

## BAB III

### PELAKSANAAN MAGANG

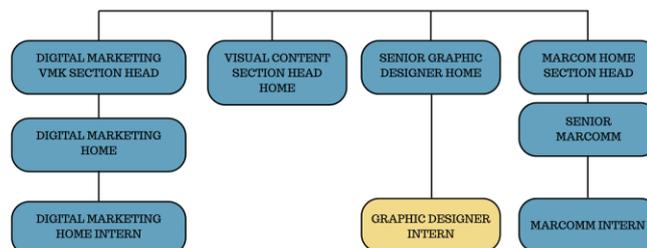
#### 3.1 Kedudukan dan Koordinasi Pelaksanaan Magang

Selama penulis menjalani program magang di PT Vivere Multi Kreasi (VMK), penulis sering dilibatkan dalam beberapa *project* dengan supervisi oleh *supervisor*, tim *Marketing HOME*, dan dosen advisor atau dosen pembimbing yang memberi dukungan dalam kegiatan magang penulis di tempat magang. Oleh karena itu, penulis dapat menyelesaikan kegiatan magang dan juga menyelesaikan laporan magang secara efektif.

##### 3.1.1 Kedudukan Pelaksanaan Magang

VIVERE Group memiliki tujuh perusahaan dibawah naungannya yang terkenal dengan lebih dari 1.000 profesional. Sebagai desainer grafis internal untuk tim marketing HOME, penulis bekerja di bawah arahan seorang desainer grafis senior yang juga memiliki jabatan sebagai manajer pemasaran dan manajer.

Perusahaan tertinggi PT Vivere Multi Kreasi (VMK) bertanggung jawab untuk mengimplementasikan acara yang disponsori oleh Vivere Group. Ini termasuk dalam mengelola hubungan unit bisnis lain, pihak eksternal, dan memantau proses desain visual bermerek dan ide-ide mereka. Saat melakukan tugasnya, direktur pelaksana bekerja dengan kepala departemen retail untuk memimpin seluruh tim pemasaran.



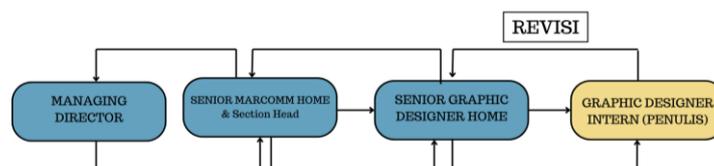
Gambar 3. 1 Kedudukan Perusahaan

Selama kegiatan magang, penulis bertindak sebagai desainer grafis intern untuk membantu desainer grafis senior merancang berbagai media periklanan, baik dicetak maupun digital, dan mendukung pemasaran koleksi dengan produk VIVERE. Penulis menerima arahan tugas-tugas dari tim Digital Marketing HOME dan Marketing Communication Digital. Dalam tim Marketing HOME, tim dibagi atas Senior Marcomm dan Senior Graphic Designer yang mengatur intern (magang) Marcomm dan juga Graphic Designer.

Digital Marketing HOME mengatur Digital Marketing Intern. Senior Marcomm bertugas dalam membuat dan membagikan brief untuk perancangan karya visual yang diturunkan ke Senior Graphic Designer dan Graphic Designer Intern. Sedangkan tim Digital Marketing HOME bertugas dalam mengatur dan memberi arahan kepada Digital Marketing Intern dan Graphic Designer Intern untuk membantu dalam produksi konten. Penulis diarahkan dan dibantu oleh bagian NMarcome HOME Section Head dan juga Senior Marcomm untuk pembuatan media cetak seperti *voucher*, PoP (*Point of Purchase*), dan juga *Pricetag*. Sedangkan bagian Digital Marketing HOME bertugas memberikan brief kepada penulis untuk mengerjakan postingan media sosial seperti Instagram Feeds/Story, E-Poster, dan juga E-Banner.

### 3.1.2 Koordinasi Pelaksanaan Magang

Selama pelaksanaan program magang di PT VIVERE Multi Kreasi, penulis seringkali bekerjasama dengan Senior Graphic Designer yang juga bertindak sebagai Supervisor bagi penulis, Head of Marketing dibawah arahan Managing Director, sesuai dengan alur koordinasi pelaksanaan magang seperti diagram diatas.



Gambar 3. 2 Alur koordinasi kerja

### 3.2 Tugas yang Dilakukan

Penulis bergabung dalam PT VIVERE Multi Kreasi di awal tahun, tepatnya pada tanggal 16 Januari 2025. Penulis bergabung saat collection by VIVERE sedang merilis produk aksesoris untuk newsletter bulan Januari 2025 yang berupa aksesoris pajangan rumah seperti bingkai foto dan bunga pajangan. Selain produk aksesoris, Collection by VIVERE juga membuat persiapan untuk acara GMS Surabaya pada Februari 2025 silam, yang dimana Collection by VIVERE membuka *booth* dalam acara GMS yang memamerkan produk-produk mereka disana.

Tabel 3.1 Pengetjaan Proyek selama Magang

Minggu	Tanggal	Proyek	Keterangan
1-2	16 - 31 Januari 2025	First day pelaksanaan magang	Pengenalan lingkungan kantor, berkenalan dengan rekan-rekan kerja dan atasaan, dan juga pengenalan <i>jobdesk</i> untuk penulis oleh Supervisor dan Marcomm
		<i>Cropping</i> asset foto produk	<i>Cropping</i> asset foto produk yang akan dipakai untuk pebelian produk dari website dan juga sebagai asset gambar untuk keperluan desain selanjutnya
		Package Deals Dining Chair 40%	Membuat desain berukuran TV Size untuk keperluan promosi diskon
3-6	3 – 28 Februari 2025	Ilustrasi vector	Membuat sebuah asset vector yang dipakai sebagai asset presentasi untuk tim <i>Head of Marketing</i>
		Pricetag Idemu Central Park, Pameran GMS,	Membuat pricetag produk untuk berbagai acaara pameran Dimana Collection by VIVERE

		Senyum Army dan booth VIVERE di PIM	membuka booth dna menjual produk-produk kepada calon pembeli
		Instagram Feeds perayaan <i>Valentines day</i>	Membuat konten instagram feeds untuk merayakan dan mengucapkan hari <i>valentines</i> seluruh dunia setiap tanggal 14 Februari
		<i>Key Visual</i> Promo Ramadhaan Kareem	Membuat <i>key visual</i> promosi bulan Ramadhan yang akan mulai pada 1 Maret. <i>Key visual</i> berupa poster digital dengan berbagai ukuran seperti Instagram Feeds dan Story, banner website dengan ukuran desktop dan mobile, dan juga spanduk digital
		Pricetag solare, KARA, dan booth CASAKA di IDD PIK 2	Membuat pricetag produk untuk berbagai acara pameran Dimana Collection by VIVERE membuka booth dna menjual produk-produk kepada calon pembeli. Selain pameran, pricetag untuk showroom juga dibuat untuk proyek ini.
7-10	3-28 Maret 2025	Pricetag acara Jiffina	Membuat pricetag produk untuk berbagai acara pameran Dimana Collection by VIVERE membuka booth dna menjual produk-produk kepada calon pembeli

		Cropping asset foto	<i>Cropping</i> asset foto produk yang akan dipakai untuk pembelian produk dari website dan juga sebagai asset gambar untuk keperluan desain selanjutnya
		Key Visual promo 3.3	Membuat <i>key visual</i> promo awal bulan 3.3 yang berupa poster digital dengan berbagai format seperti Instagram feeds dan story, banner website untuk desktop dan mobile, dan juga TV Size
		Key visual Tokopedia Ramadhan Kareem 80% <i>discount</i>	Membuat <i>key visual</i> promosi khusus bulan Ramadhan sebesar 80% <i>discount</i> . <i>Key visual</i> berupa poster digital dengan berbagai ukuran seperti Instagram Feeds dan Story, banner website dengan ukuran desktop dan mobile, dan juga spanduk digital
		Konten Instagram tips berpuasa di bulan Ramadhan	Membuat konten instagram feeds infograis tentang tips berpuasa yang baik dan sehat, serta khusyuk.
		Konten Instagram product showcase modular sofa	Membuat konten instagram feeds untuk memamerkan produk sofa dari Collection by VIVERE lewat platform instagram
		Konten Instagram	Membuat konten instagram feeds untuk memamerkan

		product showcase accessories culture series	produk aksesoris pajangan rumah dengan tema budaya Indonesia.
		Key Visual promo 4.4 dan payday sale Maret	Membuat <i>key visual</i> promo awal bulan 4.4 dan promo payday sale pada penghujung bulan maret yang berupa poster digital dengan berbagai format seperti Instagram feeds dan story, banner website untuk desktop dan mobile, dan juga TV Size
		Voucher event casadomine	Membuat voucher untuk pembeli mendapatkan potongan harga di acara casadomine
		Greeting post Idul Fitri tahun 2025	Membuat post Instagram berupa Instagram story berisikan ucapan perayaan Idul Fitri tahun 2025
11-14	7-30 April 2025	Instagram Feeds product showcase oil burner by Umah	Membuat feeds Instagram yang memamerkan produk oil burner kolaborasi dengan Collection by VIVERE, yaitu UMAH dengan format IG Feeds
		Kelanjutan Instagram Feeds culture accessories dan uncharted theory of workplace	Menambahkan desain Instagram Feeds produk aksesoris bertema budaya Indonesia, dan juga feeds infografis tentang teori lingkungan kerja modern
		PoP QR Code untuk cabang	Membuat QR code untuk semua showroom Collection by

		showroom/store Collection by vivere	VIVERE, QR code berisikan kuesioner dan juga review google maps
		Voucher Idemu x Aerium dan casadomine,	Membuat voucher untuk event Idemu x Aerium dan casadomine untuk pembeli mendapatkan potongan harga
		Pricetag Aruna Barstool, Zen Sofa, acara pet fest. Showroom South 78 dan Senayan City	Membuat pricetag untuk item tertentu. Untuk proyek ini, penulis membuat pricetag untuk produk Aruna Barstool, dan Zen sofa untuk dipakai di seluruh showroom. Selain itu juga ada pricetag untuk produk yang akan dipamerkan pada acara pet fest untuk mempromosikan pet friendly sofa.
		Instagram Feeds konten “an empty room is a story waiting to happen”	Instagram feeds grafis yang dibuat untuk menarik perhatian pembaca sekaligus membuat desain artistic untuk memamerkan berbagai produk Collection by VIVERE
		The Great- Clear-out Sale 80% Discount	Acara diskon besar-besaran showroom Collection by VIVERE dan Idemu, terutama di showroom South78, dengan diskon paling besar sebesar 80%
		Desain promo 5.5 a-may-zing deals	Membuat desain acara promosi tanggal cantik 5 mei

