

## BAB III

### PELAKSANAAN MAGANG

#### 3.1 Kedudukan dan Koordinasi Pelaksanaan Magang

Penulis dalam melaksanakan magang tidak luput dari adanya sistem dan koordinasi yang baik selama mengerjakan tugas dan kewajiban penulis sebagai Graphic Designer Intern di SIRCLO. Alur koordinasi dan komunikasi yang tercipta antar unit berlangsung secara terstruktur dalam tim Corporate Communications. Tim ini terdiri dari tiga unit utama, yaitu unit Creative, unit Corporate Branding, serta unit Media & Public Relations. Ketiga unit ini saling berkolaborasi dalam memastikan penyampaian pesan perusahaan secara konsisten dan harmonis, baik secara visual maupun verbal.

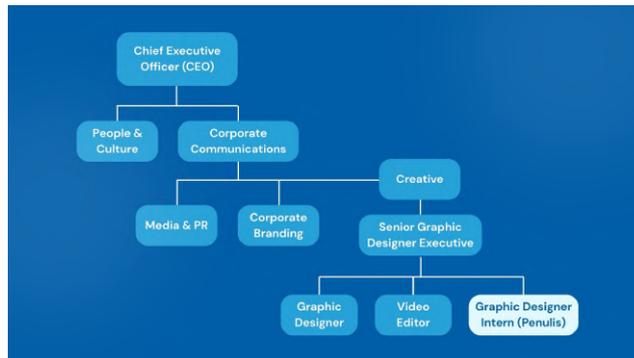
Dalam pelaksanaan tugas sehari-hari, penulis sebagai bagian dari unit Creative dalam tim Corporate Communications bertanggung jawab untuk memenuhi kebutuhan visual atas berbagai materi komunikasi. Kebutuhan tersebut berasal dari unit Corporate Branding dan unit Media & Public Relations, baik untuk keperluan internal perusahaan, seperti poster *event* internal atau pemberitahuan, maupun untuk keperluan eksternal perusahaan, yang meliputi konten-konten untuk akun media sosial *employer branding* SIRCLO, kebutuhan visual untuk *press release* di LinkedIn, hingga materi pendukung untuk penyelenggaraan berbagai *event* perusahaan. Selain bekerja sama dengan unit-unit dalam tim Corporate Communications, penulis juga mendapatkan permintaan pengerjaan visual dari tim di luar tim Corporate Communications, seperti tim People Development dan tim Talent Acquisition. Hal ini menunjukkan bahwa hasil pekerjaan penulis tidak hanya terbatas pada lingkup *branding* dan komunikasi, tetapi juga mendukung upaya strategis lainnya dalam pengelolaan dan penyampaian informasi secara visual baik untuk lingkup eksternal maupun internal di lingkungan SIRCLO.

### 3.1.1 Kedudukan Pelaksanaan Magang

Selama melaksanakan kegiatan magang, penulis menempati posisi sebagai Graphic Designer Intern dalam unit Creative, yang berada di bawah koordinasi tim Corporate Communications di SIRCLO. tim Corporate Communications sendiri tersusun dari tiga unit, yaitu unit Media & Public Relations, unit Corporate Branding, dan unit Creative. tim ini secara keseluruhan berperan dalam mengelola seluruh aspek komunikasi perusahaan secara strategis, baik untuk keperluan internal maupun eksternal perusahaan.

Dalam pelaksanaan tugasnya, penulis bertanggung jawab untuk menyediakan berbagai materi visual yang dibutuhkan oleh tim Corporate Communications. Kebutuhan tersebut mencakup desain untuk komunikasi internal perusahaan, seperti pengumuman internal, konten eksternal seperti materi media sosial *employer branding*, desain untuk *press release*, dan kebutuhan visual untuk kegiatan atau acara perusahaan. Penulis belajar untuk menyampaikan informasi setiap permintaan desain dengan memperhatikan *layout*, *visual hierarchy*, *white space*, dan penggunaan elemen dekoratif sesuai dengan kebutuhan agar hasil desain dapat mendukung pesan yang ingin disampaikan perusahaan kepada target audiens secara optimal.

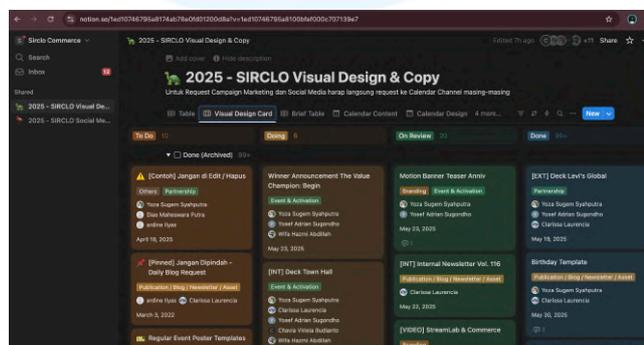
Selain memenuhi permintaan dari lingkup tim Corporate Communications, penulis juga menerima permintaan desain dari tim lintas divisi, seperti tim People Development dan tim Talent Acquisition, guna menunjang berbagai kebutuhan visual dalam program kerja mereka. Hal ini menunjukkan bahwa peran penulis tidak terbatas hanya pada satu unit, tetapi turut berkontribusi dalam mendukung upaya komunikasi visual lintas fungsi di dalam perusahaan. Struktur organisasi yang menggambarkan posisi penulis selama masa magang dapat dilihat pada bagan berikut.



Gambar 3.1 Posisi Penulis di SIRCLO

### 3.1.2 Koordinasi Pelaksanaan Magang

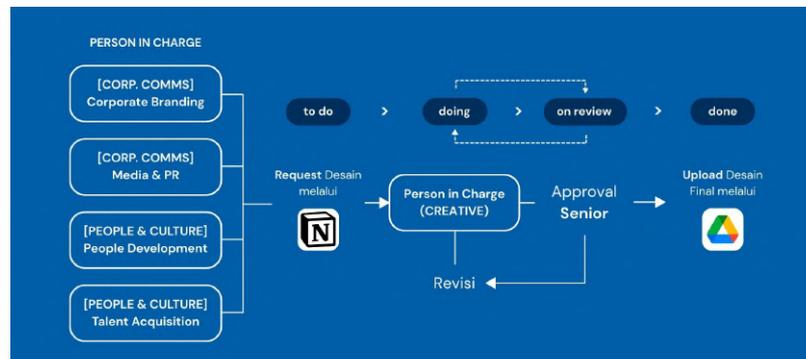
Alur kerja di unit Creative memanfaatkan beberapa *online platform* dalam proses pengerjaannya. Pengerjaan desain unit Creative sebagian besar didokumentasikan menggunakan Notion yang merupakan aplikasi produktivitas berbasis *web*. Pengerjaan yang dimaksud meliputi menerima permintaan desain dari unit yang mengajukan, menerima *brief*, mengubah status pengerjaan proyek (*to do*, *doing*, *on review*, dan *done*), revisi, dan mengirimkan hasil desain melalui tautan Google Drive.



Gambar 3.2 Tabel Notion Unit Creative

*Brief* yang siap untuk diproses akan dikerjakan oleh anggota unit Creative berdasarkan pembagian tugas masing-masing, lalu didiskusikan visualnya secara internal sebelum kemudian diperlihatkan ke *person in charge* (PIC) dari unit yang mengajukan dan kemudian menerima revisi serta melakukan perbaikan terhadap desain. Revisi desain bisa dilakukan dengan menambahkan komentar di Notion atau melalui *chat* pribadi di *platform* komunikasi yang dipakai oleh perusahaan, yaitu Slack. Desain yang sudah

difinalisasi akan mendapatkan *approval* dari senior unit Creative dan unit yang mengajukan, lalu disimpan dalam folder Google Drive, kemudian diunggah ke *channel* oleh PIC sesuai dengan tanggal yang sudah dijadwalkan.



Gambar 3.3 Bagan Alur Koordinasi

### 3.2 Tugas yang Dilakukan

Selama pelaksanaan magang, penulis memiliki tanggung jawab utama dalam mengerjakan berbagai kebutuhan visual yang digunakan baik untuk keperluan internal perusahaan maupun eksternal. Untuk kebutuhan internal, hasil desain biasanya dibagikan melalui *channel* komunikasi internal perusahaan seperti Slack atau diunggah pada *platform* Intranet yang digunakan oleh seluruh karyawan. Sementara itu, untuk kebutuhan eksternal, penulis turut berkontribusi dalam pembuatan konten visual yang diunggah pada media sosial resmi perusahaan, seperti akun Instagram @insidesirclo dan halaman LinkedIn SIRCLO.

Dalam pelaksanaannya, setiap minggu penulis mengerjakan sejumlah proyek visual yang terdiri dari permintaan kebutuhan internal maupun eksternal, tergantung pada jumlah dan jenis *request* yang diterima pada minggu tersebut. Proses pembagian tugas ini dilakukan secara terstruktur dalam forum *weekly meeting* unit Creative yang rutin diadakan setiap hari Jumat. Dalam rapat mingguan tersebut, tim melakukan diskusi serta pembagian tugas berdasarkan jenis konten yang menjadi tanggung jawab masing-masing anggota, prioritas dan beban kerja masing-masing anggota tim, serta bobot pekerjaan pada saat tertentu untuk menghindari bobot pekerjaan yang *overload* di salah satu pihak, dan mengusahakan

supaya seluruh proyek dapat diselesaikan secara efisien dan tepat waktu melalui *task management* saat forum *weekly meeting* dilakukan.

