

## BAB III

### PELAKSANAAN MAGANG

#### 3.1 Kedudukan dan Koordinasi Pelaksanaan Magang

Dalam proses pelaksanaan magang di PT Wira Imaji Nyata, penulis bekerja sebagai *Graphic Designer Intern* yang merupakan bagian dari departemen tim kreatif. Dalam perjalanannya, penulis tidak hanya belajar namun langsung dihadapkan dengan klien secara langsung yang memiliki kebutuhan desain. Selain itu, cara penulis bekerja tidak terbentuk dalam kelompok kerja akan tetapi secara individu. Namun tetap berkoordinasi dengan rekan sesama desainer, admin yang bertugas memberikan pesan atau ulasan terhadap klien terkait serta supervisi serta yang memberikan arahan kepada penulis. Kemudian desain yang telah dirancang oleh penulis disampaikan kepada klien untuk disetujui atau ulasan untuk melakukan revisi pada desain yang telah dirancang.

##### 3.1.1 Kedudukan Pelaksanaan Magang

Untuk mencapai tujuan dalam lingkup pekerjaan dibutuhkan koordinasi yang baik antara divisi yang satu dengan divisi lainnya. Hal ini juga berlaku bagi tim maupun secara individu. Dengan melakukan diskusi dan membagikan pendapat, pekerjaan menjadi lebih efektif dan sesuai dengan kebutuhan atau permintaan klien terkait. Pada proses pelaksanaan magang, penulis memiliki kedudukan sebagai *graphic designer intern* yang bertugas merancang desain serta melakukan revisi sesuai permintaan klien yang berisi detail kebutuhan desain suatu produk. Mulai dari perancangan desain kemasan, maskot, desain promosi, dan lain sebagainya. Sebelum merancang desain penulis diberikan arahan oleh admin yang menjadi jembatan komunikasi antara klien dengan desainer. Setelah desain selesai dirancang, desain di cek kembali oleh tim supervisi, dilanjutkan dengan pengiriman hasil desain oleh tim admin dan menunggu masukan dari klien terkait.



### 3.2 Tugas yang Dilakukan

Dalam proses pelaksanaan magang di PT Wira Imaji Nyata, penulis melaksanakan pekerjaan sebagai *graphic designer*. Dimana penulis bertugas untuk merancang segala kebutuhan desain yang diminta oleh klien, khususnya pada desain kemasan serta media promosi suatu produk. Selama pelaksanaan magang, penulis merancang berbagai jenis desain, tidak jarang penulis menyelesaikan satu sampai tiga jenis desain dalam sehari. Hal ini menyesuaikan kepentingan produk, seperti perancangan desain baru, alternatif desain, revisi desain atau menyiapkan berkas *Final Artwork* untuk diserahkan kepada klien terkait. Berikut merupakan detail pekerjaan penulis selama pelaksanaan magang di PT Wira Imaji Nyata.

Tabel 3.1 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Magang

Minggu	Tanggal	Proyek	Keterangan
1.	3 – 7 Februari 2025	Kardus Permen Ting Ting	Mengatur tata peletakan kardus Permen Ting Ting
		Vektor kacang Permen Ting Ting	Merancang alternatif desain vektor kacang
		<i>Key Visual</i> Pikopi Coffeemix	Merancang alternatif desain <i>Key Visual</i>
		Riset vektor untuk kemasan Bihunku	Membuat pilihan alternatif warna desain kemasan sesuai varian rasa produk
2.	10 – 14 Februari 2025	Vektor <i>packaging</i> Bihunku	Melakukan riset vektor sesuai dengan desain utama kemasan Bihunku
		Label persentase telur <i>packaging</i> Dilan Waffle	Merancang beberapa alternatif desain label persentase telur pada produk
		Alternatif desain Maskot Kodomo	Melakukan riset dan membuat sketsa alternatif desain maskot Singa produk Kodomo

		Alternatif warna <i>packaging</i> Bihunku	Mencari beberapa alternatif warna sesuai dengan desain utama dengan gaya yang menarik perhatian generasi Z
3.	17 – 21 Februari 2025	Revisi desain blister Kodomo	Membuat alternatif warna serta mengubah penempatan aset visual
		Keynote 4 varian Bihunku	Mendesain dan memilih warna latar belakang Keynote 4 varian Bihunku
		Alternatif desain maskot Kodomo	Mencari referensi alternatif pose maskot jerapah dan gajah Kodomo
4.	24 – 28 Februari 2025	Alternatif desain maskot Kodomo	Revisi alternatif pose maskot gajah, mencari referensi pose maskot kelinci, riset pose maskot beruang
		Revisi desain Blister Kodomo	Revisi warna dan perubahan tata letak desain
5.	3 – 7 Maret 2025	Poster Mie Sedaap	Merancang alternatif desain poster
		Revisi pose maskot Kodomo	Merancang alternatif pose maskot singa, jerapah, kelinci serta memberi warna pada maskot singa yang terpilih
6.	10 – 14 Maret 2025	Revisi maskot singa Kodomo	Melakukan revisi pada bagian rambut maskot singa serta alternatif gaya pewarnaan maskot
		Alternatif desain Header Gery Malkist	Membuat beberapa alternatif desain untuk Header Gery Malkist
		Pemilihan warna desain Blister Kodomo	Mencari referensi warna yang cocok dengan desain blister Kodomo

		Resize Event Desk Gery	Mengubah ukuran desain serta mengatur desain Event Desk sesuai perubahan ukuran
		Alternatif desain Blister Kodomo	Membuat beberapa alternatif desain blister dari desain yang sudah ada
7.	17 – 21 Maret 2025	Event Desk Gery	Menambahkan elemen desain
		Alternatif desain Blister Kodomo	Membuat alternatif baru dari desain yang sudah ada
		Vektor Kemasan Bihunku	Melakukan riset dan merancang desain vektor
		Revisi X-Banner Clevo	Melakukan revisi sesuai dengan catatan yang diberikan klien
		Shelftalker Clevo	Memperbaharui sedikit, bagian desain Shelftalker
		Alternatif desain produk baru Gery	Membuat dan melakukan revisi pada alternatif desain untuk produk baru Gery
8.	24 – 27 Maret 2025	Poster A3 produk baru Gery	Merancang alternatif dan melakukan revisi pada desain poster
		Memperbaharui desain kemasan Neo Coffee	Mencari ide, merancang alternatif desain, dan membuat alternatif sketsa desain kemasan Neo Coffee
		Memisahkan aset desain Chocolatos	Memisahkan asset desain kebutuhan animasi <i>Key Visual</i>
9.	3 - 4 April 2025	Desain kemasan Neo Coffee	Mengembangkan alternatif desain yang telah dibuat. Salah satunya penambahan pola pada desain kemasan

10.	7 – 11 April 2025	Alternatif desain kemasan Neo Coffee	Membuat alternatif desain lain untuk kemasan Neo Coffee
		Voucher Garudafood	Merancang alternatif desain Voucher Garudafood
		Revisi media promosi produk Gery	Melakukan revisi sesuai dengan catatan klien
11.	14 – 17 April 2025	Desain Shelftalker produk baru Gery	Merancang alternatif desain
		Desain Pricetag produk baru Gery	Merancang alternatif desain serta melakukan revisi pada desain
		Revisi desain produk baru Gery	Melakukan revisi desain kebutuhan media promosi produk baru sesuai dengan catatan klien
		Desain konten hari Kartini Chocolatos	Merancang alternatif desain
12.	21 – 25 April 2025	Resize desain konten Hari Kartini Chocolatos	Melakukan resize ke dalam 7 ukuran berbeda dari ukuran besar hingga kecil
		Revisi desain Pricetag produk baru Gery	Melakukan revisi desain yang terpilih sesuai dengan catatan
		Desain pola produk baru Gery	Membuat alternatif pola kebutuhan desain promosi untuk produk baru
		Resize desain promosi produk baru Clevo	Melakukan resize sesuai dengan ukuran yang dibutuhkan klien

		<i>Final Artwork</i> desain produk baru Gery	Membuat berkas ke dalam folder <i>final</i> yang akan diserahkan kepada klien
		<i>Backdrop</i> desain produk baru Gery	Merancang desain <i>Backdrop</i> sesuai dengan desain utama
		Revisi X-banner Clevo	Melakukan revisi sesuai dengan catatan klien
13.	28 – 30 April 2025	Poster Gery Roti	Membuat desain alternatif poster
		Revisi poster Clevo	Melakukan revisi sesuai dengan catatan
		Alternatif desain label promo Clevo	Membuat beberapa alternatif untuk desain label promo Clevo
		<i>Design Skirting</i> produk Clevo	Membuat desain sesuai dengan desain utama yang telah ditentukan berdasarkan ketentuan ukuran desain
		Poster kolaborasi promo produk Gery dan Clevo	Merancang desain poster sesuai dengan dengan desain utama
		<i>Final Artwork</i> poster promo produk baru Gery	Membuat berkas ke dalam folder <i>final</i> yang akan diserahkan kepada klien
		Desain pita Showbox Gery	Merancang alternatif desain pita menyesuaikan dengan gaya desain Showbox
14.	2 – 9 Mei 2025	<i>Banner Voucher</i> Garudafood	Merancang beberapa alternatif desain
		<i>Design Skirting</i> produk Clevo	Membuat desain sesuai dengan desain utama berdasarkan ketentuan desain

		Revisi <i>backdrop</i> produk baru Gery	Melakukan revisi sesuai dengan catatan
		Poster Ting Ting	Membuat beberapa alternatif desain
		Poster promosi Garuda Rosta	Merancang alternatif desain poster kebutuhan promosi produk
15.	13 – 16 Mei 2025	Poster produk baru Rosta	Merancang alternatif dan revisi poster produk baru Rosta
		Revisi <i>Key Visual</i> produk baru Mie Sedaap	Melakukan revisi sesuai dengan catatan
		<i>Final Artwork</i> X-banner Clevo tanpa label promo	Membuat berkas ke dalam folder <i>final</i> yang akan diserahkan kepada klien
		Bayi produk pampers	Mencari foto bayi yang cocok untuk produk pampers
16.	19 – 23 Mei 2025	Revisi desain produk Kodomo	Melakukan revisi sesuai dengan catatan klien
		Mendesain <i>Sale-talker</i> produk Ting Ting	Merancang <i>Sale-talker</i> serta memilih alternatif warna huruf pada <i>Sale-talker</i>
		Revisi alternatif poster produk baru Rosta	Melakukan revisi sesuai dengan catatan klien serta membuat alternatif desain sesuai dengan anjuran supervisi
		<i>Key Visual</i> produk baru Mie Sedaap	Melakukan revisi serta membuat alternatif desain <i>Key Visual</i> produk baru Mie Sedaap

		<i>Final Artwork Merchandise</i> Garudafood	Membuat <i>folder</i> siap cetak untuk 4 jenis <i>Merchandise</i> Garudafood
		Desain <i>Drop Box</i> kupon Garudafood	Merancang desain <i>Drop Box</i> kupon Garudafood sesuai dengan desain utama. Sisi samping, depan dan atas
17.	26 – 28 dan 30 Mei 2025	Revisi dan membuat <i>file Final Artwork</i> desain kemasan produk Kodomo	Melakukan revisi sesuai dengan catatan yang diberikan oleh klien. Membuat <i>file Final Artwork</i> desain kemasan produk Kodomo serta melakukan revisi minor pada <i>file Final Artwork</i> setelah dilakukan pengecekan oleh senior desainer grafis
		Desain <i>Drop Box</i> kupon Garudafood	Melanjutkan proses desain <i>Drop Box</i> kupon Garudafood yang tertunda
		Revisi Key Visual produk baru Mie Sedaap	Melakukan revisi terbaru sesuai dengan catatan klien serta membuat alternatif desain lainnya.

### 3.3 Uraian Pelaksanaan Magang

Penulis menjalankan program magang di PT Wira Imaji Nyata yang merupakan *graphic house* atau sebuah perusahaan yang menyediakan layanan desain grafis profesional untuk berbagai jenis klien, seperti Garudafood, Wings, Chocolatos dan lain sebagainya. Selama proses pelaksanaan magang penulis diberikan tanggung jawab sebagai *Graphic Designer Intern*. Dengan tugas utama mendesain serta melakukan pencarian ide kreatif untuk merancang sesuai dengan kebutuhan produk. Walaupun memiliki status sebagai karyawan magang, penulis diperlakukan sama seperti karyawan lainnya, yaitu langsung dihadapkan pada proyek desain dengan klien dan detail kebutuhan produk nyata.

Hal ini menjadi peluang bagi penulis untuk mengembangkan diri, mengasah kemampuan, dan mengetahui kebutuhan produk sesuai dengan permintaan klien. Selain itu, penulis juga berkesempatan untuk berinteraksi secara langsung dengan klien pada saat melakukan rapat secara *online* atau *live edit* yang didampingi oleh admin serta supervisor. Penulis mendapatkan beragam jenis penugasan, sehingga setelah melakukan pemilahan pada proyek penugasan selama magang. Berikut merupakan tugas utama dan tugas tambahan yang dilakukan penulis saat melaksanakan program magang di PT Wira Imaji Nyata.

### 3.3.1 Proses Pelaksanaan Tugas Utama Magang

Selama proses pelaksanaan program magang di PT Wira Imaji Nyata penulis mengerjakan berbagai jenis desain. Setelah melakukan pemilahan proyek penugasan yang penulis kerjakan selama menjalani program magang. Penulis memutuskan memilih proyek pengerjaan kebutuhan produk baru Gery, yaitu Gery Biskuit Kentang Barbeque. Karena berdasarkan hasil desain dan proses pelaksanaan proyek ini, penulis merasakan proses pengerjaan desain yang cenderung intens dibandingkan proyek pengerjaan desain lainnya. Mulai dari proses pencarian aset visual, perancangan desain sampai dengan hasil akhir desain yang dimasukkan ke dalam *file Final Artwork* atau *file* siap cetak sesuai dengan tanggal peresmian produk yang telah ditetapkan oleh perusahaan terkait. Penugasan proyek ini dimulai sejak bulan Maret sampai dengan bulan Mei.

## GOTA8 Product Design for POSM



### TUJUAN

Membantu grosir/wholesaler **menarik perhatian retailer (pemilik toko) agar tertarik membeli dan menjual produk GOTA8 dengan menampilkan elemen utama:**

1. Foto Produk

2. Kata "Baru"

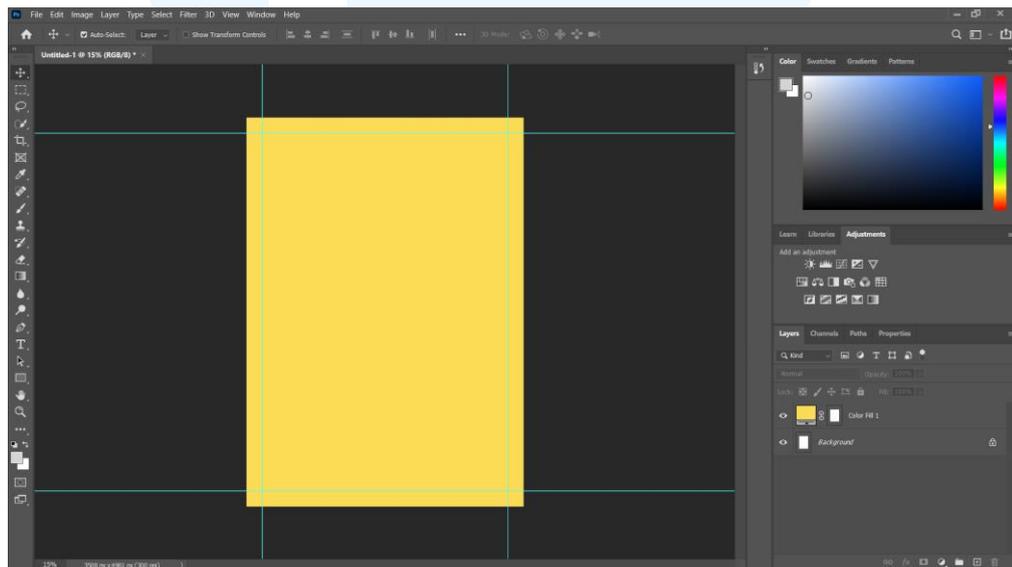
3. Keterangan Harga

4. Key Message untuk Retailer

a. lebih tebal, lebih puas!

Gambar 3.2 Detail Penugasan Desain Poster Produk Gery

Dalam proses perancangan desain poster Gery Biskuit Kentang Barbeque penulis menggunakan *Adobe Photoshop* sebagai media utama perancangan yang disertai dengan penggunaan *guideline margin*. Dengan tujuan untuk menata peletakan desain sesuai dengan kebutuhan desain tanpa melewati batas *margin* yang telah ditetapkan. Selanjutnya, penulis melaksanakan proses perancangan desain poster yang telah diminta oleh admin untuk penulis kerjakan. Dengan tema yang masih relatif bebas, sehingga penulis dapat mengeksplorasi jenis desain yang dirasa tepat untuk membuat poster promosi produk baru Gery. Namun, disesuaikan pula dengan arahan admin, yaitu menggunakan warna *mandatory* pada bagian latar belakang solid berwarna kuning pantone. Berikut merupakan tampilan *artboard* menggunakan *guideline layout* berukuran 5 sampai dengan 6 cm.



