

## BAB III

### PELAKSANAAN MAGANG

#### 3.1 Kedudukan dan Koordinasi Pelaksanaan Magang

Selama menjalani magang di PT Titik Temu Indonesia, penulis menempati posisi sebagai *Intern Graphic Designer* dalam tim Marketing. Kedudukan ini menempatkan penulis pada peran yang berfokus pada pembuatan desain visual yang mendukung kebutuhan promosi dan komunikasi perusahaan.

##### 3.1.1 Kedudukan Pelaksanaan Magang

Dalam menjalankan program magang di PT Titik Temu Indonesia, penulis menempati posisi sebagai *intern graphic designer* di bawah divisi marketing. Sebagai bagian dari tim kreatif, penulis berperan dalam mendukung kebutuhan desain visual untuk berbagai keperluan promosi dan komunikasi *brand*.

Dalam alur kerja sehari-hari, *project manager* menjadi pihak pertama yang menerima permintaan desain dari *outlet* maupun manajemen, baik untuk kebutuhan promosi maupun desain lainnya. Setelah itu, permintaan tersebut akan diteruskan ke *copywriter* untuk dibuatkan *brief* yang menjelaskan konsep dan pesan yang ingin disampaikan. Setelah *brief* selesai, *project manager* kemudian mengalokasikan tugas desain kepada *intern graphic designer* atau *senior graphic designer*, tergantung pada tingkat kompleksitas proyek.

Sebagai *intern*, setelah menyelesaikan tugas yang diberikan, penulis akan melakukan asistensi kepada *senior graphic designer* dan *chief marketing officer* (CMO) untuk mendapatkan masukan dan revisi. Keduanya memiliki wewenang untuk memberikan *feedback* guna memastikan bahwa hasil desain selaras dengan identitas visual serta strategi pemasaran perusahaan. Melalui proses ini, koordinasi antarbagian dalam tim marketing dapat berjalan dengan baik, sehingga setiap materi desain yang dihasilkan mampu mendukung komunikasi brand .TEMU secara efektif.

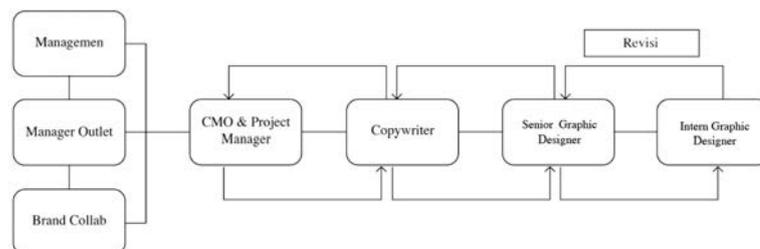
### 3.1.2 Koordinasi Pelaksanaan Magang

Dalam alur kerja sehari-hari, project manager menjadi pihak pertama yang menerima permintaan desain dari outlet maupun manajemen, baik untuk kebutuhan promosi maupun kebutuhan desain lainnya. Setiap kali ada permintaan baru, project manager akan berkoordinasi dengan copywriter untuk menyusun *brief* yang menjelaskan konsep serta pesan yang ingin disampaikan. Dengan kata lain, *brief* baru akan dibuat setiap kali terdapat proyek atau kebutuhan desain baru yang masuk.

Setelah *brief* selesai disusun, project manager kemudian mengalokasikan tugas desain kepada intern graphic designer atau senior graphic designer, tergantung pada tingkat kompleksitas proyek yang bersangkutan. Sebagai intern, setelah menyelesaikan tugas desain, penulis akan melakukan asistensi kepada Senior Graphic Designer dan Chief Marketing Officer (CMO) untuk mendapatkan masukan dan revisi yang dibutuhkan sebelum desain dinyatakan final.

Dalam praktiknya, *brief* umumnya dibagikan melalui platform manajemen proyek Trello, meskipun beberapa *brief* juga dapat dikirim melalui WhatsApp. Revisi desain umumnya disampaikan melalui WhatsApp untuk kecepatan komunikasi. Setelah desain dinyatakan final, file desain akan diunggah ke Google Drive sebagai arsip dan untuk kebutuhan distribusi lebih lanjut. Untuk komunikasi harian, tim menggunakan WhatsApp sebagai saluran utama, kecuali saat bekerja dari kantor (WFO), di mana revisi atau diskusi dapat dilakukan secara langsung secara lisan.

Alur koordinasi ini dapat pula dilengkapi dengan bagan alur kerja seperti berikut:



Gambar 3. 1 Bagan Alur Koordinasi

### 3.2 Tugas yang Dilakukan

Selama menjalani magang di PT Titik Temu Indonesia, penulis berkesempatan untuk terlibat dalam berbagai tugas yang berkaitan dengan desain grafis. Pekerjaan yang dilakukan mencakup pembuatan materi promosi, desain untuk kebutuhan operasional, serta beberapa tugas tambahan seperti mendukung sesi *photoshoot* dan pembuatan desain kemasan produk. Setiap tugas memberikan pengalaman berharga dalam memahami alur kerja di industri kreatif, khususnya di bidang desain grafis untuk industri F&B.

Tabel 3. 1 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Magang

Minggu	Tanggal	Proyek	Keterangan
1	22—31 Januari 2025	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Promo Design</li> <li>- Photoshoot</li> <li>- Ucapan hari besar</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Desain sticker packaging: Tiramisu, Pure Coconut</li> <li>- Desain media promosi: Workshop event Terrarium Valentine</li> <li>- Digital imaging: Pengolahan aset foto</li> <li>- Membantu perencanaan: Shot list dan moodboard untuk photoshoot</li> <li>- Mockup sticker: Beans Coffee</li> <li>- Online meeting</li> <li>- Edit foto: Kebutuhan katalog Grab/Gojek dan ESB POS .TEMU Agora</li> <li>- Edit foto menu: Digital imaging foto menu</li> <li>- Desain Instagram Story (IGS): Ucapan Isra Miraj, ucapan Imlek</li> <li>- Resize foto: Penyesuaian ukuran 16:9 untuk kebutuhan iklan</li> <li>- Photoshoot lifestyle: Materi promosi (model dan produk)</li> </ul>

2	01 – 08 Februari 2025	Photoshoot Promo Design Event Design	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Photoshoot lifestyle day 2: Mempersiapkan menu, pengambilan foto, dan lain-lain</li> <li>- Desain selipan menu, tent card, dan Instagram post untuk menu baru Banana Brulee di .TEMU Ubud</li> <li>- Desain selipan menu bundling Coffee Lemonade dan Croissant, serta desain promosi acara Valentine</li> <li>- Desain materi untuk perekrutan karyawan</li> <li>- Desain menu untuk menu baru di .TEMU Medan</li> <li>- Desain promosi bundling Coffee dan Pukis di .TEMU Agora</li> <li>- Desain feed Instagram untuk detail lokasi outlet</li> <li>- Persiapan acara TEMU x Instax: Desain materi promosi dan collateral</li> <li>- Hari pelaksanaan acara TEMU x Instax: Dokumentasi acara</li> <li>- Desain materi promosi dan menu untuk pop-up booth di Jakarta Sneakers Day</li> </ul>
3	09 – 16 Februari 2025	Photoshoot Promo Design .TEMU x Instax Planning campaign	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Revisi desain selipan menu</li> <li>- Desain kertas mewarnai untuk anak-anak</li> <li>- Photoshoot menu kolaborasi Instax x TEMU</li> <li>- Perencanaan desain media sosial untuk kolaborasi Instax x TEMU</li> </ul>

