

BAB III

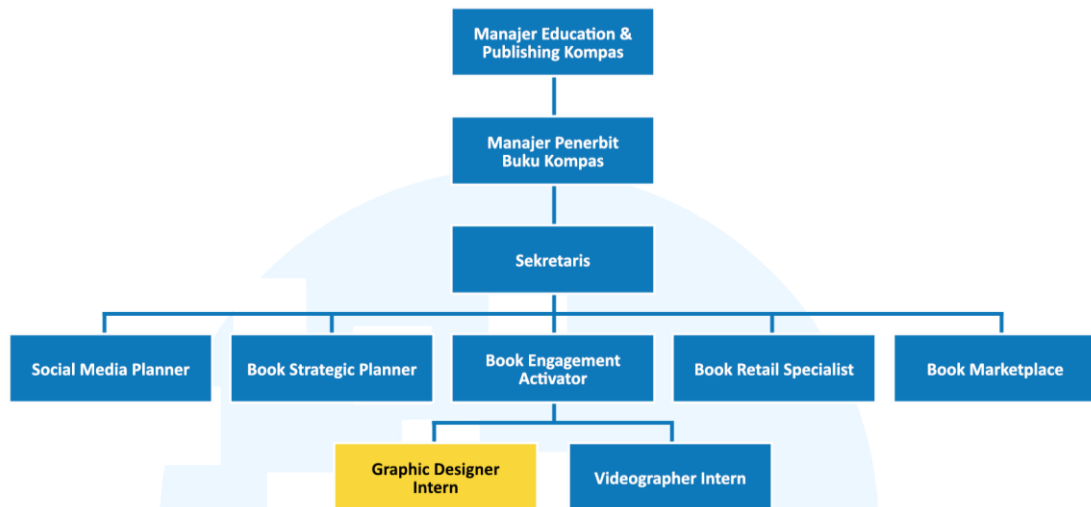
PELAKSANAAN MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi Pelaksanaan Magang

Secara garis besar, penulis memiliki kedudukan sebagai *Graphic Designer Intern* di Harian Kompas, khususnya penulis dipekerjakan di dua divisi, yaitu Penerbit Buku Kompas dan Kompas Institute. Selama rangkaian magang, penulis mengerjakan proyek dengan alur koordinasi sebagai berikut: *Social Media Planner* memberikan *briefing* desain kepada penulis, kemudian hasilnya akan di-*review* oleh Manajer, jika terdapat revisi, alur akan berulang kembali hingga di-*approve* oleh Manajer. Namun, dalam kondisi tertentu bisa juga alurnya menjadi seperti ini: *Book Engagement Activator* memberikan *briefing* desain kepada penulis, kemudian hasilnya akan di-*review* oleh Manajer, kemudian akan di-*review* juga oleh klien (dalam hal ini biasanya Penulis atau Editor), kemudian alurnya berulang kembali hingga klien menyetujui hasil desain yang diberikan.

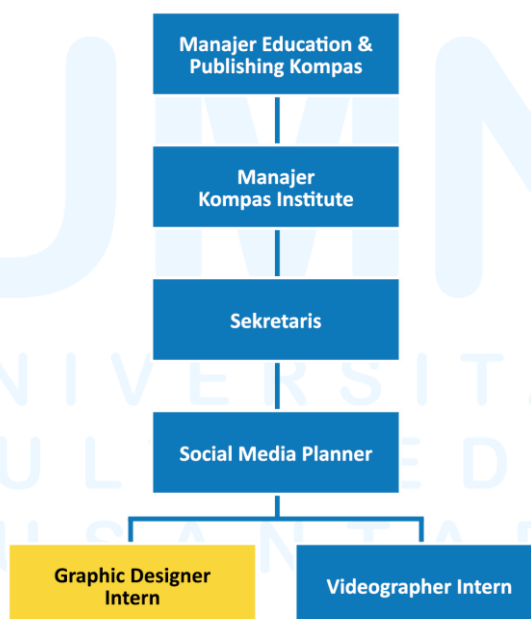
3.1.1 Kedudukan Pelaksanaan Magang

Kedudukan penulis di Harian Kompas adalah sebagai *Graphic Designer Intern* untuk dua divisi, yaitu Penerbit Buku Kompas dan Kompas Institute. Kedua divisi tersebut memiliki struktur yang tidak terlalu besar sehingga secara sederhana penulis yang berperan sebagai *Graphic Designer Intern* berada di bawah kendali langsung oleh Manajer Penerbit Buku Kompas, Manajer Kompas Institute, serta Manajer Education & Publishing (selaku supervisor penulis). Meskipun, dalam divisi ini juga terdapat beberapa posisi lain, namun secara kedudukan atau koordinasi mereka bukanlah senior untuk posisi *Graphic Designer*. Posisi yang ada dalam divisi ini antara lain: *Videographer Intern*, Sekretaris, *Book Strategic Planner*, *Social Media Planner*, *Book Engagement Activator*, *Book Retail Specialist*, serta *Book Marketplace*. Berikut adalah struktur bagan kedudukan penulis dalam divisi Penerbit Buku Kompas.



Gambar 3.1 Bagan Kedudukan Magang Penerbit Buku Kompas

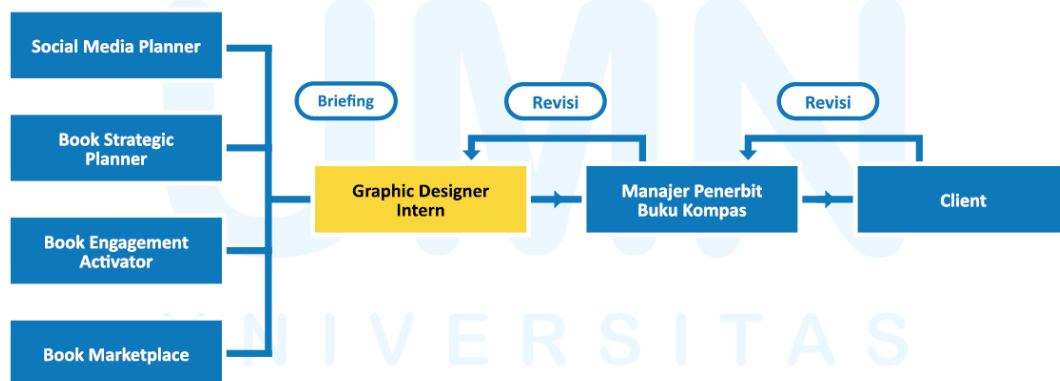
Tidak berbeda jauh dari bagan kedudukan Penerbit Buku Kompas, kedudukan penulis di Kompas Institute juga berada di bawah kendali langsung seorang Manajer. Perbedaan yang terlihat hanya dari jumlah dan posisi anggota pada divisi ini yang lebih sedikit dari divisi sebelumnya. Divisi Kompas Institute memiliki posisi yang lebih terbatas seperti: *Videographer Intern*, *Social Media Planner*, dan Sekretaris.



Gambar 3.2 Bagan Kedudukan Magang Kompas Institute

3.1.2 Koordinasi Pelaksanaan Magang

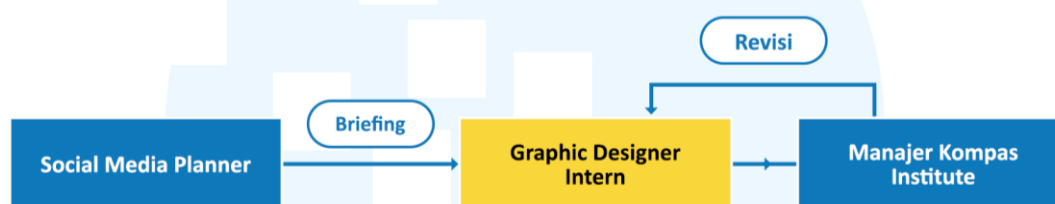
Dalam rangkaian magang ini, terjadi alur koordinasi antara penulis dengan beberapa pihak dalam Harian Kompas. Untuk menjelaskan sub bab alur koordinasi ini, penulis membedakan alur koordinasi yang ada di divisi Penerbit Buku Kompas dan Kompas Institute. Untuk alur koordinasi yang terjadi di divisi Penerbit Buku Kompas, pertama-tama diawali oleh *Social Media Planner* yang membuat *brief* desain kepada penulis (*Graphic Designer Intern*). Kemudian, hasil desain penulis serahkan kepada Manajer Penerbit Buku Kompas untuk dilakukan *review*. Jika desain tidak di-*approve*, penulis mengulang kembali proses desain hingga Manajer melakukan *approval*. Di beberapa kasus, seorang klien (Penulis atau Editor) berhak untuk melakukan *request* terhadap desain yang dibutuhkan. Mereka juga boleh memberikan usulan mengenai desain yang sedang dikerjakan. Untuk menghindari proses revisi yang berlebih, maka penulis mengusulkan kepada Manajer untuk membatasi revisi klien sebanyak tiga kali saja. Di beberapa kondisi, permintaan desain juga bisa datang dari *Book Strategic Planner*, *Book Engagement Activator*, atau pun *Book Marketplace*. Berikut adalah bagan alur koordinasi Penerbit Buku Kompas:



Gambar 3.3 Bagan Alur Koordinasi Penerbit Buku Kompas

Di sisi lain, dalam divisi Kompas Institute, alur koordinasi pertama kali juga berawal dari *Social Media Planner* yang membuat *brief* desain kepada penulis untuk keperluan pembuatan konten media sosial. Setelah *brief*

diterima, penulis melakukan perancangan sesuai *brief*, kemudian hasil desain diserahkan kepada Manajer untuk melakukan *approval*. Jika desain tidak di-*approve*, maka penulis melakukan revisi hingga desain disetujui oleh Manajer. Berbeda dengan Penerbit Buku Kompas, Klien (dalam hal ini biasanya narasumber internal Kompas atau pun eksternal) tidak pernah ikut campur soal perancangan desain. Bagan di bawah merupakan alur koordinasi yang terjadi di divisi Kompas Institute:



Gambar 3.4 Bagan Alur Koordinasi Kompas Institute

Berdasarkan pemahaman penulis mengenai alur koordinasi di kedua divisi, maka penulis dapat dengan cermat mengatur prioritas beban kerja dengan cara berkomunikasi dengan pihak-pihak yang bersangkutan.

3.2 Tugas yang Dilakukan

Selama kurang lebih 4 bulan melaksanakan magang di Harian Kompas. Penulis mendapatkan beragam tugas yang diberikan. Tugas-tugas tersebut bervariasi mulai dari perancangan konten media sosial, desain media promosi cetak, hingga desain *collateral media*. Berikut adalah daftar tugas magang sesuai dengan *daily task website* merdeka.umh.ac.id milik penulis:

Tabel 3.1 Detail Pekerjaan Yang Dilakukan Selama Magang

Minggu	Tanggal	Proyek	Keterangan
1	8 – 16 Januari 2025	1. <i>Briefing</i> desain Media <i>Collateral</i> Kompas Institute. 2. Desain sertifikat kelas Kompas Institute.	1. Media <i>collateral</i> yang diminta: <i>company profile</i> , <i>template</i> laporan kegiatan, <i>block note</i> , <i>tumbler</i> , <i>bookmark</i> , <i>paperbag</i> , <i>totebag</i> , dan <i>apps ads</i> .

		3. Desain konten Instagram Penerbit Buku Kompas (PBK). 4. Desain konten Instagram Kompas Institute (KI). 5. Desain kebutuhan media cetak untuk <i>event</i> PBK.	2. Desain promo <i>bundling</i> buku PBK karya Jakob Tobing dan Tudung Mulya dengan <i>format</i> Instagram <i>Feeds</i> 4:5 dan <i>stories</i> 9:16. 3. Desain promo buku Kumpulan Tulisan P.K. Ojong Kompasiana <i>format Feeds</i> 4:5. 4. Desain promo benefit kelas-kelas KI dengan <i>format Feeds Carousel</i> 4:5. 5. Desain konten edukasi “Cara Menjadi Penulis” <i>Feeds</i> 4:5 – Instagram KI. 6. Kebutuhan media cetak Olimpiade TTS Kompas: <i>backdrop</i> 2x3 m, lembar soal TTS A4, dan sertifikat A4. 7. Kebutuhan media cetak Lomba Mewarnai Enzo: <i>backdrop</i> 5x7 m. 8. Kebutuhan media cetak <i>event</i> Waktunya Orang Tua Belajar: <i>roll banner</i> 85x200 cm.
2	17 – 25 Januari 2025	1. Desain konten Instagram KI. 2. Menjadi panitia <i>event</i> PBK.	1. Desain konten edukasi tentang: Belajar Menulis dengan Prinsip KISS, Emosional Karir, dan Mengenal Sudut Pandang dalam Tulisan <i>Feeds</i> 4:5 – Instagram KI. 2. Desain konten promo kelas <i>Copywriting</i> : Apa saja Pekerjaan <i>Copywriter</i> ? <i>format Feeds</i> 4:5 – Instagram KI. 3. Menjadi panitia registrasi untuk <i>event</i> peluncuran dan bincang

			buku “Membentuk Negara Hukum karya Jakob Tobing”. 4. Menjadi panitia <i>event</i> Olimpiade TTS Kompas di Gramedia Puri Indah Mall.
3	27 Januari – 5 Februari 2025	1. Desain konten Instagram PBK. 2. Desain konten Instagram KI. 3. Desain <i>block note</i> A5 Kompas Institute. 4. Desain media cetak <i>event</i>: Book Tour Henry Manampiring.	1. Desain katalog buku: Rekomendasi Buku Tionghoa Edisi Imlek <i>Feeds</i> 4:5 – Instagram PBK. 2. Desain konten promo kelas: Menangani Masalah Antargenerasi di Korporasi – Instagram KI. 3. Kebutuhan media cetak: kartu sajak A6, kain sajak 170x73 cm, <i>roll banner</i> 85x200 cm, dan <i>cover</i> buku <i>Sajaksel & 50 To 20</i> A2.
4	6 – 13 Februari 2025	1. Desain media cetak <i>event</i> PBK. 2. Desain konten Instagram PBK. 3. Desain konten Instagram KI.	1. Desain media promosi cetak buku karya Henry Manampiring untuk Gramedia Store ukuran A4 (<i>portrait & landscape</i>), A3, A2, dan A1 – PBK. 2. Desain <i>backdrop</i> 2x3 m dan sertifikat A4 untuk <i>event</i> Gerakan Berbagi Buku – PBK. 3. Desain untuk <i>event launching</i> buku karya Romo Bei: <i>x-banner</i> 60x160 cm, <i>roll banner</i> 85x200 cm, <i>backdrop</i> digital 16:9, dan IG <i>Feeds</i> 4:5. 4. Desain untuk <i>event launching</i> buku “100 tahun RS Husada” karya Ravando Lie: <i>x-banner</i>