Gambar 3.3 Proses Perancangan Poster A3 Produk Baru Gery

Selanjutnya, dalam proses perancangan poster penulis menempatkan elemen pendukung, elemen utama yang merupakan *pack* dari produk baru Gery Biskuit Kentang Barbeque, elemen biskuit kentang yang merupakan bagian dari pack Gery, logo “Lapar?”, logo Garudafood yang ditempatkan pada sisi kiri atas poster serta penulisan *tagline* “Lebih Tebal! Lebih Puas!” Berikut merupakan proses perancangan yang penulis lakukan menggunakan *Adobe Photoshop*.



Gambar 3.4 Proses Perancangan Poster Akhir Produk Baru Gery

Pada penugasan awal produk baru Gery, penulis diminta untuk merancang alternatif desain poster berukuran A3. Media desain yang penulis gunakan selama proses perancangan adalah *Adobe Photoshop*. Melalui *Photoshop*, penulis dapat memberikan efek visual yang tidak mampu diwujudkan pada *Adobe Illustrator*. Pada perancangan awal desain poster A3, penulis cenderung merancang serta menggunakan elemen desain yang sederhana. Setelah proses perancangan alternatif selesai, desain diserahkan kepada tim supervisi untuk melakukan pengecekan desain serta pemberian saran terhadap desain yang telah dirancang. Walaupun demikian, dalam proses mendesain poster tidak hanya dilakukan oleh satu desainer, sehingga terdapat beberapa alternatif desain poster yang dapat menjadi variasi yang dipilih oleh tim supervisi maupun pihak klien yang berkaitan langsung dengan produk Gery.

Proses eksplorasi desain poster produk baru Gery, penulis laksanakan secara langsung pada *Adobe Photoshop*. Dengan mengatur penempatan setiap elemen yang penulis dapatkan melalui admin serta desainer yang telah merancang alternatif desain poster sebelum penugasan diserahkan kepada penulis. Dalam proses perancangan, penulis merancang lebih dari satu alternatif desain poster untuk memberikan variasi yang kemudian diserahkan kepada tim supervisi yang bertugas untuk melakukan pengecekan desain yang dirancang.

Pada alternatif desain poster A3, penulis cenderung menggunakan jenis desain yang sama. Dengan latar belakang kuning sesuai dengan ketentuan desain utama. Terdapat beberapa jenis perbedaan pada tiap alternatif desain, khususnya pada bagian latar belakang yang menggunakan penyebaran potongan biskuit produk, penambahan vektor pendukung, efek visual sampai dengan efek pencahayaan pada bagian belakang produk. Hal ini dilakukan dengan tujuan untuk menyoroti informasi yang ingin disampaikan pada poster mengenai produk baru Gery yang akan segera diresmikan dan dipublikasikan. Berikut merupakan beberapa desain alternatif poster Gery Biskuit Kentang *Barbeque* yang telah penulis rancang yang kemudian diserahkan kepada tim supervisi.



Gambar 3.5 Alternatif Desain Poster Produk Gery

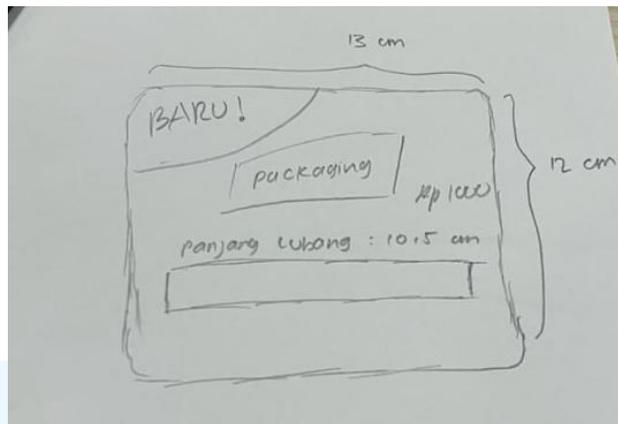
Pada awal bulan April, penulis mendapatkan informasi mengenai desain poster A3 yang sudah dilakukan proses pengecekan dan dipilih oleh pihak klien. Namun, desain yang dipilih oleh klien bukan poster yang telah penulis rancang. Melainkan, desain yang dirancang oleh desainer yang telah merancang poster sebelum penugasan diserahkan kepada penulis. Selanjutnya, penulis mendapatkan penugasan kembali, setelah alternatif poster telah dipilih oleh klien terkait. Dimana penulis diminta untuk melakukan perbaikan pada alternatif desain poster yang telah dipilih. Perbaikan desain yang diperlukan dalam desain poster A3 produk Gery Biskuit Kentang *Barbeque*, yaitu perubahan ukuran dari segi ukuran logo, huruf serta penggunaan efek bayangan yang menyerupai efek *mirror* pada poster alternatif yang telah dirancang oleh desainer sebelumnya.



Gambar 3.6 Detail Penugasan Revisi Poster Beserta Hasil Revisi

Setelah menyelesaikan revisi berdasarkan catatan yang diberikan klien. Penulis diminta untuk merancang desain lain yang digunakan untuk kebutuhan promosi produk baru Gery, yaitu desain *hanger* dan *pricetag* yang disesuaikan dengan desain utama yang terpilih. Selain itu, penulis mendapatkan referensi serta acuan desain yang diperlukan untuk melakukan pencarian referensi lainnya mengenai desain terkait. Dalam proses perancangan alternatif desain, penulis mendapatkan arahan dari supervisi bersama dengan admin yang memahami detail penugasan desain yang diminta oleh klien utama.

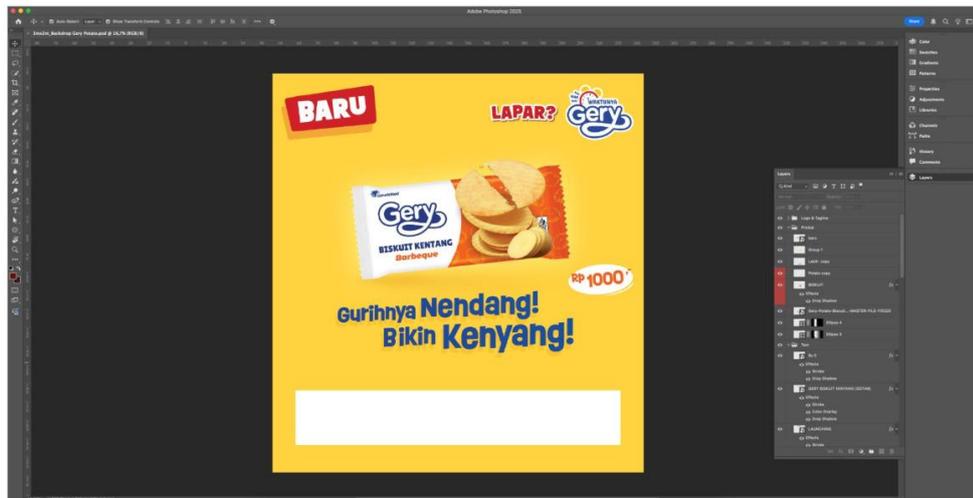
Penulis di *brief* secara langsung bersama dengan tim supervisi, admin terkait bersama dengan direktur perusahaan untuk merancang jenis desain yang dibutuhkan. Dalam proses penjelasan *brief* desain, penulis mendengar, memahami serta menulis segala catatan yang telah diberikan kepada penulis. Hal ini dilakukan dengan harapan penulis bisa memahami serta mengerjakan desain yang sesuai dengan kebutuhan produk. Karena pemilihan desain akan dilakukan secara langsung dengan klien yang berkaitan langsung dengan proses peresmian produk baru yang akan dilaksanakan pada bulan Mei yang akan datang. Walaupun demikian, tanggal peresmian masih dapat berubah sesuai dengan ketentuan yang berlaku pada perusahaan klien. Berikut merupakan sketsa yang diberikan supervisi kepada penulis, agar dapat merancang desain serta memenuhi ketentuan *hanger* kebutuhan desain produk baru.



Gambar 3.7 Sketsa Desain Perancangan *Hanger* Supervisi

Proses perancangan desain *hanger* dilakukan berdasarkan sketsa yang diberikan supervisi kepada penulis yang digunakan sebagai acuan dalam proses mendesain. Desain *hanger* menggunakan ukuran 13 cm x 12 cm yang berisi konten produk baru Gery, harga satuan produk, *tagline*, kotak putih serta logo dan ikon *mandatory* produk. Dalam proses mendesain, penulis dibantu oleh supervisi serta admin yang menjembatani desainer dengan klien secara langsung. Selain itu, untuk menyempurnakan desain, penulis melakukan *live edit* sesuai dengan permintaan klien. Penulis melaksanakan proses mendesain bersama secara langsung dengan klien melalui *zoom meeting*. Pada sesi *live edit* penulis mendapatkan saran serta mendapatkan umpan balik desain sesuai ketentuan klien dan desain sesuai dengan apa yang dibutuhkan klien.

Pada proses pelaksanaan desain melalui *live edit*, penulis menggunakan *zoom meeting* yang didampingi oleh direktur perusahaan tempat penulis melaksanakan program magang beserta admin yang sejak awal telah mendampingi penulis dan memberikan *brief* penugasan desain untuk merancang *hanger* sebagai salah satu kebutuhan desain media promosi. Pada awal pelaksanaan *zoom meeting*, penulis melaksanakan *meeting* secara daring. Pada awalnya penulis, merasa kebingungan karena merupakan kali pertama penulis langsung berinteraksi dengan klien. Namun dalam prosesnya penulis bisa memahami dan mengikuti arahan dari admin maupun direktur perusahaan yang mendampingi penulis selama proses *meeting* berlangsung.



Gambar 3.8 Proses Perancangan Desain Hanger Gery

Desain awal yang penulis buat masih memiliki ruang kosong yang cukup banyak, sehingga penulis mendapatkan saran perbaikan pada bagian ukuran produk pada desain *hanger* dan melakukan perubahan pada logo “baru” yang terletak pada bagian kiri atas, logo “Lapar?” dan “Waktunya Gery” di sisi kanan atas, produk pada bagian tengah serta kotak putih yang berfungsi sebagai lubang pada bagian bawah. Setelah melakukan perubahan penulis melakukan perubahan pada peletakan logo “BARU” tepat di atas produk, harga di bagian bawah produk serta memperbesar produk utama produk dalam ukuran maksimal, sedangkan *tagline* produk diturunkan sedikit menyesuaikan posisi produk utama.

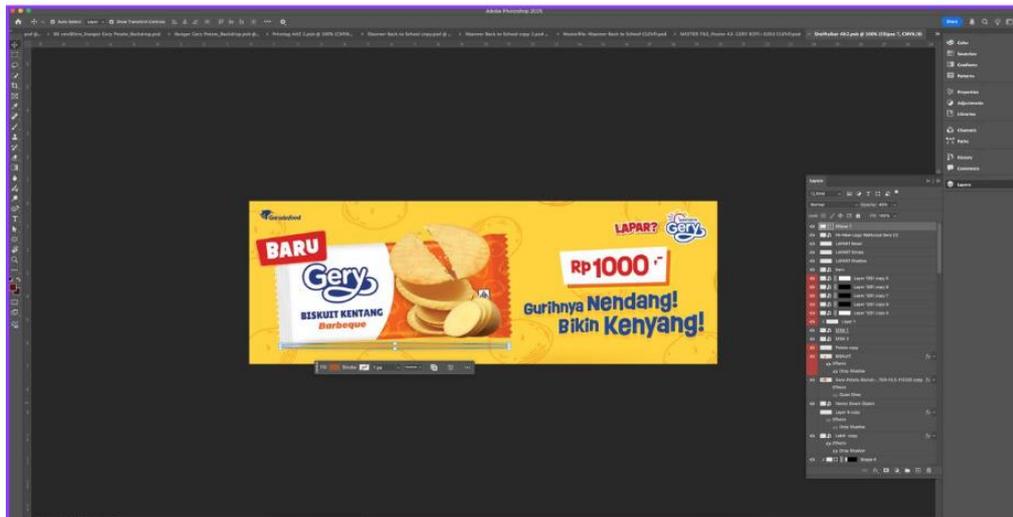
Pada saat proses pelaksanaan *meeting* berlangsung desain dikembangkan kembali dengan perubahan pada bagian logo “BARU” yang kembali diperbesar, mengganti warna huruf “Rp 1000,-“ yang semula menggunakan warna oranye menjadi warna merah sesuai dengan warna penampang pada logo “BARU”. Selanjutnya penulis diminta untuk menambahkan pola yang sebelumnya digunakan pada bagian latar belakang desain *hanger* menggunakan warna oranye serta pengaturan *opacity* rendah. Berikut merupakan proses desain *hanger* sampai dengan tahap akhir sesuai dengan arahan klien pada sesi *live edit*. Berikut merupakan proses perubahan desain tahap awal sampai tahap akhir.



Gambar 3.9 Proses Desain *Hanger* Dan Hasil *Live Edit*

Dalam proses perubahan desain akhir *hanger*, penulis diminta untuk mengubah ukuran beberapa elemen yang ada pada desain *hanger*. Mulai dari perubahan ukuran produk yang diminta untuk diperbesar dibandingkan dengan ukuran sebelumnya yang cenderung lebih kecil. Selanjutnya perubahan penempatan pada logo “Baru” yang pada awalnya terletak pada bagian kiri atas menjadi di bagian atas kiri produk tanpa menutupi *pack* produk baru Gery. Kemudian perubahan peletakan harga produk yang semula terpisah dari *pack* menjadi menempel pada bagian bawah kanan produk. Penulisan *tagline* “Gurahnya Nendang! Bikin Kenyang!” diletakan dibawah *pack* produk yang diminta untuk sedikit diperbesar dibandingkan dengan ukuran huruf *tagline* sebelumnya, sedangkan elemen kotak putih diminta untuk di turunkan sedikit agar segala elemen visual yang ditempatkan pada bagian tengah dapat terlihat harmonis dan tidak tampak terlalu penuh. Kemudian proses tersebut dilanjutkan pada sesi *live edit*.

Selanjutnya, penulis diminta untuk merancang alternatif desain *shelftalker*. Pada desain *shelftalker*, terdapat perbedaan desain dari desain utama, sehingga penulis melakukan eksplorasi pada desain *shelftalker*. Dengan menggunakan elemen, efek serta *pattern* yang digunakan pada desain yang ada pada desain kemasan produk. Setelah mendapatkan semua aset visual, penulis melakukan proses desain, dan mendapatkan 3 alternatif desain yang kemudian diserahkan kepada tim supervisi untuk dilakukan pengecekan, perbaikan oleh penulis, dilanjutkan dengan pengiriman alternatif desain kepada klien terkait.



Gambar 3.10 Proses Perancangan *Shelftalker* Gery

Dalam proses perancangan desain *shelftalker* penulis menggunakan *Adobe Photoshop* sebagai media utama perancangan. Penulis diminta untuk membuat desain yang sama persis dengan *master design* yang telah ditetapkan serta merancang alternatif lain sebagai bentuk desain alternatif lainnya yang bisa menjadi variasi desain untuk ditentukan oleh klien untuk dipilih sebagai desain utama. Dalam proses perancangan alternatif *shelftalker*, penulis membuat desain dengan warna kuning *pantone solid* serta penambahan vektor. Kemudian ditambahkan dengan penambahan kotak yang berfungsi sebagai penempatan harga produk serta logo *mandatory*.

Pada desain alternatif *shelftalker* penulis menggunakan jenis desain yang tidak berbeda jauh pada ke-3 desain, yaitu menggunakan warna kuning dan oranye sesuai dengan warna produk baru Gery. Pada 2 desain pertama penulis merancang desain yang sama persis, yang membedakan keduanya adalah pada bagian warna oranye yang berada di atas desain. Pada desain pertama warna oranye cenderung lebih gelap, sedangkan pada desain kedua warna oranye cenderung menggunakan warna yang lebih terang. Pada desain alternatif ke-3 penulis memutuskan untuk merancang desain yang berbeda tanpa vektor bintang dan menggunakan warna kuning pada latar belakang beserta penyebaran biskuit produk baru.



Gambar 3.11 Alternatif Desain *Shelftalker*

Setelah diserahkan kepada klien, desain mendapatkan umpan balik dari klien dan membutuhkan revisi pada desain yang telah dipilih. Detail perubahan desain diinformasikan secara lisan, yaitu penulis diminta untuk mengombinasikan alternatif desain serupa dengan desain *hanger* yang menggunakan pola kentang yang diletakkan pada bagian latar belakang desain dengan tingkat transparan yang rendah serta penambahan ikon “Lapar?” pada desain *shelftalker*. Pada desain yang terpilih penulis meletakkan produk pada bagian kiri dengan logo Garudafood pada sisi kiri desain, sedangkan logo “Lapar?” dan “Waktunya Gery” pada sisi kanan desain *hanger*, diikuti dengan penggunaan pola, harga produk dan *tagline* produk.

