

## **BAB III**

### **PELAKSANAAN KERJA**

#### **3.1 Kedudukan dan Koordinasi Pelaksanaan Kerja**

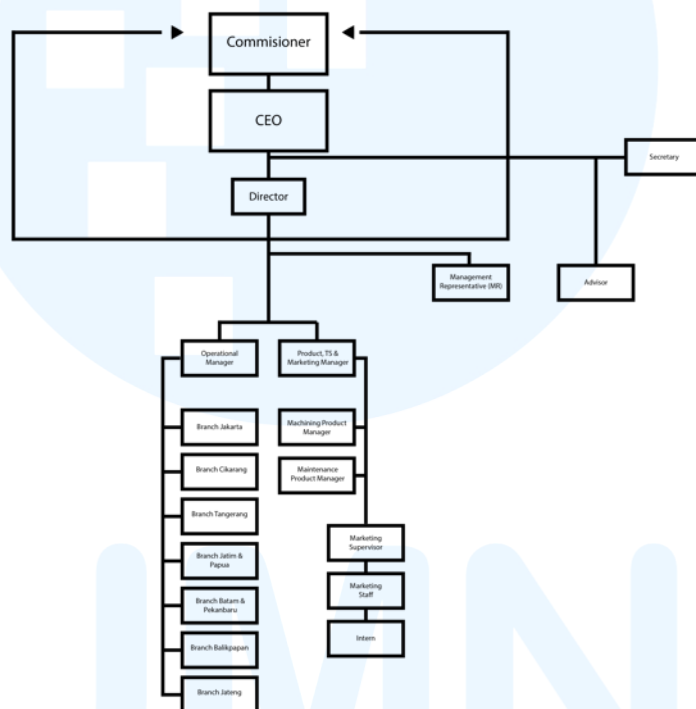
Selama menjalankan kegiatan magang, penulis ditempatkan pada Divisi *Marketing* PT Somagede Indonesia dengan posisi sebagai *Graphic Designer Intern*. Selama masa pelaksanaan magang, penulis berada di bawah bimbingan *Marketing Supervisor* yang bertugas memberikan arahan terkait kebutuhan desain dalam mendukung pemasaran PT Somagede Indonesia. Pada posisi ini, penulis berperan dalam penyusunan maskot bagi PT Somagede Indonesia yang berfungsi untuk memperkuat branding serta menunjang kegiatan promosi perusahaan.

Selama magang, penulis tidak hanya dibimbing oleh *Marketing Supervisor* tetapi penulis juga mendapatkan bimbingan teknis oleh *Marketing Staff* yang berperan sebagai mentor. Proses koordinasi antara penulis, *Marketing Staff*, dan *Marketing Supervisor* dilaksanakan dalam bentuk sesi asistensi dan diskusi rutin (*sync meeting*) untuk memberikan masukan terhadap setiap proyek yang sedang dikerjakan oleh penulis, dengan harapan agar hasil desain dapat sesuai dengan standar perusahaan. Melalui alur koordinasi ini, kegiatan magang yang dilaksanakan oleh penulis dapat berjalan dengan lebih efektif sekaligus menambah langsung pengalaman penulis dalam bekerja sama dalam tim.

##### **3.1.1 Kedudukan Pelaksanaan Kerja**

Selama melaksanakan kegiatan magang, penulis diposisikan sebagai *Graphic Designer Intern* yang ditempatkan di bawah Divisi *Marketing* PT Somagede Indonesia. Dalam struktur organisasi, posisi penulis berada langsung di bawah pengawasan *Marketing Supervisor* yang bertugas memberikan arahan dalam lingkup pekerjaan *graphic design* untuk mendukung aktivitas pemasaran perusahaan. Posisi ini menempatkan penulis sebagai bagian dalam divisi *Marketing* yang berperan untuk mendukung tim dalam penyusunan kebutuhan perusahaan di bidang komunikasi visual.

Kemudian, dalam susunan organisasi PT Somagede Indonesia, *Marketing Supervisor* berada di bawah *Maintenance Product Manager*, kemudian dilanjutkan ke *Machining Product Manager*, dan selanjutnya berada di bawah koordinasi *Product, TS, and Marketing Manager & Operational Manager*. Lebih tinggi dari posisi tersebut adalah *C-Levels* PT Somagede yang terdiri dari, Direktur, kemudian *CEO*, dan pada tingkat paling atas terdapat Komisaris sebagai pemegang kendali tertinggi. Berikut adalah bagan struktur organisasi menuju divisi penempatan penulis:



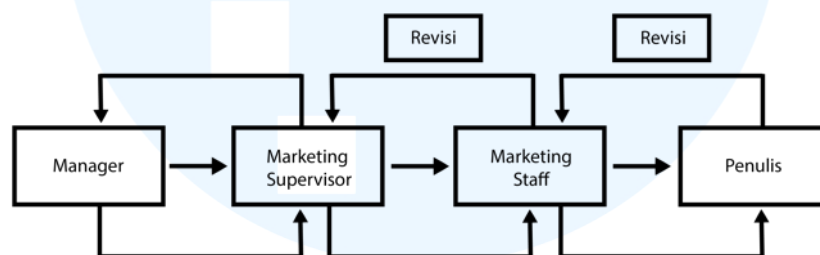
Gambar 3. 1 Bagan Struktur Organisasi Divisi Marketing  
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2024)

Dengan adanya susunan organisasi tersebut, penulis dapat memahami alur hierarki serta posisi kedudukannya selama menjalani magang. Penempatan ini memberikan penulis gambaran mengenai bagaimana setiap tingkatan jabatan memiliki perannya masing-masing dalam mendukung operasional perusahaan. Melalui adanya struktur organisasi ini, penulis

diharapkan mampu menyesuaikan diri dengan sistem kerja yang berlaku dan lebih mudah berkoordinasi dalam menyelesaikan setiap tugas yang diberikan.

### 3.1.2 Koordinasi Pelaksanaan Kerja

Alur koordinasi pekerjaan penulis selama magang di PT Somagede Indonesia dimulai dari *Marketing Manager* yang memberikan arahan terkait kebutuhan proyek. Arahan tersebut kemudian diteruskan kepada *Marketing Supervisor* untuk dirumuskan dan disesuaikan dengan kebutuhan divisi. Selanjutnya, pekerjaan tersebut disampaikan kepada penulis sebagai *Graphic Designer Intern* untuk dikerjakan sesuai instruksi yang diberikan. Berikut adalah bagan koordinasi pelaksanaan kerja penulis:



Gambar 3. 2 Bagan Alur Koordinasi

Berdasarkan bagan tersebut, proses pengerjaan karya yang dilakukan oleh penulis jadi memiliki sistem koordinasi yang jelas sehingga penulis dapat belajar untuk menyesuaikan diri, meningkatkan kedisiplinan, serta mengembangkan keterampilan desain yang relevan dengan kebutuhan perusahaan. Selain itu, adanya bagan tersebut juga mempermudah proses pengerjaan serta asistensi yang dibutuhkan oleh penulis pada setiap karya yang telah dikerjakan.

## 3.2 Tugas yang Dilakukan

Selama masa magang di PT Somagede Indonesia, penulis berkesempatan untuk mengerjakan berbagai tugas desain yang berfokus pada pengembangan identitas visual perusahaan. Salah satu proyek utama yang dikerjakan adalah

pembuatan maskot Cubot sebagai representasi inovasi dan profesionalisme perusahaan. Berikut adalah rangkaian pekerjaan yang telah dilaksanakan terkait perancangan maskot Cubot.

Tabel 3. 1 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Kerja

| Minggu | Tanggal             | Proyek   | Keterangan   |
|--------|---------------------|--|--|
| 1      | 11—15 Agustus 2025  | Pengenalan perusahaan dan <i>brief</i> pekerjaan   | Hari pertama melaksanakan pengenalan serta pemberian <i>brief</i> singkat mengenai PT Somagede Indonesia, kemudian dilanjutkan dengan perancangan beberapa pose untuk karakter maskot bagi PT Somagede Indonesia.  |
| 2      | 18—22 Agustus 2025  | Perancangan Karakter Maskot  | Melakukan perancangan beberapa pose lain untuk karakter maskot PT Somagede Indonesia yang akan dirancang ke dalam <i>mini</i> GSM untuk dilakukan <i>voting</i> .  |
| 3      | 25—29 Agustus 2025  | Perancangan <i>Mini</i> GSM untuk <i>voting</i> maskot dan Perancangan WhatsApp <i>Sticker</i> | Setelah karakter pose maskot terpilih, dilanjutkan dengan penyusunan <i>mini</i> GSM yang berisi 3 karakter maskot untuk dilakukan <i>voting</i> oleh <i>internal staff</i> dan <i>Board of Director</i> .<br><br>Setelah karakter maskot terpilih, kemudian dilakukan perancangan <i>rough sketching</i> berupa 40 pose karakter untuk WhatsApp <i>Sticker</i> dalam 2 bahasa yaitu bahasa Indonesia dan bahasa Jawa. |
| 4      | 1—5 September 2025  | Perancangan WhatsApp <i>Sticker</i> dan Aset   | Melakukan digitalisasi pada sketsa pose yang telah di asistensikan pada <i>supervisor</i> , sketsa kemudian diubah menjadi <i>vector</i> dan dilakukan proses <i>coloring</i> pada setiap pose.<br><br>Selain itu, dilakukan juga perancangan <i>rough sketching</i> bagi aset <i>freeform</i> (lepasan) karakter yang akan digunakan untuk membuat animasi dan <i>merchandise</i> .                                   |
| 5      | 8—12 September 2025 | Perancangan WhatsApp   | Melanjutkan proses <i>coloring</i> pada sisa pose yang belum selesai,  |

