#### **BAB III**

### PELAKSANAAN MAGANG

#### 3.1 Kedudukan dan Koordinasi Pelaksanaan Magang

Dalam menjalani program magang, terdapat kedudukan dalam struktur organisasi dan alur koordinasi yang perlu diikuti oleh penulis. Berikut merupakan kedudukan dan alur koordinasi penulis saat magang di PT Mitra Global Retail.

#### 3.1.1 Kedudukan Pelaksanaan Magang

Penulis berada di divisi *marketing* dengan posisi sebagai *Graphic Design Intern*. Dalam posisi ini, penulis bertanggung jawab dalam pembuatan materi desain untuk keperluan promosi yang dibutuhkan oleh tim *marketing*. Sebagai bagian dari tim *marketing*, penulis berkontribusi dalam menghasilkan desain visual yang mendukung strategi pemasaran perusahaan. Selain itu, penulis juga turut serta dalam *brainstorming* konsep desain agar selaras dengan tujuan dari strategi pemasaran yang sedang berlangsung.

Dalam pelaksanaan tugasnya, penulis bekerja di bawah *Graphic Design Staff*. Setiap proses desain dilakukan melalui koordinasi antara *Graphic Design Staff* dan *intern*. Hal ini dilakukan untuk memastikan bahwa hasil desain selaras dengan identitas visual serta kebutuhan promosi perusahaan. Kejasama ini juga memberikan kesempatan bagi penulis untuk belajar dan mengembangkan keterampilan desain secara langsung di lingkungan kerja profesional.

#### 3.1.2 Koordinasi Pelaksanaan Magang

Alur koordinasi dalam pelaksanaan magang ini terdiri dari beberapa tahapan dengan mengikuti struktur organisasi yang telah ditentukan. Dapat dilihat dari bagan, *Head Marketing* memiliki posisi tertinggi dalam tim pemasaran dan bertanggung jawab untuk memberikan *brief* kebutuhan promosi. *Brief* ini kemudian diteruskan kepada *Event Marketing Supervisor*, *Digital Marketing Supervisor*, serta *SEO & ADS Marketing Supervisor* sesuai dengan bagiannya masing-masing. Setelah menerima brief tersebut, mereka akan meneruskannya kepada *Graphic Design Staff*, dan kemudian membagikannya kepada *Graphic Design Intern*.



Gambar 3.1 Koordinasi Pelaksanaan Magang

Pembagian tugas desain dalam tim dilakukan secara merata. Tim terdiri dari satu *Graphic Design Staff* dan dua *Graphic Design Intern*. Alur koordinasi pelaksanaan magang ini dapat dilihat pada bagan melalui garis berwarna hitam yang menunjukkan jalur koordinasi utama. Namun, dalam beberapa kasus, kebutuhan desain juga dapat diberikan langsung oleh *Head Marketing, Digital Marketing Supervisor,* atau *SEO & ADS Marketing Supervisor* kepada *Graphic Design Intern* tanpa melalui *Graphic Design Staff.* Proses ini ditunjukkan pada bagan dengan garis putus-putus yang menandakan bahwa koordinasi dapat lebih fleksibel tergantung pada urgensi dan kebutuhan desain.

Setelah desain selesai dikerjakan, tentunya akan ada proses revisi sebelum akhirnya di *approve* untuk digunakan. Dapat dilihat pada bagan, tahapan revisi ditandai dengan garis merah. *Graphic Design Intern* biasanya mengajukan hasil desain terlebih dahulu kepada *Graphic Design Staff* untuk mendapatkan masukan awal. Setelah mendapatkan persetujuan, desain akan diteruskan ke atasan lainnya untuk ditinjau lebih lanjut.

Meskipun begitu, terdapat beberapa kondisi di mana *Graphic* Design Intern dapat langsung mengajukan hasil desain ke atasan tanpa melalui *Graphic Design Staff*. Namun, sebelum desain dapat digunakan atau dipublikasikan tetap harus mendapatkan persetujuan akhir dari *Head Marketing*. Hal ini dilakukan untuk memastikan bahwa semua materi visual yang diproduksi memiliki tampilan yang selaras dengan identitas brand serta strategi pemasaran dari perusahaan.

Selain itu, karena alur koordinasi di tempat magang memungkinkan mahasiswa menerima penugasan langsung dari lima atasan yang berbeda, sehingga kemampuan manajemen waktu menjadi sangat penting agar tidak kewalahan. Saat sedang menerima banyak tugas sekaligus, penulis biasanya berdiskusi dengan *Graphic Design Staff* untuk menanyakan proyek mana yang paling *urgent*, sehingga pekerjaan bisa diselesaikan sesuai tingkat urgensinya.

#### 3.2 Tugas yang Dilakukan

Selama periode magang, penulis menjalankan berbagai tugas yang berfokus pada desain grafis. Tugas-tugas tersebut berupa keperluan promosi, seperti pembuatan materi untuk media sosial, *website*, dan *banner* promosi. Berikut merupakan perincian tugas per minggu yang dilakukan oleh penulis.

Minggu	Tanggal	Proyek	Keterangan
1	9 – 12	Feeds Scandia	- Membuat desain <i>feeds</i> harian Scandia sesuai
	Desember		template
	2024	Feeds Keizha	- Membuat desain <i>feeds</i> harian Keizha Soleha
		Soleha	sesuai template
		Poster Scandia	- Membuat desain ukuran A4 dan di resize ke
	11.11	x Happy Ice	ukuran 1080 x 1080 px
	UN	Pop up banner	- Membuat desain pop up banner website "Free
	N/L L L	website	<i>Gift</i> " ukuran 700 x 400 px
2	16 - 20	Feeds Scandia	- Membuat desain <i>feeds</i> harian Scandia sesuai
	Desember	SA	template
	2024	Feeds Keizha	- Membuat desain <i>feeds</i> harian Keizha Soleha
		Soleha	sesuai template

Tabel 3. 1 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Magang

		A set IV 1 sto	
		Aset Website	- Membuat desain bagian "Vision & Mission"
			- Membuat <i>banner</i> produk untuk <i>website</i>
		Banner 24 jam	- Membuat <i>banner</i> promosi 24 jam Scandia dan
		Scandia	kemudian di resize ke ukuran TV promo
		1	landscape & portrait, dan POS kasir
		Voucher Natal	- Membuat desain voucher Free Gift periode
	71		natal dengan ukuran 4 x 7 cm
3	23 - 27 Desember 2024	Feeds Scandia	- Membuat desain <i>feeds</i> harian Scandia sesuai <i>template</i>
		<i>Feeds</i> Keizha Soleha	- Membuat desain <i>feeds</i> harian Keizha Soleha sesuai <i>template</i>
		Take content Reels	- Mengunjungi toko AEON BSD untuk keperluan konten <i>Reels</i>
		<i>Banner</i> Tokopedia	- Membuat desain Tokopedia <i>display network banner</i> sesuai <i>template</i> yang telah ditentukan
4	30 Desember	Feeds Scandia	- Membuat desain <i>feeds</i> harian Scandia sesuai <i>template</i>
	2024 – 3 Januari 2025	<i>Feeds</i> Keizha Soleha	- Membuat desain <i>feeds</i> harian Keizha Soleha sesuai <i>template</i>
		Resize	<ul> <li><i>Resize</i> desain katalog ke format POS kasir</li> <li><i>Resize</i> katalog ke ukuran <i>feeds</i> untuk dijadikan Pin Post Instagram</li> </ul>
5	8 - 10 Januari 2025	Feeds Scandia	- Membuat desain <i>feeds</i> harian Scandia sesuai <i>template</i>
		<i>Feeds</i> Keizha Soleha	- Membuat desain <i>feeds</i> harian Keizha Soleha sesuai <i>template</i>
		Aset Website	- Membuat <i>banner</i> produk untuk <i>website</i>
6	13 - 17 Januari	Resize	- Resize banner "Clearance Sale"
	2025	Signage	- Membuat desain <i>signage</i> "SALE" dalam ukuran A4
	NU	Take content Reels	- Mengunjungi toko AEON BSD dan Scandia Scape untuk keperluan konten <i>Reels</i>
7		Feeds Scandia	- Membuat desain <i>feeds</i> harian Scandia sesuai <i>template</i>

Perancangan Media Promosi..., Theodora Stephanie, Universitas Multimedia Nusantara

