

BAB III

PELAKSANAAN MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi Pelaksanaan Magang

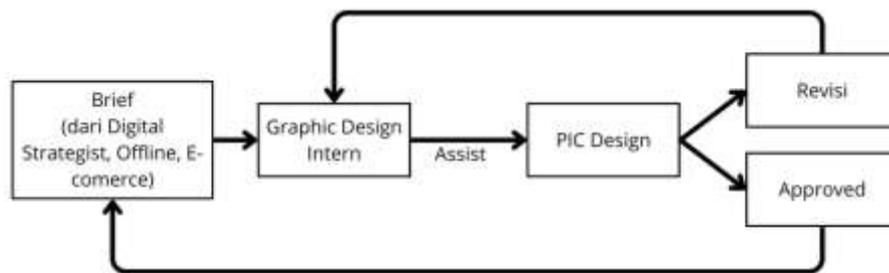
Penulis berkesempatan menjadi *Graphic Design Intern* pada PT Tanjung Wangi Makmur Sentosa. Posisi ini mengharuskan untuk berkomunikasi dengan *graphic design staff*, *digital strategist*, supervisor, serta *Manager team LS (Liquor Shop)*. Koordinasi dimulai dengan asistensi oleh *design graphic staff*, lalu ke *digital strategist*. Bila terdapat *event* penting, desain akan dipresentasikan langsung kepada manager melewati grup marketing.

3.1.1 Kedudukan Pelaksanaan Magang

Penulis bertanggung jawab dalam membantu merancang kebutuhan visual yang dibutuhkan brand Bottle Avenue dan Glas+. Sebagai intern, penulis secara langsung bekerja sama dengan *digital strategist*, *head manager*, serta *PIC Design*. *Workload* daripada intern sendiri serupa dengan *graphic designer staff*, sehingga mempermudah dalam berkolaborasi bersama. Penulis tetap melakukan asistensi terhadap *graphic design staff* dan *PIC design* sebelum melakukan visualisasi dari brief desain.

3.1.2 Koordinasi Pelaksanaan Magang

Koordinasi seringkali disesuaikan tergantung dengan situasinya, Adapun dalam proses mendesain penulis akan berkolaborasi dengan *graphic designer staff* untuk mendapatkan ide yang bagus. Setelah merancang desain, desain akan di cek oleh PIC desain setiap 11.00, 13.00, dan 15.00. Jika desain di approve, desain akan dikirim ke *digital strategist*, *offline team*, atau diupload kedalam google drive dalam bentuk JPG.



Gambar 3.1 Workflow

3.2 Tugas yang Dilakukan

Seperti yang telah dipaparkan sebelumnya, tugas *graphic design intern* berupa mengerjakan kebutuhan visual yang dibutuhkan brand. Tugas penulis sendiri terdiri dari merancang *social media feeds, story, dan TVC*, merancang katalog, merancang *banner e-commerce*, dan merancang kebutuhan *event offline*, berupa poster, banner, dan *standee*. Berikut pemaparannya.

Tabel 3.1 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Magang

Minggu	Tanggal	Proyek	Keterangan
1	03 – 07 Februari 2025	Bottle Avenue (digital poster, banner), Glas + (Digital Poster)	Mengerjakan media promosi berupa Instagram post, Instagram Story
2	10 – 15 Februari 2025	Bottle Avenue (digital poster, banner), Glas + (Digital Poster)	Mengerjakan media promosi berupa Instagram post, Instagram story, TVC, dan banner digital
3	17 – 21 Februari 2025	Bottle Avenue (digital poster, banner), Glas + (Digital Poster)	Mengerjakan media promosi berupa Instagram post, Instagram story, TVC, event offline dan banner digital
4	24 – 28 Februari 2025	Bottle Avenue (digital poster, banner), Glas + (Digital Poster)	Mengerjakan media promosi berupa Instagram post, Instagram story, TVC, banner digital, katalog, dan flyer
5	03 – 07 Maret 2025	Bottle Avenue (digital poster, banner, katalog), Glas + (Digital Poster)	Mengerjakan media promosi berupa Instagram post, Instagram story, TVC, banner digital, dan katalog

6	10 – 14 Maret 2025	Bottle Avenue (digital poster, banner), Glas + (Digital Poster)	Mengerjakan media promosi berupa Instagram post, Instagram story, TVC, banner digital, dan event offline
7	17 – 21 Maret 2025	Bottle Avenue (digital poster, banner), Glas + (Digital Poster)	Mengerjakan media promosi berupa Instagram post, Instagram story, TVC, banner digital, dan event offline
8	31 Maret – 04 April 2025	Bottle Avenue (digital poster, banner, Katalog), Glas + (Digital Poster)	Mengerjakan media promosi berupa Instagram post, Instagram story, TVC, banner digital, dan event offline
9	07 – 11 April 2025	Bottle Avenue (digital poster, banner), Glas + (Digital Poster)	Mengerjakan media promosi berupa Instagram post, Instagram story, TVC, banner digital, dan event offline
10	14 – 18 April 2025	Bottle Avenue (digital poster, banner), Glas + (Digital Poster)	Mengerjakan media promosi berupa Instagram post, Instagram Story
11	21 – 25 April 2025	Bottle Avenue (digital poster, banner), Glas + (Digital Poster)	Mengerjakan media promosi berupa Instagram post, Instagram story, TVC, dan banner digital
12	28 April-2 Mei 2025	Bottle Avenue (digital poster, banner, katalog), Glas + (Digital Poster)	Mengerjakan media promosi berupa Instagram post, Instagram story, TVC, event offline dan banner digital
13	5 –9 mei 2025	Bottle Avenue (digital poster, banner), Glas + (Digital Poster)	Mengerjakan media promosi berupa Instagram post, Instagram story, TVC, banner digital, katalog, dan flyer
14	12-16 Mei 2025	Bottle Avenue (digital poster, banner), Glas	Mengerjakan media promosi berupa Instagram post, Instagram story, TVC, banner digital, dan katalog