		wholesale beans	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Desain feed Instagram untuk menu kolaborasi Instax x TEMU</li> <li>- Desain feed Instagram untuk kompetisi foto Instax x TEMU</li> <li>- Desain feed Instagram untuk promo Instax x TEMU</li> <li>- Rapat mingguan</li> <li>- Desain tent card untuk Instax x TEMU</li> <li>- Desain kartu ucapan Valentine untuk TEMU Medan</li> <li>- Revisi feed Instagram untuk kolaborasi Instax x TEMU</li> <li>- Desain stiker logo untuk TEMU Stall x Mie Kepiting Bu RT</li> <li>- Desain poster makanan untuk Jakarta Sneakers Day</li> <li>- Perencanaan kampanye wholesale beans untuk TEMU Roastery: sketsa logo kampanye, brainstorming berbagai gaya logo dan visual</li> <li>- Finalisasi kartu Valentine</li> <li>- Mulai desain konsep pertama BEANS in BULK (logo, ilustrasi, dan digital imaging)</li> <li>- Desain Instagram Story untuk kelas latte art di TEMU Agora</li> <li>- Perencanaan konten untuk kampanye BEANS in BULK</li> </ul>
4	- 24 Februari 2025	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Promo Design</li> <li>-Event Design</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- asistensi visual campaign setelah pemilihan dan revisi logo</li> <li>- desain segel botol minuman</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Planning campaign roast your own</li> <li>-Packaging design</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- desain stiker varian baru biji kopi .temu roastery</li> <li>- desain instagram story untuk event tune in for love .temu medan</li> <li>- membuat template panduan media sosial .temu coffee</li> <li>- desain poster penjualan wholesale beans untuk instagram feed dan story</li> <li>- rapat mingguan</li> <li>- brainstorming desain kemasan untuk program baru "roast your own beans"</li> <li>- photoshoot dan video shoot untuk campaign beans in bulk</li> <li>- desain mockup biji kopi .temu roastery untuk katalog tokopedia</li> <li>- desain materi promosi bundling menu .temu medan (instagram feed, story, selipan menu, dan tent card)</li> <li>- desain stiker packaging basque cheesecake .temu agora</li> <li>- desain promo kolaborasi dengan funworld .temu agora</li> <li>- mengambil sampel kemasan cheesecake</li> <li>- revisi desain bundling menu .temu medan</li> <li>- desain menu signature bowl .temu tebet</li> <li>- melanjutkan desain stiker packaging cheesecake</li> </ul>
--	--	--

			<ul style="list-style-type: none"> <li>- revisi desain promo funworld (feed dan story)</li> <li>- mengilustrasikan alat dan mesin roasting kopi untuk desain instruction card</li> <li>- desain instruction card untuk program roast your own .temu tebet</li> <li>- finalisasi desain stiker cheesecake .temu agora</li> </ul>
5	25 Februari - 03 Maret 2025	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Promo Design</li> <li>-Ramadan Bundling Project</li> <li>-Soft Opening .TEMU IDD</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Produksi stiker packaging cheesecake.</li> <li>- Desain untuk menu baru .TEMU Ubud (selipan menu, tent card, Instagram story, dan feeds).</li> <li>- Desain story dan feeds informasi pembukaan .TEMU IDD pada 1 Maret.</li> <li>- Desain menu untuk .TEMU IDD.</li> <li>- Rapat mingguan di .TEMU Agora.</li> <li>- Desain undangan soft opening.</li> <li>- Desain jam operasional untuk Ramadan di semua outlet.</li> <li>- Desain wobblers untuk pressed juice di .TEMU Agora.</li> <li>- Revisi undangan untuk .TEMU IDD.</li> <li>- Digital imaging untuk bundling outlet SCBD, Sarinah, Agora, Cipete, dan Tebet.</li> <li>- Desain feeds dan story untuk Ramadan bundling outlet SCBD, Agora, Sarinah, Cipete, dan Tebet.</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Desain selipan menu untuk iftar special beverages.</li> <li>- Desain selipan menu untuk Ramadan bundling SCBD, Agora, Sarinah.</li> <li>- Desain tent card untuk Ramadan bundling SCBD, Agora, Sarinah.</li> <li>- Desain story ucapan menunaikan ibadah puasa.</li> <li>- Finalisasi desain sosial media untuk "Be Your Own Barista" .TEMU Tebet.</li> <li>- Revisi menu Ramadan untuk .TEMU Cipete.</li> <li>- Revisi post Instagram Ramadan untuk .TEMU SCBD.</li> <li>- Ke IDD PIK untuk foto dokumentasi soft opening .TEMU IDD.</li> <li>- Desain stiker beans untuk .TEMU Roastery.</li> <li>- Desain spanduk, poster, Instagram feeds, dan Instagram story untuk .TEMU Mbloc yang sedang dalam renovasi.</li> </ul>
6	04 – 11 Maret 2025	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Editing foto soft opening .TEMU IDD.</li> <li>- Desain Instagram feeds &amp; Instagram story event .TEMU x Sennheiser.</li> <li>- Rapat mingguan di SCBD.</li> <li>- Desain Instagram feeds &amp; Instagram story workshop Ramadan in Bloom.</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Desain Instagram feeds &amp; Instagram story workshop.</li> <li>- Desain poster jam operasional .TEMU IDD.</li> <li>- Finalisasi desain untuk Ramadan in Bloom dan Preloved.</li> <li>- Membuat dummy packaging untuk Roast Your Own .TEMU Roastery dan booklet mini.</li> <li>- Revisi desain Ramadan in Bloom dan Preloved.</li> <li>- Mengajukan desain keseluruhan Roast Your Own .TEMU Roastery dalam bentuk PDF (lengkap dengan desain dan mockup).</li> <li>- Revisi menu .TEMU IDD.</li> <li>- Perencanaan packaging untuk wholecake .TEMU Medan.</li> <li>- Perencanaan feeds desain untuk kampanye Beans in Bulk.</li> </ul>
7	12 – 19 Maret 2025	<p>Melakukan revisi dan preview ulang untuk Instagram post Bean in Bulk.</p> <p>Mendesain Instagram post untuk event lomba foto IQOS.</p> <p>Hadir ke .TEMU Agora untuk event IQOS.</p> <p>Melakukan revisi cover booklet "Roast Your Own".</p> <p>Melakukan revisi Instagram post Ramadan Workshop.</p> <p>Mendesain pricelist card untuk pastry dan beverages di .TEMU SCBD.</p>

			<p>Mendesain Instagram post untuk acara nonton bareng bola.</p> <p>Merancang planning signage untuk .TEMU Agora.</p>
8	20 – 27 Maret 2025		<p>Menghadiri weekly meeting di .TEMU Cipete.</p> <p>Melakukan shooting konten daily untuk .TEMU Cipete.</p> <p>Mengedit foto hasil dokumentasi.</p> <p>Mendesain jam operasional untuk Idul Fitri.</p> <p>Mendesain menu .TEMU IDD.</p> <p>Mendesain ucapan Hari Raya Nyepi.</p> <p>Mendesain promo bundling "The Ultimate Combo" untuk .TEMU IDD.</p>
9	28 Maret – 04 April 2025		<p>Mendesain tent card promo bundling untuk .TEMU IDD</p> <p>Melakukan finalisasi desain tent card</p> <p>Mendesain signage toilet untuk .TEMU SCBD</p> <p>Mendesain signage direction untuk .TEMU Agora</p> <p>Mendesain signage fire exit untuk .TEMU SCBD</p> <p>Melakukan revisi signage untuk .TEMU Agora</p>
	05 April – 12 April 2025		<p>Mendesain Instagram post untuk workshop Flower Party</p> <p>Mendesain feed Instagram FAQ Facilities</p>

