

BAB III

PELAKSANAAN MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi Pelaksanaan Magang

Selama menjalani magang di PT Sentra Trada Indostation, penulis menempati posisi sebagai Desainer Grafis di bawah supervisi pembimbing lapangan yang ditunjuk oleh perusahaan. Penulis bertugas dalam divisi yang menangani pengembangan materi promosi dan visual branding untuk mendukung pemasaran ritel energi dan suku cadang motor. Selain itu, penulis juga mendapatkan arahan dari dosen pembimbing magang Universitas Multimedia Nusantara untuk memastikan pelaksanaan tugas sesuai dengan standar akademik.

3.1.1 Kedudukan Pelaksanaan Magang

Penulis menempati posisi sebagai Desainer Grafis serta ditempatkan dalam divisi pemasaran yang dibimbing langsung oleh *supervisor*, bertugas memberikan arahan dan pengawasan terhadap proyek yang dikerjakan. Dalam pelaksanaan tugas, penulis menerima arahan langsung dari supervisor terkait proyek yang harus diselesaikan, kemudian hasil kerja dievaluasi secara berkala untuk memastikan kesesuaian dengan standar perusahaan. Selain itu, penulis juga mendapatkan *feedback* yang digunakan sebagai dasar untuk meningkatkan kualitas desain dan efektivitas dalam mendukung kebutuhan promosi perusahaan.

3.1.2 Koordinasi Pelaksanaan Magang

Selama melaksanakan magang di PT Sentra Trada Indostation, penulis mengikuti alur koordinasi yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Pemberian tugas dimulai dari arahan yang diberikan oleh Supervisor, berdasarkan kebutuhan yang diterima dari Tim Marketing Mobil Indostation.

Setelah penulis menyelesaikan tugas, hasil pekerjaan akan diperiksa dan dievaluasi oleh Supervisor. Jika diperlukan, Supervisor memberikan instruksi untuk melakukan revisi sebelum hasil akhir dikonfirmasi kembali kepada Tim Marketing Mobil Indostation.



Gambar 3.1 Bagan Alur Koordinasi

Tim ini kemudian meneruskan hasil pekerjaan tersebut untuk disetujui di tingkat manajemen PT Sentra Trada Indostation. Seluruh proses koordinasi ini berlangsung secara terstruktur untuk memastikan setiap proyek berjalan sesuai standar perusahaan.

3.2 Tugas yang Dilakukan

Selama masa magang, penulis terlibat secara aktif dalam berbagai aktivitas yang mendukung proses operasional dan pengembangan sistem di perusahaan. Seluruh tugas yang dijalankan mengacu pada pembagian kerja harian yang telah disusun sebelumnya, dan ditulis ke dalam laporan ini sebagai bentuk pertanggungjawaban terhadap kegiatan magang.

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Tabel 3.1 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Magang

Minggu	Tanggal	Proyek	Keterangan
2	14 Februari 2025 – 16 February 2025	Perancangan Desain Feed Instagram Promosi Oli Mobil™ Super Moto	Mendesain konten promosi dengan visual dinamis untuk menonjolkan performa produk Oli Mobil™ Super Moto.
3	21 Februari 2025 – 24 Februari 2025	Perancangan Promosi Harga Spesial untuk 3 Oli	Membuat desain yang menonjolkan promo harga spesial tiga varian oli dengan tata letak informatif.
4	28 Februari 2025 – 2 Maret	Perancangan Promosi Instagram Varian Diskon Oli Mobil™ Super Moto	Fokus pada desain visual promo diskon dengan penggunaan warna kontras untuk menarik perhatian audiens.
4-6	2 Maret – 16 Maret 2025	Desain Ulang Aplikasi Point of Sale Indostation 2.0	Perubahan mencakup penataan ulang tata letak, penyederhanaan ikon. Hasil Desain Ulang ini bertujuan untuk meningkatkan pengalaman pengguna dan mempercepat proses operasional bagi karyawan Indostation.

7	21 Maret 2025	Pemotretan ke Pom Mikro Area Cilebut, Bogor	Kegiatan diawali dengan pertemuan bersama supervisor untuk membahas proyek yang akan dilaksanakan. Setelah itu dilakukan perkenalan dengan petugas POM Mikro di area Cilebut, Bogor, guna membangun komunikasi yang baik selama proses dokumentasi. Selanjutnya dilakukan pemotretan terhadap aktivitas pelayanan pelanggan sebagai bagian dari proses dokumentasi visual untuk kebutuhan internal perusahaan.
10	11 April 2025 15 April 2025	Mendesain konten promosi Instagram untuk produk filter saringan motor	Konten promosi bertema “Promo Spesial” dirancang dengan menampilkan gambar produk filter saringan, harga sebelum dan sesudah diskon, serta elemen identitas perusahaan seperti logo Mobil™ dan Indostation. Motif garis melingkar digunakan sebagai latar untuk memberikan kesan dinamis dan menarik. Desain ini ditujukan untuk menarik perhatian pelanggan melalui media sosial dan meningkatkan minat beli.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

12	25 April 2025 – 28 April 2025	Mendesain konten promosi Instagram untuk produk filter udara motor	Merancang visual promosi bertajuk “Promo Filter Udara” dengan latar biru dan elemen lingkaran sebagai aksent agar tampilan tidak monoton. Produk ditampilkan secara jelas di tengah layout dengan penempatan harga lama dan baru yang mencolok untuk menonjolkan diskon. Logo perusahaan Mobil™ dan Indostation turut disertakan sebagai elemen branding yang konsisten. Desain ini ditujukan untuk menarik perhatian konsumen melalui media sosial.
13	2 Mei 2025 – 6 Mei 2025	Mendesain konten promosi Instagram untuk produk gearset motor	Membuat desain visual untuk promosi gearset motor merek Indoparts dengan nuansa warna biru dan kuning yang kontras untuk menarik perhatian. Produk ditampilkan secara utuh agar konsumen dapat mengenali isi paket. Elemen harga diskon ditampilkan secara mencolok untuk menonjolkan nilai promo. Logo Mobil™ dan Indostation disertakan untuk memperkuat branding. Desain ini ditujukan untuk mendukung pemasaran produk melalui media sosial.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

15	16 Mei 2025 – 18 Mei 2025	Perancangan Promosi Instagram Kampas Rem IndoParts	<p>Dalam proyek Promosi Kampas Rem IndoParts, kontribusi mencakup pembuatan dan penyebaran materi promosi, termasuk desain iklan yang menarik, penentuan harga promo yang kompetitif, serta koordinasi dengan tim pemasaran dan penjualan. Tujuan dari proyek ini adalah meningkatkan penjualan kampas rem melalui strategi promosi harga khusus untuk menarik perhatian pelanggan. Hasil yang dicapai meliputi publikasi iklan yang efektif, peningkatan keterlibatan pelanggan, serta potensi peningkatan penjualan produk. Selain itu, distribusi materi promosi dilakukan melalui berbagai platform agar pesan pemasaran dapat tersampaikan dengan baik.</p>
16	23 Mei 2025 – 25 Mei 2025	Perancangan Promosi Instagram Kampas Rem ke-2 IndoParts	<p>Dalam proyek Promosi Kampas Rem ke-2 INDOPARTS, pembuatan dan penyebaran materi promosi dilakukan untuk menarik perhatian pelanggan serta meningkatkan penjualan melalui strategi promosi harga khusus. Kegiatan yang dilakukan mencakup desain iklan yang menarik dan informatif, penentuan harga promo yang kompetitif, koordinasi dengan tim pemasaran dan penjualan, serta distribusi materi promosi melalui berbagai platform.</p>

17	27 Mei 2025 - 30 Mei 2025	Perancangan Promosi Vanbelt oleh IndoParts	Proyek Promosi Vanbelt INDOPARTS meliputi pembuatan dan penyebaran materi promosi untuk meningkatkan daya tarik dan penjualan produk melalui strategi diskon khusus. Kegiatan mencakup desain iklan menarik, penentuan harga promo kompetitif, serta koordinasi dengan tim pemasaran dan penjualan. Harga diskon dan detail promosi ditampilkan jelas dalam materi pemasaran yang dipublikasikan di berbagai platform guna menjangkau lebih banyak pelanggan dan meningkatkan minat beli.
----	---------------------------	--	---

3.3 Uraian Pelaksanaan Magang

Selama proses magang, penulis berpartisipasi aktif dalam 5 proyek perancangan visual yang merepresentasikan alur kerja di perusahaan tempat magang. Setiap proyek melalui tahapan yang mencakup briefing awal, riset referensi, eksplorasi konsep visual, proses desain, hingga revisi dan finalisasi.

Metode perancangan mengacu pada pendekatan yang diterapkan oleh perusahaan, yaitu dimulai dari diskusi kebutuhan desain dengan supervisor, dilanjutkan dengan pencarian referensi visual yang relevan, penyusunan konsep awal, dan penyempurnaan hasil berdasarkan masukan.

3.3.1 Proses Pelaksanaan Tugas Utama Magang

Proyek pertama, penulis melakukan diskusi panjang bersama supervisor setelah menyelesaikan masa pelatihan. Setelah mencoba aplikasi buatan PT Sentra Trada Indostation, penulis sadar masih ada beberapa kendala pada aplikasi tersebut walaupun sudah dilakukan banyak pembaruan.

Namun tidak dipungkiri bahwa masih terdapat beberapa permasalahan, seperti fitur absensi dan pemotretan digital indikator yang kurang responsif, serta tampilan User Interface (UI) yang terkesan usang dan tidak mengikuti perkembangan tren desain saat ini.



Gambar 3.2 Tampilan Halaman Beranda Indostation POS 2.0

Berdasarkan observasi tersebut, penulis diberi tanggung jawab untuk membuat ulang desain tampilan aplikasi agar lebih modern dan konsisten. Proses dimulai dengan mengamati keseluruhan tampilan lama aplikasi, kemudian dilanjutkan dengan pencarian referensi visual sebagai inspirasi desain.



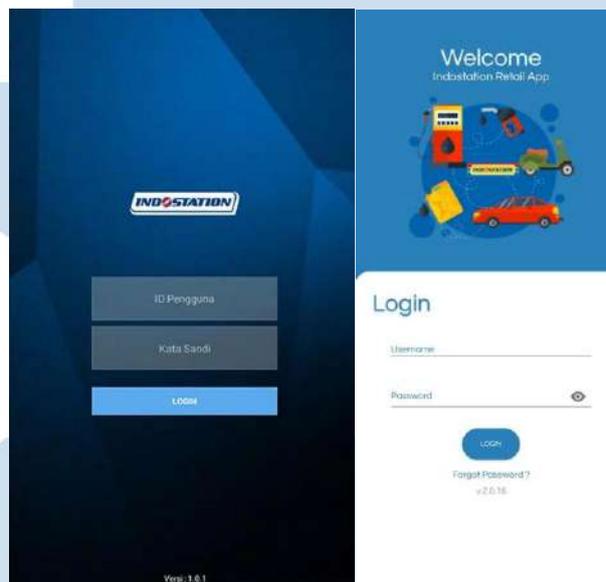
Gambar 3.3 Tampilan Halaman Login Indostation POS 2.0

Penulis akan menyusun ulang elemen-elemen antarmuka seperti tata letak, ikon, tombol, serta kombinasi warna dan tipografi, dengan memperhatikan prinsip kesederhanaan dan keterbacaan. Proses desain dilakukan menggunakan Affinity Designer & Figma, dengan fokus pada penyederhanaan navigasi, penyesuaian hierarki visual, dan penggunaan warna yang lebih professional agar ikon lebih selaras dan mudah disesuaikan dengan kebutuhan desain aplikasi.