		+ (Digital Poster)	
15	19-23 Mei 2025	Bottle Avenue (digital poster, banner), Glas + (Digital Poster)	Mengerjakan media promosi berupa Instagram post, Instagram story, TVC, banner digital, dan event offline
16	26 –30 Mei 2025	Bottle Avenue (digital poster, banner, katalog), Glas + (Digital Poster)	Mengerjakan media promosi berupa Instagram post, Instagram story, TVC, banner digital, dan event offline

3.3 Uraian Pelaksanaan Magang

Sebagai graphic design intern, penulis bertugas untuk merancang kebutuhan desain baik secara offline maupun online. Brief dari pihak offline seringkali berkaitan dengan desain poster, standee, x-banner, dan banner. Brief dari pihak online terdiri dari poster digital, digital banner untuk e-commerce, dan lainnya. Penulis diharuskan untuk mendapat persetujuan desain sebelum menghasilkan desain akhir. Berikut merupakan proyek utama yang dikerjakan penulis..

3.3.1 Proses Pelaksanaan Tugas Utama Magang

Katalog digital selalu diupdate pada akhir bulan sekitar tanggal 28-31. Perancangan Katalog Digital diikuti oleh perancangan media-media lainnya seperti *Instagram post, story*, brosur, serta ikon baru yang perlu dirancang sebelum dan setelah informasi mengenai promo terbaru muncul. Dalam pilar DKV, Katalog Digital dapat dihubungkan dengan pilar informasi karena merupakan media yang memaparkan informasi yang terbaru. Media-media pendukungnya sendiri menjadi pilar persuasif untuk menarik perhatian pelihat untuk membuka katalog digital.



Gambar 3.2 List Harga Produk

Pada desain katalog Maret, penulis mengikuti tema yang telah ditentukan yaitu “Beergembira”. Tema ini memberikan *highlight* kepada produk-produk bir di toko minuman. Selanjutnya penulis mengembangkan tema tersebut sehingga mendapat keyword yaitu *woody*. Penulis menggunakan warna analogous dari warna madu emas ke coklat kayu. Hal ini didapat dari barel bir. Penulis melanjutkan menelaah dan menambah aset untuk menambahkan konteks pada desain dengan menggunakan gambar *barrel*, *pattern bir*, dan efek cahaya yang memberikan feel yang meriah.

Font telah ditentukan yaitu Miguel dan Poppins. Font Miguel memiliki bentuk yang tinggi, tebal, dan condensed, sedangkan Poppins memiliki bentuk yang geometris. Pada *headline*, penulis diberi saran untuk menambahkan efek-efek yang akan membuat *headline* lebih terlihat. Sehingga desain *headline* pada katalog menggunakan 3D efek. Penulis melanjutkan untuk mendesain *headline* sehingga menjadi hierarki pertama pada desain tersebut. Untuk menjaga konsistensi desain pada katalog, penulis menggunakan tekstur yang sama pada seluruh desain katalog.

Perancangan Katalog Digital melalui beberapa tahap yang dinamis, menyesuaikan *workload*, *deadline*, dan waktu kerja yang dimiliki. Berikut adalah penjelasan proses tersebut.

1) Perancangan Sticker atau Iconic Shape

Perancangan Katalog dimulai dengan merancang iconic shape atau sticker yang akan digunakan sebagai penanda jenis promo dan minuman beralkohol yang memiliki promo. Mengikuti tema yang berlaku, penulis melakukan brainstorming sticker yang sesuai dengan tema tersebut. Setelah mendapatkan referensi yang dibutuhkan, penulis memulai proses desain di Adobe Illustrator. Iconic shape terdiri dari 7 jenis yaitu “Paling Laris”, “Double Fun”, “Baru Aja Mendarat”, “Deal Gokil”, “Cek E-Catalogue”, dan “Cek Shop”. Penulis lanjut mengeksplorasi siluet untuk sticker tersebut agar terlihat berbeda satu sama lain namun masih satu tema. Penulis mencari aset di shutterstock untuk mempermudah proses mendesain. Penulis lanjut mencari warna dan gaya text yang sesuai setiap stickernya tanpa terlihat diluar gaya desain. Perancangan ini melewati tahap asistensi pada PIC design yang akan dievaluasi kembali dan direvisi. Berikut adalah Desain stiker sebelum revisi



Gambar 3.3 Draft Iconic Shape

PIC memberikan input berupa beberapa desain yang terlihat terlalu datar dan kurang secara kontras. Penulis kembali mencoba mengeksplorasi desain dengan merubah teks dan siluet dari iconic shape. Mengetahui waktu yang singkat, penulis

merancang secepat mungkin dan kembali melakukan acc pada PIC desain.



Gambar 3.4 Iconic Shape Final

2) Perancangan Template Katalog Digital

Katalog sendiri dibagi menjadi 2, katalog Jakarta dan katalog Bali. Perbedaan yang signifikan terdapat pada bahasa yang digunakan. Jakarta menggunakan bahasa Indonesia dan Bali menggunakan bahasa Inggris. Untuk proses desain yang efektif, dirancang template katalog digital sebelum harga promo turun. Template ini disesuaikan dengan tema yang akan digunakan bulan depannya. Perancangan ini juga akan melewati proses kurasi dan evaluasi. Pada bulan Februari, tema yang akan diaplikasikan adalah "Beergembira". Penulis melakukan brainstorming melewati situs Pinterest mengenai visualisasi bir. Dari brainstorming tersebut, penulis mendapatkan referensi yang dibutuhkan, gaya tekstur, dan aset foto produk yang dibutuhkan pada katalog bulan Maret. Sebelum mendesain di Adobe Illustrator, penulis mencoba melakukan sketsa untuk mendapatkan layout yang baik.



