka desain akan diserahkan ke pihak direksi untuk menentukan diproduksi atau tidaknya desain yang telah dibuat.

3.3.1. Proses Pelaksanaan

Penulis membuat desain promo untuk unit-unit yang dimiliki *PT PIM*. Dalam pembuatan sebuah desain penulis sebelumnya melakukan *briefing* dengan menejer *marcom* dan staf desain. Dalam *briefing* pembimbing dan penulis akan melihat *form order* dan mulai mendiskusikan seperti apa desain yang cocok untuk permintaan desain tersebut. Untuk desain yang harus menyertakan foto biasanya foto akan terlampir lewat *email*, atau memberikan secara langsung dengan berbagi data. Setelah melakukan *briefing* dan telah disepakati tema dan konten untuk desain, barulah penulis mulai mendesain. Dalam praktek kerja magang, penulis mendesain beberapa proyek. Berikut uraiannya:

1. Desain Brosur *Alfaresort*

Proyek pertama adalah membuat desain brosur *Alfaresort. Fun and Fresh with Nature* digunakan sebagai tema yang menggambarkan *Alfaresort*. Dalam pembuatan brosur, warna hijau dominan digunakan karena warna hijau

merupakan warna yang dekat dengan alam. Brosur berisi akomodasi, fasilitas dan paket yang di desain dengan disertai tampilan foto *Alfaresort*. Penulis memulai proyek dengan mengedit foto dengan program *photoshop*, karena foto yang didapat tidak bisa langsung dipakai (*blur, brightness high/low*) dan *layout* dengan *Adobe Illustrator*. Dalam melaksanakan proyek ini, penulis membuat beberapa alternatif desain. Desain dikerjakan selama satu minggu dengan revisi sebanyak empat kali. Revisi pertama untuk mengubah lipatan brosur dari brosur lipat tiga menjadi lipat empat hal ini dikarenakan informasi yang ingin disampaikan banyak, sehingga untuk memasukkan semua info dalam satu lembar perlu dijadikan lipat 4. Revisi kedua yaitu menambahkan *background* daun hijau. Revisi selanjutnya adalah peletakan foto dalam *layout* desain brosur dan yang terakhir adalah konten, ada beberapa tambahan informasi harga paket dalam brosur yang dibuat. Setelah selesai direvisi, maka hasil desain akan diberikan pada pihak direksi untuk disetujui. Desain *flyer* ini dibuat dengan kertas *artcarton 260 gr* dengan *lamintaing doff*.



Gambar 3.2. Brosur *Alfaresort* 2 sisi

3. Desain Flyer Alfaresort

Desain flyer Alfaresort dibuat dengan tema *new year's eve promo*. Berdasarkan hasil dari *research* yang penulis lakukan, perayaan tahun baru identik dengan keceriaan pesta dan kembang api. Penulis mempertahankan nuansa kembang api dengan warna cerah untuk memberi kesan keceriaan. Hijau tetap penulis pilih untuk menggambarkan Alfaresort, karena dekat dengan alam adalah pesan yang ingin disampaikan Alfaresort maka warna hijau menjadi warna yang relevan.

Desain dibuat dua sisi dengan bagian depan menampilkan promo dan bagian belakang menampilkan harga paket menginap. Desain flyer akan diproduksi dengan ukuran A5, jenis kertas *artpaper* 260 gr dengan *laminating doff*. Dalam pembuatan desain flyer dilakukan dua kali revisi. Revisi pertama yaitu penambahan harga paket di flyer sehingga flyer yang tadinya hanya satu sisi menjadi dua sisi. Revisi kedua yaitu penempatan konten yang berubah.



Gambar 3.4. Flyer Alfaresort 2 sisi

4. Desain Media Promo Open House Griya Hijau Regency (GHR) Cirebon

Griya Hijau Regency merupakan hunian asri dan strategis yang memiliki konsep *green* dan ramah lingkungan. Dengan segmentasi pasar menengah ke atas maka desain untuk pembuatan promo *Open House GHR* dibuat sederhana namun tetap

elegant. Warna hijau dan daun menjadi *background* untuk menggambarkan kesan *green* yang menjadi konsep *GHR*.

