

BAB III

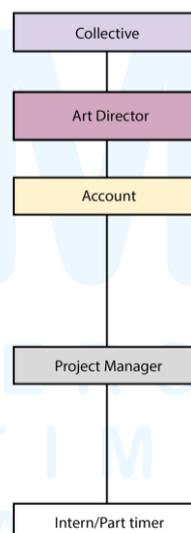
PELAKSANAAN MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi Pelaksanaan Magang

Penulis memiliki kedudukan sebagai *Graphic Design Intern* di Dreambox Marketing Consultant dengan Supervisor yang memiliki posisi sebagai Art Director di dalam divisi *Collective* yang merupakan ekspansi dari divisi inti yang meluas pada desain digital dan keperluan desain untuk *printing*. Penulis bekerja dengan secara *hybrid* dengan tiga kali WFH (*work from home*) dan dua kali WFO (*work from office*). Penulis berkomunikasi menggunakan grup Whatsapp dan Zoom untuk *briefing* proyek atau revisi dari Supervisor.

3.1.1 Kedudukan Pelaksanaan Magang

Kedudukan penulis dalam perusahaan Dreambox Marketing Consultant adalah sebagai *graphic design intern* yang terdapat di dalam divisi *Collective* dibawah arahan Art Director dan Project Manager. Penulis memiliki *jobdesk* untuk membuat PPT *pitchdeck* dan *guidelines*.

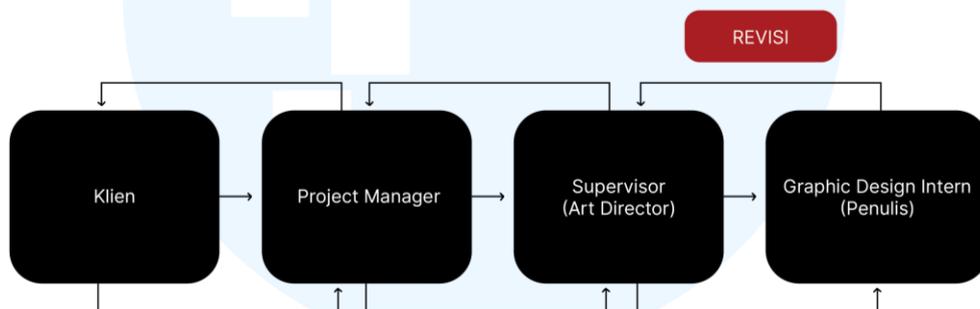


Gambar 3.1 Struktur Bagan Divisi *Collective*
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2025)

Tim *collective* terdiri dari Art Director, Project Manager, dan dua anggota aktif sebagai *graphic design intern* serta bekerjasama dengan *freelancer* dan *part timer*.

3.1.2 Koordinasi Pelaksanaan Magang

Alur koordinasi yang diperlukan agar tercipta komunikasi yang baik antar divisi. Ketika penulis bekerja secara WFH, koordinasi dilakukan melalui Whatsapp atau Zoom Meeting, namun ketika penulis bekerja secara WFO, maka hanya melalui verbal. Berikut merupakan alur koordinasi yang dilakukan oleh penulis dengan Supervisor:



Gambar 4.1 Bagan Alur Koordinasi

Umumnya, penulis akan mendapatkan *brief* dari klien melalui Project Manager atau Art Director. Kemudian, penulis akan mengerjakan proyek sesuai dengan *brief* yang diberikan. Ketika selesai, penulis akan memperlihatkan hasil kepada Project Manager, jika Project Manager sudah menyetujui hasil revisi, Project Manager akan mengkonfirmasi dengan Art Director dan setelah itu akan diteruskan kepada klien. Jika dari klien terdapat revisi lagi, alurnya akan sama seperti sebelumnya hingga klien menyetujui hasil dari revisi.

3.2 Tugas yang Dilakukan

Selama bekerja magang di Dreambox, penulis mendapatkan beberapa proyek dari berbagai perusahaan. Penulis umumnya mengerjakan *visual branding* dan *greetings* untuk *social media*. Berikut merupakan tabel yang dikerjakan penulis selama magang:

Tabel 4.1 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Magang

Minggu	Tanggal	Proyek	Keterangan
1	20-24 Januari 2025	Logo <i>Guidelines</i> 37 th Anniversary Lintasarta	- Menjelaskan filosofi, anatomi, <i>spacing</i> , dan lainnya yang berkaitan dengan logo
2	3-7 Februari 2025	Proyek <i>Branding Pitching</i> Equira Life	- Membuat <i>deck presentation</i> untuk <i>pitching</i>
3	10-14 Februari 2025	Logo Equira Life	- Merapihkan huruf E dalam logo
4	17 Februari 2025	Proyek <i>Branding Pitching</i> Cuties Catz	- Mendesain <i>deck pitching</i>
	18-21 Februari 2025	<i>Brand Logo Guidelines</i> Equira Life	- Membuat Logo <i>Guidelines</i> yang berisi filosofi, warna, <i>spacing</i> , dan lainnya
5	24-28 Februari 2025	<i>Supergraphic</i> Equira Life	- Membuat <i>supergraphic</i> berbentuk <i>squiggle</i>
6	6 Maret 2025	<i>Signage</i> RS Medistra	- Membuat <i>signage</i> di jalan dan <i>finding way</i>
	7 Maret 2025	Cover Reels PT BPS	- Membuat <i>cover reels</i>
7	11-14 Maret 2025	<i>Supergraphic</i> Equira Life Part 2	- Membuat <i>supergraphic</i> dalam foto
8 & 9	17 Maret 2025	Redesain PPT <i>Template</i> Equira Life	- Melakukan redesain PPT Equira Life dari PPTX yang sudah ada
	14, 18-20, 24-28 Maret 2025	<i>Brand Guidelines</i> Equira Life	- Membuat keseluruhan <i>Brand Guidelines</i> Equira Life
9	21 Maret 2025	Instagram Greetings PT BPS	- Untuk Hari Nyepi dan Hari Raya Idul Fitri

10	Libur Lebaran		
11	9-11 April 2025	<i>Supergraphic</i> Equira Life Part 3	- Membuat <i>supergraphic</i> dalam foto
12	17 April 2025	Instagram <i>Greetings</i> PT BPS	- Untuk Hari Jumat Agung dan Hari Paskah
13	23 April 2025	<i>Sample</i> Instagram Post Bank Kartini	- Contoh Instagram Post Feeds Bank Kartini
	25 April 2025	Desain <i>Template</i> <i>Reels</i> Lintasarta	- Contoh isi <i>Reels</i> Lintasarta
14	29 April 2025	Proyek <i>Branding</i> <i>Pitching</i> Raja Lakban	- Design Cover <i>Pitching</i> - <i>Competitor Analysis</i>
	30 April 2025	Video <i>Template</i> Lintasarta <i>Introduction</i>	- Membuat <i>Video Introduction</i> menggunakan After Effect
	2 Mei 2025	<i>Mockup</i> Lintasarta	- Twitter
15 & 16	6, 14-16 Mei 2025	<i>Brand</i> <i>Strategy</i> <i>Guideline</i> Equira Life	- Membuat <i>Brand Strategy Guidelines</i> untuk Equira Life
17	20 Mei 2025	Mengirimkan <i>File</i>	- Mengirimkan semua <i>file</i> yang pernah dikerjakan

3.3 Uraian Pelaksanaan Magang

Proyek utama yang dikerjakan oleh penulis selama magang di Dreambox adalah *Branding*. Dalam hal ini, *branding* mencakup perancangan *brand guidelines*, GSM, sosial media desain, *signage*, dan desain *deck* untuk keperluan *pitching*.

3.3.1 Proses Pelaksanaan Tugas Utama Magang

Proyek utama yang dikerjakan oleh penulis adalah *Brand Guidelines* Equira Life. Equira Life merupakan sebuah perusahaan asuransi yang didirikan oleh Eka Hospital. Dengan ini, Eka Hospital bekerja sama dengan Dreambox untuk membuat perancangan *Branding* Equira Life.

Brand Guidelines ini terbagi menjadi beberapa bab, diantaranya adalah *Our Logo*, *Supergraphic*, *Color*, *Photo Direction*, *Typography*, *Stationery*, *Merchandise*, dan *Misc*. Berikut ini adalah penjabaran proses pembuatan *Brand Guidelines*:

1. *Our Logo*

Pada bab *Our Logo*, penulis menggunakan *template logo guidelines* yang pernah dikerjakan oleh Dreambox. Sehingga, penulis hanya merubah isi dari *logo guidelines* tersebut berdasarkan logo Equira Life. Dalam halaman awal, penulis menggunakan warna ungu sebagai *background* dengan menambahkan logo Equira Life di bagian pojok kiri atas. Kemudian, pada halaman selanjutnya terdapat *intro* yang memiliki isi pengertian kata Equira yang penulis ambil melalui *deck* Equira Life.

A. *Our Logo*

Pada bagian ini, penulis merubah logo menjadi logo Equira Life.

B. *Logo Philosophy*

Pada bagian ini, logo Equira Life memiliki filosofi berdasarkan huruf E. Bentuk huruf E ini memvisualisasikan kemampuan beradaptasi, inovasi, dan perjalanan pribadi para pelanggan yang melambangkan naik turunnya kehidupan sekaligus memperkuat gagasan bahwa asuransi memberikan dukungan di setiap liku perjalanan hidup.



Gambar 3.2 *Logo Apps Equira Life*

C. Logo with Tagline

Awalnya logo Equira Life tidak memiliki *tagline*, namun klien meminta untuk menambahkan opsi logo dengan *tagline*. Berikut ini adalah logo Equira Life dengan *tagline*:



Gambar 3.3 *Logo Equira Life with Tagline*

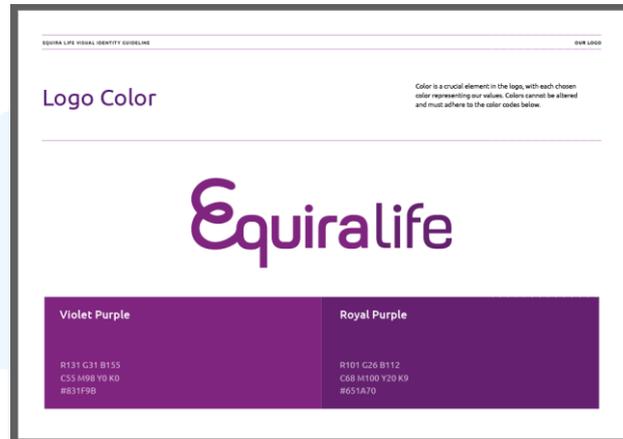
D. Logo Spacing

Setelah berunding dengan Supervisor, penulis menggunakan huruf E dari Logo Equira Life untuk menjadikan huruf tersebut sebagai *spacing minimal* disetiap sisi logonya.

