

BAB III

PELAKSANAAN MAGANG

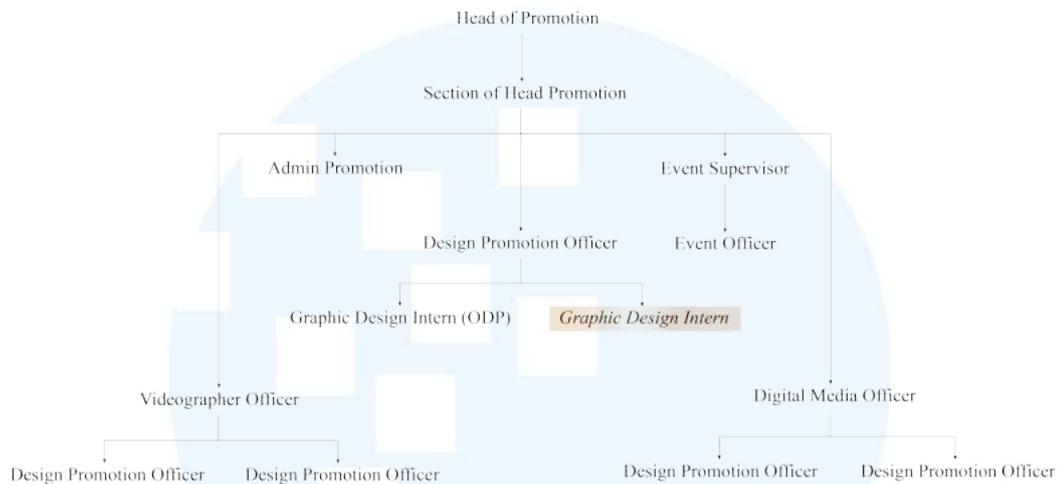
3.1 Kedudukan dan Koordinasi Pelaksanaan Magang

Dalam perusahaan Summarecon Serpong, penulis telah disepakati bersama dengan HRD memiliki kedudukan sebagai *graphic design intern*. Posisi yang disepakati bersama merupakan pekerjaan dengan jenis magang dan bekerja pada divisi Riset dan Promosi. Adapun kedudukan dan alur koordinasi yang telah ada di perusahaan Summarecon Serpong untuk menjaga alur kerja dalam perusahaan ini.

3.1.1 Kedudukan Pelaksanaan Magang

Penulis berada pada divisi Riset dan Promosi dengan sub divisi Promosi yang memiliki kedudukan tertinggi pada *Head of Promotion*. Setelah itu, kedudukan *Section Head of Promotion*, di bawah itu terdapat *Design Promotion*, *Videographer*, *Digital Media*, *Event Supervisor*, dan *Admin Promotion*. *Supervisor Event* dibantu oleh *Event Officer* sedangkan Penulis sebagai *Graphic Designer Intern* berada di bawah *Design Promotion Officer*. Dalam pelaksanaan magang, *Design Promotion Officer* akan menjadi pembimbing lapangan penulis.

Struktur Divisi Riset & Promosi (Summarecon Serpong)

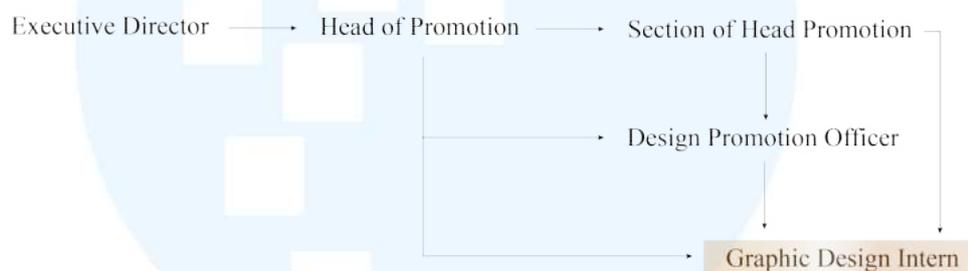


Gambar 3.1 Bagan Struktur Divisi Riset & Promosi
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2025)

Sebagai *graphic designer intern*, penulis bertugas membantu *Design Promotion Officer* dalam membuat desain untuk kebutuhan promosi. Desain dibuat berdasarkan atas kebutuhan dari *Section Head of Promotion* dan *brief* dari *Design Promotion Officer* kemudian akan dikerjakan oleh penulis. Tanggungjawab tersebut dibuat oleh penulis secara langsung dan akan diserahkan kepada *Design Promotion Officer* saat selesai dikerjakan.

3.1.2 Koordinasi Pelaksanaan Magang

Dalam pelaksanaan magang di divisi Riset dan Promosi, penulis mengikut alur koordinasi untuk mengerjakan tugas-tugas yang diberikan dalam kesehariannya. Divisi Riset dan Promosi juga membantu Divisi Marketing dalam penyediaan materi pemasarannya. Oleh karena itu, *Head of Marketing* juga akan memberikan *brief* kepada *Head of Promotion* dan penulis akan mengerjakan tugas dan memerlukan approval dari tim *marketing*. Berikut adalah alur koordinasi penulis dalam Divisi Riset dan Promosi:



Gambar 3.2 Bagan Alur Koordinasi Tugas
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2025)

Setelah melalui alur koordinasi dalam pemberian tugas dan tanggungjawab, penulis juga harus melalui proses revisi dari tugas yang telah dibuat. Apabila proses revisi telah dilakukan maka penulis selanjutnya membuat lembar *approval* yang harus ditandatangani oleh Direktur Eksekutif, Manager Sales Marketing, Head of Promotion, Section Head of Promotion dan ditandatangani juga oleh penulis. Berikut adalah alur koordinasi proses *approval* dari tugas yang telah direvisi dan disetujui. Setelah seluruh pihak telah menandatangani lembar *approval*, selanjutnya *Event Officer* akan mengeksekusikan materi promosi pada lapangan dan akan melaporkan apabila materi telah diaplikasikan.

3.2 Tugas yang Dilakukan

Selama pengerjaan magang, penulis mendapatkan berbagai jenis tugas yang menjadi tanggung jawab untuk diselesaikan. Penulis mengerjakan tugas dimulai dari tugas-tugas ringan dan kemudian bertahap hingga membuat berbagai macam media. Variasi medianya meliputi billboard, banner, umbul-umbul hingga kebutuhan media sosial. Berikut adalah detail pekerjaan yang dilakukan penulis selama magang.

Tabel 3.1 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Magang

Minggu	Tanggal	Proyek	Keterangan
1	3-7 Februari 2025	Logo <i>Vector</i> Gading Summarecon Serpong	- Membuat logo tracing Gading Summarecon dari poster lama menjadi aset vector
		<i>Banner</i> Summarecon Serpong	- Membuat desain banner Summarecon dengan ukuran 4m x 1m Membuat alternatif banner Summarecon berukuran 15m x 1,5m
		<i>Billboard</i> , Umbul-Umbul, Kavling City Hub	- Membuat board City Hub Summarecon berukuran 1m x 2m - Membuat desain umbul-umbul City Hub Summarecon sebanyak 10 buah dengan ukuran 1m x 4,7m Membuat desain kavling City Hub Summarecon dengan ukuran 1m x 2m
2	10-14 Februari 2025	Billboard Summarecon Serpong	- Revisi billboard ukuran 4x1m tanpa menggunakan <i>tagline</i> dan adanya perubahan warna
		50 Tahun Summarecon Serpong	- Melakukan <i>resize</i> ukuran <i>banner</i> Sky Bridge 50 Tahun Summarecon menjadi 8 x 2 m - Membuat <i>billboard</i> 50 Tahun Summarecon Serpong untuk kebutuhan jalan raya dengan ukuran 1 x 4 m
		Banner, Umbul-Umbul, <i>Door Sticker</i> , <i>Floor Sticker</i> City Hub	- Melakukan eksplorasi warna logo Summarecon City Hub dalam beberapa alternatif warna - Membuat poster Summarecon Serpong City Hub dengan alternatif warna final - Membuat desain <i>billboard</i> City Hub berukuran 156 x 72 cm