Desain berisi foto fasilitas yang dimiliki *GHR*, yaitu kolam renang dan taman bermain. Karena kedua fasilitas inilah yang ingin ditonjolkan maka foto kolam renang dan taman bermain konsisten ditampilkan dalam setiap desain baik itu untuk undangan, *banner*, kipas maupun *backdrop*.

Dalam pembuatan desain penulis melakukan revisi sebanyak dua kali. Revisi pertama mengubah ukuran *backdrop*, revisi kedua yaitu menambahkan konten dalam desain. Bahan kertas *art carton 260 gr* dengan *laminating doff dipilih* untuk desain undangan. Dalam pembuatan desain *open house GHR*, penulis dituntut untuk cepat menyelesaikan permintaan desain karena *deadline* yang diminta pada awal bulan Agustus. Penulis memiliki waktu satu minggu untuk menyelesaikan proyek ini.

Penulis awalnya merasa kesulitan dalam mengerjakan proyek ini, bagian sulitnya adalah saat menentukan visual yang bagaimana yang cocok untuk proyek ini, ditambah *item* dan tenggang waktu yang cukup pendek. Namun setelah melakukan *research* kecil dan mendapat arahan dari staf desain dan pembimbing magang penulis bisa menyelesaikan proyek dengan tepat waktu.



Gambar 3.5. Desain Media Promosi Open House Undangan, Sticker, Kipas, Banner, Backdrop

5. Billboard GHR

Pembuatan desain *billboard* diawali dengan *briefing*, dalam *briefing* dijelaskan bahwa *billboard* ini ingin menampilkan fasilitas dan promo GHR. Desain didominasi warna hijau dan *background* dedaunan yang masih sama dengan desain promo GHR sebelumnya. *Background* hijau dan daun masih dipertahankan dan sudah dijadikan standarisasi desain untuk promo marketing GHR. Dalam pembuatan desain *billboard* penulis tidak mengalami kendala yang berarti, kesulitan hanya pada pemilihan jenis huruf. Jenis huruf yang digunakan adalah Tahoma, Tahoma dipilih karena bentuknya yang tegas, memberi kesan bersih, dan memiliki tingkat keterbacaan yang tinggi. *Billboard* diletakan di pinggir jalan dan jenis huruf ini memungkinkan pembacanya mendapatkan informasi dengan cepat. Dalam pembuatan desain *billboard* ini dilakukan satu kali revisi, yaitu penempatan foto kolam renang yang tadinya di sisi kanan menjadi di bagian tengah dan diperbesar.



Gambar 3.6. Desain billboard

6. Xbanner GHR

Desain yang dibuat untuk *Xbanner GHR* tidak berbeda jauh dari desain *billboard*. Perbedaan hanya pada tambahan foto fasilitas berupa taman bermain. Dalam membuat *xbanner* ini revisi dilakukan sebanyak dua kali. Revisi pertama mengubah *layout* desain pada susunan foto fasilitas. Revisi kedua yaitu mengubah letak nomor telepon pemasaran *GHR* yang letak sebelumnya di bawah menjadi di atas.

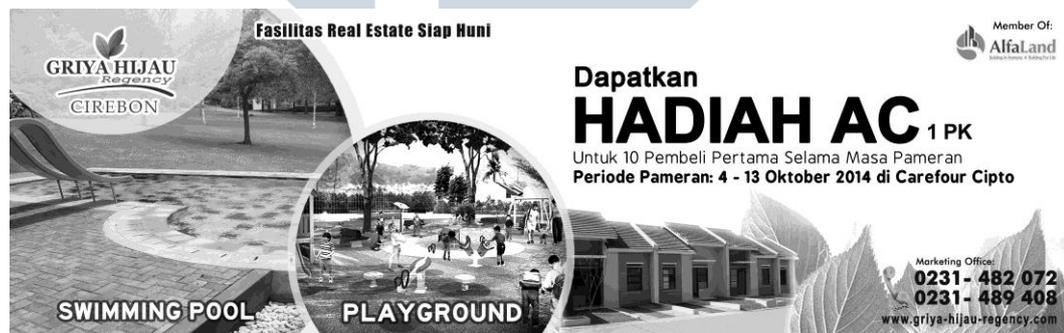


Gambar 3.7. Desain *xbanner*

7. Iklan Koran *GHR*

Desain promo hadiah untuk setiap pembelian satu unit rumah *GHR* akan dipromosikan dalam koran Radar Cirebon. Desain dibuat dalam ukuran 7 kolom (ukuran koran). Desain iklan koran dibuat dengan warna hitam putih. Dalam melakukan *layouting*, Foto fasilitas yang dimiliki *GHR* diletakan dibagian kiri sebesar 4 kolom. *Headline* promo diletakan di kanan atas, karena posisi tersebut akan langsung terlihat pembaca dan menjadi fokus utama dalam iklan yang didesain.

