

BAB III

PELAKSANAAN KERJA

3.1 Kedudukan dan Koordinasi Pelaksanaan Kerja

Sistem alur pekerjaan merupakan salah satu hal penting untuk melaksanakan pekerjaan sesuai dengan target. Penulis juga memerlukan arahan yang jelas dari otoritas pada kedudukan tertentu, sehingga brief yang diberikan tidak bertabrakan dari pihak lain yang secara sistematis bukan bertugas memberikan brief atau arahan pekerjaan bagi penulis.

3.1.1 Kedudukan Pelaksanaan Kerja

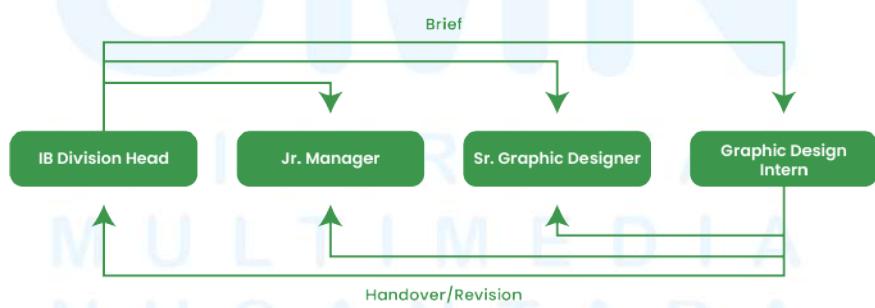
Sebagai *graphic designer intern* di PT Borden Eagle Indonesia, penulis memiliki tanggung jawab dalam divisi *International Busines*. Sebagai divisi yang bertanggung jawab atas pemasaran serta distribusi produk secara internasional. Produk yang didistribusikan tidak hanya membutuhkan desain kemasan, namun juga membutuhkan desain untuk pemasaran di negara-negara tersebut. Pekerjaan utama penulis adalah merancang desain visual untuk kemasan serta pemasaran di media cetak serta media sosial seperti instagram dan facebook. Di samping itu, seorang *senior graphic designer* juga memiliki pekerjaannya tersendiri seperti merancang packaging produk lain, membuat desain untuk pemasaran *brand*, serta *finishing* hasil desain yang telah dikerjakan penulis.

Desain kemasan yang dirancang ulang untuk negara tertentu biasanya diikuti dengan pemasaran produk dan *brand*, sehingga sebagai pekerjaan sekunder, penulis juga mengerjakan desain untuk kepentingan yang mendukung distribusi produk serta pemasarannya. Beberapa media pemasaran diarahkan oleh *senior graphic designer* agar penulis merancangnya dengan gaya visual penulis atau mengikuti gaya visual modern yang sesuai dengan perkembangan zaman. Namun beberapa media

pemasaran tetap mengikuti gaya desain PT Borden Eagle Indonesia karena kepentingan tertentu.

3.1.2 Koordinasi Pelaksanaan Kerja

PT Borden Eagle Indonesia memiliki sistem koordinasi yang melibatkan berbagai jabatan untuk saling berkoordinasi baik secara langsung maupun melalui struktur jabatan. *IB Division Head* dapat langsung memberikan *brief* kepada penulis, namun seringkali melalui *Jr. Manager 1* maupun *Jr. Manager 2* kepada penulis. Beberapa proyek yang dikerjakan penulis, mendapatkan brief dari klien yang kemudian melalui *senior graphic designer* disampaikan kepada penulis. Brief yang diberikan oleh *IB Head Divison* merupakan brief yang dibutuhkan untuk keperluan desain baru seperti kemasan untuk produk baru, bukan perancangan ulang dari desain sebelumnya. Brief yang diberikan oleh *Jr. Manager 1* dan *Jr. Manager 2* merupakan desain untuk media pemasaran produk dan perancangan ulang kemasan dengan keperluan *launching* produk untuk pertama kali di negara terkait. Perbedaan brief dari *Jr. Manager 1* dan *Jr. Manager 2* adalah masing-masing memiliki klien (distributor) tersendiri dari negara yang berbeda-beda. Sedangkan brief yang diberikan oleh *Sr. Graphic Designer* merupakan brief untuk perancangan desain media pemasaran *brand* dan perancangan ulang kemasan dengan varian dan jenis produk yang berbeda (yang tidak dapat disebutkan dalam laporan ini karena masih belum dipublikasikan).