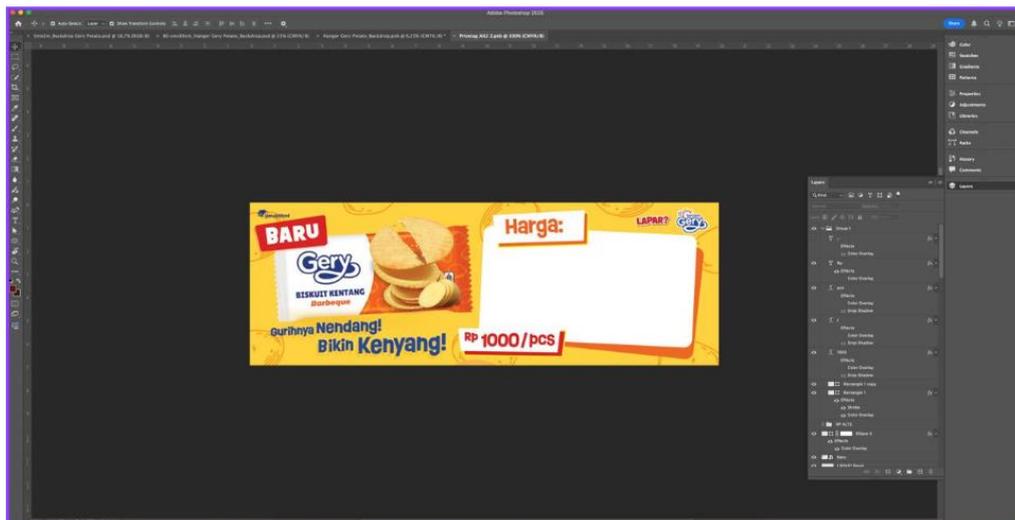
Kemudian setelah kembali melakukan perbaikan pada desain yang telah dipilih, penulis melaksanakan proses perancangan sesuai dengan arahan yang diberikan oleh tim supervisi dan admin yang berkaitan langsung dengan proyek penugasan desain *shelftalker*, yaitu dengan merancang desain sesuai dengan desain utama. Dimana penempatan desain berada bagian kiri desain, dengan penggunaan logo *mandatory*. Mulai dari logo Garudafood, Baru, *tagline*, logo “Lapar?” dan logo “Waktunya Gery”. Jenis desain yang telah dirancang dan dikombinasikan cenderung lebih harmonis dibandingkan dengan desain yang penulis desain sebelumnya. Desain yang digunakan pada akhirnya menggunakan jenis sama yang diseragamkan dengan desain utama. Desain yang menggunakan pola kentang pada bagian latar belakang dengan menempatkan segala penempatan elemen pendukung serta *pack* produk baru. Penempatan ukuran setiap elemen disesuaikan dengan kebutuhan produk.



Gambar 3.12 Desain *Shelftalker* Terpilih Setelah Revisi

Setelah melaksanakan perancangan desain *shelftalker*. Selanjutnya, penulis ditugaskan kembali untuk merancang media promosi lain untuk kebutuhan produk baru Gery biskuit kentang Barbeque, yaitu merancang alternatif desain *pricetag*. Pada proses perancangan alternatif desain *pricetag* terdapat perbedaan desain dengan desain utama, sehingga penulis melakukan eksplorasi pada desain *pricetag* dengan menggunakan elemen, efek serta vektor yang dirancang secara mandiri dan ditemukan melalui *platform* digital, yaitu *freepik premium*. Dimana penulis melakukan pengunduhan aset, pengeditan dan kemudian digunakan kembali pada desain yang penulis telah lakukan. Pada proses perancangan desain *pricetag*, penulis merancang 5 jenis alternatif desain yang kemudian diserahkan kepada tim supervisi melalui grup Telegram perusahaan. Untuk melakukan pengecekan dan *approval* mengenai alternatif desain mana yang perlu dikembangkan atau dipilih untuk diserahkan kepada klien yang dituju.

Melalui proses perancangan dapat disimpulkan bahwa setiap media yang dirancang diseragamkan secara penggunaan warna dan elemen, sehingga perbedaan pada setiap desain promosi tidak jauh berbeda antara satu dengan desain media promosi lainnya. Terdapat 5 jenis alternatif desain *pricetag* produk baru Gery. Dengan perbedaan utama pada bagian latar belakang desain, yaitu penggunaan warna kuning solid, 2 warna oranye dan kuning, penyebaran biskuit produk baru Gery pada bagian latar belakang desain, menggunakan *sunburst effect*, penggunaan gradasi warna serta mencoba untuk membuat alternatif penempatan produk pada sisi kanan dan sisi kiri desain. Berikut merupakan proses perancangan desain melalui *Adobe Photoshop*.



Gambar 3.13 Proses Perancangan Desain *Pricetag* Gery

Setelah melakukan proses perancangan alternatif desain *pricetag*. Desain yang telah dirancang penulis serahkan kembali melalui grup Telegram yang berisikan desainer, supervisi serta admin. Grup digunakan sebagai salah satu media komunikasi antara desainer, supervisi, admin maupun direktur perusahaan, sehingga segala hal dikomunikasikan dapat diketahui oleh berbagai pihak. Melalui grup tersebut, penulis mendapatkan umpan balik dari tim supervisi serta saran dari desainer yang lebih senior untuk melakukan perbaikan atau pengembangan pada desain yang telah dipilih dan ditetapkan. Selain itu, penulis juga merancang penambahan jenis alternatif desain *pricetag* lainnya.

Jenis alternatif desain yang dibuat mengacu pada desain utama yang telah ditetapkan oleh klien. Walaupun demikian, sama dengan jenis desain promosi lainnya. Terdapat perbedaan yang terlihat pada setiap media promosi yang dirancang. Salah satunya dari segi penempatan desain maupun penggunaan elemen desain. Pada desain alternatif *pricetag* terdapat elemen kotak yang dimunculkan untuk menempatkan harga produk. Perbedaan pada setiap alternatif dapat terlihat jelas. Mulai dari penempatan produk pada sisi kiri atau kanan serta penggunaan elemen yang cenderung berbeda pada bagian latar belakang, seperti penggunaan efek visual, pola dan lain sebagainya. Berikut merupakan tampilan visual dari ke-5 alternatif desain *pricetag*.



Gambar 3.14 Alternatif Desain *Pricetag*

Penulis kembali merancang desain alternatif *pricetag* dengan menggunakan jenis desain yang cenderung lebih harmonis dibandingkan alternatif desain sebelumnya. Dimana pada bagian latar belakang, penulis menyebarkan potongan biskuit produk baru serta penambahan vektor bintang. Alternatif desain dirancang dengan tujuan agar desain tampak tidak monoton dan lebih bervariasi. Fungsi dari perancangan *pricetag* sebagai penanda harga produk baru yang menjadi sorotan bagi calon pembeli. Agar calon pembeli mengetahui keberadaan produk terbaru dengan harapan menarik perhatian calon pembeli terhadap produk baru yang diluncurkan secara resmi oleh Gery.

Pada proses perancangan alternatif *pricetag* terbaru, penulis merancang 3 alternatif desain yang mengombinasikan beberapa elemen dari alternatif desain yang telah penulis rancang sebelumnya serta penambahan elemen yang menghasilkan alternatif desain terbaru. Perbedaannya cenderung tidak terlihat, hal ini dikarenakan penggunaan efek maupun pemilihan warna yang hampir sama. Perbedaan pada ke 3 alternatif desain tersebut adalah pada desain pertama penulis menggunakan elemen visual *sunburst* dengan transparansi rendah menggunakan warna oranye, sedangkan pada alternatif desain kedua yang cenderung sama tidak menggunakan efek tersebut. Selanjutnya pada desain alternatif terakhir penulis menggunakan elemen biskuit tanpa menggunakan warna oranye pada desain.

Walaupun demikian, penulis mendapatkan penugasan kembali untuk melakukan revisi serta perancangan alternatif desain baru untuk merancang desain *pricetag* produk baru Gery lainnya. Desain yang digunakan pada desain alternatif baru *pricetag* dirancang berdasarkan desain utama produk poster A3 yang sudah dipilih oleh pihak klien, yaitu poster yang menggunakan pola kentang berwarna putih serta desain dengan efek cahaya pada bagian latar belakang. Berikut merupakan revisi alternatif desain yang terdiri atas 3 desain utama yang telah penulis perbaiki dan diserahkan kepada tim supervisi.



Gambar 3.15 Revisi Desain *Pricetag*

Walaupun demikian, tim supervisi kembali meminta untuk membuat alternatif yang membedakan desain utama yang telah dipilih untuk desain *pricetag*, yaitu desain dengan penggunaan pola vektor kentang yang tersebar pada bagian latar belakang desain *pricetag*. Penulis membuat 2 alternatif utama untuk jenis alternatif terbaru. Mulai dari desain alternatif pertama yang cenderung menggunakan warna utama kuning *pantone* pada bagian latar belakang yang disertai dengan penggunaan pola kentang menggunakan warna putih dengan tingkat transparansi yang cenderung minim, sehingga pola yang ditampilkan pada alternatif pertama terlihat jelas. Selanjutnya, pada alternatif desain kedua, penulis menggunakan efek *sunburst* dengan menggunakan warna kuning oranye dengan menggunakan pola kentang pada bagian latar belakang. Walaupun demikian, setelah diamati kembali pada alternatif kedua desain cenderung terlalu ramai, sehingga dalam proses pemilihan alternatif desain. Tim supervisi memutuskan untuk tidak memilih alternatif desain tersebut dan fokus pada pengembangan desain pada alternatif desain pertama.



Gambar 3.16 Revisi Alternatif Desain *pricetag*

Revisi desain *pricetag* menghabiskan waktu yang cukup panjang, sehingga setelah melakukan diskusi bersama dengan rekan kerja, admin sampai dengan tim supervisi. Desain mencapai kepada desain akhir *pricetag*, yaitu dengan mengatur penempatan produk baru Gery pada sisi kiri. Menggunakan pola kentang berwarna oranye pada desain latar belakang sama seperti yang ada pada desain poster dengan tingkat *opacity* yang rendah atau hampir transparan. Dengan penanda kotak harga pada bagian kanan desain. Berikut merupakan hasil akhir desain terpilih untuk desain *pricetag* produk baru Gery Biskuit Kentang *Barbeque*.

Setelah mencapai persetujuan dari sisi tim supervisi, dapat disimpulkan bahwa eksplorasi desain dibutuhkan untuk menemukan jenis desain yang dirasa paling tepat untuk digunakan sebagai media promosi. Selain itu, dengan melakukan proses perancangan alternatif serta perbaikan yang penulis lakukan. Penulis menyadari bahwa terdapat perkembangan yang penulis rasakan selama proses perancangan. Dimana komunikasi sangat memiliki dampak yang besar dalam kehidupan dilingkup pekerjaan, sehingga pesan maupun informasi yang disampaikan langsung sampai kepada desainer maupun orang yang dituju. Selain itu, penulis menjadi lebih memahami jenis desain yang dibutuhkan oleh produk yang akan segera diresmikan, sehingga dalam proses perancangan desain berikutnya. Penulis cenderung menggunakan jenis elemen yang serupa dengan desain utama serta eksplorasi desain yang diminta oleh tim supervisi.



Gambar 3.17 Hasil Akhir Desain Pricetag

Kemudian penulis diberikan penugasan baru untuk merancang desain sesuai dengan arahan dan ketentuan desain, yaitu membuat desain *backdrop*. Hasil desain *backdrop* yang telah dirancang akan digunakan pada saat acara peresmian produk baru Gery Biskuit Kentang *Barbeque*. *Brief* penugasan di informasikan secara lisan, dimana penulis diminta untuk membuat desain sesuai dengan ketentuan desain. Mulai dari penulisan “*Launching* Gery Biskuit Kentang (GOTA8)” dilanjutkan dengan pencantuman logo Garudafood, Lapar?, Waktunya Gery, produk Gery Biskuit Kentang *Barbeque*, *tagline* produk, waktu peresmian produk serta nama Bu E, Sumedang pada bagian kaki *backdrop*. Berikut merupakan arahan desain yang diberikan kepada penulis oleh klien kepada desainer melalui admin sebelum melakukan perancangan berdasarkan desain *hanger* yang telah penulis rancang sebelumnya.

Dalam proses perancangan desain *backdrop*, klien langsung memberikan arahan jenis desain serta tata peletakan informasi yang dibutuhkan. Melalui arahan serta *brief* yang disampaikan secara langsung. Penulis bisa memahami dengan baik dan langsung melaksanakan penugasan sesuai dengan yang diminta oleh berbagai pihak. Namun, dalam prosesnya kerap kali ada perubahan dalam hal informasi. Hal ini terjadi karena pihak klien masih memutuskan tanggal yang dirasa tepat untuk melaksanakan peresmian produk. Struktur desain *backdrop* yang diminta oleh klien adalah informasi “*Launching* Gery Biskuit Kentang (GOTA8)” dilanjutkan dengan penanda lubang pada sisi kiri dan kanan atas *backdrop*, logo *mandatory*, produk baru Gery, *tagline* serta penulisan informasi hari, tanggal serta tahun peresmian produk.



Gambar 3.18 Ketentuan Desain *Backdrop*

Berikut merupakan proses perancangan yang penulis lakukan dengan menggunakan *Adobe Photoshop*. Pada perusahaan tempat penulis magang, pekerjaan cenderung menggunakan *Adobe Photoshop* dan *Adobe Illustrator*, sehingga penulis pada awal pelaksanaan program magang cenderung memiliki pemahaman yang minim dibandingkan anak magang lainnya terhadap beberapa fungsi *tools* kedua *software* tersebut. Seiring berjalannya waktu, dengan adanya arahan dan bantuan dari rekan kerja penulis menjadi semakin paham dan fasih dalam menggunakan *tools Adobe Illustrator* dan *Adobe Photoshop* yang sering kali digunakan pada proses perancangan desain poster maupun desain lainnya.

Dalam proses perancangan *backdrop* penulis merancang secara langsung dengan menggunakan arahan yang diberikan oleh klien dan menyesuaikan desain pada ukuran *canvas* yang telah diminta. Namun, dalam prosesnya penulis melaksanakan perancangan dengan melihat serta mengatur elemen visual maupun pendukung agar dapat menyesuaikan dengan ukuran, sehingga elemen yang digunakan tidak tampak terlalu besar maupun terlalu kecil pada *canvas* desain yang telah ditentukan. Setelah melaksanakan proses perancangan penulis kembali mengirimkan hasil desain kepada tim supervisi untuk dilakukan pengecekan desain. Berikut merupakan proses pengerjaan *backdrop* yang penulis lakukan melalui *Adobe Photoshop*.



Gambar 3.19 Proses Perancangan *Backdrop* Gery

Pada proses perancangan desain *backdrop*, penulis menyerahkan hasil desain kepada tim supervisi dan admin yang berkaitan langsung dengan proyek peresmian produk baru Gery Biskuit Kentang *Barbeque*. Setelah menyerahkan hasil desain, terdapat perbaikan desain. Tepatnya perubahan pada penempatan waktu peresmian yang semula berada dikaki *backdrop* menjadi dibawah teks ”*Launching Gery Biskuit Kentang (GOTA8)*”. Berikut merupakan dokumentasi desain setelah melakukan perancangan dan hasil akhir desain *backdrop* peresmian produk baru Gery setelah melakukan perbaikan tahap akhir.

Perbaikan desain dilakukan untuk menyesuaikan dengan permintaan klien yang disampaikan melalui tim admin yang kemudian dikomunikasikan kepada penulis yang merupakan desainer yang bertanggung jawab melaksanakan proses penugasan yang sedari awal telah diserahkan kepada penulis. Perubahan yang dilakukan cenderung tidak terlalu banyak, tepatnya pada perubahan penempatan penanggalan peresmian yang semula berada pada kaki desain *backdrop* menjadi berada dibawah penulisan “*Launching Gery Biskuit Kentang (GOTA8)*”. Selain itu, penulis juga diminta untuk mengubah informasi tanggal peresmian yang telah dicantumkan pada *backdrop* yang sudah dituliskan sejak awal. Hal ini dikarenakan terdapat perubahan jadwal peresmian produk baru. Kemudian terdapat perubahan penempatan logo “*Waktunya Gery*” diminta untuk dipindahkan pada bagian bawah logo “*Lapar?*”.



Gambar 3.20 Hasil Akhir Desain *Backdrop*

Kemudian desain akhir *backdrop* dimasukkan ke dalam varian ukuran lain, yaitu 3m x 2m oleh desainer lain. Desain yang digunakan sama persis hanya dilakukan perubahan pada ukuran desain. Namun, untuk menyesuaikan dengan desain utama. Dalam proses penyerahan desain kepada penulis membutuhkan waktu. Hal ini dikarenakan ukuran *file* yang cenderung besar. Hal ini dikarenakan oleh banyaknya efek serta elemen yang digunakan dalam format *Adobe Photoshop*, sehingga *file* yang semula memiliki penulisan akhir PSD menjadi PSB. Hal ini menunjukkan bahwa *file* yang digunakan sudah mencapai batas dan harus dipindahkan pada *file* yang berukuran lebih besar dibandingkan sebelumnya.

Desain kembali diserahkan kepada penulis untuk dilakukan perbaikan yang sama persis dengan hasil akhir *backdrop* pada ukuran sebelumnya. Setelah *file* diserahkan kepada penulis, penulis langsung melaksanakan perbaikan sesuai dengan desain *backdrop* yang telah penulis laksanakan sebelumnya. Dengan penulisan informasi sampai dengan penempatan produk. Walaupun demikian, terdapat beberapa perbedaan dari segi desain. Hal ini dikarenakan oleh perubahan ukuran pada desain yang semula penulis kerjakan dan terbaru memiliki perbedaan yang cukup signifikan. Desain yang penulis laksanakan vertikal, sedangkan ukuran terbaru berada dalam ukuran horizontal. Berikut merupakan desain *backdrop* setelah dilakukan perubahan ukuran.