			60x160 cm, <i>roll banner</i> 85x200 cm, <i>backdrop</i> digital 16:9, dan IG <i>Feeds</i> 4:5. 5. Desain untuk <i>event</i> Olimpiade TTS Kompas x Toko Buku Livres di Pasar Modern BSD: <i>backdrop</i> 2x3 m, IG <i>Feeds</i> 4:5, dan stiker piala 4x4 cm. 6. Desain promo buku “Organisasi Berbudaya LOVE” karya Anthony Cottan <i>format Feeds</i> 4:5. 7. Desain konten edukasi tentang; Leader yang Humble <i>format Feeds</i> 4:5 (tipe ilustrasi).
5	14 – 24 Februari 2025	1. Menjadi panitia <i>event</i> PBK. 2. Desain konten Instagram PBK. 3. Desain konten Instagram KI.	1. Menjadi seksi dokumentasi untuk <i>event</i> “Membahas Sistem Pajak bagi Profesi Penulis”. 2. Menjadi seksi <i>time keeper</i> dan operator untuk <i>event launching</i> buku “100 tahun RS Husada”. 3. Desain promo special offer buku “Medium Ugly” karya Adhitya Mulya <i>format Feeds</i> 4:5 dan <i>stories</i> 9:16 – Instagram PBK. 4. Desain konten edukasi tentang: Ekspektasi dan Realita saat Menulis, Tips Literasi Mengenal Majas <i>format Feeds</i> 4:5 – Instagram KI. 5. Desain promo kelas ESG #3 <i>format Feeds</i> 4:5 – Instagram KI.

6	25 Februri – 5 Maret 2025	1. Desain key visual konten Instagram PBK tema Ramadhan. 2. Desain media cetak <i>event</i> PBK. 3. Desain konten Instagram PBK. 4. Desain konten Instagram KI.	1. Revisi desain promo special offer buku “Medium Ugly” karya Adhitya Mulya <i>format Feeds</i> 4:5 dan <i>stories</i> 9:16 – Instagram PBK. 2. Revisi desain media promosi cetak buku karya Henry Manampiring untuk Gramedia Store ukuran A4 (<i>portrait & landscape</i>), A3, A2, dan A1 – PBK. 3. Desain <i>Feeds</i> 4:5 <i>event launching</i> dan bincang buku “Organisasi Berbudaya LOVE” karya Anthony Cottan – PBK. 4. Desain <i>Feeds</i> 4:5 Koleksi STO buku-buku PBK bulan Maret 2025. 5. Desain <i>Feeds</i> 4:5 Kalender Pelatihan Kelas Kompas Institute bulan Maret 2025 – KI. 6. Desain konten #MisiBacaRamadan <i>Feeds</i> 4:5 dan <i>template stories</i> 9:16 – PBK.
7	6 – 13 Maret 2025	1. Desain media cetak <i>event</i> PBK. 2. Desain konten Instagram PBK. 3. Desain konten Instagram KI.	1. Desain kebutuhan <i>event</i> #NgabubureadKompas 1 – 3: <i>Feeds</i> 4:5, <i>stories</i> 9:16, e-<i>backdrop</i>, vbg Zoom, thumbnail YouTube 16:9 – PBK. 2. Desain kebutuhan <i>event Intimate Book Launch</i> Medium Ugly 15 Maret 2025: <i>x-banner</i> 60x160 cm, <i>roll banner</i> 85x200 cm, dan <i>Feeds</i> 4:5 – PBK.

			3. Desain konten <i>Giveaway</i> buku Medium Ugly 12 – 13 Maret: <i>Feeds</i> 4:5 – PBK. 4. Desain konten edukasi: tips menulis memanfaatkan kelima panca indera <i>Feeds</i> 4:5 – KI.
8	14 – 24 Maret 2025	1. Desain konten Instagram PBK. 2. Desain sertifikat KI.	1. Desain sertifikat kelas Kompas Institute: Menulis Rilis, Webinar Mengelola Pajak Penghasilan Perorangan dengan Cerdas – KI. 2. Desain promo buku “Ngomongin Uang” karya Glenn Ardi spesial tema mengatur THR Ramadhan <i>format Feeds</i> 4:5 kolaborasi PBK x Kompas.id – PBK.
9	25 Maret – 4 April 2025	1. Desain konten Instagram PBK. 2. Desain media cetak <i>event</i> PBK. 3. Desain <i>cover Reels</i> Instagram KI.	1. Desain promo buku Oerip Seomohardjo: Bapak Tentara yang dilupakan <i>format Feeds</i> 4:5 – PBK. 2. Desain konten edukasi: Tips menanjaki tangga karir <i>format Feeds</i> 4:5 – KI. 3. Desain kebutuhan <i>event launching</i> dan bincang buku "Perspektif Manajemen Strategis Kewirausahaan & Inovasi": <i>Feeds</i> 4:5, <i>e-backdrop</i> 16:9, <i>x-banner</i> 60x160 cm, dan <i>roll banner</i> 85x200 cm – PBK. 4. Desain <i>cover Reels</i> 9:16 wawancara kelas ESG Perusahaan – Instagram KI.

			5. Desain dan ilustrasi konten entertainment: POV Saat Lebaran dan Angpao Lebaran <i>format Feeds</i> 4:5 – PBK. 6. Desain dan ilustrasi ucapan selamat hari lebaran <i>format Feeds</i> 4:5 – KI. 7. Desain promo special offer buku “Berpisah” karya Mice Cartoon <i>format Feeds</i> 4:5, <i>stories</i> 9:16, dan <i>marketplace</i> 1:1 – PBK.
10	5 – 15 April 2025	1. Desain konten Instagram KI. 2. Desain media cetak <i>event</i> PBK. 3. Desain <i>website</i> ads PBK X Gramedia.com.	1. Desain kalender kelas pelatihan periode April 2025 <i>format Feeds</i> 4:5 – KI. 2. Desain promo Kelas Digital Creator Series: Build Influence & Create High-Quality Videos <i>format Feeds</i> 4:5 – KI. 3. Desain media cetak: signage <i>time keeper</i> A3, signage reserved A5, dan cue card A5 – PBK. 4. Desain sertifikat <i>event Launching</i> dan Bincang Buku "Perspektif Manajemen Strategis Kewirausahaan & Inovasi" ukuran A4 – PBK. 5. Desain <i>Grand Launching</i> Buku Korea dalam Kemelut Ideologi 1919-1950 ke Instagram <i>Feeds</i> 4:5, TV 86 inch, dan spanduk 6 x 1,5 meter – PBK.

			6. Desain dan ilustrasi <i>banner website</i> ads Penerbit Buku Kompas x Gramedia.com.
11	16 – 26 April 2025	1. Desain konten Instagram KI. 2. Desain konten Instagram PBK. 3. Desain media cetak <i>event</i> PBK. 4. Desain ilustrasi <i>cover</i> buku PBK.	1. <i>Weekly meeting</i> Kompas Institute membahas jadwal kelas bulan April 2025 dan rangkaian HUT Kompas 60 tahun. 2. Desain promo Kelas <i>Brand #1: Bagaimana Cara untuk Tetap Relevan?</i> <i>format Feeds</i> 4:5 – KI. 3. Desain konten <i>Platform</i> untuk Menuangkan Tulisan <i>format Feeds</i> 4:5 – KI. 4. Revisi ukuran desain <i>Grand Launching</i> Buku Korea dalam Kemelut Ideologi 1919-1950 ke Instagram <i>Feeds</i> 4:5, TV 86 inch, dan spanduk 6 x 1,5 meter – PBK. 5. <i>Briefing</i> pembuatan ilustrasi <i>cover</i> buku – PBK. 6. <i>Weekly meeting</i> Kompas Institute membahas jadwal kelas bulan Mei 2025 dan rangkaian HUT Kompas 60 tahun. 7. Desain Promo Buku Best Practice Implementasi Manajemen Risiko ISO 31000: 2018 <i>format Feeds</i> 4:5 – PBK. 8. Progres ilustrasi <i>cover</i> buku – PBK.

12	27 – 30 April 2025	1. Menjadi panitia kelas pelatihan – KI. 2. Desain sertifikat kelas Kompas Institute.	1. Menjadi seksi dokumentasi kelas pelatihan DKV: Kompas Institute x SMK Putra Pertiwi. 2. Menjadi seksi dokumentasi kelas <i>Brand Growth Strategy</i>: Kompas Institute x Java Jazz 2025. 3. Menjadi panitia (operator) kelas pelatihan Kompas Institute: Premanisme dalam Bisnis - Day 1. 4. Desain sertifikat kelas Kompas Institute x SMK Putra Pertiwi berjumlah 85 orang. 5. Revisi ukuran <i>roll banner event</i> "Ngerumpi" ke ukuran <i>xbanner</i>. 6. Menjadi panitia (operator) kelas pelatihan Kompas Institute: Premanisme dalam Bisnis - Day 2. 7. Desain Katalog Koleksi Buku Baru STO 23 April <i>format Feeds</i> 4:5 – PBK.
----	--------------------------	--	--

3.3 Uraian Pelaksanaan Magang

Berdasarkan tabel detail tugas pelaksanaan magang di atas, maka pada bagian ini penulis akan menjelaskan secara mendalam proses tugas yang dilaksanakan selama magang. Proyek yang penulis terima selama magang berlangsung antara lain seperti perancangan *company profile* Kompas Institute, perancangan *block note* Kompas Institute, perancangan media promosi novel *Medium Ugly* karya Adhitya Mulya, perancangan poster promo buku *Sajaksel* dan *50 To 20* karya Henry Manampiring, serta perancangan media sosial Penerbit Buku Kompas x Kompas.id edisi Ramadan. Sepengamatan penulis, divisi Penerbit Buku Kompas dan Kompas Institute tidak memiliki tahapan desain yang baku seperti metode maupun teori desain yang beredar di luar sana.



Gambar 3.5 Bagan Alur Perancangan Desain

Semenjak perusahaan yang penulis lamar ini bukan berfokus pada industri desain, maka penulis menyederhakan tahapan desain yang secara tidak langsung diterapkan di perusahaan ini menjadi seperti ini: Tahap *Briefing* – Tahap Perancangan Konsep – Tahap Proses Desain – Tahap Revisi – Tahap Finalisasi.

1. Tahap *Briefing*

Pada tahap ini, merupakan proses awal terjadinya permintaan (*request*) desain kepada penulis. Pada umumnya, pihak yang membutuhkan desain, dalam hal ini: *Social Media Planner*, *Book Strategic Planner*, *Book Engagement Activator*, *Book Marketplace*, atau bahkan Manajer meminta desain dengan beberapa catatan atau keinginan yang perlu dipenuhi. Proses *briefing* biasanya terjadi di aplikasi berbasis *web* bernama Trello yang di dalamnya terdapat *file* Docx. yang berisi seluruh informasi penting mengenai desain yang dibutuhkan. Namun, dalam beberapa kondisi tidak bisa dimungkiri juga proses *briefing* hanya terjadi secara lisan antara penulis dengan pihak yang membutuhkan.

2. Tahap Perancangan Konsep

Setelah *briefing* sudah diterima dan dipahami oleh penulis, maka langkah berikutnya adalah perancangan konsep. Tahap ini dilakukan secara mandiri dan atas inisiatif penulis sendiri. Alasannya karena seringkali, konsep sebuah desain tidak diminta atau diperlihatkan kepada klien, karena perihal keterbatasan waktu atau komunikasi. Namun, proses ini penulis lakukan sebagai panduan dalam mendesain. Biasanya, penulis merancang *stylescapes* atau *mood board* sebagai acuan pribadi dalam proses mendesain.

