

BAB III

PELAKSANAAN MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi Pelaksanaan Magang

Penulis ditempatkan sebagai *Graphic Design Intern* selama menjalani proses magang di CV Just Design. Penulis bekerja dibawah dua orang *Account Executive*. Alur koordinasi dalam mengerjakan desain dimulai ketika mendapatkan *creative brief* yang kemudian oleh penulis diterjemahkan dalam bentuk produk desain grafis.

3.1.1 Kedudukan Pelaksanaan Magang

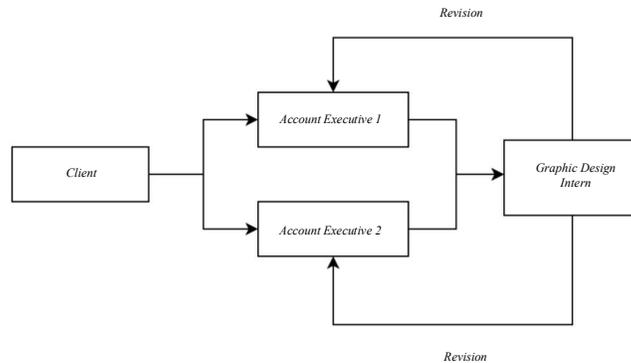
Sebagai *Graphic Design Intern*, kedudukan penulis dalam CV Just Design berada di bawah divisi *Creative Team*. Proses magang dilakukan dengan sistem *work from home*, sehingga komunikasi dilakukan secara daring atau *online*. Secara hierarki kedudukan, penulis berada dibawah pimpinan dua orang *Account Executive*. Masing-masing *Account Executive* memegang *brand* yang berbeda sehingga proses asistensi dilakukan secara terpisah.

3.1.2 Koordinasi Pelaksanaan Magang

Alur koordinasi merupakan sebuah sistem yang dimiliki dalam perusahaan untuk menjaga kualitas suatu produk akhir sesuai dengan permintaan dari konsumen. Alur koordinasi proses pengerjaan dalam pelaksanaan magang di CV Just Design terdiri dari proses penerimaan *creative brief*, pengerjaan desain, pengiriman hasil akhir, dan proses revisi. Alur koordinasi selama proses magang dilakukan dengan *sistem work from home* sehingga bentuk komunikasi dilakukan melalui *e-mail* dan WhatsApp.

Klien mengajukan permintaan kepada CV Just Design yang diteruskan kepada *Account Executive* dalam bentuk *creative brief* dengan deskripsi berisi arahan tertulis dan gambar pendukung. Proses pengerjaan desain terdiri dari tahapan *brainstorming*, *moodboard*, dan sketsa. Pada tahapan *rough draft* penulis mengirimkan *preview* kepada *Account Executive*.

Rough draft kemudian dilanjutkan hingga menjadi hasil akhir. Pengiriman hasil akhir terlebih dahulu dikirimkan kepada *Account Executive*, dimana masing-masing dari mereka meneruskannya ke *brand* klien yang sedang mereka *handle*. Kemudian *Account Executive*, meneruskan kembali revisi-revisi yang diajukan oleh klien kepada penulis.



Gambar 3.1 Bagan Alur Koordinasi
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Dalam proses ini, keduanya memberikan masukan dalam bentuk arahan desain kepada penulis. Pengerjaan dalam tahapan ini berlangsung hingga hasil revisi disetujui. Hasil akhir dikirimkan melalui *email* dalam bentuk tautan Google Drive atau WeTransfer. Beberapa alur koordinasi dapat berjalan di waktu yang bersamaan, sehingga merupakan tanggung jawab penulis untuk memberikan komunikasi secara efektif dan mengatur skala prioritas tenggat waktu tugas-tugas yang diberikan.

3.2 Tugas yang Dilakukan

Selama proses pelaksanaan magang di CV Just Design, penulis telah mengerjakan berbagai tugas yang berhubungan dengan desain grafis. Penulis mengerjakan tugas berupa *layouting* desain cetak dan digital, desain keperluan media sosial, pembuatan *mockup*, hingga desain kemasan produk. Setiap tugas yang diberikan memiliki jangka waktu paling cepat satu hingga dua hari dan jangka waktu paling lama selama seminggu. Tugas yang dilakukan oleh penulis sebagai *Graphic Design Intern* dijabarkan sebagai berikut.

Tabel 4.1 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Magang

Minggu	Tanggal	Proyek	Keterangan
1	20—24 Januari 2025	1.) Mamee 2.) Delonix Group 3.) Mambo Kids	1. Mengerjakan <i>wallpaper</i> pintu dan jendela untuk brand Mamee 2. Mengerjakan <i>mockup</i> produk Mambo Kids 3. Mengerjakan 4 <i>mockup signage</i> Hotel J (Delonix Group) 4. Mengerjakan <i>editable slide</i> untuk brand Mamee 5. Mengerjakan <i>mockup</i> tampilan booth Gulfood Dubai Exhibition 2025 brand Mamee 6. Mengerjakan aset digital desain ucapan perayaan Chinese New Year 2025 untuk brand Mamee
2	27—31 Januari 2025	1.) Mamee 2.) Pacific Paint 3.) Delonix Group	1. Mengerjakan revisi aset digital desain ucapan perayaan Chinese New Year 2025 untuk brand Mamee 2. Mengerjakan revisi <i>editable slide</i> untuk brand Mamee 3. Mengerjakan <i>mockup</i> produk Pacific Paint 4. Mengerjakan desain media sosial untuk Hotel J (Delonix Group) 5. Mengerjakan animasi stiker GIF dengan visual terbaru untuk brand Mamee 6. Mengerjakan revisi <i>art carton packaging</i> Mamee 7. Mengerjakan 2 <i>mockup</i> produk Pacific Paint

			<p>8. Mengerjakan revisi ukuran label produk Pacific Paint</p> <p>9. Mengerjakan 2 <i>mockup</i> untuk <i>standee</i> brand Mamee</p> <p>10. Mengerjakan revisi logo pada <i>packaging</i> produk Mamee</p>
3	3—7 Februari 2025	<p>1.) Pacific Paint</p> <p>2.) Mamee</p>	<p>1. Mengerjakan 16 <i>mockup</i> produk Pacific Paint</p> <p>2. Mengerjakan 2 <i>key visual</i> PPT Mamee</p> <p>3. Mengerjakan 2 <i>re-layout</i> untuk <i>brand</i> Pacific Paint</p> <p>4. Mengerjakan revisi terbaru <i>art carton packaging</i> Mamee</p> <p>5. Mengerjakan aset digital desain Selamat Puasa dan Selamat Aidil Fitri untuk <i>brand</i> Mamee</p>
4	10—14 Februari 2025	<p>1.) Pacific Paint</p> <p>2.) Mamee</p>	<p>1. Mengerjakan aset digital desain Selamat Puasa dan Selamat Aidil Fitri untuk <i>brand</i> Mamee</p> <p>2. Mengerjakan 4 <i>mockup</i> untuk <i>brand</i> Pacific Paint</p> <p>3. Mengerjakan poster promosi Ramadhan untuk <i>brand</i> Pacific Paint</p> <p>4. Mengerjakan revisi terbaru <i>art carton packaging</i> Mamee</p>
5	17—21 Februari 2025	<p>1.) Mamee</p> <p>2.) Pacific Paint</p>	<p>1. Mengerjakan 2 <i>re-layout</i> untuk <i>brand</i> Pacific Paint</p> <p>2. Mengerjakan <i>layout</i> untuk <i>art carton packaging</i> Pacific Paint</p> <p>3. Mengerjakan 4 <i>key visual</i> PPT Mamee</p> <p>4. Mengerjakan revisi terbaru <i>art carton packaging</i> Mamee</p> <p>5. Mengerjakan revisi terbaru ukuran label produk Pacific Paint</p>

			<p>6. Mengerjakan dan menyelesaikan desain <i>brief map</i> untuk Pacific Paint</p> <p>7. Melakukan revisi <i>key visual</i> PPT Mamee</p> <p>8. Mengerjakan <i>mockup</i> untuk <i>art carton packaging</i> Mamee</p> <p>9. Mengerjakan 2 <i>re-layout</i> untuk brand Pacific Paint</p> <p>10. Melakukan revisi minor banner untuk brand Pacific Paint</p>
6	24—28 Februari 2025	<p>1.) Mamee</p> <p>2.) Pacific Paint</p> <p>3.) Delonix Group</p>	<p>1. Mengerjakan empat re-layout untuk <i>brand</i> Pacific Paint</p> <p>2. Mengerjakan <i>mockup</i> untuk 3 jenis produk <i>brand</i> Pacific Paint</p> <p>3. Mengerjakan revisi untuk katalog produk Mamee</p> <p>4. Mengerjakan <i>layout</i> label produk Pacific Paint</p> <p>5. Mengerjakan poster petunjuk cuci tangan untuk brand Hotel J (Delonix Group)</p> <p>6. Mengerjakan desain media sosial untuk 6 <i>carousel post</i> dan 2 <i>story</i> Hotel J (Delonix Group)</p> <p>7. Mengerjakan desain <i>voucher</i> Pacific Paint</p> <p>8. Mengerjakan <i>re-layout</i> untuk Hotel J (Delonix Group)</p> <p>9. Mengerjakan 19 <i>mockup</i> produk Pacific Paint</p> <p>10. Mengerjakan desain <i>layout</i> promosi stasiun KRL <i>brand</i> Pacific Paint</p>

7	3—7 Maret 2025	1.) Pacific Paint 2.) ELDEPE 3.) Delonix Group	1. Mengerjakan 19 <i>mockup</i> produk Pacific Paint 2. Mengerjakan desain <i>secondary packaging</i> untuk <i>brand</i> ELDEPE 3. Mengerjakan <i>re-layout</i> 11 poster <i>brand</i> Pacific Paint 4. Mengerjakan 4 desain <i>layout</i> untuk <i>brand</i> Pacific Paint 5. Mengerjakan <i>mockup</i> untuk <i>secondary packaging</i> ELDEPE 6. Mengerjakan desain poster <i>room list</i> Delonix Group
8	10—14 Maret 2025	1.) Mamee 2.) Delonix Group 3.) Pacific Paint 4.) ELDEPE	1. Mengerjakan revisi 2 banner CSR <i>brand</i> Mamee 2. Mengerjakan desain poster <i>board promo</i> Delonix Group 3. Mengerjakan <i>mockup</i> untuk <i>secondary packaging</i> ELDEPE 4. Mengerjakan revisi pada bagian <i>copywriting</i> label produk Pacific Paint 5. Mengerjakan revisi terbaru untuk desain poster <i>room list</i> dan <i>promo board</i> Delonix Group 6. Mengerjakan revisi minor poster Delonix Group 7. Mengerjakan desain poster <i>motion graphic</i> Hari Raya Nyepi untuk Delonix Group 8. Mengerjakan desain sosial media Hotel J (Delonix Group) 9. Mengerjakan revisi minor poster Pacific Paint 10. Mengerjakan desain <i>banner</i> Ramadan Kareem untuk Delonix Group

9	17—21 Maret 2025	1.) Pacific Paint 2.) Delonix Group 3.) ELDEPE 4.) Banzai Pedal Club 5.) Calypso Fine Dining	1. Mengerjakan revisi 2 <i>mockup</i> produk Pacific Paint 2. Mengerjakan 3 desain <i>layout</i> Pacific Paint 3. Mengerjakan revisi terbaru untuk desain <i>poster room list</i> dan <i>promo board</i> Delonix Group 4. Mengerjakan revisi terbaru desain <i>secondary packaging</i> untuk <i>brand</i> ELDEPE 5. Mengerjakan revisi minor terbaru poster Pacific Paint 6. Mengerjakan desain rejuvenisasi logo untuk Banzai Pedal Club 7. Mengerjakan revisi label produk Pacific Paint 8. Mengerjakan desain logo untuk Calypso Fine Dining
10	24—28 Maret 2025	1.) Calypso Fine Dining 2.) Mamee 3.) Delonix Group 4.) Pacific Paint 5.) ELDEPE	1. Mengerjakan desain logo untuk Calypso Fine Dining 2. Mengerjakan 5 <i>mockup</i> produk brand Mamee 3. Mengerjakan revisi terbaru untuk desain <i>poster room list</i> dan <i>promo board</i> Delonix Group 4. Mengerjakan <i>mockup</i> produk Pacific Paint 5. Mengerjakan poster promosi Pacific Paint 6. Mengerjakan revisi terbaru desain <i>secondary packaging</i> untuk <i>brand</i> ELDEPE 7. Mengerjakan <i>re-layout</i> untuk <i>voucher</i> Pacific Paint

11	7—14 April 2025	<ol style="list-style-type: none"> 1). Mamee 2.) Calypso Fine Dining 3.) Pacific Paint 4.) La Palma Padel Club 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengerjakan 5 <i>key visual</i> PPT Mamee 2. Mengerjakan 6 desain <i>layout</i> untuk Pacific Paint 3. Mengerjakan desain logo untuk Calypso Fine Dining 4. Mengerjakan desain logo untuk La Palma Padel Club 5. Mengerjakan <i>mockup</i> produk untuk Pacific Paint
12	14—18 April 2025	<ol style="list-style-type: none"> 1.) Pacific Paint 2.) La Palma Padel Club 3.) Calypso Fine Dining 4.) Mamee 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengerjakan desain logo untuk Calypso Fine Dining 2. Mengerjakan desain logo untuk La Palma Padel Club 3. Mengerjakan desain <i>icon</i> pada label produk Pacific Paint 4. Mengerjakan revisi pada bagian <i>copywriting</i> label produk Pacific Paint 5. Mengerjakan 2 desain jersey untuk Badminton Tournament 2025 Mamee



13	21—25 April 2025	1.) Mamee 2.) Delonix Group 3.) Pacific Paint	1. Mengerjakan 2 desain jersey untuk Badminton Tournament 2025 Mamee 2. Mengerjakan 2 desain banner untuk Badminton Tournament 2025 Mamee 3. Mengerjakan desain media sosial untuk 6 <i>carousel post</i> dan 2 <i>story</i> Hotel J (Delonix Group) 4. Mengerjakan 5 desain poster <i>die cut</i> untuk Mamee 5. Mengerjakan revisi desain <i>icon</i> pada label produk Pacific Paint 6. Mengerjakan <i>layout</i> logo untuk Pacific Paint 7. Mengerjakan <i>layout</i> untuk Mamee 8. Mengerjakan revisi terbaru <i>packaging</i> silinder Mamee 9. Mengerjakan aset visual terbaru untuk maskot Mamee
14	28 April—2 Mei 2025	1.) Pacific Paint 2.) Calypso Fine Dining 3.) La Palma Padel Club	1. Mengerjakan <i>mockup</i> 5 produk Pacific Paint 2. Mengerjakan 6 poster promosi Pacific Paint 3. Mengerjakan desain logo untuk Calypso Fine Dining 4. Mengerjakan desain logo untuk La Palma Padel Club 5. Mengerjakan 2 <i>layout</i> untuk <i>booth</i> Pacific Paint 6. Mengerjakan <i>brand guideline</i> untuk La Palma Padel Club 7. Mengerjakan desain <i>layout</i> undangan <i>event</i> ARCH:ID untuk Pacific Paint