	20 - 24 Januari	Aset Website	- Membuat <i>banner</i> produk untuk <i>website</i>
	2025	Poster "Beli Banyak Lebih Hemat"	<ul> <li>Membuat poster diskon Beli Banyak Lebih</li> <li>Hemat dengan ukuran 1080x1920 px dan resize</li> <li>ke ukuran 1080x1080 px</li> <li>Membuat <i>icon</i> judul Beli Banyak Lebih Hemat</li> </ul>
			- Memodal <i>icon</i> judul Ben Banyak Leoni Hemat
		Email <i>Blast</i>	- Membuat 3 desain untuk Email <i>blast</i> yang terdiri dari 2 desain <i>flash sale</i> produk dan potongan harga
		Website Launch	- Membuat 3 desain untuk 1 row feeds website launch
8	3 - 7 Februari 2025	Reels Scandia	<ul> <li>Edit video <i>reels</i> "<i>Clearance Sale</i> Cibubur Junction"</li> <li>Edit video <i>reels</i> harian Scandia</li> </ul>
		Aset Website	- Membuat <i>banner "New Arrival</i> " Freya dan Bjorn
		Feeds Scandia	<ul> <li>Membuat desain <i>feeds</i> harian Scandia sesuai <i>template</i></li> <li>Membuat desain <i>feeds "New Arrival</i>" Freya dan Bjorn</li> </ul>
		Sensor Gate	- Membuat desain <i>sensor gate</i> untuk toko AEON, Botani, dan Margo city
		Price Tag	- Mengerjakan <i>price tag</i> sesuai <i>template</i> di toko Scandia Botani Square Bogor
		Poster "Belanja Hemat Untung Berlipat"	<ul> <li>Mengerjakan desain poster extra diskon 10% dalam ukuran A4</li> <li>Mengerjakan desain poster extra diskon 15% dalam ukuran A4</li> </ul>
	N	Resize	- <i>Resize</i> poster <i>Final Call</i> ke ukuran TV Promo - <i>Resize</i> desain katalog ke TV Promo dan buat ke MP4
9	10 - 14 Februari	Reels Scandia	- Edit video <i>reels</i> harian Scandia
	2025	Price Tag	- Mengerjakan <i>price tag</i> sesuai <i>template</i> di toko Scandia Margo City Depok
		Aset Website	- Membuat desain template cover artikel

		Kajian Ramadhan Kebuli Naim X Zhahati	<ul> <li>Membuat 3 desain <i>feeds</i> dan <i>resize</i> ke ukuran <i>story</i></li> <li>Membuat <i>voucher</i> acara</li> </ul>
		<i>Giveaway</i> Smatt x Scandia	- Membuat 1 row desain <i>giveaway</i> dengan detail 2 <i>feeds</i> dan 1 motion <i>reels</i>
		Resize	<ul> <li><i>Resize</i> desain poster promo special Februari ke ukuran <i>feeds</i></li> <li><i>Resize</i> katalog ke ukuran tv promo <i>potrait</i></li> <li><i>Resize</i> ukuran poster: Rumah Lebih Stylish ke ukuran stiker box</li> <li><i>Resize</i> poster Belanja Hemat Untung Berlipat ke ukuran TV Promo <i>potrait, landscape</i>, dan A4</li> </ul>
10	17-22 Februari 2025	Sticker Box	- Membuat desain <i>sticker box</i> dengan ukuran 76x130 cm
		Aset Website	- Membuat desain <i>cover</i> artikel
		Reels Scandia	- Edit video <i>reels</i> harian Scandia
		Feeds Scandia	- Membuat desain <i>feeds</i> harian Scandia sesuai <i>template</i>
		Story "Visit Our Website"	- Membuat desain ajakan untuk mengunjungi website dalam ukuran story
11	24-28 Februari 2025	<i>T-Banner</i> lokasi Scandia Meikarta	- Membuat desain informasi toko Scandia cabang Meikarta dalam ukuran 60x80 cm
		Aset Website	- Membuat desain <i>cover</i> artikel -Membuat desain diskon karyawan khusus daftar akun <i>website</i>
	UN	Story Scandia	- Membuat desain pemenang <i>Giveaway</i> dalam ukuran <i>story</i>
	MUNU	Promo Maret "Diskon 15%" dan "Diskon Bundling"	- Membuat dua desain promo Maret dengan tema Lebaran dalam ukuran 1080x1920 px
		Motion desain "Last Chance"	- Membuat motion untuk desain " <i>Last Chance</i> " yang akan diterapkan pada TV Promo

12	3-7 Maret 2025	Aset Website	- Membuat desain <i>cover</i> artikel
		Promo Maret "Diskon 15%" dan "Diskon Bundling"	<ul> <li>Mengerjakan revisi desain</li> <li>Resize ke ukuran TV Promo potrait, landscape, story, feeds, web banner dan web ecom</li> </ul>
	1	Sticker Box	- Mengerjakan revisi desain
	2	Feeds Scandia	- Membuat desain <i>feeds</i> harian Scandia sesuai <i>template</i>
		Aset Website	<ul> <li>Membuat desain <i>cover</i> artikel</li> <li><i>Resize</i> desain diskon karyawan khusus daftar akun <i>website</i> ke ukuran A4</li> </ul>
13	10-14 Maret 2025	Aset Website	- Membuat desain <i>cover</i> artikel
		3.3 Free Gift	- Membuat desain promosi hadiah gratis 3.3 dengan ukuran <i>feeds, story</i> , dan <i>web banner</i>
		<i>Giveaway</i> Tebak-tebak Scandia	- Membuat desain <i>giveaway</i> dengan tema kuis dalam ukuran <i>feeds</i>
		Poster Pay Day 1446 H	- Membuat desain <i>pay day</i> dengan tema lebaran dalam ukuran <i>story</i>
14	17-21 Maret 2025	Aset Website	<ul> <li>Membuat desain <i>cover</i> artikel</li> <li>Mengerjakan desain <i>pop up banner website</i></li> </ul>
		Reels Scandia	- Edit video <i>reels</i> harian Scandia
		Feeds Scandia	- Membuat desain <i>feeds Giveaway</i> Scandia
		Desain Poster	- Membuat poster USP mengikuti template yang disediakan dan di- <i>resize</i> ke ukuran TV Promo dan Potrait
	UN	IVE	<ul> <li>Revisi poster USP</li> <li>Mengerjakan revisi desain <i>pay day</i></li> <li>Revisi desain <i>secret code</i></li> <li>Membuat kartu ucapan hampers</li> </ul>
15	24-28 Maret 2025	Reels Scandia	<ul> <li>Edit video <i>reels</i> harian Scandia</li> <li>Mengunjungi store Scandia AEON untuk <i>take content</i></li> </ul>

	1		
		Feeds Scandia	<ul> <li>Membuat desain <i>feeds</i> harian Scandia sesuai <i>template</i></li> <li>Membuat desain <i>feeds</i> untuk keperluan <i>paid</i></li> </ul>
			promote
		Aset Website	- Membuat desain <i>cover</i> artikel
	1	Desain Poster	- Mengerjakan 9 poster USP <i>mattress</i>
	1		- Membuat desain POP tebus murah
	_		- <i>Resize</i> desain POP tebus murah ke ukuran <i>story</i>
			<ul> <li>Revisi <i>banner</i> 3x3 m diskon hingga 70% Mks</li> <li>Mengerjakan poster diskon hingga 90% dalam ukuran <i>story</i> dan TV promo <i>landscape</i></li> </ul>
16	9-11 April 2025	Aset Website	- Membuat desain <i>cover</i> artikel
		Reels Scandia	- Edit video <i>reels</i> harian Scandia
		Giveaway	- Mengerjakan Desain Giveaway Special 150 rb
		Special 150 rb	Voucher Website (Story, Feeds, Web Banner)
		Voucher	- Mengerjakan Desain Voucher Potongan IDR
		50.000	50.000, Minimal Pembelian IDR 300.000 (Story, Feeds, Web Banner)
		Scandia Deals	- Mengerjakan Desain <i>Banner</i> Scandia <i>Deals</i> ( <i>Story, Feeds, Web Banner</i> )
		Story Ucapan	- Mengerjakan Desain Story Ucapan Good Friday
17	14-17 April 2025	Aset Website	<ul> <li>Membuat desain <i>cover</i> artikel</li> <li>Membuat <i>banner e-comm</i> produk <i>platform</i></li> </ul>
			hand truck
		Reels Scandia	- Edit video <i>reels</i> harian Scandia
		Tebus Murah Randrap	- Mengerjakan desain tebus murah Randrap versi <i>member</i> baru <i>website</i> dan karyawan OT
	UN	Story Ucapan	- Mengerjakan Desain <i>Story</i> Ucapan hari raya Paskah
	ΜŲ	Scandia hadir di Millenium Mall	- Membuat desain <i>feeds</i> dan <i>story</i> "Kini Scandia hadir di Millenium Mall"
		TVD	
		I V Promo	- <i>Kesize</i> materi I V Promo menjadi ukuran videotron
18	21-25 April	Aset Website	- Membuat desain <i>cover</i> artikel
-	2025		- Melanjutkan desain <i>banner e-comm</i> produk
			platform hand truck dan resize ke story

		Feeds Scandia	- Membuat desain <i>feeds</i> MBTI Scandia
		Reels Scandia	- Edit video <i>reels</i> harian Scandia
		Pay Day April	- Mengerjakan desain Payday April (Story, Feeds, Web Banner)
		Poster E-	- Membuat desain promo 100 ribuan ukuran A4
		commerce	tanggal 24 dan 25 April
	7	<i>Story</i> Ucapan	- Mengerjakan Desain <i>Story</i> Ucapan Hari raya Kartini
	<u></u>	Scandia	- Membuat desain undangan Scandia Awards
		Awards	- Membuat desain papan pemenang Scandia Awards
19	28 April – 2 Mei 2025	Aset Website	- Membuat desain <i>cover</i> artikel
	2 11101 2023		website
		Poster E-	- Membuat desain promo 100 ribuan ukuran A4
		commerce	tanggal 28, 29 dan 30 April
		Giveaway	- Membuat desain giveaway voucher Smatt
		<i>Voucher</i> Smatt	
		Diskon hingga	- Mengerjakan poster Diskon hingga 50%
		30%	Scalidia Botalli
		Tebus murah	- Redesign poster tebus murah Randrap menjadi
		Randrap	promo spesial hari buruh dan di- <i>resize</i> ke ukuran
		Desain promo	- Mengeriakan desain promo 5 5 (Story Feeds
		5.5	Web Banner)
20	5-9 Mei 2025	Aset Website	- Membuat desain <i>cover</i> artikel
		Feeds Scandia	- Membuat desain <i>feeds</i> harian Scandia sesuai <i>template</i>
		Cashback hari	- Membuat desain Cashback hari raya Waisak
		raya Waisak	( <i>Story, Feeds,</i> TV Promo)
	11 M	TV Promo	- Resize ukuran Poster USP ke ukuran TV
	<b>N</b> 14	i v L	Promo
	M 11	T	- Membuat MP4 I V Promo

### 3.3 Uraian Pelaksanaan Magang

Dalam periode magang selama 5 bulan di PT Mitra Global Retail, penulis mendapatkan tugas berbagai proyek desain yang digunakan untuk kebutuhan promosi Scandia. Dari seluruh tugas yang dikerjakan, penulis akan merincikan lima proyek desain terbaik yang terdiri dari satu proyek utama dan empat proyek tambahan. Bagian ini akan menjelaskan secara rinci mengenai proses perancangan desain yang telah dilakukan.