E. Logo Color

Logo memiliki dua warna pada bagian Equira dan Life. Awalnya, penulis membuat logo dalam berbagai macam warna yang nantinya akan dipilih oleh Supervisor dan klien. Pada kata Equira awalnya berwarna lebih tua dibandingkan dengan Life. Namun, setelah melakukan percobaan akhirnya diubah menjadi Equira dengan warna yang lebih muda dan Life

menggunakan warna yang lebih tua. Sehingga, menghasilkan dua warna ungu sebagai berikut.



Gambar 3.4 *Logo Color* Equira Life

F. Logo Color Version

Pada bagian ini, penulis membuat logo berada di beberapa jenis warna, seperti warna putih, hitam, warna gelap, dan warna muda.

G. Logo B/W Version

Pada bagian *Logo B/W Version*, warna yang dibolehkan untuk logo adalah putih untuk *background* berwarna hitam dengan *opacity* 50-90% dan hitam untuk warna hitam dengan *opacity* 0-40%.

H. Logo Size

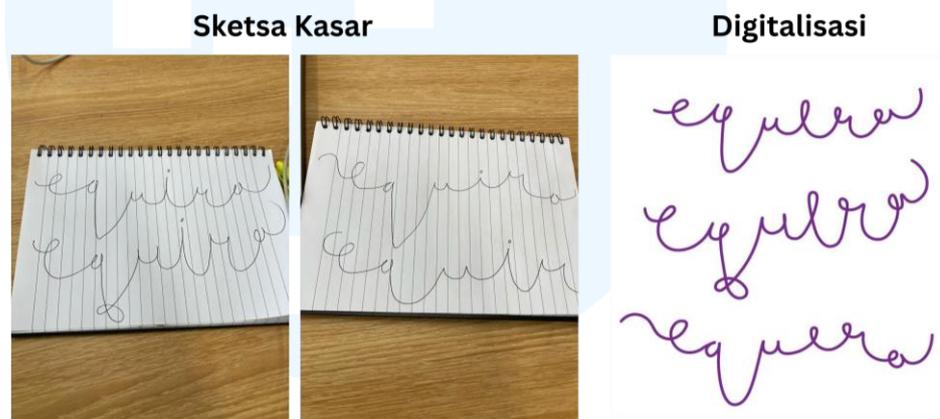
Pada bagian *Logo Size*, ukuran logo *Breakthrough Journey* disesuaikan dengan penggunaannya untuk digital dan dicetak. Dalam menentukan ukuran, penulis mencoba terlebih dahulu ukuran tersebut. Sehingga ukuran yang ditentukan adalah 64 px untuk digital dan 3 cm untuk cetak.

I. Logo Don't's

Pada bagian *Logo Don't*, penulis membuat ketentuan hal yang tidak boleh dilakukan terhadap logo, termasuk mengubah ukuran, elemen, warna, dan lainnya.

2. Supergraphic

Bab *Supergraphic* dikerjakan oleh Supervisor dan penulis di dalam *guidelines*. *Supergraphic* awal yang dibuat oleh Supervisor adalah berbentuk *Squiggle*. Namun, klien kurang setuju dan menyarankan untuk membuat *Squiggle* tersebut dengan kata “Equira” dengan sketsa kasar yang diberikan oleh klien. Oleh karena itu, penulis kemudian melakukan digitalisasi *supergraphic* di Illustrator. Namun setelah Supervisor dan klien berunding, mereka ingin mengubah *supergraphic* tersebut.



Gambar 3.5 Proses Perancangan *Supergraphic* Equira Life

Penulis melakukan Zoom Meeting untuk membahas mengenai pembuatan *supergraphic* dan diberikan beberapa foto untuk dibuatkan *supergraphic*-nya. Saat membuat *supergraphic*, penulis memberikan beberapa pilihan ketebalan *stroke* dari *supergraphic* tersebut. Ada yang tebal, tipis, dan sedang.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3.6 Ketebalan *Stroke* pada *Supergraphic*

Setelah diberikan, klien memilih ketebalan sedang. Dengan ini, penulis mencari beberapa gambar lainnya melalui Shutterstock tentang keluarga, aktifitas, bekerja, dan kegiatan keseharian lainnya.



Gambar 3.7 Foto-foto untuk *Supergraphic*

Diatas adalah sebagian dari foto yang penulis ambil. Penulis membuat *supergraphic* menggunakan Adobe Illustrator dengan *loop* dan garis yang menjuntai keatas. Berikut adalah contoh *supergraphic* yang di *reject* oleh klien karena terdapat *loop* yang ukurannya berbeda jauh dan *loop* yang mengarah ke bawah.



Gambar 3.8 *Supergraphic* yang di *Reject*

Kemudian, penulis melanjutkan pembuatan *supergraphic* dalam foto-foto lainnya dan melakukan revisi ke *supergraphic* yang di *reject*. Penulis membuat dalam bentuk *landscape* dan *potrait*.



Gambar 3.9 *Supergraphic Poster*

Dari hasil *supergraphic* ini, Supervisor membuat bab *guidelines supergraphic*. Di dalam bab ini, terdapat penjelasan filosofi mengenai *supergraphic*, *do and don't's*, dan *footer supergraphic*. Filosofi dari *supergraphic* ini adalah “*The Life Journey*” yang mempresentasikan perjalanan kehidupan seseorang yang penuh dengan penuh dengan lika-liku, naik turun, tetapi selalu berakhir di situasi yang lebih baik.

Di dalam bab ini juga terdapat *supergraphic do and dont's*. Berikut adalah penjabaran *do and don't's* yang telah penulis diskusikan dengan Supervisor:

A. *Do*

- a. Penempatan garis dari bawah ke atas
- b. Ukuran *Stroke* harus selalu sama
- c. *Loop* harus dalam jumlah 1 atau 2
- d. Ketentuan warna *supergraphic*

B. Don't's

- a. Tidak menggunakan lebih dari dua *loops*
- b. Tidak menggunakan *stroke* yang lebih tebal atau lebih tipis
- c. Tidak boleh menggunakan warna diluar dari ketentuan
- d. Tidak boleh menggunakan garis lancip

Pada halaman *footer supergraphic*, klien menginginkan untuk menaruhnya sebagai *letterhead* dan specimen polis. Sehingga, dibuatkan penempatan *supergraphic* sebagai *footer*.



Gambar 3.10 *Supergraphic* dalam *Letterhead*

3. Color

Pada bab *Color*, Supervisor sepenuhnya memegang bab tersebut. Di dalamnya terdapat warna primer dan sekunder serta pengaplikasiannya pada *supergraphic* dan *background*.

4. Photo Direction

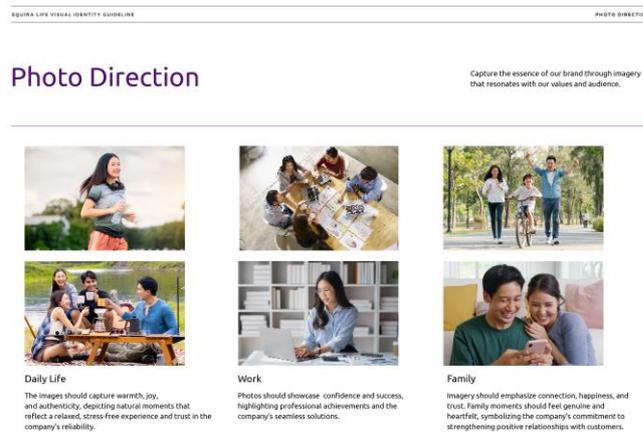
Pada bab *Photo Direction*, penulis membuat beberapa kriteria foto yang dapat digunakan untuk keperluan Equira Life berdasarkan ekspresi, gestur, dan interaksi. Penulis awalnya memasukan gambar dengan ekspresi dan gestur yang mirip-mirip. Namun, klien meminta

untuk mengganti ekspresi dan gestur yang tidak terlalu mirip serta mengubah interaksi yang lebih jelas interaksinya.



Gambar 3.11 Revisi *Photo Direction*

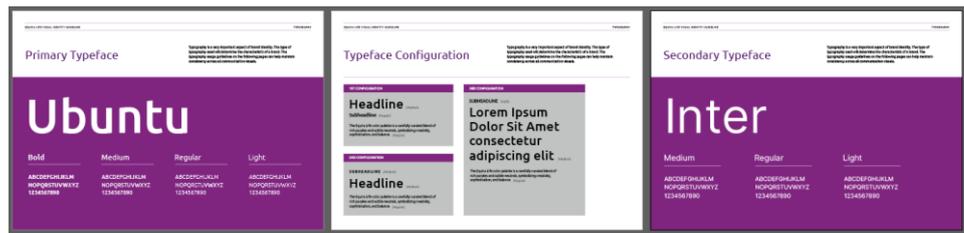
Dari hasil revisi, klien ingin meminta penulis menambahkan *Photo Direction* dalam kehidupan sehari-hari, kerja, dan keluarga. Sehingga, penulis mencari beberapa foto melalui Shutterstock.



Gambar 3.12 *Photo Direction Daily Activities*

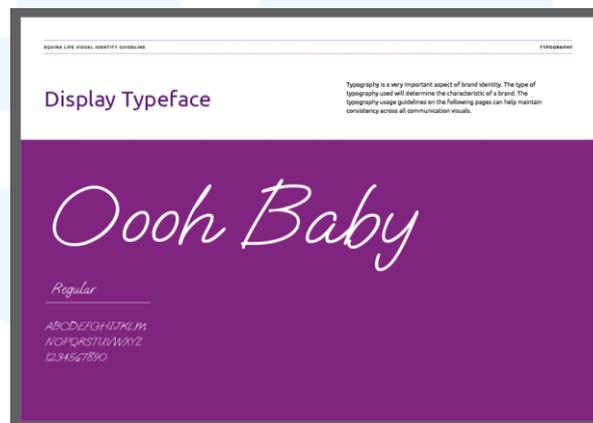
5. Typography

Pada bab *Typography*, penulis memasukan *primary typeface* dan *secondary typeface*. Penulis kemudian membuat *typeface configuration* berdasarkan *template* yang telah dibuat oleh Supervisor dan menggantinya dengan font yang digunakan oleh Equira Life, yaitu Ubuntu.



Gambar 3.13 *Typography*

Dalam prosesnya, terjadi penambahan *typeface* yang digunakan di dalam poster-poster yang berada di *guidelines* yang terdapat Supergraphic. Oleh karena itu, penulis menambahkan *secondary typeface* sebagai berikut.



Gambar 3.14 *Secondary Typeface*

6. Stationery

Bab *Stationery* terdiri dari *business card*, *letterhead*, *envelope*, *id card*, *lanyard*, dan *folder*. Berikut ini adalah penjabaran proses pembuatan setiap *stationery*-nya:

A. *Business Card*

Pembuatan *business card* dimulai dengan penulis sudah mendapatkan hasil desain jadi melalui Supervisor. Namun, seiring pembuatannya, klien meminta untuk membuat berdasarkan ketentuan *supergraphic* yang baru. Hasil revisi dilakukan oleh Supervisor.

