

BAB III

PELAKSANAAN MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi Pelaksanaan Magang

Pada bagian ini, penulis akan memaparkan bagian kedudukan dan koordinasi pelaksanaan magang di Lippo Plaza Jambi. Saat bekerja magang di Lippo Plaza Jambi, penulis menempati jabatan sebagai Graphic Designer. Posisi Graphic Designer berada di departemen Marketing Communication dibawah A&P Officer.

3.1.1 Kedudukan Pelaksanaan Magang

Departemen Marketing Communication adalah departemen yang berhubungan dengan segala bentuk promosi, kegiatan, dan acara yang ada di mall, diantaranya mempromosikan sosial media dan mall, berkoordinasi dengan berbagai klien, mempersiapkan rencana hingga eksekusi berbagai acara yang akan dilaksanakan di mall. Tugas penulis sebagai Graphic Designer Intern di Departemen Marketing Communication, diantaranya,

1. Merancang berbagai kebutuhan desain grafis dan promosi mall yang berupa media cetak, seperti spanduk, poster, banner, brosur, voucher, *cue card*, sertifikat, piala, dan lain sebagainya.
2. Melakukan perencanaan Ide, konsep, eksekusi hingga finalisasi berbagai kebutuhan promosi perusahaan.
3. Merancang dan melengkapi berbagai kebutuhan desain dari acara dan festival yang diadakan di mall, seperti *event* Love and Fun Spesial Valentine Day, Ramadhan Fest 2025, dan Asialicious Fest.
4. Mengelola dan merancang berbagai kebutuhan promosi media sosial Instagram dan Tiktok, diantaranya berupa *Story*, *Feeds*, *Reels* promosi yang disebar di Instagram dan Tiktok.
6. Membantu dalam pengambilan dan pengeditan video promosi dari acara atau *tenant* yang ada di mall.

Selain berperan sebagai Graphic Designer, penulis juga membantu dalam mempersiapkan berbagai event eksternal dan internal yang diadakan oleh perusahaan, *canvassing*, dan berkomunikasi dengan berbagai *client* untuk mempromosikan *tenant* atau acara yang diadakan di mall.

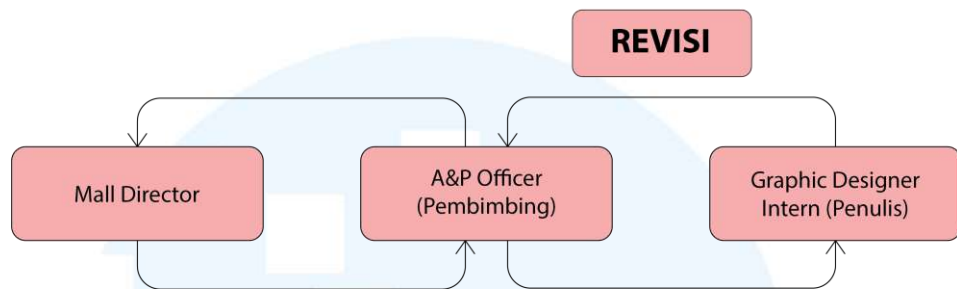
3.1.2 Koordinasi Pelaksanaan Magang

Penulis menjalankan pekerjaan sebagai Graphic Designer di Lippo Plaza akhir bulan Januari 2025. Dalam perancangan berbagai kebutuhan desain, dimulai dari pembimbing terlebih dahulu. Dimana pembimbing akan merancang rencana kegiatan dan acara promosi terlebih dahulu. Kemudian, pembimbing akan mengajukan rencana kegiatan dan acara kepada Mall Director. Setelah disetujui oleh Mall Director, selanjutnya pembimbing akan memberikan tugas perancangan desain kepada Graphic Designer. Setelah tugas diberikan, maka pembimbing dan penulis akan melakukan diskusi dan komunikasi dua arah mengenai desain yang akan di rancang selesai. Setelah hasil karya yang di rancang selesai, penulis akan memperlihatkan terlebih dahulu karya tersebut kepada pembimbing, yang kemudian dapat di revisi secara langsung oleh pembimbing maupun Mall Director (apabila diperlukan). Koordinasi ini akan berlangsung secara terus menerus hingga karya yang dirancang sesuai dengan keinginan pembimbing maupun Mall Director.

Salah satu contoh koordinasi yang penulis laksanakan pada bulan Februari tahun 2025, yaitu acara *Valentine Day* bernama Love and Fun. Acara *Valentine Day* dilaksanakan dengan mengadakan beberapa kegiatan dan aktivitas, diantaranya berupa Giveaway aplikasi Styles, Fun Photo Contest, dan Love Quotes. Dalam acara ini posisi penulis sebagai Graphic Designer bertanggung jawab dalam merancang berbagai kebutuhan promosi dari kegiatan tersebut baik berupa media digital maupun cetak, diantaranya berupa Spanduk, *Standing Poster*, Postingan *Story* dan *Feeds* Instagram.

Pelaksanaan acara Love and Fun ini dijalankan oleh departemen Marketing Communication, yang terdiri atas Mall Director, Advertizing &

Promotion Officer dan Graphic Designer. Berikut penulis memaparkan alur koordinasi pada departemen Marketing Communication.



Gambar 3.1 Bagan Alur koordinasi

3.2 Tugas yang Dilakukan

Selama bekerja magang sebagai Graphic Designer, penulis bertugas dalam membantu A&P Officer dalam merancang konten grafis sosial media, mencetak, hingga proses *cutting*. Selain itu, penulis juga turut serta dalam proses pengambilan foto maupun video yang dibutuhkan untuk kebutuhan promosi mall.

Berikut ini merupakan daftar tabel mengenai rincian informasi pekerjaan yang penulis lakukan selama magang di Lippo Plaza Jambi.

Tabel 3.1 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Magang

Minggu	Tanggal	Proyek	Keterangan
1	Minggu 28, 30, 31 Januari 2025	1. Imlek Fest 2. Daily content	1. Membuat: - Video dan cover reels Imlek Fest - Sertifikat Imlek Fest 2. Membuat: - Template desain What's on This Weekend

			- Template story daily promotion Cinapolis dan Hypermart - 7 story Instagram
2.	3-7 Februari 2025	1. Signage dan Sticker Lobby Mall 2. Daily Content	1. Merancang signage dan sticker pintu Lobby 2. Membuat: - Video dan cover reels Playmania , IU Concert: The Winning - Template repost story Lippo Plaza Jambi - Template Coming Soon Cinapolis - Carousel What's on This Weekends - 22 Daily story Instagram dan Tiktok - 4 Story Cinapolis
3.	10-14 Februari 2025	1. Love and Fun Valentine Days 2. PPT 3. Re-opening Lippo Malls Nusantara 4. Company Profile 5. Daily Content	1. Membuat: - 5 story Instagram - 3 feeds Instagram - Spanduk 2x2 m - Standing poster A1 Melakukan: - Promosi give away fishball 2. Membuat PPT Interaktif 3. Story dan feeds ucapan selamat re-opening Lippo Malls Nusantara 4. Redesign Company Profile

			5. Membuat: - Carousel What's on This Weekends - 23 Daily story Instagram
4.	17-21 Februari 2025	1. Company Profile 2. MD Gathering 2025 3. Ramadhan Fest 2025 4. Daily Content	1. Membuat desain Company Profile 2. Membuat desain baju dan twibbon bertema Squid Game 3. Mencari: - Pemilihan warna yang tepat sesuai dengan tema Ramadhan - Referensi desain bertema Ramadhan Membuat: - Aset desain ramadhan - Ornament dekorasi ramadhan - Desain story, feeds, Instagram lomba mewarnai, lomba karaoke religi, dan lomba ranking 1 - Brosur A5 promosi Ramadhan Fest 2025 - Spanduk 1x4 m ucapan selamat Ramadhan - Spanduk 2x2m promosi Ramadhan Fest 2025 - Gate lobby bertema Ramadhan - Standing Karakter anak laki-laki dan perempuan muslim 5. Membuat: - Story iklan sewa tenant bazar

			- Carousel What's on This Weekends - 18 Daily story Instagram dan Tiktok - 2 Story Cinepolis
5.	24-28 Februari 2025	1. Promo styles 2. Ramadhan Fest 3. Daily Content	1. Desain carousel Instagram dan voucher promosi Domo Domo bersama styles 2. Mempersiapkan: - Ornamen dekorasi Ramadhan Fest 2025 Membuat: - Story lomba mewarnai - Template gambar Lomba Mewarnai TK dan SD 3. Membuat: - Carousel What's on This Weekends - 16 Daily story Instagram dan Tiktok - 4 Story Hypermart - Video promosi TV Mall
6.	3-7 Maret 2025	1. Ramadhan Fest 2025 2. Daily Content 3. Signage mushola	1. Mempersiapkan: - Ornamen dekorasi Ramadhan Fest 2025