		<p>Melakukan revisi FAQ Facilities</p> <p>Melakukan revisi ukuran signage fire exit</p> <p>Mendesain ucapan Good Friday dan Paskah</p> <p>Mendesain event calendar untuk bulan April</p> <p>Mendesain Instagram post detail tiap event</p> <p>Mendesain sticker beans baru</p> <p>Melakukan revisi desain ucapan Good Friday dan Paskah</p>
	13 April – 20 April 2025	<p>Melakukan revisi desain signage .TEMU Agora</p> <p>Melakukan revisi postingan IG FAQ Facilities</p> <p>Mendesain Instagram Story untuk FAQ Facilities</p> <p>Membuat mockup sticker beans baru</p> <p>Menghadiri weekly meeting</p> <p>Finalisasi signage .TEMU Agora</p> <p>Finalisasi postingan IG event workshop bulan April</p> <p>Mendesain signage toilet untuk SCBD</p> <p>Mendesain calendar workshop bulan April</p> <p>Mendesain detail workshop bulan April</p> <p>Mendesain ucapan Hari Kartini</p>

			Mendesain jam operasional untuk Galungan & Kuningan di TEMU Bali
	21 April – 28 April 2025		<p>Mendesain menu pop-up event .TEMU Medan “Way Ketemu Warga”</p> <p>Mendesain ucapan Galungan</p> <p>Mendesain pet friendly reminder untuk .TEMU IDD</p> <p>Melakukan revisi ucapan Galungan</p> <p>Melakukan revisi menu pop-up event Medan (dua kali)</p> <p>Mengumpulkan aset untuk kebutuhan desain pitching Citilink</p> <p>Menghadiri weekly meeting di .TEMU Agora</p> <p>Follow-up project Roast Your Own</p> <p>Produksi signage toilet SCBD</p> <p>Melakukan revisi signage toilet SCBD</p>
	29 April – 6 Mei 2025		<p>Mendesain promo "Evening Just Got Better"</p> <p>Menghadiri weekly meeting</p> <p>Mendesain wobbler untuk promo Evening Just Got Better</p> <p>Diskusi strategi sosial media bersama copywriter</p> <p>Mendesain menu pop-up event .TEMU x SMEG at Arch.ID</p> <p>Mendesain konten Instagram "Bertemu" untuk TEMU Bali</p>

		<p>Melakukan revisi postingan promo Evening Just Got Better</p> <p>Mendesain stiker penanda produk diskon</p> <p>Mengedit foto untuk kebutuhan ESB</p> <p>Mendesain ucapan Kuningan (Bali)</p> <p>Merencanakan photoshoot untuk ceremonial Matcha menu release</p> <p>Mendesain tent card untuk promo Evening Just Got Better</p> <p>Mendesain selipan menu, tent card, dan IG post untuk promo Pukis Sarinah</p> <p>Melakukan shooting foto dan video ceremonial Matcha</p> <p>Melakukan revisi desain stiker penanda produk promo</p>
	7 Mei – 14 Mei 2025	<p>Mendesain standing banner untuk .TEMU Café Agora</p> <p>Mendesain ucapan Waisak</p> <p>Mendesain template Instagram Story untuk informasi reservasi tiap outlet</p> <p>Menghadiri weekly meeting</p> <p>Mendesain calendar event untuk bulan Mei</p> <p>Mendesain poster ceremonial Matcha</p> <p>Mendesain Instagram feeds untuk promo Matcha</p>

			Mendesain Instagram feeds “Bertemu Bali”
	15 Mei – 22 Mei 2025		<p>Mengambil print poster</p> <p>Produksi video Reels ceremonial Matcha</p> <p>Menempel poster ke outlet Alam Sutera</p> <p>Melakukan editing foto ceremonial Matcha</p> <p>Melakukan revisi dan pengiriman file produksi signage Agora</p> <p>Mendesain announcement tentang penipuan yang mengatasnamakan .TEMU</p> <p>Finalisasi desain announcement</p> <p>Perencanaan marketing media ceremonial Matcha untuk outlet Tebet dan IDD PIK</p> <p>Membantu mencari opsi paper bowl untuk pop-up .TEMU</p> <p>Mendesain Instagram feeds ceremonial Matcha</p> <p>Melakukan revisi desain ceremonial Matcha</p> <p>Mendesain Instagram Story workshop Flower Party</p> <p>Mendesain tent card ceremonial Matcha untuk .TEMU Tebet, IDD, dan Broadway</p> <p>Mendesain poster untuk .TEMU Broadway</p> <p>Mendesain menu pop-up event Oil &amp; Gas Exhibition</p>

			<p>Menghadiri weekly meeting di .TEMU SCBD</p> <p>Mendesain workshop bulan Mei</p> <p>Mendesain voucher soft opening .TEMU Anwa</p>
	23 Mei – 30 Mei		<p>Mendesain tambahan feeds ceremonial Matcha</p> <p>Mendesain menu pop-up event .TEMU Anwa Meruya</p> <p>Melakukan revisi signage Agora</p> <p>Mendesain Instagram feeds untuk campaign lifestyle baru</p>

### 3.3 Uraian Pelaksanaan Magang

Selama menjalani program magang di .TEMU, penulis mengerjakan berbagai tugas yang dikoordinasikan dan diawasi langsung oleh supervisor magang. Penulis dipercaya untuk menangani tanggung jawab dalam pembuatan desain media sosial serta beberapa media promosi lainnya. Selain itu, penulis juga turut menangani kebutuhan desain tambahan, seperti signage yang mendukung aktivitas operasional perusahaan.

Dalam pelaksanaannya, penulis terlibat aktif dalam berbagai kegiatan pemasaran yang mencakup seluruh 11 cabang .TEMU. Beberapa proyek yang dikerjakan antara lain kampanye Ramadan, promosi wholesale beans, peluncuran menu Ceremonial Matcha, perancangan desain untuk kebutuhan workshop, serta proyek-proyek lainnya yang menunjang kegiatan promosi brand.

Pada setiap proses desain, penulis secara rutin melakukan asistensi dengan Senior Designer maupun Chief Marketing Officer (CMO). Hal ini dilakukan untuk memastikan bahwa seluruh hasil desain selaras dengan standar visual brand dan mampu menyampaikan pesan secara efektif kepada target audiens.

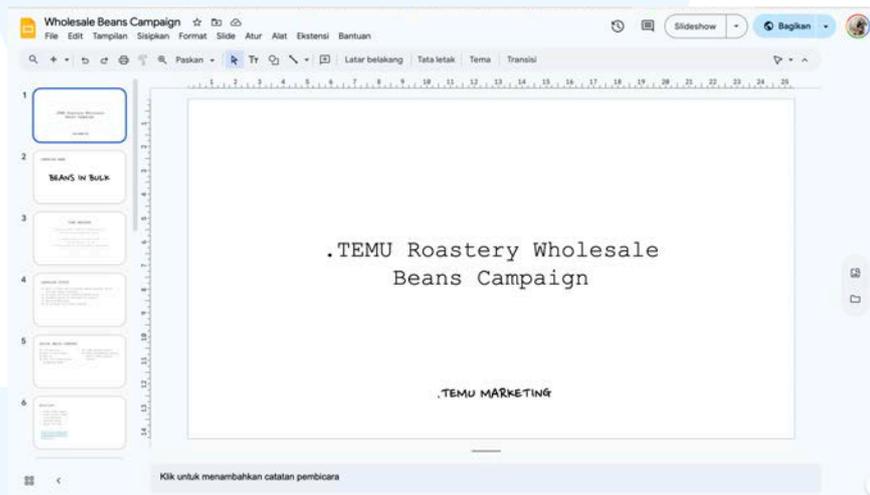
#### 3.3.1 Proses Pelaksanaan Tugas Utama Magang (Wholesale Beans Campaign)

