

BAB III

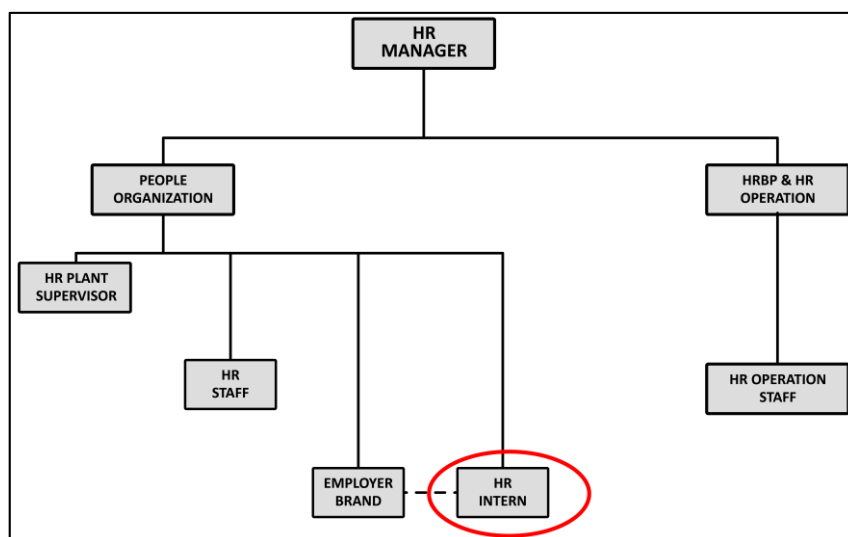
PELAKSANAAN MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi Pelaksanaan Magang

Selama melaksanakan proses kerja magang di PT URC Indonesia, penulis ditempatkan sebagai bagian dari departemen *Human Resource Development* atau HRD sebagai desainer grafis, sesuai dengan latar belakang pendidikan. Tugas yang diberikan sesuai pula dengan kapasitas pekerja magang dan segala pekerjaan yang dilakukan akan berkoordinasi dengan seorang *Supervisor* pada yang sama demi kelancaran magang.

3.1.1 Kedudukan Pelaksanaan Magang

Pada masa pelaksanaan magang di PT URC Indonesia, penulis ditempatkan pada posisi pekerjaan sesuai dengan latar belakang pendidikan yaitu sebagai desainer grafis di bawah departemen *Human Resource Development* di dalam subdivisi *Engagement and Employer Branding* setelah melalui proses wawancara dan posisi bekerja yang terbuka dari perusahaan.

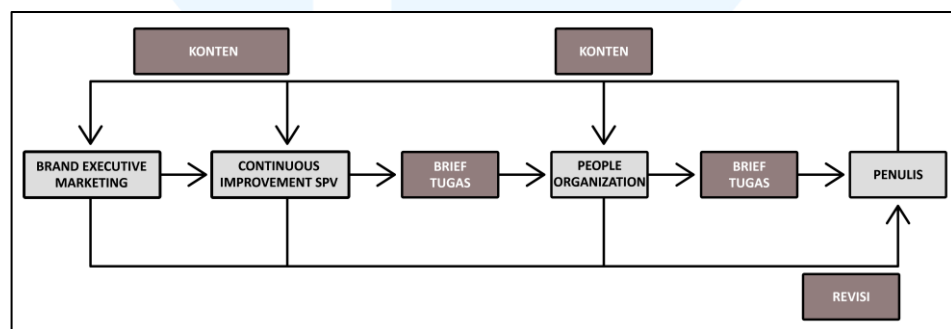


Gambar 3. 1 Kedudukan HR Intern

Dalam rangka memastikan kelancaran kerja selama masa magang berlangsung, penulis melakukan koordinasi bersama dengan *Supervisor* langsung, yaitu salah satu bagian dari departemen HRD.

3.1.2 Koordinasi Pelaksanaan Magang

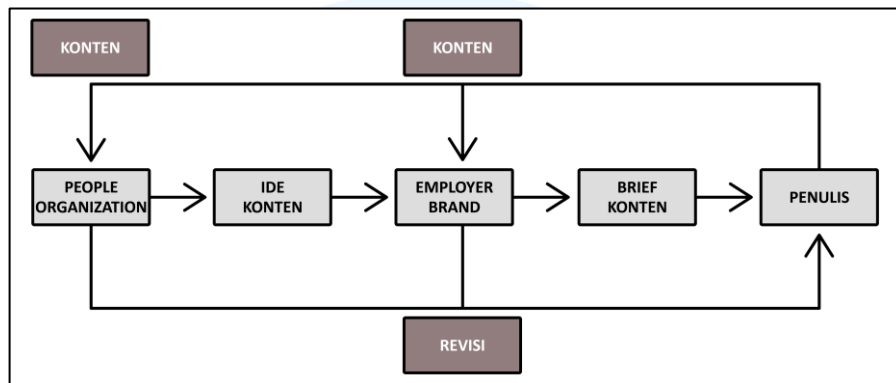
Proses koordinasi pelaksanaan magang penulis bagi menjadi dua tahap, yaitu koordinasi penugasan proyek besar yaitu *Annual Yearbook* 2024 URC Indonesia dan koordinasi penugasan desain media sosial. Pada koordinasi penugasan proyek besar yaitu *Annual Yearbook* 2024 URC Indonesia, penulis diberikan *brief* tugas pertama oleh PIC perancangan dari departemen Marketing, yang menjadi bagian dan tim perancangan buku, lalu *brief* tugas tersebut diteruskan kepada tim perancangan kedua sebelum nantinya sampai pada *Supervisor* yang menjadi jembatan langsung antara tim perancangan dengan penulis.



Gambar 3. 2 Struktur Koordinasi *Annual Yearbook*

Penulis diberikan waktu pengerjaan tugas *layouting* dan konsep desain *Annual Yearbook* selama kurang lebih 1-3 minggu dan asistensi dilakukan melalui *Supervisor* dan tim perancangan lainnya. Apabila ada revisi yang disampaikan dari ketiga pihak (2 tim perancangan dan *Supervisor*), maka akan diberikan kembali kepada penulis untuk diulang proses-proses asistensi dan revisi tersebut hingga mencapai hasil *output* yang diharapkan. Pengerjaan *Annual Yearbook* ini berlangsung semenjak minggu kedua proses magang berlangsung sampai menuju waktu Lebaran 2025.

Kedua, pada koordinasi penugasan desain konten media sosial, penulis melakukan koordinasi dengan dua pihak saja, yaitu anggota subdivisi *Employer Brand* dan *Supervisor*.



Gambar 3. 3 Struktur Koordinasi Konten Media Sosial

Ide konten diberikan pertama kali oleh seorang *Supervisor* dan diteruskan kepada *Employer Brand* untuk dibentuk sebuah *brief* terperinci mengenai ide dan konsep desain, lalu *brief* tersebut berikan kepada penulis untuk dilakukannya pengerjaan desain konten media sosial. Proses pengerjaan desain konten dilakukan selama kurang lebih 1-2 hari, tergantung tingkat kesulitan konten itu sendiri. Selain itu, proses asistensi dan revisi dilakukan secara paralel antara kepada *Employer Brand* dan *Supervisor*.

3.2 Tugas yang Dilakukan

Seluruh tugas yang dilakukan penulis selama proses magang bersama PT URC Indonesia tidak jauh dari latar belakang pendidikan, yaitu desain grafis. Tugas-tugas yang dilakukan oleh penulis selama periode magang dari bulan Februari hingga Mei adalah sebagai berikut:

Tabel 3. 1 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Magang

Minggu	Tanggal	Proyek	Keterangan
1	4 – 7 Februari 2025	IG Story dan <i>Annual Yearbook</i>	Post media sosial "Valentine's Day", <i>brainstorming layout</i> dan ide/konsep buku tahunan, merancang aset visual dan <i>stylescape Annual Yearbook URC Indonesia 2024</i>

2	10 – 14 Februari 2025	<i>Annual Yearbook</i>	<i>Follow up</i> konten/materi sambutan BoD dan <i>All Function</i> departemen, revisi layout dan desain <i>Annual Yearbook</i>
3	17-21 Februari 2025	<i>Annual Yearbook</i>	Menyelesaikan <i>Annual Yearbook</i> 100%, revisi desain dan layout <i>Annual Yearbook</i> , merancang dan desain konten “Perkenalan <i>Intern</i> ”
4	24 – 28 Februari 2025	<i>Annual Yearbook</i> dan IG Feed	Desain konten “Perkenalan <i>Intern</i> ”, fotografi departemen, merancang desain <i>key visual</i> informasi “Buka Bersama”, <i>key visual</i> “International Women’s Day”, <i>key visual</i> “Block Your Calendar”, merancang poster “GM Message Lebaran 2025”, mockup packaging Piattos
5	3 – 7 Maret 2025	<i>Annual Yearbook</i> , IG Feed	Fotografi dan <i>photo manipulation</i> departemen, desain <i>key visual</i> “International Women’s Day” untuk IG Feed URC Indonesia
6	10 – 14 Maret 2025	<i>Annual Yearbook</i> , <i>Handbook</i>	Banner Buka Bersama, edit video “Welcome to Jakarta”, <i>Annual Yearbook</i> URC 2024, <i>handbook</i> HR Regional Conference 2025
7	17 – 21 Maret 2025	<i>Handbook</i> , <i>Trailer Video</i> , <i>Key Visual</i>	Menyelesaikan video “Welcome to Jakarta”, revisi HR Regional Conference 2025 <i>handbook</i> , <i>key visual</i> Halal Bihalal
8	24 – 26 Maret 2025	Halal Bihalal, <i>Trailer Video</i> , Infografis	Revisi video “Welcome to Jakarta”, desain keperluan Halal Bihalal, banner Selamat Idul Fitri 1446 H, menyelesaikan HR Regional Conference 2025 <i>handbook</i>
9	7-11 April 2025	<i>HR Regional Conference</i> 2025	<i>Storyboard HR Regional Conference</i> , revisi desain <i>handbook HR Regionals</i> , revisi

			layout dan desain cover <i>handbook HR Regionals</i>
10	14-17 April 2025	<i>HR Regional Conference 2025</i>	Revisi konten <i>handbook HR Regionals 2025</i> , merancang <i>storyboard untuk opening video HR Regionals 2025</i>
11	21-25 April 2025	<i>HR Regional Conference 2025</i>	Video opening <i>HR Regional Conference 2025</i> , revisi materi <i>handbook HR Regionals 2025</i> , video konten Instagram URC Indonesia
12	28 April – 2 Mei 2025	<i>HR Regional Conference 2025</i>	Revisi video opening dan trailer HR Regionals 2025, revisi konten " <i>Role di FGMC</i> ", rekam video konten Instagram URCID
13	5-9 Mei 2025	<i>HR Regional Conference 2025</i>	Revisi materi <i>handbook HR Regionals 2025 (rundown dan activity overview)</i> ,
14	13-16 Mei 2025	<i>HR Regional Conference 2025</i>	Revisi stiker, <i>handbook HR Regionals 2025</i> , uji coba set kamera untuk HR Regionals 2025, revisi video konten " <i>Townhall Meeting & Market Visit Bandung</i> ", mempersiapkan desain dan informasi untuk HR Regionals 2025
15	19-23 Mei 2025	<i>HR Regional Conference 2025</i>	Setup kamera, audio, <i>backdrop</i> , dan laptop untuk HR Regionals 2025, Fotografi kegiatan HR Regionals 2025, Koordinasi dengan tim IT dan <i>Concierge</i> hotel untuk keperluan HR Regionals 2025, Koordinasi dengan tim URC Internasional
16	26-30 Mei 2025	Konten URC Indonesia	Desain poster ucapan "Kenaikan Isa Al-Masih 2025", Melanjutkan desain informasi musholla URC, Video "Recap HR Regional Conference 2025 Moments", Revisi Annual Yearbook 2024 URC Indonesia

Rincian tugas yang dicantumkan di dalam tabel 3.1 dituliskan dalam format mingguan dan terhitung sudah 16 minggu yang dihadapi danalui oleh penulis dalam perjalanan proses kerja magang dengan PT URC Indonesia. Tugas-tugas yang dicantumkan pada tabel 3.1 juga mencakup seluruh tugas dari mulai tanggal 3 Februari 2025 sampai 30 Mei 2025, tanpa menghitung hari libur dan tanggal merah sesuai dengan ketentuan kantor pula.