Tabel 3.1 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Magang

Minggu	Tanggal	Proyek	Keterangan
1	16—22 Desember 2024	<i>Onboarding</i>	Mendapatkan pemaparan dari tim People Development mengenai pengenalan perusahaan dan berkenalan dengan tim
2	23—29 Desember 2024	<i>Greetings</i> Selamat Tahun Baru, Poster SIRCLO Commerce	Mengerjakan desain ucapan ( <i>greetings</i> ) dan poster untuk kebutuhan SIRCLO Commerce
3	30—5 Januari 2025	<i>Reels cover</i> , poster internal ( <i>Hampers, Season Greetings</i> )	Kebutuhan desain untuk Instagram @insidesirclo dan <i>channel</i> internal, poster mengenai topik instruksi dalam penerimaan <i>hampers</i> , dan poster <i>season greetings</i> untuk klien
4	6—12 Januari 2025	<i>Reels cover, Carousel (Humans of SIRCLO 150)</i> , poster internal ( <i>Wheels of Wishes</i> )	Mengerjakan desain untuk Instagram @insidesirclo, LinkedIn, dan <i>channel</i> internal, poster mengenai pemberitahuan <i>event</i> tim People Development
5	13—19 Januari 2025	Poster <i>Town Hall</i>	Kebutuhan desain untuk <i>channel</i> internal mengenai informasi <i>town hall</i>
6	20—26 Januari 2025	<i>Reels cover</i> , poster internal	Mengerjakan desain untuk Instagram @insidesirclo dan <i>channel</i> internal
7	27—2 Februari 2025	<i>Reels cover</i>	Kebutuhan desain untuk Instagram @insidesirclo

8	3—9 Februari 2025	Poster internal ( <i>Photo Cover Collaterals</i> )	Kebutuhan desain untuk <i>channel</i> internal
9	10—16 Februari 2025	<i>Reels cover</i>	Kebutuhan desain untuk Instagram @insidesirclo
10	17—23 Februari 2025	<i>Reels cover</i>	Kebutuhan desain untuk Instagram @insidesirclo
11	24—2 Maret 2025	Poster internal ( <i>Trainers of the Month</i> )	Kebutuhan desain untuk <i>channel</i> internal, poster mengenai rekap <i>trainers</i> dari bulan sebelumnya
12	3—9 Maret 2025	<i>Carousel (Humans of SIRCLO 151)</i> , Poster internal ( <i>Hampers</i> lebaran)	Kebutuhan desain untuk Instagram @insidesirclo <i>channel</i> internal, poster mengenai topik instruksi dalam penerimaan <i>hampers</i>
13	10—16 Maret 2025	Poster <i>Town Hall</i>	Kebutuhan desain untuk <i>channel</i> internal mengenai informasi <i>town hall</i>
14	17—23 Maret 2025	<i>Reels cover</i>	Kebutuhan desain untuk Instagram @insidesirclo
15	24—30 Maret 2025	Poster internal ( <i>Trainers of the Month, SIRCLO Health Days</i> )	Kebutuhan desain untuk <i>channel</i> internal, poster mengenai rekap <i>trainers</i> dari bulan sebelumnya, dan pemberitahuan <i>event</i> tim People Development
16	7—13 April 2025	Poster internal ( <i>Code of Conduct, BPJS Kesehatan</i> ), <i>carousel</i> Docupost ( <i>Fireside Chat Atalon</i> )	Kebutuhan desain untuk Instagram @insidesirclo dan <i>channel</i> internal, poster mengenai pemberitahuan informasi tim People Development

17	14—20 April 2025	Poster internal ( <i>The Value Champion, Trainers of the Month</i> ), carousel Docupost ( <i>Speaking Engagement</i> )	Kebutuhan desain untuk Instagram @insidesirclo dan <i>channel</i> internal, poster mengenai pemberitahuan <i>event</i> tim People Development
18	21—27 April 2025	Poster <i>Town Hall, Greetings</i> Hari Kartini, <i>Carousel</i> ( <i>Humans of SIRCLO 152</i> )	Kebutuhan desain untuk Instagram @insidesirclo dan desain ucapan ( <i>greetings</i> ) dan kebutuhan desain untuk <i>channel</i> internal mengenai informasi <i>town hall</i>

### 3.3 Uraian Pelaksanaan Magang

Pekerjaan penulis selama kerja magang adalah kebutuhan internal dan eksternal yang utamanya merupakan permintaan dari tim Corporate Communications. Kebutuhan internal ini merujuk pada proyek seperti poster *event* internal yang diunggah melalui *platform* komunikasi karyawan SIRCLO yaitu Slack dan Intranet, sedangkan kebutuhan eksternal mencakup konten untuk *press release*, Docupost, *greetings*, SIRCLO Learning Corner, dan Humans of SIRCLO yang dipublikasikan melalui media sosial seperti Instagram dan LinkedIn. Untuk kebutuhan internal, penulis juga menerima permintaan desain dari tim People & Culture yang masih berhubungan dengan *event* internal perusahaan. Dari tim Corporate Communications sendiri, penulis turut berpartisipasi dalam memenuhi kebutuhan desain terkait *event* eksternal yang disiapkan oleh tim, seperti SIRCLO Talents Volume 12, atau *event* internal seperti *Company-Wide Town Hall*, SIRCLO 11th Anniversary, dan Iftar Gathering 2025.

Secara umum, untuk kebutuhan internal dan eksternal SIRCLO yang berhubungan dengan *employer branding*, penulis menggunakan gaya *flat illustration* dan vektor serta *color palette* yang sudah ditentukan oleh perusahaan. Dengan kesan yang lebih *fun* dan *youthful*, penggunaan warna mengacu pada *color palette* utama warna biru serta beberapa alternatif warna turunan, kuning, ungu, merah muda, merah, dan coklat. Kode warna (*hex code*) dan warna turunan dapat dilihat pada gambar di bawah ini.



Gambar 3.4 *Color Palette Employer Branding*  
 Sumber: SIRCLO (2024)

Penulis juga secara konsisten menggunakan *typeface* DM Sans dalam memenuhi seluruh kebutuhan desain, baik untuk keperluan internal maupun eksternal. *Typeface* ini merupakan bagian dari identitas visual resmi SIRCLO dan dipilih karena tampilannya yang *modern*, bersih, dan mudah dibaca. DM Sans mampu mendukung kesan profesional sekaligus *approachable* yang ingin disampaikan perusahaan, dan menunjukkan keselarasan dengan gaya visual di media sosial atau *channel* komunikasi perusahaan satu dengan yang lain berdasarkan konsistensi dari *typeface* dan *color palette* yang digunakan.



Gambar 3.5 *Typeface SIRCLO*  
 Sumber: SIRCLO (2024)

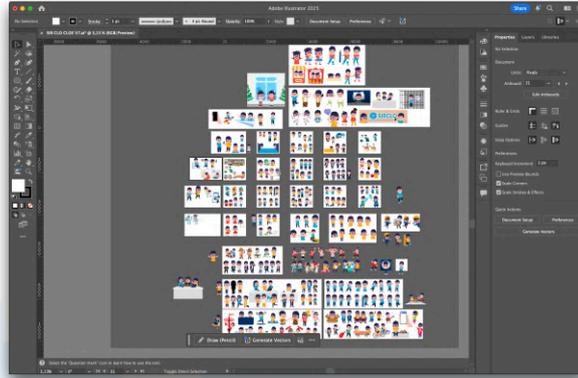
Selain elemen warna dan *typeface*, terdapat pula aset visual penting yang menjadi bagian dari identitas merek internal SIRCLO, yaitu *brand mascot* bernama Sir Clo dan Cloe. Kedua karakter ini masing-masing merepresentasikan tokoh laki-laki dan perempuan, yang divisualisasikan menggunakan gaya ilustrasi *flat (flat illustration)* untuk menciptakan tampilan yang sederhana, *modern*, dan mudah dikenali. Karakter Sir Clo dan Cloe dirancang dengan rambut pendek serta mengenakan pakaian kasual berupa kaus, celana panjang, dan sepatu.

Dalam penerapannya, Sir Clo dan Cloe memiliki fleksibilitas visual dimana dalam penggunaannya bisa dieksplorasi lebih lanjut dalam berbagai konteks desain. Karakter ini dapat dimodifikasi melalui variasi gestur tubuh dan ekspresi wajah yang beragam, sehingga mampu menyampaikan berbagai emosi dan pesan secara visual. Selain itu, kostum serta aksesoris yang dikenakan oleh kedua karakter juga dapat disesuaikan dengan tema tertentu. Fleksibilitas ini membuat Sir Clo dan Cloe menjadi elemen komunikatif yang tidak hanya memperkuat identitas visual perusahaan, tetapi juga meningkatkan kedekatan emosional antara perusahaan dan karyawannya melalui pendekatan visual yang bersifat *personal* dan *relatable*.



Gambar 3.6 Sir Clo dan Cloe  
Sumber: SIRCLO (2024)

Sir Clo dan Cloe ditampilkan secara bervariasi disesuaikan pada kebutuhan, seperti dengan postur tubuh dan raut muka. Misalnya, maskot ditampilkan dengan gaya lompat dan raut muka senang untuk menggambarkan antusiasme dan suasana meriah untuk sebuah poster *event* internal. Hal ini bisa juga sebaliknya, yaitu ditampilkan dengan postur tubuh membungkuk dan muka lelah untuk menggambarkan sebuah keadaan tertentu. Aset-aset ini penulis dapatkan dari *masterpage* milik internal yang menyimpan banyak variasi maskot yang bisa disalin, diganti warnanya, atau dilakukan perubahan baik secara minor maupun mayor karena asetnya berupa *vector* di aplikasi Adobe Illustrator.