#### 3.3.1 Proses Pelaksanaan Tugas Utama Magang

Dalam pelaksanaan tugas magang, terdapat salah satu proyek yang dipilih oleh penulis untuk dijabarkan dalam laporan ini, yaitu desain promo spesial bulan Maret dalam rangka Lebaran. Promo ini mencakup berbagai jenis desain, seperti promo bundling, free gift, hingga payday sale yang akan diterapkan dalam berbagai ukuran nantinya. Seluruh desain tersebut dirancang dengan menggunakan tema Lebaran karena disesusaikan dengan hari raya terdekat dalam jangka waktu tersebut. Dalam desain ini, penulis menggunakan jenis layout Axial yang menggunakan gambar sebagai elemen dengan meletakannya ditengah desain utama dan tujuan untuk menjadikannya sebagai daya tarik.



Gambar 3.2 Desain Promo Spesial bulan Maret Scandia Sumber: Scandia (2025)

Proses pertama dalam perancangan desain ini dimulai dengan penerimaan *brief* melalui *Google Sheets* yang diisi oleh *Digital Marketing Manager* sebagai pihak yang mengajukan permintaan desain. Setelah itu, tugas tersebut diberikan oleh *Graphic Design Staff* kepada penulis. Dari *brief*  yang diterima, desain yang harus dibuat mencakup tiga ukuran, yaitu *story, feeds*, dan *web banner*. Variasi ukuran ini bertujuan untuk memastikan bahwa desain tersebut dapat digunakan secara optimal di berbagai *platform online*.

5 순 중 중 100% * \$	% .0, .00 123 Defaul ▼   - [	10] + B I -S	<u>A</u> & B	8 ⊡ - ≝ -
•   fx				
A	B	C	D	E
Double Date 3.3 Free Gift	3.3 Berkan Meimpan! Beli Produk Ekslusif, Dapatkan FREE GIFT 1-12 Maret 2025 Syarat & Ketentuan Berlaku	DONE		Story, Post, Web Banner
Double Date 3,3 Paket Bundling	3.3 Berkah Double! Dapatkan Paket Bundling Hemat 1-12 Maret 2025 Syarat & Ketentuan Berlaku			Story, Post, Web Banner
Pay Day 1446 H	Ramadan 1446 H, Berkah Melimpahl Dapatkan SPECIAL PRICE Rp 1.446.000 & DISKON Rp 14.460 25-31 Maret 2025 Svarat & Katenbuan Berlaku	Waiting App •		Story, Post, Web Banner

Gambar 3.3 Brief Design Pay Day Sale

Setelah itu, penulis mendapatkan *brief* dari *Graphic Design Staff* untuk mengikuti *key visual* yang telah ditetapkan khusus untuk desain selama bulan Lebaran. Desain ini mengutamakan 2 warna utama, yaitu hijau dan abuabu. Selain itu, elemen *pattern* pada bagian *background* juga ditambahkan pada setiap desain promo bulan Maret untuk memperkuat kesan visual yang sesuai dengan perayaan. Penggunaan warna dan *pattern* ini bertujuan agar desain terlihat lebih selaras dengan konsep yang telah ditentukan.





Gambar 3.4 *Key Visual* Promo Maret Sumber: Scandia (2025)

Dalam mendukung tampilan visual yang konsisten, penulis juga mendapatkan *brief* untuk menggunakan dua jenis *font* utama dalam setiap desain, yaitu Poppins dan Open Sans. *Font* Poppins digunakan dalam tipe *bold* dan medium untuk menampilkan judul atau informasi penting agar lebih menonjol. Sedangkan, *font* Open Sans digunakan dalam tipe medium untuk tambahan yang bersifat pelengkap. Pada setiap desain lebih dominan menggunakan *font* Poppins karena tampilannya yang modern dan tegas, sesuai dengan karakter visual dari brand Scandia.

### Poppins Medium The Quick Brown Fox Jumps Over The Lazy Dog

### Poppins Bold The Quick Brown Fox Jumps Over The Lazy Dog

### Open Sans Medium The Quick Brown Fox Jumps Over The Lazy Dog

Gambar 3.5 Tampilan Font Desain Promo Maret

Selain itu, setiap desain promo bulan Maret juga diwajibkan untuk menggunakan *pattern* yang telah disediakan oleh *graphic design staff*. *Pattern* ini memiliki corak khas yang menggambarkan nuansa perayaan Lebaran dengan bentuk-bentuk geometris. Penggunaan *pattern* ini bertujuan untuk memperkuat identitas visual desain agar sesuai dengan tema Lebaran.



Gambar 3.6 Tampilan Aset Pattern

Setelah menerima *brief* dan mengumpulkan aset, penulis mulai memahami konsep yang akan diterapkan. Langkah selanjutnya, penulis mulai merancang ketiga desain sesuai dengan *brief* yang telah diberikan.

#### 1. Pay Day Sale

Langkah pertama yang dilakukan penulis sebelum memulai proses desain adalah menentukan *color palette* yang sesuai dengan konsep *key visual* yang telah ditetapkan. Warna hijau dipilih sebagai warna utama karena mencerminkan nuansa Lebaran. Kemudian, warna hitam digunakan untuk memberikan kontras dan menonjolkan elemen penting seperti teks utama, sehingga mudah terbaca dan menarik perhatian. Warna abu-abu digunakan sebagai warna *background* yang berfungsi untuk menjaga keseimbangan visual. Sementara itu, warna putih digunakan sebagai warna pendukung pada teks.





Gambar 3.7 Color Palette Desain Pay Day Sale

Selanjutnya, penulis menyusun *layout* desain *Pay Day Sale*. Penulis menempatkan logo Scandia dan logo Semarak Berkah Ramadan sebagai identitas *brand* pada bagian atas. Selanjutnya, pada bagian bawah terdapat judul "Promo Harga Spesial" yang menjadi fokus utama. Pada bagian tengah, penulis menambahkan elemen gambar untuk menampilkan produk agar lebih menarik perhatian. Terakhir, pada bagian bawah diisi dengan informasi tambahan seperti *website*, periode promo, dan *footer* untuk melengkapi detail promosi.



Gambar 3.8 Layout Desain Pay Day Sale

Setelah itu, penulis mulai mengumpulkan aset-aset yang diperlukan, seperti gambar orang dari *website* penyedia aset serta produk-produk yang akan digunakan dalam desain. Setelah semua aset terkumpul, penulis menyesuaikan elemen-elemen tersebut agar sesuai dengan konsep yang telah ditetapkan. Selain itu, langkah selanjutnya yang dilakukan oleh penulis adalah menghapus *background* pada gambar dengan menggunakan *Adobe Photoshop*.



Gambar 3.9 Proses Hapus Background Aset Pay Day Sale

Langkah selanjutnya, penulis mulai masuk ke tahap perancangan desain dengan memasukkan elemen-elemen dasar seperti *background, pattern*, logo Scandia, logo Semarak Berkah Ramadan, serta syarat dan ketentuan yang berlaku terlebih dahulu. Elemen ini dimasukkan di awal karena sudah menjadi *template* tetap dalam setiap desain promosi bulan Maret. Penempatan serta ukuran dari elemen tersebut sudah memiliki standar tersendiri agar desain terlihat konsisten dan rapi di setiap materi promosi. Dengan adanya *template* ini, proses perancangan menjadi lebih efisien dan hasil desain tetap sesuai dengan identitas visual *brand*.



Gambar 3.10 Proses Memasukan Elemen ke Desain Pay Day Sale

Setelah itu, penulis mulai menyusun *layout* untuk penempatan teks harga agar tampilan desain tetap menarik dan mudah dipahami. Bagian harga spesial sebesar IDR 1.446.000 di-*highlight* sebagai poin utama dari promo dengan menambahkan *outline* berbentuk kotak yang memperjelas fokus visual. Di bagian bawah, penulis menambahkan simbol "+" yang dipadukan dengan lingkaran berwarna merah di latar belakang untuk menarik perhatian lebih dari audiens. Kemudian, di samping simbol tersebut ditambahkan tulisan "Diskon Ekstra IDR 14.460" sebagai informasi tambahan yang memperkuat daya tarik penawaran pada desain tesebut.