3.3 Uraian Pelaksanaan Magang

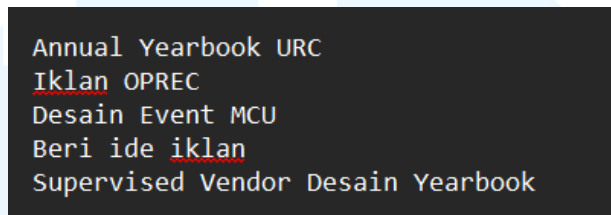
Selama menjalani proses kerja magang sebagai *graphic designer intern*, penulis terlibat dalam berbagai proyek, baik proyek besar seperti perancangan *Annual Yearbook* atau proyek kecil seperti desain konten media sosial oleh pihak internal PT URC Indonesia. Tugas utama penulis dimulai dari menjadi perancang *layout*, konsep dan ide desain halaman buku, namun juga membantu seorang *Employer Brand* untuk mencari ide dan merancang desain konten media sosial keperluan PT URC Indonesia di sela-sela pengerjaan proyek besar utama. Pengerjaan konten media sosial ini mencakupi merancang desain *post feed* Instagram dalam bentuk grafis atau video yang bertujuan untuk memperlihatkan kegiatan keseharian karyawan PT URC Indonesia (*Life at URC*).

3.3.1 Proses Pelaksanaan Tugas Utama Magang

Sebagai tugas utama penulis selama menjalani magang sebagai *graphic design intern* di PT URC Indonesia, penulis diberikan tanggung jawab untuk membantu sebuah tim dalam proses perancangan media cetak *Annual Yearbook* URC Indonesia 2024. *Annual Yearbook* disini merupakan sebuah media cetak berupa buku berukuran A4 yang diproduksi oleh PT URC Indonesia setiap tahunnya dan mencakup informasi mengenai seluruh kegiatan, pencapaian, dan perkembangan yang dialami oleh PT URC Indonesia selama setahun, dan pada kesempatan ini, penulis dipercaya untuk merancang visual.

Dalam proses perancangan *Annual Yearbook*, penulis tidak bekerja sendiri, melainkan bekerja sama dengan seorang *Brand Executive Marketing* dan *Continuous Improvement Supervisor* sebagai pihak penyedia informasi, dan *People Organization* yang merupakan *Supervisor* sekaligus penyedia informasi

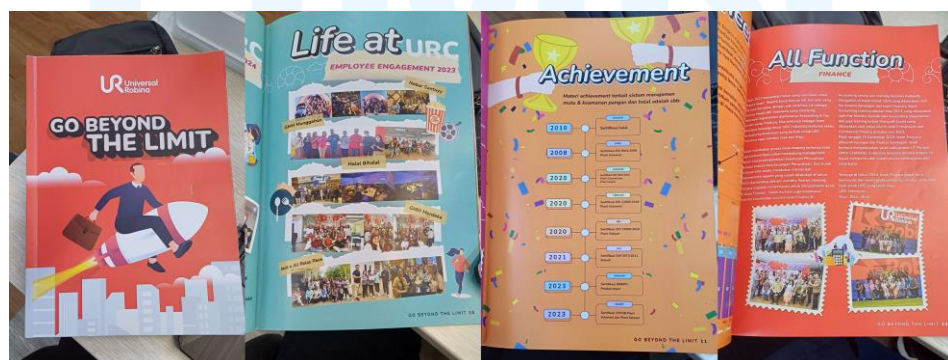
pula. Pada saat pertama kali bergabung sebagai seorang *intern*, tugas utama ini sudah diberikan sebagai *brief* oleh *Supervisor* kepada penulis sebagai salah satu kewajiban pekerjaan yang akan dilakukan selama berproses bersama PT URC Indonesia. Berikut ini adalah bukti catatan dari *brief* tugas apa saja yang penulis dapatkan saat pertama kali bergabung di perusahaan.



Annual Yearbook URC
Iklan OPREC
Desain Event MCU
Beri ide iklan
Supervised Vendor Desain Yearbook

Gambar 3. 4 *Brief* Tugas Intern

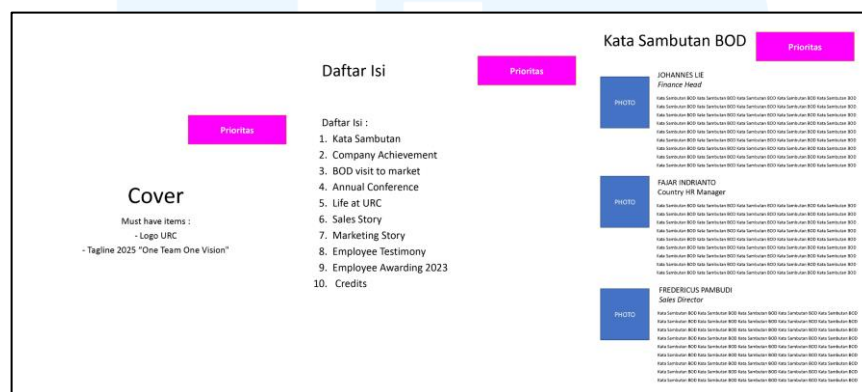
Setelah menerima *brief*, penulis langsung dimasukkan ke dalam sebuah grup oleh *Supervisor* untuk mempermudah koordinasi dan komunikasi selama berlangsungnya proses pengerjaan *Annual Yearbook*. Tugas utama penulis dalam perancangan *Annual Yearbook* ini adalah sebagai perancang *key visual* garis besar dari buku ini, mulai dari pemilihan warna, *layout*, jenis dan ukuran *font* yang akan dipakai, serta penempatan setiap halaman dari buku agar sesuai dengan *Annual Yearbook* pada tahun sebelumnya. Sebelum memulai pekerjaan, penulis diberikan bentuk buku tahunan tahun 2023 yang telah dibentuk dan dicetak oleh URC Indonesia pada tahun lalu, dan berikut adalah foto tampilan dari *Annual Yearbook* URC Indonesia 2023 tersebut.



Gambar 3. 5 *Annual Yearbook* URC Indonesia 2023
Sumber: URC Indonesia

Melihat dari contoh hasil buku tahunan yang telah dicetak, penulis sudah dapat membayangkan bagaimana isi, *layout*, dan penempatan dari satu halaman

ke halaman yang lainnya, dan penyelesaian dari hasil akhir *Annual Yearbook* ini sendiri dilakukan sebuah vendor yang telah dipercaya oleh perusahaan, jadi penulis hanya butuh memikirkan dan merancang garis besar dari desain buku sebagai gambaran kasar dan/atau *guidance* bagi sang vendor untuk menyelesaikan buku nantinya. Namun sebelum itu juga, penulis diberikan pula sebuah tautan panduan mengenai halaman apa saja yang harus dicantumkan di dalam buku oleh *Supervisor*, dan berikut adalah tampilan dari panduan halaman yang diberikan sebagai acuan.



Gambar 3. 6 Panduan Halaman
Sumber: PT URC Indonesia

Dengan mendapatkan panduan halaman seperti di atas, penulis lebih mudah untuk dapat memahami apa maksud dari tugas yang diberikan dan tidak perlu lagi menerawang secara sendiri dalam melakukan tugas desain *Annual Yearbook*. Selain adanya panduan halaman, penulis juga selanjutnya diberikan sebuah referensi oleh *Supervisor* berupa *Annual Report* milik perusahaan lain, dan nantinya referensi tersebut akan menjadi acuan pula, namun dari segi gaya visual. Melihat dari gambar 3.5 di atas, yaitu tampilan dari *Annual Yearbook* tahun 2023, *Supervisor* melihat ada beberapa kekurangan yang membuat buku tersebut tidak enak atau layak untuk dibaca, dan dari permasalahan yang disebutkan, semua mengerucut pada satu dan dua hal yang sama, yaitu warna yang dipakai pada setiap halaman terlalu terang dan berwarna-warni, dan pemakaian *font* yang tidak sesuai dengan warna latar yang dipakai tadi. Maka dari itu, penulis sudah paham solusi seperti apa yang harus diberikan demi memperbaiki masalah pada *Annual Yearbook*.

Selesai dengan menerima seluruh informasi yang didapatkan, mulai dari *brief* sampai panduan pengerjaan, baru penulis dapat memulai proses pengerjaan desain ini. Dalam proses pengerjaan, penulis menggunakan *website* desain yaitu Canva, guna untuk menyesuaikan dengan keperluan perusahaan yang cenderung memakai *website* tersebut untuk mengerjakan konten dalam bentuk desain. Setelahnya, menyesuaikan dengan panduan halaman yang diberikan, penulis memulai dengan merancang bagian *cover* atau sampul dari *Annual Yearbook* dan seperti proses desain pada biasanya, penulis langsung menuju Pinterest dan Behance untuk mencari referensi. Pencarian referensi ini dipermudah dengan melihat *tagline* atau tema dari *Annual Yearbook 2024* yaitu “*One Team, One Vision*” atau yang diartikan “satu tim, satu visi”, dengan begitu penulis langsung mencari referensi menggunakan salah satu atau kedua kata di dalam *tagline* sebagai *keyword* pencarian.



Gambar 3. 7 Referensi Visual Cover *Annual Yearbook*

Gambar 3.7 di atas merupakan hasil dari pencarian penulis dalam mengumpulkan berbagai referensi melalui *website* Pinterest dan Behance. Seluruh referensi yang telah dikumpulkan menjadi satu di atas diperoleh dengan menggunakan *keyword* “*teamwork*” dan “*team*” menyamakan dengan tema dari *Annual Yearbook URC* tahun 2024. Setelah melihat referensi yang dimiliki, penulis cenderung mendapatkan ide visual bohlam lampu yang terang

benderang dan menggunakan aset visual manusia-manusia yang saling membantu satu sama lain untuk mengangkat lampu terang benderang tersebut. Bohlam lampu disini dipakai karena seringkali melambangkan munculnya ide atau inovasi, dan dengan menyesuaikan tema buku ini, bohlam lampu juga dapat digambarkan sebagai hasil visi yang telah dibangun oleh sebuah kelompok secara bersamaan. Lalu, aset visual manusia-manusia yang hendak dipakai melambangkan sekelompok orang yang berada dalam satu tim, dan mereka saling membantu satu sama lain untuk mengangkat dan membangun satu visi yang direpresentasikan oleh bohlam lampu tersebut.

Untuk memulai proses desain, penulis melakukan pengerjaan aset visual melalui Adobe Illustrator dan aset visual yang dibentuk menggunakan gaya visual vektor untuk menyesuaikan dengan perintah *Supervisor* dan mendekati dengan referensi yang diberikan oleh *Supervisor* pula sebagai contoh utama. Namun sebelum proses vektor aset visual ini dilakukan, penulis mencari beberapa gambar melalui Google berupa gambar bohlam lampu dan beberapa pose seseorang yang sedang menjangkau ke atas. Gambar referensi yang telah ditemukan akhirnya disusun sedemikian rupa sesuai dengan visi penulis dan berikut adalah hasil dari penyusunan gambar dan pose referensi dan hasil dari proses vektorisasi nya.



Gambar 3. 8 Proses Vektoriiasi Aset Visual 1

Pada gambar 3.8 dapat terlihat bahwa proses pengumpulan referensi bohlam lampu dan beberapa pose mempermudah penulis dalam melihat kecocokan dari pemakaian aset visual manusia dan bohlam lampu, serta dapat menyesuaikan pula perbandingan ukuran antara bohlam lampu dan kumpulan aset manusia di bawahnya agar tidak terlalu besar, namun tidak terlalu kecil juga, mengusahakan untuk keduanya *balance* satu sama lain. Warna yang dipakai pada aset visual ini mengikuti dengan *color palette branding* perusahaan, diantara lain merah, biru, hijau, ungu, dan jingga. Perpanduan warna dan pemilihan pemakaian warna pada aset visual dilakukan sendiri oleh penulis, akan tetapi tetap ada dilakukannya asistensi kepada *Supervisor* yang memberikan keputusan akhir dalam setiap *progress* desain.



Gambar 3. 9 Proses Vektoriiasi Aset Visual 2

Proses pembuatan aset visual vektor dari sampul *Annual Yearbook* URC Indonesia ini penulis lakukan dengan proses *tracing* contoh pose dari referensi yang telah digabungkan dan memakai gaya visual vektor abstrak sebagai hasil akhir dari aset visual pertama. Setelah itu, untuk aset visual bohlam lampu, penulis tetap melakukan proses *tracing* bentuk bohlam asli sebagai referensi dan memakai gaya visual vektor sebagai hasil akhir dari aset.