			Membuat: - Story template promosi Ramadhan Fest 2025 - Standing Banner 60 x 160 cm - Template gambar Lomba Mewarnai TK dan SD - Story lomba Rangking 1 bersama IM3 2. Membuat: - Video reels fasilitas malls - Story Cinepolis - Carousel What's on This Weekend - 24 Daily story Instagram dan Tiktok - 1 Story Cinepolis 3. Membuat icon mushola
7.	10-16 Maret 2025	1. Ramadhan Fest 2. Malls 3. Daily Content	1. Mempersiapkan: - Ornamen dekorasi Ramadhan Fest 2025 Membuat: - Spanduk 2x2m Calling All Tenant with IM3 - Feeds Photo Booth Berkah Ramadhan - Cue Card - Desain dan cutting angka peserta lomba - Feeds terbaru seluruh rangkaian lomba Ramadhan Fest 2025

			- Video reels Berkah Ramadhan - Sertifikat peserta lomba Ramadhan Fest 2025 2. Membuat: - Mendesain layout LG Area 3. Membuat: - Carousel What's on This Weekends - 39 Daily story Instagram dan Tiktok - 3 Story Cinepolis - 3 Story Hypermart - Cover reels - Reels promosi film Snow White - Reels Sport Station diskon 70%
8.	17-22 Maret 2025	1. Ramadhan Fest 2. Daily Content	1. Membuat: - Poster A4 (promosi kartu perdana IM3) - Story promosi kartu IM3 - Story promosi ranking 1 dadakan - Desain nomor peserta lomba karaoke religi remaja - Template sertifikat lomba - Poster juara lomba mewarnai TK - Video promo Ramadhan

			- Opening video reels (Semua Kebutuhan Ramadhan ada di sini!) - Desain kartu promosi ranking 1 dadakan 2. Membuat: - Carousel What's on This Weekends - Reels Cinepolis (Seventeen: Right Here World Tour in Cinemas) - 36 Daily story Instagram dan Tiktok - 3 Story Cinepolis - 5 Story Hypermart - Reels buy 1 get 1 Matahari
9.	24-28 Maret 2025	1. Ramadhan Fest 2. Daily Content 3. Malls	1. Membuat: - Sertifikat lomba Ramadhan Fest 2025 - Video reels suasana ramadhan - Feeds dan story Late Night Sale - Spanduk 2 x 2 m promosi tenant (Bahasa Jambi) 2. Membuat: - Carousel What's on This Weekends

			- 25 Daily story Instagram dan Tiktok - 5 Story hypermart - 4 Story Cinepolis 3. Membuat brosur A5 promosi event pensi di mall
10.	7-11 April 2025	1. Promosi Sekolah 2. Malls 2. Daily Content	1. Membuat brosur A5 promosi event pensi di mall 2. Membuat: - Spanduk 2x2 m tenant Jambi - Standing Poster A1 promosi Super Big Sale - Backdrop panggung 200 x 300 cm 3. Membuat: - Carousel What's on This Weekends - 3 Story Cinepolis - 31 Daily story Instagram dan Tiktok

11.	14-20 April 2025	1. Asialicious Fest 2025 2. Malls 3. Daily Content	1. Membuat: - Brosur Asialicious Fest 2025 - Feeds Calling Asialicious Fest 2025 Mencetak: - Brosur Asialicious Fest 2025 Mengambil: - Video acara Bazar vegetarian 2. Membuat: - Spanduk 2x2 m tenant Jambi - Logo Vibe For good, May pop Culture, dan Urban Youth Movement - Mockup bingkai lomba mewarnai Ramadhan Fest 2025 3. Membuat: - Carousel What's on This Weekends - 29 Daily story Instagram dan Tiktok - 3 Story Hypermart - 1 Story Cinepolis - Video reels sosialisasi nobar "Buku HarianKu".
-----	------------------	--	--

12.	21-25 April 2025	1. Asialicious Fest 2025 2. Malls 3. Daily Content	1. Membuat: - Desain feeds Asialicious Fest - Desain story Asialicious Fest 2. Membuat: - Kalender konten bulan Mei - Desain voucher domo-domo spesial hari Kartini - Desain feeds Informa - Video promosi TV 2. Membuat: - Carousel What's on This Weekends - 24 Daily story Instagram dan Tiktok - 2 Story Cinepolis
-----	------------------	--	--



13.	28-04 Mei 2025	1. Asialicious Fest 2025 2. Malls 3. Daily Content	1. Membuat: - Booth foto spanduk 2x2m - Template Asialicious - Story Barongsai Asialicious - Revisi desain Tenant Asialicious Fest 2025 2. Membuat: - Reels rekomendasi Jajanan Lippo Plaza Jambi - Icon highlight Instagram - Nomor fishball 3. Membuat: - Carousel What's on This Weekends - 30 Daily story Instagram dan Tiktok - 2 Story Cinepolis
-----	----------------	--	---



14.	05-09 Mei 2025	1. Asialicious Fest 2025 2. Festival Doeloe 3. Malls 4. Daily Content	1. Membuat: - Video reels Asialicious Fest 2025 2. Membuat: - Desain Feeds Festival Doeloe - Desain Brosur Festival Doeloe - Desain ular tangga 3. Membuat: - Cover Reels 4. Membuat: - Carousel What's on This Weekends - 15 Daily story Instagram dan Tiktok - 4 Story Cinepolis
15.	13-16 Mei 2025	1. Festival Doeloe 2. Malls 3. Daily Content	1. Membuat: - Desain ular tangga 2. Membuat: - Desain dan motion graphics coming soon Skechers - Mini X-Banner - Feeds dan brosur promosi aplikasi styles - Membantu input data & aset mall 3. Membuat: - Carousel What's on This Weekends - 21 Daily story Instagram dan Tiktok - 2 Story Cinepolis

16.	19-23 Mei 2025	1. Malls 2. Daily Content	1. Membuat: - Mengedit video reels “Our Performance dari Stella Maris School” - Membantu input data & foto aset mall - Sertifikat apresiasi Aston Hotel & Conference Center - Sertifikat juara lomba makan mie dan doorprize - Kalender bulan Juni 2. Membuat: - Carousel What’s on This Weekends - 26 Daily story Instagram dan Tiktok - 3 Story Hypermart - 6 Story Cinapolis
-----	----------------	------------------------------	--

17.	26-30 Mei 2025	1. Malls 2. Daily Content	1. Membuat: - Logo event bulan Juni sampai Desember - Cover reels Instagram - Story Opening Skechers - Story Festival Doeloe - Merevisi desain Kalender Juni - Mempersiapkan doorprize Opening Skechers - Video reels Opening Skechers 2. Membuat: - Carousal What's on This Weekends - 26 Daily story Instagram dan Tiktok - 7 Story Hypermart - 4 Story Cinepolis
-----	----------------	------------------------------	--

3.3 Uraian Pelaksanaan Magang

Pada bagian uraian pelaksanaan magang, penulis akan memaparkan proyek yang penulis kerjakan selama kerja magang di Lippo Plaza Jambi berlangsung. Proyek utama yang penulis kerjakan berupa kebutuhan promosi acara Ramadhan Fest 2025, mulai dari promosi sosial media hingga eksekusi dan implementasi desain.

Lippo Plaza Jambi hingga saat ini telah mengadakan berbagai acara yang serupa dengan Ramadhan Fest 2025 diantaranya adalah Imlek Fest dan Christmas Fest. Ramadhan Fest 2025 merupakan acara tahunan yang rutin dilaksanakan, mulai dari tahun 2024 dalam rangka menyambut datangnya bulan suci Ramadhan. Selain mengerjakan proyek Ramadhan Fest 2025, penulis juga membantu dalam menyelesaikan berbagai tugas tambahan, diantaranya merancang *Signage Lobby Mall*, *Standing Poster Love and Fun* spesial hari Valentine, pembuatan desain *Backdrop Panggung Asialicious Fest*, dan Mini X-Banner.

3.3.1 Proses Pelaksanaan Tugas Utama Magang

Selama bekerja magang penulis melaksanakan tugas utama, yaitu merancang segala bentuk promosi dari Ramadhan Fest 2025, mulai dari media digital hingga media cetak. Kegiatan Ramadhan Fest 2025 dilaksanakan pada 14-23 Maret 2025, dimana terdapat berbagai kegiatan dan bazar yang dilaksanakan dengan mengundang berbagai *tenant* yang hadir, diantaranya bazar UMKM kuliner dan takjil, bazar fashion dan busana lebaran, aksesoris dan perhiasan, parsel lebaran, kue lebaran, produk kesehatan dan kecantikan, dealer otomotif, dan berbagai bazar lainnya.