Gambar 3.7 *Masterpage* Sir Clo dan Cloe  
Sumber: SIRCLO (2024)

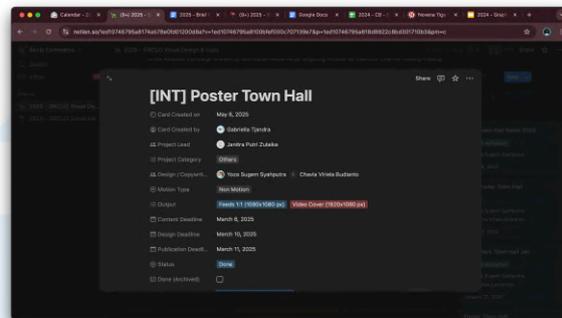
### 3.3.1 Poster *Company-Wide Town Hall* Edisi Bukber

Salah satu proyek yang penulis kerjakan selama magang adalah poster *company-wide town hall* sebagai salah satu acara internal SIRCLO yang menjadi tanggung jawab dari tim Corporate Communications bersama dengan tim People & Culture, yaitu *Iftar Gathering 2025*. *Iftar Gathering* sendiri merupakan istilah dalam Bahasa Inggris yang berarti buka puasa bersama. Acara ini dilakukan bersamaan dengan *company-wide town hall*, yang diselenggarakan setiap bulan secara langsung (*onsite*) di *headquarter* SIRCLO, yaitu Traveloka Campus, Green Office Park 1. Dalam mengerjakan proyek desain di perusahaan, terhadap 4 tahap dalam alur koordinasi seperti yang terbagi di kolom Notion unit Creative, dibagi menjadi *to do*, *doing*, *on review*, dan *done*. Tahap ini juga dipakai untuk menandai *progress* desainer dalam prosesnya menyelesaikan sebuah desain.

#### A. *To Do*

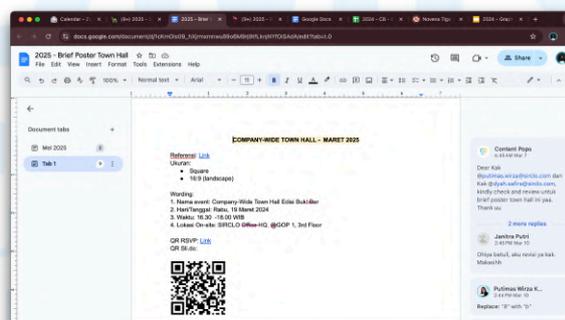
Sebelum *town hall* dilakukan, unit Corporate Branding akan menjadwalkan dan merancang penyelenggaraannya dengan rinci. Unit Corporate Branding kemudian akan menyusun *brief* terkait informasi *town hall* dan mengajukan permintaan desain melalui *Notion card* yang akan muncul di tabel Notion unit Creative, lengkap dengan tautan *brief*, PIC, dan tanggal *deadline* untuk desain dan tanggal konten akan diunggah. Ketika

penulis mendapatkan *request* melalui Notion, penulis dapat menetapkan prioritas pengerjaan berdasarkan urgensi dan *work load* yang diberikan.



Gambar 3.8 Contoh Notion Card

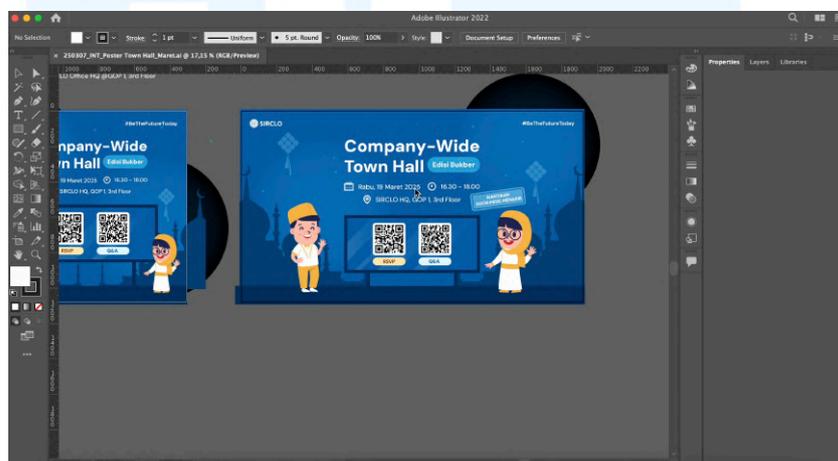
Pada acara *iftar gathering* yang dilakukan bersamaan dengan *company-wide town hall*, terdapat permintaan desain berupa poster acara dalam format *landscape* 16:9 dan 1:1 untuk dibagikan di *channel* internal SIRCLO yaitu Slack dan Intranet. Pada Notion *card*, PIC sudah melampirkan tautan yang berisi *brief* dari desain yang perlu penulis buat. *Brief* ini disusun melalui Google Docs dan meliputi *copywriting* untuk desain sesuai dengan urutan informasinya dari atas ke bawah, dan catatan untuk penambahan elemen visual seperti foto, gambar, atau ilustrasi *vector* yang mau ditampilkan. Pada *brief* poster *company-wide town hall*, terdapat informasi untuk hari dan tanggal acara, waktu, lokasi, serta *barcode* untuk tautan Slido yang akan digunakan saat acara.



Gambar 3.9 Brief Poster Town Hall

## B. Doing

Tahap digitalisasi desain dilakukan menggunakan *software* Adobe Illustrator. Pada proses ini, penulis mengawali dengan mencari referensi desain di internet yang memiliki korelasi dengan *flat illustration*, *ramadan design*, dan *iftar gathering*. Penulis juga melihat desain poster *town hall* dari bulan sebelumnya untuk menganalisis apakah ada aset atau *layout* yang secara konsisten digunakan sebagai *template* untuk jenis konten tertentu, salah satunya untuk poster *town hall*.



Gambar 3.10 Pengerjaan Desain Proyek 1

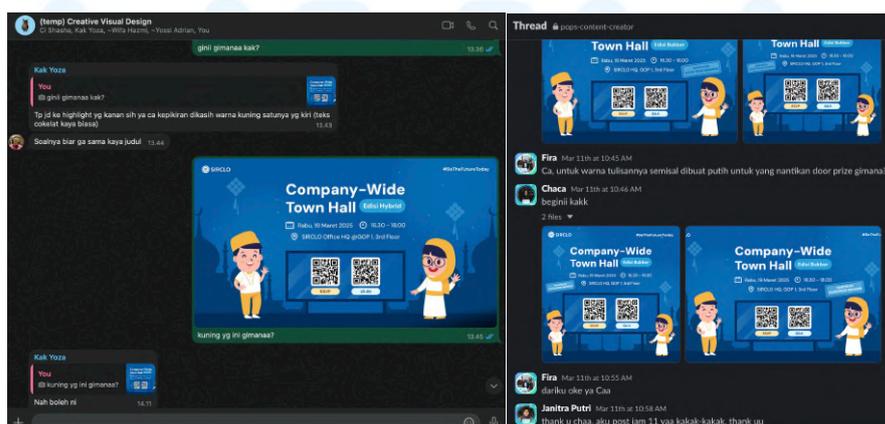
Setelah cukup dengan referensi, penulis membuat *file* baru di Adobe Illustrator dengan format penamaan “YYMMDD\_IGI/IGS/INT\_Nama Konten”. Untuk poster *company-wide town hall* edisi bukber, penulis menggunakan warna dasar dari salah satu *color palette employer branding* SIRCLO dengan *hex code* #005DA7. Penulis juga menambahkan maskot SIRCLO, yaitu Sir Clo dan Cloe yang menggunakan pakaian dengan nuansa ramadan untuk memberikan kesan yang hangat dan meriah. Untuk elemen yang dipakai, penulis menambahkan elemen berupa siluet dari masjid, papan pengumuman untuk menampilkan *QR Code*, dan bentuk yang menyerupai ketupat guna menggambarkan suasana menyambut Ramadan. Untuk teks, sebagian besar menggunakan warna putih dengan *hex code* #FFFFFF untuk

menampilkan kontras, guna meningkatkan kejelasan dan keterbacaan informasi pada poster.

### C. On Review

Setelah menyelesaikan proses desain, penulis akan mengirimkan hasil pekerjaan kepada unit Creative untuk dilihat bersama-sama. Tahap ini penulis lakukan dengan mengirim *file* jpg. atau png. melalui ruang obrolan unit di grup WhatsApp. Pengamatan yang dilakukan oleh senior di unit Creative kemudian menghasilkan *feedback* terkait desain.

Hasil desain yang dikirimkan kemudian mendapatkan *feedback* mengenai elemen *text box* di bagian bawah *QR Code* yang sebaiknya diberi warna berbeda, supaya menjadi pembeda antara informasi antara elemen *text box* di bawah *QR Code* dengan yang ada di sebelah judul utama. Kemudian, penulis mengubah warna *text box* dari biru (#27A2D9) menjadi kuning muda (#FFE9B2) dan biru muda (#E1F9FF). Setelah mendapatkan *approval* dari senior unit Creative, penulis akan mengirim hasil revisi ke PIC dari unit Corporate Branding melalui aplikasi Slack dan mendapatkan *feedback* dari senior di unit Corporate Branding dan tim Corporate Communications.



Gambar 3.11 Approval Desain Proyek 1

Proses *doing* dan *review* dilakukan secara *iterative* melalui pengerjaan dan pemberian *feedback* dan revisi. Revisi yang didapatkan penulis dari senior di unit Creative umumnya berhubungan dengan teknis

seperti penggunaan warna, *layout*, *white space*, dan elemen visual lainnya. Sedangkan revisi yang datang dari unit lain seperti unit Corporate Branding, Media & Public Relations, atau tim People & Culture lebih difokuskan pada pembaruan *copywriting* atau tambahan dan pengurangan informasi yang hendak ditampilkan pada desain.

#### D. Done

Setelah mendapatkan *approval* dan hasil desain final, penulis mengunggah dokumen ke Google Drive perusahaan untuk kebutuhan dokumentasi. Selama proses pengerjaan, *feedback* dan arahan yang diberikan senior memberikan pembelajaran bagi penulis untuk tetap mengedepankan prinsip desain, mempertahankan konsistensi *brand identity*, tata cara penulisan serta bagaimana menyusun media informasi yang tepat untuk komunikasi internal kepada karyawan perusahaan SIRCLO yang menjadi audiens dari konten yang penulis susun. *Feedback* yang diberikan memberikan hasil final dari poster *company-wide town hall* edisi bukber seperti berikut ini.



