

BAB III

PELAKSANAAN MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi Pelaksanaan Magang

Selama melakukan magang di PT Astra Otoparts, penulis memiliki kedudukan di perusahaan, serta terdapat alur koordinasi pekerjaan yang perlu diikuti penulis. Tugas utama penulis adalah membuat *banner* promosi mingguan untuk keperluan pada aplikasi Astra Otoshop.

3.1.1 Kedudukan Pelaksanaan Magang

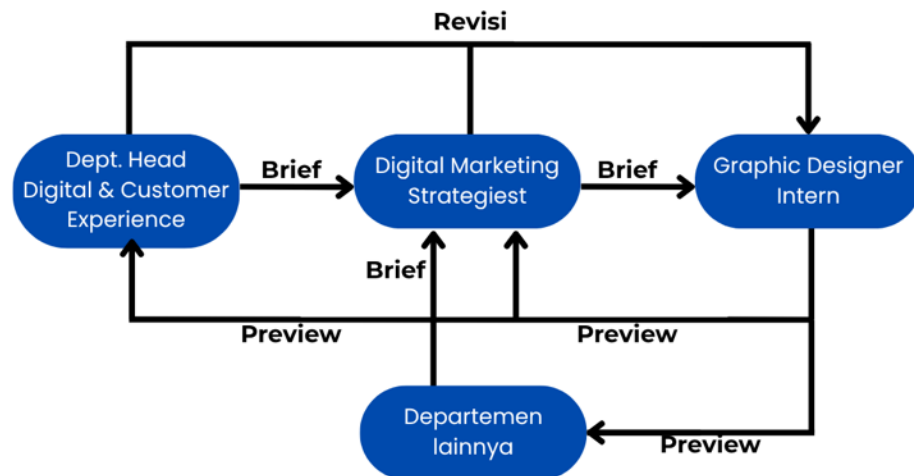
Penulis berkedudukan sebagai *Graphic Design Intern* di divisi *Factory Brand & Industrial Part*, departemen *Digital & Customer Experience*. Berdasarkan struktur organisasi di departemen *Digital & Customer Experience*, penulis bertugas sebagai *graphic designer* yang bertanggung jawab untuk mendesain keperluan promosi pada departemen *Digital & Customer Experience*, khususnya pada aplikasi *marketplace* yang dimiliki oleh Astra Otoparts yaitu Astra Otoshop.

3.1.2 Koordinasi Pelaksanaan Magang

Adapun alur koordinasi dalam penugasan desain di departemen *Digital & Customer Experience* memiliki berbagai tahapan yang disesuaikan dengan kepentingan dan siapa yang meminta desain tersebut. Dalam prosesnya, penulis akan mendapat *brief* dari *Supervisor Digital Marketing*. Selain mendapatkan penugasan dari dalam departemen, *Graphic Designer Intern* juga mendapatkan *brief* desain dari departemen lain yang biasanya disampaikan oleh divisi terkait ke *Supervisor Digital Marketing* lalu disampaikan ke *Graphic Design Intern*.

Setelah melakukan pengerjaan desain, *Graphic Designer Intern* melakukan *preview* ke *Supervisor Digital Marketing* untuk mendapatkan pendapat atas hasil desain yang dibuat, lalu selanjutnya hasil desain akan diteruskan ke pihak terkait. Segala bentuk desain yang dibuat akan

dikoordinasikan via *WhatsApp Group* saat melakukan *preview* maupun saat mendapatkan *approval* terakhir.



Gambar 3.1 Bagan Alur Koordinasi

3.2 Tugas yang Dilakukan

Berikut merupakan rincian tugas yang dilakukan penulis selama melakukan magang di PT Astra Otoparts, Tbk. Dalam tabel yang diuraikan, penulis membagi menjadi empat kolom: Minggu, tanggal, proyek, dan keterangan. Selama magang, penulis cukup banyak terlibat dalam pengerjaan proyek media *Through the Line* (TTL). Proyek besar yang menjadi tugas penulis meliputi Astra Otoshop dan IIMS 2025, *sticker* Aspira, *display* produk.