3.3.1.1 Referensi (Halaman *Login*)

Penulis menggunakan halaman login dari aplikasi POS Indostation paling pertama & Indostation Retail App sebagai referensi kedua pada aplikasi yang akan didesain ulang. Hal ini dikarenakan halaman login POS Indostation memiliki tampilan yang bersih dan minimalis, dengan fokus pada fungsionalitas. Terdapat 2 kolom input & sebuah tombol *login* yang menonjol di bawahnya.

Lalu, Halaman *Login* pada *Retail App* memiliki desain yang menarik dengan ilustrasi kendaraan dan stasiun bahan bakar di bagian atas, menciptakan suasana yang relevan dengan aplikasi. Bagian bawahnya didominasi oleh panel putih bersih untuk formulir login.



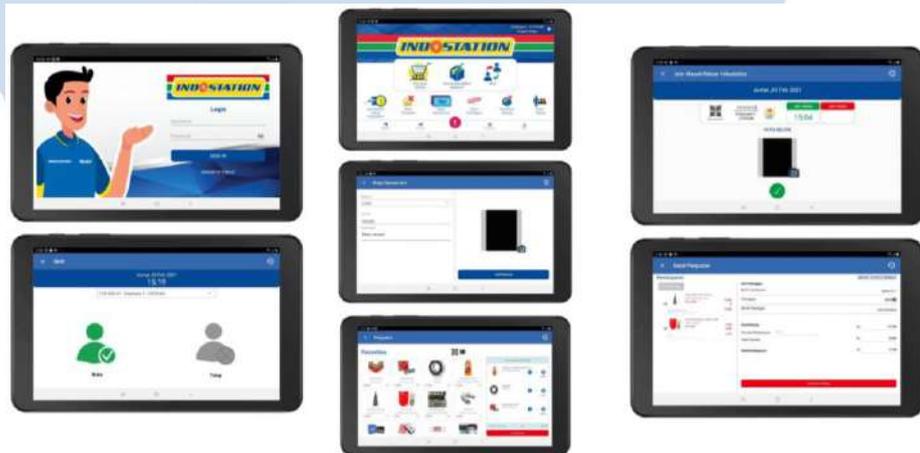
Gambar 3.4 Halaman Login Point of Sale & Retail App Indostation

Logo Perusahaan ditempatkan dengan baik di bagian atas, memberikan identifikasi merek yang kuat. Versi aplikasi juga ditampilkan di bagian bawah, memberikan informasi penting kepada pengguna. Tata letak ini dianggap efektif dan mudah digunakan, yang menjadi dasar bagi desain aplikasi yang akan dikembangkan. Lalu pada *Retail App*, Terdapat dua kolom input yang jelas untuk *Username* dan *Password*, dengan ikon mata di kolom password yang memungkinkan pengguna untuk melihat atau menyembunyikan teks.

Tombol *Login* berbentuk oval berwarna biru ditempatkan secara sentral, dan terdapat opsi *Forgot Password?* di bawahnya, meningkatkan pengalaman pengguna. Desain ini dianggap informatif dan mudah digunakan, menjadikannya referensi yang baik untuk desain aplikasi yang sedang dikembangkan.

3.3.1.2 Referensi (Sebelum di Rancang Ulang)

Penulis menggunakan tampilan Indostation POS 2.0 sebagai referensi utama secara keseluruhan pada aplikasi yang akan didesain. Pemilihan ini didasarkan pada antarmuka yang sudah terbukti fungsional dan terstruktur dengan baik untuk kebutuhan operasional.



Gambar 3.5 Tampilan Keseluruhan Aplikasi POS Indostation 2.0

Aplikasi ini memiliki navigasi yang jelas dengan ikon-ikon yang intuitif pada halaman utama. Elemen-elemen visual seperti tombol, warna, dan tata letak ikon dirancang agar mudah dikenali oleh pengguna, sehingga memudahkan dalam menjelajahi fitur-fitur yang tersedia. Referensi ini akan membantu dalam menciptakan alur kerja yang logis dan tampilan yang familiar bagi pengguna aplikasi yang akan datang.

3.3.1.3 Pemilihan Warna

Penulis menggunakan warna dari logo Indostation dan Mobil sebagai pilihan utama pada aplikasi yang akan didesain. Pemilihan ini didasarkan pada identitas merek yang sudah kuat dan familiar di kalangan pengguna.

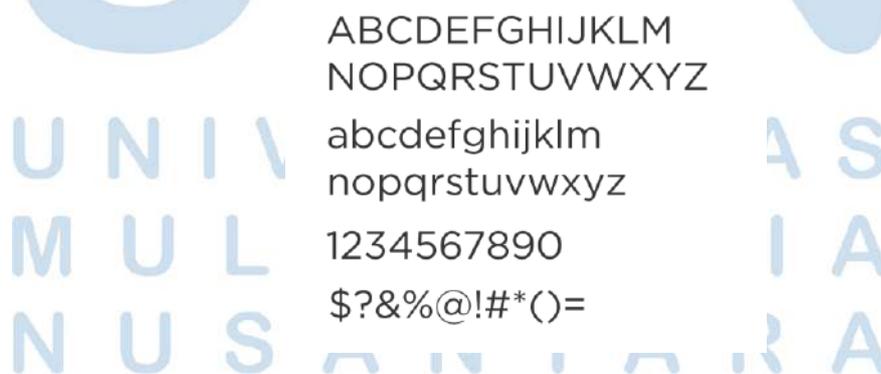


Gambar 3.6 Palet Warna Perusahaan

Untuk logo Mobil, warna biru gelap dan merah terang akan menjadi aksesoris utama. Sementara itu, dari logo Indostation, palet warna yang lebih kaya akan diterapkan, meliputi biru tua, kuning cerah, merah menyala, dan hijau daun. Kombinasi warna-warna ini akan digunakan untuk menciptakan antarmuka yang kohesif, menarik, dan mudah dikenali, selaras dengan citra merek yang sudah ada.

3.3.1.4 Pemilihan Huruf

Penulis menggunakan font Gotham untuk keterbacaan pada aplikasi yang akan didesain. Pemilihan font Gotham didasarkan pada karakteristiknya yang bersih, modern, dan sangat mudah dibaca, baik dalam ukuran besar maupun kecil.



Gambar 3.7 Font Gotham

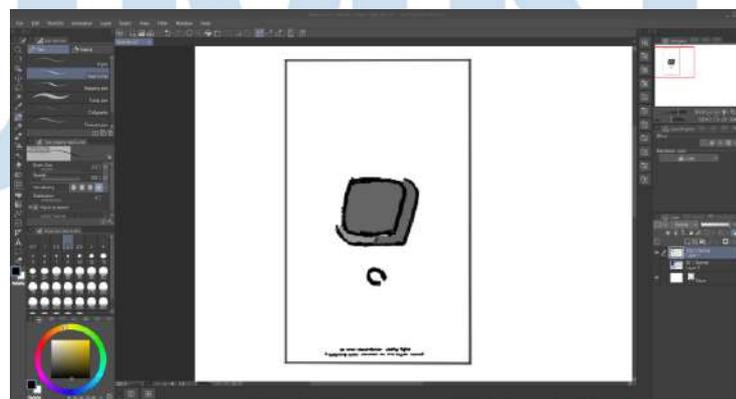
Font ini memiliki bentuk yang jelas dan proporsi yang seimbang, sehingga teks akan terlihat rapi dan profesional di berbagai elemen antarmuka, mulai dari *header*, hingga *footer* teks. Ketersediaan varian huruf besar, huruf kecil, angka, dan simbol yang lengkap juga memastikan fleksibilitas dalam penggunaan, berkontribusi pada pengalaman pengguna yang konsisten di seluruh halaman aplikasi.

3.3.1.5 Proses Perancangan Sketsa (*Wireframe*)

Dalam tahap awal perancangan ulang aplikasi, Penulis membuat 8 sketsa menggunakan *Clip Studio Paint* sebagai bentuk awal struktur dan tampilan pada masing-masing halaman. Sketsa ini berfungsi sebagai awalan dalam menyusun tata letak, bentuk serta alur penggunaan aplikasi secara menyeluruh. Berikut adalah penjabaran sketsa berdasarkan masing-masing halaman:

1. Halaman *Loading Screen*

Sketsa ini menampilkan tampilan awal saat aplikasi dimulai. Elemen visual utama berupa ikon atau logo yang diletakkan di tengah layar, disertai animasi pemuatan sederhana di bawahnya. Tampilan ini dirancang minimalis untuk mempercepat waktu muat aplikasi tanpa mengurangi identitas merek.



Gambar 3.8 Proses & Hasil Sketsa Loading Screen

2. Halaman *Login*

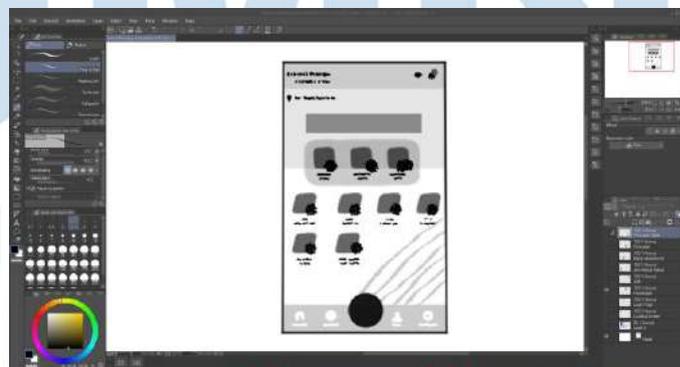
Halaman login dirancang dengan dua kolom utama untuk *username* dan *password*, disertai tombol masuk yang mencolok di bagian bawah. Ilustrasi bertema SPBU serta nama aplikasi ditampilkan di bagian atas untuk memperkuat konteks penggunaan. Desain ini dibuat untuk memberikan kesan formal dan mudah dipahami.



Gambar 3.9 Proses & Hasil Sketsa Login Screen

3. Halaman Beranda

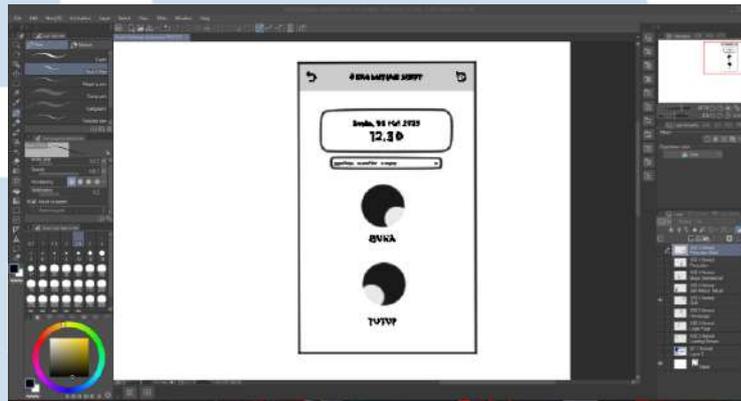
Pada halaman utama, sketsa menampilkan tata letak berupa grid ikon yang merepresentasikan kategori atau fitur utama, seperti penjualan, laporan, dan pengaturan. Menu navigasi ditempatkan di bagian bawah dengan lima ikon utama, sehingga pengguna dapat mengakses fitur penting dengan cepat dan efisien.



