

## BAB III

### PELAKSANAAN MAGANG

#### 3.1 Kedudukan dan Koordinasi Pelaksanaan Magang

Penulis menjalani peran sebagai *Social Media Designer* selama masa magang. Tanggung jawab utama penulis mencakup pembuatan konten visual untuk media sosial, mulai dari perencanaan desain hingga proses eksekusi. Dalam setiap proyek, penulis menerima arahan atau *brief* dari *supervisor*, baik secara langsung melalui percakapan lisan maupun melalui pesan teks. Selanjutnya, penulis akan mendiskusikan atau melakukan asistensi kepada *supervisor* untuk mendapatkan arahan lebih lanjut serta melakukan revisi jika diperlukan, agar dapat memastikan hasil desain sesuai dengan tujuan dan standar visual perusahaan.

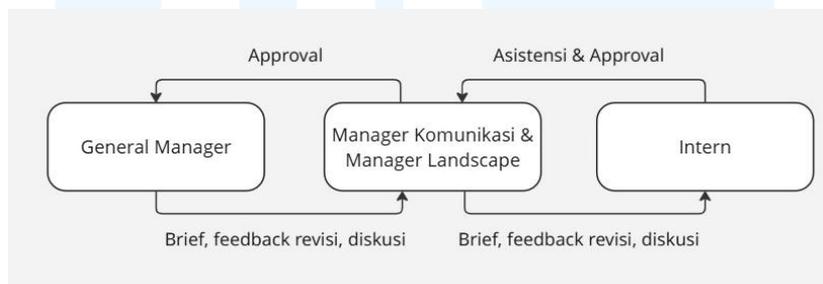
##### 3.1.1 Kedudukan Pelaksanaan Magang

Penulis sebagai *Social Media Designer Intern* memiliki posisi langsung berada di bawah *Manager* Komunikasi dan *Manager Landscape*. Dalam peran ini, penulis bertanggung jawab untuk membuat berbagai kebutuhan desain visual, khususnya untuk media sosial manajemen kota resmi CitraRaya. Tugas-tugas tersebut mencakup pembuatan konten visual untuk Instagram serta desain untuk materi promosi seperti *banner*, poster, spanduk, *backdrop*, hingga media cetak lainnya. Selain itu, penulis juga melakukan riset ringan untuk mencari referensi visual, tren desain terkini, serta memastikan pesan yang disampaikan melalui desain selaras dengan citra dan tujuan komunikasi perusahaan.

##### 3.1.2 Koordinasi Pelaksanaan Magang

Sebagai posisi *intern*, *brief* dan arahan proyek desain diberikan oleh *supervisor*, yaitu *Manager* Komunikasi dan *Landscape*. *Brief* pekerjaan desain umumnya disampaikan oleh *General Manager* kepada *Supervisor*, lalu diteruskan kepada penulis sebagai *intern*. Namun, terkadang *brief* juga dapat

langsung diberikan oleh *Supervisor*. *Brief* yang diterima biasanya tidak terlalu mendetail, sehingga penulis diberikan kebebasan dalam mengeksplorasi ide dan gaya desain. Namun, apabila penulis merasa perlu klarifikasi lebih lanjut, penulis akan berkonsultasi kepada *supervisor* terkait arahan desain atau referensi yang diinginkan. Setelah desain selesai, hasilnya akan diasistensikan terlebih dahulu kepada *supervisor* dan diteruskan kepada *General Manager* untuk mendapatkan masukan dan revisi. Revisi umumnya berasal dari *General Manager* dan disampaikan melalui *supervisor*, meskipun tidak jarang berasal langsung dari *supervisor*.



Gambar 3. 1 Bagan Alur Koordinasi

### 3.2 Tugas yang Dilakukan

Selama proses magang, penulis diberikan *brief* tugas berisi seluruh tugas yang telah dilakukan selama pelaksanaan magang sesuai dengan *daily task* yang telah diisi dalam halaman Merdeka. Tugas penulis berpusat pada media sosial manajemen kota CitraRaya, namun juga bervariasi dari membuat *banner* aplikasi, *banner/spanduk* dan *backdrop*, poster-poster event, dekorasi *outdoor*, dan lain-lain. Berikut adalah rincian dari tugas yang dikerjakan penulis selama periode magang:

Tabel 3. 1 *Detail* Pekerjaan yang Dilakukan Selama Magang

Minggu	Tanggal	Proyek	Keterangan
1	17 - 21 Februari 2025	Media Sosial Manajemen Kota	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Merancang <i>content planning</i> untuk bulan Februari</li> <li>- Menganalisa akun-akun manajemen kota dari Ciputra Group dan juga kompetitor</li> <li>- Membuat <i>profile picture</i> Instagram, <i>Cover Highlights</i> dan <i>Template post</i></li> </ul>

Minggu	Tanggal	Proyek	Keterangan
			<ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat dua konten pertama untuk media sosial Manajemen Kota</li> <li>- Meeting dengan tim Digital Marketing untuk membahas media sosial</li> <li>- Membuat <i>draft</i> untuk konten-konten selanjutnya</li> </ul>
2	24 Februari – 1 Maret 2025	Media Sosial Manajemen Kota	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Merevisi <i>profile picture</i></li> <li>- Melakukan finalisasi konten kedua untuk Instagram manajemen kota</li> <li>- Membuat dan merancang <i>copywriting</i> untuk <i>caption</i></li> <li>- Membuat draft desain konten untuk promo IPL CitraRaya Tangerang (4 alternatif)</li> <li>- Memposting post pertama di instagram Manajemen Kota CitraRaya</li> <li>- Membuat draft desain konten &amp; <i>copywriting</i> - 10 Minute City - Keunggulan Transportasi Umum &amp; promosi Bus Citra Connect</li> <li>- Membuat desain konten &amp; <i>copywriting</i> - Selamat Menunaikan Ibadah Puasa</li> <li>- Memposting konten 10 Minute City ( Keunggulan Konsep 10 Minute &amp; Fasilitas CitraRaya Tangerang)</li> <li>- Mengedit video untuk kegiatan "Hari Peduli Sampah Nasional" dari CitraRaya untuk Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Tangerang</li> <li>- Revisi desain konten - Selamat Menunaikan Ibadah Puasa</li> <li>- Memposting konten ucapan Selamat Menunaikan Ibadah Puasa</li> </ul>

Minggu	Tanggal	Proyek	Keterangan
3	3-8 Maret 2025	Media Sosial Manajemen Kota, Dekorasi Outdoor, Desain Bus	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Memposting konten Promo IPL</li> <li>- Membuat draft desain dekorasi <i>outdoor</i> Ramadhan</li> <li>- Diskusi dengan <i>Supervisor</i> dan <i>Manager</i> mengenai dekorasi Ramadhan</li> <li>- Membuat draft desain Bus Citra Connect alternatif <i>advertising space</i> pada body bus</li> <li>- Membuat desain post Instagram - Rute Bus TransCitra</li> <li>- Memposting konten promosi dan Informasi Rute Bus Trans CitraRaya</li> <li>- Membuat desain post Instagram - CitraRaya Tangerang memperingati Hari Peduli Sampah Nasional 2025</li> <li>- Memposting konten CitraRaya Tangerang memperingati Hari Peduli Sampah Nasional 2025</li> <li>- Membuat draft desain post Hari Raya Nyepi</li> </ul>
4	10-15 Maret 2025	Media Sosial Manajemen Kota	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat draft desain post Hari Raya Idul Fitri</li> <li>- Meeting dengan Dept. Internal MK</li> <li>- Membuat desain promo IPL untuk <i>Story</i> Instagram</li> <li>- Membuat notulen <i>meeting</i></li> <li>- Membuat desain post pembersihan <i>cluster</i> dan area CitraRaya</li> <li>- Memposting konten Pembersihan <i>Cluster</i> dan Area CitraRaya</li> <li>- Membuat draft desain post <i>Good Friday</i></li> <li>- Membuat draft desain post Paskah</li> </ul>

Minggu	Tanggal	Proyek	Keterangan
			<ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat desain feeds <i>Eco Celebration</i> 30 tahun (Donor darah, <i>Ecoday</i>, <i>Ecobike</i>, <i>Ecorobic</i>)</li> <li>- Memposting <i>EcoCelebration</i> 30 tahun</li> <li>- Melanjutkan membuat <i>content planning</i> untuk bulan Maret-April</li> </ul>
5	17-22 Maret 2025	Media Sosial Manajemen Kota	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Memposting Instagram <i>story</i> Promo IPL Ramadhan</li> <li>- Membuat draft desain konten tips atau hal yang harus dilakukan sebelum mudik</li> <li>- Memposting Promo IPL Ramadhan</li> <li>- Memposting konten Keunggulan 10 Minute City</li> <li>- Membuat draft desain konten mengenai STP dan IPAL</li> <li>- Membuat draft desain dan copywriting konten mengenai tips berkebun</li> <li>- <i>Survey site</i> untuk dekorasi Ramadhan</li> <li>- Membuat desain konten tips berkendara saat banjir (HSE)</li> <li>- Memposting hal yang harus dilakukan sebelum mudik</li> <li>- Membuat <i>copywriting</i> untuk konten tips berkendara saat banjir (HSE)</li> <li>- Meeting dengan Dept. <i>Marketing Communication</i></li> <li>- Membuat draft desain konten Tips Menjaga Kebugaran Selama Bulan Puasa (HSE)</li> <li>- Memposting konten Pengumuman Interkoneksi Pipa</li> <li>- Memposting Instagram <i>story</i> Pengumuman Interkoneksi Pipa</li> </ul>

Minggu	Tanggal	Proyek	Keterangan
6	24-29 Maret 2025	Media Sosial Manajemen Kota	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Memposting konten Tips Menjaga Kebugaran Selama Bulan Puasa (HSE)</li> <li>- Membuat desain dan <i>copywriting</i> untuk konten Trayek Baru CitraMaja - Mal Ciputra</li> <li>- Memantau pengerjaan dekorasi Ramadhan</li> <li>- Membuat desain dan <i>copywriting</i> untuk konten Pengumuman Tutupnya Manajemen Kota</li> <li>- Membuat desain <i>banner</i> Promo IPL untuk aplikasi Ciputra Hub</li> <li>- Membuat desain konten jadwal bus Citra Connect saat Idul Fitri</li> <li>- Memposting konten ucapan Hari Raya Nyepi</li> </ul>
7	31 Maret – 5 April 2025	Media Sosial Manajemen Kota	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Memposting konten ucapan Hari Raya Idul Fitri</li> <li>- Membuat <i>content planning</i> untuk bulan April 2025</li> <li>- Melanjutkan membuat desain konten ucapan Hari Raya Paskah</li> <li>- Melanjutkan desain konten dan <i>copywriting</i> ucapan Jumat Agung</li> </ul>

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

Minggu	Tanggal	Proyek	Keterangan
8	7-12 April 2025	Media Sosial Manajemen Kota	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat desain poster Turnamen Catur Citra Maja City</li> <li>- Meeting dengan <i>supervisor</i> dan <i>manager</i></li> <li>- Membuat desain <i>banner</i> Turnamen Catur Citra Maja City</li> <li>- Membuat desain konten jadwal baru Bus Trans CitraRaya</li> <li>- Memposting konten <i>Update</i> Jadwal Bus Trans CitraRaya</li> <li>- Mulai membuat desain <i>backdrop</i> untuk turnamen catur</li> <li>- Memposting konten <i>story</i> <i>Event Entrepreneurship</i> Ecoplaza</li> <li>- Lanjut mendesain <i>backdrop</i> turnamen catur</li> </ul>
9	14-19 April 2025	Media Sosial Manajemen Kota, Desain <i>Banner</i> , Desain Spanduk	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat desain <i>backdrop</i> selamat datang wagub</li> <li>- Membuat desain konten jadwal <i>shuttle</i> bus CitraRaya</li> <li>- Membuat desain <i>banner</i>/spanduk untuk pengumuman tutupnya EcoPark (Renovasi)</li> <li>- Membuat desain konten tempat penjemputan bus Trans CitraRaya di Jakarta</li> <li>- Membuat <i>template</i> footer baru untuk konten-konten Instagram</li> <li>- Memposting konten Pengumuman Tutupnya Little Kyoto Ecopark</li> <li>- Memposting konten Titik Jemput Trans CitraRaya di Jakarta</li> <li>- Memposting konten Ucapan Jumat Agung</li> </ul>