3. Tahap Proses Desain

Setelah itu, penulis melanjutkan ke tahap proses desain. Pada tahap ini, penulis mengaplikasikan seluruh pengetahuan dan keterampilan yang dimiliki untuk menghasilkan suatu desain yang diharapkan dapat menjadi solusi bagi pihak yang membutuhkan. Proses desain sendiri penulis lakukan dengan menggunakan software digital: Adobe Photoshop, Adobe Illustrator, Adobe InDesign, maupun alat tradisional: pensil dan kertas. Seringkali proses awal desain, penulis lakukan hanya dengan menggunakan pensil dan kertas, kemudian baru melanjutkan ke proses digital.

4. Tahap Revisi

Hasil desain yang diberikan seringkali membutuhkan proses revisi karena satu dan lain hal. Contohnya seperti revisi dari sisi *copywriting*-nya, kesalahan informasi, perubahan jadwal, dan lain sebagainya. Namun, revisi juga bisa datang dari sisi desain, seperti pergantian warna, perubahan tipografi, revisi ilustrasi, dan sebagainya.

5. Tahap Finalisasi

Setelah melewati proses revisi, desain sudah mencapai ekspektasi yang diharapkan. Sehingga penulis bisa melanjutkan ke tahap berikutnya seperti mempersiapkan file desain agar siap untuk dicetak, memilih mode warna yang benar, resolusi file yang tinggi untuk dipublish, dan sebagainya.

3.3.1 Perancangan *Company Profile* Kompas Institute

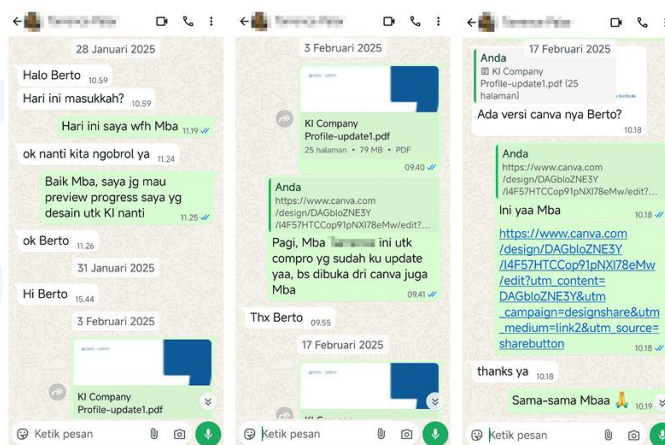
Tugas utama magang penulis adalah perancangan *company profile* milik Kompas Institute. Proyek ini penulis pilih sebagai tugas utama karena penulis merasa tertantang untuk merancang sebuah media cetak yang dikhususkan untuk perusahaan. Penulis merasa bersemangat karena ada faktor kepercayaan yang diberikan manajer Kompas Institute kepada penulis, meskipun penulis baru memulai magang dalam beberapa hari. Pemberian rasa

percaya tersebut yang akhirnya membuat penulis mengutamakan proyek magang ini dan menyelesaikannya dengan semangat.

3.3.1.1 Tahap *Briefing*

Sejak hari pertama penulis melakukan magang di Harian Kompas, Manajer Kompas Institute langsung menemui dan meminta dibuatkan desain *company profile* secara lisan. Maka, terjadi diskusi antara penulis dan Manajer Kompas Institute yang membahas tentang segala teknis desain seperti: ukuran desain, *tone of voice*, *color palette*, hingga durasi pengerjaannya. Setelah berdiskusi, maka penulis mendapatkan poin-poin penting untuk perancangan ini. Intinya, *company profile* ini ingin dibuat di ukuran 1.920 x 1.080 pixels, dengan gaya visual yang masih terpaku pada Harian Kompas dan didominasi oleh warna biru Kompas Institute.

Kendala paling besar adalah Kompas Institute belum memiliki *brand guideline* sama sekali, kemudian durasi pengerjaan yang diminta terlalu ketat bagi penulis, yaitu 1 bulan dengan catatan penulis masih bertanggung jawab dengan berbagai permintaan desain media sosial Kompas Institute, Penerbit Buku Kompas, serta media cetak.



Gambar 3.6 *Briefing Perancangan Company Profile Kompas Institute*

Selain itu juga, penulis tidak memiliki *Senior Graphic Designer* atau sesama *Graphic Designer* yang dapat meringankan proses desain *company profile* ini. Maka, penulis menegosiasi agar pengerjaan diperpanjang menjadi 2 bulan, yaitu akhir Februari.

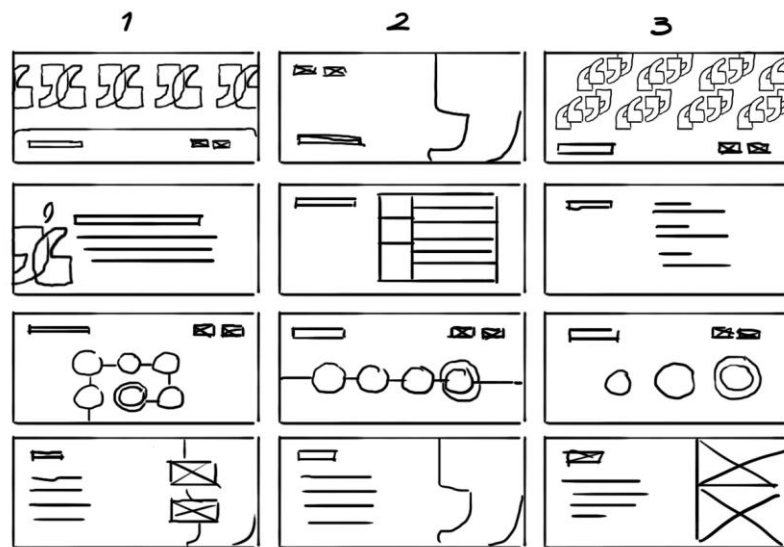
3.3.1.2 Tahap Perancangan Konsep

Setelah penulis mengidentifikasi masalah desain dari hasil diskusi sebelumnya. Berikutnya, penulis mulai merancang konsep dengan membuat *stylescapes* secara mandiri sebagai gambaran visual untuk desain *company profile* ini. *Stylescapes* ini penulis desain menggunakan Adobe Photoshop dengan ukuran 3800 x 708 pixels. *Stylescapes* ini diharapkan dapat mempermudah manajer untuk membayangkan desain akhirnya nanti. Kesan yang ingin ditampilkan dalam *stylescapes* ini adalah jujur, profesional, dan cerdas. Seluruh aset visual dalam *stylescapes* ini merupakan karya milik orang lain, penulis hanya menggunakannya untuk memvisualisasikan ide kepada manajer.



Gambar 3.7 *Stylescapes Company Profile* Kompas Institute

Setelah menetapkan *stylescapes*, penulis membuat sketsa alternatif *layout* untuk *company profile* ini. Sketsa-sketsa ini bukan ditujukan untuk manajer atau staff Kompas Institute, namun sebagai acuan mandiri penulis dalam mendesain secara digital.



Gambar 3.8 Sketsa Perancangan *Company Profile* Kompas Institute

Pada tahap ini juga, penulis menetapkan *color palette* untuk desain *company profile* ini. Pemilihan kombinasi warna ini penulis lakukan dengan melihat berbagai desain yang berkaitan dengan Kompas Institute, dan bukan hanya sekadar menggunakan *color picker*, tetapi juga meraciknya sesuai *stylescapes* yang sudah didesain. Berikut ini adalah *color palette* Kompas Institute yang penulis rancang dan sudah disepakati bersama manajer.

#035192

#1065A0

#5BB1E1

#F3F2F2

Gambar 3.9 *Color Palette* Kompas Institute

Penggunaan kombinasi warna biru ini, berkaitan erat dengan *primary color* Kompas yang didominasi warna biru. Nuansa warna biru, bertujuan untuk memberikan konsistensi keseluruhan desain *collateral media* serta mempermudah *brand awareness* bagi pembaca atau klien.

Pemilihan *typeface* untuk *company profile* Kompas Institute menyesuaikan desain-desain yang sudah ada sebelumnya. Untuk *headline*, penulis menggunakan *font* Montserrat karena *typeface* Sans Serif ini memiliki bentuk yang tegas, merepresentasikan kesan profesional dan tegas. Sedangkan, untuk *body text*, penulis menggunakan *font* Nunito Sans karena mengedepankan *readability* pada desain.

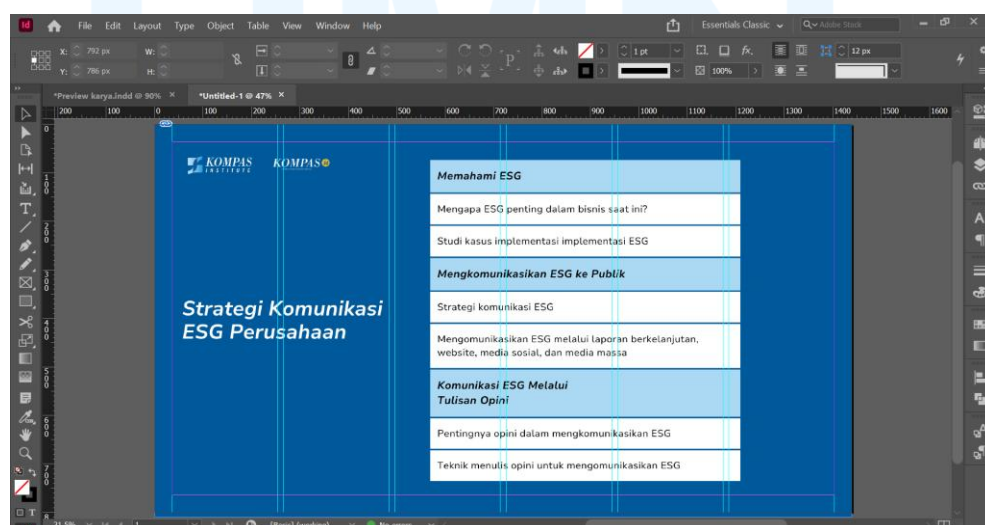
3.3.1.3 Tahap Proses Desain

Untuk perancangan *company profile* ini penulis menggunakan software Adobe InDesign, karena proyek ini membutuhkan banyak lembar halaman. Untuk *layout*, penulis menggunakan sistem *grid 5 columns* sebagai garis bantu untuk meletakkan teks dan elemen visualnya secara simetris. Penulis juga memberikan *white balance* pada *layout* sebagai jeda rehat mata bagi pembaca. *Visual hierarchy* pada desain ini diciptakan dengan membedakan ukuran serta warna *headline* dan *body text* pada *layout*, sehingga pembaca mengetahui apa isi konten pada halaman yang sedang dibaca. Penempatan *pictorial logo* Kompas Institute di sisi kiri *layout* berfungsi untuk memberikan kesan *contrast* pada *layout*. Berikut halaman tentang Kompas Institute yang menggunakan sistem *grid 5 columns* sebagai representatif untuk halaman *cover*, *back cover*, dan metode pelatihan.



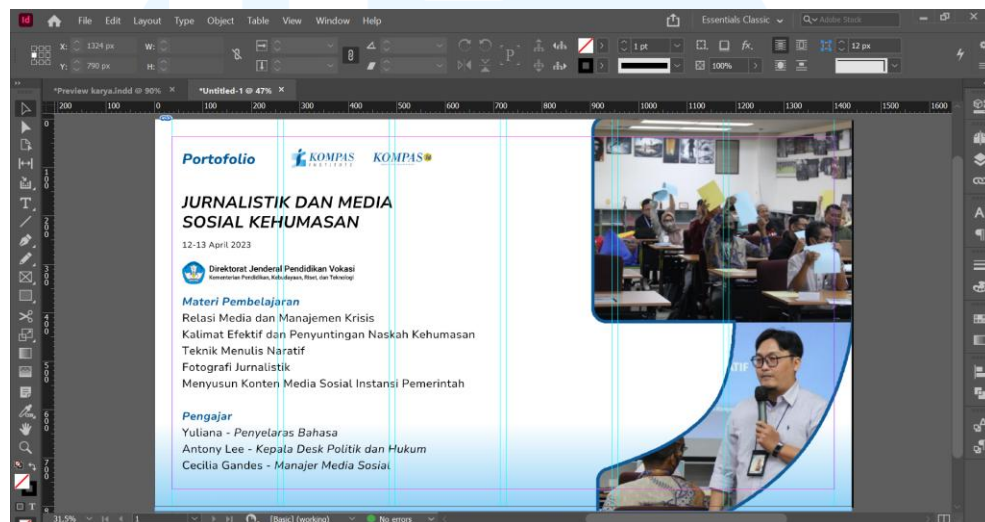
Gambar 3.10 Penggunaan Sistem *Grid 5 Columns*

Untuk halaman yang menjelaskan contoh-contoh kelas pelatihan Kompas Institute beserta kurikulumnya, penulis menggunakan sistem *grid 6 columns* untuk meletakkan elemen teks dan visualnya. Sistem *grid* ini digunakan untuk membantu penulis membuat tabel kurikulum yang memberikan keseimbangan simetris. Alasan perbedaan pemilihan *grid* karena *grid 6 columns* memberikan *white space* yang lebih luas untuk meletakkan elemen visual pada halaman pelatihan kelas.