Gambar 3.11 Proses Layouting Text Desain Pay Day Sale

Kemudian, penulis melanjutkan ke tahap *layouting* gambar. Gambar ditambahkan agar desain terlihat lebih dinamis dan tidak monoton. Penulis menggunakan tiga objek visual, yaitu satu gambar model orang serta dua gambar produk berupa lemari dan rak. Gambar model orang ditempatkan di bagian tengah sebagai fokus utama desain, sementara produk diletakkan di sisi kiri dan kanan untuk menciptakan komposisi seimbang. Kedua produk tersebut merupakan produk dari Scandia yang termasuk dalam promo *Pay Day Sale*.



Gambar 3.12 Proses Layouting Gambar Desain Pay Day Sale

Setelah menyelesaikan desain, penulis kemudian mengajukan proses *approval* kepada *graphic design staff* sebelum diteruskan ke atasan lainnya. Dalam tahap ini, penulis menerima revisi minor dari atasan untuk mengganti tanda "tambah" dengan tanda "dan" agar desain lebih sesuai dengan konsep promo yang telah didiskusikan oleh tim *marketing* sebelumnya.



Gambar 3.13 Proses Revisi Desain Pay Day Sale

Kemudian, setelah penulis menyelesaikan tahap revisi, penulis kemudian mengajukan desain untuk *approval* ke atasan lainnya dan akhirnya mendapatkan persetujuan. Setelah desain disetujui, langkah berikutnya adalah melakukan *resize* agar sesuai dengan berbagai kebutuhan *platform*.



Gambar 3.14 Hasil Desain dan Resize Pay Day Sale

Penulis me-*resize* desain ke tiga ukuran, yaitu *feeds*, *story*, dan *web banner*. Ukuran *feeds* dan *story* digunakan untuk diunggah ke Instagram sebagai sarana promosi utama di media sosial, sedangkan *web banner* digunakan untuk ditampilkan di *website* Scandia untuk menambah *awareness* dari audiens yang berkunjung ke situs tersebut.

#### 2. Free Gift

Desain selanjutnya yang dikerjakan adalah desain "Free Gift", dengan tahap awal adalah penentuan color palette dan referensi visual. Warna hijau dipilih sebagai warna dominan karena identik dengan nuansa Lebaran. Untuk menghindari kesan monoton, penulis menambahkan warna kuning sebagai aksen yang memberi kesan cerah dan menarik perhatian, serta warna putih untuk menjaga keseimbangan agar tetap terlihat bersih dan minimalis. Referensi visual yang digunakan berasal dari inspirasi desain dengan gaya polaroid. Produk ditampilkan seolah-olah menonjol keluar dari kertas polaroid, sehingga memberikan kesan yang lebih hidup dalam tampilan desain.



Gambar 3.15 Referensi dan Color Palette Desain Free Gift

Langkah selanjutnya, penulis mulai menyusun *layout* desain dengan menempatkan elemen-elemen utama secara terstruktur. Pada bagian atas, terdapat logo Scandia dan logo Semarak Berkah Ramadan sebagai identitas *brand*. Kemudian, pada bagian bawah terdapat judul "Promo *Free Gift*" yang menjadi fokus utama. Pada bagian tengah, penulis menambahkan elemen gambar untuk menampilkan produk dan hadiah *free gift* agar lebih menarik perhatian. Sementara itu, bagian bawah diisi dengan informasi tambahan seperti *website*, periode promo, dan *footer* untuk melengkapi detail promosi.



Gambar 3.16 Layout Desain Free Gift

Kemudian, penulis mulai mengumpulkan aset gambar yang akan digunakan dalam desain. Terdapat tiga produk, yaitu lemari sebagai produk yang termasuk dalam promo, serta pisau 1 set dan end table sebagai hadiah free gift. Untuk memastikan tampilan produk lebih rapi, penulis menggunakan Adobe Photoshop untuk menghapus background dari masing-masing gambar. Setelah proses ini selesai, aset gambar siap digunakan pada desain.



Gambar 3.17 Proses Hapus Background Desain Free Gift

35 Perancangan Media Promosi..., Theodora Stephanie, Universitas Multimedia Nusantara

Langkah selanjutnya, penulis mulai masuk ke proses desain dengan menyiapkan *pattern* serta menempatkan logo Scandia. Penempatan logo ini sudah mengikuti ukuran dan posisi yang sesuai dengan desain lainnya agar tetap konsisten secara visual. Setelah itu, penulis mulai menyusun *layout* judul dengan membuat tulisan "3.3" lebih besar sebagai elemen utama karena desain ini dibuat khusus untuk promo bulan Maret 3.3. Di bagian bawahnya, penulis menambahkan teks "Berkah Melimpah" sebagai pelengkap agar pesan promo lebih jelas dan menarik perhatian audiens.



Gambar 3.18 Proses Layouting Teks Desain Free Gift

Selanjutnya, penulis mulai masuk ke tahap *layouting* gambar dengan menambahkan ketiga aset produk ke dalam desain. Lemari ditempatkan sebagai elemen visual paling besar di sisi kiri untuk menandakan bahwa produk tersebut adalah item utama yang harus dibeli. Di sisi kanan, penulis menempatkan dua produk hadiah, yaitu pisau 1 set dan *end table* dengan konsep visual polaroid yang diberi teks "*Free Gift*" agar lebih menonjol. Di bagian atas dua produk tersebut, penulis juga menambahkan teks "Beli produk eksklusif, dapatkan *free*  *gift*" sebagai penjelas promo, lalu di bagian bawah diberikan teks "Eksklusif hanya di *website*" dan periode berlakunya.



Gambar 3.19 Proses Layouting Gambar Desain Free Gift

Setelah desain selesai, penulis mengajukan proses *approval* kepada *graphic design staff* dan atasan lainnya. Dari hasil *review* tersebut, penulis mendapatkan beberapa revisi, terutama pada bagian judul dan gambar dalam desain. Pada bagian judul, penulis diminta untuk menambahkan logo Semarak Berkah Ramadan, sementara logo 3.3 Berkah Melimpah perlu untuk dihapus. Selain itu, revisi juga dilakukan pada bagian gambar. Produk lemari disarankan untuk dihilangkan agar desain lebih fokus menampilkan produk *free gift*. Dengan revisi ini, desain menjadi lebih jelas dan sesuai dengan arahan yang telah diberikan.



Gambar 3.20 Proses Revisi Desain Free Gift

Kemudian, setelah menyelesaikan proses revisi dan menyesuaikan desain sesuai dengan arahan atasan, penulis akhirnya mendapatkan *approval* untuk desain tersebut. Setelah itu, langkah selanjutnya adalah melakukan proses *resize*.



Gambar 3.21 Hasil Desain Free Gift

Proses *resize* dilakukan ke tiga format ukuran yang telah ditentukan, yaitu *feeds*, *story*, dan *web banner*. Proses *resize* ini dilakukan agar desain dapat diunggah ke berbagai *platform*. Format *feeds* dan *story* untuk keperluan unggahan di Instagram, sementara *web banner* digunakan untuk keperluan promosi di website Scandia.

#### 3. Promo Bundling

Pada desain ketiga, penulis menyiapkan *color palette* sebelum memasuki proses desain. Berdasarkan *brief* dari *graphic design staff*, penulis diminta untuk menggunakan warna abu-abu sebagai warna dominan untuk memberikan kesan netral dan elegan. Sementara itu, warna pendukung lainnya seperti hijau, merah, oranye, hitam, dan putih digunakan untuk memperkuat elemen-elemen penting dalam desain, seperti teks harga dan ikon. Kombinasi warna-warna ini dipilih agar tetap selaras dengan identitas *brand*, namun tetap menarik perhatian audiens di tengah padatnya informasi yang disampaikan.



Gambar 3.22 Color Palette Desain Promo Bundling

Langkah selanjutnya adalah menentukan *layout* desain. Layout yang digunakan masih mengikuti pola dari desain sebelumnya agar tetap konsisten secara visual. Namun, pada desain ini penulis menambahkan elemen *shape* untuk membuat *grid* yang membagi dua *bundling* secara seimbang. Penggunaan *grid* bertujuan agar informasi mengenai kedua *bundling* tersebut dapat ditampilkan secara rapi dan mudah dibaca, tanpa membuat desain terasa penuh atau membingungkan bagi audiens.



Gambar 3.23 Layout Desain Promo Bundling

Langkah selanjutnya, penulis menghapus *background* dari tiga produk yang telah ditentukan dalam *brief*. Proses penghapusan *background* kembali dilakukan menggunakan *Adobe Photoshop*. Setelah *background* dihapus, produk kemudian dapat digunakan dalam desain sesuai dengan *layout* yang telah dirancang.



Gambar 3.24 Proses Hapus Background Aset Promo Bundling

Penulis mulai masuk ke proses desain dengan menyusun tampilan produk dalam *grid* terlebih dahulu. Pada bagian "Promo *Bundling*" digunakan warna merah dan putih agar promo lebih mencolok dan mudah menarik perhatian *audiens*. Kemudian, pada bagian *layout* dibagi menjadi dua kolom, di mana sisi kiri berisi nama produk dan harga *bundling*, sementara sisi kanan menampilkan gambar produk dengan harga satuan. Strategi ini diterapkan agar audiens dapat dengan mudah membandingkan harga, sehingga lebih tertarik untuk memilih *bundling* yang lebih ekonomis dibandingkan dengan harga satuan produk.



