

## BAB III

### PELAKSANAAN MAGANG

#### 3.1 Kedudukan dan Koordinasi Pelaksanaan Magang

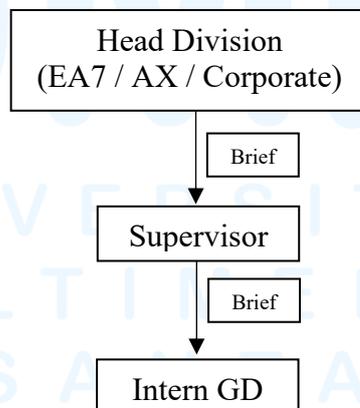
Penulis merupakan seorang *Graphic Designer* dalam divisi *Marketing Armani* (Emporio Armani 7 dan Armani Exchange) dan *Corporate* PT Kurnia Ciptamoda Gemilang. Penulis berkoordinasi dengan tim *marketing* dan *supervisor* dalam rangka membantu kebutuhan komunikasi visual untuk pemasaran *brand* Armani dan *corporate* PT Kurnia Ciptamoda Gemilang.

##### 3.1.1 Kedudukan Pelaksanaan Magang

Penulis mendapatkan kedudukan sebagai *Graphic Design Intern* di PT Kurnia Ciptamoda Gemilang. Penulis termasuk ke dalam divisi *marketing* yang menangani *brand* Armani (Emporio Armani 7 dan Armani Exchange) serta *Corporate* PT Kurnia Ciptamoda Gemilang.

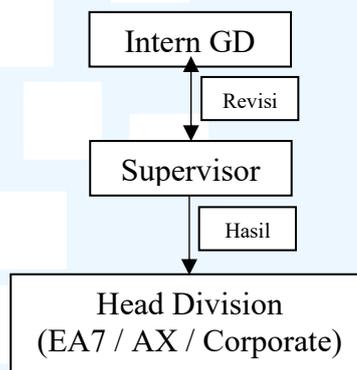
##### 3.1.2 Koordinasi Pelaksanaan Magang

Selama pelaksanaan magang di PT Kurnia Ciptamoda Gemilang, penulis memiliki seorang *supervisor* yang membimbing dan mengarahkan penulis untuk mengerjakan pekerjaan-pekerjaan yang diberikan oleh *Head Division* masing-masing divisi.



Gambar 3.1 Bagan Alur Koordinasi Tugas

Proses kerja dimulai ketika *head division* dari masing-masing divisi memberikan brief kepada *Supervisor*. Brief ini berisi arahan umum, tujuan, serta kebutuhan komunikasi visual dari masing-masing divisi yang akan dikembangkan menjadi materi desain. *Supervisor* kemudian menindaklanjuti dengan menyampaikan brief tersebut kepada penulis, sekaligus merangkum poin-poin penting yang perlu menjadi perhatian.



Gambar 3.2 Bagan Alur Revisi dan Hasil Akhir

Setelah menerima brief dan arahan dari *Supervisor*, penulis mulai mengerjakan tugas yang diberikan sesuai dengan kebutuhan yang telah ditetapkan. Setelah desain awal diselesaikan, penulis menyerahkan hasil tersebut kepada supervisor untuk ditinjau lebih lanjut. Proses revisi dilakukan oleh penulis hingga hasil dinyatakan selesai dan sesuai dengan arahan *supervisor*. Setelah finalisasi, *supervisor* menyerahkan hasil akhir tersebut kepada masing-masing *head division* untuk keperluan lebih lanjut.

### 3.2 Tugas yang Dilakukan

Penulis mengerjakan berbagai proyek selama periode magang yang terhitung dari tanggal 3 Februari hingga 3 Agustus 2025. Proyek utama yang dipilih penulis adalah perancangan *E-Magazine* sebagai media pemasaran digital untuk Armani Exchange. Proyek-proyek lainnya adalah:

Tabel 3.1 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Magang

Minggu	Tanggal	Proyek	Keterangan
1	3 Februari	Katalog EA7 disc. 70%	Membuat tambahan katalog diskon 70%. Mencari gambar untuk katalog

			dan memindai kode serta warna ke dalam katalog.
1	4 Februari	Katalog A X	Membuat katalog untuk A X (Ramadhan dan S25 Collection)
2	5-10 Februari	<i>Color Listing</i>	Mencari kode warna untuk pakaian EA7 (baju, celana, aksesoris) kemudian mencantumkan sampel warna dalam excel.
3	11-18 Februari	<i>Greetings Post (Corporate)</i>	Membuat 4 alternatif <i>Instagram Post</i> @pt.keg untuk kepentingan hari raya Nyepi
3	19-21 Februari	EA7 Instagram Post and Story	Melakukan <i>resize image</i> dan mencantumkan logo sesuai dengan <i>guide</i> yang ada.
4	24-25 Februari	Katalog EA7	Melengkapi foto katalog EA7 ( <i>acc&amp;shoes</i> )
4	26 Februari - 4 Maret	<i>Greetings Post (Corporate)</i>	Membuat 2 alternatif <i>Instagram Post</i> @pt.keg untuk kepentingan hari raya Idul Fitri
5-8	5-27 Maret	<i>E-Magazine A X W10</i>	Membuat <i>E-Magazine Plan Display Week 10</i> koleksi pakaian pria
9	5-6 April		
10	7-10 April	<i>OBP Banner Design (Corporate)</i>	Membuat 2 alternatif untuk <i>OBP Design</i> dengan output design: <ul style="list-style-type: none"> <li>1. KCG APPS banner (1520x720 px)</li> <li>2. KCG APPS BANNER INSIDE (1080x1080px)</li> <li>3. Email Banner with button (1350 x 1080 px)</li> </ul>
10	11 April	<i>Welcome Banner (Corporate)</i>	Membuat <i>welcome banner</i> untuk <i>staff</i> baru.
11	14-16 April	<i>Greetings Post (Corporate)</i>	Membuat 3 alternatif <i>Instagram Post</i> @pt.keg untuk kepentingan hari raya Waisak
11	17 April	<i>Imagery EA7</i>	Input <i>imagery</i> produk EA7 dan warna-warnanya ke dalam excel.

12	21-22 April	<i>Imagery EA7</i>	Melakukan <i>background removing</i> dan <i>resize</i> terhadap foto-foto EA7
12-15	23 April – 13 Mei	<i>E-Magazine A X W16</i>	Membuat <i>E-Magazine A X Plan Display W16</i>
15	14-15 Mei	<i>Imagery EA7</i>	Melakukan <i>background removing</i> dan <i>resize</i> terhadap foto-foto EA7
15-16	16-22 Mei	Katalog EA7	Upload <i>imagery</i> untuk katalog EA7
17-18	23-25 Mei	<i>E-Magazine AX</i>	Membuat <i>E-Magazine A X Plan Display W21</i>
18	26 Mei	<i>Birthday Banner</i>	Membuat <i>Birthday Banner</i> untuk dipasang di KCG Apps
19	27 Mei – 3 Juni	<i>E-Magazine AX</i>	Melanjutkan <i>E-Magazine A X Plan Display W21</i>

### 3.3 Uraian Pelaksanaan Magang

Selama pelaksanaan magang di PT Kurnia Ciptamoda Gemilang, penulis mengerjakan berbagai proyek desain. Tugas utama yang dikerjakan adalah pembuatan *E-Magazine* yang berisi informasi produk dan promosi produk. Sementara itu, proyek tambahan yang dikerjakan penulis adalah Instagram *Greetings Post* untuk hari-hari besar, pembaruan katalog produk, *color listing*, serta pembuatan *banner digital* untuk aplikasi internal perusahaan. Setiap proyek memerlukan ketelitian dan pemahaman mengenai identitas visual *brand* dan perusahaan untuk menjaga konsistensi visual. Selain proyek besar, penulis juga mengerjakan tugas rutin seperti *background removing* dan *image resizing* untuk keperluan materi promosi digital maupun cetak.

#### 3.3.1 Proyek Utama Pelaksanaan Magang

Proyek utama yang dikerjakan penulis selama melaksanakan magang di PT Kurnia Ciptamoda Gemilang sebagai *Graphic Design Intern* adalah *E-Magazine Armani Exchange Week 16*. *E-Magazine* ini berisi kode artikel, warna, foto produk, hingga bahan dari produk-produk *Plan Display (PD) Week 16*. Proses pengerjaan proyek ini berlangsung selama tiga minggu,

dimulai dari pencarian referensi, pengumpulan aset, penyusunan layout, hingga proses revisi dan finalisasi desain.

### **3.3.1.1 *E-Magazine* Armani Exchange *Week 16***

Konsep desain dari Armani Exchange adalah gaya urban yang simpel dan modern. Oleh karena itu, penulis menyesuaikan desain *E-Magazine* ini dengan konsep desain yang telah dimiliki Armani Exchange. Pemilihan tata letak dan tipografi pun dirancang secara minimalis dan modern untuk memperkuat kesan modern yang menjadi ciri khas Armani Exchange.

#### **1. Brief Proyek *E-Magazine* Armani Exchange *Week 16***

Pada tahap awal proses perancangan, *Supervisor* memberikan brief proyek yang disusun menggunakan Microsoft Excel. Dokumen tersebut memuat informasi penting yang menjadi dasar utama dalam perancangan *E-Magazine*, seperti daftar artikel, pembagian kategori, ukuran produk yang tersedia, deskripsi singkat mengenai bahan produk, serta harga dari setiap produk yang akan ditampilkan. Selain itu, *Supervisor* juga menyertakan panduan mengenai sumber *imagery* atau materi visual yang dapat digunakan dalam desain. Gambar produk direkomendasikan untuk diambil dari beberapa situs resmi dan terpercaya, seperti Modivo, Intertop, serta yang paling utama dari situs resmi Armani Exchange. Penggunaan sumber-sumber ini dimaksudkan untuk memastikan bahwa seluruh visual yang digunakan akurat, berkualitas tinggi, dan sesuai dengan standar *brand* yaitu memiliki *background* dengan kode warna #fafafa atau #ebeb.

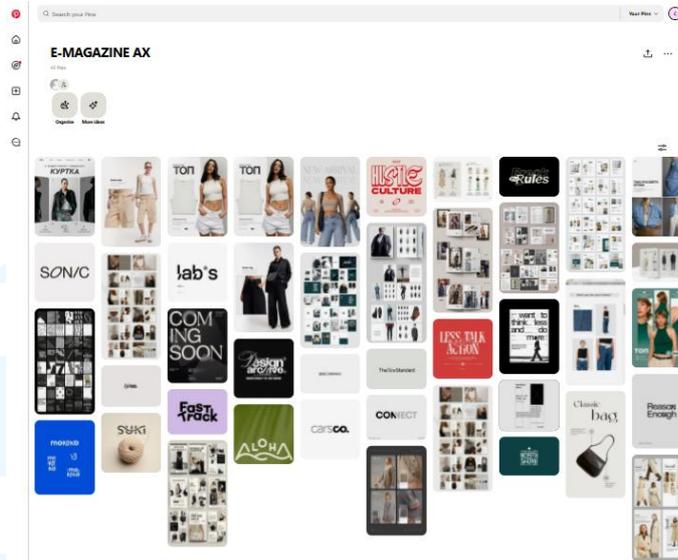
Item No	Item Name	Image	Gender	Product Name	Season	Color	Price	Material
1500	150001_JM0021201		MAN	KNITTED	THE GRID	FW04	1.300.000	MAIN FABRIC: 50% ACRYLIC, 50% COTTON, 25% VIRGIN WOOL - COLLAR FABRIC: 50% ACRYLIC, 50% COTTON, 25% VIRGIN WOOL - IBS DETAILS: 3
150A	150001_JM0021204		MAN	KNITTED	THE GRID	FW04	1.300.000	MAIN FABRIC: 50% ACRYLIC, 50% COTTON, 25% VIRGIN WOOL - COLLAR FABRIC: 50% ACRYLIC, 50% COTTON, 25% VIRGIN WOOL - IBS DETAILS: 3
150U	150001_JM0021200		MAN	WOVEN	THE GRID	FW04	1.400.000	FABRIC: 100% COTTON - LINING: 100% COTTON
150A	150001_JM0021204		MAN	WOVEN	THE GRID	FW04	1.400.000	FABRIC: 100% COTTON - LINING: 100% COTTON
1110	111001_JM0021200		MAN	T-SHIRT	THE OMBASALIM	FW04	1.400.000	FABRIC: COTTON 100%

Gambar 3.3 Brief E-Magazine PD Week 16

*E-Magazine* yang dirancang memiliki ukuran 21,5 x 27,5 cm. Dalam edisi ini, terdapat 46 *item* produk yang ditampilkan, sehingga penulis perlu menyusun tata letak dengan cermat agar setiap produk tersaji secara menarik, informatif, dan mudah diakses secara visual. Penulis juga mempertimbangkan komposisi desain, konsistensi, serta penempatan konten yang proporsional agar keseluruhan tampilan *e-magazine* sesuai dengan identitas *brand*.

## 2. Pencarian Referensi

Selanjutnya, penulis melakukan pencarian referensi visual untuk memahami arah desain dan tata letak yang relevan dengan konsep *E-Magazine* yang akan dirancang. Proses pencarian referensi dilakukan melalui platform media sosial visual Pinterest. Penulis secara khusus mencari referensi desain *E-Magazine* yang memiliki pendekatan visual yang selaras dengan identitas merek Armani Exchange, yaitu menekankan gaya urban yang sederhana dan tampilan modern.



Gambar 3.4 Folder Referensi di Pinterest

Untuk mempermudah proses analisis, penulis membuat folder khusus di Pinterest yang berisi kumpulan referensi visual yang dianggap relevan terhadap karakteristik desain Armani Exchange. Referensi ini mencakup elemen-elemen seperti tipografi dan tata letak. Kegiatan ini bertujuan untuk memperoleh acuan dalam merancang *E-Magazine* yang konsisten dengan karakteristik visual Armani Exchange. Referensi tersebut merupakan kumpulan visual yang memuat *layout* dan *typography*. Secara keseluruhan referensi layout yang didapatkan adalah simple-minimalist layout. Oleh karena itu referensi yang didapatkan cukup ideal untuk diimplementasikan ke dalam proses perancangan.

**6DZJ13\_Z1TDZ**

**0204 | BLACK DENIM**

29,30,31,32,33,34,36,38,40

**Rp 3,200,000**

Slim fit jeans made of comfort cotton stretch denim. The 5-pocket model features zip and button closure, metal rivets, belt loops and contrasting stitching.

Gambar 3.5 Penggunaan *Font* Resmi AX

Sebagai upaya menjaga konsistensi visual dengan identitas *brand* yang telah ada, *Supervisor* memberikan arahan mengenai penggunaan jenis huruf resmi yang telah ditetapkan oleh Armani Exchange, yaitu URW DIN dan Inter. Kedua *font* ini digunakan untuk menyajikan informasi produk yang bersifat fungsional, seperti nama artikel, ukuran, harga, dan deskripsi produk. Penggunaan font resmi ini bertujuan untuk memastikan bahwa seluruh elemen teks dalam *E-Magazine* tetap sesuai dengan *brand guidelines* yang ada.



Gambar 3.6 *Font* Excelsior Sans

Setelah mendapatkan referensi yang relevan, penulis melakukan eksplorasi dan pemilihan tipografi yang selaras dengan karakter visual merek Armani Exchange, yaitu gaya urban yang simpel dan modern. Pemilihan jenis huruf didasarkan pada pertimbangan aspek keterbacaan serta kesesuaian dengan nilai estetika Armani Exchange.



Gambar 3.7 *Font* Kenyan Coffee

Setelah melalui proses eksplorasi visual, penulis memutuskan untuk menggunakan *font* Kenyan Coffee, Coolvetica, dan Excelsior Sans sebagai *font* utama untuk judul. Sebagai jenis huruf sans serif, ketiga *font* tersebut memiliki bentuk geometris yang memperkuat tampilan modern dan rapi, sejalan dengan citra Armani Exchange yang identik dengan gaya yang simpel namun tetap berkarakter.

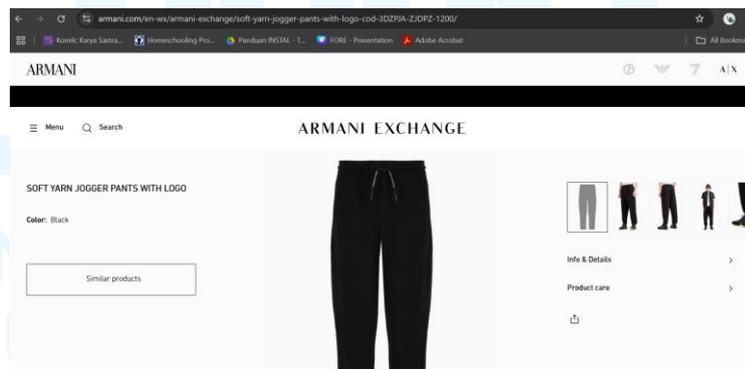
# THE GYMNASIUM

Gambar 3.8 *Font Coolvetica*

Penggunaan ketiga *font* ini juga memberikan kontras yang jelas terhadap *font* URW DIN dan Inter, dua jenis *font* resmi dari Armani Exchange, sehingga menciptakan hirarki visual yang baik dan memudahkan navigasi pembaca. Ketiganya juga memiliki keunikan bentuk yang dapat menarik perhatian tanpa mengurangi keterbacaan, sehingga cocok digunakan dalam elemen-elemen desain yang membutuhkan penekanan visual, seperti judul produk.

### 3. Pencarian aset foto dan Perancangan Layout E-Magazine

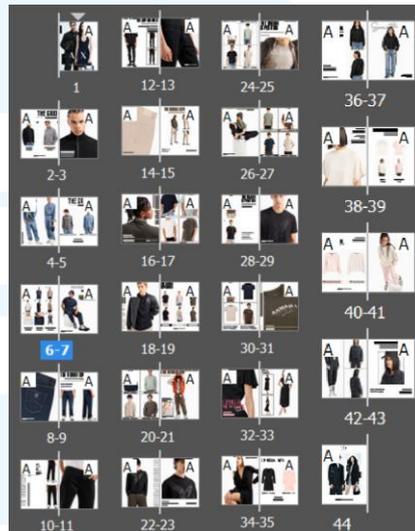
Aset-aset visual berupa foto produk yang digunakan dalam perancangan *E-Magazine* diperoleh melalui proses pencarian dari beberapa sumber situs yang kredibel. Sumber utama yang digunakan adalah situs resmi Armani, yang menyediakan foto produk dengan kualitas tinggi, resolusi optimal, dan sudah dipastikan kebenarannya. Selain itu, penulis juga mengakses situs-situs *fashion retail* ternama seperti Modivo dan Intertop, yang dikenal sebagai distributor resmi produk Armani Exchange dan merek-merek premium lainnya.



Gambar 3.9 Proses Pencarian Aset Foto

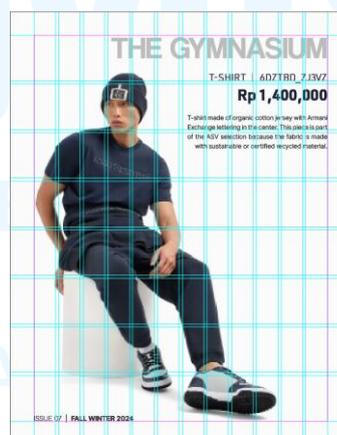
Setelah proses pencarian aset foto, penulis mulai melakukan *brainstorming* dan merancang tata letak *e-magazine* yang berukuran 21,5 x 27,5 cm. Dalam proses ini, penulis juga

menyesuaikan *treatment* terhadap tipografi, terutama pada penggunaan *font* untuk elemen judul. Penyesuaian ini mencakup aspek ukuran, ketebalan, serta penempatan dalam halaman, agar mampu menciptakan harmonisasi dan hirarki visual yang baik.



Gambar 3.110 Jumlah halaman *E-Magazine*

*E-Magazine* ini terdiri dari 44 halaman, termasuk sampul depan dan belakang. Untuk menghindari kesan monoton dan meningkatkan dinamika visual, setiap *page* diupayakan memiliki tata letak yang berbeda. Hal ini bertujuan untuk memberikan pengalaman membaca yang menarik, dinamis, dan tidak membosankan.



Gambar 3.11 *E-Magazine* Page 7

Penulis menata *layout E-Magazine* dengan sistematis, fleksibel, dengan gaya editorial, agar rapih namun tetap terlihat menarik. Gaya *layout* ini sesuai dengan karakter desain Armani Exchange yang modern. Contohnya, pada *page 7*, penulis menggunakan *modular grid* 12 kolom untuk memberikan fleksibilitas lebih dalam penataan elemen visual dan tipografi. Grid ini memungkinkan pembagian ruang yang presisi dan proporsional, sehingga elemen-elemen seperti judul, subjudul, harga, dan deskripsi produk dapat diletakkan secara terorganisir dan mudah dibaca.



Gambar 3.12 *E-Magazine Page 8 dan 9*

Contoh lainnya, pada *page 8 dan 9*, penulis menggunakan *modular grid* 6 kolom. Dengan grid ini, penulis mampu menjaga keteraturan dan keseimbangan visual dalam suatu *page* yang terdapat 2 foto produk. Grid ini juga memungkinkan penyusunan elemen secara fleksibel, tetapi tetap berada dalam kerangka yang teratur dan proporsional.

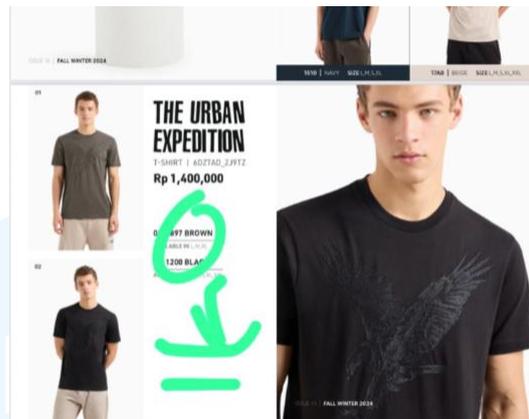


Gambar 3.13 E-Magazine Page 32 dan 33

Untuk *page 32* dan *33* menggunakan *modular grid* 12 kolom yang memberikan struktur rapi dan fleksibel. Di *page 32*, terdapat elemen teks informatif seperti judul produk, kode artikel, dan harga yang ditata memanfaatkan grid kiri bawah. Informasi-informasi tersebut dibuat mencolok dengan warna merah muda yang mencerminkan Kesan feminim. Sementara itu, detail ukuran dan kode warna ditempatkan di halaman kanan beserta dengan foto tampak depan, samping, dan belakang *dress* agar memberikan gambaran visual mengenai produk yang lengkap kepada pembaca.

#### 4. Proses Revisi oleh *Supervisor*

Setelah penulis menyelesaikan proses *cross-check* untuk memastikan kebenaran data, penulis mengirimkan *final artwork* kepada *Supervisor* via aplikasi *Whatsapp* untuk memudahkan akses dan mempercepat proses *review*. *Final artwork* dikirimkan dalam format PDF dengan tampilan *spread*, agar *Supervisor* dapat melihat keseluruhan rancangan secara menyeluruh selayaknya sebuah majalah digital.



Gambar 3.14 Revisi Penyesuaian Posisi Elemen

Setelah menerima *final artwork*, *Supervisor* memberikan *feedback* yang berisi arahan revisi terhadap beberapa elemen dalam rancangan penulis. Salah satu revisi yang diminta adalah penyesuaian posisi elemen teks yang dirasa kurang presisi. Kekurangan ini berpotensi memengaruhi keseimbangan visual keseluruhan serta terbuangnya *white space*. Oleh karena itu, penulis diminta untuk menyesuaikan kembali posisi teks.



Gambar 3.15 Revisi Optimalisasi *White Space*

Selain itu, *Supervisor* juga memberikan masukan terkait optimalisasi *white space* dalam desain *E-Magazine*. Salah satu revisi yang disampaikan adalah mengecilkan area foto produk agar ruang kosong dapat dimanfaatkan secara lebih efisien dan keseluruhan tampilan tidak terasa terlalu padat. Penyesuaian ini juga bertujuan untuk menciptakan keseimbangan visual yang lebih baik. Selain itu, *Supervisor* juga menyarankan penyempurnaan pada tata letak

elemen, seperti penyusunan ulang informasi produk agar tampil lebih terstruktur, mudah dibaca, dan mendukung alur baca yang nyaman bagi audiens.



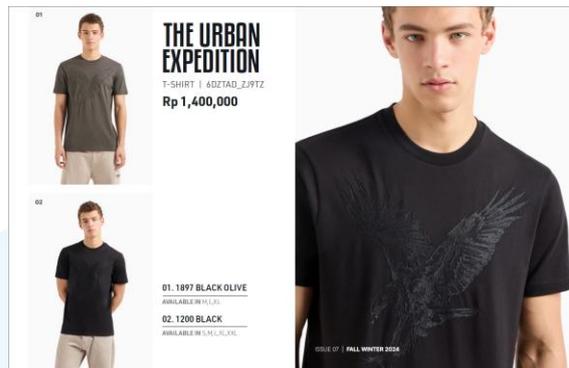
Gambar 3.16 Revisi Pemilihan *Font*

*Supervisor* juga memberikan masukan terkait pemilihan jenis huruf yang digunakan untuk judul produk ‘*The Urban Expedition*’. Sebelumnya, penulis memilih menggunakan font Vinyl Stickons, namun *Supervisor* menilai bahwa karakter visual dari *font* tersebut kurang mencerminkan kesan modern yang ingin disampaikan. Sebaliknya, *font* tersebut justru memberikan nuansa *rustic* yang tidak sesuai dengan konsep desain Armani Exchange secara keseluruhan.

Selain itu, *Supervisor* juga menyarankan penyesuaian pada ukuran huruf judul agar tampil lebih menonjol namun tetap tidak mendominasi halaman. Masukan tambahan juga diberikan terkait pemilihan warna teks, yang dinilai perlu disesuaikan agar lebih kontras terhadap latar belakang maupun terhadap informasi lain sehingga tetap menjaga keterbacaan dan estetika.

## 5. Finalisasi Desain Hasil Revisi

Setelah penulis menerima seluruh *feedback* dari *Supervisor*, penulis segera melakukan revisi terhadap elemen-elemen yang perlu diperbaiki sesuai dengan arahan yang telah diberikan.



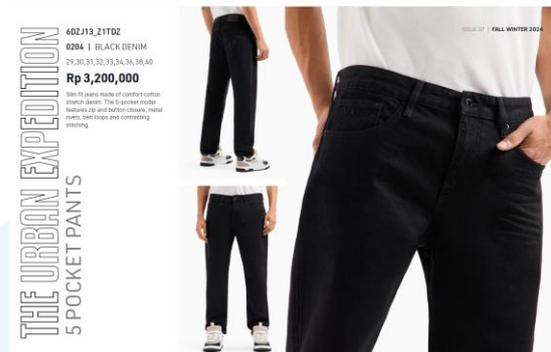
Gambar 3.17 Hasil Revisi Penyesuaian Posisi Elemen

Dalam revisi penyesuaian posisi elemen teks, penulis memindahkan informasi produk yang mencakup kode warna dan ukuran ke bagian bawah *layout*. Perubahan ini dilakukan atas arahan *Supervisor* yang menilai bahwa penempatan sebelumnya kurang optimal secara visual. Dengan posisi di bagian bawah, informasi tersebut kini tampil lebih terorganisir dan tidak membebani komposisi bagian atas. Penyesuaian ini juga bertujuan untuk menciptakan keseimbangan visual yang lebih baik.



Gambar 3.18 Hasil Revisi Optimalisasi *White Space*

Pada revisi optimalisasi *white space*, penulis memperkecil ukuran foto produk dan menyesuaikan posisi kode artikel yang awalnya berada di atas kode warna dan ukuran (kiri), lalu dipindahkan ke atas harga produk (kanan) agar susunan teks lebih seimbang secara visual. Perubahan ini juga membantu membuat informasi terlihat lebih terstruktur.



Gambar 3.19 Hasil Revisi Pemilihan *Font*

Selain itu, sebagai tanggapan atas revisi terkait pemilihan *font* untuk judul ‘*The Urban Expedition*’, penulis akhirnya mengganti *font* sebelumnya dengan *font* Kenyan Coffee. Dibandingkan *font* sebelumnya yang terkesan *rustic*, Kenyan Coffee memiliki bentuk huruf yang lebih bersih dan modern, sehingga mampu memperkuat identitas visual produk serta menyatu lebih baik dengan keseluruhan gaya desain *E-Magazine*. *Treatment* dari beberapa judul pun dibuat berbeda agar menghindari kesan monoton serta memberikan daya tarik visual yang lebih kuat pada setiap halaman.

File desain yang telah direvisi kemudian dikirimkan kembali kepada *Supervisor* melalui aplikasi *WhatsApp* dalam format PDF *spread*, agar dapat segera dilakukan pengecekan lanjutan dan mendapatkan persetujuan akhir sebelum masuk ke tahap publikasi atau distribusi.

### 3.3.2 Proses Pelaksanaan Tugas Tambahan Magang

Selain proyek utama, penulis juga mengerjakan empat tugas tambahan magang lainnya. Empat tugas tambahan tersebut berupa *Greetings Post*, *OBP Banner*, *Video Framing*, dan *Imagery Editing*. Masing-masing tugas ini dikerjakan sesuai arahan dari *Supervisor* dan disesuaikan dengan identitas visual perusahaan.

### 3.3.2.1 *Greetings Post* Hari Raya Nyepi

Pada setiap hari raya, PT Kurnia Ciptamoda Gemilang secara konsisten mengunggah *Instagram post* yang berisi ucapan selamat hari raya. Dalam proses pembuatannya, penulis diminta untuk membuat minimal dua alternatif desain untuk setiap *greetings post* guna memberikan pilihan yang beragam bagi direktur perusahaan yang akan memilihnya. Selama masa magang, penulis telah merancang dua alternatif desain untuk Hari Raya Nyepi. Proyek ini berlangsung selama satu minggu mulai dari pencarian referensi hingga proses revisi dan finalisasi desain.

#### 1. Pencarian Referensi dan Aset Visual

Dalam proses perancangan *greetings post*, penulis terlebih dahulu melakukan pencarian referensi visual melalui platform Pinterest, dengan mengacu pada gaya desain yang telah digunakan pada unggahan-unggahan sebelumnya. Hal ini dilakukan untuk memastikan konsistensi visual dan menjaga identitas merek yang telah dibangun.



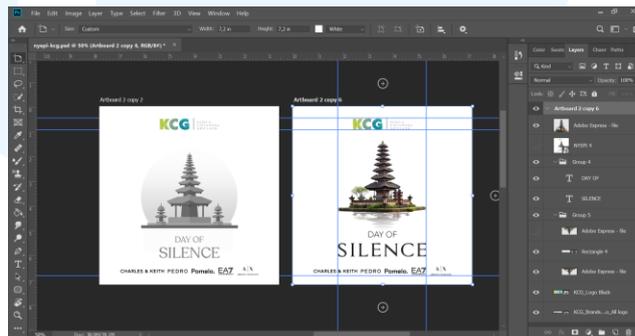
Gambar 3.20 Referensi *Greetings Post* Nyepi

Selain itu, penulis juga memanfaatkan aset visual dari situs Freepik, di mana perusahaan memiliki akses Premium. Akses ini memungkinkan penulis untuk menggunakan elemen desain berkualitas tinggi secara legal, seperti ilustrasi, ikon, dan elemen grafis lainnya yang mendukung estetika *greetings post* secara keseluruhan.

## 2. Perancangan Desain

Penulis merancang *greetings post* menggunakan Adobe Photoshop dengan ukuran *artboard* 1080x1080 px dan resolusi 150 ppi. Selanjutnya, penulis mulai memodifikasi aset dan menyusun tata letak yang sesuai untuk menempatkan berbagai elemen visual secara seimbang dan estetis.

Elemen-elemen yang harus dimasukkan ke dalam *greeting post* adalah logo PT Kurnia Ciptamoda Gemilang dan logo *brand-brand* yang dinaungi perusahaan. Selain itu, penulis juga menyisipkan elemen teks berupa *copywriting* “*Day of Silence*” yang menjadi inti pesan dalam *greetings post* untuk perayaan Hari Raya Nyepi.



Gambar 3.21 Proses Perancangan *Greetings Post* Nyepi

Penulis membuat dua alternatif desain dimana satunya menggunakan ilustrasi candi bergaya monokrom atau *grayscale*, sedangkan yang lainnya menampilkan versi yang lebih realistis menggunakan foto pura berwarna, menciptakan nuansa yang lebih hidup.

## 3. Proses Revisi oleh *Supervisor*

Setelah menyelesaikan perancangan, penulis mengirimkan hasil desain *greetings post* kepada *Supervisor* melalui aplikasi WhatsApp untuk dilakukan analisis dan evaluasi. *Supervisor* kemudian memberikan beberapa masukan terkait aspek-aspek yang perlu diperbaiki dalam desain yang telah dirancang.



Gambar 3.22 Proses Asistensi *Greetings Post* Nyepi

Untuk alternatif versi yang lebih realistis, masukan tersebut mencakup penataan tata letak *copywriting* yang dinilai belum optimal sehingga perlu disesuaikan agar tampilan visual terlihat lebih baik. Selain itu, *Supervisor* juga menyoroti ukuran aset foto, yang dianggap kurang proporsional dengan elemen lain. Masukan terakhir berkaitan dengan *opacity* dari bayangan pura yang menyerupai pantulan di air, di mana efek transparansinya dinilai terlalu tipis.

Sementara itu, alternatif desain yang menggunakan ilustrasi candi bergaya monokrom tidak ada revisi sama sekali. Oleh karena itu, desain tersebut langsung disetujui oleh *Supervisor* tanpa perlu dilakukan penyesuaian lebih lanjut. Masukan-masukan tersebut menjadi dasar bagi penulis untuk melakukan revisi dan penyempurnaan agar desain akhir dapat melalui proses kurasi oleh direktur perusahaan.

#### 4. Finalisasi Desain

Setelah *Supervisor* memberikan masukan, penulis segera melakukan revisi terhadap desain *greetings post* sesuai dengan arahan yang telah disampaikan. Penyesuaian dilakukan pada penataan tata letak *copywriting* agar lebih harmonis dengan keseluruhan komposisi visual, serta mengatur ulang ukuran aset foto agar lebih proporsional dan tidak mendominasi elemen lainnya.

Selain itu, opacity pada bayangan pura diperkuat untuk menciptakan efek pantulan yang lebih nyata dan estetis.



Gambar 3.23 Hasil Akhir *Greetings Post*

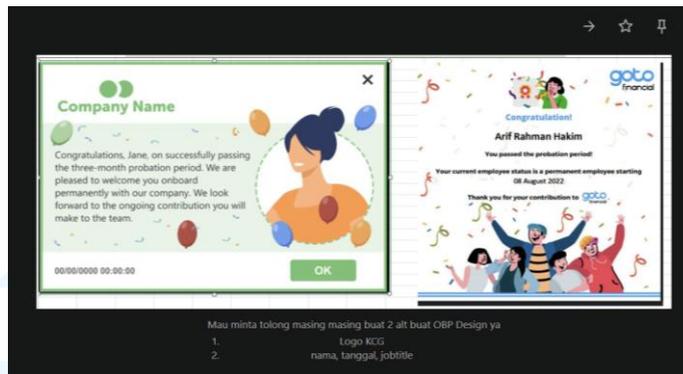
Setelah seluruh perbaikan selesai, desain kembali diperiksa secara menyeluruh untuk memastikan tidak ada elemen yang terlewat. Hasil revisi akhir kemudian disiapkan untuk dikirim ke direktur perusahaan sebagai bagian dari tahap finalisasi dan proses kurasi sebelum dipublikasikan.

### 3.3.2.2 Proyek *OBP Banner*

OBP Banner merupakan banner digital yang ditampilkan pada aplikasi internal perusahaan, yaitu *KCG Apps*, yang berfungsi sebagai media komunikasi visual untuk menyampaikan informasi terkait pengumuman diterimanya seorang karyawan menjadi karyawan tetap setelah melewati masa *probation*. Proyek ini dikerjakan selama kurang lebih 3 hari, mulai dari brief proyek hingga tahap finalisasi.

#### 1. Brief Proyek *OBP Banner*

*Supervisor* memberikan brief proyek kepada penulis melalui *WhatsApp*, disertai dengan referensi visual yang dapat dijadikan acuan dalam pengerjaan desain. *Supervisor* juga menyertakan informasi mengenai elemen-elemen yang harus terkandung dalam desain, yaitu logo perusahaan, nama karyawan, tanggal lolos masa *probation*, dan *jobtitle*.

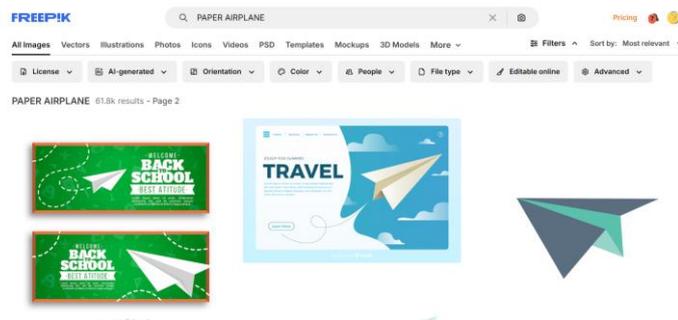


Gambar 3.24 Referensi *OBP Banner*

Dalam arahan tersebut, *Supervisor* juga menyampaikan tiga ukuran banner yang perlu dibuat, yaitu 1080x1080px untuk *KCG Apps Banner Inside*, 1520x720px untuk *KCG Apps Banner*, dan 1350x1080px untuk *Email Banner with Button*. Selain itu, *Supervisor* turut memberikan *copywriting* yang akan digunakan dalam banner, yaitu: “*Congratulations, John!! You’ve officially passed the probation period! We’re excited to welcome you as a permanent employee starting 7th April 2025. Looking forward to the continued contributions you’ll bring to the team!*”

## 2. Pencarian Aset Visual

Dalam proses perancangan *OBP Banner*, penulis terlebih dahulu melakukan pencarian aset visual melalui platform Freepik, dengan mengacu pada gaya desain profesional yang sesuai dengan identitas visual korporat PT Kurnia Ciptamoda Gemilang.

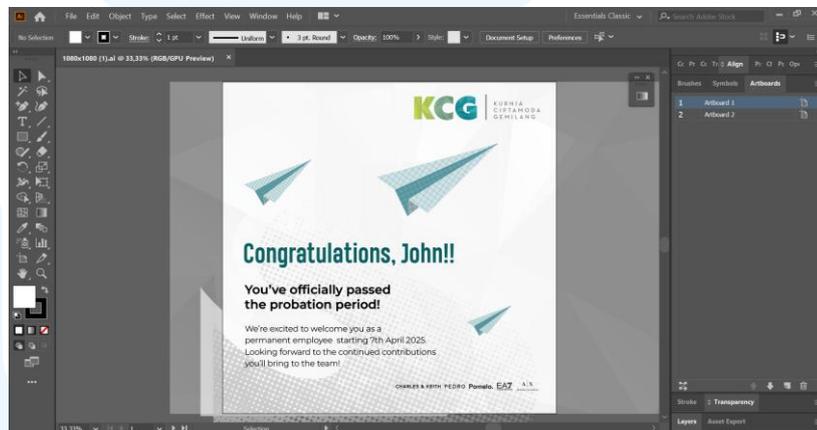


Gambar 3.25 Pencarian Aset Visual di Freepik

Karena *OBP Banner* ditujukan untuk mengumumkan bahwa seorang karyawan telah resmi menjadi karyawan tetap setelah melewati masa *probation*, desainnya pun dirancang dengan nuansa formal yang tetap hangat dan penuh penghargaan. Untuk memperkuat makna visual, penulis menambahkan elemen pesawat kertas dalam desain. Pesawat kertas dipilih karena melambangkan perjalanan, harapan, dan kemajuan.

### 3. Perancangan Desain

Setelah melakukan pencarian referensi dan aset, penulis membuat tiga *artboard* dengan resolusi 150ppi di Adobe Illustrator menggunakan tiga ukuran yang berbeda, yaitu 1080x1080px (*KCG Apps Banner Inside*), 1520x720px (*KCG Apps Banner*), dan 1350x1080px (*Email Banner with Button*). Penentuan ukuran ini merupakan arahan dari *Supervisor* yang didasarkan pada platform penempatan banner di aplikasi *KCG Apps*.



Gambar 3.26 Proses Perancangan *KCG Apps Banner Inside*

Pada tahap selanjutnya, penulis mulai menyusun tata letak dan komposisinya berdasarkan *copywriting* yang telah disediakan oleh *Supervisor*. Untuk memperkuat pesan simbolis dalam *OBP Banner*, penulis memilih untuk menyisipkan elemen pesawat kertas yang diperoleh dari Freepik Premium. Elemen pesawat kertas ini dipilih bukan hanya karena estetikanya yang ringan dan dinamis, tetapi juga karena merepresentasikan

perjalanan, kemajuan, dan harapan. Elemen tersebut diintegrasikan secara halus dalam desain, agar mendukung narasi visual tanpa mengganggu fokus utama.



Gambar 3.27 Proses Perancangan *Email Banner with Button*

Selain itu, penempatan elemen-elemen penting seperti logo perusahaan, logo *brand*, dan elemen dekoratif lainnya juga diatur dengan memperhatikan ukuran dan karakteristik masing-masing *artboard*. Hal ini bertujuan agar menciptakan proporsi yang seimbang dan harmonisasi.



Gambar 3.28 Proses Perancangan *KCG Apps Banner*

Selain itu, pemilihan warna mengikuti kode warna *corporate* PT Kurnia Ciptamoda Gemilang yang sebelumnya telah ditentukan dalam *brand guideline*. Untuk *headline* teks, digunakan jenis huruf sans serif, yaitu Heading Pro Trial Bold demi menciptakan kesan yang kuat, profesional, dan mudah menarik

perhatian. Sedangkan, untuk *sub-headline* dan *body text* digunakan *font* Montserrat, yang memiliki bentuk huruf yang bersih, proporsional, dan mudah dibaca, terutama pada perangkat digital.

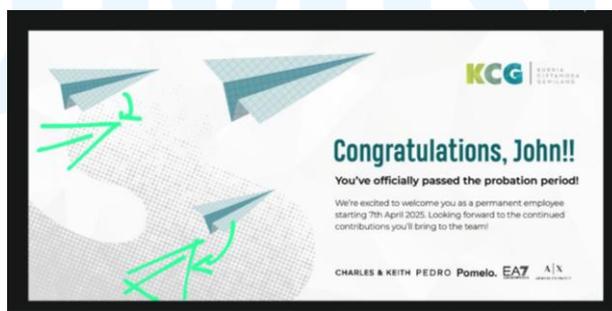
#### 4. Proses Revisi oleh *Supervisor*

Setelah penulis menyelesaikan perancangan *OBP Banner*, penulis mengirimkan hasil perancangan kepada *Supervisor* melalui *Whatsapp*. *Supervisor* kemudian memberikan masukan dan arahan mengenai tata letak dan proporsi desain *banner*.



Gambar 3.29 Proses Revisi *Email Banner with Button*

*Supervisor* memberikan masukan kepada penulis untuk menambahkan elemen pesawat kertas dalam desain *OBP Banner* guna menciptakan kesan visual yang lebih menarik dan dinamis. Selain itu, *Supervisor* juga memberikan arahan terkait pengaturan tata letak elemen *button*. *Button* sebagai elemen fungsional perlu ditampilkan dengan penempatan yang tepat agar mudah terlihat.



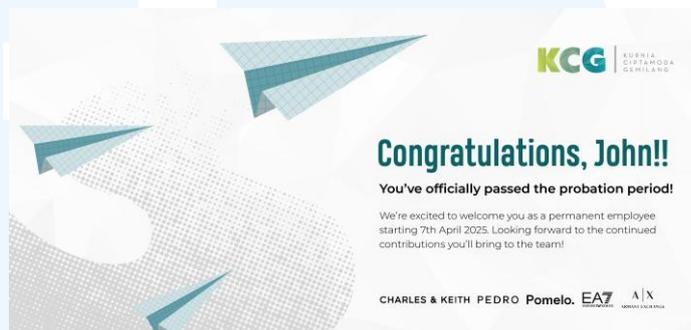
Gambar 3.30 Proses Revisi *KCG Apps Banner*

Dalam proses revisi desain *OBP Banner*, *Supervisor* memberikan sejumlah masukan yang berfokus pada tata letak elemen visual dan keseimbangan komposisi secara keseluruhan.

Salah satu masukannya adalah terkait penempatan elemen pesawat kertas, yang semula dinilai belum optimal.

## 5. Finalisasi Desain

Pada tahap ini, penulis mengerjakan revisi desain *OBP Banner* sesuai dengan arahan dan masukan yang telah disampaikan oleh *Supervisor*. Penulis memulai dengan meninjau kembali seluruh elemen visual dalam desain awal, kemudian secara cermat mengidentifikasi bagian-bagian yang perlu disesuaikan.



Gambar 3.31 Hasil Akhir KCG Apps Banner

Penulis melakukan penambahan dan penyesuaian pada penempatan elemen pesawat kertas agar lebih harmonis dengan keseluruhan komposisi desain serta mampu menciptakan kesan visual yang dinamis dan menarik perhatian. Dengan sentuhan detail pada arah dan ukuran pesawat kertas, desain menjadi lebih hidup.



Gambar 3.32 Hasil Akhir Email Banner with Button

Selain itu, penulis juga memperbaiki posisi elemen *button* agar tampil lebih nyaman dilihat dan mudah menavigasi

pembaca. Penulis memastikan bahwa setiap elemen dalam desain telah ditempatkan dengan proporsi yang seimbang, menjaga keterbacaan dan estetika keseluruhan *OBP Banner*.



Gambar 3.33 Hasil Akhir KCG Apps Banner Inside

Setelah seluruh revisi diterapkan dan hasil desain dianggap telah memenuhi arahan yang diberikan, penulis kemudian mengirimkan kembali desain final kepada *Supervisor* melalui *WhatsApp* untuk mendapatkan persetujuan akhir.

### 3.3.2.3 Video Framing

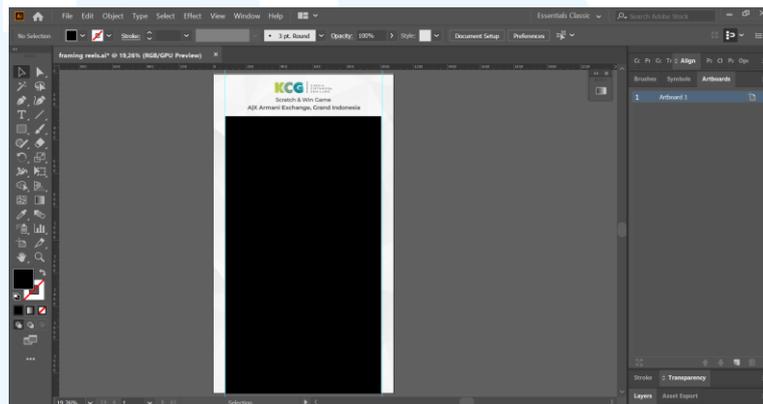
Penulis membuat *frame* dari video *brand* yang akan diunggah ke *reels* Instagram PT Kurnia Ciptamoda Gemilang. Tujuan dari pembuatan *frame* ini adalah untuk memastikan bahwa *thumbnail* yang muncul di *feed* dan profil Instagram tampil rapi dan konsisten dengan identitas visual perusahaan. Karena proyek ini tergolong sederhana, proses pengerjaannya dapat diselesaikan dalam satu hari kerja.

#### 1. Brief Proyek Video Framing

Pada tahap awal, *Supervisor* mengirimkan file berupa video yang telah dibuat oleh tim studio dari divisi *Learning and Development*. *Supervisor* juga memberi informasi tentang format video yang memiliki ukuran 1080x1920px dan *copywriting* yang harus dicantumkan, yaitu “*Scratch & Win Game*” dan “*A|X Armani Exchange*”.

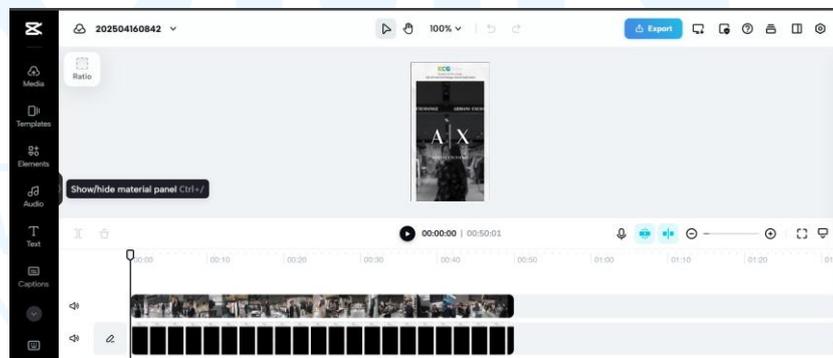
## 2. Proses *Video Framing*

Pertama-tama, penulis merancang *frame* menggunakan Adobe Illustrator dengan memperhatikan proporsi antara elemen teks dan ukuran video. Penyesuaian ini dilakukan agar memastikan bahwa ukuran tulisan tetap terbaca dengan jelas dan tidak terlalu kecil tanpa harus memperkecil ukuran video.



Gambar 3.34 Proses Pembuatan Frame

Selain itu, penulis menggunakan *background* berupa identitas visual korporat PT Kurnia Ciptamoda Gemilang, yaitu *pattern diamond* berwarna abu-abu sebagai bentuk konsistensi desain korporat PT Kurnia Ciptamoda Gemilang. Penggunaan *background* ini bertujuan untuk memperkuat kesan profesional dan menjaga keterpaduan antara elemen visual yang ada dengan identitas perusahaan.



Gambar 3.35 Proses Perancangan Video

Selanjutnya, penulis menyimpan file *frame* tersebut dalam format PNG agar dapat digunakan sebagai elemen *overlay* pada aplikasi CapCut. Setelah itu, penulis memasukkan video *brand* yang akan diedit dan menyesuaikan posisi serta durasi tampilan *frame* PNG tersebut agar selaras dengan komposisi video secara keseluruhan.

### 3. Asistensi dan Finalisasi

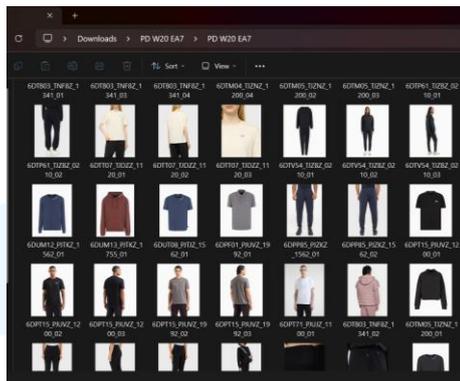
Penulis kemudian mengirimkan video final kepada *Supervisor* untuk ditinjau lebih lanjut guna memastikan komposisi antara video dan teks sudah benar. Setelah mendapatkan persetujuan, proyek ini tidak memerlukan tahap revisi lanjutan. Oleh karena itu, video hasil akhir langsung diunggah ke akun resmi Instagram PT Kurnia Ciptamoda Gemilang.

#### 3.3.2.4 Imagery EA7

Tugas tambahan yang lainnya adalah mengurus kebutuhan *imagery* EA7. Proyek ini berlangsung selama dua hari. Yang penulis lakukan adalah melakukan *resize image* dan mengganti *background* sesuai dengan warna resmi EA7. Hal ini dilakukan agar memudahkan penulis dan *Graphic Design Intern* lainnya dalam memasukkan *imagery* ke dalam katalog EA7 di PowerPoint, serta untuk mempermudah proses integrasi gambar ke dalam website resmi Armani.

#### 1. Brief Proyek Imagery EA7

*Supervisor* mengirimkan sebuah *zipped file* melalui WeTransfer yang berisi kumpulan foto. Namun, seluruh foto tersebut belum dilakukan proses *resize* sesuai dengan kebutuhan, yaitu berukuran 728x1024 px dengan resolusi 150ppi. Penyesuaian ukuran dan resolusi ini diperlukan agar foto tampak jelas.

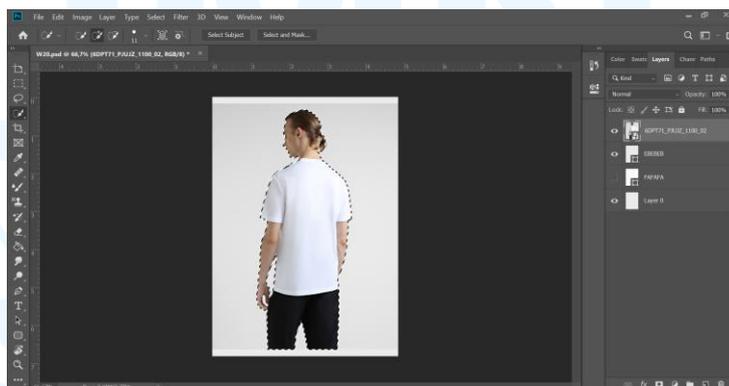


Gambar 3.36 *Zipped File* dari *Supervisor*

Selain itu, *background* pada beberapa foto belum konsisten karena belum disesuaikan dengan warna resmi Armani, yaitu #fafafa atau #ebebeb. Oleh karena itu, *Supervisor* meminta agar penulis melakukan proses *resize* dan penyesuaian *background* agar hasilnya seragam dan sesuai standar.

## 2. Proses *Resizing* dan *Background Removing*

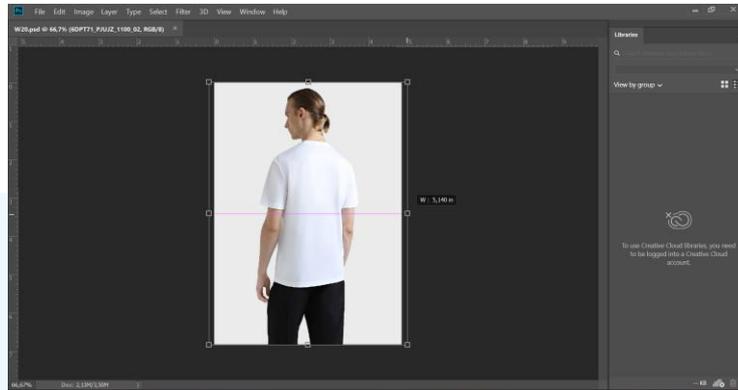
Pertama-tama, penulis mengunduh *zipped file* yang dikirimkan oleh *Supervisor* melalui WeTransfer. Kemudian, penulis membuat sebuah *layer* kerja di Adobe Photoshop dengan ukuran 728x1024 piksel dan resolusi 150 ppi. Setelah itu, penulis menambahkan *background* menggunakan warna resmi brand, yaitu #fafafa atau #ebebeb.



Gambar 3.37 Proses *Background Removing*

Selanjutnya, penulis meletakkan foto mentah ke *layer* paling atas. Dengan menggunakan *Quick Selection Tool*, penulis

menyeleksi area objek utama yang ingin dipertahankan. Setelah seleksi selesai, penulis menerapkan *layer masking* untuk menghilangkan *background* yang tidak diinginkan.



Gambar 3.38 Proses *Photo Resizing*

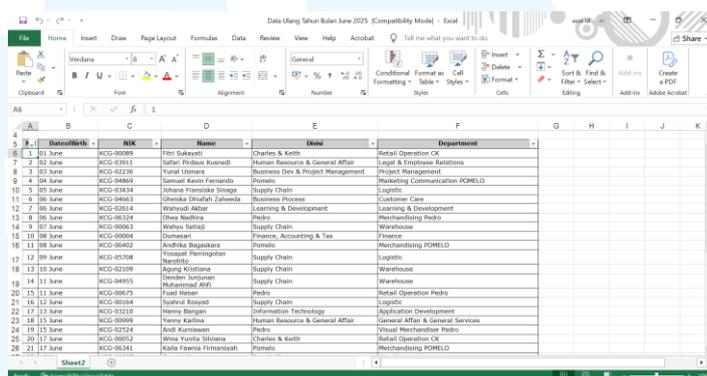
Setelah proses *background removing* selesai, penulis menyesuaikan ukuran foto dengan fitur *free transform* dan kemudian menyimpan foto di sebuah folder baru dengan menggunakan fitur '*Save As*' dan memilih format JPEG. Penamaan file disesuaikan dengan nama asli yang sudah tercantum pada masing-masing file foto mentah. Hal ini dilakukan untuk menjaga keteraturan dan mempermudah proses identifikasi file. Penulis kemudian melakukan *compressing file* ke dalam bentuk *zipped* dan kemudian mengirimkannya pada *Supervisor*.

### 3.3.2.5 *Birthday Banner*

*Birthday Banner* adalah banner digital yang ditampilkan di aplikasi internal PT KCG, berisi daftar karyawan yang berulang tahun pada bulan tersebut. Proyek ini rutin dikerjakan setiap akhir bulan dan umumnya membutuhkan waktu dua hari kerja untuk diselesaikan. Selama dua hari tersebut, penulis mengerjakan mulai dari proses input data, penyesuaian desain, hingga revisi akhir. Tujuannya agar banner dapat diunggah tepat waktu pada awal bulan berikutnya di KCG Apps sebagai bentuk apresiasi dan perhatian perusahaan terhadap karyawan.

## 1. Brief Proyek *Birthday Banner*

Tahap pertama dalam pengerjaan *Birthday Banner* dimulai dengan menerima brief dari *supervisor* berupa Microsoft Excel yang memuat daftar karyawan yang berulang tahun di bulan berikutnya. Brief ini dikirim setiap akhir bulan dan berisi informasi penting yang dibutuhkan untuk membuat banner.



#	Date of Birth	NIK	Name	Divisi	Department
1	01 June	800089	Fibri Sakayati	Charles & Keith	Retail Operation CK
2	02 June	800091	Sulzer Pricca Kusandi	Human Resource & General Affair	Legal & Employee Relations
3	03 June	802236	Yunal Umarita	Business Dev & Project Management	Project Management
4	04 June	800466	Samuel Kevin Fernando	Promo	Marketing Communication POMELD
5	05 June	804434	Sihana Fransiska Sinaga	Supply Chain	Logistic
6	06 June	804663	Chenka Ibrahim Zahreda	Business Process	Customer Care
7	06 June	800414	Mahzuli Akbar	Learning & Development	Learning & Development
8	06 June	800324	Shea Naethira	Promo	Mechanising Promo
9	07 June	800963	Hilvya Setiadi	Supply Chain	Warehouse
10	08 June	800004	Dumawati	Finance, Accounting & Tax	Finance
11	08 June	800402	Andhika Bagudatt	Promo	Merchandising POMELD
12	09 June	800708	Yusuf Pratomo	Supply Chain	Logistic
13	10 June	802109	Apung Kristiana	Supply Chain	Warehouse
14	11 June	804955	Dendri Silimam	Supply Chain	Warehouse
15	11 June	800879	Muhammad Anif	Promo	Retail Operation Promo
16	12 June	800164	Syahrul Rosyad	Supply Chain	Logistic
17	13 June	800310	Hanny Bangan	Information Technology	Application Development
18	15 June	800066	Nenny Karina	Human Resource & General Affair	General Affair & General Services
19	15 June	800244	Andi Kumawan	Promo	Visual Merchandiser Promo
20	17 June	800020	Hilva Yuvita Sitomara	Charles & Keith	Retail Operation CK
21	17 June	800341	Kalva Fawita Firmansyah	Promo	Merchandising POMELD

Gambar 3.39 Brief Proyek *Birthday Banner*

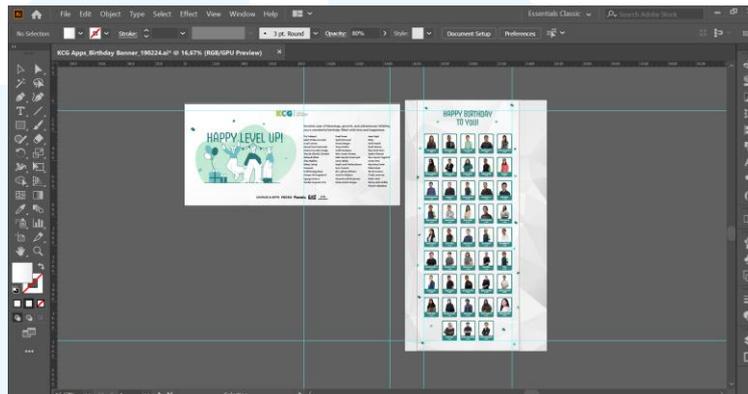
Selain itu, *supervisor* juga menyertakan file RAR yang berisi kumpulan foto karyawan yang berulang tahun pada bulan tersebut. Penerimaan dan pemeriksaan awal terhadap file Excel dan foto merupakan langkah penting agar tidak terjadi kesalahan data pada tahap desain. Penulis memastikan semua nama dalam daftar memiliki foto yang sesuai dan tidak ada yang terlewat.

## 2. Perancangan *Birthday Banner*

Penulis merancang *Birthday Banner* menggunakan aplikasi Adobe Illustrator. Proses perancangan dimulai dengan menyusun ulang template yang telah disediakan oleh *supervisor*. Meskipun template dasar sudah tersedia, penulis tetap melakukan penyesuaian tata letak dan pengoptimalan *white space* agar tampilan banner tetap rapi, seimbang, dan enak dilihat.

Pada proyek ini, terdapat dua versi banner yang perlu dibuat. Versi banner yang ditampilkan di halaman pertama berukuran 1520 x 720 px, sedangkan versi banner yang ditampilkan di halaman kedua memiliki lebar tetap 720 px, namun panjangnya

disesuaikan dengan jumlah karyawan yang tercantum dalam bulan tersebut. Untuk *Birthday Banner* bulan Juni 2025 ini, panjang banner kedua adalah 1769 px. Penyesuaian ukuran ini dilakukan agar semua foto dan informasi karyawan dapat ditampilkan secara proporsional tanpa mengganggu keterbacaan dan estetika desain..



Gambar 3.40 Proses Perancangan *Birthday Banner*

Selanjutnya, penulis memastikan bahwa seluruh foto memiliki *background* putih sesuai standar visual perusahaan. Jika terdapat foto yang memiliki *background* tidak putih, penulis melakukan *background removing* untuk menyamakan tampilan. Setelah itu, foto-foto dimasukkan ke dalam *frame* yang telah disiapkan, dengan ukuran yang disesuaikan agar seluruh elemen tampak seragam dan konsisten.

Terakhir, penulis menambahkan nama karyawan dan tanggal ulang tahun ke dalam *frame*, serta mengurutkannya berdasarkan tanggal. Dengan demikian, informasi yang ditampilkan tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga mudah dipahami oleh pembaca.

### 3. Proses Revisi oleh *Supervisor*

Pada tahap ini, *supervisor* memeriksa kembali seluruh data yang telah diinput oleh penulis, seperti nama karyawan dan tanggal ulang tahun, untuk memastikan tidak ada kesalahan penulisan maupun urutan yang tidak sesuai. Proses validasi data ini

penting agar informasi yang ditampilkan akurat dan dapat dipertanggungjawabkan.



Gambar 3.41 Proses Revisi *Birthday Banner*

Selain memeriksa data, *supervisor* juga memberikan masukan terkait tata letak elemen visual dalam banner. Masukan ini bisa mencakup penyesuaian posisi foto, dan elemen visual, serta optimasi *white space* seperti jarak antar *frame* agar keseluruhan desain terlihat lebih proporsional.

#### 4. Finalisasi Desain

Penulis kemudian menindaklanjuti masukan dari *supervisor* dengan melakukan revisi pada desain yang telah dibuat. Selama proses ini, penulis memastikan bahwa setiap perubahan sesuai dengan arahan *supervisor*.



Gambar 3.42 Hasil Akhir *Birthday Banner*

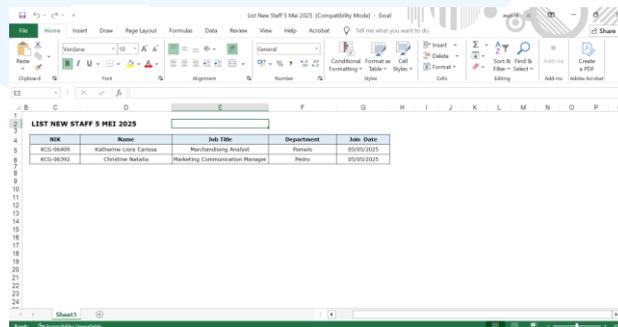
Setelah semua revisi diterapkan, desain dikirim kembali kepada *supervisor* untuk dikonfirmasi. Desain dianggap final setelah mendapatkan persetujuan dari *head division corporate*, dan siap untuk diunggah ke aplikasi internal perusahaan.

### 3.3.2.5 *Welcome Banner*

*Welcome Banner* adalah banner digital yang ditampilkan di aplikasi internal PT KCG, berisi daftar karyawan baru yang bergabung pada bulan tersebut. Banner ini berfungsi sebagai bentuk sambutan dari perusahaan, sekaligus memperkenalkan wajah-wajah baru kepada seluruh karyawan melalui media internal.

#### 1. **Brief Proyek *Welcome Banner***

*Supervisor* memberikan brief kepada penulis dalam bentuk file Microsoft Excel yang berisi data karyawan baru. Data tersebut mencakup nama, divisi, posisi, serta tanggal masuk karyawan ke perusahaan. Selain itu, supervisor juga menyertakan file foto masing-masing karyawan yang akan ditampilkan dalam *Welcome Banner*.



NIK	Name	Job Title	Department	Join Date
8131-04400	Katherine Lisa Cahaya	Merchandising Analyst	Finance	01/05/2025
8131-04392	Christine Nurhita	Marketing Communication Manager	Public	01/05/2025

Gambar 3.43 Brief Proyek *Welcome Banner*

Pada proyek ini, *Welcome Banner* dibuat dalam dua ukuran. Banner pertama berukuran 1520 x 720 px dan ditampilkan di halaman utama aplikasi internal PT KCG. Sementara banner kedua berukuran 720 x 720 px dan dapat dilihat jika pengguna aplikasi menekan *Welcome Banner* di halaman utama.

#### 2. **Perancangan *Welcome Banner***



Gambar 3.44 Proses Perancangan *Welcome Banner*

Penulis merancang *Welcome Banner* menggunakan Adobe Illustrator dengan memodifikasi template yang telah diberikan oleh *supervisor*. Modifikasi dilakukan untuk menyesuaikan kebutuhan desain pada bulan tersebut, terutama jika jumlah karyawan baru bervariasi. Penyesuaian mencakup penataan ulang tata letak elemen visual, pengaturan ukuran tulisan agar tetap terbaca dengan jelas, serta penyesuaian ukuran foto agar tampil seragam dan proporsional dalam banner.

### 3. Finalisasi Desain

Pada perancangan proyek *Welcome Banner*, tidak terdapat revisi atau masukan dari *supervisor* karena desain yang dibuat sudah dianggap cukup sesuai dengan kebutuhan. Desain yang telah dibuat sudah menampilkan informasi dengan jelas serta rapi, sehingga tidak memerlukan penyesuaian lebih lanjut.



Gambar 3.45 Hasil Akhir *Welcome Banner*

Oleh karena itu, setelah proses desain selesai, penulis langsung mengirimkan file final kepada *supervisor* dalam bentuk dokumen melalui aplikasi WhatsApp. File tersebut kemudian

dilanjutkan ke tahap publikasi oleh tim corporate untuk ditampilkan di aplikasi internal PT KCG.

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

Selama pelaksanaan magang di PT Kurnia Ciptamoda Gemilang, penulis dapat melakukan setiap tugas dengan baik tanpa adanya kendala internal. Namun, adapun kendala eksternal seperti jaringan internet perusahaan yang kurang baik, sehingga mengganggu efektivitas kerja penulis.

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

Kendala yang dialami penulis selama pelaksanaan magang di PT Kurnia Ciptamoda Gemilang salah satunya adalah tidak diberikan jaringan internet yang layak sehingga cukup mengganggu proses bekerja. Hal ini mengganggu efektivitas penulis dalam mengerjakan tugas yang membutuhkan jaringan seperti mencari referensi, *font*, aset, *download file*, dan mencari foto produk. Lambatnya jaringan internet memperlambat penulis dalam mengerjakan tugasnya, sehingga penulis tidak dapat mengerjakan tugas dengan tepat waktu.

Kendala lain yang dihadapi penulis dalam proses perancangan adalah kurangnya kejelasan brief dari *Supervisor* terkait tugas yang diberikan. Instruksi yang disampaikan sering kali tidak disampaikan secara utuh atau rinci, sehingga menimbulkan kebingungan dalam memahami langkah-langkah yang harus dilakukan. Selain itu, tidak adanya informasi yang jelas mengenai arah desain, tujuan perancangan, serta sasaran audiens menyebabkan ketidakpastian dalam pengambilan keputusan desain.

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

Solusi dari kendala pertama yang penulis alami selama melaksanakan magang di PT Kurnia Ciptamoda Gemilang adalah dengan menyediakan kuota internet ekstra yang sekiranya akan dibutuhkan jika koneksi internet perusahaan mulai memburuk. Menggunakan jaringan pribadi untuk menyelesaikan pekerjaan di kantor.

Kemudian, sebagai solusi terhadap kendala kedua, penulis berinisiatif untuk lebih proaktif dalam berkomunikasi dengan *Supervisor*, khususnya dalam tahap awal perancangan. Penulis mulai mengajukan pertanyaan klarifikasi secara langsung apabila terdapat arahan yang kurang jelas atau membingungkan, serta meminta penjelasan tambahan mengenai tujuan desain, konteks proyek, dan target audiens yang ingin dicapai.