Gambar 3. 10 Hasil Desain Cover

Setelah membentuk aset visual untuk sampul *Annual Yearbook*, penulis beralih dari Adobe Illustrator menuju Canva sebagai tempat utama pengerjaan tugas, dan menggunakan Canva, penulis menyusun aset visual yang dibuat menggunakan Adobe Illustrator tersebut secara satu persatu ke dalam halaman A4 dan menyusun serta menyesuaikan ulang ukuran masing-masing gambarnya. Selain itu, menggunakan aset bawaan dari Canva, penulis menempatkan bagian gunung sebagai tapakan aset anggota tim untuk mengangkat aset bohlam lampu, dan untuk memberikan efek bersinar pada bohlam lampu, penulis menggunakan aset Canva berupa *glowing light*. Selain itu, untuk memperoleh tipografi judul dari *Annual Yearbook*, penulis kembali memakai Adobe Illustrator dan menggunakan *font* dengan nama Fineday Style One dan memberikan efek *transform* untuk memberikan tampilan 3D pada teks. *Supergraphic* yang dapat terlihat di balik aset gunung dan awan sekitar teks judul *Annual Yearbook* adalah aset dari perusahaan dan diharuskan bagi penulis untuk memasukkannya ke dalam desain.

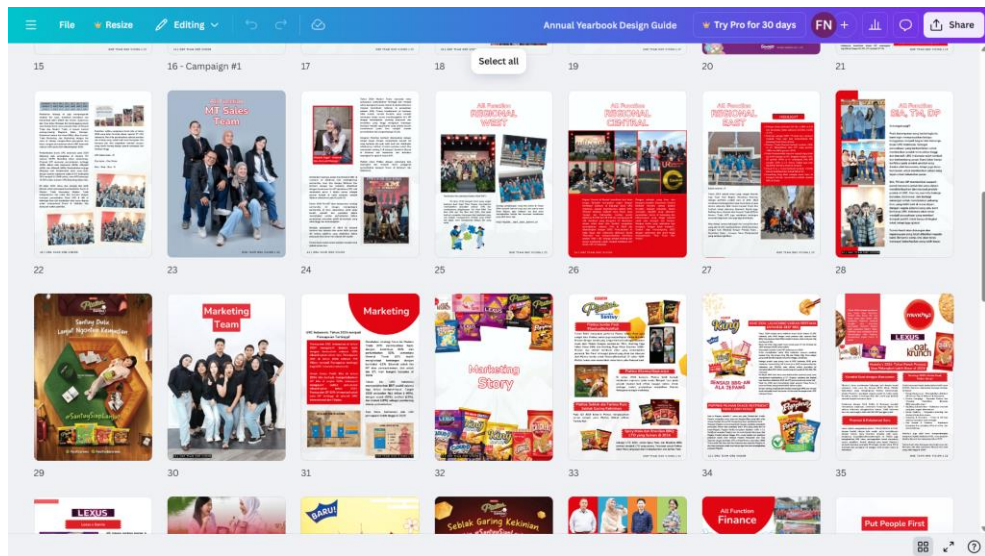
Dengan terselesaikannya pengerjaan sampul, penulis dapat melanjutkan ke halaman lain. Mengikuti arahan dari panduan dan referensi utama buku yang diberikan, penulis menggunakan latar desain buku berwarna putih dan disandingi dengan warna merah sebagai warna pendukung, visualisasi ini

merupakan arahan dari *Supervisor* dan warna yang dipakai sudah menggunakan warna utama dari *branding* Universal Robina, yaitu warna merah.



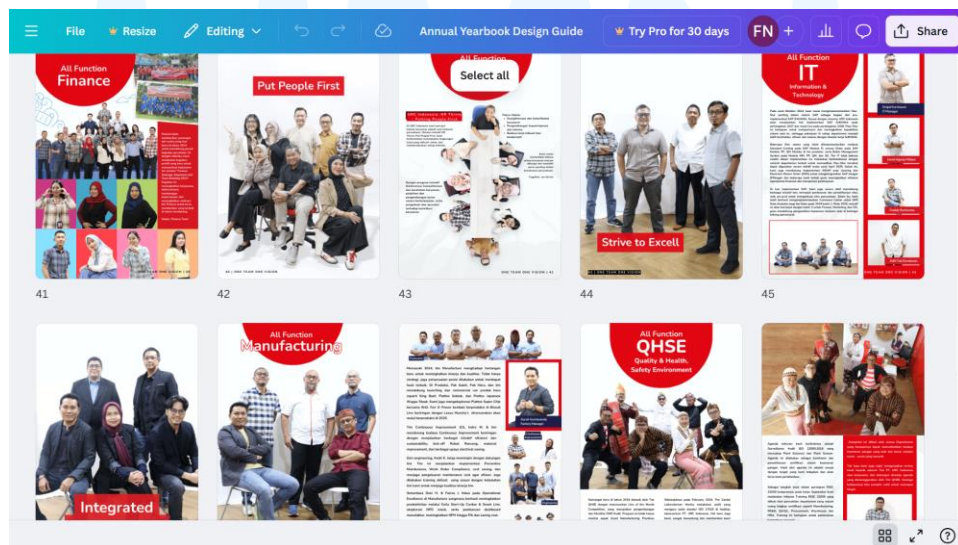
Gambar 3. 11 Hasil Desain *Annual Yearbook 1*

Pada gambar 3.11, dapat terlihat bahwa hasil perancangan halaman penulis telah sesuai dengan apa yang telah disebutkan sebelumnya, menggunakan warna merah-putih sebagai visual nya dan *layouting* dari buku ini juga telah dilakukan menyesuaikan dengan arahan yang diberikan, namun masih butuh proses revisi pada penempatan aset gambar dan tulisan. Pada aspek tipografi, penulis diharuskan untuk menggunakan *font* utama dari perusahaan yaitu Nunito dan pada bagian judul atau subjudul, penulis menggunakan Nunito Bold/Black, dan pada bagian isi informasi digunakan Nunito Regular.



Gambar 3. 12 Hasil Desain Annual Yearbook 2

Melalui berbagai revisi dengan memberikan hasil desain kepada tim perancangan melalui grup yang dibentuk, pada akhirnya proses desain dan *layout Annual Yearbook* pun diterima oleh *Supervisor*. Pada proses *layouting*, penulis tidak melakukannya sendiri, melainkan mendapatkan bantuan dari salah satu anggota tim perancangan buku yaitu seorang *Continuous Improvement Supervisor*, yang tidak hanya dipercaya dalam pengumpulan data pada buku, namun juga pada bagian visual pada akhirnya.



Gambar 3. 13 Hasil Desain Annual Yearbook 3

Tak hanya sampai di bagian desain dan *layout*, penulis juga diminta oleh *Supervisor* untuk berperan sebagai fotografer utama yang akan mengambil gambar dari setiap departemen, baik secara keseluruhan tim maupun satu persatu per anggota departemennya. Persiapan foto sangatlah sederhana, penulis hanya mempersiapkan kamera dan *tripod* yang dimiliki pribadi, dan untuk bagian *backdrop* kain berwarna putih menggunakan milik perusahaan. Selesai proses foto, penulis juga butuh melakukan proses *color correction* dan *photo manipulation* agar hasil foto terlihat profesional dengan menggunakan dua *software* yaitu Adobe Photoshop dan Adobe Lightroom.



Gambar 3. 14 Perbandingan Desain 2023-2024

Melihat perbandingan pada gambar 3.14, desain yang telah dirancang oleh penulis cenderung lebih berwarna dan hidup, meskipun menggunakan gaya visual dan warna yang serupa. Gambar sebelah kiri merupakan sampul dari *Annual Yearbook 2023* dan hasil desain dirancang oleh sebuah vendor kepercayaan perusahaan, dan gambar sebelah kanan adalah sampul hasil karya penulis yang akan dipakai untuk *Annual Yearbook 2024*.

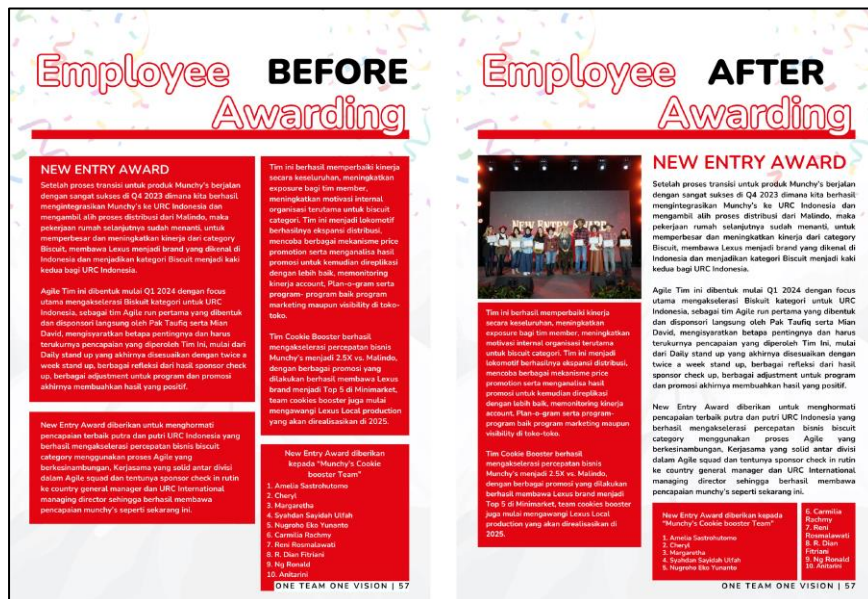
Pada tanggal 28 Mei 2025, sempat terjadi adanya beberapa revisi atau perubahan terhadap sejumlah halaman dalam buku tahunan URC Indonesia yang disampaikan oleh *Supervisor* setelah melakukan asistensi dan *meeting* dengan seorang *Country GM*. Perubahan-perubahan ini terjadi dikarenakan

adanya keinginan *Country GM* untuk mengubah beberapa informasi di dalam halaman buku, perubahan *layout*, perubahan susunan gambar pada buku, dan juga perubahan pada konsep halaman buku.

BEFORE			AFTER		
01 Kata Sambutan	02 Company Achievement	03 BOD Visit to Market	04 Kata Sambutan	08 Achievement	10 B.O.D. Goes to Market
04 Annual Conference	05 Life at URC	06 Sales Story	12 Annual Conference	14 Life at URC	19 Sales Story
07 Marketing Story	08 Company Achievement	09 Company Achievement	21 MT Sales	23 Regional West	24 Regional Central
10 Kata Sambutan			25 Regional East	26 SA, TM, DP	38 Finance
			40 HR	42 IT	44 Integrated Supply Chain Story
			45 Manufacturing	47 Q&A	49 Supply Chain
			51 Procurement	54 R&D	55 Employee Testimony
			56 Employee Awarding		

Gambar 3. 15 Perubahan Halaman 1

Gambar di atas menunjukkan perubahan pertama yang terhadap pada salah satu halaman *Annual Yearbook 2024* yaitu Daftar Isi. Pada versi halaman sebelumnya, daftar isi hanya ditampilkan nomor 1 sampai 10 sebagai urutan angka biasa dan tulisan halaman di bawah nomor-nomor tersebut hanya judul halaman terpilih yang dipakai penulis sebagai representatif saja. Namun, setelah adanya perubahan, nomor 1 sampai 10 pada halaman sebelumnya sudah digantikann dengan nomor halaman yang di *highlight* dan tulisan halaman di bawah nomor tersebut sudah lengkap dari awal sampai akhir, mulai dari halaman pertama yaitu Kata Sambutan sampai halaman *Employee Awarding*.



Gambar 3. 16 Perubahan Halaman 2

Perubahan kedua terjadi pada halaman *Employee Awarding*, dan gambar di atas merupakan salah satu dari contoh perubahan *layout* dan desain halaman *Annual Yearbook*, khususnya bagian *Employee Awarding* ini. Revisi pertama yang disampaikan oleh *Supersivor* adalah pemberian gambar di dalam halaman yang menunjukkan momen dari penghargaan yang diberikan kepada segenap karyawan PT URC Indonesia agar halaman ini tidak hanya berisikan teks yang membuat pembaca buku nanti menjadi bos. Setelah itu, penulis memberikan saran kepada *Supervisor* untuk mengubah *layout* menjadi seperti layaknya majalah atau koran. Setelah mendapatkan perintah dan memberikan ide pula kepada *Supervisor*, pada akhirnya terjadilah revisi halaman yang terlihat pada bagian *before* dan *after* di atas.