Gambar 3.25 Desain Layout Bundling

Selanjutnya, penulis mulai memasuki proses *layouting* teks desain ini, penulis menggunakan *background* abu-abu yang dilengkapi *pattern* bernuansa islami di sisi kiri dan kanan untuk mendukung tema Ramadan. Kemudian, terdapat teks utama "Dapatkan Paket *Bundling* Hemat" disusun secara rapi di bagian tengah dengan penggunaan bold pada bagian "*Bundling* Hemat" untuk memberikan penekanan.. Di bagian bawah terdapat informasi periode promo ditampilkan dengan jelas dan juga tulisan "Ekslusif Hanya di *Website*", selain itu juga terdapat keterangan "Syarat & Ketentuan Berlaku" disusun kecil di bagian pojok kiri bawah sebagai informasi tambahan tanpa mengganggu fokus utama.



Gambar 3.26 Proses Layouting Teks Desain Promo Bundling

Langkah selanjutnya, penulis mulai menggabungkan desain *grid* promo *bundling* dengan *layout* utama yang telah dibuat sebelumnya. Proses ini memastikan semua elemen, mulai dari teks, warna, hingga penempatan gambar, tetap konsisten dan selaras.



Gambar 3.27 Proses Desain Promo Bundling

Setelah desain selesai, penulis melanjutkan ke tahap *approval* untuk mendapatkan persetujuan dari atasan. Pada tahap ini, desain diterima tanpa revisi sehingga proses dapat langsung dilanjutkan ke tahap berikutnya.



Gambar 3.28 Hasil Desain Promo Bundling

Penulis kemudian melakukan *resize* desain ke dalam tiga ukuran, yaitu format *feeds, story*, dan *web banner*. *Resize* ini dilakukan agar desain dapat digunakan di berbagai *platform* dengan format *feeds* dan *story* untuk *Instagram*, sedangkan *web banner* untuk kebutuhan pada *website* Scandia.

#### 3.3.2 Proses Pelaksanaan Tugas Tambahan Magang

Selama menjalani kegiatan magang ini, penulis terlibat dalam berbagai proyek desain dengan beragam kebutuhan. Mayoritas desain yang dikerjakan digunakan pada *platform* digital seperti *website* dan *Instagram*, namun penulis juga mengerjakan beberapa desain untuk kebutuhan cetak. Berikut merupakan proyek-proyek yang telah dikerjakan oleh penulis selama masa magang.

#### 3.3.2.1 Proyek Giveaway Smatt x Scandia

Desain *Giveaway* Smatt x Scandia dibuat khusus untuk *platform* Instagram dan dirancang dalam format tiga *feeds* yang di *posting* secara berurutan. Ketiga *feeds* ini terdiri dari dua desain *carousel* dan satu *reels motion*. Desain ini mendapatkan *brief* dari tim *marketing* agar dibuat menggunakan strategi *soft launch*, yaitu dengan memperkenalkan produk terlebih dahulu di *feeds* pertama dan kedua, kemudian baru dilanjutkan dengan pengumuman *giveaway* di *feeds* ketiga. Strategi ini digunakan agar audiens dapat mengenal produk lebih dalam sebelum mengikuti *giveaway* yang akan diadakan. Selain itu, pada ketiga desain ini, penulis juga menggunakan jenis *layout* Axial.



Gambar 3.29 Hasil Desain Giveaway Smatt x Scandia

Pertama-tama, penulis menerima *brief* untuk mengerjakan desain *Giveaway* Smatt x Scandia melalui grup yang berisi Lalitya sebagai *supervisor* dan Laura sebagai rekan *intern* di divisi *Graphic Design*. Dalam brief tersebut, Lalitya menyampaikan bahwa desain akan terdiri dari dua *feeds carousel* dan satu *reels* yang nantinya akan diposting secara berurutan di Instagram. Ia juga membagikan beberapa stok foto dari tim Smatt yang dapat digunakan dalam desain ini. *Brief* tersebut menjadi panduan penulis dalam menyusun konsep visual yang sesuai dengan kebutuhan desain.



Gambar 3.30 Pemberian Brief Desain Giveaway Smatt x Scandia

Kemudian, penulis mulai mengumpulkan beberapa referensi desain dari Pinterest sebagai langkah awal sebelum masuk ke proses desain. Referensi yang penulis cari berfokus pada desain produk dengan gaya minimalis sesuai dengan arahan *brief* yang telah diberikan. Referensi ini membantu penulis menentukan *mood* visual dan gaya *layout* desain.



Pada desain ini, penulis menggunakan *font* Poppins dengan berbagai variasi *family* seperti *regular, medium, semibold, bold, dan extra bold*. Pemilihan *font* ini dikarenakan brand Scandia yang menetapkan Poppins sebagai font utama dalam setiap desainnya. Dengan begitu, penggunaan font Poppins membantu menjaga konsistensi visual di seluruh konten. Selain itu, variasi tebal-tipis pada font juga dimanfaatkan untuk meng-*highlight* elemen penting dalam desain.

POPPINS REGULAR The Quick Brown Fox Jumps Over The Lazy Dog

POPPINS MEDIUM The Quick Brown Fox Jumps Over The Lazy Dog

POPPINS SEMI BOLD The Quick Brown Fox Jumps Over The Lazy Dog

POPPINS BOLD The Quick Brown Fox Jumps Over The Lazy Dog

POPPINS EXTRA BOLD The Quick Brown Fox Jumps Over The Lazy Dog

Gambar 3.32 Tampilan Font Desain Giveaway Smatt x Scandia

Selanjutnya, penulis mulai mengumpulkan aset-aset foto yang akan digunakan dalam desain melalui *Google Drive* yang telah disediakan oleh tim Smatt. Di dalam folder tersebut telah tersedia pilihan foto yang telah disiapkan untuk kebutuhan desain. Kemudian, penulis mulai memilih foto yang cocok dengan konsep desain dan gaya visual yang diinginkan.



Gambar 3.33 Aset Foto Desain Giveaway Smatt x Scandia

Setelah mengumpulkan aset-aset yang akan digunakan, penulis pun mulai masuk ke tahap desain. Penulis merancang ketiga *feeds* tersebut sesuai *brief* yang telah diberikan.

#### 1. Feeds 1 (Carousel)

Langkah pertama setelah masuk ke dalam proses desain adalah menentukan *layout* keseluruhan desain. Pada desain *feeds* Instagram, penulis mengikuti *template* penempatan logo dan *footer* yang sudah ditentukan agar tetap konsisten dengan desain lainnya. Setelah itu, penulis mulai menambahkan beberapa elemen teks seperti judul dan informasi singkat. Desain *feeds* ini memiliki tampilan minimalis, sehingga penggunaan teks dibatasi agar fokus utama tetap tertuju pada foto produk yang ditampilkan.

Logo	Logo	Logo
TEXT	TEXT	JUDUL
GAMBAR	GAMBAR	GAMBAR
		TEXT Body TeXT
Footer	Footer	Footer

Gambar 3.34 Layout Desain Feeds 1 Giveaway Smatt x Scandia

Setelah itu, penulis mulai memilih foto yang akan digunakan untuk desain *feeds* pertama dari aset foto yang telah dikumpulkan. Pada *slide* pertama, penulis memilih foto dengan latar putih minimalis agar terlihat *clean*. Kemudian, pada *slide* kedua menggunakan foto dengan *background* warna hijau untuk memberikan variasi. Terakhir, pada *slide* ketiga menggunakan latar putih kembali agar keseluruhan tampilan tetap seimbang namun tidak membosankan bagi audiens.



Gambar 3.35 Pemilihan Foto Desain Feeds 1 Giveaway Smatt x Scandia

47 Perancangan Media Promosi..., Theodora Stephanie, Universitas Multimedia Nusantara Kemudian, penulis mulai menyusun *layout* teks dari materi yang telah disiapkan oleh *copywriter* Scandia. Pada slide pertama, terdapat teks "*New Arrival*" dengan mengikuti template tulisan yang sudah ditentukan oleh *graphic design staff* sebelumnya. Selain itu, terdapat juga teks tambahan yang disusun dengan gaya *heading* dan *body text* yang di mana *heading* dibuat lebih tebal agar lebih menonjol. Untuk slide kedua dan ketiga, teks yang digunakan dibuat lebih sederhana dan ditata dengan *align* tengah untuk menjaga tampilan tetap clean dan minimalis.

Tetap Tampil Stylish, Tumbler denaan Beragam Fitur Kini Hadir di Scandia

Gambar 3.36 Teks pada Desain Feeds 1 Giveaway Smatt x Scandia

Teman stylish untuk

berbagai aktivitasmu

3

Pengen punya Smatt Tumbler GRATIS?

Stay tuned buat Giveaway Spesialnya!

Setelah itu, penulis mulai menggabungkan elemenelemen seperti *template* logo, *footer*, dan teks yang telah disiapkan ke dalam desain. Pada *slide* pertama, teks "*New Arrival*" ditempatkan di bagian atas sebagai judul utama, sementara teks lainnya diletakkan di bagian bawah dengan *align* kanan untuk menjaga keseimbangan visual sesuai dengan aset foto yang digunakan pada desain ini. Pada *slide* kedua dan ketiga, teks diletakkan di bagian atas dengan *align* tengah agar tetap selaras dengan tampilan yang minimalis.