Gambar 3.5 Sketsa Cover Katalog Digital

Penulis memulai desain katalog di software adobe illustrator. Penulis menggunakan warna yang memiliki vibe “woody” dan keemasan seperti bir. Penulis juga menambahkan objek-objek terbang agar desain terlihat dinamis. Adapun hasil desain ini akan dimasukkan ke template yang tersedia. Berikut merupakan tampilan cover.



Gambar 3.6 Cover Katalog Digital

Selanjutnya pada setiap katalog, memiliki bagian “exclusive item” yang terdiri dari beberapa produk. Di template

itu sendiri, sudah terdapat foto aset “shelves” untuk metelakan produk yang muncul pada excel. Dalam mendesain bagian tersebut, penulis memastikan untuk menggunakan background yang membuat produknya kontras dan tidak menyaru. Penulis masih menggunakan pattern yang sama yaitu tekstur kayu dan kotak-kotak, dengan menggunakan warna emas. Untuk memberikan dimensi, penulis menambahkan sedikit gradient. Penulis mencoba melakukan sketsa sebelum mengeksekusi.



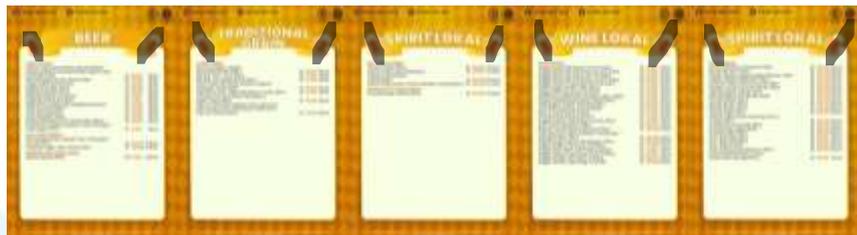
Gambar 3.7 Sketsa Bagian Exclusive Item

Dengan menggunakan latar belakang yang sama untuk bagian ini, penulis dapat menjaga konsistensi desain pada katalog digital ini. Penulis juga menambahkan sedikit overlay agar desain terlihat memiliki dimensi. Penulis menambahkan sejumlah botol sesuai excel yang telah diberikan. Berikut merupakan hasil dari desain tersebut untuk bagian section.



Gambar 3.8 Exclusive Item

Selanjutnya terdapat bagian menu harga yang terdiri dari ratusan minuman di bottle avenue. Mengikuti desain katalog sebelumnya, desain yang diperlukan tidak seramai itu dan cenderung lebih rapi. Sehingga penulis tetap menggunakan pattern yang sama agar terlihat konsisten. Warna yang digunakan adalah warna kuning ke emasan dengan kotak menu harga dibulatkan agar terlihat friendly.



Gambar 3.9 Template List Harga

3) Perancangan Template Brosur

Alasan yang sama juga diaplikasikan pada perancangan template brosur. Template ini merupakan salah satu turunan dari desain katalog digital. Template brosur terdiri dari 2 sisi. Sisi pertama digunakan sebagai cover dan alamat, sisi kedua digunakan untuk meletakkan harga. Adapun terdapat 4 jenis

ukuran untuk beberapa wilayah yang spesifik. Berikut merupakan tampilan sketsa yang telah dirancang.



Gambar 3.10 Sketsa Brosur Tampak Depan dan Samping

Untungnya template desain brosur sudah disediakan beserta lokasi bottle avenue bali. Penulis mendapatkan template tersebut melewati google drive dan memulai desain di adobe illustrator. Penulis mendesain brosur dengan aset yang sama sesuai dengan katalog untuk mempercepat proses desain. Penulis menambah signage yang terbuat dengan kayu untuk mendukung tema “bir” di bulan maret. Penulis menggunakan pattern starburst untuk membuat desain lebih pop. Flyer juga penulis desain agar terlihat seperti minuman bir, Dengan bagian atas yang didominasi oleh warna kuning.



Gambar 3.11 Cover Flyer

Pada tampilan belakang flyer, di isi oleh menu harga promo minuman-minuman yang dihighlight. Penulis memberikan space yang gelap untuk meletakkan teks yang putih agar teks mudah dibaca. Penulis juga menambahkan confetti agar desain terlihat lebih meriah pada bagian atas desain. Warna masih sama dengan desain cover depan agar terlihat konsisten. Berdasarkan request PIC Design dan supervisor, isi konten list harga adalah sebagai berikut:



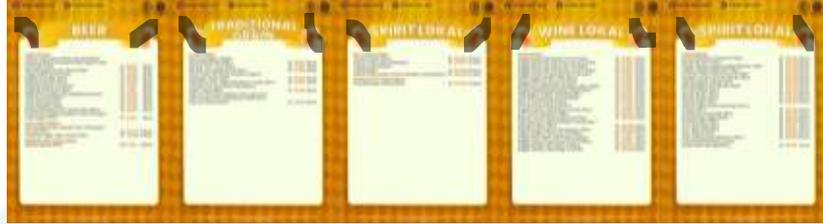
Gambar 3.12 Flyer Tampak Belakang

Selanjutnya hasil desain akan diexport sebagai JPEG dan di copy-paste ke template yang memiliki alamat bottle avenue. Desain cover juga akan di resize mengetahui terdapat 4 store dengan ukuran flyer yang berbeda. Hasil desain ini akan dimasukan ke google untuk di print dan disebar.