Setelah seluruh proses desain terselesaikan, mulai dari perancangan desain sampul, *layouting*, hingga fotografi aset gambar departemen, maka tugas penulis sudah selesai sampai disini saja. Dikarenakan *brief* yang diberikan kepada penulis oleh *Supervisor* hanya untuk merancang *key visual* dan/atau gambaran serta panduan visual, nantinya seluruh proses finalisasi akan tetap diberikan sepenuhnya kepada vendor. Vendor nantinya akan menggunakan hasil perancangan penulis sebagai acuan untuk mereka menempatkan aset

visual, aset gambar, *layout*, serta penempatan teks informasi yang tercantum semua di dalam halaman buku.

3.3.2 Proses Pelaksanaan Tugas Tambahan Magang

Selain tugas utama yaitu perancangan ide dan konsep *Annual Yearbook* URC Indonesia 2024, penulis juga diberikan pekerjaan tambahan yang cukup beragam selama pelaksanaan magang berlangsung (Februari-Mei). Tugas tambahan magang yang diberikan terdiri dari pembuatan desain konten media sosial URC Indonesia (video dan foto), media untuk acara tertentu (Ramadan, HR Regional Conference 2025, dll.), konten portal URC, dan lain sebagainya.

3.3.2.1 Proyek Konten “Meet the Interns” Instagram 25/2/2025

Pada kesempatan ini, *Supervisor* memberikan penulis sebagai *intern* untuk memberikan ide konten media sosial milik pribadi kepada tim HR dan konten pertama tersebut adalah “*Introducing the Interns*”, yang dimana konten tersebut bertujuan untuk memperkenalkan anak magang dibalik setiap departemen yang sedang mereka jalani.

Brief yang diberikan cukup mudah, yaitu penulis cukup membuat unggahan berupa foto media sosial pada umumnya yang memperkenalkan setiap *intern* yang sedang melaksanakan proses magang pada bulan itu, dan penulis sendiri lah yang mempersiapkan informasi apa saja yang akan dicantumkan ke dalam desain unggahan dan nantinya akan ditanyakan kepada setiap *intern* yang menjadi subjek dari konten ini, termasuk penulis itu sendiri. *Brief* tersebut akhirnya penulis susun dalam bentuk point dan nantinya akan diberikan satu persatu kepada tiga *intern* lainnya yang menjadi topik utama dari konten media sosial tersebut.

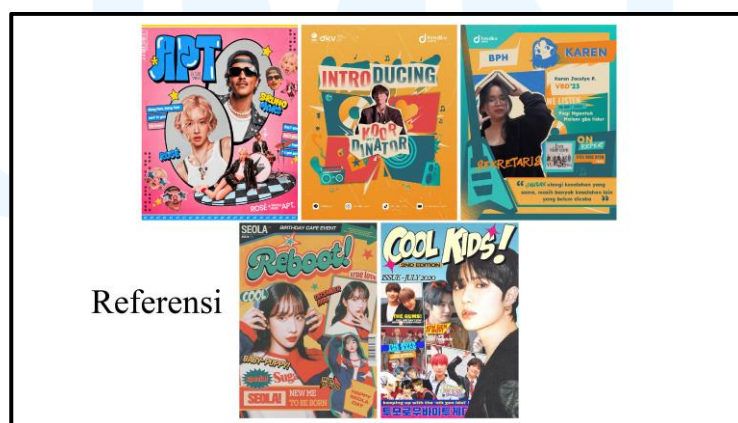
"Introducing the Interns"

Membuat konten yang memperkenalkan setiap intern yang saat ini sedang magang.
Informasi mengenai:
1. Asal Universitas
2. Project yang sedang dijalani (3)
3. Asal departemen
4. Quotes singkat
5. Kesan singkat magang di URC Indonesia

Gambar 3. 17 Brief Tugas "Meet the Interns"

Setelah menerima dan menyusun *brief*, barulah akhirnya penulis memulai proses perancangan desain dengan mencari ide serta konsep seperti apa nantinya konten media sosial ini ingin terlihat. Penulis melakukan pencarian referensi konten, mulai dari warna, *layout*, konsep, dan lain sebagainya dengan menjelajahi Pinterest dan juga memakai konten media sosial perkenalan anggota dari HMDKV Universitas Multimedia Nusantara.

Pada tahap referensi, penulis teringat dengan salah satu unggahan media sosial milik HMDKV UMN yang memperlihatkan konten serupa yaitu perkenalan jajaran pengurus dari himpunan tersebut. Penulis mencari tahu lewat internet tipe desain apa yang dipakai oleh unggahan tersebut dan munculnya tipe desain "*retro pubmat*" yang serupa dengan visual dari unggahan tersebut.



Gambar 3. 18 Referensi Visual Tugas 1
Sumber: Pinterest dan Instagram HMDKV

Dalam memilih referensi, penulis mempertimbangkan beberapa elemen desain yang dapat memperkuat identitas visual dari konten media

sosial ini. Melalui referensi yang telah dikumpulkan, penulis mendapatkan gambaran yang lebih jelas mengenai arah desain yang akan diimplementasikan dalam konten media sosial pengenalan intern ini. Langkah berikutnya adalah menerapkan elemen-elemen tersebut ke dalam desain final yang tetap sesuai dengan identitas yang diinginkan.

Setelah mendapatkan referensi dan melakukan penyaringan asset visual apa saja yang akan dipakai di dalam desain, penulis melakukan proses perancangan desain di dalam Adobe Illustrator dengan ukuran media sosial Instagram 4:5 atau 1080x1350 px sesuai dengan permintaan *Supervisor*. Latar desain unggahan memakai warna merah yang menjadi salah satu *color palette branding* PT URC Indonesia, lalu untuk tipografi penulis memakai tipe *font* dekoratif *Fineday Style One* sebagai judul pada tulisan "*Meet the Interns*" untuk memberikan kesan retro sesuai dengan jenis desain referensi di atas. Tipografi kedua yang dipakai pada desain adalah Nunito, tipografi sans-serif yang menjadi *font* pilihan PT URC Indonesia pada setiap *branding* nya, mulai dari logo perusahaan terbaru sampai ke media sosial.



Gambar 3. 19 Layout 1 "*Meet the Interns*"

Selain itu, penulis juga memberikan beberapa ikon yang cocok untuk merepresentasikan setiap departemen yang diambil oleh masing-

masing *intern* yang dicantumkan pada unggahan ini. Penulis juga tidak lupa untuk memberikan watermark milik PT URC Indonesia yang biasa dipakai di dalam setiap unggahan media sosial mereka untuk menyelaraskan unggahan satu ke yang lainnya.



Gambar 3. 20 Layout 2 "Meet the Interns"

Setelah mencoba *layouting* desain mulai dari ikon, tipografi, dan latar, penulis langsung memulai menempatkan subjek desain yaitu foto-foto para *intern* yang sudah diminta dan ditempatkan sesuai dengan nama departemen yang telah disusun di depan foto. Tulisan "*IT's Own*" sampai "*R&D's Own*" disini dipakai untuk merepresentasikan *intern* sebagai bagian dari departemen yang mereka pilih.



Gambar 3. 21 Layout 3 "Meet the Interns"

Gambar di atas merupakan tampilan layout untuk bagian informasi *intern*, disini penulis memakai contoh salah satu *intern* sebagai tampilan desain. Sesuai dengan *brief* yang dituliskan sebelumnya, penulis menyantumkan informasi mulai dari universitas asal sampai kesan atau pesan yang *intern* ingin sampaikan selama melakukan proses magang di PT URC Indonesia. Perpaduan warna kuning dan biru ini dipakai oleh penulis sesuai dengan arahan dari *Supervisor* dan kedua warna tersebut, sama dengan warna merah pada latar, merupakan kumpulan warna *branding* dari perusahaan. Penulis juga meminta para *intern* untuk memberikan tiga foto dengan pose berbeda, karena sama halnya dengan konten perkenalan jajaran HMDKV UMN sebagai referensi, penulis ingin membuat video gif dengan tiga pose berbeda tersebut.

Proses penyelesaian desain konten media sosial ini terlaksanakan sampai tanggal 24 Februari 2025, sehari sebelum konten diunggah pada akun Instagram @lifeaturcindonesia. Penulis melalui sebanyak dua kali revisi bersama dengan *Supervisor* dan seorang *Employer Brand* yang memiliki tugas utama untuk mengunggah konten-konten Instagram atau media sosial lain keperluan PT URC Indonesia.



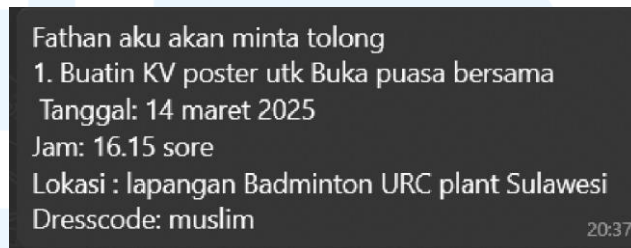
Gambar 3. 22 Hasil Desain "Meet the Interns"
Sumber: <https://www.instagram.com...>

Total dari desain yang dibentuk oleh penulis sebanyak 13 (enam belas) desain yang mencakup satu desain *cover* konten dan tiga masing-masing dari empat *intern*. Selain perancangan desain konten, penulis juga diberikan kesempatan untuk merancang *caption* unggahan. Konten hasil perancangan penulis dapat pada akhirnya dipakai sebagai salah satu unggahan akun resmi perusahaan dan sudah dapat dilihat saat ini melalui akun Instagram @lifeaturcindonesia pada tanggal 25 Februari 2025, beserta *caption* yang dibuat.

3.3.2.2 Proyek Key Visual Bulan Ramadan

Pada bulan Ramadan, *Supervisor* meminta penulis untuk merancang sebuah desain berupa *key visual* untuk keperluan bulan tersebut dan *key visual* ini nantinya akan dipakai untuk beberapa desain turunan kedepannya sesuai dengan permintaan *Supervisor* sendiri. Desain *key visual* ini dipakai untuk media sekunder yaitu poster dan *banner* acara Buka Bersama PT URC Indonesia, kartu ucapan *Country Manager* PT URC Indonesia untuk hari lebaran, dan lain sebagainya.

Pertama-tama, *brief* untuk tugas berikut ini diberikan oleh seorang *Employer Brand* dari departemen HR yang biasanya juga berhubungan dengan *Supervisor* dan penulis untuk mengerjakan tugas desain keperluan acara atau media sosial. *Brief* tersebut diberikan melalui chat WhatsApp dan informasi yang diberikan berupa isi informasi yang akan tertera di dalam desain *key visual* seperti di bawah ini.



Fathan aku akan minta tolong
1. Buatin KV poster utk Buka puasa bersama
Tanggal: 14 maret 2025
Jam: 16.15 sore
Lokasi : lapangan Badminton URC plant Sulawesi
Dresscode: muslim

20:37

Gambar 3. 23 Brief Tugas Key Visual Buka Bersama

Pada gambar di atas, penulis hanya diberikan keterangan bahwa akan ada acara Buka Bersama yang dilaksanakan pada 14 Maret 2025 di PT URC Indonesia dan penulis tidak diberikan sama sekali *detail* visual seperti apa nantinya *key visual* ini akan tertampak. Maka dari itu, penulis merasa bahwa harus melakukan eksplorasi gaya visual melalui referensi yang akan dicari melalui Pinterest, Behance, dan situs lainnya, sama seperti proyek pertama yaitu “*Meet the Interns*”. Meskipun gaya visual tidak diberikan secara langsung *brief* nya oleh *Employer Brand*, namun penulis perlu mengetahui bahwa desain yang akan dibuat untuk acara Buka Bersama ini harus menggunakan *color palette branding* milik PT URC Indonesia yang telah disusun serta *font* utama yang sudah diberikan pula yaitu Nunito.

Setelah mendapatkan *brief* tersebut, penulis langsung menuju Pinterest untuk mencari referensi yang dibutuhkan untuk merancang desain dan mendekati tema Ramadan dan Buka Bersama. Penulis juga menuju ke akun media sosial URC Indonesia, @lifeaturcindonesia untuk melihat seperti apa tampak desain Buka Bersama yang pernah dibuat sebelumnya dan menjadikan unggahan tersebut sebagai referensi pula.



Gambar 3. 24 Referensi Visual Tugas 2
Sumber: Pinterest

Gambar di atas merupakan kumpulan referensi yang penulis pakai untuk merancang desain *key visual* Buka Bersama ini dan semuanya memiliki satu kesamaan, yaitu warna yang sesuai pada *color palette branding* PT URC Indonesia, yakni warna merah, hijau tua, dan biru. Terkumpulnya referensi bukan berarti penulis sudah bisa memulai proses desain, penulis juga perlu untuk melakukan asistensi kepada *Employer Brand* mengenai referensi-referensi tersebut dan setelah seluruh referensi *approved*, maka baru dapat dilaksanakan proses desain.