Gambar 3.37 Final Desain Feeds 1 Giveaway Smatt x Scandia

Setelah desain selesai, penulis kemudian melakukan asistensi kepada *supervisor*, dan tidak mendapatkan revisi, sehingga desain dapat langsung digunakan dan di *upload* ke Instagram.

#### 2. Feeds 2 (Reels)

Desain selanjutnya adalah desain *cover reels*. Dalam pembuatan desain ini, penulis tetap mengikuti *template* penempatan logo dan *footer* seperti pada desain feeds sebelumnya agar tetap konsisten. Kemudian, penulis menggunakan foto produk yang ditempatkan di bagian kanan, sementara bagian kiri diisi dengan teks singkat untuk memberikan informasi. Penempatan *layout* ini dibuat berbeda dari desain sebelumnya agar tampilan lebih variatif dan tidak monoton.



Gambar 3.38 Layout Desain Cover Reels Giveaway Smatt x Scandia

Kemudian, penulis memilih foto produk yang akan digunakan pada desain *cover reels*. Foto yang dipilih adalah foto dengan *background* putih minimalis dan produk berwarna hitam. Pemilihan ini disesuaikan dengan konsep desain minimalis dan *clean*. Kontras antara warna produk dan *background* juga membantu agar produk terlihat lebih menonjol.



Gambar 3.39 Foto Desain Cover Reels Giveaway Smatt x Scandia

Setelah itu, penulis menambahkan teks "Tumbler *Stylish*" pada bagian kiri desain sebagai informasi utama. Di bagian bawah teks tersebut, penulis juga menambahkan logo Smatt untuk menunjukkan adanya kolaborasi brand.



Gambar 3.40 Final Desain Cover Reels Giveaway Smatt x Scandia

Setelah semua elemen yang disediakan telah tersusun sesuai *layout* yang telah direncanakan, penulis kemudian melakukan

50 Perancangan Media Promosi..., Theodora Stephanie, Universitas Multimedia Nusantara asistensi kepada *supervisor* dan tidak mendapatkan revisi, sehingga desain dapat digunakan dan di *upload* langsung ke Instagram.

#### 3. Feeds 3 (Carousel)

Setelah itu, penulis mulai masuk ke proses desain untuk *feeds* ketiga. Pada feeds ini hanya terdapat dua *slide*, *slide* pertama berisi pengumuman *Giveaway* dan *slide* kedua berisi mekanisme cara ikut *Giveaway*. *Layout* kedua *slide* tetap mengikuti *template* penempatan logo dan *footer* seperti desain sebelumnya. Kemudian, pada *slide* pertama disusun *layout* teks dan ditempatkan di bagian atas dan bawah, sedangkan slide kedua memiliki susunan teks yang lebih banyak karena menjelaskan langkah-langkah mengikuti *giveaway* secara detail dan ditempatkan pada bagian tengah desain.



Gambar 3.41 Layout Desain Feeds 3 Giveaway Smatt x Scandia

Selanjutnya, penulis mulai memilih foto yang akan digunakan dalam desain. Pada *slide* pertama, penulis memilih foto dengan ruang kosong di bagian atas dan bawah agar *layout* teks bisa diterapkan sesuai rencana. Sementara itu, untuk *slide* kedua, penulis menggunakan foto produk dengan tampilan yang lebih penuh, lalu menambahkan efek *gaussian blur* dan menurunkan *opacity* pada foto tersebut agar teks dapat tetap terlihat jelas dan mudah dibaca.



Gambar 3.42 Pemilihan Foto Desain Feeds 3 Giveaway Smatt x Scandia

Kemudian, berikut merupakan teks yang digunakan pada slide 1 dan slide 2. Pada slide 1 terdapat judul "Giveaway" yang dibuat lebih tebal agar langsung menarik perhatian dan terdapat tambahan informasi periode yang ditulis dengan ukuran lebih kecil dan tipis. Pada slide 2, teks "Gratis" ditampilkan dengan ukuran lebih besar dan tebal sebagai headline utama dan pada bagian bawah terdapat daftar hadiah dari Giveaway ini. Selanjutnya, terdapat teks mekanisme giveaway yang ditulis rata kiri dan menggunakan format numbering agar lebih mudah dibaca dan dipahami oleh audiens.



2

Gambar 3.43 Teks pada Desain Feeds 3 Giveaway Smatt x Scandia

Setelah foto dan teks disiapkan, penulis mulai menggabungkannya ke dalam desain. Pada slide pertama, tulisan "Giveaway" diletakkan di bagian atas sebagai headline utama, dan informasi periode ditempatkan di bagian bawah. Lalu pada slide kedua, tulisan "Gratis" dan daftar hadiah giveaway diatur dengan *align* tengah, kemudian bagian bawah terdapat teks mekanisme *giveaway*. Kedua bagian teks ini diberi jarak yang cukup agar tidak terlihat terlalu padat dan tetap nyaman dibaca.



Gambar 3.44 Final Desain Feeds 3 Giveaway Smatt x Scandia

Setelah proses desain selesai, penulis mengajukannya untuk mendapatkan *approval*. Desain kemudian diterima tanpa adanya revisi. Oleh karena itu, desain dapat langsung digunakan dan di *upload* ke Instagram.

#### 3.3.2.2 Proyek Sensor Gate Store Scandia

Berikut merupakan desain *sensor gate* Scandia. Dalam desain ini terdapat dua versi foto produk yang berbeda, sehingga setiap store akan menggunakan salah satu dari kedua versi tersebut. *Sensor gate* ini ditempatkan pada area keluar masuk toko, sehingga desainnya berfungsi sebagai media visual yang dapat langsung dilihat oleh pengunjung. Foto yang digunakan merupakan foto produk Scandia, sehingga *sensor gate* ini juga dapat menjadi materi promosi untuk memperkenalkan produk kepada pelanggan secara langsung di toko.



Gambar 3.45 Desain Sensor Gate Scandia

Penulis menerima *brief* untuk mengerjakan desain *sensor* gate secara langsung dari Event Marketing Supervisor. Sensor gate ini memiliki 4 sisi, namun hanya 2 sisi yang perlu didesain karena sisi lainnya akan menggunakan desain yang sama. Pada sisi pertama, penulis diminta untuk membuat desain hanya berisi logo Scandia sebagai identitas *brand*, sedangkan pada sisi kedua, penulis diminta untuk membuat desain yang berisi foto produk dan teks

Selanjutnya, penulis mulai mencari referensi desain *sensor* gate sebagai acuan awal. Referensi yang dicari oleh penulis berfokus pada desain yang minimalis karena sesuai dengan *brief* yang telah diberikan. Dengan adanya referensi ini, penulis dapat menentukan arah visual dengan lebih mudah sebelum masuk ke tahap desain.

## MULTIMEDIA NUSANTARA



Gambar 3.46 Referensi Desain Sensor Gate Scandia Sumber: www.pinterest.com

Setelah itu, penulis memilih *font* yang akan digunakan dalam desain. *Font* yang digunakan adalah Poppins dengan ketebalan *semibold*. *Font* ini memiliki tampilan yang bersih dan *modern*. Penggunaan satu jenis font ini dilakukan agar desain tidak terlihat terlalu ramai. Hal ini juga mempermudah audiens dalam membaca informasi yang disampaikan.

### POPPINS SEMIBOLD The Quick Brown Fox Jumps Over The Lazy Dog

Gambar 3.47 Tampilan Font Desain Sensore Gate Scandia

Kemudian, penulis melanjutkan ke tahap pembuatan *layout*. Pada sisi pertama, *layout* yang dibuat hanya menampilkan logo Scandia di bagian tengah agar terlihat simpel. Sedangkan pada sisi kedua, *layout* terdiri dari kombinasi logo, teks singkat, dan foto produk yang diatur agar tetap seimbang dan tidak terlalu penuh dengan menggunakan jenis *layout* Axial, dimana gambar sebagai elemen utama daya tarik desain. Penempatan elemen ini disesuaikan agar dapat menarik perhatian pengunjung saat melewati *sensor gate* dalam waktu yang singkat.



Gambar 3.48 Layout Desain Sensor Gate Scandia

Selanjutnya, penulis mulai memilih foto produk Scandia yang akan digunakan untuk desain *sensor gate*. Penulis mendapatkan *brief* untuk membuat dua alternatif desain dengan foto produk yang berbeda, sehingga penulis menyiapkan dua foto, yaitu sofa *recliner* dan *coffee table*. Kedua foto ini memiliki tone warna yang senada, yaitu agak *ashy*/ abu-abu, sehingga terlihat konsisten secara visual. Untuk sisi 1 desain yang hanya menampilkan logo, penulis memilih menggunakan *background* berwarna abu-abu agar selaras dengan tone foto produk di sisi 2.



Gambar 3.49 Pemilihan Foto Desain Sensor Gate Scandia

Kemudian, penulis membuat dua alternatif gaya teks untuk desain *sensor gate*. Pada alternatif pertama, semua teks dibuat dengan rata tengah agar tampilannya lebih minimalis dan simpel. Sedangkan pada alternatif kedua, teks dibuat dengan kombinasi rata kiri dan rata kanan untuk memberikan kesan yang lebih bervariasi. Setelah melalui proses *approval*, alternatif yang dipilih adalah alternatif pertama karena memiliki tampilan yang lebih minimalis dan sesuai dengan konsep desain yang diinginkan.