Gambar 3.21 Varian Ukuran Desain *Backdrop*

Setelah melalui proses perancangan desain promosi untuk memenuhi kebutuhan peresmian produk baru Gery, yaitu Biskuit Kentang *Barbeque*. Penulis mendapat pengetahuan baru dan pengalaman berharga. Selama proses perancangan desain, penulis cenderung melaksanakan segala proses perancangan secara mandiri. Walaupun demikian, dalam prosesnya penulis bekerja sama dengan berbagai pihak. Mulai dari rekan kerja, desainer yang lebih senior, admin sampai dengan klien melalui sesi *live edit*. Pelaksanaan penugasan utama memiliki tujuan memenuhi kebutuhan promosi peresmian produk baru Gery. Selain itu, penulis mendapatkan pengalaman baru, salah satunya berinteraksi secara langsung dengan klien melalui sesi *live edit* dan memahami desain yang diinginkan klien sesuai kebutuhan produk baru Gery.

Penulis merasakan banyaknya kekurangan dari segi kemampuan mendesain. Baik dari segi pengalaman maupun pengetahuan terhadap kebutuhan desain produk. Akan tetapi dalam perjalanannya penulis mendapatkan kesimpulan bahwa program magang merupakan wadah bagi mahasiswa untuk berkembang dan mengeksplorasi kemampuan diri secara lebih mendalam, sehingga penulis melaksanakan proses magang dengan lebih giat, beradaptasi dengan lingkungan pekerjaan yang baru. Khususnya dalam proses pelaksanaan proyek utama, penulis merasakan adanya peningkatan kemampuan mendesain yang semula dapat dikatakan berantakan menjadi desain yang menyesuaikan kebutuhan produk dan pedoman desain.

Setelah melaksanakan rangkaian penugasan dan perancangan desain, penulis diminta untuk membuat *file Final Artwork* sesuai dengan kategori desain yang telah dipilih oleh klien. Mulai dari poster A3, *Shelftalker*, *hanger*, *pricetag* sampai dengan *backdrop*. Dengan menggunakan desain dari *master design* yang kemudian dibentuk dalam 4 kategori folder, yaitu *Adobe Illustrator*, *JPEG*, *Font* dan *Link* atau *Adobe Photoshop*. Ke empat *folder Final Artwork* memiliki fungsinya masing-masing. *File Adobe Illustrator* tidak selalu digunakan pada setiap *file Final Artwork*, *Adobe Illustrator* digunakan pada desain diatas 1 meter dan digunakan untuk memperlihatkan *file artwork* yang berisi *link* yang menyambungkan dengan *file link* berisi *Adobe Photoshop*. Pada *file Adobe Illustrator* terdapat 3 *layer*, yaitu *guideline* ukuran desain, *Artwork* berupa *font* atau logo produk serta *link Adobe Photoshop*.

Selanjutnya, pada *file Font* berisi folder huruf yang dapat diunduh, sehingga pada saat membuka *file Final Artwork* klien bisa membuka *folder font* dan tidak kehilangan setiap elemen desain. Kemudian *file JPEG* berfungsi untuk memperlihatkan hasil desain utama yang akan dicetak, sedangkan *file Link* berisi *file* desain dalam bentuk *Adobe Photoshop* berfungsi untuk memperlihatkan desain yang berisi elemen visual latar belakang dengan *pattern*, produk serta efek visual yang tidak dapat diatur pada *file Adobe Illustrator*. Selain itu, terdapat aturan setiap membuat *file Final Artwork*, yaitu menambahkan 0,6 cm yang berfungsi untuk penanda atau digunakan pada *file Adobe Illustrator* untuk *guideline* desain utama.

Pada proses penugasan tugas utama, penulis melaksanakan perancangan bersama beberapa orang. Mulai dari admin, desainer sampai dengan klien melalui *zoom meeting*. Kendala yang penulis temukan dalam proses pelaksanaan penugasan adalah pada proses pelaksanaan penugasan. Dimana penulis dibebaskan untuk membuat desain dengan ketentuan warna latar belakang yang ditetapkan. Walaupun demikian, penulis tetap melaksanakan penugasan desain sesuai dengan arahan. Dalam prosesnya penulis memahami bahwa dalam proses perancangan poster pandangan pertama audiens adalah

pada produk baru. Melalui arahan serta saran dari supervisi penulis semakin memahami bagaimana cara merancang poster yang baik dan sesuai dengan kebutuhan sebuah produk. Dalam prosesnya penulis mendapatkan pengetahuan serta kemampuan baru dalam proses perancangan dan menjadi lebih teliti dan memperhatikan setiap desain yang penulis rancang setelah melaksanakan penugasan tersebut.

Melalui proses penugasan utama, penulis mendapatkan kemampuan teknis, yaitu pada penggunaan *Adobe Illustrator* dan *Adobe Photoshop* secara lebih mendalam serta mengetahui *shortcut* untuk menggunakan *tools*. Selain itu, penulis dapat memahami metode peletakan elemen visual maupun desain dengan lebih baik dibandingkan sebelumnya. Hal ini dikarenakan penulis cenderung merancang desain tanpa menyoroti produk utama.

Hal ini tentunya dapat berdampak pada saat media promosi dicetak, dan justru membuat target audiens tidak fokus pada produk utama atau produk baru yang ditampilkan pada media promosi terkait. Namun, setelah mempelajari struktur desain pada tempat penulis melaksanakan program magang. Penulis menjadi semakin memahami jenis desain serta penempatan elemen desain yang baik dan lebih terstruktur, sedangkan dari sisi non teknis penulis mendapatkan kemampuan untuk bekerja sama dengan tim.

Dimana penulis dapat memahami bagaimana cara berkomunikasi yang baik dengan klien. Hal ini dikarenakan pengalaman pertama penulis saat langsung dihadapkan dengan klien secara langsung. Pada awalnya penulis merasa kebingungan dan tidak mengetahui cara berkomunikasi dengan klien. Namun, dalam prosesnya penulis semakin memahami dan berkomunikasi sesuai dengan etika kerja dalam perusahaan tempat penulis melaksanakan magang. Penulis juga menyadari perubahan kemampuan setelah melaksanakan penugasan utama yang dilaksanakan tidak dalam waktu yang singkat dan semakin memahami desain, ukuran, jarak dan perancangan desain yang diinginkan oleh klien terkait.

Selain itu, penulis juga mendapatkan keberanian lebih untuk berkomunikasi dengan rekan kerja lainnya. Untuk mengkonfirmasi maupun bertanya mengenai desain yang dibutuhkan serta memahami *brief* penugasan yang diberikan kepada penulis. Apabila penulis menemukan hal yang penulis tidak pahami, penulis akan langsung bertanya dan mengkonfirmasi secara langsung. Hal ini dilakukan untuk menghindari kesalahpahaman dalam lingkup pekerjaan tanpa menghambat pekerjaan yang telah diserahkan kepada penulis.

### **3.3.2 Proses Pelaksanaan Tugas Tambahan Magang**

Selain proyek penugasan utama, penulis melaksanakan proyek penugasan lain yang dikerjakan secara bersamaan. Terdapat perbedaan antara penugasan utama dengan penugasan tambahan. Pada proyek utama, penulis melaksanakan proses perancangan desain yang dimulai dari pertengahan bulan Maret sampai dengan awal bulan Mei. Namun, dalam proses pelaksanaan proyek utama sambil menunggu umpan balik dari klien, penulis juga melaksanakan proyek tambahan. Hal ini dikarenakan proses persetujuan desain oleh klien membutuhkan waktu, sehingga disela waktu kosong, penulis melaksanakan tanggung jawab penugasan desain selain proyek utama yang diserahkan kepada penulis sesuai dengan penugasan yang diberikan tim admin kepada penulis untuk dikerjakan.

Penugasan proyek tambahan yang penulis lakukan berkaitan dengan kebutuhan desain promosi produk dari berbagai *brand*, seperti kebutuhan produk Garudafood, perancangan desain promosi produk, membuat *file* desain utama ke dalam *folder* siap cetak yang disebut sebagai *file Final Artwork*. Proses pengerjaan proyek tambahan cenderung membutuhkan waktu yang relatif lebih sedikit dibandingkan dengan proyek utama. Selama proses pengerjaan proyek utama, penulis melaksanakan perancangan sesuai dengan tanggung jawab yang diserahkan kepada penulis. Baik melakukan riset referensi desain, *brainstorming* ide, perancangan desain sampai dengan melakukan revisi desain sesuai dengan anjuran dari klien dan supervisi.

Pemindahan tanggung jawab desain tidak selalu dilakukan oleh satu desainer, sehingga perancangan maupun revisi desain dapat berpindah tangan pada kurun waktu yang ditentukan oleh supervisi. Selain itu, tanggung jawab perancangan desain tidak hanya diserahkan kepada satu desainer. Hal ini dilakukan dengan tujuan mendapatkan alternatif desain yang beragam dan lebih bervariasi. Setiap desain yang telah dirancang dapat diserahkan kepada desainer lain untuk dikembangkan sesuai dengan arahan supervisi. Salah satunya pada saat desainer yang mengerjakan desain utama mengemban tanggung jawab perancangan desain yang lebih mendesak. Berikut merupakan proyek tambahan yang penulis kerjakan di PT Wira Imaji Nyata.

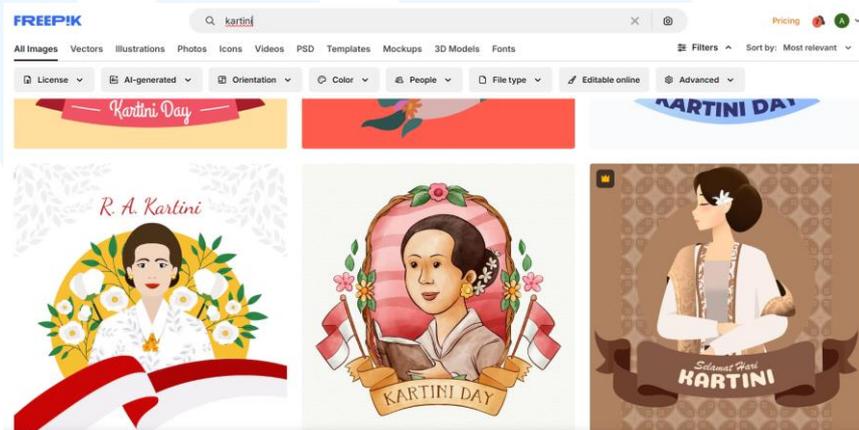
### 3.3.2.1 Konten Hari Kartini Chocolatos

Pada proyek perancangan desain selanjutnya, penulis ditugaskan untuk merancang desain kebutuhan konten hari Kartini Chocolatos yang dilakukan secara mandiri. Pada awal perancangan, penulis merancang beberapa alternatif berdasarkan ukuran desain utama yang menyerupai *banner* horizontal, sesuai dengan detail informasi penugasan melalui grup penugasan desainer. Selain memberikan informasi penugasan, admin juga mengirimkan contoh desain konten hari Kartini Chocolatos yang digunakan pada tahun sebelumnya sebagai referensi visual bagi penulis dalam mendesain.



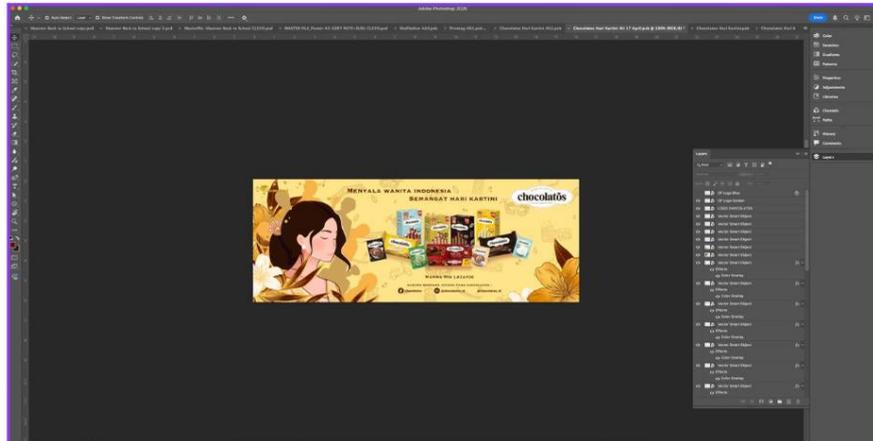
Gambar 3.22 Desain Konten Hari Kartini Chocolatos Tahun 2024

Dalam proses perancangan, penulis juga mencari beberapa referensi lain dan aset visual yang dapat mewakili *brand* Chocolatos untuk memperingati hari Kartini pada tahun 2025. Penulis melakukan pencarian aset visual melalui *freepik premium* yang merupakan fasilitas kantor serta mengatur tata peletakan desain menggunakan ukuran desain utama. Dengan ukuran 1920 pixel x 730 pixel serta resolusi desain berada pada angka 300 dpi. Berikut merupakan dokumentasi pada saat penulis melakukan pencarian aset melalui *website freepik*.



Gambar 3.23 Proses Pencarian Aset Vektor Melalui *Freepik*

Dilanjutkan dengan proses pengunduhan aset-aset visual yang digunakan sebagai bahan perancangan alternatif desain konten hari Kartini. Pada awal proses mendesain, penulis cenderung mengikuti sistem yang ditampilkan pada desain konten hari Kartini Chocolatos tahun sebelumnya. Setelah mendapatkan saran dari admin untuk mengubah desain yang cenderung berbeda dengan desain pada tahun sebelumnya. Penulis memutuskan untuk melakukan eksplorasi desain lainnya serta mencari jenis penempatan serta penggunaan elemen desain baru, sehingga penulis mendapatkan alternatif desain baru. Berikut merupakan proses perancangan yang penulis lakukan melalui *Adobe Photoshop*.



Gambar 3.24 Proses Perancangan *Digital Banner* Hari Kartini

Alternatif desain yang telah dirancang diserahkan kepada tim supervisi untuk dilakukan pengecekan. Alternatif desain yang telah dirancang tidak memiliki perbedaan yang signifikan. Perbedaan yang dihadirkan pada masing-masing alternatif desain adalah pada desain pertama penulis menggunakan warna cokelat tua pada bagian latar belakang. Pada alternatif desain kedua, penulis menambahkan sorotan cahaya kuning pada bagian tengah. Selanjutnya pada desain ketiga, penulis mengubah tata letak visual ibu Kartini pada sebelah kanan desain, sedangkan pada desain alternatif terakhir, penulis menggunakan warna kuning yang sama dengan kebaya pada aset visual ibu Kartini.

Pada awal perancangan alternatif penulis cenderung memainkan segi penggunaan warna pada setiap alternatif yang berbeda. Mulai dari yang menggunakan warna cenderung gelap sampai dengan penggunaan warna yang terang. Setelah melaksanakan perancangan dan mengatur segala elemen visual maupun pendukung. Penulis menyimpan *file* dalam bentuk JPEG yang kemudian diserahkan kepada admin bersama dengan tim supervisi. Setelah mendapatkan umpan balik penulis diminta untuk membuat alternatif elemen visual pendukung yang dapat penulis letakan dekat dengan ilustrasi Ibu Kartini pada digital Banner.



Gambar 3.25 Alternatif Desain Konten Hari Kartini Chocolatös

Setelah desain kembali diserahkan kepada tim supervisi, penulis mendapatkan umpan balik dan diminta untuk membuat alternatif lain, yaitu dengan mencantumkan ilustrasi atau vektor wanita-wanita karir yang diatur dekat dengan aset visual ibu Kartini. Penulis menggunakan vektor bayangan wanita karir dan ilustrasi yang jelas dan memperlihatkan profesi-profesi yang diemban oleh para wanita pada zaman sekarang. Penulis memilih beberapa jenis alternatif yang penulis temukan melalui media pencarian aset visual, yaitu dengan menggunakan *freepik* premium.

Setelah melakukan pencarian elemen pendukung wanita karir yang penulis temukan, penulis menempatkan elemen tersebut di beberapa sisi yang berbeda, sehingga menghasilkan 4 alternatif desain berbeda. Mulai dari penempatan bayangan wanita karir sampai dengan penggunaan ilustrasi yang mendekati jenis visual ilustrasi utama Ibu Kartini. Walaupun demikian, tim supervisi merasa penggunaan elemen pendukung wanita karir dalam bentuk bayangan. Tidak dapat menjelaskan pekerjaan dari wanita karir yang ingin disampaikan pada konten hari Kartini. Berikut merupakan 4 alternatif desain yang telah penulis rancang dan dibedakan dari segi pemilihan warna latar belakang desain dan pemilihan aset visual berbeda pada setiap desain wanita karir yang telah penulis gunakan dan letakan pada sisi ilustrasi Kartini.



Gambar 3.26 Alternatif Desain Berdasarkan Saran Supervisi

Setelah mendapatkan alternatif desain terbaru, alternatif desain diserahkan kepada tim supervisi dan diserahkan kepada klien terkait. Kemudian alternatif desain tersebut diserahkan kepada klien yang berkaitan langsung dengan pembuatan konten Kartini Chocolatos. Setelah menunggu konfirmasi klien, akhirnya alternatif desain yang dipilih merupakan desain yang cenderung menggunakan pewarnaan yang cerah dengan elemen pendukung berupa ilustrasi pada bagian bawah *digital banner*.

Setelah desain terpilih, penulis diminta untuk menurunkan desain utama yang terpilih yang diubah ke dalam 7 ukuran berbeda, yaitu ukuran desain utama serta 6 ukuran lainnya. Mulai dari media yang akan digunakan untuk kepentingan portal internal, media sosial dalam rupa Instagram *feeds*, Instagram *story*, kotak. Ukuran lainnya, yaitu untuk *website tablet* dan *website mobile*. Setelah semua perubahan ukuran telah selesai dikerjakan, penulis langsung mengirim hasil desain yang kemudian diserahkan kepada klien oleh admin yang menyalurkan langsung hasil desain. Berikut merupakan tampilan desain setelah diubah ke dalam 7 ukuran berbeda.