Tabel 3.1 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Magang

Minggu	Tanggal	Proyek	Keterangan
1	3-7 Februari 2025	<i>Banner</i> Astra Otoshop - IIMS	- Membuat <i>banner</i> promo dengan tema Valentine - Membuat desain gift voucher dan diskon IIMS
2	10-14 Februari 2025	<i>Banner</i> Astra Otoshop - IIMS	- Membuat konten promosi Wheel Spin IIMS - Membuat konten video IIMS - Membuat banner Kami Hadir di IIMS 2025

3	17-21 Februari 2025	• <i>Banner</i> Astra Otoshop • <i>Sticker</i> Aspira	• Membuat banner promo dengan tema Pay With Love • Membuat <i>sticker</i> Whatsapp untuk produk Aspira
4	24-28 Februari 2025	• <i>Banner</i> Astra Otoshop • <i>Sticker</i> Bus • Ucapan ulang tahun	• Membuat desain promosi produk AOP yang akan diletakkan di kaca belakang bus. • Membuat desain ucapan ulang tahun bagi konsumen AOP.
5	3-7 Maret 2025	• <i>Banner</i> Astra Otoshop • Spanduk Aki	• Membuat konten Instagram Feed untuk brand Aspiramotoquick • Membuat banner promo dengan tema Ramadan Berkah • Membuat desain spanduk untuk gratis pengecekan aki mobil
6	10-14 Maret 2025	• <i>Banner</i> promo Astra Otoshop <i>weekly</i> • <i>Banner</i> tema Ramadhan	• Membuat desain display paket produk untuk ditayangkan di AOS • Membuat desain display satuan produk untuk ditayangkan di AOS • Membuat banner dengan tema THR • Mendesain ulang banner promosi yang sebelumnya ada menjadi tema ramadan
7	17-21 Maret 2025	• <i>Banner</i> Astra Otoshop • <i>Mockup</i> aplikasi	• Membuat banner dengan tema Mudik Hemat • Membuat mockup aplikasi ataupun media <i>digital marketplace</i> Astra Otoparts
8	24-28 Maret 2025	• <i>Banner</i> Astra Otoshop • <i>Remove background</i> aset	• Melakukan <i>remove background</i> aset produk yang akan digunakan oleh divisi lain • Membuat banner dengan tema Aprazing

9	8-11 April 2025	• <i>Banner</i> Astra Otoshop • Membantu memasukan <i>voucher</i> ke amplop	• Membuat banner dengan tema April Amazing • Membantu memasukan <i>voucher</i> belanja di Astra Otoshop ke dalam amplop untuk dibagikan ke calon konsumen
10	14-17 April 2025	• <i>Banner</i> Astra Otoshop • Membantu memasukan <i>voucher</i> ke amplop	• Membuat <i>banner</i> dengan tema Pesta Hari Konsumen • Membantu memasukan <i>voucher</i> belanja di Astra Otoshop ke dalam amplop untuk dibagikan ke calon konsumen
11	21-25 April 2025	• <i>Banner</i> Astra Otoshop	• Membuat <i>banner</i> dengan tema <i>Pay April Day</i>
12	28 April – 2 Mei 2025	• <i>Banner</i> Astra Otoshop	• Membuat <i>banner</i> dengan tema <i>Otomeitif</i>
13	5-9 Mei 2025	• <i>Banner</i> Astra Otoshop • <i>Display Marketplace</i> Astra Otoparts	• Membuat <i>banner</i> dengan tema <i>Meiriah</i> • Memasukan foto-foto produk dan menyatukan dengan <i>background</i> untuk dijadikan <i>showcase</i> pada <i>marketplace</i> Astra Otoparts
14	12-16 Mei 2025	• <i>Display</i> Produk Astra Otoshop	• Memasukan foto-foto produk dan menyatukan dengan <i>background</i> untuk dijadikan <i>showcase</i> pada <i>marketplace</i> Astra Otoshop
15	19-23 Mei 2025	• <i>Display</i> Produk Astra Otoshop	• Memasukan foto-foto produk dan menyatukan dengan <i>background</i> untuk dijadikan <i>showcase</i> pada <i>marketplace</i> Astra Otoshop
16	26-30 Mei 2025	• <i>Display</i> Produk Astra Otoshop	• Memasukan foto-foto produk dan menyatukan dengan <i>background</i> untuk dijadikan <i>showcase</i> pada <i>marketplace</i> Astra Otoshop