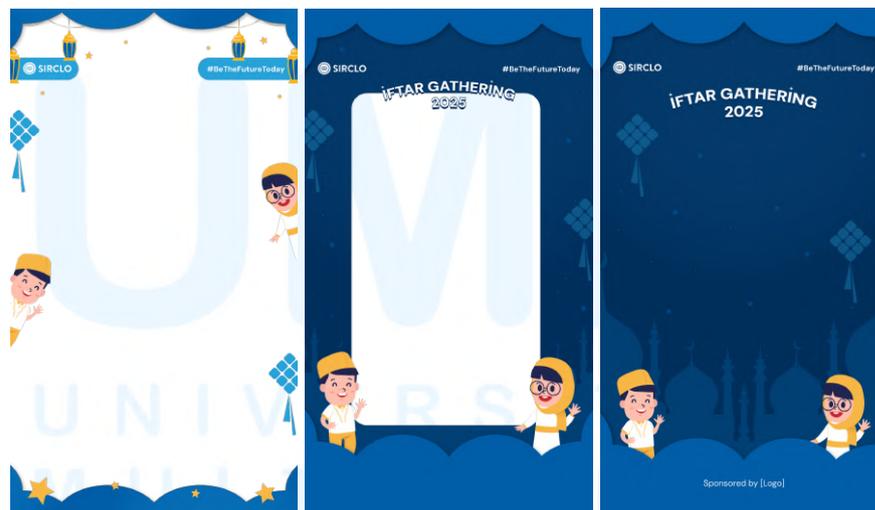
Gambar 3.12 Poster *Town Hall* Edisi Bukber

Pada desain poster ini, penulis berinisiatif untuk menghadirkan unsur yang dekat dengan identitas SIRCLO, yaitu Sir Clo dan Cloe. Kedua karakter ini diilustrasikan menggunakan pakaian bernuansa Ramadan, seperti baju koko dan hijab, guna menciptakan kesan hangat, ramah, serta menyelaraskan visual dengan momen spesial bulan suci. Kehadiran maskot ini tidak hanya memperkuat *branding* secara internal, tetapi juga menjadi

elemen yang mampu menarik perhatian karyawan karena sudah familiar dan sering digunakan dalam komunikasi internal perusahaan.

Selain karakter, penulis juga menambahkan berbagai elemen visual yang merepresentasikan suasana khas Ramadan. Di bagian latar, penulis menyertakan siluet masjid yang tidak terlalu dominan namun cukup untuk menciptakan nuansa desain yang religius. Penulis juga menyisipkan bentuk menyerupai ketupat di sisi atas poster, yang secara simbolis mewakili tradisi dalam menyambut Hari Raya Idulfitri. Elemen ini membantu menegaskan bahwa acara *town hall* yang diadakan kali ini bukan hanya sekadar pertemuan rutin, tetapi juga momen spesial untuk berbuka puasa bersama.

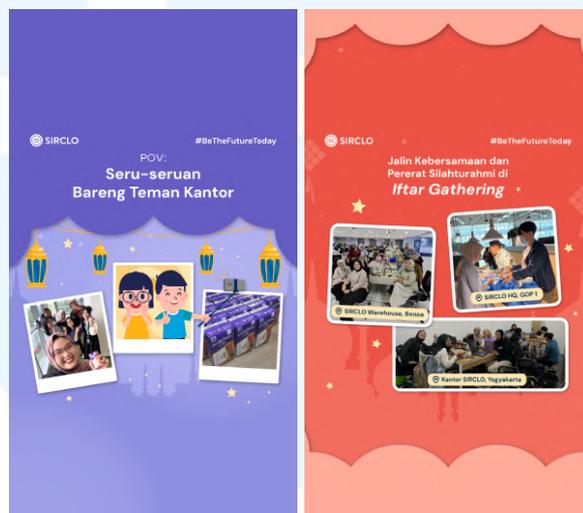
Untuk mendukung aspek fungsional dari poster, penulis menambahkan elemen berupa papan pengumuman sebagai latar bagi dua *QR Code* yang tersedia. *QR Code* tersebut dirancang untuk mengarahkan peserta ke tautan RSVP dan formulir sesi tanya jawab (Q&A), yang merupakan bagian penting dari kegiatan. Desain papan pengumuman ini dibuat tetap menyatu dengan elemen latar di belakangnya.



Gambar 3.13 *Template Instagram Story*

Selain poster, unit Corporate Branding bersama dengan unit People Development juga mengajukan permintaan desain untuk *template* Instagram Story dengan beberapa versi. Untuk *template* Instagram Story, penulis

menggunakan warna yang sama dengan poster *town hall*, yaitu biru dengan *hex code* #005DA7. Desain konten dengan nuansa Ramadan ini juga ditampilkan tidak hanya di konten internal, tetapi juga konten eksternal berupa *cover reels* dari kegiatan *iftar gathering* untuk Instagram @insidesirclo, yang menggunakan warna berbeda, yaitu ungu #655DC6 dan merah #EC5345 sembari tetap mempertahankan penggunaan visualisasi Ramadan melalui *background* dan elemen dekoratif seperti berikut.



Gambar 3.14 *Reels Cover Iftar Gathering*

Permintaan desain untuk *template* Instagram Story dan *reels cover* memiliki alur yang sama pada tahap *to do* poster *town hall*, mulai dari Notion hingga *brief* yang disusun melalui Google Docs. Setelah penulis mendapatkan permintaan desain dan menerima *brief*, penulis melakukan *review* dan masuk ke tahap digitalisasi desain. Penulis mengerjakan proyek *template* Instagram Story dan *reels cover* dengan menggunakan aset visual yang sama dengan poster *town hall* mulai dari maskot, bentuk dan elemen dekoratif, serta nuansa Ramadan yang diperlihatkan dalam desain.

Melalui pengerjaan desain ini, penulis tidak hanya mengembangkan keterampilan teknis dalam desain grafis, tetapi juga belajar mengenai pentingnya memahami hal-hal yang identik dengan Ramadan, *brand identity* untuk *employer branding* perusahaan, serta budaya dalam komunikasi visual

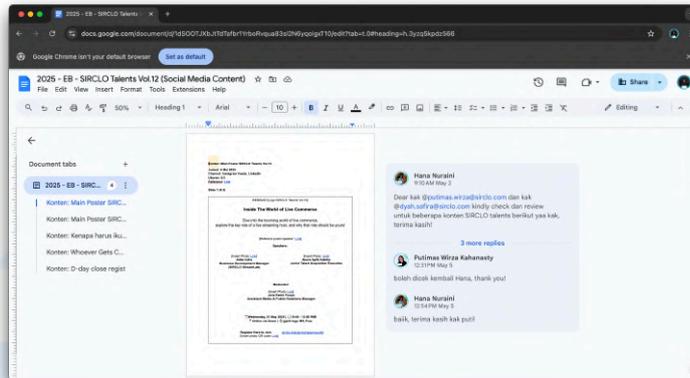
di lingkungan korporat. Penulis juga menyadari bahwa detail kecil seperti pemilihan warna, karakter, dan *layout* juga berperan besar dalam menciptakan pesan visual yang utuh dan bermakna. Kolaborasi dengan tim internal dalam proses revisi dan finalisasi turut memberikan pengalaman langsung dalam bekerja di lingkungan profesional yang dinamis. Secara keseluruhan, proyek ini meningkatkan pemahaman penulis mengenai peran desain dalam mendukung komunikasi internal perusahaan.

### **3.3.1.1 Main Poster SIRCLO Talents Vol. 12**

Salah satu proyek yang penulis kerjakan selama magang di unit Creative adalah pembuatan desain poster untuk webinar eksternal SIRCLO Talents Vol. 12 dengan topik *Inside the World of Live Commerce*. Berbeda dengan konten internal, webinar ini terbuka untuk publik dan merupakan bagian dari inisiatif tim Corporate Communications dan Talent Acquisitions dalam membagikan *insight* industri ke lingkup eksternal. Program ini salah satu *event* eksternal yang diadakan oleh tim Corporate Communications, bertujuan memberikan wawasan profesional seputar dunia kerja dan industri digital, sekaligus memperkenalkan citra profesional perusahaan ke audiens eksternal.

#### **A. To Do**

Proyek ini dimulai dengan diterimanya permintaan desain dari unit Corporate Branding melalui *Notion card*. Informasi lengkap mengenai acara, mulai dari topik, narasumber, moderator, waktu pelaksanaan, dan QR Code untuk pendaftaran, telah dirangkum dalam *brief* yang terlampir di Google Docs. PIC melampirkan *brief* yang sudah disusun sesuai dengan urutan dari atas ke bawah, dilengkapi dengan referensi dan sumber untuk foto *speaker* dan *moderator* yang akan ditampilkan pada poster.



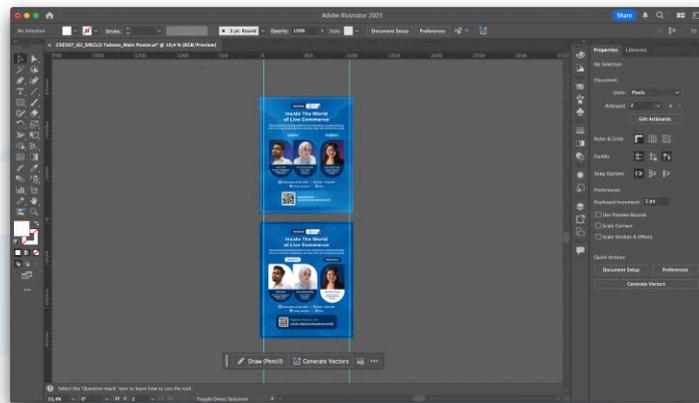
Gambar 3.15 *Brief* SIRCLO Talents

Permintaan desain yang diajukan mencakup poster berukuran rasio 4:5 untuk publikasi di Instagram dan kanal *digital* lainnya seperti LinkedIn. *Brief* yang diberikan mencakup isi poster mulai dari topik webinar yang dibawakan, informasi mengenai *speaker* dan mediator, informasi tanggal, lokasi, dan harga, juga tautan dan *call-to-action* untuk audiens mendaftar acara. Karena program ini bersifat eksternal, dibutuhkan pendekatan desain yang profesional dan mampu menjangkau audiens di luar lingkungan internal perusahaan. Meskipun demikian, penulis tetap harus mempertahankan *visual identity* dari *employer branding* SIRCLO agar konsistensi citra perusahaan tetap terjaga.