Dalam mengerjakan desain iklan koran ini penulis mendapatkan revisi sebanyak tiga kali, revisi pertama mengubah ukuran foto kolam renang menjadi lebih besar. Revisi kedua mengubah penempatan teks *headline* promo yang tadinya bersusun rata kesamping menjadi berurut ke bawah. Revisi ketiga dilakukan penambahan foto rumah *GHR* yang ditempatkan dibagian bawah.



Gambar 3.8. Desain iklan koran *GHR*

8. Poster *Pin Barcode*

Dalam pembuatan *pin barcode* ini desain dibuat dalam tiga ukuran berbeda dan desain akan diproduksi dalam bentuk *acrylic*. *Background* kayu dipilih untuk memberikan kesan natural. Warna coklat kayu menjadi kontras dengan warna putih pada huruf yang digunakan. *Acrylic pin barcode* ini dibuat untuk semua unit. Dalam proses mendesain penulis membuat beberapa alternatif *background*, seperti *background* warna dan motif kayu. Namun setelah diasistensikan pada pembimbing magang (manajer *marcom*) *background* kayu dipilih menjadi dasar desain *pin barcode* ini. Revisi dilakukan sebanyak dua kali, dengan mengubah

ukuran desain pada revisi pertama dan mengubah ukuran *barcode pin* menjadi lebih kecil. Selama pembuatan desain, penulis mengalami kesulitan pada bagian konten. Desain ini berisi cara konsumen memberikan komentar maupun saran pada pihak penyedia jasa (unit *Alfalanda*) namun kode untuk mengirim pesan belum pasti. Disini penulis harus mencari tahu sendiri kode yang benar. Setelah mendapat bantuan dari staf desain akhirnya penulis berhasil mendapatkan kode yang tepat. Setelah desain disetujui, maka desain dapat diproses lebih lanjut yaitu proses percetakan. Desain dicetak dalam ukuran kertas *artcarton* 210 gr yang kemudian direkatkan pada bahan *acrylic*. Desain dibuat dengan tiga ukuran berbeda. Ukuran 13x1,5 cm untuk *standing acrylic*, ukuran A4 untuk *acrylic* yang menempel pada dinding, dan ukuran 10 x 15 cm yang akan diletakkan dibelakang pintu.



Gambar 3.9. Desain *Acrylic Pin Barcode*

9. *Banner Promo Becak Motor Cordela Hotel Medan*

Cordela Hotel mempunyai cara yang cukup unik dalam mempromosikan hotelnya. Becak motor dijadikan sarana promosi yang efisien karena selama motor berjalan maka akan banyak orang yang melihat. Cara ini sangat cocok karena segmentasi *Cordela hotel* sendiri adalah *mid-low*. Desain *banner* yang dibuat akan ditempatkan pada becak motor sebagai penutup/atap becak motor.

Desain dibuat sederhana dengan hanya menempatkan logo dan *tagline* hotel pada *banner*, ditambah informasi berupa nomor telepon untuk menghubungi pihak hotel. Desain didominasi warna putih untuk memberi kesan *clean* dan *to the point*. Garis merah merupakan aksan yang menjadi identitas hotel selaras dengan logo *Cordela*.

Dalam membuat desain *banner* promo ini penulis mengalami kesulitan dalam menentukan letak logo dan nomor telepon, meski sudah mendapatkan ukuran *banner* namun tidak dijelaskan ukuran atap becak motor sehingga penulis harus mencari tahu terlebih dulu ukuran atap becak motor melalui internet. Dalam pencarian ukuran penulis dibantu staf desain, sehingga penulis mampu mendapatkan ukurannya.