15	5—9 Mei 2025	1.) Mamee 2.) Pacific Paint 3.) La Palma Padel Club	1. Mengerjakan 2 <i>key visual</i> PPT Mamee 2. Mengerjakan revisi <i>copywriting</i> untuk <i>voucher</i> Pacific Paint 3. Mengerjakan <i>brand guideline</i> untuk La Palma Padel Club 4. Mengerjakan <i>layout</i> untuk <i>art carton packaging</i> Pacific Paint 5. Mengerjakan desain pengumuman pemenang lomba <i>event</i> ARCH:ID untuk Pacific Paint 6. Mengerjakan revisi terbaru <i>packaging</i> silinder Mamee 7. Mengerjakan 4 <i>layout</i> booth untuk Pacific Paint 8. Mengerjakan <i>layout</i> QR code event ARCH:ID untuk Pacific Paint 9. Mengerjakan <i>layout</i> versi terbaru 1 label produk Pacific Paint 10. Mengerjakan <i>layout</i> versi terbaru <i>packaging</i> Pacific Paint
16	12—16 Mei 2025	1.) Pacific Paint	1. Mengerjakan <i>layout</i> versi terbaru 4 label produk Pacific Paint 2. Mengerjakan revisi <i>layout</i> untuk <i>art carton packaging</i> Pacific Paint 3. Mengerjakan revisi <i>copywriting</i> untuk <i>voucher</i> Pacific Paint 4. Mengerjakan 2 <i>layout</i> spanduk <i>banner</i> untuk Pacific Paint 5. Mengerjakan poster promosi untuk Pacific Paint 6. Mengerjakan 2 desain untuk stiker <i>sales tool kit</i> Pacific Paint

17	19—23 Mei 2025	1.) Pacific Paint 2.) Mamee 3.) Mikicup	1.) Mengerjakan 2 desain spanduk event HUT 19 DEPO PELITA untuk Pacific Paint 2.) Mengerjakan revisi desain untuk stiker <i>sales tool kit</i> Pacific Paint 3.) Mengerjakan revisi layout versi terbaru label produk Pacific Paint 4.) Mengerjakan <i>layout keyline</i> untuk 2 produk Mamee 5.) Mengerjakan desain cup produk Mikicup 6.) Mengerjakan <i>layout</i> untuk <i>art carton packaging</i> Pacific paint 7.) Mengerjakan <i>banner</i> kenaikan harga Pacific Paint 8.) Mengerjakan 4 spanduk Pacific Paint
----	----------------	---	--

3.3 Uraian Pelaksanaan Magang

Selama periode pelaksanaan magang penulis bertanggung jawab dalam memegang berbagai keperluan desain untuk brand seperti Mamee, ELDEPE, dan Calypso Fine Dining, dan Delonix Group. Keempat *brand* tersebut memiliki proyeknya masing-masing yang telah dikerjakan oleh penulis. Tugas utama yang penulis pegang berupa proyek perancangan aset digital hari raya untuk *brand* Mamee. Terdapat tiga jenis hari raya yang penulis kerjakan selama periode magang MBKM, yaitu Tahun baru Imlek, Perayaan Bulan Ramadhan, dan Hari Raya Idul Fitri. Tugas tambahan yang penulis kerjakan terdiri dari proyek perancangan media kolateral *brand* Mamee; desain logo untuk Calypso Fine Dining; desain kemasan *brand* ELDEPE; dan desain poster untuk *brand* Hotel J milik Delonix Group.

Dalam proses pembuatan desain utama dan tambahan, penulis mengikuti alur pengerjaan yang digunakan oleh perusahaan selama proses pelaksanaan magang. Alur perancangan ini terdiri dari tahapan riset, proses analisis, pembuatan konsep, pengerjaan desain, dan implementasi hasil akhir. Keseluruhan proses perancangan

desain dari awal hingga akhir untuk masing-masing proyek secara lengkap dijabarkan sebagai berikut.

Tahapan riset dimulai dari penerimaan *brief* pekerjaan. *Brief* diberikan melalui *email* dari *Account Executive* yang meneruskan permintaan klien kepada penulis. Penulis melakukan proses penerjemahan *brief* dengan mempersiapkan pengaturan kanvas beserta ukuran dan mode warna yang digunakan. Di dalam *email*, terdapat informasi jenis kebutuhan desain dari poster digital hingga spanduk cetak; *working file* dari desain yang sudah pernah digunakan sebagai referensi; hingga aset-aset utama yang diberikan perusahaan untuk dimasukkan. Aset-aset yang diberikan dapat berupa maskot, logo, foto, hingga *mockup* produk. Pada tahapan ini penulis melakukan riset mandiri terhadap *brand* yang sedang dikerjakan untuk semakin mengenal *look and feel* visual yang digunakan. Sebagai contoh, untuk *brand* Mamee penulis melihat *website* milik mereka untuk mengetahui bahwa warna yang digunakan dominan merah, kuning, dan biru yang cerah. Selain itu, jenis *font* yang digunakan berupa *sans serif* dengan *heavy weight* sehingga elemen pendukung yang dapat digunakan bentuk geometris yang *bold*.

Tahapan proses analisis penulis dapat dimulai dengan referensi yang sudah dikirimkan secara langsung dengan klien atau sesuai dengan *look and feel* dari *brand* itu sendiri. Ketika klien memberikan *brief*, penulis melakukan eksplorasi desain-desain serupa untuk mencari sebuah inti dari kesamaan yang muncul dari pengulangan pola visual. Sebagai contoh, dengan desain tema Hari Raya Imlek elemen seperti lampion dan angpao selalu terus-menerus bermunculan. Penulis kemudian memperdalam lagi hubungan elemen-elemen tersebut apakah memang sudah tepat diasosiasikan dengan Hari Raya Imlek. Dengan begitu desain yang dirancang dapat dipertanggungjawabkan kepada klien. Selanjutnya penulis mencari berbagai referensi bentuk dari elemen-elemen tersebut. Tahapan ini dilakukan secara singkat dan prosesnya bersinggungan langsung dengan tahapan berikutnya.

Tahapan pembuatan konsep adalah dimana penulis mengumpulkan hasil-hasil referensi yang sudah didapatkan. Semuanya kemudian dikurasi menjadi sebuah *moodboard*. Dari hasil penyusunan *moodboard* penulis melanjutkan ke

proses pembuatan sketsa atau *blocking*. Karena tenggat waktu yang singkat, penulis hanya dapat melakukan proses *blocking* dengan menempatkan elemen-elemen bentuk dasar dari bentuk yang lebih kompleks nantinya ke dalam kanvas. Selain itu *blocking* dapat dilakukan dengan menaruh aset-aset yang diberikan oleh *brand*. Tujuan dari teknik *blocking* ini juga untuk dapat melihat keseluruhan bentuk *layout*, *value* warna yang digunakan; dan secara efisien membantu dalam mempersingkat waktu pembuatan desain. Proses sketsa digunakan bila proyek yang didapatkan memiliki tenggat waktu pekerjaan di atas tiga hari.

Tahapan pengerjaan desain penulis melakukan proses digitalisasi ke perangkat lunak seperti Adobe Illustrator. Pada tahapan ini penulis sudah memiliki *font* dan *color palatte* yang akan digunakan. Pada proses ini penulis diberikan waktu satu hingga dua hari untuk menyelesaikan pekerjaan. Penulis rutin menghubungi *Account Executive* untuk menjelaskan kendala dan progress pekerjaan. Selain itu, penulis juga menanyakan kembali mengenai *brief* bila pada tahapan proses analisis dan pembuatan konsep penulis merasa terhambat dalam pembuatan ide. *Account Executive* memberikan masukan terhadap desain sebelum dikirimkan kepada klien.

Tahapan implementasi akhir merupakan proses pengiriman hasil akhir kepada *Account Executive*. *Account Executive* kemudian mengirimkannya kepada klien. Klien kemudian memberikan tanggapan berupa perubahan dalam pengurangan atau penambahan elemen desain dan menyampaikannya kepada *Account Executive*. *Account Executive* meneruskan kembali kepada penulis untuk dikerjakan. Proses ini terjadi dua hingga kali sampai klien menyetujui desainnya. Keseluruhan proses ini dilakukan melalui WhatsApp. Ketika disetujui, *Account Executive* memperbolehkan penulis untuk melakukan *export* dengan menyimpan *working file*. *Working file* berupa berkas dengan isi *font file*, *image links*, *report*, dan dokumen pengerjaan desain. *Working file* dikirim dengan menggunakan WeTransfer, *website* dimana pengguna dapat mengunggah dokumen dan mengubahnya menjadi bentuk tautan yang dapat diunduh. Tautan hanya dapat bertahan selama tiga hari sebelum *expired*. Kemudian tautan WeTransfer dikirimkan kepada *email* dimana *brief* pekerjaan diberikan.

3.3.1 Proses Pelaksanaan Tugas Utama Magang

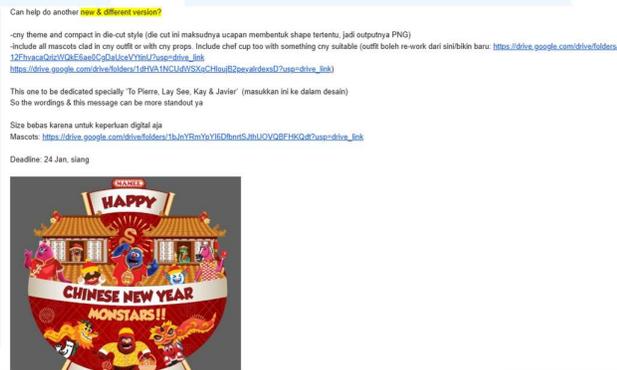
Mamee merupakan perusahaan berbasis *food and beverage* yang beroperasi di Malaysia sejak tahun 1971. Mamee berfokus pada produk makanan dan minuman ringan cepat saji seperti keripik kentang, mie instan, hingga minuman berkarbonasi. Perusahaan ini menaungi beberapa *brand* dibawahnya, yaitu Monstars, Corntoz, Mister Potato, Mamee Chef, Cheers, Double Decker, hingga The Golden Duck. Masing-masing dari *brand* tersebut memiliki karakter maskotnya masing-masing yang digunakan dalam bagian media pemasaran. Untuk menyesuaikan dengan berbagai keperluan jenis media, tiap maskot memiliki beberapa variasi desain yang digunakan untuk membuat aset visual digital.

Aset visual digital berfungsi sebagai alat pendukung dalam mengkomunikasikan visual yang bertujuan untuk melengkapi dan meningkatkan identitas dan pesan dari sebuah produk atau perusahaan (Insani & Patria, 2023). Salah satu bentuk komunikasi visual yang Mamee tiap tahun lakukan adalah membuat aset visual digital dengan nuansa hari raya. Hal tersebut sebagai cara berinteraksi dengan pelanggan dengan memiliki nilai-nilai yang sejalan dengan masyarakat sekitar (Moal et al, 2021). Strategi pemasaran yang konsisten memperingati hari raya memiliki dampak positif yang signifikan bagi *brand* dan konsumen dalam bentuk peningkatan loyalitas dan sebagai material promosi dalam menarik perhatian masyarakat.

Dalam proses magang, penulis mendapatkan tugas utama berupa perancangan aset digital yang berfokus pada tema hari raya. Mamee dari tahun ke tahun selalu memperbaharui aset digital hari raya mereka. Aset digital ini nantinya akan menjadi standar atau acuan yang dapat digunakan pada desain-desain di tahun selanjutnya dengan tema serupa maupun kebutuhan lainnya. Aset hari raya yang telah dibuat penulis selama periode pelaksanaan magang berupa perayaan Imlek, Ramadhan, dan Idul Fitri.

3.3.1.1 Proyek Aset Visual Digital Hari Raya Imlek Mamee

Perancangan aset digital Hari Raya Imlek dimulai dari tahapan riset berupa pemberian *brief* yang diberikan oleh *Account Executive* melalui email. *Brief* diberikan dalam bentuk dokumen yang berisi arahan dari klien. Selain dokumen, disertakan *attachment link* yang berisi aset-aset visual milik perusahaan Mamee yang terdiri dari logo *brand*, *mockup* produk, dan variasi maskot.



Gambar 3.2 Penerimaan *Brief* Aset Digital Hari Raya Imlek Mamee

Penulis juga diberikan akses terhadap *working file* dari proyek aset digital Hari Raya Imlek dari tahun-tahun sebelumnya sebagai acuan referensi dalam proses mendesain. *Working file* yang diberikan merupakan hasil perancangan untuk kebutuhan desain amplop untuk angpau dan bentuk *die cut* yang menyerupai dengan *brief* yang dikerjakan oleh penulis. Penulis diperbolehkan untuk menggunakan elemen-elemen dari desain yang sudah ada untuk desain Hari Raya Imlek terbaru mereka.



Gambar 3.3 *Working File* Aset Digital Hari Raya Imlek Sebelumnya

Pada tahapan proses analisis, penulis melakukan proses *brainstorming* dengan mengumpulkan berbagai visual yang

menggunakan nuansa desain Tiongkok. Warna merah merupakan warna yang sering diasosiasikan dengan unsur Tiongkok. Warna merah telah menjadi bagian penting dalam sejarah masyarakat Tiongkok yang telah berintergrasi menjadi sebuah tradisi yang diwariskan hingga generasi masa kini (Liandy, 2023). Selain elemen warna merah, warna emas juga digunakan karena memiliki simbol kemakmuran dan keberuntungan untuk menyambut tahun baru (Halim et al, 2023). *Typeface* yang digunakan berbentuk serif yang memiliki garis pada bagian akhir goresan pada huruf atau simbol dalam *font*. *Typeface* serif digunakan untuk mengikuti karakteristik goresan aksara han yang tajam dan tegas. Aksara han atau hanzi merupakan sistem penulisan bahasa dengan menggunakan simbol menyerupai objek asli yang kemudian berevolusi menjadi goresan dengan aturan penulisan terstruktur pada bidang persegi maya berbentuk bidang persegi (Ina, 2023).

Unsur geometris juga sering ditemukan dalam lukisan, kerajinan tangan, hingga arsitektur Tiongkok. Hal ini dikarena ajaran atau kepercayaan *taoism* yang menganut keselarasan dua elemen atau energi yang saling bertolak belakang namun saling melengkapi yang disebut sebagai *yin* dan *yang* (Gani et al, 2022). Bentuk *yin* dan *yang* dalam konteks desain grafis dapat ditemukan pada penggunaan ruang positif dan ruang negatif. *Taoism* merupakan bagian dari aktualisasi nilai kehidupan masyarakat Tiongkok yang termanifestasi dalam bentuk kesenian dan kebudayaan (Liyao, 2023).

Pada tahapan pembuatan konsep, penulis melakukan eksplorasi dengan membuat *moodboard*. Di dalam *moodboard* terdapat *imagery* berupa elemen supergrafis yang terdapat dalam desain dengan elemen khas Tiongkok yang telah ditelaah pada tahapan sebelumnya. Sejauh ini, secara garis besar elemen yang diasosiasikan dengan Tiongkok adalah penggunaan warna merah dan emas, aksara han, dan geometris. Namun untuk membuat desain yang lebih memperjelas unsur perayaan Imlek,

penulis menyusun *moodboard* dengan elemen yang lebih spesifik. Pada desain nuansa Imlek sering ditemukan elemen dengan aset lampion, kembang api, angpau, dan shio.