Gambar 3.27 Perubahan Ukuran Desain Ke Dalam 7 Ukuran Berbeda

Selama proses pengerjaan konten Hari Kartini Chocolatos, penulis diminta untuk melaksanakan proses mendesain serta membuat beberapa alternatif desain. Pada awalnya penulis diminta untuk membuat 2 alternatif desain. Namun, dalam prosesnya penulis menghasilkan 4 alternatif desain. Setelah menyerahkan desain kepada supervisi, penulis menemukan kendala dalam proses mendesain. Hal ini dikarenakan penulis diminta untuk mencari aset beberapa alternatif visual pendukung wanita-wanita karir. Penulis merasakan kesulitan untuk mencari visual pendukung yang tepat. Mulai dari visual pendukung dalam rupa bayangan para wanita karir sampai dengan ilustrasi yang dirasa cocok dengan desain utama.

Walaupun demikian, sesuai dengan arahan supervisi. Penulis akhirnya menemukan desain yang tepat dan dapat dipilih sebagai desain utama. Desain yang terpilih adalah konten ucapan hari Kartini dengan latar belakang berwarna kuning, aset visual utama ibu Kartini dilengkapi dengan vektor bunga serta elemen visual pendukung wanita karir dalam rupa ilustrasi. Setelah proses pembuatan alternatif tahap kedua, supervisor tampak masih belum puas dengan elemen pendukung yang penulis pilih, sehingga penulis terus mencari visual yang dirasa paling mendekati dan cocok dengan desain utama.

Solusi yang dapat diberikan dalam proses mendesain konten hari Kartini Chocolatos adalah mencari desain yang paling sesuai dan mendekati permintaan dari supervisi hingga pada akhirnya desain utama dipilih dan diubah ke dalam 7 ukuran yang telah diminta oleh klien. Setelah mengubah desain utama ke dalam 7 ukuran, penulis mengetahui bahwa setiap kualitas desain tidak sama rata atau tampak mengalami perubahan resolusi. Namun, setelah bertanya kepada desainer yang lebih senior. Penulis mengetahui tentang setiap ukuran menyesuaikan dengan dimensi tanpa mengalami penurunan kualitas resolusi desain.

Setelah mendapatkan penjelasan dari desainer senior, penulis mengetahui setiap dimensi ukuran tidak akan mengalami penurunan kualitas desain setelah diubah ke dalam dpi maksimal. Hal ini dikarenakan setiap desain akan mengikuti ukuran tanpa adanya penurunan kualitas pada hasil akhir desain.

Dalam proses melaksanakan perancangan dan pemilihan desain. Penulis mendapatkan pengetahuan serta kemampuan baru, yaitu memilih desain yang lebih segar dan baru untuk konten hari Kartini Chocolatos yang semula berwarna coklat gelap menjadi lebih terang. Proyek konten Chocolatos merupakan penugasan desain yang diberikan penulis setelah melaksanakan perubahan ukuran desain pada proses penugasan *Event Desk* Gery, sehingga penulis tidak mengalami kesulitan pada saat melakukan perubahan ukuran dari desain utama kepada 6 ukuran desain lainnya. Untuk kepentingan publikasi konten perayaan hari raya bagi Chocolatos.

Kemampuan teknis yang penulis dapatkan selama proses pelaksanaan penugasan perancangan *Digital Banner* Hari Kartini Chocolatos adalah memahami struktur desain serta penempatan desain pada saat dilakukan perubahan ukuran kepada ukuran yang berbeda. Karena setiap ukuran harus bisa menyesuaikan desain utama, desain yang ditampilkan tidak selalu harus sama persis.

Namun, desain yang ditampilkan harus serupa tanpa menghilangkan esensi pada desain utama atau *master design*, sehingga dalam prosesnya penulis mendapatkan kemampuan agar lebih memandang segala ukuran desain dengan lebih detail dan tidak membedakan struktur desain lain dan menyesuaikan desain dengan desain utama.

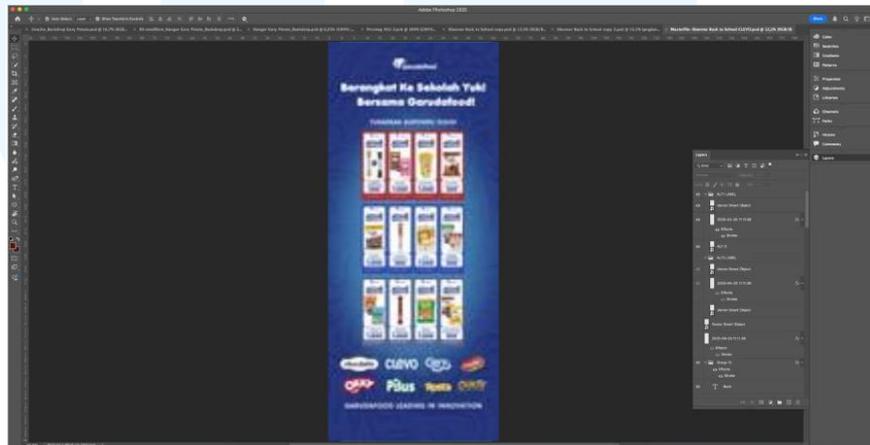
Sedangkan, kemampuan non teknis yang penulis dapatkan adalah bisa berpikir dengan lebih kritis pada saat diminta untuk merancang alternatif desain menggunakan elemen pendukung dan menghasilkan variasi desain yang tidak sama atau beragam. Hal ini dilakukan agar klien dapat memilih desain yang dirasa paling cocok.

#### **3.3.2.2 Banner Kupon Garudafood**

Selanjutnya penulis diberikan tanggung jawab untuk membuat desain untuk proyek *Banner* kupon Garudafood. Pada proyek perancangan ini, penulis mengerjakan perancangan secara mandiri. Walaupun demikian, proses penugasan perancangan alternatif desain *banner* dilakukan bersama dengan 2 desainer lainnya. Dengan tujuan mendapatkan beberapa alternatif desain *banner* yang diserahkan kepada klien terkait. Perancangan *banner* kupon Garudafood dilakukan sebagai salah satu bagian dari promosi penjualan produk Garudafood khusus target audiens yang berada dibangku sekolah.

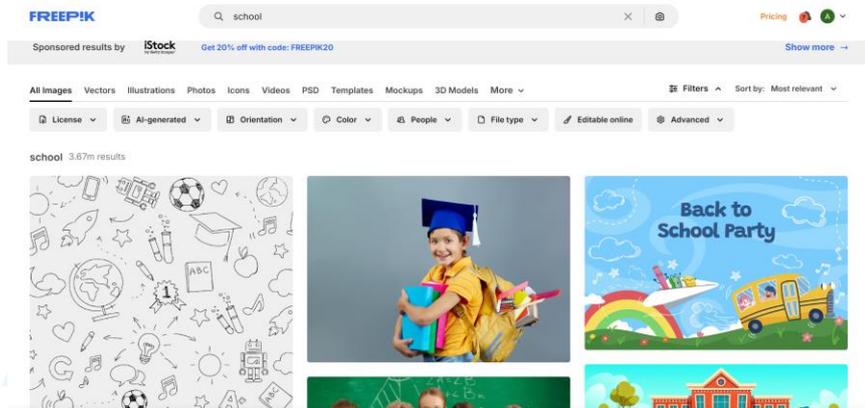
Terdapat kategori tingkat pendidikan yang diklasifikasikan untuk pemberian kupon Garudafood kepada target audiens, yaitu mereka yang berada di sekolah dasar, sekolah menengah pertama dan sekolah menengah atas, sehingga kupon akan diberikan kepada pihak sekolah untuk dilakukan penyebaran promosi produk Garudafood. Detail penugasan desain dapat penulis baca kembali dalam *brief* presentasi kebutuhan desain Garudafood.

Berikut merupakan informasi detail penugasan desain *banner*, menggunakan ukuran desain standar *x-banner*, yaitu dengan ukuran 60 cm x 160 cm. Penulisan nama program pada bagian atas menggunakan bahasa Indonesia. Dengan opsi Garudafood ke Sekolah atau Garudafood di Sekolah. Dilanjutkan dengan informasi pada bagian atas “Garudafood di Sekolah, Tukarkan kuponmu disini” sedangkan pada bagian bawah desain diisi dengan *tagline* “*Garudafood Leading in Innovation*” disertai dengan penempatan logo *brand* dibagian bawah visualisasi kupon Garudafood.



Gambar 3.28 Proses Perancangan *x-banner* Kupon Garudafood

Selama proses perancangan, penulis melakukan pencarian aset visual melalui *freepik*. Hal ini dikarenakan perusahaan menyediakan fasilitas *freepik premium*, sehingga semua desainer dapat mengakses, mengunduh dan menggunakan aset visual yang tersedia. Baik aset visual gratis maupun yang berbayar. Dalam proses pencarian penulis membutuhkan waktu sampai pada akhirnya menemukan jenis elemen visual yang dirasa cocok dan dapat digunakan pada proses perancangan desain *banner* kupon Garudafood yang ditujukan bagi target audiens usia sekolah dasar sampai dengan menengah atas tanpa menghilangkan esensi *brand* dari Garudafood. Berikut merupakan dokumentasi penulis, saat melakukan pencarian aset visual melalui *website freepik*.



Gambar 3.29 Pencarian Aset Desain Melalui Freepik

Penulis mengumpulkan beberapa aset visual untuk kebutuhan desain *banner* kupon Garudafood. Penulis mengumpulkan aset desain, melakukan pemilahan dan mengatur aset desain pada ukuran desain yang telah ditetapkan. Terdapat 3 alternatif desain dengan penempatan logo Garudafood, *tagline*, kupon Garudafood, merek *brand*. Hal yang membedakan ketiga alternatif desain adalah pada bagian latar belakang desain. Mulai dari alternatif desain dengan warna polos dengan sorotan cahaya di belakang kupon, vektor pada sisi kanan atas dan kiri bawah serta desain dengan penambahan pola pada latar belakang desain.

Pada awalnya penulis mengunduh beberapa aset dan mencoba aset visual pada desain *banner* yang dikerjakan melalui *Adobe Photoshop* sampai pada akhirnya penulis menemukan elemen desain yang dirasa cocok untuk digunakan pada bagian latar belakang *banner* kupon Garudafood. Namun, dalam proses perancangan penulis mendapatkan umpan balik bahwa desain yang penulis laksanakan belum memancarkan *banner* yang ditujukan bagi anak sekolah dasar sampai dengan sekolah menengah. Melalui informasi yang penulis dapatkan, penulis memutuskan untuk menggunakan beberapa alternatif elemen desain lainnya yang telah penulis temukan. Berikut merupakan alternatif desain *banner* kupon Garudafood sebelum diminta untuk membuat alternatif terbaru.



Gambar 3.30 Alternatif Desain Banner Kupon Garudafood

Hasil desain alternatif *banner* kemudian diserahkan kepada tim supervisi. Selanjutnya penulis kembali diminta untuk melakukan eksplorasi desain dan merancang alternatif lain. Karena menurut supervisi, desain yang penulis rancang masih belum menunjukkan desain yang ditujukan bagi anak usia sekolah, sehingga penulis kembali melakukan perancangan dengan penggunaan warna cerah.

Dalam proses pembuatan alternatif desain terbaru penulis melakukan eksperimen penggunaan warna pada *Adobe Photoshop* sampai akhirnya penulis menemukan warna yang dirasa cocok dan memancarkan desain yang dapat menarik perhatian target audiens utama *banner* kupon Garudafood. Setelah melakukan perbaikan dan proses perancangan desain baru, penulis kemudian kembali menyerahkan semua desain alternatif kepada tim supervisi dan menanyakan pendapat atau masukan dari desainer yang lebih senior maupun rekan kerja. Setelah penulis merasa yakin dengan desain alternatif yang telah penulis rancang. Selanjutnya penulis menyerahkan dan mengirimkan hasil desain melalui grup. Berikut merupakan alternatif desain lain untuk *x-banner* kupon Garudafood.



Gambar 3.31 Alternatif Banner Kupon Garudafood Tambahan

Proses perancangan desain *banner* kupon Garudafood. Pada akhirnya desain yang terpilih adalah desain yang dibuat oleh desainer lain. Walaupun desain yang telah penulis rancang tidak terpilih. Pengalaman perancangan *banner* kupon Garudafood, membuat penulis memahami bahwa desain *banner* tidak selalu dibuat sama dengan *brand* utama. Akan tetapi, disesuaikan dengan kebutuhan sebuah desain maupun target audiens yang ditujukan. Hal ini dilakukan untuk menarik perhatian target audiens yang dituju.

Pada awalnya, penulis merancang desain sesuai dengan *banner* yang biasanya digunakan oleh Garudafood. Berdasarkan pendapat supervisi, penulis menyadari desain awal *banner* kupon Garudafood yang penulis kerjakan cenderung menggunakan tipe desain untuk *banner* korporat, sehingga untuk menyesuaikan kebutuhan desain, penulis membuat alternatif desain dengan warna serta elemen visual yang memiliki ciri khas untuk siswa sekolah. Dengan harapan dapat menarik perhatian anak-anak dan remaja.

Dalam proses pengerjaan proyek desain *banner* kupon Garudafood, penulis tidak menemukan kendala. Namun, pada akhirnya desain yang terpilih merupakan desain yang telah dirancang serta diolah kembali oleh desainer lainnya. Hal ini dikarenakan dalam proses pengerjaan desain, biasanya penugasan tidak hanya diberikan kepada satu desainer. Melainkan, 1 sampai dengan 3 desainer untuk mendapatkan beberapa alternatif desain sesuai dengan permintaan klien.

Pada penugasan perancangan *banner* kupon Garudafood penulis mendapatkan kemampuan teknis, yaitu memahami struktur desain pada desain *x-banner* dengan lebih dekat terutama yang ditujukan bagi anak tingkat sekolah dasar sampai dengan menengah. Hal ini dikarenakan oleh pada awal proses perancangan *banner*, penulis cenderung merancang desain yang serupa dengan desain yang telah dibuat sebelumnya. Berdasarkan pendapat yang disampaikan oleh supervisi, desain yang penulis rancang cenderung menggunakan esensi desain yang kuat dengan desain korporat, sehingga tidak sesuai dengan tujuan perancangan *banner* yang ditujukan bagi target audiens usia sekolah dasar sampai dengan menengah atas. Untuk mengatasi masalah tersebut, penulis kembali mengeksplorasi desain yang cenderung menggambarkan kata *fun*.

Selain itu, kemampuan non teknis yang penulis dapatkan melalui proses pengerjaan penugasan ini adalah mampu mengenali jenis desain yang masih menggunakan tema yang telah diminta tanpa menghilangkan esensi *brand*, sehingga penulis diminta untuk berpikir kritis dan kreatif sampai pada akhirnya penulis mampu merancang desain sesuai dengan permintaan klien. Walaupun demikian, *banner* yang telah penulis buat tidak terpilih. Melainkan digunakan sebagai salah satu referensi untuk desainer lain dan dikembangkan kembali menjadi alternatif desain *banner* yang baru.

### 3.3.2.3 Label Promo Clevo Caramel

Pada proyek desain *x-banner* promo Clevo *caramel*, penulis ditugaskan untuk melakukan revisi tata peletakan desain serta membuat desain alternatif label promo produk baru Clevo yang akan segera diresmikan. Perancangan alternatif label promo memiliki fungsi untuk menyebarkan informasi mengenai produk baru Clevo untuk menarik minat konsumen terhadap produk baru Clevo.

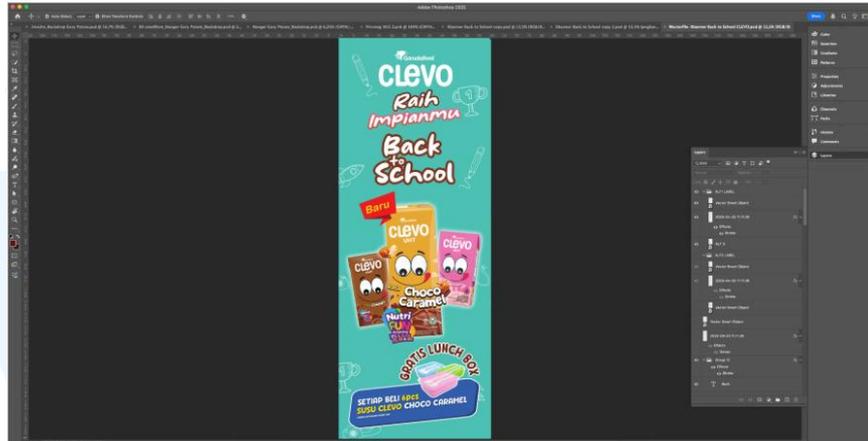
Proses perancangan *x-banner* Clevo tidak dikerjakan secara keseluruhan oleh penulis, sehingga dalam proses mendesain penugasan tugas tambahan ini. Penulis hanya bertugas untuk melakukan revisi sesuai dengan catatan yang diberikan oleh klien kepada desainer. Berikut merupakan desain yang memerlukan revisi sesuai dengan catatan klien.