### ***B. Doing***

Desain ini dikerjakan dengan menggunakan *software* Adobe Illustrator. Penulis melakukan riset mengenai referensi desain dari poster webinar yang ada di internet untuk memastikan gaya visual yang digunakan informatif dan sesuai dengan *visual identity* untuk *employer branding* SIRCLO. Warna utama yang digunakan adalah biru (#005DA7), yang dikombinasi dengan biru tua (#002F5D) dan putih (#FFFFFF) pada teks yang bertujuan untuk menciptakan kontras dan keterbacaan informasi yang optimal.

Penulis juga sempat mengajukan poster yang menggunakan gaya warna gradasi, seperti terlihat pada gambar di bawah ini.



Gambar 3.16 Pengerjaan Desain Proyek 2

*Layout* disusun dengan memperhatikan *visual hierarchy*, dimana judul webinar diletakkan di bagian atas dan berukuran besar sebagai fokus utama, diikuti subjudul, informasi pembicara dan moderator yang masing-masing dibedakan warnanya, serta detail informasi mengenai tempat, waktu pelaksanaan, dan tautan untuk registrasi. Foto pembicara ditampilkan dalam bingkai latar putih dan foto moderator ditampilkan dalam bingkai berwarna biru tua, untuk menunjukkan adanya perbedaan peran. Elemen kalender, jam, lokasi, dan koin digunakan sebagai penunjuk visual mengenai detail informasi, dan ukurannya dibuat lebih kecil. *QR Code* serta tautan pendek untuk registrasi ditempatkan secara strategis di bagian bawah poster dilengkapi dengan latar agar mudah dikenali namun tetap harmonis, seirama, dan memberikan kesatuan dengan keseluruhan desain.

### **C. On Review**

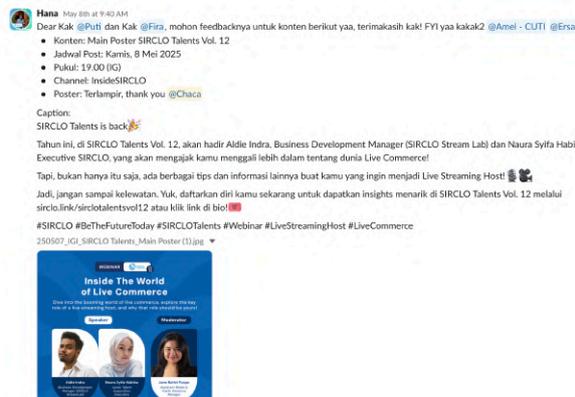
Karena proses desain ini penulis selesaikan di hari Selasa, dimana bertepatan dengan hari penulis melaksanakan *work from office*, penulis mendapatkan *feedback* secara langsung dari pihak senior dengan berdiskusi. Dari hasil diskusi yang dilakukan, penulis

dan senior merasa bahwa desain yang menggunakan warna gradasi lebih menyerupai *visual identity* dari SIRCLO secara bisnis, bukan *employer branding*-nya. Dari hasil diskusi ini, penulis dan senior akhirnya memutuskan untuk menggunakan gaya pewarnaan dari gradasi menjadi *solid*. Untuk meningkatkan kontras dan keterbacaan, penulis juga mengganti *text box* gradasi di belakang tulisan “*Speaker*”, “*Moderator*”, dan latar QR Code menjadi bentuk *rounded rectangle* dengan warna biru gelap (#002F5D) dengan kombinasi teks berwarna putih (#FFFFFF) dan sebaliknya.



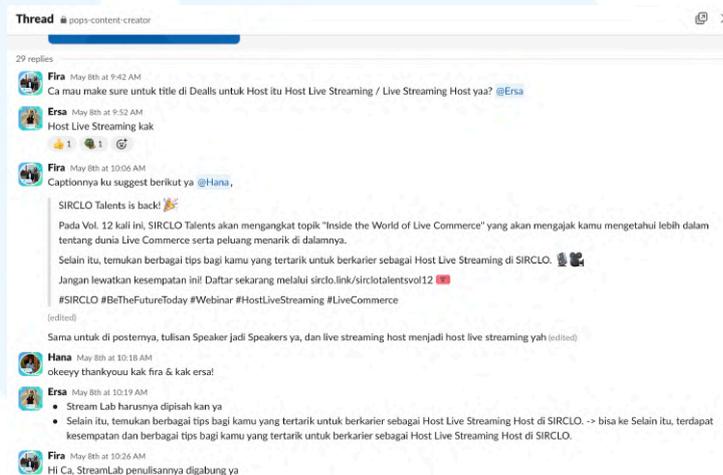
Gambar 3.17 Hasil *Review* Proyek 2

Setelah mendapatkan *approval* dari unit Creative, barulah penulis bisa mengoper hasil desain ke PIC dari unit Corporate Branding. Setelah itu, PIC akan mengirim *file* desain melalui *threads* untuk *approval* dari pihak senior unit Corporate Branding dan tim Corporate Communications di *channel* Slack.



Gambar 3.18 Permintaan *Feedback* Proyek 2

Dari *threads* ini, penulis mendapatkan revisi minor untuk mengubah *copywriting* pada poster. Revisi disampaikan oleh senior unit Corporate Branding dan Talent Acquisition untuk mengubah kata “*Speaker*” menjadi “*Speakers*”, dan “*live streaming host*” menjadi “*host live streaming*”. Perubahan *copywriting* ini dilakukan untuk memperbaiki penggunaan kata dan *grammar* supaya memperjelas isi dan informasi yang disampaikan pada konten.



Gambar 3.19 *Feedback* Proyek 2

Setelah memberikan *update* hasil desain dan mengirimkan ke *threads* untuk di-*review* kembali, desain akhirnya mendapatkan *approval* dari senior. *QR Code* pada desain juga sudah dicoba dan bisa bekerja dengan baik. Kemudian, pihak senior akan mendiskusikan kapan desain akan naik ke media sosial seperti Instagram dan LinkedIn, sembari memastikan apakah ada perubahan waktu atau tetap berpaku pada jadwal awal yang sudah ditentukan.



Gambar 3.20 *Approval* Proyek 2

#### **D. Done**

Setelah mendapatkan *approval*, penulis mengunggah hasil desain ke Google Drive. Setelah mendapatkan *approval* dan mendapatkan hasil desain final, penulis mengunggah dokumen ke Google Drive perusahaan untuk kebutuhan dokumentasi. Selama proses pengerjaan, *feedback* dan arahan yang diberikan senior memberikan pembelajaran bagi penulis dalam mengerjakan desain untuk promosi eksternal dan menyampaikan informasi yang cukup banyak dalam satu halaman dengan memperhatikan *visual hierarchy* dan memprioritaskan detail informasi yang hendak disampaikan. *Feedback* yang diberikan memberikan hasil final dari poster eksternal SIRCLO Talents Vol. 12 dengan topik *Inside the World of Live Commerce* seperti terlihat pada gambar di bawah ini.

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



Gambar 3.21 Main Poster SIRCLO Talents Vol. 12

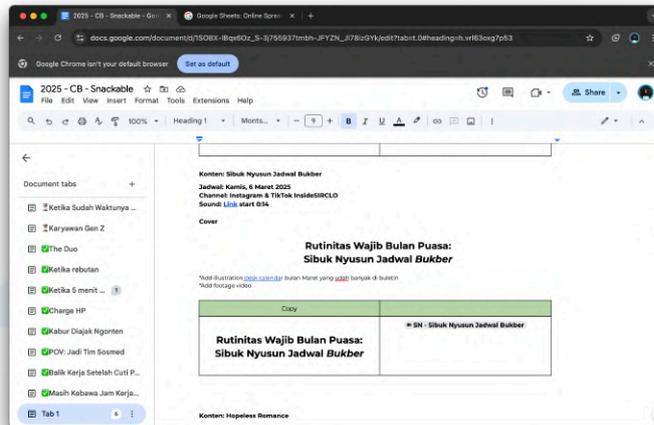
Pada poster ini, Dari segi penerapan prinsip desain, hasil poster menunjukkan pendekatan yang selaras dengan konsep *visual hierarchy*, di mana elemen-elemen informasi disusun berdasarkan tingkat kepentingan dan urutan baca yang umum digunakan dalam desain editorial. Prinsip kontras diterapkan pada bagian teks dan latar belakang untuk memastikan keterbacaan konten. Prinsip keseimbangan dan keselarasan (*alignment*) juga diperhatikan melalui penempatan elemen secara teratur, meminimalkan gangguan visual dan menjaga fokus audiens pada isi utama. Pemilihan warna biru sebagai warna dominan didasarkan pada identitas visual SIRCLO, yang konsisten digunakan pada materi lain, seperti salah satu contohnya, proyek utama berupa poster *company-wide town hall*. Font yang digunakan adalah DM Sans yang selalu digunakan untuk seluruh kebutuhan visual SIRCLO, bersifat sans-serif, yang dipilih untuk memastikan keterbacaan di berbagai perangkat *digital*.

### 3.3.1.2 Snackable

Untuk memperkuat citra perusahaan sebagai tempat kerja yang menyenangkan dan dinamis, SIRCLO mengembangkan berbagai konten ringan untuk media sosial eksternal. Salah satu di antaranya adalah video reels berjudul “Rutinitas Wajib Bulan Puasa: Sibuk *Nyusun* Jadwal Bukber”, yang dipublikasikan melalui akun Instagram @insidesirclo sebagai bagian dari konten mingguan *employer branding*. Penulis terlibat dalam proses pembuatan *reels cover* untuk konten Snackable yang rutin diunggah sebanyak kurang lebih 1-2 kali setiap minggunya.

#### A. To Do

Sama seperti proyek-proyek sebelumnya, proyek ini diawali dengan diterimanya permintaan desain dari unit Corporate Branding melalui Notion *card*. Informasi mengenai judul, *request* desain, dan *footage* video telah dirangkum dalam *brief* yang terlampir di Google Docs khusus untuk Snackable berikut ini.