Seperti biasanya, penulis diminta untuk memberikan beberapa tipe desain sebanyak tiga sampai empat untuk dijadikan alternatif dan dipilih oleh *Supervisor* atau *Employer Brand* dan penulis telah merancang tiga desain dengan struktur dan bentuk yang sama, namun hanya membedakan warna yang dipakai.



Gambar 3. 25 Alternatif Desain Key Visual

Ketiga *key visual* di atas di desain menggunakan *software* Adobe Illustrator dengan gaya visual vektor. *Key visual* ini memiliki *layout* desain sama hanya saja warna gradien yang dipakai berbeda. Alternatif satu memakai salah satu *color palette* PT URC Indonesia yaitu hijau dengan *color number* #007883, alternatif kedua memakai *color number* #da1a43, dan alternatif ketiga memakai warna merah yang hampir sama dengan alternatif 2 hanya saja lebih gelap, dengan *color number* #ab100e. Warna-warna yang dipakai ini merupakan turunan dari warna asli *color palette branding* perusahaan. Selain itu, penulis juga menyesuaikan dengan tema Ramadan untuk *key visual* ini dengan membuat vektor lentera, bentukan kubah di atas desain, dan masjid. Tiga alternatif ini diberikan kepada *Employer Brand* untuk dipilih mana yang cocok untuk menjadi desain pilihan dan akhirnya alternatif tiga lah yang terpilih.

Selain pemilihan ornament Ramadan, penulis juga mencari *font* yang bernuansa Ramadan atau Arab, dan setelah menelusuri intern, akhirnya penulis mendapatkan *font* yang pas yaitu Sketsa Ramadan oleh Hendra Pratama yang diunggah melalui situs Dafont. Teks tersebut kemudian penulis berikan warna gradien emas yang tak hanya mencolok namun juga memberikan kesan mewah, karena warna emas pada sebuah desain memiliki arti kemakmuran, kebahagiaan, kesuksesan, dan juga kemegahan (Septino, 2021), sesuai dengan bulan suci Ramadan.

1. Poster Buka Bersama

Pada akhirnya, alternatif *key visual* yang telah dipilih kemudian dikembangkan lebih lanjut oleh penulis dengan menambahkan beberapa elemen penting. Elemen-elemen tersebut meliputi teks utama yang menjelaskan inti acara, *watermark* resmi PT URC Indonesia sebagai penanda identitas, serta informasi lengkap mengenai acara Buka Bersama yang akan diselenggarakan. Penambahan elemen ini sesuai dengan arahan dari *Supervisor*, guna memastikan bahwa desain yang dihasilkan tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga informatif dan sesuai dengan standar komunikasi perusahaan.

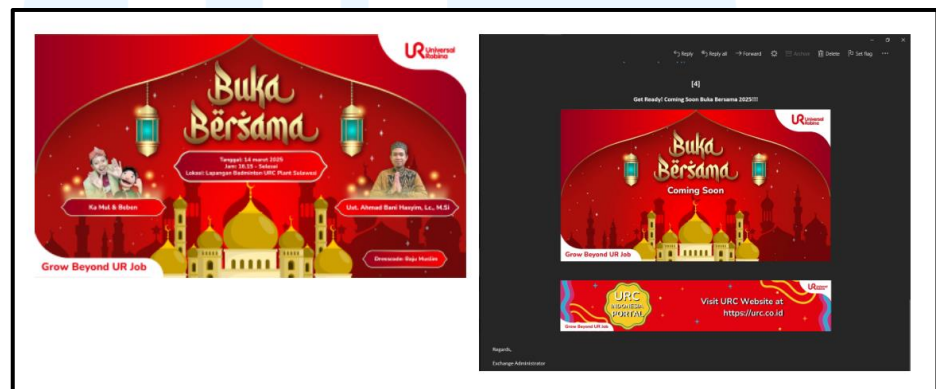


Gambar 3. 26 Hasil Desain Poster Buka Bersama

Desain poster ini dibuat dengan ukuran 1080x1350 px, sesuai dengan ukuran standar untuk unggahan *platform* Instagram. Seperti yang ditampilkan pada gambar sebelumnya, penulis diminta untuk membuat dua versi desain poster dalam rangka menyambut acara Buka Bersama. Desain pertama yang memuat tulisan “*Coming Soon*” dengan *font* Nunito tersebut berfungsi sebagai *teaser* atau pengumuman awal bahwa acara Buka Bersama akan dilaksanakan. Sementara itu, desain kedua memuat informasi lengkap mengenai acara, seperti tanggal, waktu, tempat, serta bintang tamu yang mengisi acara.

2. *Banner* URC Portal

Selain pembuatan poster, penulis juga mendapatkan tugas kedua yaitu untuk menyesuaikan ukuran desain yang telah dibuat sebelumnya menjadi ukuran 800x450 px, sesuai dengan ketentuan standar banner URC Portal. *Banner* tersebut nantinya digunakan sebagai salah satu media komunikasi internal perusahaan dan akan didistribusikan melalui email kepada seluruh karyawan URC Indonesia oleh *Employer Branding*.



Gambar 3. 27 Desain URC Portal Buka Bersama

Desain *key visual* yang sudah dibentuk sesuai dengan ukuran *banner* URC Portal seperti gambar sebelah kiri di atas dikirimkan kepada *Employer Brand* untuk dilakukannya proses asistensi. Setelah dilakukan pengecekan dan tidak ditemukan revisi lebih lanjut, *Employer Brand* menyatakan bahwa desain tersebut telah memenuhi seluruh kriteria yang dibutuhkan. Sebagai hasilnya, desain tersebut resmi digunakan sebagai media informasi melalui email URC Portal.

3. *Banner* Buka Bersama

Media ketiga yang penulis rancang menggunakan *key visual* sebelumnya adalah *banner* cetak yang akan dipakai pada hari H acara Buka Bersama tersebut. Sama halnya dengan poster dan *banner* URC Portal, desain yang dibentuk sesuai dengan *key visual*, namun ukuran yang membedakan. Penulis diminta oleh *Supervisor* untuk mengubah *key*

visual menjadi ukuran 5x4 meter, menyesuaikan dengan ukuran media peletakkan *banner* di panggung acara dan penulis melakukan perubahan menggunakan *software* Adobe Illustrator.



Gambar 3. 28 Hasil Desain *Banner* Buka Bersama

Seperti yang dapat dilihat, gambar sebelah kiri adalah hasil desain karya penulis yang telah diubah menjadi ukuran *banner* 5x4 meter sesuai arahan *Supervisor*, dan gambar sebelah kanan adalah hasil *banner* yang telah dicetak dan dipasang pada panggung acara Buka Bersama tanggal 14 Maret 2025.

4. Kartu Ucapan Lebaran *Country GM*

Media keempat yang diminta untuk didesain penulis adalah sebuah kartu ucapan Lebaran 2025 dari *Country GM*, yang termasuk media cetak, serupa dengan media *banner* yang telah dibuat sebelumnya. Dalam proses pengerjaan, penulis diberikan arahan langsung oleh *Supervisor* untuk membuat kartu ucapan dengan ukuran 17,6x25 cm, ukuran ini dipilih agar tetap konsisten dengan kartu ucapan Lebaran pada tahun sebelumnya.



Gambar 3. 29 Kartu Ucapan Lebaran 2024 *Country GM*

Gambar 3.29 di atas adalah tampilan desain kartu ucapan Lebaran tahun 2024 yang didesain oleh *Employer Brand*, dan penulis hanya perlu untuk menggantikan desain *header* kartu ucapan menggunakan *key visual* yang telah ada. Tugas penulis pada proses perancangan media ini tak hanya selesai di desain saja, namun untuk mendapatkan kalimat ucapan Lebaran yang menjadi isi media, penulis sebagai bagian dari departemen HR juga diminta untuk email *Country GM*.

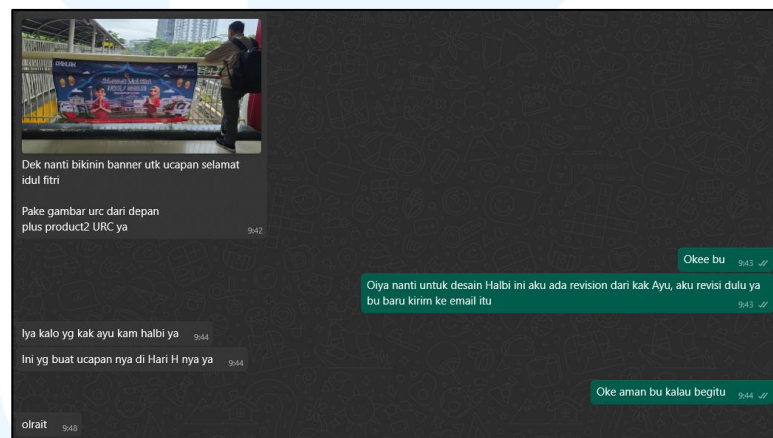


Gambar 3. 30 Hasil Desain Kartu Ucapan Lebaran 2025 *Country GM*

Hasil desain sebelah kanan yang tertera pada gambar 3.27 melalui proses yang sama dengan tugas-tugas desain sebelumnya, yaitu dibutuhkannya asistensi kepada *Supervisor* dan telah diterima karena sesuai dengan permintaan. Setelah itu, kartu ucapan yang telah di desain, di cetak dan dipakai sebagai tambahan parcel Lebaran yang dapat dilihat pada gambar di atas sebelah kanan.

5. Poster dan *Banner* Ucapan Hari Lebaran

Media kelima dan terakhir yang diminta untuk dikerjakan oleh penulis adalah desain ucapan hari Lebaran atau Idul Fitri 1446 H. *Brief* desain ini diberikan langsung oleh *Supervisor* kepada penulis, *brief* tersebut mengarahkan penulis untuk membuat desain dengan ukuran 1080x1450 px untuk diunggah pada akun resmi URC Indonesia, dan ukuran 800x450 px untuk dijadikan *banner* URC Portal seperti tugas desain acara Buka Bersama di atas.



Gambar 3. 31 *Brief* Tugas Poster dan *Banner* Ucapan Hari Lebaran

Gambar 3.31 menunjukkan percakapan penulis dengan *Supervisor* yang membicarakan mengenai *brief* tugas desain ucapan hari Lebaran ini dan desain ucapan tersebut akan diberikan tambahan elemen berupa gedung kantor URC Indonesia, khususnya yang berada di Cikarang Barat, Bekasi dan beberapa produk makanan dan minuman PT URC Indonesia untuk menambah identitas pada desain.



Gambar 3. 32 Referensi Tugas Ucapan Hari Lebaran
Sumber: Pinterest

Meskipun penulis akan menggunakan *key visual* untuk media poster dan *banner* URC Portal ini, namun penulis tetap diminta untuk mencari referensi sesuai arahan *Supervisor* untuk membedakan desain ucapan hari Lebaran ini dengan desain-desain yang telah dirancang sebelumnya. Seperti pada proses desain tugas yang lain, penulis langsung menuju Pinterest sebagai sarana mencari referensi dan mengumpulkan tiga referensi yang sesuai dengan visi gaya visual.

Beberapa elemen visual yang dimasukkan ke dalam desain penulis mencakup lampu-lampu yang terdapat pada bagian atas desain referensi 1 dan corak nuansa Arab pada desain referensi 3 yang akan diletakkan pada latar desain ucapan.



Gambar 3. 33 Proses Revisi Desain

Setelah mengikuti arahan dari *brief* yang diberikan dan menggunakan referensi sebagai bantuan dari proses perancangan desain, penulis akhirnya membuat desain poster ucapan hari Lebaran/Idul Fitri.