Gambar 3.32 Desain X-Banner Clevo Sebelum Revisi

Desain membutuhkan revisi berdasarkan desain pada gambar yang tertera di atas. Poin revisi berikutnya adalah logo Clevo dan Raih Impianmu harus berdekatan dan tidak dipisahkan seperti pada desain sebelumnya. Desain dan huruf label promo disesuaikan dengan desain yang berada di sebelah kanan, yaitu menggunakan warna penampang biru dengan *outline* putih. Kemudian penulisan “*Get Lunch Box*” diganti menjadi “*Gratis*”

*Lunch Box*” yang ditempatkan pada sisi kanan label. Penulisan “beli 6 pcs susu clevo *choco caramel*” pada penulisan 6 pcs diberikan perbedaan dari segi warna teks. Dengan tujuan memberikan sorotan informasi pada label promo, sedangkan gambar *lunch box* diubah sesuai dengan gambar yang diberikan klien.



Gambar 3.33 Proses Perancangan Desain Label X Banner Clevo

Selama melakukan revisi alternatif perancangan desain label promo Clevo. Penulis menggunakan desain label promo yang sebelumnya telah dirancang oleh desainer sebelumnya. Kemudian desain label tersebut penulis gunakan sebagai acuan dalam mendesain label promo, yaitu dengan mengubah, mengambil dan menggunakan aset desain sesuai dengan ketentuan yang diinformasikan pada detail revisi desain.

Dalam proses perancangan penulis melakukan eksperimen secara langsung pada *Adobe Photoshop* dan mencoba untuk mengatur tata letak desain label. Walaupun demikian penulis masih belum menemukan desain label yang dirasa sesuai. Untuk mendapatkan masukan dari tim supervisi maupun desainer lainnya. Penulis memutuskan untuk mengirimkan hasil desain yang telah penulis rancang melalui grup. Berikut merupakan referensi desain label promo berdasarkan desain label yang telah dikerjakan oleh desainer sebelumnya.



Gambar 3.34 Referensi Desain Label Berdasarkan Desain Sebelumnya

Penulis melakukan perancangan label yang berfungsi sebagai media promosi produk baru Clevo serta melakukan revisi pada *x-banner*. Mulai dari perubahan pada penempatan logo “Raih Impianmu” dan “*back to school*”. Penyesuaian penempatan desain dilakukan dengan tujuan agar desain selaras dengan jenis visual yang ditampilkan pada *x-banner*. Terdapat beberapa revisi penempatan pada bagian penulisan *back to school* sesuai dengan arahan yang disampaikan kepada klien melalui admin yang kemudian di informasikan kepada penulis. Hal ini dikarenakan penempatan penulisan *back to school* masih terasa kaku dan kurang tepat, sehingga diminta untuk melakukan beberapa jenis tata letak.

Penulis merancang desain label promo yang terdiri dari 2 alternatif desain, yaitu mengubah gambar *lunchbox* yang dianjurkan. Lalu ditempatkan pada bagian kanan label dan ditempatkan diposisi yang sama dengan label yang juga ditempatkan pada sisi kanan label promo produk, sedangkan pada alternatif kedua, penulis menempatkan posisi *lunchbox* bagian kanan di atas penampang label promo serta pembedaan warna, pada kalimat yang menginformasikan tentang promo produk. Berikut merupakan alternatif desain label beserta revisi penempatan elemen desain yang ditampilkan dalam desain *banner* promo Clevo.



Gambar 3.35 Alternatif Desain Label Tahap Awal

Setelah melaksanakan perancangan label, penulis mendapatkan 2 desain alternatif label menggunakan warna penampang biru serta penempatan “Gratis Lunch Box” yang diletakkan pada sisi kanan label promo. Hasil desain yang telah penulis kerjakan kembali diserahkan kepada admin yang disalurkan kepada klien untuk mendapatkan umpan balik. Selama menunggu respon klien, penulis kembali diberikan tanggung jawab untuk menyelesaikan pekerjaan desain lainnya.

Setelah mendapatkan jawaban dari klien, penulis kembali diminta untuk membuat alternatif label promo baru, yaitu dengan warna penampang kuning kecokelatan. Dengan jenis perancangan desain yang cenderung lebih teratur dibandingkan dengan desain label alternatif yang penulis buat sebelumnya. Penulis merancang dan menempatkan elemen visual label promo sampai akhirnya penulis menghasilkan 2 alternatif desain label yang dirasa sesuai dibandingkan dengan desain label sebelumnya atau desain label dengan warna penampang biru yang memiliki struktur yang cenderung berantakan. Terdapat 2 alternatif yang penulis serahkan, hal yang membedakan keduanya pada posisi label rata kiri dan rata kanan. Berikut merupakan tampilan *x-banner* dengan alternatif label yang baru penulis desain.



Gambar 3.36 Alternatif Desain Label Promo

Pada desain label promo produk alternatif tersebut penulis membuat desain yang lebih teratur dibandingkan desain label promo dengan penampang berwarna biru. Label promo tersebut dirancang agar dapat memperlihatkan informasi yang ingin disampaikan kepada target audiens dengan lebih jelas. Dengan tanda gratis *lunch box* pada sisi kiri, penulisan “beli 6pcs” menggunakan warna merah. Dengan tujuan memusatkan perhatian target audiens terhadap pembelian produk tertentu, sehingga pembeli bisa mendapatkan hadiah gratis berupa *lunch box*. Penulisan susu dengan warna coklat, penulisan “Clevo” menggunakan logo utama serta varian baru susu Clevo menggunakan warna yang senada dengan produk susu Clevo *choco caramel*.

Desain promo yang terpilih adalah desain label dengan penampang kuning kecokelatan dengan promo gratis *lunch box* yang diletakkan pada sisi kiri. Selain itu, terdapat revisi pada penulisan “*Back to School*” yang disarankan untuk dibuat secara menurun. Kembali diminta untuk dilakukan revisi dengan penulisan yang diatur agar penulisan berada dibagian tengah dengan ukuran yang sedikit diperbesar. Setelah proses perbaikan penempatan selesai, desain kembali dikirimkan dan diserahkan. Berikut merupakan hasil akhir desain setelah melakukan revisi.



Gambar 3.37 Desain Akhir Label Promo Dan Revisi Desain X-Banner

*File Final Artwork* atau *file* siap cetak dibuat dalam bentuk *folder* serta *file* zip yang diserahkan kepada admin yang berisi dari *file Final Artwork* untuk banner Clevo adalah *file* Adobe *Illustrator*, *folder* *Font* yang berisikan dokumen huruf yang digunakan pada desain, *folder* *JPEG* untuk mengetahui desain akhir sebelum dicetak serta *file* *link* yang berisi desain dalam *file* *Photoshop*. Hal yang membedakan *file* Adobe *Illustrator* dengan Adobe *Photoshop* adalah pada *Illustrator* berisi 3 layer, yaitu *guideline*, *artwork* yang berisi elemen huruf desain serta *link* yang menghubungkan dengan desain yang berada di *folder* *link* *Photoshop*, sedangkan pada *folder* *link* atau *Photoshop* berfungsi untuk meletakkan berbagai desain maupun efek yang tidak bisa dimasukkan ke dalam *file* *Illustrator*.

Dalam proses pembuatan *file Final Artwork* banner Clevo, penulis diminta untuk membuat 2 *file*, yaitu *file* desain utama dengan label promo serta *file* desain utama tanpa label promo. Dalam proses mendesain penulis hanya diminta untuk merancang alternatif desain serta mengetahui sampai dengan tahap proses perancangan desain dan pembuatan *file Final Artwork*, sehingga penulis tidak mengetahui secara pasti mengenai jenis material yang digunakan maupun hasil cetak desain pada media yang telah dicetak.

Terdapat kendala yang penulis temukan dalam proses desain label promo sampai dengan tahap penyempurnaan hasil revisi *banner* Clevo. Pada saat proses penyerahan *brief* penugasan, penulis membaca informasi yang telah diberikan admin kepada penulis. Terdapat kesalahpahaman yang penulis alami. Pada awalnya penulis melakukan penempatan logo “*Back to School*” sesuai dengan *brief*. Dalam prosesnya terdapat beberapa perubahan sesuai permintaan klien. Setelah melakukan berbagai alternatif perubahan penempatan logo “*Back to School*”. Penulis tidak memahami perubahan penempatan terakhir, sehingga untuk menanggulangi permasalahan ini, admin dan penulis mendiskusikan desain secara langsung sampai akhirnya penulis memahami *brief* perubahan yang diminta.

Melalui permasalahan tersebut, penulis memahami bahwa dalam lingkup pekerjaan. Hal yang paling utama adalah komunikasi. Melalui komunikasi secara langsung, segala permasalahan dapat didiskusikan secara bersama-sama dan menghilangkan kesalahpahaman, sehingga setiap kali penulis tidak memahami *brief*. Penulis akan mengkonfirmasi atau menanyakan kembali untuk memastikan *brief* penugasan yang diserahkan kepada penulis. Penulis memahami komunikasi dan mengonfirmasi informasi merupakan suatu hal yang penting untuk dilakukan.

Kemampuan yang penulis dapatkan melalui penugasan desain tersebut adalah memahami struktur desain pada perancangan desain label promo pada *banner*. Memahami bahwa informasi promo pada label selain diperlihatkan perlu disorot dengan penggunaan warna yang berbeda, sehingga penulis mendapatkan pengetahuan serta kemampuan untuk beradaptasi dengan cepat dengan jenis penataan desain label yang baru bagi penulis sampai pada akhirnya penulis dapat menghasilkan desain label yang menyesuaikan dengan kebutuhan klien dan sampai pada tahap pembuatan *file final Artwork*.

Penulis juga mendapatkan kemampuan non teknis, yaitu dapat memahami komunikasi yang merupakan kunci pada lingkup pekerjaan untuk menghindari kesalahpahaman dan tidak membuang waktu karena rasa enggan untuk bertanya kepada pihak yang berkaitan langsung dengan pembagian proses penugasan. Melalui pengalaman penugasan ini penulis menjadi lebih berani dan sering untuk bertanya maupun mengkonfirmasi informasi maupun *brief* yang diserahkan kepada penulis untuk dikerjakan.

#### **3.3.2.4 Poster Gery Roti dan Promo Kolaborasi Clevo**

Proyek penugasan selanjutnya adalah perancangan desain untuk kebutuhan promosi yang dibagi ke dalam 2 kategori, yaitu poster yang dikhususkan untuk produk Gery Roti, sedangkan pada desain kedua merupakan promosi kolaborasi Gery Roti dengan susu Clevo. Pada proyek penugasan tambahan ini, penulis mendapatkan informasi detail penugasan secara singkat melalui pesan yang dikirim melalui grup desainer, sehingga segala rincian penugasan diketahui oleh semua desainer maupun tim supervisi. Berikut merupakan informasi detail penugasan perancangan kedua poster.

Penugasan perancangan desain poster Gery Roti di desain dalam ukuran A3 atau 29,7 cm x 42 cm serta resolusi desain 300 dpi. Dengan informasi promo sebagai berikut “Beli Gery Roti 3pcs hanya Rp 5.000” serta menggunakan acuan desain sesuai desain Gery Roti yang telah dibuat oleh desainer yang mengerjakan desain sebelumnya. Dalam proses perancangan desain poster Gery Roti penulis melaksanakan proses mendesain menggunakan *Adobe Photoshop*, sehingga penulis dapat menggunakan *tools* serta memunculkan efek yang dibutuhkan dalam poster. Hal ini dilakukan untuk menyoroti desain yang dibutuhkan untuk kepentingan promosi produk. Selain itu, penulis juga diminta untuk memilih efek maupun warna yang dirasa cocok pada huruf agar bisa menyoroti informasi yang harus target audiens temukan pada poster.



Gambar 3.38 Proses Perancangan Poster Gery Roti Tahap I

Dalam proses desain poster Gery Roti, penulis merancang 3 alternatif desain. Pada alternatif desain pertama, penulis menggunakan 2 produk Gery Roti coklat dengan batangan coklat pada sisi kanan dan kiri produk serta sorotan cahaya pada bagian latar belakang produk. Dilanjutkan dengan pemilihan warna huruf informasi promo yang solid. Pada alternatif desain kedua, penulis menggunakan 1 produk Gery Roti coklat dengan penempatan batangan coklat melayang disisi kanan dan kiri produk. Pada huruf penulisan promo penulis bermaksud untuk menonjolkan informasi promo produk, yaitu penulisan “Hanya Rp 5.000” menggunakan *stroke* putih serta penggunaan warna merah pada huruf.

Dalam proses perancangan desain alternatif untuk kebutuhan poster Gery Roti penulis diminta untuk melakukan eksplorasi desain. Berdasarkan desain yang sudah tersedia sebelumnya atau *master design* dari produk Gery Roti yang sudah pernah digunakan sebelumnya. Dalam prosesnya penulis diberikan elemen desain yang berkaitan langsung dengan desain Gery Roti. Setelah mendapatkan semua elemen desain. Penulis mulai merancang beberapa alternatif desain poster untuk kebutuhan promosi produk Gery Roti Cokelat. Berikut merupakan 3 hasil alternatif desain yang telah penulis rancang yang kemudian diserahkan kepada tim supervisi.



Gambar 3.39 Alternatif Desain Poster Gery Roti

Melalui ketiga desain alternatif tersebut, penulis diminta untuk melakukan perbaikan pada desain dan kembali mengeksplorasi desain alternatif yang telah penulis rancang. Perbaikan desain dimulai dari bagian latar belakang, dengan menghapus efek cahaya pada bagian belakang produk, selanjutnya alternatif dibuat dengan mengatur tata peletakan produk, efek pada huruf yang menginformasikan promosi, desain poster menggunakan satu sampai dua produk, sedangkan komposisi penempatan huruf dapat diatur. Mulai dari peletakan pada bagian bawah produk, atas sampai dengan sedikit mengarah kebagian kiri poster.

Selama proses perancangan desain, penulis melakukan perancangan alternatif yang juga didampingi dengan rekan kerja atau desainer yang lebih senior. Hal ini dilakukan desain yang penulis rancang dapat sesuai dengan kebutuhan produk dan dapat menyoroti penulisan informasi yang dicantumkan pada alternatif poster yang akan segera diserahkan kepada klien. Selain itu, dengan merancang beberapa alternatif desain. Klien akan memberikan pendapat atau meminta desainer untuk mengombinasikan atau mengurangi beberapa elemen yang dirasa tidak diperlukan atau perlu dikembangkan. Setelah melaksanakan perancangan penulis mengirimkan semua desain alternatif. Berikut merupakan hasil revisi dan eksplorasi alternatif desain poster Gery Roti.



Gambar 3.40 Revisi dan Alternatif Poster Gery Roti I

Setelah melalui proses perbaikan desain alternatif, terdapat saran perbaikan yang kembali diberikan kepada penulis, sehingga dalam proses mendesain. Penulis kembali mengatur komposisi desain antara produk, huruf sampai dengan batangan cokelat pada poster. Penulis membuat alternatif desain menggunakan satu dan tiga produk Gery Roti cokelat. Melalui proses perancangan desain poster Gery Roti dapat disimpulkan penulis diminta untuk membuat alternatif sebanyak-banyaknya sampai pada akhirnya penulis dapat berpikir secara kritis mengenai jenis poster promosi, seperti apa yang dirasa paling tepat untuk digunakan dan dipublikasikan kepada publik dan menarik perhatian konsumen terhadap promo yang ditampilkan pada poster yang telah dirancang.

Selanjutnya, penulis kembali melakukan eksplorasi dan bereksperimen dengan tata letak maupun penempatan produk pada poster yang diminta oleh tim supervisi, admin maupun klien terkait. Dalam proses eksplorasi desain penulis mendapatkan 6 alternatif desain. Hal yang membedakan masing-masing alternatif desain adalah pada penempatan produk, jumlah produk sampai dengan penggunaan warna pada informasi menggunakan warna huruf yang cenderung berbeda atau sama antara alternatif desain yang satu dengan alternatif lainnya. Berikut merupakan desain poster Gery Roti cokelat yang telah penulis rancang setelah melakukan perbaikan dan penambahan alternatif desain yang telah diminta.



Gambar 3.41 Revisi dan Alternatif poster Gery Roti II

Penulis kembali melakukan perbaikan pada poster promosi Gery Roti. Perbaikan ini menjadi perbaikan tahap terakhir sebelum sampai pada hasil desain akhir, sehingga setelah menyelesaikan perbaikan hasil desain digunakan dan dipilih oleh klien. Kemudian penulis diminta untuk membuat *file final artwork* yang merupakan *file* siap cetak yang diserahkan kepada klien oleh admin. Berikut merupakan tampilan hasil desain setelah melalui proses perancangan dan pembuatan alternatif.

Dalam proses perbaikan tahap akhir penulis diminta untuk menggunakan satu *pack* produk Gery Roti coklat. Dengan ukuran *pack* yang diperbesar secara maksimal, penempatan logo *mandatory* sesuai dengan peraturan *brand*. Selanjutnya, penulis diminta untuk menuliskan serta melakukan perbaikan pada penulisan promo pada poster yang telah dirancang. Setelah melaksanakan rangkaian perancangan tersebut. Penulis diminta untuk membuat *file Final Artwork* yang berisi *file Adobe Illustrator* yang menjadi arahan bagi tim percetakan, *file font* yang diberikan berfungsi agar pada saat klien membuka *file* bisa mengunduh *font* yang dibutuhkan tanpa terjadi *missing font*. Kemudian diakhiri dengan *file JPEG* dan *Link*.