Sebelum Revisi



Setelah Revisi



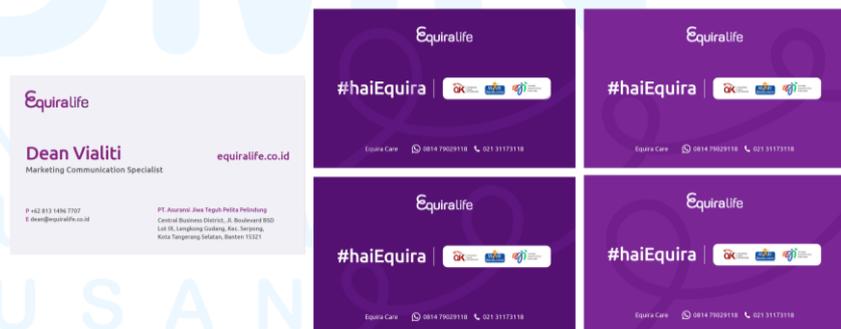
Gambar 3.15 Proses Pembuatan *Business Card*

Kemudian, klien menginginkan untuk membuat *business card* berdasarkan yang telah dibuat oleh desainer klien.



Gambar 3.16 *Business Card* dari Klien

Akan tetapi, klien juga meminta untuk membuat opsi-opsi lain terhadap *business card* tersebut. Sehingga, penulis membuat beberapa alternatif desain lainnya sebagai berikut.

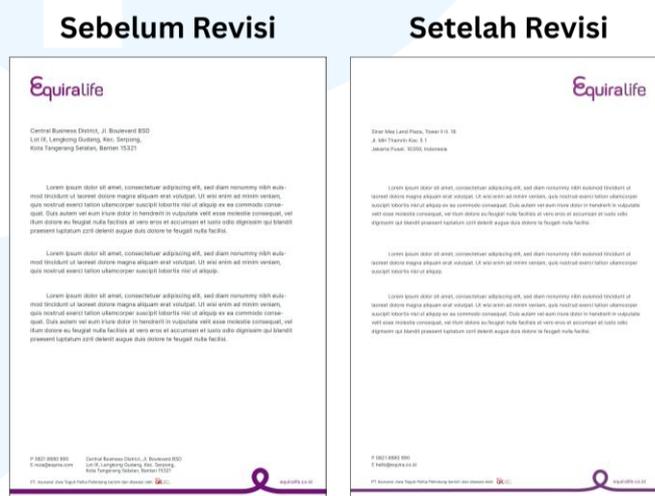


Gambar 3.17 Opsi Desain *Business Card*

B. Letterhead

Letterhead dimulai dari membuat *supergraphic* pada bagian *footer*. Penulis membuat *footer supergraphic* dengan bantuan ide dari Supervisor. Kemudian dalam membuat *letterhead*, penulis diberikan tiga kriteria dari klien. Pertama, *letterhead* dengan logo saja, *letterhead* dengan logo dan *mandatory* Otoritas Jasa Keuangan (OJK), dan yang terakhir lengkap dengan *template* isinya.

Pembuatan awalnya dimulai dengan logo yang berada di bagian kiri atas beserta dengan isi dan *footer*. Namun, klien memiliki beberapa revisi, seperti meminta untuk memindahkan logo ke kanan atas, mengganti alamat, menghapus alamat dibagian bawah, dan mengurangi ukuran *stroke* pada *footer*.



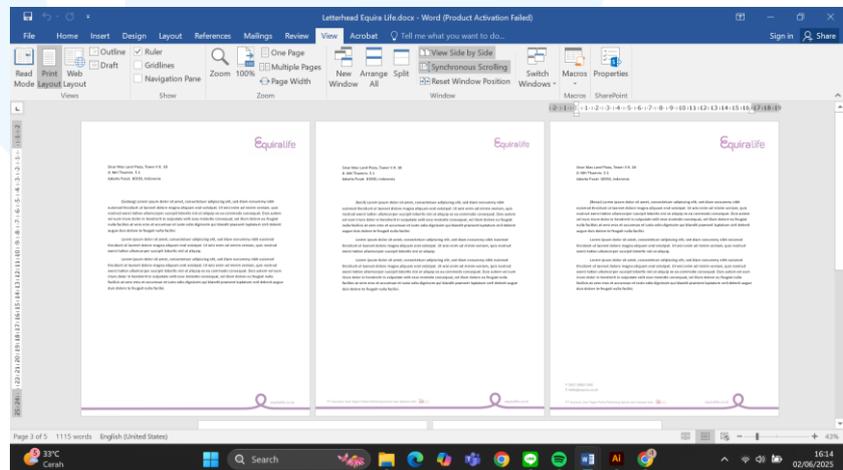
Gambar 3.18 Revisi *Letterhead Equira Life*

Setelah itu, penulis mencoba melakukan *printing* hasil desain tersebut ke dalam lembar A4. Dikarenakan logo yang terlalu besar, penulis membuat 3 opsi ukuran dan klien memilih ukuran yang sedang, yaitu 3,8 cm. Hasil ini juga dikaitkan dengan ukuran 2,8 cm yang tidak sesuai dengan ketentuan logo dalam percetakan.



Gambar 3.19 Opsi Ukuran Logo *Equirailife* dalam *Letterhead*

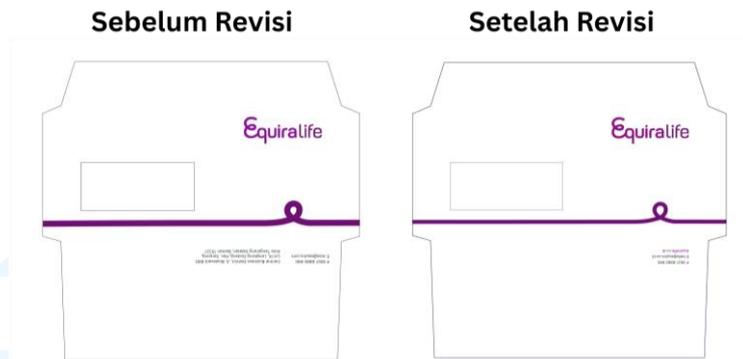
Dari pembuatan *letterhead* tersebut, berikut ini adalah hasil yang diterima oleh klien dan klien menambahkan untuk membuat versi dalam Microsoft Word.



Gambar 3.20 *Letterhead* *Equirailife* dalam Microsoft Word

C. Envelope

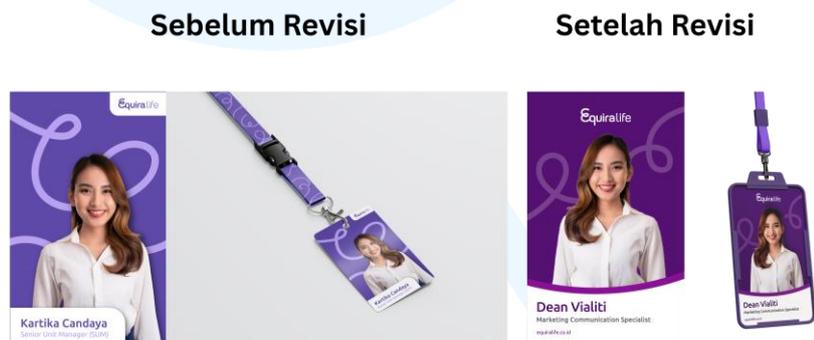
Envelope sepenuhnya dibuat oleh Supervisor. Penulis hanya membantu revisi *supergraphic* yang ketebalan dan menghapus alamat dalam *envelope* tersebut.



Gambar 3.21 Revisi *Envelope Equira Life*

D. Id Card

Awalnya, penulis mencari *mockup id card* melalui Freepik. Dalam pembuatannya, penulis tidak diberikan *brief* apapun mengenai *id card* ini. Sehingga, penulis membuat berdasarkan ide dan kreativitas dari penulis. Namun, Supervisor merasa hasil desain tersebut kurang dan Supervisor memberikan ide *id card* tersebut sebagai berikut:



Gambar 3.22 Proses Perancangan *Id Card (Rejected)*

Dari hasil pembuatan *id card* ini, klien reject hasil tersebut dan diminta untuk membuat kembali. Namun pembuatan *id card* selanjutnya dibuat oleh anggota *intern* lainnya. Sehingga penulis tidak memegang *file* tersebut lagi.

E. Lanyard

Pada proses perancangannya, *lanyard* dibuat oleh anggota *intern* lainnya. Sehingga, penulis tidak melakukan proses perancangan *lanyard* tersebut.

F. Folder

Folder dibuat untuk keperluan perusahaan dalam menyimpan *file* kertas. Penulis mendesain *folder* berdasarkan *brief* dari Supervisor untuk membuat dengan menggunakan logo, nomor telepon, dan *supergraphic* dari Equira Life. Desain *folder* terdapat bagian dalam dan bagian luar. Penulis membuat dua opsi desain.



Gambar 3.23 Desain *Folder* Equira Life Sebelum Revisi

Setelah penulis melakukan asistensi, Supervisor menyetujui hasil desain tersebut dan diberikan kepada klien. Namun, klien ingin merubah beberapa dari desain tersebut. Perubahan yang dilakukan adalah pada bagian luar diubah menjadi warna *cream* keabuan sesuai dengan color palette Equira Life, kemudian memasukan gambar aktivitas ke dalam lingkaran *loop*.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3.24 *Final Artwork Folder Equira Life*

7. Merchandise

Dalam *Merchandise*, terdapat dua jenis *merchandise*, yaitu *tumbler* dan *tote bag*. *Tumbler* dibuat oleh penulis, sedangkan *tote bag* dibuat oleh anggota *intern* lainnya. Penulis awalnya mendapatkan *file mockup tumbler* yang sudah didesain oleh Supervisor.



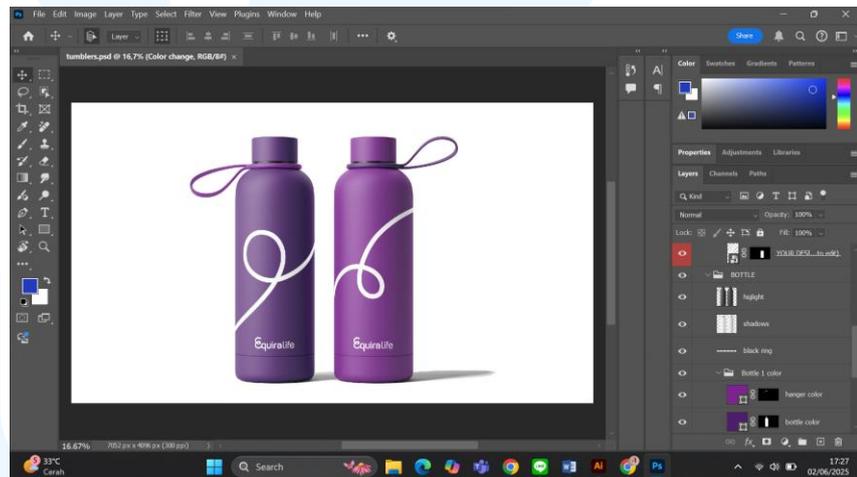
Gambar 3.25 *Tumbler dari Supervisor*

Penulis diminta untuk merevisi *tumbler* dengan warna yang baru dan memasukan yang baru *supergraphic* Equira Life yang baru ke dalam *mockup* tersebut sebagai berikut.