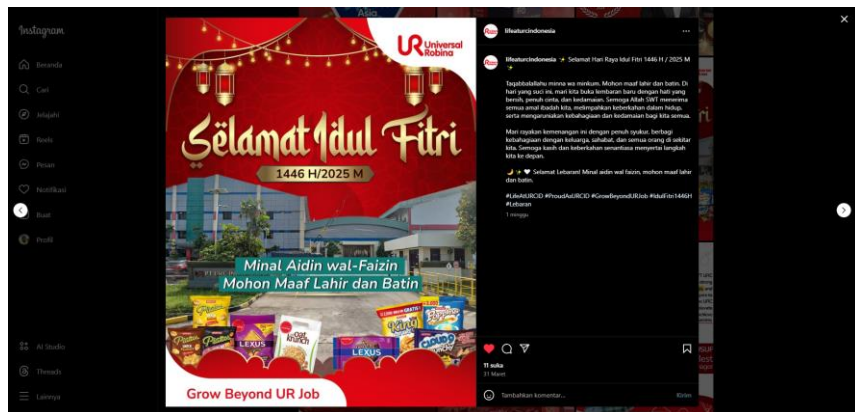
Desain poster ucapan yang dibuat pada awalnya menggunakan warna hijau tua dengan *color number* #016873 sesuai dengan permintaan *Supervisor* dan *layout* keseluruhan desain, elemen kantor dan produk URC Indonesia di dalam desain sudah diterima dan sudah bisa untuk dilanjutkan. Namun, beberapa hari kemudian terjadi sebuah revisi yang diberikan oleh *Employer Brand* yang meminta untuk mengganti warna menyesuaikan warna merah *brand identity* URC Indonesia. Proses revisi tidak sampai hanya pada pergantian warna saja, dan penambahan *highlight* pada teks juga ditambahkan untuk membuat teks mencolok dan mudah untuk dibaca.



Gambar 3. 34 Hasil Desain Ucapan Hari Lebaran
Sumber: <https://www.instagram.com...>

Hasil desain yang telah diterima melalui beberapa tahapan revisi tersebut juga dibentuk dalam ukuran 800x450 px dengan menyesuaikan ukuran *banner* URC Portal. Desain poster ucapan hari Lebaran ini juga diunggah ke dalam akun resmi media sosial Instagram URC Indonesia, @lifeaturcindonesia, pada tanggal 31 Maret 2024.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3. 35 Unggahan Media Sosial URC Indonesia
Sumber: <https://www.instagram.com...>

Gambar 3.35 di atas adalah bukti nyata bahwa hasil desain penulis benar-benar dipakai sebagai salah satu unggahan media sosial Instagram URC Indonesia dan *caption* dari unggahan tersebut juga penulis yang rancang sesuai dengan arahan dari pihak *Employer Brand*.

3.3.2.3 Proyek *Handbook Event HR Regionals*

Proyek tambahan berikutnya yang dikerjakan oleh penulis adalah perancangan desain *handbook* untuk mendukung salah satu acara besar yang diselenggarakan oleh departemen HRD, yaitu *HR Regional Conference 2025*. Acara ini dijadwalkan berlangsung pada tanggal 19-20 Mei 2025 dan akan diadakan di dua lokasi, yakni Jakarta dan Bekasi. *Handbook* tersebut dirancang sebagai salah satu media cetak resmi yang akan dibagikan kepada seluruh peserta konferensi.

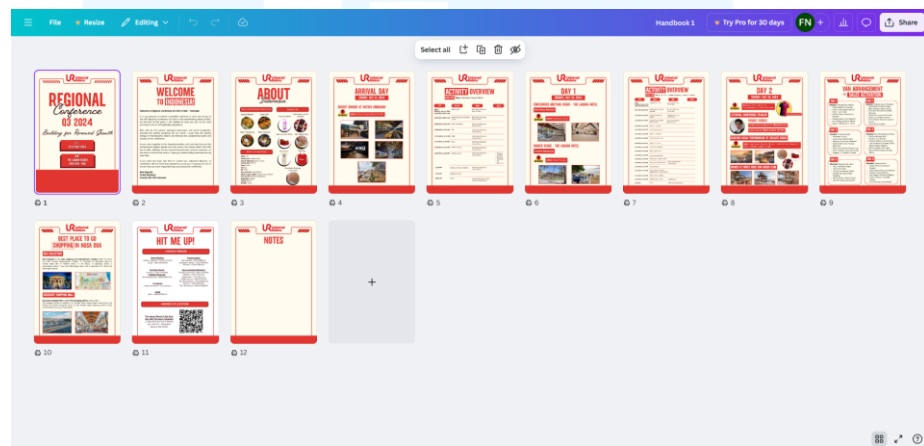
- Brief Handbook HR Regionals 2025**

 1. Handbook dalam bentuk setengah A4 (A5)
 2. Konten dalam handbook samakan dengan handbook 2024
 - a) Ucapan Country GM
 - b) Tentang Jakarta
 - c) Rundown Day 1 & Day 2
 - d) Tempat yang bisa dituju di Jakarta
 - e) Info contact person
 3. Font: Nunito

Gambar 3. 36 Brief Tugas *Handbook HR Regionals*

Brief pada gambar 3.36 diberikan kepada penulis oleh *Supervisor* yang juga berperan sebagai ketua dari acara *HR Regionals* ini. Seperti

yang tertera, *handbook* yang akan dirancang akan memiliki ukuran setengah dari A4 atau A5 (14,8x21 cm) dan terdapat beberapa konten di dalamnya mulai dari ucapan *Country GM* selaku *Board of Director* PT URC Indonesia kepada peserta, tentang Jakarta sebagai tempat acara, *rundown* hari 1 dan hari 2 acara, tempat rekreasi yang dapat dituju sekitar Jakarta, dan *contact person* yang dapat dihubungi selama acara berlangsung. Tidak lupa juga *font* yang dipakai adalah Nunito, *font* resmi *branding* URC Indonesia.



Gambar 3. 37 Desain *Handbook* HR Regionals 2024

Sebelum memulai proses perancangan *handbook* untuk acara HR Regionals 2025, penulis terlebih dahulu menerima tautan Canva dari tim *Employer Brand* yang merupakan desainer *handbook* HR Regionals tahun 2024. Tautan tersebut berisi desain *handbook* tahun sebelumnya dan disampaikan kepada penulis sebagai acuan awal dalam merancang versi terbaru. Desain dari tahun lalu ini dijadikan salah satu referensi penting untuk memahami struktur, gaya visual, serta elemen-elemen konten yang perlu dimuat dalam *handbook*.



Gambar 3. 38 Desain Kasar *Handbook*

Gambar 3.38 di atas merupakan tampilan dari desain kasar sebagai proses awal perancangan. Desain kasar tersebut penulis lakukan melalui Canva, mulai dari desain *cover* sampai ke isi *handbook* yang mencangkupi informasi dan *layout* dari desain. Setelah itu, desain kasar ini diberikan kepada *Supervisor* untuk melewati proses asistensi apakah desain kasar ini diterima atau tidak, dan setelah proses asistensi selesai, *Supervisor* menyatakan bahwa diperlukannya desain ulang dan diberikannya masukan tema khusus untuk desain *handbook* ini. Tema yang diarahkan oleh *Supervisor* selama proses asistensi adalah “*traveling*”, yang artinya keseluruhan desain *handbook* akan berputar pada tampilan *traveling*.



Gambar 3. 39 Referensi Tugas 3

Dengan diberikannya arahan tersebut, penulis langsung mencari beberapa referensi melalui internet berupa poster-poster yang bertemakan *traveling* dan terkumpul lah beberapa gambar yang tertera pada gambar 3.39 di atas. Kebanyakan dari referensi yang didapatkan memiliki warna biru tua dan muda yang berarti berbeda dengan warna merah sebagai warna identitas URC Indonesia, namun penulis mencoba untuk memberikan referensi kepada *Supervisor* dan akhirnya semua pun diterima dan warna biru pada referensi dipakai pada desain akhir.

Sebelum proses perancangan di mulai, terdapat beberapa masukan tambahan oleh *Supervisor* berupa monumen dan tempat rekreasi apa saja yang harus dicantumkan pada desain.

posisi GBK itu kalo bisa di atas bumi, kaya nempel, biar ga ngambang, trus pesawat agak di jelasin, di tambahin ornamen icon jakarta kaya keong mas, kota tua, tugu pak tani, ondel2, MRT, LRT ya than

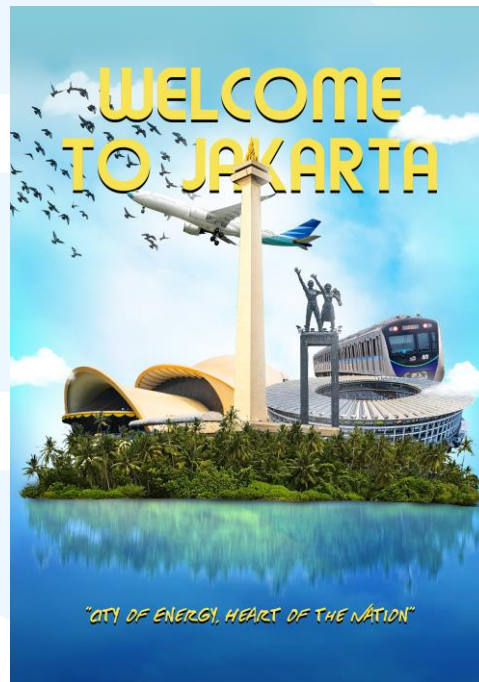
dari sisi warna masih kurang teges, jadi kalo bisa warna lebih dinamis dan lebih hidup dek, kalo ini masih terlalu soft banget yes

15:55

Gambar 3. 40 Brief Revisi Handbook 1

Dikarenakan tempat acara nantinya akan berada di Jakarta sebagai tempat acara utama, penulis tidak hanya menonjolkan Monas sebagai

monumen yang cukup dikenal banyak orang untuk menandakan kota Jakarta, namun juga beberapa monumen dan tempat rekreasi seperti Tugu Selamat Datang, Gelora Bung Karno, MRT, LRT, Ondel-ondel, Teater Keong Mas, dan lain sebagainya.



Gambar 3. 41 Desain Sampul *Handbook 1*

Setelah mendapatkan arahan penggantian desain, referensi baru, dan tambahan informasi di atas sebelumnya, penulis pun merancang desain sampul *handbook* dengan menggunakan *digital imaging* melalui Adobe Photoshop dan ukuran yang dipakai adalah ukuran A5 atau 14,8x21 cm. Desain sampul *handbook* pada gambar 3.37 ini dirancang sedemikian rupa dengan mengikuti arahan dari *Supervisor* dan mencantumkan seluruh elemen mulai dari latar warna biru, elemen Jakarta, dan teks “*Welcome to Jakarta*” dan slogan “*City of Energy, Heart of the Nation*” yang merupakan arahan ide dari *Supervisor* sendiri.

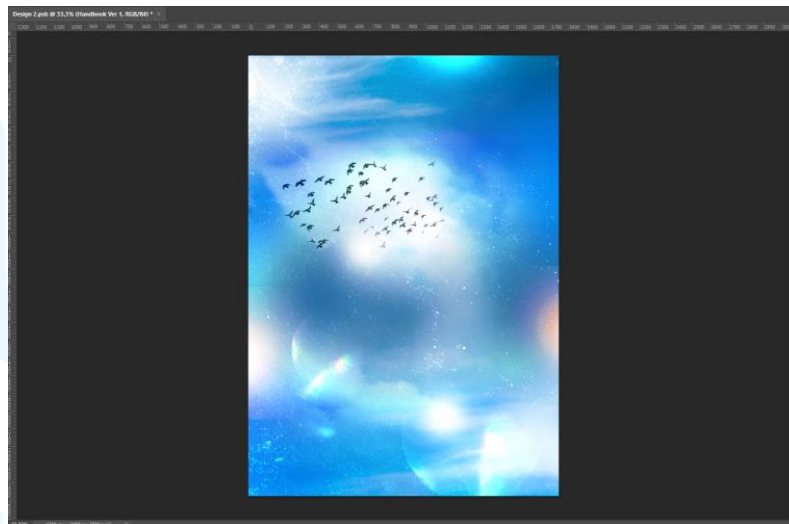
Desain sampul *handbook* tersebut pun diberikan kepada *Supervisor* untuk dilakukannya proses asistensi dan diperlukannya revisi atau perombakan desain sampul secara total. *Supervisor* pun memilih salah

satu poster dari referensi gambar 3.26 yang disukai dan dijadikan referensi utama dari perancangan desain sampul ini.