4) Perancangan Isi Konten Katalog Digital

Perancangan katalog digital dilakukan setelah promo harga sudah disebar. Di bulan yang optimal, harga diturunkan 3 hari sebelum akhir bulan, namun pada bulan Februari, promo diturunkan 1 jam sebelum jam kerja selesai pada hari terakhir. Hal ini menjadi salah satu obstacle dalam melakukan listing harga serta minuman eksklusif yang lebih proper. Adapun obstacle lainnya adalah penulis yang belum memiliki pengalaman apapun dalam merancang katalog digital dan working file yang tidak ada. Maka dari itu, penulis merancang katalog digital dari awal pada bulan Februari. Penulis dibantu oleh graphic design intern lainnya. Penulis memegang list produk bali dan beliau memegang

list produk Jakarta. Berikut merupakan hasil desain setelah list harga sudah diberikan



Gambar 3.13 Menu Harga

5) Revisi Katalog Digital

Produk yang tidak sedikit, serta ketidak familiaran penulis dengan jenis minuman dan tampilan produk yang berbeda meletakkan penulis dalam kesulitan dan revisi yang terus menerus. Proses ini melibatkan PIC design untuk membantu penulis dalam merancang desain katalog tersebut. pada akhirnya desain selesai sebelum deadline dan katalog berhasil diselesaikan total.

6) Perancangan Media Promosi Katalog Digital

Promo tidak berdiri sendirian. Dibutuhkan media promosi untuk mengaungkan harga promo tersebut. Desain harga promo akan dirancang setelah katalog digital selesai dirancang. Promo ini akan mempersuasi viewers untuk membuka katalog digital. Pada umumnya brief desain sudah diberikan sebelumnya.

Perancangan katalog digital umumnya dilakukan oleh dua orang. Penulis mendapat kesempatan untuk merancang template nya sendiri. Selama proses perancangan penulis belajar dalam mengeksplorasi konsep baru dari pemilihan warna, bentuk, dan nuansa. Hal ini mengasah penulis untuk menjadi lebih detail dalam mendesain. Penulis berharap untuk mendapatkan waktu yang lebih banyak untuk mengeksekusi tugas tersebut.

3.3.2 Proses Pelaksanaan Tugas Tambahan Magang

Tugas yang diberikan design graphic intern sekitar mendesain sosial media post, e-commerce, dan event. Proses pengerjaan dibuat sistematis mungkin sehingga efisien dengan meminta acc dari pihak yang terkait. Pekerjaan akan dirangkum sepadat mungkin mengetahui tugas yang

diberikan bervariasi dan tidak sedikit. Penulis akan menjabarkan 4 proyek yang telah digarap selama melaksanakan magang.

3.3.2.1 Proyek Thirsty Thursday Event

Thirsty Thursday merupakan event yang dilakukan pada pertengahan bulan. Event ini merupakan acara yang dilaksanakan untuk menarik perhatian consumer menggunakan aktivitas menonton bola. Pada April 2025, tema yang diangkat adalah Argentina. Penulis mendesain Thirsty Thursday dengan warna yang mendukung tema Argentina, namun tetap dinamis mengikuti look and feel dari Bottle Avenue. Minuman yang dipromosikan adalah merek-merek yang menggunakan malbec sebagai bahan utamanya. Penulis merancang Teaser, Main post, Wobbler, Poster, banner, dan Instagram story sesuai kebutuhan yang telah ditentukan. Mengetahui tenggang waktu yang singkat, kualitas yang ditampilkan akan mencerminkan deadline yang ditentukan. Berikut merupakan proses perancangan design untuk event Thirsty Thursday.

1) Brief

Brief didapatkan dari pihak event organizer mengenai inspirasi, look and feel, dan jumlah desain yang dibutuhkan. Brief akan diturunkan maksimal seminggu sebelum event akan dilaksanakan. Penulis ditugaskan untuk mendesain Thirsty Thursday April dengan tema Argentina dan malbec. Total desain ada 1 dengan beberapa layout serta versi. Pada tugas ini, brief didapatkan melewati kontak personal beserta kebutuhan desain. Penulis berdiskusi dengan PIC event tersebut mengenai hasil dan konsep sebelum masuk pada tahap brainstorm.



Gambar 3.14 Penurunan Brief oleh Event Organizer

2) Brainstorm

Penulis diberikan satu referensi yang anantinya penulis kembangkan sendiri menjadi desain yang orisinal. Tahap brainstorm dilakukan dengan melakukan trial dan error pada desain dan menjelajahi internet. Penulis selalu mencoba untuk membatasi waktu brainstorming untuk mengefesiansikan waktu, mengetahui banyak desain yang perlu di kerjakan selain event tersebut. Penulis biasanya melakukan brainstorm selama 30 menit hingga 1 jam.

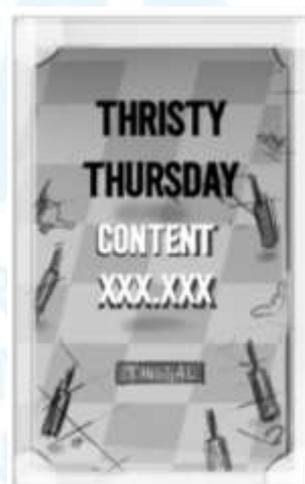
Penulis menggunakan warna putih, biru, dan emas sebagai palet warna utama. Palet warna ini diambil dari bendera Argentina. Penulis juga diberikan request oleh user untuk menggunakan frame dengan pattern tiles dibelakangnya. Berdasarkan request tersebut, penulis hanya perlu merancang desain tersebut sehingga terlihat lebih baik.



Gambar 3.15 Referensi oleh Event Organizer

3) Implementation

Pada tahap implementation, penulis memulai mendesain Teaser Thirsty Thursday. Proses mendesain menggunakan adobe illustrator. Penulis menggunakan corak dengan palet warna Argentina, yaitu putih, biru, dan emas. Penulis menggunakan pattern lantai sebagai background, dan frame sebagai foreground.



Gambar 3.16 Sketsa Thirsty Thursday

Untuk mempermudah layout, penulis merancang desain seperti sebuah foto di bingkai. Selama merancang, penulis merasa desain bisa terlihat lebih dalam seperti fotografi, maka penulis Menyusun botol dari ukuran besar ke kecil, dari depan ke belakang menghasilkan desain yang terlihat realistis. Untuk memberikan efek yang lebih realistis, penulis menggunakan gradasi halus, dengan posisi paling terang di tengah. Penulis juga merasa desain dapat ditambah tekstur untuk mengikuti tema Argentina. Penulis menggunakan corak dari Argentina pada frame yang di pertipis menjadi 5% opacity. Sentuhan akhir diberikan dengan menambahkan bulir anggur.