Dalam merancang desain Ramadhan, penulis mendapatkan *copywriting* terlebih dahulu dari supervisor untuk melengkapi desain yang akan dirancang. Namun, dalam perancangan desain terdapat kurangnya arahan dan informasi yang jelas mengenai konsep desain yang diinginkan. Selain itu, dalam pengerjaannya terdapat keterbatasan waktu untuk menciptakan konsep dan ide. Oleh sebab itu, penulis menyesuaikan desain dengan *vibes* ramadhan dengan tema yang suci dan islamic serta mengkombinasikan berbagai ornamen yang identik dengan ramadhan. Ornamen tersebut diantaranya berupa masjid, kubah, ketupat, bulan, corak arabesque, dan bintang untuk melengkapi aset desain. Berikut merupakan aset desain ramadhan yang telah penulis buat.



Gambar 3.2 Aset Design Ramadhan Fest 2025
Sumber: Dokumentasi perusahaan

Selain membuat aset visual, penulis juga mencari berbagai referensi-referensi desain promosi yang berhubungan dengan tema ramadhan dan menyesuaikan *layout* dengan desain *thematic event* yang pernah dibuat sebelumnya. Berikut penulis lampirkan contoh salah satu hasil desain *thematic event* yang pernah diadakan dimall sebelumnya.



Gambar 3.3 Referensi desain Imlek Fest
Sumber: Dokumentasi perusahaan

Pada tahap pencarian referensi desain *layout* dan warna pada desain Ramadhan Fest, penulis menggunakan aplikasi Pinterest untuk mendapatkan kombinasi warna dan *layout* yang tepat. Penulis menggabungkan dua warna yang memiliki kesan *calm* dan ceria seperti hijau dan kuning. Penggabungan tersebut bertujuan memberikan gradasi yang menimbulkan harmonisasi dan *balance* sehingga tidak terkesan monoton. Berikut merupakan referensi desain dan penggunaan warna yang menjadi acuan penulis dalam merancang desain Ramadhan Fest 2025.



Gambar 3.4 *Moodboard*
Sumber: Dokumentasi pribadi.

Pada perancangan desain Ramadhan Fest 2025, penulis memilih dua jenis *font* yang akan digunakan. Pada *headline*, penulis menggunakan *font* Bitcheese yang luwes, tidak kaku dan membosankan untuk menarik perhatian audiens terhadap isi bacaan. Kemudian, untuk mempermudah audiens dalam membaca *text* informasi pada desain, penulis menggunakan *font* Monserrat sebagai *body text*.

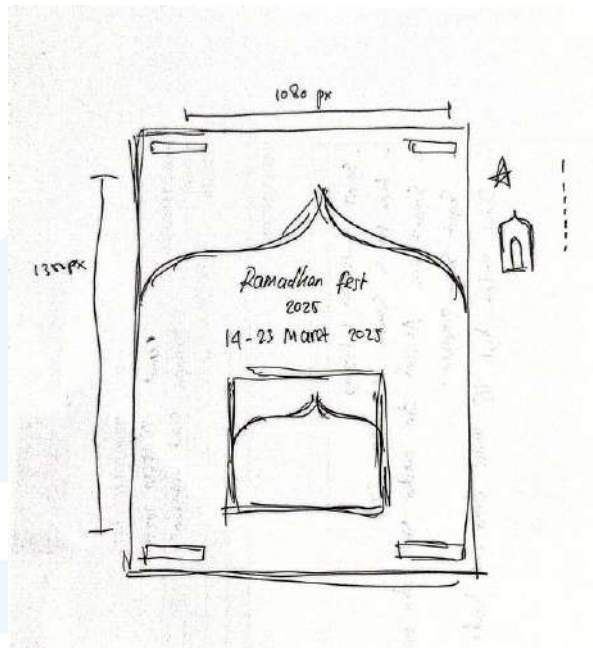
Bitcheese!

Montserrat Thin
Montserrat Extra Light
Montserrat Light
Montserrat Regular
Montserrat Medium
Montserrat SemiBold
Montserrat Bold
Montserrat ExtraBold
Montserrat Black

Montserrat Thin Italic
Montserrat Extra Light Italic
Montserrat Light Italic
Montserrat Italic
Montserrat Medium Italic
Montserrat SemiBold Italic
Montserrat Bold Italic
Montserrat ExtraBold Italic
Montserrat Black Italic

Gambar 3.5 *Typography*
Sumber: Dokumentasi pribadi.

Sebelum melewati tahap perancangan digital, penulis membuat sketsa terlebih dahulu sebagai acuan perancangan. *Key visual* ini dibuat dengan ukuran 1080 x 1350 px yang menonjolkan bentuk kubah dan masjid serta *copywriting* pada bagian tengah sebagai *point of interest*.



Gambar 3.6 Sketsa Ramadhan Fest 2025

Setelah melewati tahapan perancangan sketsa, Penulis memindahkan desain ke dalam bentuk media digital. Penulis merancang desain Ramadhan Fest 2025 ini menggunakan aplikasi Adobe Illustrator. Berikut merupakan hasil akhir *key visual* dari desain Ramadhan Fest 2025 yang telah penulis buat.



Gambar 3.7 Key visual
Sumber: Dokumentasi pribadi.

Key visual dibuat dengan bagian tengah terdiri atas ornamen masjid sebagai *attention*, terdapat bintang dan kubah yang seolah-olah digantungkan tali mempresentasikan suasana ramadhan. Latar belakang dengan gradasi hijau dan kuning bertujuan menggambarkan suasana langit dan pertanda masuknya bulan ramadhan. Pada *background* juga terdapat bintang-bintang kecil yang seolah-olah muncul dari langit untuk mempresentasikan simbol kesucian. Kemudian, terdapat aset desain yang dibuat transparansi pada bagian kiri dan kanan agar tidak terkesan monoton. Penulis membuat desain dengan *single column* agar terkesan rapi dan terstruktur.

Setelah *key visual* selesai dibuat, penulis melakukan asistensi kepada supervisor terlebih dahulu. Setelah supervisor setuju dengan desain yang telah di rancang, penulis menjadikan desain tersebut sebagai acuan untuk mengembangkan desain ke berbagai media digital dan cetak. Pada media cetak maupun media digital, supervisor akan memberikan arahan mengenai berbagai bentuk ukuran *layout* desain yang ingin dibuat serta diimplementasikan dimana. Dengan begitu, dapat mempermudah penulis dalam menyesuaikan *layout* desain terhadap media nyata.

3.3.1.1 Perancangan media promosi Ramadhan Fest 2025

Pada media promosi Ramadhan Fest 2025, penulis berperan dalam merancang media digital maupun cetak. Perancangan ini berlangsung pada akhir bulan Februari sebelum bulan ramadhan tiba sampai akhir Maret 2025 setelah acara Ramadhan Fest 2025 berakhir.

1. Perancangan media digital Ramadhan Fest 2025.

Pada media digital penulis merancang berbagai media yang akan dipromosikan ke Instagram maupun Tiktok, yang terdiri atas 6 *carousel* dan 1 *feeds* postingan Instagram berukuran 1080 x 1350, serta *Story* berukuran

1920 x 1080 px. Pada perancangan desain digital Ramadhan Fest, penulis menggunakan logo dengan *layout* yang telah ditentukan oleh perusahaan sebelumnya. Penulis juga menambahkan *copywriting* yang telah di buat oleh supervisor ke dalam desain. Dalam pembuatan media digital ini, penulis juga melewati tahapan asistensi dan revisi terlebih dahulu kepada supervisor. Apabila supervisor telah setuju terhadap desain yang telah dibuat, maka desain selanjut akan siap di upload pada sosial media.

a. Instagram Carousel

Perancangan Instagram *carousel* dibuat dengan ukuran 1080 x 1350 px, menyesuaikan dengan ukuran Instagram secara umum. Perancangan Instagram *carousel* ini digunakan sebagai *interest* dan *action* audiens terhadap acara Ramadhan Fest 2025. Pada tiga *slide* pertama carousel terdapat informasi utama yang berfungsi mempromosikan acara Ramadhan Fest dan mengajak *tenant-tenant* serta customer untuk bergabung lewat informasi yang dipaparkan disertai CTA (*Call To Action*).



Gambar 3.8 Instagram Carousel 1
Sumber: Dokumentasi pribadi.

Slide 1, berisi informasi yang memaparkan mengenai keseluruhan kegiatan Ramadhan fest 2025. Dimulai dari tanggal pelaksanaan kegiatan, apa saja jenis

bazar atau kegiatan yang akan dilaksanakan dan nomor kontak yang dapat dihubungi apabila ingin berpartisipasi atau berkolaborasi dalam acara Ramadhan Fest.



Gambar 3.9 Slide 1
Sumber: Dokumentasi pribadi.

Slide 2, berisi informasi yang mengajak customer untuk bergabung ke dalam acara. Ornamen desain di letakan pada bagian atas dan *copywriting* di letakan pada bagian tengah bertujuan menarik perhatian audiens untuk langsung membaca isi pesan yang disampaikan.



Gambar 3.10 Slide 2
Sumber: Dokumentasi pribadi.

Slide 3, berisi rincian seluruh jadwal kegiatan Ramadhan Fest 2025 yang akan dilaksanakan dibulan

Maret. Penulis membuat desain menyerupai bentuk kalender agar lebih mudah dipahami oleh target audiens.



Gambar 3.11 Slide 3
Sumber: Dokumentasi pribadi.

Pada slide 4, 5, dan 6 terdapat informasi *detail* mengenai kategori, jadwal pelaksanaan, syarat dan ketentuan, tema, biaya pendaftaran, dan hadiah untuk para partisipan dari rangkaian lomba yang dilaksanakan selama Ramadhan Fest berlangsung. Selain itu, terdapat CTA sebagai ajakan bagi para partisipan untuk mengikuti lomba yang diadakan.



Gambar 3.12 Instagram Carousel 2
Sumber: Dokumentasi pribadi

Slide 4, berisikan *detail* informasi mengenai acara lomba mewarnai TK (Taman Kanak-kanak) dan SD (Sekolah Dasar). Penulis membuat *headline* dengan

background pelangi, disertai penambahan bentuk kuas dan percikan cat untuk mempresentasikan kegiatan lomba. Pada *sub headline* dan harga diberi *rounded shape* sebagai *attention* utama sebelum audiens masuk ke bagian *body text*. Pada tulisan “hadiah” diberi shape pada bagian belakangnya berfungsi untuk memberikan *highlight*.



Gambar 3.13 Slide 4
Sumber: Dokumentasi pribadi

Slide 5, berisikan *detail* informasi dari Kompetisi Rangking 1 yang akan dilaksanakan oleh siswa kelas SD bersama IM3. Penulis menambahkan bentuk piala dan pita pada *headline* untuk mempresentasikan kegiatan lomba yang dilaksanakan, yaitu lomba Rangking 1. Kemudian, terdapat penambahan logo IM3 sebagai bukti kolaborasi dan kerja sama yang dilakukan bersama IM3.



Gambar 3.14 Slide 5
Sumber: Dokumentasi pribadi

Slide 6, berisikan detail informasi mengenai Lomba Karaoke Religi Remaja yang akan diikuti oleh kategori usia 12-18 tahun. Pada *headline* desain ini, penulis menambahkan bentuk *mic* dan musik untuk mempresentasikan acara yang dilakukan, yaitu lomba menyanyi.



Gambar 3.15 Slide 6
Sumber: Dokumentasi pribadi

Pada setiap *slide*, penulis menambahkan bentuk atau visual pada *headline* yang mempresentasikan kegiatan acara. Tujuannya adalah agar audiens dapat dengan mudah mengidentifikasi jenis kegiatan yang akan dilaksanakan. Setiap *slide* penulis buat dengan *layout* dan *background*

yang seragam untuk memberitahu audiens bahwa acara tersebut termasuk dalam satu rangkaian acara dari Ramadhan Fest 2025.

Slide 7, penulis membuat *headline* berukuran besar sebagai *attention*. Pada tulisan “Edisi Berkah Ramadhan” diberi *rounded shape* sebagai *highlight*. Kemudian, terdapat foto dari *booth* ramadhan pada bagian tengah disertai dengan bentuk kamera sebagai petunjuk tempat dan kegiatan yang dilaksanakan. Penulis juga menambahkan bingkai pada foto dan elemen ketupat agar desain tidak terkesan monoton. Pada bagian hadiah, penulis buat dengan warna yang berbeda untuk menarik audiens dalam mengikuti acara. Pada syarat dan ketentuan di tambahkan *rounded shape* sebagai *highlight* agar audiens tidak terlewat untuk membaca.



Gambar 3.16 Instagram Carousel 3

b. Instagram Post

Pada desain Instagram *post* ini, penulis mendapatkan arahan dari supervisor untuk merancang satu desain Instagram berukuran 1080 x 1350 px yang akan di posting sebagai media promosi acara di *feeds* Instagram. Supervisor juga memberikan *copywriting* yang akan penulis implementasikan pada desain. Berikut merupakan

hasil dari perancangan desain *feeds* Late Night Sale yang telah penulis rancang.



Gambar 3.17 Instagram Post

Tujuan perancangan desain ini adalah untuk memberi informasi kepada customer bahwa mall buka sampai jam 23.00 pada malam lebaran idul fitri 2025. Desain dibuat sama seperti desain-desain sebelumnya, namun dibuat dengan susunan bintang dan kubah yang berbeda. Penulis juga menambahkan elemen Bintang pada sudut tulisan “Late Night”, *outline* hijau, dan *shadow* pada tulisan “SALE” sebagai *point of interest*.

c. Story Instagram dan Tiktok

Perancangan *story* memiliki fungsi dan desain *layout* yang kurang lebih sama seperti Instagram *feeds*. Namun, ukuran yang digunakan berbeda, yaitu 1080 x 1920 px. Ukuran ini dibuat dengan menyesuaikan bentuk postingan *story* Instagram. Perancangan Instagram *story* digunakan sebagai media *interest* dan *action* audiens terhadap acara Ramadhan Fest 2025. Berikut merupakan proses dari perancangan *story* yang penulis buat menggunakan aplikasi Adobe Illustrator.



Gambar 3.18 Story 1 dan 2

Pada *story* 1, terdapat informasi mengenai tanggal pelaksanaan acara, tenant yang hadir, dan CTA (*Call To Action*) pada acara Ramadhan Fest. *Story* 2, berisi jadwal kegiatan yang dilaksanakan selama Ramadhan Fest 2025 berlangsung.



Gambar 3.19 *Story* 3, 4, dan 5

Selanjutnya, pada *story* 3, 4, dan 5 berisi rincian berbagai lomba yang akan dilaksanakan selama Ramadhan Fest berlangsung, diantaranya Lomba Mewarnai, Lomba Karaoke Religi Remaja, dan Kompetisi Rangking 1 bersama IM3.



Gambar 3.20 Story 6,7,8,9

Pada *story* 6, berisikan rincian informasi mengenai syarat dan ketentuan dalam mengikuti kegiatan *Photo Booth Challenge*. *Story* 7, berisikan informasi mengenai promosi “Ngabuburit berhadiah Seru” yang dilaksanakan secara mendadak di mall pada saat Ramadhan Fest berlangsung. *Story* 8, berisikan informasi mengenai kegiatan Late Night Sale. Dimana terdapat informasi mengenai jam operasional mall. Mall akan buka lebih lama dari hari biasanya dan yaitu dilaksanakan sampai pukul 23.00 WIB pada tanggal 29 dan 30 Maret 2025. *Story* 9, berisikan informasi mengenai mall Lippo Plaza Jambi yang tetap buka selama Idul Fitri. Dimana berlangsung pada 31 Maret 2025 dari pukul 10.00 sampai 22.00 WIB.

2. Perancangan media cetak Ramadhan Fest 2025

Pada media cetak, penulis mendapatkan arahan dari supervisor untuk melakukan perancangan berbagai media cetak, selama promosi Ramadhan Fest berlangsung. Dalam melakukan perancangan desain cetak Ramadhan Fest, terdapat beberapa desain yang ditambahkan *copywriting*. *Copywriting* tersebut sebelumnya telah diberikan terlebih dahulu oleh supervisor untuk melengkapi desain yang penulis buat. Media cetak yang penulis buat diantaranya, berupa *gate* Ramadhan Fest, spanduk

berukuran 1 x 4m dan 2 x 2m, *standing banner* 4 x 1m, *cue card* berukuran A5, sertifikat berukuran A4 serta *template* lomba gambar TK dan SD berukuran A4.

a. *Gate Ramadhan Fest*

Pada perancangan *gate* Ramadhan Fest, supervisor memberikan arahan kepada penulis untuk melakukan perancangan desain karakter yang akan di tempelkan pada *gate*. Tujuan perancangan karakter tersebut adalah untuk menarik perhatian pengunjung yang datang ke mall. Setelah menerima arahan dari supervisor selanjutnya, penulis mencari referensi berbagai bentuk karakter laki-laki dan perempuan bertemakan ramadhan. Namun, dikarenakan terdapat keterbatasan waktu pengerjaannya sehingga penulis langsung mengeksekusikan desain dengan menggunakan aplikasi Adobe Illustrator. Berikut merupakan hasil desain karakter yang telah penulis rancang.



Gambar 3.21 Desain digital karakter Ramadhan Fest

Setelah disetujui oleh supervisor kemudian desain langsung dieksekusi ke dalam bentuk media cetak. Dalam menyesuaikan bentuk karakter dengan *gate* yang telah tersedia, penulis dan supervisor melakukan *survey* secara langsung ke lokasi *gate* dan melakukan pengukuran tinggi

tiang yang ingin di aplikasikan dengan karakter *foam board* nantinya.

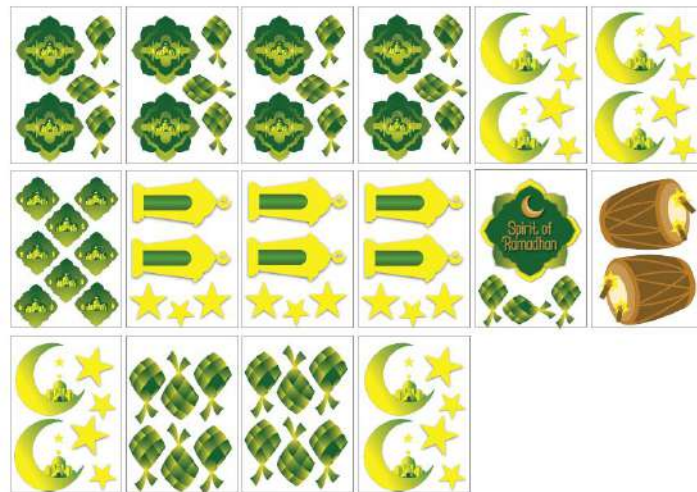
Setelah penulis dan supervisor menemukan tinggi yang tepat, kemudian desain siap dicetak dengan ukuran tinggi 97 cm dan lebar 50 cm. Dalam penggunaan bahan, karakter dicetak menggunakan bahan stiker *vinyl transparant* dengan laminasi *glossy*. Laminasi *glossy* digunakan agar desain terlihat *eyecatching* jika dilihat dari kejauhan. *Cutting* yang digunakan merupakan teknik *kiss cut* agar mempermudah proses penempelan pada *foam board*. Desain yang telah dicetak kemudian, akan di rekatkan pada *foam board* agar karakter dapat berdiri tegak. Berikut merupakan hasil desain penulis yang telah diimplementasikan pada *foam board*.



Gambar 3.22 Finalisasi desain karakter Ramadhan Fest

Supervisor juga memberikan arahan untuk melakukan perancangan desain ornamen ramadhan. Ornamen ini nantinya akan digunakan sebagai properti yang menghiasi mall pada bulan ramadhan. Perancangan ornamen dibuat dengan menyesuaikan tema ramadhan

yang *islamic*. Bentuk yang dibuat terdiri atas bentuk masjid, ketupat, bulan, dan bintang serta bedug sebagai tambahan permintaan dari supervisor. Seluruh desain ornamen dibuat dengan media *artboard* berukuran A3. Tujuannya adalah mempermudah proses pencetakan dan penempelan. Berikut merupakan hasil desain ornamen yang telah penulis rancang.



Gambar 3. 23 Proses perancangan desain ornamen Ramadhan Fest

Pembuatan ornamen terdiri dari desain satu sisi dan dua sisi. Pada desain satu sisi akan ditempelkan pada *gate* dan pintu *lobby*. Pada desain dua sisi akan digantungkan ke beberapa lokasi di mall. Dalam perancangan ornamen dua sisi, penulis membuat desain secara *mirror* yang terdiri dari bentuk depan dan bentuk belakang. Tujuan pembuatan desain secara *mirror* adalah membuat ornamen terlihat *eye catcing* dan tidak kosong apabila, ornamen yang digantungkan berputar.

Ornamen yang telah setelah selesai di rancang, kemudian, diasistensikan terlebih dahulu kepada supervisor. Setelah supervisor setuju dengan desain yang telah dibuat, desain langsung dieksekusi menuju

percetakan. Ornamen akan di cetak dalam bentuk stiker berbahan *vinyl* dan laminasi *glossy*. Berikut merupakan hasil perancangan desain yang telah dicetak ke dalam bentuk stiker.



Gambar 3.24 Hasil akhir stiker yang telah di cetak

Pada ornamen *gate* dan *lobby* hanya melewati tahapan penempelan satu sisi dan *cutting* saja. Namun, untuk ornamen yang digantung terdapat beberapa tahapan yang harus dilewati. Proses tersebut, diantaranya proses penempelan stiker, proses *cutting foam board*, dan memasang tali. Berikut merupakan dokumentasi dari proses *cutting* dan penempelan stiker pada *foam board* yang telah penulis lakukan.



Gambar 3.25 Proses *Cutting* ornamen Ramadhan Fest

Pertama, desain stiker yang telah jadi akan di tempelkan pada *foam board*. Kemudian, di tambahkan lem tembak pada seluruh sisi stiker agar stiker dapat merekat sempurna dengan kuat pada *foam board*. selanjutnya, setelah stiker dan *foamboard* merekat sempurna, *foam board* akan di potong menggunakan *cutter* mengikuti bentuk desain yang telah dibuat. Pada ornamen gantung akan ditempelkan kembali stiker pada sisi sebaliknya dengan cara yang sama.

Pada tahap terakhir, yaitu melubangi kedua sisi bagian atas dan bawah *foamboard*. Setelah dilubangi, kemudian masukkan tali nilon pada lubang tersebut. Penggunaan tali nilon dengan warna bening (*transparant*) bertujuan agar ornamen terlihat rapi dan bersih saat digantungkan di beberapa area mall. Berikut merupakan hasil desain ornamen yang telah diberi tali nilon.



Gambar 3.26 Hasil akhir ornamen Ramadhan Fest

Setelah seluruh proses pembuatan ornamen selesai, tahapan selanjutnya adalah mengimplementasikan ornamen pada media yang telah ditentukan. Berikut merupakan salah satu hasil *mockup* ornamen yang telah selesai di rangkai, berupa desain *gate*.



Gambar 3.27 *Mockup Gate* Ramadhan Fest

Penambahan ornamen pada beberapa sisi mall bertujuan mempresentasikan masuknya bulan Ramadhan. Berikut merupakan hasil desain ornamen yang diimplementasikan pada pintu lobby.



Gambar 3.28 Implementasi ornamen pada pintu lobby

Beberapa desain ornamen akan digantungkan untuk menghiasi area pada atrium mall. Berikut merupakan hasil akhir dari perancangan desain ornamen sebelum digantungkan pada area atrium mall.



Gambar 3.29 Ornamen pada atrium mall

b. Spanduk 1 x 4 m

Media cetak berikutnya merupakan perancangan spanduk promosi. Pada perancangan spanduk, penulis diberi arahan oleh supervisor untuk membuat spanduk berukuran 4 x 1m. Spanduk digunakan sebagai salah satu media promosi mall serta bertujuan untuk menandakan mall merayakan bulan suci Ramadhan. Berikut merupakan proses penulis dalam merancang spanduk Ramadhan Fest dengan menggunakan aplikasi Adobe Illustrator.



Gambar 3.30 Proses perancangan spanduk 1 x 4 m

Setelah proses desain selesai, kemudian penulis melakukan asistensi untuk mendapatkan masukan dan pendapat dari Supervisor dan Mall Director. Revisi yang diberikan, terletak pada *copywriting* dan ukuran *font* pada

spanduk. Setelah melakukan revisi selama beberapa kali, supervisor dan Mall Director setuju terhadap hasil desain yang dibuat. Kemudian, spanduk siap di cetak dengan ukuran 1 x 4 m berbahan flexi. Setiap spanduk yang dicetak oleh mall menggunakan bahan flexi. Spanduk ini akan di pasangkan di area dekat pinggir jalan. Tujuannya adalah agar mudah terlihat oleh khalayak ramai yang melewati mall. Berikut merupakan hasil dari spanduk yang telah penulis buat.