Selama masa magang, penulis terlibat dalam proyek pengembangan campaign *Wholesale Beans* dari .temu roastery. Tujuan dari proyek ini adalah untuk menyalurkan biji kopi dalam jumlah besar (per kilo) kepada kafe-kafe kecil dengan harga yang lebih terjangkau, tanpa mengurangi kualitas biji kopi spesialti. Proyek ini mengusung pesan "*Wholesale, But Make It Specialty – Elevate Every Cup.*"

Tahapan yang penulis kerjakan dalam proyek ini meliputi:

### 1. Penyusunan Pitching

Penulis membuat dokumen pitching dalam bentuk PDF yang mencakup usulan nama campaign, *core message*, daftar kebutuhan *output*, *moodboard*, ide visual, serta alternatif sketsa logo.

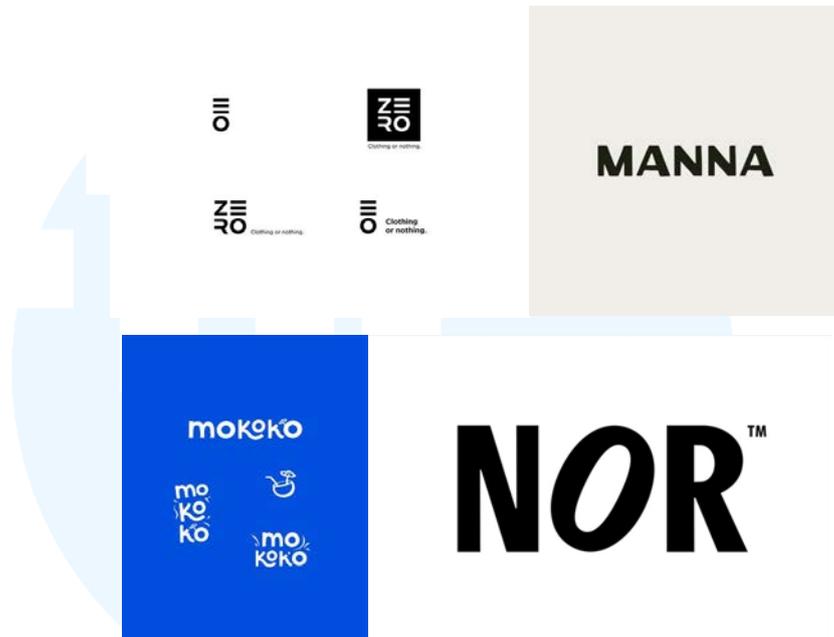


Gambar 3. 2 Pitching Konsep Campaign Wholesale Beans

### 2. Desain Logo Campaign

Setelah nama dan sketsa logo kampanye terpilih, penulis melanjutkan proses dengan mencari beberapa referensi visual yang relevan untuk pengembangan desain logo. Referensi ini meliputi gaya ilustrasi, pemilihan tipografi, komposisi bentuk, serta palet warna yang sesuai dengan karakter brand dan pesan kampanye. Pencarian referensi dilakukan melalui berbagai platform seperti Pinterest, Behance, dan media sosial, dengan tujuan untuk memperkaya ide visual dan memastikan bahwa desain akhir

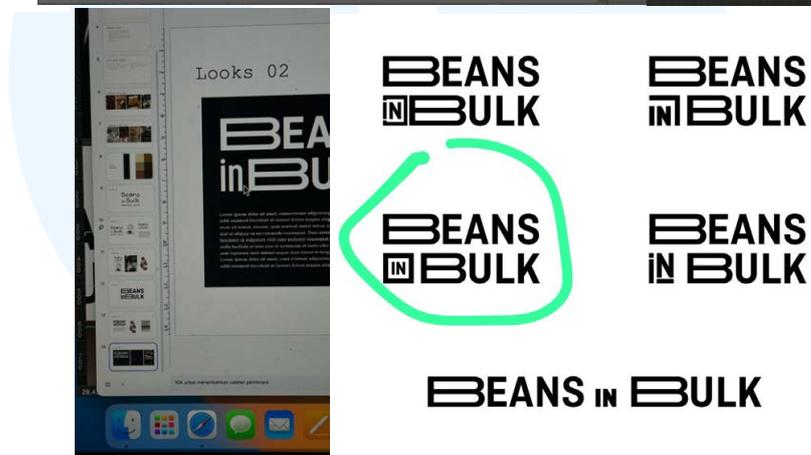
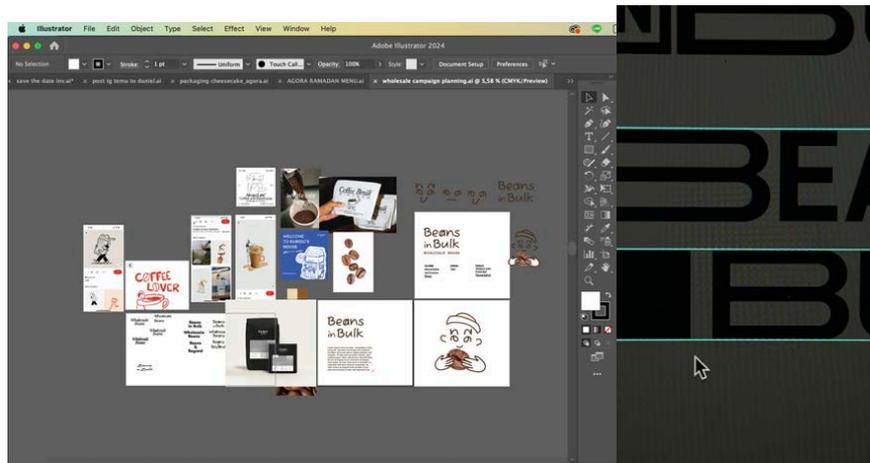
memiliki daya tarik visual yang kuat serta tetap konsisten dengan identitas .TEMU.



Gambar 3. 3 Referensi logo Beans in Bulk

Setelah mengumpulkan referensi visual, penulis mengembangkan dua alternatif desain logo berdasarkan sketsa awal dan arahan visual yang telah disepakati. Kedua alternatif tersebut kemudian diajukan dalam sesi asistensi bersama Senior Graphic Designer dan Chief Marketing Officer (CMO) untuk mendapatkan masukan serta evaluasi.