Gambar 3.1 Bagan Alur Koordinasi

Komunikasi mengenai brief desain maupun arahan pekerjaan menggunakan Whatsapp sebagai alat komunikasi *online* utama dan Email

sebagai alat komunikasi *online* yang hanya digunakan pada proyek tertentu. Namun, beberapa brief yang cukup rumit dikomunikasikan secara tatap muka di kantor. Beberapa pekerjaan yang dikomunikasikan secara langsung merupakan proyek yang membutuhkan tahap sketsa serta *brainstorming* lebih lanjut sehingga lebih mudah untuk berkomunikasi. Proyek yang tidak memerlukan tahapan yang rumit dikomunikasikan serta pengiriman *file* melalui Whatsapp. Setelah *file* proyek tersebut diselesaikan oleh penulis, *IB Head Division, Jr. Manager*, atau *Senior Graphic Designer* kemudian mengirimkan kepada klien melalui Email.

3.2 Tugas yang Dilakukan

Kedudukan penulis sebagai *graphic designer intern* memiliki peran yang cukup penting dalam divisi *International Business*, yaitu mendesain visual kemasan yang akan diekspor ke negara-negara pembelinya. Kemasan yang dirancang tidak hanya mengandung bahasa negara tertentu namun beberapa kemasan juga memiliki visual yang dikhurasukan untuk negara tersebut. Selain kemasan, media pemasaran juga turut dirancang sesuai dengan permintaan dari brief yang diberikan. Berikut adalah rincian pekerjaan penulis:

Tabel 3.1 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Kerja

No.	Minggu	Tanggal	Proyek	Keterangan
1	2	7-15 Juli	Product Catalogue Leaflet	Mendesain susunan katalog sesuai dengan kategori dan fungsi leaflet
2	4	16 Juli – 25 Agustus	New Product 1	Membuat Label dan Unit Box dari nol untuk produk baru yang sedang dikembangkan
3	3	11 Juli – 25 Agustus	New Product 2	Membuat Label yang dirancang ulang dalam bentuk dan

				varian baru yang sedang dikembangkan
4	3	12 Juli – 22 Agustus	IG Post	Mendesain post feeds instagram untuk distributor negara Brunei
5	2	18-29 Agustus	Kemasan	Mendesain kemasan produk GPU untuk negara Taiwan
6	2	25 Agustus – 5 September	Trifold	Mendesain brosur trifold untuk negara Mesir dan Turkiye
7	5	6-30 September	Socmed Planning	Membuat dan merancang perencanaan sosial media untuk Cap Lang Global serta spesifik untuk negara Suriname
8	2	15-26 September	Kemasan	Mendesain kemasan produk Geliga dan Balsem Lang untuk negara Turkiye
9	1	1-3 Oktober	Gift Card	Merancang desian gift card untuk menyambut tamu internasional di Hotel Trembesi
10	1	6-13 Oktober	Point of Purchase	Merancang Point of Purchase (Standee) untuk kebutuhan promosi di pameran
11	3	14-31 Oktober	Website Banner	Merancang banner dan poster untuk kebutuhan media kolateral di website distributor negara Malaysia

12	1	15-24 Oktober	Kemasan	Mendesain kemasan produk Balsem Lang untuk Turkiye (kemasan terbaru yang akan <i>launching</i>)
13	4	3-28 November	IG Post	Mendesain post feeds instagram untuk distributor negara Brunei
14	4	3-28 November	Poster Cetak	Mendesain poster cetak untuk distributor negara Papua Nugini

Tabel di atas merupakan rincian dari pekerjaan penulis yang dilaksanakan selama 5 bulan melaksanakan kerja magang di PT Borden Eagle Indonesia. Setiap proyek yang dikerjakan memerlukan durasi penggerjaan yang berbeda-beda tergantung dengan permintaan brief dan kebutuhan waktu untuk perancangan pada proyek tersebut. Terdapat beberapa proyek yang dikerjakan memiliki jadwal penggerjaan yang bersamaan dengan proyek lainnya dikarenakan kebutuhan proyek dan bobot proyek yang mengharuskan namun memungkinkan untuk dikerjakan pada waktu tersebut.

3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja

Dalam masa magang di PT. Borden Eagle Indonesia, penulis telah mengerjakan proyek desain kemasan serta media promosi. Media kemasan yang dirancang ulang dari kemasan di Indonesia disesuaikan dengan negara pembeli atau distributor, dari aspek bahasa maupun elemen visual. Berikut merupakan uraian proyek yang telah dikerjakan penulis selama masa magang.