Gambar 3.31 Hasil perancangan spanduk 1 x 4 m

c. Spanduk 2 x 2 m

Perancangan media cetak selanjutnya merupakan spanduk 2 x 2m. Supervisor memberikan arahan kepada penulis untuk merancang media promosi lainnya yang akan diposisikan pada bagian depan pintu *lobby* utama mall. Tujuan pemasangan spanduk ini adalah untuk mempromosikan berbagai macam acara dan bazar yang akan di selenggarakan oleh mall selama Ramadhan Fest berlangsung. Berikut penulis paparkan proses desain yang penulis kerjakan.



Gambar 3.32 Proses perancangan spanduk 2 x 2 m

Pada perancangan spanduk, penulis juga telah melakukan asistensi dan melewati beberapa kali revisi. Setelah desain spanduk disetujui oleh Supervisor, selanjutnya spanduk akan di cetak dan di pasangkan pada rangka besi agar dapat berdiri tegak. Pemasangan spanduk diposisikan pada bagian depan *lobby* utama, tujuannya adalah agar mudah terlihat oleh pengunjung yang akan masuk ke dalam mall. Berikut merupakan dokumentasi dari desain spanduk 2 x 2 m yang telah penulis desain.



Gambar 3.33 Hasil perancangan spanduk 2 x 2 m

d. *Standing Banner* 4 x 1m

Media cetak selanjutnya, merupakan *standing banner*. Penulis mendapatkan arahan dari Supervisor untuk

melakukan perancangan desain *standing banner* berukuran 4 x 1 m. *Standing banner* ini berfungsi untuk mempromosikan berbagai perlombaan yang diadakan selama Ramadhan Fest berlangsung. Selain itu, bertujuan memaparkan informasi lomba dengan lebih *detail*. Berikut merupakan proses desain dari *standing banner* yang telah penulis buat.



Gambar 3.34 Proses perancangan spanduk 4 x 1 m

Pada perancangan *standing banner* ini, penulis telah melakukan asistensi dan beberapa kali revisi kepada supervisor. Selanjutnya, setelah mendapat persetujuan *standing banner* akan masuk ke proses percetakan. *Standing banner* ini di posisikan letaknya pada bagian dalam pintu masuk berdekatan dengan *customer service*. Posisi ini dibuat adalah agar *standing banner* mudah

terjangkau oleh pengunjung yang akan berbelanja di mall. Berikut merupakan hasil akhir dari perancangan *standing banner* yang telah penulis buat.



Gambar 3.35 Hasil perancangan spanduk 1 x 4 m

e. *Cue Card A5*

Perancangan *cue card* dibuat berdasarkan arahan dari supervisor. Desain yang dibuat menyesuaikan dengan desain seperti pada *cover* brosur dengan ukuran A5 (14,8 x 21 cm). *Cue card* ini dibuat untuk MC (Master of Ceremony) dalam melengkapi acara Ramadhan Fest.



Gambar 3.36 Cue card

f. Sertifikat A4

Perancangan selanjutnya merupakan sertifikat berukuran A4. Supervisor memberikan arahan kepada penulis untuk melakukan perancangan sertifikat. Sertifikat dibuat dengan dua desain yang berbeda. Desain pertama, dibuat sebagai bentuk dokumentasi para peserta yang menang lomba Ramadhan Fest. Supervisor memberikan arahan untuk melakukan perancangan sertifikat pertama dengan desain yang lebih sederhana dan berlatar belakang putih. Berikut merupakan proses desain sertifikat pertama yang telah penulis buat.



Gambar 3.37 Proses perancangan sertifikat Ramadhan Fest

Background pada sertifikat ini dibuat dengan warna putih sesuai keinginan supervisor agar terkesan lebih

sederhana. Penulis menambahkan elemen kubah, bintang, dan bulan agar tidak terkesan kosong. Pada *copywriting* diberi shape bertujuan sebagai *highlight*.

Selanjutnya sertifikat kedua, dibuat sebagai dibuat sebagai bentuk penghargaan kepada para peserta yang telah mengikuti lomba Ramadhan Fest. Berikut merupakan proses desain sertifikat kedua yang telah penulis buat.



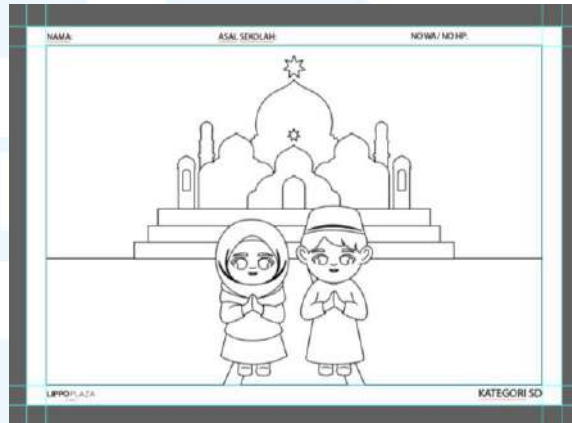
Gambar 3.38 Hasil perancangan sertifikat Ramadhan Fest

Desain pada sertifikat ini dibuat dengan menyesuaikan sertifikat sebelumnya, namun *background* dibuat berwarna hijau sebagai pembeda. Penulis menggunakan warna kuning dengan font *handwriting* pada nama partisipan sebagai *point of interest*. Penambahan elemen Bintang pada bagian bawah kanan dan kiri agar tidak terkesan kosong.

g. Template Lomba Gambar

Pada perancangan *template* lomba gambar, supervisor mengarahkan penulis untuk melakukan perancangan desain *template* yang akan digunakan dalam lomba mewarnai TK dan SD. *Template* lomba gambar dibuat dengan ukuran A4 dengan dua desain yang berbeda.

Pada desain lomba mewarnai TK dibuat lebih sederhana dan menggunakan bentuk yang lebih luas dan lebar. Tujuan pembuatan desain bentuk yang lebih lebar adalah mempermudah anak-anak TK untuk menjangkau objek-objek bentuk yang akan diwarnai.



Gambar 3.39 Proses perancangan Template Lomba Gambar TK

Pada template lomba mewarnai SD, *template* gambar dibuat lebih rumit dan memberikan lebih banyak ruang kosong. Tujuan pembuatan ruang kosong adalah mengembangkan kreatifitas anak dalam menciptakan bentuk-bentuk baru.



Gambar 3.40 Proses perancangan *Template* Lomba Gambar SD

Setelah desain *template* lomba selesai, penulis melakukan asistensi dan revisi bersama Supervisor.

Kemudian, gambar yang telah melewati finalisasi akan di cetak pada kertas. Pada saat perlombaan, para peserta diberikan kebebasan dan kreatifitas dalam penggunaan warna. Berikut merupakan salah satu dokumentasi hasil desain *template* gambar yang telah diberi warna oleh para peserta lomba.



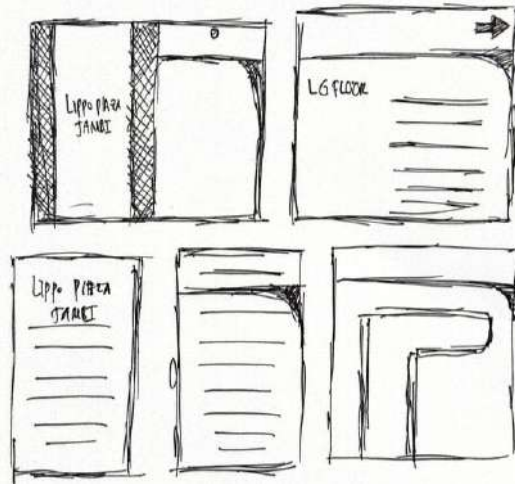
Gambar 3.41 Implementasi *Template* Lomba Gambar TK dan SD

3.3.2 Proses Pelaksanaan Tugas Tambahan Magang

Selama penulis melaksanakan kerja magang di Lippo Plaza Jambi, terdapat tugas tambahan lainnya yang penulis lakukan. Perancangan tugas tambahan magang yang penulis kerjakan, diantaranya perancangan *signage* Lobby Mall, Spanduk Love and Fun spesial hari Valentine, *Backdrop* Asialicious Festival, dan *Mini X-Banner*

3.3.2.1 *Signage Lobby Mall*

Saat mengerjakan proyek ini, penulis di berikan arahan oleh mall director terlebih dahulu mengenai tempat dan bentuk *signage* yang akan dikerjakan. Setelah menemukan ukuran yang tepat, penulis mencari dan menganalisa berbagai bentuk referensi *signage* bersama supervisor. Berikut penulis lampirkan sketsa dari pembuatan *signage* sebelum masuk ke dalam proses digitalisasi.



Gambar 3.42 Sketsa *Signage*

Supervisor memberikan referensi dan rekomendasi mengenai bentuk *signage* dengan menggabungkan tanaman *artificial*. Kemudian, penulis mulai membuat perancangan dekorasi tanaman *artificial* sesuai keinginan supervisor menggunakan aplikasi Adobe Photoshop sebagai berikut.



Gambar 3.43 Artificial Interior Signage Mall

Perancangan desain ini dibuat dengan tujuan agar pengunjung yang datang dapat menjadikan *signage* ini tidak hanya sebagai petunjuk. Namun, juga tempat untuk berfoto dan membagikannya di sosial media sekaligus sebagai bentuk promosi. Selanjutnya, penulis mulai membuat desain *signage* dengan

menentukan aset visual terlebih dahulu yang akan di gunakan sebagai latar belakang *signage*. Pembuatan aset visual didasari oleh berbagai jenis tenant yang ada di mall, diantaranya *Shopping, Fashion, Cinema, Food and Beverages*, dan lain sebagainya. Berikut penulis jabarkan terlebih dahulu berbagai tenant yang ada di mall.



Gambar 3.44 Proses penjabaran daftar tenant mall

Dalam pembuatan desain *signage*, penulis juga melakukan asistensi dan revisi bersama supervisor dan mall director. Berikut penulis jabarkan proses pembuatan *signage* sebelum masuk ke tahap alternatif desain.



Gambar 3.45 Proses pembuatan signage

Pada tahapan selanjutnya, penulis membuat beberapa alternatif desain signage. Pembuatan alternatif ini dimaksudkan agar mall director dapat memilih mana desain yang akan digunakan nantinya sebagai *signage* pintu masuk *lobby*. Pemilihan bentuk dan warna diusulkan bersama supervisor, dengan hasil final berupa kombinasi warna hijau dan abu-abu sebagai berikut.



Gambar 3.46 Alterantif Signage

Setelah desain final dipilih oleh mall director, kemudian supervisor mengusulkan untuk membuat *mockup*. *Mockup* dibuat menyesuaikan dengan tempat dimana *signage* akan di tempatkan. Berikut merupakan hasil akhir dari pengabungan tanaman *artificial* dengan *signage* yang telah penulis buat.

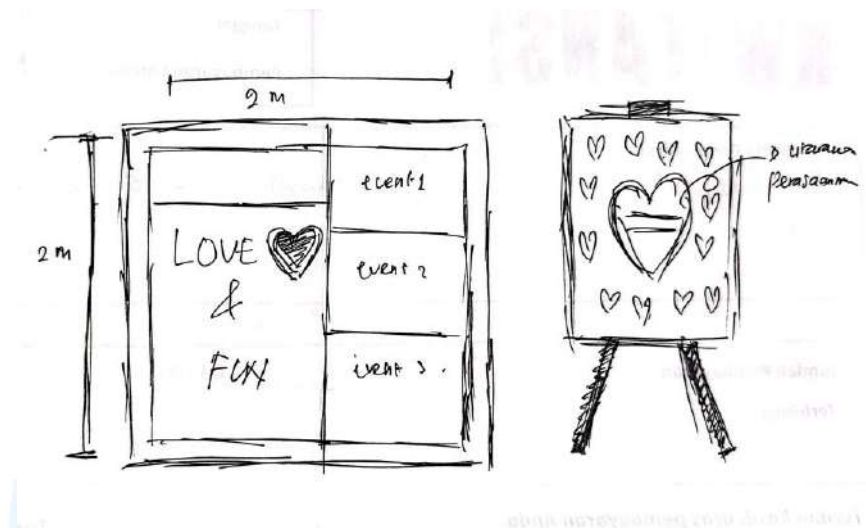


Gambar 3.47 Hasil akhir desain *signage*

3.3.2.2 Love and Fun Spesial hari Valentine

Love and Fun merupakan salah satu acara yang diadakan oleh Lippo Plaza Jambi dalam rangka merayakan hari valentine yang bertepatan pada tanggal 14 Februari 2025. Dalam mendukung dan mempromosikan acara ini, penulis di berikan tugas oleh supervisor untuk melakukan perancangan desain spanduk promosi dan *standing poster*. Supervisor memberikan arahan untuk melakukan perancangan spanduk berukuran 2 x 2m dan standing poster berukuran A2 (42 cm x 59,4 cm). Berikut penulis lampirkan sketsa spanduk yang telah penulis rancang.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3.48 Sketsa *Valentine Day*

Setelah proses sketsa selesai dibuat, penulis melanjutkan pencarian referensi desain dan penggunaan warna yang berhubungan dengan *valentine day* di aplikasi Pinterest. Berikut merupakan beberapa referensi desain yang penulis temukan.



Gambar 3.49 Referensi *Valentine Days*

Dari referensi tersebut, penulis mengamati elemen, bentuk, penggunaan warna, dan layout yang digunakan. Kemudian, penulis menentukan beberapa penggunaan warna, seperti merah, merah

jambu, dan kuning yang mempresentasikan kesan hangat, kasih sayang, dan cinta.

Setelah referensi dan *moodboard* terbentuk, penulis melanjutkan perancangan desain ke dalam bentuk digital. Perancangan desain spanduk dibuat oleh penulis dengan menggunakan aplikasi Adobe Illustrator dengan proses sebagai berikut.



Gambar 3.50 Proses pembuatan spanduk valentine

Spanduk ini akan diposisikan pada bagian depan dekat *customer service* dan beberapa desain promosi lainnya. Tujuan perancangan spanduk ini adalah sebagai petunjuk bagi para pengunjung yang ingin mengikuti rangkaian acara dari Love and Fun.

Kemudian, penulis lanjut membuat perancangan *standing poster*. *Standing poster* ini akan digunakan sebagai media bagi para peserta Love and Fun untuk menempelkan *sticky notes*.

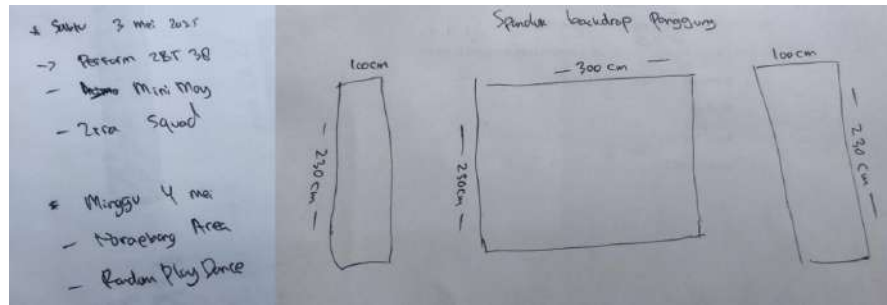


Gambar 3.51 *Standing poster valentine*

Supervisor bersama penulis memutuskan untuk menempatkan *standing poster* pada posisi yang sejajar dengan spanduk agar lebih mudah terjangkau oleh *customer*. Posisi ini juga memudahkan *customer* untuk mengikuti rangkaian acara valentine sehingga lebih terstruktur untuk dilakukan.

3.3.2.3 *Backdrop* Asialicious Festival 2025

Asialicious merupakan salah satu acara *thematic* yang baru diadakan oleh Lippo Plaza Jambi tahun 2025 ini. Acara ini mengundang berbagai macam *tenant-tenant* makanan dan minuman dari asia, diantaranya berupa makanan Indonesia, Jepang, Korea, dan Turki. Dalam melengkapi acara ini, supervisor mengarahkan penulis untuk melakukan perancangan desain *backdrop* panggung dengan *briefing* sebagai berikut



Gambar 3.52 Briefing Asialicious Fest

Setelah mendapatkan *briefing* dari supervisor, penulis mulai mencari berbagai referensi foto yang berhubungan dengan makanan-makanan asia. Berikut penulis paparkan referensi visual yang penulis temukan.



Gambar 3.53 Referensi visual Asialicious Fest

Setelah referensi visual ditemukan, tahapan selanjutnya adalah melakukan perancangan aset visual. Aset visual ini akan digunakan sebagai pelengkap dalam merancang *backdrop* panggung Asialicious Fest 2025. Berikut penulis paparkan hasil perancangan aset visual yang telah penulis buat.



Gambar 3.54 Aset visual Asialicious Fest

Selanjutnya, supervisor memberikan referensi visual yang diinginkan untuk acara Asialicious Fest 2025 pada gambar pertama. Penulis mencari beberapa *layout* desain yang akan membantu penulis dalam perancangan *backdrop* panggung. Berikut penulis paparkan beberapa referensi *layout* yang akan digunakan sebagai acuan perancangan.



Gambar 3.55 Referensi *Layout*

Pada tahapan selanjutnya, penulis menciptakan *brand consistency*. Dimana terdapat penggunaan warna, aset visual, *key visual*, dan hasil akhir dari perancangan *backdrop* panggung yang telah dibuat.



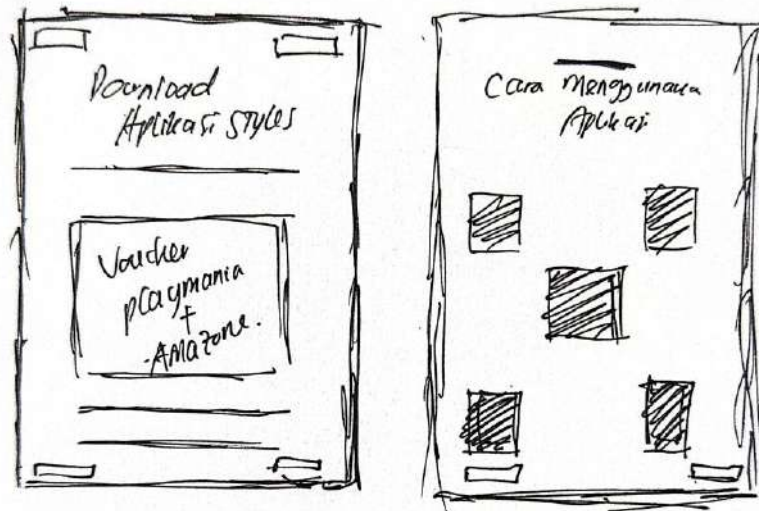
Gambar 3.56 Brand consistency Asialicious Fest

Penulis menggunakan pewarnaan yang terdiri atas merah, kuning, *orange*, hijau, *cream*, dan coklat. Penggunaan warna ini mempresentasikan negara-negara asia atau kuliner asia yang identik dengan penggunaan warna cerah. Tidak hanya itu, penggunaan warna dipilih karena dapat mempresentasikan makanan yang *fresh* dan suasana yang nyaman. *Backdrop* tersebut diposisikan pada bagian belakang panggung. Tujuan perancangan *background* untuk mempresentasikan acara Asialicious Fest 2025 agar terlihat *eyecatching*.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

3.3.2.4 Mini X-Banner

Pada perancangan *mini x-banner*, penulis diarahkan oleh supervisor untuk membuat desain promosi aplikasi Styles yang akan diimplementasikan ke dalam bentuk *mini x-banner*. *Mini x-banner* ini dibuat dengan tujuan untuk mempromosikan aplikasi styles kepada *customer* yang berbelanja pada *tenant-tenant* yang ada di mall. Perancangan *X-banner* ini berukuran 25 x 40 cm yang akan diposisikan pada area *customer service* Lippo Plaza Jambi. Sebelum masuk ke tahapan digitalisasi, penulis melakukan perancangan sketsa terlebih dahulu mengenai desain yang akan di buat.



Gambar 3.57 Sketsa Mini X-Banner

Kemudian, setelah melewati proses sketsa, penulis melakukan perancangan desain secara digital dengan menggunakan aplikasi Adobe Illustrator. Berikut merupakan proses perancangan yang penulis lakukan.



Gambar 3.58 Proses perancangan X-Banner

Mini x-banner ini dibuat oleh penulis menggunakan aplikasi Adobe photoshop dan Illustrator. Pada proses pembuatan efek kaca, penulis menggunakan aplikasi Adobe Photoshop. Kemudian, dalam menyusun *layout* desain, penulis menggunakan aplikasi Adobe Illustrator agar dapat tertata rapi. Penulis menggunakan *font* yang sama seperti perancangan seluruh media utama promosi mall.



Gambar 3.59 Hasil Perancangan Mini X-Banner

Mini x-banner ini dibuat dengan menggunakan kombinasi warna cerah dengan tujuan agar mudah terlihat oleh *customer* dari kejauhan. Berikut merupakan hasil dari perancangan mini x-banner yang telah penulis buat berdasarkan arahan yang telah diberikan oleh supervisor.

3.4 Kendala dan Solusi Pelaksanaan Magang

Selama penulis bekerja magang di Lippo Plaza Jambi, terdapat beberapa kendala yang penulis dapatkan dalam proses pengerjaan tugas magang. Pada bagian sub-bab ini, penulis akan menjabarkan mengenai kendala dapatkan dan bagaimana solusi yang penulis terapkan untuk mengatasi kendala tersebut sehingga pekerjaan dikerjakan selama magang dapat terselesaikan dengan baik.

3.4.1 Kendala Pelaksanaan Magang

Dalam mengerjakan tugas sehari-hari, penulis mendapatkan beberapa kendala yang berhubungan dengan proyek atau pekerjaan yang dikerjakan selama magang. Kendala yang penulis alami, dimana terdapat beberapa pekerjaan yang menumpuk yang dikerjakan dalam waktu yang berdekatan sehingga membuat penulis tidak dapat mengerjakan desain secara maksimal, adapula koordinasi yang kurang terarah sehingga membuat hasil perancangan desain menjadi tidak konsisten, dan ukuran file yang berat menghambat pengerjaan desain selesai pada waktu yang tepat.

1. Proyek desain yang menumpuk

Saat terdapat beberapa acara maupun proyek desain yang harus dikerjakan dalam satu waktu. Sekaligus terdapat *deadline* yang terlalu berdekatan dan cepat untuk dikerjakan. Hal ini menyebabkan penulis kurang fokus dalam mengerjakan desain mana yang harus didahulukan. Proyek desain yang menumpuk juga membuat penulis tidak maksimal dalam mengerjakan desain antara satu dan lainnya.

2. Briefing informasi yang kurang terarah

Saat memberikan pekerjaan sering kali terdapat kurangnya arahan yang jelas dari supervisor mengenai konsep dan *briefing* mengenai desain yang ingin di rancang. Hal ini membuat desain yang dirancang menjadi tidak konsisten.

3. File yang berat

Terdapat banyak proyek yang dikerjakan dalam ukuran yang besar serta menginginkan kualitas yang baik. Ukuran file yang berat sering kali menghambat penulis untuk mengeksplorasi desain menjadi lebih baik, contohnya dalam membuat desain spanduk dan banner.

3.4.2 Solusi Pelaksanaan Magang

Dalam menyelesaikan berbagai kendala yang ada, penulis memiliki mendapatkan solusi atas masalah tersebut sehingga pengerjaan desain dapat berjalan dengan baik. Solusi yang ditemui dapat menyelesaikan setiap masalah-masalah yang didapatkan.

1. Manajemen waktu yang baik

Diperlukan manajemen waktu dan pengerjaan yang baik sehingga seluruh pekerjaan dapat dikerjakan dengan baik sesuai dengan tengat waktu yang diberikan. Mendahulukan prioritas menjadi penting bagi penulis, untuk menyesuaikan desain mana yang diinginkan oleh atasan terlebih dahulu.

2. Pentingnya komunikasi

Pentingnya melakukan komunikasi agar informasi yang disampaikan dalam pembuatan desain menjadi lebih terarah dan jelas. Penulis selalu berusaha mengkomunikasikan seluruh pengerjaan desain dari awal hingga akhir desain dengan supervisor terlebih dahulu. Hal ini dilakukan untuk menghindari terjadinya kesalahan maupun meminimalisir kesalahan

dalam pengerjaan desain. Komunikasi yang dibuat agar desain yang dibuat dapat sesuai dengan keinginan atasan dan tepat sasaran.

3. Melakukan diskusi

Penulis melakukan diskusi terlebih dahulu bersama atasan mengenai ukuran, kualitas dan bentuk desain yang dirancang. Pada setiap pembuatan desain, tentunya terdapat efek-efek yang diterapkan pada desain yang dapat mempengaruhi besarnya ukuran file. Selain itu, penulis juga mendiskusikan *preview* desain terlebih dahulu bersama atasan sebelum diimplementasikan sehingga dapat dipertimbangkan terlebih dahulu mengenai kesesuaian dan tidak adanya masalah pada desain. Selanjutnya, penulis juga memberi tahu supervisor untuk memastikan kepada tim percetakan mengenai desain yang dibuat dengan kualitas yang telah ditentukan, apakah dengan kualitas tersebut dapat merusak hasil desain nantinya seperti gambar pecah dan blur. Apabila tidak ada masalah, maka desain siap diimplementasikan, baik pada media cetak maupun digital.

Melalui solusi-solusi yang telah penulis terapkan pada setiap kendala yang dihadapi, membuat penulis dapat mengerjakan setiap pengerjaan desain dapat terselesaikan dengan baik.