Gambar 3. 42 Referensi Utama Tugas 3

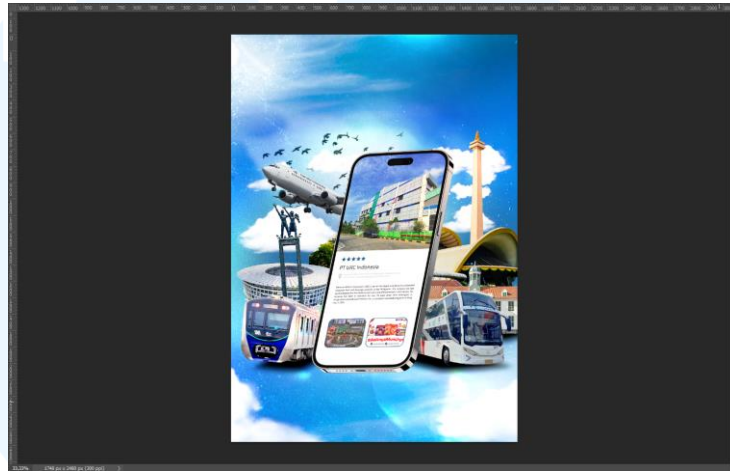
Gambar di atas merupakan referensi poster pilihan yang diberikan *Supervisor* kepada penulis untuk ditelusuri dan pelajari, dan nantinya penulis diminta untuk merancang desain sampul *handbook* menyesuaikan dengan *layout* elemen pada gambar di atas.



Gambar 3. 43 Proses Perancangan 1

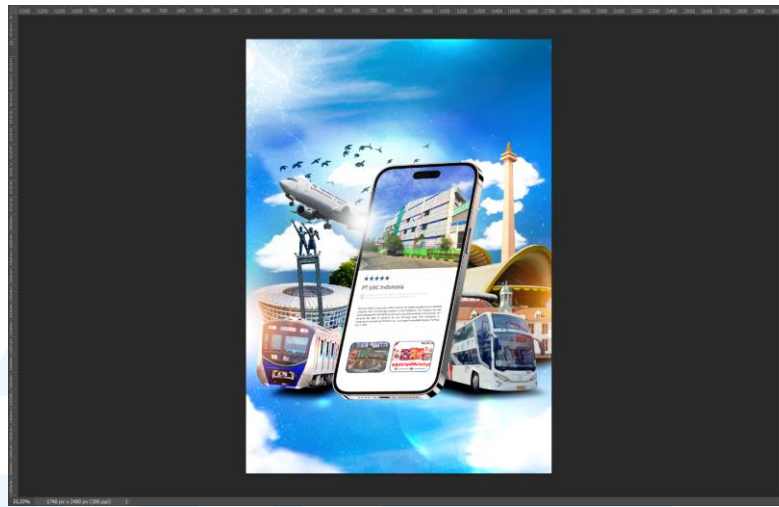
Dalam proses desain sampul *handbook* versi kedua, khususnya pada pembuatan latar, penulis memulai dengan menggunakan latar desain pertama. Pada desain sampul versi kedua ini, penulis mengumpulkan beberapa tekstur yang didapatkan dari Pinterest yaitu *bokeh overlay* yang

diatur menjadi *color dodge* dan aset gambar dari situs Unsplash yaitu awan cerah dan kumpulan burung terbang yang dapat dilihat pada gambar 3.43. Setelah seluruh aset didapatkan, penulis langsung melakukan *photo manipulation* pada Adobe Photoshop dan menghasilkan gambar di atas sebagai latar desain.



Gambar 3. 44 Proses Perancangan 2

Selanjutnya, penulis memasukkan seluruh elemen foto yang menggambarkan kota Jakarta, mulai dari Monas sampai Teater Keong Mas, tak lupa juga memasukkan dua kendaraan utama yang akan dipakai sebagai transportasi selama acara HR Regionals 2025 berlangsung. Penempatan elemen gambar Jakarta ini menyesuaikan dengan referensi utama pada gambar 3.42 sebelumnya dan juga menjadi arahan dari *Supervisor*. Untuk aset *handphone* di tengah *layout* menggunakan *mockup* yang penulis dapatkan melalui Behance secara gratis dan merancang tampilan di dalam *mockup* di Adobe Illustrator berisikan tentang PT URC Indonesia sebagai *brief* tambahan dari *Supervisor* pula.



Gambar 3. 45 Proses Perancangan 3

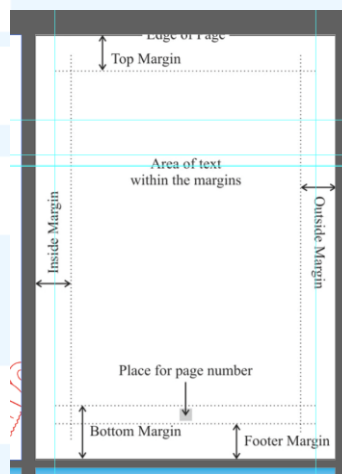
Dengan latar dan elemen visual telah melalui proses asistensi, penulis memberikan beberapa efek yang didapat dari Pinterest berupa *light ray* dan menggunakan *brush* dengan tingkat kehalusan 0% untuk memberikan cahaya yang cerah pada *handphone* ditengah dan *light ray* tersebut dipakai untuk memberikan *highlight* dengan *tone* yang *warm* pada desain agar tidak terlalu terlihat biru dan terlalu terang.



Gambar 3. 46 Hasil Desain Sampul *Handbook*

Finalisasi desain sampul *handbook* sampai pada tahap peletakkan teks menggunakan *font* Nunito seperti biasanya dan tidak lupa juga untuk mencantumkan *watermark branding* perusahaan di atas dan bawah *layout*. Teks yang dipakai pada versi kedua dari desain ini pun berbeda dengan

desain awalnya, revisi yang diberikan meminta penulis untuk membuat judul *handbook* menjadi “*It’s to Travel to JAKARTA*” dengan kota Jakarta diberikan *emphasis* dan juga nama lengkap dari acara HR Regionals 2025. Setelah sampul *handbook* selesai dirancang, penulis menuju ke Adobe Illustrator untuk melanjutkan proses perancangan *handbook* secara keseluruhan dan penulis juga menggunakan sampul sebagai acuan desain layaknya sebuah *key visual*.



Gambar 3. 47 Margin Handbook A5

Pada tahapan pembuatan halaman *handbook*, penulis berusaha untuk menggunakan acuan *margin* yang didapatkan dari internet untuk mempermudah proses perancangan, dan juga *margin* ini dipakai untuk melihat bagian mana saja yang pas untuk diisi dan bagian mana yang harus dikosongkan untuk keperluan jenis printing nantinya.



Gambar 3. 48 Proses Perancangan Halaman Handbook

Akhirnya, halaman *handbook* pun terselesaikan dengan menggunakan gaya visual yang jauh berbeda dengan sampul, yaitu vektor dan bukan *digital imaging*, namun warna dari keseluruhan desain tetap lah sama dan warna biru beserta turunan cerah dan gelap nya pun terpakai semua di desain akhir *handbook* ini. Gambar 3.48 merupakan hasil *handbook* setelah melalui berbagai jenis revisi melalui asistensi dan adalah tampak desain yang benar-benar sudah final dan sudah siap untuk dicetak dan dibagikan kepada segenap peserta acara HR Regionals 2025.



Gambar 3. 49 Hasil *handbook* HR Regional Conference 2025

Gambar 3.49 adalah hasil dari desain *handbook* HR Regional Conference 2025 yang telah penulis rancang dari awal sampai akhir. Jika pada gambar 3.48 masih diperlihatkan hasil desain secara *softcopy* melalui Adobe Illustrator, maka gambar di atas sudah dapat diartikan bahwa hasil desain penulis memang benar-benar terpakai secara fisik sekali pun. Hasil media cetak ini dilakukan oleh *Supervisor* yang menjadi ketua acara dan bahan kertas yang dipakai sebagai *finishing handbook* adalah *art carton* untuk sampul depan dan belakang, lalu *art paper* untuk halaman dalam

handbook. Nantinya, *handbook* ini akan menjadi salah satu *souvenir* yang akan diberikan kepada setiap peserta acara besar pada bulan Mei tersebut.

3.3.2.4 Proyek Konten “UR Choice Awards” Instagram 19/02/2025

Pada proyek selanjutnya, penulis diberikan tugas untuk mengerjakan desain konten media sosial kembali untuk Instagram URC Indonesia yaitu merancang desain sampul dari unggahan dengan judul “UR Choice Awards”. Pada unggahan ini, *brief* yang diberikan cukup mudah, yaitu membuat desain dengan tema “penghargaan” dan memakai warna-warna yang megah dan tidak lupa untuk menampilkan piagam-piagam yang URC Indonesia dapatkan melalui acara penghargaan tersebut. Pada penugasan kali ini, penulis berhubungan langsung dengan seorang *Employer Brand* untuk melakukan asistensi dan *approval* desain.

Seperti penugasan sebelumnya, setelah mendapatkan *brief* tugas, penulis langsung mencari referensi sebanyaknya melalui Pinterest dan Behance dengan *keyword* “awarding poster” dan penulis telah mendapatkan beberapa contoh poster yang dapat dijadikan referensi utama pada proses penugasan dan berikut adalah kumpulan dari poster-poster yang sudah dikumpulkan.

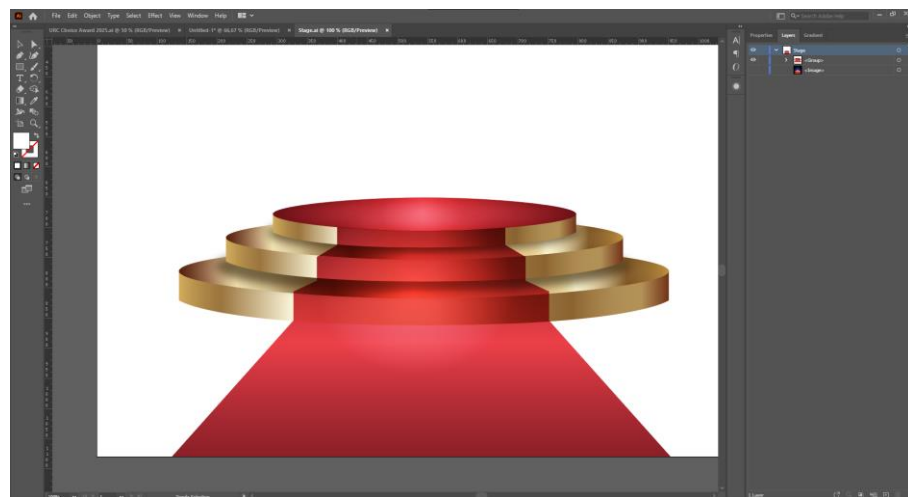


Gambar 3. 50 Referensi Tugas 4

Referensi yang telah ditemukan memiliki kesamaan visual dan sesuai dengan keinginan *Employer Brand* pada *brief* yang diberikan

kepada penulis, bahwa desain harus memiliki visual yang megah dengan memberikan warna emas, dan pada seluruh referensi yang didapatkan sudah sesuai dengan visi penulis pula. Tak hanya itu, perpaduan warna emas dan merah pada beberapa referensi pun sesuai dengan keinginan *Employer Brand* dikarenakan warna merah merupakan warna utama dari *branding* URC Indonesia. Setelah referensi tersebut diterima oleh *Employer Brand*, penulis sudah dipastikan dapat melanjutkan proses perancangan dan memulai proses desain.

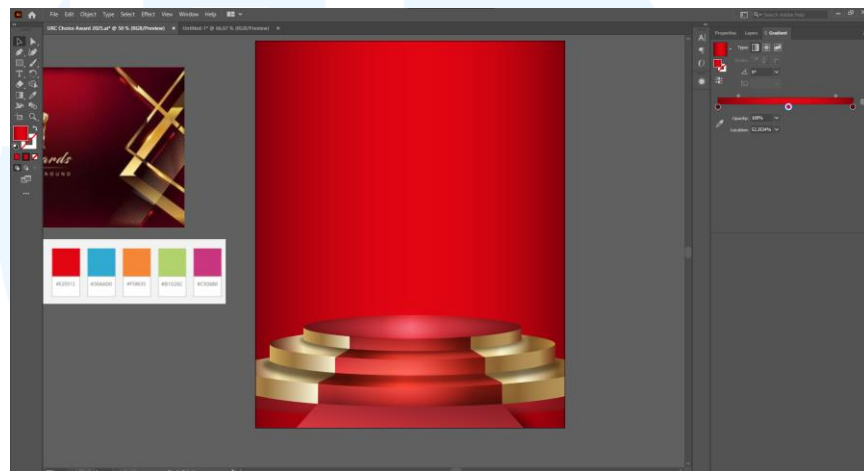
Seperti halnya dengan tugas-tugas desain sebelumnya, penulis kembali menggunakan *software* Adobe Illustrator dalam merancang desain unggahan ini. Desain dibuat dengan ukuran 1080x1350 px, yang merupakan dimensi standar untuk unggahan Instagram, dan gaya visual yang digunakan dalam desain ini merupakan konsep *vektor* yang bersih dan modern. Sebagai langkah awal, penulis menelusuri beberapa tutorial untuk membuat *vektor round podium* untuk menyesuaikan dengan referensi visual yang telah diberikan serta memenuhi arahan spesifik.