Gambar 3.10 Proses & Hasil Sketsa Dashboard

4. Halaman Pergantian *Shift*

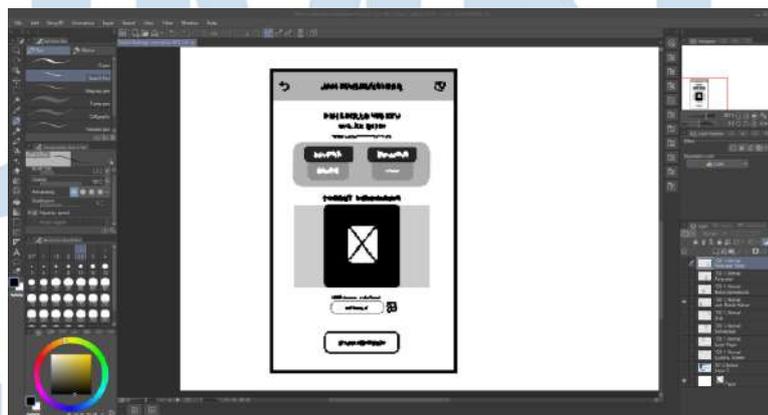
Tampilan halaman ini menyajikan dua tombol utama, yaitu Buka dan Tutup shift, disertai informasi waktu dan tanggal saat ini. Elemen-elemen tersebut dirancang dalam ukuran besar agar mudah diakses oleh pengguna, terutama bagi staf operasional yang bekerja di lapangan.



Gambar 3.11 Proses & Hasil Sketsa Pergantian Shift

5. Halaman Jam Masuk/Keluar

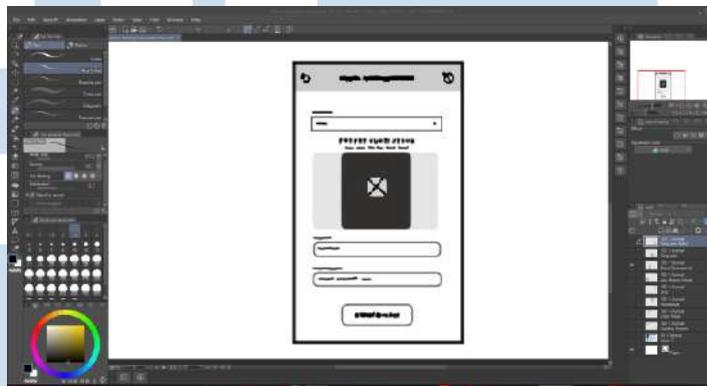
Tampilan terdiri dari dua tombol utama, yaitu “Masuk” dan “Keluar”, yang dilengkapi dengan kolom waktu otomatis. Selain itu, tersedia area untuk potret kehadiran, identitas karyawan, serta kolom input dan pemindai QR code sebagai verifikasi.



Gambar 3.12 Proses & Hasil Sketsa Halaman Jam Masuk/Keluar

6. Halaman Biaya Operasional

Sketsa halaman operasional dirancang untuk memfasilitasi pencatatan pengeluaran, khususnya biaya listrik. Elemen-elemen seperti kategori, unggahan struk, jumlah, dan keterangan disusun secara sistematis agar alur pengisian data menjadi lebih efisien dan mudah dipahami. Tombol “Konfirmasi” diletakkan di bagian bawah sebagai langkah akhir dalam proses input.



Gambar 3.13 Proses & Hasil Sketsa Halaman Biaya Operasional

7. Halaman Penjualan

Sketsa halaman penjualan dirancang untuk menampilkan daftar produk secara jelas dan terstruktur, dengan elemen seperti nama, harga, dan tombol aksi disusun sesuai hierarki informasi. Tombol “Konfirmasi” dan “Batal” ditempatkan di bagian bawah untuk memudahkan proses transaksi.



Gambar 3.14 Proses & Hasil Sketsa Halaman Penjualan

8. Halaman Batal Penjualan

Sketsa halaman batal penjualan dirancang untuk menampilkan daftar barang yang dibatalkan, informasi pelanggan, serta total belanja secara jelas dan ringkas. Data seperti nama barang, harga, dan diskon disusun agar mudah ditinjau sebelum pembatalan. Kolom kendaraan dan identitas pelanggan ditambahkan sebagai konteks tambahan, sementara tombol “Konfirmasi” dan “Batal” ditempatkan di bagian bawah untuk memudahkan pengguna menyelesaikan proses.



Gambar 3.15 Proses & Hasil Sketsa Halaman Batal Penjual

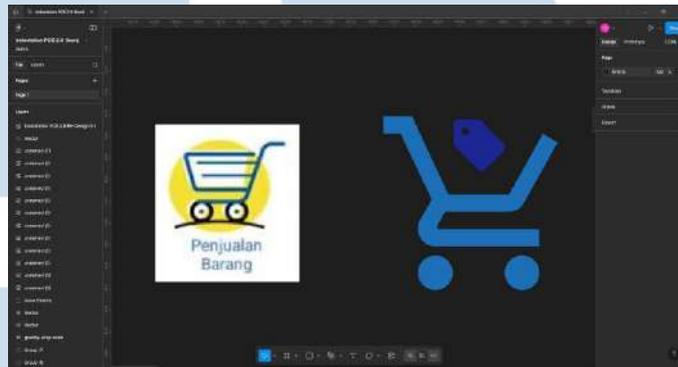
3.3.1.6 Proses Pembuatan Asset Icon

Tahap perancangan pada icon untuk aplikasi, penulis menggunakan Figma sebagai alat utama dalam proses pembentukan, pengelolaan, serta perancangan elemen icon secara keseluruhan. Penulis memanfaatkan Figma agar proses desain dapat dilakukan secara presisi dan konsisten dengan gaya visual aplikasi.

Dalam pengembangannya, penulis merancang bentuk icon vector seperti pendahulunya, dengan merancang yang lebih sederhana dan mudah dipahami. Pendekatan ini tidak hanya mempercepat proses desain, tetapi juga memastikan setiap icon memiliki keterbacaan tinggi dan relevansi visual terhadap kebutuhan operasional pengguna.

1) Icon Penjualan Barang

Perancangan icon dilakukan dengan pendekatan visual yang minimalis menggunakan bentuk vektor agar tetap informatif namun tidak kompleks.

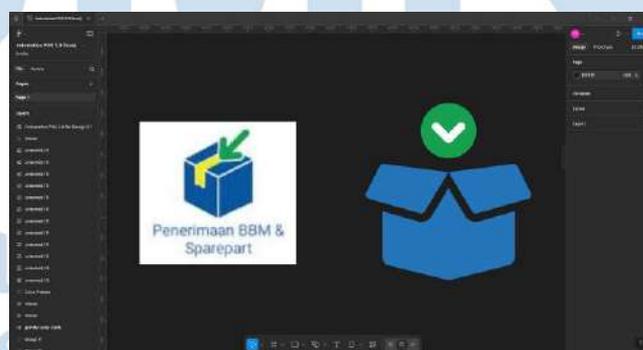


Gambar 3.16 Penjualan Barang Lama Sebelum (kiri) & Sesudah (kanan)

Setiap icon disesuaikan dengan fungsi masing-masing fitur pada aplikasi, sehingga operator Indostation dapat mengenali maknanya secara intuitif tanpa perlu teks pendamping. Pendekatan ini dipilih untuk menjaga konsistensi gaya antarmuka sekaligus meningkatkan efisiensi visual dalam penggunaan aplikasi.

2) Icon Penerimaan Barang

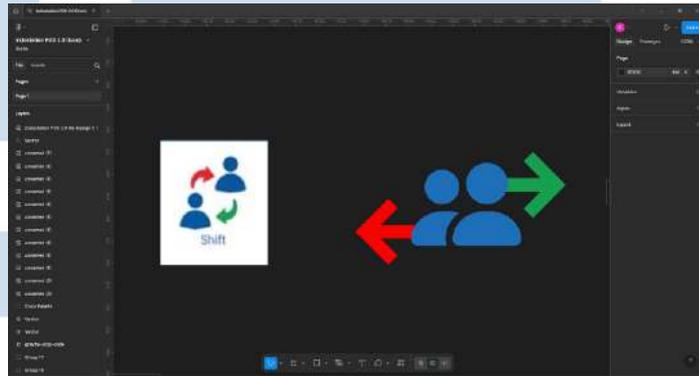
Icon ini dirancang menggunakan elemen visual berbentuk kotak menyerupai kardus, dipadukan dengan panah berwarna hijau yang mengarah ke bawah untuk merepresentasikan proses masuknya barang ke dalam sistem.



Gambar 3.17 Penerimaan Barang Sebelum (kiri) & Sesudah (kanan)

3) Icon Pergantian Shift

Icon dirancang menggunakan siluet dua orang dengan panah ke kiri dan kanan untuk merepresentasikan proses pergantian operator sesuai jadwal kerja. Simbol ini digunakan untuk menunjukkan transisi pengguna dalam sistem.



Gambar 3.18 Pergantian Shift Sebelum (kiri) & Sesudah (kanan)

4) Icon Jam Masuk & Keluar

Simbol untuk fitur jam masuk dan keluar dirancang menggunakan elemen panah arah dengan perbedaan warna, yaitu hijau untuk masuk dan merah untuk keluar, guna memperjelas makna yang dilakukan.

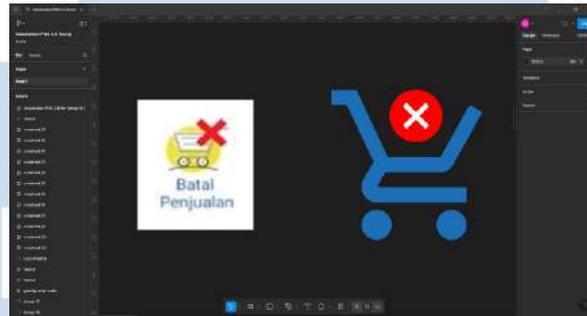


Gambar 3.19 Jam Masuk/Keluar Sebelum (kiri) & Sesudah (kanan)

Icon tersebut juga dilengkapi dengan ilustrasi jarum jam sebagai representasi elemen waktu, sehingga pengguna dapat langsung memahami fungsi ikon sebagai penanda aktivitas presensi.

5) Icon Batal Penjualan

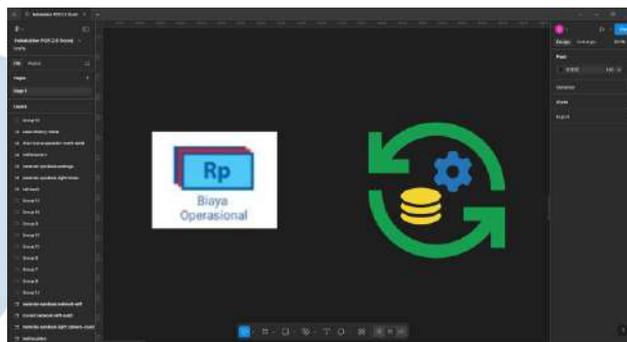
Icon dirancang menggunakan elemen visual berbentuk troli, serupa dengan versi sebelumnya, namun ditambahkan simbol “X” di dalam keranjangnya untuk merepresentasikan kondisi kesalahan atau penolakan transaksi.



Gambar 3.20 Batal Penjualan Sebelum (kiri) & Sesudah (kanan)

6) Icon Biaya Operasional

Icon ini dirancang dengan menambahkan simbol panah melingkar sebagai representasi proses yang berlangsung secara berulang atau siklus dalam operasional. Elemen gir digunakan untuk menunjukkan bahwa icon ini berkaitan dengan mekanisme kerja atau sistem internal.

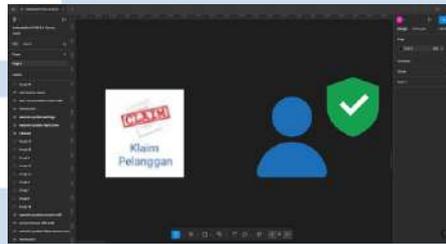


Gambar 3.21 Biaya Operasional Sebelum (kiri) & Sesudah (kanan)

Sementara itu, tambahan ilustrasi tumpukan koin melambangkan aspek transaksi atau sirkulasi keuangan yang terjadi secara rutin. Kombinasi visual ini dirancang agar pengguna dapat memahami fungsi ikon secara intuitif, khususnya dalam konteks aktivitas operasional yang berulang dan berkaitan dengan keuangan.