> Rasakan Pengalaman Baru Temukan Kenyamanan Baru

1

2

Rasakan Pengalaman Baru Temukan Kenyamanan Baru

Gambar 3.50 Alternatif Gaya Teks Desain Sensor Gate Scandia

Setelah itu, penulis mulai menambahkan elemen yang dibutuhkan seperti logo dan teks ke dalam desain *sensor gate*. Pada sisi 1, logo Scandia versi *vertikal* ditempatkan dengan tampilan miring agar dapat memanfaatkan ruang secara maksimal tanpa terlihat terlalu penuh. Sedangkan pada sisi 2, logo Scandia versi portrait diletakkan di bagian atas, kemudian dibagian bawah logo diisi dengan teks yang telah disiapkan sebelumnya.



Gambar 3.51 Draft 1 Desain Sensor Gate Scandia

Kemudian, penulis melakukan proses *preview* desain kepada *Head Manager* untuk mendapatkan masukan sebelum dikirim ke bagian *printing*. Pada tahap ini, penulis menerima revisi berupa pergantian warna *background* pada sisi 1 dari abu-abu menjadi hitam agar tampilan lebih ekslusif dan minimalis.





Gambar 3.52 Final Desain Sensor Gate Scandia

Setelah revisi diterapkan dan desain disetujui, *file* akhir pun siap untuk diresize ke berbagai ukuran *sensor gate* pada setiap toko dan dikirim ke bagian *printing* untuk diproduksi.

#### 3.3.2.3 Proyek Poster USP "New Arrival Product"

Desain poster USP "*New Arrival Product*" merupakan materi cetak berukuran A4 yang dibuat sebagai media *product knowledge* di toko. Poster ini bertujuan untuk memperkenalkan produk baru kepada pembeli dengan menampilkan foto produk dan informasi *Unique Selling Point* (USP) dari masing-masing produk. Poster ini memiliki tampilan visual minimalis namun tetap informatif, sehingga dapat membantu pelanggan memahami keunggulan produk lebih mudah saat berada di toko.

# MULTIMEDIA NUSANTARA



Gambar 3.53 Hasil Desain Poster USP

Penulis menerima *brief* untuk mengerjakan poster USP ini secara langsung dari *Graphic Design Staff*. Dalam *brief* tersebut, penulis diminta membuat delapan poster produk baru. Lima dari delapan produk sudah memiliki foto *mood* yang siap digunakan, sementara tiga produk lainnya (*series* Judite) hanya memiliki file PNG sehingga harus dibuatkan foto *mood* terlebih dahulu. Selain itu, *Graphic Design Staff* juga telah menyiapkan aset dan *guideline* untuk poster ini.

Setelah menerima *brief*, penulis milai menyiapkan *font* yang akan digunakan dalam desain poster ini. *Font* yang dipilih adalah Poppins karena merupakan *font* utama yang digunakan dalam visual *brand* Scandia. Penulis menggunakan variasi ketebalan yang berbeda, seperti *semibold*, *medium*, dan *light* untuk menonjolkan informasi penting dan menjaga keterbacaan dalam desain.

## MULTIMEDIA NUSANTARA

### POPPINS SEMIBOLD The Quick Brown Fox Jumps Over The Lazy Dog

POPPINS MEDIUM The Quick Brown Fox Jumps Over The Lazy Dog

#### **POPPINS LIGHT**

The Quick Brown Fox Jumps Over The Lazy Dog

Gambar 3.54 Tampilan Font pada Desain Poster USP

Kemudian, penulis juga menyiapkan tiga foto *background* yang berbeda yang didapatkan dari *website* penyedia aset gratis. *Background* tersebut akan digunakan untuk membuat foto *mood* dari tiga produk sofa yang hanya memiliki tampilan dalam bentuk PNG.



Gambar 3.55 Aset Background dan Produk Desain Poster USP

Penulis menggabungkan foto sofa dengan *background* yang telah disiapkan untuk menghasilkan tampilan foto *mood*. Untuk memberikan kesan yang lebih realistis dan menyatu, penulis juga menambahkan bayangan pada bagian kaki sofa.



Gambar 3.56 Hasil Edit Foto Mood Produk Desain Poster USP

Selanjutnya, penulis mulai menyusun *layout* poster sesuai dengan *guideline* dan aset yang telah diberikan oleh *Graphic Design staff*. Aset yang telah disediakan meliputi *footer* serta ikon bertuliskan "Temukan harga paling murah di *website*". Dalam *layout* desain ini, penulis menggunakan jenis *layout multi panel* membaginya menjadi dua kolom secara vertical. Pada bagian atas digunakan untuk menempatkan foto *mood* produk, sementara bagian bawah diisi dengan nama produk, USP, dan spesifikasi produk.





Gambar 3.57 Layout Desain Poster USP

Setelah *layout* selesai disusun, penulis mulai memasukkan aset gambar produk ke dalam delapan poster secara menyeluruh. Aset gambar tersebut telah disiapkan oleh *Graphic Design Staff* dan juga terdapat beberapa aset gambar yang telah diedit oleh penulis sebelumnya, sehingga proses ini dapat dilakukan dengan lebih cepat.



Gambar 3.58 Proses Memasukan Aset Foto Desain Poster USP

Selanjutnya, penulis mulai mengatur *layout* pada bagian bawah foto *mood* dalam poster. Bagian ini dibagi menjadi dua kolom secara *horizontal*. Pada bagian kiri, terdapat nama produk yang ditulis dengan *font* Poppins *Semibold* dan jenis produk menggunakan Poppins *Light* dengan ukuran yang lebih kecil. Pada bagian bawah ditambahkan USP produk dengan ikon yang diambil dari *website* penyedia aset gratis, serta terdapat pilihan warna untuk produk yang memilikinya. Kemudian, pada bagian kanan, terdapat foto produk dalam format PNG dengan informasi spesifikasi ukuran produk disampingnya.



Gambar 3.59 Layout USP, Text, dan Produk Desain Poster USP

Kemudian, penulis menggabungkan *layout* teks tersebut ke dalam desain dengan menyesuaikan masing-masing konten untuk delapan produk yang berbeda pada setiap poster.



Gambar 3.60 Final Desain Poster USP

Setelah poster selesai, penulis melakukan asistensi kepada Graphic Design Staff untuk memastikan desain sudah sesuai. Kemudian, ia meneruskan hasil poster kepada kepada Head Marketing dan akhirnya desain ini mendapatkan approval dan siap untuk dicetak.

#### 3.3.2.4 Proyek Banner Diskon Produk

Selanjutnya, terdapat dua desain dengan tema yang sama yang digunakan sebagai media cetak untuk menginformasikan promo diskon. Meskipun memiliki tema yang serupa, kedua desain ini dibuat untuk kebutuhan toko Scandia yang berbeda, yaitu toko di Botani *Square Mall* dan Phinisi *Point Mall*. Desain ini memiliki tema yang sama agar dapat mendukung tampilan visual *brand* Scandia yang konsisten.



Gambar 3.61 Hasil Desain Banner Diskon Produk

Penulis menerima *brief* secara langsung dari *Graphic Design Staff* untuk mengerjakan desain *banner* ini. Dalam mengerjakan desain ini, penulis diminta untuk menggunakan warna oranye khas Scandia dengan kode warna #F36E21 agar tampilan *banner* dapat lebih menonjol dan menarik perhatian. Warna ini dipilih untuk memperkuat identitas *brand* sekaligus untuk meningkatkan daya tarik visual di area toko. Selain itu, penulis juga menggunakan warna putih dan kuning sebagai warna pendukung dalam desain ini.



Gambar 3.62 Color Palette Desain Banner Diskon Produk

Kemudian, penulis mulai menyiapkan *font* yang akan digunakan untuk desain ini. Pada desain ini, penulis mendapatkan arahan dari *Graphic Design Staff* untuk menggunakan *font* yang berbeda dari desain sebelumnya, yaitu Open Sans. Meskipun berbeda, *font* ini memiliki karakteristik *sans serif* yang sama seperti Poppins. *Font* Open Sans yang digunakan pada desain ini terdiri dari tiga jenis ketebalan, yaitu *regular*, *bold*, dan *extrabold* untuk membedakan hierarki teks secara visual.

OPEN SANS REGULAR The Quick Brown Fox Jumps Over The Lazy Dog

## **OPEN SANS BOLD** The Quick Brown Fox Jumps Over The Lazy Dog

### **OPEN SANS EXTRABOLD** The Quick Brown Fox Jumps Over The Lazy Dog

Gambar 3.63 Tampilan Font Desain Banner Diskon Produk

Setelah mendapatkan *brief* dan mengumpulkan aset yang akan digunakan, penulis mulai masuk ke tahap proses desain.

#### 1. Diskon 50% Scandia Botani Square Mall

Langkah pertama dalam mendesain *banner* ini adalah menyusun *layout* dengan ukuran A1. *Layout* desain ini disesuaikan dengan desain-desain sebelumnya agar tetap konsisten. Terdapat elemen wajib pada setiap desain seperti logo di bagian atas dan *footer* di bagian bawah. Kemudian, pada bagian tengah diisi dengan teks informasi diskon dan gambar produk yang sedang diskon.



Gambar 3.64 Layout Desain Banner Diskon Produk

Selanjutnya, penulis mulai mengumpulkan aset gambar yang akan digunakan dalam desain ini. Aset tersebut terdiri dari satu aset orang dan dua aset produk (produk lemari dan produk sofa *recliner*). Ketiga aset ini diedit terlebih dahulu dengan menghapus *background* menggunakan *software* Adobe Photoshop.