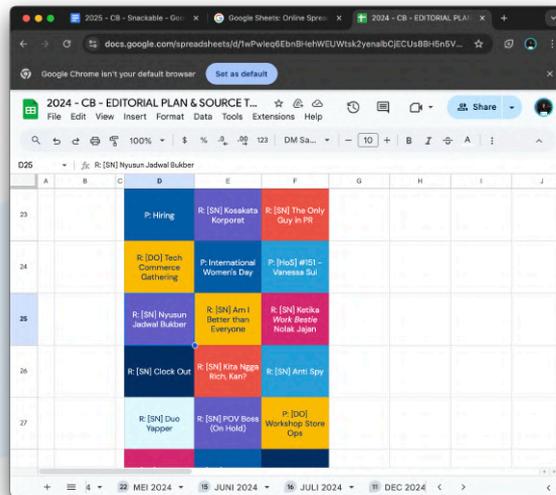
Gambar 3.22 Brief Snackable

Pada *brief* tersebut, terdapat instruksi penulisan judul dengan penyesuaian format *italic* untuk kata-kata tidak baku atau penggunaan Bahasa Inggris. Di bawahnya, tertulis permintaan visual untuk mencantumkan ilustrasi kalender dengan jadwal yang cukup

padat, sehingga banyak tanggal yang dilingkari. PIC konten Snackable, yaitu unit Corporate Branding, juga mencantumkan tautan berupa *footage* video untuk diedit oleh *video editor* dari unit Creative. *Brief* ini ditujukan tidak hanya kepada *graphic designer*, tetapi juga kepada video editor yang bertugas mengedit video pendek untuk konten reels di Instagram @insidesirclo.

### **B. Doing**

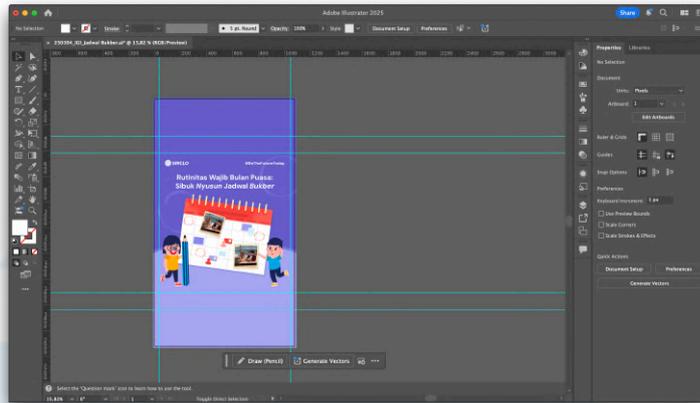
Penulis mengerjakan desain menggunakan Adobe Illustrator. Penulis melakukan riset referensi gaya desain *flat* dari internet dan juga merujuk pada desain-desain sebelumnya untuk memastikan kesesuaian gaya visual dengan *visual identity employer branding* SIRCLO. Penulis juga mengeksplor *masterpage* yang berisi kumpulan variasi maskot Sir Clo dan Cloe dengan berbagai postur dan ekspresi, yang dapat digunakan kembali sesuai kebutuhan. Untuk *background*, penulis menggunakan warna dasar ungu gelap (#655DC6) dan ungu muda (#A8A8EF). Sebagai konten rutin Instagram @insidesirclo yang diunggah setiap minggu, pemilihan warna pada proyek ini bisa bervariasi namun tetap disesuaikan dengan urutan warna yang telah ditentukan oleh penulis sebagai *graphic designer* melalui Google Sheets *Editorial Plan* untuk Instagram @insidesirclo berikut ini.



Gambar 3.23 Editorial Plan insidesirclo

Dalam pengerjaan desain Snackable, penulis secara konsisten menggunakan *template* logo SIRCLO dan *tagline* #BeTheFutureToday yang diletakkan di posisi yang sama untuk setiap unggahan di Instagram @insidesirclo. Untuk aset berupa ilustrasi *background* atau obyek (dalam hal ini: kalender), penulis menggunakan aset *free license* dari Freepik yang kemudian dimodifikasi dan disesuaikan warnanya dengan *color palette employer branding* SIRCLO.

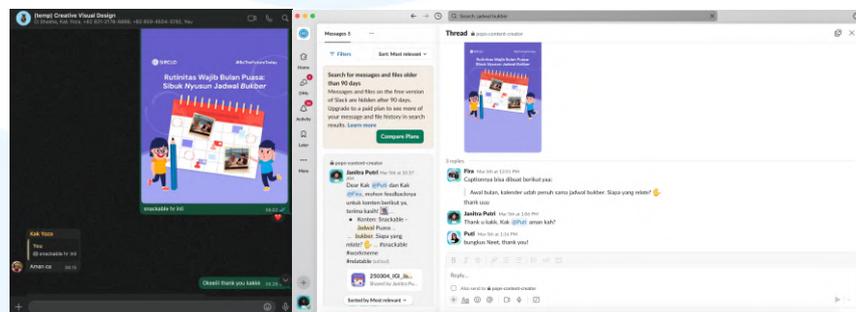
Penulis juga selalu menggunakan *typeface* DM Sans, dengan teks rata tengah dan ukuran bervariasi antara 54pt, 56pt, atau 58pt, tergantung panjang teks judul. *Footage* video yang ditampilkan pada *reels cover* selalu dibuat dalam bentuk *rounded rectangle* dengan *frame* dan efek *drop shadow* untuk menjaga konsistensi dan kesatuan identitas visual konten Snackable.



Gambar 3.24 Pembuatan Desain Snackable

### C. On Review

Setelah desain selesai, penulis mengirimkan hasilnya melalui grup WhatsApp unit untuk diperlihatkan kepada senior dan rekan kerja lainnya. Apabila desain dianggap sudah baik dan tidak ada koreksi, pihak senior akan menyampaikannya, dan penulis akan melanjutkan pengiriman ke PIC untuk ditinjau lebih lanjut.



Gambar 3.25 Approval Desain Snackable

Dalam contoh proyek ini, senior dari unit Creative menyatakan bahwa desain sudah aman untuk segera diteruskan ke PIC. Selanjutnya, penulis mengirimkan desain yang telah di-approve melalui Slack. Setelah itu, PIC akan mengunggah hasil desain ke *threads* untuk menerima komentar dari senior Corporate Branding dan tim Corporate Communications. Pada proyek ini, tidak terdapat masukan terhadap desain, sehingga konten dinyatakan siap diunggah

ke media sosial Instagram dan TikTok sesuai dengan jadwal dan urutan yang telah ditentukan.

#### **D. Done**

Setelah mendapatkan *approval* dan hasil desain final, proyek dinyatakan selesai. Penulis kemudian mengunggah *file* desain dan *working file* ke Google Drive perusahaan untuk dokumentasi. Berikut adalah tampilan final dari *cover reels* Snackable yang berjudul “Rutinitas Wajib Bulan Puasa: Sibuk Nyusun Jadwal Bukber”.



Gambar 3.26 Hasil Desain Snackable

Di luar *brief* yang diberikan, penulis menambahkan elemen visual berupa maskot Sir Clo dengan gestur menunjuk tanggal di kalender, serta Cloe dengan gestur memegang pensil yang digunakan untuk melingkari tanggal. *Footage* video pada poster ini didesain seolah-olah merupakan foto yang ditempelkan di atas kalender. Sebagai proyek rutin yang dikerjakan setiap minggu, berikut ini penulis lampirkan hasil desain konten Snackable yang telah diselesaikan selama masa magang berlangsung.



Gambar 3.27 Konten Snackable

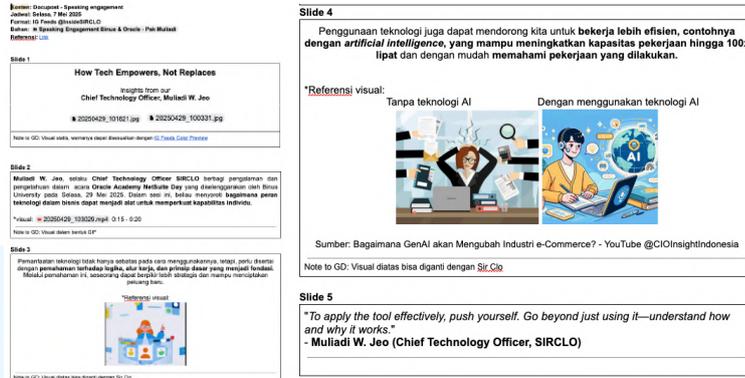
### 3.3.1.3 Docupost

Penulis turut berkontribusi dalam pembuatan jenis konten Docupost, yang merupakan sebuah format konten *carousel* Instagram yang bertujuan untuk mendokumentasikan dan membagikan momen penting dari kegiatan internal perusahaan. Salah satu proyek yang dikerjakan adalah desain konten bertajuk “*How Tech Empowers, Not Replaces*”, yang berisi *insight* dari Chief Technology Officer (CTO) SIRCLO dalam sebuah sesi berbagi di acara Oracle Academy NetSuite Day yang diadakan bersama Binus University pada 29 Mei 2025.

#### A. To Do

*Brief* untuk konten ini berasal dari tim Corporate Communications, dengan tujuan mendokumentasikan sesi *sharing* yang disampaikan oleh CTO mengenai pemanfaatan teknologi dalam dunia kerja. Penekanan utama adalah bahwa teknologi tidak menggantikan peran manusia, melainkan memperkuat kapabilitas individu. Penulis diberi tanggung jawab untuk membuat konten *carousel* dengan gaya visual yang informatif dan mudah dipahami dalam format media sosial. Konten ini dipublikasikan oleh unit Corporate Branding melalui Instagram @insidesirclo, dan oleh unit Media & Public Relations ke LinkedIn SIRCLO. *Brief* yang diterima

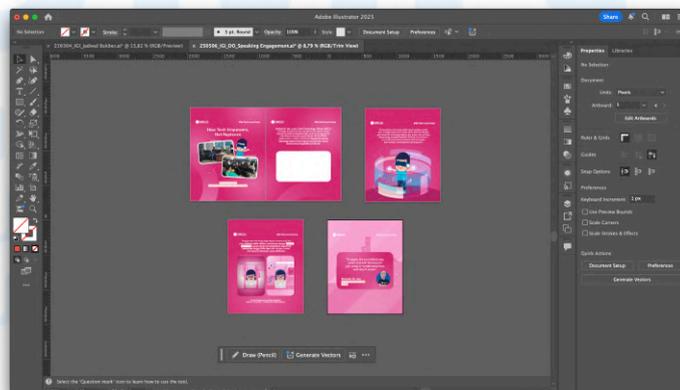
telah dikelompokkan berdasarkan urutan *slide*, lengkap dengan tautan gambar dan referensi visual dari PIC.