7) Icon Klaim Pelanggan

Pada versi sebelumnya, ikon hanya menampilkan tulisan “Claim” meskipun disertai teks penjelas di bawahnya, sehingga kurang memberikan representasi visual yang kuat. Dalam perancangan ulang, icon klaim pelanggan didesain dengan menambahkan siluet manusia dan panah di dalam simbol berbentuk perisai sebagai representasi keamanan.



Gambar 3.22 Klaim Pelanggan Sebelum (kiri) & Sesudah (kanan)

Komposisi ini bertujuan untuk menyampaikan bahwa proses klaim melibatkan identitas pengguna dan berlangsung dalam sistem yang terproteksi. Pendekatan visual ini memperkuat fungsi ikon secara simbolis, sekaligus meningkatkan keterbacaan makna tanpa harus bergantung pada teks.

8) Icon Penarikan Barang

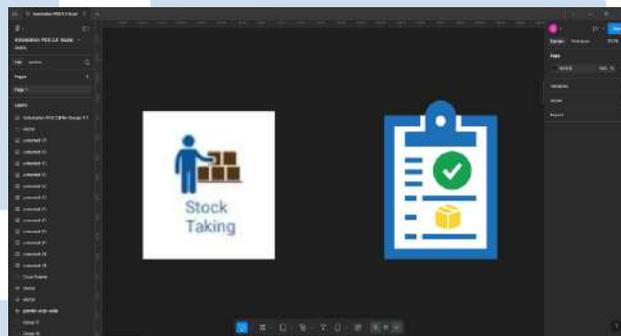
Desain ikon masih merujuk pada versi sebelumnya sebagai acuan visual, namun dilakukan modifikasi pada beberapa elemen untuk meningkatkan keterbacaan dan fungsionalitas. Perubahan signifikan terlihat pada bentuk panah yang kini didesain melengkung ke kanan, merepresentasikan alur proses yang lebih dinamis.



Gambar 3.23 Penarikan Barang Sebelum (kiri) & Sesudah (kanan)

9) Icon Pengambilan Stok

Icon ini dirancang dengan pendekatan yang lebih ringkas namun informatif, menggunakan elemen visual berupa papan tulis sebagai latar utama, dilengkapi dengan ilustrasi kertas yang menampilkan garis coretan serta simbol centang di dalam lingkaran sebagai representasi dari proses verifikasi atau persetujuan data.

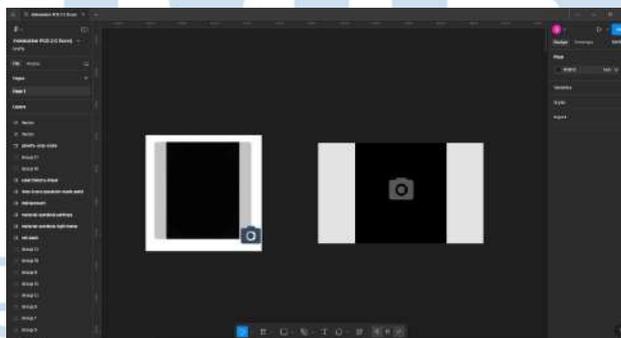


Gambar 3.24 Pengambilan Stok Sebelum (kiri) & Sesudah (kanan)

Selain itu, ditambahkan simbol box untuk memperkuat makna bahwa icon ini berkaitan dengan pengambilan barang. Kombinasi elemen-elemen ini disusun untuk memberikan konteks visual yang jelas terhadap fungsi icon dalam sistem operasional.

10) Icon Pemotretan

Icon ini dirancang dengan menempatkan simbol kamera di posisi sentral guna menekankan fungsinya sebagai akses utama menuju fitur pemotretan.



Gambar 3.25 Pemotretan Sebelum (kiri) & Sesudah (kanan)

Pendekatan ini bertujuan untuk memastikan operator dapat dengan mudah mengenali dan mengakses fungsi kamera secara langsung, yang digunakan untuk mendokumentasikan meteran bensin maupun bukti setoran dalam bentuk struk pembayaran. Penempatan elemen secara terpusat juga mendukung visibilitas dan efisiensi dalam interaksi pengguna pada antarmuka aplikasi.

3.3.1.7 Proses Desain Ulang

Dalam proses perancangan ulang aplikasi, telah disusun sebanyak delapan halaman dengan fungsi yang beragam sesuai kebutuhan operasional. Namun, dalam laporan ini ditampilkan tiga halaman representatif yang dipilih berdasarkan tingkat kompleksitas visual serta relevansinya terhadap alur utama penggunaan aplikasi.

Pemilihan ini bertujuan untuk memberikan gambaran yang cukup komprehensif mengenai pendekatan desain yang diterapkan, tanpa mengurangi substansi dan kualitas penyampaian informasi dalam dokumentasi.

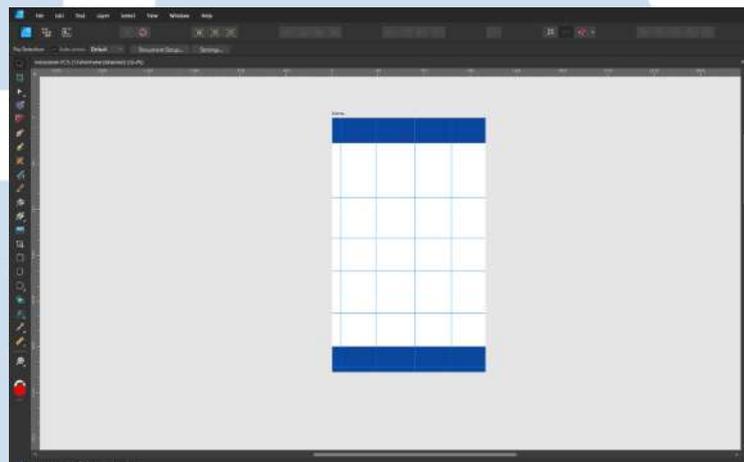
1) Halaman Beranda

Sebelum memulai proses perancangan ulang, acuan utama yang digunakan adalah tampilan awal dari aplikasi Indostation POS 2.0. Referensi ini dimanfaatkan untuk memahami struktur navigasi, urutan fungsi, serta penyajian informasi pada halaman beranda.



Gambar 3.26 Halaman Beranda Indostation POS 2.0

Artboard awal dirancang dengan ukuran 1200×2400 piksel untuk menyesuaikan tampilan antarmuka pada perangkat tablet secara proporsional dan modern. Header dan footer ditambahkan dengan gaya minimalis berwarna biru tua, selaras dengan identitas visual ExxonMobil™, serta dirancang polos untuk menjaga fokus pengguna pada konten utama.

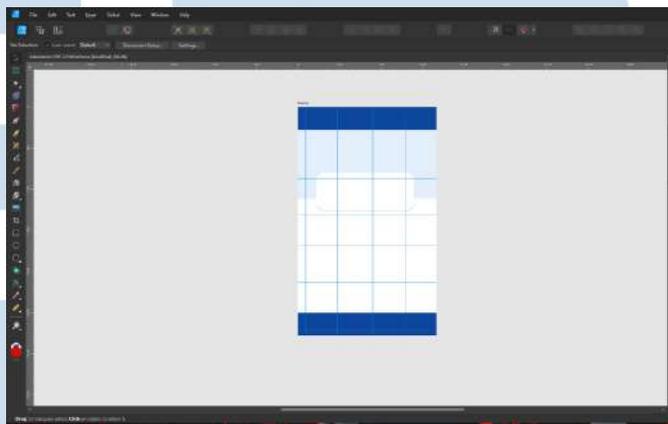


Gambar 3.27 Penyusunan Artboard Halaman Beranda

Selanjutnya, penulis menyusun grid dan margin dasar sebagai panduan penempatan elemen UI agar tampilan tetap konsisten dan rapi. Disiapkan pula area placeholder untuk menu navigasi, konten utama, dan informasi tambahan, sehingga proses pengisian konten pada tahap berikutnya dapat dilakukan secara lebih efisien dan terstruktur.

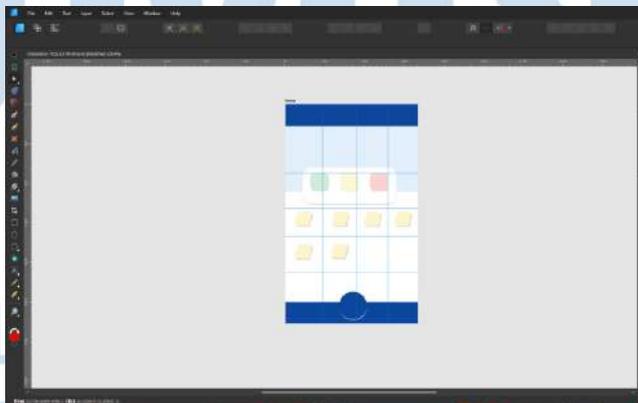
Setelah struktur dasar artboard terbentuk, penulis menambahkan elemen visual berbentuk persegi transparan dengan tingkat opacity sebesar 40% sebagai latar belakang visual. Elemen ini berfungsi sebagai area penanda yang nantinya akan diisi dengan foto atau ilustrasi pendukung, guna memberikan konteks visual yang lebih menarik tanpa mengganggu fokus pengguna terhadap fungsi utama aplikasi.

Di tengah layar, ditempatkan sudut bulat sebagai wadah utama ikon penting untuk memudahkan operator Indostation mengakses fitur utama. Penempatan ini mendukung navigasi yang intuitif dan efisien. Selanjutnya, ukuran, warna, dan posisi elemen disesuaikan agar sesuai dengan prinsip hirarki visual dan usability, sehingga tampilan tetap seimbang dan mudah digunakan dalam lingkungan kerja.



Gambar 3.28 Desain Awal dengan Area Interaksi Utama

Penempatan posisi ikon disesuaikan sama seperti pada halaman utama aplikasi Indostation POS 2.0 agar lebih familiar bagi pengguna dan memudahkan transisi penggunaan aplikasi baru. Dengan mengikuti pola yang sudah dikenal, operator dapat dengan cepat mengenali fungsi tiap ikon, sehingga meningkatkan efisiensi kerja dan mengurangi waktu adaptasi.



Gambar 3.29 Penempatan Posisi Icon

Footer dirancang sesuai ukuran layar untuk memudahkan akses fitur tanpa perlu menggulir yang terdiri dari lima icon berlabel dalam bahasa Indonesia. Desain ini menekankan kemudahan navigasi dan aksesibilitas, sehingga pengguna dapat dengan cepat menemukan fitur utama dengan pengalaman yang intuitif dan nyaman.



Gambar 3.30 Hasil Desain Footer

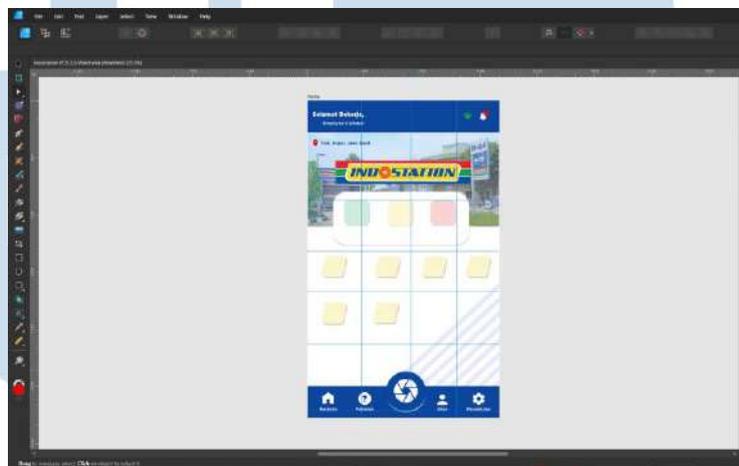
Header dirancang menampilkan salam personal dengan nama operator dan lokasi penugasan, dilengkapi ikon lonceng sebagai notifikasi. Elemen visual cincin bercabang ditambahkan untuk memperkuat identitas Indostation. Desain ini mengutamakan hierarki informasi, dengan penempatan teks dan ikon yang jelas, serta pengaturan font dan warna yang seimbang guna meningkatkan keterlibatan dan memperkuat citra aplikasi.



Gambar 3.31 Hasil Desain Header

Foto latar belakang area POM Mikro Indostation ditempatkan sebagai elemen visual utama di halaman beranda untuk memberikan nuansa kontekstual yang relevan dengan lingkungan kerja operator. Selain berfungsi estetis, latar ini memperkuat keterhubungan aplikasi dengan aktivitas operasional sehari-hari. Logo Indostation juga disisipkan secara strategis di atas latar sebagai penguat identitas merek dan branding visual yang kohesif.

Sebagai pelengkap informasi, lokasi kerja operator ditampilkan di posisi kiri atas dekat header. Penempatan ini dipilih agar data lokasi mudah terlihat dan cepat diakses oleh pengguna tanpa mengganggu elemen utama pada halaman. Informasi lokasi yang jelas membantu operator dalam mengonfirmasi area tugasnya, sekaligus meningkatkan akurasi dan efisiensi dalam menjalankan aktivitas operasional di lapangan.



Gambar 3.32 Penambahan Foto, Lokasi beserta Logo Perusahaan

Penulis melanjutkan 3 ikon utama beserta simbol dan teks untuk merepresentasikan tiga proses penting dalam sistem. Ikon pertama adalah keranjang belanja berwarna biru dengan label harga, yang melambangkan "Penjualan Barang", memastikan pengguna dapat dengan mudah mengidentifikasi fitur transaksi.

Ikon kedua berupa kotak biru dengan tanda centang hijau, yang melambangkan "Penerimaan Barang", menandakan proses verifikasi dan penerimaan stok baru. Ikon ketiga menampilkan dua orang dengan panah merah dan hijau, yang melambangkan "Pergantian Shift", memberikan indikasi visual yang jelas terkait pergantian jadwal kerja.

Secara teknis, ikon-ikon ini dirancang dengan kontras warna yang kuat untuk meningkatkan keterbacaan dan kemudahan identifikasi. Bentuknya yang sederhana namun informatif memastikan bahwa pengguna dapat dengan cepat memahami fungsinya tanpa perlu membaca teks secara mendetail. Selain itu, ukuran ikon telah disesuaikan agar tetap proporsional terhadap tampilan layar, memastikan pengalaman pengguna yang optimal dalam navigasi aplikasi.



Gambar 3.33 Hasil tiga Icon utama

Setelah merancang icon utama. Penulis merancang 6 icon lainnya beserta simbol dan teks untuk mendukung navigasi sistem yang lebih intuitif bagi pengguna. Icon pertama menampilkan jam dengan panah, yang melambangkan "Jam Masuk/Keluar", memungkinkan pencatatan waktu kerja secara efisien.



Icon kedua berupa keranjang belanja dengan tanda silang merah, yang merepresentasikan "Batal Penjualan", memberikan akses cepat untuk membatalkan transaksi yang sudah terinput. Icon ketiga menampilkan dokumen dengan simbol angka, yang melambangkan "Biaya Operasional", mendukung pencatatan pengeluaran bisnis secara terperinci.



Gambar 3.34 Hasil enam Icon dibawah icon utama

Icon keempat berupa siluet orang dengan tanda centang untuk "Klaim Pelanggan," memudahkan pengelolaan keluhan. Icon kelima adalah kotak dengan panah keluar mewakili "Penarikan Barang," sedangkan icon keenam berupa tumpukan kotak dengan panah masuk melambangkan "Pengambilan Stok Barang." Semua icon dirancang proporsional dan sesuai hierarki visual agar pengguna dapat dengan cepat mengenali dan memudahkan pengguna untuk mengakses fitur yang mereka butuhkan.

Pada tahap finalisasi, penulis menyempurnakan tampilan antarmuka dengan menyesuaikan posisi ikon agar selaras dengan grid layout, serta memperbaiki ukuran teks untuk meningkatkan keterbacaan. Elemen visual seperti margin, spasi, dan alignment juga dirapikan guna menciptakan tampilan yang lebih profesional dan mudah digunakan. Elemen penting seperti tombol navigasi dan ikon utama ditempatkan secara strategis agar mudah dijangkau pengguna.



Gambar 3.35 Hasil Finalisasi Halaman Beranda

Langkah ini dilakukan untuk meningkatkan pengalaman pengguna secara keseluruhan serta memastikan bahwa tampilan akhir aplikasi tidak hanya menarik secara estetika, tetapi juga fungsional dalam mendukung operasional di lapangan.

2) Halaman Jam Masuk/Keluar

Sama seperti *artboard* sebelumnya, halaman ini tetap menggunakan struktur layout yang konsisten, termasuk *grid*, *margin*, *footer*, dan area konten utama. Perbedaannya terletak pada header, di mana penulis menambahkan simbol “Kembali” di kiri atas sebagai tombol navigasi untuk memudahkan pengguna kembali ke halaman sebelumnya.

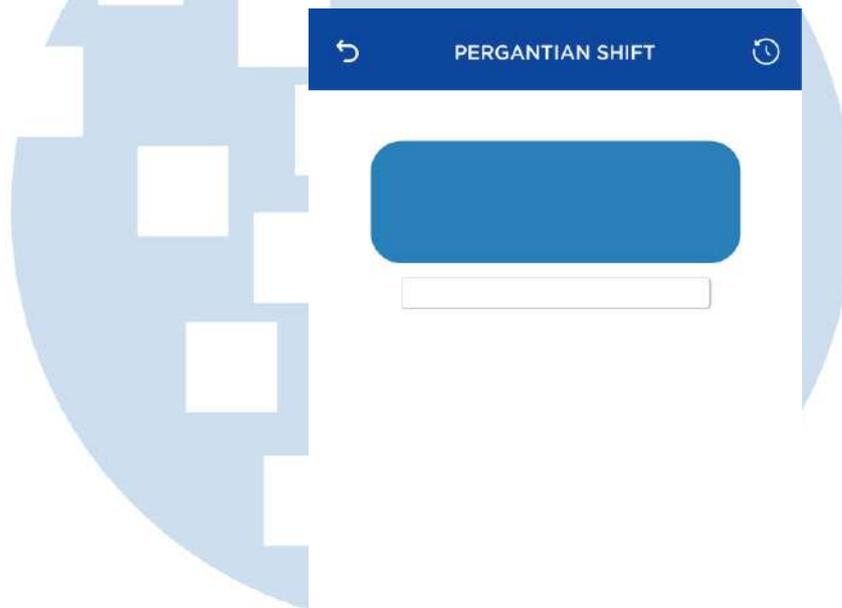


Gambar 3.36 Header pada Halaman Pergantian Shift

Judul halaman “Pergantian Shift” ditampilkan di tengah *header* sebagai penanda posisi pengguna dalam aplikasi, membantu memperjelas konteks saat digunakan dalam kondisi operasional. Di sisi kanan, terdapat ikon panah melingkar ke kiri yang berfungsi untuk mengakses riwayat pergantian shift sebelumnya.

Selanjutnya, penulis menambahkan elemen visual berupa bentuk sudut bulat horizontal memanjang di bagian atas area konten sebagai penanda waktu absensi yang sedang berjalan. Elemen ini dirancang menyerupai indikator status aktif, yang secara real-time menunjukkan bahwa proses absensi sedang berlangsung pada jam operasional tertentu. Desain lengkung pada elemen ini tidak hanya memberikan tampilan yang lebih modern dan lembut secara visual, tetapi juga membantu membedakan bagian ini dari elemen lainnya agar mudah dikenali pengguna.

Tepat di bawah indikator tersebut, penulis menyisipkan kolom khusus yang menampilkan informasi operator yang saat ini hadir di lokasi. Kolom ini mencakup nama operator, lokasi tugas, serta waktu masuk, yang ditampilkan secara ringkas namun informatif.



Gambar 3.37 Penambahan Bentuk Sudut Bulat

Penempatan elemen ini bertujuan untuk memudahkan pemantauan kehadiran secara langsung dan memastikan transparansi dalam sistem shift. Kombinasi antara indikator waktu dan daftar operator ini dirancang untuk menyederhanakan proses pengecekan absensi, sekaligus mendukung efisiensi operasional di lapangan.

Selanjutnya, penulis menyisipkan informasi waktu secara real-time, lengkap dengan hari dan tanggal, untuk memperkuat konteks waktu dalam proses absensi. Elemen ini diletakkan secara strategis di bagian atas guna memberikan informasi aktual kepada pengguna saat mengakses halaman.



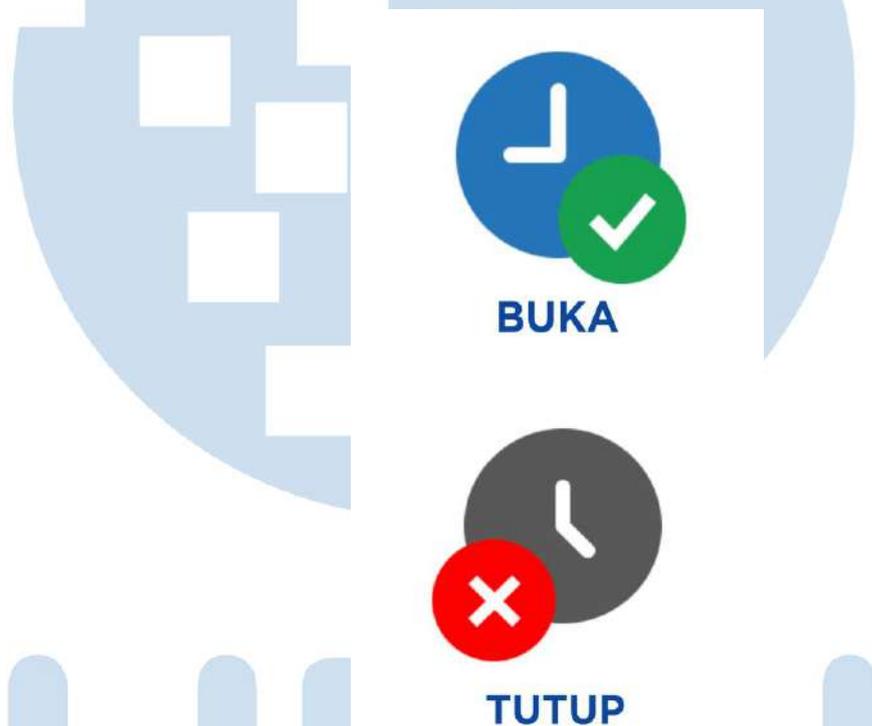
Gambar 3.38 Informasi Waktu & Kolom Identitas Operator

Pada bagian bawahnya, penulis menambahkan kolom berisi nomor identitas operator sebagai data pengenalan unik. Informasi ini berfungsi untuk mencocokkan kehadiran dengan identitas masing-masing operator yang sedang bertugas di lokasi tersebut.