3.3 Uraian Pelaksanaan Magang

Selama penulis melakukan magang sebagai *Graphic Design Intern* di departemen *Digital & Customer Experience* pada PT Astra Otoparts, penulis mendapat tugas desain untuk berbagai strategi desain marketing yang sedang berlangsung maupun yang akan berlangsung. Adapun proses pengerjaan dimulai dengan sebuah *brief* yang penulis dapat melalui *Digital Marketing Strategiest*. Penyampaian *brief* sangat bervariasi, ada yang diberikan secara lengkap dengan referensi desain, ada juga yang singkat, dan memberikan tambahan terkait revisi. Contohnya, penulis menerima *brief* mengenai pembuatan *banner* promosi untuk Astra Otoshop dan hanya diberikan informasi mengenai *Headline* dan informasi yang disertakan dalam konten, namun untuk desain penulis mengajukan beberapa desain yang dibuat. Oleh karena itu, penulis harus mampu menyesuaikan preferensi desain yang telah ada sebelumnya, berikut merupakan proyek utama penulis selama melaksanakan magang di PT Astra Otoparts.

3.3.1 Proses Pelaksanaan Tugas Utama Magang

Proyek pembuatan *banner* promosi ditugaskan kepada penulis menjadi proyek utama penulis selama melaksanakan magang. Adapun *banner* promosi pada Astra Otoshop merupakan agenda rutin tiap minggu dengan berbagai promo yang berbeda tiap minggu dan diulang pada bulan berikutnya dengan tema yang berbeda. Adapun konten *banner* promosi tiap minggu berisi nama promo, besaran diskon, dan ketentuan gratis ongkir. Tidak hanya *banner*, penulis membuat turunan dari *banner* yang terdiri atas 1 desain *page lane* yang menjelaskan syarat ketentuan dan kode *voucher* yang dapat digunakan sesuai promo yang dipilih, setelah itu turunan berikutnya adalah 6 desain *voucher* yang tiap masing-masing *voucher* memiliki perbedaan di jumlah diskon dan kode *voucher*.

Pada tahap awal pembuatan, penulis mendapat *brief* yang disusun oleh *Digital Marketing Strategiest* berisi informasi nama promo, beserta jumlah maksimal diskon dan gratis ongkir. Setelah itu, penulis dibebaskan untuk

bereksplorasi dalam pemilihan *background*, *font*, dan lainnya. Selanjutnya, penulis menanyakan referensi dari *Digital Marketing Strategi* desain *banner* sebelumnya. Berikut referensi yang penulis dapatkan dari *Digital Marketing Strategi* terkait desain *banner* promosi yang telah dibuat sebelumnya.