Gambar 3.11 Penggunaan Sistem *Grid 6 Columns*

Di beberapa halaman lainnya, seperti halaman portofolio kelas pelatihan Kompas Institute. Penulis juga menggunakan sistem *grid 6 columns* sebagai panduan garis bantu halamannya. *Grid 6 columns* ini digunakan karena pada halaman ini elemen visualnya menggunakan foto hasil pelaksanaan kelas yang harus terlihat jelas oleh klien.



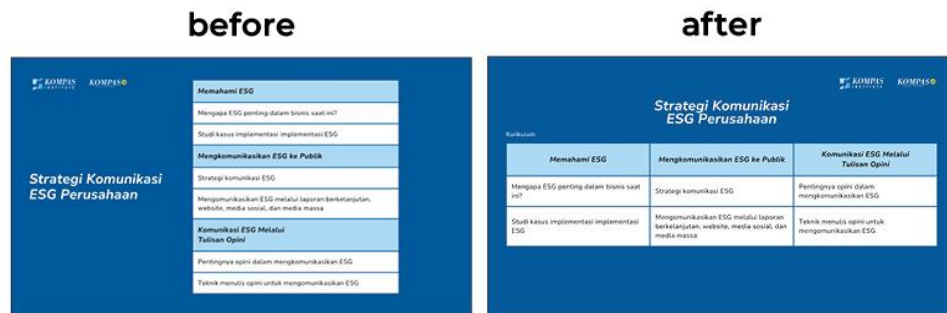
Gambar 3.12 Penggunaan Sistem *Grid 6 Columns*

Setelah proses desain *company profile* ini telah selesai, maka penulis bersama dengan manajer Kompas Institute mengadakan *weekly meeting* untuk membahas desain ini lagi.

3.3.1.4 Tahap Revisi

Setelah menyelesaikan desain *company profile* draft yang pertama, penulis mendapatkan permintaan dari manajer secara langsung untuk melakukan beberapa revisi pada desain tersebut. Permintaan tersebut berupa perubahan *layout* desain *company profile* yang baru ini, agar tidak terlalu mirip seperti desain yang sebelumnya. Beberapa halaman yang penulis revisi seperti halaman contoh kelas pelatihan Kompas Institute dan

portofolio Kompas Institute. Berikut adalah revisi yang penulis lakukan terhadap desain *company profile*:



Gambar 3.13 Revisi Layout Halaman Contoh Kelas

Berikutnya perubahan *layout* dilakukan untuk halaman portofolio Kompas Institute. Revisi ini juga diminta dengan pertimbangan tingkat kemudahan klien dalam melihat dokumentasi kelas pelatihannya.



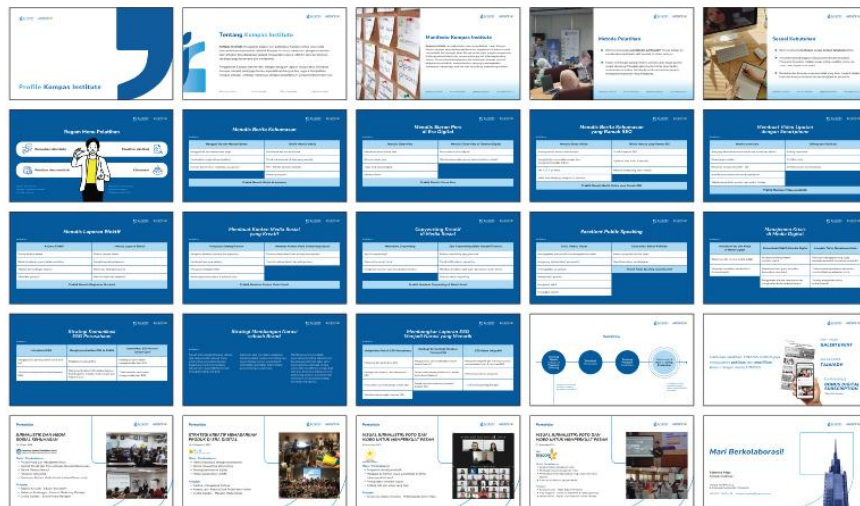
Gambar 3.14 Revisi Layout Halaman Portofolio

Proses perubahan *layout* ini berfungsi untuk mengutamakan *readability* pada *company profile* dan mempermudah *flow* pembaca dalam memahami isi desain.

3.3.1.5 Tahap Finalisasi

Revisi sudah dipenuhi, maka selanjutnya penulis mempresentasikan kembali hasil desain *company profile* yang baru kepada manajer dan staff Kompas Institute. Setelah semua sepakat

dengan hasil desainnya, maka penulis mengkonversi hasil desain tersebut ke *format* PDF dan mengirimkan file PDF tersebut kepada manajer melalui WhatsApp.



Gambar 3.15 Finalisasi *Company Profile* Kompas Institute

Dari proyek utama ini penulis belajar meningkatkan *soft skill* yang baru, yaitu penulis menjadi lebih terlatih mengasah kemampuan negosiasi dengan pihak yang bersangkutan, seperti menegosiasi durasi pengerjaan, ide dan konsep, serta hal krusial lainnya. Selain itu juga, pastinya tingkat *hard skill* penulis dalam hal teknis desain *layout* bertambah. Terutama bagi penulis yang seringkali kurang fokus dan teliti dalam pengerjaan desain *layout*. Kedua hal ini penulis pelajari untuk terus mengembangkan kualitas desain yang penulis berikan di masa kerja sesungguhnya nanti.

3.3.2 Proses Pelaksanaan Tugas Tambahan Magang

Selain tugas utama dalam magang, penulis juga berkesempatan untuk mengerjakan tugas tambahan yang diberikan. Tugas tambahan magang penulis berupa perancangan *block note* Kompas Institute, perancangan media promosi novel *Medium Ugly*, perancangan poster promo buku karya Henry Manampiring, dan perancangan media sosial Penerbit Buku Kompas edisi

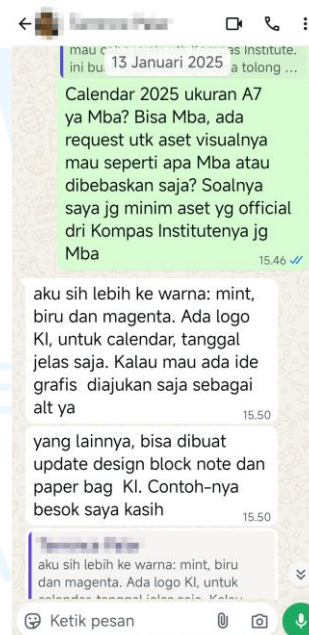
Ramadan. Pengerjaan tugas tambahan magang yang bervariasi ini, mampu menambahkan pengalaman penulis dalam mendesain beragam hal.

3.3.2.1 Perancangan *Block Note* Kompas Institute

Kompas Institute juga belum memiliki sejumlah desain *gimmick* yang layak sebagai hadiah bagi peserta. Maka dari itu, penulis berkesempatan untuk merancang *block note* Kompas Institute yang berfungsi sebagai *gimmick* untuk para peserta yang mengikuti kelas pelatihan offline di ruang Kompas Institute.

1. Tahap *Briefing*

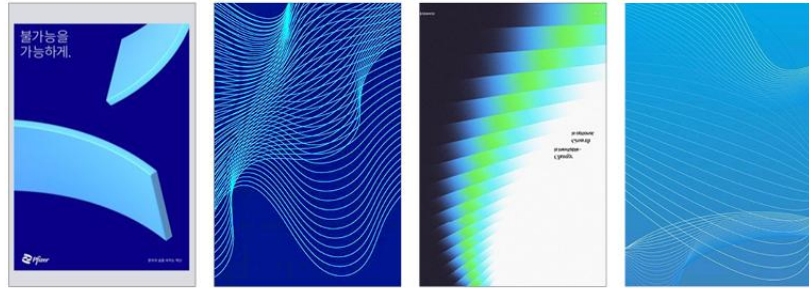
Penulis diminta secara lisan untuk mendesain sebuah *block note* yang berfungsi sebagai *merchandise* “*gimmick*” dari Kompas Institute. Manajer meminta *block note* ini berukuran A5 (14,8 x 21 cm) dengan elemen visual logo Kompas Institute, pemberian kontak media sosial Kompas Institute, serta ada unsur warna Kompas Institute. Nantinya desain *block note* ini akan dicetak sejumlah jumlah peserta (antara 50 – 100 orang) dan dibagikan secara gratis sebagai hadiah dari kelas offline Kompas Institute.



Gambar 3.16 *Briefing* Perancangan *Block Note* Kompas Institute

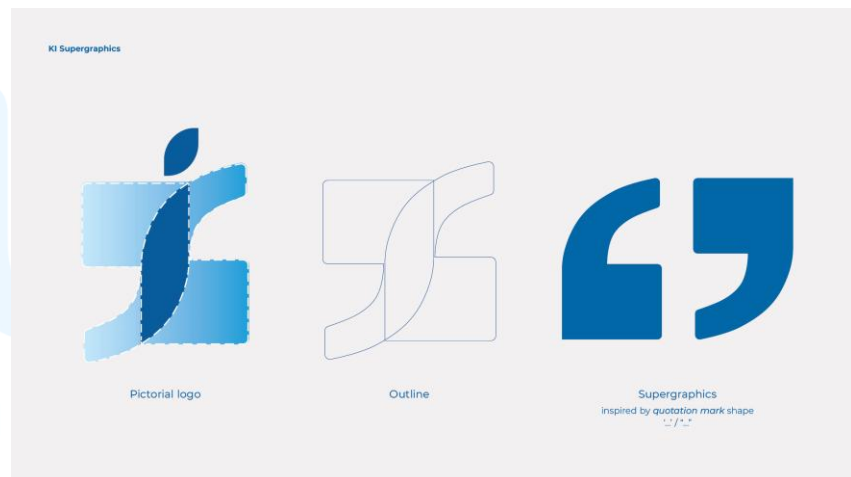
2. Tahap Perancangan Konsep

Penulis masih mengacu pada desain *stylescapes* yang dibuat untuk *company profile*, karena masih mempertahankan kesan jujur, profesional, dan cerdas. Untuk kombinasi warna juga masih menggunakan *color palette* yang tertera pada subbab sebelumnya.



Gambar 3.17 Referensi Perancangan *Block Note* Kompas Institute

Lalu, penulis juga menambahkan elemen visual baru berupa supergrafis yang diambil dari logo Kompas Institute. Penambahan elemen supergrafis bertujuan untuk mempertahankan *consistency* pada keseluruhan *look and feel* media Kompas Institute, serta meningkatkan *brand awareness* para peserta.



Gambar 3.18 Filosofi Supergrafis Kompas Institute

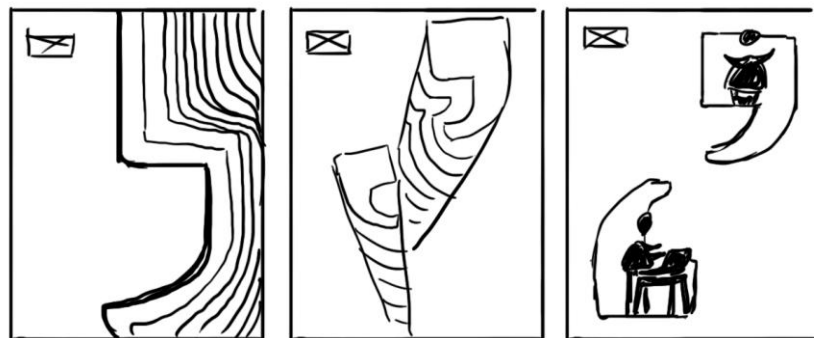
Konsep supergrafis ini disesuaikan dengan semangat dan visi dari Kompas Institute, yaitu mencerdaskan bangsa. Bentuk supergrafis ini merepresentasikan tanda petik/kutip (“...”) yang memiliki makna bahwa Kompas Institute berupaya mencerdaskan

bangsa dengan menyediakan beragam kelas dan pelatihan kreatif yang berlandaskan semangat “kemanusiaan”.



Gambar 3.19 *Rational Creative* Supergrafis Kompas Insitute

Setelah presentasi konsep supergrafis ini disepakati oleh manajer dan staff Kompas Institute. Maka, di tahap berikutnya penulis segera masuk ke tahap proses alternatif sketsa.

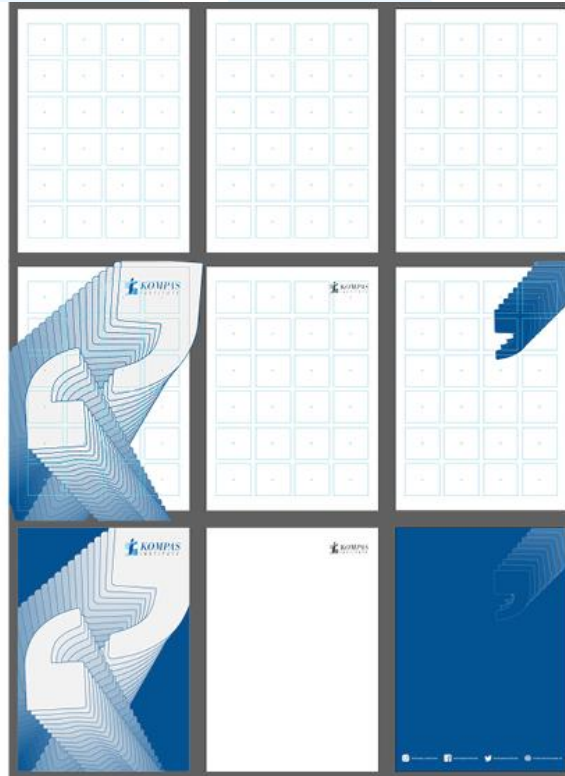


Gambar 3.20 Sketsa Perancangan *Block Note* Kompas Insitute

Ketiga alternatif sketsa ini, sempat penulis tunjukkan juga kepada manajer dan staff Kompas Instiute. Lalu, mereka senang dengan konsep penggunaan efek *repetition* pada elemen supergrafis ini, ketimbang pembuatan ilustrasi untuk *cover block note* ini. Maka, penulis melanjutkan proses digitalisasi opsi sketsa yang di tengah.