Gambar 3.26 *Tumbler Equira Life Pertama*

Namun dikarenakan sepanjang berjalannya proyek ini *color code* dan *supergraphic* Equira mengalami perubahan, penulis diminta untuk mengganti *supergraphic* tersebut menjadi *supergraphic* yang baru.



Gambar 3.27 *Final Artwork Tumbler Equira Life*

8. Misc

Pada bagian *Misc* terdapat *Presentation Template* dan *Email Signature*. Berikut ini adalah penjabaran proses pembuatan *Misc*:

A. *Presentation Template*

Presentation template ini awalnya penulis diberikan *brief* untuk *redesign* *PPT Template* Equira Life melalui *Whatsapp*.

@Michelle V ini brief PPT equira yg perlu di redesign yaa

Slide 7 : Our Product Managed Care
Goal : Memudahkan audiens untuk membaca penjelasan product dengan tambahan gambar yang mendukung

Slide 10 : Value
Goal : Dapat menjelaskan value product dan juga keunikan dari value tersebut
*keunikan value = icon lampu

Slide 11 : Our Concept Managed Care
Goal : Memberikan concept map yang mudah dipahami oleh audiens

Slide 14 : Our Services
Goal : Layout yang mudah dilihat oleh audiens dan mudah untuk memahami penjelasan yang dipaparkan

Slide 20 : Our Journey
Goal : Layout yang dapat menarik audiens dari perjalanan Equira

16:07

Gambar 3.28 Brief Redesign PPT Template

Dari *brief* tersebut, penulis juga diberikan *file* PPTX sebagai panduan dalam *redesign presentation template* tersebut. Berikut adalah beberapa PPT yang perlu penulis *redesign*:

Sebelum Redesign



Gambar 3.29 PPT Template Equira Life Sebelum Revisi

Kemudian, penulis melakukan *redesign* PPT secara langsung melalui Google Slides. Dalam melakukan *redesign* PPT, penulis mencari inspirasi desain melalui Pinterest dan *previous work* dari Dreambox. Berikut ini adalah hasil dari *redesign* PPT:

Setelah Redesign

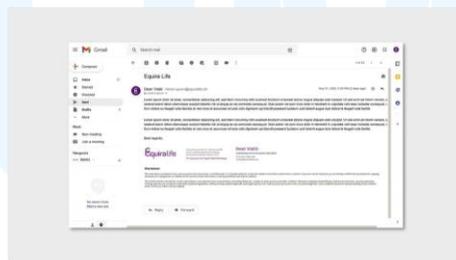


Gambar 3.30 PPT Equira Life Setelah *Redesign*

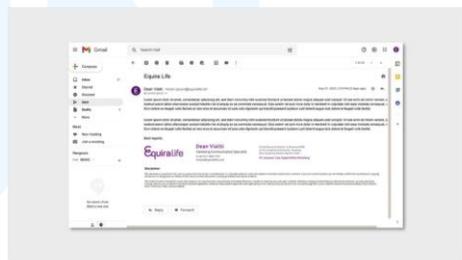
B. *Email Signature*

Dalam pembuatannya, penulis mendapatkan *file email signature* dari *brand* lain yang pernah dibuat sebelumnya oleh anggota *intern* lainnya. Sehingga, penulis hanya merubah sedikit penampilan dari *email signature* tersebut. Namun setelah diasistensikan dengan Supervisor, terdapat perubahan yang diinginkan, yaitu memperbesar logo, nama, dan alamat serta menukar nama dan alamat perusahaan.

Sebelum Revisi

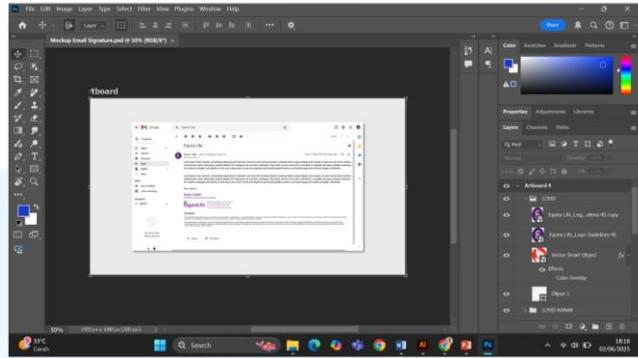


Setelah Revisi



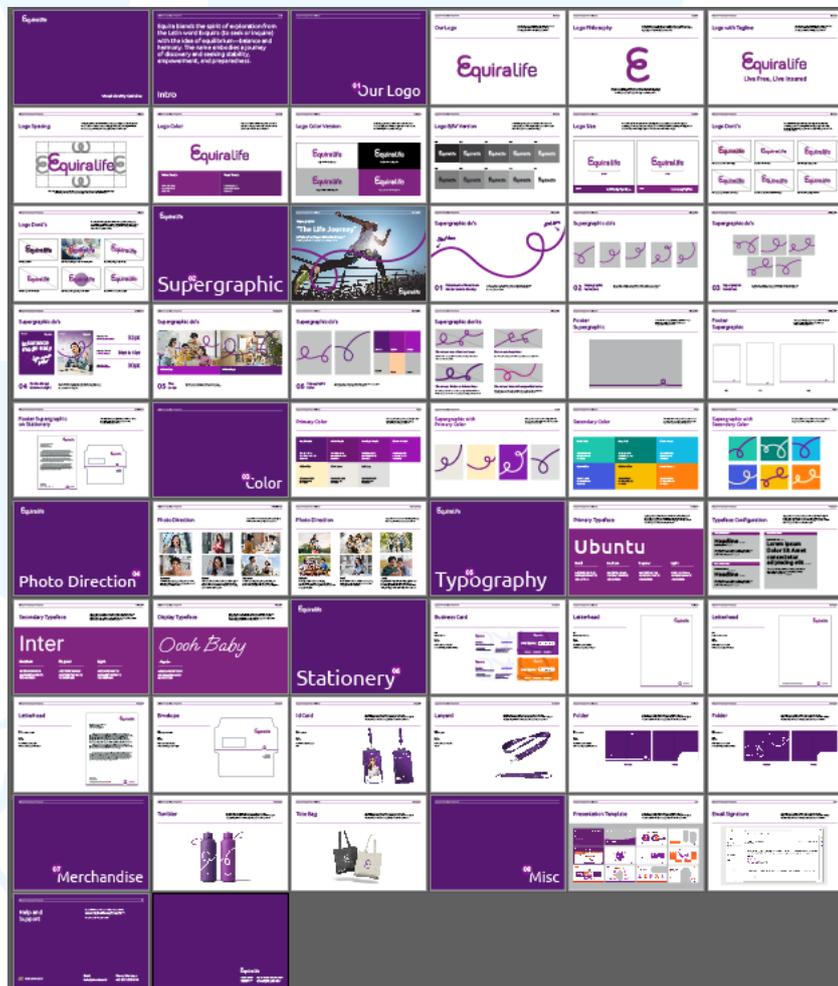
Gambar 3.31 Revisi *Email Signature Equira Life*

Setelah selesai melakukan revisi, email signature tersebut kemudian diberikan kepada klien. Kemudian, klien meminta untuk mengubahnya menjadi seperti berikut ini:



Gambar 3.32 Email Signature Equira Life

Brand Guidelines ini dibuat dengan menggunakan Adobe Illustrator dengan beberapa revisi yang terjadi. Berikut ini adalah file keseluruhan dari *Brand Guidelines* Equira Life:



Gambar 3.33 Brand Guidelines Equira Life

3.3.2 Proses Pelaksanaan Tugas Tambahan Magang

Proyek tugas tambahan yang dikerjakan oleh penulis sedikit beragam. Ada proyek *guidelines*, sosial media, *video introduction*, dan *branding*. Berikut adalah sebagian dari beberapa proyek lainnya yang pernah penulis kerjakan selama magang di Dreambox.

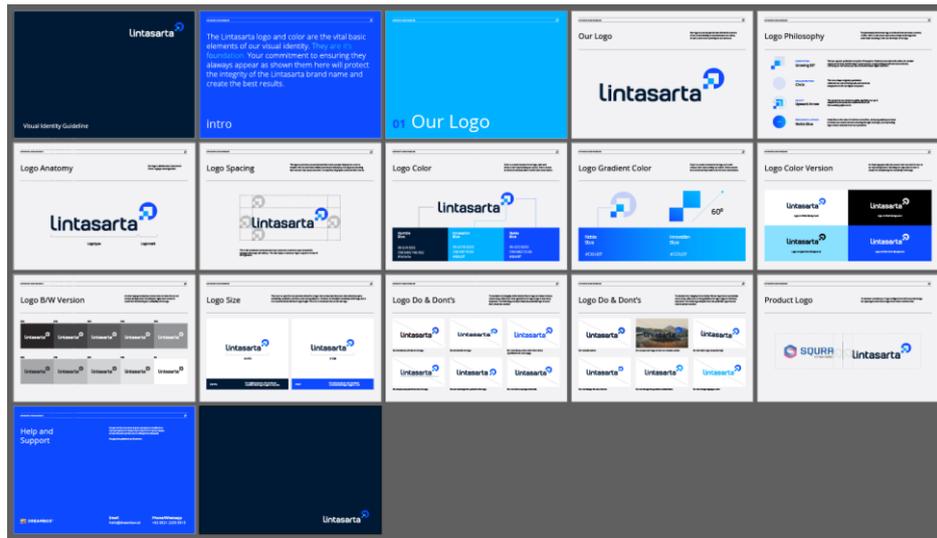
3.3.2.1 Proyek Logo Guidelines 37 Anniversary Lintasarta

Lintasarta adalah perusahaan penyedia solusi end-to-end di dalam bidang Teknologi Informasi dan Komunikasi (ICT) yang berdiri sejak tahun 1988. Sehingga dalam tahun 2025 ini, Lintasarta merayakan *anniversary*-nya yang ke-37. Sehingga, penulis mendapatkan kesempatan untuk membuat *logo guidelines 37th Anniversary* Lintasarta. Penulis kemudian diberikan *file logo guidelines* Lintasarta dan diminta untuk merubahnya menjadi *logo guidelines 37th Anniversary*. Berikut ini adalah logo dari *37th Anniversary* Lintasarta.



Gambar 3.34 Logo *37th Anniversary* Lintasarta

Logo ini yang akan dibuat *guidelines*. Penulis diberikan *file logo guidelines* Lintasarta oleh Supervisor yang kemudian penulis harus merubah isinya menjadi *logo guidelines 37th Anniversary* Lintasarta yang berjudul *Breakthrough Journey*. Berikut ini adalah *file logo guidelines* Lintasarta:



Gambar 3.35 *Logo Guidelines* Lintasarta

Penulis mengganti keseluruhan isi dari *template logo guidelines* ini sesuai dengan logo 37th *Anniversary* Lintasarta beserta dengan *copywriting*-nya. Pada bagian *Logo B/W Version*, penulis tidak hanya mengubah logo tersebut menjadi hitam putih, namun tetap harus disesuaikan dengan gradiasi dari logo *Breakthrough Journey* tersebut. Berikut adalah penjabaran proses pembuatan dari *logo guidelines 37th Anniversary* Lintasarta: *Breakthrough Journey*:

1. *Our Logo*

Pada bagian *Our Logo*, penulis merubah logo Lintasarta menjadi logo *Breakthrough Journey*.

