BAB III

PELAKSANAAN MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi Pelaksanaan Magang

Dalam melaksanakan magang ini, penulis berperan sebagai graphic design intern pada divisi desain di perusahaan Asuransi Astra.

3.1.1 Kedudukan Pelaksanaan Magang

Sebagai sebuah perusahaan asuransi, PT Asuransi Astra Buana memiliki divisi *design* yang mengurus seluruh keperluan *design* perusahaan secara internal dan eksternal. Dalam melaksanakan magang ini, penulis ditempatkan dalam divisi *design* sebagai *designer intern* berikut merupakan penjabaran bagan kedudukan penulis dalam melaksanakan magang.



Gambar 3.1 Bagan Struktur Divisi Desain Asuransi Astra Sumber: Dokumentasi Perusahaan

Posisi teratas dari divisi *design* diduduki oleh seorang *Manager Design* yang bertanggung jawab dalam menugaskan keperluan desain dari *user* kepada *Senior Designer* dan *Associate Designer*, menyetujui hasil desain sebelum diberikan kepada *user*, memantau kinerja dari tim, dsb. *Manager design* membawahi seorang *Senior Designer* dan empat orang *Associate Designer* dimana satu diantara *Associate Designer* tersebut bertugas sebagai fotografer dan videografer. Tim *design* ini kemudian juga memiliki tiga orang *Designer Intern* dimana membantu *Senior* dan *Associate Designer* dalam mengurus berbagai keperluan video dan foto di lapangan dan proses

pengeditan serta dalam mendesain media digital maupun media cetak. Sebagai salah satu *Designer Intern*, penulis bertugas dalam membantu berbagai keperluan desain media digital dan media cetak.

3.1.2 Koordinasi Pelaksanaan Magang

Dalam melaksanakan magang di divisi desain Asuransi Astra, penulis mengikuti alur kerja yang biasanya dilakukan dalam tim. Berikut merupakan penjabaran bagan alur koordinasi dalam tim desain Asuransi Astra.



Gambar 3.2 Koordinasi Pelaksanaan Magang Sumber: Dokumentasi Perusahaan

Alur kerja dimulai ketika *user* dari divisi *Marketing Communication*, *Digital*, dan divisi lainnya dalam perusahaan Asuransi Astra memberikan job bag yang berupa brief desain melalui email kepada tim desain. Setelah itu, *Manager Design* akan menugaskan job bag tersebut kepada Senior Designer atau Associate Designer untuk dikerjakan. Kemudian jika Senior atau Associate Designer membutuhkan bantuan maka job bag tersebut akan dibagikan kepada penulis untuk dikerjakan.

Setelah selesai mengerjakan *job bag*, penulis mengirimkan hasil desain kepada *Senior* atau *Associate Designer* terlebih dahulu untuk di-*review* dan kemudian setelah *Senior* atau *Associate Designer* selesai memeriksa hasil desain maka akan dikirikan kepada *user* melalui *email* ataupun Whatsapp. Penulis kemudian akan menerima *feedback* yang perlu diperbaiki terkait konten maupun desain. Setelah selesai mengerjakan revisi yang diperlukan, penulis akan mengirimkan hasil revisi kepada *user* untuk di-*review* kembali. Jika hasil desain telah disetujui, maka penulis akan mengirimkan *file* desain sesuai dengan format yang diinginkan dan dalam resolusi tinggi kepada *user*.

3.2 Tugas yang Dilakukan

Selama melaksanakan magang di PT Asuransi Astra Buana, penulis membantu *Senior* dan *Associate Designer* dalam mengerjakan berbagai desain keperluan internal dan eksternal perusahaan.

Minggu	Tanggal	Proyek	Keterangan	
1	20-24 Januari 2025	<i>Email Blast</i> dan template desain <i>post</i> Instagram	 Merancang desain <i>email blast</i> Healthy Lifestyle Challenge yang diperuntukkan secara internal kepada seluruh karyawan Asuransi Astra Merancang <i>template</i> Instagram <i>post</i> untuk akun Instagram @asuransiastra dan @Garda.oto 	
2	27-31 Januari 2025	Desain promo bulan Februari dan Instagram <i>post</i> bulan Februari	 Merancang desain turunan media website still dan google untuk promo Garda Oto, Garda Home, dan Garda Trip Merancang desain Instagram posts untuk bulan Februari 	
3	3-7 Februari 2025	Desain sosial media bulan Februari	 Merancang desain halaman <i>e-book</i> Merancang desain turunan dari Instagram <i>post</i> menjadi Instagram <i>story</i> 	
4	10-14 Februari 2025	Desain sosial media	 Merancang desain konten Instagram terkait proses rekrutmen di Asuransi Astra Merancang desain turunan dari Instagram <i>post</i> menjadi Facebook dan Twitter 	
5	17-21 Februari 2025	Sustainability Report 2024	 Merancang desain tabel untuk Sustainability Report 2024 Mengerjakan turunan desain untuk Healthy Lifestyle Challenge dengan format Instagram <i>post</i> dan Instagram <i>story</i> Mengerjakan turunan desain untuk HUT Astra ke-68 dengan format Instagram <i>post</i>, Instagram <i>story</i>, Facebook, dan Twitter 	

Tabel 3.1 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Magang

Perancangan Desain *Feeds*..., Agnes Angelica, Universitas Multimedia Nusantara

21

			- Mengerjakan alternatif desain logo untuk Change Agent 2025
6	24-28 Februari 2025	Desain promo bulan Maret	- Mengerjakan turunan dengan melakukan <i>re-layouting</i> untuk desain promo bulan Maret Garda Trip, Garda Oto, Garda Home dalam berbagai format Google dan <i>Website Still</i>
7	3-7 Maret 2025	<i>Email blast,</i> desain sosial media	 Merancang desain <i>email blast</i> dan Instagram <i>story</i> untuk pemenang Healthy Lifestyle Challenge Mengerjakan desain untuk konten #DibalikKemudi Mengerjakan desain <i>cover</i> Instagram story untuk promo Garda Home, Garda Oto, Garda Trip, GHT Mengerjakan turunan desain untuk perempuan bermakna Garda Oto dalam berbagai ukuran <i>website</i> dan <i>still motion</i> Mengerjakan desain untuk <i>post</i> Instagram hari raya Nyepi
8	10-14 Maret 2025	Desain <i>template</i> <i>post</i> Instagram	 Mengerjakan revisi <i>template</i> Instagram <i>post</i> untuk akun Instagram Garda Oto dan Asuransi Astra dan merancang alternatif tambahan untuk <i>template</i> tersebut Merancang desain ukuran A1 untuk konten kreasi literasi keuangan Merancang desain <i>cover</i> Instagram reels untuk promo Garda Home, Garda Oto, Garda Trip, GHT, Garda Healthtech, Perempuan Bermakna
9	17-21 Maret 2025	Selongsong lebaran, desain <i>post</i> Instagram	 Merancang desain selongsong untuk hampers lebaran Merancang desain <i>post</i> Instagram mengenai <i>recap</i> acara perempuan bermakna Merancang desain <i>email</i> blast prakiraan cuaca Meredesain poster mudik dari Astra International

10	24-28 Maret 2025	Desain sosial media	 Merancang desain untuk konten sosial media Garda Oto mengenai mudik Merancang desain promo <i>renewal</i> untuk bulan April Mengerjakan desain EVP Insight Merancang desain Instagram <i>carousel</i> Garda Oto
11	7-11 April 2025	Marketing Contest 2025	 Merancang alternatif desain logo Marketing Contest 2025 Mengerjakan turunan desain untuk Garda Home, Garda Trip, Garda Me, Garda Edu, GHT
12	14-18 April 2025	Marketing Contest 2025, <i>email blast</i> , Desain sosial media	 Mengerjakan desain Instagram <i>carousel</i> Instagram Life at Asuransi Astra Mengerjakan desain poster <i>email</i> <i>blast</i> Merancang <i>key visual</i> untuk Marketing Contest 2025
13	21-25 April 2025	Marketing Contest 2025, <i>email blast</i> dan desain sosial media	 Mengerjakan desain Instagram <i>post</i> konten pemenang #DiBalikKemudi Mengerjakan alternatif desain <i>key</i> <i>visual</i> Marketing Contest 2025 Mengerjakan <i>template color palette</i> untuk Instagram <i>post</i> Merancang <i>template</i> desain Instagram <i>story</i> Garda Oto dan Asuransi Astra
14	28 April-2 Mei 2025	Marketing Contest 2025 dan stiker internal	 Merancang stiker pilar untuk lantai 2 Merancang desain <i>photobooth</i> dan <i>gate</i> untuk acara Marketing Contest 2025

15	5-9 Mei 2025	Marketing Contest 2025, ulang tahun Garda Oto ke-30	 Mengerjakan desain turunan signage table untuk Marketing Contest 2025 Mendesain poster untuk Apresiasi Pewarta Asuransi Astra Mendesain spin wheel untuk acara ulang tahun Garda Oto Merancang desain poster email blast nge teh Mengerjakan desain poster email blast untuk buku Performa 2024 Mengerjakan desain poster amplop Garda Oto Merancang desain phone booth Garda Oto
16	12-16 Mei 2025	Marketing Contest 2025	 Mengerjakan alternatif bentuk signage table Marketing Contest 2025 Merancang background Powerpoint untuk marketing contest 2025 Mengerjakan desain tambahan hiasan meja untuk Marketing Contest 2025 Mengerjakan desain overlay photobooth untuk Marketing Contest 2025
17	19-23 Mei 2025	Marketing Contest 2025, laporan keuangan 2024, banner promo bulan Mei	 Merancang desain materi <i>email blast</i> video testimoni pak USA Mengerjakan desain <i>sign</i> mushola dan toilet untuk Marketing Contest 2025 Mengerjakan desain tabel laporan keuangan 2024 Mengubah desain <i>email blast</i> video testimoni pak usa menjadi stiker <i>lift</i> Mengerjakan turunan promo Garda Trip Universal Studio, Japan, Singapore, Australia
18	26-30 Mei 2025	Marketing Contest 2025 dan promo Garda Me, Garda Healthech, Garda Edu	 Mengerjakan desain <i>email blast</i> Marketing Contest 2025 Mengerjakan turunan desain promo Garda Me, Garda Healthtech, Garda Edu

3.3 Uraian Pelaksanaan Magang

Dalam melaksanakan magang sebagai *graphic design intern* di PT Asuransi Astra Buana, penulis biasanya melalui proses yang relatif sama. Proses tersebut terdiri dari *brief*, *brainstorming*, *design*, *review*, *revisi*, dan *approval*.



Gambar 3.3 Alur Kerja Divisi Desain Asuransi Astra

1. Brief

Pada tahapan pertama, *user* dari divisi lain dalam perusahaan Asuransi Astra akan mengirimkan *request* desain dalam bentuk *job bag* melalui *email* kepada *Manager Design*. Kemudian *Manager Design* akan menugaskan *job bag* tersebut kepada *Senior Designer* ataupun *Associate Designer*. Apabila *Senior Designer* atau *Associate Designer* membutuhkan bantuan maka penulis akan menerima *brief job bag* tersebut. *Brief* biasanya dikirimkan melalui google slides atau powerpoint yang berisi deskripsi konten, tema atau *ambience* desain yang diinginkan, *deadline* pengerjaan, referensi desain, dsb. *Brief* yang diberikan jelas dan detail sehingga membantu proses perancangan yang dilakukan oleh penulis. Namun, apabila penulis mengalami kebingungan terkait *brief*, maka penulis akan bertanya terlebih dahulu dengan *Senior* ataupun *Associate Designer*.

2. Brainstorming

Pada tahapan *brainstorming*, penulis biasanya mencari inspirasi melalui *website* seperti Pinterest dan Freepik ataupun dari desain Asuransi Astra sebelumnya. Namun, jika *user* telah memberikan acuan referensi desain maka penulis akan berusaha mengacu pada referensi tersebut. Dalam mencari ide desain, penulis juga tetap mengacu pada *brand guidelines* perusahaan Asuransi Astra untuk menjaga agar tetap konsisten.

3. Design

Penulis menggunakan Adobe Illustrator sebagai software utama dalam proses perancangan desain. Dengan software ini, penulis membuat aset vector, mengubah aset yang diunduh dari Freepik, melakukan layouting konten, dsb. Selain itu, penulis juga menggunakan software Adobe Photoshop untuk mengedit warna dan kecerahan ataupun menghilangkan background dari aset foto yang diterima untuk keperluan desain konten. Setelah proses desain selesai, penulis akan mengekspor hasil desain dalam format jpg atau png.

4. Review & Revisi

Pada tahapan *review*, terbagi menjadi dua yaitu review internal dan *review* eksternal. Review internal dilakukan dengan penulis mengirimkan hasil desain kepada *Senior* atau *Associate Designer* terlebih dahulu untuk mendapatkan *approval*. Apabila terdapat masukan, maka penulis akan melakukan revisi dan kemudian dikirimkan kembali untuk di-*review*. Jika sudah disetujui oleh *Senior* atau *Associate Designer* kemudian akan dikirimkan kepada *user* melalui *email* untuk dilakukan *review* eksternal.

Setelah *user* melakukan *review* maka penulis akan mendapatkan *feedback* revisi dari *user*. Revisi biasanya berupa konten yang berubah ataupun dari segi desain yang masih kurang cocok. Bagian yang perlu revisi, dijelaskan bagian yang secara detail oleh *user* melalui Powerpoint atau Google Slides yang kemudian dikirimkan kepada penulis melalui *email*. Penulis kemudian memperbaiki desain sesuai dengan *feedback* yang diberikan dan mengirimkan kembali kepada *user*.

5. Approval

Apabila hasil revisi yang diberikan oleh penulis sudah sesuai, maka *user* akan memberikan tanda *approve* pada Google Slides. Selain itu, *user* juga akan mengirimkan *email* kembali untuk menyatakan hal tersebut dan meminta *file* hasil desain final dengan resolusi tinggi.

3.3.1 Proses Pelaksanaan Tugas Utama Magang: Instagram *Posts* Asuransi Astra & Garda Oto

Akun Instagram Asuransi Astra dan Garda Oto secara rutin membagikan konten informasi terkait tips-tips keuangan dan tips lainnya yang berhubungan dengan produk yang ditawarkan oleh Asuransi Astra. Oleh sebab itu, untuk bulan Februari, tim digital dari Asuransi Astra meminta tim desain untuk membuat desain Instagram *posts* terkait konten tips tersebut. Proyek desain ini termasuk dalam pilar DKV yaitu informasi.

1. Tahapan Brief

Tim *digital* dari Asuransi Astra mengirimkan *job bag* yang berisi *brief* sebanyak 11 *posts* Instagram yang perlu didesain kepada tim desain. *Manager* Desain menugaskan salah satu *Associate Designer* untuk mengerjakan *job bag* tersebut. *Associate Designer* kemudian meminta bantuan kepada penulis sebagai *Designer Intern* untuk mengerjakan *job bag* tersebut. Penulis diminta untuk mengerjakan 4 dari 11 *posts* Instagram tersebut. Pada tiap halaman *brief*, berisi penjelasan terkait masing-masing *post* yang perlu dibuat. Terdapat penjelasan terkait konten, ukuran, dan referensi desain yang diinginkan oleh *user*.

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



Gambar 3.4 Brief Desain Instagram Posts Asuransi Astra & Garda Oto Bulan Februari

Pada *brief* pertama, *user* meminta untuk membuat sebuah Instagram *post carousel*. Untuk halaman pertama, *user* berisi terkait informasi *checklist* wajib sebelum membeli rumah dan pada halaman kedua yaitu tentang penawaran spesial Garda Home. *Brief* kedua memiliki konten terkait tips untuk menghindari utang konsumtif. Kemudian pada *brief* ketiga yaitu berupa Instagram *post carousel* dengan tiga halaman mengenai money mindset 2025. Pada *brief* keempat, penulis diminta untuk membuat Instagram *reels* dengan konten mengenai 6 pos keuangan yang perlu dimiliki agar dapat hidup lebih tenang. Referensi desain yang diberikan oleh *user* mayoritas menggunakan elemen tekstur kertas sehingga memberikan *look and feel* yang *casual*.

2. Tahapan Brainstorming

Setelah memahami *brief*, penulis mulai melakukan *brainstorming* dengan mengamati referensi yang diberikan oleh *user* dan referensi desain dari Instagram *posts* Asuransi Astra dan Garda Oto sebelumnya. Penulis kemudian berusaha untuk menyesuaikan *style* desain Asuransi Astra dengan referensi desain yang diberikan oleh *user*.



Gambar 3.5 Proses Mencari Sumber Aset Visual

Untuk aset visual pada desain, penulis diminta oleh Associate Designer untuk mencari aset foto manusia menggunakan Artificial Intelligence yaitu Midjourney yang dapat diakses melalui aplikasi discord. Penulis men-generate aset foto tersebut dengan menggunakan prompt untuk mendeskripsikan gambaran foto yang diinginkan dan kemudian Midjourney akan memberikan 4 opsi foto yang dapat dieksplor kembali opsinya hingga mencapai sesuai yang diinginkan. Untuk aset visual lainnya seperti ilustrasi, icon, dsb diambil melalui Freepik. Pada brief pertama dikarenakan konten berupa Garda Home, maka penulis mencari aset foto rumah melalui Midjourney. Selain itu, penulis juga mencari foto seorang perempuan dengan pose tangan yang menunjuk keatas sambil tersenyum.

Untuk brief kedua, penulis mengambil icon gambar melalui Freepik untuk menggambarkan setiap poin tips. Kemudian untuk brief ketiga, penulis juga mengambil icon gambar dari Freepik dan mengenerate gambar menggunakan Midjourney. Untuk brief keempat, penulis juga mencari aset visual berupa icon menggunakan Freepik.

3. Tahapan Digitalisasi

Penulis melakukan digitalisasi desain dari keempat *brief* tersebut dengan menggunakan *software* Adobe Illustrator. Untuk *brief* pertama, penulis diminta untuk membuat Instagram *carousel* sehingga penulis membuat dua *artboard* dengan ukuran 1080x1080 *pixel*.



Gambar 3.6 Color Palette Asuransi Astra

Dalam merancang desain Instagram *post*, penulis mengacu pada *brand identity* dari perusahaan Asuransi Astra. Warna identitas dari perusahaan Asuransi Astra yaitu sustainable blue dengan kode warna RGB (0, 91, 170) sebagai warna primer dan joyous blue dengan kode warna RGB 74, 199, 233) sebagai warna sekunder.

VAG Rounded STD	LP Bambus
AaBbCcEeFfGgHhliJjKk	Aa BbCcEeFfGg
LIMmNnOoPpQqRrSs	LIMm Nn O6PpQ
TtUuVvWwXxYyZz	THUWWWWXXYyd
0123456789	0123456789
Thin	Light
Light	Regular
Semi Bold	v
Bold	
Black	
Light Italic	
Bold Italic	
Gambar 3.7 Typeface	Asuransi Astra

Kemudian untuk *typeface* yang digunakan terdapat dua jenis yaitu VAG Rounded Std dan LP Bambus. VAG Rounded Std memberikan kesan yang nyaman dan *approachable* karena memiliki *stroke* dengan ujung yang *rounded*. Sedangkan untuk *typeface* LP Bambus yang

merupakan *typeface* berjenis *script*, memiliki kesan yang *playful*. Kesan dari kedua *typeface* tersebut sesuai dalam menyampaikan nilai utama yang dipegang oleh Asuransi Astra yaitu "peace & fun".



Gambar 3.8 Proses Digitalisasi Brief 1 Instagram Carousel Bulan Februari

Pada artboard pertama, penulis menggunakan aset jalan dan rumah sebagai background untuk menggambarkan konten sebagai tips yang berkaitan dengan Garda Home. Penulis menambahkan template post sosial media Asuransi Astra yaitu header berupa logo Garda Home dan Asuransi Astra serta template footer. Pada bagian atas, penulis meletakkan teks judul dengan menggunakan typeface VAG Rounded Std Bold yang ditumpuk dengan warna yang berbeda untuk memberikan efek 3 dimensi. Pada bagian kalimat "Jangan Salah Pilih!", penulis menggunakan warna merah untuk mengindikasikan sebagai kalimat perintah dan untuk menarik perhatian audiens. Penulis kemudian menambahkan efek warp berupa arc agar dinamis. Kemudian di tengah artboard, penulis meletakkan aset perempuan yang menunjukkan keatas sesuai dengan referensi yang diinginkan oleh user. Pada sisi kiri dan kanan perempuan tersebut, penulis membuat masing-masing 6 shapes berwarna putih yang ditambahkan efek shadow. Diatas shapes tersebut, penulis menambahkan tanda checklist berwarna hijau untuk menandai setiap teks per poin-poin.

Pada *artboard* kedua, penulis menggunakan *background gradient* yang sama pada *artboard* pertama. Penulis menggunakan aset foto wanita dengan ekspresi terkejut sesuai dengan referensi dari *user*. Kemudian penulis menggunakan *shapes* berwarna joyous blue yang diberikan *outline* dan efek *shadow* sebagai *background* teks.



Gambar 3.9 Proses Digitalisasi Brief 2 Instagram Post Bulan Februari

Untuk brief kedua, penulis membuat teks dengan menggunakan typeface VAG Rounded Std menggunakan efek gradient untuk melakukan highlight pada bagian judul. Teks judul menggunakan VAG Rounded Std Bold yang dimana penulis menumpuk 3 teks dengan warna yang berbeda untuk memberikan efek timbul. Kemudian untuk menyesuaikan dengan referensi yang diberikan oleh user, penulis menggunakan aset dari Freepik berupa robekan kertas. Penulis melakukan layout aset icon dan setiap poin tips diatas robekan kertas tersebut. Untuk menyesuaikan dengan menggunakan *angle* dari kertas, penulis mengatur icon dan teks dengan menggunakan tools rotate. Setelah selesai, penulis melakukan clipping masks terhadap seluruh objek untuk merapikan artboard.



Gambar 3.10 Proses Digitalisasi Brief 3 Instagram Carousel Bulan Februari

Untuk brief ketiga, user meminta untuk membuat instagram tiga halaman. Pada background carousel dengan artboard menggunakan aset foto suasana dalam pusat perbelanjaan yang kemudian ditambahkan shapes biru dengan efek gradient agar menyatu dan sesuai dengan ambience yang ingin diberikan Asuransi Astra. Penulis mengikuti referensi desain dari user sehingga penulis menggunakan robekan kertas sebagai background untuk judul teks. Penulis menggunakan dua jenis typeface yaitu VAG Rounded Std Italic Bold dan LP Bambus pada judul. Untuk poin tips-tips, penulis mengikuti referensi yang diinginkan user dengan membuat shapes berwarna putih kemudian meletakkan aset visual icon pada sebelah kiri dan teks pada sebelah kanan. Dikarenakan seluruh poin tips tidak cukup dalam satu halaman post oleh sebab itu penulis membagi sebagian poin teks pada artboard kedua. Kemudian pada artboard ketiga terdapat teks singkat yang penulis highlight per baris menggunakan shapes putih dan aset visual perempuan yang sedang berpikir sambil melihat ke samping.

NUSANTARA



Gambar 3.11 Proses Digitalisasi Brief 4 Instagram Reels Bulan Februari

Untuk brief keempat, penulis diminta untuk membuat desain Instagram reels oleh sebab itu penulis membuat artboard dengan ukuran 1080x1920 pixel. Pada background, penulis menggunakan aset foto kertas yang memiliki tekstur terlipat dari Freepik. Judul menggunakan typeface VAG Rounded Std Bold, penulis membuat tiga teks yang ditumpuk. Teks paling bawah dengan outline sebesar 13 pt berwarna biru tua. Teks kedua dengan outline sebesar 13 pt berwarna joyous blue dan teks teratas menggunakan warna putih. Ketiga teks tersebut kemudian penulis letakkan agar menimbulkan kesan timbul. Untuk subheadline, penulis meletakkan teks diatas aset visual berupa tape berwarna joyous blue. Kemudian user meminta untuk menampilkan icon-icon dengan gaya visual tiga dimensi untuk menggambarkan poin tips. Oleh sebab itu, penulis berusaha mencari aset visual icon melalui Freepik dengan gaya visual. Penulis kemudian menambahkan panah dash pada tiap poin tips sesuai dengan referensi yang diberikan oleh user. Setelah desain telah selesai, penulis mengirimkan file dalam bentuk Adobe Illustrator kepada Associate Designer yang kemudian melanjutkan untuk membuat motion.

4. Tahapan Review dan Revisi

Setelah seluruh desain telah selesai, penulis mengirimkan desain kepada *Associate Designer* yang kemudian dikirimkan kepada *user*. Penulis mendapatkan *feedback* kembali melalui Google Slides.



Gambar 3.12 Feedback Desain Brief 1

Dari empat *brief* yang penulis terima, hanya *brief* pertama yang mendapatkan revisi. *User* meminta agar menyamakan wajah dari aset visual perempuan pada halaman pertama dan kedua. Namun, penulis mengalami kesulitan dalam mendapatkan wajah yang sama walaupun penulis telah mencoba men-*generate* berulang-ulang kembali dengan menggunakan Midjourney. Setelah mengkomunikasikan kembali kepada *user*, akhirnya disepakati untuk menggunakan aset visual yang sama pada halaman satu dan halaman kedua *carousel*. Sehingga berikut adalah hasil desain setelah direvisi.



Gambar 3.13 Hasil Revisi Desain Brief 1

5. Tahapan Approval

Setelah melewati tahapan revisi dan *review*, penulis telah mendapatkan *approval* atas seluruh desain. Berikut adalah desain final dari keempat *brief* yang diberikan.



Gambar 3.14 Desain Final Instagram Post Bulan Februari

Kemudian *user* meminta desain dari *brief* 1, 2, dan 3 untuk diturunkan menjadi ukuran 1080x1350 *pixel* untuk format *post* Instagram yang baru, 900x1600 *pixel* untuk Instagram *story*, 1200x628 *pixel* untuk Facebook, dan 800x418 *pixel* untuk Twitter. Oleh sebab itu, penulis melakukan *layouting* kembali komponen-komponen visual dari ukuran 1080x1080 *pixel* untuk menyesuaikan dengan ruang *artboard* pada ukuran turunan lainnya.



Gambar 3.15 Desain Turunan Instagram Post Bulan Februari

Setelah selesai menurunkan seluruh ukuran yang diminta oleh *user*, penulis mengekspor final *artwork* dalam format jpg dengan resolusi tinggi. Penulis kemudian mengumpulkan seluruh file dalam folder Google Drive agar dapat diakses oleh *user*. Berikut merupakan postingan pada akun Instagram Asuransi Astra dan Garda Oto dengan desain yang telah penulis buat.



Gambar 3.16 Post Instagram Bulan Februari

Dalam mengerjakan proyek desain ini, penulis mengalami kesulitan dalam mencari aset visual berupa perempuan dengan wajah yang sama melalui midjourney. Kesulitan tersebut teratasi dengan kesepakatan bersama *user* untuk menggunakan aset visual yang sama pada dua halaman *post*. Selain itu, penulis tidak mendapatkan revisi lainnya sehingga proses kerja menjadi cepat hingga *approval*.

3.3.2 Proyek Pelaksanaan Tugas Tambahan Magang

Dalam melaksanakan magang di Asuransi Astra, penulis juga mengerjakan berbagai proyek desain lainnya untuk keperluan internal dan eksternal dari perusahaan. Beberapa proyek desain tersebut yaitu desain *post* Instagram Asuransi Astra dan Garda Oto bulan Februari, Instagram *post carousel* untuk Perempuan Bermakna, *Email blast* untuk Healthy Lifestyle Challenge, dan Instagram *post* untuk *challenge* #DiBalikKemudi. Berikut penjabaran secara rinci proses perancangan desain proyek tambahan magang yang telah penulis lakukan.

3.3.2.1 Instagram Post Carousel Perempuan Bermakna

Dalam rangka memperingati Hari Perempuan Internasional pada tahun 2025, Asuransi Astra menyelenggarakan berbagai acara berupa media *workshop* yang melibatkan jurnalis perempuan, Love Barometer *booth* sebagai wadah apresiasi, dan *challenge add yours* di Instagram yang menjadi dukungan bagi pemberdayaan UMKM perempuan binaan Astra melalui Yayasan Dharma Bhakti Astra (YDBA). Setelah berbagai rangkaian acara telah selesai, Asuransi Astra membutuhkan konten *recap* untuk di-*posting* pada Instagram *feed* Asuransi Astra. Postingan ini diperlukan dengan tujuan agar audiens mengetahui keberlangsungan acara yang dilakukan, meningkatkan *engangement* dengan audiens, serta membangun citra positif bagi perusahaan Asuransi Astra.

1. Tahapan Brief

Pada tanggal 19 Maret 2025, *user* dari tim digital memberikan *job bag* kepada *Manager Design* yang kemudian diteruskan kepada *Associate Designer*. Setelah itu, penulis ditugaskan oleh *Associate Designer* untuk mengerjakan *job bag* tersebut. *Brief* dari *job bag* yang perlu dikerjakan dikirimkan melalui google slides dengan penjelasan yang detail. Pada *brief* yang diberikan, penulis diminta untuk membuat sebuah Instagram *post carousel* yang terdiri dari lima *page*. Dalam ilmu Desain Komunikasi Visual, proyek desain termasuk dalam pilar informasi karena memberikan informasi kepada audiens terkait rangkaian acara Perempuan Bermakna untuk memperingati Hari Perempuan Internasional.



Gambar 3.17 Brief Perancangan Instagram Post Carousel Sumber: Dokumentasi Perusahaan

Pada *page* pertama yaitu berupa deskripsi singkat mengenai Asuransi Astra yang merayakan Hari Perempuan Internasional. Untuk *page* kedua menjelaskan rangkaian acara berupa *booth* aktivasi dan media *workshop*. Kemudian pada *page* ketiga menjelaskan mengenai *booth* aktivasi tersebut dan pada *page* keempat mengenai media *workshop*. Terakhir pada *page* kelima mencantumkan *quotes* dari *Head of PR, Macomm, & Event* Asuransi Astra mengenai rangkaian acara tersebut. *User* juga telah memberikan keterangan terkait format ukuran, *caption* yang ingin disampaikan, *deadline*, dsb.

2. Tahapan Brainstorming

Dalam proses merancang desain ini, penulis telah mendapatkan referensi desain dari *user* untuk masing-masing *page* Instagram *carousel*. Referensi-referensi ini berasal dari desain *post* akun Instagram perusahaan lain dan menjadi acuan utama bagi penulis dalam mendesain.



Gambar 3.18 Referensi Desain Instagram Carousel

Referensi desain dari perusahaan lain memiliki kesan yang berbeda daripada desain yang biasanya ditampilkan oleh Asuransi Astra. Oleh sebab itu, penulis diminta mengacu kepada desain tersebut untuk menampilkan desain yang *fresh* dengan *look and feel* yang fun namun juga masih memberikan kesan *corporate*. Selain referensi-referensi yang diberikan oleh *user*, penulis juga mencari referensi dengan mengacu pada desain *post* Instagram Asuransi Astra sebelumnya dan dari *key visual* dari desain perempuan bermakna yang telah dibuat. Hal ini dilakukan agar desain *post* pada Instagram Asuransi Astra tetap senada dan konsisten dengan desain sebelumnya.



Gambar 3.19 Referensi Desain Instagram Posts Asuransi Astra

40

3. Tahapan Digitalisasi

Setelah memahami *brief* dan mencari referensi desain, penulis kemudian mulai merancang desain dengan menggunakan Adobe Illustrator. Penulis membuat lima halaman *artboard* berukuran 1080x1350 *pixel* yang merupakan ukuran baru untuk *post* Instagram. Pada setiap *page*, penulis menggunakan aset foto yang telah dipilih oleh *user* dan dikirimkan melalui Google Drive. Aset foto tersebut merupakan hasil foto yang diambil oleh salah satu *Associate Designer* dan *Designer Intern* lainnya pada saat acara berlangsung.



Gambar 3.20 Digitalisasi Desain Instagram Carousel 1

Pada halaman pertama, penulis menyusun *layout* sesuai dengan referensi yang diberikan oleh *user* yaitu *picture window layout* sehingga aset foto menjadi *focal point* dari desain tersebut. Hal ini dilakukan dengan tujuan agar dapat menonjol dan menarik perhatian audiens. Penulis menggunakan *shapes* berwarna putih sebagai *background* teks yang kemudian diberikan efek *gradient* agar foto dan *shapes* dapat membaur dengan baik. Efek tersebut juga diberikan dengan tujuan agar selaras dengan desain *post* sebelumnya.

Teks pada desain mengacu pada *brand identity* Asuransi Astra sehingga penulis menggunakan perpaduan *typeface* yaitu VAG Rounded Std bold untuk penjelasan dan untuk judul kampanye Hari Perempuan Internasional yaitu Perempuan Bermakna menggunakan LP Bambus dan diberikan *background shape* berwarna merah muda untuk memberikan kontras terhadap teks lainnya. Penulis juga memberikan efek *shadow* pada teks agar terkesan lebih *pop out* dan tidak terlalu kaku. Selanjutnya penulis juga menambahkan *header* dan *footer template* untuk akun Instagram Asuransi Astra.



Gambar 3.21 Digitalisasi Desain Instagram Carousel 2

Kemudian untuk halaman kedua mengikuti referensi yang diberikan oleh *user*, penulis merancang foto menjadi seperti *polaroid* yang kemudian diberikan tambahan *tape* dan *pin* untuk menghiasi seperti di *bulletin board*. Pada bagian teks perempuan bermakna, penulis meng-*highlight* dengan menggunakan *shapes gradient* berwarna putih. Dikarenakan ukuran foto *polaroid* cukup besar dan terkesan mendominasi maka desain *page* ini juga termasuk *picture window layout*.

MULTIMEDIA NUSANTARA



Gambar 3.22 Digitalisasi Desain Instagram Carousel 3

Selanjutnya pada *page* ketiga, *user* meminta adanya teks pada bagian kanan dan di bawah *page* oleh sebab itu penulis berusaha meletakkan foto dengan memposisikan objek utama yaitu CEO Asuransi Astra, Christopher Pangestu pada posisi agar tetap dapat terlihat dengan jelas. Untuk teks tersebut, penulis juga menggunakan *shadow* putih agar dapat lebih terlihat jelas ketika diletakkan diatas *background* foto. Penulis juga menggunakan *shape* putih dengan efek *gradient* pada bagian atas dan bawah agar foto dapat membaur dengan baik.



Gambar 3.23 Digitalisasi Desain Instagram Carousel 4

Untuk *page* ke keempat, penulis mengikuti referensi dengan meletakkan foto pada bagian tengah dan menggunakan *background gradient*. Kemudian untuk teks, penulis juga

menggunakan *shadow* putih agar dapat terlihat lebih jelas. Pada bagian belakang foto, penulis menggunakan *shape rectangle* berwarna merah muda dengan efek *gradient* untuk menambahkan aksen senada dengan desain *post* sebelumnya mengenai informasi Perempuan Bermakna.



Gambar 3.24 Digitalisasi Desain Instagram Carousel 5

Pada *page* terakhir, penulis meletakkan foto pada bagian atas dan pada bagian bawah yang kosong diberikan *shapes rounded* sebagai *background* untuk meletakkan teks. Setelah desain telah selesai, penulis mengecek konten kembali dan memperbaiki format penulisan teks yang salah.

4. Tahapan Review & Revisi

Setelah selesai mendesain, penulis mengirimkan *file* dalam format jpg kepada *Associate Designer* untuk di-*review* dan setelah di-*approve* oleh *Associate Designer* kemudian mengirimkan desain kepada *User* melalui *email*. Penulis kemudian mendapatkan *feedback* dari *user* berupa adanya perubahan konten tulisan dan terkait dengan desain. *User* memberikan *feedback* secara detail melalui *email* yang berisi *link* Google Slides.

Pada revisi awal, terdapat revisi perubahan penulisan konten teks pada *post*. Oleh sebab itu pada *page* ketiga, teks pada sebelah kanan dihilangkan sehingga penulis mengubah *layout* foto dimana objek utama menjadi *center*.



Gambar 3.25 Feedback User untuk Desain Instagram Carousel

Selain itu, terdapat beberapa revisi minor lainnya dimana *user* meminta untuk menghilangkan *shadow* putih pada teks yaitu di *page* satu dan empat, membesarkan aset gambar polaroid pada *page* kedua, dsb. Kemudian terdapat revisi pada aset foto dimana *user* meminta untuk mengedit foto agar memiliki kecerahan dan *tone* yang sama. Selain itu, *user* juga meminta untuk menghilangkan pantulan cahaya pada *backdrop* di foto pada *page* kelima. Oleh sebab itu, penulis menggunakan Adobe Photoshop untuk melakukan pengeditan foto agar sesuai.



Gambar 3.26 Proses Pengeditan Foto 1

Pada foto pertama, penulis melakukan *adjustments* yang berupa *brightness*, *exposure*, dan *color lookup*. Penulis menaikkan pengaturan *brightness* menjadi 23, menambahkan *exposure* sebanyak 0,14, mengatur posisi *levels*, untuk *color lookup* diatur pada bagian *opacity* menjadi 0% dan *fill* menjadi 76%. Berikut merupakan hasil sebelum dan sesudah melalui proses pengeditan.



Gambar 3.27 Hasil Pengeditan Foto 1

Pengaturan serupa juga diterapkan pada foto di *page* kedua, ketiga, dan keempat. Namun untuk foto kelima, penulis melakukan pengaturan yang berbeda. Pertama penulis juga menerapkan pengaturan yang sama dengan foto *page* sebelumnya. Tetapi warna yang dimiliki foto masih terlihat terlalu *warm* jika dibandingkan dengan foto-foto lainnya sehingga terlihat tidak selaras. Oleh sebab itu, penulis menerapkan pengaturan *color balance* pada bagian *midtones* yaitu *cyan* menjadi -21 dan *blue* menjadi +24. Selain itu penulis juga memberikan pengaturan *saturation* menjadi -5.



Gambar 3.28 Proses Pengeditan Kecerahan Foto 5

Setelah proses pengeditan tersebut, penulis berupaya untuk menghilangkan pantulan cahaya pada *backdrop*. Penulis mencoba menggunakan *tools* berupa *clone stamp tools* untuk menutupi cahaya tersebut. Pengaturan pada *clone stamp tools* yang digunakan yaitu dengan *soft round brush* dengan *hardness* sebesar 0% dan *size* sekitar 28-60 px. Penulis menambahkan *clone stamp* tersebut secara perlahan-lahan agar tidak mempengaruhi bagian lain dari foto.



Gambar 3.29 Proses Pengeditan Pantulan Foto 5

Kemudian setelah proses tersebut selesai, penulis memberikan hasil foto kepada *Associate Designer* agar diberikan persetujuan. Berikut merupakan hasil foto sebelum dan sesudah melalui proses pengeditan.



Gambar 3.30 Hasil Pengeditan Foto 5

Ketika seluruh foto telah disetujui oleh Associate Designer, penulis melakukan *layout* kembali foto pada desain Instagram *carousel* yang sebelumnya telah dibuat di Adobe Illustrator. Selain itu, penulis juga melakukan pengecekan kembali penulisan seluruh teks pada desain.

5. Tahapan Approval

Pada tahapan terakhir, desain yang telah selesai direvisi oleh penulis kemudian dikirimkan kembali kepada *user* melalui *email* untuk di-*review*. Desain kemudian mendapatkan *approval* dan penulis diminta untuk mengirimkan *file* desain dengan resolusi tinggi. Berikut hasil desain *post* Instagram *carousel* untuk *recap* acara Perempuan Bermakna.



Gambar 3.31 Desain Final Instagram Carousel Perempuan Bermakna

48

Desain Instagram *carousel* tersebut kemudian di-*posting* melalui akun Instagram @asuransiastra pada tanggal 22 Maret 2025. *Postingan* tersebut telah dilengkapi *caption* yang dibuat oleh tim *Digital* dimana menjelaskan secara lebih lanjut mengenai detail acara tersebut.



Gambar 3.32 Post Instagram Carousel Perempuan Bermakna

Untuk pengerjaan desain Instagram *carousel* ini, penulis awalnya mengalami kendala dalam menghilangkan pantulan cahaya pada *backdrop*. Setelah mencoba beberapa *tools* pada photoshop, penulis akhirnya menggunakan *clone stamp tool* yang diaplikasikan secara perlahan dan berhati-hati untuk mendapatkan hasil yang diinginkan.

3.3.2.2 Healthy Lifestyle Challenge (Bulan K3 Nasional)

K3 merupakan singkatan dari Keselematan dan Kesehatan Kerja. Dalam meningkatkan kesadaran terkait K3, Indonesia memperingatinya sebagai Bulan K3 Nasional yang berlangsung dari tanggal 12 Januari hingga 12 Februari. Untuk memperingati bulan K3 Nasional tersebut, perusahaan Asuransi Astra menyelenggarakan Instagram *challenge* berupa mem-*posting* video yang menunjukkan penerapan kesehatan fisik dan emosional dalam kehidupan sehari-hari

yang dapat mendukung kesehatan dalam bekerja. *Challenge* ini diperuntukkan secara internal untuk karyawan Asuransi Astra di *head office* dan cabang. Dalam menginformasikan *challenge* tersebut, *user* yaitu seorang *Sustainability Analyst* meminta tim desain dalam mengerjakan desain *email blast* dan Instagram *story*. Oleh sebab itu, untuk proyek desain ini termauk dalam pilar DKV yaitu informasi.

1. Tahapan Brief

Tim desain mendapatkan job bag dari user yang merupakan seorang Sustainability Analyst. Job bag tersebut dikirimkan melalui email dan berisi brief desain yang dibutuhkan. Setelah mendapatkan email tersebut, Manager Desain kemudian menugaskan kepada salah satu Associate Designer yang kemudian dikirimkan kepada penulis melalui email. Brief yang penulis terima yaitu dalam bentuk Powerpoint yang berisi secara lengkap terkait konten Healthy Lifestyle Challenge yang ingin disampaikan serta gambaran aset visual yang diinginkan.



Gambar 3.33 Brief Healthy Lifestyle Challenge

Terdapat total 6 halaman *email blast* yang diperlukan yaitu pada halaman pertama merupakan *cover* yang berisi judul, pada halaman kedua berisi tentang informasi jadwal *challenge*, tema, mekanisme, dan sistem penilaian. Pada halaman ketiga yaitu mengenai syarat ketentuan secara lebih lengkap dan pada halaman keempat terdapat penjelasan kembali mengenai sistem penilaian. Pada halaman kelima terdapat informasi mengenai hadiah bagi pemenang dan halaman keenam yaitu *cover* penutup.

Namun seiring proses pengerjaan desain *email blast* ini, akan terjadi perubahan pada konten *brief* dimana pada awalnya *challenge* berupa foto yang dapat di-*upload* melalui *feed* atau *story* yang kemudian berubah menjadi video *reels*.

2. Tahapan Brainstorming

Dalam tahapan *brainstorming*, penulis meminta kepada Associate Designer untuk melihat desain *email blast* sebelumnya yang telah dikerjakan dengan tujuan agar penulis mendapatkan gambaran mengenai desain yang sesuai.



Gambar 3.34 Referensi Desain Email Blast Asuransi Astra

Dari contoh desain *email blast* sebelumnya, penulis menemukan bahwa tidak adanya gaya desain spesifik yang perlu diikuti tetapi perlu untuk tetap mengikuti identitas *brand* yang dimiliki oleh Asuransi Astra yaitu dari segi warna dan *typeface* yang digunakan. Namun, setelah mempertimbangkan padatnya konten yang perlu dimasukkan dalam satu halaman, penulis memutuskan untuk tidak menggunakan adanya objek visual yang menghiasi di sisi pinggir halaman.



Gambar 3.35 Proses Generate Gambar dengan Midjourney

Selanjutnya, penulis mencari aset visual berupa foto dengan menggunakan *Artificial Intelligence* yaitu Midjourney yang diakses melalui aplikasi discord. Penulis men-*generate* foto tersebut dengan menggunakan *prompt* untuk mendeskripsikan gambaran foto yang diinginkan. Foto yang dihasilkan yaitu berupa gambaran orang yang sedang melakukan *jogging* di pagi hari dengan gembira.



Gambar 3.36 Aset Visual Freepik

Selanjutnya penulis juga mencari aset visual dengan menggunakan Freepik yaitu berupa foto yang diperlukan pada halaman kedua untuk menggambarkan aktivitas yang mendukung kesehatan manusia secara fisik maupun secara mental yaitu seperti makan makanan sehat, olahraga, *journaling*. Selain itu, penulis juga mencari aset visual ilustrasi pemenang diatas podium untuk

halaman kelima. Setelah mendapatkan aset yang cocok, penulis mulai merancang desain.

3. Tahapan Digitalisasi



Gambar 3.37 Proses Digitalisasi 1 Email Blast Healthy Lifestyle Challenge

Pada tahapan ini, penulis menggunakan *software* Adobe Illustrator dan membuat 6 *artboard* yang berukuran 1200x720 pixel. Pada halaman pertama yaitu *cover*, penulis mendesain teks judul agar terlihat *pop out* yaitu dengan menggunakan menimpa beberapa layer teks. Pada layer teks paling belakang dibuat dengan *typeface* VAG Rounded Std bold berwarna biru muda yang adaah turunan dari warna sustainable blue. Penulis membuat teks ini dengan *stroke* yang tebal yaitu 30 pt yang kemudian ditimpa dengan teks putih. Selanjutnya kedua teks tersebut digabung dan diberikan efek *shadow* dan *wrap*.

Untuk aset visual yang didapatkan dari Midjourney, penulis melakukan *layout* pada sebelah kiri halaman sesuai dengan *brief user*. Penulis menambahkan efek *blur* dan meletakkan *shapes* putih dengan *radial gradient* di sebelah kanan gambar agar dapat menyatu dengan *background*. Kemudian untuk *background* penulis membuatnya dengan menggunakan efek *radial gradient* antara warna biru dan putih. Sedangkan pada bagian judul, penulis membuat *background* dengan *linear gradient*.



Gambar 3.38 Proses Digitalisasi 2 Email Blast Healthy Lifestyle Challenge

Untuk halaman ketiga, keempat, dan kelima, penulis tidak menggunakan desain teks judul yang sama dengan cover. Teks judul hanya ditampilkan secara simple yaitu dengan membuat teks berwarna putih yang diberikan stroke biru dan shadow berwarna biru. Hal ini dikarenakan tidak adanya ruang yang cukup. Untuk subheadline berupa teks berwarna putih dan penulis menambahkan shape rounded sebagai background. Pada page kedua, penulis membuat aset visual dengan konsep yang menggambarkan seolaholah seperti posting-an Instagram dengan tujuan agar menyampaikan bahwa challenge akan dilakukan melalui Instagram. Untuk foto pada aset visual ini, penulis mengambil dari Freepik. Penulis melakukan layout aset visual secara tertimpa satu sama lain karena tidak adanya cukup ruang. Kemudian untuk background halaman juga penulis buat dengan menggunakan efek radial gradient antara warna biru dan putih.



Gambar 3.39 Proses Digitalisasi 3 *Email Blast Healthy Lifestyle Challenge* 54 Perancangan Desain *Feeds...*, Agnes Angelica, Universitas Multimedia Nusantara

Untuk halaman kelima, adanya perubahan *brief* yang dikirimkan *user* dimana awalnya diminta penggambaran 3 orang pemenang masing-masing untuk kategori individu dan kelompok yang kemudian berubah menjadi lima orang. Penulis juga mengambil aset dari Freepik karena keterbatasan waktu. Namun, penulis juga melakukan penyesuaian kembali aset yang diambil yaitu berupa warna dan fitur wajah. Hal ini dilakukan agar *ambience* dari aset visual dapat terlihat selaras.

Untuk halaman terakhir yaitu berupa *cover* penutup, penulis menggunakan aset visual yang yang sama dengan halaman pertama. Teks judul dan *background* juga menggunakan efek yang sama seperti halaman pertama untuk menunjukkan bahwa keduanya adalah *cover*. Setelah seluruh desain telah selesai, penulis mengecek kembali penulisan kata dan memperbaiki kata yang belum *italic*.

4. Tahapan Review & Revisi

Setelah desain telah selesai, penulis mengirimkan desain dalam format pdf kepada *user* melalui email. Penulis kemudian mendapatkan *feedback* yang dikirimkan melalui *email* oleh *user* dalam bentuk powerpoint.



 Gambar ini aneh deh trus warnanya mati km hitam dan abu, mata Al aneh jg. Supaya konsisten pake gambar yg di page selanjutnya saja.
 Penulisan font utk Healty Ufestyle Video Challenge samaian sama font yg page sthi ni, contohnya:

Healthy Lifestyle Video Challenge

Gambar 3.40 Review User Email Blast Healthy Lifestyle Challenge

Untuk halaman pertama yaitu *cover*, *user* meminta untuk tidak menggunakan aset foto tersebut dan menggantinya dengan aset visual yang penulis buat pada halaman kedua. Kemudian desain teks judul juga disamakan dengan halaman selanjutnya agar seragam.



Gambar 3.41 Proses Revisi Email Blast Healthy Lifestyle Challenge

Oleh sebab itu, penulis menggunakan aset visual pada halaman kedua dan dikarenakan terdapat ruang yang lebih, penulis melakukan *layout* kembali aset visual tersebut sehingga tidak tertimpa satu sama lain. Kemudian sesuai dengan permintaan *user*, penulis mengganti desain teks judul sehingga sama dengan halaman kedua dengan ukuran yang lebih besar.

Selain revisi tersebut terdapat juga revisi berupa konten teks pada bagian mekanisme dan sistem penilaian yang diubah sesuai *request user*. Kemudian untuk halaman kelima dan keenam juga diminta untuk dihapus. Pada akhirnya *user* meminta agar desain *email blast* yaitu halaman satu, tiga, dan empat digabung menjadi satu *file* pdf dan halaman kedua dalam format *file* jpg.

5. Tahapan Approval

Setelah desain tersebut telah disetujui oleh *user*, penulis mengirimkan dua *file* dengan resolusi tinggi dalam bentuk pdf dan jpg kepada *user* melalui *email*. *User* juga meminta membuatkan desain dari halaman kedua menjadi versi Instagram story.



Gambar 3.42 Proses Digitalisasi Instagram *Story* Healthy Lifestyle Challenge

Penulis membuat satu *artboard* dengan ukuran 1080x1920 pixel dan kemudian men-*duplicate* seluruh aset visual dari desain halaman kedua. Setelah itu, penulis mengubah *layout* dan ukuran aset visual agar sesuai dengan ukuran *artboard*. Selain itu, penulis juga mengubah *header* Asuransi Astra yang sebelumnya di sisi kiri dan kanan menjadi di tengah agar sesuai dengan *template* Instagram *story* Asuransi Astra. Setelah selesai, penulis mengirimkan *file* desain Instagram *story* ini dalam *format* jpg kepada *user* melalui *email*.

Setelah jadwal *challenge* telah selesai, *user* kemudian meminta penulis untuk membuat pengumuman pemenang dari *challenge* tersebut.

1. Tahapan Brief

User mengirimkan file *brief* dalam bentuk powerpoint kepada penulis melalui Whatsapp. *Brief* berisi foto dan *username* dari masing-masing pemenang untuk kategori individu dan kelompok.





Gambar 3.43 Brief 1 Email Blast Pemenang Healthy Lifestyle Challenge

Kemudian *user* juga mengirimkan adanya masukan dari divisi *Brand Communication* untuk menambahkan halaman pembuka dan penutup. *User* juga memberikan contoh referensi *cover* desain yang ingin dibuat.

2. Tahapan Brainstorming

Setelah memahami *brief* yang diberikan, penulis melihat kembali desain yang sebelumnya telah dibuat agar *ambience* desain pengumuman pemenang Healthy Lifestyle Challenge ini tetap sama. Selanjutnya penulis mencari aset berupa *confetti* untuk halaman awal dan penutup melalui Freepik agar sesuai dengan referensi desain yang diberikan.

3. Tahapan Digitalisasi



Gambar 3.44 Proses Digitalisasi *Email Blast* Pemenang *Healthy Lifestyle* Challenge

Penulis membuat empat *artboard* dengan ukuran 1200x720 *pixel* di *Adobe Illustrator*. Desain teks judul dan *subheadline* dibuat sama dengan desain sebelumnya. Pada halaman pertama dan

keempat, penulis meletakkan aset visual *confetti* secara random di area yang kosong untuk menambahkan suasana meriah dan sesuai dengan *brief user*.

Pada halaman kedua dan ketiga, penulis tidak menggunakan aset foto yang diberikan oleh *user* namun penulis meng-*capture* sendiri dari masing-masing pemenang. Penulis kemudian menambahkan efek *feather* 30 px dan ditambahkan *frame rounded* agar sesuai dengan *brief* yang diberikan. Daftar pemenang kemudian diletakkan diatas *shape rectangle rounded* berwarna putih dengan efek *shadow* dengan tujuan agar desain tidak terlihat terlalu kaku. *Background* pada desain juga sama dengan desain sebelumnya. Namun, untuk *header* berbeda dengan desain *email blast* sebelumnya dimana peace of mind kemudian diganti dengan logo Employee Wellbeing.

4. Tahapan Review dan Revisi

Setelah desain telah selesai, penulis mengirimkan *file* kepada user melalui Whatsapp untuk mendapatkan *feedback*. Untuk desain *email blast* pemenang, penulis tidak diminta untuk mengerjakan revisi yang signifikan. *Feedback* yang diberikan hanya berupa revisi minor terkait konten pada teks dan ukuran aset visual dan teks yang perlu diperbesar.

5. Tahapan Approval

Setelah desain telah mendapatkan *approval*, penulis diminta untuk mengirimkan halaman satu dalam *format file* jpg dan halaman dua, tiga, empat dalam format file pdf.

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



Gambar 3.45 Proses Digitalisasi 1 Instagram Story Pemenang Healthy Lifestyle Challenge

Selanjutnya penulis juga diminta untuk menurunkan desain pada halaman kedua dan ketiga dalam bentuk Instagram *story*. Oleh sebab itu, penulis membuat ukuran dua *artboard* berukuran 1080x1920 *pixel*. Penulis kemudian melakukan *relayouting* dan *resizing* aset visual dari halaman dua dan tiga. Setelah selesai, penulis mengirimkan *preview* desain tersebut kepada *user*.



Gambar 3.46 Proses Revisi Instagram Story Pemenang Healthy Lifestyle Challenge

Namun, *user* memberikan *feedback* agar pemenang dari kategori individu dan kelompok digabung menjadi satu *artboard* saja. *User* kemudian memberikan *copywriting* yang baru yang kemudian penulis letakkan pada bagian atas. Setelah mendapatkan *approval* atas desain tersebut, penulis mengirimkan *file* desain kepada *user* dengan format *file* jpg.

Dalam mengerjakan proyek desain ini, penulis mengalami kendala yaitu adanya perubahan secara konstan pada konten teks *email blast* dari *user*. Sehingga penulis diminta untuk membuat revisi yang cukup banyak pada deskripsi mekanisme dan sistem penilaian.

3.3.2.3 Perancangan Logo dan Key Visual Marketing Contest 2025

Marketing Contest merupakan acara yang diadakan per tahun untuk memberikan *award* kepada para *Account Manager*. Pada tahun 2025, acara ini diadakan di Manado tepatnya pada tanggal 22 Mei 2025. Oleh sebab itu, tim *Marketing Communication* memberikan *job bag* desain kepada tim desain untuk merancang logo, key visual, dan berbagai turunan desain untuk keperluan acara Marketing Contest 2025. Pada proyek ini, penulis diminta oleh salah satu *Associate Designer* untuk membantu dalam membuat desain-desain tersebut. Proyek desain ini termasuk dalam pilar DKV yaitu *branding*.

1. Tahapan Brief

User dari tim Marketing Communication mengirimkan brief desain melalui email dalam bentuk Powerpoint. Brief awalnya berisi request untuk membuat logo sesuai dengan tema-tema tertentu yaitu musical theater, back to 80s, adventure, video game, dan cartoon show. User juga memberikan contoh desain logo Marketing Contest dari tahun sebelumnya serta referensi dari setiap tema-tema tersebut.



61

Perancangan Desain Feeds..., Agnes Angelica, Universitas Multimedia Nusantara

Gambar 3.47 Brief Marketing Contest 2025

2. Tahapan Brainstorming

Pada tahapan ini, penulis awalnya mencari berbagai referensi desain melalui pinterest dan google sesuai dengan tema-tema yang ditentukan oleh *user*.



Gambar 3.48 Referensi Logo Marketing Contest 2025

Sesuai dengan arahan dari *Associate Designer*, penulis diminta untuk menggunakan Freepik dalam membuat alternatif desain logo tersebut. Hal ini dikarenakan *deadline* waktu yang singkat yang telah ditentukan oleh *user*.

3. Tahapan Digitalisasi

Penulis menggunakan Adobe Illustrator untuk melakukan *layouting* terhadap aset-aset desain yang telah penulis kumpulkan melalui Freepik.



Gambar 3.49 Digitalisasi Alternatif Logo Marketing Contest 2025

Untuk tema broadway, penulis menggunakan aset desain sign yang dikelilingi dengan lampu dan memiliki efek cahaya sebagai background. Kemudian penulis menggunakan aset desain huruf dengan ornamen lampu pada stroke secara individual yang kemudian penulis layout menjadi sebuah kata. Untuk tema back to the 80's, penulis menggunakan efek teks gradient dengan background yang gelap agar memberikan kontras dan menciptakan kesan neon pada Kemudian teks. untuk tema adventure. penulis menginterpretasikannya dalam bentuk petualangan dalam hutan sehingga pada background teks menggunakan tekstur dan bentuk kayu. Selain itu, penulis menambahkan ornamen daun pada sekelilingnya. Pada desain logo dengan tema cartoon, penulis membuat dengan tulisan 3 dimensi yang memiliki warna vibrant. Selanjutnya pada desain logo video game, penulis menggunakan typeface yang pixelated dengan efek 3 dimensi. Penulis kemudian menambahkan background hitam dengan bagian yang terpisahterpisah untuk memberikan efek pixel.

4. Tahap Review dan Revisi

Setelah kelima alternatif desain telah selesai, penulis mengirimkan *file* dalam bentuk jpg kepada *user* melalui *email*.

Penulis kemudian mendapatkan *feedback* dari *user* untuk membuat alternatif desain baru.



Logo marketing contestnya coba tolong dibuatkan as is seperti ini ya font text dan gambar serta bentuknya

Lalu ditambahkan sedikit ada ikon yang menggambarkan Bunaken ya

Tolong dibuatkan 2 opsi tapi secara bentuk seperti ini

Gambar 3.50 Brief Revisi 1 Logo Marketing Contest 2025

User meminta untuk membuat alternatif baru dengan tema *pixel* dan menggunakan ornamen yang melambangkan Pulau Bunaken. Oleh sebab itu, penulis mencari efek teks berwarna biru dengan ujung *stroke* yang *pixelated*. Kemudian pada sisi kiri dan kanan, penulis menambahkan ornamen berkaitan dengan pulau dan kompetisi. Untuk memberikan gambaran seperti referensi yang diberikan oleh *user*, penulis juga menambahkan *background* berupa pemandangan langit dan permukaan laut dalam *style* desain *pixelated* juga.



Gambar 3.51 Revisi 1 Logo Marketing Contest 2025

Setelah mengirimkan logo tersebut kepada *user*, penulis kemudian mendapatkan *approval*. Namun setelah *user* mengadakan rapat dan mengajukan kepada salah satu BOD (*Board of Directors*), terdapat perubahan konsep sehingga *user*

meminta penulis untuk merancang logo baru dengan tema dan konsep yang berbeda.

Minta tolong untuk dibuatkan opsi logo kembali (fokusnya tema video game) - Alternatif 1: hutuf M pada kata "Marketing" M nya coba pake ikon joy stick



Tolong sekalian dibuatkan main KV ala video games, referensinya sbb. -notes: gak perlu ada ikon penyu, terumbu karang => justru ada ikon2 ala video games aja



Gambar 3.52 Brief Revisi 2 Logo Marketing Contest 2025

Untuk *brief* yang baru, penulis diminta untuk membuat alternatif logo baru dengan konsep video game dimana user meminta agar huruf M pada kata "Marketing" untuk diganti menjadi objek visual berupa *joystick*. Kemudian *user* juga meminta untuk sekaligus membuat key visual dengan tema *arcade* sesuai dengan referensi yang diberikan.



Oleh sebab itu, penulis mencari *text effect* dengan konsep *video game* namun lebih *simple* dari logo sebelumnya. Kemudian penulis mencari aset *joystick* dengan gaya desain *pixelated* sesuai dengan konsep *video game*. Penulis menyesuaikan kembali aset desain *joystick* tersebut agar dapat membentuk huruf M dan mengubah warnanya agar sesuai dengan warna pada teks. Selanjutnya penulis kembali mencari aset visual melalui Freepik berupa *game arcade*. Penulis kemudian meletakkan logo alternatif baru tersebut dalam *screen*.

Setelah mengirimkan logo dan *key visual* tersebut kepada *user*, penulis kembali mendapatkan *feedback* untuk membuat alternatif logo lain. *User* meminta untuk membuat logo dengan konsep yang dimana logo terlihat menyatu dengan *joystick*. Selain itu, *user* juga meminta agar warna dari logo yaitu *colour block*.



Gambar 3.54 Moodboard Marketing Contest 2025

Oleh sebab itu, penulis membuat *moodboard* yang berisi referensi terlebih dahulu melalui Freepik dan pinterest untuk mendapatkan gambaran terkait konsep yang diinginkan *user*. Selain itu, penulis juga memasukkan contoh *color palette* yang akan menjadi referensi warna untuk logo.



Gambar 3.55 Revisi 3 Logo Marketing Contest 2025

Penulis kemudian membuat beberapa sketsa logo sesuai dengan referensi desain yang penulis kumpulkan. dan melakukan digitalisasi menggunakan Adobe Illustrator agar dapat menampilkan kepada *user* secara langsung gambaran jadi dari alternatif logo.



Gambar 3.56 Digitalisasi Sketsa Logo Marketing Contest 2025

Pada alternatif pertama, penulis membuat teks berada diatas objek yang seolah-olah berbentuk hati yang melambangkan kehidupan karakter pada *game* dengan pada sisi kiri dan kanan terdapat potongan *joystick*. Untuk alternatif kedua, penulis meletakkan teks di tengah *joystick* yang terbelah separuh dengan menggunakan *style outline*. Pada alternatif ketiga, penulis membuat teks Marketing Contest 2025 berada di tengah *joystick*.

Setelah *user* melakukan *review* terhadap alternatif logo tersebut, penulis kemudian mendapatkan *feedback* bahwa *user* memilih opsi desain kedua. Logo kedua merupakan jenis logo *emblem* yang terdiri dari *wordmark* dan *pictorial mark* berupa *joystick* yang tidak dapat dipisahkan. Penulis kemudian diminta oleh *user* untuk dibuatkan beberapa alternatif warna untuk logo tersebut.



Gambar 3.57 Color Palette Marketing Contest 2025

Untuk alternatif warna pada logo, penulis tetap menggunakan warna sustainable blue dan joyous blue dari *brand identity* Asuransi Astra serta beberapa warna yang berdekatan dengan warna biru. Selain itu, penulis juga menambahkan warna kuning dan merah yang kontras dengan warna lainnya untuk menciptakan *colour block* sesuai dengan *request* dari *user*. Penulis kemudian mengkombinasikan warna-warna tersebut pada logo. Namun, penulis tetap memprioritaskan warna biru sebagai warna primer dan warna lainnya sebagai warna sekunder.



Gambar 3.58 Alternatif Warna Logo Marketing Contest 2025

User kemudian memilih opsi ketiga dengan perpaduan 7 warna yang berbeda yang didominasi oleh warna biru. Teks pada logo juga menggunakan *typeface* VAG Rounded Std sesuai dengan *brand identity* Asuransi Astra. Untuk warna pada teks, penulis menggunakan perpaduan warna sustainable blue dan joyous blue.



Gambar 3.59 Brief Key Visual Marketing Contest 2025

Setelah penulis mendapatkan *approval* dari *user* untuk logo, *user* kemudian meminta untuk membuat *key visual* sesuai dengan referensi yang diberikan. Oleh sebab itu, dikarenakan keterbatasan waktu yang diberikan, penulis berusaha mencari aset visual yang sesuai referensi *user* melalui Freepik.



Gambar 3.60 Digitalisasi Key Visual Marketing Contest 2025

Penulis kemudian mengunduh aset tersebut dan menyesuaikan kembali dengan menggunakan Adobe Illustrator. Penulis mengganti warna pada *background*, objek gedung, dan objek lantai dari aset visual tersebut agar memiliki *ambience* yang sesuai dengan logo yang terpilih. Penulis kemudian meletakkan logo pada bagian tengah *artboard*. Agar logo dapat terlihat dengan jelas, penulis

menambahkan *background* pada logo dengan menggunakan *shapes* lingkaran berwarna putih. Penulis menambahkan efek *gradient* sehingga menjadi gradasi warna putih dan *mint*. Agar dapat menyatu dengan *background*, penulis kemudian menambahkan efek *blur* pada *shape* tersebut. Selain itu, penulis juga diminta untuk mencoba memasukkan teks tanggal dan lokasi acara dengan menggunakan *typeface* Perfect Dos VGA 437. Untuk teks tanggal, penulis menggunakan warna putih dan *outline* ungu. Untuk teks lokasi, menggunakan *gradient* putih biru agar dapat lebih mencolok. Terakhir, penulis menambahkan logo continuous growth pada sebelah kiri dan logo Asuransi Astra pada sebelah kanan.

Penulis kemudian mendapatkan *approval* atas *key visual* tersebut dan *user* meminta untuk membuat beberapa desain turunan yang dibagi pengerjaannya dengan *Associate Designer* yaitu sebagai berikut



Gambar 3.61 Digitalisasi Desain Dummy Check Marketing Contest 2025

Pertama, penulis diminta untuk membuat tujuh *desain dummy check* berukuran 84,1x59,4 cm untuk para pemenang. Penulis awalnya hanya diminta untuk menggunakan *key visual* utama dan meletakkan teks kategori per meja dengan menggunakan *typeface* Perfect Dos VGA 437 berwarna putih dengan ukuran 327 pt.



Gambar 3.62 Digitalisasi Desain Signage Table Marketing Contest 2025

Kedua, penulis diminta untuk membuat enam desain papan dengan ukuran 6,5x10,5 cm untuk diletakkan pada tiap meja tamu undangan. Penulis awalnya hanya diminta untuk menggunakan *key visual* utama dan meletakkan teks kategori per meja dengan menggunakan *typeface* Perfect Dos VGA 437 berwarna putih.



Gambar 3.63 Revisi 1 Desain Signage Table Marketing Contest 2025

Namun, penulis diminta untuk mendesain ulang papan tersebut menjadi bentuk oval dengan masing-masing kategori berisi karakter *video game* yang berhubungan dengan kategori tersebut. Penulis mencari masing-masing aset karakter tersebut dalam bentuk *file* png melalui internet. Kemudian, penulis berusaha untuk menggabungkan karakter-karakter tersebut yang memiliki *style* desain yang berbeda.



Gambar 3.64 Revisi 2 Desain Signage Table Marketing Contest 2025

Penulis kemudian mendapatkan *feedback* dari *user* untuk mengganti ukuran menjadi 25x15,4 cm. *User* juga meminta agar objek karakter-karakter dalam oval tersebut dapat lebih menyatu dan membuat *background* dengan warna yang lebih mencolok. Oleh sebab itu, penulis berusaha membuat kembali desain tersebut dengan mengganti beberapa aset visual dan warna *background* sehingga mendapatkan *approval* dari *user*.



Gambar 3.65 Digitalisasi Desain Spanduk Welcoming Marketing Contest 2025

Ketiga, penulis diminta untuk membuat spanduk *welcoming* dengan ukuran 6x2 meter. Penulis diminta agar menggunakan *background key visual* tanpa objek bangunan. Teks "Welcoming Peacemate Asuransi Astra" diminta untuk menggunakan efek *gradient*. Penulis membuat teks dengan ukuran yang besar yaitu 670 pt agar dapat dilihat oleh pengunjung dari jarak yang jauh. Penulis menggunakan *alignment* center agar pengunjung dapat fokus pada teks tersebut. Untuk sebelah kiri atas menggunakan logo Marketing Contest 2025 berwarna putih dan pada sebelah kanan menggunakan logo Asuransi Astra berwarna putih.



Gambar 3.66 Digitalisasi Desain Overlay Photobooth Marketing Contest 2025

Keempat, penulis diminta untuk membuat *overlay* untuk *photobooth* acara. Penulis membuat *shape rectangle rounded* sebagai *frame* untuk foto. Pada bagian dalam *frame*, penulis memasukkan gambaran latar *photobooth* yang diberikan oleh *user* sebagai gambaran penggunaan *overlay* terhadap *photobooth*. Selanjutnya, penulis menambahkan teks dengan *typeface* Perfect Dos VGA 437 untuk penulisan Marketing Contest 2025 dan *typeface* VAG Rounded Std untuk nama *venue* dan tanggal acara. Pada bagian belakang dari teks, penulis menambahkan *shapes* berwarna biru dengan efek *gradient* agar teks dapat terlihat dengan jelas.

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



Gambar 3.67 Digitalisasi Desain Email Blast Marketing Contest 2025

Kelima, setelah rangkaian acara dari Marketing Contest 2025 telah selesai, penulis diminta untuk membuat *email blast* yang menginformasikan *link* berisi foto dokumentasi dan *link* untuk memberikan *feedback* terhadap acara tersebut. Penulis membuat *artboard* dengan ukuran 1600x900 *pixel*.

Untuk judul, penulis menggunakan kembali *typeface* Perfect Dos VGA 437 dengan efek *gradient*. Kemudian penulis meletakkan logo pada bagian tengah *artboard*. Pada sisi kiri dan kanan terdapat gambar *qr code* yang penulis dapatkan dari *user*. Pada sisi kanan bawah, penulis diminta untuk meletakkan teks hadiah bagi pengisi form. Oleh sebab itu, untuk menggambarkan hal tersebut, penulis menambahkan aset *confetti* berwarna putih dan biru.

5. Tahap Approval

Penulis mendapatkan *approval* pada satuan desain terlebih dahulu sebelum mengerjakan turunan desain lainnya. Setelah desain mendapatkan *approval*, penulis mengekspor desain dalam format pdf atau jpg atau png sesuai dengan permintaan dan kebutuhan dari *user*. Penulis kemudian mengirimkan *file* antara melalui Google Drive, Whatsapp, dan *email*. Setelah menerima *file* final dari penulis, terdapat beberapa desain yang kemudian dicetak oleh *user* dan digunakan pada saat acara Marketing Contest 2025 berlangsung.



Gambar 3.68 Acara Marketing Contest 2025

Melalui pengerjaan proyek *branding* acara Marketing Contest 2025, penulis sering melakukan komunikasi secara langsung dengan *user* dari divisi yang bersangkutan karena penulis menangani hampir keseluruhan dari media yang dibutuhkan untuk acara Marketing Contest 2025. Oleh sebab itu, kemampuan kolaborasi dan rasa tanggung jawab dari penulis meningkat. Dalam mengerjakan proyek ini, penulis merasa kesulitan mengetahui keinginan *user* terkait desain *signage table* sehingga butuh waktu dan revisi yang banyak sebelum mendapatkan *approval*.

3.3.2.4 Pengumuman Pemenang Challenge #DiBalikKemudi

Challenge #DiBalikKemudi merupakan *challenge* Instagram *post* yang dibagikan melalui akun Instagram Garda Oto. *Challenge* ini memiliki periode 3-31 Maret 2025 dimana peserta diminta untuk membagikan foto dengan tips aman berkendara saat mudik. Terdapat dua kategori dari *challenge* ini yaitu kategori individu dan komunitas mobil. Untuk membagikan informasi terkait *Challenge* ini, divisi *Brand Communication* meminta tim desain untuk mendesain Instagram *post carousel* yang berisi syarat dan ketentuan dari *challenge* tersebut. Oleh sebab itu, *Manager Design* menugaskan salah satu *Associate Designer* untuk mendesain Instagram *post* tersebut. Setelah periode *challenge* telah selesai, tim *Brand Communication* kembali meminta *Associate Designer* untuk mendesain Instagram *reels* pengumuman pemenang *challenge* tersebut. *Associate Designer* kemudian meminta bantuan dari penulis untuk mengerjakan desain tersebut. Proyek desain ini termasuk dalam pilar DKV yaitu informasi.

1. Tahapan Brief

Associate Designer mengirimkan brief dari user kepada penulis dalam bentuk Powerpoint. Dalam brief tersebut terdapat teks yang ingin ditampilkan dalam post, penjelasan konsep desain, link Instagram pemenang, dan referensi desain. Penjelasan yang diberikan pada Powerpoint tersebut lengkap sehingga penulis dapat dengan mudah memahami brief.





Gambar 3.69 Brief Instagram Post Pemenang Challenge #DiBalikKemudi

2. Tahapan Brainstorming

Dalam mengerjakan *post* pengumuman pemenang ini, penulis hanya mengacu pada desain yang sebelumnya telah dibuat oleh *Associate Designer*. Hal ini dikarenakan, *user* juga meminta desain yang serupa dengan objek foto yang keluar dari *frame smartphone*.



Gambar 3.70 Desain Instagram Post Informasi Challenge #DiBalikKemudi

Oleh sebab itu, penulis mencari aset visual *frame smartphone* dengan menggunakan Freepik. Kemudian penulis mengambil tampilan *post* dari para pemenang dengan cara melakukan *screenshot*. Tampilan tersebut menjadi salah satu aset visual utama untuk desain *post* pemenang. Penulis juga mengambil aset visual berupa *icon* dengan gaya desain 3 dimensi dari desain sebelumnya sebagai elemen tambahan. Selain itu, mengacu pada referensi yang diberikan oleh *user* dimana memberikan kesan yang meriah oleh sebab itu, penulis mencari aset visual melalui Freepik berupa *confetti* berwarna biru dan silver agar sesuai dengan *ambience* dari desain *post* sebelumnya.

3. Tahapan Digitalisasi

Penulis melakukan digitalisasi desain dengan menggunakan Adobe Illustrator. *User* meminta untuk membuat dua desain terpisah untuk pemenang kategori individu dan komunitas mobil.

Oleh sebab itu, penulis membuat dua artboard dengan ukuran 1080x1350 pixel.



Gambar 3.71 Proses Digitalisasi Desain Instagram Post Pemenang Challenge #DiBalikKemudi

Untuk artboard pertama, penulis memindahkan aset background dan desain teks judul dari desain sebelumnya. Untuk menampilkan foto pemenang, penulis meletakkan aset visual screenshot post Instagram pemenang diatas frame smartphone dan membuat *clipping mask*. Untuk foto yang *pop out* dari *frame* smartphone, penulis menambahkan shape rectangle rounded dengan efek gradient sebagai frame foto. Penulis kemudian menambahkan shapes berwarna putih pada frame sesuai dengan referensi user. Penulis melakukan layout terhadap ketiga tampilan foto pemenang dengan ketinggian yang berbeda untuk mengindikasikan posisi juara dari ketiga pemenang tersebut.

Teks pemenang menggunakan typeface VAG Rounded Std dan dengan efek yang sama dengan subheadline. Penulis kemudian melakukan layout terhadap teks nama pemenang di bawah masing-masing tampilan foto pemenang dengan menyesuaikan hierarki dari pemenang tersebut. Penulis berusaha melakukan layout terhadap seluruh objek utama pada desain ini agar memiliki alignment center sehingga terlihat seimbang. Pada bagian judul, penulis menambahkan *icon* dengan gaya desain 3

dimensi dari desain sebelumnya yang berhubungan dengan mengemudi. Untuk menambahkan kesan yang meriah terhadap desain, penulis menambahkan aset *confetti* berwarna biru dan silver yang didapatkan dari Freepik. Pada beberapa aset visual *confetti*, penulis memberikan efek *blur* untuk meningkatkan kedinamisan desain.

Penulis menerapkan *picture window layout* untuk kedua *artboard* dengan tujuan agar dapat menarik perhatian dari audiens. Selain itu dengan tujuan agar desain dapat selaras dengan desain *post* informasi sebelumnya yang juga menggunakan *picture window layout*.

4. Tahapan Review dan Revisi

Setelah selesai mendesain, penulis mengeskpor artboard dalam bentuk *file* jpg dan dikirimkan kepada *user* melalui *email*. *User* hanya memberikan *feedback* untuk menghilangkan *shape rectangle* pada *frame* foto. Oleh sebab itu, penulis menghapus objek tersebut dan melakukan *resize* pada *frame*.



5. Tahapan Approval

Setelah penulis selesai mengerjakan revisi, penulis kemudian mengekspor *file* dalam bentuk jpg dan mngirimkan kepada *user* melalui *email. User* kemudian memberikan konfirmasi *approval* melalui email. Berikut merupakan tampilan akhir dari desain *post* pemenang #DiBalikKemudi.



Gambar 3.73 Desain Final Instagram Post Pemenang Challenge #DiBalikKemudi

User kemudian meminta agar desain tersebut dibuat menjadi motion graphic. Oleh sebab itu, penulis diarahkan oleh Associate Designer untuk mengirimkan file Adobe Illustrator kepadanya untuk membuat motion tersebut. Setelah motion telah selesai dan mendapatkan approval dari user, post kemudian di upload di akun Instagram Garda Oto.

3.4 Kendala dan Solusi Pelaksanaan Magang

Selama penulis melaksanakan magang di Asuransi Astra, penulis tidak mengalami kendala yang signifikan yang dapat mempengaruhi pekerjaan penulis sebagai *graphic designer intern*. Penulis hanya mengalami beberapa kendala minor yang masih dapat teratasi dengan baik.

3.4.1 Kendala Pelaksanaan Magang

Selama mengerjakan proyek desain magang, penulis mengalami beberapa kendala minor yaitu sebagai berikut.

- Dalam beberapa proyek desain, *user* sering mengirimkan konten yang belum disepakati oleh timnya. Sehingga tidak jarang ketika penulis telah selesai mendesain namun diminta untuk mengubah tema desain ataupun merevisi konten teks secara berulang kali. Oleh sebab itu, proses kerja menjadi tidak efisien dan membutuhkan waktu yang lama hingga selesai.
- 2. Ketika melaksanakan program magang ini, terdapat banyak *file* desain yang penulis kerjakan dengan ukuran yang besar. Hal ini mengakibatkan laptop penulis menjadi sangat lambat. Selain itu, *software* dari Adobe Illustrator sering *crash* pada saat sedang mendesain sehingga progres desain yang telah penulis rancang tidak tersimpan. Penulis kemudian perlu membuat kembali progres desain tersebut yang mengakibatkan proses pengerjaan menjadi lama.

3.4.2 Solusi Pelaksanaan Magang

Dalam menghadapi kendala-kendala selama melaksanakan magang, penulis berusaha mencari beberapa solusi agar dapat memperlancar pelaksanaan magang di Asuransi Astra. Berikut merupakan solusi-solusi atas kendala-kendala yang penulis alami.

- Untuk mengatasi adanya perubahan dari *user* secara konstan terhadap konten, penulis berusaha untuk berkomunikasi kepada *user* untuk mengkonfirmasi konten yang final. Selain itu, *user* juga terkadang menghampiri ruangan penulis untuk menyampaikan secara langsung perubahan yang diinginkan sehingga revisi dapat lebih jelas dan cepat.
- 2. Dalam mengatasi kinerja laptop yang lama, penulis berusaha untuk menghapus file-file dalam laptop yang tidak dibutuhkan lagi.

Penulis juga memindahkan *file* lama yang berukuran besar ke *flashdisk* agar ruang penyimpanan dalam laptop menjadi lebih banyak. Kemudian penulis juga berusaha untuk selalu melakukan *save* secara berkala agar tidak kehilangan progres desain.