Gambar 3.28 Brief Docupost

### B. Doing

Penulis mengeksplorasi *brief* dan meninjau referensi visual yang diberikan. Setelah itu, penulis mengunduh foto-foto dari tautan yang tersedia untuk dicantumkan dalam desain. Selanjutnya, penulis memulai proses *layouting* menggunakan aplikasi Adobe Illustrator. Setelah menyelesaikan layout setiap halaman, penulis menambahkan elemen visual seperti foto dan ilustrasi di tiap halaman, dengan menggunakan aset buatan sendiri dan yang berlisensi bebas dari Freepik, kemudian menggabungkannya dengan maskot perusahaan agar membentuk kesatuan visual yang mendukung penyampaian pesan pada konten.

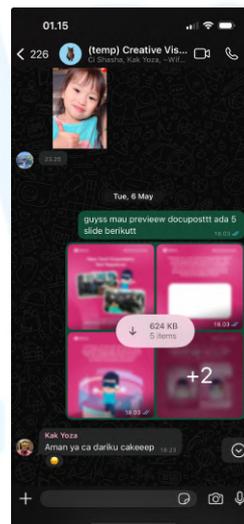


Gambar 3.29 Proses Desain Docupost

Penulis menggunakan warna utama merah muda (#D62970) dengan kombinasi warna merah muda dengan *shade* lebih terang (#F9A2D2). Pada proses desain ini, penulis bekerja sama dengan *video editor* untuk menampilkan video di *slide* kedua. Untuk memudahkan *video editor*, penulis mengekspor *file* png. untuk *slide* kedua, dan *video editor* mengedit video di bagian kosong pada desain. Sebelum mengoper *file* png. untuk diedit videonya, penulis terlebih dahulu meminta *approval* desain supaya desain yang diedit dalam bentuk video sudah bersifat final dan tidak perlu dilakukan berulang untuk menjaga efektivitas alur pekerjaan.

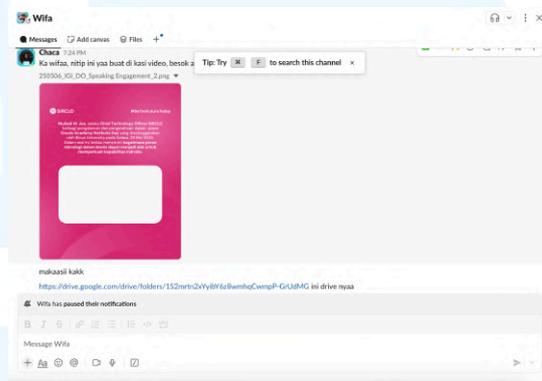
### C. On Review

Setelah proses desain selesai, penulis mengirimkan hasil desain ke unit melalui grup WhatsApp untuk diperlihatkan ke senior dan rekan unit lainnya. Apabila tidak ada hal yang perlu dikoreksi atau diperbaiki, pihak senior akan menyampaikan dan penulis akan mengoper hasil desain ke *video editor* untuk menambahkan video. Pada proyek ini, pihak senior dari unit Creative memberikan *approval* karena desain sudah aman untuk dioper ke PIC.



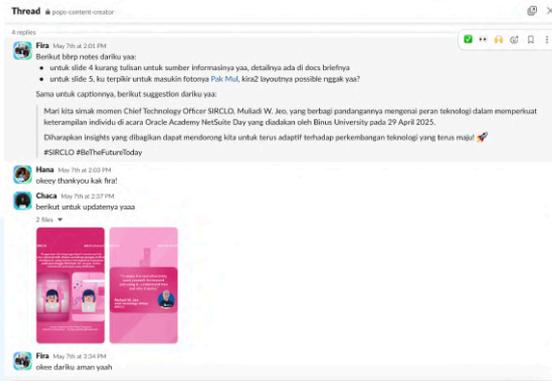
Gambar 3.30 *Approval* Desain Docupost

Ketika penulis sudah mendapatkan *approval*, selanjutnya penulis mengirim *file* desain yang perlu diedit oleh *video editor* melalui Slack. Penulis juga mengirimkan tautan Google Drive untuk mengunggah *file* desain final yang penulis dan *video editor* telah selesaikan. Desain yang sudah selesai akan dikirimkan ke PIC untuk ditinjau dan dikirim ke *threads* untuk *approval* sebelum desain diunggah di media sosial.



Gambar 3.31 Komunikasi ke *Video Editor*

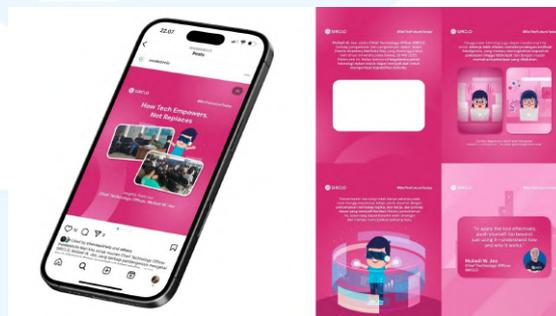
Desain yang sudah dikirim ke *threads* mendapatkan *feedback* dari senior unit Corporate Branding, yaitu di *slide* 4 dan 5. *Feedback* di *slide* 4 adalah mengenai sumber konten yang belum dicantumkan oleh penulis. Sedangkan *feedback* di *slide* 5 adalah penambahan foto dari subyek yang dibahas di konten Docupost. Setelah penulis melakukan revisi terhadap desain sesuai dengan *feedback* yang diberikan, penulis akan mengirim kembali ke grup WhatsApp unit Creative untuk meminta *approval*. Ketika penulis sudah mendapatkan *approval*, penulis akan mengirimkan hasilnya kembali melalui *threads*.



Gambar 3.32 *Feedback* dari unit Corporate Branding

#### D. Done

Setelah mendapatkan *feedback*, penulis melakukan revisi sesuai dengan *feedback* yang diberikan. Lalu setelah mendapatkan *approval* dan hasil desain final, penulis mengunggah dokumen ke Google Drive perusahaan untuk kebutuhan dokumentasi. *Feedback* yang diberikan memberikan hasil final seperti berikut ini.



Gambar 3.33 Hasil Docupost

Selama periode magang penulis di SIRCLO, penulis beberapa kali mengerjakan jenis konten Docupost. Jenis konten ini dipublikasikan di Instagram @insidesirclo dan LinkedIn. Docupost dibuat setelah sebuah acara internal diadakan, dan biasanya merupakan rekap atau dokumentasi dari acara yang dilakukan.



Gambar 3.34 Konten Docupost

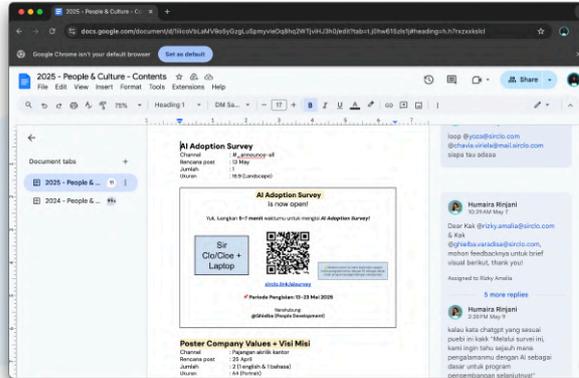
#### 3.3.1.4 Poster Internal

Sebagai bagian dari upaya komunikasi internal yang efektif, penulis berperan dalam pembuatan poster digital untuk mendukung kampanye adopsi teknologi di lingkungan kerja SIRCLO. Salah satu inisiatif yang didukung melalui media visual ini adalah promosi survei internal bertajuk “*AI Adoption Survey*” yang berlangsung pada 13–23 Mei 2025.

##### *A. To Do*

Poster ini merupakan permintaan dari tim People Development sebagai bagian dari program pemetaan kesiapan dan pengalaman karyawan terhadap penggunaan *artificial intelligence* (AI). Tujuan konten adalah untuk mendorong partisipasi aktif seluruh karyawan dalam mengisi survei yang nantinya akan menjadi dasar pengembangan pelatihan dan inisiatif berbasis AI ke depannya. Penulis bertugas membuat visual poster yang dapat disebarluaskan melalui *channel* komunikasi internal, seperti Slack dan Intranet. Konten harus mampu menyampaikan informasi secara ringkas namun jelas. Melalui permintaan yang diberikan dari Notion *card*, *brief* dari desain ini didapatkan dari tautan Google Docs seperti pada gambar terlampir di bawah ini. *Brief* ini meliputi judul dari poster, informasi mengenai survei dan batas pengisiannya, *QR Code*,

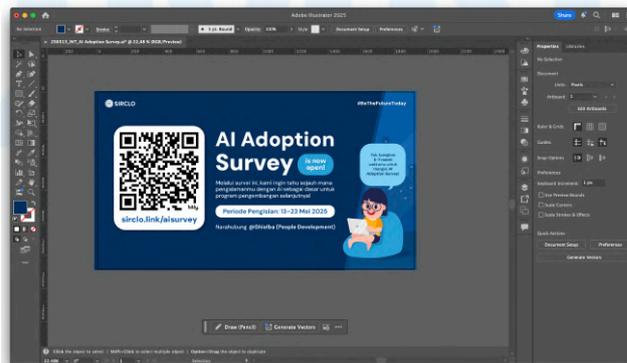
serta informasi narahubung, lengkap dengan penambahan elemen visual seperti maskot dan logo Slack.