Gambar 3. 51 Proses Perancangan 1

Melalui hasil pembelajaran dengan tutorial yang didapatkan, pada akhirnya penulis berhasil merancang sebuah *round podium* dengan tiga tingkatan menggunakan warna gradien emas sesuai arahan dan podium ini akan menjadi salah satu elemen desain utama dalam keseluruhan

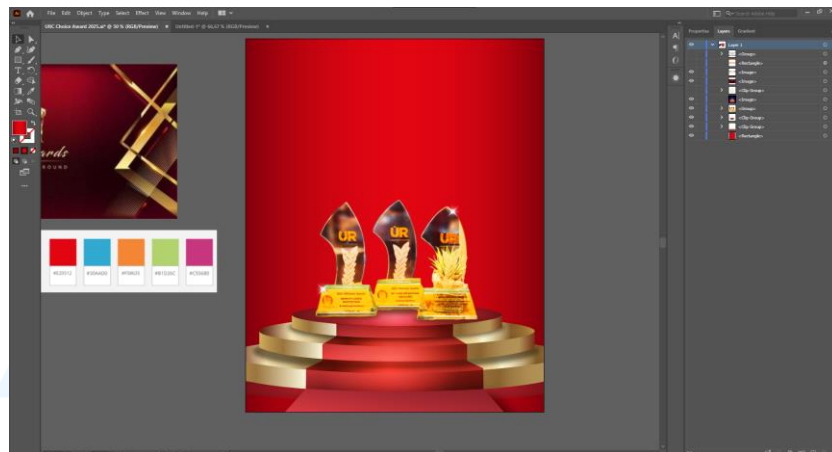
komposisi desain. Elemen ini dirancang dengan detail pula, dan menambahkan elemen *red carpet* yang menjulur ke arah depan dan diletakkan di atas podium. Pemilihan warna merah untuk karpet tidak hanya untuk menyesuaikan warna *branding* URC Indonesia, namun juga warna merah gelap yang dipakai memiliki makna kuat dan elegan (HIJUP, 2021). Diharapkan dengan perpaduan warna ini dapat memikat mata.



Gambar 3. 52 Proses Perancangan 2

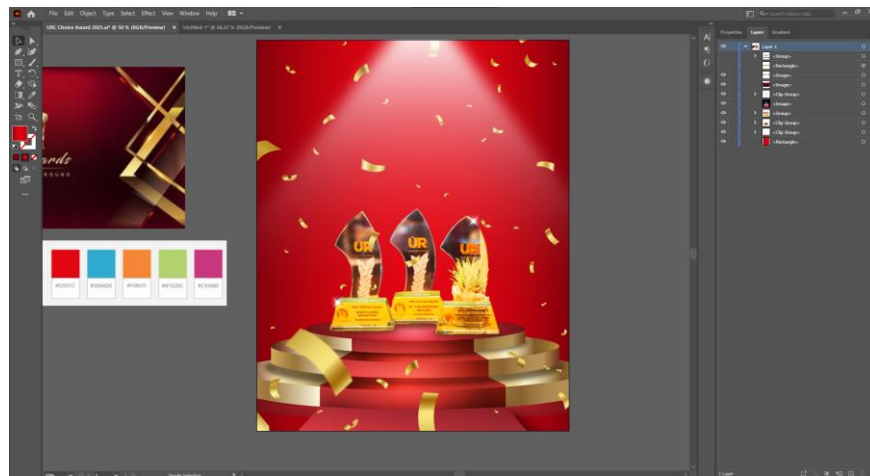
Sesudah itu, penulis membuat latar dari desain dengan menggunakan gradien warna merah muda dan tua sebagai arahan spesifik dan *color number* yang dipakai adalah perpaduan antara #e20512 dan #82000c. Lalu ketika latar sudah selesai terbentuk melalui proses asistensi kepada *Employer Brand* pula, penulis menempatkan *round podium* yang sudah terbentuk sebelumnya ke dalam latar untuk melihat apakah elemen tersebut sudah cocok dan melalui beberapa revisi minor, akhirnya elemen dan latar telah menyatu dengan baik.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3. 53 Proses Perancangan 3

Selanjutnya, penulis menerima aset gambar berupa piagam penghargaan yang dikirimkan melalui email sebagai elemen visual utama pada desain. Namun, aset tersebut masih dalam bentuk gambar utuh, sehingga memerlukan penulis untuk melakukan proses *editing* terlebih dahulu dengan menggunakan salah satu *tool* Adobe Photoshop yaitu *quick selection tool*. Melalui *tool* tersebut, penulis menyeleksi bagian piagam dari latar pada gambar dan menyisakan objek utama, tak lupa juga untuk membersihkan sisa sudut-sudut gambar yang tidak diinginkan. Setelah proses tersebut terselesaikan, penulis melakukan proses *touch up* melalui Adobe Photoshop juga guna untuk mempercantik piagam dan meningkatkan kontras serta pencerahan pada gambar. Akhirnya, aset piagam yang telah selesai melewati proses *photo manipulation* tersebut dapat diletakkan ke dalam *layout* desain di atas podium dan diberikan elemen *decorative light sparkle* pada gambar untuk menambah kesan mengkilap pada piagam.



Gambar 3. 54 Proses Perancangan 4

Proses perancangan tidak berhenti sampai pada penempatan piagam, penulis juga menambahkan beberapa elemen pendukung untuk memperkuat visual yang diinginkan. Salah satu elemen tambahan adalah *spotlight* berwarna putih yang diletakkan di bagian atas desain, elemen ini umum digunakan dalam desain yang bertemakan penghargaan guna untuk menonjolkan kesan dramatis dan fokus pada objek utama. Untuk menciptakan *spotlight*, penulis menggunakan *pen tool* Adobe Illustrator untuk membentuk area cahaya yang diberikan gradien putih sebagai isian dan efek *gaussian blur* untuk menciptakan efek halus pada *spotlight*. Elemen tambahan kedua yang terlihat adalah *gold confetti* yang cukup menutupi seluruh *layout* desain dan penulis menggunakan aset visual melalui situs Freepik untuk mendapatkan *gold confetti* tersebut sesuai arahan yang diberikan.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3. 55 Hasil Desain Sampul Awarding

Setelah melalui tahap-tahap yang tercantumkan di atas, akhirnya desain berhasil terselesaikan dengan komposisi yang sesuai. Jenis *font* yang digunakan masih sama dengan jenis *font* pada desain-desain sebelumnya yaitu Nunito sebagai *font* utama *branding* URC Indonesia. Salah satu arahan yang diterima sebagai proses revisi adalah pemberian *highlight* persegi panjang di belakang teks “UR Choice Awards” untuk menekankan judul penghargaan yang didapatkan. Ukuran dan *layout* aset visual dan gambar pun sempat mengalami perubahan untuk menyesuaikan ukuran teks di atasnya karena pada versi sebelumnya masih belum cocok.



Gambar 3. 56 Unggahan Instagram URC Indonesia
Sumber: <https://www.instagram.com...>

Sebagai salah satu tugas pertama yang diberikan kepada penulis, tugas desain unggahan ini merupakan salah satu tugas yang berharga

karena tidak hanya bersifat *challenging*, namun penulis juga merasa bangga dengan perusahaan tempat magang yang telah memperoleh penghargaan yang cukup berharga dan bergengsi di kalangan Universal Robina se-Asia Tenggara. Desain yang telah selesai dirancang tersebut akhirnya penulis berikan kepada *Employer Brand* untuk akhirnya diunggah di dalam akun media sosial URC Indonesia pada tanggal 19 Februari 2025 sebagai sampul depan unggahan tersebut.

3.4 Kendala dan Solusi Pelaksanaan Magang

Selama menjalani proses kerja magang, sudah pasti akan mengalami kendala yang tidak dapat ditangani maupun dapat ditangani, dan dalam pelaksanaan magang bersama PT URC Indonesia, penulis merasakan beberapa kendala yang harus dihadapi. Sebagai *intern* yang tergolong masih butuh banyak sekali belajar dan mengasah keterampilan, tentu saja ada masalah yang menghambat. Namun, bukan berarti kendala-kendala tersebut tidak dapat diatasi oleh penulis, solusi yang ditemukan dan diterapkan tentu membantu proses magang penulis seiring berjalannya waktu.

3.4.1 Kendala Pelaksanaan Magang

Kendala pertama yang penulis alami adalah sering terjadinya miskomunikasi pada saat pemberian *brief* tugas, mulai dari tugas besar maupun tugas tambahan seperti konten media sosial dan lain sebagainya. Dikarenakan *brief* tugas seringkali diucapkan secara verbal, informasi cenderung sulit untuk diserap oleh penulis meskipun sudah dicatat sekalipun, dan seringkali penugasan yang diberikan berbeda dari satu pihak dan pihak lainnya. Sehingga membuat penulis merasa kebingungan akan *brief* tugas mana yang seharusnya.

Selain itu, kendala kedua yang penulis alami, khususnya sebagai seorang desainer grafis adalah *art block* atau kesulitan kreatif yang sangat menghambat proses kerja. *Art block* ini terkadang muncul ketika penulis mendapatkan tugas yang memerlukan gaya visual yang minimalis dan *clean*, khususnya yang membutuhkan desain vektor, namun untuk desain yang membutuhkan visual *digital imaging*, penulis tidak merasakan kesulitan sama

sekali. Tidak hanya *art block*, dalam proses desain penulis juga terdapat kesulitan dalam menentukan gaya visual atau referensi desain yang seperti apa yang penulis butuhkan sendiri. Karena selama proses magang penulis dibebaskan untuk menentukan gaya visual dan referensi yang akan dipakai di dalam desain, penulis selalu sulit untuk menentukan satu gaya visual yang tetap, selalu saja berubah di tengah proses pengerjaan desain, sehingga menghambat pengerjaan tugas.

Permasalahan ketiga, selama pengerjaan tugas desain, penulis selalu merasa bahwa kualitas dan tampilan desain penulis sendiri tidak memuaskan, dan kurang walaupun sudah *approved* oleh *Supervisor*. Masalah seperti ini tidak terjadi karena waktu yang diberikan sedikit, namun karena penulis yang terlalu berpikir keras untuk merancang suatu karya dan berharap bahwa hasil akan menjadi sempurna.

3.4.2 Solusi Pelaksanaan Magang

Masalah komunikasi yang dialami penulis selama proses magang, untungnya hanya berjalan di minggu-minggu pertama dan berlangsungnya pemberian *brief* konten hanya disampaikan oleh satu pihak, yaitu *Supervisor*. Upaya juga dilakukan oleh penulis untuk menangani masalah tersebut, yaitu dengan cara membicarakan dengan *Supervisor* selama proses magang tentang miskomunikasi ini, dan *brief* yang awalnya diberikan secara verbal, sekarang dilakukan melalui pesan WhatsApp yang cenderung lebih mudah dan dapat disimpan kapan pun.

Masalah lain yaitu *art block* atau kesulitan mencari ide desain merupakan hal yang cukup familiar di kalangan desainer grafis, dan masalah seperti ini tentu saja dapat dengan mudah ditangani dengan kepala dingin. Salah satu solusi penulis untuk mengatasi masalah *art block* ini adalah untuk mengunjungi situs seperti Pinterest, Behance, dan sejenisnya untuk mencari dan menampung referensi visual sebanyak mungkin yang nantinya akan disusun menjadi sebuah *moodboard* dan *styelscape* untuk mempermudah penulis mencari ide desain. Untuk permasalahan *indecisiveness* dalam proses

pengerjaan desain, penulis berusaha sebisa mungkin untuk tidak merubah ide secara tiba-tiba di tengah pengerjaan tugas.

Terakhir, masalah perfeksionisme penulis selama mengerjakan tugas yang diberikan. Mengingat bahwa kesempurnaan bukan lah satu-satunya hasil yang baik dan berpikir bahwa kesempurnaan desain akan membuahkan hasil yang yang baik belum tentu tepat juga. Maka dari itu, penulis mengubah pola pikir bahwa desain adalah proses iteratif, bukan hasil yang harus sempurna sejak awal. Menerapkan prinsip "*done is better than perfect*" dapat membantu mendorong penyelesaian karya tanpa terjebak dalam keraguan berlebihan.