Gambar 3.4 Eksplorasi *Moodboard* Aset Digital Hari Raya Imlek Mamee

Lampion merupakan alat penerangan terbuat dari kertas bewarna merah berbentuk bulat serta memiliki bagian atas dan bawah yang agak pipih dengan rumbai (Kompas.com, 2025). Sejarah asal lampion memiliki berbagai variasi, namun peristiwa-peristiwa tersebut diperingati dengan lampion yang digunakan pada hari ke-15 rangkaian Hari Raya Imlek (Detik.com, 2023). Hari tersebut pada masa kini dikenal sebagai Festival Lampion atau Perayaan Cap Goh Meh.

Kembang api oleh masyarakat Tiongkok diyakini sebagai simbol untuk mengusir roh jahat dan kesialan dalam pergantian tahun (Kompas.com, 2024). Dilansir dari laman Asosiasi Piroteknik Amerika, kembang api sendiri dipercayai pertama kali dikembangkan oleh masyarakat Tiongkok pada tahun 200 SM. Kembang api pada saat itu berupa batang bambu yang dibakar di atas api. Ketika dipanaskan, bagian dalam bambu yang berongga melebar karena peningkatan tekanan udara. Batang bambu yang tidak kuat menahan peningkatan udara akhirnya meledak. Pada tahun 600—900 M barulah kembang api yang menjadi cikal bakal kembang api modern yang sering digunakan dalam beberapa hari raya digunakan, termasuk Hari Raya Imlek.

Angpau adalah sebuah amplop berwarna merah yang didalamnya terdapat uang yang diberikan saat Hari Raya Imlek. Berdasarkan sebuah legenda kuno, bentuk awal angpau adalah dalam bentuk uang logam yang kemudian dibungkus dengan kain merah (Detik.com, 2025). Oleh karena itu, angpau kemudian menjadi sebuah bentuk perlindungan dan pemberi keberuntungan kepada penerimanya. Umumnya angpau diberikan kepada orang tua atau pihak keluarga yang lebih tua kepada anggota keluarga yang masih kecil.

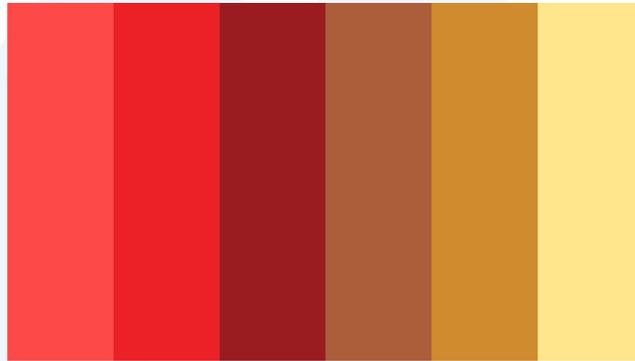
Shio merupakan sebuah perhitungan astrologi yang berasal dari Tiongkok dengan perwakilan dua belas hewan sebagai simbol. Dua belas hewan yang dimaksud adalah tikus, kerbau, macan, kelinci, naga, ular, kuda, kambing, monyet, ayam, anjing, dan yang terakhir adalah babi. Dua belas hewan ini mewakili tahun, bulan hingga jam yang menentukan karakteristik pribadi seseorang berdasarkan hewan yang didapatkan (Detik.com, 2023). Selain itu, shio juga seringkali dipasangkan dengan elemen. Elemen yang dimaksud adalah air, tanah, api, kayu, dan logam yang merupakan bagian dari filosofi Wu Xing (Liputan6.com). Wu Xing, seperti *taoism*, merupakan ajaran kepercayaan mengenai keseimbangan serta keselaran. Wu Xing lebih memfokuskan hubungan antara interaksi kelima elemen yang melingkupi berlawanan.



Gambar 3.5 Proses *Blocking* Aset Digital Hari Raya Imlek Mamee

Pada tahapan pengerjaan desain, penulis memulai proses digitilisasi dengan melakukan *blocking* pada kanvas dengan rasio 1:1

dengan ukuran 1080x1080 px dengan perangkat lunak Adobe Illustrator. Proses *blocking* dilakukan secara digital dengan menaruh bentuk dasar berupa lingkaran dan kotak pada penempatan tertentu. Tujuan dari *blocking* juga mempermudah penulis melihat keseluruhan komposisi sebelum menaruh aset visual seperti maskot, *copywriting*, dan ilustrasi.



Gambar 3.6 *Color Palatte* Hari Raya Imlek

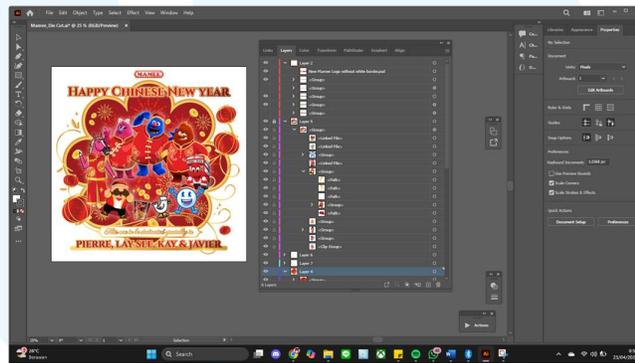
Color palatte yang digunakan adalah perpaduan antara warna merah, coklat, dan kuning. Paduan warna ini pada *color wheel* disebut sebagai warna *analogous*. *Analogous* merupakan *color scheme* yang menggunakan tiga jenis warna bersebelahan. Pada karya ini, warna jingga memiliki tingkat saturasi yang rendah sehingga menjadi coklat.

AA BB CC DD EE FF GG
HH II JJ KK LL MM NN
OO PP QQ RR SS TT UU
VV WW XX YY ZZ

Gambar 3.7 *Font Cinzel Bold*

Penulis menggunakan font Cinzel Bold dari *font* family Cinzel. Karakteristik font tersebut tegas, namun masih bersifat organik dengan lekukan elegan yang menyerupai goresan kuas seni kaligrafi aksara han. Berdasarkan dari *working file* aset desain tahun sebelumnya, beberapa

maskot Mamee sudah diberikan desain baju perayaan Imlek. Berdasarkan referensi tersebut, penulis menyesuaikan gaya visual pada desain tersebut untuk diaplikasikan pada maskot lain yang belum diberikan desain baju. Desain baju menggunakan gradasi sederhana, garis yang membentuk motif, dan *cel shading*. Maskot diberikan *glow effect* untuk memberikan aksen yang tidak terlalu menonjol, namun cukup untuk membedakan elemen maskot dengan bidang geometris pada latar belakang.



Gambar 3.8 Proses Digitalisasi Aset Digital Hari Raya Imlek Mamee

Pada bagian belakang desain, diberikan bentuk geometris sederhana sebagai bingkai dasar yang menyatukan keseluruhan desain. Pada bagian dasar ditambahkan kembang api untuk memberikan tekstur tambahan. Untuk melengkapi, penulis menambahkan lampion berwarna merah yang identik dengan dekorasi yang digunakan dalam perayaan imlek. Lampion ditaruh mengelilingi bingkai dan maskot. Ditambahkan elemen garis emas sebagai bentuk abstrak dari tali lentera. Garis emas ini juga merupakan perlambangan yang menyerupai bentuk tubuh ular.

Pada tahapan implementasi, penulis mengirimkan hasil desain dari aset digital hari raya imlek kepada *Account Executive* melalui WhatsApp. *Account Executive* meneruskan desain yang telah penulis kirimkan kepada klien untuk diberikan umpan balik. Umpan balik yang diterima pada desain tersebut terdapat pada bagian teks yang perlu diganti *copywriting*, ukuran, dan warna. Oleh klien, warna yang digunakan menyebabkan tulisan memiliki tingkat keterbacaan yang rendah. Warna yang digunakan

memiliki kontras yang rendah dan diberikan gradasi terlalu banyak. Pada bagian tulisan warna kemudian dibuat menjadi lebih gelap dan gradasi dibuat lebih halus serta tidak terlalu terlihat secara berlebihan.



Gambar 3.9 Proses Asistensi Aset Digital Hari Raya Imlek Mamee

Penulis kemudian mengerjakan revisi yang telah diberikan. Setelah selesai desain kembali dikirim. Proses ini berlangsung hingga *Account Executive* menyatakan bahwa hasil desain serta *working file* sudah diberikan persetujuan oleh klien dan dapat dikirimkan dengan memberikan balasan kepada yang diterima *email* saat pemberian *brief*.



Gambar 3.10 Hasil Aset Digital Hari Raya Imlek Mamee

Hasil akhir dari desain aset digital Hari Raya Imlek untuk *brand* Mamee adalah sebagai berikut. Terdapat dua jenis desain yang dikirimkan. Desain pertama untuk bagian *copywriting* menuliskan ucapan

perayaan “*Happy Chinese New Year: Gong Xi Fa Cai*”, sedangkan desain kedua memiliki variasi berupa penambahan nama-nama dari anggota keluarga inti *Chief Executive Director Mamee*.

3.3.1.2 Proyek Aset Visual Digital Hari Raya Ramadhan Mamee

Perancangan aset digital Hari Raya Ramadhan dimulai dari tahapan riset dengan pemberian *brief* yang diberikan oleh *Account Executive* melalui *email*. *Brief* diberikan berupa arahan dari klien yang menginginkan desain serupa dengan aset Hari Raya Imlek yang sudah dibuat oleh penulis sebelumnya. Selain dokumen, *disertakan attachment link* yang berisi aset-aset visual milik perusahaan Mamee yang terdiri dari logo setiap *brand* dibawah naungan Mamee, *mockup* produk-produk, dan variasi maskot. Penulis juga diberikan akses terhadap *working file* proyek aset digital Hari Raya Ramadhan dari tahun-tahun sebelumnya sebagai acuan referensi dalam mendesain.

Need 1 similar version but in each respective theme for :

1. Selamat Berpuasa Monstars
2. Selamat Hari Raya Aidilfitri Maaf Zahir dan Batin Monstars and without Monstars



Gambar 3.11 Penerimaan *Brief* Aset Digital Hari Raya Ramadhan Mamee

Account Executive memberikan referensi berupa desain dari Hari Raya Idul Fitri pada tahun sebelumnya untuk digunakan pada desain Hari Raya Ramadhan sekarang. Walau menggunakan desain dari hari raya yang berbeda, oleh *Account Executive* disarankan bahwa aset baju yang telah dibuat sebelumnya dapat digunakan untuk desain Hari Raya Ramadhan terbaru. Baju yang digunakan merupakan baju gamis untuk maskot dengan fitur feminim dan baju koko dengan fitur maskulin. Untuk maskot yang menggunakan baju gamis pada bagian kepala ditutupi oleh

kain hijab, sedangkan untuk maskot lain menggunakan topi peci. Untuk alternatif lainnya, baju yang digunakan maskot dapat berupa baju tradisional yang digunakan masyarakat Malaysia saat Idul Fitri.



Gambar 3.12 *Working File* Aset Digital Hari Raya Ramadhan Sebelumnya

Pada tahapan analisis, penulis melakukan *brainstorming* dengan melakukan pencarian referensi desain-desain yang menggunakan nuansa saat perayaan bulan Ramadhan. Dalam perhitungan penanggalan kalender Hijriah, bulan Ramadhan merupakan bulan ke sembilan (Kompas.com, 2022). Perhitungan kalender tersebut berdasarkan revolusi bulan yang memiliki 11 hari lebih pendek dibandingkan revolusi matahari dalam setahun. Berdasarkan laman milik Kementerian Agama Republik Indonesia (2025) bulan Ramadhan adalah bulan tersuci dimana kitab suci Al-Qur'an diturunkan. Pada bulan ini, umat Muslim menjalankan ibadah selama sebulan dengan melakukan puasa sebagai bentuk mendekatkan diri kepada Allah yang diikuti dengan salat tarawih.

Perayaan Ramadhan sering diasosiasikan dengan suasana malam, dimana waktu berbuka puasa dan salat tarawih dilakukan ketika matahari sudah terbenam. Oleh karena itu, terdapat bulan dan bintang untuk menggambarkan suasana malam Ramadhan (Roziyajon & Mukhriddin, 2024). *Typeface* yang digunakan menyerupai aksara huruf aAab yang memiliki bentuk organik dan *script* pada huruf atau simbol dalam *font*. *Typeface* serif digunakan untuk mengikuti karakteristik goresan aksara Arab yang memiliki lengkungan yang elegan dan garis memanjang (Bawazir & Wijaya, 2021).

Nuansa Ramadhan juga menggunakan warna hijau untuk memberikan ketenangan dalam menjalani ibadah di bulan tersebut. Warna hijau diartikan sebagai bentuk pertumbuhan spiritual dalam menjalankan kehidupan beriman bagi umat Muslim (Radio Republik Indonesia, 2025). Selain warna hijau, warna putih digunakan untuk menyimbolkan kesucian dan warna emas untuk kemuliaan.



Gambar 3.13 Eksplorasi *Moodboard* Aset Digital Hari Raya Ramadhan Mamee

Pada tahapan pembuatan konsep, penulis menyusun *moodboard*. Berdasarkan proses yang sudah dilakukan pada tahapan analisis, penulis mencari referensi dengan kata kunci masjid, lentera, dan malam hari. Penulis memilih untuk menggunakan warna biru tua sebagai warna utama. Selain sebagai warna yang diasosiasikan dengan nuansa Ramadhan, warna biru tua digunakan untuk menggambarkan malam hari. Penulis menggunakan warna emas untuk memberikan kontras sebagai *complementary color* yang bertolak belakang pada *color wheel*. Warna emas juga menggambarkan kilau bintang dan benda-benda langit yang bersinar terang di malam hari. Penulis juga mencari referensi motif-motif untuk dibuat sebagai bingkai maupun bagian pada latar belakang desain dengan tujuan memberikan tekstur. Elemen terakhir yang dicari adalah bentuk-bentuk dari bangunan masjid sebagai elemen utama.

Pada tahapan pengerjaan desain, penulis membuat kanvas dengan rasio 1:1 dengan ukuran 1080x1080 px dengan perangkat lunak Adobe Illustrator. Penulis menggunakan font Berkshire Swash. Meskipun tidak

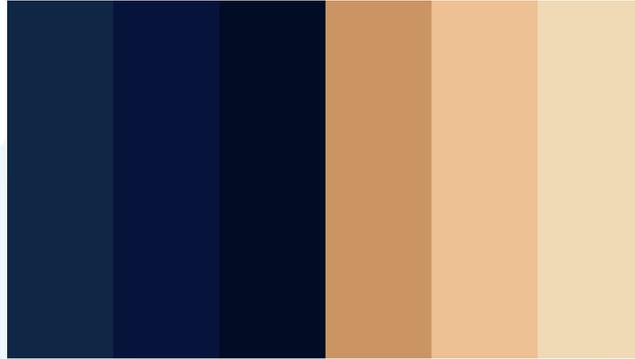
memiliki ujung yang tajam seperti pada aksara Arab, font tersebut memiliki karakteristik yang menyerupai goresan kuas dan ekor ujung huruf yang memanjang. Berdasarkan dari *working file* aset desain tahun sebelumnya, beberapa maskot Mamee sudah diberikan desain baju yang dikenakan saat Idul Fitri. Berdasarkan referensi tersebut, penulis menyesuaikan gaya visual pada desain tersebut untuk diaplikasikan pada maskot lain yang belum diberikan desain baju. Baju yang digunakan berwarna putih, namun dengan gradasi warna sesuai dengan variasi maskot. Selain itu pada bagian garis menggunakan warna emas. Maskot diberikan glow effect untuk memberikan penekanan yang membedakan dari elemen *background*.



Gambar 3.14 Proses Digitalisasi Aset Digital Hari Raya Ramadhan Mamee

Pada bagian belakang desain, diberikan bentuk geometris *arabesque* sebagai bingkai dasar yang menyatukan keseluruhan desain. Berdasarkan laman *Art of Islamic Pattern*, *arabesque* merupakan pola berbentuk abstrak namun masih mempertahankan gambaran bentuk asli alam yang digunakan. Desain *arabesque* memiliki ciri khas berupa bentuk menyerupai proses pertumbuhan sebuah tunas menjadi tanaman dengan batang melingkar. Setiap bagian dari batang memiliki cabang yang membuat pola melingkar lainnya. Pengulangan pola ini simetris berdasarkan sumbu horizontal dan vertikal. Pada bagian latar belakang, penulis membuat ilustrasi masjid yang diberikan *opacity* rendah dan efek *overlay* untuk memberikan kesan seolah berada dari kejauhan. Selain itu

diberikan pola secara samar berupa bentuk persegi belah ketupat yang repetitif yang menyerupai anyaman dari dekorasi ketupat maupun bentuk ornament yang ditemukan dalam motif islam.



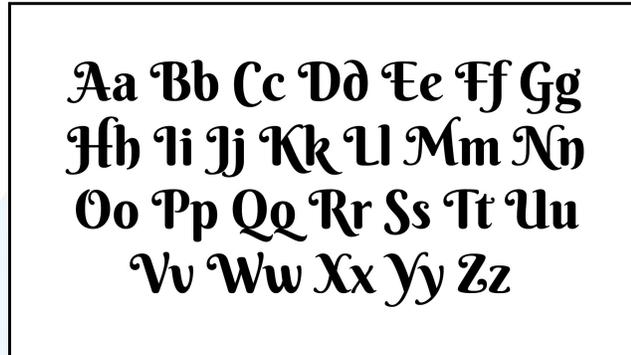
Gambar 3.15 *Color Palatte* Hari Raya Ramadhan

Warna yang digunakan adalah wana pirus yang merupakan campuran biru dan hijau. Warna pirus yang digunakan memiliki tingkat kecerahan yang rendah, dimana warna pirus gelap juga menggambarkan nuansa langit malam. Warna sekunder yang digunakan adalah warna kuning emas. Warna emas melambangkan kemuliaan juga sebagai penerang dalam bentuk elemen bintang dan lentera. Elemen lentera merupakan simbol dari tradisi atau kebiasaan pada zaman dahulu sebelum memiliki penerangan dalam bentuk lampu. Lentera digunakan untuk menerangi rumah selama ramadhan yang kemudian bergeser sebagai bentuk dekorasi ornamen seiringnya zaman (Kompas.com, 2022).

Kedua warna tersebut membentuk *color scheme* berupa *complementary color*. Hal tersebut dikarenakan pada *color wheel* warna biru berseberangan dengan warna kuning. Kedua warna yang bertolak belakang ini bila dipadukan menghasilkan kontras yang seimbang satu dengan lainnya. Untuk masing-masing warna biru dan kuning dapat dikategorikan sebagai *analogous*.

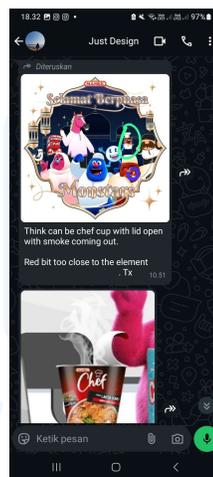
Font yang digunakan adalah Eagle Lake. *Font* tersebut merupakan jenis *script* yang memiliki bentuk huruf yang menyerupai bentuk tulisan tangan

kaligrafi. Jenis *font* ini memiliki bagian ekor atau *descender* yang lebih melengkung.



Gambar 3.16 *Font* Eagle Lake

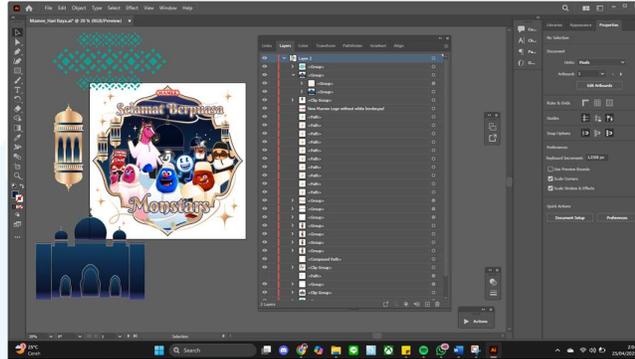
Bagian ekor ini menyerupai aksara Arab yang memanjang. Pada bagian *ascender* atau ujung bagian atas huruf terdapat lengkungan kecil dengan bentuk lebih melingkar. Bagian tersebut menyerupai titik yang juga ditemukan pada aksara Arab. Lebih tepatnya, titik yang dibuat ketika tinta pada kuas belum sepenuhnya mengering sehingga membuat goresan tinta yang tidak disengaja dalam penulisan.



Gambar 3.17 Proses Asistensi Aset Digital Hari Raya Ramadhan Mamee

Pada tahapan implemtasi, terdapat revisi pada posisi dua maskot yang dinilai terlalu berdekatan oleh pihak klien dan juga untuk *layout* maskot yang tersebar dan seolah melayang. Revisi selanjutnya dilakukan terhadap maskot Mamee Chef Cup yang sebelumnya menggunakan topi

koki diganti dengan versi tanpa topi koki. Selain itu, pada maskot Mamee Chef Cup ditambahkan asap yang keluar setelah mie di dalam selesai diseduh. Revisi terakhir berupa penambahan desain celana pada maskot.



Gambar 3.18 Proses Revisi Aset Digital Hari Raya Ramadhan Mamee

Penulis mengirimkan semua hasil revisi tersebut kembali kepada *Account Executive*. Kemudian *Account Executive* mengirimkan revisi terbaru dimana klien menyadari pada bagian asap seperti terbakar. Setelah penulis telusuri, hal tersebut dikarenakan kesalahan dalam memberikan filter yang menyebabkan terjadinya *glowing* menyerupai kobaran api.



Gambar 3.19 Hasil Aset Digital Hari Raya Ramadhan Mamee

Penulis segera memperbaiki revisi-revisi yang diberikan. Penulis menyelesaikan dan memberikannya kembali hasil revisi yang sudah dilakukan kepada *Account Executive*. Setelah dinyatakan bahwa klien sudah menyetujui hasil desain, penulis mengirimkan *working file* dengan membalas *email* pemberian *brief*. Hasil akhir dari desain aset digital Hari Raya Ramadhan untuk *brand* Mamee adalah sebagai berikut. Sesuai

dengan kebutuhan klien pada *brief*, desain aset digital memiliki dua jenis desain yang berbeda. Perbedaan terletak pada bagian *copywriting*. Pada desain pertama *copywriting* hanya menuliskan “Selamat Berpuasa”, sedangkan untuk desain kedua ditambahkan “Monstars” sehingga menjadi “Selamat Berpuasa Monstars.”

3.3.1.3 Proyek Aset Visual Digital Hari Raya Idul Fitri Mamee

Perancangan aset digital Hari Raya Idul Fitri dimulai dari tahapan riset dengan pemberian *brief* yang diberikan oleh *Account Executive* melalui *email*. *Brief* diberikan berupa arahan dari klien yang menginginkan desain serupa dengan aset Hari Raya Imlek yang sudah dibuat oleh penulis sebelumnya. Selain dokumen, disertakan *attachment link* yang berisi aset-aset visual milik perusahaan Mamee yang terdiri dari logo *brand*, *mockup* produk, dan variasi maskot. Penulis juga diberikan akses terhadap *working file* dari proyek aset digital Hari Raya Idul Fitri dari tahun-tahun sebelumnya sebagai acuan referensi dalam mendesain.

Need 1 similar version but in each respective theme for :

1. Selamat Berpuasa Monstars
2. Selamat Hari Raya Aidilfitri Maaf Zahir dan Batin Monstars and without Monstars



Gambar 3.20 Penerimaan *Brief* Aset Digital Hari Raya Idul Fitri Mamee

Pada tahapan analisis, penulis melakukan *brainstorming* dengan melakukan pencarian referensi desain-desain yang menggunakan nuansa Idul Fitri. Sekilas desain Hari Raya Ramadhan dan Hari Raya Idul Fitri tampak tidak memiliki perbedaan satu dengan lainnya. Namun penulis menemukan bahwa warna dan pola yang digunakan untuk desain Idul Fitri memiliki warna yang lebih cerah. Bila desain Ramadhan lebih

diasosiasikan dengan malam hari, maka desain Idul Fitri memiliki latar di pagi hari atau siang hari.

Pada nuansa Idul Fitri sering ditemukan menu makanan lebaran. Hal tersebut dikarenakan tradisi pada hari raya tersebut dimana anggota keluarga maupun tetangga saling bertamu untuk bersilaturahmi dan saling meminta maaf. Para tamu kemudian disajikan hidangan untuk dimakan. Makanan yang merupakan simbol dari tradisi ini adalah ketupat. Ketupat memiliki arti sebagai bentuk persatuan dan keharmonisan dalam merayakan Idul Fitri bersama-sama (MetroTVNews.com, 2025.) Ketupat juga melambangkan bentuk syukur. Hal tersebut dikarenakan isi ketupat, yaitu beras atau ketan, telah melalui berbagai proses dari benih hingga dapat dipanen berkat kerja keras petani hingga anggota keluarga yang mempersiapkan hidangan (Universitas Monash Malaysia, 2023). Ketupat sebagai pengingat untuk selalu mengingat jasa mereka dan berterima kasih. *Typeface* yang digunakan juga serupa dengan desain Ramadhan, yaitu karakteristik aksara Arab dengan huruf yang memiliki lengkungan pada bagian ekor menyerupai goresan kuas kaligrafi.



Gambar 3.21 Eksplorasi *Moodboard* Aset Digital Hari Raya Idul Fitri Mamee

Pada tahapan pembuatan konsep, penulis melakukan eksplorasi berdasarkan referensi-referensi desain Idul Fitri dan menyusun semuanya dalam bentuk *moodboard*. Sesuai dengan tahapan yang sudah dilakukan sebestumnya, penulis berfokus pada pencarian desain nuansa Idul Fitri dengan warna cerah. Terdapat penggunaan warna pink, hijau, kuning, dan

biru dalam desain-desain yang ditemukan. Penulis juga mencari referensi dengan menggunakan *color palatte* langit pada siang hari menuju sore hari. Penggunaan warna gelap pada desain Idul Fitri tidak banyak dimasukkan. Hal tersebut untuk memberikan perbedaan dengan desain Hari Raya Ramadhan.

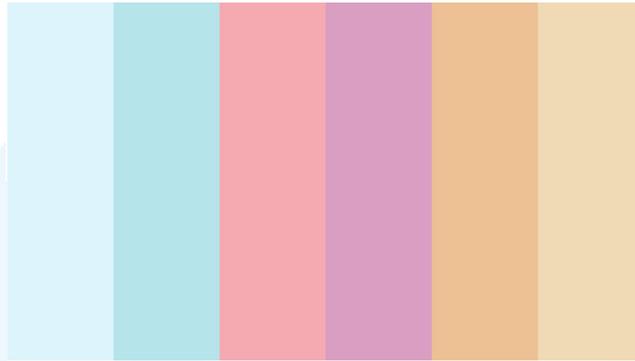


Gambar 3.22 Proses Digitalisasi Aset Digital Hari Raya Idul Fitri Mamee

Pada tahapan pengerjaan desain, penulis membuat kanvas dengan rasio 1:1 dengan ukuran 1080x1080 px dengan perangkat lunak Adobe Illustrator. Penulis menggunakan *font* Berkshire Swash seperti yang digunakan untuk desain aset visual digital Hari Raya Ramadhan. Aset maskot dengan baju nuansa Islam yang digunakan pada desain yang sudah dibuat penulis sebelumnya digunakan kembali untuk aset visual digital Hari Raya Idul Fitri. Penulis melakukan *blocking* dengan aset-aset yang sudah ada untuk mengatur peletakan *layout* keseluruhan elemen.

Untuk warna yang digunakan menggunakan dua jenis *color scheme*. *Color scheme* pertama adalah jenis *triadic*. Warna *triadic* menggunakan tiga jenis warna dengan jarak yang sama pada *color wheel*. Tiga warna yang digunakan adalah biru, merah, dan kuning. Ketiga warna ini menggunakan tingkat kecerahan atau *value* yang tinggi sehingga menjadi warna- warna *soft*. Warna yang dihasilkan adalah biru langit; merah muda; dan kuning muda. *Color scheme* kedua adalah jenis *split complimentary*. Jenis ini merupakan paduan satu warna dan dua warna

dengan jarak berdekatan yang saling berlawanan di *color wheel*. Dua warna yang bersebelahan adalah warna biru dan ungu dengan warna komplementer jingga.



Gambar 3.23 *Color Palatte* Hari Raya Idul Fitri

Pada tahapan implementasi, penulis mengirimkan hasil desain aset visual digital yang dikirimkan kepada *Account Executive*. Terjadi proses revisi secara terus menerus untuk menghasilkan desain yang efektif dengan keinginan klien dan meningkatkan hasil visual akhir. Revisi pertama berupa warna pakaian yang digunakan pada desain awal.



Gambar 3.24 Proses Asistensi Aset Digital Hari Raya Idul Fitri Mamee

Desain sebelumnya menggunakan desain baju yang sama dengan desain Hari Raya Ramadhan, dimana seluruh maskot menggunakan pakaian dengan warna putih. Oleh klien warna baju diminta untuk

dibedakan lagi. Klien juga menjelaskan bahwa Ramadhan dan Idul Fitri harus memiliki nuansa yang berbeda. Selain baju, klien meminta untuk beberapa pose diganti dengan aset pose lain agar lebih terlihat berbeda. Pada revisi kedua, penulis mengganti warna baju tidak lagi putih melainkan warna dengan saturasi tinggi dan tingkat kecerahan tinggi. Untuk bagian topi maskot yang memiliki fitur maskulin diubah memakai peci berwarna hitam. Untuk beberapa maskot diubah posenya sehingga harus menyesuaikan bentuk baju.



Gambar 3.25 Proses Revisi Aset Digital Hari Raya Idul Fitri Mamee

Revisi kedua terdapat pada tulisan. Bagian tulisan yang memiliki tingkat keterbacaan yang rendah karena *font* diberikan warna cerah. Selain itu terdapat revisi pada tulisan bagian atas “Selamat Hari Raya Aidilfitri” dan bagian bawah “Maaf Zahir & Batin. Bagian bawah ukurannya terlalu besar dibandingkan tulisan pada bagian atas. Tulisan bagian baawah dimintaa untuk diturunkan untuk menghindari ruang kosong berlebih pada desain. Hal ini berlaku untuk alternatif desain tanpa tulisan “Monstars”. Namun untuk mengantisipasi, penulis melakukan perubahan dengan menurunkan semua elemen maskot; “Maaf Zahir & Batin”; dan meja diturunkan lagi.

Revisi ketiga posisi beberapa maskot seolah terlihat melayang di udara diarahkan untuk didekatkan lagi ke bagian tepi dan dengan maskot lainnya. Oleh *Account Executive* disarankan untuk mengubah posisi maskot agar tiap-tiap sisi pada desain dapat muat dengan rapi tanpa ruang

kosong berlebih. Maskot juga diubah untuk berada di sela-sela antar maskot seolah berada di posisi belakang satu dengan lainnya. Tujuannya agar walau beberapa maskot harus diletakan secara melayang penempatan yang tepat akan memberikan sebuah persepsi visual sehingga posisinya tidak terlihat janggal.