3.3.1 Proses Pelaksanaan Tugas Utama Kerja

Beberapa proyek desain ulang kemasan untuk kebutuhan ekspor yang telah dikerjakan penulis, menjadi proyek utama selama masa magang penulis. Berikut adalah rincian proyek desain ulang kemasan.

3.3.1.1 Kemasan GPU Taiwan dan Balsem Lang Turkiye

GPU merupakan salah satu produk yang di eksport ke negara Taiwan, sehingga membutuhkan perancangan ulang kemasan yang sesuai dengan konsumen di negara tersebut. Perancangan ulang tersebut meliputi penggantian bahasa pada kemasan dari bahasa Indonesia dan Inggris menjadi bahasa Taiwan, serta tata letak juga dirancang ulang untuk teks pada kemasan. Secara visual, perubahan tidak hanya terjadi pada bahasa namun juga desain teks yang dirancang dengan estetika yang memiliki fungsi *Branding*, karena mengubah dari huruf latin menjadi aksara mandarin tradisional.



Gambar 3. 1 Kemasan GPU Taiwan

Pada proses perancangan ulang desain kemasan GPU untuk Taiwan, penulis merancang ulang setiap teks yang diubah mulai dari menata *layout* teks, dikarenakan teks pada desain sebelumnya telah dikonversikan menjadi *shape*. Selain itu, penulis juga merancang *logotype* menggunakan tipografi taiwan dengan pemilihan *font* sesuai dengan permintaan dari brief. Hasil akhir desain tersebut kemudian diserahkan oleh penulis kepada *Jr. Manager* untuk diserahkan ke pabrik percetakan di Taiwan. Di samping itu, produk Balsem Lang yang digunakan untuk mengatasi berbagai penyakit ringan, menjadi salah satu produk yang banyak dikonsumsi oleh konsumen Turkiye. Balsem Lang merupakan

balsem yang membutuhkan visual yang sesuai dengan negara tersebut. Tentunya, bahasa yang digunakan pada kemasan diubah menjadi bahasa Turkiye agar memudahkan konsumen dalam membaca informasi pada kemasan produk tersebut. Selain teks informasi, teks yang menjadi salah satu elemen *Branding* juga disesuaikan dengan negara Turkiye agar ketertarikan yang dipengaruhi oleh kemasan kepada konsumen lebih sesuai dengan kebutuhan.



Gambar 3. 2 Kemasan Balsem Lang Turkiye

Perbedaan desain kemasan Balsem Lang untuk Turkiye dengan kemasan Balsem Lang Indonesia terdapat pada teks dan desain tipografi pada bagian fotografi. Penulis merancang ulang teks karena teks sebelumnya telah dikonversikan menjadi *shape*, sehingga penulis membuat teks dan menata ulang dari aspek *tracking*, *leading*, serta ukuran teks. Selain itu, desain tipografi pada bagian fotografi juga dirancang ulang karena desain sebelumnya telah dikonversikan menjadi asset elemen *png* sehingga memerlukan desain ulang dengan bahasa Turkiye. Selain itu, penulis juga membuat data alamat serta identitas distributor yang dibuat khusus untuk kemasan tersebut. Hasil desain kemasan tersebut merupakan

file yang akan dikirim ke pabrik untuk dibuatkan nomor identifikasi POM serta *barcode* dengan standard GS1, sehingga beberapa area masih dikosongkan. Sebelum dikirim ke pabrik percetakan, penulis menyerahkan hasil desain kepada *Jr. Manager* agar diperiksa terlebih dahulu dan kemudian dikirimkan ke pihak pabrik.

3.3.1.2 *Marketing Kit*

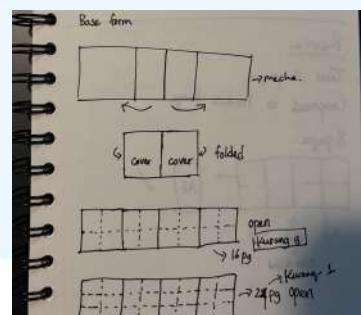
Salah satu pekerjaan utama penulis adalah merancang desain untuk pemasaran *Eagle Brand* di negara yang telah bekerja sama maupun yang akan bekerja sama. Media pemasaran ini dibuat secara umum untuk tiap negara, namun terdapat beberapa negara yang memiliki desain khusus dari segi produk yang terdistribusi ke negara tersebut. Ketika *IB Division Head* membutuhkan desain untuk media pemasaran, *Jr. Manager* akan berkoordinasi lalu memberikan *brief* dan referensi untuk merancang desain tersebut. Kemudian, penulis membuat sketsa untuk merangkai kerangka desain tersebut agar lebih mudah untuk berkoordinasi dengan *IB Head Division*. Setelah penulis merancang desain untuk media pemasaran tersebut, penulis mengajukan desain kepada *Jr. Manager* serta *IB Head Division* untuk memastikan desain sudah sesuai dengan kebutuhan pemasaran. Beberapa desain media pemasaran yang dirancang telah dibuatkan sketsa oleh *Jr. Manager* untuk memastikan susunan serta konten dari desain tersebut sesuai dengan standar yang telah ditentukan, sehingga penulis langsung merancang finalisasi desain untuk media pemasaran tersebut. Berikut adalah dua dari beberapa desain untuk media pemasaran.