Dengan adanya penanda waktu dan identitas ini, sistem absensi menjadi lebih akurat, transparan, dan dapat dipertanggungjawabkan secara administratif. Penempatan kedua elemen ini juga memperhatikan prinsip keterbacaan dan keselarasan visual agar mudah diakses dan dipahami dalam situasi kerja yang dinamis.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

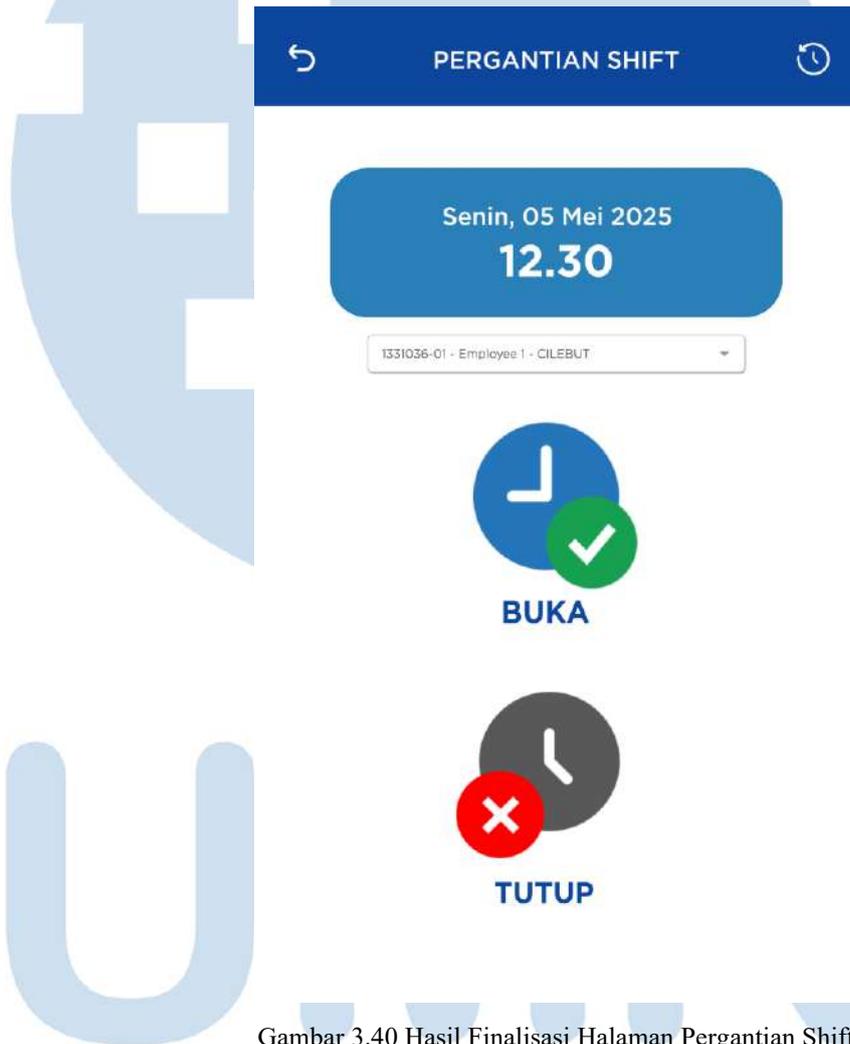
Setelah menyisipkan kedua elemen informasi tersebut, penulis merancang dua simbol jam dengan bentuk visual yang berbeda untuk merepresentasikan status waktu operasional. Jam pertama menunjukkan arah jarum ke angka sembilan, disertai dengan tanda centang, yang mengindikasikan bahwa operator telah memulai tugas dan dalam kondisi siap bekerja. Simbol ini dilabeli sebagai status “Buka”, menandakan awal shift kerja.



Gambar 3.39 Jam Buka & Tutup Shift

Jam kedua menunjukkan arah jarum ke angka lima dengan tanda silang (X), yang menandakan akhir shift dan kesiapan operator untuk digantikan. Simbol ini berfungsi sebagai penanda status “Tutup”. Desain ikon yang kontras dan intuitif memudahkan pengguna membedakan status operasional dengan cepat, sehingga mendukung efisiensi dalam lingkungan kerja yang dinamis.

Pada tahap finalisasi, penulis merapikan beberapa layout beserta ukuran teks untuk menjaga konsistensi visual di seluruh halaman aplikasi. Penyesuaian dilakukan pada posisi elemen seperti ikon, tombol, dan teks agar selaras dengan grid yang telah dirancang sebelumnya.

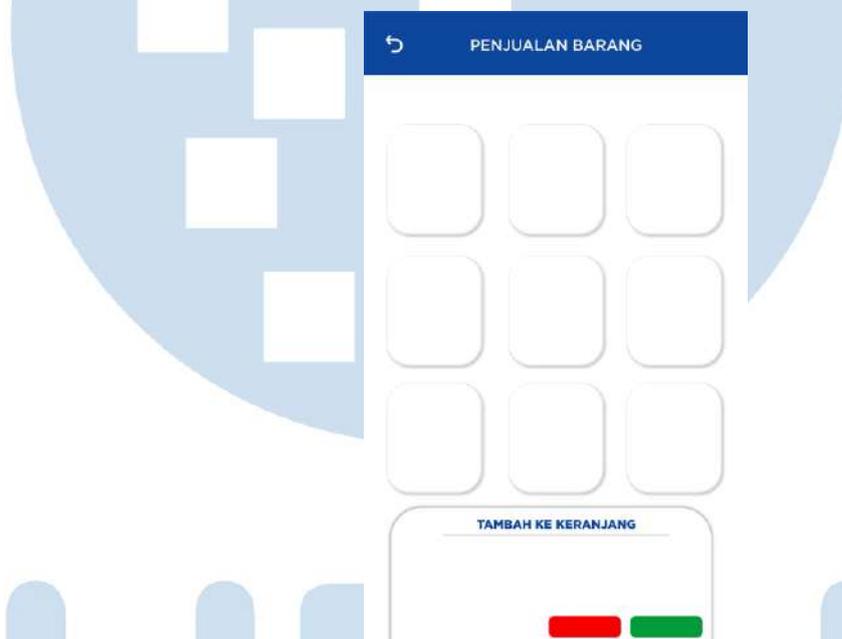


Gambar 3.40 Hasil Finalisasi Halaman Pergantian Shift

Selain itu, penulis juga memperbaiki jarak antar komponen, menyusun ulang alignment, serta memastikan teks mudah dibaca di berbagai ukuran layar. Langkah ini bertujuan untuk meningkatkan kenyamanan penggunaan dan menjaga tampilan antarmuka tetap rapi, profesional, dan mudah dipahami.

3) Halaman Penjualan Barang

Pada halaman ini, penulis tetap mempertahankan ukuran artboard vertikal dengan rasio 1200x2400 piksel untuk menjaga konsistensi visual antarhalaman. Di bagian atas, ditampilkan header berwarna biru dengan judul “Penjualan Barang” yang ditempatkan di tengah secara mencolok, serta ikon panah kembali di sisi kiri atas yang berfungsi untuk kembali ke halaman beranda.



Gambar 3.41 Halaman Penjualan Barang dalam Tahap Perancangan

Selanjutnya, penulis menyusun katalog produk dalam bentuk kotak bersudut tumpul yang akan menampilkan daftar barang. Tata letak ini disiapkan agar mudah diakses oleh operator, yang berperan sebagai penjual dalam memilih dan menghitung harga barang sesuai permintaan pelanggan.

Sebagai elemen interaktif tambahan, ditampilkan pula sebuah komponen *pop-up slide* di bagian bawah layar dengan judul “Tambah Ke Keranjang”. Komponen ini akan muncul saat pengguna memilih produk dari katalog.

Komponen ini akan muncul secara otomatis ketika pengguna memilih salah satu produk dari katalog. Di dalam pop-up tersebut, tersedia dua tombol aksi utama yang dirancang untuk mempermudah proses transaksi. Tombol merah berfungsi untuk membatalkan pemilihan barang, memberikan opsi bagi pengguna untuk menghapus produk dari daftar sebelum melanjutkan ke tahap berikutnya.



Gambar 3.42 Tombol Batal & Konfirmasi

Sementara itu, tombol hijau digunakan untuk mengonfirmasi pilihan dan menambahkan barang ke dalam keranjang, sehingga proses penjualan dapat segera dilanjutkan. Seluruh elemen pada komponen ini ditata secara rapi dan terstruktur guna menjaga keterbacaan serta memudahkan interaksi, khususnya dalam konteks pelayanan yang menuntut respon cepat dan akurasi tinggi.

Selanjutnya, penulis menambahkan elemen visual berupa foto produk ke dalam setiap kotak katalog yang telah disusun sebelumnya. Setiap produk dilengkapi dengan informasi penting, seperti nama barang dan harga jual yang ditampilkan secara jelas untuk memudahkan pengguna dalam melakukan identifikasi. Selain itu, penulis menyertakan simbol berbentuk lingkaran kecil di sudut setiap kartu produk sebagai indikator ketersediaan barang. Simbol ini berfungsi memberikan petunjuk visual cepat kepada operator apakah produk tersebut masih tersedia atau sudah habis.



Gambar 3.43 Hasil Desain Katalog Barang

Tidak hanya itu, penulis juga mengintegrasikan informasi diskon pada produk-produk tertentu, yang akan ditampilkan secara mencolok sebagai bentuk penyesuaian terhadap instruksi supervisor atau manajer toko. Penempatan informasi tersebut dirancang sedemikian rupa agar tetap rapi dan mudah terbaca, tanpa mengganggu tata letak keseluruhan halaman, serta mendukung efisiensi dalam proses pemilihan barang oleh pengguna.

Pada tahap selanjutnya, penulis memperkaya komponen pop-up "Tambah Ke Keranjang" dengan menambahkan informasi produk yang lebih lengkap untuk mendukung pengalaman pengguna dalam proses transaksi. Di dalam tampilan pop-up ini, disisipkan gambar produk sebagai representasi visual yang memperkuat identifikasi barang, diikuti dengan nama lengkap produk serta spesifikasi detail, seperti jenis dan volume, agar pengguna tidak mengalami kebingungan dalam memilih item yang diinginkan.



Gambar 3.44 Hasil Desain Pop Up Tambahkan ke Keranjang

Penulis juga mencantumkan informasi harga secara jelas di sisi kanan atas, sehingga pengguna dapat langsung mengetahui nilai barang yang akan ditambahkan ke dalam keranjang belanja. Untuk meningkatkan fleksibilitas dan kontrol dalam proses pemilihan jumlah, penulis menambahkan ikon tombol “-” dan “+” yang berfungsi untuk mengurangi atau menambah jumlah barang yang ingin dibeli. Kedua ikon tersebut didesain dengan bentuk bulat dan warna yang serasi agar mudah dikenali dan diakses oleh pengguna.

Pada tahap finalisasi desain antarmuka *Point of Sale* (POS) ini, penulis menyempurnakan elemen visual dan fungsionalitas pada halaman Penjualan Barang agar dapat memberikan pengalaman pengguna yang lebih intuitif, efisien, dan profesional.



Gambar 3.45 Hasil Finalisasi Halaman Penjualan Barang

Halaman Penjualan Barang menampilkan daftar produk dalam tampilan grid yang rapi, lengkap dengan gambar, nama, dan harga—termasuk harga diskon jika ada. Saat produk dipilih, muncul pop-up Tambah ke Keranjang yang menampilkan informasi detail barang, tombol "+" dan "-" untuk menyesuaikan jumlah, serta dua tombol aksi: Batal (merah) untuk membatalkan, dan Konfirmasi (hijau) untuk menambahkan ke keranjang. Desain ini mengutamakan kemudahan penggunaan, kejelasan visual, dan efisiensi transaksi.

3.3.2 Proses Pelaksanaan Tugas Tambahan Magang

Selain menjalankan tugas utama sesuai dengan tanggung jawab magang, penulis juga mendapatkan sejumlah tugas tambahan yang diberikan langsung oleh pembimbing lapangan. Tugas-tugas ini merupakan bagian dari upaya pengembangan kompetensi praktis serta pemahaman yang lebih luas terhadap kebutuhan komunikasi visual dalam konteks operasional perusahaan.

Selama proses pelaksanaannya, penulis terlibat dalam kegiatan yang beragam dan mendukung aspek promosi maupun dokumentasi visual perusahaan. Dalam setiap tugas yang diberikan, penulis berupaya menerapkan kemampuan desain grafis dan komunikasi visual secara optimal, serta memastikan hasil pekerjaan selaras dengan arahan yang diterima dan kebutuhan perusahaan.

3.3.2.1 Pemotretan ke POM Mikro Area Cilebut, Bogor

Pada tanggal 21 Maret 2025, menjelang bulan suci Ramadhan, penulis ditugaskan oleh supervisor untuk melakukan pemotretan di daerah Cilebut, Bogor. Penulis melakukan observasi langsung di lapangan untuk memahami alur kerja dan interaksi antara staf dan pelanggan di sebuah stasiun pengisian bahan bakar.



Gambar 3.46 Penulis bersama Operator Indostation

Sebelum melakukan pemotretan, penulis bertemu dengan supervisor terlebih dahulu karena penulis ingin membahas proyek selanjutnya. Pertemuan ini bertujuan untuk menyelaraskan pemahaman tentang ruang lingkup proyek, ekspektasi, serta detail-detail penting lainnya yang diperlukan sebelum memulai pemotretan. Penulis menggunakan kamera Canon EOS 60D yang dipasangkan dengan lensa tele untuk menjaga jarak aman selama proses pengisian bahan bakar berlangsung, sekaligus mempertimbangkan aspek keselamatan.



Gambar 3.47 Operator sedang melayani pelanggan pertama

Penulis melakukan pemotretan secara langsung dengan memperhatikan situasi saat sedang menentukan posisi yang sesuai dengan peraturan dari Indostation. Penulis fokus menangkap interaksi dan detail operasional di stasiun pengisian bahan bakar, seperti proses pengisian bahan bakar. Penentuan posisi yang cermat saat pemotretan penting untuk mendapatkan perspektif yang akurat dan relevan, menangkap esensi kegiatan yang berlangsung, dan menyediakan data visual yang berguna untuk analisis dan desain aplikasi yang sedang dikembangkan.

Komposisi pada hasil pemotretan yaitu berupa:

1. Aperture : $f/4.5$ (karena pencahayaan alami tertutup awan)
2. ISO : 100 (agar tidak banyak bitnik-bintik)
3. Shutter Speed : $1/80$ sec. (agar tidak terjadinya goyang)

Penulis berupaya menangkap dinamika interaksi dan detail operasional di stasiun pengisian bahan bakar. Penentuan posisi yang strategis saat pemotretan penting untuk memastikan bahwa setiap aspek yang relevan, seperti gestur, ekspresi, dan proses kerja, terekam dengan jelas, sehingga dapat memberikan gambaran yang komprehensif pada hasil yang diambil.



Gambar 3.48 Operator sedang melayani pelanggan kedua

Komposisi pada hasil pemotretan yaitu berupa:

1. Aperture : $f/4.5$ (karena pencahayaan alami tertutup awan)
2. ISO : 100 (agar tidak banyak bitnik-bintik)
3. Shutter Speed : $1/80$ sec. (agar tidak terjadinya goyang)

Pelanggan memotret operator sedang mengatur meter digital SPBU sebelum mengisi bahan bakar. Dalam foto terlihat seorang petugas berseragam biru dan kuning tengah mengoperasikan mesin pengisian dengan tangan kanannya menyentuh panel angka, sementara tangan kirinya memegang nozzle bahan bakar. Di depannya, seorang pengendara ojek online dengan jaket dan helm berlogo Gojek menunggu proses pengisian. Suasana terlihat tertib dan profesional, mencerminkan rutinitas harian di SPBU yang melayani berbagai jenis kendaraan.



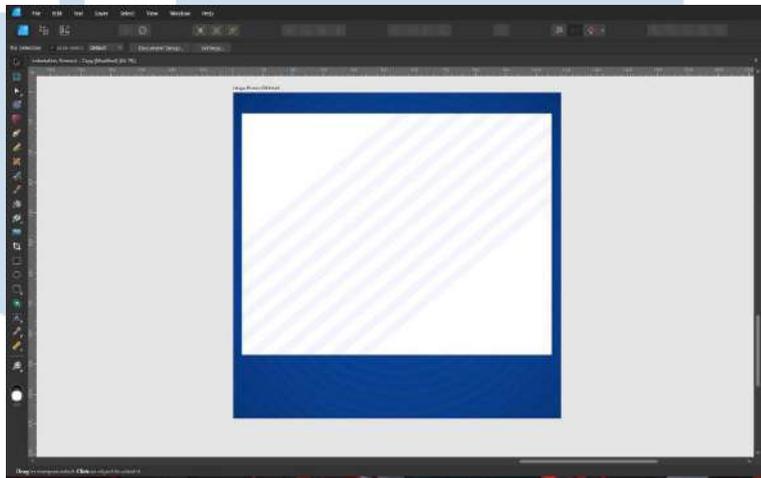
Gambar 3.49 Operator mengatur meter digital SPBU

Komposisi pada hasil pemotretan yaitu berupa:

1. Aperture : $f/4.5$
2. ISO : 100
3. Shutter Speed : $1/125$ sec.

3.3.2.2 Perancangan Desain Instagram Harga Spesial Oli

Dalam proses perancangan desain promosi Instagram, penulis menggunakan aplikasi Affinity Designer 2. Langkah awal yang dilakukan adalah membuat artboard berukuran 1080x1080 piksel, mengikuti rasio 1:1 yang sesuai untuk tampilan feed Instagram. Selanjutnya, penulis merancang latar belakang dengan warna biru gelap sebagai elemen dasar visual yang kuat, lalu menambahkan motif lingkaran bercabang dari titik tengah sebagai aksan yang memberikan kesan dinamis.



Gambar 3.50 Proses merancang latar belakang postingan

Selain itu, penulis juga memasang motif garis miring bercabang dan berbayang agar tampilan latar tidak terlihat datar dan lebih hidup. Setelah itu, ditambahkan bentuk persegi panjang putih di tengah area desain, yang kemudian sedikit dinaikkan posisinya untuk menciptakan ruang di bagian atas, yang nantinya digunakan untuk menempatkan judul atau headline dari konten promosi tersebut.

Setelah menyelesaikan elemen latar belakang, penulis melanjutkan dengan merancang elemen utama berupa judul promosi yang berbunyi "*Promo Oli Spesial*". Judul ini dibuat dengan mempertimbangkan identitas visual dari perusahaan, di mana penulis mengambil inspirasi gaya warna dan bentuk yang umum ditemukan pada logo dan desain khas perusahaan.

Namun, demi menjaga orisinalitas dan menghindari kemiripan langsung dengan logo resmi perusahaan, penulis melakukan sejumlah modifikasi. Penulis merancang bentuk judul dengan kombinasi warna cerah dan kontras tinggi, serta menggunakan font Futura sebagai pilihan tipografi utama. Penggunaan font ini ditujukan agar teks terlihat tegas, modern, dan memiliki kesan eksklusif, sehingga mampu menarik perhatian audiens sekaligus memperkuat kesan promosi yang spesial dan berbeda dari konten biasa.



Gambar 3.51 Judul Promosi untuk postingan Instagram

Setelah merancang judul promosi, penulis melanjutkan dengan menambahkan foto produk oli beserta informasi yang relevan. Produk ditampilkan secara rapi dengan label harga yang mencolok, menampilkan harga diskon dan harga awal yang dicoret untuk menarik perhatian. Selain itu, penulis menyisipkan dua logo, yaitu Mobil™ dan Indostation, guna memperkuat identitas merek dan meningkatkan kepercayaan terhadap konten promosi.



Gambar 3.52 Hasil desain spesial Promo Oli

Setelah seluruh elemen visual telah dirancang dan disusun, penulis melakukan tahap finalisasi dengan memastikan komposisi elemen dalam desain terlihat seimbang dan menarik. Judul promosi “Promo Oli Spesial” diletakkan di bagian bawah sebagai penutup visual yang kuat, menggunakan kombinasi warna dan tipografi yang mencerminkan identitas Indostation.



Gambar 3.53 Hasil Desain Promo Oli Spesial secara keseluruhan

Foto produk, informasi harga, dan label diskon ditata secara rapi agar mudah dibaca dan menarik perhatian audiens. Penempatan logo Mobil™ dan Indostation juga dipastikan strategis untuk meningkatkan kredibilitas konten. Hasil akhir dari desain ini ditujukan untuk mempromosikan produk secara efektif di media sosial, khususnya Instagram.

3.3.2.3 Perancangan Desain Instagram Varian Diskon Oli

Supervisor memberikan tugas kepada penulis untuk merancang sebuah promosi dengan penawaran harga spesial yang berlaku untuk setiap model oli yang berbeda. Dalam melaksanakan proyek ini, penulis memulai dengan membuat artboard berukuran 1080x1080 piksel, yang memiliki rasio aspek 1:1, agar desain dapat optimal untuk berbagai platform digital, terutama media sosial.

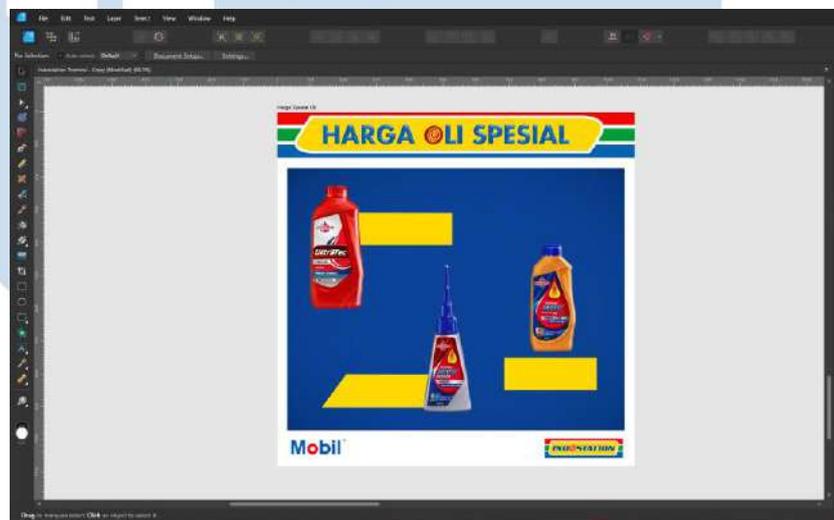


Gambar 3.54 Proses pembuatan latar belakang dan judul promosi

Selanjutnya, penulis menambahkan elemen desain berupa motif garis miring bercabang yang diletakkan di dalam sebuah persegi panjang sebagai fokus visual utama. Motif ini dipilih untuk memberikan kesan dinamis dan menarik perhatian, sekaligus memperkuat identitas promosi. Latar belakang yang digunakan adalah warna putih polos agar elemen desain dan informasi promosi dapat terlihat lebih jelas dan kontras, sehingga memudahkan konsumen dalam memahami pesan yang disampaikan.

Penulis kali ini menempatkan judul promosi di posisi atas desain, sehingga menjadi elemen pertama yang langsung menarik perhatian ketika dilihat. Judul tersebut dirancang dengan ukuran font yang cukup besar dan gaya huruf yang tegas agar mudah terbaca dan memberikan kesan kuat. Posisi judul di bagian atas juga berfungsi sebagai penanda utama yang mengarahkan mata konsumen untuk memahami inti promosi sebelum melihat detail lainnya.

Dalam proses penyusunan foto produk, penulis dengan cermat mengatur tata letak gambar agar tampil lebih menarik dan informatif bagi konsumen. Bentuk trapesium dan persegi panjang digunakan sebagai wadah untuk menampilkan informasi penting mengenai produk, termasuk harga serta diskon yang ditawarkan, sehingga konsumen dapat dengan mudah memahami detail promosi yang sedang berlangsung. Selain itu, sebagai bagian dari identitas perusahaan dan untuk menunjukkan hubungan bisnis yang erat, penulis menambahkan dua logo di dalam desain.

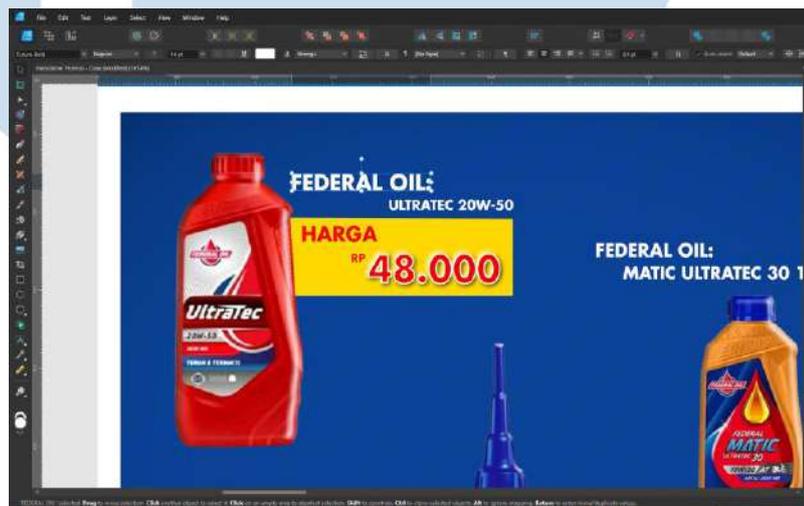


Gambar 3.55 Pemasangan foto produk, label dan logo perusahaan

Logo Mobil ditempatkan di bagian kiri, sementara logo Indostation berada di sebelah kanan, yang mencerminkan kerja sama strategis antara kedua perusahaan di bawah satu induk perusahaan. Penataan ini bukan hanya berfungsi sebagai elemen estetika, tetapi juga memperkuat citra merek serta meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap produk dan layanan yang ditawarkan. Dengan desain yang tertata rapi dan informatif, materi promosi ini diharapkan dapat menarik perhatian calon pembeli dan mendorong peningkatan penjualan produk.

Setelah menentukan posisi judul, penulis melanjutkan proses desain dengan menambahkan informasi penting berupa harga nominal dan nama produk secara jelas dan mudah dibaca. Harga promo ditampilkan secara mencolok untuk menarik perhatian calon konsumen, sementara nama produk dicantumkan dengan penempatan yang strategis agar memudahkan identifikasi setiap model oli yang ditawarkan dalam promosi ini.

Dalam tahap ini, penulis juga melakukan evaluasi menyeluruh terhadap keseluruhan komposisi visual yang telah dirancang sebelumnya. Elemen-elemen seperti ikon, teks tambahan, serta bentuk grafis lainnya ditinjau ulang untuk memastikan keselarasan tata letak dan keseimbangan visual.



Gambar 3.56 Proses pemasangan informasi produk dan harga nominal

Penulis menyadari bahwa beberapa elemen desain masih belum presisi dari segi jarak, ukuran, atau perataan. Oleh karena itu, dilakukan penyesuaian posisi dan skala terhadap beberapa bagian desain agar tampil lebih rapi dan proporsional. Tujuannya adalah untuk menciptakan desain yang tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga memiliki struktur yang tertata sehingga informasi promosi dapat tersampaikan secara efektif dan profesional.

Penyelesaian desain dilakukan dengan memastikan bahwa seluruh elemen materi promosi telah tersusun secara rapi dan siap untuk disebarluaskan. Peninjauan ulang mencakup desain visual, informasi produk, serta penetapan harga spesial, guna memastikan semuanya selaras dengan standar pemasaran yang menarik dan efektif dalam menjangkau konsumen.

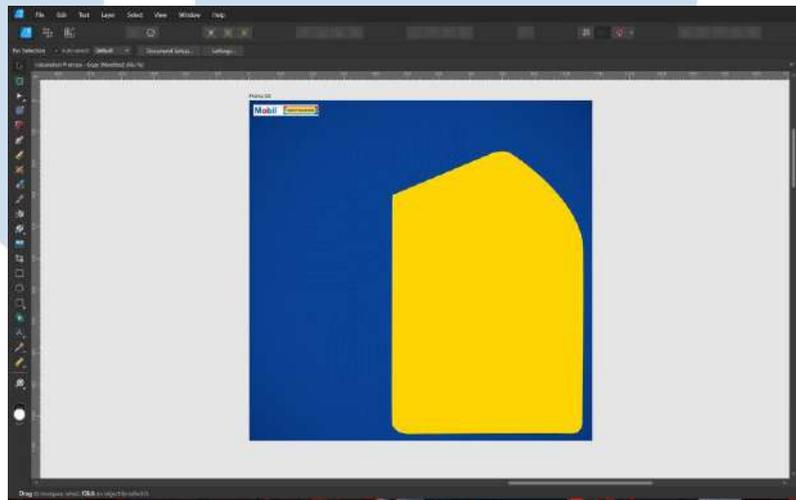


Gambar 3.57 Hasil Finalisasi Desain 3 Oli Harga Spesial

Tahapan ini juga melibatkan koordinasi dengan tim pemasaran dan penjualan untuk menjamin distribusi materi promosi berjalan sesuai rencana melalui berbagai saluran yang telah ditentukan. Selain itu, penilaian awal terhadap efektivitas promosi turut dilakukan dengan memperhatikan tanggapan dari pelanggan serta dampaknya terhadap peningkatan penjualan produk. Dengan selesainya proses finalisasi ini, seluruh materi promosi siap dipublikasikan kepada pelanggan, dengan harapan dapat meningkatkan minat dan keterlibatan mereka serta mendorong pertumbuhan penjualan kampas rem Indoparts.

3.3.2.4 Perancangan Desain Instagram Promosi Oli Mobil™

Penulis menerima tugas dari supervisor untuk merancang sebuah postingan Instagram yang menampilkan promosi diskon untuk produk oli mobil. Proyek ini bertujuan untuk menarik perhatian konsumen melalui tampilan visual yang menarik dan informatif, sekaligus memperkuat citra merek perusahaan di platform digital. Sebagai langkah awal, penulis membuat artboard dengan ukuran 1080x1080 piksel, yang merupakan standar rasio 1:1 dan sangat ideal untuk konten di Instagram karena tampil proporsional dan maksimal di feed pengguna.



Gambar 3.58 Merancang latar belakang

Setelah artboard selesai, penulis menambahkan dua motif lingkaran dengan efek bayangan untuk memberi kedalaman dan kesan modern pada latar belakang. Logo perusahaan ditempatkan di pojok kiri atas agar identitas merek mudah dikenali. Selain itu, ilustrasi botol oli dalam bentuk vektor juga disisipkan untuk memperjelas produk yang dipromosikan dan menyelaraskan desain secara keseluruhan.

Penulis kemudian melanjutkan dengan menempatkan foto produk oli lengkap beserta informasi harga sebelum dan sesudah diskon untuk memberikan gambaran jelas tentang penawaran yang diberikan. Selanjutnya, ditambahkan sebuah label berwarna putih yang bertuliskan “Motor Matic & Manual” sebagai keterangan bahwa oli ini cocok digunakan untuk berbagai jenis kendaraan bermotor, baik yang menggunakan transmisi otomatis maupun manual. Penambahan label ini bertujuan untuk memberikan informasi tambahan yang spesifik dan membantu konsumen memahami kegunaan produk secara lebih tepat.



Gambar 3.59 Proses pemasangan label harga, nama dan foto produk

Sebagai tahap akhir, penulis menambahkan judul utama pada postingan dengan tulisan “Promo Oli Super Moto” yang diletakkan secara mencolok agar langsung menarik perhatian. Selain itu, penulis menyisipkan pesan singkat di pojok kiri bawah dan pojok kanan atas desain untuk menginformasikan bahwa promo ini memiliki batas waktu tertentu dan disertai dengan beberapa syarat dan ketentuan. Penempatan pesan tersebut bertujuan agar konsumen mendapatkan informasi penting terkait promo dengan jelas tanpa mengganggu tampilan utama desain.



Gambar 3.60 Proses Finalisasi pada Postingan Promo Oli

Setelah semua elemen desain selesai dipasang dan disusun dengan cermat, penulis melakukan tahap finalisasi untuk memastikan materi promosi sudah sesuai dengan tujuan dan standar kualitas yang diharapkan. Peninjauan dilakukan pada penempatan elemen visual, keterbacaan teks, serta keseimbangan warna dan komposisi agar desain terlihat harmonis dan profesional. Selain itu, informasi harga dan ketentuan promo juga diperiksa ulang untuk menghindari kesalahan yang dapat menimbulkan kebingungan.



Gambar 3.61 Hasil Finalisasi pada Promosi Oli Super Moto

Penulis kemudian melaporkan hasil desain kepada supervisor untuk mendapatkan persetujuan akhir. Setelah disetujui, materi promosi siap dipublikasikan dengan harapan dapat menarik perhatian konsumen, meningkatkan keterlibatan, dan mendorong penjualan produk oli secara efektif.

3.4 Kendala dan Solusi Pelaksanaan Magang

Selama menjalani praktik kerja magang di PT Sentra Trada Indostation, penulis menemui beberapa tantangan yang menjadi bagian dari proses pembelajaran. Beberapa kendala tersebut meliputi penyesuaian dengan sistem kerja dan pemahaman terhadap tugas yang diberikan. Namun, semua pengalaman ini memberikan kesempatan untuk berkembang dan meningkatkan kemampuan secara bertahap.

3.4.1 Kendala Pelaksanaan Magang

Selama magang di PT Sentra Trada Indostation, penulis menghadapi beberapa kendala yang cukup menantang, terutama terkait tugas ke lapangan yaitu pemotretan beserta desain yang tidak memiliki waktu tenggat. Pekerjaan tersebut menuntut kemampuan adaptasi yang cepat karena jadwal yang fleksibel dan sering berubah-ubah. Hal ini memerlukan pengelolaan waktu yang baik agar semua tugas dapat diselesaikan dengan hasil yang maksimal tanpa mengurangi kualitas kerja.

3.4.2 Solusi Pelaksanaan Magang

Penulis menerapkan strategi manajemen waktu yang lebih terstruktur selama menjalani magang di PT Sentra Trada Indostation, dengan membagi tugas besar menjadi beberapa langkah kecil yang lebih mudah dikelola. Penulis juga aktif meningkatkan komunikasi dengan supervisor untuk memperoleh arahan yang lebih jelas serta memahami prioritas dari setiap pekerjaan desain dan dokumentasi yang diberikan.

Melalui diskusi secara tatap muka dan jarak jauh, penulis dapat meminimalkan kesalahan maupun kebingungan terkait tugas dan proyek, sehingga hasil kerja dapat diselesaikan sesuai dengan brief. Pengalaman ini memberikan pemahaman mengenai pentingnya kemampuan adaptasi dan fleksibilitas dalam menghadapi ritme kerja yang dinamis.