|   |                      |  |   |
|---|----------------------|--|---|
|   |                      | <i>Sticker</i> dan Aset  | <p>kemudian setelah diwarnai, karakter dipindahkan ke Photoshop untuk dilakukan pengisian <i>wording</i>.</p> <p>Setelah dilakukan <i>wording</i> pada setiap pose, kemudian file diubah menjadi <i>sticker</i> WhatsApp dengan format PNG dan dikirim untuk persiapan <i>internal launching</i>.</p> <p>Selain itu, dilakukan juga digitalisasi dan <i>coloring</i> pada aset <i>freeform</i>.</p>                                   |
| 6 | 15—19 September 2025 | Perancangan Aset dan <i>Merchandise</i>                                | <p>Melanjutkan proses digitalisasi pada aset, kemudian dilanjutkan dengan perancangan kostum maskot untuk keperluan hari raya atau <i>special occasion</i>.</p> <p>Selain itu, dilakukan juga perancangan <i>merchandise</i> untuk persiapan <i>internal launching</i> berupa <i>design keychain</i> dan <i>stickerpack</i> fisik yang akan dibagikan pada saat kegiatan <i>Launch Day</i>.</p>                                       |
| 7 | 22—26 September 2025 | Perancangan <i>Merchandise</i> dan Persiapan <i>Internal Launching</i> | <p>Melanjutkan asistensi perancangan <i>merchandise keychain</i> dan <i>stickerpack</i> fisik. Selain itu, dilakukan juga perancangan <i>standee</i> untuk sambutan di <i>front office</i>.</p> <p>Persiapan <i>internal launching</i> diisi dengan finalisasi semua bentuk <i>merchandise</i> dan <i>standee</i>, kemudian dilakukan proses pengiriman file kepada <i>vendor printing</i> untuk mempersiapkan <i>Launch Day</i>.</p> |
| 8 | 29—3 Oktober 2025    | <i>Internal Launching</i> dan Perancangan <i>Motion Graphics</i>       | <p>Setelah seluruh <i>merchandise</i> dan <i>standee</i> siap, kemudian dilakukan <i>internal launching</i> maskot pada minggu pertama dalam bentuk <i>blast email</i> pengenalan dan distribusi Whatsapp <i>Stickers</i>, <i>stickerpack</i> fisik, dan <i>keychain</i>.</p> <p>Setelah itu, dilakukan perancangan beberapa gerakan animasi karakter untuk keperluan penempatan pada</p>   |

|    |                    |   |   |
|----|--------------------|---|---|
|    |                    |   | media sosial seperti <i>reels</i> , <i>video</i> YouTube, dan <i>videotron</i> .  |
| 9  | 6—10 Oktober 2025  | Perancangan <i>Motion Graphic</i> , <i>External Merchandise</i> , dan <i>Graphic Standard Manual</i>  | Menyelesaikan gerakan <i>motion graphic</i> bagi karakter sesuai dengan <i>priority list</i> dan memulai perancangan <i>external merchandise</i> .<br><br>Selain itu, dilakukan juga perancangan <i>Graphic Standard Manual</i> bagi maskot yang akan di <i>blast</i> di akhir bulan Oktober untuk <i>external launching</i> maskot PT Somagede Indonesia.  |
| 10 | 13—17 Oktober 2025 | Perancangan <i>External Merchandise</i> dan <i>Graphic Standard Manual</i><br><br>Persiapan <i>Handover Package (Source Files and Usage Rights)</i> | Melanjutkan perancangan <i>external merchandise</i> untuk persiapan <i>public launching</i> maskot PT Somagede Indonesia, kemudian dilakukan juga perancangan <i>Graphic Standard Manual</i> untuk di- <i>launch</i> pada saat <i>public launching</i> maskot.<br><br>Selain itu, <i>files</i> lain yang akan dipindah tangan juga dipersiapkan yaitu berupa <i>source files</i> dan <i>usage rights</i> untuk <i>guidelines</i> pemakaian maskot PT Somagede Indonesia.  |
| 11 | 20—24 Oktober 2025 | Finalisasi <i>Graphic Standard Manual</i> dan <i>External Merchandise</i>   | Melakukan proses finalisasi seluruh elemen dalam <i>Graphic Standard Manual</i> (GSM) untuk maskot PT Somagede Indonesia dan mengisi seluruh halaman yang berisi aturan penggunaan, <i>do &amp; don't</i> , konstruksi karakter, warna, gaya ilustrasi, aset <i>freeform</i> , hingga contoh aplikasi pada berbagai media.<br><br>Selain itu, dilakukan juga finalisasi desain <i>external merchandise</i> seperti <i>t-shirt</i> , <i>totebag</i> , <i>notebook</i> , kalender, <i>VIP merchandise</i> , <i>lanyard</i> , <i>mousepad</i> , dan <i>card holder</i> . |
| 12 | 27—31 Oktober 2025 | Persiapan <i>Public Launching</i> dan Koordinasi Vendor   | Melakukan persiapan <i>public launching</i> maskot PT Somagede Indonesia dengan melakukan <i>review</i> GSM yang telah difinalisasi, dan melakukan pembahasan EP ( <i>Editorial</i>   |

|    |                     |   |   |
|----|---------------------|---|---|
|    |                     |   | <i>Plan</i> ) untuk membahas persiapan <i>external launch</i> maskot.   |
| 13 | 3—7 November 2025   | Perancangan Poster untuk <i>Internal Office</i>   | Merancang 27 poster baru yang akan dipasang di seluruh area kantor. Poster-poster ini dirancang untuk menggantikan poster lama dan menjadi media awal pengenalan maskot Cubot secara lebih luas di lingkungan internal.   |
| 14 | 10—14 November 2025 | Perancangan <i>Merchandise</i> untuk <i>Manufacturing Expo 2025</i>   | Merancang desain <i>public merchandise</i> yang akan digunakan untuk mendukung <i>public launching</i> maskot Cubot pada acara <i>Manufacturing Expo 2025</i> di awal Desember. <i>Merchandise</i> yang dirancang mencakup <i>t-shirt</i> , <i>totebag</i> , <i>lanyard</i> , <i>notebook</i> , <i>stickerpack</i> , <i>stacking cubes</i> , hingga <i>goodie bag</i> . |
| 15 | 17—21 November 2025 | Pengerjaan Konten Instagram ( <i>Reels</i> , <i>Feeds</i> , dan Instagram <i>Filter</i> ) untuk <i>Campaign Launching</i> | Merancang konten berupa Instagram <i>reels</i> dan <i>feeds</i> untuk akun resmi Somagede Indonesia. Konten-konten ini dibuat sebagai rangkaian <i>pre-launch</i> maskot Somagede Indonesia di acara <i>Manufacturing Expo 2025</i> , bertujuan sebagai <i>countdown</i> untuk mengenalkan maskot Cubot sebelum momen peluncuran resminya.                              |
| 16 | 24—28 November 2025 | Finalisasi <i>Merchandise &amp; Konten</i> , serta Persiapan <i>Pre-Launch Expo</i>                                       | Melakukan finalisasi design dan seluruh konten untuk <i>Manufacturing Expo 2025</i> dan disiapkan dalam format siap produksi.<br><br>Selain itu, dilakukan finalisasi konten Instagram ( <i>feeds</i> dan <i>reels</i> ) untuk periode <i>pre-launch</i> dan <i>launch day</i> . Seluruh materi dijadwalkan untuk diposting secara bertahap menjelang <i>Expo</i> .     |
| 17 | 1—5 Desember 2025   | <i>Final Handover</i> dan <i>Closing Project</i>  | Melakukan proses <i>final handover</i> seluruh aset kepada PT Somagede Indonesia. Aset mencakup <i>file master</i> , <i>usage rights</i> , GSM final, <i>library</i> aset, template konten, <i>file motion graphic</i> , dan dokumentasi lengkap selama masa pengerjaan.  |

Rangkaian kegiatan magang dari bulan Agustus hingga awal Desember 2025 menjabarkan proses kerja yang bertahap dan menyeluruh dalam membangun



identitas maskot Cubot untuk PT Somagede Indonesia, yang dimulai dari tahap pengenalan perusahaan, perancangan karakter, *voting internal*, hingga penyusunan *WhatsApp Sticker* dan aset digital. Proyek kemudian dikembangkan ke dalam perancangan *merchandise*, *motion graphic*, dan *Graphic Standard Manual* sebagai pedoman yang menjaga konsistensi visual identitas maskot. Pada bulan Oktober dan November, dilakukan persiapan *internal launching* maskot, pembuatan poster untuk kantor, pengembangan *merchandise external* untuk acara *Manufacturing Expo 2025*, serta produksi konten Instagram sebagai rangkaian *pre-launch* sebelum kegiatan *external launching* maskot dilaksanakan. Seluruh proses magang ditutup dengan finalisasi aset dan *handover* lengkap, yang menandai berakhirnya masa magang penulis dengan hasil kerja yang siap digunakan untuk kebutuhan komunikasi, *branding*, dan keberlangsungan maskot Cubot secara publik.

### **3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja**

Selama menjalani masa magang di PT Somagede Indonesia, penulis terlibat dalam berbagai kegiatan desain yang berkontribusi langsung terhadap pengembangan identitas visual perusahaan. Dari seluruh pengalaman dan tugas yang diberikan oleh *supervisor*, proyek utama yang menjadi fokus penulis adalah perancangan maskot perusahaan bernama Cubot, yang dirancang sebagai simbol teknologi, efisiensi, dan solusi *modern* bagi PT Somagede Indonesia. Proyek ini melibatkan proses kreatif yang cukup panjang, mulai dari riset konsep dan eksplorasi karakter, pembuatan sketsa, digitalisasi, penyusunan *Graphic Standard Manual* (GSM) sebagai panduan resmi penggunaan maskot, serta media kolateralnya. Selain proyek utama tersebut, penulis juga memiliki beberapa kesempatan untuk mengerjakan beberapa proyek pendukung lainnya yang berkaitan dengan promosi serta kebutuhan komunikasi visual PT Somagede Indonesia selama masa magang berlangsung.



### 3.3.1 Proses Pelaksanaan Tugas Utama Kerja

Proyek utama yang penulis kerjakan selama magang di PT Somagede Indonesia adalah perancangan maskot perusahaan bernama Cubot. Maskot ini dirancang sebagai simbol teknologi, efisiensi, dan solusi modern yang merepresentasikan karakter serta nilai-nilai PT Somagede Indonesia. Proses perancangan dilakukan secara bertahap, mulai dari pembuatan konsep hingga digitalisasi visual akhir. Proses perancangan maskot diawali dengan pemberian *brief* dari *Marketing Supervisor* dengan 3 karakter utama yang sebelumnya telah dirancang. Sketsa tersebut kemudian diserahkan kepada penulis oleh *Marketing Supervisor* untuk dikembangkan dengan menambah 2 pose per karakter. Berikut merupakan hasil rancangan sketsa awal yang diberikan melalui *brief* oleh *Marketing Supervisor* kepada penulis.



Gambar 3. 3 Proses Perancangan *Brief* Maskot PT Somagede Indonesia

Setelah menerima *brief* tersebut, penulis kemudian melakukan tahap *brainstorming* dan *research* mengenai referensi pose yang akan diterapkan pada ketiga maskot tersebut. Berikut adalah gambar pose pahlawan yang menjadi referensi bagi penulis dalam mengembangkan ketiga karakter tersebut.



Gambar 3. 4 Referensi Pose Maskot

Setelah melakukan *research* dan *brainstorming* terkait referensi pose yang akan digunakan, penulis kemudian menggambar sketsa kasar pose karakter sebelum dilanjutkan ke tahap digitalisasi. Berikut adalah hasil sketsa pose baru dari ketiga karakter tersebut.



Gambar 3. 5 Sketsa Kasar Maskot

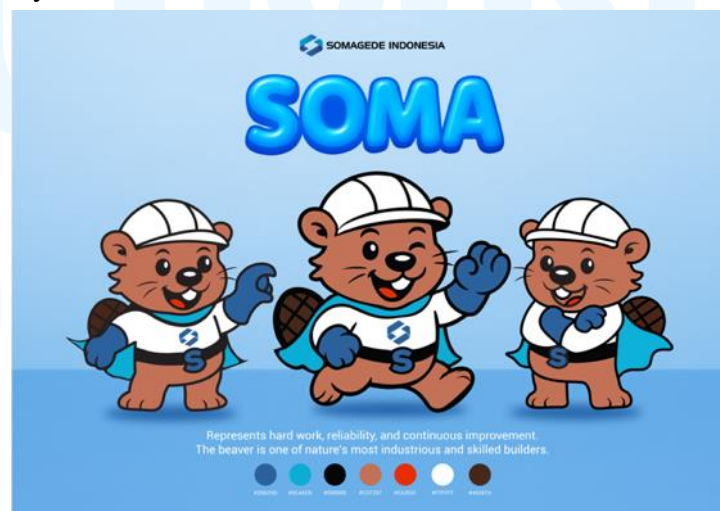
Setelah sketsa pose menerima *approval* dari *Marketing Supervisor* dan *Marketing Staff*, penulis melanjutkan tahap perancangan ke tahap digitalisasi dan *coloring* untuk disiapkan menjadi bentuk *file pitching*. Karakter Cuanman terinspirasi dari sosok CEO PT Somagede Indonesia yang dikenal penuh semangat, ramah, dan selalu menyampaikan “Salam Cuan” sebagai motivasi, sehingga karakter ini dihadirkan sebagai figur *superhero* yang mencerminkan energi positif tersebut. Warna yang digunakan tetap mengacu pada *color palette* resmi PT Somagede Indonesia yang melambangkan profesionalisme serta kepercayaan. Kostum *superhero* Cuanman dilengkapi juga dengan jubah dan logo perusahaan di bagian dada yang menjadi penanda bahwa Cuanman adalah representasi resmi perusahaan.

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



Gambar 3. 6 Konsep Karakter Cuanman

Kemudian, konsep karakter kedua adalah karakter Si Soma. Karakter ini terinspirasi dari hewan *beaver*, salah satu hewan yang paling rajin dan terampil dalam membangun di alam. Sifat alami *beaver* yang pekerja keras, dapat diandalkan, dan selalu melakukan perbaikan berkelanjutan menjadi dasar dari karakter Soma, sehingga ia hadir sebagai simbol dari kerja keras, ketelitian, dan komitmen untuk selalu berkembang. Kostum Si Soma juga memiliki *color palette* yang sama dengan karakter Cuanman dan ia direpresentasikan sebagai figur yang membawa nilai-nilai industrial dan keandalan, selaras dengan karakteristik *beaver* sebagai *builder* yang handal dalam dunia nyata.



Gambar 3. 7 Konsep Karakter Si Soma

Konsep karakter terakhir adalah karakter Cubot atau singkatan dari Cuan Robot. Cubot terinspirasi dari sosok robot yang dirancang untuk merepresentasikan teknologi, efisiensi, dan solusi *modern* yang menjadi bagian penting dari identitas PT Somagede Indonesia. Sebagai “cuan robot,” Cubot tampil sebagai teman yang melek teknologi dan selalu menemukan cara paling cerdas serta praktis untuk menyelesaikan pekerjaan. Warna biru, putih, dan abu-abu dipilih untuk memberikan kesan futuristik tetapi tetap menjaga konsistensi *color palette* PT Somagede Indonesia. Kostum dari karakter ini juga dilengkapi dengan identitas logo perusahaan pada bagian dada serta jubah seperti karakter lainnya. Cubot hadir sebagai simbol kecerdasan sistematis, akurasi, dan inovasi.

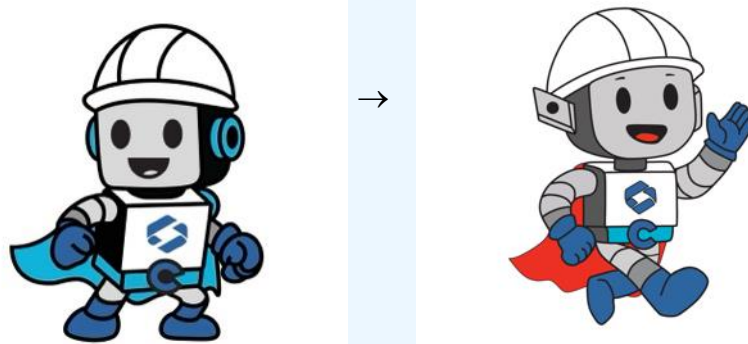


Gambar 3. 8 Konsep Karakter Cubot

Setelah ketiga karakter diserahkan kepada *internal staff* dan *Board of Directors*, hasil *voting* kemudian menetapkan Cubot sebagai maskot resmi PT Somagede Indonesia karena dianggap paling relevan dengan arah identitas perusahaan yang ingin menonjolkan sisi *modern*, teknologi, dan efisiensi.

Setelah Cubot terpilih, desain awalnya masih memerlukan pengembangan lebih lanjut. Bentuk awal Cubot cenderung kaku dan kotak,

dengan warna serta elemen wajah yang belum sepenuhnya mencerminkan karakter perusahaan. Revisi dilakukan dengan mengubah bentuk wajah menjadi *rounded rectangle* agar terlihat lebih ramah, serta menambahkan *safety helmet* sebagai simbol bidang usaha PT Somagede Indonesia dengan proyek-proyek yang membutuhkan ketelitian dan keamanan. Elemen telinga yang awalnya berbentuk bulat diubah menjadi *diamond* dengan lingkaran di tengah, yang secara khusus merepresentasikan bentuk *DNMG insert*, salah satu produk unggulan PT Somagede Indonesia.



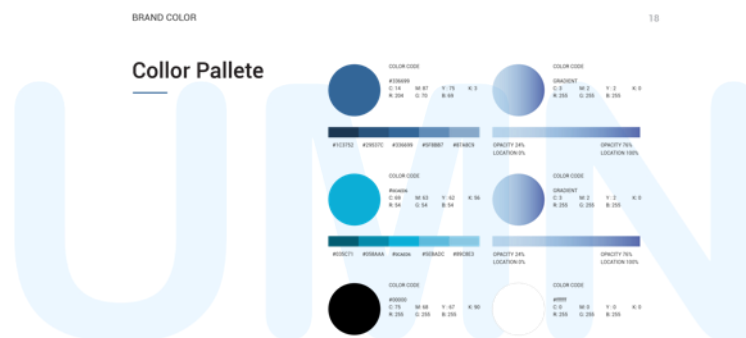
Gambar 3. 9 Proses Revisi Maskot PT Somagede Indonesia

Tahap revisi akhir dilakukan dengan melakukan penyesuaian warna tubuh maskot, mengubah warna *cape* maskot dari warna biru menjadi warna merah sebagai simbol *superhero*, serta menyempurnakan proporsi tubuh agar lebih nyaman dilihat. Untuk memastikan keterbacaan maskot pada berbagai ukuran dan media, Cubot diberikan *outline* tebal pada bagian luar tubuh sebagai karakteristik visual tambahan. Setelah melalui beberapa tahap revisi, berikut adalah desain final maskot Cubot yang ditetapkan sebagai maskot resmi PT Somagede Indonesia.



Gambar 3. 10 Proses Finalisasi Maskot PT Somagede Indonesia

Penggunaan warna pada karakter Cubot disesuaikan dengan *color palette* perusahaan, sedangkan warna-warna seperti merah dan abu-abu disesuaikan dengan warna yang sering digunakan oleh PT Somagede Indonesia sebagai warna tambahan pada seragam dan atribut kantor agar tetap sesuai dan selaras dengan identitas visual yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Berikut adalah *color palette* PT Somagede Indonesia yang digunakan sebagai referensi *color weigh* untuk karakter Cubot.



Gambar 3. 11 Proses Finalisasi Maskot PT Somagede Indonesia

Dengan karakter yang telah dirancang dengan karakteristik yang jelas, visual yang matang, serta filosofi mendalam pada setiap elemen desainnya, Cubot diharapkan mampu menjadi representasi yang kuat, ramah dan mudah dikenali dari PT Somagede Indonesia. Hadirnya maskot ini juga diharapkan untuk menjadi langkah awal PT Somagede Indonesia dalam membangun citra



perusahaan yang lebih *modern*, dekat dengan audiens, dan siap berkembang ke bersama *customernya*.

### 3.3.2 Proses Pelaksanaan Tugas Tambahan Kerja

Dalam pelaksanaan tugas tambahan selama masa magang di PT Somagede Indonesia, penulis berkesempatan untuk mengerjakan berbagai proyek desain yang cukup beragam, mulai dari pengembangan karakter utama maskot, perancangan WhatsApp *Stickerpack*, perancangan *merchandise internal*, perancangan poster, hingga perancangan konten untuk kebutuhan internal maupun *external* perusahaan. Setiap proyek yang dikerjakan oleh penulis memiliki tujuan implementasi yang berbeda-beda, sehingga penulis dituntut untuk dapat beradaptasi dengan cepat, teliti, dan dapat berkomunikasi dengan baik dalam tim. Melalui pengalaman magang ini, penulis banyak mempelajari tentang bagaimana desain digunakan dan berperan dalam mendukung identitas PT Somagede Indonesia di mata *customer*.

PT Somagede Indonesia sendiri tidak menerapkan metode perancangan formal seperti *Design Thinking* secara langsung, namun proses pengerjaan setiap desain berjalan melalui alur kinerja yang terstruktur, dimulai dari penerimaan *brief*, eksplorasi ide dan konsep, penyusunan alternatif desain, proses asistensi dan revisi berulang, hingga finalisasi hasil yang sesuai dengan standar perusahaan. Pada subbab ini, penulis akan menguraikan empat proyek utama yang dikerjakan secara menyeluruh, dimulai dari tahapan awal hingga hasil akhir, yang dilengkapi dengan dokumentasi proses dan karya sebagai bukti pertanggungjawaban kerja yang telah dilakukan selama masa magang penulis.

#### 3.3.2.1 Proyek WhatsApp *Sticker*

Proyek WhatsApp *Sticker* diawali dengan pemberian *brief* mengenai daftar kata yang akan digunakan sebagai isi dari setiap *sticker*. Terdapat dua versi bahasa untuk daftar kata tersebut, yaitu Bahasa Indonesia dan Bahasa Jawa, alasannya yaitu karena sebagian besar *customer* dari PT Somagede Indonesia berada di



Pulau Jawa dan atau seringkali menggunakan bahasa Jawa dalam berkomunikasi, maka dari itu, tim *marketing* mempertimbangkan agar *sticker* juga dibuat dalam versi bahasa Jawa agar dapat digunakan ketika sedang berbicara dengan *customer* yang mampu berbahasa Jawa. Setiap kata dalam *brief* sudah ditentukan makna, nuansa emosi, serta konteks penggunaannya, sehingga penulis memiliki acuan dalam menerjemahkan kata-kata tersebut menjadi ekspresi visual yang sesuai dengan karakter maskot Cubot. Berikut adalah daftar kata-kata yang diberikan oleh *supervisor* kepada penulis untuk dirancang sketsanya.

|                |                       |
|----------------|-----------------------|
| Mantap bos     | Matur nuwun           |
| Gaskeun!       | Nuwun sewu            |
| Siap bosku!    | Sugeng tindak         |
| Semangat!      | Sugeng rawuh          |
| Bisa diatur    | Sugeng enjing         |
| Go Somagede!   | Sugeng sonten         |
| Salam cuan     | Pancen oye            |
| Arigatou       | Ojo dumeh             |
| Terima kasih   | Pangestunipun         |
| Sama-sama      | Mboten awis           |
| Mantul!        | Saben dina            |
| Otw bos        | Kowe mung siji-sijine |
| Wkwkwk         | Ngopi maszeh          |
| Ngopi dulu bos | Santuy wae            |
| Garaaap        | Monggo pinarak        |
| Cuan cuan cuan | Aja rame-rame         |
| Wih gokil      | Kadhung sayang        |
| Waduuhh..      | Loro ati              |
| Good job!      | Sendiko dawuh         |
| Happy birthday | Oke, gaskeun          |

Gambar 3. 12 Wording WhatsApp Stickerpack

Setelah menerima *brief* kata-kata yang akan dijadikan *sticker*, penulis kemudian melakukan tahap *research* dan *brainstorming* terkait referensi WhatsApp *Sticker* yang akan dijadikan acuan. Setelah menemukan referensi *sticker* yang dinilai sesuai, penulis melakukan asistensi dengan *supervisor* terkait

kesesuaian referensi *sticker* dengan keinginan dan kebutuhan perusahaan. Berikut adalah hasil *brainstorming* dan referensi WhatsApp *Sticker* yang dijadikan acuan oleh penulis.



Gambar 3. 13 Referensi WhatsApp Stickerpack

Setelah referensi *sticker* di *approve*, tahap berikutnya adalah proses perancangan sketsa. Pada tahap ini, penulis menginterpretasikan setiap kata dari *brief* ke dalam bentuk pose dan ekspresi Cubot yang sesuai dengan kata-kata yang telah ditetapkan, agar mudah untuk dikenali. Sketsa dibuat dengan mempertimbangkan *gesture* tubuh, ekspresi wajah, serta proporsi karakter agar tetap konsisten dengan karakter utama yang telah disetujui sebelumnya. Seluruh sketsa kemudian diajukan untuk asistensi kepada *supervisor* untuk mendapatkan masukan terkait kejelasan pesan, konsistensi ekspresi, serta kesesuaian dengan standar visual perusahaan. Berikut merupakan hasil dari sketsa WhatsApp *Sticker* versi bahasa Indonesia.

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



Gambar 3. 14 Proses Perancangan Sketsa Bahasa Indonesia

Setelah penulis selesai menggambar sketsa untuk keperluan WhatsApp Sticker versi bahasa Indonesia, penulis kemudian melanjutkan proses perancangan sketsa vers bahasa Jawa untuk diasistensikan kepada *supervisor* sebelum melanjutkan proses digitalisasi sketsa.



Gambar 3. 15 Proses Perancangan Sketsa Bahasa Jawa

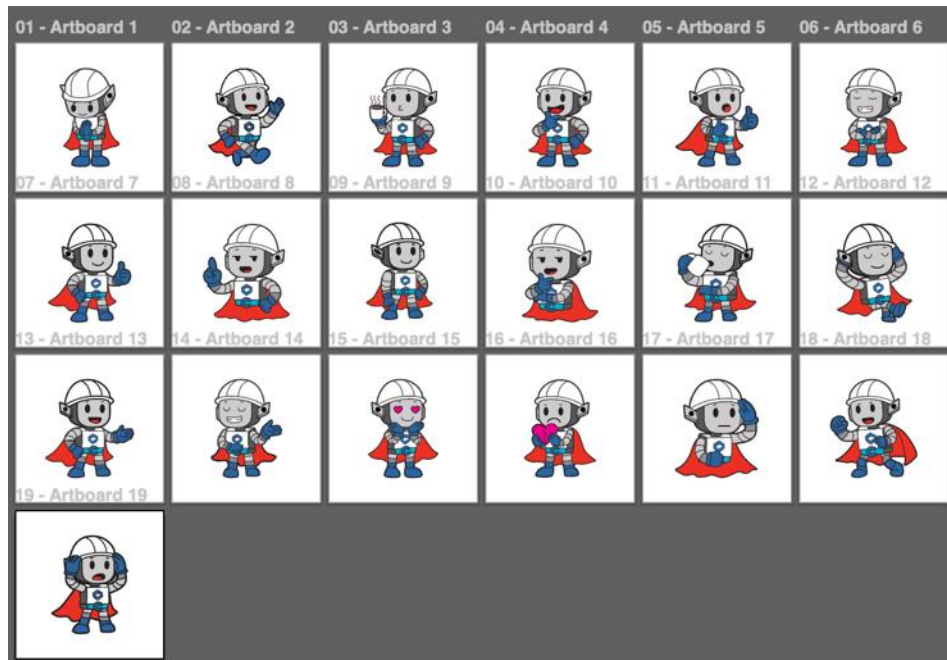
Setelah seluruh sketsa disetujui oleh *marketing staff* dan *supervisor*, penulis melanjutkan proses perancangan ke tahap digitalisasi dengan mengubah gambar manual menjadi *vector* menggunakan *software* Adobe Illustrator. Tahap ini diawali dengan

pembuatan *line-art*, yang kemudian dilanjutkan ke tahap *coloring*, penyesuaian proporsi tubuh maskot, dengan tujuan agar seluruh pose maskot sesuai dengan karakter utama yang telah dibuat. Hasil digitalisasi kemudian diasistensikan kembali kepada *marketing staff* dan *supervisor* untuk memastikan bahwa warna, *outline*, dan gaya ilustrasi sudah selaras dengan identitas maskot yang telah ditetapkan. Apabila terdapat detail karakter yang masi perlu perbaikan, maka penulis akan melakukan penyesuaian sebelum melanjutkan ke tahap berikutnya untuk menjaga konsistensi karakter bagi PT Somagede Indonesia. Berikut merupakan hasil digitalisasi dari sketsa versi bahasa Indonesia.



Gambar 3. 16 Proses Digitalisasi Stickerpack Bahasa Indonesia

Setelah memperoleh *approval* pada *stickerpack* versi bahasa Indonesia, penulis kemudian melanjutkan proses digitalisasi pada *stickerpack* versi bahasa Jawa sebelum menambahkan teks dan mengubahnya menjadi *file sticker*.



Gambar 3. 17 Proses Digitalisasi Stickerpack Bahasa Jawa

Tahap akhir adalah pemberian teks dan finalisasi sticker. Teks yang digunakan mengikuti kata-kata yang sudah diberikan dalam *brief* awal, dan penempatannya disesuaikan agar tetap terbaca tanpa mengganggu ilustrasi. *Font* yang digunakan pada sticker adalah *font Montserrat Bold*, dengan pertimbangan sebagai karakter *typeface* yang kuat dan memiliki tingkat keterbacaan yang tinggi. Selain itu, *font Montserrat* sebelumnya juga digunakan oleh PT Somagede Indonesia sebelum berubah menjadi Roboto. Maka dari itu, diputuskan penggunaan *font Montserrat* sebagai *typeface* pada sticker agar tidak jauh dari kolateral PT Somagede Indonesia pada tahun-tahun sebelumnya. Setelah seluruh elemen dirapikan, penulis mengubah *file* tersebut menjadi *stickerpack* WhatsApp dalam format *PNG* dengan *background* transparan. *Stickerpack* kemudian dikirimkan terlebih dahulu melalui *WhatsApp Group internal* kepada *supervisor* dan *marketing staff* untuk dilakukan pengecekan akhir sebelum nantinya dipersiapkan untuk *internal launching*.



Gambar 3. 18 Finalisasi Hasil Pemberian Teks

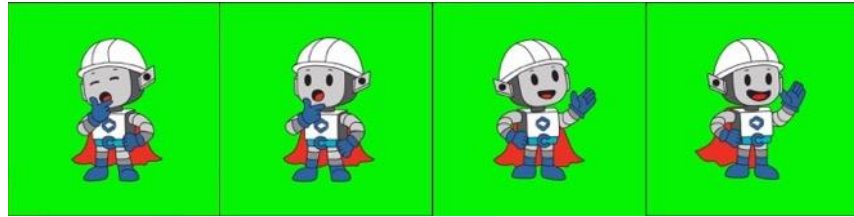
Proses perancangan WhatsApp *Sticker* ini melalui tahapan yang lengkap dan berurutan yang diawali dengan pemberian *brief* daftar kata, kemudian dilanjutkan dengan perancangan sketsa yang kemudian dilanjutkan dengan tahap digitalisasi dan yang terakhir merupakan tahap finalisasi serta pemberian teks. Setiap tahap melibatkan asistensi dan revisi untuk memastikan hasil akhir tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga komunikatif, konsisten, serta harus sesuai dengan standar identitas perusahaan.

### 3.3.2.2 Proyek *Motion Graphic* Karakter

Pada proyek *motion graphic* karakter ini, proses perancangan dimulai dari pemberian *brief* oleh *supervisor* kepada penulis mengenai gerakan-gerakan apa saja yang perlu dianimasikan pada maskot Cubot. *Brief* tersebut berisi daftar *gesture* yang nantinya akan sering digunakan dalam konten-konten di akun media sosial PT Somagede Indonesia. Setelah itu dilakukan pemilihan untuk menentukan beberapa gerakan yang paling sesuai dan dapat dikembangkan menjadi aset animasi.

Tujuan utama pembuatan animasi ini adalah untuk menyediakan stok aset karakter yang siap digunakan pada *template editing* konten Instagram PT Somagede Indonesia. Dengan adanya *motion graphic* yang sudah siap pakai, tim bagian *editing* dan *posting* dapat lebih mudah menempatkan Cubot ke berbagai *template* konten tanpa perlu membuat animasi baru dari awal. Berikut adalah proses perancangan *Motion Graphic frame by frame*.





Gambar 3. 19 Hasil Motion Graphic

Proses perancangan *motion graphic* maskot dilakukan menggunakan aplikasi Adobe After Effects karena seluruh animasi yang dirancang memiliki gerakan yang sangat *simple* sehingga hanya membutuhkan penggunaan *puppet tools* saja. Setelah seluruh *gesture* selesai dianimasikan, setiap aset diberikan *background greenscreen* dengan tujuan agar lebih mudah di-keying dan ditempelkan ke dalam *template* konten Instagram.

### 3.3.2.3 Proyek *Internal & External Merchandise*

Proyek *merchandise internal* merupakan bagian dari persiapan *internal launching* maskot Cubot di lingkungan perusahaan. *Merchandise* yang dirancang berupa *stickerpack* fisik dan *keychain* yang akan dibagikan kepada karyawan saat momen *internal launching* berlangsung. Seluruh desain *sticker* dan *keychain* dikerjakan menggunakan aplikasi Adobe Illustrator, menggunakan aset karakter yang sudah tersedia sebelumnya. Beberapa elemen visual dimodifikasi sedikit untuk menyesuaikan kebutuhan desain, namun tetap menjaga konsistensi bentuk, gaya, dan identitas karakter Cubot.

#### 1. *Internal Merchandise*

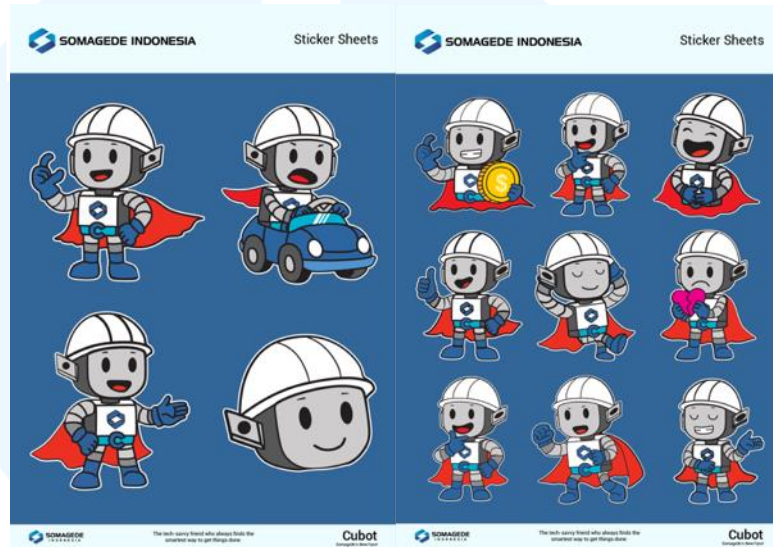
Berikut merupakan penjelasan detail mengenai proses perancangan *internal merchandise*. Desain ini digunakan dan dibagikan kepada *internal staff* di PT Somagede Indonesia.

##### a. *Internal Merchandise Stickerpack*

Proses perancangan *stickerpack* fisik diawali dengan pemberian *brief* oleh tim *marketing*. Pada diskusi *internal*, diputuskan bahwa *merchandise* untuk kebutuhan *internal*



*launching* maskot akan berupa *stickerpack* dan *keychain*, karena keduanya mudah digunakan dan dapat ditempel pada berbagai benda seperti *laptop*, *helm*, ataupun perlengkapan kerja lainnya. Dari *brief* tersebut, penulis mulai mengumpulkan aset karakter Cubot yang sesuai untuk disusun menjadi satu set *stickerpack*.



Gambar 3. 20 Hasil Stickerpack Asistensi Pertama

Setelah mengumpulkan *asset* maskot, kemudian proses perancangan dilanjutkan dengan tahap *layouting*, dimana penulis menyusun posisi karakter dalam satu lembar *artwork* yang nantinya akan menjadi lembaran *stickerpack*. Hasil pengerjaan pertama kemudian diasistensikan kepada *supervisor*. Setelah diasistensikan, *supervisor* memberikan beberapa revisi, yaitu penyesuaian warna agar lebih konsisten dengan *brand guideline* serta permintaan untuk membuat dua versi ukuran: satu versi berisi karakter Cubot berukuran besar dan satu versi yang berisi karakter Cubot berukuran kecil, dengan tujuan agar *sticker* dapat lebih digunakan di berbagai ukuran media.



Gambar 3. 21 Hasil Stickerpack Asistensi Kedua

Kemudian, penulis melakukan revisi sesuai dengan *notes* yang telah disampaikan oleh *supervisor* sebelumnya dan kembali diajukan untuk asistensi kedua. Setelah memperoleh *approval* dari *supervisor*, *marketing staff*, dan tim *marketing*, *file final stickerpack* kemudian diserahkan kepada *vendor* untuk proses *printing* dan produksi.

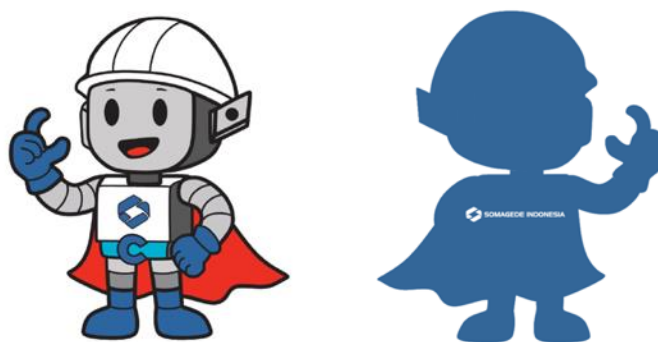


Gambar 3. 22 Hasil Printing Stickerpack

Secara keseluruhan, proses perancangan *stickerpack* diawali dengan penerimaan *brief* lalu dilanjutkan ke tahap *layouting*, asistensi, dan revisi untuk menyesuaikan arahan *supervisor*. Setelah hasil akhir disetujui, desain disiapkan untuk dikirim ke *vendor* dan mulai pada tahap *printing*.

#### **b. Internal Merchandise Keychain**

Proses perancangan *keychain* diawali dari *brief* yang diberikan oleh tim *marketing* mengenai kebutuhan *merchandise internal* untuk peluncuran maskot Cubot. Setelah memahami *brief* yang telah diberikan, penulis kemudian melakukan pemilihan aset karakter bersama *supervisor* untuk menentukan pose atau gestur Cubot yang paling cocok dijadikan *keychain*. Setelah satu aset final dipilih, desain kemudian dikembangkan menjadi format *keychain* dengan menambahkan bagian belakang berwarna biru sebagai area untuk menempatkan identitas perusahaan sebagai pelengkap desain. Setelah desain untuk perancangan *keychain* sudah jadi, *file* kemudian disiapkan dan langsung diteruskan kepada *vendor* untuk proses produksi.



Gambar 3. 23 Desain Keychain

Setelah hasil desain sudah melalui tahap *approval* dari *supervisor*, penulis kemudian melanjutkan proses perancangan

*keychain* pada tahap *handover file* yang siap untuk dicetak di media yang aslinya.



Gambar 3. 24 Hasil *Keychain*

Secara ringkas, proses perancangan *keychain* ini berjalan dari tahap *brief*, pemilihan aset, hingga penyusunan desain akhir yang sudah dilengkapi dengan identitas perusahaan. Proses perancangan dilakukan secara bertahap untuk memastikan *keychain* tetap konsisten dengan karakter Cubot sekaligus memenuhi kebutuhan *branding*. Setelah semuanya disetujui, desain *final* langsung dikirim ke *vendor* sebagai langkah terakhir sebelum masuk ke proses produksi. Desain ini digunakan dan dibagikan kepada *internal staff* pada saat *internal launch* maskot di PT Somagede Indonesia.

Sementara itu, proyek *merchandise external* merupakan bagian dari kebutuhan *external launching* maskot Cubot di *Manufacturing Expo 2025*. Daftar *merchandise* yang telah disetujui meliputi desain kalender, *mousepad*, pulpen, *notebook*, *lanyard*, *totebag*, *t-shirt*, hingga *cardholder* yang semuanya dirancang agar dapat memperkenalkan Cubot kepada *customer* dan kompetitor sebagai wajah baru PT Somagede Indonesia. Karena *merchandise* ini disiapkan untuk memperkenalkan Cubot pada pihak luar, maka seluruh desain mencakup karakter Cubot sebagai elemen utama agar identitas maskot terlihat konsisten dan mudah dikenali.

## 2. *External Merchandise*

Berbeda dengan perancangan *internal merchandise*, perancangan *external merchandise* disusun dengan tujuan agar Cubot dapat menjadi representasi baru yang lebih humanis dan ramah dari PT Somagede Indonesia.

### a. *External Merchandise Kalender 2026*

Proses perancangan *external merchandise* kalender tahun 2026 dimulai dari *brief* yang diberikan oleh tim *marketing* mengenai kebutuhan *external merchandise* yang akan dibagikan pada acara *Manufacturing Expo 2025*. Setelah memahami arah kebutuhan desain, penulis kemudian berdiskusi dengan *marketing staff* untuk menentukan konsep visual, tema warna, serta jenis konten yang akan dimasukkan ke dalam kalender agar sesuai dengan identitas perusahaan dan karakter acara. Berikut adalah hasil *brainstorming* dan *moodboard* dari perancangan *external merchandise* kalender tahun 2026.



Gambar 3. 25 Referensi Moodboard Kalender 2026

Setelah *moodboard* dikumpulkan, penulis melakukan asistensi kepada *Marketing Supervisor* dan *Marketing Staff* untuk membahas kesesuaian *moodboard* dengan kebutuhan desain PT Somagede Indonesia. Setelah *moodboard* di *approve*,



penulis kemudian memulai perancangan desain *cover* kalender. *Style* yang akan digunakan untuk perancangan kalender adalah ilustrasi *flat design*, sedangkan *typeface* yang digunakan pada perancangan kalender yaitu *typeface* Roboto sesuai dengan standar *typeface* perusahaan. Desain ini dipakai dan dibagikan pada saat *Manufacturing Expo 2025*.



Gambar 3. 26 Desain Cover Calendar 2026

Berikut adalah hasil desain kalender tahun 2026 yang disetujui oleh *Marketing Supervisor*. Kemudian, penulis melanjutkan proses perancangan desain *flip page* kalender tahun 2026 dari bulan Januari hingga bulan Desember dengan rincian *brief* desain sebagai berikut: *Cover*, bulan Januari - *Flip Page Introduction*, bulan Februari - Hari Raya Imlek, bulan Maret - Hari Raya Idul Fitri, bulan April - Hari Raya Paskah, bulan Mei - Hari Buruh, bulan Juni - Hari Lahir Pancasila, bulan Juli - Hari Anak Nasional, bulan Agustus - Hari Raya Kemerdekaan Indonesia, bulan September - Hari Pelanggan Nasional, bulan Oktober - Hari Raya Sumpah Pemuda, bulan November - Hari Pahlawan Nasional, dan bulan Desember - Hari Raya Natal dan Tahun Baru.



Gambar 3. 27 Desain Flip Page Bulan Januari – Maret 2026

Pada desain bulan Januari, karakter Cubot ditempatkan di sebelah kanan dengan teks perkenalan untuk menyambut Cubot sebagai teman dan representasi baru dari PT Somagede Indonesia. Kemudian, pada bulan Februari, karakter Cubot diberikan kostum Imlek dengan elemen acara Tahun Baru Imlek agar sesuai dengan tema pada bulan tersebut. Lalu, pada bulan Maret karakter Cubot diberikan kostum peci dan sarung untuk menyambut Hari Raya Idul Fitri.



Gambar 3. 28 Desain Flip Page Bulan April – Juni 2026

Pada desain bulan April, karakter Cubot ditempatkan di sebelah kanan dengan pose memegang telur dan diberi elemen dekoratif khas paskah yaitu telur dan kelinci agar sesuai dengan tema yang sedang dirayakan. Kemudian, pada bulan Mei, karakter Cubot ditempatkan ditengah dengan pose “Salam Cuan” disertai dengan elemen dekoratif berupa konstruksi bangunan dan ilustrasi tangan menggenggam agar sesuai dengan tema Hari Buruh. Pada bulan agustus, karakter Cubot ditempatkan di sebelah kanan dengan elemen dekoratif yang padat yang berisi ilustrasi dari bangunan bersejarah di Indonesia



dilengkapi dengan bendera merah putih dan lambang burung Garuda sebagai penguat makna Hari Lahir Pancasila.



Gambar 3. 29 Desain Flip Page Bulan Juli – September 2026

Pada desain bulan Juli, karakter Cubot ditempatkan ditengah dan diberi elemen dekoratif berupa pesawat kardus untuk merayakan Hari Anak Nasional. Kemudian, pada bulan Agustus, karakter Cubot ditempatkan di depan elemen dekoratif istana negara IKN yang lengkap dengan nuansa kemerdekaan dari bendera merah putih untuk menandakan Hari Raya Kemerdekaan Indonesia. Pada bulan September, karakter Cubot ditempatkan di sebelah kiri dengan kostum *earpiece* dan memegang papan kertas sebagai *customer service* dari PT Somagede Indonesia yang melambangkan niat dan kepedulian PT Somagede Indonesia terhadap pelanggannya.



Gambar 3. 30 Desain Flip Page Bulan Oktober – Desember 2026

Pada bulan Oktober, karakter Cubot digambarkan sebagai pemuda dengan semangat berapi-api melalui posenya dan dilengkapi dengan elemen dekoratif bendera merah putih. Kemudian, pada bulan November, karakter Cubot diberi kostum sebagai pahlawan nasional yaitu Imam Bonjol yang sedang mengendarai kuda. Pada bulan Desember, karakter Cubot digambarkan sedang memegang kado dilengkapi dengan

kostum baju hangat dan topi santa, serta salju, pohon natal, dan kembang api untuk menguatkan tema Natal dan Tahun Baru.



Gambar 3. 31 Hasil Kalender 2026

Berikut adalah hasil mockup dari *external merchandise* kalender tahun 2026. Agar sesuai dengan tema besar “Teman Sepanjang Tahun” tersebut, karakter maskot juga disesuaikan dengan tema tiap bulan melalui adanya perubahan kostum, *gesture*, dan elemen pendukung pada latar belakang. Ilustrasi dilengkapi dengan *background* dan pemberian *white space* yang seimbang agar hasil akhirnya tetap informatif dan nyaman dilihat. Desain kalender ini digunakan dan dibagikan sebagai *external merchandise* di acara *Manufacturing Expo 2025*.

#### **b. External Merchandise Mousepad**

Proses perancangan *mousepad* dimulai dari kebutuhan tim *marketing* untuk menambah variasi *merchandise* yang dapat memperkuat *exposure* Cubot sebagai maskot resmi perusahaan. *Mousepad* dipilih sebagai salah satu media karena sifatnya yang fungsional dan digunakan setiap hari, sehingga membantu menghadirkan kesan bahwa Cubot “ada di mana-mana” dan selalu dekat dengan aktivitas pelanggan maupun karyawan.

Tahapan pertama yang dilakukan penulis adalah membuat *moodboard* yang berisikan ide dan referensi desain *mousepad* yang dinilai cocok untuk dijadikan desain bagi kolateral Cubot.



Gambar 3. 32 Moodboard Desain Mousepad

Setelah moodboard di *approve* oleh *supervisor*, penulis kemudian merancang desain *mousepad* menggunakan *software* Adobe Illustrator dan melakukan asistensi kepada *supervisor*.



Gambar 3. 33 Desain Mousepad

Berikut adalah hasil desain mousepad yang telah disetujui oleh *supervisor* dan *marketing staff*. Desain ini menempatkan karakter Cubot dibagian kanan dengan pose “Salam Cuan” sebagai pose khas PT Somagede Indonesia, kemudian dibagian kiri bawah terdapat nama Cubot dan *subheadline* yang mengenalkan Cubot sebagai maskot *official* dari PT Somagede Indonesia. Pada bagian pojok kiri atas, terdapat logo PT Somagede Indonesia dan diantara penempatan logo dan nama maskot, terdapat *tagline* perusahaan.



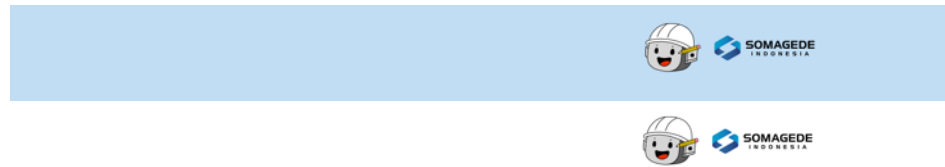
Gambar 3. 34 Mockup Mousepad

Berikut adalah hasil *mockup* dari *final design* yang telah disetujui oleh *marketing supervisor* dan *marketing staff*. Elemen teks, logo, dan komposisi *white space* disusun secara seimbang agar hasil desain *mousepad* terlihat profesional dan harmonis. Setelah desain difinalisasi, penulis kemudian menyiapkan *file* untuk diserahkan kepada vendor untuk diproduksi. Desain *mousepad* ini digunakan dan dibagikan kepada *internal staff* PT Somagede Indonesia.

### c. **External Merchandise Pulpen**

Proses perancangan pulpen dimulai dari *brief* tim *marketing* untuk menambah stok *merchandise external* yang nantinya akan dibagikan pada pameran selanjutnya. Pulpen dipilih sebagai *merchandise* karena praktis dan mudah dibagikan kepada pelanggan maupun *partner* bisnis, selain itu pulpen juga merupakan media yang fungsional dan sering digunakan, sehingga media ini dinilai efektif untuk memperluas pengenalan maskot secara luas sekaligus memperkuat kesan profesional perusahaan dalam setiap interaksi bisnis. Pada perancangan *merchandise* ini, penulis tidak mengumpulkan *moodboard* sebagai referensi karena merupakan *merchandise* dadakan yang

harus langsung di desain. Berikut adalah hasil desain dari merchandise pulpen.



Gambar 3. 35 Desain Pulpen

Setelah desain tersebut disetujui oleh *marketing supervisor*, penulis kemudian melanjutkan tahap perancangan *merchandise* ke penerapan *mockup* untuk ditunjukkan kepada *Board of Directors* pada saat *sync meeting* untuk membahas keperluan *external merchandise* di tahun 2026. Berikut adalah hasil dari *mockup merchandise* pulpen.



Gambar 3. 36 Desain Pulpen

Desain pulpen ini dibuat dengan *style minimalist* namun tetap membawa identitas Somagede Indonesia secara jelas melalui logo yang ditempatkan. Pemilihan warna *sky blue* dan *white* dipakai untuk menghadirkan kesan profesional dan bersih, sekaligus menjaga konsistensi dengan color palette PT *Somagede Indonesia*. Selain itu, penulis juga menempatkan karakter maskot perusahaan yaitu Cubot dengan versi kepala yang terpotong dengan pensil diselipkan di telinganya untuk

memperkuat *exposure* maskot saat *merchandise* dibagikan. Desain pulpen ini disimpan dan digunakan untuk desain *external merchandise* tahun 2026.

#### d. *External Merchandise Notebook*

Proses perancangan *notebook* dimulai dari *brief* tim *marketing* untuk menambah variasi *merchandise external* yang nantinya akan dibagikan pada pameran maupun kegiatan perusahaan berikutnya. *Notebook* dipilih karena merupakan media yang fungsional, sering digunakan dalam aktivitas kerja sehari-hari, serta efektif untuk memperluas pengenalan perusahaan dan maskot kepada pelanggan maupun *partner* bisnis. Dengan bentuknya yang praktis, *notebook* dinilai mampu menjadi salah satu *merchandise* yang memberikan *value* yang fungsional sekaligus memperkuat identitas perusahaan dalam setiap interaksi. Berikut adalah moodboard yang telah dikumpulkan oleh penulis untuk diajukan dan diasistensikan kepada *marketing supervisor*.

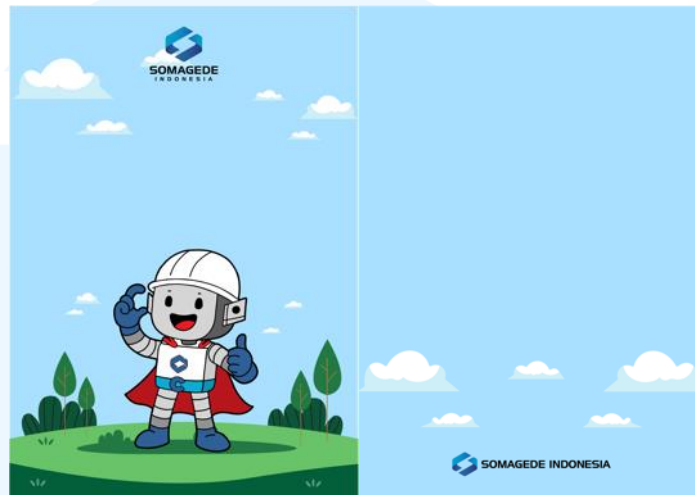


Gambar 3. 37 Moodboard Notebook

Setelah *moodboard* disetujui oleh *supervisor*, penulis kemudian merancang desain *notebook* dan menyesuaikan *style* nya dengan desain *merchandise* lain agar terlihat selaras. Maka dari itu, desain *notebook* disusun dengan elemen *greenery* yang mirip dengan desain kalender tahun 2026, dan diletakkan



karakter Cubot ditengah dengan pose “Salam Cuan” sebagai gaya khasnya. Selain itu, penempatan logo di bagian tengah atas bertujuan agar identitas visual perusahaan dapat tetap dikenali dengan mudah oleh pengguna.



Gambar 3. 38 Desain Notebook

Pada bagian belakang, desain cukup *simple* dengan menempatkan elemen dekoratif awan dan logo perusahaan dibagian bawah untuk menguatkan identitas visual PT Somagede Indonesia. Setelah desain disetujui, penulis kemudian menyiapkan hasil *mockup* untuk diajukan kepada *Board of Directors* pada saat *sync meeting*.



Gambar 3. 39 Desain Notebook

Desain *notebook* ini dibuat dengan pendekatan yang *simple* dan *clean* agar tetap konsisten dengan *style* keseluruhan



*merchandise* PT Somagede Indonesia. Penggunaan warna biru khas perusahaan, ilustrasi awan, dan tampilan Cubot di *cover* depan bertujuan untuk memberikan kesan yang profesional namun tetap *friendly* sesuai dengan karakter dan tujuan pembuatan maskot di awal. Elemen maskot Cubot ditampilkan secara jelas pada bagian *cover* depan untuk menjaga *exposure* karakter, sementara *design cover* belakang dirancang dengan lebih *minimalist* agar tetap seimbang secara visual. Hasil *design notebook* juga tetap mengacu pada konsistensi warna, *layout*, dan gaya ilustrasi agar tetap selaras dengan rangkaian *merchandise* lainnya. Desain ini disimpan dan digunakan sebagai desain *merchandise* di tahun 2026.

**e. External Merchandise Lanyard**

Proses perancangan *lanyard* dimulai dari *brief* tim *marketing* untuk menghadirkan *merchandise* yang dapat digunakan oleh karyawan dalam berbagai aktivitas perusahaan, baik *internal* maupun *external*. Pada proses perancangan lanyard, penulis menyusun referensi *moodboard* untuk media ini sebagai berikut.



Gambar 3. 40 Moodboard Lanyard

Dalam proses perancangan *lanyard*, penulis memilih *style* yang *clean*, profesional, *minimalist*, dan tetap konsisten dengan seluruh *design merchandise* lainnya. Penulis menggunakan dua variasi warna dengan teknik *reverse color* dengan pemilihan

warna yang tetap konsisten dengan *color palette* perusahaan yaitu warna biru dan putih.



Gambar 3. 41 Desain Lantard

*Design lanyard* dibuat dengan komposisi *repetitive* agar *design* tetap sederhana, nyaman dilihat, tetapi ada penegasan sehingga karakter dan logo mudah untuk dikenali.



Gambar 3. 42 Desain Lanyard

Karakter Cubot disertakan dalam komposisi ukuran yang kecil dan dipotong pada bagian kepala agar tetap *subtle* namun tetap terlihat sebagai identitas karakter dari PT Somagede Indonesia. Pada setiap *design*, penulis memastikan bahwa *color palette*, tipografi, dan ilustrasi yang digunakan selalu konsisten satu sama lain agar terlihat harmonis dan profesional, sehingga *exposure* Cubot dapat diperluas melalui konsistensi karakteristik pada setiap *merchandise*. Desain ini tidak digunakan oleh perusahaan.

#### **f. *External Merchandise Cardholder***

Proses perancangan *cardholder* dimulai dari kebutuhan perusahaan untuk menambah variasi *merchandise external* yang akan dibagikan kepada pelanggan melalui *goodie bag* pada

pameran selanjutnya. Karena stok *cardholder* lama masih digunakan untuk *Manufacturing Expo 2025*, desain baru ini dipersiapkan untuk *event* berikutnya agar perusahaan tetap memiliki *merchandise* yang *fresh*, relevan, dan mencerminkan identitas PT Somagede Indonesia secara profesional. Pada *merchandise cardholder*, penulis tidak mengumpulkan *moodboard* karena *cardholder* juga merupakan salah satu *merchandise* dadakan yang membutuhkan hasil desain cepat, maka dari itu, penulis langsung merancang desain *cardholder* sebagai berikut.



Gambar 3. 43 Desain Cardholder

Desain *cardholder* dibuat dengan *style* yang *simple* namun elegan, menyesuaikan fungsi barang yang sehari-hari digunakan pelanggan untuk menyimpan kartu identitas atau kartu nama. Penulis hanya menampilkan logo perusahaan dan elemen supergrafis sebagai motif utama, sehingga tampilan tetap bersih, tidak berlebihan, dan mudah diterapkan pada permukaan *cardholder* yang kecil. Supergrafis dibuat dalam bentuk garis dinamis yang mengalir untuk menjaga keselarasan dengan *visual identity* PT Somagede Indonesia. Kemudian, penulis merancang hasil *mockup* untuk ditunjukkan kepada *Board of Directors* pada saat *internal sync meeting* dilakukan. Berikut adalah hasil desain *mockup cardholder*;



Gambar 3. 44 Mockup Cardholder

Untuk memberikan variasi secara sederhana, desain *cardholder* dibuat dalam versi *reverse*, yaitu komposisi logo dan supergrafis yang ditukarkan posisi dan orientasinya. Tujuannya adalah supaya *cardholder* terlihat berbeda pada kedua sisinya, tetapi tetap mempertahankan kesan profesional dan konsisten dengan rangkaian *merchandise* lainnya.

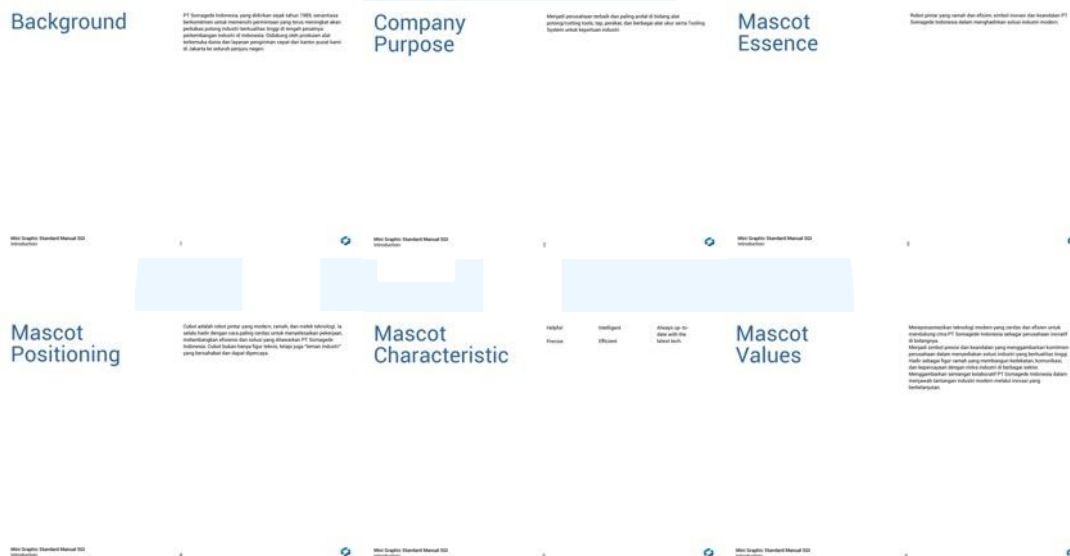
### 3.3.2.4 Proyek *Graphic Standard Manual*

Proses penyusunan *Graphic Standard Manual* (GSM) dimulai dari kebutuhan perusahaan untuk memiliki panduan visual yang rapi dan terarah, terutama setelah maskot Cubot resmi diperkenalkan. GSM ini disusun untuk menjelaskan latar belakang perusahaan, alasan pemilihan maskot, serta bagaimana karakter Cubot dibangun untuk mewakili nilai-nilai PT Somagede Indonesia. Maskot dipilih karena dianggap mampu menghadirkan kesan yang lebih humanis, *friendly*, dan mudah diingat, sehingga kehadirannya dapat membantu perusahaan terlihat lebih dekat dengan pelanggan. Berikut adalah hasil dari perancangan GSM Cubot.



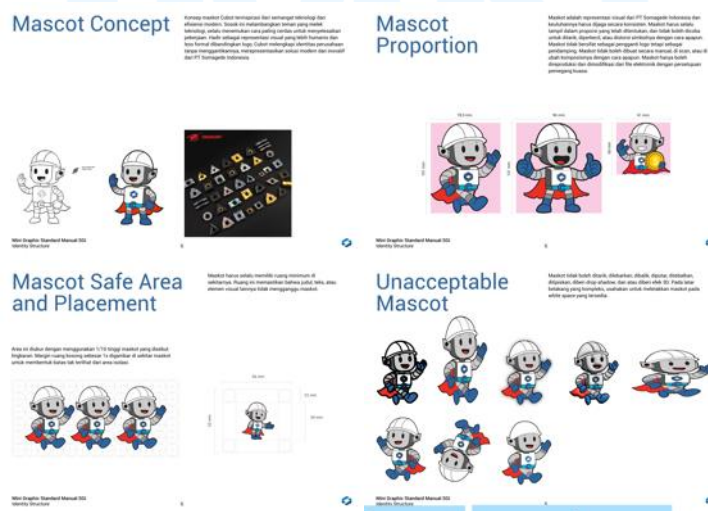
Gambar 3. 45 Opening GSM

GSM dibagi ke dalam tiga kategori besar agar isinya mudah dipahami dan diikuti. Bagian pertama menjelaskan tentang dasar identitas dan filosofi karakter Cubot. Pada bagian pertama ini, penulis menuliskan penjelasan mengenai *background* perusahaan, visi dan misi perusahaan,



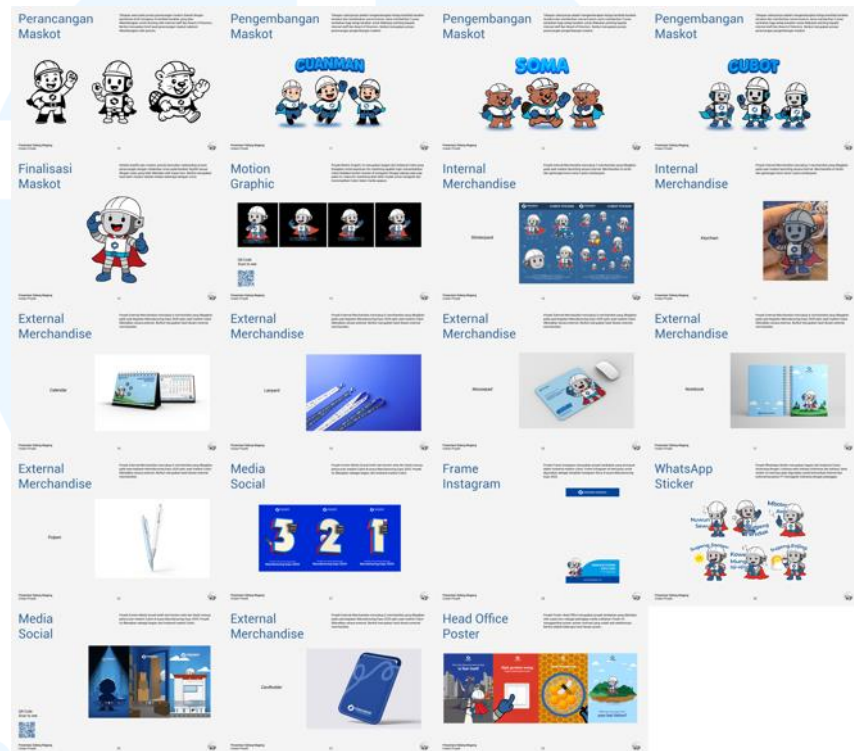
Gambar 3. 46 Introduction

Pada bagian kedua penulis menjelaskan hal-hal yang berkaitan dengan *identity structure* maskot yang berisi tentang aturan visual seperti warna, proporsi, pose, ekspresi, hingga cara penempatan karakter di berbagai jenis *layout*.



Gambar 3. 47 Identity Structure

Bagian ketiga menampilkan contoh-contoh aplikasi maskot, mulai dari *merchandise*, poster, hingga media *digital*. Pembagian GSM ini bertujuan agar kedepannya, siapapun yang menggunakan aset Cubot memiliki panduan yang jelas dan tidak keluar dari gaya visual yang sudah ditetapkan oleh perusahaan.



Gambar 3. 48 Application

Secara keseluruhan, GSM ini memiliki kurang lebih 50 halaman yang masing-masing dirancang untuk memastikan penggunaan maskot tetap konsisten di semua situasi. Tujuan utama dalam pembuatan *Graphic Standard Manual* (GSM) ini adalah supaya karakter Cubot dapat tetap konsisten, seragam, dan sesuai dengan identitas perusahaan yang telah ditetapkan oleh PT Somagede Indonesia.

### 3.4 Kendala dan Solusi Pelaksanaan Kerja

Selama menjalani proses magang di PT Somagede Indonesia, penulis tidak menemukan kendala yang signifikan terkait proses pelaksanaan tugas maupun



koordinasi dengan tim. Setiap arahan yang diberikan oleh *supervisor* dan tim *marketing* dapat diterima dan dipahami dengan baik oleh penulis sehingga pekerjaan dapat diselesaikan sesuai waktu yang ditetapkan. Meskipun begitu, penulis tetap membutuhkan adaptasi dan penyesuaian diri terhadap lingkungan kerja yang baru.

#### **3.4.1 Kendala Pelaksanaan Kerja**

Dalam pelaksanaan kerja, penulis tidak mengalami kendala berarti yang berkaitan dengan proyek, komunikasi, maupun proses desain yang dikerjakan. Seluruh kebutuhan informasi dan revisi dapat diperoleh dengan jelas melalui arahan *supervisor* dan tim *marketing*. Karena tidak adanya hambatan yang mengganggu pekerjaan, penulis dapat menjalankan semua tugas yang diberikan secara maksimal dari awal hingga akhir masa magang.

#### **3.4.2 Solusi Pelaksanaan Kerja**

Selama menjalani magang, penulis tetap memerlukan proses adaptasi terutama dalam hal *time management*, didorong oleh rasa tanggung jawab yang besar terhadap kebutuhan PT Somagede Indonesia, penulis berusaha untuk mengoptimalkan waktu sebaik-baiknya untuk menyelesaikan setiap tugas dengan hasil terbaik. Untuk mendukung hal tersebut, penulis berusaha menjaga komunikasi yang baik dan jelas dengan tim *marketing* dan *supervisor*, mengikuti arahan yang telah diberikan, dan mengatur waktu kerja sesuai dengan skala prioritas agar lebih terstruktur.

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