Gambar 3.26 Hasil Aset Digital Hari Raya Idul Fitri Mamee

Hasil akhir dari desain aset digital Hari Raya Idul Fitri untuk *brand* Mamee adalah sebagai berikut. Sesuai dengan kebutuhan klien pada *brief*, desain aset digital memiliki dua jenis desain yang berbeda. Perbedaan terletak pada bagian *copywriting*. Pada desain pertama *copywriting* hanya menuliskan “Selamat Hari Raya Aidilfitri”. Penulisan “Aidilfitri” menyesuaikan dengan permintaan klien dalam *brief*. Penulisan “Aidilfitri” umum digunakan untuk masyarakat Malaysia, tempat *brand* Mamee secara utama beroperasi. Desain kedua ditambahkan “Monstars” sehingga menjadi “Selamat Hari Raya Aidilfitri Monstars.”

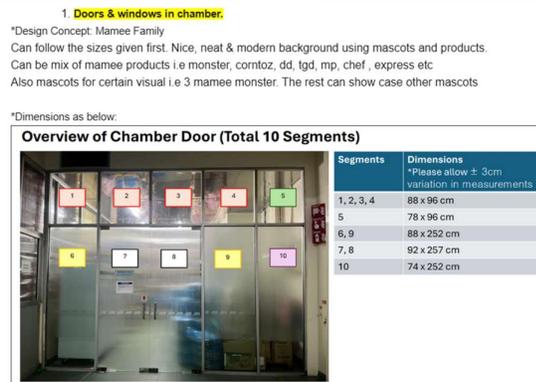
3.3.2 Proses Pelaksanaan Tugas Tambahan Magang

Pada proses pelaksanaan magang, penulis mengerjakan empat jenis tugas tambahan disamping tugas utama yang telah dilaksanakan. Empat jenis tugas tambahan tersebut adalah proyek perancangan media kolateral *brand* Mamee; desain logo untuk Calypso Fine Dining; desain kemasan *brand* ELDEPE; dan desain poster *brand* Delonix Group. Keempat proyek tersebut memiliki *brand identity* yang memiliki ciri khas yang membedakan yang satu dengan lain.

Penulis memastikan bahwa proses dari penerimaan *brief* hingga pengiriman desain akhir dari tugas tambahan yang diberikan terlaksana dengan baik.

3.3.2.1 Proyek Desain Kolateral Mamee

Pada tugas tambahan pertama, penulis diberikan *brief* untuk membuat perancangan desain media kolateral *brand* Mamee sebagai awal mula tahapan riset. Media kolateral berupa *wallpaper sticker* untuk pintu kaca ruangan yang terdiri dari sepuluh kisi. Pemberian *brief* diberikan oleh *Account Executive* melalui *email*.



Gambar 3.27 Penerimaan *Brief* Media Kolateral Mamee

Email disertai dengan *attachment link* berisi aset visual perusahaan Mamee. Pada *brief* ditambahkan foto nyata dari pintu kaca ruangan serta ukuran masing-masing kisinya. Penulis juga diberikan salah satu contoh dari desain *wallpaper sticker* yang sudah pernah diaplikasikan sebelumnya. Klien memberikan catatan bahwa pada desain ditambahkan visual beberapa produk yang mereka tawarkan dan karakter maskot.

Pada tahapan proses analisis, penulis mengumpulkan riset berupa berbagai jenis foto desain tampilan *wallpaper sticker* pada beberapa toko yang menampilkan produk dan karakter mereka. Penulis menyimpulkan bahwa penggunaan ruang negatif yang efisien pada desain *wallpaper sticker* dinilai menarik dan efektif untuk menampilkan isi dari ruangan.

Namun penulis juga memberikan opsi dimana latar belakang desain tidak transparan dengan menggunakan warna putih.



Gambar 3.28 Eksplorasi *Moodboard* Media Kolateral Mamee

Pada tahapan pembuatan konsep, penulis melakukan penyusunan *moodboard*. Penulis melakukan eksplorasi desain yang sesuai dengan *voice of tone* dari *brand* Mamee yang ceria dan bersemangat. Dari dua kata kunci tersebut penulis mengasosiasikan gaya visual dengan nuansa karnival dan wahana hiburan yang sering dikunjungi oleh keluarga. Penulis juga menambahkan desain dengan nuansa komik atau gaya visual *pop art*. Penggunaan gaya visual tersebut juga dilihat dari visual tampilan *website* milik Mamee yang menggunakan warna primer merah, biru, dan kuning. Penggunaan *pop art* disertai elemen dengan desain geometris yang tegas, seperti bintang, belah ketupat, dan semburat. Terakhir, gaya visual *pop art* menggunakan *half-tone*, yaitu pola titik-titik yang sering ditemukan pada komik cetak sebagai upaya untuk menghemat tinta dalam percetakan. Pada *risograph*, warna magenta, kuning, dan biru dapat menciptakan warna sekunder dengan menggabungkan *half-tone* dalam masing-masing warna. Pada mesin *printing* hal ini masih dilakukan namun dalam jarak titik yang sangat berdekatan.

Pada tahapan pengerjaan desain, penulis menggunakan perangkat lunak Adobe Illustrator dengan mode CMYK untuk mempersiapkan *layout* dari keseluruhan desain *wallpaper sticker*. Penulis mengatur

keseluruhan kanvas dengan menggunakan unit pengukuran cm agar *margin error* yang dapat mengakibatkan kesalahan ukuran dapat dihindari. Sehingga, penulis dapat lebih akurat dalam mengikuti arahan *brief* yang telah diberikan.

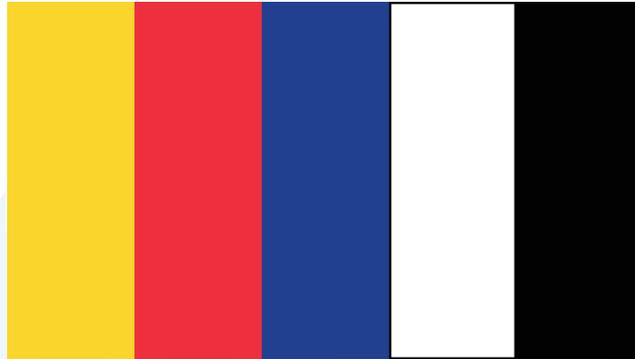


Gambar 3.29 Proses *Blocking* & Sketsa Media Kolateral Mamee

Penulis menyiapkan sepuluh *artboard* dengan lima jenis pembagian ukuran yang telah dikelompokkan. Pengelompokkan dibuat sebagai berikut. Pengelompokkan pertama adalah empat *artboard* dengan ukuran 88 x 96 cm. Pengelompokkan kedua adalah satu *artboard* dengan ukuran 78 x 96 cm. Pengelompokkan ketiga adalah dua *artboard* dengan ukuran 88 x 252 cm. Pengelompokkan keempat adalah dua *artboard* dengan ukuran 92 x 257 cm. Pengelompokkan kelima dan terakhir adalah satu *artboard* dengan ukuran 74 x 252 cm.

Semua *artboard* disusun menyerupai posisi kisi pada pintu nantinya. Kemudian dibuat lagi *artboard* pada masing-masing *artboard* dengan ukuran masing-masing sisi bertambah sebesar 3 cm. *Artboard* ini berperan sebagai area *bleed* berwarna merah. Setelah semua telah disusun penulis kemudian meletakkan elemen-elemen berupa gambar produk *brand* Mamee, maskot, dan logo-logo produk Mamee. Kemudian penulis

menangkap layar untuk dipindahkan ke aplikasi Medibang Paint yang berbasis raster untuk ditambahkan sketsa penempatan elemen grafis.



Gambar 3.30 *Color Palatte Mamee*

Warna yang digunakan adalah warna primer berupa kuning, merah, dan biru. Ketiga warna ini merupakan warna *triadic* dengan saturasi yang tinggi. Ditambahkan warna hitam dan putih sebagai warna netral. Perbandingan penggunaan warna kuning, merah, dan biru lebih banyak dibandingkan penggunaan warna hitam dan putih yang berperan dalam memberikan aksen tambahan pada elemen-elemen pendukung.



Gambar 3.31 Proses Digitalisasi Media Kolateral Mamee

Proses digitalisasi dilanjutkan dengan menaruh sketsa kembali ke Adobe Illustrator. Penulis menambahkan elemen *half-tone* atau pola titik-titik dengan jarak berdekatan pada bagian latar belakang untuk memberikan tekstur menyerupai gradasi. *Half-tone* merupakan teknik cetak grafis yang menghasilkan titik-titik dengan mesin tinta atau *inkjet*. (Lau & Arce, 2008, h. 1—3). Titik-titik dengan jarak konsisten satu

dengan lainnya akan memberikan persepsi tingkat saturasi sebuah warna. Sebagai contoh, pada area dengan jarak titik yang berjauhan akan menghasilkan warna dengan saturasi rendah. Semakin padat suatu area dengan titik maka semakin naik tingkat saturasinya sehingga menjadi pekat. Pada laman Seni Abstrak Digital Australia (2024), teknik ini digunakan oleh percetakan pada akhir abad ke-19 sebagai upaya untuk menghemat penggunaan tinta saat melakukan produksi massal. Namun seiringnya berjalan waktu, *halftone* menjadi sebuah ekspresi gaya visual yang dapat diaplikasikan pada seni digital. Selain itu, *halftone* menjadi sebuah produk pada masanya dimana komik cetak pertama kali mulai diperkenalkan yang mengarahkan ke perkembangan gaya seni *pop art*.

Half-tone digunakan pada bagian siluet produk-produk Mamee. Selain itu, *half-tone* dapat digunakan sebagai elemen sendiri untuk memberikan aksen tambahan. Elemen seperti bintang dan visual foto keripik kentang juga disebarkan secara merata. Elemen-elemen ini sekilas disebarkan secara acak, namun penempatannya bertujuan untuk menarik mata yang melihat dengan mengarahkan melihat keseluruhan desain berdasarkan penekanan elemen yang berurutan. Untuk merapikan tampilan *layout* dan mempermudah mengelompokkan elemen, penulis membuat *clipping mask*.

Setelah menyelesaikan perancangan desain, penulis melanjutkan ke tahapan implementasi. Pada tahapan implementasi penulis mengirimkan *screenshot* hasil desain keseluruhan media kolateral kepada *Account Executive*. Kemudian dari *Account Executive* mengirimkan revisi dari klien. Klien memberikan dua jenis revisi yang harus segera dikerjakan oleh penulis. Revisi pertama terdapat pada aset logo yang perlu diganti karena produk yang digunakan sudah tidak dilanjutkan kembali. Klien meminta untuk memasukkan logo-logo produk yang saat ini masih diproduksi. Revisi kedua adalah elemen keripik kentang diganti aset dengan yang diberikan oleh *Account Executive*. Penulis menggunakan

keripik dengan tekstur yang lebih bergelombang, sedangkan untuk produk Mamee memiliki tekstur yang lebih datar.



Gambar 3.32 Proses Asistensi Media Kolateral Mamee

Penulis mengganti revisi pertama dengan mengatur jumlah logo yang sebelumnya berjumlah sembilan menjadi sepuluh. Masing-masing kisi pada bagian atas menjadi memiliki dua logo produk. Pada revisi kedua penulis harus kembali mengganti masing-masing keripik. Penulis mencoba untuk melakukan *re-link* dengan gambar keripik yang diberikan, namun hasilnya menjadi tidak beratur karena bentuknya telah berubah.



Gambar 3.33 Hasil Akhir Media Kolateral Mamee

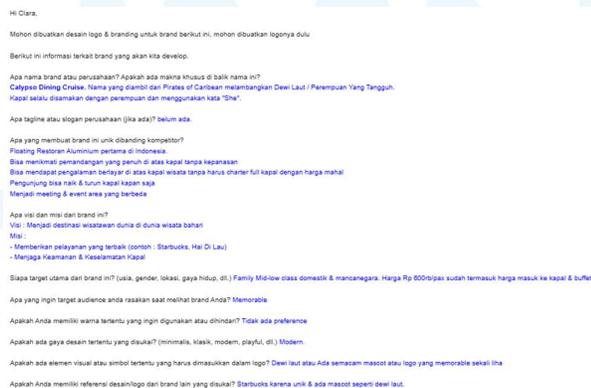
Setelah selesai, penulis kembali mengirimkan hasil revisi terbaru ke *Account Executive*. Setelah disetujui *Account Executive*, penulis

menyiapkan *working file*. Untuk menyiapkan *working file*, penulis melakukan proses *export* masing-masing desain setiap *artboard*. Semua dokumen digabungkan dalam satu berkas dan diunggah ke dalam Google Drive yang dikirimkan melalui email balasan *brief*.

Hasil akhir dari desain kolateral *wallpaper sticker* untuk brand Mamee adalah sebagai berikut. Setelah melakukan *export* berdasarkan ukuran *artboard*, terdapat sepuluh desain untuk keseluruhan paket *wallpaper sticker*. Penulis juga melakukan *export* untuk keseluruhan desain berdasarkan *layout* penempatan. Hal tersebut bertujuan untuk mempermudah pihak klien agar tidak tertukar untuk menempelkan desain masing-masing *wallpaper sticker* kepada media penempatan nantinya.

3.3.2.2 Proyek Desain Logo Calypso Fine Dining

Pada tugas tambahan kedua, penulis diberikan *brief* untuk membuat perancangan desain logo brand Calypso Fine Dining milik PT. Tringgading Agung Pratama. Calypso Fine Dining merupakan proyek yang dikembangkan dalam bentuk restoran yang memberikan pengalaman *fine dining* melalui kapal yang sedang berlayar. Pengunjung dapat melihat pemandangan laut dengan lebih dekat.



Hi Clara,

Mohon dibuatkan desain logo & branding untuk brand berikut ini, mohon dibuatkan logonya dulu

Berikut ini informasi terkait brand yang akan kita develop.

Apakah ada nama brand atau perusahaan? Apakah ada makna khusus di balik nama ini?
Calypso Dining Cruise. Nama yang diambil dari Pirates of Caribbean melambungkan Dewi Laut / Perempuan Yang Tangguh.
Kapal selalu dilambungkan dengan perempuan dan menggunakan kata "She".

Apakah ada tagline atau slogan perusahaan (jika ada)? belum ada.

Apakah yang membuat brand ini unik dibanding kompetitor?
Floating Restoran Aluminium pertama di Indonesia.
Bisa menikmati pemandangan yang penuh di atas kapal tanpa kepanasan
Bisa mendapat pengalaman berlayar di atas kapal wisata tanpa harus charter full kapal dengan harga mahal
Pengunjung bisa naik & turun kapal kapan saja
Menjadi meeting & event area yang berbeda

Apakah ada visi dan misi dari brand ini?
Visi: Menjadikan destinasi wisata baru di dunia wisata bahari
Misi:
- Memberikan pelayanan yang terbaik (contoh: Starbucks, Hal Di Lau)
- Menjaga Keasmanian & Keaslian Kapal

Silahkan target utama dari brand ini? (usia, gender, lokasi, gaya hidup, dll.) Family Mid-low class domestik & mancanegara. Harga Rp 6000/pax sudah termasuk harga masuk ke kapal & buffet.