2. *Logo Philosophy*

Pada bagian *Logo Philosophy*, penulis mengisi filosofi yang disesuaikan dengan logo *Breakthrough Journey* serta mengubah caption dibagian kanan atas.

3. *Logo Anatomy*

Pada bagian *Logo Anatomy*, penulis mengikuti anatomi dari logo *Breakthrough Journey* yang memiliki dua bagian, yaitu *Logomark* dan *Logotype*.

4. *Logo Spacing*

Pada bagian *Logo Spacing*, penulis awalnya menggunakan angka 3 sebagai *clear space*. Namun dikarenakan angka 3 terlalu besar, penulis diberikan saran oleh Supervisor untuk mengubahnya menjadi huruf a dari logo yang ditumpuk secara vertikal.

5. *Logo Color*

Pada bagian *Logo Color*, penulis mengisi warna sesuai dengan logo *Breakthrough Journey* yang menggunakan 3 warna, yaitu putih, turquoise, dan biru. Setiap warnanya dimasukan kode warna RGB, CMYK, dan HEX.

6. *Logo Gradient Color*

Pada bagian *Logo Gradient Color*, terdapat warna gradiasi pada angkat 3 dan 7. Oleh karena itu, penulis menuliskan derajat gradiasi sesuai dengan gradiasi angkat tersebut.

7. *Logo Color Version*

Pada bagian *Logo Color Version*, penulis membuat logo berada di beberapa jenis warna, seperti warna putih, hitam, warna gelap, dan warna muda. Pada perancangannya, terdapat perubahan warna pada *light color* yang awalnya warna biru muda menjadi warna biru *neon*.

8. *Logo B/W Version*

Pada bagian *Logo B/W Version*, jika ada latar belakang yang berwarna *monochrome*, warna yang dibolehkan untuk logo adalah putih untuk *background* berwarna hitam dengan *opacity* 50-90% dan hitam untuk warna hitam dengan *opacity* 0-40%.

9. *Logo Size*

Pada bagian *Logo Size*, ukuran logo *Breakthrough Journey* disesuaikan dengan penggunaannya untuk digital dan dicetak. Dalam menentukan ukuran, penulis mencoba terlebih

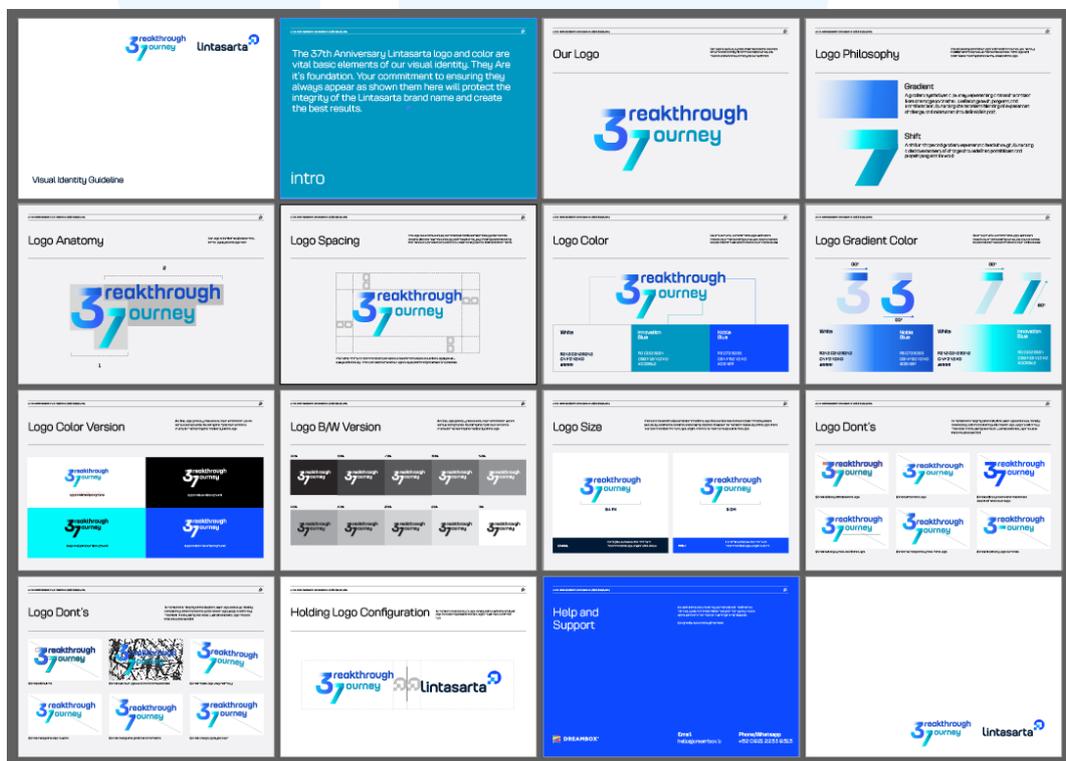
dahulu ukuran tersebut. Sehingga ukuran yang ditentukan adalah 64 px untuk digital dan 3 cm untuk cetak.

10. Logo Don't

Pada bagian *Logo Don't*, penulis membuat ketentuan hal yang tidak boleh dilakukan terhadap logo, termasuk mengubah ukuran, elemen, warna, dan lainnya.

11. Holding Logo Configuration

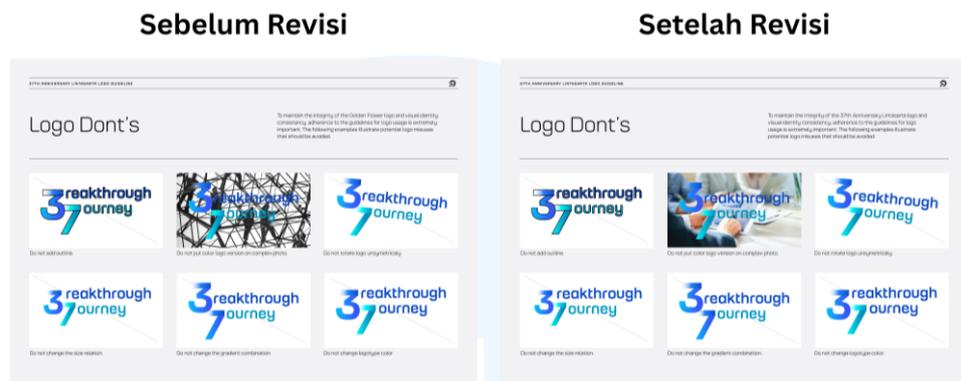
Pada bagian *Holding Logo Configuration*, logo *Breakthrough Journey* disandingkan dengan logo perusahaan, yaitu Lintasarta. Dengan ini, ukuran logo harus disesuaikan jaraknya berdasarkan ketentuan *spacing* dari logo Lintasarta.



Gambar 3.36 Logo Guidelines 37th Anniversary Lintasarta Sebelum Revisi

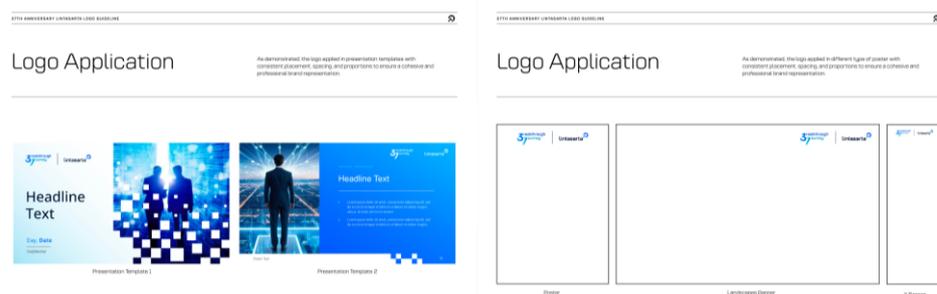
Dari hasil tersebut, terdapat revisi dan tambahan dari Supervisor untuk mengubah gambar *complex* yang sesuai dengan bidang perusahaan tersebut, yaitu *Information and Communication Technology (ICT)*. Sehingga, penulis mencari gambar melalui Shutterstock mengenai

perusahaan ICT dan menemukan gambar yang kemudian penulis masukan ke dalam *guidelines* sebagai berikut:



Gambar 3.37 Revisi *Complex Photo* di *Logo Dont's*

Selain itu, Supervisor meminta untuk menambahkan logo *application* untuk sampel penggunaannya pada *presentation template*, *poster*, dan *banner*. Berikut ini adalah *logo application* tersebut:



Gambar 3.38 *Logo Application*

Hasil dari logo *guidelines 37th Anniversary Lintasarta: Breakthrough Journey* ini kemudian penulis masukan ke dalam Google Drive dan penulis kirimkan tautan Drive tersebut kepada Supervisor.

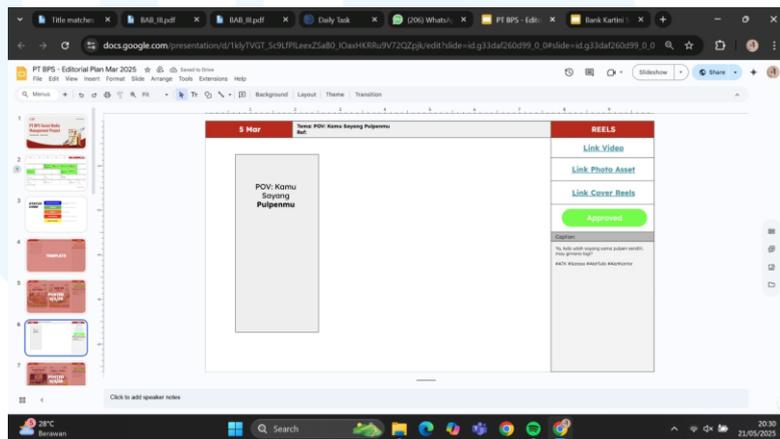
3.3.2.2 Proyek Cover Reels & Greetings PT BPS

PT. Bangkit Perkasa Sukses (BPS) adalah perusahaan yang bergerak di bidang distributor lakban dan alat tulis sekolah dan kantor. Beberapa contoh mitra distribusi produk ke pusat grosir nasional adalah seperti Nachi Tape, Gold Tape, Zebra, Kenko, dan mitra lainnya.

Dreambox sudah bekerja sama dengan PT BPS dalam waktu yang cukup lama untuk mengerjakan sosial medianya, yaitu Instagram. Penulis diberi kesempatan untuk mengerjakan *cover reels* dan Instagram Story *Greetings*.