Revisi dilakukan sebanyak dua kali, revisi pertama dilakukan untuk penambahan garis merah pada *banner* promo sementara revisi kedua dilakukan untuk penambahan jendela pada bagian belakang becak motor dan mengubah ukurannya. Dalam pembuatan *banner* promo ini penulis juga diminta untuk membuat desain helm dan kaos yang akan menjadi media promo yang akan digabungkan dengan *banner* becak motor. Dalam pembuatan desain helm dan kaos penulis tidak mendapatkan kesulitan yang berarti. Pertama penulis membuat beberapa alternatif desain kaos sementara untuk helm hanya memberi satu desain. Setelah desain helm diterima dan desain kaos dipilih dari salah satu alternatif, maka penulis hanya tinggal menunggu persetujuan direksi untuk diproduksi atau tidaknya hasil desain *banner* promo becak motor ini.



Gambar 3.10. *Banner* Becak Motor, Kaos, dan Helm Cordela Hotel

10. Graphic Standard Manual (GSM) Cordela Hotel

Dalam membuat *GSM Cordela* ini penulis, menejer *marcom* dan staf desain melakukan *briefing* terlebih dahulu. Dalam *briefing* dijelaskan segmentasi *Cordela* yang *mid-low* sehingga desain yang dibuat harus sesuai. Desain bisa menggambarkan *good place with best value*. Dalam mengerjakan proyek ini penulis tidak sendiri, namun dibantu oleh staf desain. Karena item yang harus dibuat sangat banyak ditambah proyek lain yang datang juga waktu magang penulis yang cukup singkat, maka pembuatan *GSM* ini dibagi dua antara penulis dan staf desain. Karena pekerjaan ini akhirnya bersifat *team*, penulis dan staf desain dipercaya menejer *marcom* untuk berdiskusi dan merancang tampilan serta membuat aturan untuk disatukan menjadi *GSM Cordela Hotel*.

Warna merah, biru, dan putih menjadi warna dominan dalam pembuatan desain *GSM*. Merah dan biru merupakan warna logo *Cordela Hotel*, sedangkan putih digunakan untuk menggambarkan kesan bersih. Desain dibuat *simple* dan *friendly* agar konsumen akan merasa dekat dan nyaman dengan *Cordela Hotel* dan mau berkunjung kembali ke *Cordela Hotel*. Dalam membuat *GSM* ini penulis melakukan revisi dua kali, revisi pertama penambahan item pada *signage* hotel dan revisi kedua mengubah warna pada salah satu *signage*.



Gambar 3.11. Beberapa contoh *GSM Cordela Hotel*

3.3.2. Kendala yang Ditemukan

Adapun kendala yang dialami dan dirasakan penulis dalam melakukan proses kerja magang adalah:

1. Tidak ada prioritas pengutamaan dalam *job desk*.
2. Permintaan desain yang beberapa kali datang tanpa mengisi *form* permintaan desain, sehingga terkadang penulis harus mencari tahu dan menentukan sendiri ukuran dan media untuk pembuatan proyek desain yang masuk.
3. Laptop yang sering *not responding* karena data yang masuk sangat besar.

3.3.3. Solusi Atas Kendala yang Ditemukan

Solusi untuk kendala selama melakukan kerja magang adalah dibuatnya skala prioritas pengutamaan dalam *job desk*, sehingga desainer mengetahui proyek mana yang menjadi prioritas utama. Jika hal ini dilakukan maka alur kerja menjadi jelas. Desainer menjadi lebih fokus dalam bekerja dan hasil desainnya pun akan lebih total. Jika tidak ada prioritas pengutamaan kerja, terkadang jika permintaan desain banyak sementara tenaga kerja (desainer) hanya satu orang maka pekerjaan akan menjadi rumit dan bukan tidak mungkin terjadi kesalahan yang tidak sengaja dilakukan.

Permintaan desain harus mengisi *form* permintaan desain terlebih dahulu, hal ini menjadi penting karena dalam *form* tersebut berisi data yang harus diisi mengenai ukuran proyek desain, konten, media nya dimana. Penulis akan sangat terbantu jika *form* tersebut diisi secara lengkap. Karena selain menghemat waktu mendesain, juga menghindari terjadinya kesalahan konten dalam desain.