Gambar 3.42 Hasil Akhir Desain Poster Gery Roti

Selanjutnya, hasil desain poster Gery Roti yang telah dipilih, disarankan untuk diaplikasikan pada poster promosi kolaborasi antara produk Gery Roti dan susu Clevo. Hal yang membedakan kedua desain poster tersebut adalah pada penambahan penempatan produk susu Clevo serta penulisan informasi promo yang ingin disampaikan oleh masing-masing produk. Alternatif desain poster kolaborasi promo produk Gery Roti dan susu Clevo yang penulis laksanakan terdiri atas 4 alternatif desain.

Pada proses perancangan desain poster kolaborasi promo antara produk Gery Roti dan susu Clevo penulis laksanakan melalui *Adobe Photoshop*, sedangkan segala aset produk penulis dapatkan melalui admin yang berkomunikasi langsung dengan klien terkait, sehingga dalam proses perancangan penulis selalu berkomunikasi dengan admin. Hal ini dilakukan untuk memastikan desain yang telah dirancang sesuai dengan kebutuhan produk. Selain itu, penulis juga memastikan apakah informasi promo yang telah penulis masukkan ke dalam poster promo sudah sesuai dengan ketentuan produk. Dalam prosesnya terdapat perubahan informasi penulisan promo sampai pada akhirnya menemukan penulisan informasi yang dirasa sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan oleh permintaan klien. Berikut merupakan proses pengerjaan poster.



Gambar 3.43 Proses Perancangan Poster Kolaborasi Promo

Dalam proses perancangan desain alternatif poster, penulis melakukan eksplorasi desain dan menghasilkan 4 desain alternatif penempatan produk serta informasi promo yang dibutuhkan pada poster promosi. Dalam prosesnya penulis menempatkan produk sampai pada akhirnya menemukan posisi yang dirasa tepat dan dapat menyoroti produk serta informasikan yang wajib ditemukan oleh calon konsumen.

Pada desain pertama dan kedua penulis membuat desain yang sama. Hal yang membedakan keduanya terletak pada penempatan coklat batangan dan *tagline* yang berada di bawah desain. Dengan tujuan untuk memberitahukan kepada konsumen bahwa produk yang ditawarkan terdiri atas 2 jenis, yaitu produk Gery Roti coklat dan susu Clevo dengan varian yang dapat dipilih. Kemudian pada desain ketiga penulis menempatkan produk susu Clevo stroberi dan coklat pada sisi kiri Gery Roti, sedangkan pada alternatif desain keempat penulis meletakkan produk Gery Roti di tengah dengan susu Clevo yang berada di masing-masing sisi Gery Roti. Walaupun demikian, desain yang dipilih merupakan desain yang kembali dikombinasikan dan dikembangkan kembali. Berikut merupakan tampilan alternatif desain poster promo kolaborasi antara Gery Roti dan susu Clevo.



Gambar 3.44 Alternatif Desain Poster Kolaborasi Gery Roti dan Clevo

Terdapat beberapa perbaikan kecil pada alternatif desain poster yang telah dipilih, yaitu perubahan pada penulisan informasi promo yang semula “Beli Gery Roti 3 Pcs + 2 Susu Clevo, Hanya Rp 10.000” menjadi “3 Pcs Gery Roti + 2 Pcs Susu Clevo, Hanya Rp 10.000”. Setelah proses perbaikan poster dilakukan, hasil desain dijadikan sebagai media promosi dan dibuat ke dalam *file final artwork* dan siap dicetak.

Sistem pembuatan *folder Final Artwork* tidak berbeda jauh dengan poster Gery Roti Cokelat, yaitu dengan membuat satu *folder* utama dengan penamaan media, contohnya “FA Poster A3 Promo Kolaborasi Gery Roti X Clevo”. Setelah membuat *file Final Artwork*, penulis diminta untuk menyerahkan kepada tim supervisi untuk dilakukan pengecekan. Apabila ditemukan hal yang kurang akan dikembalikan kepada penulis untuk diperbaiki. Setelah proses pembuatan *folder Final Artwork* mencapai tahap akhir, penulis diminta untuk mengirimkan *file* tersebut kepada admin terkait. Kemudian admin akan menyerahkan *file* akhir kepada klien.



Gambar 3.45 Desain Akhir Poster Kolaborasi Gery Roti Dan Clevo

Hal yang dapat disimpulkan selama melaksanakan proses perancangan poster promosi produk Gery Roti dan poster kolaborasi promosi produk Gery Roti dan Clevo. Penulis menyadari bahwa dalam proses mendesain, terdapat berbagai jenis perbaikan. Baik perbaikan kecil maupun besar pada desain yang telah dirancang. Selain itu, untuk membuat media promosi yang bertujuan untuk menarik konsumen. Desain tidak bisa sepenuhnya menggunakan warna yang solid.

Pada awal perancangan desain poster promosi produk Gery Roti. Penulis cenderung menggunakan satu warna pada bagian teks informasi promo. Setelah melalui proses diskusi dengan tim supervisi, penulis kemudian mengadaptasi saran supervisi dan mengaplikasikan ide kepada desain yang telah dirancang. Hal ini terlihat pada hasil akhir desain yang menggunakan kombinasi warna. Antara warna putih, merah dan coklat, sehingga membuat desain poster menekankan informasi promosi suatu produk.

Setelah melakukan serangkaian proses perancangan, penulis diminta untuk membuat *file Final Artwork* yang akan diserahkan kepada klien yang berkaitan dengan kebutuhan desain poster Gery dan Clevo. Pada *file Final Artwork* kedua poster memiliki teknis yang sama. Baik dari segi ukuran, ketentuan maupun kebutuhan

setiap material yang dimasukkan ke dalam *file Final Artwork*. Hal yang membedakan keduanya ialah pada penempatan desain, penambahan produk serta informasi yang disampaikan pada kedua poster dengan fungsi yang berbeda. *File Final Artwork* berisi 4 folder utama, yaitu *Adobe Illustrator*, *Font* yang digunakan pada poster, *JPEG* untuk mengetahui desain akhir sebelum dimasukkan ke dalam *file Final Artwork* serta *folder link* yang berisi *file* dalam format *Adobe Photoshop*.

Pada proses pelaksanaan penugasan desain poster Gery Roti dan poster kolaborasi promo Gery Roti dan Clevo. Penulis tidak menemukan kendala yang signifikan. Walaupun demikian, dalam proses perancangan kedua poster penulis merancang poster serta melakukan serangkaian revisi. Mulai dari perubahan penempatan produk yang dicantumkan pada poster, penambahan produk sampai dengan perubahan informasi pada proses revisi perancangan poster promosi kebutuhan produk Gery Roti coklat serta poster promo kolaborasi antara Gery Roti dan produk susu Clevo.

Dalam proses perancangan kedua jenis poster tersebut, penulis melalui proses yang cukup panjang. Hal ini dikarenakan terdapat beberapa revisi serta alternatif desain yang diminta oleh tim supervisi sesuai yang telah penulis jelaskan pada bagian awal penjelasan. Kemampuan teknis yang penulis dapatkan melalui pengalaman kerja penugasan desain tersebut adalah memahami desain yang akan digunakan dengan menata peletakan sesuai dengan kategori poster utama Gery Roti baik dengan kategori poster Gery Roti Cokelat maupun poster promosi untuk kebutuhan promosi kolaborasi antara produk Gery Roti dengan produk susu Clevo. Dengan tujuan untuk menarik perhatian calon pembeli. Walaupun demikian, dalam prosesnya penulis menemukan pengetahuan serta menjadi lebih memahami struktur poster.

Hal ini disesuaikan dengan pemilihan jenis huruf serta warna yang digunakan agar mampu menyoroti informasi yang ingin produk sampaikan kepada calon konsumen. Selain itu, penulis juga mendapatkan kemampuan dari segi non teknis, sehingga penulis dapat memahami kerja sama antar tim dan mengetahui warna serta efek yang tepat yang perlu digunakan pada proses perancangan poster promosi. Dengan melakukan komunikasi dan mendapatkan pendapat lain dari rekan kerja. Penulis menyadari betapa bermanfaatnya menanyakan pendapat dari rekan kerja lain untuk mendapatkan hasil desain yang lebih efektif dan mengembangkan desain.

Penulis juga mendapatkan kemampuan untuk dapat memutuskan desain yang dapat dipilih atau perlu dikembangkan kembali serta kemampuan untuk manajemen waktu. Sesuai dengan tenggat yang diberikan kepada penulis sesuai waktu yang diberikan oleh klien, admin maupun tim supervisi. Kemudian pada akhirnya hasil desain yang terpilih dikirimkan kepada klien dalam bentuk *file Final Artwork*.

#### **3.3.2.5 *Resize Event Desk Gery***

Pada proyek *Event Desk Gery*, penulis ditugaskan untuk mengubah ukuran *Event Desk* desain utama ke dalam ukuran baru yang terdiri atas dua bagian, yaitu sisi atas dan sisi bawah. Penulis mendapatkan penjelasan detail penugasan langsung dari admin yang ditugaskan untuk melaksanakan proyek produk Gery. Pada sisi atas *Event Desk* diubah ke dalam ukuran 80 cm x 30 cm, sedangkan pada sisi bawah 180 cm x 80 cm dengan resolusi 300 dpi. *Brief* penugasan dijelaskan secara singkat sesuai dengan arahan yang diminta oleh klien terkait. Berikut merupakan detail penugasan yang diserahkan kepada penulis dalam bentuk gambar detail *Event Desk*. Dengan ukuran yang spesifik khususnya pada bagian bawah *Event Desk*.



**Brief Penugasan  
Resize Event Desk Gery**

Gambar 3.46 Detail Penugasan *Resize Event Desk Gery*

Dalam proses perubahan ukuran *Event Desk* penulis mendapatkan arahan dari desainer yang lebih senior. Karena perubahan ukuran *Event Desk* Gery merupakan proyek *resize* pertama penulis, sehingga dalam prosesnya, penulis menanyakan satu dan lain hal agar dapat mengikuti prosedur ukuran *Event Desk* sesuai dengan permintaan yang diberikan klien kepada desainer. Dalam proses perubahan ukuran, desain memiliki dimensi posisi yang sedikit berbeda. Hal ini dapat terlihat melalui ukuran sebelumnya yang cenderung lebih kecil dibandingkan dengan ukuran terbaru yang memiliki ukuran yang lebih lebar.

Setelah memahami struktur *Event Desk* penulis kemudian mulai mengatur ukuran desain pada *Adobe Photoshop* dan melakukan perubahan ukuran sesuai dengan arahan yang disampaikan pada *brief* penugasan yang diserahkan oleh admin kepada penulis. Dalam prosesnya penulis tidak langsung memahami, sehingga penulis mengajukan beberapa pertanyaan sampai pada akhirnya penulis dapat melaksanakan penugasan sesuai dengan kebutuhan desain *Event Desk* yang telah diserahkan kepada penulis untuk dikerjakan. Berikut merupakan tampilan perbedaan ukuran antara kedua nya.



Gambar 3.47 Desain Sebelum dan Sesudah Perubahan Ukuran

Selanjutnya penulis membuat beberapa alternatif perubahan ukuran sesuai dengan ketentuan yang ada pada detail ukuran *Event Desk* terbaru. Dalam proses perubahan ukuran, penulis diminta untuk membuat 2 alternatif perubahan desain sesuai dengan alternatif desain utama yang telah dirancang oleh desainer sebelumnya, yaitu menggunakan desain dengan latar belakang polos berwarna kuning yang kerap kali digunakan pada media promosi Gery serta desain latar belakang serupa dengan sisi samping berwarna biru Gery.

Hal yang membedakan kedua alternatif desain adalah pada segi penggunaan elemen dan penempatan produk yang semula dibuat sedikit miring menjadi lurus atau menghadap ke arah konsumen. Berdasarkan penggunaan alternatif tersebut, dapat disimpulkan bahwa alternatif desain ditujukan agar konsumen dapat fokus dan mengetahui jenis produk apa yang diperlihatkan pada *Event Desk* Gery pada saat acara berlangsung. Berikut merupakan tampilan alternatif desain yang penulis ubah dalam ukuran terbaru dengan menyesuaikan ukuran desain sesuai dengan permintaan klien terkait. Perubahan ukuran terdiri atas dua bagian, yaitu bagian atas *Event Desk* yang merupakan penanda keberadaan Gery, sedangkan desain bagian bawah untuk memberitahukan konsumen mengenai produk Gery yang ditawarkan kepada konsumen.



Gambar 3.48 *Event Desk* Setelah Perubahan Ukuran

Setelah diserahkan kembali kepada admin, penulis diminta untuk menambahkan elemen pola pada bagian latar belakang desain *Event Desk* yang ada pada alternatif lain dari desain utama *Event Desk*. Penulis melaksanakan sesuai dengan permintaan dan menyelesaikan desain yang diminta. Dalam prosesnya terdapat beberapa perubahan, seperti perubahan ukuran logo, ikon maupun produk yang ditampilkan pada *Event Desk*. Kemudian penulis juga diminta untuk mengatur posisi produk yang semula memiliki posisi miring menjadi tegak lurus. Hal ini dilakukan sebagai variasi alternatif desain yang dapat klien tentukan.

Variasi desain diminta agar menjadi variasi bagi pihak klien maupun tim supervisi yang dirasa paling sesuai dan dapat digunakan pada saat acara penggunaan *Event Desk* Gery berlangsung. Setelah melakukan proses perancangan penulis menghasilkan tiga alternatif desain yang disesuaikan dengan arahan admin yang berkaitan langsung dengan proyek *Event Desk* Gery. Mulai dari perubahan ukuran logo, penempatan produk sampai dengan penggunaan elemen visual pendukung yang diletakan pada bagian latar belakang *Event Desk*. Fungsi dari *Event Desk* biasanya digunakan pada acara khusus yang bertujuan untuk mempromosikan produk yang disajikan oleh *brand* terkait.



Gambar 3.49 Alternatif Desain *Event Desk*

Penulis kembali melakukan penambahan elemen pada bagian latar belakang *Event Desk* Gery sesuai dengan permintaan, sesuai dengan alternatif desain utama. Selanjutnya penulis kembali menyerahkan desain kepada admin terkait. Terdapat perubahan kecil yang kembali diminta, yaitu memperbesar ukuran logo “Lapar?” dan “Waktunya Gery”. Ukuran kedua logo disesuaikan diperbesar dan diatur sampai desain sesuai dengan kebutuhan. Hal ini dikarenakan oleh tidak hanya desainer yang harus mengetahui tentang desain, admin terkait juga harus memahami desain dan kebutuhan desain suatu proyek yang dikerjakan bersama.

Dalam proses perubahan ukuran *Event Desk* tahap akhir penulis telah menyelesaikan perubahan ukuran yang kemudian baik *file PNG* maupun *Zip folder* diserahkan kembali kepada admin terkait untuk diperiksa maupun diubah apabila diperlukan dimasa yang akan datang. Berikut merupakan tampilan desain akhir perubahan ukuran *Event Desk* Gery setelah penulis ubah berdasarkan ukuran yang dianjurkan oleh pihak klien, yang kemudian diserahkan kepada admin dan disampaikan kepada klien yang dituju.



Gambar 3.50 Desain Akhir Perubahan Ukuran *Event Desk Gery*

Perubahan ukuran desain *Event Desk Gery* merupakan penugasan pertama penulis untuk melakukan perubahan ukuran desain, sehingga penulis mendapatkan pengalaman serta pengetahuan baru dalam proses penugasan. Berdasarkan pengalaman perubahan ukuran pada *Event Desk Gery* dapat disimpulkan bahwa tidak hanya ukuran kanvas desain yang perlu diubah. Namun, berlaku pada semua ukuran keseluruhan desain.

Selama proses pelaksanaan proyek perubahan ukuran *Event Desk Gery*, penulis juga mengetahui untuk mengubah ukuran desain tidak harus selalu di *copy* dan *paste*. Karena setiap desain yang berpindah kanvas, dapat menyebabkan penurunan kualitas pada grafis visual.

Berdasarkan saran desainer senior, ada baiknya *file* yang dilakukan perubahan ukuran tidak langsung dipindah. Namun, dapat langsung diubah ukuran *canvas* pada *file* terkait, sehingga tidak langsung menurunkan kualitas elemen grafis pada desain. Lalu jangan melakukan penyimpanan langsung. Akan tetapi, lakukan penyimpanan pada *file* terkait dengan nama *file* yang berbeda dengan *file* utama, sehingga desain sebelumnya bisa kembali dibuka atau digunakan di masa yang akan datang atau pada saat dibutuhkan.

Setelah melaksanakan penugasan perubahan ukuran *Event Desk* Gery, penulis mendapatkan beberapa kesimpulan lainnya. Salah satunya dalam hal kendala yang dihadapi dari sisi penulis. Karena pada saat awal proses pelaksanaan penugasan perubahan ukuran pada proyek *Event Desk* Gery, penulis belum memiliki pengalaman yang cukup. Pada awalnya penulis ditanyakan apakah sebelumnya sudah pernah melakukan perubahan pada suatu desain. Penulis menjawab dengan jujur, karena belum berpengalaman dalam perubahan desain. Kemudian supervisi dan admin menawarkan tantangan kepada penulis untuk mempelajari secara langsung dan penulis menerima tantangan tersebut.