Gambar 3.17 Main Post Thirsty Thursday

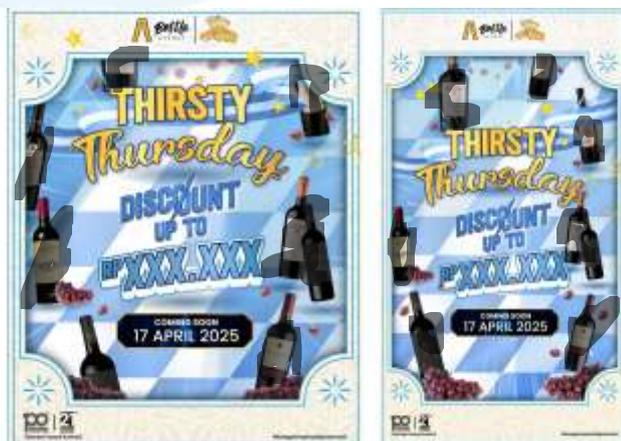
Desain yang sudah jadi, diturunkan menjadi beberapa media sekunder yaitu poster, wobblers, cashier

banner, dan IG Post. Berikut merupakan hasil desain Thirsty Thursday Malbec Day.



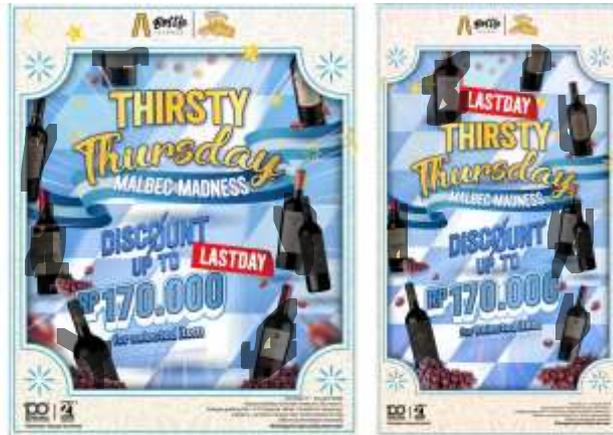
Gambar 3.18 Turunan Post Thirsty Thursday

Sebelum merancang poster utama, penulis merancang desain untuk teaser Thirsty Thursday. Tampilan ini akan menjadi template utama untuk merancang poster digital lainnya. Berikut adalah tampilan teaser Thirsty Thursday.



Gambar 3.19 Teaser Thirsty Thursday Post

Setelah merancang desain tersebut, penulis masih mendapat request untuk merancang desain untuk mengkomunikasikan bahwa event Thirsty Thursday akan selesai. Penulis menambahkan efek zoom out untuk memberi sense of urgency. Berikut merupakan tampilan lainnya dari hasil desain Thirsty Thursday.



Gambar 3.20 Thirsty Thursday Lastday Post

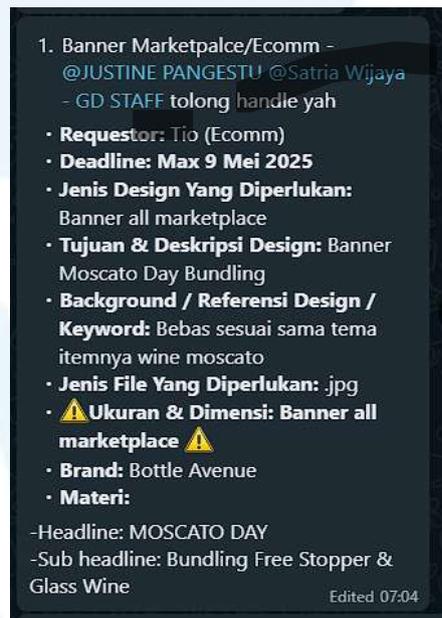
Penulis belajar untuk merancang proses mendesain yang efisien sekaligus cepat. Selama merancang visualisasi acara ini, penulis merasa semuanya berjalan dengan lancar sehingga proses desain juga maksimal. Penulis sendiri puas dengan hasil akhirnya. Komunikasi yang jelas dan proaktif sangat membantu penulis untuk mengembangkan konsep yang telah diberikan.

3.3.2.2 Proyek Banner E-Commerce Moscato Day

Banner E-commerce digunakan sebagai media promosi untuk produk-produk yang memiliki harga special. Banner ini dipalikasikan untuk platform marketplace seperti Tokopedia, shopee, blibli, dan whatsapp. Total desain yang dirancang hanyalah satu, dan akan diturunkan ke 6 media lainnya. Mengetahui hal tersebut, penulis mendesain banner dengan semudah mungkin untuk mempercepat proses desain dengan membagi beberapa layer yaitu background, midground, and foreground. Dengan proses tersebut, penulis dapat dengan efektif me relayout dengan cepat. Penulis sering menggunakan 1:1 dan 1:1:1 layout untuk mendesain dengan cepat dan teratur, sekaligus menjaga readability daripada banner tersebut. berikut merupakan perancangan desain untuk banner E-commerce Moscato Day sebagai contoh.

1) Brief

Brief didapatkan dari form request desain dari pihak E-commerce. Brief diturunkan oleh PIC design kepada group chat design. Design staff atau intern dapat mengambil inisiatif untuk memilih desain yang diinginkan. Pada brief ini, penulis ditugaskan untuk membuat design banner online untuk market place yang tercantum. Terdapat 7 layout design yang dibutuhkan. Pada banner tersebut tercantum 11 jenis botol yang perlu dimasukkan dalam desain. Berdasarkan brief yang didapatkan, banner ini akan digunakan untuk Moscato day, atau hari Moscato. Produk yang digunakan merupakan wine yang terbuat dari Moscato.



Gambar 3.21 Penurunan Brief Moscato Day

2) Brainstorm

Mengetahui tenggak waktu yang singkat, penulis merancang desain yang mudah, namun terlihat realistis. Penulis melakukan brainstorm dengan berdiskusi dengan teman dan tim. Hasil dari brainstorm

akan dijadikan sebuah draft yang nantinya akan dikembangkan dan di rancang kembali. Penulis sekaligus mencari produk minuman yang akan di cantumkan pada desain tersebut. pada sesi brainstorm, penulis mencoba membuat gambaran kasar seperti pemilihan warna, bentuk headline, penataan produk agar readable, dan tekstur. Penulis menentukan warnanya akan menggunakan hijau gelap, dengan tekstur anggur, menggunakan framing pagar dan tanaman anggur. Desain akan menggunakan sebuah pecahan yang menciptakan desain yang ramai. Berikut adalah sketsa awal dari sesi brainstorm



Gambar 3.22 Sketsa Awal Banner Moscato Day

3) Implementation

Proses perancangan desain menggunakan Adobe Illustrator dan aset dari shutter stock. Foto produk didapat melewati google drive yang tersedia. Penulis memulai merancang desain dengan layout ratio yang paling lebar, dengan kurang lebih 2:1. Hal ini agar mendapat ruang untuk mendesain dan mendapat gambaran lebih jelas dibandingkan layout banner yang lebih sempit. Penulis juga mempertimbangkan peletakan barang yang sesuai dengan jumlah botol yang tidak sedikit, sekaligus mempertimbangkan

kemudahan re-layout desain tersebut. Penulis menggunakan warna hijau gelap untuk mempermudah menonjolkan produknya. Penulis melanjutkan menambah berbagai pernik di depan desain dan memblur objek tersebut. Hal ini akan memberikan efek Depth of Field, dan memberikan kesan kedalaman pada desain. Penulis memutuskan untuk mengambil satu botol sebagai display utama pada desain dari 11 botol yang telah ditetapkan. Penulis menggunakan warna hijau gelap di background dengan gradasi paling gelap di ujung desain dan warna paling terang ditengah agar desain terlihat menonjol di tengah. Penulis juga menggunakan spotlight agar pesan yang disampaikan dapat terhighlight dengan baik. Headline yang didesain tidak terlalu besar, namun memiliki kontras yang cukup untuk menjadikannya hiarkaki yang akan dilihat pertama. Berikut merupakan hasil desain tersebut.



Gambar 3.23 Banner Digital Moscato Day 1

Karena penulis sudah membagi desain menjadi beberapa bagian, penulis dapat dengan mudah melakukan re-layout pada ratio banner desain lainnya. Pada bagian background, terdapat layer warna dan texture. Pada midground, terdapat product placement. Pada foreground, terdapat pernik-pernik yang

meramaikan desain Berikut adalah turunan desain tersebut.



Gambar 3.24 Seluruh Banner Moscato Day

Penulis kembali mengembangkan proses desain yang efisien. Pada desain ini penulis mencoba membagikan desain tersebut dari foreground, midground, dan background. Hasilnya memuaskan dan penulis cukup senang mengetahui keterbatasan waktu yang diberikan. Adapun penulis harap bisa merancang desain yang lebih *balance* mengetahui banyak objek pada desain tersebut.

3.3.2.3 Proyek Post Social Media Glas+

Desain dan moodboard dari brand Glas+ sangat unik dan jarang ditemukan. Dalam diskusi bersama inisial T, seorang digital strategist glas+, disebutkan bahwa desain tersebut dipilih berdasarkan target audience GLAS+, yaitu menengah kebawah. Beliau menjelaskan bahwa desain tersebut terinspirasi dari story WA target audiens. Ide ini dikembangkan sehingga penulis mendapatkan keyword yaitu “grunge”, “Freestyle”, dan “Grafiti”. Penulis diberikan sebuah moodboard sebagai referensi desain glas+ selanjutnya. Berikut merupakan perancangan desain berdasarkan keyword tersebut.

1) Brief

Brief didapatkan melalui content plan yang sudah disediakan oleh Digital Strategist Glas+. Penulis cukup membuka excel terkait untuk melihat apa saja yang harus dikerjakan. Dalam content plan tersebut, terdiri dari beberapa bagian yaitu Posting date, Status, PIC Design, Kategori, Content Pilar, Jenis Konten, Referensi visual, Headline, sub-headline, notes, caption, dan goal content. Sejauh ini, penulis hanya perlu memperhatikan Posting Date, PIC Design, Headline, dan Isi Konten. Penulis akan mengambil salah satu contoh brief yang didapat dari Content Pillar. Berikut adalah contohnya:

valentine cukup kasih CINTA ajah		
C - Captain Morgan I - Iceland N - Newport T - Tequila A - Amer		highlight: CINTA

Gambar 3.25 Brief Post Glas+

2) Brainstorm

Setiap copy writing glas+ memiliki keunikan masing-masing. Hal ini mempermudah penulis untuk mencari keyword untuk mendesain. Pada tahap brainstorm, penulis hanya butuh mencari media untuk diletakan teks. Jika terdapat kesulitan dalam mencari asset, hingga penulis memulai untuk merancang latar belakang sendiri. Penulis menggunakan beberapa situs untuk mencari referensi seperti Pinterest, Cosmos, dan Shutterstock. Berdasarkan situs tersebut, penulis lanjut mencari variasi keyword agar desain yang dirancang bisa bervariasi juga. Dari keyword awal yaitu “grunge” penulis mendapat keyword-keyword lainnya seperti “abandoned place”, “rusted”, dan “Goth”.