			<ul style="list-style-type: none"> - Membuat desain <i>billboard</i> City Hub berukuran 1 x 2 m dengan 3 alternatif arah Membuat umbul-umbul signage Summarecon City Hub dengan ukuran 1 x 4,7 m - Membuat stiker promosi Summarecon City Hub untuk kebutuhan Summarecon Mall Serpong dengan ukuran 156 x 72 cm - Membuat <i>floor sticker signage</i> Summarecon City Hub untuk kebutuhan Summarecon Mal Serpong dengan ukuran 60-70 cm
		Instagram Story & Feeds	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat desain media sosial Instagram berukuran 4:5 untuk penyambutan Hari Raya Nyepi - Membuat desain media sosial Instagram berukuran 4:5 untuk penyambutan Hari Raya Idul Fitri
3	17-21 Februari 2025	<i>Signage & Banner</i> Summarecon Serpong	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat <i>banner</i> penyewaan dengan ukuran 4 x 1 m dan 6,8 x 2,1 m - Melakukan revisi <i>signage</i> panah berukuran 1 x 2 m dengan penambahan waktu pada bagian bawah <i>signage</i>
		<i>Banner, Umbul-Umbul, Floor Sticker, Email Blast, Signage</i> City Hub	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat revisi foto dan ukuran logo pada stiker promosi Summarecon City Hub berukuran 156 x 72 cm - Membuat revisi umbul-umbul Summarecon City Hub berukuran 1 x 4 m - Membuat desain varian umbul-umbul baru dengan <i>headline</i> "Best Location" dan merevisi penempatan logo City Hub pada keseluruhan umbul-umbul - Melakukan revisi minor <i>floor sticker</i> dengan ukuran 60 x 51,7 cm dengan mengubah teks "Hello" menjadi warna jingga dan membuat <i>mockup</i> bentuk fisik untuk mengetahui ukuran asli <i>floor sticker</i> tersebut - Membuat poster <i>email blast</i> untuk Summarecon City Hub berukuran 1080 x 1920 px - Membuat alternatif <i>floor sticker</i> Summarecon City Hub berukuran 60 x 51,7 cm - Membuat penomoran ruko City Hub

			<ul style="list-style-type: none"> - Membuat desain dan <i>mockup signage in and out</i> ruko City Hub dengan papan bulat berukuran 1m x 2m
		<i>Banner Carson</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Mengunjungi dan mendokumentasikan Carson untuk mengukur panjang pagar yang akan dibuatkan <i>banner</i> promosi - Membuat desain <i>banner</i> pagar Carson berukuran 28 x 2 m - Merevisi warna <i>banner</i> pagar Ruko Carson berukuran 27,7 x 2 m
		<i>Content Shooting Louise</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Membantu tim sosial media untuk membuat konten dan <i>shooting</i> di kawasan Ardea, Leonora, dan Louise
4	24-28 Februari 2025	<i>Banner Marketing Gallery Summarecon Mal Serpong</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat desain <i>banner</i> berukuran 8m x 4m untuk keperluan <i>marketing gallery</i> Summarecon di Summarecon Mall Serpong - Revisi desain <i>banner</i> untuk promosi <i>Marketing Gallery</i> Summarecon di Summarecon Mall Serpong
		<i>Signage Heron</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat desain <i>signage</i> Summarecon Heron berukuran 3m x 1m untuk kebutuhan promosi <i>show unit</i>
		<i>Instagram Story</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat desain Instagram story berukuran 1080 x 1920 px menyambut Ibadah Puasa
		<i>Poster City Hub</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat poster City Hub berukuran 114 cm x 235 cm untuk keperluan promosi di Plaza Summarecon Serpong
		<i>50 Tahun Summarecon Serpong</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat logo 50 Tahun Summarecon Serpong berukuran 300 cm x 300 cm untuk keperluan <i>signage</i>.
		<i>Sticker Pintu Lobby 1 dan Lobby 3 (Idul Fitri)</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat <i>sticker</i> Summarecon Serpong dengan tema Idul Fitri untuk keperluan <i>sticker</i> pintu Lobby 1 Plaza Summarecon Serpong - Melanjutkan progress desain <i>sticker</i> pintu Lobby 1 di Plaza Summarecon Serpong dengan ukuran 856 cm x 315 cm - Membuat alternatif desain <i>sticker</i> pintu Lobby 3 di Plaza Summarecon Serpong dengan ukuran 120 cm x 150 cm

		<i>Banner Carson</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat finalisasi <i>banner Carson</i> berukuran 27,7 m x 2 m untuk didapat dipakai pada lokasi
5	3-7 Maret 2025	Sticker Pintu Lobby 1, Lobby 3, dan Lobby Town Management (Idul Fitri)	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat finalisasi desain <i>sticker</i> pintu Lobby 1 di Plaza Summarecon Serpong dengan membuat <i>mockup</i> dan keterangan <i>approval</i> - Melanjutkan desain <i>sticker</i> pintu Lobby 3 di Plaza Summarecon Serpong - Membuat alternatif desain <i>sticker</i> pintu lainnya di Lobby Town Management berukuran 180 cm x 150 cm - Melanjutkan desain <i>sticker</i> pintu Lobby Town Management dengan tema Idul Fitri di Plaza Summarecon Serpong - Melakukan asistensi dan membuat finalisasi <i>sticker</i> pintu 3 Lobby dengan tema Idul Fitri - Membuat <i>mockup</i> dan lembar <i>approval</i> untuk sticker pintu 3 Lobby Summarecon Serpong
		Whatsapp <i>Blast</i> (Idul Fitri)	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat desain Whatsapp <i>blast</i> berukuran 1080 x 1920 px dengan tema Idul Fitri
		<i>Banner Carson</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat desain <i>banner</i> pagar tambahan untuk kebutuhan promosi Carson berukuran 6 m x 2 m
		50 Tahun Summarecon Serpong	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat skala ukuran <i>signage</i> 50 Tahun Summarecon Serpong untuk keperluan pencetakan
		Spanduk Acara Idul Fitri Masjid Raya Asmaul Husna Gading Serpong	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat desain spanduk untuk kebutuhan acara Masjid Raya Asmaul Husna Gading Serpong di Summarecon Mall Serpong (SMS) - Membuat desain spanduk untuk kebutuhan acara Zakat Masjid Raya Asmaul Husna Gading Serpong
		Instagram Story & Cover Reels (<i>International Women's Day</i>)	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat desain Instagram Story & Cover Reels mengenai peringatan <i>International Women's Day</i> dengan ukuran 1920 x 1080 px
6	10-14 Maret 2025	Spanduk Acara Zakat Masjid Raya Asmaul Husna Gading Serpong	<ul style="list-style-type: none"> - Mengerjakan revisi banner zakat dengan menambahkan logo Paramount pada hasil desain

		Instagram Cover Reels (<i>International Women's Day</i>)	- Mengerjakan revisi cover Reels Instagram peringatan <i>International Women's Day</i> yang awalnya berwarna <i>pink</i> menjadi warna <i>maroon</i>
--	--	--	--

3.3 Uraian Pelaksanaan Magang

Dalam pelaksanaan magang, penulis mendapat beberapa proyek dalam 4 bulan magangnya di Summarecon Serpong. Proyek tersebut Sebagian besar merupakan proyek merancang media terutama untuk mempromosikan produk baru yang akan dipasarkan. Salah satu produk yang diluncurkan oleh Summarecon Serpong yaitu City Hub. Adapula beberapa produk lainnya misalnya perumahan Carson dan Heron. Selain produk penulis juga menyiapkan desain promosi dari Summarecon Serpong sendiri, misalnya *banner* pada jalan raya dan lainnya.

3.3.1 Proses Pelaksanaan Tugas Utama Magang

Proyek utama yang dilaksanakan penulis adalah proyek desain City Hub. City Hub merupakan unit komersial yang terletak di jalan Boulevard dan baru dipasarkan pada 22 Maret 2025. Oleh karena itu, penulis bersama dengan tim divisi Riset dan Promosi melakukan riset terlebih dahulu. Pada awalnya, *Section of Head Promotion* dan *Head of Promotion* melakukan meeting dengan para direktur dan atasan untuk melakukan *brainstorming* mengenai desain yang ingin dibuat. Selanjutnya, *Section of Head Promotion* menyampaikan hasil diskusi kepada seluruh tim divisi agar desain memiliki keselarasan antar satu sama lain.

1. Perancangan Media Kolateral City Hub

Dalam promosi sebuah produk, tim divisi Riset & Promosi pada awalnya mempersiapkan draft logo utama City Hub. Perancangan draft bentuk logo tersebut dibuat oleh *Section Head of Promotion*. Selanjutnya pemilihan warna juga ditugaskan kepada penulis untuk membantu mengeksplorasi variasi warna logo.

Logo City Hub merupakan jenis logo wordmark dan abstrak. Logo wordmark dapat dilihat pada penggunaan kata “CITY HUB” yang

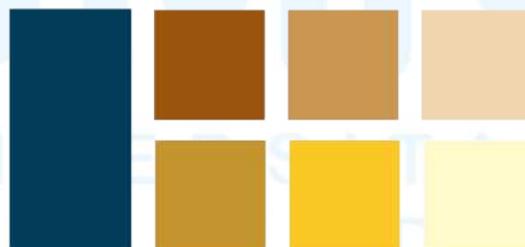
merupakan nama produk Summarecon Serpong. Namun diantara kedua kata tersebut terdapat bentuk abstrak menyerupai sinar cahaya. Pada bagian bawah logo terdapat pula kata “COMMERCIAL” yang menyampaikan jenis produk tersebut merupakan produk yang bersifat komersial.



Gambar 3.3 *Draft* Bentuk Logo City Hub

Setelah menentukan bentuk logo, penulis juga membantu dalam mengeksplorasi warna yang akan digunakan pada pengaplikasian logo pada media. Warna yang diinginkan merupakan warna gradasi dengan warna yang unik dan mecolok. Berikut merupakan beberapa variasi warna yang didapat oleh penulis.

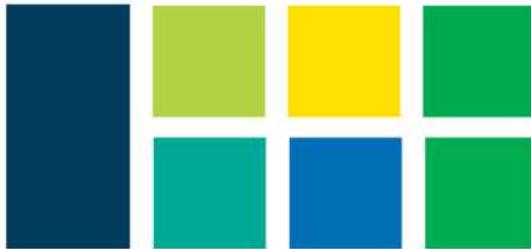
Pada *draft* warna 1, warna yang digunakan cenderung berwarna gold dengan menggunakan banyak warna kuning. Namun penggunaan warna utama pada teks menggunakan warna biru tua. Penggunaan warna kuning memiliki arti kehangatan, energi positif, keceriaan, dan rasa optimisme (BPPTIK Kominfo, 2020). Sedangkan penggunaan warna biru tua ditujukan agar dapat membangun kepercayaan dan loyalitas serta menunjukkan sisi keandalan dari produk City Hub yang ingin dipasarkan oleh Summarecon Serpong.



Gambar 3.4 *Draft* Warna 1 City Hub

Pada *draft* warna 2, penambahan warna hijau ditujukan untuk menambahkan variasi warna. Penggunaan warna hijau juga merupakan warna intermediate bagi warna biru dan kuning. Hijau juga memiliki

makna penting bagi Summarecon Serpong. Menurut ahli, warna hijau merupakan warna yang diasosiasikan dengan ketenangan, keseimbangan, dan keharmonisan. Melihat City Hub merupakan bangunan maka Summarecon Serpong mengedepankan alam. Oleh karena itu, adanya penggunaan warna hijau dapat diasosiasikan dengan pesan bahwa Summarecon Serpong selalu peduli terhadap lingkungan dan alam dalam pendirian bangunan ini.



Gambar 3.5 *Draft* Warna 2 City Hub

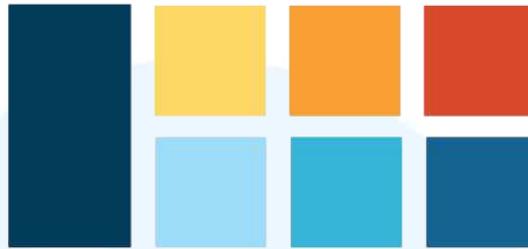
Setelah menemukan warna yang sesuai dengan nilai Summarecon Serpong. Selanjutnya pengaplikasian warna pada bentuk logo City Hub. Warna biru tua diaplikasikan pada teks sedangkan kombinasi warna hijau, kuning dan biru diaplikasikan pada simbol abstrak City Hub yang menyerupai cahaya. *Treatment* warna pada simbol tersebut menggunakan teknik gradasi antara warna kuning dan hijau serta warna biru dengan biru tua. Penggunaan Teknik tersebut dapat menunjukkan kedinamisan antar warna sehingga memiliki warna yang lebih menarik dan mencolok saat diaplikasikan pada media. Penggunaan



Gambar 3.6 *Draft* Warna Logo City Hub

Pada tahap ini, terjadi proses pencarian warna baru dikarenakan hasil warna sebelumnya tidak sesuai dengan keinginan atasan. Perbedaannya warna tambahan berupa warna jingga yang sangat erat dengan penggunaan warna Summarecon Serpong. Sehingga dalam

aplikasi logo akhirnya, penggunaan warna berubah menjadi warna kuning dan analogusnya beserta warna biru dengan warna anaogusnya.



Gambar 3.7 Draft Warna 3 City Hub

Berikut adalah hasil pengaplikasian warna final dalam logo City Hub. Penggunaan warna juga menggunakan teknik gradasi dengan adanya *repetition* sebanyak dua kali. Penempatan simbol abstrak ditengah bertujuan untuk menciptakan harmoni dan menunjukkan *contrast* yang baik antara teks dan logo abstraknya.



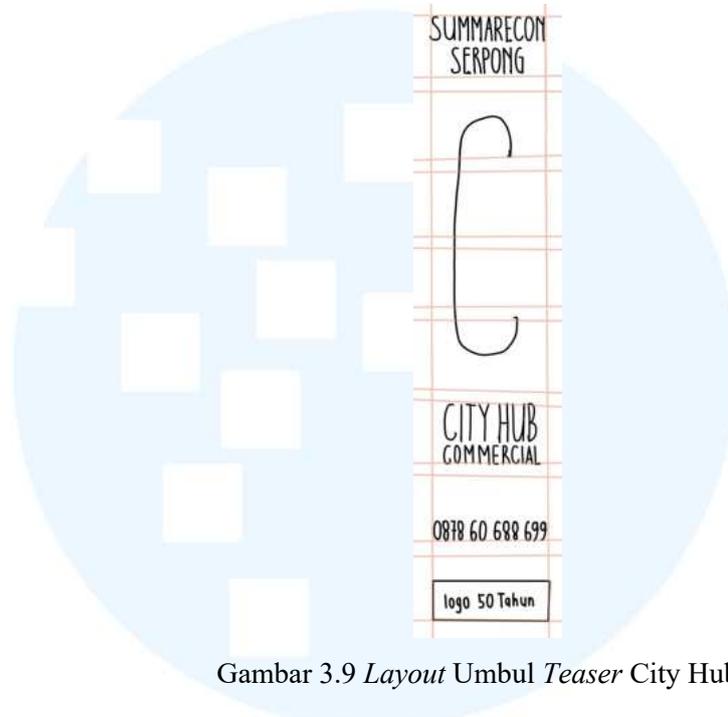
Gambar 3.8 Final Logo City Hub

A. Umbul

Pembuatan umbul-umbul memiliki ukuran desain sebesar 1 x 4,7 m. Umbul-umbul akan diletakkan pada jalan utama Boulevard dengan jumlah sebanyak 7 buah. Namun, setiap desain dibuat pengulangan atau repetisi dengan menuliskan kata “CITYHUB”. Pemasangan umbul-umbul ini juga akan menjadi daya tarik karena akan dipasang sejajar dengan arah mengemudi.

Penggunaan warna pada umbul teaser ialah warna biru tua, dengan menggunakan warna ungu dan hijau yang memiliki kontras yang tinggi untuk menarik perhatian. Penempatan Summarecon Serpong di atas untuk menandakan hirarki membaca dan dilanjutkan dengan huruf “C”, “I”, hingga “B”. Pada desain

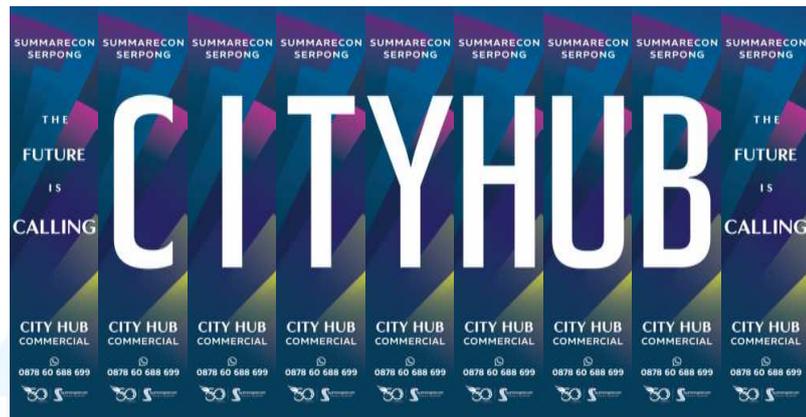
awal, *Font* yang digunakan untuk penulisan kata City Hub masih menggunakan *font* Jonova untuk menunjukkan konsistensi penggunaan font yang serupa dengan logo.



Gambar 3.9 *Layout Umbul Teaser City Hub*

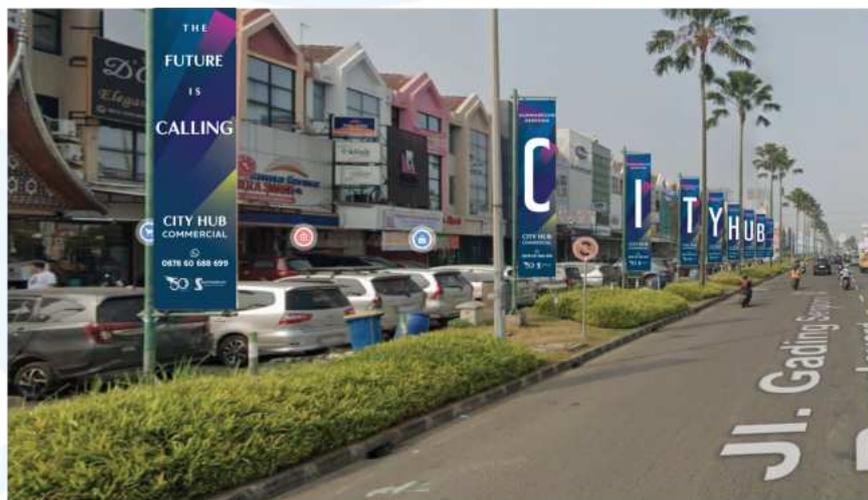
Setelah melakukan asistensi, penulis memperoleh *feedback* dari *Section Head of Promotion* untuk menggunakan font berjenis *san serif* namun memiliki karakteristik *font* yang tinggi dan *narrow*. Hal tersebut dikarenakan, penggunaan font Jonova memiliki *white space* yang luas pada bagian bawah dan atasnya akibat ukuran umbul-umbul yang tinggi. Oleh karena itu, penulis mencari alternatif *font* lain yang memiliki ciri yang serupa.

Font yang digunakan untuk desain terakhir adalah *font* Bison Bold. Penggunaan *font* tersebut dapat memenuhi ruang *white space* pada umbul *teaser*. Dengan *font* yang lebih tinggi dan memenuhi ruang kosong dapat membantu keterbacaan penonton saat mengemudi di jalanan. Hal ini menjadi perubahan yang baik pada implementasi media umbul-umbul.



Gambar 3.10 Revisi dan Tambahan Umbul *Teaser* City Hub

Setelah melakukan revisi dan menambahkan desain *tagline*, penulis kemudian membuat *mockup* untuk megajukan *approval* kepada *Head of Marketing* untuk dilanjutkan pada proses pencetakan. *Mockup* dibuat berdasarkan gambar *Google Maps* yang dapat diakses di internet dan memasukkan desain umbul *teaser* ke dalamnya. Berikut *mockup* desain umbul *teaset* City Hub yang dilampirkan pada lembar *approval*.



Gambar 3.11 Mockup Umbul Teaser

Pada tahap *launching*, penulis membuat berbagai media seperti poster, *sticker*, umbul-umbul, *signage*, *banner*, dan *email blast*. Penggunaan warna sudah sesuai dengan warna *final* yaitu kuning dan biru. Pada tahap ini, keseluruhan media harus memiliki konsistensi dalam

elemen desainnya sehingga proses revisi dan *approval* selalu dilakukan di setiap hasil akhirnya.

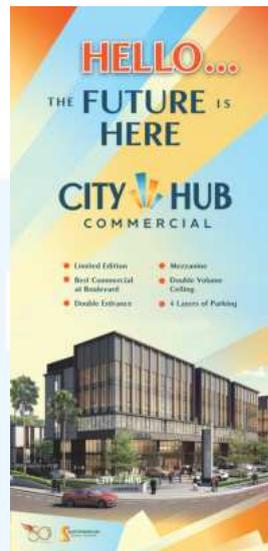
B. Poster

Pada Gedung Plaza Summarecon Serpong selalu menampilkan produk yang dipasarkan. Oleh karena itu, poster didesain untuk dipajang pada *Gallery Lobby 1 Plaza Summarecon Serpong*. Ukuran desain poster ini adalah 114 x 235 cm dengan format *portrait* dan berbahan *flexi china*. Selama pengerjaannya, penulis beberapa kali melakukan asistensi mengenai peletakan 6 USP dari produk City Hub. Pada akhirnya, desain poster final yang disetujui oleh *Section Head of Promotion* dan *Head of Promotion* berdasarkan lembar *approval* yang diajukan.



Gambar 3.12 *Layout Poster City Hub*

Dalam pembuatan poster, penulis membuat layout penempatan teks dan foto sesuai dengan penempatan yang diarahkan oleh *Section Head of Promotion*. *Layout* yang digunakan adalah *multi-column grid* dengan pembagian *pasa row*. Selanjutnya penulis menentukan warna sesuai dengan warna final untuk visual City Hub. Berikut merupakan pewarnaan dan hasil poster City Hub yang dibuat oleh penulis.



Gambar 3.13 Poster City Hub

Sebelum memberikan lembar *approval*, penulis telah membuat *mockup* dan memotret langsung area poster pada Plaza Summarecon Serpong Lobby 1. Desain sebelumnya keduanya merupakan produk Louise. Namun setelah City Hub dipasarkan, maka salah satu poster harus didesain dan dipajang mengenai City Hub Summarecon Serpong.

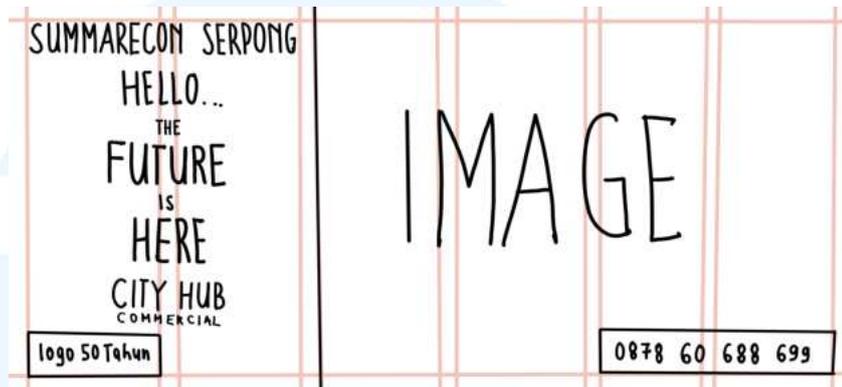


Gambar 3.14 *Mockup* Poster City Hub

C. Stiker Pintu

Stiker pintu merupakan media yang dibutuhkan untuk dipasangkan pada pintu putar di Summarecon Mal Serpong (SMS). Stiker ini memiliki ukuran 156 x 72 m dengan orientasi *horizontal*. Pembuatan desain dibagi menjadi dua area, bagian kiri

menampilkan tagline dan bagian kanan akan diberikan foto *high resolution* dari tim lain. Namun, pada saat penulis mendesain, foto tersebut belum ada sehingga penulis hanya membuat template desain untuk stiker pintu ini.



Gambar 3.15 *Layout Stiker Pintu*

Dalam membuat stiker pintu, penulis menggunakan *layout multi-column grid*. Grid dibagi ke dalam 6 *column* dengan 2 *column* diisi oleh *text* sedangkan sisanya akan diisi dengan *image*. Dalam layout ini, penulis diarahkan untuk membuat *emphasize* pada *tagline* City Hub yaitu “The Future is Here” sehingga teks akan berukuran lebih besar.



Gambar 3.16 *Desain Stiker Pintu*

Setelah membuat desain pertama, penulis mendapat *feedback* untuk memperbaiki *layout* pada *tagline* dan memperbesar ukuran *font*. Penulisan Summarecon Serpong juga ditebalkan akan meningkatkan keterlihatan ketika berada pada jarak yang jauh. Oleh

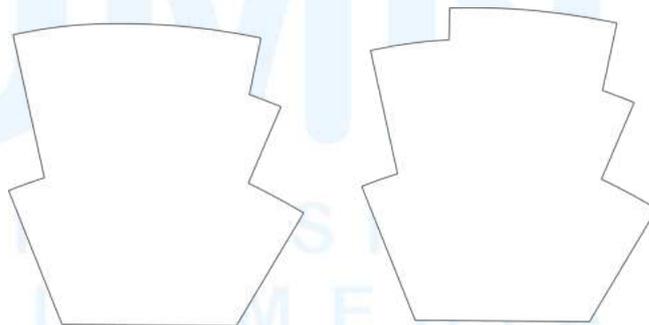
karena itu, penulis melakukan revisi terkait peletakan teks *tagline* dan penebalan kata Summarecon Serpong.



Gambar 3.17 Revisi Stiker Pintu

D. Stiker Lantai

Stiker lantai merupakan media yang dipasang pada bagian lantai Summarecon Mal Serpong (SMS). Ketentuan stiker memiliki ukuran yang menyesuaikan bentuk ubin yang berukuran 60-70 cm. Dalam pengerjaannya, penulis memikirkan bentuk cuttingan desain yang asimetris. Bentuk asimetris memiliki kesan yang lebih dinamis namun dinyatakan dapat menimbulkan rasa penasaran dan menarik perhatian (Berman M. & Wurst B., 2019, h. 52-63). Oleh karena itu, terdapat dua alternatif bentuk asimetris untuk sticker lantai.



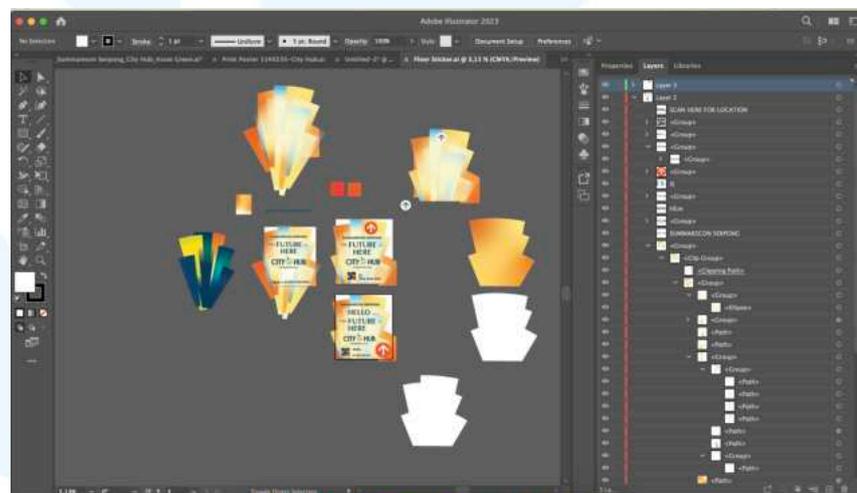
Gambar 3.18 Alternatif Bentuk Stiker Lantai

Setelah membuat alternatif, kemudian penulis menyusun asset visual City Hub ke dalam bentuk asimetris tersebut. Penulis juga memasukkan beberapa *mandatory information* yang harus ada

dalam stiker lantai tersebut. Informasi tersebut berupa *tagline* City Hub, “Summarecon Serpong”, logo final City Hub, QR code lokasi, logo 50 tahun Summarecon, dan nomor telepon. Pada alternatif kedua, penulis diberikan instruksi untuk memasukkan simbol tanda panah untuk menunjukkan arah. Berikut adalah proses pengerjaan pada aplikasi Adobe Illustrator saat membuat stiker lantai City Hub.



Gambar 3.19 *Layout Stiker Lantai*



Gambar 3.20 *Proses Pengerjaan Cutting Stiker Lantai*

Melalui proses penyusunan asset, bentuk kedua dipilih oleh Section of Head Promotion. Selama pekerjaannya penulis memperoleh beberapa hasil desain stiker lantai yang kemudian akan diasistensikan pada *Section of Head Promotion*. Pada awalnya, stiker lantai hanya mencakup informasi mengenai *tagline*, logo, Summarecon Serpong, logo 50 tahun, dan nomor *whatsapp*. Oleh

karena itu, desain dibuat menyerupai sinar cahaya dengan penulisan teks pada bagian tengahnya.



Gambar 3.21 Desain Stiker Lantai

Setelah desain diserahkan dan diasistensikan, terdapat input informasi tambahan yang diberikan yaitu penambahan tanda panah sebagai penunjuk arah yang harus diberi penekanan. Selanjutnya informasi berupa *QR code* lokasi agar *audience* yang *interest* bisa mengetahui lokasi City Hub. Oleh karena itu, penulis melakukan revisi desain stiker lantai tersebut.



Gambar 3.22 Revisi Stiker Lantai

Desain yang telah ditambahkan informasi lainnya kemudian ditambahkan lagi penulisan “Hello”. Kurangnya area penulisan kata tersebut membuat penulis untuk menyusun kembali layout dari teks dan logo pada stiker lantai tersebut. Dengan begitu,

penulis mendapatkan desain *final* dari stiker lantai City Hub yang ditempelkan pada ubin Summarecon Mal Serpong.



Gambar 3.23 Final Stiker Lantai

Setelah melalui proses asistensi dan revisi, penulis memberikan final desain untuk dicetak dan ditempelkan pada Summarecon Mal Serpong (SMS) sebagai media promosi City Hub Commercial. Proses penempelan dilakukan pada tanggal 21 Februari 2025 oleh *Supervisor Event*. Melalui dokumentasi tersebut penulis juga mengunjungi lokasi dan melakukan tes untuk *scan QR Code* yang ada pada desain stiker tersebut untuk memastikan fungsi stiker berfungsi dengan baik.



Gambar 3.24 Dokumentasi Stiker Lantai

E. Umbul-Umbul Kuning

Media umbul-umbul memiliki ukuran 1 x 4,7 m dan memiliki orientasi *portrait*. Umbul-umbul ini berbeda dengan umbul-umbul *teaser*. Perbedaannya terletak pada warna dan *tagline* yang diberikan warna final City Hub. Selain itu terdapat penambahan teks “Hello” di awal *tagline*. Dengan penggunaan warna final City Hub, kontras dengan menggunakan warna terang lebih menarik pandangan pengguna jalan. Logo City Hub juga sudah diaplikasikan pada umbul-umbul *launching*.



Gambar 3.25 Umbul City Hub

Melalui umbul sebelumnya, *Section Head of Promotion* memberikan tugas untuk membuat umbul dengan *copywriting* baru. Umbul ini akan diletakkan di depan umbul *launching* sehingga warna yang digunakan juga harus konsisten. *Copywriting* yang harus ditulis berupa “Best Location at Boulevard Gading Serpong”. Dengan arahan tersebut penulis membuat desain baru dengan menentukan *layout* untuk *copywriting* tersebut.



Gambar 3.26 Umbul Copywriting City Hub

Melalui desain umbul *copywriting*, penulis melakukan asistensi kepada *Section Head of Promotion*. Asistensi tersebut mendapatkan *feedback* terkait *line spacing* “at Boulevard” dan “Gading Serpong” yang terlalu jauh. Oleh karena itu, penulis kemudian melakukan revisi terkait *line spacing* untuk lebih didekatkan.



Gambar 3.27 Revisi Umbul *Copywriting* City Hub

Setelah melakukan revisi, maka penulis membuat lembar *approval* untuk melanjutkan desain agar dapat dicetak. Bahan yang digunakan pada umbul ini adalah flexi china. Umbul ini juga akan diletakkan pada lokasi yang sama seperti lokasi umbul *teaser* yaitu di jalan utama Boulevard.



Gambar 3.28 *Mockup* Umbul City Hub

Setelah membuat *mockup*, penulis melakukan dokumentasi pada saat pemasangan umbul City Hub. Umbul kuning City Hub dipasang pada jalan Boulevard Gading Serpong yang dilalui oleh lalu lintas yang padat. Dokumentasi umbul tersebut juga dilakukan pada 21 Februari 2025.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

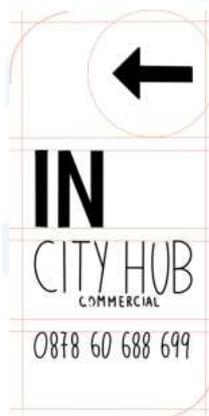


Gambar 3.29 Dokumentasi Umbul City Hub

F. *Signage*

Signage digunakan sebagai pengarah jalan yang ditempatkan di lokasi *show unit* City Hub. Perancangan desain *signage* City Hub memiliki bentuk tersendiri. Oleh karena itu, penulis merancang *signage* dengan memperhatikan bentuk yang sesuai dengan bentuk papan *signage* yang tersedia. Ukuran *signage* ini yaitu 1 x 2 m dengan teks “In” dan “Out”.

Dalam membuat *signage*, penulis menggunakan *layout multi-column grid* yang dibagi menjadi 4 *column* namun dengan orientasi *portrait*. Dalam *signage* ini, terdapat *emphasize* pada huruf “IN” dan “OUT” serta simbol panah sebagai penekanan fungsi *signage* yang memberikan arah.



Gambar 3.30 *Layout Signage In & Out City Hub*



Gambar 3.31 *Signage In & Out City Hub*

Signage In & Out dibuat untuk diasistensikan kepada *Section Head of Promotion* untuk menerima *feedback*. Pada desain kali ini, penulis tidak mendapatkan *feedback* sehingga penulis dapat langsung membuat *mockup* dan mengajukan lembar *approval* kepada *Head of Promotion*. Setelah desain telah mendapatkan *approve* maka penulis dapat melanjutkan desain untuk kemudian dicetak dan dipasang pada lokasi.



Gambar 3.32 *Mockup Signage In & Out City Hub*

Setelah membuat *mockup*, selanjutnya penulis memberikan *file* final kepada *Supervisor Event* untuk kemudian dicetak dan dipasang pada lokasi. *Signage* dipasang pada lokasi *show unit* City Hub Commercial. Pemasangan dilakukan pada

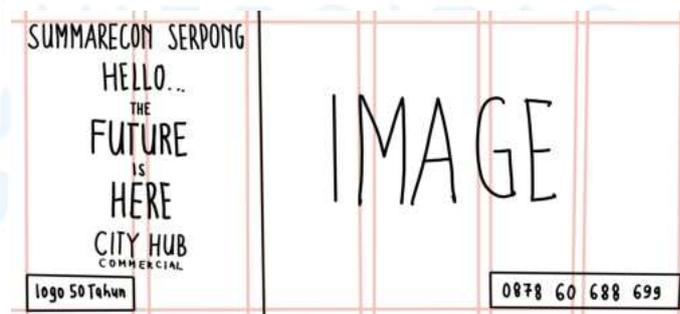
tanggal 26 Februari 2025 dan didokumentasikan oleh *Supervisor* dan dilaporkan pada seluruh tim.



Gambar 3.33 Dokumentasi *Signage In & Out City Hub*

G. *Billboard*

Billboard City Hub dibuat dengan ukuran 6 x 4 m berorientasi *landscape*. Banner ini data ditemukan pada jalan raya di sekitar Boulevard Gading Serpong. Seperti desain lainnya, desain dengan dibagi menjadi dua area dengan area *tagline* dan area foto *high resolution*. Perbedaannya pada desain ini didominasi oleh warna biru yang memiliki harmoni dengan warna langit dan menjadikan pembeda dari desain lainnya.



Gambar 3.34 *Layout Billboard City Hub*

Pada *billboard* City Hub ini, penulis menggunakan *multi-column grid*. *Grid* ini dibagi ke dalam 6 *column* yang dibagi menjadi 2 *section*. Bagian kiri yang terdiri dari 2 kolom berisi teks sedangkan 4 kolom disebelah kanan akan ditempelkan foto render City Hub yang akan dipromosikan dalam *billboard*.



Gambar 3.35 *Billboard* City Hub

Penulis kemudian melakukan asistensi kepada *Section Head of Promotion* dan membuat lembar *approval*. *Billboard* lainnya juga didesain oleh *Section Head of Promotion* dan selalu diberikan logo “50 Tahun Summarecon” dan logo Summarecon Agung. Dengan adanya konsistensi penempatan logo di bagian kiri bawah, maka *billboard* selalu menerapkan prinsip penggunaan logo yang telah ditetapkan.

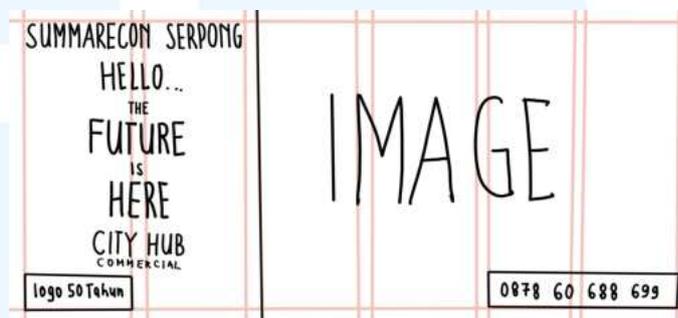


Gambar 3.36 *Mockup Billboard* City Hub

H. Email Blast

Setiap Summarecon Serpong mengeluarkan produk barunya, informasi mengenai produk tersebut selalu dikirimkan

melalui *email* yang dikenal dengan sebutan *email blast*. Pada *launching* produk City Hub, penulis juga diberi tugas untuk membuat media *email blast* dengan mengikuti *key visual* yang serupa. Perbedaannya terdapat pada *copywriting* yang dituliskan berupa *limited edition* dan berada pada area komersial menghadap Boulevard. Penempatan logo selalu berada pada kiri bawah dengan ketentuan maksimal 5% dari tinggi media. Sedangkan nomor Whatsapp selalu terletak pada kanan bawah.



Gambar 3.37 *Layout Email Blast City Hub*

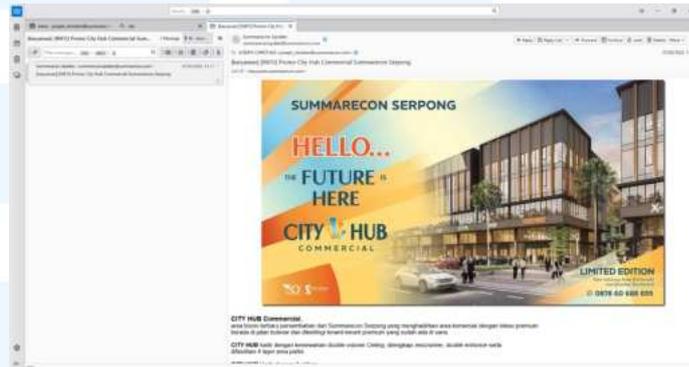
Seperti pada *billboard*, *email blast* City Hub juga menggunakan *multi-column grid*. *Grid* ini dibagi ke dalam 6 *column* yang dibagi menjadi 2 *section*. Bagian kiri yang terdiri dari 2 kolom berisi teks sedangkan 4 kolom disebelah kanan akan ditempelkan foto render City Hub yang akan dipromosikan dalam *email blast* namun target *audience* hanya karyawan Summarecon sendiri.



Gambar 3.38 *Email Blast City Hub*

Desain yang telah selesai dibuat oleh penulis kemudian diasistensikan. Setelah diasistensikan dan mendapatkan lembar

approval maka selanjutnya desain diberikan kepada pihak Summarecon untuk dapat di-*blast* melalui *email* kepada seluruh karyawan Summarecon. Dengan begitu, seluruh karyawan dapat mengetahui informasi mengenai produk yang akan di-*launching* yaitu City Hub Commercial.



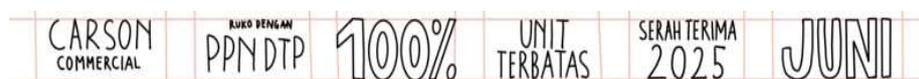
Gambar 3.39 Dokumentasi Email Blast

3.3.2 Proses Pelaksanaan Tugas Tambahan Magang

Dalam tugas tambahan, penulis membagi tugas ke dalam 4 tugas tambahan lainnya yaitu pembuatan *banner* pagar Carson, spanduk kegiatan Masjid pada Hari Idul Fitri dan Zakat, *Instagram Story* peringatan Hari Kartini, dan *signage* Heron. Pembagian tugas tambahan memiliki tujuan dan fungsinya masing-masing yaitu *banner* pagar Carson dibuat dengan tujuan mempromosikan wilayah Carson yang sedang dibangun sekaligus menutup bagian pagar Carson yang sedang dalam proses pembangunan. Begitu pula sama halnya pada tugas tambahan lainnya yang memiliki fungsi masing-masing.

3.3.2.1 Proyek *Banner* Carson

Dalam promosi ruko Carson sebagai proyek komersil, tim *marketing* membutuhkan desain untuk pagar putih sepanjang lebih kurang 28 – 34 meter dengan tinggi 2 meter. Penulis mengikuti arahan untuk membuat desain dengan warna *bold*. Penggunaan warna diarahkan untuk menarik perhatian pengguna jalan raya di sekita ruko Carson.



Gambar 3.40 *Layout Banner Carson*

Dalam pembuatan *banner* Carson, penulis menggunakan *multi-column grid* yang dibagi ke dalam 6 kolom yang diisi dengan informasi tertentu sesuai dengan brief. Pada kolom pertama penulis menaruh logo Carson sebagai identitas *banner* sebagai hirarki pembacaan target audiens. Selanjutnya terdapat USP dari Carson ini yaitu “PPN DTP 100%” yang dibuat pada kolom kedua dan ketiga dengan penekanan angka yang lebih besar dan *bold* untuk menarik psikologis pembaca.



Gambar 3.41 *Banner Carson 2 x 34 m*

Setelah penulis membuat desain banner, selanjutnya penulis melakukan asistensi dan mendapat beberapa revisi minor pada penempatan tulisan dan kata-kata. Perubahan warna juga dilakukan yang awalnya berwarna merah menjadi biru. Hasil revisi kemudian berubah menjadi desain di bawah ini.



Gambar 3.42 *Revisi Warna Banner Carson*

Setelah melalui proses revisi dan asistensi, penulis mendapatkan *approval* dengan membuat *mockup*. Pada akhirnya, desain kemudian dicetak dengan bahan Flexi Frontline China 340 dan dipasang pada pagar ruko Carson. Banner yang dipasang yaitu sebanyak 2 buah banner yang ditaruh pada dua titik.



Gambar 3.43 *Mockup Banner Carson*

3.3.2.2 Proyek *Banner* Dewan Kemakmuran Masjid Raya Asmaul Husna Gading Serpong

Pada tugas spanduk kegiatan Masjid pada Hari Raya Idul Fitri dan Zakat memiliki tujuan sebagai bentuk sponsorship yang dilakukan oleh Summarecon Serpong untuk membantu kegiatan yang ada pada wilayah Summarecon. Salah satu kegiatan tersebut yaitu menyediakan spanduk untuk kegiatan yang dilakukan oleh Masjid sekitar terutama pada hari besar. Dalam pembuatan spanduk juga diberikan *brief* oleh pihak Masjid yang disertai dengan proposal sehingga Summarecon Serpong akan menyediakan spanduk untuk mendukung kegiatan tersebut.

1. Banner Idul Fitri

Dalam memperingati hari raya Idul Fitri, Summarecon Serpong mengadakan beberapa kegiatan sukarela Bersama dengan masjid di Kawasan Summarecon. Masjid Raya Asmaul Husna Gading Serpong membutuhkan *banner* yang akan dipasang sebagai informasi adanya pelaksanaan sholat. Oleh karena itu, pihak masjid memberika *brief* pembuatan banner sebagai berikut.



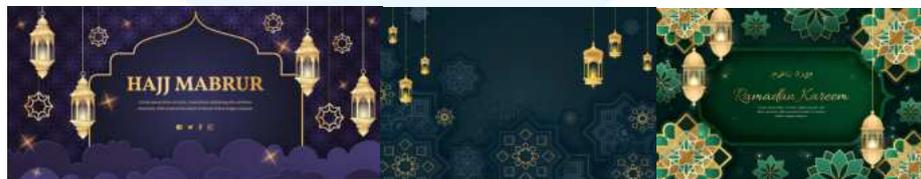
Gambar 3.44 Brief *Banner* Idul Fitri

Dalam membuat banner, penulis melakukan brainstorming mengenai warna dan asset yang akan digunakan dalam *banner*. Oleh karena itu, penulis menggunakan aplikasi *Pinterest* untuk menemukan ide dan menggunakan *Freepik* untuk menemukan asset yang akan digunakan. Berikut adalah progress dan aset yang digunakan dalam desain *banner* ini.



Gambar 3.45 Progress *Banner* Idul Fitri

Setelah menentukan aset yang akan digunakan, maka penulis mulai menyusun layout dan penempatan aset. Penulis juga beberapa kali membuat alternatif penyusunan dan menentukan *layout* yang paling sesuai dengan aspek daya tarik *audience*. Dalam *banner* ini, penulis menggunakan *multi-column grid*. *Grid* ini dibagi ke dalam 6 kolom yang berisi informasi-informasi yang perlu disampaikan sesuai dengan brief yang diberikan pihak eksternal.



Gambar 3.46 Referensi Aset *Banner* Idul Fitri

Penulis menentukan aset yang digunakan untuk memberikan kesan visual sesuai dengan hari raya Idul Fitri. Oleh karena itu, penulis menggunakan warna hijau dan kuning sebagai warna utama yang akan digunakan pada desain ini. Selain itu, penulis menggunakan warna emas untuk memberikan kesan elegan. Dalam mencari aset, penulis menggunakan aset pada freepik yang dimodifikasi menjadi bentuk yang diinginkan. Selanjutnya penulis melakukan revisi dan menghasilkan desain final *banner* yang kemudian dikirimkan pada pihak Masjid.



Gambar 3.47 Banner Idul Fitri

2. Banner Zakat

Selain perayaan Hari Raya Idul Fitri, Summarecon Serpong juga menyediakan banner kegiatan zakat untuk Masjid. Masjid Raya Asmaul Husna Gading Serpong memberikan proposal dan *brief* untuk mengadakan kegiatan dan membutuhkan *banner* sebagai informasi adanya pelaksanaan zakat. Oleh karena itu, pihak masjid memberikan *brief* pembuatan banner sebagai berikut.

SUMMARECON SERPONG	<p>DEWAN KEMAKMURAN MASJID MASJID RAYA ASMAUL HUSNA GADING SERPONG</p> <p>MENERIMA, ZAKAT, INFAK, DAN SHODAQOH</p> <p>DKM MASJID RAYA ASMAUL HUSNA GADING SERPONG 0816 1132 101</p>	SUMMARECON SERPONG
--------------------	---	--------------------

Gambar 3.48 Brief Banner Zakat

Dalam membuat banner, penulis melakukan *brainstorming* mengenai warna dan asset yang akan digunakan dalam *banner*. Oleh karena itu, penulis menggunakan aplikasi *Pinterest* untuk menemukan ide dan menggunakan *Freepik* untuk menemukan asset yang akan digunakan. Berikut adalah progress dan aset yang digunakan dalam desain *banner* ini.



Gambar 3.49 Layout Banner Zakat

Sama seperti desain banner lainnya, penulis menggunakan *multi-column grid*. *Grid* ini dibagi ke dalam 6 kolom yang berisi informasi-informasi yang perlu disampaikan sesuai dengan brief yang diberikan pihak Masjid. *Emphasize* ditekankan pada teks “Menerima zakat, infak, dan shodaqoh” sebagai pesan utama sehingga penulis menggunakan ukuran yang lebih besar dan diletakkan pada bagian *centre*. Tujuan penggunaan teks yang lebih besar adalah agar teks dapat terbaca dari jarak yang cukup jauh oleh target audiens yang berkendara.



Gambar 3.50 Referensi Aset *Banner Zakat*

Penulis masih menggunakan warna hijau, kuning namun ditambah dengan warna jingga sebagai warna utama yang akan digunakan pada desain ini. Dalam mencari aset, penulis menggunakan aset pada freepik yang dimodifikasi menjadi bentuk yang diinginkan. Selanjutnya penulis melakukan revisi dan menghasilkan desain final *banner* yang kemudian dikirimkan pada pihak Masjid.



Gambar 3.51 *Banner Zakat*

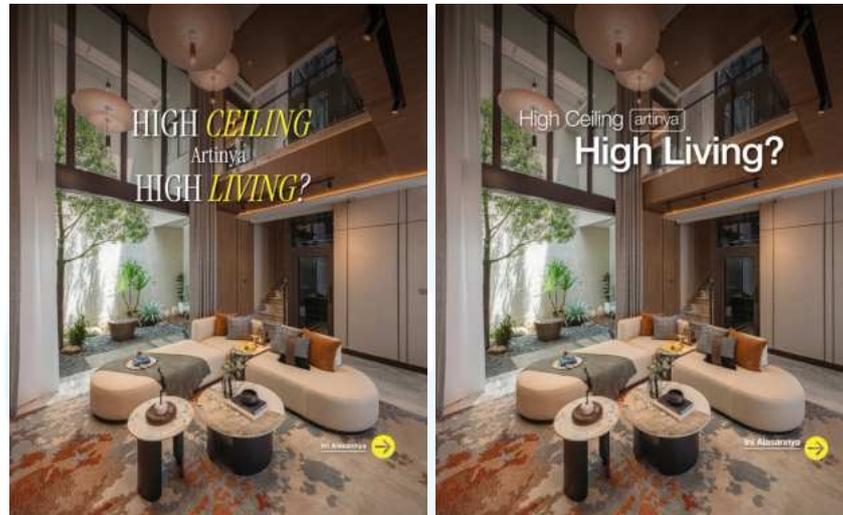
3.3.2.3 Proyek *Social Media Summarecon Serpong*

Selain media cetak, penulis juga diberi tugas untuk membuat desain digital di media sosial Summarecon Serpong yaitu Instagram. Instagram Summarecon Serpong telah memiliki 50,5k pengikut dengan total 3.317 unggahan per tanggal 18 Mei 2025. Oleh karena itu, desain yang dibuat harus sesuai dengan identitas Summarecon Serpong juga

2		<p>Cahaya alami masuk maksimal</p> <p>High ceiling sering dipadukan dengan jendela tinggi, jadi ruangan lebih terang tanpa banyak lampu, mood pun lebih cerah. High living approved!</p>
3		<p>Bikin interior kamu makin stand out</p> <p>Punya high ceiling itu seperti punya kanvas besar buat berkreasi. Mau pasang lampu gantung mewah, rak buku menjulang, atau gallery wall penuh foto? Kamu bisa ekspresikan sendiri!</p> <p>Karena hidup yang berkelas pantas punya ruang yang bisa mengekspresikan karakter.</p>
4		<p>Ruangan jadi terasa lebih luas</p> <p>High ceiling menciptakan ilusi ruang yang terbuka dan lebih lapang, jadi ada kesan elegan seperti hotel bintang lima.</p>
5		<p>Sirkulasi udara lebih baik</p> <p>Udara panas naik, sirkulasi berjalan lebih efisien. Udara yang mengalir, ritme hidup pun jadi lebih slow dan mindful. That's the essence of high living.</p>
6		<p>High ceiling means Smart design. Total comfort. Timeless beauty. High ceiling isn't just a feature, they bring a lifestyle.</p> <p>Start living higher at Ardea and Louise.</p>
7		-

Penulis menentukan foto sesuai dengan *copywriting* yang diberikan agar memberikan pesan yang sesuai kepada audiens. Foto

diperoleh dari aset Summarecon Serpong sehingga dapat digunakan bebas di sosial media Summarecon Serpong. Selanjutnya penulis menyusun teks dengan font yang akan digunakan.



Gambar 3.53 Proses *Carousel Post*

Pada awalnya *brief* dibuat dengan desain font berjenis *script* namun setelah menyelesaikan desain, *Assistant Manager* meminta untuk mengubah keseluruhan font menjadi jenis *sans serif*. Oleh karena itu, penulis menyediakan dua alternatif untuk desain *carousel*. Font yang digunakan dalam *carousel post* ini adalah Helvetica Neue dan Playfair Display.

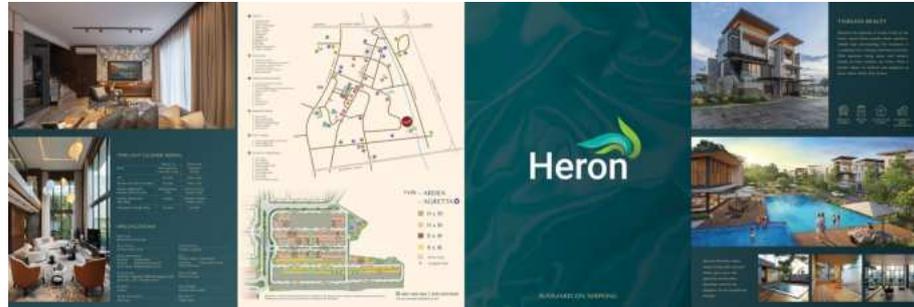


Gambar 3.54 *Preview Carousel Post*

3.3.2.4 Proyek *Signage Heron*

Tugas tambahan lain yang diberikan pada penulis ialah proyek *signage Heron*. Penulis diberikan tugas ini secara mendadak karena kebutuhan yang *urgent*. Oleh karena itu, penulis menuliskan tugas tambahan ini ke dalam laporan ini. Dalam *signage* ini, penulis diberikan

beberapa aset dan referensi dari identitas Heron yang telah ada yaitu logo dan supergrafis melalui brosur yang telah dibuat sebelumnya.



Gambar 3.55 Referensi *Brosur Heron*

Selanjutnya penulis menentukan layout yang akan digunakan dan memilih *multi-column grid* agar dapat mempermudah pembagian informasi dalam ukuran *signage* sekitar 5 x 2 m. Pada 2 kolom kiri, penulis menempatkan logo dan simbol kiri dalam ukuran besar untuk menyampaikan arah. Namun pada bagian kanan kolom *signage*, penulis menuliskan teks yang memberikan informasi. Font yang digunakan adalah Krylon.



Gambar 3.56 *Layout Signage Heron*

Selanjutnya penulis melakukan asistensi dan membuat file final yang akan dikirimkan pada *Supervisor Event*. Peletakan *signage* dipasang di jalan The Springs sebagai lokasi perumahan Heron. Namun pada saat ini, penulis tidak memiliki dokumentasi pencetakan *signage* ini.



Gambar 3.57 Signage Heron

3.4 Kendala dan Solusi Pelaksanaan Magang

Dalam melaksanakan program magang, ada beberapa kendala yang dialami oleh mahasiswa. Kendala-kendala tersebut merupakan hal-hal yang tidak mempengaruhi kinerja penulis dalam kerjanya namun mengganggu dalam proses pekerjaan. Berikut beberapa kendala yang dialami penulis dalam pelaksanaan magangnya.

3.4.1 Kendala Pelaksanaan Magang

Dalam pelaksanaan magang di Summarecon Serpong, alur kerja yang dilalui sering kali tidak sesuai dengan alur asistensinya. Seringkali hasil desain yang telah dilakukan *approval* tetap mendapatkan revisi yang besar sehingga pembuatan desain bisa menjadi sangat lama. Selain itu, penulis beberapa kali membuat desain yang sesuai dengan teori desain yang diajarkan di perkuliahan. Namun dalam praktiknya, hasil desain akan diasistensikan dan penilaian akan bersifat subjektif. Oleh karena itu seringkali hasil desain yang dibuat oleh penulis merupakan desain yang tidak sesuai dengan teori desain, misalnya *stretch font* agar terlihat lebih besar, dll. Namun pada akhirnya, desain yang dibuat memang diperuntukkan dalam segi kegunaan desain dibanding estetikanya. Dalam

3.4.2 Solusi Pelaksanaan Magang

Berdasarkan kendala di atas, alur kerja dalam desain harus lebih terstruktur agar terdapat kejelasan dalam pembuatan desain. Dengan adanya alur yang terstruktur, pengerjaan desain akan lebih efektif dan efisien. Pada kendala kedua, penulis harus lebih adaptif terhadap perubahan yang ada. Penulis harus lebih *user centered* agar dapat melihat desain lebih pada fungsi dibanding estetikanya. Dengan adanya pola seperti itu, pengerjaan desain akan minim revisi dan desain akan lebih sesuai dengan kebutuhan pasar.