Minggu	Tanggal	Proyek	Keterangan
10	21-26 April 2025	Media Sosial Manajemen Kota, Desain <i>Banner</i> ,	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat desain konten berduka cita atas meninggalnya <i>Pope</i> Francis</li> <li>- Membuat desain konten ucapan Hari Kartini</li> <li>- Membuat desain konten Jalur Trans CitraRaya ke Jakarta</li> <li>- Memposting konten Ucapan Hari Kartini</li> <li>- Membuat <i>copywriting</i> untuk konten berduka cita atas meninggalnya <i>Pope</i> Francis</li> <li>- Melakukan revisi pada desain konten Jalur Trans CitraRaya ke Jakarta</li> <li>- Memposting konten Jalur Trans CitraRaya ke Jakarta</li> <li>- Memposting konten Berduka cita atas meninggalnya <i>Pope</i> Francis</li> <li>- Membuat <i>banner</i> turnamen catur dalam ukuran lain</li> <li>- Membuat desain poster Selamat Bertanding</li> <li>- Menambahkan desain konten Jadwal Bus <i>Shuttle</i> KJU</li> <li>- Membuat draft desain konten ucapan Hari Buruh Internasional</li> <li>- Revisi desain dan konten Jadwal Bus <i>Shuttle</i> KJU</li> <li>- Memposting konten Jadwal Bus <i>Shuttle</i> KJU</li> <li>- Membuat desain <i>reminder</i> promo IPL</li> </ul>

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

Minggu	Tanggal	Proyek	Keterangan
11	28 April – 3 Mei 2025	Media Sosial Manajemen Kota	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat cover konten Pindapata</li> <li>- Membuat desain konten minimarket yang ada di CitraRaya</li> <li>- Membuat desain cover peraturan pembakaran sampah</li> <li>- Membuat desain konten ucapan Hari Pendidikan Nasional</li> <li>- Melakukan revisi pada desain cover peraturan Bakar Sampah</li> <li>- Memposting konten Ucapan Hari Pendidikan Nasional</li> <li>- Memposting konten Peraturan Bakar Sampah</li> <li>- Melanjutkan desain konten <i>convenience store</i> di CitraRaya</li> </ul>
12	5 – 10 Mei 2025	Media Sosial Manajemen Kota	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat desain konten pembayaran IPL melalui aplikasi CiputraHub</li> <li>- Melakukan revisi pada desain <i>convenience store</i> di CitraRaya</li> <li>- Melanjutkan dan revisi desain konten pembayaran IPL melalui aplikasi CiputraHub</li> <li>- Membuat <i>banner "Under Construction"</i></li> <li>- Memposting konten <i>Convenient Store</i> di CitraRaya</li> <li>- Membuat desain konten event donor darah untuk Citra Maja</li> <li>- Membuat desain konten ucapan Hari Raya Waisak</li> <li>- Membuat desain konten <i>feeds</i> dan <i>story</i> pengumuman <i>festive market</i> CitraRaya</li> <li>- Revisi desain konten acara donor darah CitraMaja</li> </ul>

Minggu	Tanggal	Proyek	Keterangan
13	12 – 17 Mei 2025	Media Sosial Manajemen Kota	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Melanjutkan desain pengumuman acara <i>festive market</i> CitraRaya</li> <li>- Memposting konten Selamat Hari Raya Waisak</li> <li>- Membuat desain poster "For Lease" untuk halte Ecoplaza</li> <li>- Melakukan revisi pada desain event donor darah</li> <li>- Memposting konten <i>Event KulinAsia</i></li> <li>- Memposting konten <i>Event KulinAsia</i></li> <li>- Membuat spanduk dan <i>banner</i> untuk event Donor Darah CitraMaja</li> <li>- Memposting konten Acara Pindapata CitraRaya</li> <li>- Membuat desain konten ucapan Hari Kenaikan Yesus</li> <li>- Membuat desain konten ucapan Hari Lahir Pancasila</li> <li>- Membuat revisi pada poster <i>for lease</i> Halte Ecoplaza</li> <li>- Memposting konten Acara Kulinasia</li> <li>- Melanjutkan desain konten ucapan Hari Kenaikan Yesus</li> <li>- Melanjutkan desain konten ucapan Hari Lahir Pancasila</li> </ul>
14	19 – 24 Mei 2025	Media Sosial Manajemen Kota	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Keliling menggunakan bus Citra untuk mengetahui waktu</li> </ul>

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

Minggu	Tanggal	Proyek	Keterangan
			<p>tempuh antar halte dan dijadikan konten</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Melanjutkan desain konten ucapan Hari Kenaikan Yesus</li> <li>- Melanjutkan desain konten ucapan Hari Lahir Pancasila</li> <li>- Membuat desain <i>cover reels</i> acara KulinAsia</li> <li>- Membuat desain <i>cover reels</i> acara Pindapata</li> <li>- Membuat desain konten ucapan Hari Kebangkitan Nasional</li> <li>- Membuat desain konten Bus Citra Connect</li> <li>- Membuat desain sticker pembayaran untuk bus</li> <li>- Revisi desain konten Bus Citra Connect</li> <li>- Membuat desain konten ucapan hari raya idul adha</li> <li>- Membuat desain umbul-umbul untuk acara donor darah Citra Maja</li> </ul>



Minggu	Tanggal	Proyek	Keterangan
15	26 – 30 Mei 2025	Media Sosial Manajemen Kota	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Revisi desain konten Penambahan Armada dan Jadwal Operasional Bus</li> <li>- Membuat desain konten acara <i>Eco Art</i> Mardi Gras</li> <li>- Membuat desain <i>name tag customer service</i></li> <li>- Membuat desain konten metode pembayaran bus Citra Maja</li> <li>- Membuat revisi desain konten acara <i>Eco Art</i> Mardi Gras</li> <li>- Membuat desain <i>cover reels</i> permbersihan rutin <i>EcoClub</i></li> <li>- Membuat desain <i>cover reels</i> progres revitalisasi Little Kyoto</li> <li>- Melakukan revisi pada desain konten metode pembayaran bus Citra Maja</li> <li>- Membuat desain ucapan Hari Kenaikan Yesus untuk media sosial manajemen kota Citra Maja</li> <li>- Membuat desain <i>coming soon</i> dan <i>grand opening</i> untuk <i>tenant</i> baru</li> <li>- Membuat desain konten pengumuman jadwal bus cuti bersama</li> </ul>

### 3.3 Uraian Pelaksanaan Magang

Selama menjalani proses magang, penulis mengerjakan berbagai macam proyek untuk divisi Manajemen Kota CitraRaya Tangerang. Tugas utama yang dikerjakan oleh penulis merupakan desain media sosial untuk Instagram Manajemen Kota CitraRaya. Penulis juga membuat desain untuk keperluan *event*, video, *in-app banner*, dekorasi *outdoor*, dan beberapa konten untuk media sosial Citra Maja. Setiap desain merupakan hasil asistensi dan diskusi dengan *supervisor*.

Untuk detail desain yang lebih lengkap dan visualisasi yang komprehensif, dapat dilihat pada lampiran yang telah disertakan.

### 3.3.1 Proses Pelaksanaan Tugas Utama Magang

Tugas utama penulis adalah membuat desain untuk konten media sosial Manajemen Kota CitraRaya. Sebagian besar konten yang dikerjakan berasal dari *brief* yang diberikan oleh *supervisor*. Namun, apabila penulis memiliki ide, penulis juga diberikan kebebasan untuk mengusulkan dan merancang konten tersebut, selama telah melalui proses asistensi dan diskusi terlebih dahulu. Konten yang diunggah mengikuti jadwal yang telah direncanakan, melalui proses *brainstorming* dan diskusi antara penulis dan *supervisor*. Namun, apabila terdapat informasi mendesak atau pengumuman penting yang memerlukan publikasi cepat, konten tersebut dapat diunggah lebih awal dari jadwal yang telah ditetapkan. Meskipun CitraRaya telah memiliki akun Instagram resmi yang berfokus pada promosi perumahan, akun Instagram khusus untuk manajemen kota / *Estate Management* CitraRaya belum tersedia. Akun Instagram yang baru ini bertujuan untuk menjadi platform komunikasi esensial, yang menginformasikan penghuni mengenai perkembangan kota, seperti informasi terkait IPL, perbaikan jalan, acara komunitas, fasilitas umum, dan pembaruan relevan lainnya. Inisiatif ini akan memfasilitasi komunikasi langsung antara pengembang dan penghuni.

Salah satu konten yang dipromosikan dalam media sosial manajemen kota CitraRaya adalah fasilitas umum mereka, seperti Bus Citra Connect dan TransCitra Raya. Konten ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran dan menginformasikan para penghuni mengenai Bus dalam CitraRaya dengan harapan bahwa semakin banyak penghuni CitraRaya yang menggunakan fasilitas transportasi umum ini. Selain itu, informasi seperti *update* mengenai jadwal bus, metode pembayaran dan sebagainya juga diunggah ke media sosial manajemen kota CitraRaya.

## 1. Brief

Pertama-tama, penulis diberikan *brief* oleh *supervisor* secara lisan untuk membuat desain konten media sosial. Penulis hanya diberikan *brief* tersebut dari *supervisor*, maka agar lebih jelas, penulis menanyakan *detail* mengenai *brief*, seperti kebutuhan informasi jadwal bus serta warna dan aset yang digunakan. Desain ini bertujuan untuk menyebarkan informasi penting kepada para penghuni mengenai metode pembayaran layanan bus CitraRaya. Pesan utama yang harus disampaikan adalah bahwa pembayaran bus kini hanya dapat dilakukan secara *cashless* (nontunai).

## 2. Referensi

Setelah menerima *brief* tersebut, penulis melanjutkan dengan tahapan pencarian referensi yang relevan. Referensi utama diperoleh dari akun media sosial resmi CitraRaya yang sudah ada. Hal ini bertujuan untuk memastikan bahwa desain konten yang baru akan tetap selaras dan senada dengan *visual branding* perusahaan yaitu *modern* dan informatif.



Gambar 3. 2 Referensi Desain Bus CitraRaya  
Sumber: <https://www.instagram.com/citraraya/>

Visual ini menonjolkan bus CitraConnect dengan latar belakang langit biru dan awan putih, menciptakan kesan cerah dan segar. Gambar bus diletakkan di tengah dengan sudut pandang menyerong dari depan, memperlihatkan desain modern dan branding bus yang jelas. Di bagian atas terdapat headline dengan huruf kapital tebal: “KEUNGGULAN

BUS CITRACONNECT”, dengan subheadline “Lebih Murah, Lebih Aman dan Lebih Nyaman” yang ditulis lebih kecil. Terdapat juga kolase foto kecil yang menunjukkan interior bus dan fasilitasnya. Elemen tambahan berupa logo, nomor kontak, dan website CitraRaya terletak di bagian bawah untuk memperkuat identitas brand dan mempermudah akses informasi.

Visual dari referensi kedua menggunakan warna hijau sebagai dominan untuk menonjolkan suasana lebaran yang identik dengan nuansa alam dan ketenangan. Judul utama berada di atas dengan tone yang santai dan ramah: “Lebaran Gak Pulang Kampung? GAK MASALAH!”. Di bagian tengah terdapat foto-foto destinasi wisata dan fasilitas hiburan keluarga di CitraRaya, yang disusun dalam bentuk kolase. Ilustrasi bus CitraConnect juga dimunculkan untuk menunjukkan kemudahan akses transportasi menuju lokasi-lokasi tersebut. Layout poster terlihat informatif namun tetap ringan, dengan penekanan pada kemudahan, kenyamanan, dan alternatif liburan lokal bersama keluarga.

### 3. Aset

Setelah itu, penulis melanjutkan dengan proses pengumpulan berbagai aset visual yang diperlukan untuk desain konten. Aset-aset ini mencakup foto bus, foto eksterior mal, rumah sakit, dan sekolah. Pemilihan aset-aset lokasi tersebut tidak hanya berfungsi sebagai pelengkap visual, tetapi juga mengkomunikasikan bahwa layanan bus dapat mengantar penghuni ke berbagai destinasi penting tersebut. Aset-aset tersebut didapatkan melalui stok aset foto perusahaan.



Gambar 3. 3 Aset Desain Konten Metode Pembayaran Bus CitraRaya

Selain itu, untuk memperkaya elemen visual dalam desain, penulis juga melakukan pencarian dan pemilihan aset tambahan dari platform penyedia aset desain seperti Freepik. Salah satu aset yang digunakan adalah elemen grafis berupa ilustrasi jalan raya. Aset ini dipilih secara khusus untuk memperkuat konteks visual serta menciptakan latar yang lebih sesuai dan realistis bagi visualisasi bus CitraConnect. Penggunaan elemen jalan ini juga bertujuan untuk menambahkan kedalaman (*depth*) dan memperjelas narasi visual bahwa bus tersebut merupakan bagian dari sistem transportasi aktif yang beroperasi di kawasan CitraRaya. Dengan adanya elemen pendukung seperti ini, desain menjadi lebih menyatu dan dinamis, serta mampu menyampaikan pesan secara lebih efektif kepada audiens. Proses pencarian aset ini juga dilakukan dengan mempertimbangkan kesesuaian warna, gaya ilustrasi, dan perspektif agar harmonis dengan elemen desain utama yang telah dibuat.