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



Gambar 3. 4 Proses Pengerjaan Logo Campaign Beans in Bulk

Setelah melalui tahap asistensi dan pertimbangan lebih lanjut, salah satu dari dua alternatif desain tersebut dipilih sebagai logo resmi kampanye. Adapun logo yang terpilih adalah sebagai berikut:



Gambar 3. 5 Final Logo Beans in Bulk

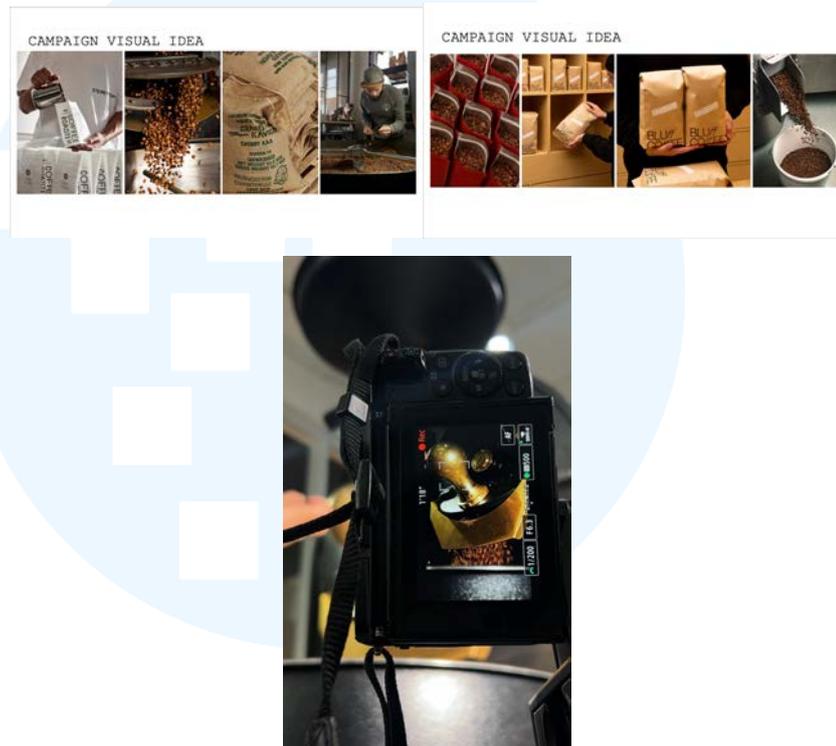
### 3. Perencanaan dan Eksekusi Foto & Video

Penulis ikut serta dalam sesi pemotretan dan perekaman video. Proses ini dilakukan bersama dua rekan:

A. Seorang *senior graphic designer* sebagai fotografer utama.

B. Penulis sendiri sebagai *videografer* sekaligus mengambil beberapa foto tambahan.

C. Seorang staf media sosial yang membantu *lighting* serta memastikan seluruh kebutuhan visual terpenuhi.



Gambar 3. 6 Perencanaan dan Eksekusi Produksi Foto dan Video

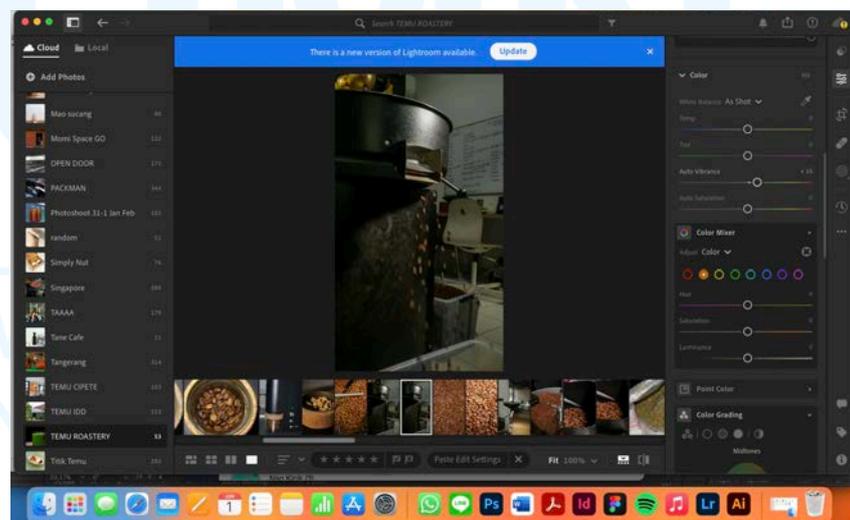
#### 4. Proses Editing

Setelah proses dokumentasi selesai dilakukan, penulis melanjutkan dengan mengedit foto-foto hasil pemotretan agar sesuai dengan standar visual brand .TEMU. Sementara itu, video yang direkam diserahkan kepada rekan dari tim media sosial untuk proses editing lebih lanjut. Setelah proses editing selesai, penulis kemudian melakukan seleksi terhadap foto-foto yang akan digunakan dalam materi desain



Gambar 3. 7 Sebelum dan sesudah edit foto

Pemilihan foto dilakukan dengan mempertimbangkan beberapa aspek penting, seperti kualitas visual (komposisi, pencahayaan, dan ketajaman), kesesuaian dengan moodboard kampanye, keberagaman angle, serta kemampuan foto dalam menyampaikan suasana dan pesan yang ingin ditonjolkan dari campaign tersebut. Hal ini dilakukan untuk memastikan bahwa output desain akhir tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga komunikatif dan relevan dengan tujuan kampanye.



Gambar 3. 8 Proses Editing Hasil Foto Wholesale Beans

## 5. Desain Media Promosi

Penulis merancang materi promosi seperti konten Instagram dan *tentcard* untuk *campaign*. Seluruh desain melalui proses asistensi dan revisi bersama *senior graphic designer* dan CMO, serta pengecekan konten dengan *Head of Roastery*.



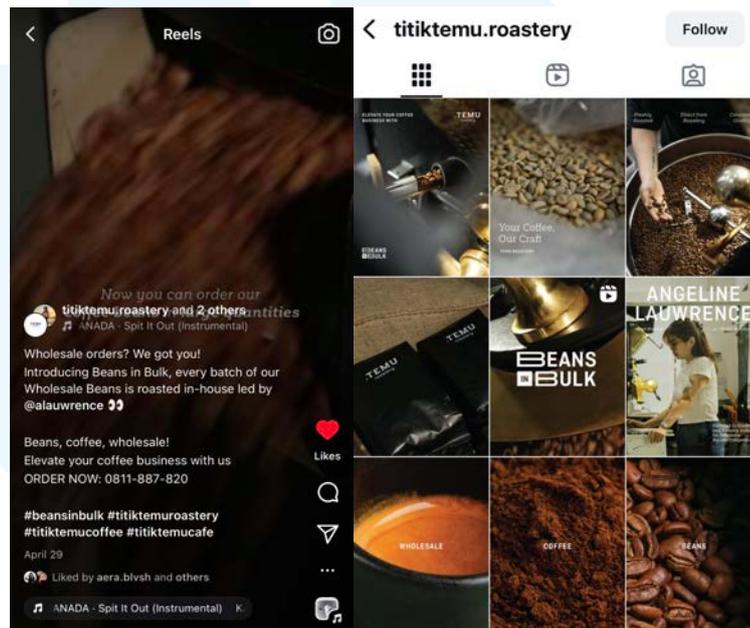
Gambar 3. 9 Proses Design feeds .TEMU roastery dan Materi Ads

## 6. Peluncuran Campaign

Setelah seluruh elemen kampanye selesai dipersiapkan, kampanye *Beans in Bulk* secara resmi diluncurkan melalui platform media sosial, khususnya akun Instagram .TEMU Roastery. Peluncuran dilakukan dengan mengunggah berbagai materi visual seperti poster digital, carousel, dan video singkat yang telah dirancang sesuai dengan konsep kampanye. Konten tersebut bertujuan untuk memperkenalkan layanan penjualan kopi dalam bentuk grosir kepada audiens yang lebih luas, sekaligus memperkuat citra brand sebagai penyedia produk kopi berkualitas.

Selain melalui media digital, materi promosi juga didistribusikan dalam bentuk cetak untuk menunjang kebutuhan promosi offline di outlet. Media cetak yang digunakan antara lain berupa *tent card* dan poster yang ditempatkan di area kasir atau meja pelanggan, sehingga

dapat menjangkau konsumen secara langsung saat berkunjung. Strategi promosi ini dirancang untuk memperluas jangkauan informasi kampanye, baik secara online maupun offline, agar pesan yang disampaikan dapat diterima dengan efektif oleh berbagai segmen audiens.