Pada brief diatas, penulis mencari gambar yang memiliki vibes seperti keyword grunge. Penulis mencari gambar tersebut melalui shutterstock. Setelah mendapatkan gambar tersebut, penulis lanjut melakukan tahap implementation.



Gambar 3.26 Contoh Foto yang Digunakan

3) Implementation

Perancangan desain glas+ relative mudah. Desain Glas+ memimik story wa dan quotes “alay” pengguna media sosial. Sehingga penulis merancang desain Glas+ dibuat sehubungan mungkin, yang bisa dishare oleh pengguna media sosial. Warna terdiri dari warna hitam, putih, dan magenta. Font yang digunakan adalah Spray dan Miguel. Berikut adalah tampilan font dan idents desain glas+



Gambar 3.27 Font Glas+

Penulis akan mengambil salah satu contoh desain untuk dijabarkan sesuai daripada tahap brief, Dalam perancangan desain tersebut, digunakan adobe illustrator dan photoshop secara bergantian. Penulis

memulai dengan menata headline senatural mungkin dari kerning, jarak antara kalimat, dan ukuran. Setelah itu penulis merubah warna agar kontras dengan background yang ramai dengan warna. Penulis juga memotong sebagian foto untuk menciptakan komposisi Rule of Third. Berikut terlampir hasil desain tersebut.



Gambar 3.28 Final Post Glas+

Penulis merancang beberapa desain dengan tahap implementasi yang sama. Beberapa desain yang penulis akan lampirkan adalah hasil desain yang mengikuti keyword yang sudah ditentukan. Berikut merupakan beberapa hasil contoh desain Glas+:



Gambar 3.29 Preview Post Glas+

Desain Glas+ memberikan penulis kebebasan dalam mendesain. Penulis dapat menggabungkan foto-foto untuk merancang desain baru, menggunakan teknik photobashing, serta skill edit foto lainnya. Perancangan desain glas+ sendiri berfokus pada tema grunge dan bebas. Penulis memiliki kesulitan dalam mempertahankan identitas glas+ karena terkadang penulis merasa desain yang dihasilkan terlalu bebas dan santai.

3.3.2.4 Proyek Social Media Bottle Avenue

Bottle Avenue memiliki desain yang energik dan dinamis. Berdasarkan diskusi bersama digital strategist dan supervisor penulis, Bottle Avenue ditargetkan kepada khalayak mid income. Desain Bottle Avenue yang dinamis ini mendorong penulis untuk melakukan eksplorasi desain yang lebih acak dan ramai, yang merupakan desain yang sangat berbeda daripada yang pernah dilakukan penulis. Berikut merupakan perancangan desain berdasarkan keyword tersebut.

1) Brief

Brief didapatkan melalui excel yang sudah dibuat oleh digital strategist. Mayoritas brief desain sudah dibuat untuk post satu bulan. Brief desain terdiri dari Posting date, Status, PIC Design, Kategori, Content Pilar, Jenis Konten, Referensi visual,

Headline, sub-headline, notes, caption, dan goal content. Sebagai desainer, penulis hanya butuh untuk fokus pada posting date, kategori, headline, dan isi. Dari List ini, penulis mendapat copywriting yang dibutuhkan untuk merancang desain tersebut. Dari brief ini, penulis harus tetap mengikuti tema bulanan yang diberikan. Pada bulan Mei, akan mengikuti tema “Overthinking, Jamming, Drinking”. Adapun tema ini juga harus tetap mencerminkan identitas Bottle Avenue. CP hanya mengandung konten yang dibutuhkan untuk secara rutin post di Instagram. Sehingga, masih ada request desain dari pihak selain Digital Strategist. Pada sub. Bab ini penulis akan mengambil salah satu brief yang diberikan.

<p>BELI 3 LEBIH MURAH DONGGG</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Iceland Vodka Mix Long Island 275ml - Iceland Vodka Mix Kamikaze 275ml - Iceland Vodka Mix Espresso Martini 275ml - BAE Somaak Mango Peach Bit 250ml - BAE Somaak Yuzu Bit 250ml - Smirnoff Ice 275ml - Smirnoff Ice Green Apple 275ml 	<p>*Bisa mix per brand JaTaBek BOG SMG Periode 1-31 Mei 2025</p>
---	--	--

Gambar 3.30 Brief Post Bottle Avenue

Penulis mengalami kesulitan mengartikan tema bulan mei, sehingga penulis bertanya kepada digital strategist terkait. Beliau menyarankan untuk memasukan alat musik sebagai tema utama bulan ini. Maka penulis memulai tahap brainstorming dari masukan tersebut.

2) Brainstorm

Penulis akan memilih salah satu desain sebagai contoh utama untuk menjelaskan proses desain. Selama proses brainstorm, penulis akan melakukan sketsa sederhana untuk menggambarkan layout yang akan digunakan pada desain nantinya.

Pinterest akan digunakan sebagai sebuah starting poin jika penulis membutuhkan ide yang baru. Setelah mendapatkan referensi yang dibutuhkan serta layout, penulis dapat lanjut membuka Adobe Illustrator dan memulai mendesain.



Gambar 3.31 Sketsa Awal

3) Implementation

Proses implementation atau implementasi pada desain Bottle Avenue serupa dalam mendesain glas+. Penulis menggunakan Adobe Illustrator sebagai software utama dalam mendesain poster digital. Adobe photoshop digunakan jika membutuhkan gambar yang perlu diedit secara warna atau menggabungkan 2 gambar yang berbeda. Perancangan Poster digital sudah diberikan template yang tidak boleh diubah dengan rasio 4:5 dengan ukuran 1350x1080 pixel, horizontal. Font yang digunakan adalah **Miguel de Northen dan poppins**. Berikut merupakan font yang digunakan.

MIGUEL DE NORTHEN
LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET,
CONSECTETUER ADIPISCING ELIT,
SED DIAM NONUMMY NIBH EUISMOD

poppins
Lorem ipsum dolor sit
amet, consetetuer
adipiscing elit, sed

Gambar 3.32 Font Bottle Avenue

Bottle avenue memiliki identitas yang energik dan fun. Penulis melakukan diskusi kembali dengan design staff dan supervisor dan mendapatkan keyword berupa colorful dan dinamis. Warna utama Bottle Avenue sendiri adalah kuning ke emas, namun desainnya dapat dibuat lebih fun sehingga warna bisa bervariasi selama terlihat dinamis. Pada desain ini, penulis menggunakan warna yang serupa dengan warna utama bottle avenue yaitu kuning. Untuk mencari warna lain yang complement, penulis melakukan eksperimen agar terlihat hamonis. Berikut adalah draft awal pada desain tersebut.



Gambar 3.33 Draft Post Bottle Avenue

Penulis akan meletakkan headlines, subheadline, dan objek utama yang akan diletakan pada desain dan menatanya agar terlihat lebih rapi dengan warna tonasi yang telah ditentukan. Pada desain ini, penulis mendapatkan warna terang sebagai post tersebut. Makadari itu penulis memulai desain dengan background terang dan teks yang gelap. Setelah itu penulis mencari desain teks headline yang berbentuk 3D agar memiliki kedalaman di desain tersebut. Penulis juga memastikan teks headline, subheadline, dan isi berbeda satu sama lain. Penulis menggunakan aset yang didapat dari shutterstock untuk membantu merancang desain yang dibutuhkan. Berikut adalah draft kedua pada desain sebelumnya



Gambar 3.34 Final Post Bottle Avenue

Pada tahap ini, penulis melakukan asistensi pada PIC desain untuk mendapatkan input dan saran. Setelah itu, penulis akan merubah desain sesuai revisi yang telah diberikan. Revisi yang penulis sering

dapatkan adalah kesalahan footer, foto produk, dan layout yang kurang rapi.

Proses ini penulis terus lalui untuk merancang desain lainnya. Desain yang sudah di terima akan diberikan kepada Digital strategist yang nantinya akan di cek kembali agar tidak ada kesalahan informasi. Jika ada kekurangan dan kesalahan, desain akan direvisi kembali. Berikut adalah hasil desain yang telah dirancang selama magang.



Gambar 3.35 Contoh Post Bottle Avenue

Perancangan desain Bottle Avenue merupakan pengalaman yang sangat baru untuk penulis. Penulis memiliki kesulitan dalam mendesain Bottle Avenue karena banyak objek yang perlu dimasukkan agar terlihat ramai, dinamis, dan energik. Penulis seringkali melakukan evaluasi dengan PIC Design mengenai hal ini untuk meluruskan identitas Bottle Avenue itu sendiri. Penulis belajar untuk mendesain sesuai headline namun masih mengikuti tema bulanan.

3.4 Kendala dan Solusi Pelaksanaan Magang

Selama menjalani magang di PT Tanjungwangi Makmur Sentosa sebagai graphic design intern, penulis mengalami berbagai kendala yang membantu penulis berkembang. Masalah yang muncul baik secara teknis, internal, dan eksternal. Berikut penjabaran masalah yang dihadapi penulis

3.4.1 Kendala Pelaksanaan Magang

Terdapat berbagai kendala selama melewati masa internship. Penulis seringkali menghadapi kendala deadline yang sangat ketat sekaligus jumlah pekerjaan yang sangat besar dalam kurun waktu singkat. Penulis kesulitan untuk menyeimbangkan waktu istirahat dan bekerja pada awal memulai kegiatan magang. Akibatnya penulis mengalami sulit fokus dan mengharuskan penulis melewati banyak revisi untuk menyelesaikan 1 desain. Penyesuaian lingkungan kerja menjadi masalah utama saat menjalani internship. Sejalannya waktu, kendala tersebut menjadi keseharian dan tidak menyulitkan penulis lagi. Kendala lainnya adalah penulis harus menyesuaikan desain yang ramai namun harmonis. Gaya desain tersebut kontradiktif dengan penulis yang menyukai desain yang lebih minimalis dan to the point. Penulis juga menghadapi kendala seperti size file yang terlalu besar, penggunaan aset yang tidak efektif, dan miskomunikasi dikarenakan workload yang besar.

3.4.2 Solusi Pelaksanaan Magang

Selama menjalani kegiatan magang, penulis mendapatkan insight yang jelas mengenai pekerjaan di PT Tanjungwangi MakmurSentosa. Menurut penulis, seluruh kendala memiliki solusinya masing-masing. Dalam menanggulangi masalah diatas penulis berusaha menerima dan belajar mengenai kesulitan tersebut.

1. Keseimbangan Beban Kerja dan Waktu Istirahat

Penulis mencoba melakukan time blocking dan memberikan waktu yang lebih banyak untuk tugas yang penting. Diawal memulai internship, penulis mempertanyakan prioritas tugas yang perlu dilakukan kepada supervisor. Setelah itu, penulis melakukan time blocking untuk menjaga waktu istirahat penulis.

2. Penyesuaian Gaya Desain

Penulis mencoba melakukan banyak eksplorasi gaya yang dinamis pada minggu pertama dan kedua. Setelah beradaptasi dengan jumlah pekerjaan yang diberikan, penulis sekaligus menjadi lebih santai dalam mengerjakannya. Penulis menjadi lebih terbiasa sejalannya waktu.

Adapun penulis tetap meminta feedback mengenai desain yang sudah diberikan.

3. Masalah Teknis

Mengetahui working file yang sangat besar, penulis akan mulai membagi working file agar tidak membebani laptop dan mendesain secara efisien. Penulis juga mulai menggunakan fitur “Rasterize” untuk mempermudah desain. Penulis juga akan terus belajar mengenai fitur Adobe Illustrator, serta Adobe Photoshop agar mempercepat proses mendesain.