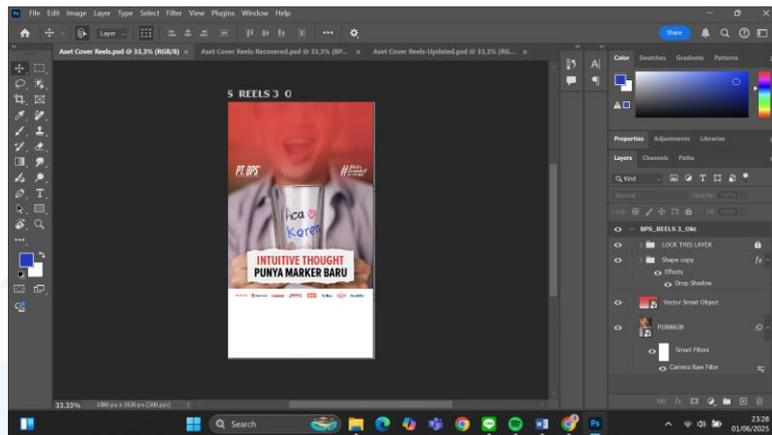
1. *Cover Reels* “POV: Kamu Sayang Pulpenmu”

Pada *cover reels*, *brief* konten diberikan melalui Google Slides, aset foto diberikan melalui Google Drive, dan *template cover reels* diberikan dengan *file* PSD. Di dalam *brief* konten terdapat *copywriting* dan aset foto.



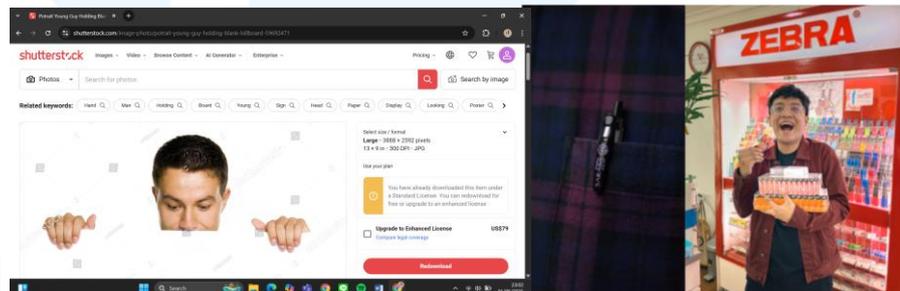
Gambar 3.39 *Brief* Konten *Cover Reels* 1

Dari *brief* yang diberikan, penulis membuat *cover reels* menggunakan Adobe Photoshop berdasarkan arahan yang diberikan oleh Supervisor. Pada saat awal pembuatan, penulis tidak terlalu *familiar* dengan Adobe Photoshop. Namun Supervisor mengajarkan perlahan-lahan yang setelahnya penulis mengulik sendiri *tools-tools* yang berada di Adobe Photoshop.



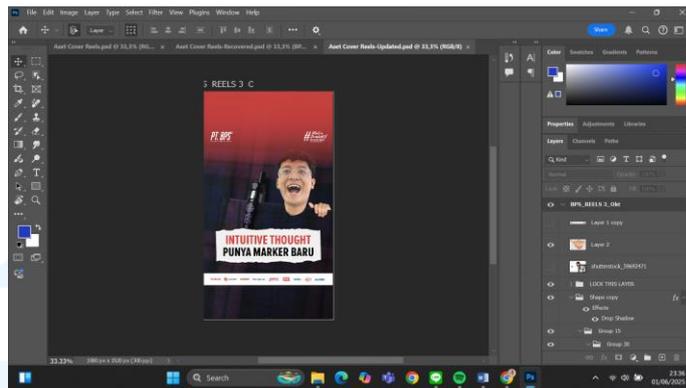
Gambar 3.40 *Template Cover Reels* PT BPS

Penulis diberikan ide dari Supervisor untuk membuat seakan ada orang yang keluar dari kantong tersebut dengan proses *digital imaging*. Penulis kemudian mengambil aset foto pulpen dan orang dari Google Drive yang telah diberikan. Kemudian penulis mengambil aset tangan seperti mengintip dari Shutterstock.



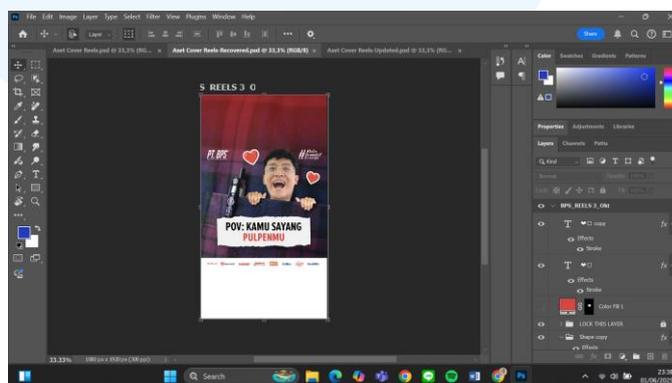
Gambar 3.41 *Aset Cover Reels*

Dari aset ini, Penulis memasukan aset tersebut ke dalam Photoshop dan mengambil bagian tangan saja dan kepala saja dengan menggunakan *object selection* dan menduplikat gambar tersebut serta mengatur *image filter* untuk menyesuaikan cahaya antara wajah dengan tangan.



Gambar 3.42 Proses Perancangan Cover Reels PT BPS 1

Setelah itu, penulis menggunakan *brush tool* untuk merapikan bagian rambut dan mengubah *transparency gradient shape* merah menjadi 50% dan mengubah teks dari *template cover reels* PT BPS disertai dengan tiga emoji hati yang ditambahkan *outline* berwarna putih.



Gambar 3.43 Hasil Akhir Cover Reels PT BPS 1

Dari hasil tersebut, penulis melakukan asistensi kepada Supervisor dan hasil desain telah disetujui dan penulis memasukan hasil desain tersebut ke dalam Google Drive.

2. Instagram Story Greetings (Idul Fitri & Hari Jumat Agung)

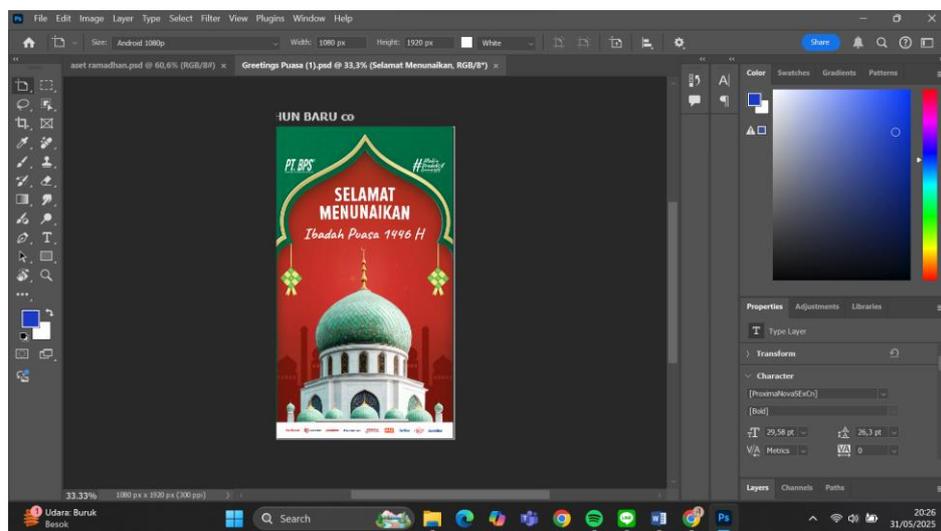
Instagram Story adalah sebuah fitur yang dimiliki oleh Instagram dengan ukuran 1920x1080px yang bertahan selama 1x24 jam. Oleh karena itu, salah satu kegunaan dari Instagram Story adalah untuk memberikan ucapan dalam rangka hari libur nasional, seperti Hari Raya Idul Fitri, Hari Jumat Agung, Paskah,

dan lain sebagainya. Penulis mendapatkan kesempatan dalam membuat empat Instagram Story *Greetings*, diantaranya adalah Hari Raya Idul Fitri, Hari Jumat Agung, Hari Nyepi, dan Hari Paskah.

A. Hari Raya Idul Fitri

Hari Raya Idul Fitri 1446 H dirayakan pada tanggal 19 Maret 2025. Oleh karena itu, Dreambox membuat ucapan Hari Raya Idul Fitri untuk Instagram PT BPS melalui Instagram Story sebagai tanda untuk menghormati umat Muslim yang merayakan Idul Fitri. Penulis mendapat kesempatan untuk membuat *greetings* Hari Raya Idul Fitri.

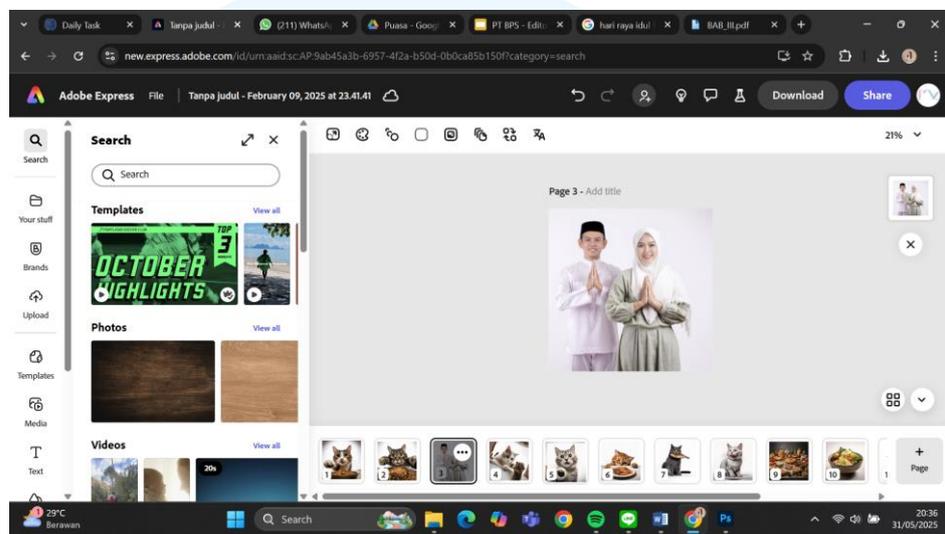
Dalam pembuatannya, penulis diberikan *brief* melalui Google Slides dengan *copywriting headline* “Selamat Hari Raya Idul Fitri 1446 H” dan *sub-headline* “Mohon Maaf Lahir dan Batin”. Penulis juga diberikan template Instagram Story *Greetings* yang pernah dibuat sebelumnya.



Gambar 3.44 *Template* Instagram Story *Greetings* PT BPS

Dari *template* yang diberikan, penulis mencari aset foto dua pasangan beragama Muslim yang sedang

mengucapkan salam ke arah kamera. Namun dikarenakan penulis tidak menemukan sesuai dengan yang diinginkan, penulis mencari aset foto menggunakan *generate AI* Adobe Express.