Gambar 3. 10 Output di Instagram

### 3.3.2 Proses Pelaksanaan Tugas Tambahan Magang

Selain proyek utama, penulis juga mengerjakan beberapa tugas tambahan selama masa magang. Proyek-proyek tersebut meliputi desain menu bundling untuk kampanye Ramadan, peluncuran menu *Ceremonial Matcha*, perancangan kebutuhan *signage* untuk area operasional, serta pembuatan materi promosi untuk program *Roast Your Own*. Seluruh proyek ini memberikan kesempatan bagi penulis untuk terlibat dalam berbagai aspek desain dan pemasaran, serta memperluas pemahaman terhadap kebutuhan komunikasi visual dalam konteks industri kopi.

#### 3.3.2.1 Proyek Ramadan Menu *Bundling*

Proyek ini dilaksanakan sebagai bagian dari strategi pemasaran menu dalam rangka menyambut bulan Ramadan. Untuk

merayakan momen tersebut, dibuatlah program *bundling menu* dengan variasi *menu* yang berbeda di setiap cabang. *Output* yang diharapkan dari proyek ini meliputi konten Instagram berupa *story* dan *post*, desain menu, serta *tent card* untuk kebutuhan promosi di lokasi.



Gambar 3. 11 Digital Imaging foto menu

Karena tidak dilakukan sesi *photoshoot* khusus, diperlukan proses *digital imaging* untuk menggabungkan foto-foto menu dari foto existing dalam satu komposisi visual. Hal ini dilakukan agar pelanggan dapat membayangkan jumlah dan ragam hidangan yang termasuk dalam paket *bundling* dengan lebih jelas.



Gambar 3. 12 Foto menu existing

Pelaksanaan proyek dimulai dengan mengumpulkan seluruh foto menu yang tersedia, lalu mengedit dan menggabungkannya sesuai dengan variasi menu percabang. Setelah itu, proses dilanjutkan ke tahap

perancangan desain yang disesuaikan dengan format masing-masing media promosi.



Gambar 3. 13 Design Template untuk Menu Ramadan Bundling

Output yang dibutuhkan berupa desain menu, tentcard, feeds, dan Instagram story. Hal ini disesuaikan dengan kebutuhan masing-masing cabang. Setiap cabang memiliki variasi menu berbeda, penggunaan logo, hingga penawaran bundling yang spesifik. Oleh karena itu, setiap materi visual harus dirancang secara khusus agar tetap konsisten dengan identitas brand .TEMU. Penyesuaian ini mencakup pemilihan warna, tata letak, tipografi, serta elemen grafis yang mendukung komunikasi pesan secara efektif di setiap media yang digunakan.



Gambar 3. 14 Design Story dan Feeds Ramadan Bundling

### 3.3.2.2 Proyek Ceremonial Matcha Menu Release

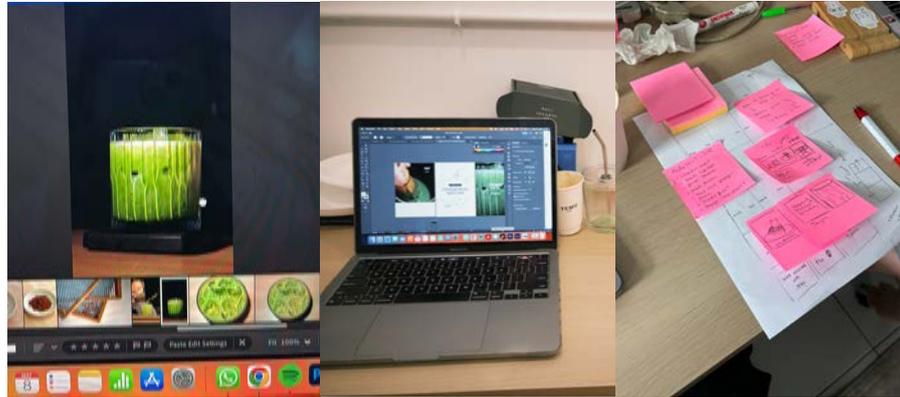
Proyek ini dilakukan dalam rangka perilisan menu baru yaitu *Ceremonial Matcha*, yang terdiri dari dua varian menu, yaitu *Sucha* dan *Cold Whisk*. Tren matcha yang saat ini sedang populer secara *global* menjadi peluang yang tepat untuk mempromosikan produk ini secara maksimal, mengingat potensi pasar yang luas.



Gambar 3. 15 Brief Menu Release Ceremonial Matcha

Penulis menerima brief permintaan desain untuk mendukung peluncuran menu baru bertajuk Ceremonial Matcha. Permintaan desain tersebut mencakup berbagai kebutuhan media promosi, antara lain menu berukuran A4, tent card untuk display di outlet, konten Instagram berupa feeds dan story, serta poster digital. Setiap media dirancang dengan pendekatan visual yang konsisten agar tetap selaras dengan identitas brand .TEMU, sekaligus mampu menarik perhatian audiens. Dalam proses pengerjaannya, penulis memperhatikan kesesuaian antara elemen visual, informasi produk, dan platform distribusi yang

digunakan, guna memastikan efektivitas komunikasi pada setiap output desain.



Gambar 3. 16 Proses Perencanaan dan Pengerjaan Matcha Menu Release

Dalam proyek ini, penulis terlibat secara langsung dalam beberapa tahapan produksi materi visual, dimulai dari perencanaan sesi foto (*photoshoot*) hingga tahap pascaproduksi. Pada tahap awal, penulis membantu merancang konsep visual dan menentukan elemen-elemen yang perlu ditampilkan dalam sesi foto, seperti komposisi, properti pendukung, serta sudut pengambilan gambar. Selain itu, penulis juga turut membantu proses perekaman video untuk mendukung kebutuhan kampanye. Setelah dokumentasi selesai, penulis melanjutkan ke tahap pascaproduksi yang mencakup pengeditan foto, perancangan poster digital, dan pembuatan desain visual untuk media sosial Instagram, termasuk format *feeds* dan *story*. Setiap output disesuaikan dengan identitas visual brand dan arahan kampanye yang telah ditetapkan.

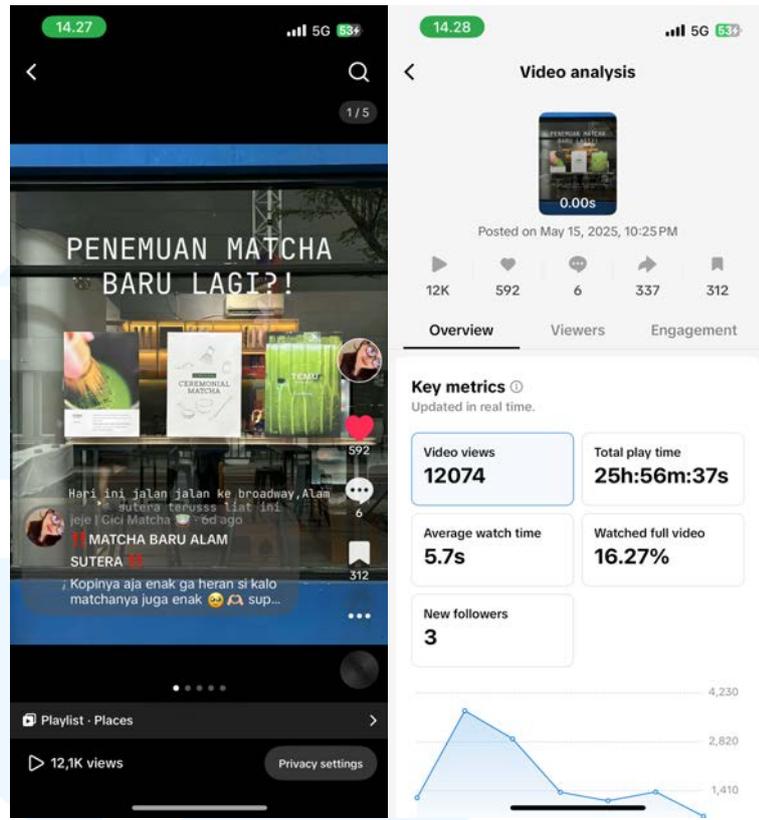
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



Gambar 3. 17 Output Poster Matcha

Setelah poster selesai dan dicetak, dilakukan kembali produksi konten video untuk Instagram. Selain dipublikasikan melalui akun Instagram resmi .TEMU, penulis juga turut mempromosikan produk ini melalui akun pribadi TikTok dengan gaya layaknya *buzzer*, yaitu dengan mengunggah *sliding pictures*. Konten tersebut mendapat respons yang cukup baik dari audiens, sebagaimana ditunjukkan dalam tanggapan yang diterima.

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



Gambar 3. 18 Konten Tiktok Matcha

### 3.3.2.3 Proyek Design Signage

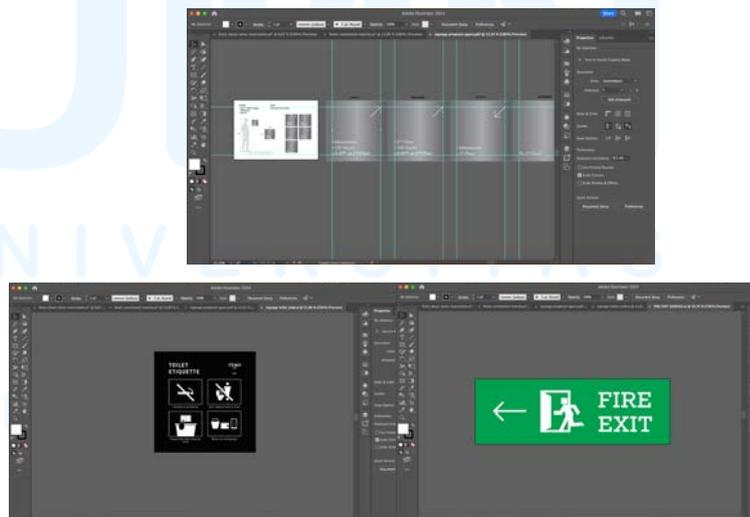
Selama masa magang penulis mendapat kesempatan untuk mendesain 3 macam signage, yaitu signage fire exit, signage toilet etiquette, dan juga signage arah untuk .TEMU agora. Permintaan signage ini bertujuan untuk mendukung kebutuhan operasional di masing-masing area serta memperjelas alur atau informasi bagi pelanggan. Setiap signage dirancang agar selaras dengan identitas visual brand dan mudah dipahami oleh pengunjung.

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



Gambar 3. 19 Penempatan Signage

Dalam proses perancangan *signage*, terdapat beberapa aspek penting yang menjadi perhatian penulis, yaitu ukuran, penempatan, dan keterbacaan *signage*. Pada tahap awal, penulis terlebih dahulu mengumpulkan informasi mengenai detail ukuran elemen-elemen ruang seperti tembok, keramik, dan pintu, disesuaikan dengan kebutuhan desain pada masing-masing area.



Gambar 3. 20 Proses Design Signage

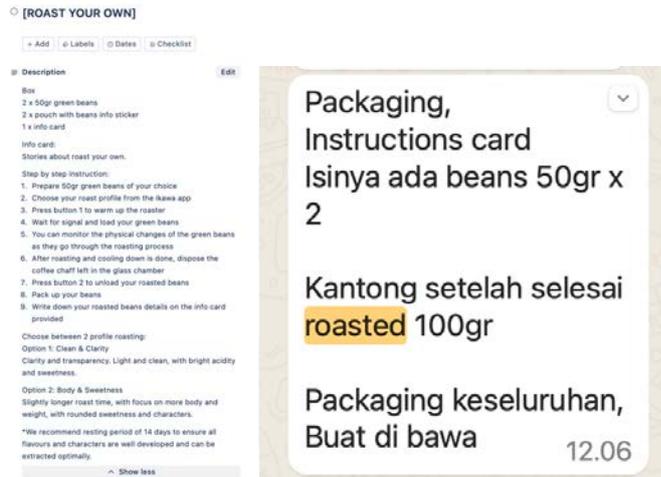
Setelah data ukuran diperoleh, penulis mulai merancang ikon-ikon yang diperlukan, kemudian menyusun tata letaknya sesuai dengan ukuran *signage* yang telah ditentukan melalui diskusi bersama supervisor. Pendekatan ini dilakukan agar *signage* yang dihasilkan tidak hanya informatif, tetapi juga selaras dengan kondisi visual dan fungsional ruang.



Gambar 3. 21 Implementation Signage

#### 3.3.2.4 Proyek Roast Your Own

Proyek *Roast Your Own* merupakan inisiatif yang berasal dari permintaan *Head Roaster* Temu Roastery, yang bertujuan untuk menghadirkan program baru di mana pelanggan dapat melakukan proses *roasting* biji kopi mereka sendiri. Dalam program ini, pelanggan diberi kebebasan untuk memilih profil sangrai (*roast profile*) serta jenis biji kopi (*beans*) yang diinginkan, dengan menggunakan mesin *roast* berukuran lebih kecil dibandingkan mesin yang biasa digunakan oleh roastery.



Gambar 3. 22 Brief Roast Your Own

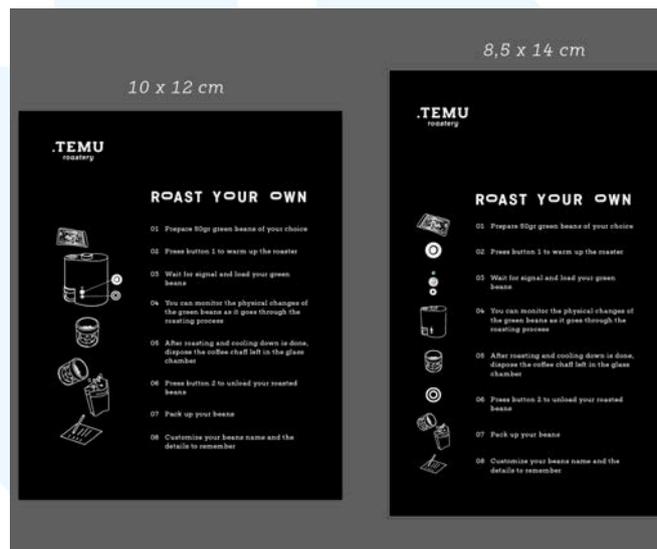
Setelah menerima *brief* terkait program *Roast Your Own*, penulis diminta untuk melakukan brainstorming guna menentukan berbagai output desain yang dapat mendukung program tersebut. Proses brainstorming dilakukan dengan mempertimbangkan tujuan program, karakter audiens, serta media komunikasi yang paling relevan. Dari hasil diskusi dan pengembangan ide, ditetapkan beberapa output yang akan dibuat, yaitu desain *sleeve packaging* sebagai pembungkus produk, *instruction card* berisi panduan penggunaan, konten visual untuk media sosial, poster digital, serta *tent card* untuk promosi offline di outlet. Seluruh output dirancang agar saling melengkapi dalam menyampaikan pesan program dan memperkuat identitas visual brand .TEMU.