Apakah yang ingin target audience anda rasakan saat melihat brand Anda? Memorable

Apakah Anda memiliki warna tertentu yang ingin digunakan atau ditinggalkan? Tidak ada preference

Apakah ada gaya desain tertentu yang disukai? (minimalis, klasik, modern, playful, dll.) Modern.

Apakah ada elemen visual atau simbol tertentu yang harus dimasukkan dalam logo? Dewi laut atau Ada semacam mascot atau logo yang memorable seperti line

Apakah Anda memiliki referensi desain/logo dari brand lain yang disukai? Starbucks karena unik & ada mascot seperti dewi laut.

Gambar 3.34 Penerimaan *Brief* Logo Calypso Fine Dining

Pada tahapan riset, *brief* dikirimkan oleh *Account Executive* melalui *email*. *Brief* memiliki informasi mengenai logo yang diinginkan oleh klien. Klien menyatakan bahwa visual dari logo memiliki visual dewi

laut atau perempuan tangguh untuk menyesuaikan dengan nama Calypso yang merupakan karakter dari *Pirates of Caribbean*.

Pada tahapan proses analisis, penulis mengumpulkan riset berdasarkan jenis logo yang diberikan diinginkan oleh klien. *Pictorial marks* merupakan jenis logo yang menggunakan ikon atau visual yang melambangkan wujud menyerupai bentuk sebuah benda (Bokhua, 2022, h. 21). Dengan menggunakan bahasa semiotika, sebuah produk atau perusahaan dapat mengkomunikasikan pesan terhadap konsumen mereka.

Penulis mengumpulkan riset untuk visual yang mencerminkan visual yang dimiliki seorang dewi laut. Penulis melakukan eksplorasi dari berbagai literatur mitologi yang berhubungan dengan laut, seperti Atlantis dan Calypso. Selain Calypso yang dimaksud adalah karakter dari *Pirates of Caribbean*, penulis menemukan inspirasi mengenai karakter Calypso dari mitologi Yunani. Calypso dari cerita Odyssey karya Homer merupakan dewi dan peri yang mengurung Odysseus dalam pulauanya selama tujuh tahun untuk menawarkan keabadian. Namun akhirnya Calypso membebaskan Odysseus dengan memberikan perahu rakit untuk keluar dari pulauanya.

Pada tahapan pembuatan konsep, penulis menyusun *moodboard* berdasarkan visualisasi dewi laut yang sudah digali pada tahapan sebelumnya. Pada *moodboard*, penulis menambahkan referensi elemen gaya visual yang sering ditemukan pada barang tembikar Yunani. Ilustrasi pada barang tembikar dibuat menggunakan *slip* atau wujud tanah liat cair. Ketika dibakar nantinya bagian *slip* berubah menjadi warna hitam pekat yang menjadi ciri khas gaya visual tersebut. Bagian hitam ini yang membedakan antara ruang positif dan ruang negatif pada ilustrasi. Ciri khas gaya ini juga dilihat dari penggunaan goresan kuas yang sangat tipis dan geometris. Penulis menemukan kesamaan ciri khas ini dengan gaya

visual *art nouveau*. Gaya visual *art nouveau* menggabungkan unsur alam dan arsitektur asimetris yang membentuk kurva berliku-liku.



Gambar 3.35 Eksplorasi *Moodboard* Logo Calypso Fine Dining

Penulis mengumpulkan visual berbagai jenis cangkang kerang, mutiara, terumbu karang, hingga keong. Berbagai jenis keragaman hayati laut disusun untuk menjadi dekorasi mahkota untuk sosok dewi laut pada logo Calypso Fine Dining. Penulis memilih pendekatan yang mengutamakan *pictorial marks* berwujud wajah wanita.

Penulis mengumpulkan beberapa referensi logo yang memiliki garis bentuk wanita. Berdasarkan *moodboard*, penulis membuat dua sketsa alternatif untuk logo. Sketsa dibuat dengan satu warna untuk memberikan kejelasan pada desain. Penambahan warna dapat dilakukan bila logo dasar sudah dapat dilihat secara jelas berdasarkan bentuk dasar yang telah didesain. Pada sketsa pertama, penulis membuat ilustrasi berupa wanita dengan wajah dan seluruh badan menghadap ke samping. Serangkaian ornamen kepala yang tersusun dari cangkang kerang, terumbu karang, dan mutiara. Rambut pada ilustrasi dibuat mengikat ke belakang secara setengah dengan bagian lainnya tergerai. Bagian yang tergerai dibuat menyerupai ombak laut yang sedang menggulung. Bagian rambut menjadi poin utama yang menjelaskan figur dewi laut, yaitu makhluk dewatad yang menyatu dengan laut. Personafikasi dari samudra yang lembut dan ganas di saat yang bersamaan. Pada bagian bingkai

ditambahkan motif kerang yang menghiasi secara simetris mengikuti axis horizontal dan vertikal.



Gambar 3.36 Proses Sketsa Logo Calypso Fine Dining

Pada sketsa kedua, penulis membuat ilustrasi wanita dengan wajah menghadap ke samping namun dengan badan tetap menghadap ke depan. Gaya rambut yang digunakan lebih familiar dengan kesan Indonesia terutama pada lakon wayang manusia yang memiliki bagian sanggul yang tinggi dengan rambut terurai. Siluet mata terbuka namun dibuat minimalis sehingga hanya bagian bayang saja yang tergambar. Mahkota yang dikenakan menggunakan jenis kerang yang tajam layaknya tombak. Desain sketsa kedua lebih fokus pada bentuk yang sederhana.



Gambar 3.37 Proses Digitalisasi Logo Calypso Fine Dining

Pada tahapan pengerjaan desain, hasil pengerjaan sketsa melalui perangkat lunak Medibang Paint dengan ukuran kanvas 29,7 x 21 cm

dipindahkan ke Adobe Illustrator. Penulis kemudian membuat kanvas dengan rasio 1:1 berukuran 1080 x 1080 px dengan mode RGB. Pengerjaan *Account Executive* memberikan arahan untuk menyelesaikan desain sketsa pertama untuk dilanjutkan ke tahapan digitalisasi.



Gambar 3.38 Proses Asistensi Logo calypso Fine Dining

Pada tahapan implementasi, *Account Executive* hanya mengarahkan untuk mengirimkan hasil akhir kepada *email* dimana *brief* diberikan. Untuk revisi hanya dilakukan pada bagian awal, yaitu saat pengerjaan sketsa. Sketsa awal dinilai memiliki bentuk wajah dengan proporsi yang *stylized* dan mengarah ke gaya ilustrasi animasi atau komik asal Jepang. Penulis diarahkan untuk membuat sketsa dengan gaya *realism* atau *semi realism* dengan memperbaiki hidung dan mata.

Revisi pertama yang penulis lakukan adalah memperkecil bagian mata dengan memiliki proporsi yang tidak terdistorsi. Penulis melihat referensi wajah dan patung pahatan yang menghadap ke samping untuk menyesuaikan kembali. Berikutnya penulis memperpanjang bulu mata untuk memberikan kesan feminim yang lebih jelas sebagai dewi laut. Revisi kedua pada bagian siluet hidung dan mulut dilakukan dengan melihat referensi patung pahatan Yunani. Hasilnya hidung dibuat lebih ke

dalam dan bagian atas bibir diberikan bayangan untuk memberikan kesan dimensi serta seolah dirias secara anggun.



Gambar 3.39 Hasil Akhir Logo Calypso Fine Dining

Hasil akhir dari desain logo untuk *brand* Calypso Fine Dining adalah sebagai berikut. Penulis membuat alternatif dimana bagian putih pada bagian latar belakang dapat dihilangkan, sehingga siluet dari dewi laut dapat terlihat lebih jelas. Penulis mengirimkan hasil akhir desain dan *working file* dengan membalas *email* dimana *brief* telah diberikan sebelumnya. Bagian bingkai atau emblem terpisah dari badan dewi laut sehingga penggunaannya dapat menyesuaikan keperluan dari klien.

3.3.2.3 Proyek Desain Kemasan ELDEPE

Pada tugas tambahan ketiga, penulis mendapatkan brief untuk mengerjakan desain kemasan sekunder untuk brand ELDEPE. ELDEPE merupakan brand yang bergerak dalam bidang kosmetik dengan produk seperti *toner*, *sunscreen*, hingga *facial wash*. Pada tahapan riset melalui *brief*, kemasan sekunder diminta berbentuk sebuah kotak dari bahan plastik mika tembus pandang menampilkan isi bagian dalam berupa kemasan primer botol serum. *Brief* didapatkan melalui *email* yang dikirimkan oleh *Account Executive*. Pada bagian *email* disematkan foto *mockup* dari kemasan sekunder dan referensi desain-desain yang diinginkan. Referensi desain yang diberikan berupa bentuk kemasan

dengan bahan transparan sehingga konsumen dapat melihat bentuk produk. Klien juga menyertakan bentuk pola lipatan yang berisi ukuran masing-masing sisi kemasan.

Hi Clara,

Berikut ini adalah box yg pertama, bahan kertas: <https://we.tl/t-4mulos4x8r>
Makanya mau di ganti dengan bahan mika biar lebih eye catching.



Gambar 3.40 Penerimaan *Brief* Desain Kemasan ELDEPE

Klien sudah memberikan referensi bentuk kemasan yang diinginkan sehingga penulis dapat fokus ke dalam pengembangan elemen visual yang sesuai dengan brand dan produk ELDEPE. Pada tahapan proses analisis, penulis melakukan eksplorasi dengan kata kunci DNA dan salmon. Dengan kata kunci pertama, penulis mendapatkan *imagery* berupa struktur DNA yang terdiri dari dua garis panjang yang saling tumpang tindih dan memiliki garis pendek yang menghubungkan keduanya seperti tangga. Untuk kata kunci kedua, penulis mengumpulkan irisan daging salmon yang membentuk garis beruntun. Penulis menyimpulkan garis berulang seringkali muncul sebagai pengulangan pola. Pada elemen sisik ikan, bunga, dan kerang penulis menemukan bahwa ketiganya memiliki bentuk dasar yang serupa. Bentuk dasar yang dimaksud adalah kurva sikloid atau setengah lingkaran.

Penulis juga kembali mendalami kebutuhan sebagai desain kemasan. Desain dari kemasan adalah bagaimana sebuah pesan berisi komponen dan tujuan produk dikomunikasikan kepada konsumen (Grip, 2013, h. 10—13). Berdasarkan *brief* yang diberikan klien memiliki kebutuhan agar kemasan terbaru dapat semakin meningkatkan *awareness*

konsumen terhadap produk. Bentuk kemasan tidak hanya menarik secara visual tapi mampu secara tepat meletakkan informasi penting. Grip juga menjelaskan bahwa sebuah kemasan sekunder dapat menjadi bagian dari produk itu sendiri (h.55—56). Penulis mempertimbangkan kebutuhan konsumen yang ingin menyimpan kemasan sekunder.



Gambar 3.41 Eksplorasi *Moodboard* Desain Kemasan ELDEPE

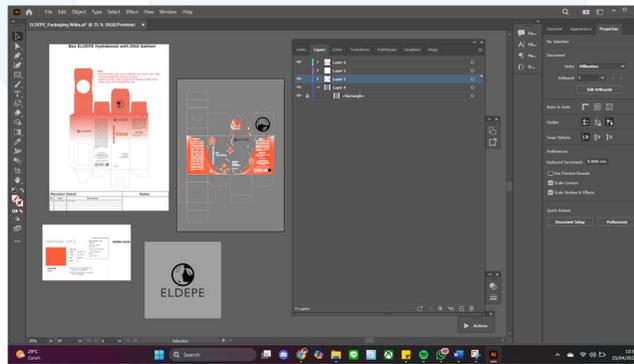
Pada tahapan pembuatan konsep, penulis melanjutkan ke proses *brainstorming* dengan membangun sebuah *moodboard*. *Moodboard* mempresentasikan produk kosmetik berupa serum kecantikan yang memiliki bahan DNA Salmon. Berdasarkan tahapan sebelumnya, penulis mengumpulkan referensi-referensi visual yang telah ditelusuri.



Gambar 3.42 Proses Sketsa Desain Kemasan ELDEPE

Setelah menyusun *moodboard*, penulis melanjutkan ke tahapan sketsa. Penulis menggunakan acuan berupa foto *mockup* dari klien sebagai dasar sketsa. Sketsa dilakukan dengan menggunakan aplikasi Medibang

Paint. Pada foto *mockup*, terdapat foto botol serum sebagai kemasan primer dan kotak dari mika bening sebagai kemasan sekunder. Pada sisi bagian depan kotak memiliki tambahan area desain yang lebih tinggi dari sisi lainnya. Berdasarkan referensi desain yang dikirimkan oleh klien, area ini nantinya memiliki sebuah lubang. Lubang ini untuk memberikan opsi tambahan dalam *product display* yang dapat ditaruh dalam rak datar maupun digantung. Dalam *mockup* bentuk area ini adalah kotak, namun penulis memutuskan untuk mengubahnya menjadi bentuk oval. Bentuk oval dan lingkaran menyerupai kepala ikan salmon yang telah disederhanakan. Tidak hanya bentuk oval, ditambahkan elemen visual bunga mawar. Elemen ini didapatkan dari sebuah foto susunan irisan daging salmon yang disusun menyerupai bentuk bunga mawar.

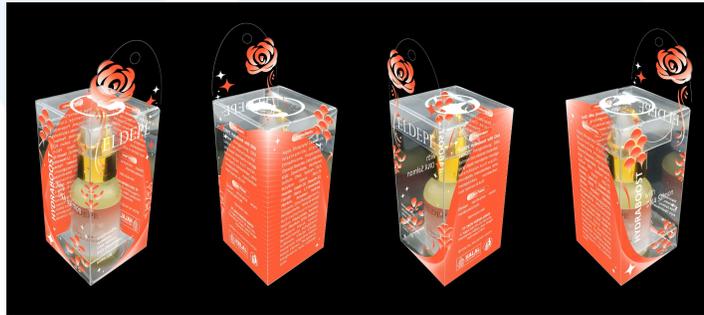


Gambar 3.43 Proses Digitalisasi Desain Kemasan ELDEPE

Pada tahapan pengerjaan desain, penulis memindahkan hasil sketsa ke Adobe Illustrator. Kanvas dibuat dengan ukuran 210 x 197 mm. Penulis membuat kerangka berdasarkan ukuran dan sketsa *layout* yang telah dikirimkan oleh klien. Penulis membagi kerangka menjadi tiga bagian utama. Pertama bagian atas terdiri dari empat bidang. Bagian paling panjang tempat tutup serum. Bagian kedua tempat logo. Bagian ketiga merupakan sisi yang tidak ikut terlipat tetapi menjadi bagian utama. Kedua bagian tengah atau tubuh utama yang merupakan fokus utama pada desain kemasan. Bagian tubuh utama terdiri dari bagian depan, samping kanan, samping kiri, dan belakang. Ketiga bagian bawah terdiri dari empat

bidang. Bidang pertama pada sisi paling anjang memiliki sebuah lubang tempat botol serum diletakan tiga sisi lainnya menutup keseluruhan kemasan.

Mockup produk dilakukan dengan proses *digital imaging* dengan foto produk yang diambil oleh klien sebelumnya. Penulis menggunakan aplikasi Medibang Paint untuk membuat *mockup*. Penulis merapikan perspektif agar kotak tidak terdistorsi. Penulis menjadikan latar berlakng berwarna hitam polos agar fokus dapat ditekankan pada visual kemasan sekunder. Kotak dibuat template simetris untuk mempermudah untuk mengaplikasikan desain *layout*.

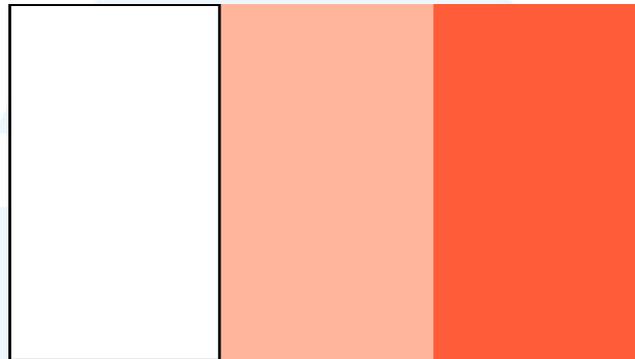


Gambar 3.44 Hasil *Mockup* Desain Kemasan ELDEPE

Penulis menggunakan *warp tool* terhadap gambar yang sudah selesai dilakukan *export* sebelumnya. Penulis menambahkan *highlight* dan *shadow* untuk menyamakan pencahayaan dengan suasana. Agar semuanya simetris dan sesuai dengan perspektif tiga titik hilang, penulis membuat garis maya. Tujuannya untuk memastikan semua sisi ketika diberikan *warp tool* memiliki ukuran yang sesuai. Untuk mempermudah pengelompokkan elemen, pada Medibang Paint penulis membuat empat jenis folder untuk mengklasifikasikan layer. Hal tersebut mempermudah penulis agar tidak dapat lebih efisien dalam mencari *layer*. Penulis melanjutkan untuk memasukkan desain untuk dijadikan *mockup*.

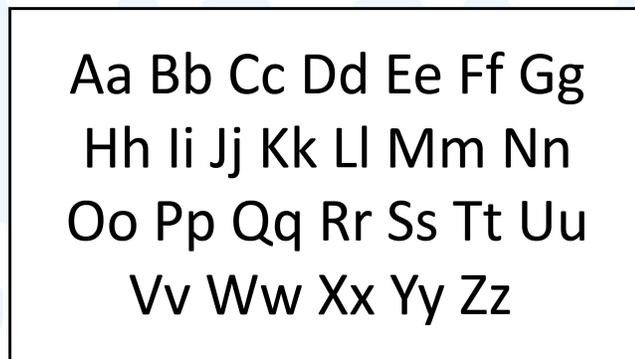
Warna yang digunakan menyesuaikan dengan *working file* dari kemasan sebelumnya. *Color scheme* yang digunakan adalah

monochromatic dengan warna putih, *light coral*, dan *coral*. Warna *coral* merupakan warna merah yang mendekati warna jingga. Selain itu penggunaan warna sebenarnya dilakukan dengan teknik gradasi, sehingga *light coral* dihasilkan dari proses transisi putih ke *coral*.



Gambar 3.45 *Color Palatte* ELDEPE

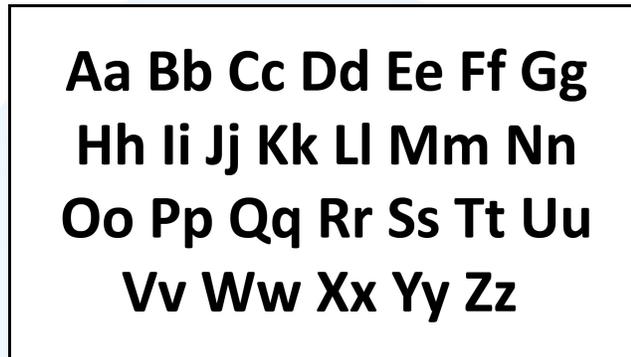
Font Calibri Regular merupakan *font* dengan jenis *sans serif*. *Font* jenis ini digunakan pada desain kemasan sebelumnya. *Font* ini digunakan pada bagian deskripsi bahan dan instruksi penggunaan yang memiliki jumlah teks yang cukup banyak. Karena bentuknya huruf-huruf juga memiliki kesan yang rapi dan mudah dibaca walau padat.



Gambar 3.46 *Font* Calibri Regular

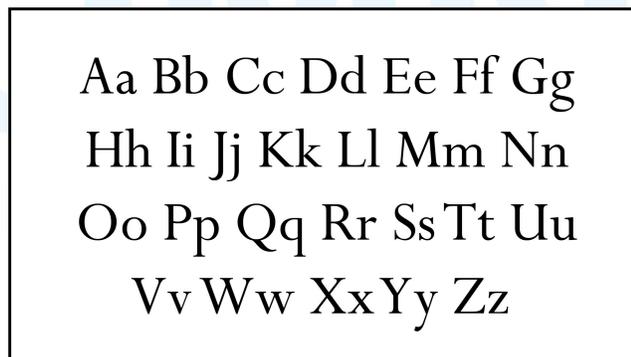
Font Calibri Bold merupakan variasi dari *typeface* Calibri seperti Calibri Regular. *Font* Calibri Bold memiliki huruf dengan tingkat ketebalan yang lebih tinggi dari Calibri Regular. Calibri Bold digunakan untuk memberikan penekanan pada bagian penting atau memberikan

penekanan terhadap urutan dalam melihat hierarki visual. Pada desain kemasan ELDEPE, *font* Calibri Bold digunakan untuk memberikan sub judul paragraf.



Gambar 3.47 *Font* Calibri Bold

Font Perpetua merupakan bagian *typeface* jenis serif. *Font* ini menyerupai *font* yang terdapat pada logo ELDEPE. *Font* ini digunakan dalam desain karena akan dilakukan modifikasi untuk menyesuaikan bentuknya dengan logo yang sudah ada. Hal ini dilakukan karena gambar logo pecah sehingga hasilnya tidak jernih. Modifikasi *font* digunakan untuk mempersingkat proses sehingga penulis tidak satu-satu menggunakan *pen tool* untuk melakukan *tracing* logo dengan tujuan meningkatkan resolusi agar tidak pecah.



Gambar 3.48 *Font* Perpetua

Pada tahapan implementasi, penulis mengirimkan hasil desain kepada *Account Executive*. Penulis mengirimkan *working file* yang

berisikan desain *layout* kemasan dan *mockup* produk dari empat sisi berbeda. Penulis mendapatkan umpan balik dari klien yang diteruskan oleh *Account Executive*. Pada proyek desain kemasan ELDEPE ini, terdapat empat kali revisi *layout* yang dilakukan oleh penulis.

Pada tahapan ini, penulis mendapatkan empat kali revisi dalam pengerjaan desain kemasan ELDEPE. Revisi pertama, yaitu perubahan teks “*ingredients*” menjadi “komposisi”; logo ELDEPE yang sebelumnya berwarna putih menjadi hitam seperti logo pada kemasan sebelumnya; dan menambahkan kode QR BPOM dengan batas ukuran minimal 7 x 7 mm. Untuk logo pihak klien meminta agar tidak dilakukan perubahan agar sesuai dengan HAKI yang sudah mereka daftarkan pada desain. Untuk kode QR BPOM dikirimkan oleh *Account Executive*.



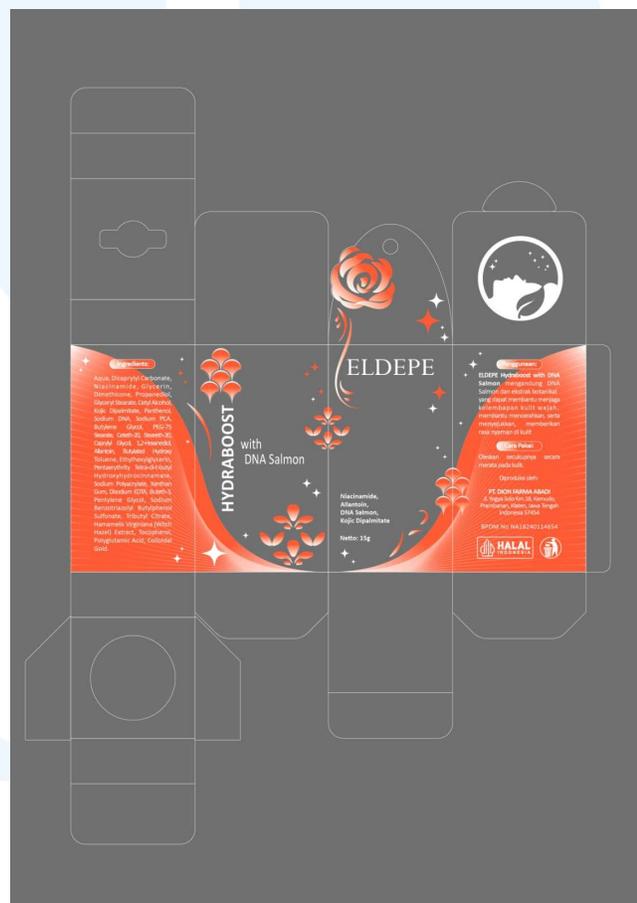
Gambar 3.49 Proses Asistensi Desain Kemasan ELDEPE

Revisi kedua terdapat pada bagian logo. Pada desain awal logo berwarna putih, tulisan logo ELDEPE terpisah dengan icon pada bagian logo karena dipindahkan ke bagian atas tutup desain. Oleh klien diminta untuk yang versi hitam ditambahkan kembali untuk kembali menyesuaikan dengan logo asli.

Untuk revisi ketiga, penulis diminta untuk memindahkan hasil desain pada *working file* milik penulis ke *layout* dalam *working file* yang

dikirimkan oleh *Account Executive*. *Layout* yang diberikan memuat ukuran yang lebih detail, namun memiliki format peletakan dengan yang penulis buat. Penulis memindahkan desain dan menyesuaikan dengan *layout* terbaru.

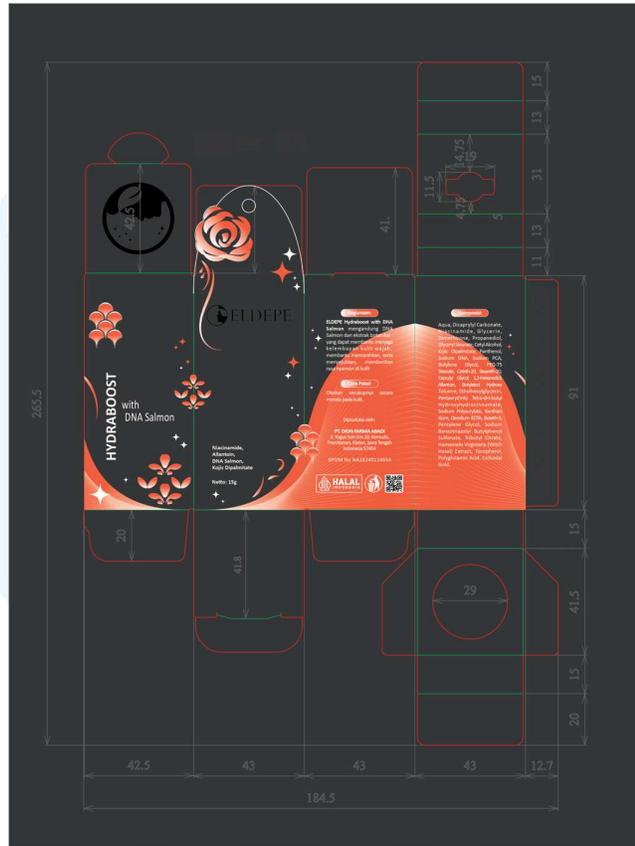
Penulis menggunakan fitur *group* dan *clipping mask*. Tujuan kedua fitur tersebut untuk mempermudah setiap elemen agar dapat dipastikan tidak ada yang kurang. Dengan cara ini dapat dipastikan dari masing-masing elemen akan tetap mengikuti bentuk dari *clipping mask*.



Gambar 3.50 Hasil Desain Kemasan ELDEPE

Revisi keempat dan yang terakhir terdapat pada bagian logo. Sebelumnya, penulis hanya menambahkan foto logo sesuai dengan klien berikan melalui *Account Executive*. Namun karena desain awal dalam

format raster, maka resolusinya rendah sehingga terlihat pecah atau *pixelated*. Penulis diminta untuk membuat versi vektor dari logo.



Gambar 3.51 Hasil Revisi Desain Kemasan ELDEPE

Hasil akhir dari desain kemasan untuk *brand* ELDEPE adalah sebagai berikut. Perubahan pada desain pertama dan desain terakhir tidak memiliki perubahan yang tidak terlalu besar. Perubahan hanya terdapat pada teks *copywriting*, penambahan QR BPOM, dan pergantian warna logo ELDEPE. Selain itu perubahan terletak pada bagian *layout*. Untuk menyesuaikan dengan *template* terbaru, penulis perlu menggeser bagian paling kiri untuk ditempatkan ke paling kanan. Penulis harus kembali mengatur ukuran *clipping mask* dan menyesuaikannya dengan ukuran *template* klien agar transisi desainnya tidak patah dan masih tersambung.

3.3.2.4 Proyek Desain Poster Delonix Group

Pada tugas tambahan keempat, penulis mendapatkan *brief* untuk membuat poster panduan langkah-langkah dalam mencuci tangan. Di dalam email yang diberikan oleh *Account Executive* penulis mendapatkan referensi dan *copywriting* dalam tiga jenis bahasa. Tiga jenis bahasa yang dimasukkan adalah Bahasa Indonesia, Bahasa Inggris, dan Bahasa Mandarin. Penulis juga mendapatkan tautan *brand guideline*, logo hotel, dan *working file* proyek-proyek desain sebelumnya sebagai bahan acuan dalam memahami *look and feel* poster.

Dear Clara,

Kindly need your assistance to create design step by step for Restroom with Model J Standard with content below:

Design Reference landscape A4 SIZE :



1. Bahasa Indonesia

1. Basahi tangan dengan air bersih yang mengalir.
2. Gunakan sabun secukupnya.

Gambar 3.52 Penerimaan *Brief* Desain Poster Delonix Group

Pada tahapan proses analisis, penulis melakukan eksplorasi visual terhadap referensi poster panduan mencuci tangan yang sudah diberikan. Poster cuci tangan memiliki fungsi sebagai bagian dari media pendukung bagi sebuah *brand*. Tujuan dari media pendukung ini adalah untuk memperkuat citra merek sebagai bagian dari strategi periklanan. Selain memberikan informasi berupa panduan cuci tangan, poster tersebut juga menjadi komunikasi sebuah *brand* untuk membangun relasi dengan konsumen. Poster mencuci tangan tidak hanya mengkomunikasikan pesan

untuk menjaga higienitas, tetapi sebagai bentuk nilai kepedulian sehingga meningkatkan kredibilitas *brand* tersebut.

Poster yang diberikan sebagai referensi dari klien merupakan keluaran oleh Rumah Sakit Umum Daerah Cimacan dengan Pemerintah Kabupaten Cianjur. Terdapat sembilan langkah dalam mencuci tangan yang divisualisasikan beserta dengan deskripsi pada bagian bawah gambar. Selain poster pada *brief*, penulis juga melihat desain yang digunakan oleh Organisasi Kesehatan Dunia. Hal ini bertujuan agar penulis dapat mengetahui desain seperti apa yang pemerintah dan organisasi kesehatan sebagai lembaga dengan wadah yang mampu menyebarkan informasi secara meluas gunakan dalam mengkomunikasikan panduan mencuci tangan yang baik dan benar ke masyarakat umum.

Berdasarkan hasil analisa, penggunaan gaya visual yang digunakan oleh berbagai instansi bervariasi namun didapatkan bahwa desain-desain yang ditemukan berfokus pada area pergelangan tangan hingga telapak tangan. Terdapat penggunaan elemen busa, gelembung, sabun, air, dan handuk sebagai elemen sekunder. Elemen sekunder ini digunakan untuk menekankan bahwa aktivitas yang dilakukan pada desain terletak di daerah dengan alir mengalir yang digunakan untuk membasuh bagian tubuh, seperti kamar mandi atau wastafel. Setiap langkah dibuat menjadi ikon yang dimasukkan ke dalam sebuah bingkai kotak. Pada bagian bawah terdapat *copywriting* yang menjelaskan langkah yang sedang terjadi. *Copywriting* memiliki ukuran yang lebih kecil daripada gambar karena berperan sebagai pelengkap visual. Penulisan angka digunakan untuk menandai urutan arah dan langkah yang harus diikuti oleh pembaca. Arah yang digunakan dari kiri ke kanan lalu atas ke bawah.

Berdasarkan proses analisis yang telah dilakukan, penulis melanjutkan ke tahapan pembuatan konsep. Pada tahapan ini disusun

sebuah *moodboard* yang sesuai dengan *brand guideline* telah diberikan. Penulis menyusun dengan gaya visual geometris *art deco*. *Art deco* memiliki bentuk yang simetris dengan garis-garis yang memanjang serta penggunaan warna yang cerah namun memiliki kontras yang berbeda.



Gambar 3.53 Eksplorasi *Moodboard* Desain Poster Delonix Group

Pada bagian referensi yang diberikan di *brief*, penggunaan gaya visual menggunakan gaya visual vektor dengan garis yang lebih organik atau memiliki banyak lengkungan. Gaya visual memiliki pewarnaan *cel shading* sehingga memberikan detail *shadow* dan *highlight* sehingga memberikan dimensi pada flat desain. Selain itu, penulis memberikan alternatif yang lebih menyesuaikan dengan *brand guideline*. Pendekatan yang penulis tambahkan adalah penggunaan garis lurus memanjang dan simetris. Setiap ikon langkah-langkah mencuci tangan dimasukkan dalam sebuah kotak. Pada bagian bawah kotak diatur untuk memuat *copwriting* dengan tiga jenis bahasa. Penulis fokus dalam membuat gaya visual yang mengutamakan garis untuk menyesuaikan dengan *look and feel* Delonix Group. Gaya visual yang fokus pada bentuk dengan tingkat kejelasan visual yang tinggi namun *stylized* ditemukan pada ikon digital, terutama pada *user interface game*.

Pada tahapan pengerjaan desain penulis menyiapkan kanvas berukuran A4 atau 21 x 29,7 cm dengan perangkat lunak Adobe Illustrator. Penulis melakukan proses *blocking* untuk mengatur peletakan seluruh elemen. Pertama, penulis mengatur bahwa pembagian baris dan

kolom sebanyak 3 x 3 dengan total 9 tahapan sesuai pada *brief*. Perlu diingat walau icon berbentuk persegi ukuran sebenarnya adalah persegi panjang ketika memperhitungkan bagian kotak untuk *copywriting*. Elemen teks terdapat *headline* dan instruksi pada bagian bawah gambar. Elemen teks ini terdiri dari tiga bahasa yang diatur menjadi tiga baris.



Gambar 3.54 Proses Digitalisasi Desain Poster Delonix Group

Untuk elemen penulis membuat tangan, gelembung, air, keran, dan handuk secara terpisah terlebih dahulu. Seluruh bagian pada tahap awal masih dalam element shape terpisah yang dimauskkan ke dalam group. Proses pembentukan ilustrasi pada bagian tangan dilakukan dengan menyalin kemudian menempelkan desain tangan secara berulang. Untuk mengatur pose tangan, penulis mengatur arah jari satu-satu. Nantinya ketika posisi dan bentuk tangan sudah sesuai akan digabungkan dengan fitur *merge*. Setiap ikon diambil dari referensi barang sehari-hari yang di *breakdown* satu-satu untuk menjadi bentuk yang lebih sederhana. Sebagai contoh bagian jari dibentuk dari enam bentuk, yaitu lima persegi panjang sebagai jari dan persegi sebagai telapak tangan. Garisnya akan disesuaikan dengan *curve tool* untuk dapat membuat transisi secara halus antar objek satu dengan objek lainnya.

Penulis membuat sebuah *grid system* untuk membuat proses penyusunan *layout* tetap konsisten. *Grid* merupakan struktur yang terdiri dari garis horizontal dan garis vertikal tidak kasat mata (Landa, 2019, h. 163). Gabungan antara garis-garis tersebut akan membentuk *margin*,

kolom, dan baris. *Margin* adalah jarak antara tepi kanvas dengan bagian konten yang berupa teks atau gambar. Ukuran *margin* pada atas dan bawah sebesar 0,5 cm, sedangkan untuk sisi samping berukuran 1 cm.



Gambar 3.55 *Grid System* Poster Delonix Group

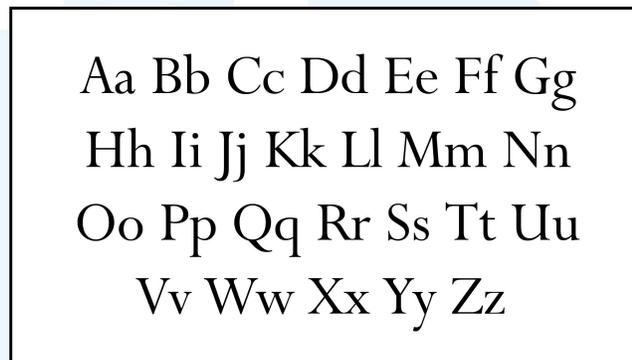
Kolom dan baris merupakan area konten itu sendiri. Kolom diposisikan dalam bentuk vertikal dan baris dalam bentuk horizontal. Pada desain poster mencuci tangan, penulis menggunakan sebanyak tiga kolom sepanjang 6 cm dan tiga baris selebar 7,5 cm. Pada area konten terdapat area pemisah yang disebut sebagai *gutter*. *Gutter* pada masing-masing kolom dan baris memiliki ukuran sebesar 0,5 cm.



Gambar 3.56 *Color Palette* Delonix Group

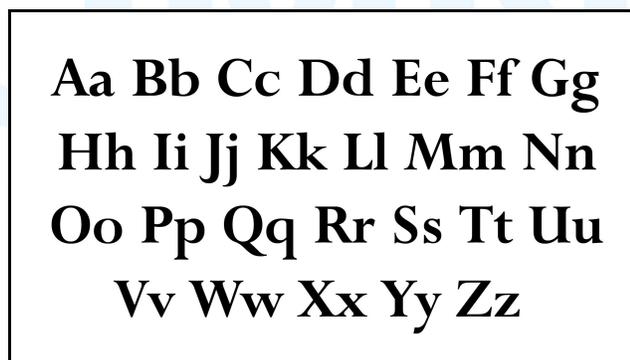
Warna yang digunakan merupakan warna yang digunakan oleh *brand* Delonix Group. Delonix Group menggunakan *color scheme*

monochromatic. Sekilas warna yang digunakan terlihat seperti *analogous*, namun *hue* yang digunakan berasal dari warna kuning. Warna kuning dengan saturasi rendah menghasilkan warna putih tulang dan abu-abu hangat, sedangkan warna kuning saturasi tinggi menghasilkan warna. Warna tergelap yang dihasilkan merupakan warna coklat dengan tingkat kecerahan mendekati warna hitam.



Gambar 3.57 *Font Lapidary Light*

Font Lapidary Light merupakan *font* dengan jenis *serif*. Delonix Group menggunakan *font* ini untuk badan teks dan sub judul pada bagian *copywriting* mereka. Pada pengerjaan desain, *font Lapidary Light* digunakan untuk bagian teks baris ke dua dan ke tiga, yaitu Bahasa Inggris dan Bahasa Mandarin. *Lapidary light* juga mendukung tampilan aksara Latin dan aksara Han.



Gambar 3.58 *Font Lapidary Regular*

Font Lapidary Regular merupakan bentuk *font* keluarga *Lapidary* dengan ketebelan yang netral. *Font Lapidary Regular* digunakan pada

bagian judul dan baris pertama pada deskripsi tahapan. Tujuannya untuk memberikan penekanan terhadap urutan hierarki visual yang harus dilihat terlebih dahulu. Urutan yang dimaksud dimulai dari judul pada poster; ikon visual; teks baris pertama, teks baris kedua, baru terakhir teks baris ketiga. Arah dilanjutkan dari kiri ke kanan baru ke bawah.

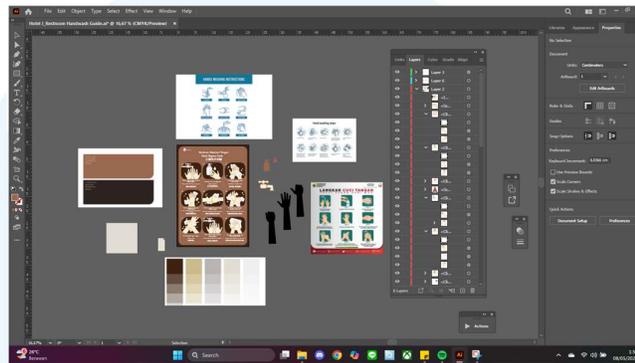


Gambar 3.59 Proses Asistensi Desan Poster Delonix Group

Pada tahapan implementasi, penulis mengirimkan hasil proses sementara dalam bentuk *rough draft* kepada *Account Executive*. Desain yang dikirimkan hanya memuat *layout* dan *placeholder* visual tahapan-tahapan mencuci tangan. *Account Executive* kemudian memberikan revisi berupa perubahan susunan *layout* pada bagian atas desain. Perubahan terjadi pada bagian logo Hotel J dan tulisan “Panduan Mencuci Tangan”. Logo Hotel J diarahkan untuk ditaruh di atas dari elemen lainnya. Pada desain awal logo Hotel J dan tulisan pada tingkatan yang sejajar. *Account Executive* mengarahkan untuk menurunkan elemen tulisan atau memperkecil ukurannya.

Revisi selanjutnya yang diberikan adalah untuk menambahkan warna lagi. Desain awal yang semula hanya berupa *lineart* diminta untuk diubah menjadi *filled color*. Berdasarkan revisi tersebut, penulis mengubah strategi desain untuk menambahkan warna yang tetap sesuai

dengan *look and feel* dari Delonix Group. Penulis kemudian mencoba untuk menambahkan warna sesuai dengan *color palatte* dengan warna coklat dan kuning. Namun, hal tersebut membuat elemen sabun dan air terlalu menyatu dengan elemen tangan dan latar belakang.



Gambar 3.60 Proses Revisi Desain Poster Delonix Group

Selanjutnya penulis mengubah warna gelembung, sabun, dan air menjadi biru untuk menciptakan kontras. Tetapi warna biru yang digunakan terlalu terang dan kurang berpadu dengan warna lainnya. Akhirnya, penulis mengganti warna biru dengan warna abu-abu muda sehingga desain poster masih memiliki *color scheme* Delonix Group.



Gambar 3.61 Hasil Akhir Desain Poster Delonix Group

Hasil akhir dari desain poster panduan mencuci tangan untuk *brand* Delonix Group adalah sebagai berikut. Setelah memberikan hasil revisi,

Account Executive kemudian memperbolehkan penulis untuk menyimpan hasil desain. *Account Executive* kemudian mengarahkan penulis untuk mengirimkan keseluruhan *working file* melalui *email*.

3.4 Kendala dan Solusi Pelaksanaan Magang

Selama periode pelaksanaan magang, penulis telah mendapatkan pengalaman industri sebagai *Graphic Design Intern*. Penulis telah mendapatkan banyak tantangan yang bervariasi dan peningkatan kemampuan dalam menyelesaikan semua itu. Penulis berterima kasih kepada CV Just Design yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk bertumbuh dan berkembang selama enam bulan terakhir. Keseluruhan kendala dan solusi selama pelaksanaan magang secara lengkap dijabarkan sebagai berikut.

3.4.1 Kendala Pelaksanaan Magang

Selama pengerjaan proyek-proyek magang penulis mendapati beberapa kendala. Kendala yang didapatkan dikarenakan penulis masih awam dengan dunia pekerjaan. Penulis harus beradaptasi sembari menyelesaikan tanggung jawab terhadap desain-desain untuk klien. Pertama, dalam sehari penulis mendapatkan dua hingga tiga jenis proyek yang harus diselesaikan pada hari itu. Jumlah ini bisa bertambah bila ada revisi untuk proyek yang sudah dikerjakan sebelumnya. Kedua, diberikan proyek untuk membuat *digital imaging* yang dimana penulis belum menguasai bidang tersebut. Ketiga, *brief* yang diberikan melalui email dijelaskan secara singkat dan multitafsir. Oleh karena itu, penulis diberikan kebebasan untuk mengeksplorasi konsep secara luas. Namun itu dapat menjadi tantangan dimana proses *brainstorming* membutuhkan waktu yang lebih lama dari proses desain. Hal ini merupakan kendala karena tenggat waktu yang singkat. Keempat, dalam proses beradaptasi penulis kesulitan untuk mengatur skala prioritas dalam pengerjaan desain. Sebagai contoh, ada Proyek A yang hari itu harus diselesaikan dan Proyek B dari hari sebelumnya dikabarkan memiliki revisi yang sifatnya *minor*. Penulis memilih untuk memprioritaskan Proyek A terlebih dahulu.

Namun, oleh *Account Executive* penulis diarahkan untuk menyelesaikan Proyek B terlebih dahulu sebelum dapat melanjutkan progres ke Proyek A.

3.4.2 Solusi Pelaksanaan Magang

Selama periode magang, penulis perlahan menemukan solusi-solusi atas kendala yang dialami dalam pengerjaan proyek. Pertama, penulis mengirimkan progres kerja secara bertahap dan mengkomunikasikan estimasi penyelesaian pekerjaan kepada *Account Executive*. Penulis kemudian mengajukan perpanjangan tenggat waktu paling cepat sebelum pukul 12.00 dan paling lambat sebelum pukul 18.00 untuk di hari selanjutnya. *Account Executive* menyetujui selama penulis tetap memberikan *update* mengenai progres yang sudah dilakukan secara berkala. Kedua, penulis mempelajari dan mempraktikkan teknik *digital imaging* berdasarkan pengetahuan dasar mengenai arah cahaya dan arah jatuh bayangan. Penulis lebih lanjut juga menggunakan referensi dari foto asli agar memiliki hasil yang realistis. Ketiga, penulis dapat berdiskusi dan menanyakan hal-hal yang kurang dimengerti dalam *brief* kepada *Account Executive*. *Account Executive* sudah berpengalaman dalam memegang *brand* yang penulis kerjakan selama periode magang. *Account Executive* memberikan berbagai referensi dari pekerjaan sebelumnya maupun menanyakan kembali kepada klien untuk memperjelas kembali maksud dari *brief* yang diberikan. Keempat, Seiring berjalannya waktu penulis sudah mulai mampu beradaptasi dengan alur kerja di CV Just Design. Penulis mengerjakan pekerjaan *minor* terlebih dahulu baru kemudian mengerjakan yang *major* kemudian. Namun untuk memastikan, penulis dapat mengkonfirmasi kembali dengan *Account Executive*.