Gambar 3.45 Hasil *Generate AI* Pasangan Muslim

Dari aset foto ini, penulis melakukan *editing* menggunakan Adobe Photoshop untuk mengatur cahaya serta menghilangkan *background*.



Gambar 3.46 Proses Editing Aset Foto PT BPS

Penulis kemudian mengganti masjid dengan aset foto tersebut dan mengubah gantungan ketupat menjadi aset gantungan lampu emas yang penulis temukan di

Freepik. Penulis menambahkan teks sesuai dengan *brief copywriting* dengan hasil sebagai berikut:

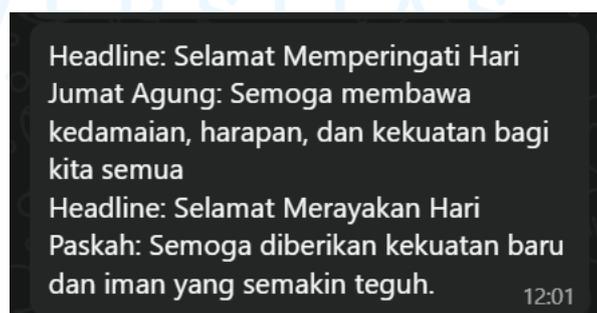


Gambar 3.47 Proses Pembuatan *Greetings* Hari Raya Idul Fitri

Hasil desain ini kemudian penulis asistensikan kepada Supervisor dan setelah disetujui penulis memasukan desain tersebut ke Google Drive.

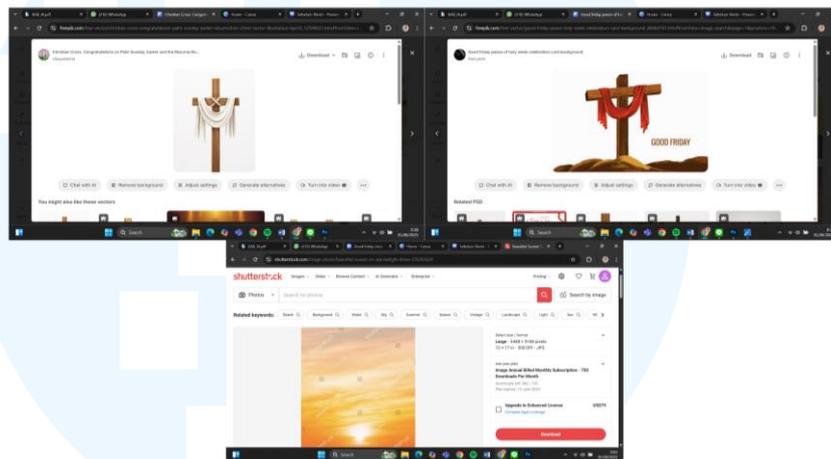
B. Hari Jumat Agung

Hari Jumat Agung ditetapkan pada tanggal 3 April 2025. Oleh karena itu, Dreambox membuat ucapan Hari Jumat Agung untuk Instagram PT BPS melalui Instagram Story sebagai tanda untuk menghormati umat Nasrani yang merayakan Jumat Agung. Penulis mendapat kesempatan untuk membuat *greetings* Hari Jumat Agung. *Brief* konten ini diberikan melalui Whatsapp dengan *copywriting*.



Gambar 3.48 *Brief Greetings* Jumat Agung dan Paskah

Penulis kemudian terinspirasi untuk membuat desain seperti matahari terbenam dengan tiga salib yang berada di atas bebatuan dengan mencari beberapa aset, seperti vektor salib dan vektor bebatuan melalui Freepik dan gambar matahari terbenam melalui Shutterstock dan menemukan aset sebagai berikut:



Gambar 3.49 Aset Jumat Agung 1

Penulis menggunakan *template* Instagram Story *Greetings* dengan menggunakan aset yang penulis temukan. Penulis menghilangkan tali silang di salib untuk diletakan ditengah dan menghilangkan kain untuk ditaruh dibagian kiri dan kanan. Penulis membuat dua opsi dengan *sub-headline* dan tidak.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3.50 Greetings Hari Jumat Agung Sebelum Revisi

Penulis melakukan asistensi kepada Supervisor dan mendapatkan *input* bahwa salib ditengah masih tidak sesuai dengan *key visual* yang dimiliki oleh PT BPS. Sehingga, Supervisor menyarankan untuk menggunakan aset lain dan mengganti bebatuan menjadi awan sebagai berikut:



Gambar 3.51 Aset Salib

Penulis mengganti warna dari kayu salib dan kain tersebut dengan menggunakan Adobe Photoshop dengan menambahkan aset vektor awan dan menghasilkan desain sebagai berikut:



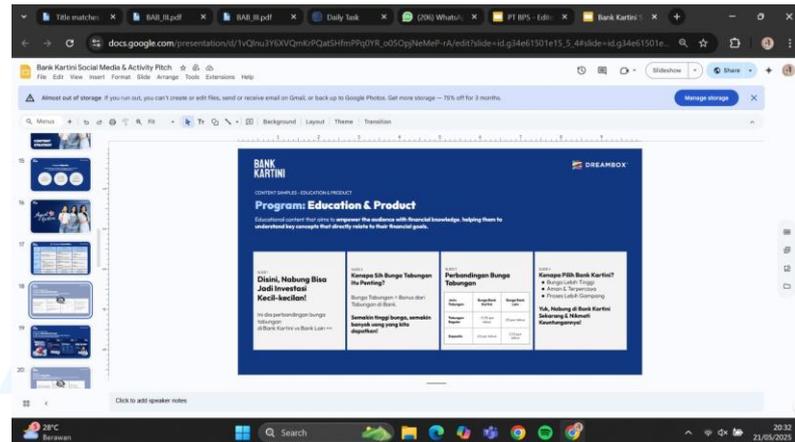
Gambar 3.52 *Greetings* Jumat Agung Setelah Revisi

Penulis melakukan asistensi kepada Supervisor dan desain tersebut disetujui. Penulis memasukan hasil desain tersebut ke dalam Google Drive.

3.3.2.3 Proyek Instagram Post Bank Kartini

Bank Kartini adalah bank yang mendorong inklusi keuangan perempuan dan mendorong pemberdayaan ekonomi UMKM di Indonesia. Bank Kartini baru saja diluncurkan pada 21 April 2025 kemarin. Penulis diberikan kesempatan untuk membuat konten *samples* untuk sosial media Bank Kartini dalam topik *education & product* untuk keperluan pitching. Berikut ini adalah *brief* konten yang diberikan melalui Google Slides.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



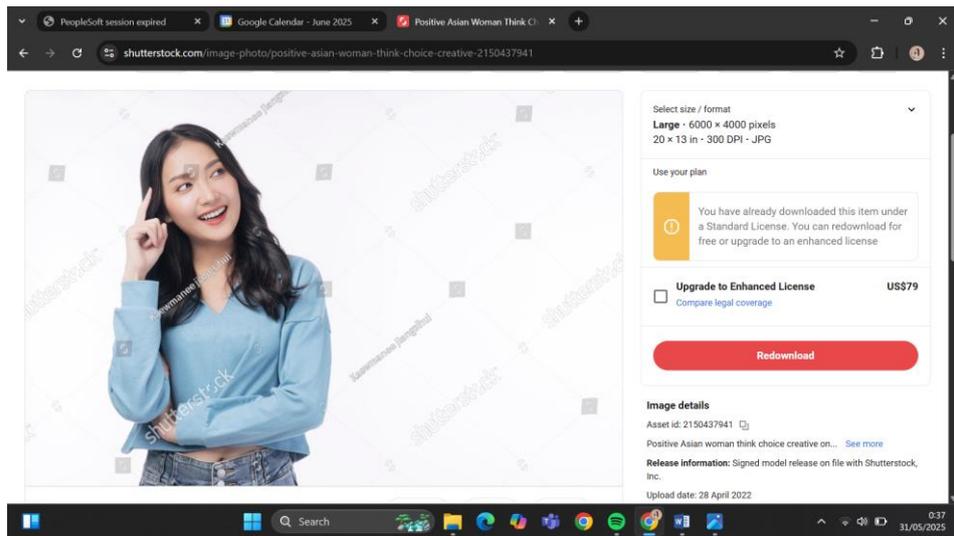
Gambar 3.53 *Brief* Konten Bank Kartini

Setelah adanya *brief* konten tersebut, penulis diberikan *key visual* oleh Supervisor untuk diimplementasikan ke dalam desain sosial media. Berikut ini adalah *key visual* Bank Kartini yang telah dibuat oleh Supervisor.



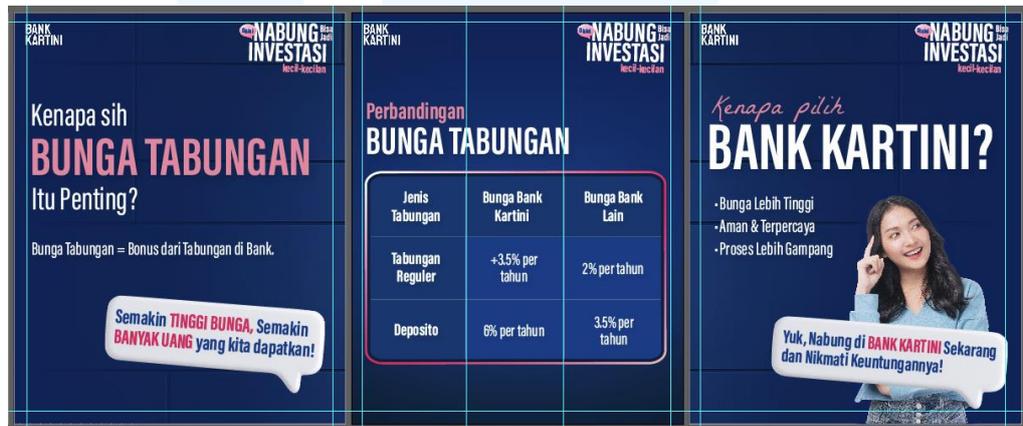
Gambar 3.54 *Key Visual* Bank Kartini

Dari *key visual* dan *brief* konten tersebut, penulis membuat *layout* desain menggunakan Adobe Illustrator dengan menggunakan aset dari *key visual* tersebut. Penulis juga mencari gambar perempuan menggunakan Shutterstock untuk dimasukkan ke dalam desain.