3. Tahap Proses Desain

Penulis menggunakan software Adobe Illustrator untuk mendesain *block note* Kompas Institute. *Artboard* dibuat dengan ukuran A5 (14,8 x 21 cm), 300 ppi, dan mode warna CMYK. Berikut adalah proses desain *block note* Kompas Institute.



Gambar 3.21 Proses Desain *Block Note* Kompas Institute

Penulis menggunakan sistem *modular grid* sebagai *layout* untuk meletakkan elemen logo, teks, dan supergrafis. Elemen supergrafis pada *front cover* dibuat dengan ukuran besar karena berfungsi sebagai *emphasize* pada *block note*. Sedangkan, di bagian *back cover* ukuran supergrafis diperkecil untuk memberikan *white space* dan jeda sejenak bagi peserta untuk membaca informasi kontak Kompas Institute di bagian bawah *block note*. Elemen supergrafis diberi dengan warna putih untuk memberikan efek *contrast* yang tinggi pada *block note* yang berwarna dasar biru tua. Lalu, elemen supergrafis dirancang dengan efek *repetition* untuk

mengarahkan perhatian peserta kepada logo Kompas Institute tanpa menghilangkan bentuk dari tanda kutip itu sendiri.



Gambar 3.22 *FAW Block Note* Kompas Institute

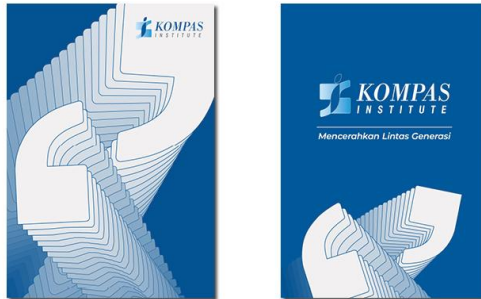
Setelah proses desain selesai, manajer Kompas Institute kembali mengadakan *weekly meeting* untuk mengecek kembali progres dan meminta kesepakatan bersama staff Kompas Institute.

4. Tahap Revisi

Setelah desain tersebut dicetak sebagai *mockup*, Manajer meminta penulis untuk mengganti warna biru *block note* Kompas Institute tersebut menjadi warna biru milik Kompas.id dengan pertimbangan *block note* ini akan dibagikan kepada peserta yang mengikuti kelas bertepatan pada hari HUT Kompas yang ke-60. Selain itu, manajer juga meminta agar elemen supergrafis jangan terlalu besar ukurannya, tetapi mengganti *point of interest* tersebut dengan *tagline* dalam rangka HUT 60 Kompas yang berbunyi “Mencerahkan Lintas Generasi”. Berikut adalah proses revisi dari desain *block note* Kompas Institute yang sebelumnya.

before

after



Gambar 3.23 Before And After Desain Block Note Kompas Institute

Penulis masih menggunakan sistem *modular grid* sebagai *layout* untuk meletakkan elemen-elemen visual pada *block note*. Namun, sekarang elemen logo diperbesar untuk menciptakan *emphasize*, sedangkan elemen supergrafis diperkecil hanya sebagai ornamen visual. Di bagian *back cover*, penulis juga memperbesar ukuran logo Kompas Institute sesuai permintaan Manajer.



Gambar 3.24 Proses Revisi Desain Block Note Kompas Institute

Proses revisi menghasilkan desain *block note* yang lebih dominan menggunakan *white space* ketimbang *emphasize* pada elemen visualnya. Namun, *contrast* pada desain tetap tinggi akibat perpaduan warna putih dan biru tua yang sifatnya bersebrangan.



Gambar 3.25 FAW Revisi *Block Note* Kompas Institute

Semua pertimbangan revisi ini berasal dari manajer Kompas Institute sehingga penulis beberapa kali harus tetap berkomunikasi dengan manajer mengenai proses desainnya.

5. Tahap Finalisasi

Setelah desain *block note* sudah disetujui oleh Manajer, penulis mengirimkan hasil desain final dengan *format* PDF, CMYK, 300 ppi kepada sekretaris Kompas Institute untuk melakukan proses cetak. Penulis juga mengirimkan file PDF tersebut ke Manajer Kompas Insitute melalui WhatsApp.



Gambar 3.26 Finalisasi Desain *Block Note* Kompas Institute

Dari proyek perancangan *block note* Kompas Institute ini, penulis mendapatkan banyak *insight* antara lain, mengenai hal subjektif seperti perbedaan selera desain. Hal ini meningkatkan *soft skill* penulis yaitu sikap adaptif dan fleksibilitas terhadap lingkungan. Sehingga penulis tidak menimbulkan konflik hanya jika terdapat perbedaan selera desain dengan pihak lain. Sebaliknya, penulis bisa merealisasikan keinginan manajer untuk melakukan revisi sesuai apa yang menurutnya baik.

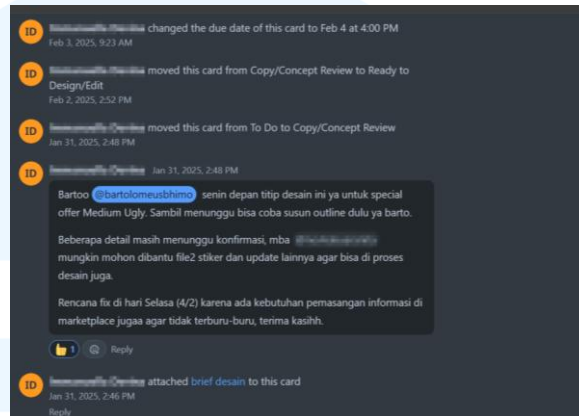
3.3.2.2 Perancangan Media Promosi Novel *Medium Ugly*

Tugas magang tidak hanya datang dari Kompas Institute, penulis lebih banyak mendapatkan tugas dari Penerbit Buku Kompas (PBK). Salah satu proyek yang penulis terima adalah perancangan media promosi novel *Medium Ugly* karya Adhitya Mulya. Secara singkat, Adhitya Mulya dikenal sebagai penulis buku novel dan juga penulis skrip film. Beberapa karya novelnya pun pernah diangkat ke layar lebar seperti *Jomblo: Sebuah Komedi Cinta* (2003), *Sabtu Bersama Bapak* (2016), *Si Paling Aktor* (2024) yang sebentar lagi mendapatkan adaptasi film, dan masih banyak lagi. Skrip film *A Business Proposal* (2025) yang merupakan *remake* serial Korea berjudul sama, juga merupakan salah satu karya garapannya. Pada kesempatan kali ini, Adhitya Mulya menerbitkan satu novel komedi cinta bertajuk *Medium Ugly* yang merupakan *spin-off* dari novel *Jomblo: Sebuah Komedi Cinta* (2003) dan memilih PBK sebagai penerbit yang dipercayakannya.

1. Tahap *Briefing*

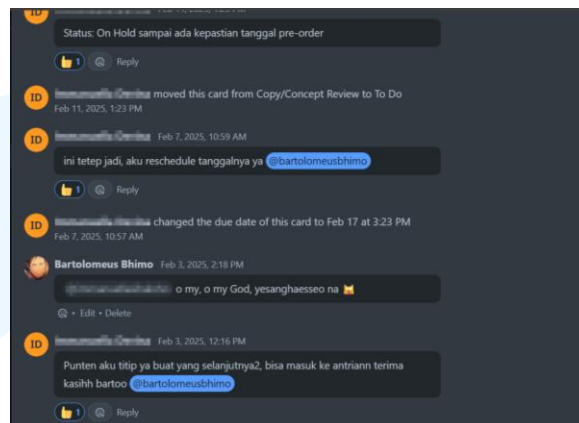
Berbeda dengan Kompas Institute, *briefing* yang terjadi di divisi PBK berawal dari perintah Manajer kepada *Social Media Planner* untuk pembuatan konten, barulah kemudian diteruskan kepada penulis untuk urusan desainnya. Tahap *briefing* ini menggunakan aplikasi manajemen pekerjaan online bernama

Trello untuk mempermudah koordinasi pekerjaan antar personil. Secara garis besar, ada 3 rangkaian kegiatan yang penulis ikut andil dalam novel *Medium Ugly* ini, yaitu: *Pre-Order – Intimate Book Launch – Giveaway Intimate Book Launch*.



Gambar 3.27 Briefing Pre-Order Novel *Medium Ugly*

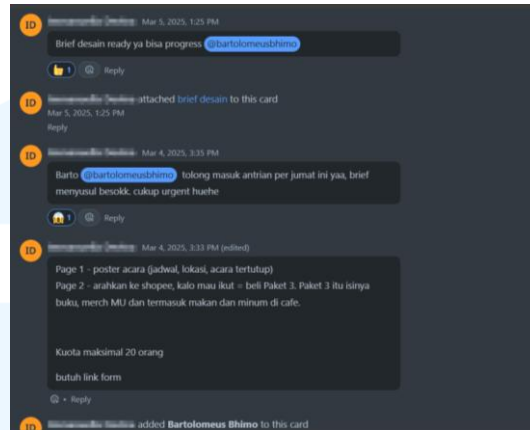
Di awal peluncuran buku ini, *Social Media Planner* memberikan *brief* kepada penulis untuk segera menyiapkan desain kebutuhan *Pre-Order* novel dalam *format Instagram Feeds 4:5*, *Instagram Stories 9:16*, dan *marketplace 1:1*.



Gambar 3.28 Briefing Konten *Quote* Novel *Medium Ugly*

Lalu, untuk mengisi euforia para pembaca, Manajer meminta konten entertainment dalam media sosial PBK kepada *Social Media Planner*. Maka dari itu, penulis diminta untuk mendesain *layout* berisi salah satu *quote* yang ada di novel *Medium*

Ugly. Konten ini berukuran Instagram *Feeds* 4:5 (1.080 x 1.080 pixels) dan Instagram *stories* 9:16 (1.920 x 1.080 pixels).



Gambar 3.29 Briefing Intimate Book Launch Medium Ugly

Kemudian, dalam rangka acara utama yaitu *Intimate Book Launch* yang diselenggarakan pada Sabtu, 15 Maret 2025. Penulis diminta untuk mendesain Instagram *Carousel Feeds* 4:5 berjumlah 4 *slide* untuk konten media sosial, sedangkan untuk media cetaknya adalah *roll banner* (85 x 200 cm) dan *x-banner* (60 x 160 cm) yang nantinya akan dicetak dan dipasang di sebuah kafe.

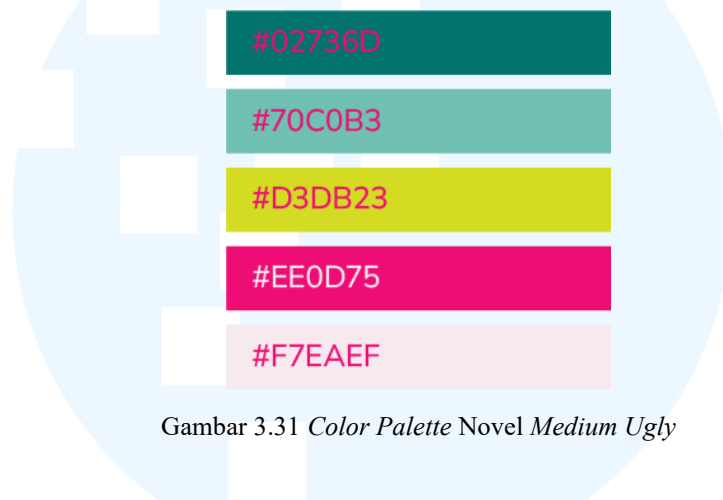
Slide 5	Heading: Ubur-ubur, ikon lele Jika dan Oded tunggu cerita PDKT kamu di kolom komentar, le!	- b
WhatsApp Group		
Slide 1	(sama seperti Instagram tetapi ditambahkan teks ini di bagian bawah) Heading: Dari Curhat PDKT, Dapat Buku & Ketemu Penulis! Body Copy: Deg-degan nunggu chat dibales, <i>nyusun</i> strategi biar <i>enggak</i> kelihatan terlalu niat, atau malah terjebak di friendzone? 🤔	

Gambar 3.30 Briefing Giveaway Medium Ugly

Terakhir, untuk meningkatkan antusiasme para pembaca, *Book Strategic Planner* mencetuskan program *Giveaway* 2 tiket *Intimate Book Launch Medium Ugly* yang akan di-post di media sosial PBK berukuran Instagram *Feeds* 4:5.