Gambar 3.65 Proses Hapus Background Aset Banner Diskon Produk

Setelah itu, penulis melanjutkan ke tahap penyusunan *layout* aset. Penulis menempatkan lemari sebagai produk paling besar pada bagian tengah paling belakang. Di bagian depan sebelah kiri terdapat sofa *recliner* dan disebelah kanan terdapat aset orang yang sedang menunjuk ke arah atas yang nantinya akan berisi teks informasi diskon. Ketiga aset ini ditambahkan efek *shadow* agar terlihat lebih menonjol dan tidak terlihat *flat*.



Gambar 3.66 Layout Aset Produk Desain Banner Diskon Produk

Kemudian, penulis masuk ke tahap penyusunan teks. Teks yang digunakan adalah "Diskon hingga 50%". Penulis membagi teks menjadi susunan dua baris untuk kata "Diskon" dan "hingga", sedangkan angka "50%" ditempatkan di sebelah kanan dengan ukuran yang lebih besar sebagai penekanan visual. Selain itu, penulis juga membuat dua alternatif warna pada tampilan teks ini. Untuk alternatif pertama menggunakan *outline shape* putih dan teksnya menggunakan warna putih untuk "Diskon hingga" dan warna kuning untuk "50%", sedangkan alternatif kedua menggunakan *shape* putih sebagai *background* teks dengan tulisan "Diskon dan 50%" berwarna oranye dan "hingga" berwarna hitam.



Gambar 3.67 Alternatif Layout Text Desain Banner Diskon Produk

Setelah itu, penulis menyatukan seluruh elemen desain seperti aset gambar, teks informasi diskon, logo, *footer*, serta detail lokasi toko ke dalam *layout banner* ini. Semua elemen ditempatkan sesuai dengan rencana *layout* sebelumnya. Setalah itu, desain ini penulis diajukan ke tahap asistensi kepada *Graphic Design Staff* dan *Head Marketing*.



Gambar 3.68 Proses Layouting Desain Banner Diskon Produk

Setelah melakukan asistensi, penulis mendapatkan revisi untuk menambahkan teks "Jadikan rumah lebih nyaman dan *stylish* dengan" di bagian atas tulisan "Diskon hingga 50%". Selain itu, ukuran teks "50%" diminta untuk diperbesar agar menciptakan prinsip *layout* Emphasis dan menarik perhatian audiens sebagai fokus utama dalam desain. Agar komposisi tampilan lebih seimbang dan tidak terlalu padat, penulis juga diminta untuk mengeluarkan elemen produk lemari, sehingga hanya menggunakan dua aset gambar dengan ukuran yang lebih proporsional.



Gambar 3.69 Hasil Akhir Desain Banner Diskon Produk

Setelah proses revisi selesai dikerjakan, desain kemudian di asistensikan kepada *Head Marketing* dan kemudian mendapatkan persetujua tanpa adanya revisi tambahan. Oleh karena itu, desain dapat langsung dikirim ke percetakan untuk proses lebih lanjut.

#### 2. Diskon 70% Scandia Phinisi Point Mall

Desain selanjutnya adalah materi promosi untuk toko Scandia di Phinisi *Point Mall* dengan ukuran 2 x 1 meter. Untuk *layout* pada desain ini, penulis membagi menjadi dua kolom secara vertikal. Pada sisi kiri terdapat gambar produk, sedangkan pada sisi kanan berisi informasi diskon dan lokasi toko. Terdapat juga elemen logo di bagian atas dan *footer* di bagian bawah.

## MULTIMEDIA NUSANTARA



Gambar 3.70 Layout Desain Banner Diskon Produk 2

Setelah menyusun *layout*, penulis mulai mengumpulkan aset gambar yang akan digunakan dan melakukan proses penghapusan *background* dengan menggunakan *Adobe Photoshop*. Dalam desain ini, penulis menggunakan 4 aset gambar, yaitu 1 aset orang dan 3 aset produk yang terdiri dari sofa *recliner*, *end table*, dan rak. Pada aset *end table*, penulis sudah mendapatkan *file* tersebut dalam format PNG sehingga tidak perlu proses *editing background*.



Gambar 3.71 Proses Hapus Background Aset Banner Diskon Produk 2

Kemudian, penulis mulai menyusun *layout* dari aset-aset gambar yang telah disiapkan. Aset orang yang sedang duduk diposisikan seperti sedang duduk di sofa *recliner*. Pada bagian kiri terdapat rak dengan ukuran yang lebih besar di belakang sofa, kemudian di bagian kanan depan terdapat *end table* yang ukurannya lebih kecil. *Layout* ini diatur dengan menempatkan aset orang dibagian tengah sebagai fokus utama.



Gambar 3.72 Proses Layout Aset Gambar Desain Banner Diskon Produk 2

Selanjutnya, penulis melanjutkan ke tahap penyusunan *layout* teks. Terdapat tiga kalimat utama yang digunakan, yaitu "Diskon hingga 70%", "Singgahki Tettere' sebelum Kalabussangki promona!", dan informasi lokasi "Lantai UG, Phinisi *Point Mall*". Untuk teks "Diskon hingga 70%", penulis menggunakan *template* penulisan yang sama seperti pada desain *banner* sebelumnya, yaitu dengan membuat angka "70%" dengan ukuran lebih besar agar terlihat lebih *eyecatching*. Kemudian, pada teks "Singgahki Tettere'..." diposisikan di bawah teks diskon dan dibuat rata kanan, kemudian untuk informasi lokasi diletakkan di bawahnya lagi dengan *layout* rata tengah dengan teks sebelumnya untuk memberikan variasi pada *layout*.



#### **Q** LANTAI UG, PHINISI POINT MALL

Gambar 3.73 Proses Layout Text Gambar Desain Banner Diskon Produk 2

Setelah *layout* gambar dan teks selesai disusun, penulis mulai menggabungkan seluruh aset ke dalam *artboard* desain. Terdapat juga logo yang ditempatkan di bagian tengah atas dan *footer* yang diletakkan di bagian bawah. Setelah desain selesai, penulis kemudian melakukan asistensi kepada *Graphic Design Staff* dan *Head Marketing*. Dari hasil asistensi tersebut penulis mendapatkan *approval* untuk me-*resize* desain ke ukuran lainnya.



Gambar 3.74 Desain Akhir Banner Diskon Produk 2

Penulis mendapatkan *brief* untuk melakukan *resize* pada desain ini ke format potrait dengan ukuran 60 x 90 cm untuk kebutuhan T-*banner*. Setelah itu, penulis melakukan *layouting* ulang dengan membuat seluruh aset menjadi rata tengah agar menghasilkan desain yang lebih rapi dan proporsional.



Gambar 3.75 Hasil Resize T-Banner Diskon Produk 2

Setelah proses *resize* selesai dilakukan, desain kemudian mendapatkan *approval* dan dapat dilanjutkan ke tahap pencetakan untuk kebutuhan promosi di toko berupa *banner* dan T-*banner*.

#### 3.4 Kendala dan Solusi Pelaksanaan Magang

Selama melaksanakan magang di PT Mitra Global Retail khususnya di brand Scandia, penulis menghadapi beberapa kendala dalam proses pengerjaan desain. Dari kendala tersebut, penulis jadikan sebagai proses pembelajaran untuk mencari solusi yang sesuai. Berikut merupakan kendala beserta solusi yang terjadi selama pelaksanaan magang ini.

#### 3.4.1 Kendala Pelaksanaan Magang

Kendala pertama yang dihadapi penulis dalam pelaksanaan magang adalah pemberian *brief* secara lisan dengan detail yang terbatas. Hal ini membuat penulis terkadang kesulitan memahami maksud *brief* dan bentuk visual yang diharapkan oleh atasan. Ketidakjelasan ini mempengaruhi efisiensi penulis dalam proses pengerjaan desain.

Kendala kedua yang penulis hadapi adalah jumlah promo yang cukup banyak dalam waktu berdekatan karena Scandia merupakan *brand* retail yang aktif dalam promosi produk. Penulis harus mengerjakan beberapa desain sekaligus untuk kebutuhan promosi dalam waktu yang berdekatan. Sehingga hal ini terkadang menyebabkan penulis mengalami *art block*.

#### 3.4.2 Solusi Pelaksanaan Magang

Untuk kendala pertama, terdapat solusi dengan adanya perubahan sistem penyampaian *brief* yang lebih terorganisir. *Digital Marketing Manager* mulai menyediakan *Google Sheets* yang berisi detail *brief* secara lengkap, seperti jenis desain, ukuran, *deadline*, dan *copywriting* yang dibutuhkan. Dengan adanya *Google Sheets* ini, penulis dapat memahami kebutuhan desain dengan lebih jelas dan efisien dalam proses mengerjakannya.

Untuk mengatasi kendala kedua, penulis mulai rutin mencari referensi visual dari berbagai sumber seperti *Pinterest* dan *Behance* untuk mendapatkan ide-ide kreatif. Selain itu, penulis juga berdiskusi dengan *Graphic Design Staff* untuk mendapatkan masukan terhadap desain yang dikerjakan. Dengan cara ini, penulis dapat mengurangi *art block* dan tetap produktif meskipun harus mengerjakan banyak desain dalam waktu singkat.