Gambar 3.55 Aset Gambar Perempuan Bank Kartini

Dari *key visual* dan *brief* konten tersebut, penulis membuat *layout* desain menggunakan Adobe Illustrator dengan menggunakan *grid layout* sebagai berikut:



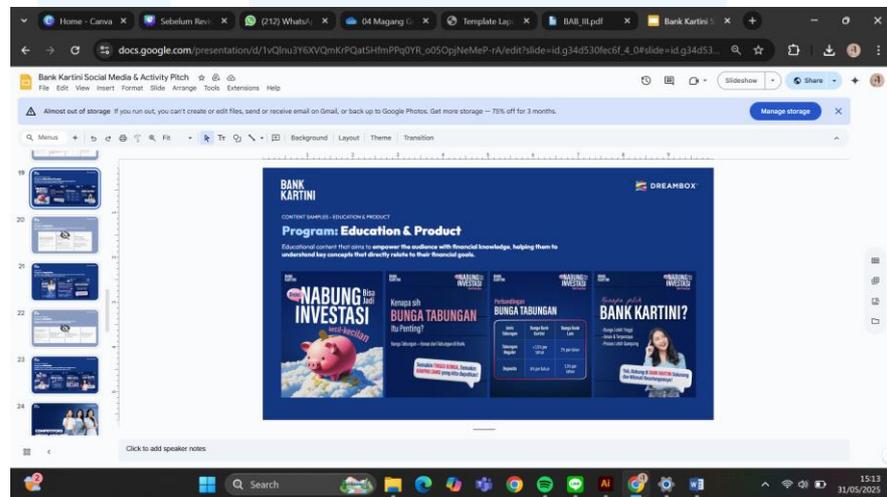
Gambar 3.56 Grid Layout Instagram Post Bank Kartini

Berikut adalah hasil dari perancangan sampel desain *feeds* untuk Bank Kartini yang kemudian diasistensikan kepada Supervisor. Supervisor sudah setuju dengan hasil desain dan tidak ada revisi yang perlu dilakukan.



Gambar 3.57 Hasil Desain Post Bank Kartini

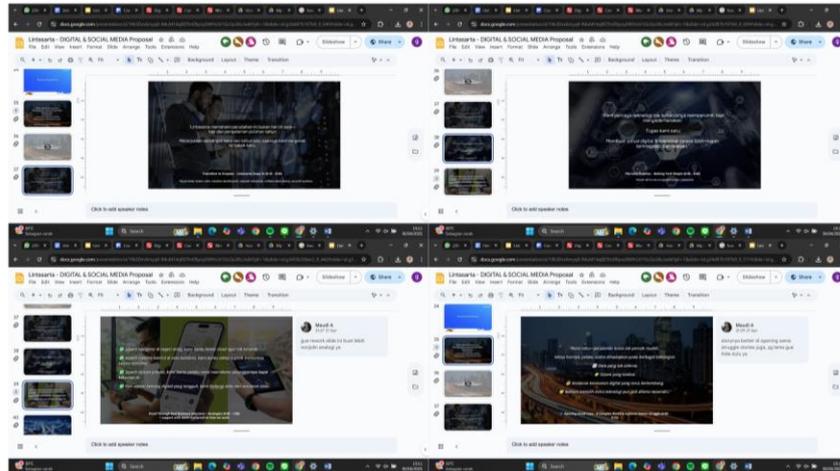
Hasil desain tersebut kemudian dimasukkan ke dalam *deck* Google Slides untuk dipresentasikan oleh *Art Director* dan *Project Manager* kepada klien.



Gambar 3.58 Bank Kartini Social Media & Activity Deck

3.3.2.4 Proyek Template Video Lintasarta

Dreambox membuat sebuah *Digital Pitch Proposal* untuk Lintasarta. Didalamnya terdapat beberapa konten *samples* untuk sosial media Lintasarta. Penulis membuat sebuah *video introduction* dengan *brief* melalui Google Slides sebagai berikut:



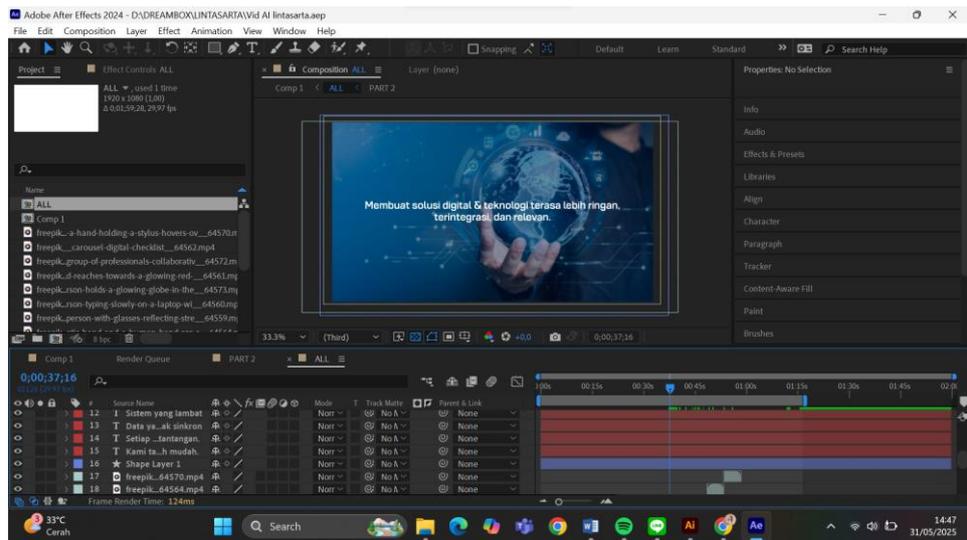
Gambar 3.59 Brief Konten *Video Introduction Lintasarta*

Brief tersebut terdapat *copywriting*, menit, dan visual sebagai gambaran isi dari *video introduction* tersebut. Kemudian, penulis diberikan *brief* tambahan oleh Supervisor untuk mencari gambar yang nantinya di *generate video AI* agar dapat bergerak. Penulis mencari beberapa aset foto menggunakan Shutterstock dan menggerakannya dengan menggunakan Freepik AI.



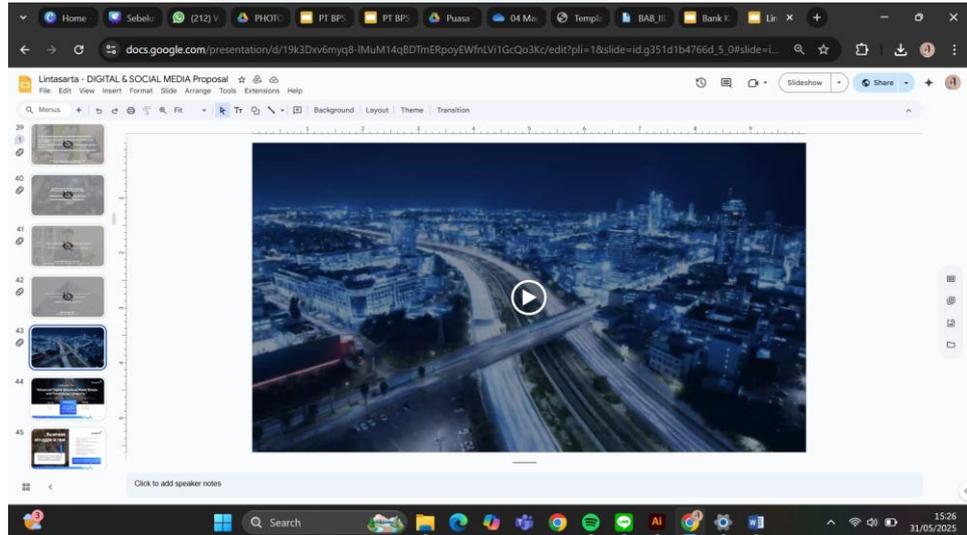
Gambar 3.60 *Generate Video AI*

Kemudian, penulis memasukan hasil gambar yang telah di *generate Video AI* ke dalam After Effect untuk digabungkan dan ditambahkan *overlay shape* berwarna biru tua dan menambahkan animasi teks. Penulis menambahkan teks dengan warna putih yang kemudian diberikan shadow tipis berwarna hitam. Kemudian, penulis memberikan animasi teks dengan memainkan *keyframing opacity*.



Gambar 3.61 Proses Pembuatan *Video Introduction* Lintasarta

Setelah selesai, penulis melakukan asistensi dengan Supervisor dan hasil *video introduction* diterima tanpa ada revisi. Penulis memasukan hasil *video introduction* Lintasarta ke dalam *deck Digital & Social Media Proposal* Lintasarta.



Gambar 3.62 *Lintasarta Digital & Social Media Proposal*

3.4 Kendala dan Solusi Pelaksanaan Magang

Ketika melaksanakan proses magang di Dreambox, penulis mengalami beberapa kendala atau kesulitan, namun seiring berjalannya waktu penulis dapat menemukan solusi untuk menyelesaikan kesulitan tersebut.

3.4.1 Kendala Pelaksanaan Magang

Selama melaksanakan magang di Dreambox Marketing Consultant, penulis mengalami beberapa kesulitan terutama di awal baru bergabung dengan Dreambox. Hal ini dikarenakan penulis harus adaptasi dengan lingkungan yang baru serta melakukan penyesuaian dengan *workflow* perusahaan. Diawal, penulis kesulitan dalam mencari aset foto karena tidak ada yang sesuai dengan *brief*. Kemudian, kesulitan seputar desain dalam mencari aset dan kesesuaian desain dengan yang diinginkan oleh klien. Selain itu, penulis belum terbiasa dengan alur kerja dari perusahaan yang memungkinkan untuk dikontak diluar jam kerja.

Penulis juga memiliki kendala dalam penggunaan Adobe Photoshop & Indesign, dimana penulis belum terlalu mahir dan *familiar* dengan aplikasi Adobe Photoshop serta Indesign karena penulis lebih terbiasa menggunakan Adobe Illustrator. Sehingga, pertama kali menggunakan Adobe Photoshop dalam mendesain membuat penulis memakan waktu dalam mendesain.

3.4.2 Solusi Pelaksanaan Magang

Solusi yang dilakukan oleh penulis untuk menyelesaikan kendala atau kesulitan tersebut adalah penulis mengamati *workflow* perusahaan dan perlahan-lahan menyesuaikan. Kemudian, pada saat awal mencari aset foto dan kesulitan menemukannya, supervisor menyarankan untuk menggunakan *generate image AI*. Namun, penulis belum pernah melakukannya dan tidak mengetahui harus menggunakan aplikasi apa. Sehingga, penulis melakukan riset dan menemukan *generate image* yang sesuai yaitu dengan menggunakan Adobe Express. Solusi untuk kendala seputar desain adalah dengan mencari aset sebanyak-banyaknya menggunakan *Shutterstock* hingga dapat sesuai dengan yang diinginkan, sedangkan untuk kesesuaian desain penulis akan melakukan beberapa alternatif desain yang akan ditinjau lebih lanjut oleh klien. Terkadang penulis dihubungi diluar jam kerja. Jika memungkinkan, penulis

akan mengerjakan tugas tersebut, namun jika tidak akan digantikan oleh anggota *intern* lainnya.

Diawal ketika penulis kesulitan dalam menggunakan Adobe Photoshop, penulis dibantu oleh *full timer* Graphic Design lainnya. Setelah diajari, penulis mulai terbiasa dan paham cara menggunakan *tools* yang ada di dalam Adobe Photoshop dan mulai mengulik aplikasi Adobe Photoshop sendiri. Sedangkan, dalam menggunakan Indesign, penulis mencoba secara mandiri karena aplikasi tersebut tidak berbeda jauh dengan Adobe Illustrator, namun ada beberapa hal yang diajarkan oleh Supervisor.