a. Product Catalogue Leaflet

Sebagai partisipasi dalam pameran B2B di India, Taiwan, Brunei, Timor Leste, dan negara-negara lainnya, *Eagle Brand* membutuhkan sebuah media untuk dibagikan kepada pengunjung acara berupa *leaflet* yang mudah dibawa

oleh pengunjung serta dapat memuat banyak informasi dalam satu media. Leaflet tersebut menjadi salah satu aset penting untuk menunjang pemasaran saat pameran. *IB Head Division* memberikan sebuah brief melalui *Senior Graphic Designer* beserta referensinya.

Kemudian, penulis membuat sebuah sketsa untuk memastikan konten yang terkandung tepat dengan kebutuhan media serta gaya visual penyampaiannya. Penulis membuat alternatif bentuk leaflet yang lebih modern sebagai pilihan lain dengan tujuan untuk membuat brand lebih menonjol dengan desain *leaflet* yang tidak biasa.



Gambar 3. 3 Sketsa desain Leaflet

Penulis kemudian mengajukan ide dari sketsa tersebut kepada *IB Division Head* serta *Senior Graphic Designer*, namun ide tersebut ditolak karena terlalu modern dan tidak sesuai dengan *brand image* yang terkesan klasik. Desain leaflet yang disetujui merupakan desain leaflet klasik yang menyerupai buku, karena mudah digunakan serta masih mengikuti gaya klasik dari *Eagle Brand*. Setelah disetujui oleh *IB Head Division*, penulis melanjutkan untuk membuat desain digital serta dummy dari *leaflet* tersebut. *IB Head Division* memberikan catatan revisi kepada *Jr. Manager* untuk mengubah beberapa penggunaan kalimat agar lebih

tepat dengan *target market* di negara yang mengadakan pameran tersebut.



Gambar 3. 4 Revisi isi teks dan penggunaan kalimat

Catatan tersebut diserahkan kepada penulis untuk memperbaiki atau revisi isi teks pada desain leaflet tersebut. Kemudian, penulis mengubah isi teks sesuai brief revisi terbaru dan kembali mengajukan hasil revisi tersebut kepada *Jr. Manager*. Setelah disetujui, hasil finalisasi dari leaflet tersebut dicetak dengan jumlah banyak untuk kebutuhan pemasaran di negara yang mengadakan pameran.

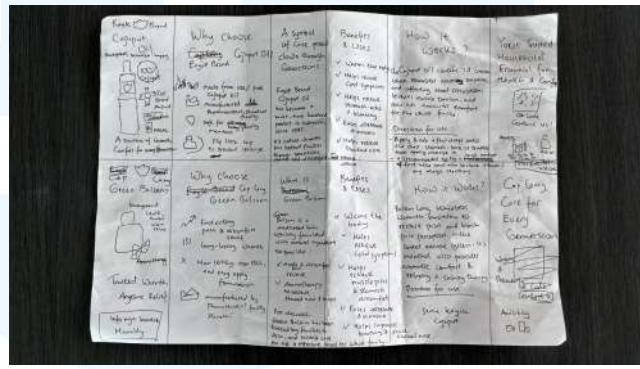


Gambar 3. 5 Desain Leaflet Katalog Produk

Hasil cetak desain *leaflet* tersebut menjadi aset pemasaran yang memuat seluruh informasi produk yang ditawarkan *Eagle Brand* untuk distribusi ke negara pembeli. Hingga kini, *leaflet* tersebut memiliki beberapa versi untuk beberapa negara tertentu dengan revisi minor seperti produk yang lebih spesifik ditawarkan serta penggunaan bahasa.

b. Product Trifold

Beberapa negara yang mengadakan pameran B2B merupakan negara yang hanya mendistribusikan beberapa produk dari *Eagle Brand*, sehingga membutuhkan media pemasaran yang spesifik pada produk tersebut. Dalam hal ini, *Jr. Manager* memberikan brief berupa sketsa yang berisi konten teks, *icon* yang akan digunakan, serta susunan pada *leaflet*. Selain itu, *Jr. Manager* juga memberikan terjemahan bahasa untuk digunakan pada *trifold* tersebut.



Gambar 3. 6 Brief berupa sketsa

Penulis diberikan kebebasan untuk mengeksplor gaya visual pada desain *trifold* tersebut agar lebih menonjol dan segar dibandingkan desain sebelumnya. Kemudian, penulis menggunakan gaya visual yang seringkali digunakan untuk membuat desain pemasaran. Penulis membuat aset foto produk dengan memotret produk menggunakan gaya visual foto arsitektur agar produk terlihat menonjol.



Gambar 3. 7 Foto Produk dengan gaya foto arsitektur

Foto produk tersebut disajikan bersama dengan teks yang disusun menggunakan *modular grid* agar lebih tertata dengan baik dan tepat untuk memberikan informasi sekaligus menarik perhatian terhadap produk. Tata letak yang digunakan terbagi menjadi tiga bagian namun tetap disambungkan agar tidak terkesan kaku. *Modular Grid* membantu menata elemen visual yang terpisah menjadi tersambung.



Gambar 3. 8 Penggunaan Modular Grid pada trifold

Penulis mengajukan hasil desain yang telah dirancang kepada *Jr. Manager*, kemudian diserahkan kepada distributor negara bersangkutan untuk di-review. Setelah proses pengecekan, terdapat beberapa revisi pada penggunaan kalimat karena kesalahan pada terjemahan. Penulis memperbaiki penggunaan kalimat tersebut, lalu menyerahkan hasil akhir dari desain *trifold* tersebut kepada *Jr. Manager* untuk dikirim dan dicetak di negara bersangkutan.



Gambar 3. 9 Desain Trifold sebagai Marketing Kit

Elemen visual dalam desain *trifold* tersebut menjadi aset dan referensi untuk desain-desain pemasaran lainnya. Penulis juga menggunakan aset dari desain tersebut untuk membuat desain pemasaran pada media sosial. Desain pemasaran yang menggunakan gaya visual modern dirancang dengan gaya pengambilan gambar atau foto produk yang serupa dengan desain *trifold* untuk menonjolkan produk terkait.

3.3.2 Proses Pelaksanaan Tugas Tambahan Kerja

Selain merancang desain kemasan, penulis juga memiliki pekerjaan dalam pemasaran digital melalui media sosial serta poster cetak yang beragam dan masing-masing memuat produk yang berbeda. Perancangan proyek desain pemasaran ini tidak menyempatkan untuk membuat sketsa karena mengikuti desain yang sebelumnya dirancang, sehingga penulis diharuskan mengikuti alur dan susunan tata letak seperti pada desain sebelumnya.

3.3.2.1 Proyek *Instagram Post Promotion Design*

Sebuah perusahaan distribusi di Brunei Darussalam menjalin kerjasama dengan PT Borden Eagle Indonesia dengan

mengimpor beberapa produk unggulan dari *Eagle Brand*. Perusahaan tersebut memiliki permintaan untuk dibuatkan desain untuk pemasaran di media sosial perusahaan tersebut. Sehingga *Jr. Manager 1* memberikan brief untuk membuat desain *Instagram Post* serta referensi dari desain yang sebelumnya telah dibuat. Beberapa desain memiliki sedikit penataan ulang letak elemen visual seperti produk dan *copywriting*, karena mengandung gambar fotografi yang sesuai dengan produk dan beberapa diantaranya memiliki area yang tidak memungkinkan untuk ditutupi oleh produk ataupun teks.



Gambar 3. 10 Desain *Instagram Post*

Setelah desain *Instagram Post* dirancang, penulis menyerahkan kepada *Jr. Manager 1* untuk diserahkan kepada pihak distributor. Masing-masing desain diunggah ke akun *Instagram* distributor secara rutin selama satu bulan dan periode bulan lainnya.

3.3.2.2 Proyek *Facebook Post Promotion Design*

Beberapa desain yang dibuat untuk *Facebook Post* merupakan desain dari *Instagram Post*, namun ada beberapa revisi pada setiap desainnya seperti *copywriting* pada teks dan judul

desain. Namun beberapa lainnya merupakan rancangan desain yang baru dibuat khusus untuk *Facebook Post* dengan produk tertentu. Desain ini dibuat untuk distributor dari negara Suriname, sehingga *Jr. Manager 2* memberikan brief dan arahan untuk revisi dan memoles ulang desain untuk *Facebook Post*.



Gambar 3. 11 Desain *Facebook Post*

Salah satu *Facebook Post* tersebut merupakan produk yang dibuatkan desain khusus juga menggunakan foto produk yang dipotret oleh penulis, karena menyesuaikan dengan brief. Produk tersebut baru pertama kalinya didistribusikan di negara Suriname, sehingga memerlukan sebuah desain untuk memasarkan serta informasi produk tersebut. Setelah desain dirancang ulang, penulis menyerahkan desain tersebut kepada *Jr. Manager 2* untuk diserahkan kepada pihak distributor Suriname. Aset dari desain tersebut menjadi aset untuk desain lainnya, terutama produk yang berkategori panas atau terfokus pada otot dan sendi. Desain pemasaran untuk produk *Sloan's* memiliki *image* yang berbeda-beda untuk setiap negaranya, namun aset yang digunakan pada setiap desain menggunakan aset yang sama.

3.3.2.3 Proyek *Poster Design*

Selain desain untuk media digital, pemasaran juga menggunakan media cetak berbentuk poster. Desain poster yang dirancang ini merupakan desain untuk pemasaran di Papua Nugini. Brief yang diberikan *Jr. Manager 1* merupakan *redesign* dari desain *Instagram Post* sebelumnya, namun terdapat perbedaan pada fotografi latar karena menyesuaikan dengan penduduk asli Papua Nugini serta foto produk yang berbeda karena varian produk. Penulis memulai desain tersebut dengan menambahkan fotografi latar yang sesuai dengan brief, kemudian menambahkan teks serta foto produk yang diambil dari aset *Instagram Post*.



Gambar 3. 12 Desain Poster Pemasaran

Desain poster tersebut merupakan turunan dan penyesuaian dari berbagai desain yang sebelumnya telah dibuat. Kemudian, penulis menyerahkan hasil desain kepada *Jr. Manager 1* untuk diserahkan kepada distributor Papua Nugini sehingga memiliki cukup waktu untuk mencetak desain poster tersebut.

3.4 Kendala dan Solusi Pelaksanaan Kerja

Dalam sebuah perusahaan produk farmasi, pastinya ada beberapa kendala yang baru terjadi pada masa-masa tertentu. Penulis juga turut mengalami hal tersebut dan menjadi sebuah pengalaman untuk mengatasi kendala tersebut. Beberapa solusi sangat efektif dalam mengatasi kendala yang dihadapi, namun beberapa lainnya menjadi solusi yang bersifat sementara atau rutin dilakukan setiap kendala tersebut terjadi lagi.

3.4.1 Kendala Pelaksanaan Kerja

Penulis seringkali kesulitan dalam menata susunan teks pada desain karena bahasa asing yang tidak dimengerti dan hanya mendapat terjemahan yang disalin ke dalam desain. Pemenggalan kata untuk tujuan desain lebih sulit dilakukan karena tidak memiliki pemahaman terhadap bahasa terkait. Selain itu penulis juga seringkali kesulitan dalam mengambil aset yang diminta oleh atasan karena *file* desain sebelumnya merupakan *file* matang yang dibuat oleh *agency* belasan tahun lalu, sehingga tidak dapat di *edit*. Penulis harus membuat ulang aset rumit yang dibutuhkan dan menghabiskan waktu yang cukup lama.

3.4.2 Solusi Pelaksanaan Kerja

Untuk mengatasi kendala bahasa, penulis harus berkoordinasi dengan pihak distributor untuk penerjemahan spesifik dan terperinci agar beberapa pemenggalan kata atau penataan teks sesuai dengan standar negara tersebut. Kendala tersebut akan terus terjadi selama penulis atau *Graphic Designer* tidak memahami bahasa negara terkait, namun solusi tersebut dapat dilakukan setiap mengalami kendala yang sama. Kemudian penulis juga mengatasi kendala aset yang tidak dapat di *edit* dari *file* matang, dengan membuat *file* khusus aset yang dibutuhkan pada setiap desain maupun desain tertentu. Penulis membuat *file* tersebut khusus untuk menjadi aset agar tidak menghabiskan waktu setiap membutuhkan aset terkait.