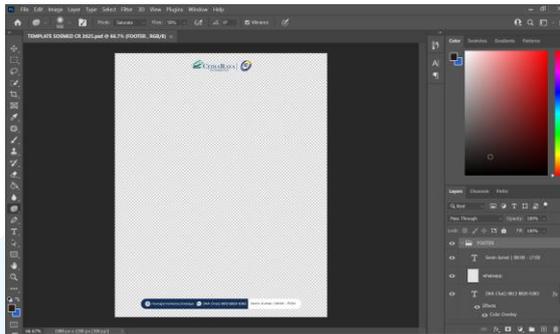
Gambar 3. 4 Aset Freepik Jalanan

Sumber: <https://www.freepik.com/free-vector/curved-asphalt>

Aset jalanan yang melintang-lintang dipilih penulis dengan alasan untuk memberikan kesan dinamis dan arah pergerakan yang kuat dalam desain. Bentuk jalan yang berliku ini mampu menciptakan ilusi kedalaman (*depth*) serta menggambarkan perjalanan yang sedang berlangsung, sesuai dengan konteks promosi layanan transportasi CitraConnect. Selain itu, bentuk yang tidak lurus memberikan komposisi visual yang lebih menarik dan mengarahkan pandangan audiens ke elemen utama, yaitu bus CitraConnect. Aset ini juga berfungsi sebagai penghubung visual antar elemen dalam desain, sehingga keseluruhan tampilan menjadi lebih harmonis dan naratif.

#### 4. Implementasi

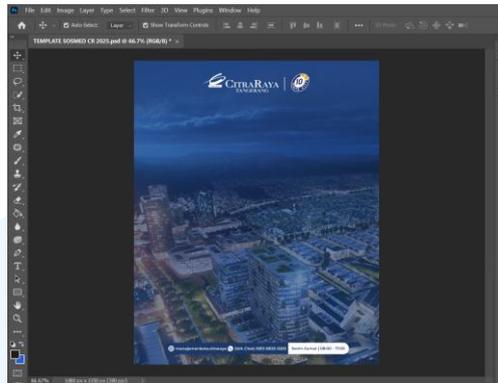
Setelah penulis menyediakan semua aset yang diperlukan, desain mulai dikerjakan menggunakan *software* Adobe Photoshop. Penulis mulai dengan menggunakan *template* media sosial sesuai dengan akun resmi CitraRaya yang berukuran 1080 x 1350 px. Kemudian, aset-aset yang sudah disediakan digabungkan dengan tipografi untuk menciptakan desain yang utuh.



Gambar 3. 5 *Template* Media Sosial

Selanjutnya, penulis mengintegrasikan foto *Art Impression* ke dalam desain. Gambar ini diperoleh dari stok aset internal perusahaan, yang memastikan keselarasan dengan identitas visual merek. Foto *Art Impression* tersebut berfungsi sebagai latar belakang utama desain, memberikan konteks visual yang kaya dan imersif. Foto *art impression* berwarna biru ini dipilih karena mampu menghadirkan kesan elegan, modern, dan futuristik yang sesuai dengan citra CitraRaya sebagai kawasan hunian dan komersial yang berkembang pesat. Warna biru sendiri secara psikologis sering diasosiasikan dengan kepercayaan, profesionalisme, dan ketenangan, sehingga cocok digunakan dalam materi promosi atau publikasi resmi. Selain itu, penggunaan *tone* malam hari pada *art impression* ini juga memberikan nuansa eksklusif dan metropolitan, yang menonjolkan pencahayaan kota serta aktivitas yang tetap hidup di malam hari, mencerminkan kawasan yang aktif dan berkelas. Kombinasi elemen-elemen ini menjadikan visual lebih menarik dan kredibel di mata audiens.

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



Gambar 3. 6 Progres *Background* Konten Bus CitraRaya

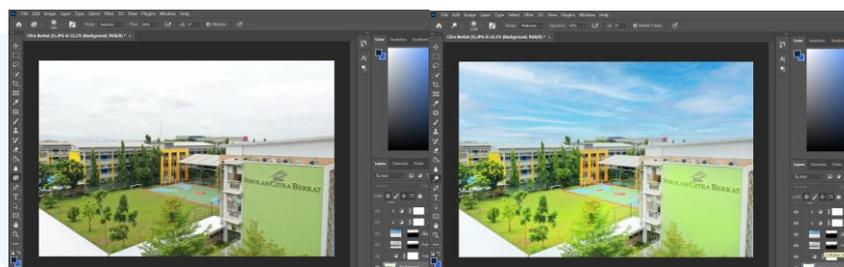
Setelah itu, penulis mulai meletakkan aset visual utama yaitu bus CitraConnect. Penempatan ini diikuti oleh aset pendukung seperti elemen jalan raya. Selain itu, judul "Kemanapun dalam 10 menit" juga disertakan sebagai elemen utama dalam desain untuk memperkuat pesan inti dari konsep 10-Minute City yang diusung oleh CitraRaya Tangerang. Judul ini dipilih karena memiliki daya tarik yang kuat dan mudah dipahami oleh masyarakat umum. Frasa ini secara langsung menggambarkan kemudahan akses dan efisiensi mobilitas yang ditawarkan kawasan CitraRaya, di mana berbagai fasilitas penting seperti tempat tinggal, sekolah, pusat perbelanjaan, layanan kesehatan, hingga tempat rekreasi dapat dijangkau dalam waktu maksimal 10 menit.

Penyertaan judul ini bertujuan untuk menanamkan persepsi bahwa tinggal di CitraRaya berarti mendapatkan kenyamanan hidup yang praktis dan terintegrasi, sehingga menciptakan daya tarik emosional dan fungsional bagi calon penghuni maupun investor. Judul tersebut menggunakan *font* Montserrat dengan warna putih. Montserrat memberikan kesan *modern* tetapi juga minimalis sehingga cocok dengan gaya visual perusahaan.



Gambar 3. 7 Progres Desain Konten Bus CitraRaya 1

Kemudian, penulis menambahkan aset-aset lain yaitu foto mall, rumah sakit dan sekolah Citra Berkas yang telah diberikan oleh perusahaan. Aset-aset tersebut bertujuan untuk memberi tahu penghuni bahwa bus dapat mengantarkan mereka kepada lokasi-lokasi penting tersebut dalam 10 menit. Aset-aset ini melalui proses editing terlebih dahulu, seperti meningkatkan *brightness*, *saturation* dan menambahkan langit dari stok Photoshop menggunakan *dodge tool*, *sponge tool* dan *sky replacement* sebelum dimasukkan ke desain. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan kualitas aset.



Gambar 3. 8 Proses *Editing* Aset untuk Desain Konten Bus

Penulis juga menambahkan subjudul “Rute Bus Citra Connect” sebagai penanda informasi utama yang ingin disampaikan kepada audiens, yaitu mengenai jalur dan layanan transportasi bus internal yang disediakan oleh CitraRaya. Subjudul ini berfungsi untuk menarik perhatian pembaca agar langsung mengetahui topik yang diangkat dalam konten. Di bawah subjudul tersebut, penulis menyertakan dua

tabel informasi yang dirancang dengan tata letak yang rapi dan mudah dibaca secara cepat.



Gambar 3. 9 Progres Desain Konten Bus CitraRaya 2

Tabel pertama berisi informasi mengenai metode pembayaran yang dapat digunakan oleh pengguna layanan bus, seperti pembayaran dengan kartu elektronik atau metode digital lainnya. Sementara itu, tabel kedua menampilkan jadwal operasional bus Citra Connect, termasuk waktu keberangkatan dan rute yang dilalui. Penyajian informasi dalam bentuk tabel bertujuan untuk memudahkan audiens dalam memahami dan mengakses detail layanan secara cepat, serta meningkatkan keterbacaan dan daya serap informasi dalam desain. Dengan adanya elemen-elemen ini, konten menjadi lebih informatif, fungsional, dan mendukung kebutuhan komunikasi visual yang efektif.

## 5. Revisi

Akhirnya, penulis mengirimkan desain tersebut kepada *supervisor* dan menanyakan informasi mengenai jadwal rute bus. Namun, setelah diskusi dengan *supervisor*, informasi mengenai rute bus sebaiknya disediakan secara terpisah. Maka, penulis mengubah desain dan hanya memasukkan metode pembayaran dalam desain. Selain itu, *supervisor* juga memberikan ide untuk judul yang lebih menarik, yaitu “Naik Bus Citra Connect, Bayar Makin Mudah”.



Gambar 3. 10 Hasil Akhir Desain Konten Bus

Hasil akhir desain ini kemudian penulis serahkan kembali kepada *supervisor*. Setelah mendapatkan persetujuan dari *supervisor*, desain tersebut siap untuk dipublikasikan. Akhirnya, desain diunggah ke akun media sosial resmi manajemen kota CitraRaya.

Selain desain konten yang berkaitan dengan informasi layanan bus CitraRaya, penulis juga memiliki tanggung jawab dalam membuat desain-desain konten sebagai media informasi mengenai berbagai *event* atau acara yang akan diselenggarakan di kawasan CitraRaya. Sebagai contoh, salah satu proyek yang penulis tangani adalah desain konten untuk acara *EcoArt* yang diselenggarakan di MardiGras, CitraRaya. Proses desain untuk jenis konten ini, seperti proyek lainnya, selalu diawali dengan penerimaan *brief* dari *supervisor*.

### 1. Brief

Penulis diberikan *brief* singkat oleh *supervisor* melalui Whatsapp untuk membuat desain konten berbentuk cover untuk diunggah ke media sosial. Konten ini bertujuan untuk menginformasikan dan mempromosikan kegiatan-kegiatan komunitas dan juga mendorong partisipasi penghuni. Desain *cover* ini menjadi

visual pertama bagi audiens untuk mengenal dan mengetahui tentang acara yang akan diselenggarakan.

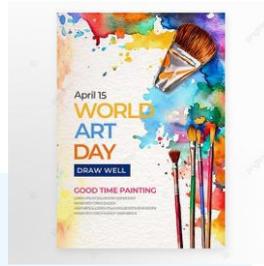


Gambar 3. 11 Brief dari supervisor

Brief yang diberikan oleh supervisor melalui pesan ini adalah permintaan untuk membuat cover konten media sosial terkait acara "Eco Art" yang akan diposting keesokan harinya. Supervisor menyertakan referensi visual berupa poster utama acara yang berisi informasi lengkap seperti waktu, lokasi, tema, dan kontak person. Pesan juga menyebutkan bahwa desain cover harus menyertakan logo CitraRaya di bagian footer sebagai elemen identitas visual. Gaya komunikasi dalam brief ini bersifat langsung dan informal, namun tetap jelas dalam menyampaikan tugas dan elemen penting yang harus ada pada desain final.

## 2. Referensi

Penulis melakukan observasi terhadap akun media sosial resmi CitraRaya. Dari pengamatan tersebut, penulis menemukan bahwa gaya visual mereka cenderung menggunakan foto daripada ilustrasi. Oleh karena itu, penulis melanjutkan dengan pencarian referensi khusus untuk tata letak (*layout*) desain yang akan dibuat. Penulis mencari berbagai referensi di platform Pinterest dan juga Freepik. Pendekatan ini membantu memastikan bahwa desain konten yang dihasilkan akan tetap selaras dengan identitas visual dan preferensi komunikasi CitraRaya yang telah mapan.



Gambar 3. 12 Referensi Desain Konten *Eco Art*  
Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/23503229300971799/>

### 3. Aset

Dikarenakan tidak adanya aset yang disediakan oleh *supervisor*, penulis melakukan pencarian aset yang diperlukan melalui Freepik. Fokus pencarian ini secara spesifik ditujukan pada foto-foto yang berkaitan dengan seni. Aset gambar ini menampilkan momen *close-up* ketika seseorang menekan cat dari *tube* berwarna merah ke atas media gambar yang telah dipenuhi goresan warna. Fokus visual berada pada ujung *tube* cat dan tetesan cat merah yang siap digunakan, memberikan kesan dinamis dan kreatif. Latar belakang yang *blur* menampilkan elemen dekoratif seperti tanaman kecil dan kain, menambah nuansa estetis dan artistik tanpa mengalihkan perhatian dari aktivitas utama. Aset ini sangat cocok digunakan sebagai elemen visual pendukung konten media sosial bertema seni, khususnya untuk mempromosikan acara melukis bersama atau *workshop* kreatif karena mampu membangkitkan semangat ekspresi diri dan keindahan dalam berkarya. Hal ini dilakukan untuk mendukung tema acara *event* melukis.



Gambar 3. 13 Aset Desain Konten *Eco Art*  
Sumber: <https://www.freepik.com/free-photo/hand-woman-drawing>

Setelah aset yang sesuai ditemukan, penulis melakukan proses editing pada foto tersebut menggunakan *software* Adobe Photoshop. Penulis memisahkan objek utama dalam foto tersebut dengan *background* foto. Hal ini dilakukan agar objek utama foto dapat diedit secara terpisah dari *background* yang akan tertutup oleh tipografi. Proses ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas visual aset dan memastikan keselarasan optimal dengan keseluruhan rancangan desain. Dengan demikian, foto tersebut dapat terintegrasi dengan sempurna ke dalam tata letak dan memperkaya estetika konten secara menyeluruh.



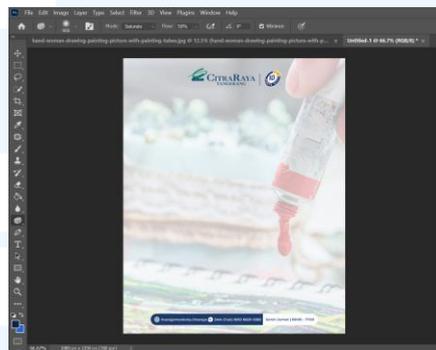
Gambar 3. 14 Progres Desain Konten *Eco Art 1*

Selain pemisahan objek, penulis juga melakukan penyesuaian warna dan pencahayaan pada foto untuk memastikan tampilan visualnya selaras dengan palet warna utama desain. Warna-warna dalam foto diedit agar lebih hidup dan sesuai dengan mood acara yang ceria dan kreatif. Penulis juga menambahkan efek bayangan halus pada objek utama agar tercipta kedalaman visual yang natural dan objek terlihat lebih menyatu dengan elemen desain lainnya. Dengan teknik editing ini, aset visual tidak hanya menjadi pelengkap, tetapi juga mampu memperkuat pesan visual yang disampaikan kepada audiens.

#### 4. Implementasi

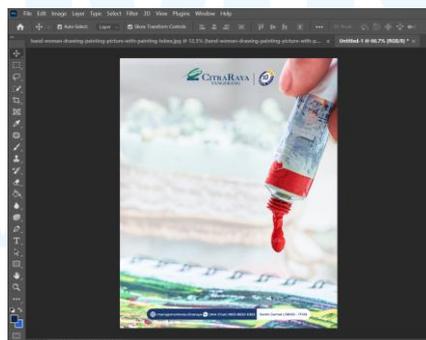
Setelah melakukan proses editing pada aset, penulis melanjutkan dengan membuat desain di Adobe Photoshop. Pertama-tama, foto tersebut dimasukkan sebagai *background* dari desain. Penulis juga menurunkan *opacity* pada foto tersebut agar adanya

kontras dengan elemen-elemen visual lainnya. Penyesuaian ini dilakukan agar tercipta kontras yang cukup antara *background* dan elemen teks atau grafis yang ditambahkan di atasnya. Dengan begitu, tampilan desain menjadi lebih seimbang secara visual dan informasi dapat tersampaikan dengan jelas kepada audiens. Selain itu, teknik ini juga membantu menciptakan kesan profesional dan harmonis dalam keseluruhan komposisi desain.



Gambar 3. 15 Progres Desain Konten *Eco Art 2*

Selanjutnya, aset foto yang telah melalui proses pengeditan tersebut dimasukkan ke dalam desain sebagai objek utama. Untuk meningkatkan visibilitas dan daya tarik, *brightness* dan *saturation* dari aset tersebut juga ditingkatkan menggunakan *sponge tool* dan *dodge tool*. Penyesuaian ini bertujuan agar aset visual tersebut lebih menonjol dan menarik perhatian audiens.



Gambar 3. 16 Progres Desain Konten *Eco Art 3*

Kemudian, judul "MardiGras Eco Art" dimasukkan menggunakan *font* Montserrat Semibold. Pemilihan varian *semibold* ini bertujuan agar judul memiliki visibilitas yang optimal dan menonjol

dalam desain. Kata "MardiGras" diberi warna merah yang konsisten dengan rona cat merah pada foto, untuk menciptakan kesatuan visual yang kohesif dalam keseluruhan komposisi. Sementara itu, "*Eco Art*" menggunakan warna hijau, yang tidak hanya merepresentasikan konsep "*eco*" tetapi juga selaras dengan warna dominan pada logo Ciputra, sehingga memperkuat identitas merek. Judul utama ini kemudian diikuti oleh subjudul dengan *font* Montserrat Medium berwarna hitam. Penggunaan warna hitam ini secara strategis menciptakan kontras yang kuat dengan latar belakang yang cerah, sekaligus secara visual mengindikasikan bahwa subjudul memiliki hierarki kepentingan yang lebih rendah dibandingkan judul utama.



Gambar 3. 17 Progres Desain Konten *Eco Art* 4

Selanjutnya, penulis menyertakan teks untuk menyoroti bahwa acara tersebut bersifat gratis dan terbuka bagi publik. Teks ini menggunakan warna hijau untuk merepresentasikan konsep "*eco*" dalam tema *Eco Art*. Sebagai elemen pelengkap, emoji kuas dan palet turut ditambahkan dalam teks. Selain itu, penulis juga menyematkan teks "Cek detailnya di sini!" yang juga berwarna hijau dengan efek *stroke* putih, disertai dengan panah berwarna hijau. Penggunaan *stroke* putih pada tulisan tersebut bertujuan untuk menciptakan kontras yang kuat dengan latar belakang, sehingga meningkatkan keterbacaan teks secara signifikan. Hasil akhir desain tersebut kemudian disampaikan kepada *supervisor* untuk mendapatkan *feedback* lebih lanjut.



Gambar 3. 18 Progres Desain Konten *Eco Art* 5

## 5. Revisi

Setelah hasil desain disampaikan kepada *supervisor*, penulis menerima *feedback* secara lisan. *Feedback* tersebut menginstruksikan untuk menyertakan logo MardiGras pada desain. Namun, karena penulis belum memiliki logo tersebut, penulis kemudian meminta penyediaan logo kepada *supervisor*.



Gambar 3. 19 Revisi Konten *Eco Art*

Sesuai dengan permintaan *supervisor*, penulis kemudian mengintegrasikan logo MardiGras pada posisi yang dianggap paling sesuai, yaitu di atas teks "Gratis dan terbuka untuk semua". Penentuan posisi ini didasarkan pada pertimbangan pola *Z-pattern* dalam desain, yang diyakini efektif dalam memandu alur pandang audiens. Setelah melakukan penyesuaian tersebut, penulis kembali menyampaikan desain kepada *supervisor*. Langkah ini bertujuan untuk mendapatkan *feedback* lebih lanjut dari *supervisor*.



Gambar 3. 20 Masukan *Supervisor* untuk Konten *Eco Art*

Kemudian, *supervisor* memberikan *feedback* lanjutan, yaitu instruksi untuk mengganti tulisan "MardiGras" dengan logo yang spesifik. Penulis sempat menyampaikan opini bahwa upaya sebelumnya untuk melakukan hal serupa menghasilkan tampilan yang kurang optimal. Menanggapi hal tersebut, *supervisor* mengusulkan ide untuk menghapus tulisan "CitraRaya" dan *tagline* yang tertera pada logo, sehingga hanya menyisakan bagian inti logo MardiGras. Berdasarkan arahan ini, penulis kemudian menghilangkan elemen-elemen yang disebutkan dari logo dan memasukkannya ke dalam desain final. Selain itu, penulis juga mengubah warna tulisan pada "Eco Art" agar cocok dengan warna logo Mardi Gras dan juga logo Ciputra yang berwarna hijau dan biru.



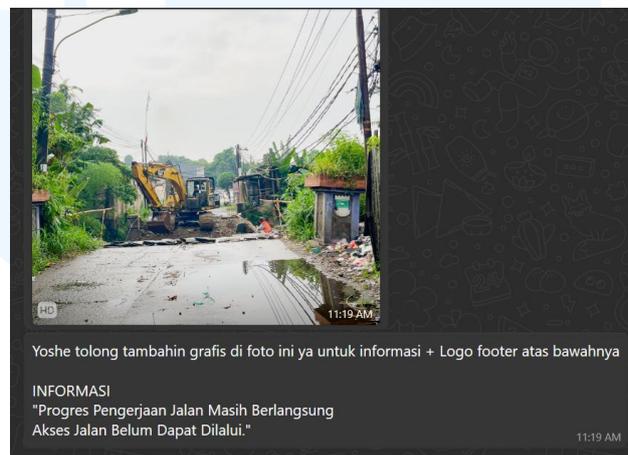
Gambar 3. 21 Hasil Akhir Konten *Eco Art*

Sebagai akun resmi yang merepresentasikan manajemen kota, salah satu fungsi esensial media sosial ini adalah menyediakan informasi terkini

seputar berbagai aspek pengembangan dan pemeliharaan CitraRaya. Dalam konteks ini, publikasi informasi seperti perbaikan jalan menjadi prioritas penting. Konten semacam ini bertujuan untuk mengedukasi penghuni tentang lokasi, durasi, dan dampak dari pekerjaan perbaikan infrastruktur jalan yang sedang berlangsung.

### 1. *Brief*

Proyek ini diawali dengan pemberian *brief* oleh *supervisor* kepada penulis melalui pesan WhatsApp. Bersamaan dengan *brief* tersebut, aset foto dan *copywriting* juga turut diberikan. Hal ini mempermudah penulis dalam memulai proses desain.



Gambar 3. 22 *Brief* dari *supervisor*

Brief yang diberikan oleh *supervisor* pada pesan ini adalah instruksi untuk menambahkan elemen grafis pada sebuah foto dokumentasi lapangan yang menampilkan proyek perbaikan jalan. *Supervisor* meminta agar informasi mengenai kondisi jalan dimasukkan ke dalam foto tersebut dengan format teks yang mencantumkan: INFORMASI, "Progres Pengerjaan Jalan Masih Berlangsung Akses Jalan Belum Dapat Dilalui."

Selain itu, *supervisor* juga menginstruksikan agar logo *footer* dari CitraRaya ditambahkan di bagian bawah foto, dengan tujuan agar desain terlihat resmi dan sesuai identitas visual perusahaan. Output dari brief ini adalah sebuah konten visual informatif yang menyampaikan

status proyek jalan dengan jelas kepada publik, serta menegaskan sumber informasi melalui penambahan logo.

## 2. Referensi

Dalam proses pengembangan desain ini, referensi utama diambil dari salah satu desain konten Citra Maja. Referensi tersebut tidak hanya diidentifikasi secara mandiri, melainkan juga diberikan langsung oleh *supervisor*, terutama *layout* dari desain tersebut. Hal ini memastikan bahwa arah desain memiliki acuan yang jelas dan konsisten dengan standar visual yang telah ditetapkan dalam proyek-proyek serupa di bawah naungan perusahaan yang sama.



Gambar 3. 23 Referensi Desain Konten Informasi Perbaikan Jalan

Referensi desain ini merupakan contoh konten media sosial dari Citra Maja City yang mengangkat tema promosi kawasan hunian modern. Secara visual, desain ini memadukan elemen grafis modern dengan warna biru dan hijau sebagai latar belakang, mencerminkan kesan segar, profesional, dan ramah lingkungan.

## 3. Aset

Sebagai elemen sentral dalam desain, aset visual utama berupa foto perbaikan jalan diberikan langsung oleh *supervisor*. Foto ini secara spesifik menampilkan area Jembatan Cukanggalih, Citra. Penyediaan aset ini secara langsung memudahkan penulis dalam memulai proses desain tanpa perlu melakukan pencarian eksternal, sekaligus memastikan representasi visual yang akurat dan relevan terhadap

informasi yang akan disampaikan kepada penghuni mengenai kondisi dan pemeliharaan infrastruktur di lokasi tersebut.



Gambar 3. 24 Aset Desain Konten Informasi Perbaikan Jalan

Kemudian, penulis melanjutkan dengan proses pengeditan pada aset foto tersebut menggunakan berbagai *tools*. Untuk memisahkan langit dari elemen jalanan, penulis memanfaatkan *Selection Tool* untuk menghapus latar belakang foto. Tindakan ini bertujuan untuk menarik fokus audiens pada objek utama di jalanan, meningkatkan kejelasan pesan visual.

Selanjutnya, *Burn Tool* diaplikasikan pada area seperti jalan raya untuk memberikan efek penggelapan selektif, yang secara efektif membuat mesin perbaikan jalan tampak lebih menonjol. Sebaliknya, *Dodge Tool* digunakan untuk mencerahkan area-area yang membutuhkan penekanan visual, seperti pada mesin tersebut. Selain itu, penulis juga meningkatkan saturasi, menggunakan *Sponge Tool*, pada elemen-elemen tertentu seperti tanaman dan mesin perbaikan jalan. Penyesuaian ini dilakukan agar foto secara keseluruhan terlihat lebih hidup dan kaya warna, menambah daya tarik visual pada konten.

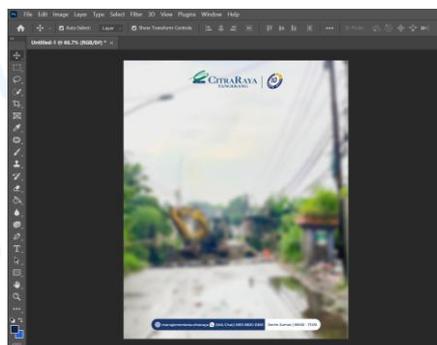


Gambar 3. 25 Hasil *Editing* Aset Konten Informasi Perbaikan Jalan

#### 4. Implementasi

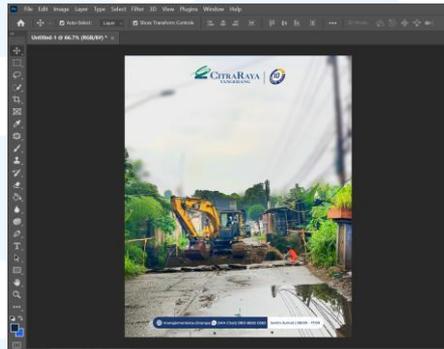
Sebagai langkah awal, penulis menggunakan *template* media sosial yang telah tersedia. *Template* ini mencakup elemen seperti logo CitraRaya, logo 10 Minute City, dan *footer* yang berisi informasi akun Instagram media sosial, nomor telepon, serta jam operasional. Selanjutnya, penulis memasukkan foto yang telah diberikan oleh *supervisor* ke dalam desain.

Untuk mencapai efek visual yang diinginkan, penulis mengaplikasikan *Blur Tool* pada foto tersebut sebagai *background*. Penerapan *blur* ini bertujuan untuk: pertama, secara efektif menarik perhatian audiens pada objek utama, yaitu mesin yang sedang melakukan perbaikan jalan; dan kedua, untuk menciptakan kontras yang memadai dengan elemen teks yang akan dimasukkan, sehingga menjamin keterbacaan yang optimal.



Gambar 3. 26 Progres Desain Konten Informasi Perbaikan Jalan 1

Selanjutnya, aset foto yang telah diedit sebelumnya, dimasukkan ke dalam desain. Penulis melakukan pembesaran selektif pada foto ini. Hal ini bertujuan untuk lebih menekankan keberadaan mesin perbaikan jalan sebagai objek utama, sehingga menarik perhatian audiens secara langsung pada aktivitas yang sedang berlangsung.



Gambar 3. 27 Progres Desain Konten Informasi Perbaikan Jalan 2

Setelah itu, penulis menggunakan elemen *shape* persegi panjang dengan sudut membulat (*rounded rectangle*) berwarna biru, dengan opasitas diturunkan menjadi 60%. Pendekatan ini membantu menjaga keseimbangan antara informasi visual dan tekstual, sekaligus mempertahankan estetika *modern*. Elemen ini merupakan salah satu bentuk inspirasi yang diambil dari referensi desain yang diberikan oleh *supervisor*.

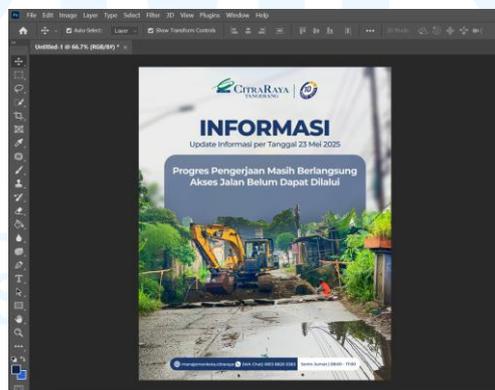
Selanjutnya, penulis menambahkan judul "INFORMASI" menggunakan *font* Montserrat *ExtraBold*, ukuran 96 px dengan gaya *all caps* dan berwarna biru yang sama dengan logo Ciputra. Penggunaan gaya *all caps* (huruf kapital semua) secara strategis dilakukan untuk menunjukkan urgensi dan pentingnya informasi yang disampaikan. Ini memastikan judul memiliki daya tarik visual yang kuat dan segera menarik perhatian audiens.



Gambar 3. 28 Progres Desain Konten Informasi Perbaikan Jalan 3

Selanjutnya, penulis memasukkan subjudul dan teks sesuai dengan *brief* dari *supervisor*. Teks tersebut adalah "*Update* Informasi per tanggal 23 Mei 2025". Teks ini menggunakan *font* Montserrat Medium dengan ukuran 32 px, yang secara visual mengindikasikan bahwa informasi ini memiliki tingkat kepentingan yang sedikit lebih rendah dibandingkan judul utama, namun tetap mudah terbaca.

Di samping itu, teks "Progres pengerjaan masih berlangsung akses jalan belum dapat dilalui" ditempatkan di dalam *shape* persegi panjang biru yang telah dibuat sebelumnya. Teks ini menggunakan *font* Montserrat Bold dengan ukuran 40 px dan berwarna putih. Pemilihan warna putih pada teks ini secara strategis menciptakan kontras yang kuat dengan latar belakang biru dari *rectangle* tersebut, sekaligus menegaskan fungsinya sebagai subjudul yang memberikan informasi penting dan mendesak.



Gambar 3. 29 Progres Desain Konten Informasi Perbaikan Jalan 4

Sebagai elemen penutup, penulis menambahkan informasi mengenai lokasi spesifik perbaikan jalan, yaitu Jembatan Curug Cukanggalih. Informasi ini disertakan bersama dengan sebuah ikon lokasi berwarna putih, yang berfungsi untuk memberikan representasi visual intuitif. Teks ini menggunakan *font* Montserrat Medium dengan ukuran 32 px dan berwarna putih. Pemilihan warna putih pada teks ini bertujuan untuk menciptakan kontras yang optimal dengan latar belakang biru dari *rectangle* tersebut, sekaligus memastikan keterbacaan yang tinggi meskipun berada di bagian bawah desain.



Gambar 3. 30 Hasil Akhir Konten Informasi Perbaikan Jalan

Desain akhir pada gambar ini merupakan konten informasi resmi dari CitraRaya Tangerang yang mengabarkan progres pengerjaan jalan di Jembatan Curug Cukanggalih per tanggal 23 Mei 2025.

Secara visual, desain ini menggunakan pendekatan yang informatif dan profesional. Foto dokumentasi kondisi jalan yang sedang dalam proses perbaikan diletakkan sebagai latar utama, memperlihatkan ekskavator dan kondisi jalan yang belum dapat dilalui. Foto tersebut dipadukan dengan elemen desain grafis untuk menambahkan struktur dan keterbacaan informasi.

## 5. Revisi

Setelah melalui seluruh tahapan pengerjaan, desain tersebut mendapatkan persetujuan dari *supervisor*. Hal ini menandakan bahwa desain tersebut telah memenuhi ekspektasi dan standar visual yang ditetapkan sejak awal, tanpa memerlukan modifikasi tambahan. Dengan demikian, proyek ini dapat segera dilanjutkan ke tahap publikasi tanpa adanya revisi.

### 3.3.2 Proses Pelaksanaan Tugas Tambahan Magang

Mayoritas proyek yang penulis kerjakan selama magang berfokus pada desain untuk media sosial. Namun, terdapat beberapa tugas tambahan atau proyek di luar lingkup utama tersebut. Proyek-proyek lain ini meliputi desain dekorasi *outdoor* ucapan Idul Fitri, materi visual untuk *event* lomba catur, *event* donor darah, serta *banner* untuk aplikasi CiputraHub.

#### 3.3.2.1 Proyek Dekorasi *Outdoor*

Selain fokus utama pada desain untuk kebutuhan media sosial, salah satu proyek yang penulis tangani adalah desain dekorasi *outdoor*. Proyek ini secara spesifik bertujuan untuk menciptakan elemen visual yang menarik dan relevan untuk pengucapan selamat Hari Raya Idul Fitri. Desain dekorasi ini tidak hanya berfungsi sebagai elemen estetika visual, tetapi juga sebagai sarana komunikasi yang efektif dalam menyampaikan pesan kebersamaan dan kegembiraan hari raya kepada seluruh komunitas di area publik.

##### 1. *Brief*

Proyek ini diawali dengan penerimaan *brief* secara lisan dari *supervisor*. Penulis ditugaskan untuk mengembangkan desain dekorasi *outdoor* khusus untuk ucapan Selamat Hari Raya Idul Fitri. Dalam tahap awal ini, penulis dan *supervisor* berdiskusi secara intensif mengenai konsep dan estetika desain dekorasi yang paling sesuai untuk ditempatkan di bundaran utama CitraRaya. Diskusi ini mencakup berbagai pertimbangan visual dan kontekstual untuk memastikan

desain tidak hanya menarik secara estetika tetapi juga efektif dalam menyampaikan pesan ucapan selamat kepada seluruh komunitas.

Selain itu, penulis, *supervisor* dan *manager-manager* lain juga secara langsung melakukan kunjungan ke bundaran atau lokasi spesifik di mana dekorasi Idul Fitri akan ditempatkan. Kunjungan lapangan ini sangat membantu penulis dalam memvisualisasikan secara lebih akurat jenis dan skala dekorasi yang paling sesuai untuk lokasi tersebut. Hal ini memastikan bahwa desain yang dihasilkan tidak hanya estetis, tetapi juga harmonis dengan lingkungan sekitarnya dan efektif dalam menyampaikan pesan kepada audiens.



Gambar 3. 31 Survei Lokasi Penempatan Dekorasi *Outdoor*

Proses survei lokasi untuk dekorasi *outdoor* Idul Fitri ini merupakan tahap krusial untuk memastikan desain dapat terealisasi dengan baik. Saat itu, penulis bersama tim sedang meninjau langsung area berumput yang akan menjadi lokasi penempatan dekorasi. Bersama-sama, mereka mengamati detail kondisi lapangan, mulai dari tekstur tanah, luasan area, hingga potensi titik pemasangan yang strategis. Diskusi intensif pun terjadi di lokasi, di mana mereka mempertimbangkan orientasi, visibilitas, dan faktor lingkungan seperti paparan sinar matahari atau arah angin, agar dekorasi tidak hanya estetis namun juga kokoh dan efektif menyampaikan pesan hari raya.

## 2. Referensi

Dalam fase awal proyek ini, penulis melakukan pencarian referensi desain yang relevan dan mendekati visi *supervisor*. Penulis sempat mengusulkan ide untuk menciptakan dekorasi berbentuk masjid, mengingat bentuk tersebut sangat merepresentasikan Hari Raya Idul Fitri. Namun, *supervisor* menyatakan kekhawatiran bahwa struktur yang terlalu besar berisiko tinggi untuk roboh akibat tiupan angin kencang atau cuaca hujan. Oleh karena itu, setelah mempertimbangkan aspek keamanan dan kepraktisan, diputuskan untuk menggunakan desain ucapan selamat yang hanya berfokus pada elemen tulisan.



Gambar 3. 32 Referensi Dekorasi *Outdoor*  
Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/821977369501642136/>

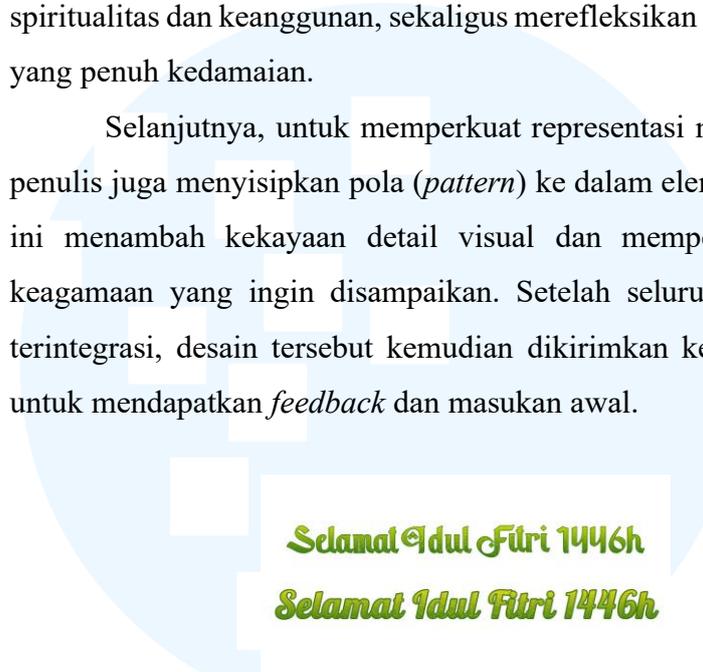
Warna hijau yang dominan dipadukan dengan aksent emas memberikan kesan damai, berkah, dan kemeriahan, yang sangat sesuai dengan semangat Idul Fitri. Referensi ini dapat diaplikasikan pada berbagai jenis dekorasi outdoor, seperti spanduk jalanan, gapura masuk, photobooth luar ruangan, backdrop panggung, atau hiasan taman perumahan. Untuk materialnya, disarankan menggunakan bahan seperti vinyl tahan air, tripleks yang dicat khusus untuk outdoor, atau akrilik yang tahan terhadap cuaca. Sebagai tambahan, pencahayaan seperti lampu LED di sekitar tulisan dan ornamen ketupat dapat digunakan untuk menciptakan tampilan yang menarik, terutama di malam hari.

## 3. Draft

Penulis kemudian memulai tahapan pencarian berbagai jenis *font* yang selaras dengan nuansa Hari Raya Idul Fitri. Setelah melakukan penelusuran *font* yang cermat, penulis memilih dua *font*

yang dinilai paling sesuai, yaitu Galada dan Salamy. *Font* tersebut diaplikasikan dengan warna hijau, dilengkapi *stroke* berwarna hijau yang lebih tua. Kombinasi warna ini bertujuan untuk memberikan kesan spiritualitas dan keanggunan, sekaligus merefleksikan suasana hari raya yang penuh kedamaian.

Selanjutnya, untuk memperkuat representasi nuansa Idul Fitri, penulis juga menyisipkan pola (*pattern*) ke dalam elemen tulisan. Pola ini menambah kekayaan detail visual dan mempertegas identitas keagamaan yang ingin disampaikan. Setelah seluruh elemen visual terintegrasi, desain tersebut kemudian dikirimkan kepada *supervisor* untuk mendapatkan *feedback* dan masukan awal.



Selamat Idul Fitri 1446h  
Selamat Idul Fitri 1446h

Gambar 3. 33 Progres Desain Dekorasi *Outdoor* 1

Setelah memperlihatkan desain awal kepada *supervisor*, penulis menerima arahan untuk membuat sketsa desain yang lebih terperinci. Menindaklanjuti arahan tersebut, penulis kemudian mengembangkan sketsa desain yang berfokus pada tulisan "Idul Fitri" sebagai elemen visual utama. Selain itu, penulis juga menambahkan elemen bedug di sisi kiri dan kanan tulisan. Penambahan bedug ini bertujuan untuk mencerminkan instrumen tradisional Indonesia yang umum digunakan dalam perayaan Idul Fitri di kalangan umat Muslim, sehingga memperkuat konteks budaya dan keagamaan dalam desain.



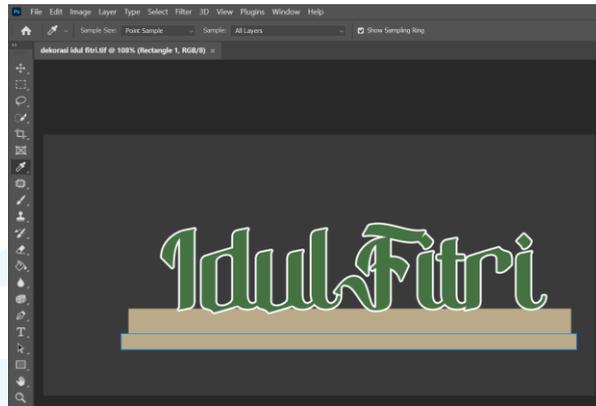
Gambar 3. 34 Sketsa Dekorasi *Outdoor*

Berdasarkan sketsa awal yang diajukan, *supervisor* menyatakan persetujuan terhadap konsep desain tersebut dan memberikan arahan untuk melanjutkan ke tahap eksekusi. Selain persetujuan, *supervisor* juga menganjurkan untuk melakukan eksplorasi *font* yang lebih mendalam. Anjuran ini bertujuan untuk menemukan jenis *font* yang secara visual dapat merepresentasikan nuansa Hari Raya Idul Fitri dengan lebih kuat dan autentik, sehingga desain akhir akan semakin sesuai dengan tema yang diinginkan.

#### 4. Implementasi

Kemudian, penulis melanjutkan proses pembuatan desain menggunakan Adobe Photoshop. Tahap awal dimulai dengan menciptakan *base rectangle* yang akan menjadi fondasi fisik dari dekorasi *outdoor* tersebut. *Base* ini diberi warna coklat muda yang dipilih untuk memberikan kesan alami dan hangat, menyerupai warna tanah, sehingga dapat berpadu dengan lingkungan *outdoor*.

Selanjutnya, tulisan "Idul Fitri" menggunakan *font* Biabic Arabic dengan warna hijau dan *stroke* putih, dimasukkan ke dalam desain. Pemilihan warna hijau secara spesifik dilakukan karena berhubungan erat dengan nuansa Idul Fitri yang kental. Penambahan *stroke* putih pada tulisan tersebut bertujuan untuk menciptakan kontras yang jelas dan signifikan, terutama saat dekorasi diletakkan di area *outdoor* yang dikelilingi oleh banyak tanaman hijau, sehingga tulisan tetap menonjol dan mudah terbaca dari kejauhan.

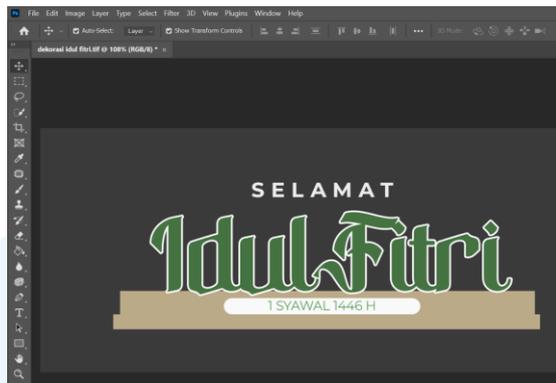


Gambar 3. 35 Progres Desain Dekorasi *Outdoor* 2

Kemudian, penulis melanjutkan dengan memasukkan tulisan "SELAMAT" dan "1 Syawal 1446 H" ke dalam desain. Tulisan "SELAMAT" ditempatkan di bagian atas, sedangkan "1 Syawal 1446 H" berada di bagian *base* atau fondasi dekorasi.

Untuk tulisan "SELAMAT", penulis menggunakan *font* Montserrat Bold. Pemilihan ini bertujuan untuk memberikan penekanan visual yang kuat pada kata sapaan utama, menjadikannya elemen yang segera menarik perhatian audiens dan menyampaikan pesan sambutan dengan tegas. Sementara itu, tulisan "1 Syawal 1446 H" menggunakan *font* Montserrat Light. Penggunaan varian *light* ini dimaksudkan untuk memberikan sentuhan elegan dan *modern* pada informasi tanggal, serta secara visual mengindikasikan bahwa detail ini memiliki hierarki kepentingan yang sedikit lebih rendah dibandingkan judul utama, sehingga tidak mendominasi komposisi keseluruhan namun tetap terbaca jelas.

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



Gambar 3. 36 Progres Desain Dekorasi *Outdoor* 3

Sebagai penutup, penulis memasukkan elemen visual pendukung, yaitu bedug dan ketupat. Pemilihan kedua objek ini didasarkan pada fakta bahwa keduanya sangat diasosiasikan dengan perayaan Hari Raya Idul Fitri di Indonesia. Dengan mengintegrasikan elemen-elemen ini, desain tidak hanya menjadi lebih kaya secara visual, tetapi juga secara efektif memperkuat identitas dari dekorasi Idul Fitri, sehingga dapat langsung dikenali dan relevan bagi audiens.



Gambar 3. 37 Progres Desain Dekorasi *Outdoor* 4

## 5. Revisi

Setelah itu, penulis mengirimkan hasil desain tersebut kepada *supervisor* untuk mendapatkan *feedback*. Menurut *supervisor*, meskipun elemen bedug dan ketupat memiliki relevansi, namun terdapat kendala signifikan terkait proses produksi dan keterbatasan anggaran yang dialokasikan. Oleh karena itu, penulis diarahkan untuk menghapus elemen-elemen visual tersebut dari desain akhir.



Gambar 3. 38 Hasil Akhir Desain Dekorasi *Outdoor*

Berikut ini adalah hasil final desain dekorasi ucapan Idul Fitri setelah proses produksi. Visualisasi ini menunjukkan bagaimana dekorasi tersebut terpasang secara aktual di area *outdoor*, tepatnya di bundaran utama CitraRaya. Pemasangan ini memungkinkan desain yang telah melalui berbagai tahapan revisi dan penyempurnaan dapat berfungsi sebagai elemen estetika dan komunikasi visual yang efektif bagi seluruh komunitas.



Gambar 3. 39 Foto Dekorasi *Outdoor* Terpasang

### 3.3.2.2 Proyek Event Catur Citra Maja

Selain keterlibatan dalam proyek-proyek CitraRaya, penulis juga turut berpartisipasi dalam berbagai proyek di bawah naungan Citra Maja. Salah satu contoh signifikan adalah kontribusi dalam *event* lomba catur yang diselenggarakan di Citra Maja. Untuk memenuhi kebutuhan *event* ini, penulis bertanggung jawab dalam menciptakan beragam desain visual, yang mencakup poster, *banner*, serta *backdrop*, untuk mendukung kelancaran dan promosi acara tersebut.

#### 1. *Brief*

Dalam lingkup proyek Citra Maja, penulis diberikan penugasan untuk melakukan redesain poster yang telah ada secara lisan, yang sebelumnya dibuat oleh tim Citra Maja. Menurut *feedback* dari

*supervisor*, desain poster yang telah ada dinilai memiliki keseimbangan visual yang kurang optimal dan cenderung memecah fokus audiens ke berbagai arah. Oleh karena itu, penulis diinstruksikan untuk melakukan peningkatan pada poster tersebut agar mencapai desain yang lebih kohesif dan efektif dalam menyampaikan pesan.



Gambar 3. 40 Desain Poster Turnamen Catur dari Citra Maja

Desain awal poster turnamen catur ini menggunakan gaya yang informatif, dinamis, dan meriah, dengan dominasi warna merah cerah yang mencolok untuk menarik perhatian. Di bagian atas, terdapat logo dari berbagai pihak pendukung seperti Citra Maja City, Food Terrace, dan CMCC, yang memberi kesan acara ini resmi dan didukung oleh lembaga terpercaya. Judul turnamen "Turnamen Catur Terbuka Non Master Piala Ketua Percasi Kab. Lebak" dicetak tebal di tengah atas poster, memberikan penekanan langsung pada tujuan acara.

## 2. Referensi

Penulis kemudian memulai tahapan pencarian referensi untuk poster melalui platform Pinterest. Pencarian ini dilakukan dengan tujuan untuk menemukan inspirasi visual yang dapat menampilkan

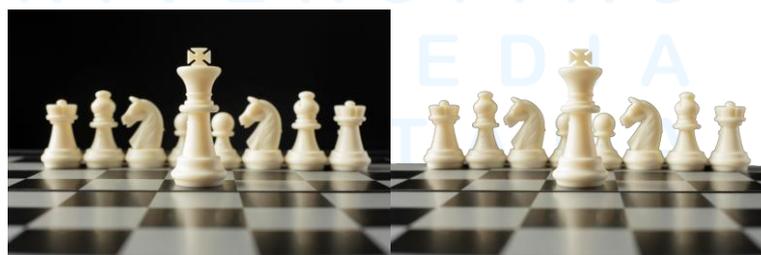
kesan *modern*, dinamis, dan menarik perhatian. Referensi yang dicari juga berfokus pada desain yang mampu secara efektif memecah kejenuhan visual dan menarik fokus audiens pada informasi kunci yang ingin disampaikan, sejalan dengan arahan untuk meningkatkan keseimbangan dan kejelasan desain.



Gambar 3. 41 Referensi Desain Poster Turnamen Catur  
Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/10203536650264292/>

### 3. Aset

Selanjutnya, penulis memulai proses pencarian aset visual yang relevan menggunakan *platform* Freepik. Fokus utama pencarian ini adalah foto-foto bertema catur yang dinilai sesuai dengan konsep desain. Setelah aset foto ditemukan, penulis melakukan proses pengeditan, khususnya *background removal* menggunakan *pen tool*. Langkah ini digunakan untuk memisahkan objek utama dari latar belakang dan memastikan aset dapat terintegrasi secara mulus ke dalam desain keseluruhan, sehingga menciptakan tampilan yang lebih kohesif dan profesional.



Gambar 3. 42 Proses *Editing* Aset Turnamen Catur

Sumber: <https://www.freepik.com/free-photo/white-chess-pieces-ches>

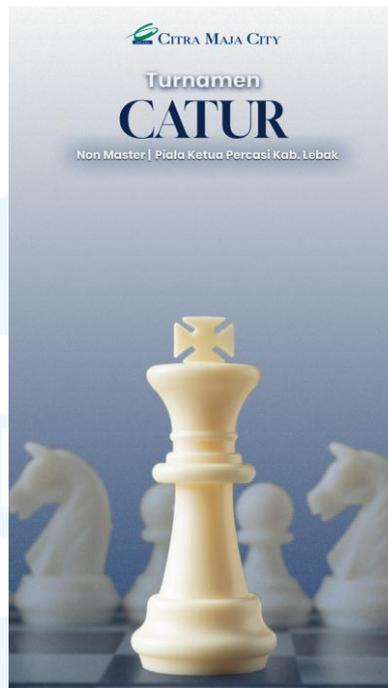
#### 4. Implementasi

Kemudian, penulis memulai proses pembuatan desain poster dengan kanvas berukuran 2340 x 4160 px. Untuk latar belakang, penulis menggunakan gradasi warna biru yang diambil dari palet warna logo, bertujuan untuk menciptakan suasana yang kohesif dan selaras dengan identitas *branding* perusahaan.

Selanjutnya, logo Citra Maja disematkan di bagian atas poster, diikuti dengan teks "TURNAMEN CATUR NON MASTER | PIALA KETUA PERCASI KAB. LEBAK". Secara spesifik, tulisan "TURNAMEN" menggunakan *font* Poppins Bold dengan ukuran 128 pt, sementara "CATUR" menggunakan *font* Gloop dengan ukuran 300 pt. Tulisan "CATUR" diberi warna biru, sedangkan teks lainnya berwarna putih. Pemilihan warna biru pada kata "CATUR" ini bertujuan untuk menegaskan statusnya sebagai fokus utama audiens, menjadikannya elemen visual paling dominan dan mudah dikenali.

Selain itu, tulisan "NON MASTER" menggunakan *font* Poppins Bold berukuran 70 pt untuk menciptakan kesatuan visual dengan elemen teks lain, namun dengan ukuran yang lebih kecil, sehingga menghasilkan hierarki visual yang jelas dan menekankan informasi yang paling penting.

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



Gambar 3. 43 Progres Desain Poster Turnamen Catur 1

Selanjutnya, penulis menyertakan keterangan mengenai total hadiah sebesar Rp12.250.000 untuk juara kategori *Open* peringkat 1-50 dan kategori Terbaik Lebak peringkat 1-50. Tulisan "total hadiah" menggunakan *font* Poppins Bold dengan ukuran 64 pt, sementara angka "12.250.000 rupiah" menggunakan *font* Glook berukuran 300 pt dengan gradasi warna biru-putih. Penyesuaian tipografi dan warna ini secara strategis bertujuan untuk mengalihkan fokus dan menarik perhatian audiens secara langsung pada nilai hadiah yang dapat dimenangkan.

Selain itu, penulis menambahkan *rectangle* di belakang aset bidak catur dan menyisipkan informasi detail mengenai tanggal, tempat, dan jam pelaksanaan lomba. Khususnya, keterangan tanggal dibuat lebih besar dan mencolok agar audiens tidak melewatkan informasi penting tersebut.



Gambar 3. 44 Progres Desain Poster Turnamen Catur 2

Setelah itu, penulis menyisipkan *rectangle* dengan gradasi biru transparan. Elemen ini ditempatkan untuk memastikan bahwa elemen visual catur tetap terlihat, sambil secara bersamaan menciptakan kontras yang memadai dengan tulisan syarat dan ketentuan yang akan ditempatkan di atasnya. Selanjutnya, penulis juga menambahkan sebuah *rounded rectangle* sebagai *footer* di bagian bawah poster. *Footer* ini berfungsi untuk menampilkan informasi penting mengenai pembayaran pendaftaran lomba, termasuk detail nomor WhatsApp dan rekening bank BRI.

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



Gambar 3. 45 Progres Desain Poster Turnamen Catur 3

Selanjutnya, penulis menambahkan *QR code* yang berfungsi sebagai tautan langsung untuk pendaftaran dan akses ke grup WhatsApp. Selain itu, penulis juga menyertakan elemen visual *sparkle* (kilauan) pada total hadiah. Penambahan elemen ini bertujuan untuk memberikan aksen visual yang menarik, menciptakan kesan dinamis dan meriah, serta menarik perhatian audiens pada informasi pendaftaran yang krusial tersebut.



Gambar 3. 46 Progres Desain Poster Turnamen Catur 4

## 5. Revisi

Setelah mengirimkan desain tersebut kepada *supervisor*, penulis menerima berbagai masukan yang komprehensif. Beberapa arahan utama yang diberikan meliputi permintaan untuk mencari alternatif foto yang lebih sesuai. Selain itu, *supervisor* juga mengidentifikasi bahwa palet warna biru yang dominan lebih mencerminkan *branding* CitraRaya, padahal desain ini ditujukan untuk Citra Maja. Terakhir, terdapat instruksi bahwa informasi total hadiah sebesar Rp12.250.000 harus dibuat lebih menonjol dan menarik perhatian audiens.

Menanggapi *feedback* tersebut, penulis segera melakukan pencarian foto lain di Freepik. Foto yang akhirnya dipilih dinilai lebih representatif untuk sebuah lomba catur, sehingga dinilai lebih cocok untuk pesan yang ingin disampaikan. Selanjutnya, penulis melakukan proses pengeditan pada foto tersebut sebelum mengintegrasikannya ke dalam desain. Kemudian, skema warna pada desain juga diubah secara signifikan setelah berdiskusi dengan *supervisor*: latar belakang kini menggunakan warna kuning, elemen judul dan informasi hadiah menggunakan warna *bronze*, serta tanggal dan *footer* menggunakan warna hijau. Kombinasi warna ini dipilih karena selain mencerminkan identitas visual Citra Maja, juga menciptakan kesan yang lebih dinamis, ceria, dan kompetitif, sesuai dengan semangat sebuah turnamen.

Selain itu, *supervisor* juga mengusulkan untuk memindahkan *QR code* ke sisi kanan desain. Penyesuaian ini dilakukan untuk memastikan *QR code* tidak menutupi atau mengganggu elemen visual utama, khususnya foto, sehingga informasi dapat tersampaikan dengan jelas tanpa hambatan visual.



Gambar 3. 47 Hasil Akhir Desain Poster Turnamen Catur 1

Selain desain poster utama lomba catur, penulis juga diberikan penugasan untuk mengembangkan berbagai materi visual pendukung lainnya untuk kebutuhan *event* ini. Proyek-proyek tambahan tersebut mencakup pembuatan *backdrop*, *banner* ucapan selamat datang untuk Wakil Gubernur, serta poster "Selamat Bertanding". Seluruh desain ini bertujuan untuk menciptakan suasana *event* yang kohesif, informatif, dan profesional, serta mendukung kelancaran dan kemeriahan acara lomba catur di Citra Maja.



Gambar 3. 48 Hasil Akhir Materi Promosi Turnamen Catur

Berikut ini merupakan hasil akhir desain yang telah disetujui dan digunakan selama acara berlangsung. Desain-desain ini memainkan peran

krusial dalam menciptakan identitas visual *event* dan menyampaikan informasi secara efektif kepada audiens. Seluruh materi visual ini telah melewati proses penyempurnaan untuk memastikan kesesuaian dengan tujuan komunikasi dan standar *branding* yang ditetapkan.



Gambar 3. 49 Hasil Desain pada Lokasi Turnamen Catur

### 3.3.2.3 Proyek Event Donor Darah Citra Maja

Selain itu, penulis juga mendapatkan penugasan untuk membuat desain visual bagi kebutuhan *event* donor darah yang diselenggarakan oleh Citra Maja. *Event* ini merupakan inisiatif kemanusiaan yang bertujuan untuk mengumpulkan suplai darah sukarela guna mendukung kebutuhan medis masyarakat. Dalam proyek ini, penulis ditugaskan untuk menciptakan berbagai materi promosi visual, yang mencakup desain *banner*, *backdrop*, serta umbul-umbul. Seluruh desain ini berfungsi untuk meningkatkan kesadaran publik, menarik partisipasi, dan menciptakan suasana yang kondusif selama acara donor darah berlangsung.

#### 1. *Brief*

Proses ini diawali dengan penerimaan *brief* dari *supervisor* secara lisan kepada penulis. *Brief* tersebut menguraikan penugasan untuk membuat desain konten media sosial yang akan diunggah pada platform Citra Maja. Tujuan utama dari konten media sosial ini adalah

untuk menyebarkan informasi kepada para penghuni mengenai penyelenggaraan *event* donor darah. Desain yang dihasilkan diharapkan dapat menarik perhatian audiens dan mendorong partisipasi dalam kegiatan kemanusiaan ini.

## 2. Referensi

Setelah menerima *brief*, penulis melanjutkan dengan pencarian referensi visual melalui platform Pinterest dan Freepik. Referensi yang ditemukan tersebut berupa foto seseorang sedang memegang *test tube* berisi darah. Visual ini dipilih karena dinilai mampu menyampaikan pesan secara lugas dan langsung mengenai aktivitas donor darah. Dengan menempatkan keterangan "Donor Darah" di samping gambar tersebut, pesan akan semakin jelas dan efektif. Penulis berencana untuk mengadaptasi tata letak (*layout*) ini sebagai panduan utama dalam mendesain konten, memastikan komunikasi visual yang efisien.



Gambar 3. 50 Referensi Desain Konten Acara Donor Darah

Sumber: <https://www.freepik.com/free-psd/blood-donation-flyer>

Warna dominan merah dan putih secara langsung mengasosiasikan tema darah dan kemanusiaan, menciptakan kesan urgensi namun tetap bersahabat. Bagian bawah poster memuat informasi acara seperti tanggal, tempat, dan jam kegiatan yang ditulis dengan tata letak terstruktur. Terdapat pula ajakan tambahan "*COME DONATE AND SAVE A LIFE*" serta bagian khusus yang menyoroti kerja sama dan sosial media, memperkuat kesan keterlibatan

komunitas. Simbol tetesan darah dengan ikon "+" di dalamnya menjadi elemen visual yang mempertegas tema poster. Secara keseluruhan, poster ini merupakan referensi desain yang minimalis namun berdampak kuat, cocok dijadikan inspirasi untuk kampanye sosial, khususnya kegiatan kemanusiaan seperti donor darah.

### 3. Aset

Kemudian, penulis melanjutkan dengan pencarian foto yang sesuai dengan narasi konten yang ingin disampaikan melalui platform Freepik. Setelah menemukan aset yang relevan, foto tersebut melalui proses pengeditan menggunakan Adobe Photoshop. Penulis secara spesifik memanfaatkan *Dodge Tool* dan *Sponge Tool* untuk meningkatkan *brightness* dan *saturasi* pada aset tersebut. Proses ini bertujuan untuk mengoptimalkan kualitas visual foto dan memastikan elemen-elemennya tampil lebih menonjol dan menarik perhatian.



Gambar 3. 51 Aset Desain Konten Donor Darah  
Sumber: <https://www.freepik.com/free-photo/patient-getting->

Alasan memilih aset gambar ini adalah karena mampu merepresentasikan secara nyata dan empatik proses donor darah, khususnya pada tahap setelah pengambilan darah, di mana petugas medis menutup area bekas suntikan. Visual ini memberikan kesan nyata, humanis, dan profesional, yang sangat cocok untuk kampanye atau materi edukasi tentang donor darah.

Selain itu, komposisi gambar dengan tangan petugas medis bersarung tangan biru dan pasien mengenakan sweater merah, secara visual menciptakan kontras warna yang menarik dan tetap relevan dengan tema donor darah.

#### 4. Implementasi

Setelah seluruh aset siap, penulis kemudian melanjutkan dengan proses pembuatan desain. Tahap pertama adalah menyisipkan foto yang telah diedit ke dalam kanvas. Selanjutnya, penulis memasukkan logo Citra Maja dan nomor telepon yang diberikan oleh *supervisor*, menempatkannya sebagai *footer* pada desain. Untuk memastikan logo Citra Maja terlihat jelas dan menonjol, penulis juga menambahkan sebuah *rectangle* dengan gradasi transparan berwarna putih. Elemen ini berfungsi menciptakan kontras yang memadai di belakang logo, tanpa sepenuhnya menutupi latar belakang foto.



Gambar 3. 52 Progres Desain Konten Acara Donor Darah 1

Selanjutnya, penulis menyisipkan judul "Berbagi Kehidupan Dimulai dari Lenganmu" menggunakan *font* Montserrat berwarna putih dengan *stroke* merah. Penggunaan *stroke* merah ini bertujuan untuk menciptakan kontras visual yang kuat dengan latar belakang dan membuat judul lebih menonjol serta menarik perhatian. Kemudian, penulis juga menambahkan subjudul "Yuk, jadi pahlawan tanpa tanda jasa hari ini!" untuk mendorong partisipasi aktif dan memberikan ajakan yang lebih personal kepada audiens.

Selain itu, logo Palang Merah Indonesia (PMI) turut disertakan dalam desain, bersama dengan tulisan "Donor Darah" berwarna merah dengan *stroke* putih. Pemilihan warna merah pada tulisan "Donor Darah" memiliki keterkaitan simbolis dengan darah itu sendiri,

sementara *stroke* putih kembali digunakan untuk memberikan kontras yang jelas dan memastikan keterbacaan teks, terutama jika ditempatkan di atas latar belakang yang memiliki variasi warna.



Gambar 3. 53 Progres Desain Konten Acara Donor Darah 2

Kemudian, penulis menambahkan keterangan detail mengenai tanggal, tempat, dan jam pelaksanaan acara donor darah. Untuk merepresentasikan informasi ini, penulis menggunakan ikon-ikon yang relevan. Ikon-ikon ini didesain dengan warna merah, dilengkapi dengan elemen putih yang sengaja diblur pada lapisan di bawahnya. Penyesuaian ini bertujuan untuk menciptakan kontras visual yang efektif, sehingga ikon-ikon tersebut menonjol dan informasi waktu serta lokasi dapat tersampaikan dengan jelas kepada audiens.



Gambar 3. 54 Progres Desain Konten Acara Donor Darah 3

## 5. Revisi

Setelah mengirimkan desain tersebut kepada *supervisor*, penulis menerima *feedback* yang mengidentifikasi adanya area untuk perbaikan. Masukan utama adalah bahwa aset visual utama yang digunakan dinilai kurang efektif dalam menyampaikan pesan inti donor darah. Oleh karena itu, penulis diinstruksikan untuk melakukan pencarian alternatif aset visual lain yang lebih relevan dan komunikatif guna memperkuat narasi desain.



Gambar 3. 55 Aset Baru Desain Konten Acara Donor Darah  
Sumber: <https://www.freepik.com/free-psd/blood-donation-flyer>

Menanggapi *feedback* tersebut, penulis kemudian menggunakan aset *flat art* dari Freepik yang secara eksplisit menampilkan ilustrasi tangan dengan elemen pelengkap berwarna merah. Aset ini dipilih karena secara jelas dan langsung mengkomunikasikan pesan donor darah. Selanjutnya, aset visual tersebut disatukan dengan elemen tipografi yang telah disiapkan. Dalam penataannya, baik judul maupun subjudul diatur menjadi rata tengah (*center-aligned*) untuk menciptakan keseimbangan visual dan fokus pada pesan utama.

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



Gambar 3. 56 Hasil Akhir Desain Konten Acara Donor Darah

Ilustrasi utama berupa lengan yang memegang kantong darah dengan visual minimalis dan gaya flat design menjadi fokus utama yang memperkuat pesan visual. Garis-garis melengkung dan ikon darah menambah sentuhan dinamis dan harmonis. Secara keseluruhan, desain ini berhasil menggabungkan daya tarik visual, pesan ajakan yang kuat, serta informasi yang jelas, menjadikannya sangat efektif untuk digunakan sebagai media promosi acara donor darah di area publik maupun digital.

#### 3.3.2.4 Proyek *Banner* Aplikasi

Penulis juga mendapatkan kesempatan untuk membuat desain *banner* promosi untuk aplikasi CiputraHub yang terkait dengan promo IPL (*Iuran Pengelolaan Lingkungan*) selama bulan Ramadhan. *Banner* aplikasi ini memiliki beberapa tujuan strategis. Pertama, untuk secara jelas mengkomunikasikan kepada penghuni mengenai adanya penawaran khusus atau insentif terkait pembayaran IPL yang berlaku selama periode Ramadhan. Kedua, *banner* ini dirancang untuk secara efektif mempromosikan kemudahan dan keuntungan pembayaran IPL secara digital melalui aplikasi CiputraHub, dengan harapan dapat meningkatkan adopsi penggunaan aplikasi tersebut sebagai metode pembayaran utama yang efisien, sekaligus mendorong penghuni untuk menjelajahi dan menggunakan fitur-fitur lain di dalam aplikasi CiputraHub.

## 1. Brief

Penulis menerima *brief* secara lisan dari *supervisor* terkait penugasan desain. *Brief* ini menginstruksikan penulis untuk menciptakan desain *banner* yang akan diintegrasikan ke dalam aplikasi. Tujuan utama *banner* tersebut adalah untuk mempromosikan penawaran khusus terkait *Iuran Pengelolaan Lingkungan (IPL)* selama periode bulan Ramadhan. Desain ini diharapkan dapat secara efektif menarik perhatian pengguna aplikasi dan mengkomunikasikan informasi promo dengan jelas dan menarik.

## 2. Referensi

Kemudian, penulis melanjutkan dengan pencarian referensi visual yang akan digunakan sebagai patokan desain. Referensi tersebut menampilkan ilustrasi masjid dan Al-Qur'an sebagai representasi visual yang kuat untuk bulan Ramadhan. Tata letak (*layout*) dan gaya ilustrasi dari referensi ini kemudian dijadikan acuan utama oleh penulis dalam proses mendesain *banner* aplikasi tersebut.



Gambar 3. 57 Referensi *Banner* Aplikasi CiputraHub  
Sumber: <https://www.freepik.com/free-vector/social-media->

Bagian kanan desain dihiasi dengan ilustrasi masjid berwarna hijau dan emas, simbol utama bulan suci Ramadhan, lengkap dengan elemen pendukung seperti Al-Qur'an terbuka dengan tasbeih, bunga, dan bintang-bintang yang menggantung, memberikan kesan sakral dan hangat. Desain ini secara keseluruhan menyampaikan pesan religius yang penuh kehangatan dan kedamaian, dengan pendekatan visual yang estetis dan kontemporer. Cocok dijadikan referensi untuk pembuatan banner atau materi promosi digital bertema Ramadhan.

### 3. Aset

Setelah itu, penulis mulai melakukan pencarian aset visual yang sesuai dengan narasi konten yang ingin disampaikan, menggunakan platform Freepik. Dalam proses ini, penulis berfokus pada aset yang memiliki relevansi tinggi dengan tema Ramadhan dan mampu memvisualisasikan esensi bulan suci tersebut secara efektif. Pencarian ini meliputi elemen-elemen seperti ilustrasi masjid, lentera, yang semuanya berkontribusi pada penciptaan suasana Ramadhan yang kental dan mengundang dalam desain *banner* aplikasi.



Gambar 3. 58 Aset Desain *Banner* Aplikasi CiputraHub  
Sumber: <https://www.freepik.com/free-vector>

Aset ini merupakan ilustrasi latar belakang bertema Islami yang dirancang dengan nuansa visual yang megah dan sakral. Warna dominan biru royal memberikan kesan damai dan religius, sangat cocok digunakan untuk berbagai keperluan desain yang berkaitan dengan bulan Ramadan, Idul Fitri, maupun acara keagamaan Islam lainnya. Di bagian tengah, terdapat pola geometris Islami yang halus membentuk bingkai elegan, menciptakan ruang kosong yang ideal untuk menambahkan teks atau informasi utama. Elemen-elemen pendukung seperti lentera emas yang menggantung, awan putih yang lembut, serta bintang-bintang kecil yang tersebar di latar semakin memperkuat suasana malam Ramadan yang penuh cahaya dan kehangatan.

#### 4. Implementasi

Kemudian, penulis melanjutkan dengan proses penggabungan aset pada desain. Tahap awal dimulai dengan pengaturan kanvas berukuran 2354 x 1280 piksel. Seperti pada desain standar, logo CitraRaya dan logo *Ten Minute City* dimasukkan untuk menjaga konsistensi *branding*.

Latar belakang desain menggunakan gradasi warna biru yang memiliki nuansa serupa dengan warna logo, menciptakan keselarasan visual yang kuat. Judul "PROMO IPL" disematkan menggunakan *font* Montserrat Black dengan gradasi warna kuning. Pemilihan warna kuning ini secara spesifik bertujuan untuk menyesuaikan dengan tema Ramadhan yang cerah dan hangat. Judul ini kemudian diikuti dengan penambahan syarat dan ketentuan (*S&K*) serta sebuah *button* bertuliskan "Khusus Bulan Maret-April 2025" yang berwarna biru dengan teks putih.



Gambar 3. 59 Progres Desain *Banner* Aplikasi CiputraHub 1

Kemudian, penulis melanjutkan dengan penyisipan berbagai elemen visual ke dalam desain. Elemen-elemen tersebut mencakup ilustrasi masjid dan awan-awan, yang dipilih untuk memperkuat suasana spiritual dan keindahan Ramadhan. Selain itu, penulis juga menambahkan elemen visual dekoratif berwarna biru keemasan pada bagian bawah *banner*. Elemen ini tidak hanya berfungsi sebagai detail estetika, tetapi juga berasal dari stok aset internal perusahaan, sehingga menjaga konsistensi *branding* dan memberikan sentuhan kemewahan pada desain secara keseluruhan.



Gambar 3. 60 Progres Desain *Banner* Aplikasi CiputraHub 2

Selain elemen visual utama, penulis juga menambahkan serangkaian elemen pelengkap visual yang berfungsi untuk memperkaya atmosfer desain. Elemen-elemen ini secara spesifik mencakup ilustrasi lentera-lentera yang khas Ramadhan, serta efek kilauan. Penambahan detail-detail ini bertujuan untuk lebih membangkitkan dan memperkuat suasana serta nuansa Ramadhan yang penuh kehangatan dan kemeriahan. Melalui elemen-elemen ini, desain *banner* tidak hanya informatif tetapi juga secara visual mengundang dan membangkitkan *mood* yang sesuai dengan bulan suci.



Gambar 3. 61 Progres Desain *Banner* Aplikasi CiputraHub 3

## 5. Revisi

Setelah menyelesaikan desain, penulis mengirimkan hasilnya kepada *supervisor* untuk mendapatkan *feedback*. Dalam sesi *feedback* tersebut, penulis menerima arahan spesifik untuk menyertakan nomor WhatsApp manajemen kota dan *footer* yang konsisten dengan *template* media sosial. Namun, penulis menyampaikan pandangan bahwa penggunaan *footer* di dalam aplikasi berpotensi terpotong atau tidak terlihat optimal. Oleh karena itu, berdasarkan pertimbangan tersebut,

informasi kontak ini akhirnya diletakkan di bawah elemen *button* pada desain.



Gambar 3. 62 Masukan *Supervisor* Mengenai Desain *Banner* Aplikasi CiputraHub

Penulis kemudian memindahkan elemen visual berwarna biru keemasan ke bagian atas *banner*. Pemindahan posisi ini dilakukan untuk menghindari konflik visual dengan elemen desain lainnya di bagian bawah. Hal ini memastikan tidak ada tumpang tindih atau gangguan pada keterbacaan informasi penting.



Gambar 3. 63 Hasil Akhir Desain *Banner* Aplikasi Ciputra Hub

Hasil akhir desain ini bertema Islami yang mengangkat momen Ramadan untuk menyampaikan informasi mengenai Promo IPL (Iuran Pengelolaan Lingkungan) dari CitraRaya Tangerang. Desain ini memadukan elemen visual Islami dengan informasi komersial secara harmonis, menciptakan tampilan yang profesional namun tetap

bernuansa religius dan hangat. Warna dominan biru tua dan emas memberikan kesan elegan dan eksklusif, diperkuat oleh ilustrasi menara masjid berkubah emas, lampu lentera gantung, dan awan putih di sekelilingnya, yang khas dengan suasana Ramadan. Elemen-elemen ini tidak hanya mempercantik tampilan visual, tetapi juga membantu membangun suasana spiritual yang tepat untuk momen promosi di bulan suci.

### **3.4 Kendala dan Solusi Pelaksanaan Magang**

Selama menjalani program magang di PT Ciputra Residence, penulis telah melaksanakan beragam tugas dan proyek. Lingkup tugas tersebut mencakup pembuatan desain untuk media sosial, *banner*, spanduk, *backdrop*, umbul-umbul, dekorasi *outdoor*, serta berbagai kebutuhan visual lainnya. Dalam kesempatan ini, penulis tidak hanya mengembangkan kemampuan di bidang desain grafis, tetapi juga memperoleh banyak pembelajaran terkait *soft skills*. Aspek *soft skills* ini khususnya terasah melalui berbagai kendala dan tantangan yang muncul selama pelaksanaan magang. Setiap kendala yang dihadapi secara langsung mendorong penulis untuk mencari solusi kreatif dan efektif, sehingga memperkuat kemampuan adaptasi dan pemecahan masalah.

#### **3.4.1 Kendala Pelaksanaan Magang**

Salah satu kendala signifikan yang penulis hadapi adalah munculnya *supervisor* kedua yang turut menangani media sosial. Situasi ini mengubah alur kerja sebelumnya, di mana penulis hanya menerima *brief* dan *feedback* dari satu *supervisor*. Kini, penulis menerima *brief* dari satu *supervisor* dan arahan revisi dari *supervisor* lainnya. Hal ini menimbulkan kebingungan, terutama ketika kedua *supervisor* memiliki arah atau preferensi yang berbeda terkait desain konten.

Selain itu, terkadang proses pemberian *brief* dari *supervisor* kurang detail, hanya disampaikan secara singkat tanpa menyertakan informasi penting bagi desain. Kondisi ini membuat penulis merasa memiliki tanggung jawab

yang besar secara mandiri dalam menerjemahkan ekspektasi. Tantangan lainnya adalah media sosial manajemen kota yang merupakan proyek baru saat penulis bergabung. Sehingga, tidak tersedianya tim khusus yang mengelola *platform* media sosial tersebut, maka penulis harus mengerjakan seluruh proses desain dari awal media sosial manajemen kota dibuat secara mandiri.

### **3.4.2 Solusi Pelaksanaan Magang**

Salah satu cara penulis mengatasi kendala-kendala tersebut adalah dengan mengambil inisiatif untuk memulai diskusi dalam grup *chat*. Dalam diskusi ini, penulis berusaha untuk mempertimbangkan perspektif dari kedua *supervisor* untuk mencari titik temu dan kesepahaman. Selain itu, penulis mencari dan meminta informasi tambahan apabila merasa *brief* atau detail konten masih kurang jelas. Hal ini membantu memastikan bahwa semua kebutuhan dan arahan terkomunikasikan dengan baik sebelum eksekusi desain.