15-18	1 – 30 Mei 2025	Pricetag showroom all	Membuat pricetag untuk semua showroom Collection by VIVERE
		IG reels thumbnail event soapbar with puresia	Membuat cover thumbnail untuk IG Reels thumbnail untuk acara soapbar with Puresia di South78
		Voucher ergoease,	Membuat voucher untuk potongan harga di acara idemu x Collection by VIVERE khusus ErgoEase
		Voucher idemu x collection by VIVERE	Membuat voucher untuk potongan harga di acara idemu x Collection by VIVERE
		IGF Infografis crypto trading steelcase	Membuat Instagram feeds infografis tentang tips trading crypto untuk pemula
		IGS Living Madness	Membuat Ig story pengumuman diskon living madnes
		Pricetag GMS & Skyhouse	Membuat pricetag produk untuk acara di GMS dan acara Skyhouse

Tabel 3. 1 List pekerjaan penulis

### 3.3 Uraian Pelaksanaan Magang

Alur kerja penulis dalam pembuatan desain grafis untuk keperluan promosi produk *Collection by VIVERE* dilakukan secara praktis dan efisien guna mendukung pencapaian target penjualan. Langkah awal yang dilakukan adalah menerima arahan atau *brief* dari tim marketing maupun supervisor terkait desain yang akan dikerjakan. Mengingat lingkungan kerja bersifat korporat, sebagian besar referensi desain telah disediakan oleh tim marketing. Penulis umumnya mengikuti arahan yang telah disesuaikan dengan gaya visual dan identitas merek perusahaan.

Apabila terdapat ketidaksesuaian pemahaman terkait hasil desain yang diharapkan, penulis akan melakukan riset tambahan untuk mencari referensi yang relevan. Sebaliknya, jika terjadi ketidakjelasan dalam briefing yang diberikan, penulis akan melakukan diskusi atau konsultasi langsung dengan tim marketing atau supervisor untuk memperoleh kejelasan. Proses perancangan dilakukan menggunakan perangkat lunak seperti Adobe Illustrator atau Adobe Photoshop, disesuaikan dengan kebutuhan desain yang sedang dikerjakan. Pendekatan ini mencerminkan proses kerja yang efisien dengan pemanfaatan perangkat lunak dan referensi sebagai alat bantu utama.

Pada umumnya, penulis membuat beberapa alternatif desain untuk memberikan opsi dan membandingkan hasil, guna memperoleh persetujuan dari pihak supervisor. Namun, untuk kebutuhan yang sifatnya mendesak, penulis hanya membuat satu versi desain utama yang kemudian langsung diajukan untuk *approval* kepada supervisor atau tim marketing. Setelah desain disetujui, file akan diekspor dalam format PDF atau PNG sesuai kebutuhan. Berikut ini merupakan beberapa proyek yang telah diselesaikan oleh penulis selama menjalani masa magang selama enam bulan di PT Vivere Multi Kreasi, terhitung sejak 19 Juli 2024 hingga 18 Januari 2025.

### **3.3.1 Proses Pelaksanaan Tugas Utama Magang: Perancangan Media Promosi THE GREAT CLEAROUT SALE 80%**

Collection by VIVERE dari PT VIVERE Multi Kreasi menawarkan banyak produk dari berbagai macam jenis furnitur secara *general*, seperti kursi, meja, sofa, dan hiasan lainnya. Variasi produk yang ditawarkan oleh Collection by VIVERE bisa dibilang lengkap, namun bisa lebih lengkap lagi jika klien atau konsumen ditawarkan sebuah potongan harga atau *discount*.

Pada awal bulan Mei lalu, Showroom Collection by VIVERE yang berada di gedung South78 Gading Serpong sedang membuka *clear out sale* dengan diskon besar-besaran, dengan diskon paling maksimal sebesar 80% diskon. Proyek besar ini mencakup *hard-selling* yang berlangsung di

showroom dan juga media digital seperti website utama, instagram dan instagram live, dan juga blast email. Identitas Visual atau *Key Visual* yang terdiri dari logo, supergrafis, tipografi, dan juga palet warna yang ditentukan untuk proyek ini sudah ditentukan dan dikerjakan oleh *Senior Graphic Designer* yang kebetulan adalah *supervisor* sang penulis, lalu desain turunan akan dikerjakan oleh penulis.

Di tugas utama ini, penulis ditugaskan untuk membuat desain turunan yang berupa media promosi poster digital seperti Banner website utama, Instagram Feeds dan Story, dan juga banner blast email. Pada tahapan pertama, penulis diberikan sebuah *brief* secara langsung oleh tim *marketing*. Penulis dijelaskan bahwa promosi potongan harga besar-besaran ini akan dilaksanakan di gedung South78, dengan produk-produk yang akan diberikan potongan harga, dan juga detail identitas visual dalam promosi ini.

Promosi potongan harga ini sengaja diadakan sebagai promosi diskon pertengahan tahun, dan sekaligus untuk mengosongkan gudang dengan produk-produk stok lama yang belum terjual. Untuk mendapatkan *traffic* penjualan di promosi besar-besaran ini, Collection by VIVERE juga mengadakan promosi produk lewat livestream Instagram.

Maka dari itu, penulis diarahkan untuk membuat key visual dalam berbagai format seperti banner website dengan ukuran 1920 px x 1080 px (*landscape*), Instagram feeds dengan ukuran 1350 px x 1080 px, Instagram story dengan ukuran 1080 px x 1920 px dan untuk media cetak dengan ukuran A4 (21 x 29,7 cm). Tujuan dari pembuatan media promosi ini adalah untuk meningkatkan kesadaran dan daya tarik konsumen seperti calon pembeli atau klien sebelumnya terhadap promosi potongan harga yang sedang berlangsung, dengan menjaga konsistensi visual sesuai identitas brand Collection by VIVERE sebagai brand premium di bidang furnitur dan gaya hidup.

### 3.3.1.1 Teori Perancangan dan Desain yang digunakan

Dalam tahap perancangan desain, penulis mengacu pada beberapa teori dan prinsip desain grafis yang lazim digunakan pada industri kreatif dan juga yang digunakan oleh PT VIVERE Multi Kreasi.

### 3.3.1.2 Prinsip-prinsip Desain Grafis

Mengutip dari Teori Robin Landa (2011), prinsip-prinsip utama dalam desain grafis yang harus diperhatikan dalam media visual terdapat:

1. **Kontras (Contrast)**

Agar visual dapat menarik perhatian pada elemen utama seperti angka diskon atau tombol call-to-action.

2. **Kesatuan dan Harmoni (Unity)**

Elemen desain diatur secara selaras supaya terlihat tampilan yang kohesif.

3. **Hirarki Visual (Visual Hierarchy)**

Informasi penting ditempatkan di posisi yang mudah dilihat oleh pengguna atau pembaca.

4. **Keseimbangan (Balance)**

Distribusi Elemen visual dilakukan secara seimbang antara sisi kiri dan kanan layout (Margin).

5. **Pengulangan dan keselarasan (Repetition and Alignment)**

Agar membangun konsistensi merek antar media.

### 3.3.1.3 Teori Identitas Visual Merek

Konsistensi dalam penerapan elemen-elemen visual di berbagai media komunikasi dapat memperkuat citra merek, meningkatkan loyalitas konsumen dan menciptakan daya saing bagi para pesaing perusahaan ujar Usman (2025).

PT VIVERE Multi Kreasi merupakan bagian dari VIVERE Group memiliki *brand guideline* demi menjaga citra merek sebagai merek furnitur premium dan modern. Dalam perancangan materi promosi digital, penulis mengacu pada elemen-elemen identitas seperti:

**1. Tipografi Khusus**

Pemilihan jenis huruf yang sesuai dengan citra merek.

**2. Palet Warna Brand**

Palet warna yang mencerminkan karakteristik dan nilai-nilai merek.

**3. Penggunaan Logo**

Simbol utama yang mempresentasikan identitas merek.

**4. Gaya Visual yang Bersih, Elegan, dan Premium**

Penggunaan elemen visual seperti ilustrasi, fotografi dan ikon yang konsisten.

Hal ini menjelaskan pentingnya konsistensi visual dalam memperkuat *image* dan persepsi merek, seperti yang dikutip dari teori Wheeler (2013)

### **3.3.1.4 Peran Desain Visual & Implementasi Teori dalam Promosi Digital**

Dalam kontekstual digital marketing, visual yang menarik dan informatif sangat penting dalam menarik perhatian pengguna. Hal ini diperkuat oleh penelitian dari jurnal Pradipta & Aryanto (2020) yang menyatakan bahwa desain visual memiliki korelasi kuat terhadap efektivitas promosi digital. Dalam perancangan desain ini, penulis diharuskan untuk mencantumkan logo VIVERE Group di pojok kanan atas, logo Collection by VIVERE dibawah berdampingan dengan logo idemu karena promo besar-besaran ini juga menawarkan potongan harga untuk produk idemu.

Penggunaan sistem grid dalam desain juga perlu di implementasikan, agar tatanan visual terlihat rapih dan mudah untuk dibaca, namun juga menyampaikan pesan utama yang ingin disampaikan dengan menggunakan hirarki visual yang membantu. Agar pesan utama bisa disampaikan secara efektif, penulis menggunakan *Hierarchical Grid System* dalam desain.

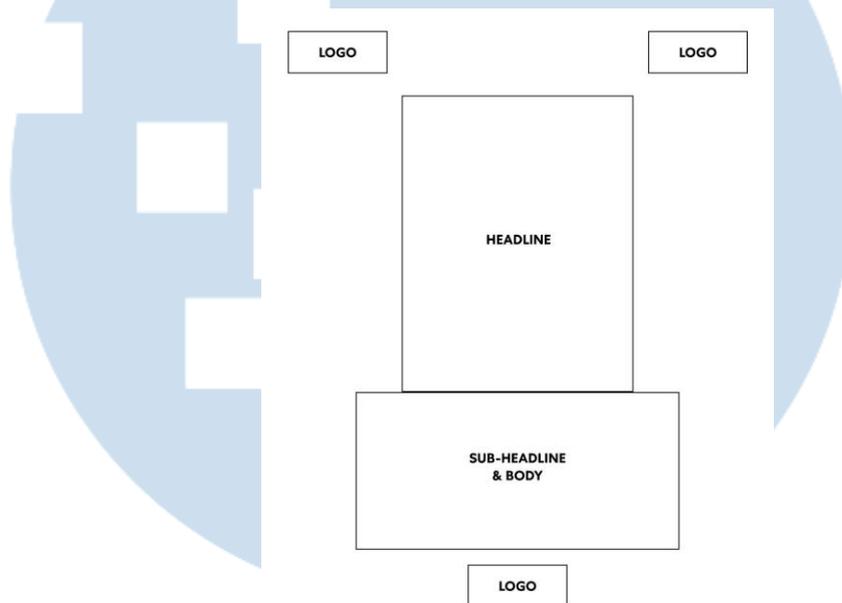
Menurut Goghari (2023), *Hierarchical Grid System* atau sistem grid hierarki tidak terkait dengan struktur kolom atau baris yang konsisten, namun disusun berdasarkan prioritas dari isi kontetn yang ingin dibuat dan sangat memungkinkan desainer untuk menyesuaikan tata letak sesuai dengan kebutuhan informasi yang ingin disampaikan. Penerapan sistem grid hirarkis dalam perancangan desain membantu dalam:

1. Menekankan elemen desain utama seperti *Headline* atau *Call-to-action*
2. Menciptakan keseimbangan visual meskipun ikuran dan posisi elemen sangat bervariasi tergantung pesan yang ingin disampaikan
3. Konsistensi dan keterbacaan tetap terjaga dalam berbagai platform digital

Maka dari itu, pesan potongan harga tersebut akan diletakkan dalam hirarki paling tinggi dari desain ini. Untuk posisi hirarki kedua, adalah penjelasan yang mengkomplimen pesan utama dari hirarki posisi pertama, yaitu informasi produk apa saja yang diberi potongan harga seperti “for Premium Sofa, Dining, and Working Chair”. Untuk hirarki ketiga adalah detail spesifik seperti lokasi *showroom*, media sosial utama perusahaan seperti “viverecollection” dengan logo instagramnya dan halaman webiste utama Collection by VIVERE.

Penggunaan sistem grid sudah sesuai dengan beberapa aspek dari teori Robin Landa yang sudah disebut sebelumnya seperti hirarki

visual (Visual Hierarchy), kesatuan dan harmoni (Unity) dan keseimbangan (Balance). Penggunaan sistem grid berdasarkan hirarki sangat sejalan dengan teori hirarki visual karena teori ini menyatakan bahwa pesan yang penting diletakkan dalam posisi yang mudah dilihat oleh pembaca.



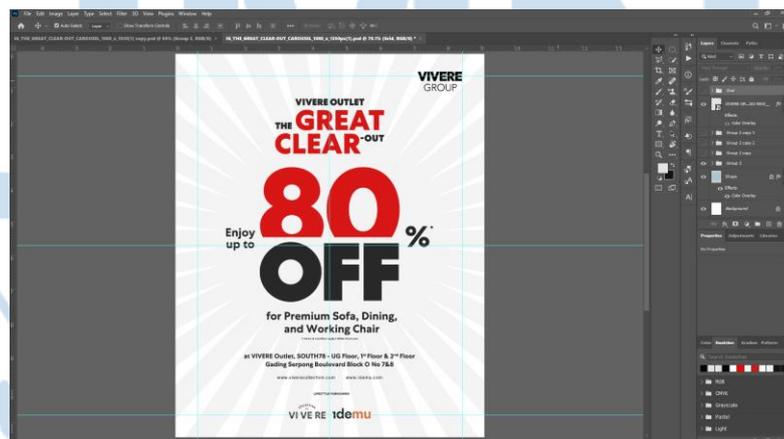
Gambar 3. 3 Sistem grid 1350 x 1080

Selain itu juga Kesatuan dan harmoni dapat dicerminkan dari segi hirarki, karena sistem grid hirarki walaupun tidak terpatok oleh garis lurus yang menjulur dari ujung ke ujung, peletakkan grid ini memastikan semua dapat sebuah tempatnya masing-masing namun dengan kepentingannya masing-masing juga. Penggunaan sistem grid dan copywriting akan digunakan seterusnya dalam berbagai ukuran desain. Ini dilakukan agar konsistensi desain tidak berubah walaupun ukuran desain berubah, dan identitas merek tidak hilang juga.

### 3.3.1.5 Proses Perancangan Desain Instagram Feeds

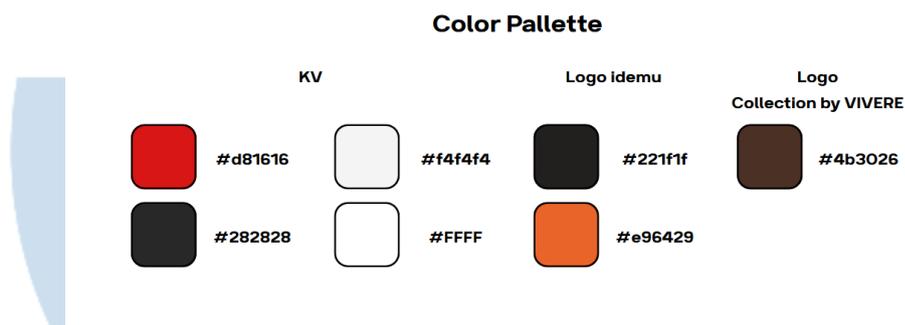
Dalam tahap awal membuat desain, penulis membuat ukuran Instagram Feeds dengan ukuran 1350 px x 1080 px terlebih dahulu dan jika sudah diberikan *approval* dari bagian Marketing, Penulis akan membuat turunan dari format-format lainnya seperti Instagram Story, banner website, dan lain lain. Untuk pilihan font yang dipakai adalah Centa No.1, dengan berbagai ukuran berdasarkan kegunaannya. Jika dilihat dari bentuk sistem grid yang dipakai dalam pembuatan desain ini, peletakkan grid sesuai hirarki juga menyisakan beberapa lahan kosong agar area bermain desain tetap ada di tengah canvas. Ini berhubungan dengan salah satu aspek teori Robin Landa, yaitu keseimbangan (Balance).

Untuk headline desain, dicantumkan promo potongan harga maksimalnya yaitu 80% off. Lalu juga ada judul promosinya, “*The Great Clear Out Sale*” dan dibawah 80% off dilengkapi juga detail produk yang diberi potongan harga, “*for Premium Sofa, Dining, and Working Chair*” dan lokasi promosinya, yaitu di showroom South78 di Gading Serpong sebagai *body copy*, dan yang terakhir adalah penempatan nama media sosial Collection by VIVERE dan website utama di bawah body textnya diatas logo Collection by VIVERE dan Idemu di paling bawah.



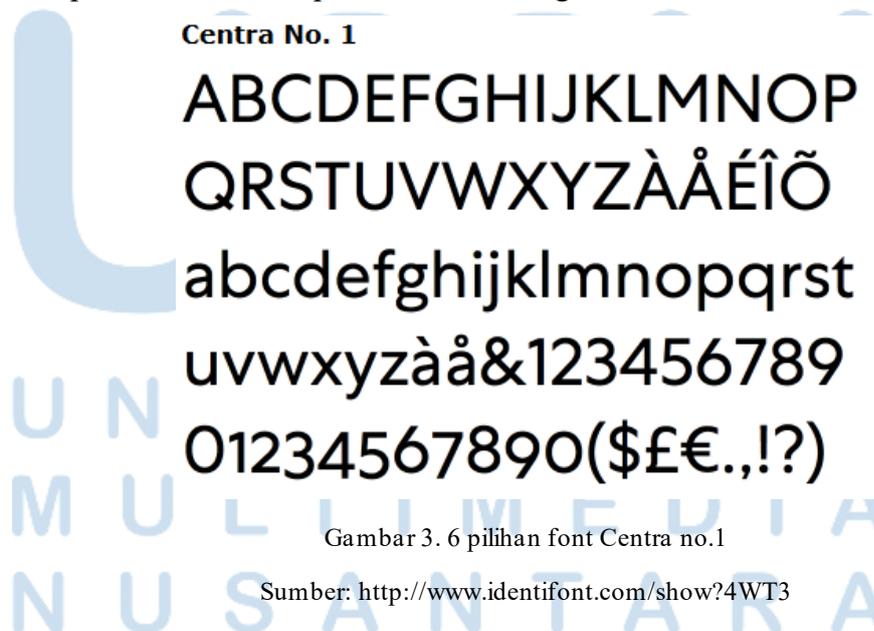
Gambar 3. 4 Hasil desain 1350 x 1080

Selain itu, desain ini juga mencakup pemilihan palet warna yang sudah ditentukan oleh bagian tim Marketing dan juga pilihan font yang sudah disepakati oleh tim desainer grafis dan tim marketing. Penggunaan palet warna dalam desain ini mengikuti salah satu aspek dari teori desain Robin Landa, yaitu Kontras (Contrast).



Gambar 3. 5 *Color palette* desain

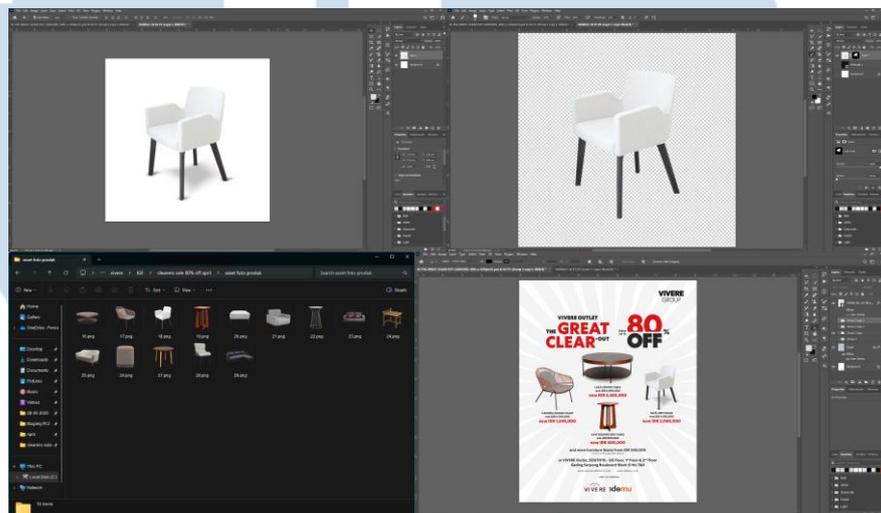
Karena dengan perbedaan warna yang membedakan kegunaan dapat menarik perhatian pada elemen desain yang disusun selaras agar menciptakan tampilan yang kohesif dan estetik. Penggunaan warna merah dan hitam dengan *background* berwarna putih memberikan kontras yang efektif agar pesan dapat dengan mudah dibaca oleh pembaca karena aspek kontras dari segi warna.



Gambar 3. 6 pilihan font Centra no.1

Sumber: <http://www.identifont.com/show?4WT3>

Selain itu, penulis juga ditugaskan untuk memasukkan beberapa produk yang diberikan potongan harga dalam promosi besar ini. Namun, aset foto produk yang diberikan masih dalam bentuk jpeg dengan logo. Karena itu, penulis diwajibkan untuk menghapus logo dan *background*-nya terlebih dahulu dengan fitur *masking* dari Adobe Photoshop, lalu aset foto tersebut di *export* menjadi PNG, lalu baru bisa dimasukkan pada Key Visual dengan nama produk dan harganya.



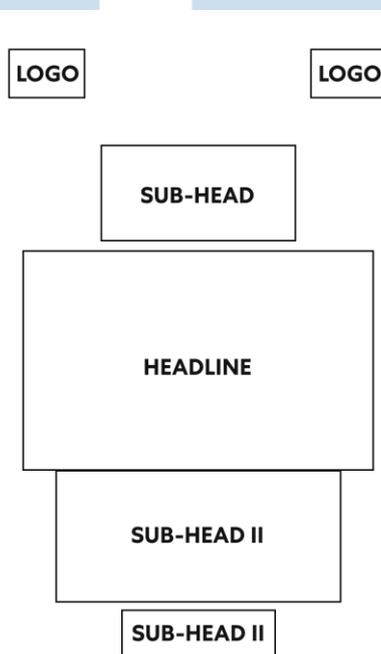
Gambar 3. 7 Proses cropping asset foto

Setelah desain sudah diberi approval dari tim *marketing*, penulis mulai melakukan *resize* pada bentuk ukuran-ukuran lainnya. Ukuran yang selanjutnya harus diresize untuk instagram adalah instagram story. Tujuan dari membuat turunan desain dengan ukuran Instagram story (1920 px x 1080 px) adalah untuk menggapai pengikut instagram Collection by VIVERE.

Penempatan logo VIVERE Group masih di posisi yang sama seperti ukuran-ukuran lainnya, Yaitu di pojok kanan atas desain. Penempatan ini harus konsisten agar kerapian desain tidak berkurang dan rasa familiar dengan desain dengan ukuran lainnya tetap terjaga. Konsistensi penempatan sub-headline juga sama, yaitu dibawah headline.

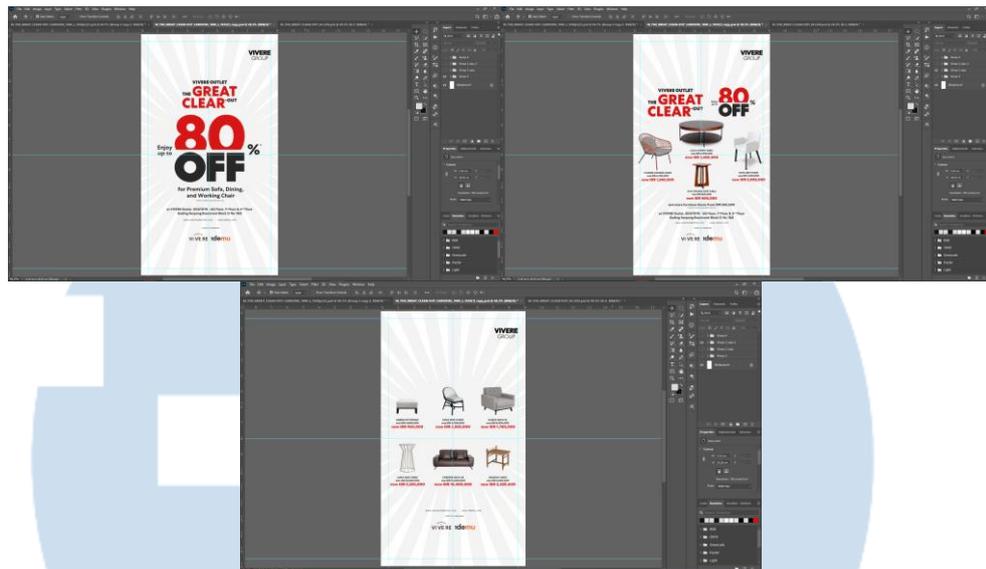
### 3.3.1.6 Proses Perancangan Instagram Stories (Great Outsale)

Selain pengumuman diskon produk, penulis juga ditugaskan untuk membuat IG story pengumuman dan *countdown* live instagram Collection by VIVERE untuk mempromosikan produk-produk yang mendapatkan potongan harga. Untuk karya desain IG live ini, sistem grid, dan layout disamakan dengan desain IG story sebelumnya, karena sistem grid dan layout sudah dijadikan patokan untuk desain IG story lainnya.



Gambar 3. 8 Sistem grid Sistem grid 1920 x 1080

Selain pengumuman diskon produk, penulis juga ditugaskan untuk membuat IG story pengumuman dan *countdown* live instagram Collection by VIVERE untuk mempromosikan produk-produk yang mendapatkan potongan harga. Untuk karya desain IG live ini, sistem grid, dan layout disamakan dengan desain IG story sebelumnya, karena sistem grid dan layout sudah dijadikan patokan untuk desain IG story lainnya.

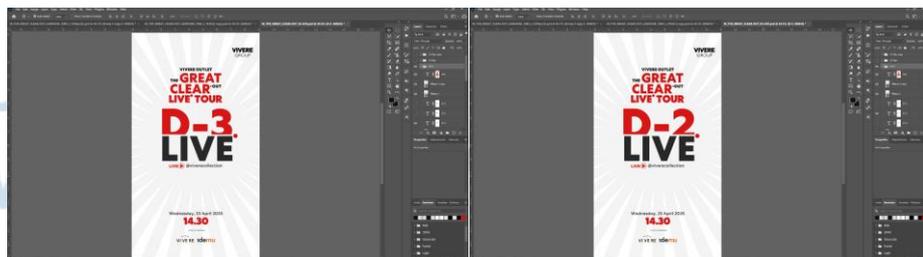


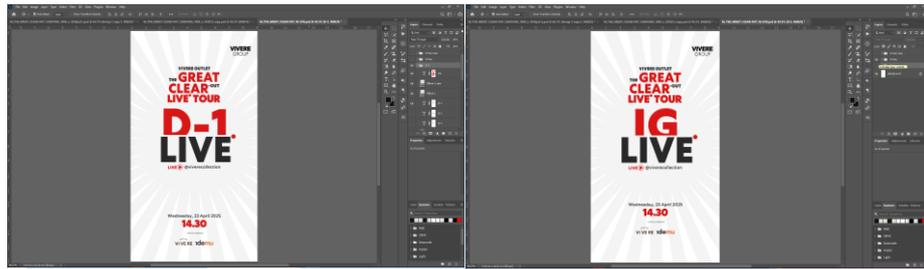
Gambar 3. 9 Proses desain Instagram story

Selain pengumuman diskon produk, penulis juga ditugaskan untuk membuat IG story pengumuman dan *countdown* live instagram Collection by VIVERE untuk mempromosikan produk-produk yang mendapatkan potongan harga. Untuk karya desain IG live ini, sistem grid, dan layout disamakan dengan desain IG story sebelumnya, karena sistem grid dan layout sudah dijadikan patokan untuk desain IG story lainnya.

### 3.3.1.7 Proses Perancangan Instagram Stories (Countdown Live)

Untuk desain Instagram story countdown, penulis diminta untuk merancang copywriting yang berbeda dengan desain instagram story the great clear out sebelumnya, penulis diminta membuat *countdown* tiga hari sebelum instagram live mulai seperti “D-3”, “D-2” “D-1” dan juga hari H livestream dimulai.



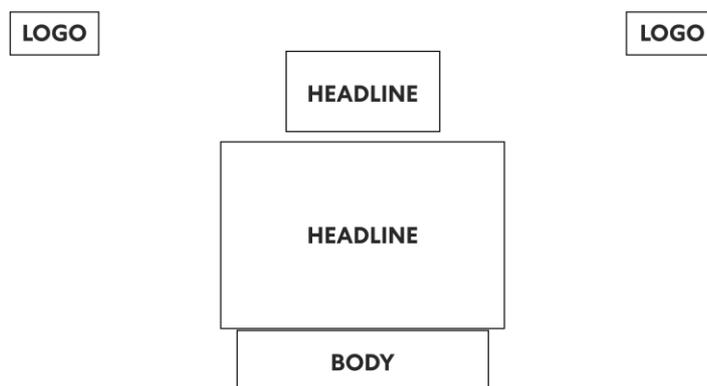


Gambar 3. 10 Hasil desain Instagram story countdown

Alasan mengapa menggunakan “D” dan bukan huruf “H” adalah karena bahasa yang digunakan untuk promosi ini menggunakan bahasa Inggris, seperti desain-desain lainnya, karena VIVERE Group tidak hanya melayani klien dari dalam negeri, namun juga mereka memiliki klien dari ranah internasional dan bahasa universal yang bisa dipahami adalah bahasa Inggris.

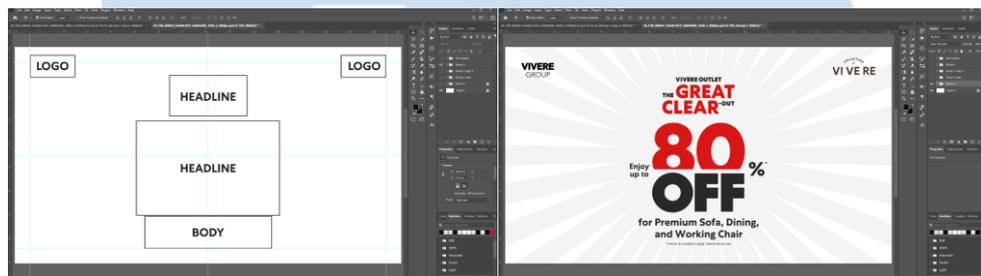
### 3.3.1.8 Proses Perancangan Website Banner

Setelah ukuran Instagram story diberi *approval*, ukuran desain selanjutnya adalah banner website. Banner website Collection by VIVERE memiliki ukuran 1920 px x 1080 px. Walaupun Banner website vivere memiliki orientasi *landscape*, penempatan logo VIVERE Group tetap di pojok kanan atas desain. Namun untuk desain banner website ini, desain tidak perlu mencantumkan nama media sosial dan website, karena desain ini akan dipakai untuk banner website utama Collection by VIVERE.



Gambar 3. 11 Sistem grid 1080 x 1920 banner website

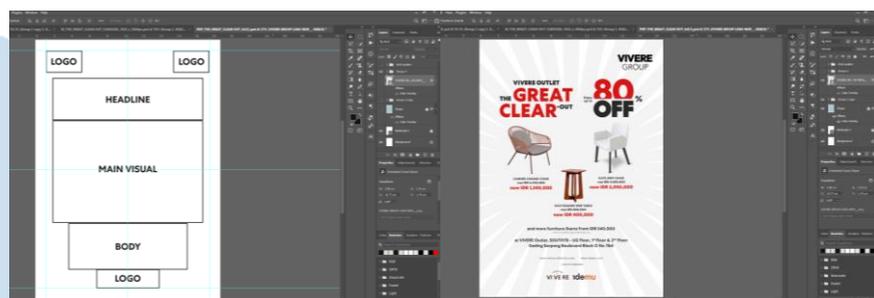
Setelah banner website sudah diberi *approval* oleh tim marketing, desain terakhir yang harus dibuat adalah Point of Purchase (POP) dengan ukuran A4 (21 x 29,7 cm). Untuk ukuran A4, layout desain berubah dengan desain-desain sebelumnya. Penempatan *headline* menjadi lebar karena ada main visual dibawah headline dengan harga coret dan harga diskon.



Gambar 3. 12 proses desain banner website

### 3.3.1.9 Proses Perancangan Website Banner (A4)

Pada akhirnya, penulis membuat sebanyak tujuh buah karya desain untuk promosi besar ini. Media promosi ini dikerjakan tidak hanya oleh penulis seorang diri, namun *Supervisor* juga ikut berkontribusi dalam membuat desain dalam media promosi ini seperti membuat *key visual* dalam ukuran lainnya.



Gambar 3. 13 Proses desain media cetak A4

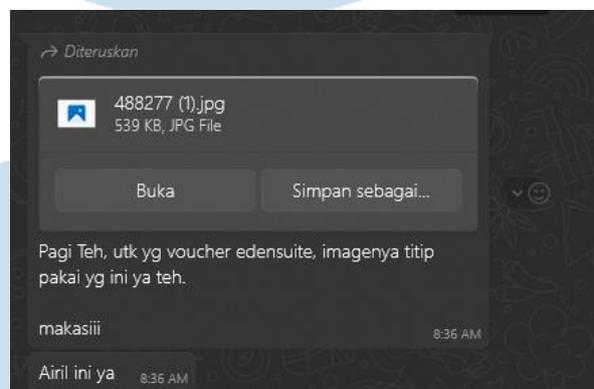
Media promosi ini menjadi salah satu pengalaman berharga bagi penulis karena proyek ini bisa dibilang cukup besar dan penulis sempat terlibat dalam proses penjualan produk dari VIVERE Group dengan kontribusinya dalam mendesain media promosi besar-besaran ini.

### 3.3.2 Proses Pelaksanaan Tugas Tambahan Magang

Selama bergabung di PT VIVERE Multi Kreasi, penulis juga ditugaskan dalam beberapa proyek kecil. Disini penulis mendapatkan kesempatan untuk mengerjakan tugas tambahan dari perusahaan, baik yang berhubungan dengan desain, maupun di luar desain. Berikut adalah beberapa tugas tambahan yang penulis kerjakan selama magang:

### 3.3.2.1 Proyek Voucher Edensuite Idemu x Collection by VIVERE

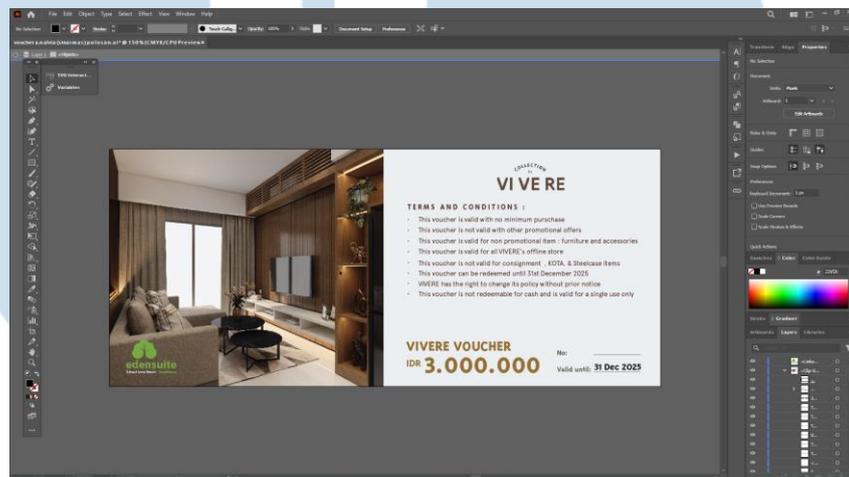
Penulis mendapat brief untuk membuat voucher potongan harga untuk para pembeli produk VIVERE di acara edensuite dari bagian *Marketing Communication Section Head* pada tanggal 21 Mei 2025. *Marketing Communication Section Head* memberikan *brief* berupa ukuran voucher, tema, warna, pilihan font dan ukurannya, logo Perusahaan, elemen grafis berupa foto, dan juga *Terms and Condition* voucher. Setiap elemen desain pada voucher memiliki kegunaannya masing-masing, dan bersifat informatif.



Gambar 3. 14 Brief pengerjaan voucher

Setelah tahap briefing, penulis memulai mendesain voucher dengan menggunakan Adobe Illustrator. Desain awal biasanya mencakup tata letak voucher, penempatan elemen visual seperti logo dan foto, serta penyesuaian warna dan tipografi. Format desain menggunakan ukuran voucher (7,5 x 3,5 cm).

Penulis juga memastikan memastikan penggunaan grid untuk menjaga kerapian dan konsistensi layout tipografi. Peletakkan kode voucher ada di pojok kanan bawah, bersamaan dengan tanggal kadaluarsa voucher, dan posisi nya selalu ada diatas tanggal kadaluarsa voucher. Disamping kode voucher dan tanggal kadaluarsa voucher, terdapat aspek penting dalam vouchernya yaitu adalah nominal voucher.



Gambar 3. 15 Proses desain pembuatan voucher

Nominal ini berisikan seberapa banyak harga yang bisa dipotong jika voucher ini digunakan dan sesuai dengan ketentuan pemakainya voucher tertera dalam *Terms and Condition*. Nominal voucher diberikan warna dan ukuran yang berbeda dari copywriting lainnya, karena secara hirarki, angka nominal sebuah voucher itu yang paling penting untuk dilihat, sama halnya seperti sebuah diskon.

Diskon menetapkan angkanya dengan hirarki yang tinggi agar pembaca langsung tau seberapa banyak potongan harga yang mereka dapatkan dan menimbulkan rasa keinginan untuk membeli karena harga produk tersebut lebih murah, dan voucher juga bekerja dengan tujuan memotong harga juga, namun voucher secara teknis berbeda dengan diskon pada biasanya.

Setiap voucher memiliki kode unik yang berbeda-beda. Penulis menyiapkan *placeholder* untuk diisi otomatis menggunakan fitur *variable data* pada Adobe Illustrator. Fitur ini sangat membantu penulis dalam memasukkan setiap kode pada voucher dengan otomatis, karena tanpa fitur ini penulis harus memasukkan kode unik voucher satu-persatu.

No	Kode voucher	Value Type	Value	Min Purchase	Valid from	Valid Until	Kategori	Created By	Created Date
1	A-84350	Amount	100,000	0	2025-05-21	2025-07-31	Discount Voucher	Retika Ningsih	2025-05-21
2	A-38226	Amount	100,000	0	2025-05-21	2025-07-31	Discount Voucher	Retika Ningsih	2025-05-21
3	A-74899	Amount	100,000	0	2025-05-21	2025-07-31	Discount Voucher	Retika Ningsih	2025-05-21
4	A-90717	Amount	100,000	0	2025-05-21	2025-07-31	Discount Voucher	Retika Ningsih	2025-05-21
5	A-84569	Amount	100,000	0	2025-05-21	2025-07-31	Discount Voucher	Retika Ningsih	2025-05-21
6	A-76267	Amount	100,000	0	2025-05-21	2025-07-31	Discount Voucher	Retika Ningsih	2025-05-21
7	A-80280	Amount	100,000	0	2025-05-21	2025-07-31	Discount Voucher	Retika Ningsih	2025-05-21
8	A-78059	Amount	100,000	0	2025-05-21	2025-07-31	Discount Voucher	Retika Ningsih	2025-05-21
9	A-38489	Amount	100,000	0	2025-05-21	2025-07-31	Discount Voucher	Retika Ningsih	2025-05-21
10	A-37428	Amount	100,000	0	2025-05-21	2025-07-31	Discount Voucher	Retika Ningsih	2025-05-21
11	A-39489	Amount	100,000	0	2025-05-21	2025-07-31	Discount Voucher	Retika Ningsih	2025-05-21
12	A-88796	Amount	100,000	0	2025-05-21	2025-07-31	Discount Voucher	Retika Ningsih	2025-05-21
13	A-89787	Amount	100,000	0	2025-05-21	2025-07-31	Discount Voucher	Retika Ningsih	2025-05-21
14	A-85588	Amount	100,000	0	2025-05-21	2025-07-31	Discount Voucher	Retika Ningsih	2025-05-21
15	A-37938	Amount	100,000	0	2025-05-21	2025-07-31	Discount Voucher	Retika Ningsih	2025-05-21
16	A-33673	Amount	100,000	0	2025-05-21	2025-07-31	Discount Voucher	Retika Ningsih	2025-05-21
17	A-87130	Amount	100,000	0	2025-05-21	2025-07-31	Discount Voucher	Retika Ningsih	2025-05-21
18	A-70991	Amount	100,000	0	2025-05-21	2025-07-31	Discount Voucher	Retika Ningsih	2025-05-21
19	A-37423	Amount	100,000	0	2025-05-21	2025-07-31	Discount Voucher	Retika Ningsih	2025-05-21
20	A-35590	Amount	100,000	0	2025-05-21	2025-07-31	Discount Voucher	Retika Ningsih	2025-05-21
21	A-33879	Amount	100,000	0	2025-05-21	2025-07-31	Discount Voucher	Retika Ningsih	2025-05-21
22	A-91617	Amount	100,000	0	2025-05-21	2025-07-31	Discount Voucher	Retika Ningsih	2025-05-21
23	A-97865	Amount	100,000	0	2025-05-21	2025-07-31	Discount Voucher	Retika Ningsih	2025-05-21
24	A-50043	Amount	100,000	0	2025-05-21	2025-07-31	Discount Voucher	Retika Ningsih	2025-05-21
25	A-24796	Amount	100,000	0	2025-05-21	2025-07-31	Discount Voucher	Retika Ningsih	2025-05-21
26	A-80783	Amount	100,000	0	2025-05-21	2025-07-31	Discount Voucher	Retika Ningsih	2025-05-21
27	A-24474	Amount	100,000	0	2025-05-21	2025-07-31	Discount Voucher	Retika Ningsih	2025-05-21
28	A-32196	Amount	100,000	0	2025-05-21	2025-07-31	Discount Voucher	Retika Ningsih	2025-05-21
29	A-80599	Amount	100,000	0	2025-05-21	2025-07-31	Discount Voucher	Retika Ningsih	2025-05-21
30	A-80341	Amount	100,000	0	2025-05-21	2025-07-31	Discount Voucher	Retika Ningsih	2025-05-21
31	A-80126	Amount	100,000	0	2025-05-21	2025-07-31	Discount Voucher	Retika Ningsih	2025-05-21
32	A-90202	Amount	100,000	0	2025-05-21	2025-07-31	Discount Voucher	Retika Ningsih	2025-05-21
33	A-83318	Amount	100,000	0	2025-05-21	2025-07-31	Discount Voucher	Retika Ningsih	2025-05-21
34	A-35879	Amount	100,000	0	2025-05-21	2025-07-31	Discount Voucher	Retika Ningsih	2025-05-21
35	A-56979	Amount	100,000	0	2025-05-21	2025-07-31	Discount Voucher	Retika Ningsih	2025-05-21
36	A-89648	Amount	100,000	0	2025-05-21	2025-07-31	Discount Voucher	Retika Ningsih	2025-05-21
37	A-33163	Amount	100,000	0	2025-05-21	2025-07-31	Discount Voucher	Retika Ningsih	2025-05-21
38	A-50354	Amount	100,000	0	2025-05-21	2025-07-31	Discount Voucher	Retika Ningsih	2025-05-21
39	A-88827	Amount	100,000	0	2025-05-21	2025-07-31	Discount Voucher	Retika Ningsih	2025-05-21
40	A-37042	Amount	100,000	0	2025-05-21	2025-07-31	Discount Voucher	Retika Ningsih	2025-05-21

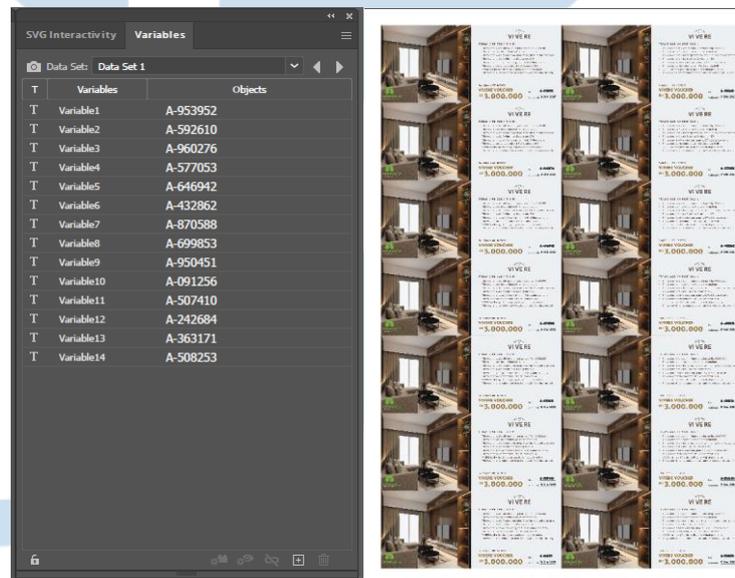
Gambar 3. 16 Proses pemasukkan kode voucher ke csv

Cara menggunakan fitur ini adalah dengan memasukkan kode-kode voucher yang sudah dibagikan oleh pihak Marcomm dalam bentuk excel, dan ditata ulang dengan *copy + paste* pada file excel dengan variabel, dan masukkan kodenya. Agar proses ini dapat terselesaikan secara efisien, penulis langsung meng-*copy* tujuh kode secara bersamaan dalam satu *row variable* dan seterusnya hingga variabel ke empat belas, dan file wajib disimpan dengan format *.csv* agar Adobe Illustrator bisa membaca tabel variabel tersebut.

Namun, karena variabel hanya berisi empat belas variabel dan setiap variabel hanya bisa masuk tujuh kode, satu file *.csv* berisi variabel hanya bisa muat sembilan puluh delapan kode saja, dan untuk memenuhi seratus voucher, dua yang tersisa akan dimasukkan kodenya secara manual langsung dalam desain vouchernya

Setelah Penulis memasukkan kode voucher ke dalam excel variabel, penulis terlebih dahulu memasukkan empat belas desain voucher tanpa kode ke dalam file template Adobe Illustrator dengan ukuran 32.9 cm x 48.3 cm yang sudah berisi Linked file Embed dan text, agar mempermudah proses pemasukkan desain kosong voucher tanpa kode, dan juga pemasukkan kode voucher dengan menggunakan fitur Variables.

Langkah selanjutnya adalah memasukkan file .csv yang sudah dibuat dengan berisikan kode voucher yang ditata sesuai variabel dengan opsi *load variables*. Setelah itu, variabel-variabel yang ada di dalam .csv tersebut akan terbaca oleh fitur ini dan akan muncul langsung di *canvas*, dan kode-kode akan berubah tergantung variabel mana yang ingin dipakai. Mengubah variabel hanya perlu menekan tombol panah kanan dan kiri yang terdapat pada *variable tab*.



Gambar 3. 17 proses pemasukkan kode ke desain voucher

Setelah kode voucher sudah terlihat berubah jika diganti variabelnya, berarti langkah selanjutnya adalah *save* satu persatu variabel menjadi file jpeg. Setelah *save* satu persatu, penulis secara total sudah *save* sebanyak tujuh file jpeg.

Langkah selanjutnya adalah penulis menyiapkan sebuah file *artboard* dengan delapan buah canvas berukuran 32.9 cm x 48.3 cm, dan memasukkan tujuh file jpeg yang sudah disave barusan, dan dua desain voucher dengan kode voucher ke sembilan puluh sembilan dan ke seratus di *artboard* ke delapan. Setelah menggabungkan delapan halaman *artboard* berisikan voucher yang dimasukkan ke format A4 tersebut menjadi kompilasi berupa seratus buah voucher lalu di export menjadi PDF *High Quality Print* dan siap untuk diproduksi. Lalu dikirim kembali ke bagian *Marketing Communication Section Head*.



Gambar 3. 18 hasil akhir desain voucher

Dari semua tugas yang diberikan kepada penulis, tugas voucher bisa dibilang sebagai tugas yang paling memakan banyak waktu dan mengharuskan penulis untuk teliti dengan angka. Namun, karena ini, penulis jadi belajar tentang fitur *variable* yang dimiliki oleh Adobe Illustrator yang tidak pernah dipelajari di kampus. Selain itu juga, penulis jadi lebih teliti dengan berhadapan dengan ratusan kode dan angka yang harus dimasukkan dalam sebuah voucher.

### 3.3.2.2 Proyek Ramadhan Kareem

Proyek Ramadhan Kareem adalah media promosi yang diselenggarakan pada seluruh bulan Maret 2025 silam untuk merayakan ibadah puasa di bulan Ramadhan dengan diskon promo

Ramadhan. Promo Ramadhan adalah promosi yang selalu ditawarkan oleh VIVERE Group setiap tahun di bulan Ramadhan. Penulis sempat terlibat dalam merancang beberapa bentuk media promosi untuk proyek Ramadhan Kareem ini.

### **1) Tahap brief**

Penulis diberikan brief untuk membuat desain promosi berbentuk banner website dengan ukuran 1500 px x 750 px (*landscape*). Dalam perancangan media promosi ini, tahapan perancangan disamakan dengan perancangan media promosi “The Great Clear Out Sale 80%” Karena teori perancangan dan desain yang dipakai pada pembuatan media promosi di PT VIVERE Multi Kreasi sama semua dan dipakai dalam semua media promosi.

### **2) Perancangan desain**

Untuk tugas ini, penulis membuat tiga desain yang berbeda dengan ukuran yang sama. Media promosi ini bertujuan untuk mengabarkan pelanggan dan calon pembeli tentang promosi potongan harga spesial untuk bulan Ramadhan pada beberapa produk dan juga paketan produk yang mencakup sofa, meja makan, kursi, karpet, dan lain lain. Karena promo ini berlangsung pada bulan Ramadhan, tema desain yang dipakai adalah tema bernuansa Arab atau tema Islami dengan visual bernuansa hari raya yang mencakup pola masjid, font bernuansa arab, dan palet warna yang sesuai dengan Ramadhan.



Gambar 3. 19 color palette dan pilihan font  
 Sumber foto: <https://www.dafontfree.io/asyatu-font/>

Font yang dipakai secara universal tetap memakai font standar untuk semua desain, yaitu “Centra No.1”, dan untuk Headline, Font yang dipakai adalah “Asyatu” dengan nuansa arabnya. Palet warna yang dipilih adalah warna putih “#ffffff”, abu-abu “#dddfdf”, hijau “#547e46” dan juga warna coklat di logo Collection by VIVERE “#4b3026”. Untuk layout dan grid system, desain promosi ini menggunakan system grid yang sama seperti “The Great Clearout Sale 80%”, yaitu system grid hirarki.

### 3) Desain pertama



Gambar 3. 20 proses desain banner website part 1

Dari hasil desain ini, penulis menambahkan ilustrasi foto produk yang disediakan oleh *Supervisor* sebagai ilustrasi visual utama yang memperlihatkan produk sofa “ErgoEase” yang didampingi oleh furnitur lainnya seperti meja dan karpet yang juga diberi potongan harga dalam promo ini. Besar ukuran font pada diskon memang dibesarkan agar pembeli langsung mengetahui diskonnya.

### 4) Desain kedua

Untuk desain yang kedua, konsep sama seperti desain yang pertama sebelumnya. Yang membedakan adalah produk yang diberi potongan harga berbeda dengan sofa ErgoEase. Melainkan, memakai produk *gift set* yang diberikan potongan harga.



Gambar 3. 21 Proses desain banner website part 2

Desain kedua bisa dibilang cukup mirip dengan desain pertama, hirarki angka diskon dibuat paling besar dengan penambahan harga *gift set* paling murah dengan “*Start from IDR 544,000*”. Untuk desain yang terakhir, konsep desain tetap sama namun, peletakan grid agak berbeda dengan dua desain sebelumnya. Penempatan headline bergeser ke daerah kanan, dan logo VIVERE Group dihilangkan dan logo Collection by VIVERE dipindah ke posisi pojok kiri atas, yang

awalnya posisi untuk logo VIVERE Group. Untuk produk yang ingin diperlihatkan dalam desain ini, penulis memakai foto sofa L *shape*.

### 5) Desain ketiga



Gambar 3. 22 proses desain banner website part 3

Desain ketiga ini terlihat perbedaannya dengan dua desain sebelumnya. Dengan satu logo dihilangkan, layout bisa semudah itu diubah dan memindahkan headline ke kanan. Hirarki angka diskon juga memakai prinsip yang sama, paling besar agar pembaca langsung tau tentang diskonnya.

### 6) Finalisasi

Ketiga desain yang sudah penulis buat, lalu diajukan ke bagian *Marcomm* untuk diupload untuk dijadikan banner website, dan sudah diberi approval oleh *Marcomm*. Proyek desain promosi untuk bulan Ramadhan ini menjadi salah satu tugas yang paling menarik menurut penulis karena, pembuatan desain promosi ini adalah desain promosi pertama untuk penulis dengan tema bulan puasa, dan pada saat keterlibatan penulis dalam pembuatan desain ini dikerjakan pada saat penulis sedang menunaikan ibadah puasa.

#### 1. Proyek Vector cutting for Sample Fabric

Proyek *vector cutting for sample fabric* adalah sebuah proyek kecil yang dimana penulis diminta oleh bagian *marcomm* untuk membuat sebuah bentuk vector dari sebuah sofa dan kursi. Namun, bentuk vector yang diminta bukanlah keseluruhan dari bentuk sofa atau kursinya, melainkan bagian yang berbahannya saja yang diberi vector. Tim *Marcomm* sengaja meminta ini agar bagian vector tersebut akan dipotong oleh mesin *laser cutter* untuk dipakai dalam katalog sofa dan

kursi tertentu agar calon pembeli bisa mencoba bahan sofa atau kursi tersebut dengan bentukan aslinya.

### 1) Tahap Brief

Dalam proyek ini, penulis ditugaskan untuk membuat vector tersebut dengan menggunakan *Adobe Illustrator* dan ditugaskan untuk melakukan *tracing* dari bentuk furnitur tersebut. Penulis memulai membuat garis vector tersebut dengan garis yang bersambung, dan menyisakan sebuah sekat diantara garis jika ada bagian furnitur yang bersampingan atau memiliki garis yang tidak ditutupi oleh bahan.

### 2) Tantangan saat mendesain

Namun, walaupun ini proyek yang bisa dibilang kecil, proyek ini tidak pernah dilakukan oleh tim *Marcomm* sebelumnya. Bahkan *Supervisor* sang penulis juga kebingungan dalam membuat potongan vector ini sempurna. Setelah penulis mengajukan vector yang lurus kepada tim *Marcomm*, ternyata mesin *laser cutter* tidak dapat memotong garis vector tersebut. Karena, mesin pemotong tersebut tidak mendeteksi area yang perlu dikosongkan dan garis yang harus dipotong. Tim *Marcomm* menyadari hal ini, dan memutuskan untuk memberi revisi pada sang penulis untuk mengisi area kosong di dalam potongan vector dengan warna. Dari sini, baik penulis, *supervisor*, dan tim *Marcomm* perlu mencoba bereksperimen dalam membuat desain ini dengan mencoba teknik “*Trial-and-Error*” agar mendapatkan solusi yang tepat untuk desain ini dan dengan potongan yang bagus dan rapih.

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

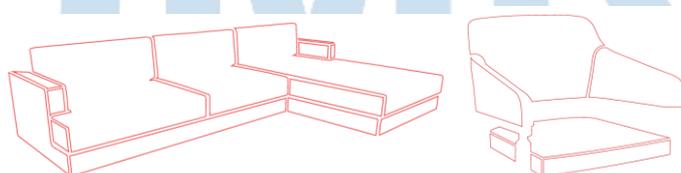
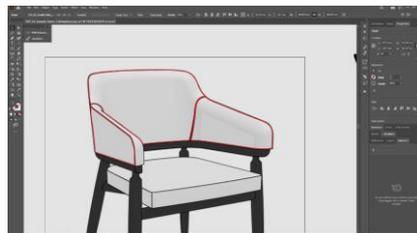
### 3) Proses mendesain

Pertama-tama, penulis diberikan desain *template* furnitur yang harus di *trace* dengan vector. Penulis melakukan tracing percobaan dengan membuat garis vector diatas garis-garis bentukan furnitur.



Gambar 3. 23 Aseto foto Perusahaan yang dipakai

Aset yang diberikan Perusahaan merupakan sebuah pamflet dengan foto asset furnitur sofa dan *dining chair*. Kedua produk ini dipilih karena pembeli bisa memilih bahan furniture tersebut sebagai opsi dengan tujuan agr pembeli bisa mencoba tekstur dari bahan tersebut dengan menyentuhnya. Namun bagian yang disentuh perlu dipotong oleh mesin laser cutter dan penulis harus membuat area potongnya.



Gambar 3. 24 Proses percobaan pembuatan vector

Garis vector yang dibuat berawal dengan garis warna merah saja, dan mengelilingi bagian furnitur dengan bahan *fabric* . Karena bagian yang dipotong adalah sebagai tester fabric dan bagaimana fabric tersebut terlihat dalam bentuk furniture yang diinginkan.

#### 4) Revisi pertama

Setelah diajukan kepada bagian Marcomm, tim Marcomm mengajukan file Adobe Illustrator yang penulis telah buat, dan ternyata mesin tidak bisa memotongnya, Karena mesin tidak bisa mendeteksi garis vector tersebut karena mesin print tidak bisa mengetahui apa yang harus dipotong dan disisakan.

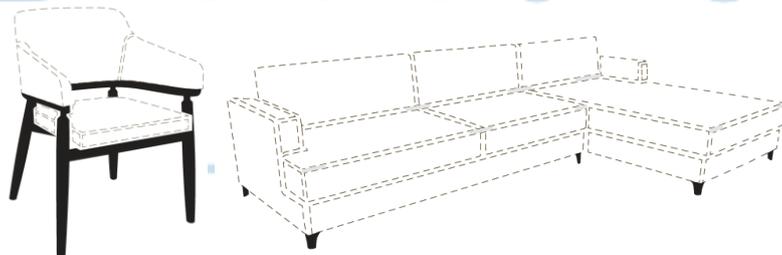


Gambar 3.25 Percobaan kedua pembuatan vector

Karena itu, bagian Tim Marcomm meminta penulis untuk mengisi bagian dalam garis vector dengan warna, dan meyisakan beberapa 0.2 cm sekat antara garis jika ada yang berdekatan kecuali, garis tersebut bersampingan dengan bagian yang tidak dipotong. Berikut adalah *output* setelah revisi.

#### 5) Revisi kedua

Setelah percobaan kedua, ternyata mesin pemotong tetap tidak bisa mendeteksi garis vektornya. Karena ini, bagian Tim Marcomm sempat kebingungan dengan bagaimana caranya garis vector ini bisa dipotong. Lalu, Penulis dan *Supervisor* memiliki ide yang bagus untuk mengatasi masalah vector yang tidak bisa dipotong.



Gambar 3.26 Percobaan ketiga pembuatan vector

Solusinya adalah dengan membuat garis vector tersebut terpotong-potong dan tidak menyambung, seperti layaknya sebuah “*cutline*”. Setelah itu, Supervisor meminta penulis untuk membuat garis vector tersebut dengan *cutline* dan penulis langsung mencoba membuat revisi tersebut.

## 6) Finalisasi

Dengan ide bagus untuk memmbuat garis vector sebagai *cutline*, alhasil garis dapat dibaca oleh mesin pemotong dan akhirnya vector dapat dipotong dengan baik dan rapih.



Gambar 3. 27 Hasil akhir yang dipotong

Namun sebelum dipotong, penulis diminta untuk memasukkan asset garis vector tersebut dalam template yang diberikan di awal dan memasukkan ukuran furnitur, lalu dipotong dengan laser cutter.

## 2. Proyek Instagram Feed “Tukar Tambah”

Proyek kecil Tukar Tambah adalah sebuah proyek media informasi untuk para pengguna Instagram yang mengikuti akun Colelction by VIVERE untuk memberitahu bahwa Collection by VIVERE bisa menerima jasa tukar tambah sofa, meja dan beberapa furnitur lainnya dari merek lainnya untuk sebuah furnitur buatan Collection by VIVERE.

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

## 1) Tahap Briefing

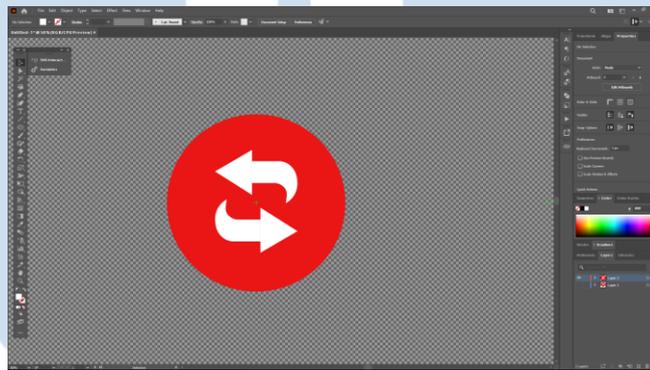
Penulis ditugaskan oleh tim *Marcomm* untuk membuat desain yang lebih fokus dengan foto produk *ambience* yang hanya memperlihatkan visual utama yang ingin dituju ditambah dengan latar belakang yang menopang kegunaan properti visual tersebut. Foto statik *ambience* tersebut lalu ditambah dengan copywriting yang menginformasikan tipe furnitur yang bisa ditukar tambah dengan sebuah logo yang mengindikasikan bahwa barang tersebut bisa ditukar tambah. Jika disimpulkan, proyek ini sangat minim *copywriting* dan lebih dominan dengan latar belakang foto yang mengisi seluruh canvas. Untuk sistem grid, desain ini juga memakai sistem grid hirarkikal, namun karena desain ini sangat minim *copywriting*, jadi sistem grid tidak terlalu kompleks seperti desain-desain sebelumnya dan bervariasi tergantung posisi peletakkan furnitur dalam foto. Berikut adalah palet warna yang digunakan untuk desain dan font yang dipakai.



Gambar 3. 28 color palette dan font untuk desain

## 2) Perancangan Desain

Untuk Copywriting, pemilihan font menggunakan Centra No.1 dengan ukuran *Extrabold* dan *Extrabold italic*. dengan ukuran bervariasi dari 17 pt hingga 25 pt. Selain ukuran dan pilihan font, warna copywriting juga dibutuhkan dan juga, logo untuk penanda tukar tambah barang. Pertama-tama, penulis membuat logo tukar tambahnya terlebih dahulu dengan menggunakan Adobe Illustrator.



Gambar 3. 29 Proses pembuatan asset logo

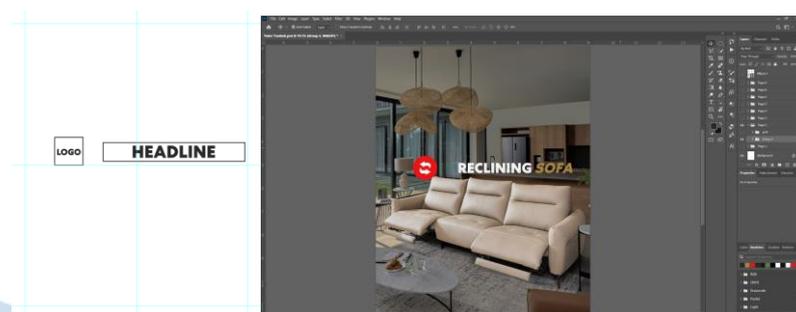
Logo tukar tambah terbuat dari sebuah lingkaran dengan ukuran 537 px x 537 px. Lalu sebuah segitiga dengan lebar 111 px dan tinggi 113.88 px dan sebuah lekukan tebal dengan lebar 136.6 px dan tinggi 127 px. Segitiga dan lekukan tersebut digabung, di-*group*, lalu di duplikasi agar menjadi dua panah melengkung. Warna merah pada lingkaran adalah merah "#ea1515", dan warna putih pada tanda panah melengkung adalah "#ffffff". Bentuk panah melengkung memiliki arti sebagai memberi untuk menerima, atau "menukar" dengan ukuran yang sama sebagai pengertian bahwa apa yang diterima setimpal dengan apa yang diberikan, begitupun juga sebaliknya. Dikutip dari New Design Group (2024) warna merah pada lingkaran memiliki arti sebagai "cuci gudang" atau "*clearout*". Merah juga melambangkan sebuah kebahagiaan, semangat, atau juga urgensi. Logo ini memiliki makna bahwa VIVERE Group sedang melakukan cuci gudang dengan menerima tukar tambah produk yang perusahaan miliki dengan barang dengan nilai yang setimpal.

Selanjutnya, penulis mulai menambahkan copywriting pada desainnya diatas latar belakang foto. Aset foto yang dipakai adalah foto-foto berbagai furnitur yang dapat ditukar tambah seperti sofa, meja makan, kursi, dan lain-lain. Aset foto yang akan digunakan untuk desain ini telah diberikan oleh tim *Marcomm* lewat *Supervisor* kepada penulis.



Gambar 3. 30 proses desain Instagram feeds

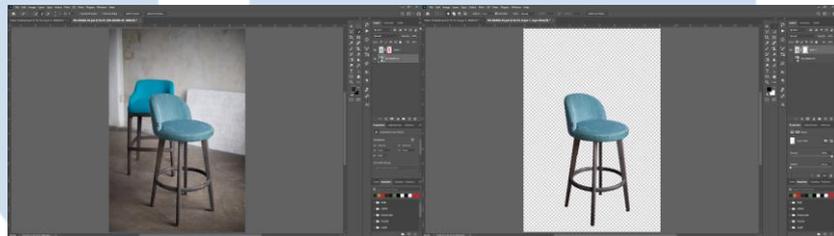
Penempatan copywriting ada di tengah atas sebagai headline dan sub-headline, dan logo tukar tambah ditempatkan di dekat furnitur, atau menyentuh furnitur agar menekankan bahwa produk furnitur yang dirujuk bisa di tukar tambah. Untuk *slide* kedua dan seterusnya, penempatan copywriting bergantung dengan posisi furnitur.



Gambar 3. 31 Proses desain Instagram feeds kedua

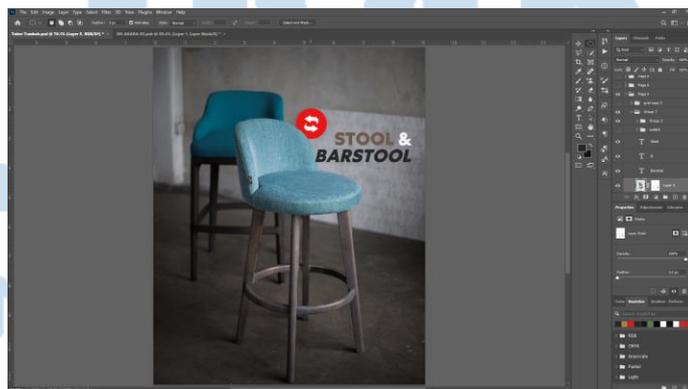
Setelah desain pertama dan kedua sudah diberi approval, desain ketiga dan selanjutnya dilanjut dengan cara yang sama, namun penulis membuat sebuah tambahan estetika agar *copywriting* lebih menarik untuk dilihat. Penulis membuat sebuah ilusi dimana *copywriting* terlihat seperti ditempatkan di belakang furniturnya.

Untuk efek ilusi ini, penulis menggunakan foto kursi *barstool*. Yang penulis lakukan adalah mengedit foto furniturnya dengan melakukan cropping hanya bagian kursi *barstool* nya saja dengan *selection tool*, dan di duplikat bagian yang sudah di-*select*. Namun sebelum memakai *selection tool*, tahap penting yang harus dilakukan adalah mengubah *layer* foto tersebut menjadi *smart object* agar bisa dikerjakan sebagai *file* terpisah. Karena bagian *selection* tidak terlalu rapih, penulis merapihkan *layer cropping* dari *selection* dengan *masking tool*.



Gambar 3. 32 Cropping foto foto ambience

Setelah itu, *layer* tersebut di duplikat kembali ke *file* utama desain dan ditimpa persis di posisi awal kursi *barstool*, dan penempatan *layer* harus diatas *layer* foto. Lalu penempatan *copywriting* akan disebelah furnitur dan logo tukar tambah akan ditempatkan menyentuh furnitur. Namun, penempatan *layer* logo harus ditempatkan di antara *layer* foto utama dan *layer cropping* kursinya.



Gambar 3. 33 Finalisasi desain Instagram feeds

### 3) Finalisasi

Setelah semua sudah dibuat, penulis berhasil membuat delapan post Instagram feeds untuk instagram *carousel post* dan tim *Marcomm* sangat menyukai karya penulis yang ini, dan carousel feeds akhirnya di post di akun Collection by VIVERE dan dijadikan pinned post.

## 3.4 Kendala dan Solusi Pelaksanaan Magang

Berikut adalah kendala dan tantangan yang dialami oleh penulis dalam proses pelaksanaan magang di lingkungan kerja di PT VIVERE Multi Kreasi.

### 3.4.1 Kendala Pelaksanaan Magang

Selama pelaksanaan kegiatan magang, penulis sadar bahwa lingkungan kerja yang penulis rasakan di VIVERE Group sangat mendukung dan mendorong untuk perkembangan diri dengan baik. Dukungan ini diberikan oleh supervisor, spesialis, rekan kerja baik karyawan magang ataupun karyawan tetap lainnya, dan juga kepala departemen yang sangat terbuka dengan sikap terhadap karyawan magang. Maka dari itu, sikap ini sangat membantu penulis untuk komunikasi, beradaptasi dengan lingkungan baru, dan juga berdiskusi dan bernegosiasi soal ide. Namun dari semua itu, penulis memiliki keterbatasan di dunia kerja korporat yang dimana penulis harus menghadapi tantangan yang bermacam-macam, terutama dalam proses pengerjaan desain, miskomunikasi dengan rekan kerja atau atasan dan mengelolakan waktu untuk mengerjakan tugas.

Penulis sering mendapatkan revisi dalam pengerjaan desain. Biasanya revisi menyangkut kelalaian penulis dalam pengerjaan desain seperti: Salah format, pengetikan *copywriting (Typo)*, penempatan *layout*, ukuran font dan  *Kerning*, atau *background* desain yang kurang menarik atau terlalu mirip dengan desain lama yang pernah dipakai. *Workload* di di PT VIVERE Multi Kreasi bisa dibilang cukup banyak dan *fast-paced* diakrenakan PT VIVERE Multi Kreasi merupakan sebuah perusahaan Retail yang memerlukan tim *marketing* yang harus sigap dengan promosinya setiap bulan.

Namun, walaupun miskomunikasi sering terjadi, penulis meminta maaf atas miskomunikasi dan langsung memperbaiki kesalahan yang ada di desain, atau soal masalah salah copywriting, biasanya terjadi dikarenakan brief tugas yang diberikan oleh tim marketing juga tidak berubah. Maka dari itu, penulis diminta untuk merevisi kembali desain tersebut. Penulis juga menghadapi masalah aset yang tidak ditemukan dari *archive* aset perusahaan yang diberikan kepada penulis yang dimana penulis harus meminta kembali kepada tim *marketing* untuk aset yang tidak ada, seperti aset foto, atau aset desain. Hal ini terjadi dikarenakan beberapa aset memang ternyata belum dibuat, seperti aset foto yang belum difoto karena produk baru saja diresmikan, atau aset desain yang sudah tidak ada lagi yang dimana penulis harus membuat lagi dari awal. Namun, dilihat dari sisi baik, penulis jadi belajar proses kerja di luar mendesain, yaitu *problem-solving* dan komunikasi yang baik dengan rekan atau atasan.