Dalam proses pelaksanaan penugasan tersebut, penulis pada awalnya di jelaskan mengenai detail ukuran perubahan desain serta desain maupun alternatif yang akan digunakan pada *Event Desk* dengan ukuran terbaru. Selanjutnya, penulis melaksanakan proses perubahan desain sesuai dengan arahan serta menanyakan beberapa hal yang penulis tidak pahami kepada desainer yang lebih senior.

Solusi yang penulis lakukan terhadap kendala pada permasalahan tersebut adalah dengan berkomunikasi, mengkonfirmasi, memahami serta mengadaptasi hasil pemahaman yang penulis dapatkan melalui pengetahuan yang diberikan oleh desainer senior. Dalam hal perubahan ukuran ada baiknya menggunakan *file* yang sama dan diubah dari segi ukuran pada *canvas* desain, sehingga tidak memerlukan pemindahan logo dengan cara membuat *file* baru dan melakukan *copy paste* logo pada ukuran baru. Dengan melakukan perubahan ukuran melalui *canvas* desain dapat mengurangi penurunan resolusi. Hal ini dikarenakan setiap pemindahan dengan metode *copy paste* cenderung menurunkan resolusi gambar maupun vektor, sehingga penulis mengubah pada ukuran *canvas* desain sesuai ukuran dan penempatan elemen desain sebelum melakukan perubahan.

Walaupun demikian, pada saat proses perubahan ukuran tata letak bisa diubah sedikit sesuai dengan ukuran *canvas* yang digunakan. Melalui pengalaman pada proses penugasan tersebut, penulis mendapatkan pengetahuan baru serta dapat melaksanakan penugasan sampai dengan tahap akhir dan melakukan perubahan desain utama sampai dengan desain alternatif sesuai dengan yang diarahkan oleh supervisi dan admin yang berkaitan langsung dengan proyek *Event Desk Gery*.

Setelah melaksanakan penugasan perubahan ukuran *Event Desk Gery*. Kemampuan baru yang penulis dapatkan adalah pemahaman terhadap perubahan ukuran desain pada suatu media cetak serta memahami komposisi desain yang tepat pada saat melakukan perubahan ukuran desain. Mulai dari penempatan tata letak logo, elemen visual pendukung serta penempatan 3D produk kemasan pada desain *Event Desk Gery*. Dalam proses pelaksanaan penugasan, tugas utama penulis hanya sampai pada proses perancangan, revisi, proses mendesain sampai dengan pembuatan *file Final Artwork*, sehingga penulis tidak mengetahui jenis material yang digunakan pada saat mencetak media yang penulis desain. Hal ini dikarenakan setelah sampai pada tahap pembuatan *file Final Artwork* segala hal yang berkaitan dengan proses mencetak diserahkan kepada tim klien terkait.

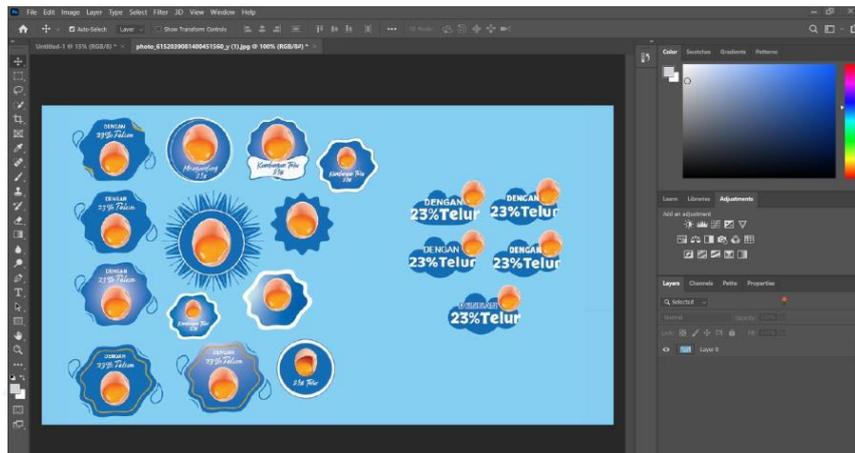
#### **3.3.2.6 Label Dengan 23% Telur Produk Dilan**

Pada penugasan perancangan desain label “Dengan 23% Telur” produk Dilan merupakan penugasan pertama penulis merancang desain label, sehingga dalam prosesnya penulis memutuskan melakukan eksplorasi desain. Namun, dalam proses mendesain penulis tidak merancang sendiri, melainkan dilakukan bersama dengan desainer lain untuk mendapatkan alternatif desain yang dapat dipilih oleh pihak klien terkait.

Dalam proses perancangan alternatif desain label, penulis mencari berbagai referensi melalui internet, Pinterest dan lain sebagainya. Hal ini dilakukan agar penulis mendapatkan gambaran jenis desain yang cocok, dirancang dan dapat dikombinasikan dalam desain yang cocok dan dapat digunakan sebagai desain label kemasan makanan ringan produk Dilan. Berikut merupakan susunan referensi desain yang penulis temukan dan gunakan dalam proses perancangan alternatif desain label kandungan telur produk.

Perancangan alternatif desain label dibuat dengan berbagai variasi. Mulai dari desain penampang label dengan bentuk lingkaran, oval dan awan yang disertai dengan elemen pendukung pada sisi label. Selain itu, penulis juga diminta untuk mencari alternatif gambar telur yang dicantumkan pada label. Berdasarkan revisi yang diberikan klien, desainer diminta untuk mencari alternatif gambar telur yang mengarah ke arah depan, tampak jelas dan menyoroti kandungan telur pada produk. Berikut merupakan beberapa alternatif desain yang penulis buat dalam proses perancangan label kandungan telur pada kemasan produk Dilan.

Setelah diserahkan kepada tim supervisi. Penulis mendapatkan saran dan kembali diminta untuk membuat alternatif desain yang dipilih tim supervisi untuk dikembangkan. dan kembali melakukan eksplorasi desain label lainnya yang dapat diadaptasi dalam label produk makanan kemasan. Alternatif desain selanjutnya adalah alternatif dengan bentuk awan serta penempatan telur pada bagian kanan atas label dengan penambahan vektor pendukung pada sisi kanan dan kiri label. Dengan alternatif bentuk penampang label dengan warna solid, perbedaan efek penulisan pada kata “Dengan” dan “23% Telur” serta penambahan *stroke* pada bagian penampang. Dengan tujuan memperjelas keberadaan label yang dimunculkan pada *pack* Dilan yang akan dibawa kepada desain tahap akhir.



Gambar 3.51 Alternatif Desain Label Kandungan Telur Tahap I

Walaupun demikian, penulis kembali diminta menambahkan elemen lain pada alternatif label dan menjadikan desain sebagai alternatif baru, sehingga penulis kembali mengeksplorasi desain label kandungan telur pada kemasan produk Dilan. Dalam proses perancangan alternatif baru penulis mendapatkan 4 desain, yaitu penampang label berbentuk awan dengan telur yang ada pada sisi kanan label serta elemen pendukung pada sisi kanan dan kiri penampang label. Selanjutnya, pada penulisan kata “Dengan” dan “23% Telur” diberikan alternatif dengan *stroke* berwarna gelap dan alternatif desain dengan efek yang menyerupai bentuk 3 dimensi.

Dalam proses perancangan desain label, penulis mengalami masa kehilangan ide, sehingga untuk mengatasi hal tersebut. Penulis memutuskan untuk melihat referensi jenis label yang sudah pernah dirancang oleh desainer sebelumnya maupun *pack* yang berada di supermarket. Setelah mencari beberapa inspirasi serta masukan dari tim supervisi, penulis kembali menemukan jenis desain dan memutuskan untuk langsung membuat desain melalui *Adobe Illustrator*. Hal ini dilakukan agar penulis dapat mengubah *shape* maupun bentuk elemen sesuai dengan kebutuhan. Berikut merupakan beberapa desain label setelah melakukan perbaikan.



Gambar 3.52 Alternatif Desain Label Kandungan Telur Tahap II

Setelah melakukan perbaikan dan penambahan pada alternatif desain. Penulis kembali diminta untuk memperbesar elemen pendukung yang ada pada sisi penampang label, sehingga dapat terlihat dengan jelas. Tipe desain pada elemen pendukung adalah vektor yang membentuk garis yang terbentuk dari *stroke* tanpa warna pada bagian dalam vektor, sehingga alternatif desain yang telah dirancang dapat menyatu dengan warna latar belakang yang digunakan pada kemasan produk Dilan.

Setelah melakukan serangkaian proses perancangan label kandungan telur pada produk kemasan Dilan. Penulis mendapatkan pengalaman serta pengetahuan baru dalam prosesnya. Karena proyek penugasan label “Dengan 23% Telur” merupakan penugasan pertama penulis untuk mendesain sebuah label untuk kebutuhan desain kemasan. Setelah melakukan desain label tersebut, penulis mendapatkan beragam penugasan lainnya. Salah satunya melakukan perancangan desain label promo untuk produk baru Clevo, Dalam proses perancangan alternatif desain penulis menyadari, jenis desain yang dibuat untuk label cenderung memiliki warna yang berbeda. Walaupun demikian, warna yang dipilih harus sesuai dengan warna produk utama. Dengan kombinasi warna yang dapat langsung mengarahkan calon pembeli pada kandungan produk pada saat menemukan kemasan produk.



Gambar 3.53 Desain Akhir Label Kandungan Telur Terpilih

Kendala yang dihadapi oleh penulis dalam proses perancangan label persentase telur pada produk Dilan adalah dalam hal proses perancangan label. Hal ini dikarenakan oleh pada penugasan ini merupakan kali pertama penulis merancang desain label pada produk kemasan, sehingga dalam prosesnya penulis berusaha untuk memahami kebutuhan desain yang diperlukan dalam perancangan label produk kemasan. Salah satunya dengan melihat beberapa jenis desain label melalui internet maupun media penyedia referensi visual, seperti *freepik* atau Pinterest. Dalam proses mendesain penulis membuat beberapa jenis alternatif seperti yang telah dijelaskan pada bagian awal penugasan.

Solusi yang penulis lakukan setelah melaksanakan proses perancangan label persentase telur pada produk Dilan adalah dengan merancang beberapa alternatif desain dan menyerahkan desain kepada tim supervisi. Hal ini dilakukan untuk mendapatkan umpan balik dari desain label yang telah penulis rancang. Setelah mendapatkan umpan balik, salah satu label dipilih oleh tim supervisi dan penulis perbaiki sesuai dengan penjelasan pada proses penugasan dan kemudian penulis kembangkan dan perbaiki sesuai dengan arahan supervisi. Kemampuan yang penulis dapatkan setelah melaksanakan proses perancangan label persentase telur produk Dilan adalah memahami struktur perancangan desain label pada produk makanan kemasan dan membuat beberapa alternatif desain sampai pada akhirnya penulis menemukan jenis desain yang dirasa tepat untuk digunakan pada kemasan produk terkait.

### **3.4 Kendala dan Solusi Pelaksanaan Magang**

Selama proses pelaksanaan program magang di PT Wira Imaji Nyata, penulis menemukan beberapa kendala. Walaupun demikian, kendala yang dialami penulis sekaligus menjadi kesempatan bagi penulis, untuk mengembangkan diri secara langsung di perusahaan yang bergerak di industri kreatif. Selain itu, penulis menyadari minimnya pengalaman kerja membuat penulis mendapatkan banyak pengetahuan serta pengalaman berharga selama menjalani program magang. Berikut merupakan pembahasan kendala yang dialami penulis selama menjalani proses magang disertai solusi yang penulis lakukan untuk mengatasi kendala yang dihadapi selama bekerja di PT Wira Imaji Nyata, sehingga dapat melaksanakan segala tanggung jawab pekerjaan yang dipercayakan kepada penulis dan mencapai hasil yang mencapai kebutuhan klien yang dituju.

#### **3.4.1 Kendala Pelaksanaan Magang**

Terdapat beberapa kendala yang penulis temukan selama pelaksanaan magang di PT Wira Imaji Nyata terbagi menjadi 2 kategori, yaitu kendala internal dari sisi penulis serta kendala eksternal yang merupakan masalah teknis dari perusahaan tempat penulis melaksanakan magang. Dengan adanya kendala tersebut, penulis mengetahui dan memahami cara untuk menyikapi permasalahan yang terjadi dalam sebuah perusahaan secara profesional, sesuai dengan etika kerja. Berikut merupakan pembahasan setiap kendala yang penulis alami selama melaksanakan magang di PT Wira Imaji Nyata.

##### **1. Melaksanakan Magang Pada Perusahaan di Luar Peminatan Utama**

Melakukan magang pada perusahaan di luar kemampuan penulis menjadi tantangan utama bagi penulis untuk menjalani proses magang tanpa pengalaman yang serupa, sehingga penulis diharuskan untuk mempelajari segala hal dalam waktu singkat. Hal ini dikarenakan peminatan utama penulis adalah desain interaktif, sedangkan tempat penulis melaksanakan program magang

merupakan perusahaan dengan pekerjaan utama mendesain kebutuhan produk, seperti merancang desain kemasan. Walaupun demikian, tidak menutup kesempatan penulis untuk mempelajari hal baru serta meningkatkan kemampuan penulis dalam mendesain. Dengan melaksanakan program magang penulis menyadari kemampuan mendesain tidak harus terpaku dalam satu sisi. Namun, dengan melakukan eksplorasi desain dapat mengembangkan serta meningkatkan kemampuan sebagai seorang desainer grafis.

## **2. Minimnya Pengetahuan Penulis Terhadap Desain Kemasan**

Pada awal pelaksanaan magang penulis tidak memiliki pengalaman dalam lingkungan pekerjaan maupun pengetahuan mengenai desain kemasan, sehingga dalam proses pelaksanaan magang, penulis banyak bertanya pada rekan satu pekerjaan dan mencari beberapa metode melalui video tutorial. Namun, dengan adanya pengalaman mendesain pada saat melaksanakan perkuliahan serta tugas akhir. Penulis tidak sepenuhnya tidak memiliki pengalaman dalam mendesain. Dalam proses pelaksanaan magang, penulis berkembang dan mampu beradaptasi dalam waktu yang singkat dan mempelajari desain kemasan maupun kebutuhan desain promosi produk.

## **3. Ukuran *File* yang Cukup Besar**

Selain itu, selama proses pelaksanaan program magang, penulis juga mengenal *file* berukuran besar. Namun, karena pelaksanaan magang dilaksanakan secara langsung di tempat kerja secara *offline*. Hal ini tidak menghambat pekerjaan penulis di tempat magang. Akan tetapi, karena *file* yang berukuran besar, penulis membutuhkan waktu yang cenderung lebih lama dibandingkan dengan *file* berukuran sedang sampai kecil, sehingga perlu bersabar pada saat menunggu proses membuka *file*, pemindahan vektor, ilustrasi kompleks maupun perubahan pada tata letak desain.

### 3.4.2 Solusi Pelaksanaan Magang

Dengan adanya kendala tersebut, tidak menutup peluang bagi penulis untuk mencari solusi serta mengembangkan diri sebagai seorang *graphic designer*. Kendala membantu penulis untuk menganalisis, mempelajari serta memahami lingkungan pekerjaan dengan lebih baik, sehingga secara alami penulis dapat menghadapi permasalahan dengan profesional serta solusi yang efektif untuk diterapkan tanpa mengganggu tanggung jawab pekerjaan yang telah dipercayakan kepada penulis, yaitu:

#### 1. Beradaptasi Dengan Lingkungan Kerja Baru

Solusi mempelajari lingkungan pekerjaan baru adalah dengan menganalisis serta memahami sistem alur kerja. Lingkungan pekerjaan baru menjadi peluang bagi penulis untuk berkembang menjadi desainer grafis yang profesional dalam lingkungan pekerjaan. Dalam proses pelaksanaan magang, penulis memahami magang tidak hanya sekedar mempelajari lingkungan pekerjaan. Namun, ikut terjun dalam masyarakat produktif serta memahami berbagai jenis desain. Mulai dari memahami tren desain masa kini, cara merancang desain kemasan sampai dengan perancangan desain kebutuhan promosi produk serta mengikuti *workshop* kreatif dengan tujuan membuka wawasan baru.

#### 2. Aktif Bertanya Mengenai Hal yang Tidak Dipahami

Memahami alur kerja perusahaan yang memberikan layanan kebutuhan desain produk kemasan disertai proses pencarian referensi desain. Penulis menyadari banyak kekurangan sebagai karyawan magang yang minim pengalaman bekerja. Namun, penulis berkembang bersama rekan kantor yang suportif dan selalu dengan sabar menjelaskan hal-hal yang perlu dipahami dan diketahui oleh penulis, seperti bertanya mengenai tips desain kepada rekan kerja yang lebih senior atau mencari cara mendesain secara mandiri salah satunya dengan mencari tutorial melalui video Youtube.

### 3. *File* Berukuran Besar Membutuhkan Waktu Lebih

Meminta saran dan tips dari rekan kerja yang merupakan senior desainer grafis mengenai file berukuran besar. Ukuran file besar menjadi salah satu pengetahuan baru bagi penulis pada saat melaksanakan pekerjaan di tempat magang. Dengan berkomunikasi dan meminta saran penulis mendapatkan informasi serta metode baru untuk mendesain dengan memperhatikan setiap objek atau vektor agar tidak bertumpuk, sehingga ukuran file tidak sebesar yang sebelumnya. Akan tetapi, file berukuran besar tidak bisa dihindari. Terutama pada saat penulis diharuskan merancang desain untuk kebutuhan, seperti *backdrop* atau jenis *file* yang membutuhkan banyak jenis elemen desain dalam satu *file* yang sama.