Gambar 3.35 Brief Poster Internal

## B. Doing

Poster internal selalu dibuat dengan format *landscape* 16:9, dan menggunakan *software* Adobe Illustrator. Dalam proses pengerjaan, penulis menyesuaikan tata letak agar elemen *QR Code* cukup besar dan mudah dipindai, serta memastikan bahwa teks dapat terbaca dengan baik di berbagai ukuran layar. Penulis juga memperbesar bagian judul dan meningkatkan kontras pada bagian periode pengisian sebagai informasi penting yang hendak disampaikan pada poster ini.



Gambar 3.36 Proses Desain Proyek 5

Penulis merancang poster internal pada proyek ini menggunakan warna *background* biru gelap (#002F5D). Di bagian

samping kiri, penulis meletakkan *QR Code* dengan ukuran cukup besar karena fungsinya yang cukup dominan dalam *visual hierarchy* pada poster ini. Pada bagian samping kanan, penulis menambahkan maskot Cloe yang sedang menggunakan *laptop* dan berbicara, menyampaikan bagian *copywriting* poster yang memiliki fungsi sebagai *call-to-action*, yaitu “Yuk, luangkan 5-7 menit waktumu untuk mengisi *AI Adoption Survey!*”. Di bagian belakang maskot, penulis menambahkan latar jendela dengan pemandangan gedung tinggi, merepresentasikan latar kantor. Penggambaran maskot ini memberikan relevansi inklusivitas bagi audiens yang merupakan karyawan sebagai bagian internal dari perusahaan, untuk mendorong terlibatnya audiens dalam pengisian survei ini.

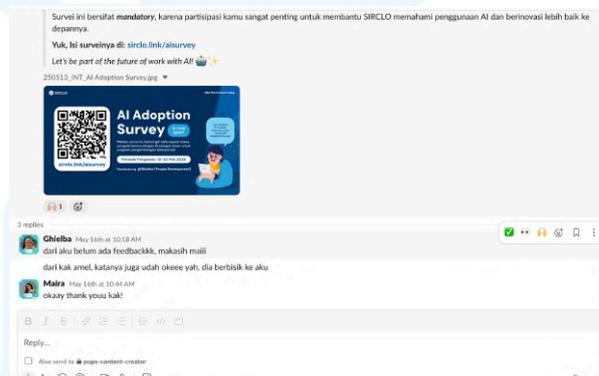
### ***C. On Review***

Karena proses pengerjaan dilakukan secara *offline* saat penulis sedang *work from office* di hari Selasa, penulis dengan pihak senior unit Creative melakukan diskusi secara langsung di kantor. Pada diskusi ini, penulis mendiskusikan mengenai penggunaan warna untuk mendukung kontras dan bagaimana *visual hierarchy* juga dikomunikasikan melalui pemilihan warna. Diskusi ini menghasilkan perubahan minor untuk warna *bubble text* yang sebelumnya merupakan biru (#27A2D9) menjadi biru (#7ED2F6). Perubahan ini dilakukan untuk menghindari kesamaan warna antara *bubble text* dengan *text box* “*is now open!*” melihat fungsi masing-masing *copywriting* yang berbeda dan ditakutkan akan terkesan serupa apabila memakai warna yang sama.



Gambar 3.37 Perubahan Warna

Setelah disetujui oleh unit Creative, penulis mengirim poster ke PIC dari People Development untuk kemudian diunggah melalui *threads* di aplikasi Slack untuk meminta *approval* dari pihak senior tim People Development. Apabila dari pihak senior tim People Development tidak ada *feedback* dan sudah memberikan *approval*, poster internal akan diunggah melalui *channel* Slack *insidesirclo* sesuai dengan jadwal yang sudah ditentukan.



Gambar 3.37 Approval Proyek 5

#### **D. Done**

Setelah mendapatkan *approval* dan mendapatkan hasil desain final, penulis mengunggah dokumen ke Google Drive perusahaan untuk kebutuhan dokumentasi. Selama proses pengerjaan, diskusi yang dilakukan bersama senior memberikan pembelajaran bagi penulis dalam *layouting*, menerapkan hirarki visual dan kontras, serta bagaimana menyusun media informasi yang

tepat untuk komunikasi internal kepada karyawan perusahaan SIRCLO yang menjadi audiens dari konten yang penulis susun. *Feedback* yang diberikan kemudian memberikan hasil final dari poster seperti berikut ini.



Gambar 3.38 Poster AI *Adoption Survey*

Poster AI *Adoption Survey* ini diunggah melalui *channel* Slack insidesirclo lengkap dengan *caption* berisi informasi lebih detail mengenai survei. Poster ini juga ditempel di papan tulis yang ada di kantor SIRCLO. Selain supaya lebih terlihat, poster ini juga menjadi bentuk *reminder* untuk karyawan supaya tidak lupa untuk mengisi survei selama periode pengisian masih berlangsung.



Gambar 3.39 Poster *AI Adoption Survey* di Kantor

Selama periode magang, penulis juga beberapa kali mendapatkan permintaan desain dari tim People & Culture berupa poster internal. Proyek poster internal ini dalam perancangannya mengedepankan kejelasan informasi dan fungsinya sebagai sarana komunikasi yang menasar ke audiens internal SIRCLo. Berikut adalah beberapa poster internal yang penulis rancang selama penulis menjalani periode magang di SIRCLo.



Gambar 3.40 Poster Internal

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

Selama menjalani kegiatan praktik kerja magang, penulis menghadapi berbagai kendala yang secara tidak langsung menjadi bagian penting dalam proses pembelajaran. Berbagai kendala tersebut muncul seiring dengan pelaksanaan tanggung jawab yang diberikan, dan memberikan kesempatan bagi penulis untuk mengembangkan *soft-skills* dan *hard-skills* dalam berbagai aspek. Penulis dilatih untuk mengembangkan kemampuan *problem solving*, seiring dengan upaya untuk memahami dan menerapkan pola komunikasi yang kolaboratif dalam kerja tim. Situasi yang penuh dinamika tersebut turut mendorong penulis untuk keluar dari zona nyaman, serta terbuka dalam mengeksplorasi hal-hal baru yang berkaitan dengan pekerjaan. Dengan demikian, penulis memperoleh pengalaman praktis yang memperluas wawasan dan meningkatkan kesiapan dalam menghadapi dunia kerja yang sesungguhnya.

Seluruh proses pembelajaran yang diperoleh selama masa magang tidak terlepas dari peran arahan dan bimbingan yang diberikan oleh para pembimbing serta rekan kerja senior. Dukungan tersebut, ditambah dengan lingkungan kerja yang kondusif dan suportif, menciptakan suasana yang mendorong penulis untuk berkembang secara optimal. Hal ini menjadi salah satu faktor penting yang mendukung keberhasilan penulis dalam menjalankan tugas serta memperkaya pengalaman profesional penulis selama menjalani kerja magang di SIRCLO.

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

Selama menjalani praktik kerja magang, penulis menemui beberapa kendala yang bersifat ringan namun tetap menjadi bagian dari proses pembelajaran. Salah satu kendala yang dialami adalah eksplorasi desain yang berbasis vektor dan menggunakan gaya visual *flat illustration*, yang sebelumnya tidak pernah penulis gunakan saat membuat sebuah desain.

Selain itu, kendala-kendala lain muncul seiring dengan pelaksanaan tanggung jawab yang diberikan oleh perusahaan. Tantangan-tantangan tersebut meliputi penyesuaian terhadap ritme kerja profesional, pemahaman

terhadap kebutuhan desain dari berbagai unit yang berbeda, serta manajemen prioritas dalam mengerjakan permintaan desain yang berdatangan. Penulis juga menghadapi tantangan dalam memahami konteks komunikasi internal yang bersifat lintas unit dan sering kali melibatkan banyak pihak dalam proses *review* dan *approval* desain.

Situasi ini menuntut penulis untuk mengembangkan berbagai *soft skills*, seperti kemampuan komunikasi yang efektif, keterbukaan terhadap umpan balik, dan inisiatif dalam mengelola waktu serta beban kerja secara mandiri. Semua dinamika tersebut menjadi sarana penting bagi penulis untuk keluar dari zona nyaman serta meningkatkan keterampilan berpikir kritis dan *problem solving* dalam lingkungan kerja yang sesungguhnya.

### **3.4.2 Solusi Pelaksanaan Magang**

Dalam menghadapi kendala eksplorasi desain berbasis vektor dengan pendekatan *flat illustration*, penulis melakukan studi referensi visual dan mempelajari prinsip-prinsip desain yang sesuai melalui berbagai sumber baik dari internet maupun dari perusahaan seperti *guidebook* desain perusahaan, *company profile*, *brand identity*, serta dokumentasi dari proyek-proyek sebelumnya. Proses adaptasi ini terus berjalan baik saat penulis mengerjakan proyek secara mandiri, atau saat berdiskusi dengan rekan satu unit untuk menghasilkan hasil desain yang baik. Kendala yang penulis alami secara responsif dan kolaboratif. Komunikasi aktif dengan senior dan rekan di tim Corporate Communications menjadi kunci dalam memahami alur kerja dan ekspektasi desain yang sesuai dengan standar perusahaan. Penulis juga terbiasa dalam melakukan revisi dan jadi lebih menyadari mengenai detail minor seperti kombinasi warna, *layout*, dan *white space*, menjaga kualitas desain, serta menyesuaikan ritme kerja dengan kebutuhan proyek.

Seluruh proses pembelajaran ini tidak lepas dari dukungan lingkungan kerja yang suportif dan bimbingan dari rekan kerja senior. Arahan yang diberikan membantu penulis berkembang tidak hanya dalam segi *hard-*

*skills*, tetapi juga *soft-skills*. Pengalaman magang ini turut memperluas wawasan penulis terhadap teknis desain dan meningkatkan kesiapan penulis dalam menghadapi tantangan dunia kerja secara profesional.



UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA