## **BAB III**

### PELAKSANAAN MAGANG

#### 3.1 Kedudukan dan Koordinasi Pelaksanaan Magang

Penulis memiliki kedudukan dalam perusahaan selama kegiatan magang ini. Dari kedudukan tersebut, penulis juga melakukan koordinasi untuk melaksanakan setiap tugas yang perlu dilakukan. Koordinasi ini meliputi koordinasi dengan *Supervisor* magang, tim kerja, serta dosen pembimbing magang. Berikut adalah penjelasan terkait kedudukan dan koordinasi pelaksanaan magang di PT Matahari Department Store Tbk:

#### 3.1.1 Kedudukan Pelaksanaan Magang

Kedudukan penulis dalam magang ini adalah sebagai *Graphic Designer Intern* yang berada dibawah *Creative Division*. *Graphic Designer Intern* ini akan didampingi oleh Supervisor sehingga proses magang dapat berjalan sesuai dengan tujuan perusahaan, dapat berkoordinasi dengan tim divisi, serta mendapat arahan untuk mengerjakan tugas-tugas magang. *Creative Division* ini juga memiliki *head division* yang memastikan semua pekerjaan divisi dapat berjalan lancar. Dengan kedudukan seperti ini maka penulis dapat melaksanakan magang dengan baik dan terarah sesuai dengan profesi dan dapat berkoordinasi dengan perusahaan melalui *Supervisor*.



Gambar 3. 1 Struktur Kedudukan & Koordinasi Magang

#### 3.1.2 Koordinasi Pelaksanaan Magang

Koordinasi dalam pelaksanaan magang dilakukan oleh berbagai pihak, baik dari penulis kepada perusahaan maupun kepada universitas. Koordinasi yang dilakukan selama kegiatan magang pertama-tama akan dilakukan briefing bersama Supervisor untuk mendapat penjelasan terkait tugas dan materi yang akan dibuat dalam desain, serta hal teknis yang perlu diperhatikan. Brief tersebut kemudian penulis eksekusi dan hasil tersebut akan penulis iterasi bersama dengan Supervisor untuk mendapatkan feedback dan revisi untuk dapat dikembangkan menjadi desain yang maksimal. Selain berdinamika bersama Supervisor, penulis juga sesekali berhubungan dengan Creative Head Division untuk membahas tentang hasil pekerjaan untuk disetujui atau perlu dilakukan revisi. Apa bila terdapat revisi, maka penulis akan mengerjakan revisi tersebut dan hasil revisi didiskusikan kembali dengan Supervisor, tim, dan Head Division. Desain yang sudah sepakati bersama oleh Supervisor, tim divisi, dan Head Division akan diteruskan menjadi desain yang dipublikasikan dan digunakan untuk kebutuhan perusahaan. Berikut adalah bagan proses koordinasi dari pelaksanaan magang:



Gambar 3. 2 Bagan Koordinasi Pelaksanaan Magang

#### 3.2 Tugas yang Dilakukan

Penulis melakukan berbagai macam tugas dan pekerjaan dalam menjalankan kegiatan magang ini. Tugas-tugas ini terdiri atas berbagai proyek desain untuk membantu program yang dijalankan Matahari. Berikut adalah tugastugas yang dilakukan penulis selama magang:

Minggu	Tanggal	Proyek	Keterangan		
1	3 – 7 Februari 2025	Perilisan 2 Brand Baru dari Matahari	<ul> <li>Merancang 12 alternatif logo untuk pengembangan 2 brand baru Matahari.</li> <li>Mengikuti sesi photo shoot brand baru dan menjadi fotografer tambahan.</li> </ul>		
		Media Blast Email dan Whatsapp Periode 7 – 9 Februari 2025	<ul> <li>Merancang 5 poster atau banner promosi untuk Customer Relationship Management (CRM) dengan 5 kategori jenis apparel yang berbeda.</li> </ul>		
2	10 – 14 Februari 2025	Event Top Spender Matahari	<ul> <li>Merancang 2 alternatif</li> <li>Point of Purchase (POP)</li> <li>untuk promosi <i>top Spender</i></li> <li>customer Matahari</li> </ul>		
		Promosi Kolaborasi Matahari & Brand Lainnya.	<ul> <li>Merancang POP untuk promosi voucher kolaborasi Matahari dengan partner perusahaan lain.</li> </ul>		
	UNI	Media Blast Email dan Whatsapp Periode 14 – 16 Februari 2025	<ul> <li>Merancang 5 poster atau banner promosi untuk Customer Relationship Management (CRM) dengan 5 kategori jenis apparel yang berbeda.</li> </ul>		
3	17 – 21 Februari 2025	<i>Event</i> Talk Show "Rayakan di Matahari"	- Merancang Poster Instagram story & feeds untuk promosi Talk Show <i>event</i> Ramadhan "Rayakan di Matahari"		

Tabel 3. 1 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Magang

		Tilrtalr Challenge	Manana Dastan Lamba
		Tiktok Chanenge	- Merancang Poster Lomba
		Internal	
			membuat Konten 11K1 ok.
		Media Blast Email	- Merancang 5
		dan Whatsapp	poster/banner promosi
		Periode $21 - 23$	CRM dengan 5 kategori
		Februari 2025	ienis annarel vang
		1 0010011 2020	berbeda
			Merancang 5
			- Withintian g 5
			CPM dengen 5 brend vong
			barbada
			berbeda.
4	24 - 28	Tiktok Challenge	- Finalisasi desain poster
	Februari 2025	Internal	lomba Tiktok internal
			perusahaan Matahari
		D	
		Promosi event	- Merancang POP Matahari
		"Max Murah!"	Rewards dalam event
		Pembukaan Brand	"Max Murah!" pembukaan
		Baru Matahari	brand baru Matahari.
			- Mendesain turunan dari
			POP Matahari Rewards
			berupa poster untuk CRM
			dan Instagram Story.
		VIP Partner	- Mendesain <i>invitation</i>
		Gathering	untuk tamu undangan
		ounting	event VIP Partner
			Gathering
			Sumoring.
		Media Blast Email	- Merancang 5
		dan Whatsapp	poster/banner promosi
		Periode 28	CRM dengan 5 kategori
		Februari 2025 – 2	jenis apparel yang
		Maret 2025	berbeda.
			- Merancang 5
			poster/banner promosi
			CRM dengan 5 brand yang
		<b>T</b> 1 8 5	berbeda.
5		Frank I M. 1	
3	3 - / Maret	Event Late Night	- Mierancang Key visual
	2025	Sale Promo	Late Night Sale Promo
		Kamadan	Kamadan"
			-
		Media Blast Email	- Merancang 5
		dan Whatsapp	poster/banner promosi

		periode 7 – 9 Maret 2025	-	CRM dengan 5 kategori jenis apparel yang berbeda. Merancang 5 poster/banner promosi CRM dengan 5 brand yang berbeda. Membuat CRM promo 2 brand berbeda.
6	10 – 14 Maret 2025	Event Late Night Sale Promo Ramadan	-	Membuat turunan dari <i>Key</i> <i>visual "Late Night</i> Sale" berupa IG Story, IG Feed, dan CRM.
		<i>Event Top</i> <i>Spender</i> Matahari	-	Membuat template pengumuman pemenang <i>event Top Spender</i> Matahari. Mendesain poster pengumuman 500 pemenang <i>event Top</i> <i>Spender week</i> 1.
		Media Blast Email dan Whatsapp Periode 14 – 16 Maret 2025	-	Merancang 5 poster/banner promosi CRM dengan 5 kategori jenis apparel yang berbeda.
			-	Merancang 5 poster/banner promosi CRM dengan 5 brand yang berbeda.
7	17 – 21 Maret 2025	Event Top Spender Matahari	S T E	Mendesain poster pengumuman 500 pemenang event Top Spender week 2. Membuat desain CRM ucapan selamat untuk pemenang event Top Spender.
	NUS	Promo Lebaran Seminggu untuk Brand Tertentu	T - /	Merancangan <i>Key visual</i> dan IG feeds promo lebaran brand-brand Matahari.

		Media Blast Email dan Whatsapp Periode 21 – 23 Maret 2025	-	Merancang 5 poster/banner promosi CRM dengan 5 kategori jenis apparel yang berbeda. Merancang 5 poster/banner promosi CRM dengan 5 brand yang berbeda.
8	24 – 28 Maret 2025	Promo Lebaran Seminggu untuk Brand Tertentu Event Top	-	Finalisasi <i>Key visual</i> dan IG feeds promo lebaran brand-brand Matahari. Mendesain poster
				pengumunan 500 pemenang event Top Spender week 3.
		Adidas	-	Merancang POP Visual promo brand Adidas. Membuat poster Instagram story dan CRM Visual promo brand Adidas.
		Media Blast Email dan Whatsapp Periode 28 – 30 Maret 2025	-	Merancang 5 poster/banner promosi CRM dengan 5 kategori jenis apparel yang berbeda.
			-	Merancang 5 poster/banner promosi CRM dengan 5 brand yang berbeda.
9	7-11 April 2025	Promo Lebaran Brand Matahari	-	Merancang IG feeds promo lebaran brand Matahari.
		Media Blast Email dan Whatsapp Periode 7 – 11 April 2025	E T	Merancang 5 poster/banner promosi CRM dengan 5 kategori jenis apparel yang berbeda. Merancang 5 poster/banner promosi CRM dengan 5 brand yang berbeda.

10	14-18 April 2025	Visual Greetings Hari Raya	<ul> <li>Merancang Instagram</li> <li>Feeds Visual greetings</li> <li>Jumat Agung, Paskah, &amp;</li> <li>Hari Kartini.</li> </ul>
		Promo Galungan	- Perancangan <i>key visual</i> Promo Galungan Bali.
		Media Blast Email dan Whatsapp Periode 14 – 18 April 2025	<ul> <li>Merancang 5 poster/banner promosi CRM dengan 5 kategori jenis apparel yang berbeda.</li> <li>Merancang 5 poster/banner promosi CRM dengan 5 brand yang berbeda.</li> </ul>
11	21 – 25 April 2025	Promo Loyalty Member Terpilih	<ul> <li>Mendesain 3 visual promo loyalty member.</li> </ul>
		Press conference Matahari x Universal Music Indonesia x Bravado	<ul> <li>Merancang desain Invitation Press conference Matahari x Universal Music Indonesia x Bravado</li> </ul>
12	28 April – 2 Mei 2025	Promo Andrew Smith	- Merancang <i>key visual</i> promo Andrew Smith
		Promo Long <i>Week</i> end	<ul> <li>Mendesain 8 key visual untuk brand yang berpartisipasi dalam promo long weekend.</li> </ul>
		Press conference Matahari x Universal Music Indonesia x Bravado	- Merancangan CRM Promo Release Official Music Merchandise matahari x universal music Indonesia
13	5 – 9 Mei 2025	Press conference Matahari x Universal Music Indonesia x Bravado	<ul> <li>Pengerjaan revisi dan finalisasi CRM Promo Release Official Music Merchandise Matahari x Universal Music Indonesia x Bravado</li> <li>Perancangan Backdrop press conference Matahari</li> </ul>

				x Universal Music Indonesia x Bravado
		Promo Category & Brand Long Weekend	-	Perancangan 10 Materi Promo Category & Brand Long Weekend.
14	12 – 16 Mei 2025	Launching SUKO di Plaza Blok M	-	Perancangan visual visual, <i>invitation, flyer</i> , voucher, OOH (Banner, Baliho), dan desain lainnya yang diperlukan untuk <i>launching</i> SUKO di Plaza Blok M
15	19 – 23 Mei 2025	Launching SUKO di Plaza Blok M	-	Perancangan 4 turunan Matahari Rewards untuk promosi Launching SUKO di Plaza Blok M
		Promo AOS T Shirt	-	Perancangan 4 key visual CRM promo AOS T-shirt
16	26 – 30 Mei 2025	Launching SUKO di Mall Ciputra Jakarta	-	Pengerjaan materi launching SUKO Mall Ciputra Jakarta
		Matahari Rewards Travel Festival	-	Pengerjaan 4 turunan Matahari Rewards Travel Festival
		Matahari Rewards Bonus	-	Pengerjaan 4 turunan matahari rewards bonus 50.000 poin
		Media Blast Email dan Whatsapp Periode 31 Mei – 1 Juni 2025		Perancangan 5 poster/banner promosi CRM dengan 5 kategori jenis apparel yang berbeda untuk media blast email
			E T	dan WhatsApp - 5 poster/banner promosi CRM dengan 5 brand yang berbeda untuk media blast email dan WhatsApp
17	2 – 6 Juni 2025	Launching SUKO di Mall Ciputra Jakarta	-	Pengerjaan revisi materi launching SUKO Mall Ciputra Jakarta

Media Blast dan Whatsap Periode 7 – 8 2025	Email-Perancangan 5 poster/banner promosi3 JuniCRM dengan 5 kategori jenis apparel yang berbeda untuk media blast email dan WhatsApp - 5 poster/banner promosi CRM dengan 5 brand yang berbeda untuk media blast email dan WhatsApp
---	---

#### 3.3 Uraian Pelaksanaan Magang

Pelaksanaan magang dilakukan dengan mengerjakan beberapa *project* dari perusahaan yang melibatkan penulis untuk mengerjakan berbagai tugas. Pengerjaan *project* tersebut melalui beberapa tahapan yang mulai dari mendapatkan *brief*, pembuatan *key visual* dengan menentukan *style*, aset visual, dan tipografi, proses *layouting*, dan finalisasi visual. Berikut adalah penjelasan proses pelaksanaan magang secara detail yang dilakukan oleh penulis.

#### 3.3.1 Event Top Spender

*Event Top Spender* merupakan *event* pemberian hadiah kepada para pelanggan Matahari dengan nominal belanja paling banyak, yakni pelanggan yang menjadi "*Top Spender*". Hadiah yang diberikan kepada *Top Spender* ini adalah 600 motor dan 2000 voucher. *Event* ini dilaksanakan selama 4 minggu, dan setiap minggunya akan diumumkan sejumlah pemenang dengan kuota hadiah tertentu. Kuota hadiah yang dibagikan kepada para pelanggan adalah sejumlah 100 motor dan 400 voucher untuk *week* 1 dan 2, lalu 200 motor dan 600 voucher untuk *week* 3 dan 4.

Penulis mengerjakan pembuatan key visual dari seluruh event Top Spender ini yang melalui beberapa proses. Proses awal dari pengerjaan proyek ini adalah penulis mendapatkan brief langsung dari Head of Creative yang dalam proses pelaksanaannya akan didampingi oleh Supervisor magang ini yakni Creative Offline Lead. Brief diberikan secara lisan dengan menjelaskan secara keseluruhan konsep *event*, *copywriting*, visual, dan referensi yang dapat dijadikan contoh. Visual yang diinginkan dari *key visual event Top Spender* ini adalah visual yang meriah, ramai, dan heboh. Dari penjelasan yang diberikan, penulis diarahkan untuk melakukan eksplor dan iterasi ide secara bebas terlebih dahulu sesuai dengan konsep, tanpa adanya sebuah *guideline* dari perusahaan.

Proses desain dimulai dengan mencari beberapa referensi yang selaras dengan konsep dan gaya visual dari *event Top Spender*. Semua referensi yang dirasa sesuai dikumpulkan menjadi satu dalam sebuah *Design reference deck*. *Design reference deck* ini kemudian dipresentasikan kepada *Head of Creative* dan *Supervisor* untuk dilakukan diskusi dan *approval*. Berikut merupakan eyang digunakan untuk proyek *event Top Spender* ini:



**Design Reference Deck** 

Gambar 3. 3 Design reference deck Project Top Spender

Setelah adanya *approval* dari *Head of Creative* dan *Supervisor*, maka proses desain dapat dilanjutkan dengan menentukan *color palette* dari *key visual event*. Seluruh warna dalam *color palette* ini akan menjadi warna utama yang digunakan dalam seluruh desain dari *event* dengan menyesuaikan konsep, tema, visual, dan suasana yang ingin disampaikan. *Color palette* dari *key visual event Top Spender* adalah sebagai berikut:



Gambar 3. 4 Color Palette Key visual Project Top Spender

Palette warna dalam desain menggunakan warna merah sebagai warna primer, lalu warna putih dan kuning menjadi warna sekunder desain. Meskipun *palette* warna sudah ditentukan, tetapi penggunaan warna turunan dari *palette* warna juga dapat diberlakukan, seperti penggunaan warna merah yang lebih terang atau gelap untuk beberapa detail, serta penggunaan turunan warna kuning dan putih yang lainnya.

Proses pembuatan *key visual* dilanjutkan dengan mulai melakukan visualisasi ide. Penulis pertama-tama menentukan *background* desain terlebih dahulu. *Background* desain menggunakan *background* tirai berwarna merah sesuai dengan *color palette*. Aset visual ini didapatkan dari *Adobe Stock*, sehingga aset yang didapatkan memiliki kualitas yang baik serta proses desain dapat dilakukan dengan lebih efisien dan dapat mengejar waktu yang terbatas.



Gambar 3. 5 Aset Background Tirai Key Visual Top Spender

Aset visual selanjutnya yang diperlukan adalah visualisasi hadiah para *Top Spender* Matahari, yakni motor dan voucher. Untuk aset motor

didapatkan dari gambar resmi official Astra Honda agar gambar yang disajikan sesuai dengan hadiah yang akan diberikan. Aset motor tersebut kemudian penulis edit menggunakan *Adobe Photosop* untuk menghilangkan *background* dan objek lain yang tidak diperlukan menggunakan *tools* seperti *eraser* dan *magic wand*. Hal ini dilakukan agar gambar dapat digunakan secara maksimal dalam pembuatan *key visual*.



DANCE WHITE BLACK CBS Series

Gambar 3. 6 Aset Hadiah Motor *Key Visual Top Spender* Sumber: https://www.honda-mart.com/model/34/all-new-beat

Selain aset motor, penulis juga merancang aset visual untuk hadiah voucher. Bentuk dasar dari voucher diambil dari *Adobe Stock* untuk mempercepat pengerjaan desain dengan aset yang berkualitas Kemudian, bentuk dasar tersebut dimodifikasi menggunakan *Adobe Photoshop* dengan mengganti perspektif gambar menggunakan *perspective tool* dan *warp tool*, kemudian menambahkan efek *shadow* dan *texture noise overlay* pada gambar. Selain itu, untuk menekankan informasi voucher pada aset, penulis menambahkan lambang "%" sehingga menegaskan informasi yakni voucher potongan harga pada aset.



Gambar 3. 7 Pembuatan Aset Voucher Key Visual Top Spender

Untuk mendukung visual yang meriah, ramai, dan heboh, penulis juga mencari aset konveti emas pada *Adobe Stock* sebagai aset dekoratif pada desain. Konveti ini akan disusun disekitar objek utama *key visual* sehingga dapat mengisi ruang kosong dan dekorasi dalam desain, serta juga memberikan penekanan kemeriahan dan hadiah yang diberikan kepada para *Top Spender*.



Gambar 3. 8 Aset Dekoratif Konveti Key Visual Top Spender

Setelah seluruh aset visual hadiah didapatkan, maka aset tersebut disusun menjadi sebuah kesatuan yang harmonis menggunakan *Adobe Illustrator*. Aset visual hadiah ini diharapkan dapat merepresentasikan informasi hadiah yang akan didapatkan dalam *event Top Spender* ini, dan dapat menarik perhatian pada *audience*.



Gambar 3. 9 Penggabungan Aset Visual Hadiah Key Visual Top Spender

Proses selanjutnya yang dilakukan dalam perancangan key visual ini adalah pembuatan tipografi. Pembuatan tipografi ini dilakukan untuk menyampaikan informasi berupa teks kepada para *audience* sehingga dapat mengetahui informasi secara lebih mendalam. Tipografi yang dibuat adalah *headline* dan *subheadline* yang disesuaikan dengan hierarki masing-masing teks. *Headline* memiliki isi teks yaitu "*TOP SPENDER*!" yang menjadi judul *event* utama dengan *subheadline* berisi "LANSUNG MENANG TANPA DIUNDI TIAP MINGGU" untuk menekankan informasi menarik pada *event Top Spender*.

Tiap tipografi menggunakan *treatment* yang sama baik *headline* maupun *subheadline* menggunakan *Adobe Illustrator. Typeface* yang digunakan adalah "anton". Teks yang polos kemudian diedit menggunakan *window tab appearance* dengan 4 *layer* warna berbeda yang dimodifikasi menggunakan fitur seperti *transform* dan *offset path*. Penggunaan warna seperti ini bertujuan untuk menambah dimensi dari teks sehingga dapat terlihat timbul dan menonjol. Tipografi juga diberikan efek *warp arc* untuk melengkungkan teks agar dapat menyesuaikan *layout* dari desain. Penggunaan tipografi seperti ini dilakukan untuk menambah penekanan pada teks sehingga lebih mencolok dan mudah menarik perhatian *audience* diarahkan untuk membaca informasi penting tersebut.



Gambar 3. 10 Tipografi Headline & Subheadline Key Visual Top Spender

Untuk menambahkan identitas Matahari dalam key visual event Top Spender, penulis juga menambahkan aset logo Matahari pada desain, sehingga audience dapat mengetahui penyelenggara dari event yang diadakan, dan menambahkan kredibilitas informasi yang disampaikan.



Gambar 3. 11 Aset Logo Matahari

Setelah semua aset yang diperlukan telah terkumpul, penulis melanjutkan untuk membuat desain dari *key visual event Top Spender* ini dengan menggunakan *Adobe Illustrator*. Desain yang digunakan berukuran A4 sebagai format ukuran dasar dari desain, dan setelah adanya *approval* dari *Supervisor*, maka desain akan diturunkan menjadi beberapa format ukuran lain. Untuk proses *layouting*, penulis menggunakan kerangka *grid*. *Grid*  adalah sebuah sistem yang membantu penyusunan ruang dalam sebuah desain sehingga informasi dan tata letak visual dapat lebih terstruktur dan mudah dipahami. *Grid* yang digunakan dalam perancangan ini adalah *grid* yang terdiri dari beberapa kolom atau *multi-column grid*. Margin yang digunakan berukuran 2 cm untuk setiap sisinya, dan pembagian kolom menjadi 3 x 4 sehingga setiap kolom memiliki area yang cukup luas untuk menata objek visual dan tipografi didalamnya.



Gambar 3. 12 Sistem Grid Dalam Key Visual Top Spender

Proses desain *key visual* dilakukan dengan menggabungkan seluruh aset visual yang sudah didapatkan dengan memperhatikan komposisi dari panduan *grid* yang sudah dibuat. Seluruh aset disusun mulai dari *background*, menambahkan tipografi, dan juga meletakkan objek visual hadiah serta teks informasi pendukung sehingga membentuk kesatuan desain yang harmonis dan memiliki hierarki dan informasi yang jelas sehingga *audience* dapat memahami isi desain dengan mudah.

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



Gambar 3. 13 Proses Perancangan Key Visual Top Spender

Untuk menambahkan penekanan pada hadiah dan informasi, dan menambahkan kesan meriah dari konsep yang ada, penulis memutuskan untuk menambahkan aset berupa cahaya dan *spotlight* menggunakan *Adobe Photoshop*. Aset dibuat dengan menggunakan objek yang diberikan efek blur dan *glowing edge* pada *window transform*. Selain menambahkan *emphasis* dan kesan meriah, aset cahaya dan *spotlight* ini juga memberikan dimensi dan kedalaman, sehingga desain tidak akan terasa datar.



Gambar 3. 14 Aset Lighting & Spotlight Key Visual Top Spender

Aset cahaya kemudian digabungkan dengan desain key visual yang sudah ada sehingga membentuk komposisi desain yang proporsional. Hasil penambahan aset ini menjadi tahap finalisasi sehingga menjadi desain akhir yang siap untuk dipresentasikan kepada Supervisor dan Head of Creative agar mendapat approval atau masukan untuk meningkatkan desain yang lebih maksimal lagi. Berikut hasil akhir dari desain key visual yang sudah dibuat.



Gambar 3. 15 Key Visual 1 Project Top Spender

Hasil akhir ini kemudian dipresentasikan kepada Supervisor dan Head of Creative. Dari presentasi tersebut, penulis mendapatkan masukan dan revisi yaitu terkait dengan layout dan penekanan pada informasi. Head of Creative menginginkan penekanan informasi lebih pada jumlah motor yang akan menjadi hadiah event, serta aset visual motor lebih banyak sehingga terkesan lebih meriah dan menonjolkan jumlah hadiah motor yang banyak. Selain itu, background dari key visual disarankan untuk mencoba background lain selain tirai, dapat dikembangkan menjadi background yang lebih meriah lagi. Masukkan lain yang diberikan adalah untuk visual voucher tidak perlu ditampilkan, hanya cukup menampilkan visual hadiah motor. Hal terakhir yang perlu diperbaiki adalah penggunaan warna tipografi yang dapat diganti menjadi warna yang lebih kontras dan menimbulkan emphasis yang lebih jelas. Revisi dan masukan ini kemudian dibuat langsung dengan format ukuran Instagram Feeds untuk menghemat waktu dan desain dapat langsung digunakan. Hasil revisi tersebut penulis visualisasikan terlebih dahulu menggunakan sketsa kasar yang penulis gambar pada sebuah kertas, sehingga penulis mengetahui secara garis besar desain baru yang akan dirancang. Sketsa ini dibuat berdasarkan penjelasan yang diberikan oleh *Head of Creative*. Isi dari sketsa lebih detail pada *layout* dan penempatan aset visual *key visual*. Berikut sketsa kasar yang penulis gambar:



Gambar 3. 16 Sketsa Kasar Revisi Key Visual Top Spender

Proses revisi key visual mulai dengan pembuatan aset backgorund yang baru. Penulis membuat background menggunakan Artificial Intelligence Chatgpt 4.0 dengan prompt "red background with circular ring lights with a red glamour lighted podium and spotlight beams from above". Penggunaan AI ini juga bertujuan untuk membuat pekerjaan lebih efisien dan dapat mengejar deadline waktu yang cepat. Dari hasil prompt AI tersebut, didapatkan background yang cocok untuk desain key visual. Berikut adalah background yang digunakan:



Gambar 3. 17 *Background* Baru *Key Visual Top Spender* Sumber: https://chatgpt.com/

Pembaharuan aset visual juga dilakukan untuk aset hadiah motor. Penulis mengambil aset motor terbaru pada website official Astra Honda dengan fitur *preview* 360°. Fitur *preview* 360° ini berguna untuk menampilkan bentuk produk secara nyata dalam segala arah, sehingga konsumen dapat mengetahui secara detail produk yang akan dibeli.



Gambar 3. 18 Fitur Preview Produk 360° Dalam Website Official Astra Honda Sumber: https://www.astra-honda.com/product/beat

Aset motor discreenshot dengan beberapa angle yang berbeda sebagai variasi untuk *layouting* visual dalam desain. Hasil screenshot tersebut kemudian ditingkatkan kualitasnya menjadi HD dengan menggunakan bantuan fitur AI. Peningkatan kualitas ini diperlukan agar output desain secara keseluruhan dapat maksimal dan tidak ada ketimpangan visual dari setiap aset sehingga *key visual* dapat dinikmati dengan nyaman.



Gambar 3. 19 Aset Baru Hadiah Motor Key Visual Top Spender

Aset motor kemudian dikumpulkan menjadi satu, dan disusun menggunakan *Adobe Photoshop*. Dilakukan proses modifikasi dengan menghapus *background* gambar menggunakan *background eraser*, dan menghapus beberapa bagian dari motor menggunakan *eraser tool*, agar saat disusun tidak terjadi tumpang tindih yang tidak diinginkan dari setiap aset. Penghapusan bagian motor ini seperti bagian belakang motor yang dirasa terlalu panjang, dan akan bertabrakan dengan aset lainnya. Dengan demikian, aset motor dapat disusun menjadi tampilan hadiah motor yang rapi dan menjadi satu kesatuan aset yang baik. Berikut adalah susunan aset motor yang telah dibuat:



Gambar 3. 20 Penggabungan Aset Motor Dalam Key Visual Top Spender

Revisi yang dilakukan pada tipografi meliputi perubahan warna yang semula berwarna kuning menjadi warna putih. Perubahan warna ini akan menimbulkan komposisi warna yang lebih kontras dengan latar belakang, dan juga pencahayaan *lighting* yang berwarna kuning, serta lebih harmonis

dengan warna lampu pada *background*. Warna putih juga termasuk warna netral yang mudah untuk dikombinasikan dengan warna lain tanpa merusak komposisi warna lainnya. Penggunaan efek dan *layer* pada tipografi sama dengan tipografi sebelumnya, dimana menggunakan 4 *layer* dengan efek seperti *offset path* dan *transform* pada *Adobe Illustrator*.



Gambar 3. 21 Revisi Tipografi Headline & Subheadline Key Visual Top Spender

Seluruh aset visual yang baru dan aset lama yang dapat digunakan kembali kemudian disusun menjadi satu kesatuan sesuai dengan sketsa yang sudah dibuat sebelumnya. Penyusunan aset ini juga mengikuti tingkat hierarki informasi yang ingin disampaikan, yakni jumlah motor yang akan diberikan, lalu aset hadiah motor yang banyak, kemudian informasi lainnya yang berhubungan dengan *event Top Spender* ini. Berikut merupakan tahap-tahap *layouting key visual* hingga hasil akhir desain:



Gambar 3. 22 Proses Layouting Revisi Key Visual Top Spender

Penulis juga menambahkan *lighting* berwarna kuning untuk menciptakan *emphasis* pada informasi utama dengan menciptakan dimensi dan kedalaman, serta tingkat kontras warna maupun kontras visual. Kontras visual yang dimaksud seperti penambahan *lighting* dan *highlight* berwarna kuning di belakang tipografi sehingga dapat menutupi *background* yang sangat meriah. Proses ini menjadi finalisasi dari tahap revisi *key visual* yang baru. Berikut hasil akhir dari *key visual event Top Spender* Matahari ini:



Gambar 3. 23 Hasil Final Desain Key Visual Top Spender

Hasil akhir key visual ini kemudian kembali dipresentasikan kepada Supervisor dan Head of Creative untuk mendapatkan approval dan

masukan. Presentasi berakhir mendapatkan *approval* untuk desain yang sudah dibuat, dan *key visual* ini menjadi landasan desain untuk rangkaian *event* ini dan segala desain yang akan dibuat kedepannya berhubungan dengan *event Top Spender*. Dalam rangkaian *event* ini, penulis juga mendesain turunan dari *key visual* ini, yakni poster-poster untuk memberikan update informasi kepada *audience* dan pelanggan Matahari mengenai *event Top Spender* ini. Berikut adalah tabel yang berisikan list desain dan keterangan dari setiap desain yang dibuat:

No.	Desain Karya		Keterangar	1
1.			Desain po	ster yang
	SELAMAT!	and the second second	digunakan	untuk
	UNTUK PARA PEMENANG MINGGU PERTAMA	18 11	keperluan (	CRM blast
		1	email per	igumuman
			pemenang	Тор
			Spender.	Desain
			berukuran	540 x 400
	HUNDA BEALS		px.	
2.			Desain tur	runan <i>key</i>
	Graatahari TOP SPENDER/		visual	untuk
			memberika	n
			informasi	daftar
			nama peme	enang dari
			event Top	Spender.
			Desain dib	uat dengan
			format uk	kuran A3
			dan diguna	kan untuk
			dipajang	di offline
	Line 整整 Line 整整 Line 整整 Line 整整 Line 整整 Line 整整 Line 2025		store Matal	hari

Tabel 3. 2 Turunan Desain Key Visual Project Top Spender

<sup>36</sup> Perancangan Key Visual..., Ricky Febrianto Hamsyah, Universitas Multimedia Nusantara



### 3.3.2 Proses Pelaksanaan Tugas Tambahan Magang

Pelaksaan magang memiliki beberapa proyek lain yang dilakukan diluar dari proyek utama yang dijelaskan sebelumnya. Proyek ini menjadi tugas yang diberikan oleh perusahaan kepada penulis sebagai tugas magang untuk mendapatkan pengalaman dan penerapan ilmu yang penulis miliki. Berikut merupakan proyek-proyek tambahan yang penulis lakukan dalam kegiatan magang.

#### 3.3.2.1 Proyek Late Night Sale (LNS)

*Event "Late Night Sale*" oleh Matahari yang menawarkan voucher belanja bagi para pelanggan yang melakukan transaksi tertinggi pada tanggal tertentu di jangka waktu pukul 20.00 – 23.00 pada bulan ramadan. Dalam *event* ini, penulis diberikan tugas untuk merancang desain *Key visual* untuk mempromosikan *event* ini. *Key visual* ini kemudian akan diturunkan menjadi beberapa format desain lain seperti Instagram feeds, Instagram story, poster digital Whatsapp, poster email, dan poster cetak berukuran A4. *Brief* proyek ini pertama-tama dikirimkan melalui email tentang keterangan dan informasi dari *event* LNS ini.



Gambar 3. 24 Email Brief Event Late Night Sale

Brief lebih lengkap kemudian dijelaskan secara langsung oleh Supervisor kepada penulis. Penjelasan tersebut berisi detail event dan detail desain key visual yang akan dirancang. Penulis juga diberikan contoh desain event serupa pada tahun 2023 sebagai referensi desain. Berikut merupakan contoh desain yang diberikan.

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



Gambar 3. 25 Contoh Key Visual Event LNS 2023

Berdasarkan contoh tersebut, penulis diminta untuk dapat mengembangkan desain dengan *looks* yang serupa. Desain juga diminta untuk tidak menggunakan font yang terlalu banyak agar tidak mengganggu keterbacaan dan menjaga konsistensi visual dari desain, seperti yang dapat dilihat dari contoh yang diberikan. Untuk format utama, penulis diminta untuk merancang *key visual* berukuran A4 yang kemudian akan diturunkan menjadi ukuran lainnya.

Key visual mulai dirancang dengan membuat design reference deck untuk mengumpulkan referensi gaya visual dan looks dari key visual event LNS. Dalam hal pengembangkan desain dari tahun sebelumnya, penulis mencoba untuk mengumpulkan referensi dengan konsep yang berbeda dengan lebih menekankan aspek "Late Night" dari event ini, sehingga referensi yang penulis gunakan akan merujuk kepada warna-warna dingin, gelap, dan mendukung suasana malam itu sendiri. Berikut adalah design reference deck yang penulis buat.

#### Design Reference Deck



Gambar 3. 26 Design reference deck Event LNS

Design reference deck kemudian dipresentasikan kepada Supervisor untuk dimintai approval apakah desain dapat dilanjutkan ke tahap selanjutnya atau tidak. Supervisor memberikan approval sehingga penulis dapat menentukan color palette yang akan digunakan dalam key visual. Color palette ini ditentukan berdasarkan warna-warna yang didapatkan dari referensi dalam design reference deck. Berikut adalah color palette yang digunakan dalam key visual event LNS.



Gambar 3. 27 Color Palette Key Visual Event LNS

Langkah berikutnya adalah proses visualisasi dari *key visual* dengan membuat aset-aset visual. Aset visual ini terdiri dari aset dikoratif, dan tipografi. Aset visual yang dirancang akan merujuk pada tema *Late Night* dan juga ramadan, karena *event* ini juga dilaksanakan dalam bulan ramadan dan menyambut lebaran.

Aset visual yang pertama yang dirancang adalah aset dekoratif berupa lentera dan ornamen bulan bintang. Pembuatan aset dekoratif ini selaras dengan tema ramadan dan lebaran dimana lentera itu sendiri berhubungan dengan kisah ramadan di Mesir yakni penggunaan lentera untuk menerangi kedatangan Khalifa pada hari sebelum ramadan. Kemudian lambang bulan bintang yang menjadi lambang agama islam itu sendiri, dan juga berhubungan dengan penanggalan tahun baru islam yang menggunakan bulan sebagai acuannya, dan ramadan serta lebaran yang juga mengikuti tanda dari bulan.

Aset lentera pertama-tama didapatkan dari Adobe Stock untuk mengefisienkan waktu pengerjaan. Kemudian lentera tersebut diberikan efek cahaya menggunakan aset cahaya yang dibuat menggunakan Adobe Photoshop. Tools yang digunakan adalah elipse tool yang ditambahkan radial gradient fill dengan warna kuning gelap dan terang, dan kemudian ditambahkan efek gaussian blur sehingga menghasilkan efek blur seperti cahaya dalam sebuah lentera. Aset dekoratif bulan bintang



Gambar 3. 28 Aset Dekoratif Lentera dan Bulan Bintang

Aset visual yang dirancang selanjutnya adalah aset dekoratif berupa *vector* siluet manusia dan unta. Konsep aset dekoratif ini juga selaras dengan tema ramadan yang identik dengan negara timur tengah. Negara timur tengah yang secara geografis beriklim gurun dan semi gurun, sehingga sangat relevan penggunaan unta sebagai pembantu transportasi pada masa lalu, sehingga dapat menjadi visual yang iconic.



Gambar 3. 29 Referensi Ilustrasi Vector Manusia dan Unta Sumber: https://www.pigsels.com/id/sea...

Proses awal pembuatan aset visual ini dimulai dengan proses *sketching* awal menggunakan *Adobe Photoshop*, kemudian proses detailing *sketch* menjadi *vector* yang lebih rapi, detail dan proporsional menggunakan *Adobe Illustrator* dengan fitur *freehand tool*. Aset ini kemudian diberikan warna biru gelap menggunakan uniform *fill* sehingga menciptakan kesan siluet. Terdapat dua aset yang berbeda, yakni orang yang menunggangi unta dan orang yang sedang menuntun unta. Berikut adalah aset dekoratif manusia dan unta yang dirancang.

# UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA



Gambar 3. 30 Desain Aset Dekoratif Manusia dan Unta

Selanjutnya, penulis merancang aset visual berupa masjid sebagai tempat ibadah umat islam yang merayakan bulan ramadan pula. Referensi yang digunakan oleh penulis adalah bentuk masjid pada umumnya, dengan memiliki kubah dan pilar bulan. Referensi ini menjadi acuan dalam pembuatan aset visual siluet masjid. Berikut referensi yang digunakan.



Gambar 3. 31 Referensi Visual Masjid Sumber: https://prokopim.acehbaratdayak...

Berdasarkan referensi tersebut, kemudian dibuat sketch menggunakan *Adobe Photoshop* dan detailing vector menggunakan *Adobe Illustrator* sama seperti tahap sebelumnya. Untuk kebutuhan visual, aset masjid kemudian dimodifikasi sehingga mendapatkan aset siluet masjid yang berjejer satu sama lain.



Gambar 3. 32 Proses Pembuatan Aset Visual Masjid

Aset masjid diberikan warna dengan *gradient fill* dari biru gelap dengan menuju biru terang. Ditambahkan pula visual *ground* yang menjadi tempat dimana aset orang dan unta diletakkan, sehingga aset masjid berperan sebagai latar belakang dari aset orang dan unta. Penggunaan gradasi pada *ground* menggunakan gradasi warna yang terbalik dengan aset masjid, sehingga menciptakan kontras dan dimensi.



Gambar 3. 33 Proses Pemberian Warna Pada Aset Masjid dan Ground

Dirancang pula aset dekoratif awan untuk mengisi ruang kosong pada langit dan menambah kesan pemandangan bulan ramadan. Aset awan desain menggunakan *Adobe Illustrator* dengan fitur *freehand tool*. Aset awan dirancang simple agar tidak terlalu menonjol dari aset lainnya, namun tetap memberikan nilai estetik dalam sebuah pemandangan.



Gambar 3. 34 Aset Visual Awan

Aset dekoratif lainnya yakni pembuatan aset bintang menggunakan Adobe Illustrator dengan fitur pen tool dan ellipse tool. Pen tool digunakan untuk membentuk objek utama bintang, dan ellipse tool digunakan untuk membuat pancaran cahaya dari bintang yang dikombinasikan dengan efek gaussian blur dan pengurangan opacity hingga tingkat transparansi yang diinginkan. Aset bintang ini menjadi pendukung suasana malam dari konsep "Late Night" dalam event.



Gambar 3. 35 Pembuatan Aset Bintang

Setelah seluruh aset visual dan aset dekoratif selesai dirancang, penulis melanjutkan untuk membuat tipografi dari *key visual. Typeface* yang digunakan untuk tipografi adalah Montserrat dengan font bold. Teks tersebut kemudian diedit menggunakan fitur *appearance* dalam *Adobe Illustrator*. Tipografi terdiri atas 6 *layer* dengan warna yang berbeda, serta diberikan efek drop *shadow*. Pemberian *layer* dan efek ini bertujuan untuk menambah emphasis informasi menggunakan kesan dimensi dan kesan yang menonjol. Tipografi ini digunakan untuk *headline* dan *subheadline* dari *key visual*. Namun, pada *headline* bertulisan "*Late Night*" ditambahkan efek *arch* dengan kelengkungan 20%.



Gambar 3. 36 Proses Perancangan Tipografi Key Visual Event LNS

Perancangan yang dilakukan selanjutnya adalah perancangan *background* untuk *key visual. Background* dirancang *simple* menggunakan gradasi dari warna sekunder pada *color palette* yakni warna coklat gelap dan coklat muda.. Gradasi dibuat dengan fitur radial *gradient tool* pada *Adobe Illustrator*.



Gambar 3. 37 Background Key Visual Event LNS

Kemudian, penulis membuat aset ornament yang didasarkan pada *frame Arabic* dan arsitektur Islam. Penulis menggunakan acuan lengkungan ogee yang sering ditemukan pada

arsitektur Islam dan memiliki cirikhas yang lebih menonjol dibandingkan dengan jenis lengkungan lainnya.



Gambar 3. 38 Referensi Lenkungan Ogee Sumber: https://id.pinterest.com/pin/317081630005606700/

Aset ornamnent dibuat menggunakan *pen tool* pada Adobe Illustrator sehingga dapat lebih detail dan rapi dengan format vector. Ornament kemudian diduplikasi menjadi 4 dan disusun menjadi kesatuan pola ornament dengan 4 arah menggunakan *pathfinder tool unite*.



Gambar 3. 39 Pembuatan Bentuk Dasar Aset Ornament *Key Visual Event* LNS Bentuk dasar ornament ini disusun kembali menjadi sebuah pola berurutan dan berjejer satu sama lain secara horizontal dan vertical. Pola ini kemudian disatukan menjadi satu objek. Aset ornament ini nantinya akan digunakan untuk menghias *background* agar memiliki aksen ramadan dan mengisi ruang kosong.



Gambar 3. 40 Aset Ornament Key Visual Event LNS Aset visual berikutnya yang ditambahkan dalam key visual event LNS ini adalah aset frame. Aset frame ini memiliki referensi pada arsitektur islam yang menggunakan lengkungan ogee yang khas pada pintu masjid, dan menggambarkan siluet dari kubah masjid.



Gambar 3. 41 Referensi Lengkungan Ogee dan Kubah Masjid Sumber: https://kubahmigunani.com/har...

Aset *frame* didesain menggunakan *Adobe Illustrator* dengan fitur *pen tool* yang kemudian diberikan efek *drop shadow* agar memiliki aspek kedalaman atau *depth* dengan *background* nantinya. *Frame* ini nantinya akan digunakan seperti layaknya pintu atau jendela yang juga akan meng*highlight* informasi dan tipografi
didalamm *frame*, sehingga memiliki konsep perbedaan area antara didalam dan diluar *frame*.



Gambar 3. 42 Proses Pembuatan Aset Frame pada Key visual Event LNS

Di dalam *frame* juga dibuat *background* langit dengan gradasi dari warna primer yaitu biru. Gradasi ini dibuat dengan *linear gradient tool* pada *Adobe Illustrator*. *Background* di dalam frame ini nantinya akan menjadi *background* dari tipografi dan aset dekoratif yang sudah dibuat sebelumnya. Warna *background* ini juga selaras dengan berbagai aset dekoratif agar tercipta keharmonisan, dan kontras dengan warna tipografi sehingga menciptakan kontras agar tipografi dapat terlihat dengan jelas.

# UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA



Gambar 3. 43 Pembuatan *Background* Langit Pada *Key Visual Event* LNS *Background* langit ini juga ditambahkan *grain texture*. Penambahan *texture* ini bertujuan untuk memberikan kesan realistis pada langit yang tidak hanya polos, tetapi juga memiliki kesan awan tipis, kabut, dan dingin dari malam dalam konsep "*Late Night*".



Gambar 3. 44 Grain *Texture* dalam Aset Langit *Key Visual Event* LNS Setelah seluruh aset selesai dirancang, proses pembuatan *key visual* dilanjutkan dengan penyusunan seluruh aset menjadi satu kesatuan desain. Sebelum menyusun aset, penulis menentukan *grid* yang akan digunakan sehingga seluruh tata letak dan penggunaan area pada desain dapat tersusun rapi, harmonis, dan proporsional. Penulis menggunakan *multicolumn grid* dengan ukuran margin 2 cm disetiap sisinya.



Gambar 3. 45 Penggunaan Multicolumn Grid pada Key Visual Event LNS

Penulis secara bertahap menyusun seluruh aset desain dalam canvas berukuran A4 yang dibantu dengan penggunaan grid. Peletakkan background yang ditambah ornament menjadi langkah awal penyusunan key visual. Kemudian, penulis menambahkan aset frame dan background langit diatas background coklat sebelumnya agar terlihat seakan menembus atau menjadi sebuah jendela dan pintu. Aset dekoratif lentera dan gantungan bulan bintang juga ditambahkan untuk mengisi ruang kosong pada bagian atas key visual, dan juga menambah kesan hiasan ramadan dalam sebuah ruangan. Setelah itu, ditambahkan tipografi dan teks informasi mengenai event LNS itu sendiri yang tersusun secara hirarki dari atas kebawah sesuai tingkat emphasis informasi. Penyusunan diakhiri dengan penambahan aset dekoratif lainnya yang mendukung konsep cerita dari key visual.



Gambar 3. 46 Proses Penyusunan Key Visual Event LNS

Key visual yang sudah selesai disusun kemudian dipresentasikan kepada Supervisor untuk mendapatkan approval. Supervisor memberikan approval dari hasil akhir ini sehingga dapat dilanjutkan untuk turunan format lainnya. Berikut adalah hasil akhir dari key visual dengan format A4.



Gambar 3. 47 Key Visual Event Late Night Sale

52 Perancangan Key Visual..., Ricky Febrianto Hamsyah, Universitas Multimedia Nusantara Turunan *key visual* yang didesain memiliki berbagai macam tujuan, yakni dalam post social media, email, dan lainnya. Oleh karena itu, perlu adanya penyesuaian informasi dan peletakkan aset visual dari *key visual*. Berikut adalah daftar turunan dari desain *key visual event Late Night* Sale.

Tabel 3. 3 Turunan Desain Key Visual Event LNS



## UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA



## 3.3.2.2 Proyek Matahari Tiktok Fashion Challenge

Matahari *Tiktok Fashion Challenge* merupakan *event* internal perusahaan Matahari. *Event* ini merupakan *event* perlombaan pembuatan video tiktok dimana video dengan konten terbaik dan *views* terbanyak akan mendapatkan hadiah berupa uang tunai. Dalam *event* ini, penulis berpartisipasi dalam proses desain *key visual* dan poster pengumuman lomba tersebut.

Brief event diberikan pertama-tama melalui email oleh Head of Campaign melalui Supervisor. Brief yang disampaikan

Perancangan Key Visual..., Ricky Febrianto Hamsyah, Universitas Multimedia Nusantara

<sup>54</sup> 

melalui email berisikan informasi general dari *event* yang diadakan, seperti deskripsi *event*, ketentuan pemenang, hadiah yang diberikan, syarat partisipan, dan ketentuan konten yang dilombakan. Informasi ini dapat menjadi dasar dan landasan pembuatan desain *key visual* dan poster.

Subje	ct: Program Internal TikTok Competition for Lebaran 2025
2	Man, Feb 17, 42/194
	Dear Mas
	A contract of the second secon
	- Top 1 – 20 merdspatken hadleh uong turnal sebesar (DR 5); fotal hadleh 100,8)
	- Top 21 - 25 mendapalian hadiah uang tunai sebesar IDR 2( (otal hadiah 50.0)
1	<ul> <li>Top 46 – 100 mendiapatian hadiah uang tunai sebesar IDR 1.8 (totai hadiah 558)</li> </ul>
	Dengan pengaturan hadiah diatas, total budget yang dikeluarkan sebesar IDR 200):
	Syarat dan ketertuan urbik menglikat kompetiti ini sebagii berkut :
	Semua ataf bolsh kur serta di kompatisi ini
	- Konten bebas, namun harus terdapat :
	<ul> <li>Identitian Matahari, separti : sengam / toko / produk / kantor, disb</li> </ul>
	- Korlen yang dilatang :
	<ul> <li>Mangandarg pomografi</li> </ul>
	o Mangandang SARA (Suku Agama, Ras).
	<ul> <li>Mangandarg muatan politik</li> </ul>
	- Hava moryotaken hashtag Hkuykar DMalahari PCari DMalahari
	Mohon approvilnya ya mas untuk kita siapkan malari komunikusinya
	Best regards,
	Head of Campaign
	Gmatahari

Gambar 3. 48 Brief Email Event Matahari Tiktok Fashion Challenge

Berdasarkan email yang didapatkan, kemudian penulis dijelaskan secara lisan oleh *Supervisor* mengenai *event* dan detail desain *key visual* dan poster yang akan dibuat. Penulis diberikan contoh poster *event* sebelumnya sebagai referensi konsep. Desain poster yang diharapkan adalah pengembangan dari contoh yang diberikan dengan konsep yang lebih asik dan meriah. *Supervisor* merasa bahwa contoh desain yang diberikan memiliki desain yang old style, dan menginginkan desain yang lebih kekinian dan sesuai dengan tema tiktok. Secara visual yang diinginkan tidak jauh dari contoh dimana masih menampilkan visual wanita yang sedang melakukan aktivitas di dalam sebuah HP.

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



Gambar 3. 49 Contoh Key Visual Tiktok Fashion Challenge

Berdasarkan penjelasan yang sudah didapatkan, maka penulis kemudian mulai mencari referensi yang mendukung konsep dan visual yang diinginkan. Seluruh referensi digabungkan menjadi satu dalam *design reference deck*. Referensi yang dicari meliputi contoh visual yang memiliki konsep heboh, meriah, dan berhubungan dengan aktivitas dalam handphone.

Design Reference Deck



Gambar 3. 50 Design reference deck Key Visual Tiktok Fashion Challenge

Referensi yang dominan didapatkan dominan memiliki warna yang cerah dan meriah. Terdapat menggunakan aset cahaya / *highlight* sehingga memberikan penekanan pada objek utama dari poster. Aset cahaya juga memberikan kesan mewah, meriah, dan ceria. Oleh karena itu, penggunaan aset cahaya menjadi penting dalam pembuatan *key visual* dari *event* ini karena mendukung konsep dan penyampaian informasi serta visual yang direncanakan. Design reference deck ini kemudian dipresentasikan kepada Supervisor untuk mendapatkan approval. Supervisor menyetujui hasil referensi yang dipresentasikan, oleh karena itu penulis dapat melanjutkan proses visualisasi key visual event ini. Berdasarkan hasil konsep, ide, dan tema, maka penulis memulai untuk menentukan color palette yang menjadi warna utama dalam key visual. Color palette yang digunakan antara lain adalah warna primer merah, dan warna sekunder merah muda dan putih.



Gambar 3. 51 Color Palette Key Visual Event Tiktok Fashion Challenge

Dalam pembuatan poster ini, penulis menggunakan Adobe Photoshop karena teknik yang digunakan adalah digital imaging Fitur pada Adobe Photoshop dapat lebih memudahkan proses edit dan modifikasi aset sehingga hasil yang didapatkan lebih natural dan maksimal.

Aset visual yang pertama penulis gunakan adalah aset background dari key visual. Background dalam key visual event Tiktok Fashion Challenge menggunakan aset living room dari Adobe Stock. Aset ini ditemukan dengan key word "modern living room with neon light". Penggunaan Adobe Stock dalam menari aset background agar proses pembuatan key visual dapat dilakukan dengan lebih efisien.



Gambar 3. 52 Aset Background Key Visual Event Tiktok Fashion Challenge Aset background ini belum memenuhi kriteria dari color palette yang sudah ditentukan. Untuk menyesuaikan warnanya, penulis melakukan modifikasi pada background dengan mengubah warnanya menjadi merah menggunakan fitur dalam Adobe Photoshop. Penulis mengubah warna background menggunakan fitur hue/saturation yang bisa ditemukan di image lalu adjustment. Hue dari background diubah hingga mencapai warna merah yang diinginkan sesuai dengan color palette.



Gambar 3. 53 Proses Pengubahan Warna Background Event TFC

Terdapat beberapa warna dari *background* yang kurang sesuai karena pengubahan *hue* yang mempengaruhi keseluruhan warna dari *background*. Dapat dilihat bahwa masih terdapat warna hijau yang kurang cocok dengan konsep yang diinginkan. Untuk menyesuaikan warna secara keseluruhan agar selaras dengan *color* 

*palette*, penulis menambahkan sebuah *overlay layer* berwarna merah dengan *opacity* 65% dan *layer* type multiply. Pengubahan *layer* type dan *opacity* ini bertujuan agar warna dapat lebih menyatu dengan warna *background* dan tidak hanya flat *color* saja.



Gambar 3. 54 Modifikasi Color Layer Pada Background Key Visual Event TFC

Penulis kemudian mencari aset *mock up* berupa display handphone yang didapatkan dari freepik. Aset ini bertujuan untuk menonjolkan tema lomba tiktok dan sesuai dengan konsep yang diminta yakni objek atau aktivitasa yang terlihat keluar dari dalam handphone.



Aset *background* kemudian dimasukkan ke dalam *mock up. Background* yang digunakan pada *mock up* ini adalah aset *background* tanpa *overlay layer*, sehingga menciptakan kontras pada objek didalam handphone. Selain itu, penulis juga ingin memberikan kesan realistis bahwa *background* pada handphone seakan terekam dari kamera yang akan lebih jernih dibandingkan dengan *background* diluar handphone. Agar identitas tiktok semakin terlihat dalam *key visual*, penulis juga menambahkan icon UI dari tiktok didalam *mock up* tersebut. Dengan demikian, objek handphone terlihat seakan-akan sedang membuka aplikasi tiktok. *Mock up* kemudian penulis modifikasi agar memiliki perspective miring agar menciptakan ruang dimensi untuk objek yang akan keluar dari dalam handphone.



Gambar 3. 56 Proses Pembuatan Aset Handphone dalam Key Visual Event TFC

Setelah aset *handphone* selesai dirancang, maka proses visualisasi dilanjutkan dengan merancang aset visual yang akan menjadi objek utama dari *key visual*. Sesuai dengan konsep yang sudah dijelaskan sebelumnya, penulis mencari aset visual dari *Adobe Stock* yakni perempuan yang sedang melakukan kegiatan menyenangkan didalam handphone. Key word yang digunakan untuk mencari aset ini adalah "girl with fun activity and fun pose". Aset ini kemudian dilakukan penghapusaan *background* agar dapat digunakan dalam *key visual*.



Gambar 3. 57 Aset Visual Tokoh Perempuan dalam *Key Visual Event* TFC Setelah itu, penulis merancang tipografi dari *key visual* untuk membantu menyampaikan informasi. Aplikasi yang digunakan pembuatan tipografi ini adalah *Adobe Photoshop*, dan tipografi menggunakan *typeface* nunito tipe black. *Headline* utama berisi "*TIKTOK FASHION CHALLENGE*" kemudian dimodifikasi menggunakan fitur 3D text agar menciptakan kesan dimensi dan *pop out*. 3D text ini akan membantu emphasis dari informasi pula. Tipografi kemudian diberikan penyesuaian warna agar selaras dengan *color palette*.

# UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA



Gambar 3. 58 Tipografi Headline dalam Key Visual Event TFC

Untuk mendukung konsep sosial media yakni tiktok, penulis merancang aset *chat box* agar penggunaan teks dapat lebih menarik dan penyampaian informasi juga dapat lebih ditekankan. Penulis menggunakan referensi *chat box* dengan perspektif yang sesuai dengan tata letak aset *key visual*. Berdasarkan referensi tersebut, kemudian penulis merancang *chat box* yang sesuai dengan tema dan konsep dari *key visual*. *Chat box* dibuat dengan menggunakan warna yang senada dengan *color palette*.



Gambar 3. 59 Proses Pembuatan Aset Chat Box Key Visual Event TFC

Setelah aset-aset utama selesai dirancang, penulis mulai mengerjakan aset-aset dekoratif yang akan membantu visualisasi dari *key visual* dalam menyampaikan pesan dan informasi dari *event*. Aset dekoratif yang pertama adalah aset-aset icon 3D mengenai aktivitas sosial media, seperti *chat*, *like*, dan *share*, serta representasi dari identitas lomba yakni icon aplikasi tiktok. Aset-aset dekoratif ini didapatkan dari *Adobe Stock* dan *Freepik*. Hal ini bertujuan untuk mendapatkan aset yang maksimal dengan menggunakan waktu yang efisien untuk mengejar target deadline.



Gambar 3. 60 Aset 3D Icon Social Media Key Visual Event TFC

Aset dekoratif selanjutnya adalah representasi dari hadiah yang diberikan yakni uang tunai. Penulis mencari aset gambar uang tunai dari google image. Hal ini dilakukan karena ketersediaan aset gambar uang rupiah pecahan 100.000 sulit ditemukan di beberapa penyedia aset. Meskipun demikian, poster ini hanya digunakan untuk intern perusahaan Matahari dan tidak secara komersial dipublikasikan, sehingga tidak melanggar adanya lisensi, hanya sebagai aset dalam sebuah desain internal.

Dalam proses modifikasi aset, penulis memberikan penyesuaian pencahayaan menggunakan *tool* adjustment dengan memberikan perubahan pada brightness dan contrast. Penyesuaian ini bertujuan agar visual dan pencahayaan aset selaras dengan visual lainnya dalam poster. Aset uang ini kemudian penulis duplikasi dan ditata menjadi sebuah kipas uang untuk menggambarkan kesan hadiah uang tunai yang banyak. Kemudian, penulis menambahkan efek drop shadow untuk menammbah dimensi dan ketebalan dari aset.



Gambar 3. 61 Aset Uang pada Key Visual Event TFC

Ditambahkan pula aset UI navigation bar dari tiktok untuk menambah identitas dari aplikasi tiktok itu sendiri. Navigation bar ini nantinya akan ikut menjadi objek yang terkesan *pop out* dari dalam handphone bersama dengan aset lainnya. Aset ini didapatkan dari Freepik dan kemudian disesuaikan posisi dan perspektifnya agar selaras dengan tata letak aset lainnya.



Gambar 3. 62 Aset Navigation Bar Tiktok dalam Key Visual Event TFC

Aset visual terakhir yang ditambahkan dalam key visual ini adalah aset karpet merah. Aset ini didapatkan dari Adobe Stock untuk mendapatkan aset yang berkualitas dengan waktu yang efisien. Penggunaan karpet ini akan menambahkan kesan mewah dan heboh dari konsep yang diinginkan. Dari aset yang didapat, penulis melakukan modifikasi yakni menghapus tiang menggunakan eraser tool, mengubah ukuran dan perspective agar sesuai dengan ukuran yang diinginkan, serta menambahkan aksen garis putih agar tidak polos dan lebih memiliki karakter. Selain itu, beberapa modifikasi ini akan memudahkan untuk peletakan aset dan akan membantu menciptakan *leading line* kepada objek dan informasi utama.



Gambar 3. 63 Pembuatan Aset Karpet Merah pada Key Visual Event TFC

Setelah seluruh aset dikumpulkan, maka proses visualisasi dilanjutkan dengan penyusunan aset visual. Seluruh aset dijadikan satu kesatuan objek utama dengan tata letak yang disesuaikan sehingga menciptakan komposisi yang harmonis. Penyusunan ini mempertimbangkan penggunaan ruang yang efektif, dan penyesuaian dengan konsep yang diminta, yakni tema yang heboh dan ceria dengan konsep seseorang yang melakukan kegiatan menyenangkan dan keluar dari dalam handphone.



Gambar 3. 64 Penyusunan Objek Utama Key Visual Event TFC

Objek utama kemudian digabungkan dengan *background* dan tipografi yang sudah dirancang. Sebelum proses penyusunan dilakukan, penulis menentukan *grid layouting* yang akan digunakan. Dalam desain *key visual* kali ini, penulis menggunakan *singlecolumn grid*. Penggunaan *grid* jenis ini dikarenakan informasi yang dimuat dalam *key visual* tidak terlalu banyak, hanya mengandalkan visual dari objek utama dengan penambahan beberapa informasi.



Gambar 3. 65 Penggunaan *Single-Column Grid* dalam *Key Visual Event* TFC Proses *layouting* sudah bisa dimulai dengan menggabungkan aset *background*, objek utama, tipografi *headline*, call-to-action dan informasi tambahan mengenai *event*. Penataan *key visual* berfokus pada penataan rata tengah yang juga menjadi alasan mengapa *single-column grid* digunakan.



Gambar 3. 66 Proses Penataan Visual dalam Key Visual Event TFC

Untuk menambah tingkat kontras dan emphasis pada objek dan informasi utama, penulis menambahkan aset cahaya atau *highlight*. Seperti pada *design reference deck* yang menggunakan 66

Perancangan Key Visual..., Ricky Febrianto Hamsyah, Universitas Multimedia Nusantara

highlight dibelakang objek utama untuk membantu mengarahkan perhatian audience kepada hal yang penting. Aset cahaya juga dapat berupa *leading line* yang mengarahkan mata *audience* ke arah yang diinginkan. Selain dari segi teknis, pencahayaan ini juga menambahkan energi serta kesan heboh dan asik dari konsep *key visual*. Pembuatan aset cahaya ini menggunakan fitur *highlight* dan *shadow* pada *Adobe Photoshop*. Setelah penambahan aset cahaya, maka *key visual event "Tiktok Fashion Challenge*" ini selesai dirancang.



Gambar 3. 67 Hasil Akhir Key Visual Event TFC

Key visual ini hanya di desain pada format A4 yang kemudian di share untuk seluruh karyawan Matahari. Hasil akhir ini kemudian dipresentasikan kepada Supervisor untuk mendapatkan approval. Supervisor menyetujui desain dan memberikan approval untuk dapat dipublikasikan menjadi pengumuman dari lomba Matahari Tiktok Fashion Challenge.

## 3.3.2.3 Proyek *Press conference* Matahari x Universal Music Indonesia x Bravado

Matahari mengadakan kolaborasi bersama Universal Music Indonesia dan Bravado untuk meluncurkan official music merchandise pertama dari musisi global yang hadir di ritel lokal Indonesia. Koleksi kolabroasi ini diluncurkan melalui AOS, yakni label *fashion* terbaru dari Matahari. Label ini menampilkan desain ikonik dari band legendaris seperti The Rolling Stones, Sex Pistols, dan musisi lainnya.

Dalam kolaborasi ini, akan diadakan sebuah *press conference* untuk menyampaikan seluruh informasi kepada media dan dapat disiarkan seluas-luasnya. Matahari perlu menyebarkan sebuah undangan kepada para tamu yang diharapkan untuk hadir. *Brief event* ini pertama-tama diberikan kepada penulis berupa teks.



Gambar 3. 68 Brief Event Press conference Kolaborasi Matahari

Informasi dan detail mengenai *brief* kemudian disampaikan langsung oleh *Head of Creative* karena *event* ini termasuk dalam proyek yang cukup penting bagi Matahari. Penulis

mendapatkan tanggung jawab untuk merancang kev visual invitation press conference kolaborasi ini. Meskipun brief diberikan langsung oleh Head of Creative, namun dalam proses perancangannya penulis tetap didampingi oleh Supervisor. Penulis kemudian diberikan contoh invitation press conference sebelumnya yang pernah dirancang agar mendapatkan gambaran kasar dari ide invitation tersebut.



Gambar 3. 69 Contoh Invitation Press conference Sebelumnya

Head of Creative mengatakan bahwa contoh tersebut terlalu simple dan biasa saja. Penulis diminta untuk mengembangkan desain dari contoh invitation tersebut. Konsep dari invitation diberikan kebebasan untuk melakukan explore, tetapi tetap harus sesuai dengan tema dari event dan koleksi. Tema dari koleksi kolaborasi adalah merchandise dari band-band bergenre rock. Genre rock terkenal dengan visual yang gelap, tajam, penggunaan warna yang sedikit, dan tegas. Selain itu, Head of Creative juga menghimbau penulis untuk menampilkan koleksi yang akan diluncurkan agar invitation juga memberikan informasi mengenai produk yang akan diluncurkan.

Berdasarkan brief yang sudah diberikan, maka penulis merancang design reference deck dengan mengumpulkan desaindesain visual dengan tema dan genre yang diinginkan. Penulis pertama mencari visual dari band yang ditampilkan seperti The

Rolling Stones. Referensi visual lain yang dicari adalah poster dengan visual *rock n roll, rebel, vintage*, dan retro.

**Design Reference Deck** 



Gambar 3. 70 Design reference deck Invitation Press conference

Pada referensi visual band The Rolling Stones, visual cenderung menggunakan warna netral seperti hitam, putih, dan abuabu, serta *desaturated color*. Pada genre-genre *rock* lainnya, visual yang ditampilan memiliki penggunaan warna dengan kontras yang tinggi, seperti penggunaan warna netral dengan tingkat kontras yang jauh, atau terdapat penggunaan warna yang menonjol dibanding warna lainnya. Contoh visual lainnya dari genre ini adalah penggunaan *texture* yang berkesan kotor, tua, dan seperti kertas yang memudar.

Design reference deck kemudian dipresentasikan kepada Head of Creative serta Supervisor, dan mendapatkan approval untuk melanjutkan ke tahap visualisasi. Sebelum melakukan visualisasi, penulis menentukan terlebih dahulu color palette. Color palette ditentukan berdasarkan design reference deck dengan mengambil warna yang relevan dengan koleksi yang dimiliki. Selain itu, warna lain yang diambil menjadi color palette adalah warna merah sebagai warna sekunder dimana salah satu koleksi yang dirilis memiliki warna merah dalam logonya, dan memiliki tingkat kontras yang baik pula dalam komposisi warna.



Gambar 3. 71 Color Palette Key Visual Invitation Press Converence

Proses visualisasi dimulai dengan perancangan background dari desaain invitation. Terdapat beberapa aset photoshoot koleksi yang disediakan. Penulis memutuskan untuk menggunakan salah satu aset photoshoot sebagai background dari invitation sekaligus untuk menunjukkan koleksi kolaborasi.



Gambar 3. 72 Aset Background Invitation Press conference

Aset ini dipilih menjadi *background* dari *invitation* karena menunjukkan 2 model baju yang berbeda dari koleksi, sehingga dapat menunjukkan lebih banyak produk yang ditawarkan tanpa menggunakan aset tambahan. Selain itu, terdapat *speaker* yang juga menjadi representasi dari musisi. *Background* yang juga memiliki dinding retak juga sesuai dengan tema visual *texture* band *rock* yang *vintage*, kotor, dan tua.

Berdasarkan contoh yang diberikan, format *invitation* memiliki rasio 16:9 *landscape*, sedangkan *background* yang digunakan memiliki format *portrait*. Modifikasi perlu dilakukan pada *background* agar dapat digunakan dengan format yang diinginkan. Penulis menggunakan fitur *generatif fill* pada *Adobe Photoshop* untuk memperlebar *background*. *Generatif fill* ini dapat dengan mudah memodifikasi sebuah foto dengan menyesuaikan visual sekitar yang ingin diperlebar atau dimodifikasi ukurannya. Dengan demikian, penggunaan aset dapat lebih maksimal dan penggunaan waktu menjadi lebih efisien.



Gambar 3. 73 Expanded Background Invitation Press conference

Proses selanjutnya yang dilakukan pada *background* adalah menambah *overlay gradient* berwarna hitam pada bagian kiri *background*. Hal ini bertujuan untuk mengurangi visual *noise* yang dimiliki oleh *background*. Dengan berkurangnya visual *noise*, maka tingkat keterbacaan dari teks akan lebih jelas. Penulis pertama-tama membuat sebuah persegi panjang menggunakan *rectangle tool* dan kemudian diberikan *gradient fill* dari warna hitam menuju transparan.



Gambar 3. 74 Overlay Gradient Pada Background Invitation Press conference Setelah menyelesaikan aset background, proses visualisasi dilanjutkan dengan pembuatan tipografi. Dalam sebuah invitation tentunya informasi yang dituliskan harus lengkap, penting, dan jelas, agar para tamu undangan dapat mengetahui dengan jelas detail dari acara. Selain itu, pemilihan font yang tepat dengan tema dan hirarki juga menjadi pertimbangan penting dalam invitation ini.

Tipografi yang pertama penulis rancang adalah *headline*. *Typeface* yang digunakan untuk *headline* adalah *Newspaper Cutout White* dengan font regular. Pemilihan *typeface* ini sesuai dengan tema retro, sharp, tua, dan kotor dari genre *rock*. Selain itu, tingkat emphasis pada *typeface* ini juga sangat menonjol karena penggunaan *space* yang lebar, *background* huruf yang *sharp*, dan penggunaan warna 2 warna berbeda pada *typeface* yang memberikan *highlight* teks.



Gambar 3. 75 Headline Invitation Press conference

Subheadline dari invitation menggunakan typeface Chinese Rocks Rg. Typeface ini memiliki tipe sans serif dengan bentuk dasar persegi yang menimbulkan kesan tegas dan sharp. Bentuk huruf ini juga selaras dengan headline, namun tidak mencuri perhatian *headline*. Selain itu, *typeface* seperti ini juga mirip dengan apa yang ditampilkan pada *design reference deck*.

# OFFICIAL MUSIC MERCHANDISE LAUNCHTHURSDAY<br/>8 MAY 2510.00 - 12.00 WIB

Gambar 3. 76 Subheadline Invitation Press conference

Tipografi terakhir yang digunakan adalah *body copy* yang menampilkan detail informasi yang lebih panjang dan detail. *Typeface* yang digunakan untuk *body copy* adalah *Veneer*. *Typeface* ini bertipe *sans serif*, memiliki bentuk dasar persegi namun masih memiliki aksen lengkungan dalam bentuk hurufnya. Bentuk ini masih selaras dengan *typeface headline* dan *subheadline* Tidak terdapat variasi atau modifikasi bentuk yang berlebihan seperti dua *typeface* sebelumnya, sehingga *typeface* ini cocok sebagai *body copy* karena nyaman untuk dibaca dan tidak menimbulkan visual yang berlebihan.

Matahari, berkolaborasi dengan Universal Music Indonesia dan Bravado, meluncurkan official music merchandise pertama dari musisi global yang hadir di ritel lokal Indonesia melalui AOS, label fashion terbaru dari Matahari, menampilkan desain ikonik dari band legendaris seperti The Rolling Stones, Sex Pistols, dan berbagai musisi global lainnya.

### Gambar 3. 77 Body Copy Invitation Press conference

Setelah tipografi selesai dirancang, penulis kemudian merancang aset dekoratif. Aset dekoratif yang dirancang adalah sebuah tempelan kertas yang berisi informasi. Aset dekoratif ini tidak semata-mata hanya untuk memberikan visual yang lebih indah, tetapi juga membantu untuk memberikan *highlight* pada informasi yang ada di dalamnya. *Highlight* ini diciptakan dengan kontras yang diberikan oleh aset dekoratif dibandingan dengan teks lainnya.

Aset dekoratif dibuat menggunakan Adobe Illustrator dengan pen tool membentuk shape robekan kertas. Shape tersebut 74

Perancangan Key Visual..., Ricky Febrianto Hamsyah, Universitas Multimedia Nusantara

diberikan *texture overlay* kertas agar menyerupai tempelan kertas asli dan juga mendukung konsep retro. *Overlay* ini menjadi *masking* dari *shape* dengan *layer type overlay* dan *opacity* 70%. Terdapat pula aset selotip untuk memberikan kesan kertas yang tertempel. Aset ini juga dibuat menggunakan *pen tool*, dan kemudian diberikan pengurangan *opacity* sehingga menciptakan transparansi seperti layaknya selotip.



Gambar 3. 78 Aset Dekoratif Tempelan Kertas Invitation Press conference

Aset terakhir dan penting untuk dimasukkan dalam *invitation* adalah identitas dari setiap pihak yang berpartisipasi dalam kolaborasi. Terdapat aset logo dari pihak kolaborasi yakni Matahari, Universal Music Indonesia, Bravado, dan brand AOS. Seluruh aset ini didapatkan dari *creative team* Matahari.



Gambar 3. 79 Logo Partner Kolaborasi Matahari

Setelah seluruh aset dikumpulkan, maka visualisasi dapat dilanjutkan dengan *layouting key visual invitation*. Dalam membantu proses layouting, penulis menggunakan *single-column grid*. *Grid* ini digunakan untuk penataan teks yang tidak terlalu banyak dan menyebar, serta lebih mengandalkan siluet visual yang besar.



Gambar 3. 80 Single-Column Grid pada Key Visual Invitation Press conference Proses layouting dimulai dengan penataan tipografi mulai dari headline, subheadline, dan body copy pada bagian kiri layout.
Penggunaan warna teks adalah warna yang kontras dengan background seperti putih dan merah. Hirarki informasi disusun dari atas ke bawah sesuai urutan informasi yang ingin disampaikan, serta terdapat emphasis pada informasi pelaksanaan event menggunakan aset dekoratif yang sudah dirancang untuk mendukung subheadline.
Pada bagian kanan difokuskan pada produk koleksi yang akan dirilis sesuai dengan instruksi dari *Head of Creative*. Aset logo partner kolaborasi juga ditambahkan sebagai identitas kolaborasi.



Gambar 3. 81 Proses Layouting Key Visual Invitation Press conference

Key visual invitation tersebut kemudian diberikan finishing untuk menambah estetika visual. Key visual diberikan texture untuk memberikan tambahan kesan kotor, tua, dan vintage dari genre rock. Texture yang digunakan adalah grain yang diletakkan diatas key visual dengan layer type soft light dan opacity 75%.



Gambar 3. 82 Texture Grain pada Invitation Press conference

Dengan demikian, visualisasi desain dari key visual invitation press conference event kolaborasi Matahari, Universal Music Indonesia, dan Bravado. Key visual ini kemudian dipresentasikan kepada Head of Creative dan juga Supervisor untuk mendapatkan approval dan masukan.



Gambar 3. 83 Key Visual Invitation Press conference Kolaborasi Matahari

Key visual ini mendapatkan approval dari Head of Creative dan Supervisor. Langkah selanjutnya yang dilakukan penulis adalah merancang turunan desain dari key visual agar dapat digunakan dalam kebutuhan lainnya. Berikut merupakan hasil turunan dari key visual invitation yang sudah dirancang:

Tabel 3. 4 Turunan Key Visual Invitation Press conference Kolaborasi Matahari





## 3.3.2.4 Proyek Footwear Discount For Ramadan

Footwear discount for lebaran merupakan event discount footwear yang diadakan pada bulan ramadan menjelang lebaran. Penulis mendapatkan brief untuk melalui email mengenai penugasan pembuatan key visual untuk event diskon yang diadakan. Event diskon ini merupakan rangkaian dari campaign event ramadan Matahari yakni "Rayakan di Matahari", dan pada tanggal 24-30 Maret ini promo spesial yang diberikan adalah untuk produk footwear.

Footwear KV : DISC s/d 30% & BELI 2 GRATIS 1 koleksi sepatu NEW ARRIVAL (image: men, ladies & kids shoes/sandal collection)

#### Gambar 3. 84 Brief Key Visual Diskon Footwear

*Campaign* "Rayakan di Matahari" sudah memiliki visual utama dengan tema dan *color palette* tersendiri. Penulis hanya perlu menurunkan desain *key visual* diskon ini berdasarkan tema desain yang sudah ada. Desain *campaign* ini dirancang langsung oleh *Art Director*, sehingga *looks* dari *campaign* sudah ditetapkan dan menjadi referensi dari setiap turunan desain yang akan dirancang.

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



Gambar 3. 85 Referensi Looks Campaign Rayakan di Matahari

Dengan adanya visual utama *campaign* yang menjadi referensi, maka dalam perancangan desain kali ini tidak perlu melalui proses iterasi referensi dengan membuat *design reference deck*. Perancangan dapat langsung dilakukan visualisasi desain. Untuk memulai visualisasi, penulis mengamati referensi yang sudah ada dan menentukan *color palette* yang digunakan dalam desain tersebut untuk digunakan dalam desain yang akan dirancang.



Gambar 3. 86 Color Palette Campaign Rayakan di Matahari

Proses visualisasi dimulai dengan mencari aset objek utama yang dipromosikan. Namun, pihak Matahari tidak memiliki aset *photoshoot footwear* yang layak sebagai aset dalam *key visual* ini. *Supervisor* memberikan saran untuk langsung saja menggunakan aset dari internet untuk diletakkan dalam desain,

Perancangan Key Visual..., Ricky Febrianto Hamsyah, Universitas Multimedia Nusantara

tetapi penulis mengajukan untuk aset *footwear* ini tidak ditempel begitu saja pada *key visual*, tetapi melalui proses *digital imaging* agar nilai estetik dan visual dapat menjadi lebih menarik. *Supervisor* memperbolehkan untuk melakukan *digital imaging*. Konsep yang penulis akan gunakan adalah mempertunjukkan produk yang dipromosikan pada sebuah display.

Aset produk yang akan didisplay pada *key visual* penulis dapatkan dari website resmi Matahari. Produk yang diambil merupakan 3 produk *footwear* yang berbeda kategori, yakni kasual perempuan, *kasual* laki-laki, dan juga formal. Perbedaan kategori ini menggambarkan diskon *footwear* yang berlaku untuk berbagai kategori, dan juga variasi produk yang disediakan oleh Matahari.





Gambar 3. 87 Aset Display Produk Footwear Matahari

Aset *footwear* ini kemudian penulis edit menggunakan Adobe Photoshop agar dapat digunakan dalam desain. Pertamatama, penulis menghilangkan *background* dari setiap aset menggunakan *magic wand tool*. Aset tanpa *background* ini akan dengan mudah digunakan dalam proses visualisasi nantinya.



Gambar 3. 88 Aset Footware Tanpa Background Sesuai dengan konsep, aset footwear ini disajikan seperti sedang dalam display photoshoot. Aset display tersebut penulis dapatkan dari Adobe Stock menggunakan key word "Brown footwear display podium". Pencarian aset dengan Adobe Stock ini sangat efektif dalam proses digital imaging yang memerlukan aset visual nyata dengan kualitas yang baik dan waktu yang cepat. Aset footwear yang ada kemudian ditata dalam aset podium sebagai langkah awal proses digital imaging.



Gambar 3. 89 Aset Podium *Key Visual Footwear Discount* Aset *footwear* memiliki tone yang berbeda-beda dan juga tidak menyatu dengan *background*. Hal ini menciptakan kesan yang tidak harmonis antar aset, dan tidak memberikan kesan yang natural dan realistis dalam *digital imaging*. Penulis mengedit aset tersebut sehingga memiliki tone warna yang senada satu sama lain. Proses edit ini menggunakan fitur *match color* pada *Adobe Photoshop*.



Gambar 3. 90 Proses Match Color Pada Aset Footwear dan Aset Podium

Tahap *finishing* pada *digital imaging* aset *footwear* ini adalah penambahan bayangan pada produk yang menyesuaikan arah cahaya datang. Penambahan bayangan ini dapat menambah kesan realistis dari *digital imaging* agar seolah produk yang ditampilkan benar-benar diambil melalui proses *photoshoot*. Selain itu, ditambahkan juga *highlight* pada bagian yang terpapar oleh cahaya.



Gambar 3. 91 Hasil Digital imaging Aset Footwear

Hasil *digital imaging* ini kemudian diberikan masukan oleh *Supervisor* untuk dijadikan objek utama *key visual* yang kemudian diberikan border sehingga memiliki *background* yang terpisah dengan *background key visual*. Penulis kemudian melakukan *clipping mask* untuk aset *footwear* tersebut. Bentuk dasar border dibuat menggunakan *rectangle tool* dengan *rounded edge*. Posisi aset kemudian disesuaikan agar dapat terlihat seluruh produknya dengan komposisi yang proporsional.



Gambar 3. 92 Clipping Mask Aset Footwear

Penulis kemudian mencari *background* kedua untuk *key visual* ini. *Background* ini menjadi *background* utama dari keseluruhan *layout key visual*. Penulis mencari *background* tersebut pada *Adobe Stock* dengan key word "*Brown empty room*". Aset *background* ini juga disesuaikan dengan visual utama *campaign* "Rayakan di Matahari" sehingga memiliki visual yang konsisten.



Gambar 3. 93 Aset *Background Layout* Utama *Key Visual Footwear Discount* Aset *background* ini memiliki warna yang sedikit berbeda dengan *color palette* visual utama *campaign*. Untuk memperbaiki 84 Perancangan *Key Visual*..., Ricky Febrianto Hamsyah, Universitas Multimedia Nusantara
warna, aset *background* diberikan *overlay layer* berwarna coklalt dengan *layer type* normal dan *opacity* 50%. Dengan demikian, warna *background* dapat lebih selaras dengan *color palette* dan memiliki warna kontras yang baik untuk teks nantinya.



Gambar 3. 94 Overlay Background Key Visual Footwear Discount

Setelah aset visual selesai didapatkan, maka visualisasi dilanjutkan dengan perancangan tipografi. Tipografi dalam *key visual* ini menggunakan *typeface poppins*. Penulisan tipografi tidak menggunakan efek tambahan agar terlihat *simple*, tidak terlalu mencolok, dan harmonis dengan visual utama *campaign* yang menggunakan tipografi simple. *Font poppins* yang digunakan disesuaikan dengan keperluan penulisan, seperti *bold*, medium, dan normal sesuai dengan kebutuhan.

# UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA



Gambar 3. 95 Tipografi Key Visual Footwear Discount

Aset terakhir yang dibutuhkan adalah logo-logo *mandatory* dari Matahari sebagai identitas. Logo ini disediakan oleh *creative team* sebagai aset desain. Aset *mandatory* yang dibutuhkan adalah logo "*feel good*" milik Matahari dan juga logo *campaign* "Rayakan di Matahari".



Gambar 3. 96 Aset Logo pada Key Visual Footwear Discount

Seluruh aset yang sudah dipersiapkan kemudian disusun menjadi kesatuan *layout key visual footwear discount*. Proses *layout* dimulai dari peletakan aset *footwear* pada *background* yang ada, kemudian dilanjutkan dengan peletakan tipografi di sebelah objek utama sebagai keterangan promo yang diadakan. Terakhir, logologo *mandatory* ditata menyesuaikan ruang kosong yang ada, namun tetap mempertimbangkan keharmonisan dari tata letak lainnya. *Layouting* ini menjadi tahap terakhir dari perancangan *key visual* ini, dan kemudian hasil akhir ini dipresentasikan kepada *Supervisor* untuk mendapatkan *approval*.



Gambar 3. 97 Hasil Akhir Key Visual Footwear Discount

Hasil akhir ini mendapatkan *approval*, sehingga kemudian penulis diminta untuk menurunkan desain ini menjadi beberapa format desain lain. *Key visual* yang dibuat merupakan format CRM Email dengan ukuran 540 x 400 px. Turunan lain yang perlu penulis rancang adalah CRM Whatsapp dengan ukuran 540 x 250 px. Penyesuaian format ini dilakukan dengan penataan ulang teks dan juga clipping mask agar visual dapat mengisi ruang yang ada pada format tersebut.

# MULTIMEDIA NUSANTARA



Gambar 3. 98 Desain CRM Whatsapp Footwear Discount

Desain CRM Whatsapp ini juga ditanyakan *approval* kepada *Supervisor* apakah perlu adanya revisi atau tidak. Desain ini mendapatkan *approval* dari *Supervisor*. Dengan demikian, desain CRM dapat digunakan untuk promosi kepada pelanggan setia Matahari.

## 3.4 Kendala dan Solusi Pelaksanaan Magang

Pelaksanaan magang ini terjadi beberapa kendala dalam menjalankan tugastugas yang diberikan. Kendala ini dapat berupa kendala teknis maupun komunikasi. Meskipun kendala tidak dapat selalu dihindari, terdapat solusi pula dalam menyelesaikan kendala-kendala yang dihadapi. Oleh karena itu, dalam bagian ini penulis akan menjabarkan kendala yang dialami selama melaksanakan kegiatan magang serta solusi yang penulis lakukan untuk menanggulangi kendala tersebut.

### 3.4.1 Kendala Pelaksanaan Magang

Kendala pertama yang dialami oleh penulis adalah penggunaan beberapa istilah dan singkatan baru yang tidak penulis ketahui dan sering digunakan dalam pekerjaan di Matahari. Beberapa istilah dan singkatan tersebut seperti CRM, DP, CV, POP, KOL, dan istilah lainnya. Kendala ini mengakibatkan kebingungan bagi penulis karena tidak mengetahui maksud dari istilah tersebut sehingga komunikasi terhadap sebuah informasi menjadi kurang maksimal. Kendala kedua yang terjadi adalah tidak disediakannya email perusahaan untuk peserta magang. Hal ini menjadi kendala kecil dalam mengakses file pada *cloud storage* seperti *google drive*. Penulis perlu beberapa kali meminta akses kepada pemilik file untuk dapat mengakses folder atau menggunakan file tersebut. Kendala, ini memakan waktu pengerjaan proyek dengan perlunya menunggu akses untuk diberikan kepada penulis

Kendala terakhir yang dialami adalah tidak tersedianya *brand guideline* dalam Matahari. Perancangan desain-desain menjadi kurang memiliki referensi yang pasti akan landasan desain yang sering digunakan oleh Matahari, atau menjadi identitas Matahari itu sendiri. Dengan demikian, dalam perancangan desain proyek penulis perlu melakukan eksplor dan iterasi lebih mendalam terhadap konsep desain yang diinginkan.

#### 3.4.2 Solusi Pelaksanaan Magang

Dalam menghadapi kendala-kendala yang dihadapi, tentunya terdapat solusi untuk bisa menanggulangi dampak dari kendala. Kendala pertama dapat dihadapi dengan aktif bertanya kepada *Supervisor* dan senior untuk dapat menjelaskan istilah dan singkatan asing yang digunakan dalam perusahaan. Dengan aktif bertanya ini, maka penulis dapat mengerti dengan istilah dan singkatan tersebut, dan tidak terjadi *communication gap* antara karyawan perusahaan dan penulis.

Solusi selanjutnya untuk kendala penyediaan email perusahaan adalah untuk secara rutin mengkonfirmasi kepada pemilik file untuk memberikan akses. Dengan begitu, penulis tidak perlu menunggu terlalu lama saat akan menggunakan file tersebut saat bekerja. Penulis juga belum bisa mendapatkan email perusahaan dikarenakan belum menjadi karyawan tetap Matahari.

Terakhir, dalam membantu penulis memastikan semua desain sesuai dengan identitas Matahari, penulis memiliki solusi untuk secara rutin

melakukan konsultasi kepada senior dan *Supervisor* mengenai hasil desain. Konsultasi ini akan membantu penulis untuk mendapatkan masukan serta saran apakah desain yang dibuat sudah sesuai dengan identitas Matahari atau selaras dengan konsep yang diinginkan. Dengan demikian, penulis tidak akan menjauh dari identitas desain Matahari dan menghasilkan desain yang maksimal pula.