**ROAST YOUR OWN**

Gambar 3. 23 Roast Your Own Logo Design

Tulisan pada logo ini dibuat menggunakan typeface yang biasa digunakan oleh .TEMU, sehingga tetap konsisten dengan identitas visual brand secara keseluruhan. Namun, terdapat penyesuaian khusus pada huruf “O” yang diberikan *twist* visual sebagai elemen pembeda.

Modifikasi ini bertujuan untuk memberikan karakter khas pada logo kampanye, sekaligus merepresentasikan konsep atau nilai yang ingin disampaikan melalui program tersebut. Penyesuaian dilakukan secara proporsional agar tetap harmonis dengan keseluruhan bentuk tipografi dan mudah dikenali oleh audiens.



Gambar 3. 24 Propose Design Awal Instruction Card

Setelah melalui beberapa tahap revisi bersama Senior Graphic Designer dan Chief Marketing Officer (CMO), terjadi sejumlah penyesuaian pada rancangan *instruction card*. Awalnya, desain direncanakan dalam format kartu one sided, namun kemudian diubah menjadi bentuk lipat seperti *booklet* agar dapat memuat informasi lebih banyak dan tetap nyaman dibaca. Selain perubahan format, penyesuaian juga dilakukan pada pemilihan warna. Warna yang digunakan diubah agar tampil lebih menonjol ketika diletakkan di meja outlet .TEMU, sehingga keberadaannya lebih mudah menarik perhatian pelanggan. Setiap perubahan dilakukan dengan tetap mengacu pada identitas visual brand dan mempertimbangkan efektivitas komunikasi visual.



Gambar 3. 25 Roast Your Own Mini Instruction Booklet Design

Gambar di atas merupakan *mockup* dari *mini booklet* yang dirancang sebagai panduan bagi peserta program *Roast Your Own*. *Booklet* ini berisi penjelasan *step-by-step* dalam proses *roasting* biji kopi, serta informasi mengenai berbagai *roast profile* yang dapat dipilih oleh peserta. Dalam proyek ini, penulis berperan dalam membuat ilustrasi ikon serta melakukan proses *layouting* untuk keseluruhan isi *booklet*, agar informasi dapat tersampaikan dengan jelas dan menarik secara visual.

Penulis membuat 3 opsi desain untuk *sleeve packaging design*. Tujuan dari penyusunan beberapa alternatif ini adalah untuk memberikan variasi pilihan yang dapat dievaluasi lebih lanjut oleh tim, sehingga dapat dipilih desain yang paling sesuai dengan karakter program serta preferensi audiens target.



Gambar 3. 26 Alternatif design sleeve packaging beans

Setelah melalui tahap asistensi dan diskusi dengan Senior Graphic Designer, ditetapkan satu desain *sleeve packaging* sebagai pilihan akhir. Desain yang terpilih dianggap paling representatif dalam

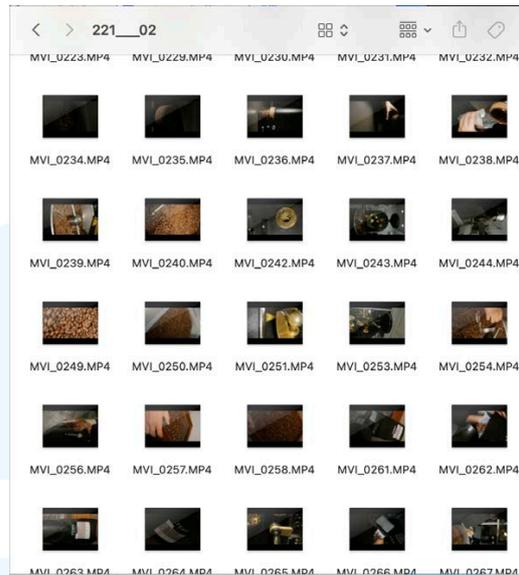
menyampaikan konsep program *Roast Your Own*, sekaligus memenuhi standar visual brand .TEMU. Pemilihan ini didasarkan pada pertimbangan keseimbangan komposisi, keterbacaan informasi, serta daya tarik visual saat diaplikasikan pada kemasan fisik. Adapun desain yang terpilih adalah sebagai berikut:



Gambar 3. 27 *Roast Your Own Sleeve Packaging Design*

Gambar di atas merupakan *mockup* dari desain *sleeve packaging* untuk hasil *roast beans* dalam program *Roast Your Own*. Kemasan ini dirancang agar peserta dapat menuliskan sendiri nama biji kopi serta profil sangrai (*roast profile*) yang dipilih, sehingga menciptakan pengalaman yang lebih personal dan interaktif. Desain ini diharapkan dapat menambah nilai emosional bagi peserta terhadap produk yang mereka hasilkan sendiri.

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



Gambar 3. 28 Video Production for Roast Your Own Teaser

Penulis terlibat dalam tahap produksi foto dan video untuk mendukung promosi program *Roast Your Own Beans*. Pada proyek ini, penulis lebih banyak berperan dalam proses *shooting* video yang ditujukan untuk pembuatan video *teaser* program tersebut. Video ini menyoroti penggunaan mesin *roasting* berukuran kecil yang berbeda dari mesin besar yang biasa digunakan untuk proses sangrai dalam skala besar. Konten tersebut bertujuan untuk memperkenalkan konsep program serta menarik minat calon peserta melalui visual yang informatif dan menarik.



Gambar 3. 29 Dummy Packaging Roast Your Own

Namun, hingga saat ini program *Roast Your Own* masih dalam tahap pengembangan lebih lanjut, sehingga desain dan keseluruhan proyek belum diluncurkan secara resmi. Meski demikian, rancangan desain yang telah dibuat diharapkan dapat menjadi fondasi awal yang mendukung pelaksanaan program ketika siap untuk diperkenalkan kepada publik.

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

Dalam setiap pekerjaan, tidak terlepas dari berbagai kendala yang muncul selama proses pelaksanaannya. Hal ini juga dialami penulis selama menjalani kegiatan magang. Tantangan yang dihadapi bisa berasal dari berbagai aspek, mulai dari teknis hingga komunikasi. Namun, setiap kendala tentu memiliki solusi yang dapat ditemukan melalui evaluasi, diskusi, dan penyesuaian strategi kerja. Berikut merupakan pemaparan mengenai kendala yang dihadapi penulis beserta solusi yang dilakukan selama menjalani kegiatan magang.

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

Salah satu kendala yang dihadapi selama pelaksanaan magang adalah pergantian *Project Manager* pada bulan ketiga. Kondisi ini sempat menyebabkan hambatan dalam komunikasi proyek, terutama terkait alur koordinasi dan pengambilan keputusan. Namun, kendala tersebut mulai teratasi setelah hadirnya *Project Manager* baru yang menggantikan posisi sebelumnya, sehingga proses kerja dapat kembali berjalan dengan lebih terstruktur.

#### **3.4.2 Solusi Pelaksanaan Magang**

Sebagai solusi sementara atas belum adanya *Project Manager* pengganti, penulis mengambil inisiatif untuk lebih proaktif dalam berkomunikasi langsung dengan *Senior Designer* dan CMO. Hal ini dilakukan agar alur kerja tetap terjaga dan proyek tetap berjalan sesuai jadwal meskipun terjadi kekosongan koordinasi. Sikap ini juga membantu penulis untuk

mengembangkan kemampuan komunikasi dan tanggung jawab dalam lingkungan kerja yang dinamis.



UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA