

## BAB III

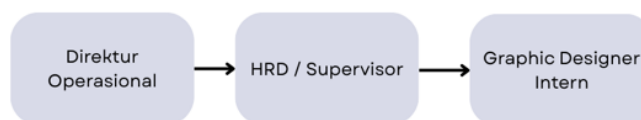
### PELAKSANAAN KERJA

#### 3.1 Kedudukan dan Koordinasi Pelaksanaan Kerja

Dalam pelaksanaan magang di PT Hariman Sukses Sejahtera, penulis menempati posisi sebagai intern pada divisi desain grafis yang berfokus pada pembuatan desain website perusahaan dan penyusunan *company profile* dalam format digital. Penulis bertanggung jawab dalam merancang tampilan visual serta memastikan desain sesuai dengan identitas dan karakter perusahaan. Selama proses pengerjaan, penulis berkoordinasi dengan supervisor dari bagian HRD untuk memperoleh informasi terkait profil perusahaan, serta berkomunikasi dengan direktur operasional guna menyesuaikan desain dengan preferensi dan kebutuhan perusahaan.

##### 3.1.1 Kedudukan Pelaksanaan Kerja

Selama pelaksanaan magang di PT Hariman Sukses Sejahtera, penulis menempati posisi pada bagian desain grafis yang dikerjakan secara mandiri tanpa adanya tim desain khusus. Dalam struktur perusahaan, penulis langsung berada di bawah arahan direktur operasional serta berkoordinasi dengan pihak HRD untuk menyesuaikan hasil desain dengan kebutuhan dan citra perusahaan.

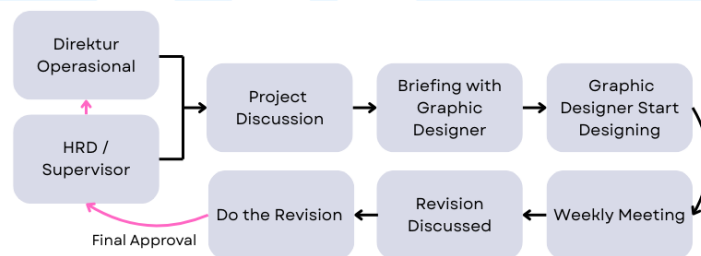


Gambar 3. 1 Bagan Kedudukan Pelaksanaan Kerja

##### 3.1.2 Koordinasi Pelaksanaan Kerja

Dalam pelaksanaan magang di PT Hariman Sukses Sejahtera, alur koordinasi pekerjaan dilakukan secara langsung antara penulis dengan direktur operasional dan HRD. Setiap awal minggu, biasanya pada hari Senin,

diadakan rapat untuk membahas perkembangan desain yang sedang dikerjakan, namun penyesuaian waktu dapat dilakukan apabila diperlukan diskusi tambahan di hari kerja lainnya. Setiap proyek desain umumnya memiliki durasi pengerjaan sekitar dua hingga tiga minggu, tergantung pada kompleksitas dan revisi yang dibutuhkan. Meskipun demikian, pengerjaan tidak selalu difokuskan pada satu proyek secara penuh, karena penulis juga mengerjakan beberapa tugas lain secara bersamaan, seperti pembuatan desain *website* perusahaan dari awal dan pembuatan konten visual perusahaan.



Gambar 3. 2 Bagan Alur Koordinasi

### 3.2 Tugas yang Dilakukan

Selama pelaksanaan magang di PT Hariman Sukses Sejahtera, penulis menjalankan berbagai kegiatan yang berhubungan dengan bidang desain grafis dan pengembangan media perusahaan. Setiap harinya, penulis mengerjakan tugas-tugas yang berfokus pada pembuatan desain *website* perusahaan, penyusunan *company profile*, serta pengumpulan dan pengolahan konten visual untuk kebutuhan publikasi. Selain itu, penulis juga melakukan revisi desain berdasarkan arahan dari direktur operasional dan HRD agar hasil pekerjaan sesuai dengan citra serta kebutuhan perusahaan. Pada bagian berikutnya, penulis akan memaparkan uraian pekerjaan yang dilakukan setiap minggunya selama masa magang.

Tabel 3.1 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Kerja

Minggu	Tanggal	Proyek	Keterangan
1	1-7 Agustus	<i>Website Design</i>	Melakukan riset <i>website</i> sejenis untuk referensi desain dan menyusun

Minggu	Tanggal	Proyek	Keterangan
			<i>moodboard</i> sebagai panduan visual; mulai membuat sketsa awal <i>layout</i> halaman utama ( <i>homepage</i> ).
2	8-14 Agustus	<i>Website Design</i>	Mendesain struktur navigasi <i>website</i> dan <i>wireframe</i> untuk halaman <i>Home</i> dan <i>About Us</i> agar memiliki alur informasi yang mudah diakses.
3	15-21 Agustus	<i>Website Design</i>	Membuat desain <i>key visual</i> dan tampilan final untuk halaman <i>Home</i> , termasuk elemen <i>hero banner</i> , <i>section</i> keunggulan perusahaan, dan CTA.
4	22-31 Agustus	<i>Website Design</i>	Melanjutkan desain halaman <i>Products</i> dan <i>Project Details</i> , menambahkan elemen visual seperti ikon dan foto proyek, serta melakukan revisi tampilan berdasarkan masukan direktur.
5	2-6 September	<i>Company Profile Design</i>	Mengumpulkan data dari HRD dan direktur operasional, menentukan <i>tone</i> warna dan gaya visual sesuai citra perusahaan, serta membuat <i>draft</i> isi <i>company profile</i> .
6	9-13 September	<i>Company Profile Design</i>	Mendesain <i>layout</i> halaman depan, <i>About Us</i> , dan Visi Misi, Memilih tipografi dan elemen grafis yang selaras dengan identitas perusahaan.
7	16-20 September	<i>Company Profile Design</i>	Melanjutkan desain untuk halaman Produk & Layanan serta Proyek yang Telah Dikerjakan, Menambahkan foto dan deskripsi singkat tiap proyek.

Minggu	Tanggal	Proyek	Keterangan
8	23-27 September	<i>Company Profile Design</i>	Membuat halaman penutup dan revisi keseluruhan <i>layout</i> , memastikan keselarasan visual dan penyusunan <i>file</i> akhir untuk versi PDF yang siap cetak dan digital.
9	2-5 Oktober	<i>Feeds Instagram</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pengumpulan referensi visual, penentuan konsep warna, dan sketsa layout awal.</li> <li>- Penyusunan draft desain pertama dan eksplorasi tipografi.</li> </ul>
10	7-11 Oktober	Brosur Promosi	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pembuatan struktur konten brosur, seleksi foto, dan pembuatan layout halaman.</li> <li>- Finalisasi layout dan penyesuaian ikon promosi.</li> </ul>
11	14-18 Oktober	Banner Promosi	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pengumpulan aset foto dan pembuatan komposisi visual banner.</li> <li>- Penyesuaian ukuran banner dan eksperimen gaya visual.</li> </ul>
12	21-25 Oktober	<i>Feeds IG &amp; Brosur Promosi</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Revisi layout, penyempurnaan warna, dan finalisasi 1 set feeds.</li> <li>- Penyesuaian konten teks dan desain akhir untuk cetak.</li> </ul>
13	1-8 November	Banner Promosi	Perbaiki visual, alignment konten, dan adaptasi beberapa ukuran banner.

Minggu	Tanggal	Proyek	Keterangan
14	11-15 November	<i>Feeds</i> <i>Instagram</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pengumpulan referensi tambahan dan pembuatan draft feed kedua.</li> <li>- Pewarnaan akhir dan penyesuaian gaya visual.</li> </ul>
15	18-22 November	Brosur Promosi	Finalisasi keseluruhan halaman, revisi kecil, dan persiapan file.
16	25–29 Nov	Banner Promosi	Finishing design, harmonisasi warna perusahaan, dan ekspor berbagai format.

### 3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja

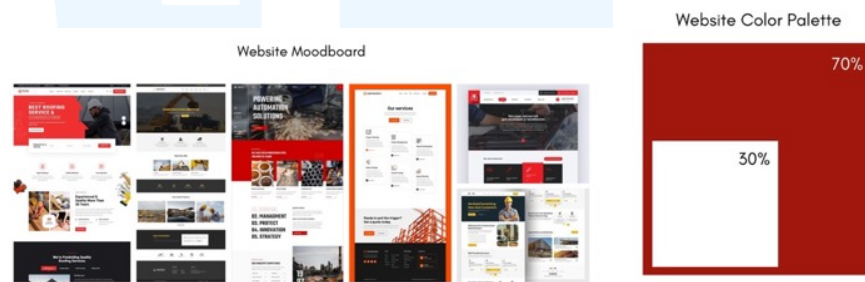
Selama melaksanakan magang di PT Hariman Sukses Sejahtera, penulis bertanggung jawab dalam perancangan berbagai kebutuhan desain perusahaan, meliputi pembuatan *website* utama perusahaan sebagai proyek utama, serta *company profile* dalam format PDF. Selain itu, penulis juga mengerjakan desain visual untuk media sosial seperti *feeds*, brosur *marketing*, dan *banner* promosi perusahaan. Dalam prosesnya, setiap proyek dimulai dari arahan dan diskusi bersama pihak perusahaan, kemudian dilanjutkan dengan riset ide dan pembuatan konsep desain hingga tahap revisi akhir yang disesuaikan dengan kebutuhan serta karakter perusahaan.

#### 3.3.1 Proses Pelaksanaan Tugas Utama Kerja

Proyek utama yang penulis kerjakan selama masa magang adalah perancangan desain website PT Hariman Sukses Sejahtera (HSS). Proyek ini menjadi pengalaman yang paling berpengaruh bagi penulis karena mencakup proses perancangan visual dan struktural dari awal hingga terbentuknya rancangan website yang siap dikembangkan lebih lanjut. Perusahaan tidak menggunakan metode perancangan khusus, sehingga proses kerja mengikuti alur umum desain yang biasa diterapkan dalam industri, yaitu pengumpulan

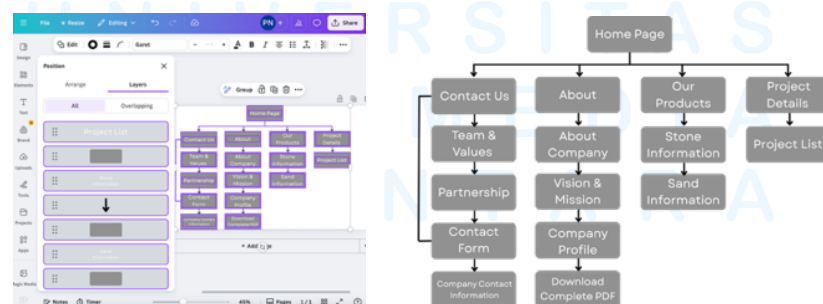
data, penyusunan konsep visual, pembuatan struktur desain, perancangan tampilan, dan evaluasi berkala bersama atasan.

Tahap pertama dimulai dari pengumpulan kebutuhan konten. Penulis memperoleh informasi dari HRD mengenai latar belakang, visi misi, layanan, serta proyek-proyek perusahaan. Informasi tambahan diperoleh melalui direktur operasional yang memberikan arahan terkait preferensi *visual* dan karakter desain yang diinginkan. Setelah data terkumpul, penulis menyusun *moodboard* untuk menentukan gaya *visual* yang sesuai dengan identitas perusahaan, termasuk pemilihan warna, tipografi, dan referensi *layout*.



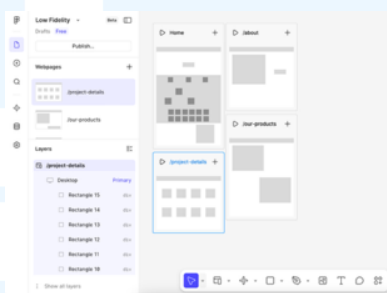
Gambar 3. 3 Moodboard & Color Palette

Selanjutnya, penulis mulai menyusun *information architecture* guna memastikan konten *website* mengalir secara runtut dan mudah diakses. Struktur utama meliputi halaman Home, About Us, Products, Project Portfolio, dan Contact. Pendekatan ini membantu penulis menata informasi perusahaan agar tidak terlalu padat, sekaligus tetap memberikan gambaran menyeluruh mengenai layanan yang ditawarkan PT HSS.



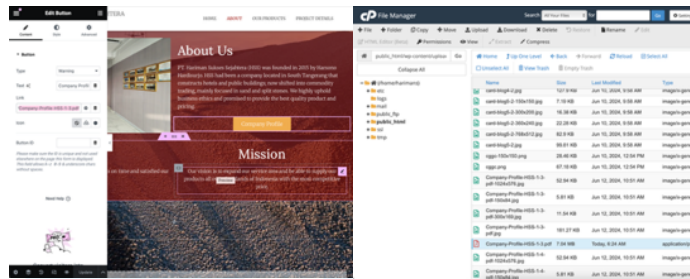
Gambar 3. 4 Pembuatan *Information Architecture* di Canva

Setelah information Architecture disetujui, Penulis memulai tahap perancangan dengan membuat low-fidelity wireframe untuk memetakan alur dasar halaman. Wireframe ini dibuat secara sederhana untuk memastikan penempatan elemen, seperti navigasi, judul halaman, hero section, dan daftar produk. Melalui tahap ini, penulis dapat menilai apakah struktur website sudah logis sebelum masuk ke desain visual yang lebih detail.



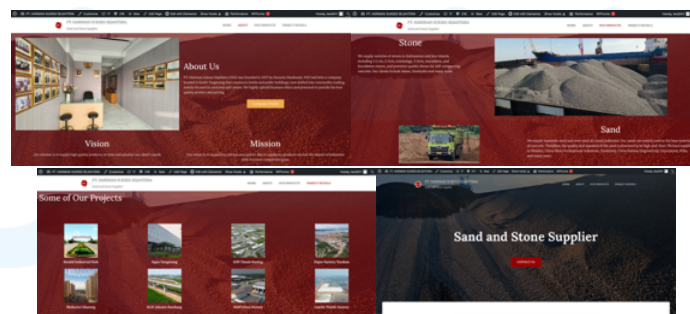
Gambar 3. 5 Pembuatan *Wireframe Low Fidelity* di Figma

Pada tahap visual *development*, penulis merancang tombol, interaksi kecil, serta elemen UI lain yang membantu meningkatkan pengalaman pengguna. Bentuk tombol disesuaikan dengan keinginan direktur operasional, menggunakan garis tegas dan warna kuning agar dapat dengan mudah terlihat. Untuk konten *microinteraction*, penulis menambahkan dua elemen interaktif yang menjadi nilai tambah dalam pengalaman pengguna. Pertama, tombol “*Contact Us*” yang apabila diklik akan membawa pengguna langsung ke halaman terakhir yang berisi informasi alamat perusahaan dan nomor komunikasi resmi. Kedua, tombol “*Company Profile*” pada halaman *About* yang mengarahkan pengguna untuk melihat versi PDF dari *company profile* lengkap, sehingga pengguna dapat mengunduh atau membacanya secara terperinci.



Gambar 3. 6 Pembuatan *Website* di *My DomaiNesia* & *C Panel*

Selanjutnya, penulis menyelesaikan perancangan visual secara menyeluruh, mulai dari pemilihan tipografi, pengaturan foto proyek, hingga finalisasi tata letak setiap halaman website. Penulis memastikan seluruh elemen tetap konsisten dengan identitas visual perusahaan melalui penggunaan warna merah dan putih yang merepresentasikan karakter PT HSS. Hasil akhir desain menampilkan struktur informasi yang jelas, hirarki visual yang rapi, serta elemen navigasi yang mudah dipahami oleh pengguna. Selain itu, setiap halaman dirancang responsif dan adaptif terhadap kebutuhan pengguna, baik secara estetika maupun fungsional. Desain final ini siap digunakan sebagai acuan dalam tahap pengembangan *website* berikutnya.

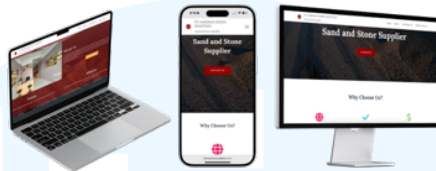


Gambar 3. 7 Hasil akhir *Website Project & Home Page*

Pada tahap akhir, penulis menyusun mockup website HSS pada berbagai perangkat untuk memastikan konsistensi desain responsif. Hasil visual pada tampilan desktop, mobile, dan monitor menunjukkan struktur informasi yang tertata serta pemanfaatan elemen warna merah sebagai identitas perusahaan. Melalui mockup ini, penulis mengonfirmasi bahwa navigasi, tombol *Contact*



*Us*, dan bagian *Why Choose Us* dapat diakses dengan baik dan tetap mencerminkan profesionalitas visual HSS.



Gambar 3. 8 *Mockup Akhir Wesbite*

### 3.3.2 Proses Pelaksanaan Tugas Tambahan Kerja

Selain proyek utama berupa perancangan website, penulis juga mengerjakan beberapa proyek desain lainnya, salah satunya adalah pembuatan company profile PT Hariman Sukses Sejahtera dalam format PDF. Proses pengerjaannya dimulai dari pengumpulan data perusahaan bersama HRD dan direktur operasional, kemudian dilanjutkan dengan penyusunan struktur isi yang meliputi profil perusahaan, visi misi, produk, serta proyek-proyek besar yang pernah ditangani. Setelah itu, penulis membuat konsep visual dan layout yang konsisten dengan identitas perusahaan, termasuk pemilihan warna, tipografi, dan penggunaan elemen grafis, hingga akhirnya melakukan revisi berdasarkan masukan pimpinan untuk menghasilkan dokumen company profile yang siap digunakan untuk kebutuhan presentasi maupun pengenalan perusahaan.

Proyek berikutnya adalah pembuatan enam konten Instagram feed, terdiri dari tiga konten mengenai produk pasir dan tiga konten mengenai produk batu. Penulis memulai proses dengan melakukan riset gaya visual kompetitor, menentukan tone warna yang menarik tetapi tetap mencerminkan karakter industri material konstruksi, serta membuat key visual untuk menjaga konsistensi tampilan setiap posting. Penulis kemudian menyusun layout, menambahkan foto produk, membuat ilustrasi pendukung, dan menulis copy

singkat yang informatif, sebelum akhirnya masuk ke tahap revisi dan finalisasi untuk memastikan konten siap diunggah.

Selanjutnya, penulis mengerjakan brosur promosi yang ditujukan untuk memperkenalkan layanan dan produk PT HSS kepada calon klien baru. Proses perancangannya dimulai dari penyusunan informasi inti yang akan ditampilkan, seperti profil singkat, daftar produk, keunggulan perusahaan, dan kontak resmi. Penulis kemudian merancang layout brosur dengan gaya visual yang profesional dan mudah dibaca, menambahkan elemen pendukung seperti ikon, foto, dan struktur informasi yang jelas, serta melakukan beberapa kali penyesuaian agar brosur tersebut sesuai dengan kebutuhan pemasaran perusahaan.

Proyek terakhir adalah pembuatan banner promosi yang berfungsi sebagai media visual untuk kegiatan pemasaran baik secara online maupun pada acara tertentu. Penulis mengembangkan konsep visual yang sederhana namun tetap menarik perhatian, dengan menonjolkan produk utama seperti pasir dan batu, serta identitas perusahaan untuk meningkatkan brand recognition. Setelah menentukan komposisi visual dan elemen grafis yang digunakan, penulis menyelesaikan desain melalui serangkaian revisi dari HRD & direktur operasional hingga mencapai desain final yang sesuai dengan standar perusahaan dan dapat dicetak dalam berbagai ukuran.

#### **3.3.2.1 Proyek *Company Profile***

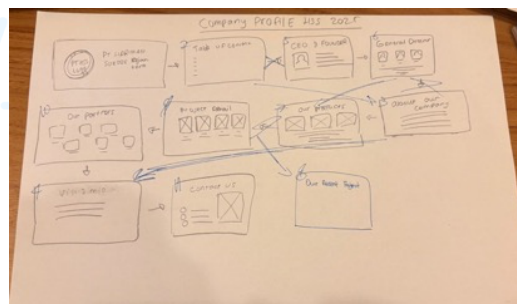
Proses pembuatan company profile dimulai dengan briefing antara penulis, direktur operasional, dan HRD untuk memahami karakter perusahaan, keunggulan layanan, serta pesan utama yang ingin disampaikan. Dalam tahap ini, penulis mengumpulkan informasi mengenai visi, misi, struktur perusahaan, layanan utama, dan diferensiasi bisnis. Briefing ini bertujuan memastikan bahwa keseluruhan desain dan konten mampu mencerminkan identitas PT Hariman Sukses Sejahtera secara konsisten dan profesional.

Setelah briefing, penulis mengumpulkan referensi visual berupa contoh company profile dari industri sejenis dan gaya desain korporat modern. Referensi tersebut meliputi pemilihan warna yang tegas, tata letak yang bersih, serta ikonografi sederhana untuk memperkuat kesan profesional. Semua referensi kemudian disusun menjadi moodboard sebagai acuan dalam menentukan visual direction sebelum masuk ke tahap desain.



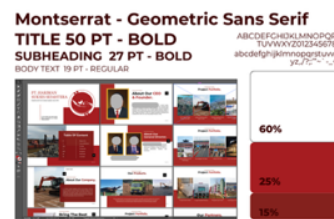
Gambar 3. 9 Referensi untuk *Company Profile*  
Sumber: Behance (2025)

Penulis memulai proses perancangan dengan membuat wireframe sederhana di kertas untuk menentukan alur halaman informasi yang akan disusun dalam company profile. Setelah wireframe selesai, penulis memperlihatkan hasilnya kepada direktur operasional untuk kembali dicek, lalu diberikan beberapa catatan perubahan susunan isi oleh beliau. Tahap ini membantu memetakan urutan konten dari halaman pembuka hingga penutup sehingga struktur informasi menjadi lebih jelas. Dengan visualisasi awal ini, penulis dapat bekerja lebih terarah sebelum masuk ke proses desain digital.



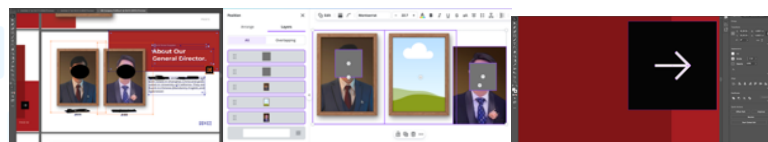
Gambar 3. 10 Susunan untuk *Company Profile*

Setelah wireframe selesai, penulis menentukan tipe font, ukuran tulisan, serta pemilihan warna utama dan sekunder yang konsisten dengan identitas perusahaan. Langkah ini memastikan tampilan company profile memiliki kesan profesional dan mudah dibaca. Pemilihan elemen visual tersebut juga menjaga keselarasan desain di setiap halaman.



Gambar 3. 11 Font & Warna untuk Company Profile

Tahap pengerjaan selanjutnya adalah, foto aset direktur yang sudah tersedia terlebih dahulu *diframing* secara digital menggunakan Canva untuk memastikan tampilan visual yang rapi dan konsisten. Hasil framing tersebut kemudian diimpor ke dalam dokumen company profile di Adobe Illustrator untuk proses penyusunan layout lebih lanjut. Layouting yang digunakan bersifat sederhana, mengikuti permintaan untuk menampilkan kotak-kotak merah sebagai elemen visual utama tanpa ornamen tambahan. Selain itu, satu ikon “next” dibuat langsung di Adobe Illustrator menggunakan tools dasar seperti shape dan line untuk menghasilkan simbol navigasi yang bersih dan fungsional.



Gambar 3. 12 Progress Ikon & Layout Sederhana di AI & Canva

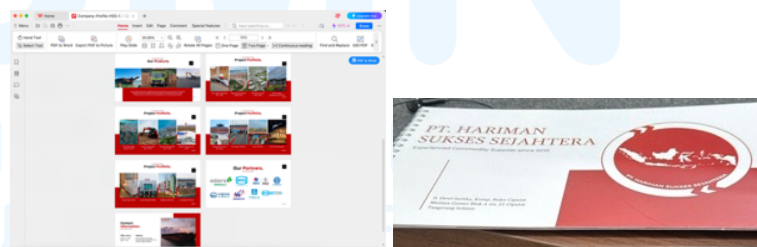
Penulis melakukan *print test* dalam bentuk buku untuk memastikan kualitas visual dan keterbacaan konten pada company profile yang telah dirancang. Proses ini mencakup pencetakan uji

dengan ukuran dan skala yang menyerupai hasil akhir, termasuk pengecekan warna, konsistensi margin, keseimbangan layout, serta kejelasan tipografi di setiap halaman. Melalui *print test* ini, penulis dapat mengidentifikasi elemen yang terlalu kecil, warna yang tidak konsisten, atau komposisi yang perlu disesuaikan sebelum masuk ke tahap final produksi. Hasil *print test* juga membantu memastikan bahwa setiap halaman tampil profesional dan nyaman dibaca ketika disusun dalam bentuk buku.



Gambar 3. 13 Hasil *Print Test Company Profile*

Hasil akhir pembuatan company profile berupa dokumen dengan tampilan profesional yang mencerminkan identitas perusahaan secara jelas dan modern. Layout yang bersih, penggunaan warna yang konsisten, serta ikon pendukung berhasil memperkuat pesan utama perusahaan. Dokumen final dapat digunakan baik untuk presentasi klien, kebutuhan internal, maupun media promosi eksternal.



Gambar 3. *Final Result Design & Printed Company Profile*

### 3.3.2.2 Proyek *Instagram Feeds*

Proyek ini bertujuan membuat 3 feed Instagram yang konsisten secara visual untuk menyampaikan pesan brand dengan

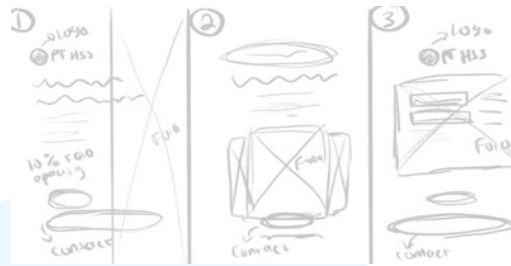
cara yang modern dan mudah dipahami. Fokus utama adalah menghadirkan desain yang bersih, rapi, dan tetap menarik perhatian saat dilihat sebagai satu set postingan maupun secara terpisah. Setiap feed dibuat dengan gaya visual yang saling melengkapi agar keseluruhan grid tampak harmonis.

Referensi desain diambil dari akun kreatif yang menonjolkan layout minimalis dan permainan tipografi yang tegas. Warna-warna yang digunakan terinspirasi dari palet soft modern yang sering dipakai oleh perusahaan konstruksi lainnya. Selain itu, komposisi visual juga mengikuti gaya editorial agar konten terasa profesional namun tetap *welcome* dan *reachable*.



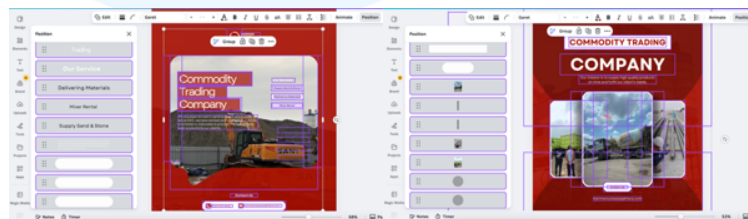
Gambar 3. 14 Referensi untuk Brosur Promosi  
Sumber: [designi.com.br](https://designi.com.br) (2025)

Penulis memulai proses perancangan dengan membuat sketsa awal untuk layouting tiga postingan feeds Instagram yang digambar menggunakan Procreate. Tahap ini membantu penulis menentukan komposisi visual yang konsisten sebelum masuk ke proses digital refining. Selain itu, penulis juga menyesuaikan gaya ilustrasi agar selaras dengan identitas visual perusahaan sehingga ikon terlihat profesional dan mudah dikenali dalam berbagai kebutuhan desain.



Gambar 3. 15 *Layouting* sketsa menggunakan *Procreate*

Pengerjaan desain feed ini dilakukan sepenuhnya di Canva dengan ukuran artboard **1080 × 1350 px** yang disesuaikan untuk format Instagram portrait. Prosesnya meliputi penataan foto proyek, pemilihan tipografi yang konsisten dengan identitas visual perusahaan, serta pengaturan layout agar informasi terlihat jelas dan profesional. Selain itu, elemen warna merah dan putih digunakan secara dominan untuk memperkuat karakter brand PT HSS dan memastikan tampilan akhir nyaman dilihat serta mudah dipahami oleh audiens.



Gambar 3. 16 Proses Pembuatan *Feeds Instagram*

Proses pembuatan desain feeds Instagram dilakukan menggunakan platform Canva untuk menyusun layout utama, mengatur tipografi, serta menyesuaikan komposisi visual sesuai standar perusahaan. Ikon-ikon seperti call, email, dan website dibuat secara mandiri menggunakan Procreate agar dapat digunakan secara konsisten pada seluruh kebutuhan desain cetak maupun digital. Selain itu, desain akhir dibuat menyerupai dua desain sebelumnya namun tidak dibuat identik, mengikuti arahan

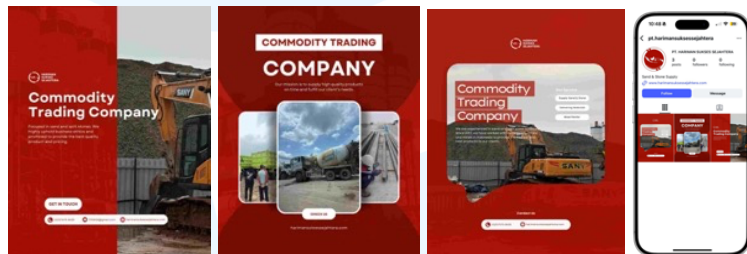


supervisor untuk menjaga kesinambungan visual tanpa menghilangkan ciri khas tiap konten.



Gambar 3. 17 Proses Pembuatan *Feeds Instagram*

Hasil akhirnya adalah tiga feed Instagram yang menyatu secara konsep maupun visual, dengan alur narasi yang terasa mengalir dari posting pertama hingga ketiga. Setiap desain memiliki elemen khas yang membuatnya menarik, namun tetap menjaga keseragaman warna, tipografi, dan gaya ilustrasi. Set lengkap ini siap diunggah sebagai kampanye konten yang informatif, estetik, dan mudah menarik perhatian audiens.



Gambar 3. 18 Hasil Akhir & *Mockup* untuk *Feeds Instagram*

### 3.3.2.3 Proyek *Promotion Brochure*

Pada tahap awal, penulis menerima brief untuk membuat brosur promosi yang dapat menampilkan identitas perusahaan secara profesional serta menonjolkan layanan penyediaan bahan baku konstruksi. Brief ini menekankan pentingnya visual yang bersih, berstruktur, dan mampu menggambarkan kredibilitas perusahaan. Penulis juga memastikan gaya desain tetap konsisten



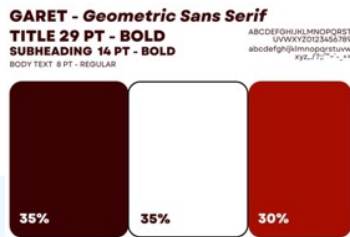
dengan branding perusahaan agar brosur dapat mudah dipahami oleh calon klien maupun mitra kerja.

Setelah memahami brief, penulis mulai mengumpulkan referensi visual berupa gaya layout perusahaan konstruksi internasional, palet warna yang kuat namun tetap profesional, serta komposisi foto alat berat yang relevan. Referensi tersebut membantu penulis menentukan arah desain yang modern dengan struktur geometris yang jelas dan mudah dibaca. Penulis kemudian merancang pendekatan visual yang konsisten dengan identitas perusahaan, terutama melalui penggunaan warna merah sebagai elemen utama yang memperkuat karakter brand.



Gambar 3. 19 Referensi untuk Brosur Promosi  
Sumber: [Free Business Fonts](#) (2025)

Pada tahap pengembangan font dan color palette, penulis melakukan eksplorasi beberapa jenis huruf yang memiliki karakter kokoh namun tetap mudah dibaca untuk kebutuhan promosi. Penulis kemudian menyesuaikannya dengan palet warna perusahaan, yaitu kombinasi merah marun, putih, dan hitam yang menciptakan kesan kuat, bersih, dan profesional. Proses ini memastikan keseluruhan desain memiliki identitas visual yang selaras dan mampu memperkuat pesan dari setiap elemen dalam brosur.



Gambar 3. 20 Font Type, Size & Color Palette

Setelah semua bagian awal pemilihan font, warna, dan referensi disetujui, penulis mulai membuat sketsa awal di Procreate untuk menentukan pembagian kolom, flow informasi, serta posisi elemen visual seperti ikon, ilustrasi, dan foto lapangan. Sketsa ini mencakup penempatan bagian “*Our Process*”, “*Our Projects*”, serta halaman depan yang menonjolkan alat berat sebagai identitas perusahaan. Pada tahap ini penulis juga menggambar ulang tiga ikon proses (*project plan*, *site preparation*, *project process*).



Gambar 3. 21 Sketsa ikon & *layouting* brosur promosi

Pembuatan ikon untuk brosur promosi dilakukan menggunakan aplikasi Procreate, dimulai dengan membuat sketsa dasar untuk memastikan bentuk ikon mudah dikenali. Penulis kemudian menyempurnakan garis, proporsi, serta konsistensi gaya agar seluruh ikon terlihat selaras dengan identitas visual perusahaan. Tahap akhir dilakukan dengan menyesuaikan warna

dan detail sederhana sehingga ikon siap digunakan dalam kebutuhan desain.



Gambar 3. 22 Sketsa ikon untuk “*Work With Us*”

Setelah sketsa, penulis mulai melakukan proses layouting di Adobe Illustrator. Beberapa revisi juga langsung dilakukan dalam tahap ini untuk mempersingkat waktu tanpa mengubah sketsa yang sudah ada. Lalu, penulis juga menempatkan foto dokumentasi lapangan, ikon proses kerja, serta teks hasil copywriting agar terlihat harmonis.



Gambar 3. 23 Proses Desain Adobe *Illustrator*

Lalu, Setelah seluruh revisi minor disetujui, penulis menyiapkan output final berupa file siap cetak dan versi digital. Penulis juga membuat mockup presentasi agar hasil desain dapat diperlihatkan secara lebih nyata, misalnya tampilan brosur saat dilipat, dibuka, atau diletakkan di meja pameran. Mockup ini menjadi bagian penting dalam proses dokumentasi kerja, sehingga progress dan kualitas hasil akhir dapat terlihat secara lebih komprehensif.



Gambar 3. 24 Hasil Akhir & *Mockup* Brosur Promosi

#### 3.3.2.4 Proyek *Promotion Banner*

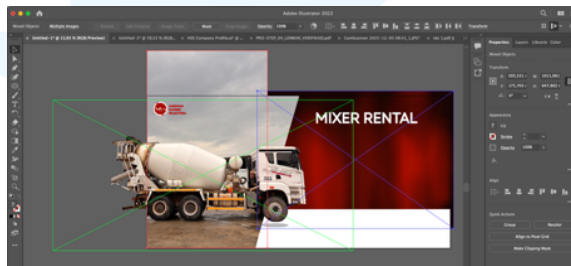
Pada tahap awal, penulis menerima brief dari perusahaan untuk membuat *banner* promosi layanan *Mixer Rental Service* yang akan digunakan di media sosial dan materi pemasaran digital. Banner ini harus menampilkan identitas perusahaan secara jelas, menyampaikan layanan utama, dan tetap mempertahankan nuansa profesional. Selain itu, perusahaan menginginkan visual yang bersih, kuat, dan mudah dibaca agar informasi utama dapat tersampaikan dalam waktu singkat.

Dalam proses pencarian referensi, penulis mengumpulkan beberapa inspirasi desain dari banner alat berat, transportasi logistik, dan konstruksi modern. Referensi yang dipilih banyak menonjolkan kombinasi warna kontras, tipografi tegas, serta penggunaan foto kendaraan sebagai elemen utama. Berdasarkan referensi tersebut, penulis menyesuaikan gaya visual dengan warna *corporate* Hariman Sukses Sejahtera, yaitu merah tua, putih, dan hitam, agar terlihat konsisten dengan materi promosi sebelumnya.



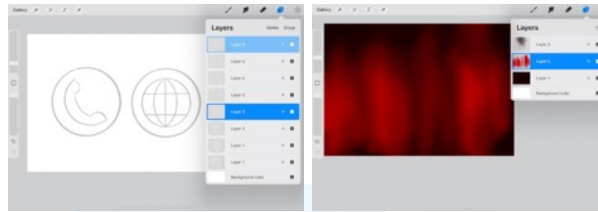
Gambar 3. 25 Referensi  
Sumber: [Envato](#) (2025)

Tahap perancangan dilakukan menggunakan *Adobe Illustrator*, dimulai dari membuat *artboard* berukuran 1000x500 mm untuk banner promosi. Penulis mengatur *layout* awal dengan menempatkan foto *mixer truck* di sisi kiri dan blok informasi di sisi kanan. Kemudian juga menambahkan elemen gradasi gelap untuk meningkatkan kontras terhadap teks.



Gambar 3. 26 Screenshot pembuatan desain di adobe illustrator

Selanjutnya, penulis mengatur pemilihan jenis typografi dan juga melakukan layouting. Untuk ikon, penulis membuatnya secara terpisah menggunakan aplikasi procreate dari sketsa hingga hasil akhirnya. Untuk layout, penulis memilih menggunakan metode *eye behavior F pattern* atau membaca dari kiri ke kanan untuk keseluruhannya, lalu untuk *alignment* yang digunakan adalah *left* atau rata kiri mulai dari *title*, *heading*, hingga *body text*.



Gambar 3. 27 Screenshot pembuatan sketsa ikon & background

Setelah konsep awal dikirim, supervisor memberikan beberapa masukan, seperti mempertebal judul, menata ulang jarak antar teks, dan memperjelas call-to-action “*BOOK NOW*”. Setelah melakukan beberapa revisi penulis juga membuatkan mockup sesuai dengan permintaan HRD. Pada akhirnya, banner disempurnakan hingga mencapai desain final yang informatif, modern, dan sesuai identitas perusahaan.



Gambar 3. 28 Hasil Akhir & Mockup Banner Promosi

### 3.4 Kendala dan Solusi Pelaksanaan Kerja

Dalam pelaksanaan praktik kerja di PT Hariman Sukses Sejahtera, penulis menemukan beberapa tantangan yang muncul selama proses perancangan desain website maupun materi promosi perusahaan. Seluruh kendala ini merupakan bagian dari proses adaptasi terhadap lingkungan kerja baru serta pemahaman terhadap kebutuhan perusahaan yang sedang berkembang.

### **3.4.1 Kendala Pelaksanaan Kerja**

Selama pelaksanaan kerja praktik, penulis menghadapi beberapa kendala yang berkaitan langsung dengan proses pengerjaan desain di perusahaan. Salah satu kendala utama adalah keterbatasan referensi visual dan materi perusahaan, terutama pada tahap awal ketika data, foto, serta informasi produk belum sepenuhnya terdokumentasi dengan baik. Selain itu, proses revisi terkadang memerlukan waktu lebih lama karena penulis harus menyesuaikan preferensi desain direktur operasional dan supervisor HRD yang memiliki standar visual tertentu namun belum terdokumentasi secara sistematis.

Penulis juga mengalami tantangan dalam manajemen waktu ketika beberapa pekerjaan berjalan bersamaan, sehingga perlu membagi fokus antara pembuatan website, materi promosi, dan company profile dalam periode yang berdekatan. Kendala-kendala ini menjadi bagian dari proses adaptasi penulis terhadap alur kerja perusahaan dan kebutuhan desain yang terus berkembang.

### **3.4.2 Solusi Pelaksanaan Kerja**

Untuk mengatasi kesulitan dalam memahami preferensi visual perusahaan yang belum terdokumentasi dengan jelas, penulis mulai menyusun catatan internal berisi rangkuman gaya desain yang disetujui oleh direktur operasional dan HRD. Catatan ini kemudian dijadikan pedoman agar proses revisi dapat lebih efisien dan konsisten pada proyek-proyek berikutnya. Selain itu, penulis juga melakukan diskusi singkat setelah setiap sesi review desain untuk memastikan bahwa arah visual yang disepakati benar-benar dipahami secara menyeluruh.

Dalam menghadapi tantangan keterbatasan referensi material perusahaan, penulis menginisiasi pengumpulan aset visual dasar seperti foto produk, dokumentasi proyek, dan materi pendukung lainnya. Upaya ini dilakukan bekerja sama dengan pihak operasional lapangan agar proses pengumpulan data dapat berlangsung lebih cepat dan terstruktur. Dengan



tersedianya aset yang lebih lengkap, proses perancangan konten dan layout menjadi lebih mudah dan tidak lagi terhambat oleh minimnya bahan pendukung.

Untuk mengatasi kendala manajemen waktu dan komunikasi karena tidak adanya tim divisi desain khusus, penulis menerapkan sistem pembaruan progres secara berkala melalui grup komunikasi internal dan agenda meeting mingguan. Dengan alur komunikasi yang lebih teratur, penulis dapat memperoleh feedback lebih cepat sekaligus memastikan setiap pengembangan desain tetap sesuai dengan kebutuhan perusahaan.