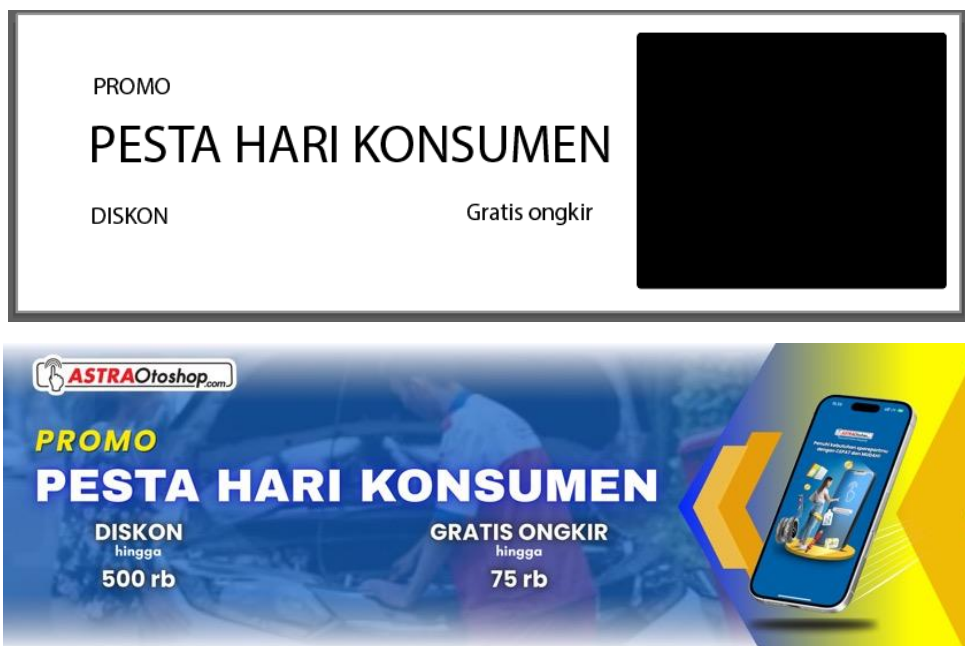


Gambar 3.2 Referensi Desain *Banner*

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Proses pembuatan *banner* dimulai dengan penulis membuat *artboard* dengan ukuran 2532x800 *pixel*. Lalu, penulis memulai dengan melakukan *layouting* kasar dengan mengikuti posisi *layout* yang dipakai pada desain sebelumnya. Selanjutnya penulis melanjutkannya dengan menggunakan desain

tersebut untuk menjadi *background* desain ini. Setelah menentukan *background* yang sesuai, penulis melanjutkan dengan manipulasi *font* menggunakan *drop shadow*. Manipulasi *font* ini dilakukan untuk membuat *headline* lebih menonjol dan menambahkan visibilitas dari teks. Selanjutnya untuk membuat sebuah hirarki visual yang baik, penulis membuat tulisan Pesta Hari Konsumen lebih besar agar audiens fokus ke poin utama dari *banner* ini, yakni promo Pesta Hari Konsumen. Penulis kemudian mendesain bagian *background* menggunakan foto pelayanan *brand* Shop&Drive pada kendaraan roda empat yang merupakan salah satu layanan jasa *service* yang bisa dibeli menggunakan *voucher* pada AstraOtoshop. Lalu penempatan informasi diskon dan gratis ongkir diletakan pada bawah *Headline* agar terlihat keterangan mengenai total promo Pesta Hari Konsumen. Di sisi kanan, penulis menambahkan *gadget* yang berisi tampilan aplikasi Astra Otoshop yang menandakan Astra Otoshop kini lebih mudah di akses melalui *gadget* calon konsumen, serta meletakan arah panah ke kiri mengarah ke *Headline* agar calon konsumen melihat kembali *Headline* dan keterangan promo yang diberikan. Penulis menggunakan warna biru dan kuning yang merupakan identitas visual warna dari AstraOtoshop sendiri.



Gambar 3.3 Proses Pembuatan Banner

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Pada tahap berikutnya, penulis mengirim hasil desain ke *Digital Marketing Strategiest* dan mendapat *feedback* untuk membuat ulang desain *banner* dengan menggunakan *background* yang telah didapat oleh *Digital Marketing Strategiest* yang didapat dari *freepik*. Lalu, untuk *font*, pada *headline* penulis mengganti *font* sesuai dengan yang diinginkan *Digital Marketing Strategiest* dan menambahkan efek *drop shadow* berwarna biru untuk menambahkan visibilitas pada teks.



Gambar 3.4 Proses Pembuatan *Banner* Pesta Hari Konsumen

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Pada tahap berikutnya, penulis kembali mengirim hasil desain ke *Digital Marketing Strategiest* dan mendapat *feedback* untuk desain pada teks *Headline*, dinilai kurang menonjol. Kemudian penulis menambahkan *gradient* kuning dan biru pada teks dan menambahkan efek *stroke* berwarna kuning untuk menambahkan visibilitas pada teks. Setelah melakukan revisi sesuai dengan *feedback* yang diberikan, penulis melanjutkan pembuatan turunan *banner* yaitu *page lane* dan *voucher*. Setelah selesai, penulis meminta *approval* kepada *Digital Marketing Strategiest* dan mendapatkan *approval* desain final.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3.5 Final Artwork Banner Pesta Hari Konsumen

Sumber: Dokumentasi Pribadi

3.3.2 Proses Pelaksanaan Tugas Tambahan Magang

Selama melaksanakan magang, penulis tidak hanya mendapat satu proyek saja. Namun penulis diberikan beberapa proyek tambahan dalam pelaksanaannya. Berikut merupakan beberapa proyek tambahan yang diberikan kepada penulis, dimulai dengan kebutuhan desain untuk IIMS 2025, *sticker* Aspira x Gresini Racing Team, *display* produk *bundling* Astra Otoshop,

Instagram *feed* Aspira Motoquick, *banner* kaca belakang bus, ucapan ulang tahun.