2. Tahap Perancangan Konsep

Secara konsep, tidak ada permintaan khusus dari klien. manajer PBK hanya meminta penulis untuk menyamakan *color palette* dan *mood* desain dengan *cover* buku agar tetap memiliki keselerasan. Oleh karena itu, penulis membuat sebuah *color palette* yang didasarkan pada *cover* buku novel *Medium Ugly*.



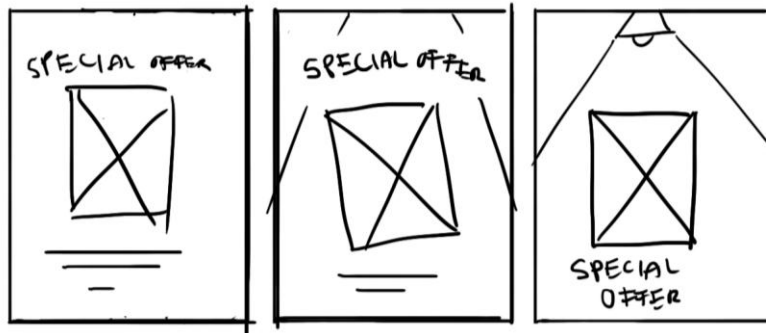
Gambar 3.31 Color Palette Novel *Medium Ugly*

Secara mandiri, penulis membuat *image board* yang berfungsi sebagai acuan penulis dalam mendesain rangkaian promosi novel ini. Berikut adalah referensi yang penulis rancang.



Gambar 3.32 Referensi Perancangan Media Promosi Novel *Medium Ugly*

Proses berikutnya, penulis membuat alternatif sketsa sebagai acuan mendesain secara digital. Alternatifnya berjumlah 3 sketsa agar penulis bisa mencoba dan bereksplorasi terhadap *layout* atau elemen visual yang lain lebih variatif dan fleksibel.



Gambar 3.33 Sketsa Perancangan Media Promosi Novel *Medium Ugly*

Elemen-elemen visual yang terdapat pada perancangan promosi ini juga bukan berasal dari penulis. Seluruh aset visual merupakan hak cipta milik Penerbit Buku Kompas. Ilustrasi *cover Medium Ugly* oleh Benie Ahmad.



Gambar 3.34 Aset Visual Novel *Medium Ugly*

Setelah penulis selesai merancang konsep desain media promosi novel ini, maka penulis bisa melanjutkan tahap selanjutnya yaitu mengeksekusi konsep menjadi desain.

3. Tahap Proses Desain

Penulis menggunakan sistem *grid two columns* sebagai *layout* untuk mendesain *Pre-Order Novel Medium Ugly*. Penggunaan tipe *layout* tersebut untuk menciptakan keseimbangan simetris yang berfungsi untuk membagi dua secara sama besar,

antara *preview cover* buku dengan harga buku tersebut. Hal tersebut berfungsi memudahkan alur pembaca dalam melihat informasi pada desain. Lalu, secara hierarki visual, penulis mengutamakan informasi harga buku dengan menjadikannya *emphasize* dalam desain. Kemudian, kombinasi warna pada desain memiliki *contrast* yang tinggi mengacu pada *cover* buku.



Gambar 3.35 Proses Desain *Pre-Order* Novel *Medium Ugly*

Desain ini menyimpan informasi yang cukup banyak sehingga menyebabkan sedikitnya ruang kosong (*white space*) sebagai jeda mata pembaca. *Readability* tipografi pada desain ini juga berkurang akibat pemilihan warna putih pada teks dan hijau toska pada *background*.



Gambar 3.36 FAW *Pre-Order* Novel *Medium Ugly*

Kemudian, untuk desain konten *quote* novel *Medium Ugly*. Penulis menggunakan sistem *grid two columns* sebagai acuan meletakkan teks dan elemen visual. Tipe *layout* tersebut dipilih karena jenis konten yang tidak menyimpan banyak informasi, melainkan membutuhkan *emphasize* pada desain.



Gambar 3.37 Proses Desain Feeds Quote Novel Medium Ugly

Pada desain ini, penulis mengutamakan *readability* pada teks karena berisi salah satu *quote* dalam novel *Medium Ugly*. *Emphasize* pada desain ini adalah tipografi yang berisi *headline* yang singkat namun menggelitik. *White space* pada desain ini terasa lebih lowong karena tidak menyimpan banyak aset visual. *Contrast* pada desain ini juga tinggi karena hasil perpaduan antara warna merah muda dan hijau toska. Sehingga menyebabkan tingkat *readability* dan *legibility* pada font cukup tinggi.



Gambar 3.38 FAW Feeds Quote Novel Medium Ugly

Lalu, desain konten *quote Medium Ugly* ini juga diturunkan ke dalam *format Instagram stories* yang menuntut penulis untuk melakukan perubahan pada *layout* dan jenis tipografinya. Pada desain ini, penulis menggunakan sistem *grid multicolumns* sebagai *layoutnya*.



Gambar 3.39 Proses Desain *Stories Quote Novel Medium Ugly*

Pada desain ini juga, penulis memprioritaskan *readability* karena banyak bereksplorasi dengan tipografi. Pemilihan warna merah muda pada *background* dan kuning pada tipografi menyebabkan tingkat *contrast* yang tinggi. Sehingga pembaca dengan mudah membaca *quote* yang tertera pada desain. *Contrast* tersebut menghasilkan *legibility* yang tinggi juga. Lalu, *white space* pada desain sangat sempit karena penulis mengutamakan *emphasize* pada tipografi yang membuat teks menjadi berukuran besar agar mudah dibaca.



Gambar 3.40 *FAW Stories Quote Novel Medium Ugly*

Berikutnya adalah desain *Intimate Book Launch Meeting* yang merupakan acara puncak dari rangkaian promosi novel *Medium Ugly*. Pertama, penulis mendesain Instagram *Feeds* dengan menggunakan sistem *grid multicolumns*. Berbeda dengan desain-desain sebelumnya, desain kali ini menyimpan banyak informasi berupa teks yang menyebabkan *white space* pada *layout* berkurang. Namun, penulis tetap mengutamakan *readability* teksnya dengan membuat hirarki visual antar teks. Sehingga tipografi dalam desain dapat terbaca dengan baik dan urutannya tidak membingungkan serta dapat diikuti oleh pembaca.



Gambar 3.41 Proses Desain *Feeds Intimate Book Launch Medium Ugly*

Desain ini menggunakan sistem *grid multicolumns* sebagai *layoutnya*. Pada desain ini, penulis mengutamakan *readability* pada teks karena menyimpan banyak informasi. Penempatan foto penulis dan *cover* buku dalam ukuran besar bertujuan untuk menimbulkan *emphasize* pada desain. Dalam *layout* desain ini, penulis membagi menjadi dua isi konten untuk menimbulkan kesan keseimbangan yang simetris.



Gambar 3.42 FAW Feeds Intimate Book Launch Medium Ugly

Desain ini berjumlah 4 *slide* dan berisi informasi mengenai keterangan *event Intimate Book Launch* diadakan beserta bagaimana cara membeli tiketnya. Selain itu, *event* ini juga membutuhkan desain dalam *format x-banner* (60 x 160 cm) dan *roll banner* (85 x 200 cm). Pada *layout*, penulis juga menggunakan sistem *grid multicolumns* karena keunggulan sistem *grid* ini dalam meletakkan teks dan elemen visual yang sangat fleksibel.



Gambar 3.43 Proses Desain Cetak *Intimate Book Launch Medium Ugly*

Desain untuk *x-banner* ini sama persis dengan desain *roll banner*. Secara keseluruhan, desain ini penulis rancang dengan konsistensi dan keseragaman elemen pada desain-desain sebelumnya, meskipun tidak ada *key visual* atau *stylescapes* resmi.



Gambar 3.44 FAW Cetak *Intimate Book Launch Medium Ugly*

Desain terakhir dalam rangkaian promosi novel *Medium Ugly* ini adalah Instagram post *Giveaway* tiket *Intimate Book Launch*. Desain ini menggunakan sistem *grid multicolumns* juga untuk meletakkan informasi berupa teks. Elemen teks pada desain ini cukup banyak karena berfungsi sebagai tata cara dan syarat ketentuan mengikuti *challenge Giveaway*.



Gambar 3.45 Proses Desain Giveaway Medium Ugly

Desain ini juga mengutamakan *readability* dan *legibility* pada elemen teks, ketimbang *emphasize* suatu elemen visual, karena untuk menghindari tidak sampainya informasi kepada pembaca. Desain tetap menjaga tingkat *contrast* yang sama dan hirarki visual yang jelas dari *headline* – *sub headline* – *body text*.



Gambar 3.46 FAW Giveaway Medium Ugly

Berikut adalah hasil penjabaran seluruh proses desain media promosi novel *Medium Ugly*. Tahap berikutnya penulis melakukan *review* kepada Manajer PBK untuk mendapatkan *feedback* atau revisi terhadap desain-desain tersebut.

4. Tahap Revisi

Dari seluruh desain promosi novel ini, penulis mendapatkan beberapa revisi, namun hanya berupa kesalahan informasi atau *copywriting*. Namun, ada satu revisi yang penting di awal proses mendesain, yaitu revisi perubahan warna pada desain *Pre-Order* novel *Medium Ugly*.



Gambar 3.47 Before And After Desain Pre-Order *Medium Ugly*

Desain yang sebelumnya berwarna dasar hijau toska ini direvisi menjadi warna merah muda yang merupakan representasi dari tipografi *Medium Ugly* atas perintah Manajer PBK. Kemudian, secara *layout* tidak banyak perubahan besar, namun *slide* pertama yang awalnya *align center* direvisi menjadi *align left*.



Gambar 3.48 Proses Revisi Desain Pre-Order Novel *Medium Ugly*

Penempatan elemen-elemen visual juga direvisi oleh manajer, yang menyebabkan hirarki visual setiap elemen menjadi sama penting (tidak ada yang lebih dominan). Namun, poin penting yang diutamakan Manajer adalah untuk memperbesar ukuran *cover* buku. Sehingga *emphasize* berada pada *cover* buku *Medium Ugly*. Beberapa elemen visual juga dihilangkan dan dibiarkan porsi *white space* lebih banyak dibandingkan sebelumnya.



Gambar 3.49 FAW Pre-Order Novel *Medium Ugly*

Akibat revisi desain ini dilakukan di awal rangkaian promosi, maka desain-desain berikutnya sudah berpatokkan pada desain yang sudah direvisi ini.

5. Tahap Finalisasi

Keseluruhan desain promosi novel *Medium Ugly* ini sudah disetujui oleh Manajer PBK. Maka, tandanya penulis dapat melanjutkan desain ini ke tahap berikutnya yaitu mengirimkan file *high resolution* berformat PNG, RGB color mode, dan 300 dpi untuk desain media digital. Lalu, *format* PDF, CMYK color mode, 300 dpi untuk desain media cetak.



Gambar 3.50 Roll banner dan X-banner Intimate Book Launch Medium Ugly

Hasil desain ini, kemudian dicetak oleh *Print On Demand* Kompas dan pada hari pelaksanaannya sudah diletakkan pada lokasi *event Intimate Book Launch* tersebut. Proyek magang media promosi novel ini memiliki kendala yang cukup besar. Faktor utamanya adalah karena kekeliruan pihak lain dalam memberikan *briefing* kepada penulis. Dari proyek ini, penulis belajar bahwa alur sebuah divisi penerbitan buku sangat kompleks dan daripada mengharapkan perubahan dari orang lain, lebih

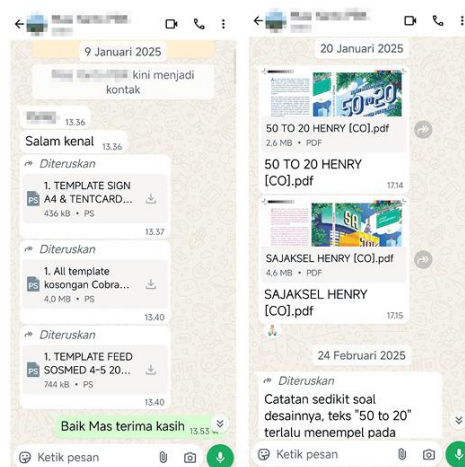
mudah untuk merubah diri sendiri. Salah satu *soft skill* yang penulis tingkatkan dalam proyek ini adalah kerjasama tim, sehingga penulis lebih berinisiatif untuk berkomunikasi dengan *Social Media Planner*, *Book Strategic Planner*, bahkan manajer untuk mendapatkan kepastian mengenai informasi *briefing* yang pasti.

3.3.2.3 Perancangan Poster Buku Karya Henry Manampiring

Tugas berikutnya adalah desain poster buku karya Henry Manampiring untuk keperluan promosi di Gramedia Book Store seperti Gramedia Pondok Indah, Gramedia Depok, dan Gramedia Central Park, dan beberapa Gramedia cabang lainnya. Berikut adalah penjelasan lengkap mengenai proyek ini.

1. Tahap *Briefing*

Proyek desain ini penulis dapatkan dari permintaan salah seorang karyawan gudang Penerbit Buku Kompas yang berkoordinasi dengan pihak Gramedia Book Store. *Brief* desain yang dibutuhkan adalah poster dengan ukuran A4 (*landscape* dan *portrait*), A3, A2, dan A1 (*portrait*) mengutamakan visual dua judul buku Henry Manampiring yang sedang terbit, yaitu *50 To 20* dan *Sajaksel*. Hasil desain akan dikirimkan ke pihak Gramedia Book Store agar bisa langsung dicetak disana.



Gambar 3.51 *Briefing* Perancangan Poster Buku Henry Manampiring

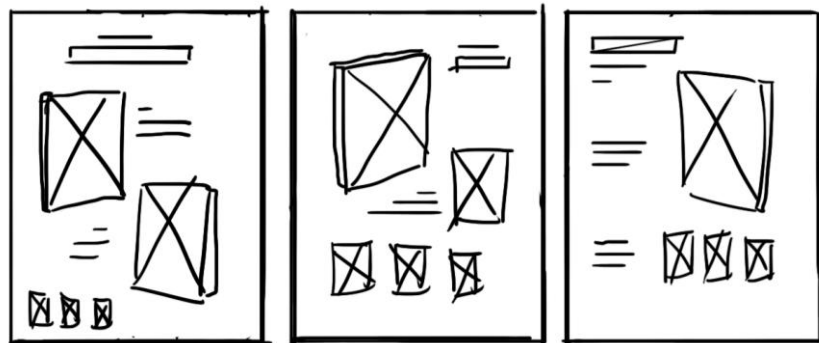
2. Tahap Perancangan Konsep

Untuk desain ini, penulis disarankan untuk mengikuti *look and feel* dari *cover* buku *Sajaksel* dan *50 To 20* karena poster bertujuan untuk mengedepankan penjualan dari kedua buku tersebut. Maka, pertama-tama penulis membuat referensi sebagai acuan penulis dalam mendesain poster ini.



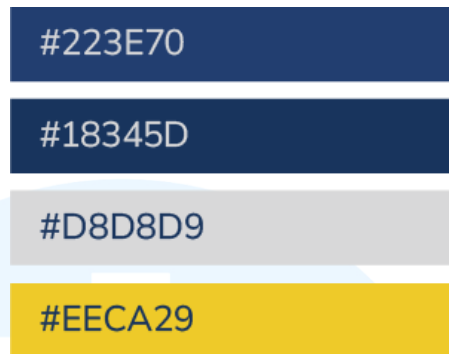
Gambar 3.52 Referensi Perancangan Poster Buku Henry Manampiring

Lalu, penulis membuat 3 alternatif sketsa sebagai acuan dalam proses desain digital. Alternatif sketsa ini dirancang untuk mengutamakan ukuran buku *50 To 20* agar menjadi *point of interest* penjualan buku bagi para pembaca.



Gambar 3.53 Sketsa Perancangan Poster Buku Henry Manampiring

Lalu, penulis membuat kombinasi warna yang berpatokan pada desain *cover* buku tersebut agar desain poster tetap konsisten dan meningkatkan *brand awareness* pada buku-buku karya Henry Manampiring.



Gambar 3.54 *Color Palette* Poster Buku Henry Manampiring

Aset desain yang digunakan oleh penulis adalah milik Penerbit Buku Kompas, karya ilustrator dengan akun Instagram bernama @nikojutsu. Aset desain cover buku ini dapat diakses dengan Adobe Illustrator dan masih berupa *editable layer* sehingga penulis dapat dengan leluasa memodifikasi aset-aset tersebut. Berikut adalah desain *cover* final beserta keseluruhan file aset yang penulis boleh gunakan dan modifikasi.



Gambar 3.55 Desain Cover Final Buku *Sajaksel* dan *50 To 20*

Setelah menerima file berupa aset desain cover buku *Sajaksel* dan *50 To 20* dari manajer PBK. Maka, penulis bisa melanjutkan ke tahap proses desain.

3. Tahap Proses Desain

Penulis menggunakan sistem *hierarchical grid* sebagai *layout* untuk keseluruhan poster *portrait* berukuran A2. Sistem *grid* tersebut digunakan untuk menciptakan hirarki visual yang terstruktur. Buku *50 To 20* (ukuran besar) merupakan buku yang diharapkan menjadi *best seller*, kemudian diikuti dengan buku *Sajaksel* (ukuran sedang), dan tidak lupa mengecek buku-buku yang lainnya (ukuran kecil). Maka dari itu, penulis membuat ukuran *mockup* buku *50 To 20* dengan ukuran paling besar ketimbang elemen visual lainnya, karena selain permintaan Manajer untuk menjadikan buku tersebut sebagai *point of interest* bagi pengunjung. Hal ini juga untuk menciptakan *emphasize* pada poster. Pemberian garis pembatas miring 45° pada warna biru tua dan abu-abu muda di *background* poster, dilakukan untuk memberikan keseimbangan asimetris pada poster. Pemberian warna biru tua pada *background* menyebabkan tingkat *contrast* yang rendah pada poster. Keseluruhan proses desain ini menghasilkan 3 variasi desain poster A2 dari penulis.



Gambar 3.56 Proses Desain Poster Buku Henry Manampiring

Dari ketiga variasi tersebut, Manajer Penerbit Buku Kompas menyukai desain yang versi pertama (paling kiri). Maka, penulis memutuskan untuk melanjutkan proses desain menggunakan variasi tersebut ke tahap berikutnya.



Gambar 3.57 FAW Poster Buku Henry Manampiring

Mengacu pada desain poster A2 tersebut, penulis kemudian membuat ukuran-ukuran lainnya sesuai permintaan dari pihak Gramedia Book Store. Berikut adalah keseluruhan desain poster buku karya Henry Manampiring.



Gambar 3.58 Preview Desain Poster Buku Henry Manampiring

4. Tahap Revisi

Namun, Manajer PBK belum menyetujui desain tersebut, menurutnya setiap tulisan “Henry Manampiring” perlu diberikan *highlight* warna kuning agar lebih terbaca. Penulis sudah mencoba mengutarakan pendapat bahwa warna kuning tidak terlalu berdampak pada keterbacaan, melainkan membuat efek *contrast* berkurang. Tetapi, penulis kembali memberikan kewenangan keputusan ini kepada Manajer. Maka, berikut adalah hasil revisi desain poster buku karya Henry Manampiring.



Gambar 3.59 Before And After Desain Poster Buku Henry Manampiring

Hasil proses revisi desain ini ternyata disambut baik juga oleh pihak Gramedia Book Store, sehingga penulis menyadari bahwasanya ada perspektif lain yang bisa membuat desain ini terlihat berbeda tidak seperti ekspektasi penulis.

5. Tahap Finalisasi

Setelah desain disetujui oleh manajer PBK, penulis segera menyiapkan file siap cetak berformat PDF, CMYK, 300 dpi dan mengirimkannya ke karyawan gudang PBK. Satu minggu setelah itu, pihak Gramedia Book Store Central Park, Pondok Indah, dan Depok sudah mengirimkan bukti foto bahwa poster sudah dicetak dan dipasang di toko.



Gambar 3.60 Bukti Pemasangan Poster di Gramedia Book Store

Dalam proses pengerjaannya, desain ini memakan waktu cukup lama sekitar 1 – 2 minggu karena banyak perubahan informasi atau *content writing* yang menyebabkan progres desain berjalan lambat. Hal ini menjadi pembelajaran bagi penulis mengenai pentingnya *soft skill* komunikasi antara *copywriter* dan penulis agar dapat memastikan semua informasi benar terlebih dahulu, baru kemudian masuk ke tahap desain.

3.3.2.4 Perancangan Media Sosial PBK Edisi Ramadan

Dalam rangka bulan Ramadan, tim media sosial Kompas.id mengajak Penerbit Buku Kompas untuk berkolaborasi dalam pembuatan konten. Isi konten tersebut membahas topik seputar bulan Ramadan seperti: cara menjaga stamina saat puasa, memilih makanan bergizi, dan lain sebagainya. Berikut adalah penjabaran proses perancangannya.

1. Tahap *Briefing*

Tim media sosial Harian Kompas secara langsung mengajak kerja sama *Social Media Planner* PBK, kemudian *briefing* baru diberikan kepada penulis. Dari *briefing* yang diberikan, kolaborasi ini menghasilkan rangkaian program seperti berikut: Ngabuburead Kompas – #MisiBacaRamadan – #DiBalikBuku dengan penjabaran tiap program sebagai berikut: Ngabuburead Kompas merupakan acara webinar yang menghadirkan penulis-penulis pilihan PBK yang diundang untuk membahas tentang suatu tema bersama para pembaca. Kebutuhan desain Ngabuburead Kompas adalah Instagram *Feeds* 4:5, Instagram *stories* 9:16, dan *e-backdrop* 16:9.

Kemudian, #MisiBacaRamadan sendiri merupakan *challenge* bagi para pembaca untuk membaca buku selama bulan Ramadan secara konsisten dan membagikan ulasan mengenai isi bukunya di Instagram *stories* masing-masing, di akhir *challenge* akan ada 10 pemenang yang mendapatkan hadiah buku gratis dari PBK. Untuk program ini desain yang dibutuhkan adalah Instagram feed 4:5 *Carousel*, Instagram *stories* 9:16, dan *template* Instagram *stories* untuk para pembaca menulis ulasan buku bacaannya.



Gambar 3.61 *Briefing* Perancangan *Frame Reels* #DiBalikBuku

Sedangkan, #DiBalikBuku merupakan konten berbasis video yang membahas tentang buku seorang penulis melalui narasi maupun wawancara. Program ini membutuhkan sebuah *frame format Reels 9:16* yang bisa digabungkan dengan video.

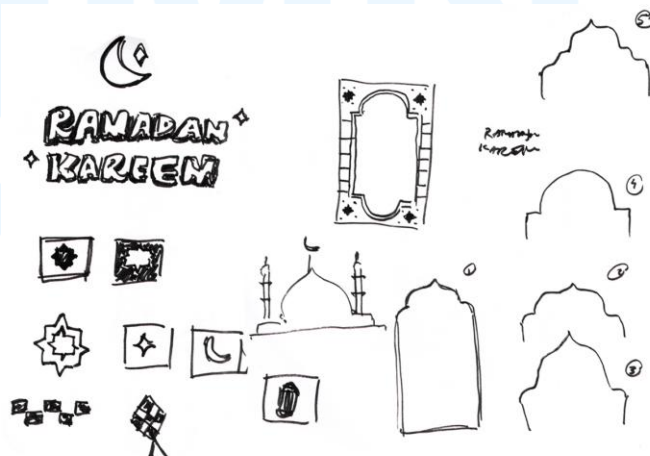
2. Tahap Perancangan Konsep

Penulis melihat bahwa edisi Ramadan sebelumnya tidak ada sebuah *key visual* yang dapat dijadikan sebagai referensi. Maka dari itu, penulis memutuskan untuk merancangnya sendiri sesuai dengan izin dari *Social Media Planner PBK*. Pertama-tama, penulis membuat sebuah *stylescapes* dengan mengumpulkan beragam elemen visual, tipografi, dan warna dari internet.



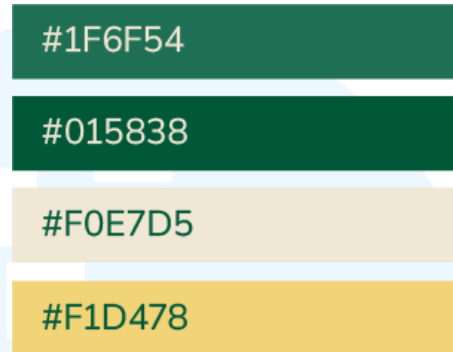
Gambar 3.62 *Stylescapes* Perancangan Media Sosial PBK Ramadan

Setelah membuat *stylescapes*, penulis membuat sketsa untuk perancangan supergrafis sebagai ornamen visual dalam desain. Kemudian, bentuk *frame Reels* yang terinspirasi dari bentuk kubah masjid.



Gambar 3.63 Sketsa Perancangan Media Sosial PBK Ramadan

Lalu, penulis juga membuat kombinasi warna untuk *key visual* media sosial PBK edisi Ramadan ini. Berikut ini adalah alternatif warna *key visual* yang penulis rancang.

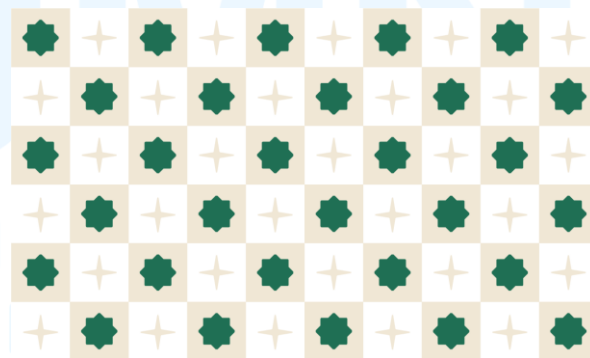


Gambar 3.64 *Color Palette* Edisi Ramadan

Pemilihan warna ini, penulis sesuaikan dengan hasil riset bahwa biasanya bulan Ramadan didominasi oleh nuansa warna hijau, kuning, atau putih.

3. Tahap Desain

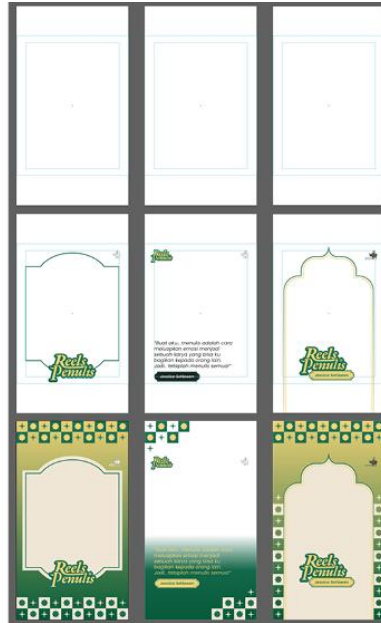
Pertama-tama, penulis memulai mendesain supergrafis sebagai elemen visual pada *key visual*. Supergrafis ini merepresentasikan bentuk bintang dalam bulan Ramadan. Supergrafis tersebut bersifat fleksibel dan berfungsi sebagai ornamen pendukung dalam *key visual*.



Gambar 3.65 Supergrafis Media Sosial PBK Ramadan

Desain pertama yang penulis rancang adalah *frame* untuk konten Instagram *Reels*. Ada 3 alternatif untuk sebuah *frame*

Instagram *Reels* dengan segmen bertajuk #DiBalikBuku ini, berikut adalah hasil desainnya.



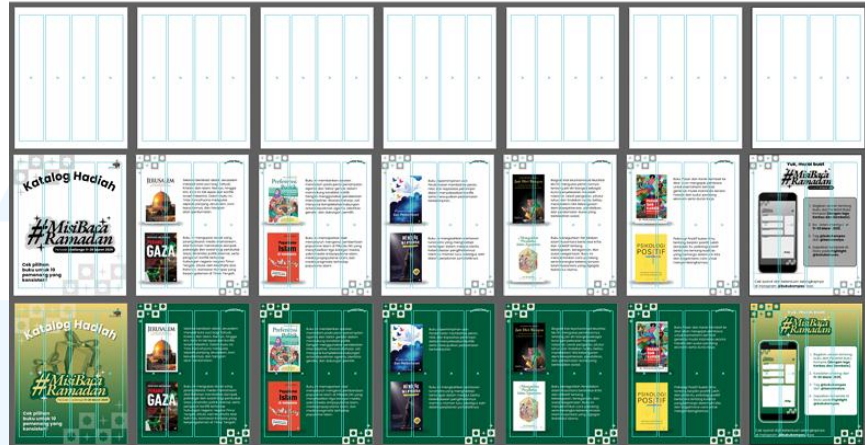
Gambar 3.66 Proses Desain *Frame Reels* #DiBalikBuku

Desain berikutnya adalah untuk kebutuhan program *challenge* #MisiBacaRamadan. Desain yang penulis rancang adalah untuk *format* Instagram *Feeds* rasio 4:5 dengan tipe *Carousel* sebanyak 4 *slide*.



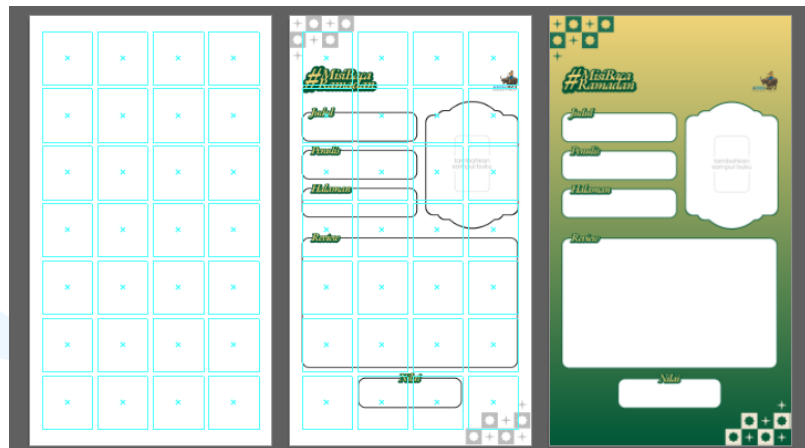
Gambar 3.67 Proses Desain *Feeds* #MisiBacaRamadan

Untuk melengkapi rangkaian program *challenge* #MisiBacaRamadan, dibuatlah juga desain katalog buku-buku hadiah dari *challenge* tersebut dengan *format* yang sama.



Gambar 3.68 Proses Desain *Feeds* Katalog #MisiBacaRamadan

Sebagai cara para pembaca buku terbitan Kompas ini mengikuti *challenge*, maka dibutuhkanlah sebuah desain *template* sebagai tempat untuk menulis *review* dan rating buku. *Template* ini berukuran 1.080 x 1.920 px (9:16).



Gambar 3.69 Proses Desain *Template* #MisiBacaRamadan

Selain itu, poster *Feeds* acara #NgabubureadKompas didesain dengan sistem *grid 4 columns* dengan pertimbangan elemen visual pada desain tidak membutuhkan *white space* yang begitu besar. Penulis mengutamakan *readabilty* pada informasi acara dan *legibility* pada foto narasumbernya.



Gambar 3.70 Proses Desain *Feeds* Ngabuburead Kompas

Kemudian desain ini diturunkan juga ke dalam *format* 9:16 sebagai *backdrop virtual* karena acara ini diadakan secara online. Berbeda dengan sebelumnya, sistem *grid* yang penulis gunakan adalah 8 *columns* dengan alasan *format* ukurannya lebih besar dan mengutamakan *white space* agar pembaca tidak kebingungan saat membaca informasi pada desain.



Gambar 3.71 Proses Desain *Digital Backdrop* Ngabuburead Kompas

Setelah proses desain selesai, penulis mengirimkan setiap hasil desain kepada *Social Media Planner* menggunakan Trello, agar dicek kembali oleh manajer PBK.

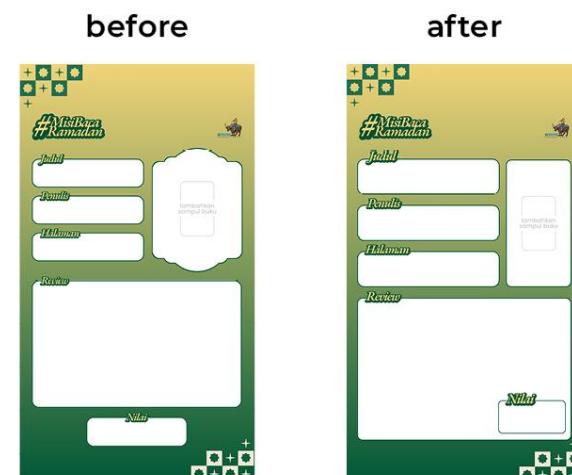
4. Tahap Revisi

Desain-desain tersebut penulis serahkan kepada *Social Media Planner* yang kemudian dilakukan proses *review* oleh Manajer PBK. Hasilnya ada dua desain yang membutuhkan revisi, pertama desain poster *Feeds* Ngabuburead Kompas sedikit mendapatkan perubahan pada *layout*. Alasannya foto Moderator tidak diperkenankan diletakkan di atas foto para narasumber.



Gambar 3.72 Before And After Desain *Feeds* Ngabuburead Kompas

Kemudian, desain *template* #MisiBacaRamadan juga mendapatkan revisi pada bagian peletakkan foto buku. Revisi yang diminta adalah memperkecil ruang untuk menaruh foto buku dan memperbesar ruang untuk ulasan para pembaca pada *template*.



Gambar 3.73 Before And After Desain *Template* #MisiBacaRamadan

5. Tahap Finalisasi

Setelah semua revisi desain telah disetujui, maka penulis menyiapkan file desain untuk di-*publish*. Berhubung tidak ada media cetak pada rangkaian acara ini, maka penulis hanya menyiapkan file dalam *format* PNG., 300 ppi, dan mode warna RGB. Berikut adalah hasil akhir keseluruhan desain final.



Gambar 3.74 Preview Desain Media Sosial PBK Ramadan

Proyek magang ini juga cukup berkesan bagi penulis, karena desain yang penulis hasilkan dari awal membuahkan *look and feel* yang selaras dan konsisten. Sehingga terlihat menarik saat dilihat di *feeds* media sosial Penerbit Buku Kompas. Selain itu, penulis juga bisa meningkatkan *soft skill* dalam hal kolaborasi dengan divisi lain. Penulis sempat mendapatkan arahan visual dari manajer media sosial Harian Kompas, mengingat edisi khusus Ramadan ini merupakan kolaborasi PBK dan Harian Kompas.

3.4 Kendala dan Solusi Pelaksanaan Magang

Bagian ini berisi kesulitan-kesulitan yang penulis temukan selama menjalani praktek kerja magang di Harian Kompas. Kendala tersebut seringkali datang dari pihak-pihak yang bersinggungan dengan penulis. Namun, kendala

tersebut tidak menjadi hambatan besar bagi penulis untuk mencari solusi dan menyelesaikan tanggungjawab proses rangkaian magang ini. Berikut adalah penjabaran kendala dan solusi selama penulis melaksanakan magang:

3.4.1 Kendala Pelaksanaan Magang

Selama proses rangkaian magang ini berlangsung, penulis tidak luput dari beberapa kendala yang terjadi di perusahaan. Berikut adalah penjabaran kendala yang dialami oleh penulis:

1. Proses revisi desain yang kurang efektif.

Ekspektasi kolega, manajer, maupun klien pada sebuah desain seringkali berbeda dengan apa yang ditawarkan oleh penulis. Hal ini terjadi bukan semata-mata karena penulis tidak mampu mendesain dengan baik, namun lebih ke arah pemahaman mereka mengenai keilmuan desain yang seringkali didasari oleh keinginan pribadi. Sehingga penulis seringkali harus beradu argumen dengan kolega atau atasan yang awam mengenai keilmuan desain.

2. Ketergantungan pada penulis.

Masih berkaitan dengan poin pertama, beban kerja (*workload*) yang menumpuk terjadi karena kedua divisi tersebut tidak memiliki desainer grafis sama sekali untuk men-*handle* pekerjaan desain. Maka, penulis merasa seperti tidak ada habisnya permintaan desain baik dari *Social Media Planner*, *Engagement Activator Book*, dan juga manajer. Ketergantungan pada penulis mengenai permintaan desain pun menjadi masif, karena tidak ada orang lain lagi yang bersedia dan mampu mengambil tanggungjawab tersebut.

3. Kekeliruan pihak lain.

Kendala berikutnya berasal dari proses pihak lain yang mempengaruhi progres desain penulis. Contohnya kekeliruan *Book Strategic Planner* dalam menentukan tanggal *event* dapat menimbulkan proses desain penulis terhambat karena belum ada tanggal pasti yang resmi ditetapkan. Selain itu, bisa juga berasal dari

pihak manajer sendiri yang mengubah tanggal *event* sehingga desain penulis tertunda untuk di-*upload* ke media sosial. Atau kasus lain juga bisa dari kekeliruan *Social Media Planner* dalam membuat *content writing* untuk desain, dan masih banyak lagi.

3.4.2 Solusi Pelaksanaan Magang

Solusi yang penulis lakukan untuk mengatasi kendala pada subbab sebelumnya akan dijabarkan pada bagian ini.

1. Menyediakan beberapa alternatif desain.

Penulis mempunyai solusi yaitu dengan cara mengirimkan 3 alternatif desain kepada kolega atau manajer yang membutuhkan desain. Ketiga desain tersebut memiliki kelebihan dan kekurangannya masing-masing. Lalu, penulis menetapkan syarat bahwa revisi dapat dilakukan hanya pada alternatif desain yang sudah dipilih, revisi tidak boleh berasal dari 2 alternatif desain yang tidak terpilih. Dengan begitu, penulis dapat menghemat waktu untuk berdebat dengan pihak yang bersangkutan. Meskipun membutuhkan waktu dan usaha lebih untuk menyediakan 3 alternatif desain secara cepat. Namun, apabila kolega atau manajer masih mempertahankan argumentasinya, maka penulis mengembalikan keputusan kembali kepada kolega atau Manajer, karena penulis menyadari bahwa juga terdapat kepentingan atau perspektif lain yang tidak boleh dibiarkan begitu saja dari masing-masing pihak.

2. Mengatur prioritas beban kerja.

Penulis mempunyai solusi yaitu dengan memprioritaskan kebutuhan desain berdasarkan tingkat urgensi dan kebutuhannya. Sebagai contoh, apabila penulis sedang mengurus kurang lebih 4 – 6 desain dalam satu minggu. Maka, penulis menunda permintaan desain lain yang dibutuhkan untuk minggu berikutnya. Tindakan ini juga dilakukan secara terbuka dengan pihak lain dan disertai alasan yang

logis, yaitu untuk menjaga kualitas desain yang dihasilkan tetap terjaga dengan baik.

3. Memastikan *briefing* sudah lengkap.

Untuk mengatasi terhambatnya proses desain, maka penulis lebih berani bertanya dan mengecek mengenai kelengkapan *brief* yang diberikan. Seringkali, cepatnya pergerakan industri buku ini, mengakibatkan *brief* yang diberikan tidak lengkap atau tidak siap. Maka dari itu, penulis berinisiatif untuk bertanya lebih, bahkan menggali dalam keseluruhan informasi mengenai suatu *event* yang akan dikerjakan desainnya.