3.3.2.1 IIMS 2025: Kami Hadir di IIMS 2025

Indonesia *Internasional Motor Show* (IIMS) 2025 merupakan acara pameran otomotif tahunan yang partisipannya berasal dari produk roda dua maupun roda empat yang diselenggarakan di JIEXPO kemayoran. Pada tahun ini, Astra Otoparts kembali membuka *booth* untuk berjualan dan meningkatkan *brand awareness* kepada masyarakat mengenai kehadiran Astra Otoparts dan merek yang dinaungi Astra Otoparts seperti, KYB, GS Astra, Aspira, Akebono, Shell Helix Astra, dan lainnya. Oleh sebab itu, Astra Otoparts melalui media sosial Instagram melakukan berbagai promosi agar calon konsumen untuk datang ke *booth* Astra Otoshop dikarenakan banyak promo menarik yang akan didapat konsumen jika berbelanja saat acara IIMS 2025 berlangsung. Oleh sebab itu, penulis berkesempatan untuk membuat sebuah *banner* promosi untuk meningkatkan *awareness* yaitu *banner* dengan *Headline* Kami Hadir di IIMS 2025.

Dalam proyek ini, penulis mendapat *brief* untuk mengikuti desain pada Instagram Astra Otoshop dan melakukan perubahan teks, dan informasi mengenai acara Indonesia *International Motor Show* (IIMS) 2025. Adapun *brief* detail yang didapat adalah mengganti *Headline* menjadi Kami Turut Hadir Hadir Memeriahkan IIMS 2025, lalu posisi *booth* berada di posisi tengah, serta promo yang didapat jika melakukan pembelian secara langsung di *booth* Astra Otoshop pada acara IIMS 2025. Selanjutnya untuk aset seperti *background* maupun foto *booth* sudah diberikan pada *file* dengan format .psd yang diberikan oleh *Digital Marketing Strategiest*. Berikut merupakan referensi desain untuk desain *banner* Kami Turut Memeriahkan IIMS 2025.



Gambar 3.6 Referensi Desain *Banner* IIMS 2025

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Pada tahap berikutnya, penulis melakukan pengerjaan sesuai *brief* yang diberikan. Setelah selesai, penulis mengirim hasil desain ke *Digital Marketing Strategiest* untuk dilakukan *preview* mengenai hasil desain yang telah penulis buat. Berikut hasil desain *banner* Kami Turut Memeriahkan IIMS 2025.



Gambar 3.7 Hasil Desain *Banner* Sebelum Revisi

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Selanjutnya, penulis mengirim hasil revisi desain ke *Digital Marketing Strategiest* untuk dilakukan *preview* dan mendapat *feedback* untuk desain pada teks *Headline*, *stem* dinilai terlalu besar dan terlalu datar. Lalu pada bagian promo, foto payung perlu diganti dengan payung

yang asli berwarna merah, lalu peletakkan informasi lokasi *booth* dan promo ditukar posisinya, serta mengganti *headline* menjadi Kami Hadir di IIMS 2025. Selanjutnya penulis kembali melakukan revisi dengan memulai mengganti *font* dan menambahkan efek *drop shadow* berwarna biru untuk menambahkan visibilitas pada teks. Selanjutnya penulis melakukan dokumentasi mengenai payung asli yang akan didapatkan konsumen jika mengikuti syarat dan ketentuan berbelanja di IIMS 2025, selanjutnya, merevisi posisi peletakkan informasi *booth* dan informasi promo, dan juga mengganti *headline* menjadi Kami Hadir di IIMS 2025. Setelah melakukan revisi sesuai dengan *feedback* yang diberikan, maka *Digital Marketing Strategiest* melakukan *approval* terkait desain final yang telah dibuat penulis. Berikut merupakan hasil final dari desain banner IIMS 2025: Kami Hadir di IIMS 2025.



Gambar 3.8 Final Artwork Banner Ucapan IIMS

Sumber: Dokumentasi Pribadi

3.3.2.2 Sticker Aspira Gresini 2025

Aspira merupakan singkatan dari Aspirasi Rakyat. Aspira merupakan salah satu lini merek yang dipunyai oleh Astra Otoparts. Aspira memiliki berbagai produk untuk menunjang suku cadang dari kendaraan roda dua maupun roda empat, seperti oli, aki, ban, kampas rem, dan lainnya. Untuk memperluas penjualan produk unggulan dan *brand awareness brand*, maka Aspira dari tahun 2013 gencar melakukan sponsor, salah satunya adalah melakukan sponsor untuk *Gresini Racing Team* pada ajang balap motor, yaitu MotoGP. Pada tahun 2025 Aspira memperpanjang sponsor dan pada kali ini, penulis berkesempatan untuk

membuat *sticker* yang biasa dipakai untuk media sosial yang memuat foto pembalap *Gresini Racing Team* beserta nomor pembalap dan merek *Aspira & Gresini Racing Team*.

Dalam proyek ini, penulis membuat *sticker* yang berisikan foto pembalap *Gresini Racing Team* beserta kata-kata yang penulis dibebaskan dalam pemilihan kata tersebut. Penulis memilih kata yang dipakai berdasarkan desain *sticker* yang sebelumnya ada yang diberikan oleh *Digital Marketing Strategi* seperti, *Thankyou*, *Ok*, *Gass*, *Mantap*, *Ready to Win*, *Sama-sama*, dan *Siap*. Selanjutnya penulis mengatur *artboard* seukuran 1:1 dan mulai memasukan aset-aset seperti foto pembalap dan nomor pembalap yang telah diberikan oleh *Digital Marketing Strategi*. Dan setelahnya penulis mencari *font* yang sesuai dengan bidang balap motor tersebut. Penulis memakai *font* *Moto* yang sesuai dengan kejuaraan yang diikuti oleh *Gresini Racing Team*. Selanjutnya penulis mencari pose-pose yang sesuai dengan pemilihan kata yang akan digunakan. Setelah melakukan pemilihan *font*, foto, dan *layouting*, penulis melanjutkan dan menambah *stroke* gradasi pada *shape* yang digunakan agar menimbulkan efek kecepatan yang merupakan salah satu ciri khas balapan. Setelah selesai, penulis melakukan *preview* kepada *Digital Marketing Strategi*, penulis mendapat *feedback* bahwa sudah *approve* terhadap desain *sticker* yang telah dibuat. Selanjutnya, *Digital Marketing Strategi* melakukan *approval* atas desain penulis. Berikut merupakan proses pembuatan dan hasil desain pada proyek *sticker Whatsapp Aspira Gresini Racing Team*.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3.9 Final Artwork Sticker Aspira-Gresini Team

Sumber: Dokumentasi Pribadi

3.3.2.3 Display Produk Bundling Aspira Astra Otoshop

Astra Otoparts tidak hanya mengandalkan penjualan melalui distribusi ke *dealer-dealer* yang mempunyai maupun rekanan, namun Astra Otoparts memiliki banyak jaringan *online* untuk penjualan produknya, melalui nama Astra Otoshop. Astra Otoshop merupakan tempat Astra Otoparts penjualan produk-produk yang dijual Astra Otoparts secara resmi atau langsung dari Astra Otoparts kepada konsumen. Astra Otoshop dapat dijumpai melalui *website* maupun aplikasi, oleh karena itu calon konsumen dapat menemui semua produk Astra Otoparts dan rekanan dan

bisa membelinya langsung dari Astra Otoshop. Untuk meningkatkan penjualan dan membuat konsumen mudah menemukan suku cadang Aspira untuk kendaraannya khususnya kendaraan roda dua, maka *Digital Marketing Strategi* melakukan promo penjualan produk *bundling* yang berisi beberapa produk Aspira. Oleh sebab itu, penulis ditugaskan untuk membuat *display* produk *bundling* yang akan ditayangkan pada Astra Otoshop.

Penulis mendapat *brief* berupa menyatukan foto produk dengan desain *background* yang sudah ada dan mengatur tata letak produk *bundling* yang akan dijual secara paket. Pada tahap pertama, penulis melakukan pengecekan antara nama produk dan foto produk, jika tidak ada foto produk, penulis akan meminta kepada *Digital Marketing Strategi* ataupun mencari melalui *Google*, selanjutnya penulis membuat *artboard* berukuran 500*500 *pixel* di *Adobe Photoshop*. Lalu penulis meletakkan *background* yang telah diberikan sebelumnya, setelah itu penulis melakukan pengaturan penempatan yang tepat agar calon pembeli dapat melihat informasi produk dengan jelas. Pada tahap akhir, penulis melakukan *preview* dan tidak mendapatkan revisi dan langsung tayang pada katalog Astra Otoshop. Berikut merupakan hasil beberapa *display* produk *bundling* yang penulis telah buat.





Gambar 3.10 *Final Artwork Display Bundling Astra Otoshop*

3.3.2.4 Instagram Feed Aspira Motoquick

Dalam proyek ini, penulis diminta untuk membuat konten pada *Instagram Feed* yang berisikan promo menjelang lebaran untuk *dealer* Aspira Motoquick. Aspira Motoquick merupakan salah satu bengkel yang dipunyai oleh Astra Otoparts yang berfokus pada bengkel kendaraan roda dua dengan pelayanan yang mudah. Kehadiran Aspira Motoquick diharapkan membuat kemudahan bagi konsumen untuk menemukan *sparepart* yang berkualitas dan mudah ditemui.

Penulis mendapat brief berupa menggabungkan aset-aset yang telah dibuat lalu menjadikannya desain final. Adapun aset yang didapat penulis yaitu logo promosi, *background*, serta informasi yang harus ada di dalam konten tersebut. Selanjutnya penulis membuat *artboard* dengan perbandingan 4:5, lalu penulis memasukkan aset-aset yang telah diberikan dengan menerapkan prinsip desain. Setelah itu penulis memilih *font* yang biasa digunakan pada konten sebelumnya, dan membuat aset yang belum tersedia dan melakukan *remove background* pada foto produk yang diberikan. Setelah selesai mengerjakan, penulis melakukan *preview* kepada *Digital Marketing Strategiest*, dan hasilnya penulis langsung

mengirimkan format *file png* kepada *Digital Marketing Strategiest* untuk segera di *upload* melalui *platform Instagram*.



Gambar 3.11 Final Artwork Instagram Feed

Sumber: Dokumentasi Pribadi

3.3.2.5 Banner Promosi Kaca Bus

Dalam proyek ini, penulis diminta untuk membuat desain berukuran 1850 x 650 px yang bertujuan untuk membuat desain *banner* promosi merek GS Astra. Pembuatan *banner* ini bertujuan untuk meningkatkan *branding* dari GS Astra dan promosi saat momen mudik lebaran 2025. Adapun aset yang diberikan seperti foto produk aki GS Astra dan logo GS Astra. Selanjutnya penulis melakukan pembuatan *banner*

dengan memperhatikan keterbacaan, yang nanti nya desain *banner* ini akan diletakkan pada kaca belakang bus, sehingga harus dapat tersampaikan dengan jelas baik dari teks maupun foto produk.

Setelah selesai mengerjakan, penulis melakukan *preview* kepada *Digital Marketing Strategiest*, dan hasilnya penulis mendapat revisi mengenai *background* yang terlalu polos, konten teks yang kurang baik, serta kurang meletakkan logo GS Astra. Berikut merupakan proses pembuatan banner bus.



Gambar 3.12 Proses Pembuatan *Banner* Bus

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Pada tahap revisi desain, penulis tetap menggunakan warna yang mengikuti warna maupun keunggulan produk tersebut. Seperti produk GS Astra *Hybrid* yang kata *Hybrid* identik dengan ramah lingkungan karena mengurangi polusi, oleh karena itu penulis menggunakan warna hijau. Setelahnya untuk produk GS Astra *Maintenance Free* merupakan jenis aki yang mudah untuk dirawat, sehingga warna kuning digunakan karena melambangkan kebahagiaan dalam penggunaannya, baik secara kualitas

maupun perawatannya. Terakhir produk GS Astra *Sealed MF* merupakan produk unggulan GS Astra. Pada produk ini penulis ingin menonjolkan kenyamanan sehingga memilih warna cokelat yang ditambah pula dengan motor yang Tangguh pada segala medan. Pada aset seperti geometri penulis menggunakan untuk keperluan estetika desain, dan *shape* yang berhadapan untuk membantu alur konten yang diberikan dapat dilihat sesuai urutan yang ingin disampaikan penulis. Oleh sebab itu, aset yang digunakan pada ketiga desain, penulis mempertahankan konsistensi agar terjadi kesamaan pada setiap desain. Setelah mengerjakan dan melakukan *preview*, penulis mendapat *approval* dan mengirimkan format *file .png* kepada *Digital Marketing Strategiest*. Berikut merupakan hasil desain final untuk *banner* promosi GS Astra pada kaca belakang bus.





Gambar 3.13 Hasil Final Desain *Banner* Promosi Bus

Sumber: Dokumentasi Pribadi

3.3.2.6 Ucapan Ulang Tahun

Pada proyek ini, penulis mendapat *brief* untuk membuat *template* ucapan ulang tahun oleh *Digital Marketing Strategiest*, penulis diminta membuat desain ucapan sebebas-bebasnya namun tetap *brand guideline* Astra Otoparts. Tahapan pertama, penulis membuat *artboard* dengan ukuran 1080 x 1920 px, lalu penulis mencari referensi dari *Pinterest* mengenai ucapan ulang tahun yang biasanya dikeluarkan dari perusahaan. Setelah menemukan referensi, penulis mulai mencari *background* yang elegan dan meriah. Selanjutnya penulis mencari *font* yang sesuai dan mengatur *layout*, tidak lupa penulis memasukan pesan ulang tahun yang sudah tertulis pada *brief*. Penulis membuat empat alternatif yang nantinya akan dipilih oleh divisi terkait desain ucapan yang akan digunakan. Penulis melakukan *preview* dan tidak ada revisi, selanjutnya penulis mendapat *approval* untuk desain tersebut dan mengirim *file* dalam bentuk png. Berikut merupakan hasil empat desain ucapan ulang tahun.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3.14 Final Artwork Ucapan Ulang Tahun

Sumber: Dokumentasi Pribadi

3.4 Kendala dan Solusi Pelaksanaan Magang

Selama penulis menjalani magang di PT Astra Otoparts Tbk pada departemen *Digital & Customer Experience*, tentu terdapat beberapa kendala yang dihadapi dalam pelaksanaannya. Oleh sebab itu, penulis mencari solusi untuk meminimalkan hambatan dan menjaga kelancaran proses kerja. Berikut merupakan detail kendala yang dihadapi penulis beserta solusi yang penulis lakukan untuk menyelesaikan sebuah kendala.

3.4.1 Kendala Pelaksanaan Magang

Kendala pertama adalah pemberian *brief* yang kurang lengkap atau tidak jelas. Ditambah *brief* tidak disertai penjelasan mengenai tujuan desain dan menimbulkan perbedaan konteks pada proyek. Kemudian perbedaan preferensi desain, seperti pada awalnya mengikuti desain *feeds* Instagram namun setelah selesai dibuat, *Supervisor* kurang menyukai dan harus membuat ulang desain yang diinginkan, serta terdapat proyek yang memiliki *deadline* mendadak. Di sisi lain, fasilitas penunjang seperti jaringan yang sering lambat, sehingga mengganggu proses pengerjaan penulis dalam mengunduh atau mengirim keperluan maupun hasil desain yang telah dibuat.

3.4.2 Solusi Pelaksanaan Magang

Dalam mengatasi kendala yang penulis hadapi, penulis berinisiatif untuk bertanya lebih lanjut mengenai kebutuhan desain serta mencatat informasi penting terkait *brief*. Dalam menghadapi pekerjaan yang mendadak, penulis menentukan prioritas pekerjaan dan melakukan *time management* yang baik untuk memastikan proyek dapat selesai tepat waktu. Selain itu, penulis selalu beradaptasi dengan preferensi desain agar proses kerja dapat berjalan efisien dan tepat waktu.